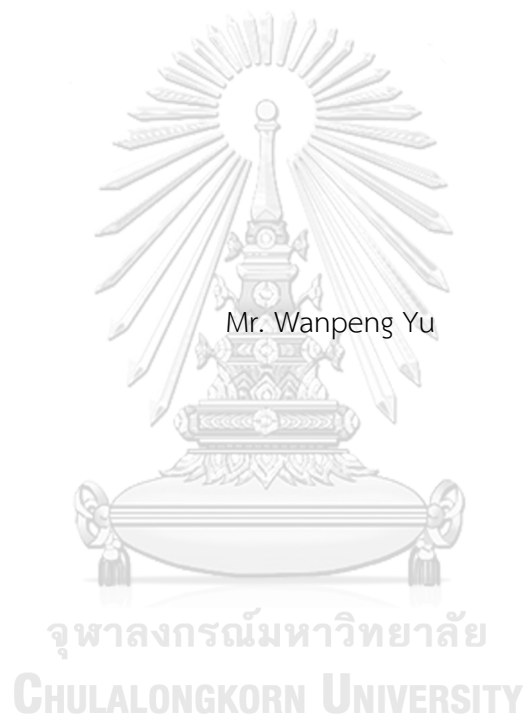


การรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชาโทสถาปัตยกรรมศาสตร์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Thairath's News Reporting on COVID-19 on TikTok platform



Mr. Wanpeng Yu

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) in Communication Arts

FACULTY OF COMMUNICATION ARTS

Chulalongkorn University

Academic Year 2022

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของภาครัฐ
โดย	นายว่านเพิง หยู
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อลงกรณ์ ปรีวุฒิมงคล

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

.....	คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา อัครจันทโชติ)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	
.....	ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจษฎา ศาลาทอง)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อลงกรณ์ ปรีวุฒิมงคล)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์)	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ว่านเพิง หยู : การรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของไต้หวัน. (Thairath's News Reporting on COVID-19 on TikTok platform) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ. ดร.อลงกรณ์ ปรวิฑูพิงศ์

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเนื้อหา รูปแบบ/หน้าที่ และแนวทางของการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของไต้หวัน โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สืบหาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 ที่นำเสนอบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของสำนักข่าวไต้หวัน ระหว่างวันที่ 2 มิถุนายน 2563 ถึง วันที่ 30 กันยายน 2565 จำนวน 179 คลิป หลังจากนั้นนำเนื้อหาที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์และประมวลผล และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ดูแลบัญชีไต้หวันบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก ผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ และแฟนคลับบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของไต้หวัน เพื่ออธิบายผลการวิจัยเพิ่มเติม

ผลการวิจัยพบว่า สำนักข่าวไต้หวันมีการนำเสนอข่าวโควิด-19 ในประเด็นสำคัญ เช่น สถานการณ์การแพร่ระบาด นโยบายการควบคุมโรคระบาด การบริหารจัดการวัคซีน วิธีการดูแลตัวเอง/แนวทางการป้องกัน และมาตรการเยียวยา เป็น สำหรับรูปแบบ/หน้าที่ในการนำเสนอมีทั้งการสื่อสารสุขภาพ รูปแบบบันเทิงสารสนเทศ และสื่อสร้างความผูกพัน ในส่วนของแนวทางในการนำเสนอพบว่า มีทั้งแนวทางการให้ข่าวสาร แนวทางการให้ความรู้ และแนวทางการชักจูงใจ

ผู้วิจัยเสนอว่าการใช้แพลตฟอร์มติ๊กต็อกในการรายงานข่าวมีข้อดีในการผลิตเนื้อหาได้รวดเร็วและยังสามารถเข้าถึงผู้ชมได้ง่าย เพิ่มศักยภาพในการสื่อสารสุขภาพและสร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสารช่วงระบาดได้ แต่ขณะเดียวกันยังขาดประสิทธิภาพในการเล่าเรื่องเชิงวารสารศาสตร์ และต้องระมัดระวังเรื่องความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลบนแพลตฟอร์มด้วย

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์

ปีการศึกษา 2565

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6380053828 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORD: News reporting, COVID-19, Thairath, TikTok platform

Wanpeng Yu : Thairath's News Reporting on COVID-19 on TikTok platform.

Advisor: Asst. Prof. ALONGKORN PARIVUDHIPHONGS, Ph.D.

This qualitative research focuses on analyzing the content, format, and directions for reporting COVID-19 news on the TikTok platform of Thairath, a news agency. The study period spans from June 2, 2020, to September 30, 2022, during which 179 clips were examined. Content analysis explores the COVID-19-related content disseminated on Thai Rath's TikTok official, followed by in-depth interviews with 10 persons from Thai Rath agency, academic experts and TikTok users to gain insights into the reporting process.

The results revealed that Thai Rath's TikTok account covered crucial aspects of the COVID-19 pandemic, such as the current epidemic situation, policy measures, vaccine management, prevention guidelines, and remedial measures. The content presentation incorporated a mix of informative and infotaining formats, fostering engagement and bonding with the audience. The directions for content dissemination include giving information, providing knowledge, and persuading to take some actions.

The study suggests that using TikTok as a platform is useful for news reporting. It offered advantages in terms of producing and disseminating content rapidly, enabling a wider reach and enhancing health communication during the pandemic. However, the researchers identified challenges regarding the platform's effectiveness in delivering journalistic storytelling and emphasized the significance of ensuring accuracy and reliability of information provided on TikTok.

Field of Study: Communication Arts

Student's Signature

Academic Year: 2022

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีอาจสำเร็จลุล่วงได้ หากปราศจากความกรุณาและความช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อลงกรณ์ ปรีวุฒิพงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยพร่ำสอน ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ความช่วยเหลือต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยเล่มนี้ ทำให้ผลงานบรรลุออกมาเสร็จสมบูรณ์ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังต้องขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจษฎา ศาลาทอง ประธานกรรมการสอบ วิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ภายนอก ที่ช่วยให้คำแนะนำและช่วยชี้แนะจนวิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณครอบครัว เพื่อน ๆ ทุก ๆ คนที่คอยให้กำลังใจและความช่วยเหลือตลอดที่ผ่านมา โดยเฉพาะพี่ไต้ฝุ่นและพี่ของขวัญที่คอยรับฟังความทุกข์ ความเครียดหรือปัญหาต่าง ๆ ในชีวิต พร้อมให้ คำแนะนำและความช่วยเหลือสนับสนุนโดยตลอด

“感恩相遇，谢谢”

ว่านเพิง หยู

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฌ
บทที่ 1.....	10
บทนำ.....	10
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	10
1.2 ปัญหาการวิจัย.....	13
1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	14
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	14
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	14
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	15
บทที่ 2.....	16
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
2.1 แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media).....	16
2.2 ความรู้เกี่ยวกับแพลตฟอร์มดิจิทัล.....	21
2.3 แนวคิดการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) และการปรับตัวขององค์กร.....	24
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการรายงานข่าวออนไลน์.....	29
2.5 ทฤษฎีกระบวนการสร้างกรอบข่าว (News Framing).....	35

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication).....	39
2.7 แนวคิดเกี่ยวกับบันเทิงสารสนเทศ (Infotainment).....	44
กรอบแนวคิด.....	48
บทที่ 3.....	49
วิธีการวิจัย.....	49
3.1 การวิจัยเอกสาร.....	49
3.2 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis).....	51
3.3 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview).....	57
บทที่ 4.....	63
ผลการวิจัย.....	63
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติดตอกของประเทศไทย.....	64
ส่วนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์.....	80
บทที่ 5.....	90
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	90
5.1 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล.....	90
5.2 ประเด็นการอภิปราย.....	98
5.3 ข้อจำกัดของการวิจัย.....	109
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	110
รายการอ้างอิง.....	111
บรรณานุกรม.....	120
ประวัติผู้เขียน.....	121

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 การจัดประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ คัดลอกจาก “Social Media Guidelines for Parliaments” (Andy Williamson, 2013).....	20
ตารางที่ 2 คุณค่าข่าว (News values) คัดลอกจาก “วารสารศาสตร์เบื้องต้น : ปรัชญา และแนวคิด” (มาลี บุญศิริพันธ์, 2556).....	30
ตารางที่ 3 ประเภทของเนื้อหาหลัก (Theme) ในการนำเสนอ.....	52
ตารางที่ 4 ประเภทของเนื้อหาหลักในการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของประเทศไทย.....	64
ตารางที่ 5 เนื้อหาที่นำเสนอสถานการณ์การแพร่ระบาด.....	65
ตารางที่ 6 เนื้อหาที่นำเสนอการบริหารจัดการวัคซีน.....	67
ตารางที่ 7 เนื้อหาที่นำเสนอนโยบายการควบคุมโรคระบาด.....	68
ตารางที่ 8 เนื้อหาที่นำเสนอวิธีการรักษาตัวเอง มาตรการเยียวยา/แนวทางการป้องกัน และอื่น ๆ.....	69
ตารางที่ 9 รูปแบบ/หน้าที่ของการนำเสนอข่าวโควิด-19 ของประเทศไทยบนแพลตฟอร์มดิจิทัล.....	70
ตารางที่ 10 แนวทางการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของประเทศไทย.....	74
ตารางที่ 11 คุณค่าข่าวของการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของประเทศไทย.....	76
ตารางที่ 12 มิติสุขภาพของการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของประเทศไทย.....	79

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 ตัวอย่างการใช้ภาษาไม่เป็นทางการ	72
ภาพที่ 2 ตัวอย่างการใช้อีโมจิในการโพสต์.....	72
ภาพที่ 3 ตัวอย่างของเนื้อหาข่าวที่ตัดต่อจากรายการข่าวโทรทัศน์	102
ภาพที่ 4 ตัวอย่างของเนื้อหาที่สร้างขึ้นเฉพาะแพลตฟอร์มตึกตอก.....	104



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

1.1.1 โควิด-19 และการรายงานข่าว

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ผ่านมาก่อให้เกิดความเสียหายในหลากหลายมิติ ผู้คนทั่วโลกต้องเผชิญกับผลกระทบอย่างร้ายแรงของโรคระบาดดังกล่าว โดยการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วงแรกเนื่องจากเป็นโรคติดต่อและโรคที่ยังไม่ทราบสาเหตุของการเกิดโรคอย่างแน่ชัด ซึ่งอาจแพร่ไปสู่ผู้อื่นได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง (กรมควบคุมโรค, 2558) มีการแพร่กระจายไปทั่วโลก (Pandemic) ก่อให้เกิดอาการเจ็บป่วยจนนำไปสู่อันตรายต่อชีวิตได้ ทำให้ผู้คนต่างต้องปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของตนให้ห่างไกลจากการติดเชื้อ รวมทั้งการปฏิบัติตามนโยบายการควบคุมโรคระบาดของรัฐบาลที่กำหนดอย่างเช่น การล็อกดาวน์ (การปิดเมือง) การรักษาระยะห่างทางสังคม และการกักตัว ซึ่งวิกฤติโรคระบาดที่เกิดขึ้นไม่เพียงแต่ก่อให้เกิดความกังวลใจและความสับสนต่อประชาชน อีกทั้งการปฏิบัติหน้าที่ของหน่วยงานรัฐบาลอย่างกระทรวงสาธารณสุขที่ไม่มี ความแม่นยำและความชัดเจนที่มากพอในการให้คำแนะนำรวมทั้งการออกนโยบายควบคุมดูแลโรคระบาดดังกล่าว (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2020) ทำให้เกิดการตั้งคำถามและวิพากษ์วิจารณ์ต่อการทำงานของรัฐบาล

ภายใต้ความไม่ชัดเจนของแนวทางการปฏิบัติที่เหมาะสมจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องผสมกับคุณลักษณะสำคัญของยุคดิจิทัลที่เปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านช่องทางอย่างสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างเสรี ทำให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการรับมือต่อสถานการณ์ระบาดเต็มไปด้วยข้อมูลแนวทางที่หลากหลายและมีการส่งต่อข้อมูลข่าวสารแบบไร้ระเบียบ ซึ่งข้อมูลบางประเภทอาจสร้างความเข้าใจผิดให้กับประชาชนในเรื่องของความถูกต้องและเที่ยงตรงของข้อมูลอย่างการแพร่กระจายของข้อมูลเท็จ (Fake News) ข้อมูลข่าวสารที่คลาดเคลื่อน และบิดเบือน (WHO, 2020) สร้างความสับสน ตื่นตระหนก หรือเพิ่มพฤติกรรมเสี่ยงต่อประชาชนที่ได้รับก่อให้เกิดความเสียหายทางด้านสุขภาพทั้งเชิงกายภาพและเชิงจิตใจ อันส่งผลกระทบต่อเนื่องไปสู่สังคมการเมืองการปกครอง และเศรษฐกิจ (ไซตริร์น ลิขนะพิชิตกุล, 2564)

ปรากฏการณ์ดังกล่าวไม่เพียงแต่ก่อให้เกิดความท้าทายต่อระบบสาธารณสุขที่อยู่ใต้การดูแลของหน่วยงานรัฐ อีกทั้งยังเป็นการตั้งข้อสังเกตหรือการทดสอบการทำงานของสื่อกระแสหลักต่าง ๆ ภายในสังคม เนื่องจากสื่อกระแสหลักมีหน้าที่ในตรวจสอบและนำเสนอข้อเท็จจริงแก่สังคม รวมทั้งการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารและการนำเสนอมุมมองที่ครบถ้วน การสร้างกรอบข่าวที่ชัดเจน ตลอดจนการสร้างความเข้าใจร่วมกันในสังคม โดยเฉพาะในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่มีข้อมูลข่าวสารออกมาเป็นจำนวนมากและมีการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็วบนโลกออนไลน์ จำเป็นต้องได้รับการตรวจสอบและการนำเสนอต่อสาธารณชนโดยด่วน (พรธรวดี ชัยกิจ และ สมุนทิพย์ จิตสว่าง, 2021) ทั้งนี้ ด้วยพฤติกรรมการเสพข่าวของผู้คนที่เปลี่ยนไปผสมกับอิทธิพลการขยายตัวของสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ทำให้สื่อกระแสหลักจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนช่องทางและวิธีการนำเสนอข่าวให้เป็นรูปแบบออนไลน์มากขึ้น เพื่อพัฒนารูปแบบการนำเสนอข่าวสารให้ก้าวทันและสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารได้มากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกันกับสำนักข่าวไทยรัฐที่มีการเปิดช่องทางในสื่อสังคมออนไลน์อย่างตึกตอก (TikTok) ในการนำเสนอข่าวและติดต่อสื่อสารกับผู้ชม ทำให้ข้อมูลข่าวสารนั้นได้ทั่วถึงมากขึ้น

1.1.2 ตึกตอกในฐานะช่องทางของการรายงานข่าว

แม้ว่าตึกตอก (TikTok) เป็นแพลตฟอร์มที่มีจุดประสงค์หลักเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เผยแพร่ต่อสาธารณะในวงกว้าง แต่ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ผู้คนต่างต้องเผชิญกับผลกระทบอันร้ายแรง เนื่องด้วยโรคดังกล่าวสามารถแพร่ไปสู่ผู้อื่นได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ก่อให้เกิดอาการเจ็บป่วยจนนำไปสู่อันตรายต่อชีวิตได้ ผู้คนจึงต้องปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของตนเองให้ห่างไกลจากการติดเชื้อ รวมถึงการปฏิบัติตามนโยบายการควบคุมโรคต่าง ๆ ของรัฐบาลที่กำหนด ไม่ว่าจะเป็นการล็อกดาวน์ (การปิดเมือง) การรักษาระยะห่างทางสังคม (Social distance) การทำงานที่บ้าน (Work from home) และการหลีกเลี่ยงสถานที่แออัด โดยจากรายงานของ Thailand Media Landscape (2022) พบว่าจำนวนผู้ใช้งานแพลตฟอร์มตึกตอกในปี 2565 ของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างมีนัยยะสำคัญ ซึ่งสถิติของผู้ใช้ตึกตอกในไทยตั้งแต่ปี 2563 ถึง ปี 2565 มีการเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ผู้คนต้องกักตัวที่บ้านมากขึ้นและขาดการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ส่งผลให้ผู้คนมีความต้องการที่จะแชร์และรับชมเนื้อหาเพื่อสร้างความสนุกสนานและคลายเครียด ฉะนั้น แพลตฟอร์มตึกตอกจึงกลายเป็นกระแสสังคม

จากการรายงาน “Digital News Report 2023” โดย Reuters (2023) พบว่าผู้คนเชื่อถือสื่อดั้งเดิมน้อยลง ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการรับข่าวมากขึ้น ในขณะที่ประเทศไทยเสฟข่าวจากดิจิทัลเป็นอันดับ 1 ของโลก ทั้งนี้ด้วยกระแสความนิยมของแพลตฟอร์มดิจิทัลในการนำเสนอข่าวสาร ทำให้สื่อกระแสหลักอย่างไทยรัฐเริ่มเข้ามาใช้เป็นช่องทางในการนำเสนอข่าว การติดต่อสื่อสาร การเก็บและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข่าวส่วนบุคคลที่เป็นผู้ใช้งานจริงบนดิจิทัลสำหรับเป็นประโยชน์ในการเผยแพร่เนื้อหาของรายการข่าวบนโทรทัศน์ การสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับรายงานข่าวในรูปแบบวิดีโอสั้น ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

ซึ่งในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ผู้คนต่างต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันโรค วิธีการรักษาสุขภาพ ทั้งมาตรการการดูแล และนโยบายการเยียวยาจากภาครัฐ ด้วยสื่อกระแสหลักมีทั้งทรัพยากรและบุคลากรที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร มีต้นทุนที่ดีในแง่ของความสำเร็จและความสามารถในการนำเสนอหรือรายงานสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาจสามารถสร้างความผูกพันและเข้าถึงผู้ชมรุ่นใหม่ได้มากขึ้น (สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2023) รวมถึงมีความได้เปรียบในตลาดการรายงานข่าวและการดึงดูดผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์ม จึงทำให้สื่อกระแสหลักได้หันมาใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวมากขึ้น

การรายงานข่าวบนแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของสาธารณชนในภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุข (Public Health Emergency) อย่างการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้อย่างรวดเร็ว (Yin, 2020) โดยการรายงานข่าวในรูปแบบคลิปวิดีโอสั้นความยาวประมาณ 3 นาทีสามารถใช้เทคนิคการนำเสนอข่าวอย่างสร้างสรรค์ อาศัยการแสดง การเปรียบเทียบ ภาพวาด และการเล่าเรื่องตลกขบขันผ่านภาษาที่เป็นกันเองเพื่อสร้างความใกล้ชิดและรู้สึกเป็นมิตรกับผู้ชม (สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2023) และนำใจความสำคัญของเรื่องมาเป็นจุดขาย ซึ่งจะแตกต่างจากการรายงานข่าวแบบสื่อเก่าที่ให้ความสำคัญกับลำดับของโครงสร้างและความสมบูรณ์ขององค์ประกอบในการเล่าเรื่องอย่าง ‘ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร’ หรือ ‘5W1H’ ทำให้การผลิตเนื้อหาได้อย่างรวดเร็วขึ้นโดยไม่ต้องผ่านกระบวนการที่ค่อนข้างยุ่งยาก ในข้อจำกัดด้านเวลาและการบริหารงาน รวมทั้งสามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหาตามโครงสร้างของกรอบข่าวที่ชัดเจนมากขึ้น

ในประเทศไทย ไทยรัฐนับว่าเป็นองค์กรข่าวประชาชนนิยมที่ได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วประเทศ มีประสบการณ์กว่า 68 ปี (กนกรัตน์ ศศิโรจน์, 2565) และยังเป็นสื่อกระแสหลักที่มีความโดดเด่นในแง่ของช่องทางและวิธีการนำเสนอข่าวที่หลากหลาย มีทั้งฉบับหนังสือพิมพ์ ช่องทีวี โทรทัศน์ เว็บไซต์ และบัญชีบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ โดยปัจจุบันสำนักข่าวไทยรัฐมี

นโยบายที่ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยขับเคลื่อนการสร้างสรรค์คอนเทนต์จากตัวอักษรไปสู่วิดีโอสั้น (Marketing Oops!, 2020) ได้เปิดบัญชีทางการ (Official account) บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกเมื่อเดือนมิถุนายน 2563 ที่ผ่านมา มีจำนวนผู้ติดตามมากกว่า 3.5 ล้านคน¹ ด้วยยอดวิวการรับชมเฉลี่ยอยู่ที่ 159,360 ครั้ง² (Newman, 2022) รวมทั้งมีการปล่อยคลิปวิดีโอมากกว่า 9164 คลิป³ ซึ่งถือเป็นสื่อกระแสหลักที่ได้รับความนิยมในแพลตฟอร์มดังกล่าว มีการนำเสนอข่าวทั้งในรูปแบบการตัดต่อจากรายการข่าวของช่องโทรทัศน์ และการสร้างสรรค์เนื้อหาเฉพาะบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ผ่านมาทางไทยรัฐได้มีการสร้างสรรค์และเผยแพร่คลิปวิดีโอที่เกี่ยวข้องกับโรคระบาดโควิด-19 เป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นการให้ความรู้และวิธีการป้องกันตัวจากโรคระบาดแก่ประชาชน ดังนั้น การศึกษาสำนักข่าวไทยรัฐสำหรับการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจ และผลการวิจัยจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการทราบถึงความต้องการข้อมูลข่าวสารของประชาชนและการพิจารณาการออกแบบจัดการเนื้อหาข้อมูลข่าวสารในรูปแบบวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกในอนาคต

1.2 ปัญหาการวิจัย

1. การรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของไทยรัฐมีเนื้อหา รูปแบบและหน้าตาที่อย่างไร
2. สำนักข่าวไทยรัฐกำหนดแนวทางของการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกอย่างไร

¹ thairath_news. สืบค้น 25 มีนาคม 2566, จาก https://www.tiktok.com/@thairath_news.

² การวิเคราะห์ข้อมูลจากเนื้อหาล่าสุด 50 คลิประหว่างวันที่ 7 พฤศจิกายน 2022 ถึง วันที่ 18 พฤศจิกายน 2022, โดย Reuters Institute, University of Oxford, สืบค้นจาก <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/how-publishers-are-learning-create-and-distribute-news-tiktok>.

³ Social blade. สืบค้น 25 มีนาคม 2566, จาก https://socialblade.com/tiktok/user/thairath_news.

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเนื้อหา รูปแบบและหน้าที่ของการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของประเทศไทยรัฐ
2. เพื่อศึกษาแนวทางของการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของประเทศไทยรัฐ

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกวิเคราะห์เนื้อหาที่เก็บจากบัญชีทางการ (Official account) ของสำนักข่าวไทยรัฐ บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 โดยใช้คำสำคัญข้างต้นในการค้นหาเนื้อหาของสำนักข่าวไทยรัฐบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกโดยกำหนดขอบเขตเวลาที่ทำการวิจัย 2 ปี (ระหว่างวันที่ 2 มิถุนายน 2563 – 30 กันยายน 2565) นับตั้งแต่รัฐบาลไทยประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน และการบังคับใช้ พ.ร.ก. ฉุกเฉินเพื่อคุมโรคโควิด-19 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทั่วโลก อ้างถึงการประกาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 26 มี.ค. 2563 จนถึง กระทรวงสาธารณสุขออกประกาศ 1 ต.ค. 65 เป็นต้นไป ยกเลิกโควิด-19 จากการเป็นโรคติดต่ออันตราย และกำหนดให้เป็นโรคติดต่อที่ต้องเฝ้าระวัง ขณะเดียวกันทางสำนักข่าวไทยรัฐมีการเผยแพร่คลิปวิดีโอครั้งแรกเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2563 ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาเนื้อหาในช่วงเวลาดังกล่าว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ **CHULALONGKORN UNIVERSITY**

1. โควิด-19 หมายถึง เชื้อไวรัสโคโรนา-2019 ที่เป็นกลุ่มไวรัสขนาดใหญ่ เซลล์ไวรัสลักษณะกลมและมีปุ่มยื่นออกมาคล้ายมงกุฎ พบได้ทั้งในคนและสัตว์หลากหลายชนิด โดยองค์การอนามัยโลก (WHO) เป็นผู้ตั้งชื่อไวรัสอุบัติใหม่ในกลุ่มไวรัสโคโรนาว่าโควิด-19 และประกาศให้เป็นโรคระบาดระดับ Pandemic ซึ่งเป็นลักษณะการระบาดของโรคที่แพร่กระจายไปทั่วโลก
2. แพลตฟอร์มติ๊กต็อก (TikTok) หมายถึง แพลตฟอร์มที่เน้นรูปแบบวิดีโอสั้นความยาวประมาณ 60 วินาที ซึ่งผู้ใช้งานสามารถผลิตเนื้อหาของตนและรับชมเนื้อหาประเภทอื่น ๆ ได้ มีเครื่องมือที่อำนวยความสะดวกในการออกแบบวิดีโอสั้นภายในแอปพลิเคชัน

3. ไทยรัฐ หมายถึง สำนักข่าวที่ดำเนินธุรกิจสื่อในหลากหลายรูปแบบ มีทั้งหนังสือพิมพ์ ช่องทีวี โทรทัศน์ เว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์ และการรายงานข่าวบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ โดยในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะการรายงานบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ดิจิทัลของไทยรัฐ
4. การสื่อสารข่าวสุขภาพ หมายถึง การสื่อสารในการรายงานสุขภาพ เพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ สนใจ ตระหนัก เกิดการเรียนรู้ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อการป้องกันโรคที่เกิดจากการระบาด
5. แนวทาง หมายถึง วิธีการปฏิบัติที่วางไว้เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารข่าวสุขภาพเกี่ยวกับโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ตัวอย่างเช่น การให้ข่าวสาร (To Inform) การชักจูงใจ (To Persuade) และการให้ความรู้ (To Educate)
6. เนื้อหา หมายถึง เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่นำเสนอในรูปแบบคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัล
7. รูปแบบ หมายถึง ลักษณะที่กำหนดขึ้นเป็นหลักของคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มดิจิทัลแต่ละประเภทเกี่ยวกับโควิด-19 เช่น การสร้างความผูกพัน การให้ข้อมูลข่าวสารผ่านบันเทิง สาระสนทนา และการสื่อสารสุขภาพ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. พัฒนาแนวคิด หรือ หากกลยุทธ์การรายงานข่าวสุขภาพของสื่อกระแสหลักบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ส่งเสริมบทบาทหน้าที่ของสื่อสังคมออนไลน์เช่นดิจิทัลในการสื่อสารข่าวสุขภาพ
3. ประยุกต์ใช้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรายงานข่าวสุขภาพบนแพลตฟอร์มดิจิทัลไป ปรับใช้ในภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ” เป็นการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ทางสำนักข่าวไทยรัฐนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการสื่อสารข่าวสารสุขภาพของโควิด-19 โดยเน้นศึกษาเนื้อหาหลัก (Theme) ของแต่ละคลิปวิดีโอที่เกี่ยวข้องในมิติต่าง ๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งคำถามว่าการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของสำนักข่าวไทยรัฐมีเนื้อหา รูปแบบและหน้าตาอย่างไร และทางสำนักข่าวไทยรัฐกำหนดแนวทางการสื่อข่าวในการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัล อย่างไร

ผู้วิจัยจึงได้อาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อมาเป็นกรอบในการศึกษา วิเคราะห์ และอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

- 2.1 แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)
- 2.2 ความรู้เกี่ยวกับแพลตฟอร์มดิจิทัล
- 2.3 แนวคิดการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) และการปรับตัวขององค์กร
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการรายงานข่าวออนไลน์
- 2.5 ทฤษฎีกระบวนการสร้างกรอบข่าว (News Framing)
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication)
- 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับบันเทิงสารสนเทศ (Infotainment)

2.1 แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือ เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผู้คนในสังคมซึ่งสามารถสร้างสรรค์ เผยแพร่ และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของตน ตลอดจนเกิดปฏิสัมพันธ์กันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดย Mayfield (2008) ได้เสนอคุณลักษณะสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ไว้เป็น

5 ประการ ได้แก่ (1) ก่อเกิดการมีส่วนร่วม (Participation) ระหว่างผู้คน กล่าวคือ สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่สนับสนุนให้เกิดการให้ข้อมูล แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ผู้ใช้งานต่างเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ในกระบวนการสื่อสารสองทาง (2) การเปิดกว้าง (Openness) สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) ที่เปิดกว้างให้แก่ผู้คนในสังคม ซึ่งทุกคนสามารถแสดงตัวตน ความเห็น ความรู้สึกหรือแม้กระทั่งคำวิพากษ์วิจารณ์ต่อปรากฏการณ์ทางสังคมได้อย่างเสรี (3) การสนทนาแบบสองทาง (Conversation) สื่อสังคมออนไลน์เปลี่ยนแปลงสื่อเดิมที่แพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว (one-to-many) เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two-way) กล่าวคือ สื่อสังคมออนไลน์มีรูปแบบการสนทนาที่มีผู้อื่นเข้าร่วมได้หลาย ๆ คน ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มพูดคุยในเรื่องที่สนใจร่วมกัน ทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมหรือแก้ไขเนื้อหาได้ (4) ก่อเกิดชุมชนออนไลน์ (Community) สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้เกิดการติดต่อสื่อสารและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ๆ เพื่อการส่งข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ สอบถาม ติดตามข้อมูล และการนัดหมายประสานงาน ทำให้ผู้ที่มีความสนใจในเรื่องราวที่คล้ายคลึงกันสามารถรวมตัวกันเป็นชุมชนได้ และ (5) ก่อเกิดการเชื่อมโยงกัน (Connectedness) สื่อสังคมออนไลน์เป็นตัวกลางที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตนำไปใช้เพื่อการแบ่งปันข้อมูล ทำให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้สามารถเผยแพร่ไปสู่ผู้อื่นในสังคม ทำให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างกันจนเกิดเป็นความผูกพันในรูปลักษณะต่าง ๆ ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนิสา ประวิชัย (2560) ได้ให้คำนิยามของ สื่อสังคมออนไลน์ ว่าหมายถึง สื่อดิจิทัลที่ใช้เป็นเครื่องมือในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Tool) อาจเป็นได้ทั้งในรูปแบบการให้บริการผ่านเว็บไซต์และโปรแกรมที่เชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้งานทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหาขึ้นเองในรูปแบบของข้อมูล รูปภาพ และเสียง ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงลักษณะของการสื่อสารจากแนวตั้ง (Vertical Communication) มาสู่การสื่อสารแนวนอน (Horizontal Communication) มากขึ้น

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าระบบอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะเทคโนโลยีเว็บ 2.0 เป็นแรงผลักดันให้ผู้ใช้ต่างมีพื้นที่ในการสร้างสรรค์และแลกเปลี่ยนเนื้อหาที่ตนสร้างขึ้น (Kaplan & Haenlein, 2010) ซึ่งแต่ละบุคคลอาจมีความชื่นชอบ ความคิดเห็น ประสบการณ์ หรือแม้กระทั่งลักษณะการปฏิสัมพันธ์เชิงสังคมที่แตกต่างกัน ก่อให้เกิดความแตกต่างในการตัดสินใจหรือพฤติกรรมในการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทที่ต่างกัน (Cao, 2011) โดย Williamson (2013) ได้พิจารณาถึงปัจจัยการ

พัฒนาของระบบสารสนเทศด้านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อย่าง แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก และโทรศัพท์มือถือที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตและก่อให้เกิดการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างไร้ขีดจำกัด อีกทั้งสื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นพื้นที่อิสระสำหรับบุคคลทั่วไปนิยมใช้เพื่อความบันเทิง การสร้างประสบการณ์ การสนทนา และการมีปฏิสัมพันธ์กัน ฉะนั้น หากพิจารณาสื่อสังคมออนไลน์ในแง่ที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร และความสามารถในการสร้างสรรค์เพิ่มเติมเนื้อหาสามารถแบ่งประเภทได้ดังตารางต่อไปนี้

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์	คำอธิบาย	ตัวอย่าง
เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social networking site)	เป็นเว็บไซต์ที่บุคคลหรือหน่วยงานสามารถสร้างสรรค์และปรับเปลี่ยนข้อมูล เผยแพร่รูปภาพ และวิดีโอ โดยที่บุคคลอื่นสามารถเข้ามาแสดงความความคิดเห็นเพิ่มเติม หรือส่งต่อเผยแพร่และโต้ตอบการสนทนาได้	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Google+ • LinkedIn
ไมโครบล็อก (Micro-blog)	เป็นเว็บไซต์ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูล หรือข้อความสั้นในเรื่องที่สนใจเฉพาะด้าน รวมทั้งยังสามารถใช้เครื่องหมาย # (hashtag) เพื่อเชื่อมต่อกับกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน	<ul style="list-style-type: none"> • Twitter • Branch • Weibo
เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and photo sharing website)	เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถอัปโหลดและดาวน์โหลดข้อมูลในลักษณะที่เป็นรูปภาพ หรือวิดีโอเพื่อแบ่งปันแก่ผู้อื่น	<ul style="list-style-type: none"> • Flickr • Youtube • TikTok
บล็อก ส่วนบุคคลและองค์กร (Personal and corporate blogs)	เป็นเว็บไซต์ที่ผู้เขียนบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ ผ่านการเขียนบทความ เสมือนเป็นบันทึกไดอารี่ออนไลน์ โดย	<ul style="list-style-type: none"> • Blongger • Tumblr

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์	คำอธิบาย	ตัวอย่าง
	สามารถเขียนในลักษณะไม่เป็นทางการและปรับปรุงแก้ไขได้ ซึ่งบล็อกสามารถใช้ได้ทั้งส่วนบุคคลและกลุ่มองค์กร	<ul style="list-style-type: none"> • Wordpress
บล็อกที่มีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นเจ้าของเว็บไซต์ (Blogs hosted by media outlet)	เป็นเว็บไซต์ที่ใช้ในการนำเสนอข่าวสารออนไลน์ของสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีความเป็นทางการน้อยกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ แต่มีรูปแบบและความเป็นทางการมากกว่าบล็อก	<ul style="list-style-type: none"> • CommentIsFree • (The Guardian Newspaper)
วิกิ และพื้นที่สาธารณะของกลุ่ม (Wiki and online collaborative space)	เป็นเว็บไซต์ที่เป็นพื้นที่สาธารณะออนไลน์ เพื่อรวบรวมข้อมูล ความรู้ และเอกสาร โดยข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ สามารถถูกแก้ไขและปรับปรุงได้	<ul style="list-style-type: none"> • Wikipedia • Baidu Baike
เวทีแสดงความคิดเห็น (Forums, discussion boards and groups)	เป็นเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้ผู้คนที่มีความสนใจร่วมกันในประเด็นต่าง ๆ สามารถเข้ามาพูดคุยกัน และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน	<ul style="list-style-type: none"> • Google Groups • Yahoo Groups • Pantip
เกมออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน (Online multiplayer gaming platform)	เป็นเว็บไซต์ที่เสนอรูปแบบการเล่น เกม ออนไลน์ ผ่าน เครือข่าย อินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ใช้งานสามารถสื่อสารระหว่างกันในโลกเสมือนจริง	<ul style="list-style-type: none"> • Second Life • World of Warcraft
ข้อความสั้น (Instant messaging)	การรับส่งข้อความสั้นจากมือถือ	<ul style="list-style-type: none"> • SMS (Short message service)

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์	คำอธิบาย	ตัวอย่าง
การแสดงตนว่าอยู่ ณ สถานที่ใด (Geo-spatial tagging)	เป็นการแสดงตำแหน่งที่อยู่พร้อม ความเห็น และรูปภาพในสื่อสังคมออนไลน์	<ul style="list-style-type: none"> Facebook Foursquare

ตารางที่ 1 การจัดประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ คัดลอกจาก “Social Media Guidelines for Parliaments” (Andy Williamson, 2013)

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาครอบคลุมการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในหลากหลายมิติ โดยเฉพาะในด้านการรายงานข่าว ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ได้ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมการสื่อสารใหม่ ๆ ทำให้ผู้สื่อข่าวสามารถรับข้อมูลผ่านอุปกรณ์เทคโนโลยีที่หลากหลาย (พัชรภา อี้ออมรวนิช, 2018) ผู้คนต่างมีเสรีภาพในการเผยแพร่และเลือกรับข่าวสารได้มากขึ้น โดยมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ (Interactivity) แสดงความคิดเห็นที่มีต่อข่าวต่าง ๆ ได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น (ชนิดา รอดใหญ่, 2019) ส่งผลให้สื่อดั้งเดิมอย่างวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนช่องทางและวิธีการนำเสนอข่าวบนสื่อสังคมออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในยุคดิจิทัล ซึ่งเห็นได้ชัดจากการที่สื่อกระแสหลักได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบในการนำเสนอประเด็นต่าง ๆ ภายในสังคมเป็นรูปแบบออนไลน์มากขึ้น (Shen, 2016) อาทิ Facebook Instagram และ TikTok

แพลตฟอร์มติ๊กต็อกเป็นสื่อสังคมออนไลน์ประเภทที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and photo sharing) ปัจจุบันเป็นหนึ่งในแอปพลิเคชันยอดนิยมที่มีการเติบโตเร็วที่สุดในโลก ด้วยเทคโนโลยีอย่างระบบอัลกอริทึมที่นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอสั้นแบบไม่รู้จบ ทำให้ผู้คนเกิดพฤติกรรมการเสพติดการใช้งานแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทางแพลตฟอร์มติ๊กต็อกได้เปลี่ยนภาพลักษณ์ของแอปพลิเคชันที่เต็มไปด้วยคลิปตลกขบขัน และคอนเทนต์เบาสมองให้ผู้คนได้เล่นโทรศัพท์ในเวลาว่าง ไปสู่แพลตฟอร์มที่นำเสนอเรื่องราวมีสาระและประเด็นต่าง ๆ ที่มีความสำคัญเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อีกทั้งฟีเจอร์ของแอปพลิเคชันที่อนุญาตให้ผู้ใช้งานสามารถอัปโหลดวิดีโอที่มีความยาวมากกว่าเดิมและไลฟ์สตรีม ทำให้สำนักข่าวต่าง ๆ ทั้งในไทยและต่างประเทศ สนใจใช้ติ๊กต็อกเป็นช่องทางสื่อข่าวและสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้คนให้กว้างขวางขึ้น โดยเฉพาะการขยายฐานคนดูไปสู่คนรุ่นใหม่ที่ใช้แอปพลิเคชันนี้อย่างแพร่หลาย (สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2023)

2.2 ความรู้เกี่ยวกับแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

ติ๊กต็อก (TikTok) หรือ Douyin (抖音) เป็นแอปพลิเคชันสัญชาติจีน ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2559 ในประเทศจีนโดย ByteDance เป็นแพลตฟอร์มสำหรับสร้างสรรค์คลิปวิดีโอสั้น (Short Video) ความยาวประมาณ 15 – 60 วินาที ผู้ใช้งานติ๊กต็อกสามารถผลิต ตัดต่อรวมถึงสามารถเลือกใช้เพลงประกอบ เอฟเฟกต์ หรือลูกเล่นต่าง ๆ เพื่อสร้างสรรค์และเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้อย่างอิสระในตัวแอปพลิเคชัน โดยไม่ยึดติดกับสังคมออนไลน์รูปแบบเดิม (Ethan Bresnick, 2019) ทำให้ผู้ด้อยโอกาส หรือผู้ที่ไม่มีทักษะในการการสื่อสารผ่านตัวอักษร (Text) สามารถถ่ายทอดความคิดเห็น ความรู้สึกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ตลอดจนสร้างพลังระดับบุคคล (Self empowerment) แก่ตนได้ (Yong, Xin, 2022) ซึ่งแตกต่างจากแอปพลิเคชันอื่น ๆ เช่น Reels ของเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ Story ของอินสตาแกรม (Instagram) ขณะเดียวกันติ๊กต็อกยังเป็นแอปพลิเคชันรูปแบบวิดีโอสั้นแรกที่น่าเทคโนโลยีระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) และระบบที่สามารถเรียนรู้ได้จากตัวอย่างด้วยตนเอง (Machine Learning) เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะความชอบและความสนใจของผู้ใช้งาน เพื่อเป็นการแนะนำคอนเทนต์ที่ตอบโจทย์ความต้องการมากที่สุดของผู้ใช้งานแต่ละคนโดยเฉพาะ ซึ่งแสดงผลอยู่บนหน้า For Your Page (FYP) หรือหน้าฟีดของแอปพลิเคชัน นอกจากนี้ ยังมีฟังก์ชันการกดไลก์ (Like) การแบ่งปัน (Share) การแสดงความคิดเห็น (Comment) เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ใช้งาน รวมถึงการแชร์วิดีโอต่อกันเรื่อย ๆ ผ่านการใส่แฮชแท็ก (Hashtags) เพื่อสร้างความผูกพันกับผู้ใช้งาน (Engagement) ตลอดจนกลไกในการเผยแพร่วิดีโออย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน โดยไม่คำนึงถึงจำนวนผู้ติดตาม (Follower) (Zea Qiyang and Heekyoung Jung, 2019) ทำให้แอปพลิเคชันติ๊กต็อกเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปี 2022 (Techcrunch, 2022) และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันมีผู้ใช้งานมากกว่า 1,600 ล้านบัญชีทั่วโลก (We are Social, 2023)⁴ โดย Peng (2019) ได้สรุปคุณลักษณะสำคัญของเนื้อหาบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกไว้เป็น 4 ประการ ได้แก่ (1) ความสมจริง (Realistic) ในการเล่าเรื่อง ที่ผู้ใช้งานเป็นทั้งผู้กำหนดประเด็นของเรื่องราวและผู้ถ่ายทำคลิปวิดีโอ ทำให้เนื้อหาเป็นธรรมชาติ (2) การเน้นความผูกพันระหว่างมนุษย์เพื่อสร้างความคุ้นเคย ความใกล้ชิดกับผู้อื่น ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วม (3) การใช้เสียงประกอบ (Background Music) ที่เหมาะสมกับเนื้อหา ทำให้สามารถถ่ายทอดความรู้สึก อารมณ์ได้

⁴ We Are Social, (2023). THE CHANGING WORLD OF DIGITAL IN 2023.

<https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>.

อย่างมีประสิทธิภาพ และ (4) การเน้นวิดีโอแนวตั้ง โดยผู้ใช้งานส่วนใหญ่รับชมเนื้อหาผ่านโทรศัพท์มือถือ ทำให้การถ่ายทำวิดีโอแบบแนวตั้งสามารถใช้พื้นที่ของหน้าจอได้มากขึ้นและอำนวยความสะดวกในการรับชมแก่ผู้คน

การสื่อสารผ่านวิดีโอสั้นจากแพลตฟอร์มติ๊กต็อกยังได้รับความสนใจจากหลายภาคส่วนในสังคม ไม่เพียงแต่ประชาชนทั่วไปหรือผู้ใช้งานเองมีรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ใหม่ที่สามารถแสดงออกทางความรู้สึก อารมณ์ ทักษะ และความเป็นเอกลักษณ์ของตนได้มากขึ้น อีกทั้งความเรียบง่ายในการใช้งานของแพลตฟอร์มยังเอื้อต่อการบันทึก (Capture) เรื่องราว การผลิตและสร้างสรรค์ (Produce) เนื้อหา และยังสามารถเผยแพร่ (Share) ไปสู่วงกว้างได้อย่างรวดเร็ว (Zhang, Wang, Xu, 2014) ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อของคนรุ่นใหม่ที่เน้นสั้น กระชับและเข้าใจได้อย่างง่ายในการนำเสนอข่าวสาร จึงได้รับความนิยม ขณะเดียวกันสื่อมวลชนต่างหรือแม้กระทั่งสื่อกระแสหลักก็ได้เข้ามาใช้พื้นที่ตรงนี้ให้เป็นช่องทางใหม่ทั้งในการติดต่อสื่อสารกับผู้คนในสังคม การเก็บและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข่าวส่วนบุคคลที่เป็นผู้ใช้งานติ๊กต็อกจริง การเผยแพร่เนื้อหาของรายการข่าวบนทีวีโทรทัศน์ การสร้างสรรค์เนื้อหาการรายงานข่าวในรูปแบบวิดีโอสั้นเฉพาะบนแพลตฟอร์ม ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรเอง (Peng, 2019)

อย่างไรก็ดี การรายงานข่าวบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกนั้นยังมีตัวชี้วัดสำคัญสำหรับสำนักข่าวต่าง ๆ ในการวางกรอบข่าวและจัดประเด็นจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพื่อนำเสนอต่อสาธารณชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากข้อมูล (data) ของตัวผู้ใช้งานโดยตรง อันประกอบด้วย (1) จำนวนผู้ติดตาม ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการดึงดูดผู้ที่มีความสนใจ (2) ยอดวิว ที่เป็นตัวชี้วัดมาตรฐานในการประเมินคุณภาพของแต่ละคลิป (3) อัตราการชมวิดีโอจนจบ (Complete rate) ที่อัตราส่วนที่ดีควรมากกว่าร้อยละ 60 ของวิดีโอที่มีความยาว 1 นาที และ (4) ยอดไลค์ คอมเมนต์ และการแชร์ ซึ่งเชื่อว่าเป็นสิ่งที่อัลกอริทึม (Algorithm) ใช้จับสัญญาณความไวรัล (Viral) ที่วิดีโอหนึ่ง ยังมียอดเหล่านี้มากเท่าไร ก็ยิ่งมีความเหมาะสมในการแสดงคลิปดังกล่าวให้ผู้อื่นมากเท่านั้น (Newman, 2022) ซึ่งในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้งานโดยตรงจะช่วยให้สำนักข่าวต่าง ๆ ได้ทราบถึงความต้องการของประชาชนที่มีต่อเนื้อหาข้อมูล รวมถึงการจัดลำดับการนำเสนอ การวางกรอบข่าว การลดและเพิ่มเติมเนื้อหาข่าว

การใช้ติ๊กต็อกในการสื่อข่าวสอดคล้องกับพฤติกรรมกรรับรู้ข่าวสารของผู้คนที่เปลี่ยนไปในยุคดิจิทัล อันได้รับผลจากการพัฒนาของระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรมการสื่อสารใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นทุกคนสามารถรับชมข่าวสารผ่านอุปกรณ์เทคโนโลยีที่หลากหลายอย่างโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต และ

โน้ตบุ๊คได้อย่างไร้ขีดจำกัด อีกทั้งผู้ใช้งานเองก็สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาของตน (User-generated Content) ในลักษณะการให้ข้อมูลข่าวสาร การแบ่งปันประสบการณ์ การแสดงความคิดเห็น และการถ่ายทำวิดีโอประกอบการเล่าเรื่อง ซึ่งประชาชนทั่วไปที่ไม่ได้เป็นนักข่าวอาชีพ ก็สามารถรายงานเหตุการณ์ที่พบเจอ และสามารถรายงานบนแพลตฟอร์มที่ติดต่อกันได้ง่าย จนทำให้สื่อกระแสหลักหรือสื่ออาชีพจำเป็นต้องตระหนักถึงปัจจัยด้านการสร้างเนื้อหาและการมีส่วนร่วมกับผู้ชมมากขึ้นบนแพลตฟอร์มดังกล่าว

จากการศึกษาของ Yin (2020) เรื่อง “Research on video news operation of People’s Daily’s TikTok” ได้กล่าวถึงการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการนำเสนอข่าวของสำนักข่าวหนังสือพิมพ์ People’s Daily บนแพลตฟอร์มที่ติดต่อกันโดยพิจารณาจากปัจจัยการเข้ามาของเทคโนโลยีต่าง ๆ ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมกรรมการสื่อข่าวของผู้คน จากอดีตที่อ่านข่าวผ่านข้อความบนหนังสือพิมพ์สู่ปัจจุบันที่การรับข่าวสารทำได้ผ่านการรับชมบนแพลตฟอร์มคลิปวิดีโอ ซึ่งได้ข่าวสารจำนวนมากในเวลาไม่กี่วินาที และตัวเนื้อหาสาระกระชับ เข้าใจง่าย จึงได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ในขณะที่สำนักข่าวหนังสือพิมพ์ประสบปัญหาทั้งข้อจำกัดของช่องทางและรูปแบบในการนำเสนอที่ไม่หลากหลาย ทำให้สูญเสียกลุ่มผู้สื่อข่าวรุ่นใหม่ที่เคยโตมาพร้อมกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ดังนั้น การใช้แพลตฟอร์มที่ติดต่อกันประกอบการรายงานข่าวจึงเป็นการเปิดโอกาสให้สำนักข่าวหนังสือพิมพ์สามารถนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่หลากหลายขึ้น และยังสามารถขยายฐานไปสู่ผู้สื่อข่าวรุ่นใหม่ได้มากขึ้น

นอกจากนี้ ผู้รับสารและผู้ส่งสารยังสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์แบบเรียลไทม์ (Real time) บนแพลตฟอร์มที่ติดต่อกันผ่านการแสดงความคิดเห็น การกดไลค์ การแชร์ และการฟอร์เวิร์ดเนื้อหาผ่านการใส่แฮชแท็ก (Hashtags) ไปยังแพลตฟอร์มอื่น ๆ ประกอบกับการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาแบบไม่มีศูนย์กลาง (Decentralization) ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ในเวลาเดียวกัน มีส่วนร่วมและแรงจูงใจในการเผยแพร่ข่าวได้มากขึ้น ตลอดจนเนื้อหาที่อาจเกิดเป็นกระแสในสังคมได้ ซึ่งในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ผู้ใช้งานต่างสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้วยตัวเองและเผยแพร่ไปสู่วงกว้างได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ข่าวสารนั้นแพร่กระจายออกไปในเวลาอันสั้น

ในขณะเดียวกันจากการศึกษาของ Zang (2021) เรื่อง “Research on short video report of COVID-19 epidemic of CCTV News” ได้วิเคราะห์ทั้งลักษณะของเนื้อหา มุมมองในการเล่าเรื่อง และบทบาทหน้าที่ของการรายงานข่าวเกี่ยวกับโควิด-19 ของสำนักข่าว CCTV บนแพลตฟอร์ม ที่ติดต่อกันพบว่า เมื่อเกิดภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขอย่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของ

โรคโควิด-19 ทำให้สื่อกระแสหลักอย่างสถานีวิทยุโทรทัศน์กลางแห่งประเทศไทย (China Central Television: CCTV) ได้เข้ามาใช้พื้นที่ของแพลตฟอร์มติ๊กต็อกเป็นศูนย์กลางในการส่งต่อข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ผ่านการเล่าเรื่องราวต่าง ๆ อันสะท้อนถึงความสัมพันธ์ที่อบอุ่นใจระหว่างผู้ป่วยโควิด-19 และบุคลากรทางการแพทย์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งของสุขภาพจิตและให้ความมั่นใจแก่ประชาชนทั่วไป ซึ่งเป็นรูปแบบการรายงานข่าวเฉพาะที่เจาะจงจุดสำคัญต่าง ๆ ที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้คนได้ในเวลา 3 วินาทีแรก เนื่องจากสื่อกระแสหลักมีบทบาทสำคัญในการส่งต่อความรู้ ข้อเสนอแนะ รวมถึงวิธีการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินที่เกิดขึ้นในสังคม ตลอดจนเกิดความเข้าใจร่วมกันที่เป็น มติมหาชน (Public opinion) ได้

การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบและสร้างความเสียหายในหลากหลายมิติ การดำเนินกิจกรรมทุกอย่างต้องหยุดชะงัก ผู้คนต้องอาศัยอยู่บ้านมากขึ้นและปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การดำเนินชีวิตให้เป็นรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่เน้นการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นแรงผลักดันให้ผู้คนนิยมใช้แพลตฟอร์มติ๊กต็อกมากขึ้นในการรับชมและสร้างสรรค์เนื้อหา รวมถึงใช้เป็นเครื่องมือในการติดตามและการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโควิด-19

2.3 แนวคิดการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) และการปรับตัวขององค์กร

การหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) คือ การนำเทคโนโลยีในรูปแบบที่หลากหลายมาผสมผสานเข้าด้วยกัน ซึ่งอดีตอุปกรณ์ที่ตอบสนองความสะดวกสบายต่างทำงานเพียงเพื่อตอบสนองหน้าที่ของตน เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ จะเป็นแค่โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกัน (พินดา สายประดิษฐ์, 2549) แต่ปัจจุบันด้วยการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลากหลายมิติ ทำให้เทคโนโลยีต่าง ๆ สามารถนำมาใช้งานร่วมกันและเกิดการหลอมรวมการบริการเข้าด้วยกันได้ เช่น การหลอมรวมเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสื่อสารมวลชนทั้งโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สื่อบันเทิง เพลง เข้าด้วยกัน กลายเป็นสื่อใหม่ (New Media) ที่ไม่มีข้อจำกัดทั้งด้านเวลา และสถานที่ และผู้ใช้งานสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหา รวมทั้งสามารถกำหนดเนื้อหาในรูปแบบการใช้ประโยชน์ด้วยตัวเองผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ (สุภารักษ์ จูตระกูล, 2557)

Straubhaar & LaRose (2000) ได้ให้ความหมายของการหลอมรวมสื่อว่า หมายถึง การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วไปสู่ยุคสังคมสารสนเทศ (Information Society) เนื่องด้วยความก้าวหน้า

ของเครือข่ายคอมพิวเตอร์และระบบการสื่อสารโทรคมนาคม ก่อให้เกิดการผสมผสานหรือการหลอมรวมกันของสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งวิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ โทรศัพท์ และคอมพิวเตอร์ จึงไม่สามารถแบ่งแยกความแตกต่างของสื่อเหล่านี้ได้อีกต่อไป

การเกิดขึ้นของระบบอินเทอร์เน็ตนับได้ว่าเป็นแรงผลักดันให้สื่อต่าง ๆ รวมตัวกันได้ เนื่องจากทำให้หลายเครือข่ายสามารถเชื่อมต่อกับเครื่องคอมพิวเตอร์ที่กระจายทั่วโลก ก่อให้เกิดการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้อื่นได้อย่างไร้ขีดจำกัด อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้เข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ทั้งในลักษณะที่เป็นรูปภาพและตัวอักษร (Text) ที่อยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นได้ในเว็ลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web) โดย ประณมาภรณ์ เครื่องงาม (2556) ได้อธิบายบทบาทและการเข้ามาของระบบอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลให้เกิดการหลอมรวม (Convergence) ในหลากหลายมิติของสังคม ดังนี้

- (1) การหลอมรวมทางเทคโนโลยี (Converging Technologies) ซึ่งเทคโนโลยีการสื่อสารกำลังผสมผสานกลมกลืนกันอย่างรวดเร็ว เพื่อก้าวไปสู่ความเป็นสื่อในยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ เช่น ระบบเครือข่ายสาธารณะทางไกล หนังสือนิตยสารออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ฉบับดิจิทัล
- (2) การรวมตัวกันของธุรกิจอุตสาหกรรม (Converging Industries) อุตสาหกรรมที่ผลิตและให้บริการในระบบสายโทรศัพท์ เครื่องคอมพิวเตอร์ สายเคเบิลทีวี และองค์กรธุรกิจสื่อกำลังรวมตัวกันเพื่อหาหุ้นส่วนเพิ่ม และมีจุดประสงค์เพื่อเสริมสร้างอำนาจในการควบคุมสื่อมวลชน เช่น การควบรวมของบริษัท AT&T และบริษัท Tele-Communications (TCI)
- (3) การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิต (Changing Lifestyle) เมื่อสื่อคอมพิวเตอร์ได้เข้ามาและมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในชีวิตของคน ทำให้รูปแบบการบริโภคสื่อเปลี่ยนแปลงไปด้วย เช่น การสร้างบุคลิกภาพใหม่ ๆ การสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น และการสร้างวัฒนธรรมใหม่บนสื่ออินเทอร์เน็ต
- (4) การเปลี่ยนแปลงในการประกอบอาชีพ (Changing Careers) การหลอมรวมสื่อทำให้ผู้ที่ประกอบอาชีพในด้านสื่ออย่างอาชีพในวงการสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อโฆษณา สื่อโทรทัศน์ และธุรกิจที่เกิดขึ้นบนสื่อคอมพิวเตอร์ จำเป็นต้องพัฒนาทักษะต่าง ๆ ให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความชำนาญเฉพาะในสื่อ นั้น ๆ
- (5) การเปลี่ยนแปลงประเด็นทางสังคม (Shifting Social Issues) การหลอมรวมสื่อได้ ก่อให้เกิดประเด็นทางสังคม ซึ่งประเด็นเหล่านี้จะถูกเผยแพร่ต่อสาธารณชน ทุกคน

สามารถเข้าถึงได้โดยผ่านอินเทอร์เน็ต อาจส่งผลต่อการรักษาความปลอดภัยทั้งข้อมูล ข่าวสารและกลุ่มผู้ใช้งานเอง

- (6) การหลอมรวมสื่อในงานข่าว (Convergence Journalism) การเกิดขึ้นของสื่อดิจิทัล และสื่อใหม่ ทำให้กระบวนการทำข่าวในปัจจุบันต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำข่าว ตั้งแต่การปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการการผลิตและการเผยแพร่ข่าวสารแบบหลอมรวม สื่อ เพื่อให้การเผยแพร่ข่าวสารมีประสิทธิภาพสูงสุด และยังคงเพิ่มช่องทางการสื่อสาร ให้มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร

ปรากฏการณ์การหลอมรวมสื่อที่เกิดขึ้นนั้น ทำให้องค์กรข่าวต่างต้องปรับเปลี่ยนทั้ง วัฒนธรรมองค์กร โครงสร้างองค์กร และกระบวนการทำงานภายในองค์กร รวมไปถึงการปรับเปลี่ยน การกำหนดนโยบาย แผนยุทธศาสตร์ทางธุรกิจ และแนวทางการปฏิบัติงานของกองบรรณาธิการและ ผู้สื่อข่าวให้มีความทันสมัยเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และยังคงตอบสนองความ ต้องการของผู้บริโภคสื่อในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนไปจากเดิม ในขณะเดียวกันต้องมีมิติของการหลอมรวม สื่อและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม โดยนำลักษณะเฉพาะของสื่อใหม่ที่เป็นข้อดีในเรื่องการสร้าง เนื้อหาตามรูปแบบเทคโนโลยี ความเร็ว การปฏิสัมพันธ์ การเชื่อมโยงเครือข่ายมาช่วยพัฒนารูปแบบ เนื้อหาและกระบวนการผลิตให้มีการบูรณาการมากขึ้น (Quinn, 2005)

ข้อค้นพบข้างต้นสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง “เมื่อสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นสื่อกระแสหลัก” ของ วัฒน ภูวทิศ และ จักรกฤษ เพ็ญพูล (2010) ได้อธิบายประเด็นของความท้าทายที่เกิดจาก สื่อสังคมออนไลน์ต่อสื่อกระแสหลักต่าง ๆ ในสังคม ด้วยเหตุที่สังคมอินเทอร์เน็ตหรือสังคมเว็บไซต์ใน ยุคเว็บ 3.0 นั้น เป็นสังคมเครือข่ายที่มีการติดต่อแลกเปลี่ยน แบ่งปัน ข้อมูลและทำงานร่วมกันมาก ขึ้น ส่งผลให้ทั้งผู้สื่อข่าวและประชาชนต่างใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารในปริมาณเพิ่ม มากขึ้นเรื่อย ๆ จนทำให้สื่อใหม่มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นสื่อกระแสหลัก โดยประชาชนที่เป็นผู้รับสาร นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ในการทำงานข่าวสาร ตลอดจนใช้เพื่อแสดงความคิดเห็นต่อประเด็น สาธารณะที่ร้อนแรงในสังคมได้อย่างไร้ขีดจำกัดทั้งด้านเวลา สถานที่ และรูปแบบ ขณะเดียวกัน ประชาชนยังสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาของตน (User-generated content) หรืออาจเป็นผู้สื่อข่าว พลเมือง (Citizen reporter) ได้ ในลักษณะที่เป็น บล็อกเกอร์ (Blogger) หรือ ผู้สื่อข่าวโมโจ (Mobile journalism) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ปรากฏการณ์ดังกล่าวส่งผลให้สื่อมวลชนต่างเริ่ม เข้ามาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในฐานะเครื่องมือเสริมของกระบวนการการทำข่าว ทั้งในด้านการรวบรวม ข้อมูลโดยใช้เป็นเบาะแสหรือใช้เพื่อสืบค้นและต่อยอดข่าวให้มีความหลากหลายและมั่นคงของข้อมูล

เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ ความท้าทายของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อสื่อกระแสหลักนั้น ทำให้ผู้สื่อข่าวในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องทำหน้าที่ในการรายงานข่าวที่สามารถนำสื่อหลากหลายชนิดมาใช้ร่วมกันได้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรายงานข่าวและทำให้ข้อมูลนั้นได้ทั่วถึงมากขึ้น

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การหลอมรวมสื่อเป็นการเคลื่อนไหวทางวิทยาการอย่างง่าย ๆ ซึ่งได้ปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างวิทยาการที่ดำรงอยู่ อุตสาหกรรมการตลาด ประเภท และผู้รับสาร ด้วยเหตุนี้การหลอมรวมจึงเป็นกระบวนการที่ไม่มีจุดจบ การแตกแขนงของช่องทางการสื่อสาร การมีเครื่องคอมพิวเตอร์ และโทรคมนาคม ล้วนเป็นวิทยาการที่เข้ามาสู่ยุคที่สื่ออยู่ในทุกหนทุกแห่งและจะใช้ทุกสื่อสร้างความสัมพันธ์ต่อกัน เช่น การใช้โทรศัพท์มือถือในการเล่นเกมส์ การฟังเพลง และการรับชมเนื้อหาออนไลน์ (อังคณา จงไทย, 2558)

ประธมาภรณ์ เครื่องงาม (2556, อ้างใน Quinn) ได้อธิบายประเด็นการปรับเปลี่ยนนโยบายปฏิบัติงานขององค์กรข่าวในยุคการหลอมรวมสื่อไว้ว่า เนื่องจากในยุคดิจิทัลที่มีการผสมผสานระหว่างสื่อดั้งเดิมอย่างวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตต่าง ๆ ประกอบกัน รายงานข่าว ซึ่งองค์กรข่าวเองจำเป็นต้องตระหนักถึงพฤติกรรมของผู้รับชมที่เปลี่ยนไป และต้องมีการนำเสนอข่าวหรือการเผยแพร่เนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลาย (Multi-platform) จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตของพนักงานและยังสามารถสร้างโอกาสในการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเข้าถึงกลุ่มผู้รับชมได้มากขึ้น

เทคโนโลยีถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนนวัตกรรมการสื่อสารในสังคม ทำให้ผู้คนสามารถสื่อสารกันผ่านหลากหลายช่องทาง และมีอิสระในการเลือกรับสารได้มากขึ้น โดยเฉพาะระบบอินเทอร์เน็ตถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้ผู้คนเปลี่ยนวิธีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อกระแสหลัก จากรูปแบบดั้งเดิมอย่างหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ มาสู่การเสพข่าวจากสื่อกระแสหลักผ่านรูปแบบการนำเสนอแบบดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นบนอินเทอร์เน็ต หรือผ่านแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์ดิจิทัล (อศินา พรวิคิน และ สกุศลศรี ศรีสารคาม, 2014) ซึ่งเห็นได้ชัดจากจำนวนผู้บริโภคข่าวผ่านสื่อดั้งเดิม อย่างผู้อ่านข่าวหนังสือพิมพ์ และผู้ฟังข่าววิทยุลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจและรายได้ของอุตสาหกรรมสื่อเป็นอย่างมาก ดังนั้นองค์กรข่าวเองจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบและช่องทางในการนำเสนอให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้รับสารที่เปลี่ยนแปลงไป (infoquest, 2020)

ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “Research on mobile short video communication strategy of mainstream media under the background of media convergence” ของ Kuang W. & Yang M. (2019) ที่กล่าวถึงปัจจัยการพัฒนาเทคโนโลยีเซลลูลาร์ไร้สายยุคที่ 5 หรือที่เรียกว่าเทคโนโลยี 5G ในบริบทการหลอมรวมสื่อไว้ว่าเทคโนโลยี 5G ทำให้ความเร็วในการอัปโหลดและดาวน์โหลดข้อมูลข่าวสารบนอินเทอร์เน็ตได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมการเสพข่าวของคนในสังคมเปลี่ยนไปจากเดิมที่อ่านบทความ รูปภาพ วิดีโอบนสื่ออินเทอร์เน็ตมาสู่ปัจจุบันที่ใช้แอปพลิเคชันวิดีโอสั้นในการรับชมการรายงานข่าว เนื่องจากการรายงานข่าวในรูปแบบวิดีโอสั้นมีคุณลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นจากรูปแบบการรายงานข่าวผ่านการโพสต์ข้อความต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อย่างเช่น การใช้ภาพเคลื่อนไหว การเน้นโน้มน้าวอารมณ์ผ่านการใส่เพลงพื้นหลัง (Background Music) และที่สำคัญยังมีการนำเทคโนโลยีอัลกอริทึม (Algorithm) มาประกอบใช้ในการกระจายข้อมูลให้ตรงความสนใจของผู้ใช้งานกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารในยุคปัจจุบันที่เน้นสั้น กระชับ และเข้าใจง่าย จึงได้เป็นที่นิยม

ต่อมา Hu Z. & Xia M. (2020) จากการศึกษาเรื่อง “Analysis of the Impact of "Vlog+ News" on News Reporting in the 5G Era” ได้ต่อยอดและอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเด็นการหลอมรวมสื่อในยุคแห่ง 5G ของการนำเสนอข่าวบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกสำหรับสื่อกระแสหลักไว้เป็น 3 ประการ ได้แก่ (1) เน้นการใช้ประโยชน์จากฟังก์ชันในตัวแพลตฟอร์มติ๊กต็อกเพื่อสร้างสรรค์เนื้อหา กล่าวคือ ภายในแพลตฟอร์มติ๊กต็อกมีฟังก์ชันที่หลากหลายเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้สร้างสรรค์เนื้อหา อย่างเช่น การใช้ฟิลเตอร์ (Filter) ประกอบการนำเสนอเนื้อหา การใช้เอฟเฟกต์ (effect) ในการตัดต่อคลิป และการเลือกใช้เพลงประกอบเนื้อหา ซึ่งฟังก์ชันเหล่านี้จะช่วยทำให้เนื้อหานั้นสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้มากขึ้น เกิดอารมณ์ร่วมในการสร้างสรรค์หรือเลียนแบบจากเนื้อหาดังกล่าว (2) เน้นการใช้ประโยชน์จากระบบอัลกอริทึม (Algorithm) ของแพลตฟอร์มในการกระจายข้อมูลข่าวสาร กล่าวคือ ระบบอัลกอริทึมเป็นส่วนประกอบสำคัญในการจัดส่งและเผยแพร่เนื้อหา ซึ่งระบบดังกล่าวจะมีการวิเคราะห์ Big Data จากพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มผู้ใช้งานต่าง ๆ ตั้งแต่การกดไลค์ การแชร์ คอมเมนต์ และสัดส่วนเวลาที่ใช้ในการรับชมเนื้อหาประเภทต่าง ๆ เพื่อส่งต่อหรือแนะนำเนื้อหาได้ตรงความสนใจของผู้ใช้งาน (3) การเล่าเรื่องอย่างสร้างสรรค์เพื่อโน้มน้าวใจผู้ชม กล่าวคือ การนำเสนอข่าวบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกเป็นการเปิดโอกาสให้สื่อกระแสหลักต่างสามารถเล่าเรื่องหรือรายงานเหตุการณ์ได้อย่างสร้างสรรค์ อย่างเช่น การใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการเพื่อ

สร้างความใกล้ชิดกับผู้ชม การเล่าเรื่องแบบเชิงบันเทิงเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีต่อการสื่อสาร ตลอดจนสร้างความผูกพันและเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้มากขึ้น

สรุปได้ว่า การหลอมรวมสื่อทำให้การรายงานข่าวของสื่อมวลชนเกิดความหลากหลายทั้งรูปแบบ ช่องทาง และเนื้อหาในการนำเสนอ ขณะเดียวกันการรายงานข่าวในรูปแบบวิดีโอสั้นของสื่อกระแสหลักต่าง ๆ นอกจากเป็นการเพิ่มช่องทางในการสื่อสาร การเผยแพร่ข่าว และการเข้าถึงผู้ชมแล้ว ยังเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันเพื่อความอยู่รอดขององค์กรด้วย

การนำแนวคิดการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) มาใช้เป็นกรอบการวิเคราะห์ในการวิจัยครั้งนี้ จะได้เห็นถึงประเด็นที่ว่า เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป ก่อให้เกิดการรวมตัวกันของเทคโนโลยีและสื่อ ตลอดจนการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ หรืออุปกรณ์พกพาอย่างโทรศัพท์มือถือ รวมถึงพฤติกรรมกรรมการรับสารที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อประการใดบ้างในกระบวนการทำข่าวของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการรายงานข่าวออนไลน์

ข่าว (News) หมายถึง เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เป็นข้อเท็จจริง (Fact) เมื่อเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งได้รับการพิจารณานำเสนอเป็น “ข่าว” จากทางสื่อมวลชนแล้วก็นับได้ว่า เหตุการณ์นั้นมีคุณค่า มีความสำคัญ ตลอดจนจำเป็นแก่ผู้รับสารในระดับหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การแสดงความคิดเห็น และพิจารณาตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง (Harrison, 2006) ดังนั้น การรายงานข่าวจึงต้องมีกระบวนการคัดเลือกเรื่องราวโดยคำนึงถึงคุณค่าข่าว (News values) (มาลี บุญศิริพันธ์, 2556) ที่เป็นปัจจัยหลักในการนำเสนอเรื่องราวไปสู่สาธารณชน ซึ่งสามารถแบ่งประเภทได้ดังตารางต่อไปนี้

ประเภท	คำอธิบาย
(1) ความสดใหม่ของเหตุการณ์	โดยธรรมชาติของมนุษย์มักจะสนใจสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นต่อเหตุการณ์ที่ทันสมัย
(2) ความใกล้ชิด	ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์ที่เกิดกับผู้อ่าน อาจเป็นได้ทั้งความใกล้ชิดทางร่างกาย และความใกล้ชิดในแง่ของภูมิศาสตร์

ประเภท	คำอธิบาย
(3) ความเด่นของบุคคล/สถานที่ในข่าว	ความสำคัญของบุคคล สถานที่ที่เป็นข่าวนั้นมีความเด่นของกับบุคคล หรือตำแหน่งหน้าที่
(4) ความผิดปกติ	ความไม่เป็นธรรมชาติซึ่งผกผันไปจากที่เคยเป็นมาก่อนหน้านี้ เหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เป็นความผิดปกติจากที่เคยเป็น
(5) ผลกระทบต่อสาธารณะ	ความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของผู้คนจำนวนมาก
(6) ความขัดแย้ง	ความขัดแย้งทางด้านความคิด หรือความขัดแย้งเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่นำไปสู่การตัดสินใจเพื่อหาข้อยุติในประเด็นต่าง ๆ
(7) ความสนใจตามบุคลิคนิสัย	เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดอารมณ์สะเทือนจิตใจ หรืออาจเป็นเรื่องราวที่ตอบสนองความสนใจใคร่รู้ตามสัญชาตญาณดิบของมนุษย์
(8) ความลึกลับ/เงื่อนงำ	เหตุการณ์ที่มีลักษณะปิดบังหรือมีเงื่อนงำบางอย่างถูกปิดบังไว้ ทำให้เกิดความอยากรู้ติดตาม เพื่อทราบสิ่งที่ถูกปิดบังเอาไว้
(9) ความก้าวหน้า	ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ การศึกษา และการแพทย์ที่เป็นสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ ส่งผลดีต่อการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานการแก้ไขปัญหา
(10) มิติด้านเพศ	เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากเรื่องเกี่ยวกับความผิดปกติทางเพศของมนุษย์

ตารางที่ 2 คุณค่าข่าว (News values) คัดลอกจาก “วารสารศาสตร์เบื้องต้น : ปรัชญา และแนวคิด” (มาลี บุญศิริพันธ์, 2556)

สำหรับการกำหนดคุณค่าข่าวประกอบการนำเสนอเกี่ยวกับโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัลจะช่วยให้ผู้ชมสามารถจับใจความสำคัญของเนื้อหา รวมถึงการถ่ายทอดความรู้สึก อารมณ์ ทักษะคิดที่มีต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดการรับรู้และให้ความสำคัญกับโรคระบาดดังกล่าว ตลอดจนเกิดอารมณ์ร่วมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่ผู้อื่น

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการรายงานข่าวจำเป็นต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ ความสามารถด้านการสื่อสาร เพื่อค้นหาและรวบรวมข้อมูลนำไปสู่การวิเคราะห์และการอภิปรายผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันช่องทางที่ใช้ในการนำเสนอข่าวก็ย่อมมีความสำคัญไม่แพ้กัน ซึ่งในอดีตผู้คนมีข้อจำกัดในการรับข่าวสารค่อนข้างมาก ทั้งในแง่ปัจจัยความขึ้นขอบและความสามารถในการรับรู้ รวมถึง

ความสามารถในการใช้จ่ายของบุคคล จึงทำให้สื่อมวลชนอย่างวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ต่างมีข้อจำกัดในการเข้าถึงผู้รับสาร

อย่างไรก็ดี การพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของระบบอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรมกรับข้อมูลข่าวสาร ทำให้สื่อมวลชนมีช่องทางในการนำเสนอข่าวที่หลากหลาย (ณัฐรัชดา วัฒนาชัยพล, 2560) และมีโอกาสในการเข้าถึงจำนวนผู้รับสารได้มากขึ้น โดยชนิดา รอดใหญ่ (2019) ได้รวบรวมและจำแนกประเภทของการนำเสนอข่าวออนไลน์ไว้เป็น 5 ประเภท ได้แก่

(1) หนังสือพิมพ์ออนไลน์ (online newspaper) การนำข่าวจากสื่อหลักมานำเสนอบนสื่อออนไลน์ ผ่านการเขียนข่าวแบบ “ปริมาตรหัวกลับ” เรียงลำดับเนื้อหาส่วนที่สำคัญที่สุดและตามด้วยเนื้อหาที่มีความสำคัญรองลงมา กล่าวคือ พาดหัวข่าว (headline) บรรณานำหรือโปรย (lead) ส่วนเชื่อม (neck) และเนื้อหาข่าว (content) ซึ่งเหมือนกับข่าวหนังสือพิมพ์

(2) การนำเสนอแบบข่าวด่วน (breaking news) การนำเสนอข่าวในลักษณะการสรุปข่าวสั้น ๆ บางครั้งอาจจะนำเสนอเพียงพาดหัวข่าว และโปรยข่าวไปก่อน เน้นในเรื่องความรวดเร็ว ให้ผู้รับสารได้ทราบเป็นเบื้องต้นก่อนว่ามีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้น หลังจากนั้นเมื่อสามารถรวบรวมรายละเอียดได้ก็จะนำเสนอเป็นรายงานข่าวในฉบับเต็มอีกครั้งหนึ่ง

(3) การนำเสนอข่าวแบบยั่งยืน (evergreen journalism) การที่นักข่าวเจาะข่าวที่มีเนื้อหา ลุ่มลึก และสามารถดึงดูดความสนใจและความเห็นหลากหลายจากผู้ที่ติดตาม ยิ่งเมื่ออยู่ในรูปแบบ ดิจิทัล แล้วรายงานข่าวชิ้นนั้น ๆ ก็ยังปรากฏอยู่ในรูปแบบรายงานสดต่อไปได้อย่างยาวนาน และเพิ่มพูนเนื้อหาสาระไปได้ตลอดเวลาตามสถานการณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมหรือข้อมูลเสริมจากประชาชนทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ

(4) การนำเสนอข่าวแบบอธิบายความ (explanatory journalism) การรายงานข่าวที่เน้นการอธิบายเรื่องราวที่มีความซับซ้อนหรือมีหลายมิติ โดยประเด็นข่าวที่นำเสนอจะไม่ใช้ประเด็นที่สร้างความฮือฮาในพาดหัวข่าว แต่มักเป็นประเด็นที่มีผลกระทบต่อผู้คนหรือสังคมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

(5) การนำเสนอข่าวแบบให้ติดตามต่อจากลิงค์ข่าวต้นฉบับ การนำเสนอข่าวรูปแบบนี้นิยมใช้ในเพจข่าว ซึ่งนับว่าเป็นข้อมูลทุติภูมิ (secondary data) โดยผู้เขียนอาจจะสนใจประเด็นข่าวและหยิบมาพูดถึงเพียงแคในบางแง่มุมเท่านั้น ในส่วนของรายละเอียดทั้งหมดผู้อ่านต้องไปติดตามอ่านจากลิงค์ข่าวต้นฉบับ

จึงกล่าวได้ว่า เนื่องจากการรายงานข่าวออนไลน์เป็นช่องทางที่ได้เปรียบในแง่ของความเร็วและทันที (Real time) ในการนำเสนอข่าวสารแล้ว ยังมีส่วนช่วยในการส่งเสริมความหลากหลายของการเล่าเรื่องทั้งในแง่ของรูปแบบเนื้อหา และวิธีการนำเสนอ ทำให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้รับสารได้มากขึ้น ขณะเดียวกันการพัฒนาของอุปกรณ์การสื่อสารอย่างแท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก และโทรศัพท์มือถือที่ทั่วถึงมากขึ้น ก็ทำให้การใช้งานของแอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มผ่านอุปกรณ์พกพามีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง (Peng, 2018) โดยเฉพาะแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ซึ่งถือเป็นช่องทางใหม่ของการนำเสนอข่าวที่ก้าวเข้ามามีอิทธิพลต่อการนำเสนอข่าวอย่างมากในปัจจุบัน (Kuang, 2019) นอกจากนี้ ผู้รับสารยังสามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อข่าวต่าง ๆ รวมถึงการเผยแพร่เนื้อหาไปยังแพลตฟอร์มอื่น ๆ ได้อย่างง่ายและรวดเร็วขึ้น

นอกจากนี้ ชนิตา รอดอยู่ (2562) ได้เสนอลักษณะและองค์ประกอบสำคัญของเนื้อหาข่าวบนสื่อสังคมออนไลน์ไว้เป็น 4 ประการ ดังนี้

1. สื่อสังคมออนไลน์มีลักษณะเด่นคือความเป็นดิจิทัล (digitalization) กล่าวคือ สื่อสังคมออนไลน์สามารถนำเสนอเนื้อหาได้หลายรูปแบบทั้งที่เป็นข้อความ ภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหว ทำให้เข้าถึงผู้รับสารได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันยังเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two way communication) ที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารได้มากกว่าสื่อดั้งเดิมหรือสื่อกระแสหลัก
2. พฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้รับสารในปัจจุบันมักชอบบริโภคสื่อที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ใช้เวลาไม่นาน หรือเลือกรับเฉพาะข่าวสารที่ตนสนใจผ่านสื่อออนไลน์ผ่านอุปกรณ์พกพาต่าง ๆ ทุกเวลาที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความรวดเร็วแบบทันทีทันใด (real time) และสามารถทำการสืบค้นได้ตลอดเวลา
3. การพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตส่งผลให้ช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลมีความหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะการรับ-ส่งข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการปรับลักษณะให้ตรงตามความต้องการของปัจเจกบุคคลมากขึ้น เช่น การนำข่าวที่มีเนื้อหาเข้าใจยากมาทำเป็นคลิปวิดีโอสั้น ๆ ใช้เวลา 2-3 นาทีเพื่อให้เข้าใจเนื้อหาของข่าวได้ง่ายและเร็วขึ้น
4. มีแหล่งข้อมูลของเนื้อหาข่าวที่หลากหลายผ่านการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์จากแหล่งข้อมูลจำนวนมาก สามารถเชื่อมโยงให้เกิดการขบคิด แต่กประเด็นด้วยมุมมองที่ลึกและกว้างขึ้น

ลักษณะข้างต้นปรากฏในการรายงานข่าวบนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีความหลากหลายทั้งในแง่การผลิตเนื้อหาและช่องทางในการเผยแพร่ กล่าวคือ การนำเสนอเนื้อหาบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสามารถรวบรวมแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นทั้งรูปภาพ เสียง วิดีโอ และข้อความมาผสมผสานกันให้เป็นรูปแบบวิดีโอสั้น แล้วนำไปเผยแพร่ต่อแพลตฟอร์มอื่น ๆ ได้อย่างเรียบง่าย ทำให้ข้อมูลข่าวสารนั้นไปสู่วงกว้างได้รวดเร็ว

จากการศึกษาเรื่อง “Research on the Reporting Framework of the New Coronavirus Pneumonia Epidemic of People's Daily Douyin” ของ Jiang (2021) อธิบายว่าการวิเคราะห์คุณลักษณะของการรายงานข่าวบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสามารถวิเคราะห์ผ่านองค์ประกอบดังต่อไปนี้

(1) ผู้ส่งสาร (Sender) เป็นได้ทั้งผู้สร้างสรรค์เนื้อหาโดยผู้ใช้งานเอง (User Generated Content) และสื่อมืออาชีพ (Professional Generated Content) กล่าวคือ แพลตฟอร์มดิจิทัลนอกจากเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานทุกคนสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาของตนแล้ว ยังเป็นแพลตฟอร์มที่สื่อมืออาชีพหรือสื่อกระแสหลักต่างได้เข้ามาใช้เป็นช่องทางการนำเสนอข่าวสาร การรายงานข่าว และการติดต่อสื่อสารกับผู้คนในสังคม

(2) เนื้อหาของสาร (Message) เนื้อหาที่มีความสั้น กระชับ และเข้าใจง่าย โดยเนื้อหามีความยาวประมาณ 3 นาที พร้อมทั้งสามารถใช้รูปภาพ วิดีโอ เสียงหรือข้อความมาประกอบการเล่าเรื่อง

(3) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) ดิจิทัลเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยม และเป็นที่ยอมรับทั่วโลก ด้วยจำนวนผู้ใช้งานของดิจิทัลจำนวนมาก ทำให้การนำเสนอเนื้อหาสามารถส่งถึงผู้ใช้เป็นวงกว้างได้อย่างรวดเร็ว ทำให้เนื้อหาเหล่านั้นสามารถกลายเป็นกระแสที่สังคมกล่าวถึงกันได้ง่าย

(4) ผู้รับสาร (Receiver) เน้นการใช้งานผ่านช่องทางอุปกรณ์พกพาเช่น โทรศัพท์มือถือ และแท็บเล็ต ทำให้ผู้ใช้งานสามารถรับชมเนื้อหาและเป็นผู้เผยแพร่เนื้อหาได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ในขณะที่ Shen (2020) จากการศึกษาเรื่อง “On the Survival Opportunity and Development of Short Video from the DouYin App” ได้ต่อยอดจากประเด็นเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดสังคมและนำไปเป็นกรอบในการวิเคราะห์และอภิปรายความอยู่รอดของวารสารศาสตร์ใน

ยุคแห่งวิดีโอสั้น โดยได้พิจารณาจากคุณลักษณะเฉพาะของแพลตฟอร์มติ๊กต็อกในแง่ที่เป็นช่องทางในการรายงานข่าวไว้เป็น 4 ประการ ได้ดังนี้

- (1) นำเสนอเนื้อหาให้สั้น กระชับ และเข้าใจง่าย กล่าวคือ ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งด้านคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร หรือโทรคมนาคม ทำให้การจัดเก็บ การเข้าถึง และการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของสารสนเทศ ทั้งด้านปริมาณ รูปแบบและเนื้อหา ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรมกรรับรู้ข่าวสารของผู้คน ซึ่งผู้คนสามารถรับชมการรายงานข่าวได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ มีอิสระในการเลือกรับข่าวสารมากขึ้น ดังนั้น จำเป็นต้องปรับการนำเสนอเนื้อหาให้สั้น กระชับ และเข้าใจง่าย เพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมกรรับรู้ข่าวสารของคนปัจจุบัน
- (2) การผลิตเนื้อหาที่โน้มน้าวอารมณ์ หรือก่อให้เกิดอารมณ์ร่วม กล่าวคือ คุณลักษณะสำคัญของการนำเสนอเนื้อหาบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกคือการนำใจความสำคัญของเรื่องมาเป็นจุดขายซึ่งจะแตกต่างจากการรายงานข่าวในอดีตที่ให้ความสำคัญกับลำดับของโครงสร้างและความสมบูรณ์ขององค์ประกอบในการเล่าเรื่องอย่าง “ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร” หรือที่เรียกว่า “5W1H” และยังสามารถนำเสนอใจความสำคัญของเรื่องนั้นภายใน 60 วินาที ทำให้ผู้รับชมสามารถจดจำได้ง่าย เกิดอารมณ์ร่วมในการเผยแพร่เนื้อหาดังกล่าว
- (3) การเผยแพร่เนื้อหาบนแพลตฟอร์มอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ เนื้อหาต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกมีการเปลี่ยนแปลงและอัปเดตเรื่อย ๆ ตามเทรนด์หรือกระแสในสังคม หากสื่อมวลชนสามารถผลิตและเผยแพร่เนื้อหาบนแพลตฟอร์มอย่างต่อเนื่องตามกระแส จะทำให้ได้กลุ่มผู้ติดตามเหนียวแน่นมากขึ้น
- (4) การใช้ประโยชน์จาก Big Data กล่าวคือ ปัจจุบันการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อเสนอเนื้อหาที่ตรงความสนใจของผู้รับชมเป็นกลยุทธ์ที่แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ ขณะเดียวกันทำให้สื่อมวลชนสามารถเข้าใจความชื่นชอบ หรือพฤติกรรมกรเสพข่าวของผู้รับสารได้มากขึ้น ตลอดจนสร้างสรรค์เนื้อหาที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ชมได้

จากการศึกษาข้างต้น เมื่อผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาผสมผสานกับการรายงานข่าวทั่วไป ทำให้ทราบถึงกระบวนการในการรายงานข่าวบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกและนำมาปรับใช้ รวมถึงเป็นแนวทางการรายงานข่าวบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกโดยเฉพาะ เช่นเดียวกันกับการรายงานข่าวทั่วไป นอกจากนี้ยังมีกระบวนการการผลิตที่ไม่ต้องใช้งบลงทุนสูงเมื่อเทียบกับการผลิตของสื่อดั้งเดิมด้วย โดย

อาศัยอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่าย อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างเป็นส่วนที่สำคัญในการเชื่อมโยงเครือข่าย ทำให้บุคคลในเครือข่ายสามารถติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนถึงกันอย่างรวดเร็ว อีกทั้งผู้ใช้อังยังสามารถเลือกข้อมูลตามที่ต้องการอย่างเสรี ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์คุณลักษณะของเนื้อหาข่าวในตารางรหัส (Coding sheet) และเพื่ออภิปรายถึงแนวทาง และรูปแบบการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกว่ามีรูปแบบการนำเสนอเป็นอย่างไร

2.5 ทฤษฎีกระบวนการสร้างกรอบข่าว (News Framing)

เมื่อปี ค.ศ. 1974 นักสังคมวิทยาชาวอเมริกา Erving Goffman เป็นคนแรกที่กล่าวถึงคำว่า Frame หรือ “กรอบ” โดยได้อธิบายว่า ผู้คนทำความเข้าใจหรือตีความจากปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมผ่านกรอบบางประการที่สร้างขึ้นโดยสื่อมวลชน ซึ่งกรอบดังกล่าวเกิดขึ้นจากการที่สื่อมวลชนเลือกสาร เน้นย้ำ และเรียบเรียงเนื้อหา ก่อนนำเสนอสู่สาธารณชน ต่อมา Robert M. Entman (1993) ได้มีการอธิบายและเพิ่มเติมแนวคิดที่ว่า การวางกรอบเป็นการเลือกบางแง่มุมในการรับรู้ความจริงของปัจเจกบุคคล และทำให้แง่มุมดังกล่าวเด่นชัดขึ้น หรือลดทอนความสำคัญในบางเรื่องลง โดยผ่าน 1) การนิยามปัญหา (Problem definition) 2) การตีความสาเหตุ (Causal interpretation) 3) การประเมินทางศีลธรรม (Moral evaluation) และ 4) การให้ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะถึงทางออกของปัญหา

ทั้งนี้การวางกรอบดังกล่าวสามารถทำได้ผ่านกำหนดประเด็นข่าว การให้พื้นที่แหล่งข่าว และลีลาหรือ กลวิธีการนำเสนอที่สามารถสะท้อนถึงจุดยืนและมุมมองของสื่อทั้งในเชิงบวก เชิงลบ หรือเป็นกลางในเรื่องนั้น ๆ (MEDIA ALERT, 2564) นอกจากนี้เขายังได้ชี้ให้เห็นว่าส่วนองค์ประกอบสำคัญของ “กรอบ” ในกระบวนการการสื่อสาร อันประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (the communicator) ตัวบท (the text) ผู้รับสาร (the receiver) และวัฒนธรรม (the culture) กล่าวคือ ผู้ส่งสารเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกเนื้อหาภายใต้กรอบแนวคิดบางประการ ตัวบทเป็นสิ่งที่บรรจุหรือนำพากรอบดังกล่าวทั้งแบบที่ปรากฏชัดในตัวบทหรืออาจแฝงอยู่ระหว่างบรรทัดของตัวบทไปยังผู้รับสาร ซึ่งกรอบดังกล่าวอาจทำให้ผู้รับสารรับรู้ตามนั้นหรืออาจไม่สามารถทำให้ผู้รับสารคล้อยตามเลยก็เป็นได้ โดยขึ้นอยู่กับบริบททางวัฒนธรรมว่ามีค่านิยมและแบบแผนความคิดของคนส่วนใหญ่ในสังคมเป็นอย่างไร

(อ้างอิงในการดา ร่วมพุ่ม 2562) เช่นเดียวกันกับ McCombs and Estrada (1997) ได้ขยายความของการวางกรอบในการกำหนดข่าวสารไว้ว่า สื่อไม่เพียงแต่บอกให้ผู้รับสารคิดเรื่องเกี่ยวกับอะไรเท่านั้น แต่ยังสามารถบอกให้ผู้รับสารคิดอย่างไรและควรเข้าไปเกี่ยวข้องอย่างไรด้วย

นอกจากนี้ การดา ร่วมพุ่ม (2562) ยังได้อธิบายถึงประเภทหรือลักษณะของการวางกรอบข่าวไว้ว่าสามารถจำแนกออกเป็น 5 ประเภท คือ

1. กรอบข่าวแบ่งตามมุมมองหรือทัศนคติ โดยแบ่งตามกรอบเนื้อหาสาร (message frames) ออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) กรอบข่าวเชิงบวก เป็นการเสนอแง่มุมในด้านดีของบุคคล กลุ่ม หรือองค์กรที่เป็นข่าว ซึ่ให้เห็นมุมมองเชิงบวก 2) กรอบข่าวเชิงลบ เป็นการเสนอแง่มุมในด้านไม่ดีของบุคคล กลุ่ม หรือองค์กรที่เป็นข่าว ซึ่ให้เห็นมุมมองเชิงลบ (Tversky & Kahneman, 2008, อ้างใน Giles, D. 1981)
2. กรอบข่าวแบ่งตามระดับของเหตุการณ์หรือประเด็นปัญหา สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ (1) กรอบข่าวเฉพาะกรณี เป็นการนำเสนอข่าวในมุมมองที่เจาะจงไปยังบุคคลหรือเหตุการณ์เฉพาะ (2) กรอบข่าวในภาพรวม เป็นการเสนอข่าวเหตุการณ์หรือประเด็นปัญหาในบริบทโดยรวม (Iyengar, 1991)
3. กรอบข่าวแบ่งตามองค์ประกอบของเรื่องราวหรือเหตุการณ์ โดยแบ่งกรอบข่าวออกเป็น 4 ส่วนสำคัญ ได้แก่ 1) กรอบการระบุสภาพปัญหา เป็นการเสนอข่าวที่ซึ่ให้เห็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมโดยตรง 2) กรอบอธิบายสาเหตุ เป็นการเสนอสาเหตุหรือปัจจัยเริ่มต้นของปรากฏการณ์ 3) กรอบการประเมินคุณค่าเชิงศีลธรรม เป็นการเสนอในมุมมองศีลธรรมจรรยา การทำหรือไม่ทำตามข้อกำหนดของสังคม และ 4) กรอบการเสนอแนวทางแก้ไข เป็นการชี้ทางออกหรือวิธีการแก้ไขปัญหาของปรากฏการณ์ทางสังคม (Entman, 1993)
4. กรอบข่าวแบ่งตามองค์ประกอบคุณค่าข่าว โดยแบ่งตามหลักองค์ประกอบคุณค่าของสื่อมวลชนออกเป็น 5 ลักษณะ ได้แก่ 1) กรอบข่าวความสนใจของปดูชน เป็นการเสนอประเด็นหรือปรากฏการณ์ทำให้อ่านเผชิยสภาวะทางอารมณ์ เพื่อตอบสนองทางอารมณ์ของผู้รับสาร 2) กรอบข่าวความขัดแย้ง เป็นการเสนอแ่งความขัดแย้งระหว่างบุคคล ระหว่างกลุ่ม หรือระหว่างองค์กร 3) กรอบข่าวเชิงศีลธรรม เป็นการฉายภาพด้านศีลธรรมจรรยา หรือข้อกำหนดของสังคมโดยผ่านอ้างพูดของแหล่งข่าว 4) กรอบข่าวเชิงเศรษฐกิจ เป็นการเสนอแง่มุมในด้านผลกระทบของเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นต่อบุคคล กลุ่ม

องค์กร หรือประเทศ 5) กรอบข่าวเชิงความรับผิดชอบ เป็นการเสนอแนวทางหรือวิธีการ แสดงความรับผิดชอบต่อรัฐ บุคคล หรือกลุ่ม (An & Gower, 2009)

5. กรอบข่าวแบ่งตามเนื้อหาข่าว เป็นการเสนอประเด็นสำคัญที่ปรากฏในข่าว

อย่างไรก็ดี จากการอธิบายความหมายและความเห็นข้างต้นที่เกี่ยวกับแนวคิดการวางกรอบข่าว สรุปได้ว่าข่าวไม่ใช่ผลผลิตจากภววิสัย (Objectivity : ความเป็นกลาง) อย่างแท้จริง เพราะมีการวางกรอบจึงมีสถานะของสิ่งผลิตสร้างที่ถูกครอบงำโดยสถาบันทางสังคมหรือวิถีคิดในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้รับสารต่างจะได้รับสารที่ถูกกำหนดโดยกรอบ (Framing) จากสิ่งที่บรรณาธิการต้องการและให้ความสนใจกับข่าวเรื่องนั้น ๆ ผ่านการลงรายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นที่จะนำเสนอ ดังนั้น การวางกรอบข่าวจึงส่งผลต่อการรับรู้ ความคิดเห็น และทัศนคติของผู้รับสารในการเลือกและนำเสนอข่าวสารที่แตกต่างกัน (อลงกรณ์ ปรีวุฒิพงศ์, 2562)

กล่าวโดยสรุปว่า การวางกรอบข่าวเป็นการนำเสนอเรื่องราวเฉพาะบางประเด็นจากข้อเท็จจริงทั้งหมดที่ปรากฏขึ้นในเหตุการณ์ โดยอาศัยวิธีที่หลากหลายทั้งในเชิงปัจจัยภายในของสื่อมวลชนอย่างจริยธรรมสื่อนโยบายกองบรรณาธิการ คุณค่าข่าว หรือปัจจัยภายนอกอย่างการแข่งขันทางธุรกิจ โฆษณา เทคโนโลยีใหม่ กฎหมายการกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง รวมถึงระดับความสนใจของผู้อ่าน ซึ่งสื่อมวลชนสามารถเลือกนำเสนอในประเด็นเฉพาะหรือเป็นข่าวทั่วไปเพื่อกำหนดให้ตีความเป็นไปตามที่ตนต้องการ

ขณะเดียวกัน การสร้างกรอบข่าวในการรายงานข่าวบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ อาจมีความแตกต่างหรือความโดดเด่นที่ชัดเจนเมื่อเปรียบเทียบกับกรอกรายงานข่าวผ่านช่องทางทีวี โทรศัพท์ และหนังสือพิมพ์ โดยจากการศึกษาเรื่อง “Research on User Participation of Douyin Short Video in Mainstream Media — Based on the empirical analysis of "People's Daily" Douyin” ของ Fengjuan Y. & Yuting S. (2019) ได้วิเคราะห์การสร้างกรอบข่าวในการรายงานข่าวของสำนักข่าว People's Daily บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก โดยใช้คุณค่าข่าว อย่างความสดใหม่ของเหตุการณ์ (Timeliness) ผลกระทบ (Impact) ความใกล้ชิด (Proximity) ความเด่น (Prominence) และปฏิกิริยาสนใจ (Human Interest) เป็นตัวกำหนด พบว่า การรายงานข่าวบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของสื่อกระแสหลักจำเป็นต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมหรือเกิดอารมณ์ร่วมกับเนื้อหาของผู้รับชม เนื่องจากการรายงานข่าวบนติ๊กต็อกเป็นการเล่าเรื่องผ่านมุมมองของประชาชนทั่วไปและมีการกำหนดประเด็นที่เกี่ยวข้องกับประชาชนโดยตรง ทำให้ผู้รับสารสามารถสัมผัสถึง

ความสัมพันธ์หรือความเชื่อมโยงระหว่างตัวเองและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ขณะเดียวกันการกำหนดกรอบข่าวด้วยคุณค่าข่าวประกอบการนำเสนอบนแพลตฟอร์มจะสามารถแสดงให้เห็นถึงด้านอารมณ์ความรู้สึก และทัศนคติได้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้รับสารรู้สึกใกล้ชิดและเกิดอารมณ์ร่วมได้ง่าย

ต่อมา Liu (2022) จากการศึกษาเรื่อง “Research on short video news review from the perspective of Frame Theory ” ได้พิจารณาจากปัจจัยทั้งกระบวนการการผลิตเนื้อหาคุณภาพของเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และการรับรู้ของผู้รับสารเพื่อวิเคราะห์และอธิบายการสร้างกรอบข่าวในการรายงานของสื่อกระแสหลักบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกไว้ดังนี้

- (1) การนำเสนอมุมมองที่ครบถ้วน กล่าวคือ การนำเสนอข่าวบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกควรให้ความสำคัญกับการเลือกแหล่งข่าวที่ครบถ้วน ซึ่งประกอบด้วยทั้งระดับประชาชนทั่วไป ระดับองค์กร และระดับหน่วยงานของรัฐ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและเป็นประโยชน์ต่อสังคม
- (2) การผลิตเนื้อหาอย่างมีคุณภาพ กล่าวคือ ด้วยข้อจำกัดด้านเวลาของการนำเสนอข่าวในรูปแบบวิดีโอสั้นนั้น อาจทำให้เนื้อหาของข่าวนั้นไม่สามารถลงลึกได้ ฉะนั้น จำเป็นต้องมีการคัดกรองข้อมูล การปรับปรุงองค์ประกอบในการเล่าเรื่อง และการกำหนดประเด็นที่ชัดเจน เพื่อส่งเสริมคุณภาพของเนื้อหา
- (3) การใช้ฟังก์ชันของแพลตฟอร์มให้เกิดความหลากหลายในการเล่าเรื่อง กล่าวคือ ด้วยแพลตฟอร์มติ๊กต็อกที่เน้นการใช้เพลงประกอบเนื้อหาทั้งเสียงเอฟเฟกต์ (effect) เสียงพื้นหลัง (Background music) ในการสร้างบรรยากาศให้เกิดอารมณ์ร่วมของผู้ชม หากสามารถใช้ฟังก์ชันเหล่านี้ประกอบการรายงานข่าว อาจทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมได้ง่ายขึ้น
- (4) การมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกับผู้ชม กล่าวคือ แพลตฟอร์มติ๊กต็อกเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้งานสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหา ผู้สร้างสรรค์เนื้อหาและผู้ใช้งานอื่น ๆ ผ่านการกดไลก์ การแชร์ และคอมเมนต์ ทำให้สื่อกระแสหลักที่นำเสนอเนื้อหาบนแพลตฟอร์มสามารถรับรู้ความคิดเห็นและความต้องการของผู้ชมได้อย่างง่าย เพื่อนำเสนอเนื้อหาที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้รับสารได้มากขึ้น

การใช้ทฤษฎีการสร้างกรอบข่าวในการวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกจะสามารถช่วยอธิบายถึงคุณลักษณะสำคัญและบทบาทในกระบวนการการผลิตเนื้อหาในสถานะฉุกเฉินทางสาธารณสุขบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งอาจมีความแตกต่างในทั้ง

เชิงวิธีการเล่าเรื่องและรูปแบบการปฏิสัมพันธ์กันที่ส่งผลต่อการสร้างกรอบข่าวที่ต่างกัน ทั้งนี้ การนำทฤษฎีการสร้างกรอบข่าวมาปรับใช้จะช่วยส่งเสริมศักยภาพในการรายงานข่าวเพื่อสอดคล้องกับยุคดิจิทัลได้มากขึ้น

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (Coronavirus Disease 2019) หรือโควิด-19 (COVID-19) ก่อเกิดการเปลี่ยนแปลงในมิติที่หลากหลาย ทำให้ผู้คนต่างให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตโดยเฉพาะด้านสุขภาพมากยิ่งขึ้น

องค์การอนามัยโลก (WHO) ให้ความหมายของสุขภาพว่า หมายถึง สภาวะแห่งความสมบูรณ์ของร่างกาย จิตใจ และสามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีสุขโดยไม่เพียงแต่ปราศจากโรคและความพิการเท่านั้น ซึ่งมีมิติของสุขภาพแบ่งเป็น 4 มิติ ได้แก่ มิติทางกาย มิติทางจิต มิติทางจิตวิญญาณ และมิติทางสังคม

พระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 ได้ให้นิยามว่า “สุขภาพ” หมายถึง ภาวะของมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งกาย ทางจิต ทางปัญญา และทางสังคม เชื่อมโยงกันเป็นองค์รวมอย่างสมดุล

ต่อมา อัมพล จินดาวัฒนะ (2550) ได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับมิติของสุขภาพไว้ ดังนี้ 1) มิติทางกาย หมายถึง การมีร่างกายที่แข็งแรง มีกำลังคล่องแคล่ว กระฉับกระเฉง 2) มิติทางจิต หมายถึง การมีสุขภาพจิตที่ดี มีความสบายใจ มีอารมณ์สดชื่น แจ่มใส ไม่มีความเครียดวิตกกังวล อารมณ์ซึมเศร้า 3) มิติทางสังคม หมายถึง การอยู่ร่วมกันด้วยดีกับผู้อื่น ทั้งในครอบครัว สถานศึกษา ที่ทำงาน ชุมชน โดยมีความรักใคร่ เอื้ออาทรและช่วยเหลือกัน 4) มิติทางจิตวิญญาณ หมายถึง การมีความสงบสุขหรือสันติสุขภายในด้วยการมีสติและปัญญาสมบูรณ์ ซึ่งมีมิติสุขภาพทั้ง 4 ด้านมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องและพึ่งพากันอย่างเป็นองค์รวม

การมีสุขภาพที่ดีเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินชีวิต ทั้งนี้ การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วงแรกเนื่องจากเป็นโรคติดต่อและโรคที่ยังไม่ทราบสาเหตุของการเกิดโรคอย่างแน่ชัด ซึ่งอาจแพร่ไปสู่ผู้อื่นได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง (กรมควบคุมโรค, 2558) และมีการแพร่กระจายไปยังทั่วโลก (Pandemic) ก่อให้เกิดอาการเจ็บป่วยจนนำไปสู่อันตรายต่อชีวิตได้ ทำให้ผู้คนต่างต้องปรับเปลี่ยนวิถี

ชีวิตของตนให้ห่างไกลจากการติดเชื้อ ในขณะที่เดียวกันข้อมูลข่าวสารด้านการสื่อสารสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 ก็ได้ถูกแพร่กระจายออกไปตามกระแสสังคม

การสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) คือ การสื่อสารระหว่างสองฝ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นในประเด็นทางสาธารณสุข ซึ่งอาจใช้ในการโน้มน้าวใจผ่านเนื้อหาสุขภาพ หรือข้อมูลที่ทำให้อีกฝ่ายรู้สึกว่าเป็นเรื่องใกล้ตัว มีข้อมูล การจำลองสถานการณ์ การนำเสนอข้อเท็จจริง หลักฐานทางสถิติ เพื่อส่งเสริมทัศนคติเชิงบวกต่อการจัดการสุขภาพ (Balint & Bilandzic, 2017, โคทม อารียา, 2552: ปาจริย์ ณะสมบุญกิจ, 2552; วิมล โรมา, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรัณญา มานะรุ่งเรืองสิน ได้นิยามการสื่อสารสุขภาพว่า เป็นเทคนิคที่ใช้ในการบอกเล่า (Inform) การสร้างอิทธิพล (Influence) และสร้างแรงจูงใจในระดับปัจเจกชน องค์กร และสาธารณชนเกี่ยวกับประเด็นความสำคัญของสุขภาพซึ่งมีขอบเขตถึงการป้องกันโรคร้ายต่าง ๆ (Disease prevention) การส่งเสริมสุขภาพ นโยบายในการดูแลสุขภาพและธุรกิจบริการด้านสุขภาพ รวมถึงการมีคุณภาพชีวิตและสุขภาพที่ดีทั้งระดับปัจเจกชนและระดับสังคม

โดยวาสนา จันทรสว่าง และคณะ (2550) ได้เสนอแนวคิดองค์ประกอบของการสื่อสารสุขภาพว่ามีองค์ประกอบ 7 ส่วน ได้แก่

- (1) ผู้ส่งสาร หมายถึง ผู้นำด้านสุขภาพ หรือผู้ปฏิบัติการด้านสุขภาพ
- (2) เนื้อหาของสาร ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจ การสร้างจิตสำนึกเพื่อการสร้างเสริมปรับเปลี่ยน และคงไว้ซึ่งพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องและเหมาะสม เพื่อพัฒนาสุขภาพและคุณภาพชีวิต
- (3) สื่อ หรือช่องทาง กิจกรรม รูปแบบ วิธีการ
- (4) กลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มเป้าหมายรอง และประชาชนทั่วไป
- (5) ผลของการสื่อสาร อาจเกิดขึ้นในรูปของการรับรู้ ความสนใจ ความตระหนักและการปฏิบัติตนด้านสุขภาพ
- (6) ผลกระทบ คือ ประโยชน์หรือโทษที่เกิดขึ้นตามมาจากการดำเนินงานของการสื่อสาร

ต่อมา วศรัณญา มานะรุ่งเรืองสิน (2556) ได้ขยายความและเพิ่มเติมองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารสุขภาพไว้เป็น 4 ส่วน ได้แก่

- (1) การคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการเข้าถึงหรือรับทราบข้อมูล
- (2) ความแตกต่างด้านสังคม วัฒนธรรม ความเชื่อของแต่ละท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกัน เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การเข้าใจข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน
- (3) ความถูกต้อง น่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่นำเสนอโดยจะต้องมาจากแหล่งของข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีความชำนาญหรือน่าเชื่อถือมากที่สุด
- (4) ในด้านการนำเสนอข้อมูล จะต้องนำเสนอได้ทันต่อเวลาและมีความสมดุลของเนื้อหา ข้อมูลด้านสุขภาพอย่างรอบด้าน

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการสื่อสารสุขภาพจำเป็นต้องมีการดำเนินการที่เหมาะสม สอดคล้องกับสภาพการณ์ของบุคคลและพื้นที่ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารให้ครอบคลุมทุกด้าน ทั้ง การชักจูงใจ การเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุม หรือแม้แต่ในกรณีที่ต้องการเฉพาะเจาะจงในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย (อ้างอิงในหทัยรัตน์ เหล็กกล้า 2550)

สำหรับแนวทางการสื่อสารสุขภาพ เมธาวิ จำเนียร และ เมธี แก้วสนิท (2018) จากการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารสุขภาพเพื่อสร้างเสริมสุขภาวะที่ดีของคนในชุมชน” ได้พิจารณาถึงบทบาทและหน้าที่ของการสื่อสารสุขภาพที่มีต่อการสื่อสารที่เชื่อมโยงกับประเด็นสุขภาพ ดังนี้

1. การให้ข่าวสาร (Informative Function) หมายถึง การเป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวให้คนในสังคมได้รับรู้อย่างทั่วถึง ในกรณีการสื่อสารสุขภาพจะต้องเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสุขภาพ เช่น การรู้จักโรคอุบัติใหม่
2. การชักจูงใจ (Persuasive Function) หมายถึง การโน้มน้าว ชักจูงใจให้เชื่อและคล้อยตามในสิ่งที่ผู้ส่งสารได้สื่อสารออกไป ในกรณีการสื่อสารสุขภาพ สื่อจำเป็นต้องตรวจสอบข้อมูลหรือสารอย่างละเอียดถี่ถ้วนก่อนนำเสนอต่อผู้รับสาร เพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดหรือตื่นตระหนกในสังคม
3. การให้ความรู้ (Educational Function) หมายถึง การสร้างความรู้ความเข้าใจในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง ซึ่งการสื่อสารสุขภาพจะเข้ามามีบทบาทในการสร้างองค์ความรู้ที่ทำให้ทุกคนได้รับรู้ อย่างเท่าทันและให้ความใส่ใจ เนื่องจากประเด็นสุขภาพเป็นสิ่งที่ใกล้ตัว

ทั้งนี้ สื่อมวลชนต่าง ๆ มีหน้าที่ในการให้ข่าวสาร ให้ความรู้ เพื่อป้องกันโรคภัยและชักจูงใจ หรือส่งเสริมประเด็นด้านสุขภาพ ทั้งสุขภาพกาย สุขภาพจิต ตลอดจนความเป็นอยู่ของประชาชน สังคมและประเทศ

ขณะเดียวกัน วิมล โรมา (อ้างถึงในสิโรตม มณีแฮต และ สรัญญา เชื้อทอง, 2020) ยังได้กล่าวถึงประเด็นการให้ประชาชนมีความรอบรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy) อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับความเข้าใจและความสามารถในการเข้าถึงหรือใช้ข้อมูลและทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยการสื่อสารสุขภาพ เพื่อสร้างการตระหนักรู้และรับผิดชอบต่อส่วนบุคคลและสังคม ซึ่งการสื่อสารสุขภาพในยุคใหม่สามารถแบ่งตามระดับความสำคัญออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ (1) ระดับย่อย เป็นการสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล หรือกลุ่มเล็ก มีวาระที่เป็นผลกระทบต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลบางกลุ่ม (2) ระดับกลาง เป็นการสื่อสารสาธารณะ มีวาระที่เกี่ยวกับคนในพื้นที่ (3) ระดับใหญ่ เป็นการสื่อสารมวลชนรวมถึงการสื่อสารเชิงโครงสร้างและนโยบาย มีวาระที่เกี่ยวข้องกับคนทั้งประเทศ ภูมิภาค หรือสากล

ปัจจุบันการสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นประเด็นที่มีการพูดถึงและได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่องทั้งในมุมมองของผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื่องจาก “การสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์” (1) สามารถนำข่าวสาร / ข้อมูลที่มาความซับซ้อนอย่างเรื่องสุขภาพ มานำเสนอในรูปแบบข้อความ ภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหว ทำให้ประชาชนสามารถเข้าใจได้ง่าย (2) เป็นการเปิดช่องทางให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลสุขภาพได้สะดวก รวดเร็วทันทีและทั่วถึงมากขึ้น (3) และเป็นการสื่อสารสองทาง (two way communication) ซึ่งผู้ส่งสารสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารได้มากกว่าสื่อดั้งเดิมหรือสื่อกระแสหลัก เช่นเดียวกันในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ผ่านมา สื่อกระแสหลักอย่างไทยรัฐก็ได้มีการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 ผ่านประเด็นต่าง ๆ รวมทั้งด้านการบริหารจัดการวัคซีน นโยบายควบคุมโรคระบาด สถานการณ์การแพร่ระบาด วิธีการดูแลตนเอง/แนวทางป้องกัน มาตรการเยียวยา และอื่น ๆ เพื่อช่วยให้ประชาชนรู้วิธีหลีกเลี่ยงป้องกัน ลดความตื่นตระหนกสร้างความร่วมมือที่ดี ช่วยป้องกันการระบาด หรือชะลอการระบาดของโรคได้ และสามารถช่วยรักษาชีวิตผู้เจ็บป่วย

การเผยแพร่เนื้อหาด้านสุขภาพในเรื่องของการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 วิธีการรักษาตัวเอง การบริหารจัดการวัคซีน รวมถึงมาตรการควบคุมโรคโควิด-19 ต่าง ๆ ที่กำหนดโดยรัฐบาลบนแพลตฟอร์มดิจิทัลคือการนำนวัตกรรมมาช่วยเสริมความสามารถในการเข้าถึง และการกระตุ้นให้ประชาชนเกิดการตระหนักรู้ เนื่องจากรูปแบบการนำเสนอของแพลตฟอร์มดังกล่าวที่เน้นการสร้างสรรค์คลิปวิดีโอสั้นซึ่งทำให้ผู้ชมเกิดการรับรู้ จดจำ และสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้อื่นได้ เพื่อจุดประกายและปลุกกระแสเรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สวพ.FM91, 2563)

เช่นเดียวกันกับการศึกษาเรื่อง “Research on the Production and Transmission Effect of Short Video Content for Health Communication on COVID-19 Taking TikTok as an Example” ของ Chen (2021) โดยพิจารณาจากคุณลักษณะสำคัญของแพลตฟอร์มติ๊กต็อก เพื่ออธิบายถึงบทบาทและหน้าที่ของแพลตฟอร์มดังกล่าวในบริบทการสื่อสารสุขภาพในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ดังนี้ (1) การนำเสนอด้วยวิดีโอสั้นเสริมสร้างความเข้าใจของผู้ชม กล่าวคือ การนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอสั้นที่เป็นการผสมผสานระหว่างรูปภาพ วิดีโอ และเสียง ทำให้ผู้ชมสามารถรับข้อมูลข่าวสารผ่านทั้งระบบสายตาและระบบการได้ยิน ก่อเกิดอารมณ์ร่วมได้อย่างง่ายดาย ในกรณีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการป้องกันโรคโควิด-19 เช่น วิธีการสวมใส่หน้ากากอนามัย ซึ่งผู้สร้างสรรค์เนื้อหาสามารถเล่าเรื่องด้วยทั้งภาพถ่ายและคำอธิบาย ทำให้ผู้ชมเห็นภาพและเกิดความเข้าใจได้มากขึ้น (2) การนำเสนอเนื้อหาเชิงตลกขบขันช่วยผ่อนคลายจิตใจของผู้ชม กล่าวคือ การนำเสนอเนื้อหาบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกสามารถตัดต่อคลิปวิดีโอได้อย่างเรียบง่ายโดยผ่านฟังก์ชันที่หลากหลาย เช่น การใช้เสียงเอฟเฟค การใช้สโลว์โมชันและสติ๊กเกอร์ ทั้งนี้ การใช้ฟังก์ชันดังกล่าวในการนำเสนอเนื้อหาหรือการอธิบายข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคโควิด-19 สามารถสร้างความสนุกสนานและความตลกขบขันให้กับผู้ชมได้ เป็นการผ่อนคลายหรือการลดความวิตกกังวลที่เกิดจากโรคระบาด (3) การเผยแพร่เนื้อหาโดยระบบอัลกอริทึมของแพลตฟอร์มช่วยจัดส่งข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ โดยการทำงานของระบบอัลกอริทึมเริ่มจะการเก็บข้อมูลของพฤติกรรมผู้ใช้งานอย่างเช่น การกดไลค์ การกดติดตาม การแชร์ เพื่อนำไปสู่การประเมินผลความสนใจของแต่ละบุคคลและแสดงเนื้อหาที่ตรงใจผู้ใช้งานในหน้าฟีด “For You” ต่อไป ซึ่งจะช่วยเผยแพร่เนื้อหาด้านสุขภาพไปสู่กลุ่มคนที่สนใจหรือต้องการข้อมูลด้านนี้ได้ทั่วถึงมากขึ้น

โดยสรุปได้ว่า การสื่อสารสุขภาพเกิดขึ้นเพื่อสร้างเสริมสุขภาวะที่ดีแก่คนในชุมชน รวมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพได้ง่ายและทั่วถึง ซึ่งหากเปรียบเทียบการสื่อสารสุขภาพในยุคสื่อสารมวลชนและยุคสื่อสังคมออนไลน์จะเห็นได้ว่าการสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างติ๊กต็อก จะให้ความสำคัญในมิติของประชาชนทั่วไป อาจมิได้เป็นเรื่องเฉพาะของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีอำนาจทางสังคมเหมือนอดีต ขณะเดียวการการสื่อสารสุขภาพในรูปแบบวิดีโอสั้นทำให้ความรู้หรือข้อมูลข่าวสารด้านแพทย์ที่มีความยากในการทำความเข้าใจผ่านตัวอักษร (Text) หรือข้อความ สามารถกระจายและเผยแพร่ในชุมชนได้อย่างรวดเร็วและง่ายขึ้น

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับบันเทิงสารสนเทศ (Infotainment)

Andrew Crisell (2006) ได้ให้นิยามของบันเทิงสารสนเทศ (Infotainment) ไว้ว่าเป็นการใช้ข้อเท็จจริงหรือข้อมูลข่าวสารผ่านการนำเสนอด้วยวิธีต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความบันเทิง โดยสามารถแบ่งตามรูปแบบการนำเสนอของบันเทิงสารสนเทศไว้เป็น 4 รูปแบบดังนี้

- (1) รายการไลฟ์สไตล์ โดยเนื้อหาของรายการส่วนใหญ่จะประกอบด้วยวิธีการหลากหลายที่ก่อให้เกิดสิ่งใหม่ เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น การจัดสวน การเตรียมอาหาร และการวางลักษณะท่าทางของแต่ละบุคคล หรือเปลี่ยนแนวทางการใช้ชีวิตของผู้ชม ซึ่งรายการประเภทนี้จะสามารถสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้ชมด้วยวิธีต่าง ๆ ที่ประกอบด้วย
 - 1.1 การถ่ายภาพ โดยการถ่ายภาพของบันเทิงสารเทศมักจะมีการใช้ภาพลวงตาและภาพที่สวยงามดึงดูดให้ผู้ชมสนใจโดยผ่านกระบวนการตัดต่ออย่างรวดเร็วและแนบเนียนไม่ก่อให้เกิดความสงสัย
 - 1.2 การใช้องค์ประกอบพิเศษ โดยมีการใช้เทคนิคการสร้างความประหลาดใจและการแข่งขันของเกมโชว์ เพื่อทำให้เนื้อหาเกิดความสนุกสนานและดึงดูดผู้ชมได้มากขึ้น
 - 1.3 การใช้ข้อความในการอธิบาย ซึ่งผู้ผลิตเนื้อหามักจะนำเสนอข้อความใดข้อความหนึ่งบ่อยครั้งจนเกิดความจำเอนเพื่อทำให้ผู้ชมมุ่งความสนใจไปที่จุดนั้นซึ่งเป็นการบ่งชี้สิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต
 - 1.4 การกลั่นกรองเนื้อหา ซึ่งมีความจำเอนต้องกลั่นกรองเนื้อหาให้มีลักษณะที่เบาขึ้นเพื่อสามารถดึงดูดผู้ชมในวงกว้างได้มากขึ้น หรือสามารถคัดเลือกเนื้อหาเฉพาะเป็นส่วนที่กำลังเป็นที่สนใจอยู่ในขณะนั้น ทั้งนี้ เนื้อหาของรายการประเภทไลฟ์สไตล์มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ความบันเทิงและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ชม ผ่านวิธีการสร้างความประหลาดที่หลากหลาย
- (2) รายการละครที่สร้างอิงมาจากเรื่องจริง โดยรายการประเภทนี้ เป็นการอธิบายข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ ให้ความบันเทิงในรูปแบบละคร ซึ่งอาจรู้จักกันในชื่อของ Documentary Drama และ Faction โดยมีคุณลักษณะเฉพาะดังนี้ 1) เป็นการนำเหตุการณ์จริงทางประวัติศาสตร์มาถ่ายทอดผ่านตัวละคร 2) มีการนำเสนอปัญหาที่ยากต่อการจัดการหรือกำลังถูกวิพากษ์วิจารณ์ในขณะนั้น 3) เป็นการบอกเล่าเรื่องราวของบุคคลที่ปรากฏอยู่จริงในอดีต ผสมปนเปไปกับเหตุการณ์จริงในสมัยนั้นที่บางส่วนอาจถูกบิดเบือนไปบ้าง 4) เป็นรายการที่นำเสนอทางโทรทัศน์ไม่จำเป็นต้องใช้ทฤษฎีหรือความถูกต้องในการประเมินความสำเร็จ และยังได้รับความนิยมในสังคม

- (3) รายการประเภทเรียลลิตี้ ซึ่งรายการประเภทนี้จะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับเกมส์โชว์ และยังเป็นรายการที่ไม่มีบทพูดเตรียมเอาไว้ โดยผู้เข้าร่วมรายการจะต้องแสดงความเป็นตัวเองอย่างแท้จริงผ่านการทำกิจกรรมตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้จัดการรายการ ซึ่งเป็นรายการที่มีการบันทึกกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องที่ผู้ชมไม่สามารถคาดเดาผลของการแข่งขันออกมาได้ ทำให้รายการดูเป็นธรรมชาติและได้รับการตอบสนองจากผู้ชมอย่างรวดเร็ว
- (4) รายการประเภททอล์กโชว์ ซึ่งเป็นการนำกลุ่มคนมากลุ่มหนึ่ง มาพูดคุยกัน วิเคราะห์ วิวิจารณ์ หรือโต้เถียงกันเกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ ทั้งที่กำลังเป็นประเด็นสำคัญในสังคม ความคิดเห็นของผู้ชมภายนอก กระแสสังคม หรือความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อที่พูดถึง

การรายงานข่าวในรูปแบบสารสนเทศ (Infotainment) เริ่มต้นโดยสื่อมวลชนสหรัฐฯ เป็นการนำเสนอข่าวที่เร้าอารมณ์ เพื่อดึงดูดผู้ชม ซึ่งการทำข่าวในรูปแบบสารสนเทศเกิดขึ้นเพื่อนำการเข้าถึงง่ายให้แก่ประชาชนคนดู โดยการเอาข้อมูลข่าวสาร (Info) มาผสมกับความบันเทิง (Entertainment) เน้นการเลือกประเด็นข่าวใกล้ตัว ข่าวชาวบ้าน ข่าวบันเทิง ข่าวที่สอดคล้องกับความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ ที่เราใจและง่ายต่อการเข้าถึงของคนดู หรือเป็นการปรับเปลี่ยนการนำเสนอข่าวซีเรียส (Hard news) คืดเยอะ ย่อยยาก ให้เป็นข่าวที่ไม่ต้องคิด หรือคิดให้แทนแล้วจากผู้เล่าข่าว เพื่อให้ย่อยง่าย หรือที่เรียกกันว่าข่าวเบาสมอง (พิจิตรา ศุภสวัสดิ์กุล, 2556)

ปัจจุบันการรายงานข่าวทั่วไป มักจะมีการนำเสนอในรูปแบบบันเทิงสารสนเทศที่ผลิตขึ้นมา ด้วยคุณค่าข่าวที่แตกต่างไปจากเดิม มีการทำลายความสำคัญและแนวคิดเกี่ยวกับข่าวจากเดิมมาก โดยเนื้อหาของข่าวในลักษณะนี้มักจะเป็นข่าวที่เร้าอารมณ์ กระตุ้นความรู้สึกมากกว่าการให้ข้อเท็จจริง เน้นข่าวบุคคลและข่าวอาชญากรรมที่เป็นเรื่องทุกคนอยากรู้และอยู่ในความสนใจ ให้ความสำคัญกับบุคลิกหน้าตาของพิธีกรข่าว เพื่อให้สามารถขายได้ ซึ่งเป็นรูปแบบการรายงานข่าวที่มีลักษณะกึ่งข่าว กึ่งบันเทิง และกึ่งสาระ (ศุภลักษณ์ ด่านไพบุลย์, 2006, อ้างถึงในDahlgren, 1995)

ต่อมา Xie (2021) จากการศึกษาเรื่อง “Talking about News Infotainment Tendency from Audience Needs ” ได้พิจารณาจากปัจจัยการเข้ามาของระบบอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ที่ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของผู้คนเปลี่ยนไป เน้นการเสพข่าวรูปแบบบันเทิงสารสนเทศมากขึ้น โดยสามารถสรุปประเด็นได้ดังนี้ 1) การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี กล่าวคือไม่ว่าเป็นยุคการสื่อสารทางเดียว (One-way communication) ของสื่อดั้งเดิม หรือแม้กระทั่งในยุค

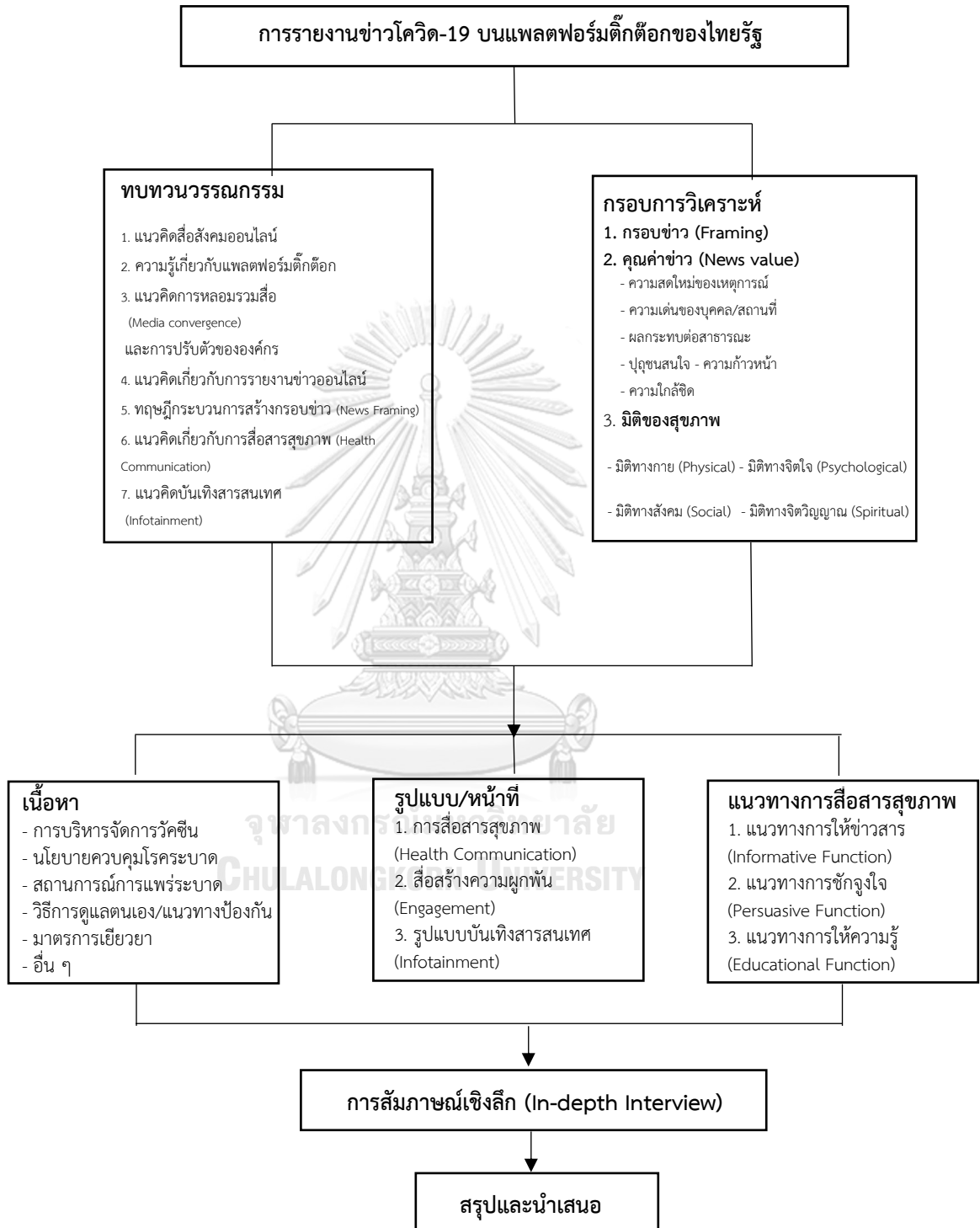
สื่อสังคมออนไลน์ที่ทำให้เกิดการสื่อสารหลายทาง (Multi-way communication) ซึ่งพฤติกรรม การบริโภคสื่อของผู้คนเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้สื่อประเภทต่าง ๆ มีการปรับรูปแบบการนำเสนอที่เน้นบันเทิงสารสนเทศมากขึ้น ทั้งนี้ ด้วยข้อจำกัดของช่องทางและเวลาที่ใช้ในการนำเสนอของสื่อ ดั้งเดิมอย่างรายการโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ อาจทำให้นโยบายบันเทิงสารสนเทศเข้าถึงได้เฉพาะ กลุ่ม และมีรูปแบบการนำเสนอที่จำกัดในลักษณะที่เป็นข้อความ (Text) และรูปภาพ ในขณะที่ การพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของระบบอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ได้อย่างเรียลไทม์ (Real-time) มีการปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ หลากหลาย เป็นการสื่อสารที่เปิดกว้างและทำให้ผู้คนมีส่วนร่วมในการผลิต การแบ่งปัน และการ กระจายเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ทำให้บันเทิงสารสนเทศสามารถเข้าถึงผู้ชมได้มากขึ้น 2) การแข่งขัน ทางการตลาด กล่าวคือ เมื่อแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ได้เข้ามาและมีบทบาทสำคัญมาก ยิ่งขึ้นในวิถีชีวิตของคน ทำให้ผู้ชมที่คอยติดตามข่าวสารผ่านสื่อดั้งเดิมต่าง ๆ เริ่มใช้อุปกรณ์พกพา อย่างโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ในการรับชมและการเสพข่าวออนไลน์มากขึ้น ซึ่งเห็นได้ชัดจาก จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปรากฏการณ์ดังกล่าวส่งผลต่อการ แข่งขันของอุตสาหกรรมสื่อเป็นอย่างมาก ทำให้สื่อดั้งเดิมต้องปรับเปลี่ยนวิธีการเล่าเรื่อง ช่องทางใน การนำเสนอ และประเด็นที่จะนำเสนอให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ชม เข้าถึงและตอบโจทย์ ความต้องการของคนให้มากขึ้น ฉะนั้น การนำเสนอในรูปแบบบันเทิงสารสนเทศจึงเป็นที่นิยมเพื่อ ดึงดูดผู้ชม

ในการศึกษาเรื่องเกี่ยวกับบันเทิงสารสนเทศนั้น พบว่า “Research on the Infotainment Characteristics of Government Short Videos and Their Influences on Users Information Adoption” ของ Y. Shen (2022) ที่มีการวิเคราะห์เนื้อหาด้บบันเทิงสารสนเทศบน แพลตฟอร์ม ดึงดูดจากมุมมองทั้ง วิธีการเล่าเรื่อง รูปแบบการนำเสนอ ช่องทางที่ใช้ในการ เผยแพร่ และเนื้อหาหลักที่นำเสนอ โดยสามารถสรุปเป็นประเด็นดังนี้ 1) วิธีการเล่าเรื่องเป็นเครื่องมือ สำคัญที่ก่อให้เกิดอารมณ์ร่วมของผู้ชม กล่าวคือ วิธีการเล่าเรื่องบนแพลตฟอร์มดึงดูดสามารถสื่อถึง อารมณ์ได้จากทั้งคำศัพท์ที่ใช้ ประโยคคำพูด และหัวข้อของเนื้อหาที่โพสต์ลงไป ซึ่งภาษาที่ใช้ ประกอบการเล่าเรื่องของเนื้อหาประเภทบันเทิงสารสนเทศมักจะเป็นภาษาที่ไม่เป็นทางการ ภาษา วัยรุ่น หรืออาจเป็นได้ภาษาอินเทอร์เน็ต เนื่องจากภาษาเหล่านี้ เป็นคำศัพท์ที่เข้าใจง่าย และสามารถ แสดงออกทางอารมณ์ ความรู้สึกได้มากกว่าภาษาทางการ ทำให้ผู้ชมรู้สึกใกล้ชิด และเกิดอารมณ์ร่วม ได้ง่าย 2) การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบวิดีโอสั้น เสริมสร้างความเข้าใจของผู้ชมได้มากขึ้น กล่าวคือ

การนำเสนอในรูปแบบวิดีโอสั้นสามารถใช้ทั้งรูปภาพ เสียง เพลง วิดีโอ แอนิเมชันแบบผสมผสานกัน ทำให้ผู้ชมสามารถจับใจความสำคัญได้ง่าย และที่สำคัญยังได้เห็นภาพ หรือจินตนาการตามประเด็นที่ ถูกนำเสนอไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) การเผยแพร่เนื้อหาผ่านติกต็อกก่อให้เกิดการเลียนแบบได้ง่าย กล่าวคือ การนำเสนอเนื้อหาบนแพลตฟอร์มติกต็อกเนื่องจากสามารถติดแฮชแท็กเนื้อหาเพื่อ ดึงดูดและกระตุ้นอารมณ์ของผู้ชมแล้วนั้น ยังสามารถแบ่งประเภทเนื้อหาตามความสนใจของผู้ใช้งาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสื่อเกิดสนใจที่จะผลิตเนื้อหาในลักษณะที่คล้ายคลึงกันหรือเลียนแบบลักษณะของ เนื้อหาต้นแหล่งนั้น 4) การนำเสนอเนื้อหาหลักในเชิงบันเทิงสารสนเทศมากเกินไปอาจทำลายคุณค่า ขาว กล่าวคือ ด้วยคุณลักษณะของแพลตฟอร์มติกต็อกที่เน้นความบันเทิงและความสนุกสนานในการ เล่าเรื่อง หากรายงานข่าวหนัก (Hard News) ที่เป็นเรื่องในเชิงสาระ และมีอิทธิพลต่อคนส่วนใหญ่ใน สังคมผ่านบันเทิงสารสนเทศ อาจไม่สามารถให้ผู้ชมเกิดความตระหนักรู้หรือให้ความสำคัญกับประเด็น ดังกล่าวอย่างสมควร ซึ่งหากสื่อกระแสหลักนิยมนำเสนอในรูปแบบสารสนเทศเป็นหลัก นับได้ว่าเป็น การทำลายความสำคัญและแนวคิดของข่าวจากเดิม

ในบทที่ 2 นี้ ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าเนื้อหาข่าวการข่าวที่เกี่ยวข้องกับประเด็นโควิด-19 ของสำนัก ข่าวไทยรัฐบนแพลตฟอร์มติกต็อกจะนำเสนอข้อมูลข่าวสารในรูปแบบสื่อบันเทิงสารสนเทศ กล่าวคือ เป็นการนำเสนอข้อมูลหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา รวม ไปถึงวิธีการปฏิบัติตนเมื่อติดเชื้อดังกล่าว อีกทั้งผู้วิจัยยังสังเกตเห็นว่าการรายงานข่าวในลักษณะ ดังกล่าวนั้นเป็นการนำเสนอในรูปแบบของข่าวหนักผสมกับให้ความบันเทิง ดังนั้นการที่สำนักข่าว ไทยรัฐนำเสนอข่าวสารผ่านติกต็อกในลักษณะวิดีโอสั้นและรวบรวมจากหลากหลายรายการตั้งแต่การ รายงานข่าวทั่วไป ไปจนถึงรายการเล่าข่าว เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ได้ ง่าย และยังดึงดูดผู้ชมให้เข้ามาดูข่าวสารผ่านช่องทางติกต็อกได้มากขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำเบื้องต้น มาเป็นกรอบวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

กรอบแนวคิด



บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่องการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อศึกษาและสำรวจเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 ที่นำเสนอบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในรูปแบบวิดีโอสั้นของสำนักข่าวไทยรัฐออนไลน์ ระหว่างเดือน มิถุนายน 2563 ถึง กันยายน 2565 จำนวน 179 คลิป ในช่วงเวลาดังกล่าว สำนักข่าวไทยรัฐเปิดบัญชีทางการ (Official Account) บนแพลตฟอร์มดิจิทัล

หลังจากนั้นนำเนื้อหาที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์และประมวลผล และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้สื่อข่าวและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐเพื่อให้ได้คำอธิบายเรื่อง เพื่อศึกษาเนื้อหา รูปแบบ หน้าที่และแนวทางของการสื่อสารสุขภาพเกี่ยวกับโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

ขั้นตอนหลักของวิธีการวิจัยมี 3 ประการดังต่อไปนี้

3.1 การวิจัยเอกสาร

3.2 การวิเคราะห์เนื้อหา

3.3 การสัมภาษณ์เชิงลึก

3.1 การวิจัยเอกสาร

ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการสื่อสารข่าวสุขภาพเกี่ยวกับโรคโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยวิเคราะห์ และประมวลข้อมูลจากหนังสือ บทความ และเอกสารต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง จากช่องทางต่าง ๆ อาทิ Google Scholar, CNKI (China National Knowledge Infrastructure) และหนังสือที่เกี่ยวข้องจากสำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำสำคัญสำหรับการสืบค้นคว้า

ในการวิจัยเอกสารเพื่อจะค้นหาและคัดกรองคำสำคัญ (Key Words) สำหรับเนื้อหาการสื่อสารข่าวสุขภาพของโรคโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัลต่อนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาจากแหล่งข้อมูลเอกสาร (Document) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและศึกษาคำต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ทั้งที่ปรากฏและไม่ปรากฏคำว่า ‘โควิด-19’ โดยตรง

สำหรับแหล่งข้อมูลเอกสาร (Document) ที่ไม่ปรากฏคำว่า ‘โควิด-19’ โดยตรง ผู้วิจัยได้คัดกรองจากประเด็นเกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 อย่างเช่น (1) การรักษาระยะห่างทางสังคม (2) การกักตัว (3) New normal (4) ล็อกดาวน์ (5) ภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุข (6) พ.ร.ก. ฉุกเฉิน (7) มาตรการควบคุมโรค (8) เคอร์ฟิว (9) ศบค. (10) หมอพร้อม (11) คลัสเตอร์ (12) วิกฤตการแพร่ระบาด นำมาเป็นแนวทางในการสืบค้นเนื้อหาที่เผยแพร่บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของสำนักข่าวไทยรัฐ

ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยสามารถนำมาเป็นกรอบในการทำแบบวิเคราะห์เนื้อหา (Coding Sheet) เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาในข่าวสุขภาพเกี่ยวกับโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัลตามแนวคิด/ทฤษฎีด้านสื่อสังคมออนไลน์ การหลอมรวมสื่อและการปรับตัวขององค์กร การรายงานข่าวออนไลน์ และการสื่อสารสุขภาพ โดยเฉพาะเรื่องกรอบข่าว คุณค่าข่าว และมิติการสื่อสารสุขภาพเพื่อได้ข้อสรุปของเนื้อหาหลัก รูปแบบ และแนวทางการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ

การค้นหาเนื้อหาจากสื่อเพื่อนำมาวิเคราะห์

หลังจากที่ผู้วิจัยได้คำสำคัญในที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารข่าวสุขภาพของโรคโควิด-19 แล้ว ผู้วิจัยได้ใช้คำสำคัญข้างต้น ในการค้นหาเนื้อหาของสำนักข่าวไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัลตามขอบเขตเวลาที่ทำการวิจัย 2 ปี (ระหว่างวันที่ 2 มิถุนายน 2563 – 30 กันยายน 2565) นับตั้งแต่วิทยุทธศาสตร์ชาติฉบับที่ 2 และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ซึ่งประเทศไทยประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน และการบังคับใช้ พ.ร.ก. ฉุกเฉินเพื่อคุมโรคโควิด-19 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทั่วโลก โดยอ้างอิงการประกาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 26 มี.ค. 2563 จนถึง กระทรวงสาธารณสุขออกประกาศเมื่อวันที่ 1 ต.ค. 65 เป็นต้นไป เพื่อยกเลิกโควิด-19 จากการเป็นโรคติดต่ออันตราย และกำหนดให้เป็นโรคติดต่อที่ต้องเฝ้าระวัง ขณะเดียวกันทางสำนักข่าวไทยรัฐ

มีการเผยแพร่คลิปวิดีโออันแรกเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2563 ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาเนื้อหาในช่วงเวลาดังกล่าว

โดยจากการค้นหามีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารข่าวสุขภาพของโรคโควิด-19 จำนวน 179 คลิป จากคลิปติดตอกของไทยรัฐทั้งหมด 6,723 คลิป โดยคัดกรองจากคำสำคัญที่ปรากฏในพาดหัวข่าว การติดแฮชแท็ก และปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ที่ปรากฏอยู่ในแต่ละคลิปวิดีโอ

3.2 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

การออกแบบเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยใช้การลงรหัสเนื้อหา (Coding Sheet) เป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อแจกแจงผลการสำรวจเนื้อหา ข่าวโควิด-19 ที่ปรากฏในบัญชีไทยรัฐบนแพลตฟอร์มติดตอกที่ทำการศึกษ โดยกำหนดประเด็นที่ลงรหัส ดังนี้

1. ประเภทของเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวโควิด-19
2. รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวโควิด-19
3. แนวทางการรายงานข่าวโควิด-19
4. คุณค่าข่าวในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวโควิด-19
5. มิติสุขภาพในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวโควิด-19

การจำแนกประเภทข่าวสารที่จะนำมาวิเคราะห์

จากการพิจารณาการวางกรอบเนื้อหาข่าวที่สืบค้นมาในขั้นตอนข้างต้น สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างโดยเริ่มต้นจาก

- (1) วิเคราะห์ประเภทเนื้อหาหลัก (Theme) ในการนำเสนอ โดยจากการเก็บรวบรวม การคัดเลือกและการสำรวจเนื้อหาสามารถแบ่งประเภทของเนื้อหาหลักได้ดังนี้ (Zijing Yin, 2020; Chenxi Zang, 2021)

ประเภทของเนื้อหาหลัก (Theme)	คำอธิบาย
การบริหารจัดการวัคซีน	ประเด็นวัคซีนโควิด-19 มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อสังคม เนื่องจากสามารถลดการแพร่ระบาด ลดความรุนแรงของอาการ และช่วยปกป้องผู้คนปลอดภัยจากโรคโควิด-19 โดยมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดสรรวัคซีนของรัฐบาล มาตรการในการรับฉีดวัคซีน และการให้ความรู้เกี่ยวกับวัคซีนชนิดต่าง ๆ
นโยบายการควบคุมโรคระบาด	รวมถึงหน่วยงานรัฐต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างกระทรวงสาธารณสุข ศบค. และคณะรัฐมนตรีประกาศใช้กฎบังคับในการควบคุมโรคระบาด อย่างเช่น การใช้พ.ร.ก ฉุกเฉิน การรักษาระยะห่างทางสังคม การกักตัว
สถานการณ์การแพร่ระบาด	การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้ติดเชื้อ ผู้เสียชีวิต และผู้ที่ต้องเฝ้าระวังทั้งในระดับประเทศและระดับโลก
วิธีการดูแลตนเอง แนวทางป้องกัน	การให้ข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับวิธีการดูแลตัวเอง/แนวทางป้องกันจากโรคระบาดโควิด-19
มาตรการเยียวยา	รัฐออกมาตรการช่วยเยียวยาความเสียหายที่เกิดจากโรคโควิด-19 อย่างเช่น โครงการคนละครึ่ง
อื่น ๆ	การประชาสัมพันธ์รายการโทรทัศน์

ตารางที่ 3 ประเภทของเนื้อหาหลัก (Theme) ในการนำเสนอ

(2) วิเคราะห์จากเกณฑ์รูปแบบการรายงานข่าว (Anter, 2022) ได้แก่

- การสื่อสารข่าวสุขภาพ (Health Communication) หมายถึง การรายงานข่าวที่เกี่ยวกับประเด็นทางสาธารณสุข
- รูปแบบสื่อสร้างความผูกพัน (Engagement) หมายถึง การรายงานข่าวเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชม
- รูปแบบบันเทิงสารสนเทศ (Infotainment) หมายถึง การรายงานข่าวเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบันเทิง

(3) วิเคราะห์จากเกณฑ์แนวทางการสื่อสารสุขภาพ (เมธาวิ จำเนียร และ เมธี แก้วสนิท, 2561) ได้แก่

- แนวทางการให้ข่าวสาร (Informative Function) หมายถึง การเป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวให้คนในสังคมได้รับรู้โดยทั่วถึงกัน เช่น การรู้จักโรคอุบัติใหม่
- แนวทางการชักจูงใจ (Persuasive Function) หมายถึง การโน้มน้าว ชักจูงใจให้เชื่อและคล้อยตามในสิ่งที่ผู้ส่งสารได้สื่อสารออกไป เช่น สื่อจะต้องตรวจสอบข้อมูลหรือสารก่อนนำเสนอผ่านสื่อไปยังผู้รับสารอย่างละเอียดถี่ถ้วนไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือความตื่นตระหนกต่อสังคม
- แนวทางการให้ความรู้ (Educational Function) หมายถึง การสร้างความรู้ความเข้าใจในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง ซึ่งการสื่อสารจะเข้ามามีบทบาทในการสร้างองค์ความรู้ดังกล่าว เช่น ประเด็นด้านสุขภาพเป็นประเด็นที่ใกล้ตัวทุกคน และมีความจำเป็นที่ทุกคนต้องรู้เท่าทันและให้ความใส่ใจ สื่อจึงต้องทำหน้าที่เป็นตัวกลางให้ความรู้ที่ถูกต้องและครบถ้วน

(4) วิเคราะห์จากเกณฑ์คุณค่าของข่าว (มาลี บุญศิริพันธ์, 2556) ได้แก่

- ความสดใหม่ของเหตุการณ์ หมายถึง โดยทั่วไปมนุษย์มักจะสนใจสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นต่อเหตุการณ์ที่ทันเสมอ
- ความใกล้ชิด หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับผู้อ่าน
- ความเด่นของบุคคล/สถานที่ในข่าว หมายถึง ความสำคัญของบุคคล สถานที่ที่เป็นข่าวนั้นมีความเด่นของกับบุคคล หรือตำแหน่งหน้าที่
- ความผิดปกติ หมายถึง เหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เป็นความผิดปกติจากที่เคยเป็น
- ผลกระทบต่อสาธารณะ หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมีผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของผู้คนจำนวนมาก
- ความขัดแย้ง หมายถึง ความขัดที่นำไปสู่การตัดสินใจเพื่อหาข้อยุติในประเด็นต่าง ๆ
- ความสนใจตามปฏุนิยม หมายถึง เหตุการณ์ที่ทำให้เกิดอารมณ์สะเทือนจิตใจ
- ความลึกลับ/เงื่อนงำ หมายถึง เหตุการณ์ที่มีลักษณะปิดบังหรือมีเงื่อนงำบางอย่างถูกปิดบังไว้

- ความก้าวหน้า หมายถึง ความเจริญก้าวหน้าต่าง ๆ ที่เป็นสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ ส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานการแก้ไขปัญหา
- มิติด้านเพศ หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากเรื่องเกี่ยวกับความผิดปกติทางเพศของมนุษย์

(5) วิเคราะห์จากเกณฑ์มิติสุขภาพ (อำพล จินดาวัฒนะ, 2550) ได้แก่

- มิติทางร่างกาย (Physical) หมายถึง การมีร่างกายแข็งแรง มีกำลัง คล่องแคล่ว รวมถึงผู้ที่มีโรคทางกายและผู้พิการทางกายได้รับการดูแลรักษาจนสามารถประกอบกิจกรรมได้เหมือนคนปกติ
- มิติทางจิต (Mental) หมายถึง การมีสุขภาพจิตที่ดี มีความสบายใจอารมณ์ดี แจ่มใส นอนหลับดี ไม่ เครียดหรือวิตกกังวล
- มิติทางสังคม (Social) หมายถึง การอยู่อย่างมีความสุขกับผู้อื่น ทั้งในครอบครัว ชุมชน และสังคม
- มิติทางจิตวิญญาณ (Spiritual) หมายถึง การมีความสุขหรือสันติสุขด้วยการมีสติ และปัญญาในการคิด กระทำในสิ่งที่ถูกต้องมีคุณธรรม

คู่มือลงรหัส

เนื้อหาหลักที่ปรากฏเกี่ยวกับโควิด-19

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประเด็น						
1. การ บริหาร จัดการวัคซีน	ยี่ห้อของวัคซีน	ประเภทของวัคซีน	ระบบฉีดวัคซีน	จำนวนวัคซีนที่ได้รับ		อื่นๆ (ระบุ)
	Sinovac	ชนิดสารพันธุกรรม (mRNA)	จองวัคซีน	วัคซีนเข็ม 1-3		ภูมิคุ้มกัน
	AstraZeneca	วัคซีนพันทางรวม	Walk in	วัคซีนเข็มที่ 5		กลุ่มเสี่ยง
	Johnson&Johnson	วัคซีน LAAB	หมอพร้อม	วัคซีนเข็มกระตุ้น		วัคซีนสูตรไขว้
	Moderna	วัคซีน Comirnaty	ฉีดวัคซีน	วัคซีนทางเลือก		ผลข้างเคียงหลัง การฉีดวัคซีน เช่น ตาเหลือง หน้ามืด
	Sinopharm		การจัดสรรวัคซีน	วัคซีนเข็มบูส		
	Pfizer		การกระจายวัคซีน			เสียชีวิต

	Sputnik		การบริหารวัคซีน			
2. นโยบาย การควบคุม โรคระบาด	มาตรการกักตัว State Quarantine มาตรการตรวจคัดกรอง Thailand Pass เอกสาร COE Covid Free Setting Work from Home	พ.ร.ก. ฉุกเฉิน เคอร์ฟิว ล็อกดาวน์ ระงับการเดินทาง ปิดประเทศ มติจาก ศบค.	เดินทางระหว่าง ประเทศ เปิดประเทศ Sand Box Test and Go	วิธีการรักษา ระดับการเตือนภัย ระดับ 1-5 Home Isolation Community Isolation	การแบ่งสีพื้นที่ ประเทศเสี่ยงต่ำ พื้นที่เปิดโล่ง เขตพื้นที่ควบคุม พื้นที่สีแดง พื้นที่สีแดงเข้ม พื้นที่สีฟ้า พื้นที่สีเหลือง พื้นที่สีเขียว พื้นที่สีส้ม	อื่นๆ (ระบุ) มาตรการคุมเข้ม เคาน์ดาวน์ เปิดสถาบันเชิง ปิดสถาบันเชิง
3. สถานการณ์ การแพร่ ระบาด	ยอดติดเชื้อ ผู้ติดเชื้อ ผู้สัมผัสเสี่ยงต่ำ ผู้ป่วยอาการหนัก ผู้เสียชีวิต ไลน์ผู้ติดเชื้อ คลัสเตอร์	สายพันธุ์โอไมครอน สายพันธุ์เดลต้า สายพันธุ์เดลต้าพลัส สายพันธุ์ AY.1-AY.47 สายพันธุ์ AY.4.2 เชื้อกลายพันธุ์ อีฟ พลัส-เดลตา พลัส	ตรวจ ATK เสี่ยงติดโควิด-19 แพร่เชื้อ ตรวจ RT-PCR	ร.พ. สนาม เตียงผู้ป่วย จุดพัก เชื้ออินพอร์ต New normal	โรคประจำถิ่น โรคติดต่ออันตราย โรคติดต่อเฝ้าระวัง ยาด้านโควิด ยาฟาวิพิราเวียร์ แพกซ์โลวิด Molnupiravir Long Covid	อื่นๆ (ระบุ) ประกัน เจอ จ่าย จบ ดาราตั้งออกมา Call out คำทำนายจากหมอ ปลาย พุดถึง สถานการณ์โควิด-19 ในไทย
4. วิธีการ ดูแลตนเอง/ แนวทาง ป้องกัน	เว้นระยะห่างทางสังคม Social Distancing ล้างมือบ่อย ใส่หน้ากากอนามัยอย่าง	ลักษณะอาการของ โรคโควิด-19	หลักเกณฑ์ 5 ข้อ ได้รับการรักษาใน ร.พ.	แนวทางป้องกันโรค โควิด-19	วิธีการดูแลตัวเอง อยู่บ้านเดียวกับ ผู้ป่วยฯ	อื่นๆ (ระบุ) สมุนไพรไทย วิธีการใช้ชุดตรวจ

	ถูกวิธี พกเจลแอลกอฮอล์					ATK
5.มาตรการ เยียวยา	ต้นท่อยกพื้นตัว	คนละครึ่ง	เป่าดัง			อื่นๆ (ระบุ)
6. อื่นๆ	Save หมอทศพร	ประชาสัมพันธ์ รายการเล่าสู่กันฟัง	แม่น้ำหนึ่งติดโควิด ให้ Lucky number	ทำคอนเทนต์บันเทิง เพื่อขายไม่ต่าง สู้โควิด		อื่นๆ (ระบุ)

การทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือและการลงรหัส

ในการสร้างและพัฒนาแบบลงรหัส (Coding sheet) ผู้วิจัยได้ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการการรายงานข่าวเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด-19 คุณลักษณะและธรรมชาติของสื่อกระแสหลัก สื่อออนไลน์ เพื่อนำมาพัฒนาเป็นแบบลงรหัสร่างแรก

ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของตารางการลงรหัสเนื้อหา (Coding Sheet) โดยการนำข้อมูลที่ทำวิจัยก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลกับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญสื่อจำนวน 3 คนพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนช่วยตรวจสอบความเป็นไปได้ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้และเลือกเนื้อหาและแก้ไขปรับข้อมูลที่ต้องการศึกษาให้ถูกต้องก่อนการทำวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือแล้ว ผู้วิจัยนำคลิป 179 คลิปมาวิเคราะห์เนื้อหาตามหมวดหมู่ทั้ง 6 ตามใบรหัสข้างต้นไปจัดกลุ่มข้อมูล ทั้งในส่วนที่นำไปวิเคราะห์เชิงปริมาณของข้อมูลในรูปแบบความถี่และร้อยละ เพื่อจัดกลุ่มเนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้องกับเรื่องโควิด-19 โดยเฉพาะการสื่อสารข่าวสุขภาพเฉพาะเรื่อง ข้อมูลที่ได้จากการลงรหัสจะนำมารวบรวมและแจกแจงตามประเด็นของการวิเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอผลวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนาเพื่อแสดงให้เห็นถึงทิศทางและรูปแบบของการรายงานข่าวโควิด-19 ผ่านแพลตฟอร์มตึกตอก ตลอดจนบทบาทการใช้สื่อตึกตอกในการสื่อสารข่าวและสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานและผู้เสพข่าว

3.3 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ในการอภิปรายผล ผู้วิจัยจะสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในสาขาต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการนำเสนอเนื้อหาและรายงานข่าวสถานการณ์โควิด-19 เพื่อนำมาใช้ประกอบและทำความเข้าใจผลการวิเคราะห์ข้างต้น เพื่อสามารถอภิปรายแนวคิดเรื่องการวางกรอบข่าวและผลกระทบของการสร้างภาพของสื่อที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 ได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกออกเป็น 3 กลุ่ม คือ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยได้แก่ กลุ่มผู้ดูแลบัญชีไทยรัฐบนแพลตฟอร์มตึกตอก กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการและแฟนคลับ (Fanbase) ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มตึกตอกนั้นมีจำนวนมาก แต่เพื่อให้สอดคล้องกับหัวข้อที่งานวิจัยต้องการศึกษาในเรื่องการรายงานโควิด-19 บนแพลตฟอร์มตึกตอกของไทยรัฐ ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยยึดจุดมุ่งหมายของการศึกษาเป็นหลัก (Purposeful Sampling) (ชาย โพรสิธิตา, 2552; Patton, 1987) จึงใช้วิธีการเลือกผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้แพลตฟอร์มตึกตอกเพื่อรับชมเนื้อหาข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐอย่างต่อเนื่อง เป็นประจำ โดยสรุปหลักเหตุผลและเป้าหมายที่เลือกผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้

- แฟนคลับ (Fanbase) ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มตึกตอก เป็นผู้ใช้งานแพลตฟอร์มตึกตอกในการรับชมเนื้อหาข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐเป็นระยะเวลามากกว่า 6 เดือนขึ้นไป และมีการใช้งานเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง เพื่อสามารถติดตามกระบวนการการใช้

อย่างชัดเจน และสามารถเป็นตัวแทนในการอธิบายพฤติกรรมการใช้และลักษณะการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการสื่อสารข่าวได้

- กลุ่มผู้ดูแลบัญชีไทยรัฐบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก เป็นนักข่าวที่ดูแลแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของไทยรัฐโดยตรง เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะเนื้อหา รูปแบบ/หน้าที่ และแนวทางของการสื่อสารสุขภาพเกี่ยวกับการรายงานข่าวโควิด-19 บนติ๊กต็อก
- กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ เป็นผู้เชี่ยวชาญสื่อที่สามารถอธิบายประเด็นความเป็นมาและความสำคัญของการใช้แพลตฟอร์มติ๊กต็อกเป็นช่องทางในการรายงานข่าวโควิด-19 ของสื่อกระแสหลัก

เพื่อนำไปสู่การอธิบายมิติด้านเนื้อหา รูปแบบ หน้าที่และแนวทางของการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของไทยรัฐ โดยการสัมภาษณ์จะประกอบด้วยประเด็นคำถามหลักดังต่อไปนี้ พร้อมให้ผู้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นต่อผลการวิจัยเพื่อนำมาประกอบการอภิปราย

ในการอภิปรายผล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์ที่กำหนดเบื้องต้น จำนวนทั้งหมด 10 คน โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม

- (1) กลุ่มผู้ดูแลบัญชีไทยรัฐบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกจำนวน 3 ท่าน

คุณฐิวัชรณภรณ์ พันธุ์ดี	หัวหน้า ส่วนงานการตลาดโทรทัศน์อาวุโส
คุณพิเชษฐ พันตรี	ผู้จัดการแผนกนิวส์โปรโม และ นิวส์โซเชียล
คุณแซนวิช สรวิชญ์	ไทยรัฐออนไลน์

- (2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

รศ. ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม	อาจารย์ประจำภาควิชาวิทยุและโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รศ. สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ	อาจารย์ประจำภาควิชาการสร้างสรรค์เนื้อหาข่าว วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร. สกฤตศรี ศรีสารคาม	อาจารย์ประจำภาควิชาวารสารสนเทศ

คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(3) แฟนคลับ (Fanbase) ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกจำนวน 4 ท่าน ใช้เฉพาะคำย่อจากชื่อบุคคล เพื่อรักษาข้อมูลและความเป็นส่วนตัว ตามที่แฟนคลับทั้ง 4 ท่านแจ้งไว้

คุณศุ หญิง อายุ 31 ปี

รับราชการ

คุณพล ชาย อายุ 30 ปี

พนักงานเอกชน

คุณณัช หญิง อายุ 27 ปี

รับจ้างทั่วไป

คุณชัย ชาย อายุ 24 ปี

นักศึกษา

คำถามสำหรับการสัมภาษณ์

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลได้แก่ รูปแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview questions) เพื่อเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) สำหรับการเก็บข้อมูลรายการข้างต้น โดยมีประเด็นการสัมภาษณ์ประกอบด้วยประเด็นดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประเด็นที่ 1 : การรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของไทยรัฐมีเนื้อหา รูปแบบและหน้าตาอย่างไร

สำหรับกลุ่มผู้ที่ดูแลบัญชีไทยรัฐบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

- เหตุใดถึงเลือกใช้แพลตฟอร์มติ๊กต็อกเป็นช่องทางในการนำเสนอข่าว
- เมื่อเปรียบเทียบกับ การนำเสนอข่าวบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ติ๊กต็อกมีจุดเด่นอะไร
- การรายงานข่าวโควิด-19 บนติ๊กต็อกมีข้อดี และข้อเสียอย่างไร

- เนื้อหาของข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกส่วนใหญ่เกี่ยวกับประเด็นไรบ้าง เพราะเหตุใด

สำหรับผู้สื่อข่าว

- การรายงานข่าวโควิด-19 บนติ๊กต็อกของไทยรัฐมีคุณลักษณะอย่างไรบ้าง
- ทำไมถึงเลือกดูข่าวจากติ๊กต็อก
- สนใจเนื้อหาข่าวโควิด-19 บนติ๊กต็อกของไทยรัฐแบบไหน เพราะเหตุใด
- ติ๊กต็อกที่เน้นเนื้อหาความตลกขบขัน สามารถช่วยเรียนรู้เรื่องข่าวไหม

สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ

- ท่านคิดว่าการรายงานข่าวบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของไทยรัฐมีวัตถุประสงค์อะไร และมีบทบาทอย่างไรสำหรับการนำเสนอข่าวโควิด-19
- หากเปรียบเทียบกับกรนำเสนอข่าวบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ติ๊กต็อกมีจุดเด่นอะไร
- การนำเสนอข่าวในรูปแบบวิดีโอสั้นบนติ๊กต็อกของไทยรัฐมีผลต่อการรายงานข่าวอย่างไร ข้อดีและข้อเสีย

ประเด็นที่ 2 : สำนักข่าวไทยรัฐกำหนดแนวทางของการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกอย่างไร

สำหรับกลุ่มผู้ที่ดูแลบัญชีไทยรัฐบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

- โดยปกติแล้วเนื้อหาบนติ๊กต็อกเน้นสั้น กระชับในการเล่าเรื่อง ฉะนั้น ทางไทยรัฐมีการปรับทิศทางการเล่าเรื่องอย่างไร

สำหรับผู้สื่อข่าว

- ดูข่าวโควิด-19 บนติ๊กต็อกของไทยรัฐ จะได้อะไร
- การนำเสนอข่าวโควิด-19 บนติ๊กต็อกของไทยรัฐมีจุดแข็ง และจุดอ่อนอย่างไร

สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ

- ข้อเสนอแนะต่อการรายงานข่าวบนติ๊กต็อกสำหรับสื่อกระแสหลักอย่างไทยรัฐ
- การนำเสนอข่าวโควิด-19 บนติ๊กต็อกของไทยรัฐที่มีประสิทธิภาพควรเป็นอย่างไร

การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัย

ข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่ปรากฏในการสัมภาษณ์จะถูกเก็บรักษาไว้ในตู้নিরภัย ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล ผู้ที่มีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูลของผู้เข้าร่วมวิจัยจะมีเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ อย่างไรก็ดี ในการรายงานผลการวิจัยครั้งนี้ หากผู้เข้าร่วมวิจัย ได้อนุญาตให้ผู้วิจัยเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมวิจัยได้ ผู้วิจัยจะระบุชื่อ-สกุล และหน่วยงานที่ผู้เข้าร่วมวิจัยสังกัด สำหรับประกอบข้อมูลและความเห็นของผู้เข้าร่วมวิจัย เพื่อให้เกียรติผู้เข้าร่วมวิจัยในฐานะผู้เชี่ยวชาญ และยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูลในการรายงานผลวิจัย แต่หากผู้เข้าร่วมวิจัยไม่อนุญาตให้เปิดเผยตัวตนและข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมวิจัย ผู้วิจัยจะไม่ระบุรายละเอียดใดที่จะนำไปสู่การระบุตัวตน และสังกัดของผู้เข้าร่วมวิจัย แต่จะรายงานข้อมูลและความเห็นของผู้เข้าร่วมวิจัยเป็นภาพรวมในผลการวิจัย

ผู้วิจัยขออนุญาตผู้เข้าร่วมวิจัยทำการบันทึกเสียงและวิดีโอระหว่างการสัมภาษณ์ เพื่อช่วยในการรวบรวมข้อมูลและการถอดเทปบันทึกเสียง ในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะไม่ถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมวิจัย และจะดำเนินการทำลายข้อมูลส่วนบุคคลตลอดจนข้อมูลอื่น ๆ ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับ

ผู้เข้าร่วมวิจัยภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย ในขณะที่ข้อมูลจากการแสดงความคิดเห็นในการสัมภาษณ์ จะถูกเก็บไว้เป็นระยะเวลา 1 ปี ก่อนจะถูกทำลายทิ้งทั้งหมด

ผู้วิจัยนำเอาข้อมูลที่ได้จากสัมภาษณ์นำมาวิเคราะห์ร่วมกับผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาสถิติ ในส่วนรายงานผล เพื่อตอบคำถามวิจัยเกี่ยวกับเนื้อหา รูปแบบ/หน้าที่ และแนวทางของการใช้สื่อ ดิจิทัลในการสื่อข่าวและสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานและผู้เสพข่าว



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเน้นการวิเคราะห์เนื้อหาของข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ และเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เพื่อได้คำอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาหลัก รูปแบบ/หน้าที่ และแนวทางของการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ

ในบทที่ 4 ผู้วิจัยรายงานผลเป็น 2 ส่วนและมีตอนย่อย ๆ แสดงความถี่และผลการวิเคราะห์ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ

- ตอนที่ 1 เนื้อหาหลักของการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ
- ตอนที่ 2 เนื้อหาที่นำเสนอสถานการณ์การแพร่ระบาด
- ตอนที่ 3 เนื้อหาที่นำเสนอการบริหารจัดการวัคซีน
- ตอนที่ 4 เนื้อหาที่นำเสนอนโยบายการควบคุมโรคระบาด
- ตอนที่ 5 เนื้อหาที่นำเสนอวิธีการรักษาตัวเอง มาตรการเยียวยา/แนวทางการป้องกัน และอื่น ๆ
- ตอนที่ 6 รูปแบบ/หน้าที่ของการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ
- ตอนที่ 7 แนวทางการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ
- ตอนที่ 8 คุณค่าข่าวของการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ
- ตอนที่ 9 มิติสุขภาพของการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์

- (1) การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นช่องทางในการนำเสนอข่าว
- (2) การนำเสนอข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัล
- (3) รูปแบบ/หน้าที่ของการรายงานข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัล
- (4) แนวทางของการรายงานข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปผลทั้งหมดในบทที่ 5 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการอภิปรายต่อไป

4.1 ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ

ตอนที่ 1 เนื้อหาหลักของการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ

เนื้อหาหลักในการนำเสนอ		179 คลิป	
อันดับ	ประเภทเนื้อหา	จำนวนคลิป	(%)
อันดับที่ 1	สถานการณ์การแพร่ระบาด	65	36.31 %
อันดับที่ 2	การบริหารจัดการวัคซีน	51	28.50 %
อันดับที่ 3	นโยบายการควบคุมโรคระบาด	48	26.81 %
อันดับที่ 4	มาตรการเยียวยา	6	3.35 %
อันดับที่ 5	อื่น ๆ	5	2.79 %
อันดับที่ 6	วิธีการดูแลตัวเอง/แนวทางการป้องกัน	4	2.24 %

ตารางที่ 4 ประเภทของเนื้อหาหลักในการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ
 จากตารางที่ 4 พบว่าปริมาณของเนื้อหาประเภทที่นำเสนอเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดมีจำนวนมากที่สุด (65 คลิป) คิดเป็น 36.3 % ของคลิปวิดีโอทั้งหมด รองลงมาคือ การบริหารจัดการวัคซีน (51 คลิป) คิดเป็น 28.4 % และนโยบายการควบคุมโรคระบาด (48 คลิป) คิดเป็น 26.8 %

ตอนที่ 2 เนื้อหาที่นำเสนอสถานการณ์การแพร่ระบาด

เนื้อหาที่นำเสนอสถานการณ์การแพร่ระบาด		65 คลิป	
อันดับ	เนื้อหา	จำนวนคลิป	(%)
อันดับที่ 1	การอัปเดตข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสายพันธุ์ใหม่ของโควิด-19	22	33.85 %
อันดับที่ 2	การออกประกาศแจ้งเตือนประชาชน	16	24.62 %
อันดับที่ 3	รายงานข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาการการติดเชื้อโควิด-19	12	18.46 %
อันดับที่ 4	การแจกแจงข้อมูลผู้ติดเชื้อของบุคลากรในวงการบิน	6	9.23 %
อันดับที่ 5	การอัปเดตข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับจำนวนผู้ติดเชื้อ	5	7.69 %
อันดับที่ 6	การแจกแจงข้อมูลของบรรยากาศภาคการท่องเที่ยวในโอกาสพิเศษ	4	6.15 %

ตารางที่ 5 เนื้อหาที่นำเสนอสถานการณ์การแพร่ระบาด

จากตารางที่ 5 เนื้อหาที่นำเสนอสถานการณ์การแพร่ระบาด สามารถจำแนกได้ 6 กลุ่มหลัก คือ

(1) การอัปเดตข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสายพันธุ์ใหม่ที่เกิดขึ้นของโรคโควิด-19 เช่น เชื้อสายพันธุ์เดลต้า เชื้อสายพันธุ์เดลต้าพลัส เชื้ออัลฟา พลัส-เดลตา พลัส เชื้อสายพันธุ์ AY.1-AY.47 AY.4.2 เชื้อสายพันธุ์โอไมครอน โอไมครอนสายพันธุ์ใหม่ BA2.2 เพื่อให้ประชาชนสามารถรู้เท่าทันเหตุการณ์และกระตุ้นให้ไปฉีดวัคซีนโควิด-19 ในการป้องกันตัวเอง

(2) การอัปเดตข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับจำนวนผู้ติดเชื้อ ผู้เสียชีวิต และผู้ต้องเฝ้าระวังในประเทศ เช่น เปิดเผยข้อมูลจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มแบบรายวัน โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ผู้ติดเชื้อ

ในประเทศ ผู้ติดเชื้อจากต่างประเทศ และ ผู้ติดเชื้อที่เป็นผู้ต้องขังในเรือนจำ นอกจากนี้ยังมีการรายงานสถิติของจำนวนของผู้ติดเชื้อสะสม ผู้เสียชีวิต ผู้ติดเชื้อรักษาหายแล้ว เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลอย่างทั่วถึง และให้เกิดประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ การคาดเดา และการวางแผนสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(3) การแจกแจง รายงานข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาการการติดเชื้อโควิด-19 เช่น อาการไข้สูง หายใจลำบาก โรคประจำตัวมีการเปลี่ยนแปลง เป็นต้น เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ในการรับมือและเฝ้าระวังอาการที่อาจเกิดขึ้น

(4) การแจกแจงข้อมูลผู้ติดเชื้อของกลุ่มบุคลากรในวงการบันเทิง เช่น จิรายุทธ ฝัฒนประการ แอน ทองประสม จิรายุ ตั้งศรีสุข วรินทร์ ปัญญาญจน์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนตระหนักถึงอันตรายของโรคระบาดดังกล่าว

(5) การออกประกาศเพื่อแจ้งเตือนประชาชนจากทั้งระดับบุคคล (เช่น นายแพทย์ยง ภู่วรรณ นายแพทย์ธีระวัฒน์ เหมะจุฑา นายแพทย์มนูญ ลีเชวงวงศ์) ระดับหน่วยงานรัฐ (เช่น กระทรวงสาธารณสุข ศบค.) และระดับองค์กรระหว่างประเทศ (เช่น WHO) เพื่อให้ประชาชนให้ความสำคัญ และได้รับรู้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการป้องกันตัวเองอย่างทั่วถึง

(6) การแจกแจงข้อมูลของบรรยากาศภาคการท่องเที่ยวในโอกาสพิเศษ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันวาเลนไทน์ วันแรกของการเปิดประเทศ เพื่อสร้างความมั่นใจและส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 เนื้อหาที่นำเสนอการบริหารจัดการวัคซีน

เนื้อหาที่นำเสนอการบริหารจัดการวัคซีน 51 คลิป			
อันดับ	ประเภทเนื้อหา	จำนวนคลิป	(%)
อันดับที่ 1	การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดสรรวัคซีนโดยรัฐ	22	43.14 %
อันดับที่ 2	การรายงานอาการผลข้างเคียงหลังฉีดวัคซีน	11	21.57 %
อันดับที่ 3	การแจกแจงข้อมูลเกี่ยวกับวัคซีนแต่ละยี่ห้อ	9	17.65 %
อันดับที่ 4	การเตือนภัยประชาชนไปฉีดวัคซีน	7	13.72 %
อันดับที่ 5	การรายงานสถิติเกี่ยวกับจำนวนผู้ที่ได้รับวัคซีนในประเทศ	2	3.92 %

ตารางที่ 6 เนื้อหาที่นำเสนอการบริหารจัดการวัคซีน

จากตารางที่ 6 เนื้อหาที่นำเสนอการบริหารจัดการวัคซีน 51 คลิป สามารถจำแนกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

(1) การแจกแจงข้อมูลเกี่ยวกับวัคซีนแต่ละยี่ห้อ เช่น Sinovac Moderna AstraZeneca Pfizer เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพ ประเภท และคุณลักษณะเฉพาะของวัคซีนชนิดต่าง ๆ

(2) การรายงานสถิติเกี่ยวกับจำนวนผู้ที่ได้รับวัคซีนในประเทศ เช่น สถิติผู้ได้รับวัคซีนโควิด-19 รวมเข็มที่ 1 เข็มที่ 2 เข็มที่ 3 เข็มที่ 4 เพื่อเป็นการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชน ตลอดจนสร้างความมั่นใจให้กับประชาชนไปฉีดวัคซีนในการป้องกันตัวเอง

(3) การรายงานอาการผลข้างเคียงหลังฉีดวัคซีน เช่น หมดสติ หน้ามืด ตาสีเหลือง เสียชีวิต เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลส่วนสำคัญประกอบการตัดสินใจได้อย่างรอบคอบ

(4) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดสรรวัคซีนโดยรัฐ เช่น การนำเข้าวัคซีน การกระจายวัคซีน ลำดับการฉีดวัคซีนเพื่อให้ประชาชนได้รับทราบสถานการณ์การบริหารจัดการวัคซีนของรัฐบาลได้อย่างทั่วถึง

(5) การเตือนภัยประชาชนไปฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันโรคโควิด-19 เช่น ฉีดวัคซีนให้ครบ ฉีดวัคซีนเข็มกระตุ้น

ตอนที่ 4 เนื้อหาที่นำเสนอนโยบายการควบคุมโรคระบาด

เนื้อหาที่นำเสนอโยบายการควบคุมโรคระบาด		48 คลิป	
อันดับ	เนื้อหา	จำนวนคลิป	(%)
อันดับที่ 1	การประกาศมาตรการการควบคุมโรคระบาดโดยหน่วยงานรัฐ	35	72.92 %
อันดับที่ 2	การแถลงนโยบายการควบคุมโรคระบาดโดยเจ้าหน้าที่รัฐ	13	27.08 %

ตารางที่ 7 เนื้อหาที่นำเสนอโยบายการควบคุมโรคระบาด

จากตารางที่ 7 สำหรับเนื้อหาที่นำเสนอโยบายการควบคุมโรคระบาด 48 คลิป สามารถจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

(1) การออกประกาศมาตรการการควบคุมโรคระบาดโดยหน่วยงานรัฐ เช่น ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 (ศบค.) กระทรวงสาธารณสุข เพื่อเป็นการประกาศให้ประชาชนได้ทราบโดยทั่วกัน รวมถึงการให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามนโยบายที่เกี่ยวข้อง

(2) การแถลงนโยบายการควบคุมโรคระบาดโดยเจ้าหน้าที่รัฐ เช่น นายกรัฐมนตรี ประยุทธ์ จันทร์โอชา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข อนุทิน เพื่อเป็นการพูดอธิบายเหตุผลและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายโดยตรง

ทั้ง 2 มาตรการข้างต้นนี้มีลักษณะที่ตรงกันคือ รัฐเป็นผู้กำหนดและบริหารจัดการทั้งกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการรักษาผลประโยชน์และส่งเสริมความสงบสุขของสังคม ขณะเดียวกันสำหรับเนื้อหาประเภทการแถลงนโยบายการควบคุมโรคระบาด

โดยเจ้าหน้าที่รัฐจะพบว่ามีการติดแฮชแท็กที่เป็นชื่อ หรือตำแหน่งของบุคคลดังกล่าว เช่น #นายก #นายกแถลง #ประยุทธ์จันทร์โอชา #นายกเคาะ #อนุทิน เป็นการสร้างกระแสเพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้มากขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากรัฐบาลได้ประกาศบังคับใช้พ.ร.ก. ฉุกเฉิน ทำให้รัฐมีอำนาจเต็มตัว ในการนำใช้มาตรการอื่น ๆ มาบังคับใช้เพิ่มขึ้นจากเดิม รวมทั้งการปรับเปลี่ยนนโยบายการควบคุมโรคระบาดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 5 เนื้อหาที่นำเสนอวิธีการรักษาตัวเอง มาตรการเยียวยา/แนวทางการป้องกัน และอื่น ๆ

เนื้อหาที่นำเสนอวิธีการรักษาตัวเอง มาตรการเยียวยา/แนวทางการป้องกัน และอื่น ๆ		
เนื้อหา	จำนวนคลิป	(%) คลิปทั้งหมด
มาตรการเยียวยา	6	3.3 %
อื่น ๆ	5	2.7 %
วิธีการรักษาตัวเอง/แนวทางการป้องกัน	4	2.3 %

ตารางที่ 8 เนื้อหาที่นำเสนอวิธีการรักษาตัวเอง มาตรการเยียวยา/แนวทางการป้องกัน และอื่น ๆ

จากตารางที่ 8 สำหรับเนื้อหาที่นำเสนอมาตรการเยียวยา 6 คลิป เป็นการอธิบายโครงการที่รัฐออกมาเพื่อกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยภายในประเทศ ช่วยบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายกับภาคประชาชน และช่วยเพิ่มสภาพคล่องให้แก่ร้านค้ารายย่อยทั่วประเทศในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อย่างเช่น การเปิดลงทะเบียนคนละครึ่งเฟสที่ 2 เฟสที่ 5 และรอบเก็บตก

ส่วนเนื้อหาประเภทอื่น ๆ จะพบว่ามีการประชาสัมพันธ์รายการทีวีของไทยรัฐ อย่างเช่น การชักชวนผู้ชมไปติดตามรายการ “สืบสกุลขี้ขาว” การนำเสนอเนื้อหาการขายของอย่าง “โควิดชีวิต ต้องรอด ขายไม่ต่างธรรมดาโลกไม่จำ” ซึ่งเป็นทำคอนเทนต์บันเทิงเพื่อขายไม่ต่าง และยังมี การนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับความเชื่อของคนด้วย อย่าง “แม่น้ำหนึ่งติดโควิดโอไมครอน ยังมีเลขที่ให้” โดยเป็นการแจกแจงของความน่าจะเป็นของตัวเลขสลาก ทั้งนี้ ด้วยคุณสมบัติและเนื้อหาของเรื่องไม่ตรง

ตามวัตถุประสงค์ที่ศึกษาในบริบทการสื่อสารสุขภาพ จึงจำเป็นต้องจำแนกหมู่ของเนื้อหากลุ่มนี้เป็นประเภทอื่น ๆ

ขณะเดียวกัน สำหรับเนื้อหาที่นำเสนอวิธีการรักษาตัวเอง/แนวทางการป้องกัน พบว่าเป็น การความรู้ ข้อปฏิบัติ และให้แนวทางในการดูแล รวมถึงวิธีการรับมือกับโรคโควิด-19 อย่างเช่น การ เว้นระยะห่างทางสังคม การล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ การจำกัดการติดต่อกับผู้ป่วย การหลีกเลี่ยง การใช้อุปกรณ์ร่วมกับผู้ป่วย ซึ่งเป็นการอธิบายเพื่อสร้างความเข้าใจและลดความวิตกกังวลของ ประชาชน

ตอนที่ 6 รูปแบบ/หน้าที่ของการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ

รูปแบบ/หน้าที่ของการนำเสนอ		179 คลิป	
อันดับ	รูปแบบ/หน้าที่	จำนวนคลิป	(%)
อันดับที่ 1	การสื่อสารสุขภาพ	131	73 %
อันดับที่ 2	รูปแบบบันเทิงสารสนเทศ	36	20 %
อันดับที่ 3	สื่อสร้างความผูกพัน	13	7 %

ตารางที่ 9 รูปแบบ/หน้าที่ของการนำเสนอข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัล สำหรับหน้าที่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลในการนำเสนอข่าวโควิด-19 เนื่องจากเป็นการเปิด ช่องทางที่ทำให้สำนักข่าวไทยรัฐสามารถอัปเดตข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคดังกล่าวได้อย่างเรียลไทม์ และเข้าถึงกลุ่มผู้สื่อข่าวได้มากขึ้นแล้ว ยังเป็นการสร้างโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกระจาย ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตผ่านการกดไลก์ การแชร์ และการคอมเม้นท์ ซึ่ง ประชาชนสามารถแสดงความรู้สึก ความคิดเห็น และทัศนคติต่าง ๆ ในสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่างเสรี มีส่วนช่วยในการแบ่งปันประสบการณ์และความรู้สำหรับการรับมือกับโรคโควิด-19

จากตารางที่ 9 พบว่ารูปแบบ/หน้าที่ของการสื่อสารสุขภาพมีจำนวนมากที่สุด (131 คลิป) คิด เป็น 73 % ของคลิปวิดีโอทั้งหมด สามารถจำแนกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

(1) การแจกแจงข้อมูลเกี่ยวกับการจัดสรรวัคซีนโควิด-19 แก่ประชาชนโดยรัฐบาล เช่น การนำเข้าวัคซีน ลำดับการฉีดวัคซีน แผนการฉีดวัคซีน ผลข้างเคียงหลังฉีดวัคซีน คำแนะนำสำหรับผู้ฉีดวัคซีน ประสิทธิภาพในการป้องกันโรคระบาดของวัคซีนแต่ละชนิด การแจ้งเตือนประชาชนให้รับวัคซีนเข็มกระตุ้น การเปิดเผยสถิติผู้ที่ได้รับวัคซีนในประเทศ การรายงานความก้าวหน้าของวัคซีนโควิด-19

(2) การแจกแจงข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการการควบคุมโรคโควิด-19 โดยรัฐ เช่น การรักษา ระยะห่างทางสังคม การทำงานที่บ้าน การกักตัว การล็อกดาวน์ การปิดประเทศ การใช้พ.ร.ก. ฉุกเฉิน เคอร์ฟิว Covid Free Setting, Sand Box, Test and Go, Thailand Pass, State Quarantine, Home Isolation, Community Isolation

(3) การรายงานสถานการณ์ของโรคโควิด-19 เช่น การเปิดเผยสถิติผู้ติดเชื้อ การรายงานสายพันธุ์ใหม่ของเชื้อโควิด-19 การเปิดเผยไทม์ไลน์การเดินทางของผู้ติดเชื้อ การเปิดเผยเทคนิคในการตรวจเชื้อโควิด-19

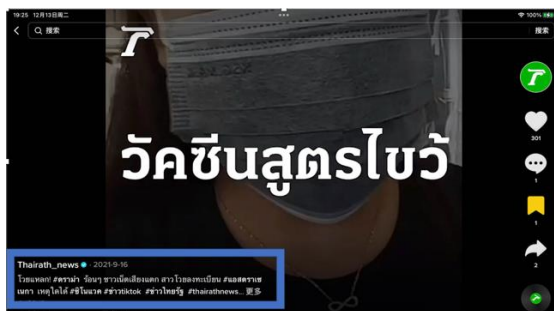
(4) การแจกแจงข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการดูแลตนเอง เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับโรคระบาดโดยบุคลากรการแพทย์ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการป้องกันตัว วิธีการดูแลตัวเองหลังพบติดเชื้อโควิด-19 วิธีการดูแลตัวเองเมื่อต้องอยู่บ้านเดียวกับผู้ป่วยโควิด-19 วิธีการสวมใส่หน้ากากอนามัยอย่างถูกต้อง วิธีการใช้ชุดตรวจ ATK การใช้สมุนไพรไทยในการรักษาตัว

(5) การแจกแจงข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการเยียวยาโดยรัฐ เช่น การเปิดโครงการคนละครึ่ง การเปิดใช้งานของแอปพลิเคชันเป๋าตัง

สำหรับรูปแบบบันทึกสารสนเทศมี 36 คลิป สามารถจำแนกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

(1) การเล่าเรื่องด้วยอารมณ์ ความรู้สึกเพื่อสร้างความตกลงขบขันในการรายงานข่าว

ซึ่งเนื้อหาประเภทนี้จะมีลักษณะการใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ หรือใช้คำศัพท์ที่เข้าใจง่าย มีการใช้คำอุทานและเสียงสูงประกอบการเล่าเรื่อง เพื่อแสดงอารมณ์ของผู้พูดในขณะที่ตกใจ ดีใจ เสียใจ ประหลาดใจ และยังสามารถสร้างบรรยากาศตกลงขบขันได้ด้วย เช่น “อิจฉาชาวสุรินทร์จริง ๆ เลย ต้องเสียงสูงด้วยนะคะ อยากได้วัคซีนโควิดตัวไหนก็เลือกได้” “อิจฉาไหมเลยอะ อิจฉาสี” “อ้อ ห้ามเอาเก้าอี้มาอยู่ด้วยกันอย่างนี้” “โว้ยแหละ! ตรามา ร้อนๆ ชาวเน็ตเสียงแตก สาวโว้ยลงทะเลเปียน แอสตราเซนเนกา เหตุใดได้ซิโนแวค” โดยเนื้อหาดังกล่าวจะเป็นการเล่าเรื่องประเด็นโควิด-19 ด้วยอารมณ์ ความรู้สึกของผู้ประกาศข่าวหรือพิธีกร เป็นการแจกแจงข้อมูลข่าวสารผ่านความบันเทิง



ภาพที่ 1 ตัวอย่างการใช้ภาษาไม่เป็นทางการ

ที่มา:บัญชีไทยรัฐ (Thairath News) บนตึกต็อก

(2) การใช้อีโมจิ (Emoji) ภาษาวัยรุ่น หรือภาษาอินเทอร์เน็ตประกอบกรโพสต์ (Post)

ซึ่งเนื้อหาประเภทนี้จะมีการใช้อีโมจิประกอบด้วยข้อความ (Text) ที่เป็นภาษาวัยรุ่น หรือภาษาอินเทอร์เน็ตในการโพสต์ เป็นการแสดงออกทางความรู้สึก อารมณ์ผ่านสัญลักษณ์เพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขัน รู้สึกผ่อนคลายในการรับข้อมูลข่าวสาร เช่น “รวม Social Distancing แบบฉบับคนไทย บอกเลยว่าฮา”



ภาพที่ 2 ตัวอย่างการใช้อีโมจิในการโพสต์

ที่มา:บัญชีไทยรัฐ (Thairath News) บนตึกต็อก

ในขณะเดียวกันสำหรับรูปแบบ/หน้าที่ของการนำเสนอเพื่อสร้างความผูกพันจากทั้งหมด 13 พบว่า คลิปดังกล่าวเป็นการตัดต่อจากรายการ “ถามตรงๆ กับจอมขวัญ” และรายการ “ข่าวใส่ไข่” ซึ่งเป็นรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม ณ เวลานั้น ๆ โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถแสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์นั้น ๆ และยังเป็น

รายการโทรทัศน์ที่มีการวิเคราะห์ตีความเกี่ยวกับเหตุการณ์และประเด็นปัญหาที่กำลังเป็นที่สนใจของสาธารณชน (Public Interest) เพื่อดึงดูดความสนใจ สร้างกระแส ตลอดจนสร้างความผูกพันกับผู้ชมได้

“สองรายการนี้มีความพิเศษที่ว่าเป็นรายการประเภท Hard talk โดยไม่ใช่รายการแบบข่าวเช้า ข่าวเที่ยง ที่เป็นการให้ข้อมูลข่าวสาร แต่เป็นรายการแบบลักษณะในการมีแขกรับเชิญมานั่ง มีการถามต่อพุดคุย ชูพิธีกรที่จอมขวัญเป็นหลัก มีแขกรับเชิญในประเด็นวันนั้น

ส่วนรายการข่าวใส่ไข่จะเป็นรายการกึ่งเรียลลิตี เป็น Soft news ดังนั้น จะตรงตามชื่อรายการเลย มีความพิเศษ มีความสนุกสนานมากกว่ารายการเล่าข่าวอื่น ๆ จะได้ Engage คนในอีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งวันไหนที่พี้นุ่นกับพีมดดำมาจัดรายการคนจะชอบมาก บอกว่าไม่สนใจข่าวแล้ว อยากดูสองคนนี่ตักัน อะโรยแบบนี้ มันจะได้ Target อีกกลุ่มหนึ่งที่มาจากรายการนี้ที่แตกต่างจากการเล่าข่าวทั่วไป” (คุณฐิวัชรภรณ์ พันธุ์ดี, 2566)

ตอนที่ 7 แนวทางการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ

แนวทางการสื่อสารสุขภาพ		179 คลิป	
อันดับ	ประเภทเนื้อหา	จำนวนคลิป	(%)
อันดับที่ 1	แนวทางการให้ข่าวสาร	126	70.40 %
อันดับที่ 2	แนวทางการให้ความรู้	51	28.49 %
อันดับที่ 3	แนวทางการชักจูงใจ	2	1.11 %

ตารางที่ 10 แนวทางการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ
จากตารางที่ 10 พบว่าเนื้อหาที่เกี่ยวกับแนวทางการให้ข่าวสารมีจำนวนมากที่สุด (126 คลิป) คิดเป็น 70.3 % ของคลิปวิดีโอทั้งหมด โดยสามารถจำแนกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- (1) การรายงานสถิติของจำนวนผู้ติดเชื้อ ผู้เสียชีวิต ผู้ต้องเฝ้าระวังของโควิด-19
- (2) การแจกแจงข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายที่กำหนดโดยหน่วยงานรัฐ เช่น การปรับสีสำหรับพื้นที่อันตราย มติจากการประชุมของศบค. การเปิดลงทะเบียนโครงการคนละครึ่ง การเปิดประเทศ เป็นต้น
- (3) การเปิดเผยข้อมูลการจัดสรรวัคซีน เช่น การนำเข้าวัคซีน การจัดซื้อวัคซีน การลงทะเบียนฉีดวัคซีน การร้องเรียนความโปร่งใสในการจัดสรรวัคซีน
- (4) การรายงานสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เช่น การแพร่ระบาดของเชื้อสายพันธุ์ใหม่ อาการของการติดเชื้อโควิด-19

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างพบว่าเนื้อหาประเภทการให้ข่าวสารจะมีลักษณะที่ชัดเจนในส่วนของการรายงานข้อมูลหรือสถิติขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวกับโควิด-19 ซึ่งเป็นชุดข้อมูลที่เข้าใจง่าย ผู้ชมสามารถจับใจความสำคัญได้อย่างรวดเร็ว โดยมีการนำเสนอข้อมูลทั้งในรูปแบบภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และอินโฟกราฟฟิค (Infographic) พร้อมกับคำอธิบายของผู้ประกาศข่าวหรือพิธีกร

“การรายงานข่าวโควิด-19 บนดิจิทัลสื่อส่วนใหญ่จะเป็นการให้ข้อมูลก่อน ให้ข้อมูลของทางสาธารณสุข ว่ามีประเด็นการฉีดวัคซีน มีการเตือนภัยให้ไปฉีดวัคซีน เรื่องการให้ข้อมูลมากกว่า แล้วก็ถ้าเป็นประเด็นของผู้ประกาศข่าวก็จะเป็นการรณรงค์ให้คนไปฉีดวัคซีนกัน

การที่ต้อง Educate คน คนที่ยังไม่ได้ฉีดวัคซีนให้ไปฉีดผ่านตัวผู้ประกาศ เพราะผู้ประกาศเหมือนเป็นเพื่อนของผู้ชมไปแล้ว จะได้มีความรู้สึกใกล้ชิดมากขึ้น แต่ในแบบรายการข่าวก็จะเป็นการให้ข้อมูลแบบเชิงข้อเท็จจริง เพราะข้อมูล ณ เวลานั้น ก็จะมีการรายงานหลัก ๆ อยู่ประมาณไม่กี่เรื่อง จำนวนผู้ติดโควิด เสียชีวิต อยู่โรงพยาบาลก็คน วัคซีนอันนี้เข้ามาแล้วเด็กไปฉีดได้ ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่เป็นเชิงข้อเท็จจริงที่ได้จากทางกระทรวงสาธารณสุขมากกว่า” (คุณจิรวรรณภรณ์ พันธุ์ดี, 2566)

สำหรับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการให้ความรู้มี 51 คลิป สามารถจำแนกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- (1) การอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายหรือมาตรการที่รัฐกำหนด เช่น ธุรกิจที่ทำได้หลังการผ่อนคลายมาตรการควบคุมโรคโควิด-19, การเตรียมความพร้อมกับนโยบายการเปิดประเทศ, กระบวนการในการสมัครโครงการคนละครึ่ง
- (2) การเตือนภัยประชาชน เช่น ฉีดวัคซีนเพื่อลดโอกาสติดโควิด-19 กลุ่มคนที่ควรฉีดวัคซีนเข็มกระตุ้น การเฝ้าระวังติดเชื้อโควิด-19 สายพันธุ์ใหม่ เป็นต้น
- (3) การอธิบายเชิงลึกเกี่ยวกับการบริหารจัดการวัคซีน เช่น การเปิดเผยประสิทธิภาพของวัคซีนแต่ละยี่ห้อ

เนื้อหาประเภทนี้จะมีการอธิบายเพิ่มเติม การขยายความหรือการต่อยอดจากประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 เป็นการนำเสนอที่ประกอบด้วยชุดข้อมูลจากแหล่งข่าวที่หลากหลาย มีทั้งผู้เชี่ยวชาญด้านการแพทย์ ผู้กำหนดนโยบายของรัฐ ผู้บริหารองค์กรระหว่างประเทศ และผู้ประสบภัยโควิด-19 โดยมีการให้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อให้ประชาชนมีความรู้และความพร้อมในการรับมือกับโรคดังกล่าว

ในขณะเดียวกัน สำหรับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการชักจูงใจ 2 คลิป “ฉีดวัคซีนเถอะ ลดโอกาสติดโควิด-19” และ “อาจารย์เฉลิมชัย ชัดอย่าแย่งไฟเซอร์ด้านหน้า” พบว่าเป็นเนื้อหาที่ชักจูงประชาชนในประเด็นการฉีดวัคซีนโควิด-19 เพื่อรักษาประโยชน์ส่วนรวมและความปลอดภัยของสังคม

ตอนที่ 8 คุณค่าข่าวของการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ

อันดับ	คุณค่าข่าว	จำนวนคลิป 179 คลิป	(%)
อันดับที่ 1	ความสดใหม่	50	27.933 %
อันดับที่ 2	ผลกระทบ	44	24.581 %
อันดับที่ 3	ความใกล้ชิด	33	18.436 %
อันดับที่ 4	ปุณฺชนสนใจ	28	15.642 %
อันดับที่ 5	ความเด่นของสถานที่/บุคคล	19	10.615 %
อันดับที่ 6	ความก้าวหน้า	5	2.793 %

ตารางที่ 11 คุณค่าข่าวของการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ

จะตารางที่ 11 จะเห็นได้ว่าบางเนื้อหาที่เผยแพร่ออกไปอาจครอบคลุมคุณค่าข่าวมากกว่าหนึ่งประเภท ดังนั้นจึงมีการนับซ้ำเพื่อบันทึกคุณค่าข่าวของเนื้อหาต่าง ๆ ที่ปรากฏ ซึ่งพบว่าเนื้อหาที่เน้นความสดใหม่ของเหตุการณ์มีจำนวนมากที่สุด (50 คลิป) คิดเป็น 27.933 % ของคลิปวิดีโอทั้งหมด โดยสามารถจำแนกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

(1) การติดตามและอัปเดตสถานการณ์ของการแพร่ระบาดโควิด-19 เช่น การเกิดคลัสเตอร์ใหม่ในกรุงเทพ, พบรายแรกที่ติดเชื้อโควิด-19 สายพันธุ์โอไมครอนในประเทศไทย, พบสายพันธุ์อัลฟา พลัส-เดลตา พลัส ในไทย, การนำเข้าวัคซีนโมเดิร์นนาล็อตแรกมาถึงไทย เป็นต้น

(2) การรายงานสถิติของจำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 และผู้ที่ได้รับวัคซีนโควิด-19 แบบรายวัน เช่น รัฐบาลปลื้ม ฉีดวัคซีนทะลุ 80 ล้านโดส, ไทยติดโควิดสายพันธุ์โอไมครอนพุ่ง 514 ราย เป็นต้น

(3) การแถลงการณ์จากประชุมของมติ ศบค. เช่น การปรับนโยบายการเดินทางเข้าประเทศไทย, ยกเลิกเคอร์ฟิว, ประชุมศบค. จ่อลดพื้นที่แดงเข้ม, ศบค. เลื่อนเปิดสถานบันเทิง, ศบค. ตามหา 252 คนจาก 8 ประเทศ หาเชื้อโควิดด่วน, ศบค. ถกมาตรการคุมเข้มเคาต์ดาวน์ เป็นต้น

ซึ่งเนื้อหาที่เน้นความสดใหม่ของเหตุการณ์จะเป็นการนำเสนอและอัปเดตข้อมูลของโรคโควิด-19 อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันเหตุการณ์และให้ประชาชนได้รับทราบ รวมถึงการเตือนภัยประชาชนในการรับมือ

สำหรับเนื้อหาที่เน้นคุณค่าข่าวด้านผลกระทบของเหตุการณ์มีจำนวน 44 คลิป ซึ่งคิดเป็น 24.581 % ของคลิปวิดีโอทั้งหมด โดยสามารถจำแนกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

(1) ผลกระทบของโควิด-19 ต่อสาธารณสุขและสังคม เช่น การไม่รักษาระยะห่างทางสังคม ทำให้โควิดระบาดหนัก, ผู้ป่วยโควิดเดินผ่านชุมชนไปกักตัว, ดาราตั้งออกมา Call out เรียกร้องสิทธิในการเข้าถึงวัคซีน, โมเดิร์นนาฆ่า ประชาชนผุดแคมเปญปลด ผอ.อภ. , การอธิบายมาตรการจาก ศบค. ล่าสุดต่อประชาชน, รัฐตามหาผู้ที่เดินทางจาก 8 ประเทศ ตรวจสอบเชื้อม้วน , ไทยพบผู้ติดเชื้อโอไมครอนรายแรก รัฐบาลชื้อยตกใจ, กระทรวงสาธารณสุขคาดโอไมครอนระบาดหลังปีใหม่, กระทรวงสาธารณสุขเพิ่มระดับโควิด-19 จาก 3 เป็นระดับ 4 เป็นต้น

(2) ผลกระทบของโควิด-19 ต่อชีวิตส่วนบุคคล เช่น การใช้ชีวิตแบบวิถีใหม่ New Normal, การเข้าห้อง ICU หลังฉีดวัคซีนโควิด, ประชาชนแห่ฉีดวัคซีน สู้ออไมครอน, ค่าตรวจ ATK แพง ก่อให้เกิดดราม่า, ห้ามนำหน้ากากอนามัยติดตัวไปต่างประเทศเกิน 30 ชิ้น, การเรียกร้องการบริหารไม่เป็นระเบียบของโรงพยาบาลสนาม เป็นต้น

ซึ่งเนื้อหาที่เน้นผลกระทบของเหตุการณ์จะเป็นการรายงานสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตของคน ระบบสาธารณสุข สังคม และประเทศ

สำหรับเนื้อหาที่เน้นคุณค่าข่าวด้านความใกล้ชิดของเหตุการณ์มีจำนวน 33 คลิป ซึ่งคิดเป็น 18.436 % ของคลิปวิดีโอทั้งหมด โดยสามารถจำแนกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

(1) การแจกแจงข้อมูลการบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยรัฐบาลไทย เช่น การจัดระเบียบการเดินทางเข้าประเทศ การจัดสรรวัคซีน การชักชวนประชาชนฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันตัว การเปิดลงทะเบียนฉีดวัคซีนทางเลือก การจัดเตรียมโรงพยาบาลเพื่อรองรับผู้ป่วยโควิด เป็นต้น

(2) การรายงานสถานการณ์การแพร่ระบาดภายในประเทศ เช่น พบผู้ติดเชื้อสายพันธุ์ใหม่, ซึ่งเหตุผลที่ไม่นำวัคซีนโควิด-19 แบบพ่นเข้ามาใช้ในไทย, การให้ข้อมูลวิธีการดูแลตัวเองในช่วงแพร่ระบาดของเชื้อโอไมครอน, หญิงไทยอายุ 86 คนไทยรายแรกที่เสียชีวิตจากโอไมครอน, ยอดผู้ติดเชื้อพุ่งอีก ทะลุ 6 หมื่น เป็นต้น

สำหรับเนื้อหาที่เน้นคุณค่าข่าวด้านปฏิกิริยาสนใจมีจำนวน 28 คลิป ซึ่งคิดเป็น 15.642 % ของคลิปวิดีโอทั้งหมด โดยสามารถจำแนกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- (1) ความผิดปกติของเหตุการณ์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เช่น ผู้ที่ได้รับวัคซีนเอสตราสองเข็มเกิดอาการผดผื่น, ตาสีม่วงหลังทานยาต้านโควิด (ยาฟาวิพิราเวียร์), ตาสีเหลืองหลังฉีดวัคซีนเข็มที่ 3 เป็นต้น
- (2) ความสลับกลับของเหตุการณ์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เช่น การอธิบายสาเหตุการจัดซื้อวัคซีนซิโนแวค, การตรวจภูมิคุ้มกันจากวัคซีนโควิด-19 เป็นต้น
- (3) ความขัดแย้งของเหตุการณ์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เช่น การอธิบายสาเหตุทหารได้ฉีดวัคซีนไฟเซอร์ก่อนแพทย์ด่านหน้า, การแจกแจงรายชื่อของผู้ที่ได้รับวัคซีนไฟเซอร์ เป็นต้น

ในส่วนของเนื้อหาที่เน้นคุณค่าข่าวด้านความเด่นของสถานที่/บุคคลมีจำนวน 19 คลิป ซึ่งคิดเป็น 10.615 % ของคลิปวิดีโอทั้งหมด โดยพบว่ามี การนำเสนอชื่อเสียงของทั้งบุคลากรทางการแพทย์ เจ้าหน้าที่ระดับผู้บริหารของหน่วยงานรัฐ และศิลปินจากวงการบันเทิงมาเป็นจุดขายหรือประกอบการรายงาน เช่น การแถลงสถานการณ์โควิด-19 โดยนายกรัฐมนตรี ประยุทธ์จันทร์โอชา หรือรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข อนุทิน, หมอยงชี้เหตุผลที่ไม่นำวัคซีนโควิดแบบพ่นเข้ามาใช้ในไทย, หมู่มกรรชัชชวนฉีดวัคซีนลดโอกาสติดเชื้อโควิด-19 เป็นต้น

สำหรับเนื้อหาที่เน้นคุณค่าข่าวด้านความก้าวหน้ามีจำนวน 5 คลิป ซึ่งคิดเป็น 2.793 % ของคลิปวิดีโอทั้งหมด โดยเป็นการกล่าวถึงพัฒนาการของวัคซีนโควิด-19 และยาต้านไวรัสโควิด-19

ตอนที่ 9 มิติสุขภาพของการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ

มิติสุขภาพ		171 คลิป	
อันดับ	ประเภทเนื้อหา	จำนวนคลิป	(%)
อันดับที่ 1	มิติทางสังคม	85	49.71 %
อันดับที่ 2	มิติทางกาย	84	49.12 %
อันดับที่ 3	มิติทางจิตใจ	2	1.17 %
อันดับที่ 4	มิติทางจิตวิญญาณ	0	0

ตารางที่ 12 มิติสุขภาพของการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ

เนื่องจากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 179 คลิป พบว่ามี 8 คลิปที่ไม่ได้มีการนำเสนอประเด็นด้านมิติสุขภาพ จึงมีการตัดออกเนื้อหาดังกล่าวออกจากกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 12 พบว่าเนื้อหาที่เน้นมิติทางสังคมมีจำนวนมากที่สุด (85 คลิป) คิดเป็น 49.71 % ของคลิปวิดีโอทั้งหมด โดยสามารถจำแนกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- (1) การรักษาสุขภาพทางสังคมในการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยประชาชนทั่วไป เช่น การรักษาระยะห่างทางสังคม การทำงานที่บ้าน เป็นต้น
- (2) การสร้างเสริมสุขภาพทางสังคมในการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยรัฐบาล เช่น การล็อกดาวน์ การออกมาตรการเยียวยา การจัดสรรวัคซีน การจัดเตรียมที่กักตัวและโรงพยาบาลสนาม เป็นต้น
- (3) การสร้างเสริมสุขภาพทางสังคมในการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยองค์กรระหว่างประเทศ เช่น การเผยแพร่ข้อมูลของโควิด-19 สายพันธุ์ การเตือนภัยประเทศต่าง ๆ เกี่ยวกับสถานการณ์โควิด-19 การให้คำแนะนำสำหรับนโยบายที่ใช้ในการควบคุมโรคโควิด-19 เป็นต้น

สำหรับเนื้อหาที่เน้นมิติทางกายมีจำนวน 84 คลิป ซึ่งคิดเป็น 49.12 % ของคลิปวิดีโอทั้งหมด โดยสามารถจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- (1) การดูแลป้องกันตัวเอง เช่น ฉีดวัคซีนครบสองเข็ม ฉีดวัคซีนเข็มกระตุ้น หลีกเลี่ยงสถานที่ชุมชน สวมใส่หน้ากากอนามัยอย่างถูกวิธี การล้างมือด้วยเจลแอกอฮอล์ เป็นต้น
- (2) การรักษาตัวหากพบติดเชื้อโควิด-19 เช่น การกักตัวที่บ้าน การพักผ่อนให้เพียงพอ เป็นต้น

สำหรับเนื้อหาที่เน้นมิติทางจิตใจมีจำนวน 2 คลิป ซึ่งคิดเป็น 1.17 % ของคลิปวิดีโอทั้งหมด พบว่าเป็นการเตือนภัยผู้แ่่งวัคซีนไฟเซอร์ความรจิดสำนึกเพื่อประโยชน์สังคม และอีกคลิป “พระกั้วตัวโควิดในป่าช้า เจอผีหลอก” กล่าวถึงการฝึกฝนตัวเองเพื่อสุขภาพจิตที่แข็งแกร่งขึ้นในช่วงการกักตัว

ขณะเดียวกัน ไม่พบเนื้อหาที่เน้นมิติทางจิตวิญญาณ ด้วยข้อจำกัดทั้งด้านเวลาและกฎระเบียบของแพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้อง กล่าวคือ ในการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นรูปแบบวิดีโอสั้นอาจทำให้อเนื้อหาหรือประเด็นเรื่องไม่สามารถลงลึกได้ และขณะเดียวกันกฎระเบียบของทางแพลตฟอร์มตักตอกก็ไม่เอื้อต่อเนื้อหาประเภทที่มีความสับสน หรืออาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดต่อผู้ใช้งานเอง

ส่วนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน เพื่อเพิ่มคำอธิบายให้กับผลวิจัยข้างต้น โดยสามารถสรุปสาระสำคัญในประเด็นต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

1. การใช้แพลตฟอร์มตักตอกเป็นช่องทางในการนำเสนอข่าว

การนำเสนอข่าวบนแพลตฟอร์มตักตอกเป็นการเปิดช่องทางให้ทางสำนักข่าวไทยรัฐสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับชมได้มากขึ้น ซึ่งเนื้อหาที่เผยแพร่บนแพลตฟอร์มดังกล่าวจะมีคุณลักษณะสำคัญที่เน้นสั้น กระชับ และเข้าใจง่ายในการเล่าเรื่อง ทำให้ผู้ชมสามารถจับใจความสำคัญของเรื่องหรือประเด็นได้อย่างรวดเร็ว

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่าการใช้แพลตฟอร์มตักตอกเป็นช่องทางในการนำเสนอข่าว มีประโยชน์ด้านการให้ความข่าวสารความรู้ เพราะคุณลักษณะของเนื้อหาที่เน้นสั้น กระชับ และเข้าใจง่าย

“ด้วยธรรมชาติของสื่อตึกตอกก็คือ การนำเสนอข่าวในลักษณะ วิดีโอสั้น ทำให้ดูแบบน่าสนใจ และไม่จำเป็นต้องยาว ซึ่งตอบโจทย์ ความต้องการของผู้ใช้งานที่ชอบอะไรกระชับ” (รศ. สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2566)

“จุดเด่นของตึกตอกคือดูแบบ Friendly (เป็นมิตร) ทำให้คนรู้สึก ไม่น่าเบื่อ ซึ่งทำให้การนำเสนอข่าวที่เป็นข้อเท็จจริงต่าง ๆ ดูมีความ สนุกมากขึ้น แต่ขณะเดียวกันก็ต้องไม่ทำลายสาระสำคัญของเนื้อหา นั้นๆ ด้วย” (รศ. ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, 2566)

“ลักษณะคลิปข่าวบนตึกตอกก็จะเป็นลักษณะแบบการสรุป ประเด็นให้มันจบได้ใน 2 นาที แล้วเข้าใจเรื่องเลย นอกจากนี้ยังต้องมี ลีลาในการนำเสนอ สรุปประเด็นชัดเจน ใช้ภาษาแบบเข้าใจง่าย มีลีลา ที่จะดึงดูดคน หรือเร้าใจคนได้” (ดร. สกฤตศรี ศรีสารคาม, 2566)

นอกจากนี้ มีผู้แสดงความเห็นว่าการใช้แพลตฟอร์มตึกตอกเป็นช่องทางในการนำเสนอ ข่าว มีประโยชน์ด้านความบันเทิง เนื่องจากได้ความบันเทิงและสาระสำคัญจากการรับชมเนื้อหา ต่าง ๆ บนตึกตอก

“ตึกตอกเป็นแพลตฟอร์มที่มีเนื้อหาสาระที่ให้ความสุขด้วย ผมเลย ชอบดูข่าวในลักษณะแบบนี้บนตึกตอกด้วย” (คุณชัย, 2566)

“ส่วนตัวรู้สึกว่าการเสพข่าวบน ตึกตอกมันจะเป็นการรายงานข่าว ที่ใช้วิดีโอ ซึ่งเป็นการตัดเป็นวิดีโอสั้น ซึ่งเราจะรู้สึกว่าเราไม่ต้องใช้ ความพยายามในการอ่าน หรือว่าทำความเข้าใจเลย เหมือนมีคนเล่า ให้เราฟังตลอดเวลา ซึ่งมันจะแตกต่างจากแพลตฟอร์มอื่น ๆ เช่น ถ้า เราไปอ่านข่าวบน Facebook หรือไปอ่านข่าวใน Twitter ฟังก์ชัน หลัก ๆ ของมันก็คือทำให้เราต้องอ่านเอง ต้องใช้เวลาทำความเข้าใจ ด้วย แต่ ตึกตอกมันไม่ใช่ ตึกตอกคือเราสามารถที่จะดูวิดีโอได้เลย แล้วไม่ต้องทำความเข้าใจอะไรมาก เลยรู้สึกว่ามันเป็นแพลตฟอร์มที่ เราค่อนข้างที่จะชอบเข้าไปดู เวลาต้องรู้ข่าวอะไร” (คุณพล, 2566)

การสื่อสารด้วยความสั้นกระชับ

“ติ๊กต็อกนำเสนอข่าวผ่านคลิปวิดีโอสั้น ๆ ทำให้เข้าใจเนื้อหาและประเด็นสำคัญได้อย่างรวดเร็ว และยังมีพื้นที่ให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น” (คุณณัช, 2566)

“เนื่องจากเป็นคลิปวิดีโอสั้น ๆ มันง่ายในการเข้าถึงด้วย ก็คือเราดูแค่ 2-3 นาทีก็สามารถรู้ข่าวแต่ละวัน ประเด็นข่าว รวมถึงในแนวทางที่จะป้องกันโควิด หรือรวมถึงข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโควิด-19 ด้วย ก็ถือว่าเป็นแพลตฟอร์มที่ใช้งานง่าย ได้ข่าวสารแบบรวดเร็ว” (คุณศุ, 2566)

ที่สำคัญ หลายคนเห็นพ้องว่าการใช้แพลตฟอร์มติ๊กต็อกเป็นช่องทางในการนำเสนอข่าว มีประโยชน์สื่อสารได้รวดเร็วกระชับ / สร้างความผูกพัน เพราะติ๊กต็อกเป็นแพลตฟอร์มที่มีจำนวนผู้ใช้งานมาก

“ติ๊กต็อกเป็นแพลตฟอร์มที่มาแรงในช่วงโควิด ซึ่งได้รับความนิยมจากเด็กหรือกลุ่มวัยรุ่น ไทยรัฐ อาจเป็นที่รู้จักในฐานะที่เป็นสื่อหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐทีวี หรือว่าไทยรัฐออนไลน์ มันก็ได้คนกลุ่มหนึ่งที่ค่อนข้างเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งตรงนี้เราเห็นว่าติ๊กต็อกค่อนข้างแกร่งเรื่องของ Target คนรุ่นใหม่เยอะ แต่ว่าเรายังขาดจุดนี้ เราเลยเป็น Partner ร่วมกัน ในฐานะที่เป็นผู้ทำข่าว ซึ่งผู้ทำข่าวในช่วงแรก มันจะเป็นแค่การตัดคลิปข่าว จากช่องทางทีวีที่เรารายงานอยู่แล้ว หรือหน้าจอทีวีเอามาใส่ Frame ลงในติ๊กต็อก เนื่องจากติ๊กต็อกเป็นแพลตฟอร์มที่เน้นการนำเสนอวิดีโอแนวตั้ง ฉะนั้น ต้องใช้แบบ Frame ต่าง ๆ ในการช่วยปรับปรุงเนื้อหาด้วย” (คุณฐิวัชรณภรณ์ พันธุ์ดี, 2566)

“ติ๊กต็อกเป็นอีกแพลตฟอร์มที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว มีฐานคนดูคนสนใจค่อนข้างเยอะมาก ไทยรัฐเองก็มี Publish (เผยแพร่) ไปหลายช่องทาง ติ๊กต็อกก็เป็นหนึ่งช่องทางที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้จำนวนมาก แล้วก็เป็นที่นิยมกัน” (คุณแซนวิช สรวิชญ์, 2566)

2. การนำเสนอข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

ข่าวโควิด-19 ที่ไทยรัฐนำเสนอบนแพลตฟอร์มดิจิทัลก็จะมีเนื้อหาที่หลากหลาย รวมทั้งการรายงานสถานการณ์การแพร่ระบาด วิธีการป้องกันตัวเอง มาตรการเยียวยา นโยบายการควบคุมโรค และการบริหารจัดการวัคซีน

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความชื่นชอบในการรับชมเนื้อหาข่าวโควิด-19 ที่บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ เนื่องจากเนื้อหาดังกล่าวสามารถครอบคลุมหลากหลายมิติ เช่น มิติสุขภาพ มิติสังคม มิติภาครัฐ มิติภาคเอกชน

“ความกระชับง่าย สั้น เป็นสิ่งที่ไฮไลท์ของดิจิทัล ฉะนั้น เนื้อหาสาระที่ผมนสนใจเกี่ยวกับข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนดิจิทัล นั่นก็คือ ก็จะเป็นการติดตามสถานการณ์โควิดเป็นแบบช่วง ๆ ว่าใครติดเชื้อ ติดที่ไหน เมื่อไร อย่างไร โดยเฉพาะเรื่องวัคซีนเนี่ย ถึงไหนแล้ว จะถึงไทยเมื่อแล้ว ผมจะให้ความสำคัญเรื่องตรวจความเสี่ยงเป็นหลัก รองลงมาจะเป็นเรื่องวัคซีนที่ว่าเมื่อไรจะถึง และเป็นยี่ห้ออะไร ก็จะเป็นเกี่ยวกับปัญหาของการจัดการของภาครัฐด้วย ซึ่งหากข่าวเหล่านี้สามารถจบภายในหนึ่งนาที แล้วมีสาระสำคัญของมัน ผมก็จะชอบมาก แต่หากเนื้อหาแบบ 4 นาที 5 นาที ผมก็จะไม่ดู เพราะขี้เกียจ เพราะมันจะดูแบบตรงกันข้ามกับแพลตฟอร์มที่มันเป็นอยู่แล้ว” (คุณชัย, 2566)

“สนใจเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด เนื่องจากประเด็นเรื่องนี้ใกล้ชิดกับตัวเองมาก และเวลาไปดูข่าวบนดิจิทัลมักจะได้ข่าวที่เป็นกระแส Realtime” (คุณณัช, 2566)

นอกจากนี้ ยังมีวิธีการเล่าเรื่องแบบใช้นักแสดงที่มีชื่อเสียงมารายงานข่าว หรือมาอธิบายเรื่องราวต่าง ๆ ภายในสังคม

“ชอบส่วนที่ไทยรัฐเอาดารามาอ่านข่าว เรา รู้สึกว่าเหมือนเราดูรายการแบบทอล์คโชว์ปกติ คือด้วยตัวเองแบบไม่ค่อยเสพข่าวแบบเนื้อหาหนัก ๆ อยู่แล้ว แล้วเนื้อหาข่าวของโควิดเป็นอะไรแบบที่เวลาเราเสพมาก ๆ จะรู้สึกเครียดมาก แต่เวลาไทยรัฐมีการเอาดารามาอ่านข่าว เรา รู้สึกว่าเราชอบตรงนั้น เหมือนดูรายการเรียล ลิตีโชว์ หรือรายการทอล์คโชว์มากกว่าที่จะเป็นเนื้อหารายการแบบสาระอะไรแบบนี้ ทำให้เรา รู้สึกว่าดูไปก็ไม่ได้รู้สึกเครียดอะไรแบบนี้ มันมีการนำความบันเทิงแบบเข้ามาช่วยนิดนึง” (คุณพล, 2566)

“พอเป็นข่าวบนตึกตอกอะ เป็นคลิปแบบ 2-3 นาที มันสามารถทำให้เราเข้าถึงข่าวได้ และยังสามารถอัพเดทข่าวโควิดในแต่ละวันได้ทันเหตุการณ์มากขึ้น” (คุณศุ, 2566)

ขณะเดียวกันส่วนประเภทเนื้อหาข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มตึกตอกสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทได้แก่ 1) เนื้อหาข่าวที่ตัดต่อจากรายการข่าวทีวี 2) การสร้างสรรค์เนื้อหาเฉพาะแพลตฟอร์มตึกตอก

“การรายงานข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนตึกตอกมีการนำเสนอในรูปแบบที่หลากหลาย มีแบบการรายงานข่าวนักข่าวนำเสนอข่าวแบบตรงไปตรงมา แล้วมีอีกแบบหนึ่งก็คือแบบที่ไม่ค่อยทางการเท่าไร ก็คือการรายงานข่าวแบบใช้ดาราราย เช่น หม่อมกมลรัชย์ มดดำ หรือดารารายที่ชื่อ รณเมธมาอ่านข่าวเกี่ยวกับประเด็นโควิดด้วย ตรงนี้มันกลายเป็นการเล่าข่าวโดยดาราราย ทำให้เรา รู้สึกว่าแบบนี้อาจไม่ได้เน้นเนื้อหาสาระมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับกรรายงานข่าวแบบที่เป็นทางการ แล้วก็อีกอย่างหนึ่งรู้สึกว่าการรายงานของไทยรัฐจะมีการใช้ setting อย่างหลากหลาย เช่น มีการจัดในห้องส่ง แล้วก็มีแบบนักข่าวอยู่บนรถแล้วก็รายงานข่าวแบบนี้ ซึ่งมันทำให้รู้สึกว่าการรายงานข่าวของไทยรัฐมันมีความที่จะไม่เป็นทางการค่อนข้างสูง ก็คืออยู่ที่ไหนก็รายงานข่าวได้ แล้วประกอบกับจากการดูคลิป จะเห็นว่าคลิปที่เป็นรายงานข่าว

บนตึกตอก เป็นสิ่งที่ค่อนข้างสั้น แล้วก็เข้าใจง่าย สื่อสารแบบตรง ประเด็นว่าเป็นเรื่องอะไร สื่อสารเกี่ยวกับประเด็นอะไรบ้าง” (คุณพล, 2566)

“ตอนนี้คลิปปิดิโอของไทยรัฐบนตึกตอกก็จะมีการแบ่งประเภทวิดีโอ เป็นแบบคลิปปิดิโอที่ถูกตัดจากรายการข่าว ก็จะมีการตัดต่อจากเนื้อหา ข่าวนั้น ๆ แล้วก็ใส่ตัว Frame เพื่อให้ตรงกับแพลตฟอร์มนี้ อันนี้เป็น ประเภทหนึ่งที่ค่อนข้างคุมความยาวยาก เนื่องจากเป็นการตัดต่อจาก เนื้อหาวิดีโอ แบบที่สองก็คือผู้ประกาศสรุปรายข่าวให้ฟังจะเป็นแบบที่ทำเพื่อ ตอบโจทย์คนตึกตอกโดยเฉพาะ จะพยายามคุมเนื้อหาให้อยู่ใน 3 นาที เล่าข่าวให้ข่าวเดียว เล่าข่าวแค่ประเด็นเดียว ทำให้คนดูแล้วเข้าใจเลย ว่าประเด็นที่เราต้องการจะสื่อสารออกไปมีอะไรบ้าง” (คุณฐิวัชรณภรณ์ พันธุ์ดี, 2566)

สำหรับเนื้อหาพบว่าเนื้อหาที่น่าสนใจเกี่ยวกับสุขภาพทางกายและทางสังคมมาก แต่ไม่พบ สุขภาพทางจิตวิญญาณ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญอธิบายว่า

“ทำยากเหมือนกันในการนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับสุขภาพในมิติ ทางจิตใจและมิติทางจิตวิญญาณ แล้วโดนข้อกำหนดบางอย่างที่ ตึกตอกเองด้วย ตึกตอกเองก็พยายามมองตัวเองว่า Partner ข่าวต้อง นำเสนอที่เป็นข้อเท็จจริงโดยไม่มีการบิดเบือนข้อมูล ก็จะมีการร่วมกับ WHO หากลงข่าวเกี่ยวกับโควิด-19 มันจะมีข้อมูลนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับ โควิดขึ้นมา มีการตรวจสอบเพิ่มขึ้นมา ถ้าเป็นเรื่องบางเรื่องที่ไม่แน่ใจ หรือไม่มั่นใจที่จะพูด เราก็พยายามเลี่ยงเนื้อหานั้น พยายามเอาข้อมูลที่ มีแหล่งอ้างอิงที่ชัดเจน เช่น แหล่งอ้างอิงจากองค์การอนามัยโลก หรือ กระทรวงสาธารณสุขออกมาพูด เรื่องนี้จะไม่โดนตรวจสอบจากทาง ตึกตอก เพราะตึกตอกเองใช้ระบบ AI ในการตรวจสอบหลังบ้านอย่าง ละเอียดทุกคลิปเลย ซึ่งด้วยแพลตฟอร์มที่มีเด็กเยอะ บางคนอาจ เสนอข่าวที่ไม่เป็นจริง อาจทำให้เกิดความเชื่อผิด ๆ ดังนั้น ข้อมูลที่ ออกมาเล่าต้องเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และตรวจสอบได้มีแหล่ง

อ้างอิง แล้วน่าจะเชื่อถือ ไม่ใช่การคิดขึ้นมาเองหรือให้คนเข้าใจผิด” (คุณ
ฐิวัชรณภรณ์ พันธดี, 2566)

3. รูปแบบ/หน้าที่ของการรายงานข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มองว่าการรายงานข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัลจะเป็นรูปแบบบันเทิงสารสนเทศ เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารแบบกึ่งความบันเทิง ซึ่งด้วยความเป็นธรรมชาติของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เน้นความสนุกสนานและความบันเทิง และขณะเดียวกันวิธีการเล่าเรื่องอย่างอาศัยการแสดง การใช้น้ำเสียงที่เร้าใจ การใช้ภาษาวันรุ่น หรือแม้กระทั่งการใช้ดาราในการรายงานข่าวของสำนักข่าวไทยรัฐก็มีส่วนช่วยในการสร้างความบันเทิงให้กับผู้ชมได้เช่นกัน

ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าการใช้ดาราในการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐมีส่วนช่วยในการดึงดูดผู้ชม ทำให้เกิดความบันเทิงได้ง่าย

“การนำเสนอข่าวโควิดแบบด้วยเนื้อหาแบบไม่หนักเกินไป ทำให้เรารู้สึกว่าเราสามารถย่อยเนื้อหาได้ง่ายกว่า ที่จะเสพข่าวอะไรแบบหนัก ๆ แบบนั้น เวลาไทยรัฐจัดดารามาเล่าข่าวแบบนี้มันจะทำให้เรารู้สึกว่ามันโอเค มันเข้าใจง่าย แล้วเราสามารถเข้าใจประเด็นที่ว่าตอนนี้สถานการณ์โควิดเป็นอย่างไร ควรจะมีแนวทางการจัดการอย่างไร หรือแม้กระทั่งประเด็นวัคซีนเองอะมันเป็นอย่างไง เรารู้สึกไทยรัฐทำได้ดีในประเด็นนี้ ถ้าคุณชอบที่มีความบันเทิงเข้าไปด้วยอย่างนี้” (คุณพล, 2566)

“ของไทยรัฐแน่นอนว่ามีการใช้ดรามามาในการใช้คำ เร้าอารมณ์ความรู้สึกของคนในสถานการณ์นั้น ถ้ามันไม่ได้อยู่ในขอบเขตที่มันอยู่เกินจนทำให้คนรู้สึกแบบตื้นตื้นระหนก กลัว เกลียดชัง มันก็อาจจะไม่ได้เลวร้ายเท่าไร” (ดร. สกฤษศรี ศรีสารคาม, 2566)

ขณะเดียวกัน การใช้เทคนิคต่าง ๆ อย่างการเล่าเรื่องด้วยอารมณ์ ความรู้สึก หรือแม้กระทั่งการแสดง การใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์โปรแกรมในการสร้างบรรยากาศเพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมได้ง่าย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ถือเป็นแรงผลักดันให้เกิดความบันเทิงได้ด้วยเช่นกัน

“ตึกตอกเกิดมาเพื่อความเข้าใจง่าย ความสะดวก และมีบทสรุปที่สั้น ๆ ไปเลย ซึ่งมันเหมาะกับข่าวที่เป็นสาระที่แบบไม่กว้างขวางมากเกินไป เล่าเรื่องแบบจบภายใน 1 นาที ขณะเดียวกันยังสามารถใส่ Sound Effect (เสียงเอฟเฟ็กต์) และภาพประกอบด้วย ทำให้เนื้อหาดูแบบน่าสนใจมากขึ้น อยากติดตาม” (คุณชัย, 2566)

“การนำเสนอคลิปวิดีโอสั้น ๆ แค่ 2-3 นาที อย่างไงมันก็น่าสนใจ เนื่องจากที่ไม่ใช่แบบเนื้อหาเครียดจนเกินไป แต่เป็นนำเสนอเนื้อหาที่ได้ประโยชน์ในการนำมาปฏิบัติทำด้วยเช่นกัน เช่น วิดีโอคลิปที่เป็นโควิด-19 ถือว่าเป็นการให้ข้อมูลเบื้องต้นในการปฏิบัติเกี่ยวกับแนวทางและยังสามารถนำเสนอแบบด้วยความสนุกสนาน ก็รู้สึกโอเค แบบไม่น่าเบื่อ เพราะไม่ยาวเกินไป” (คุณศุ, 2566)

“มองว่าข่าวส่วนใหญ่เป็นแบบให้ข้อมูลและความบันเทิงด้วย ทำเนื้อหาให้ย่อยง่าย ในขณะเดียวกันก็ช่วยเราอารมณ์ เพื่อดึงความสนใจและความรู้สึกของผู้ดู” (คุณณัช, 2566)

“สิ่งที่ไทยรัฐทำได้ก็คือการนำใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ โปรแกรมต่าง ๆ มาช่วยในการเล่าเรื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนสนใจข่าวผ่านวิธีการเล่าเรื่องแบบหลากหลาย บางทีดูข่าวของไทยรัฐเหมือนดูละคร แบบดราม่า โดยผู้ประกาศข่าวมีลักษณะที่เป็นแบบ acting ดราม่าเข้าไปอีก โดยน้ำเสียง สำเนียง ลีลา นี่คือรูปแบบของเขา” (รศ. สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2566)

4. แนวทางการรายงานข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มองว่าการรายงานข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกจะเป็นแนวทางการให้ข่าวสารเป็นหลัก โดยเป็นการเล่าเรื่องด้วยการสรุปประเด็นแบบสั้น ๆ ทำให้ผู้ชมสามารถย่อยข้อมูลได้ง่าย

ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าการนำเสนอข่าวในรูปแบบวิดีโอสั้นนั้น ถูกจำกัดด้วยด้านเวลา ทำให้การนำเสนอต้องสั้น และมีความกระชับมากพอ เป็นการนำเสนอข้อมูลที่เข้าใจง่าย ไม่ทำให้เกิดความสับสน

“ผมตอบได้ชัด ๆ เลย มันให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ความเข้าใจต่อผู้ชมได้ อย่างแน่นอน แต่ก็ต้องดูเงื่อนไขของมัน ก็คือเรื่องของกาหนดเนื้อหาที่ชัดเจน กำหนดขนาดของสาระสำคัญที่จะให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องไหน มิติไหน ประเด็นไร ผมว่าเนื้อหาแบบ 1-2 นาที มันก็ยังไม่ประโยชน์ หรือ ให้ความเข้าใจได้ มันขึ้นอยู่กับศิลปะการเล่าเรื่องของกลุ่มนักข่าว กับคอนเทนต์ที่เขานำเสนอ เพราะเวลาผมดูเนื้อหาบนติ๊กต็อกที่ผมเลื่อนผ่านนะ เจออย่างมากเลย ก็คือ เนื้อหาที่นำเสนอแบบ 10 ข้อที่ห้ามทำใน พ.ร.ก. ฉุกเฉิน ผมว่าเข้าใจเลยนะ อะไรทำได้อะไรทำไม่ได้ มันชัดเจนเลย” (คุณชัย, 2566)

“คือการดูเนื้อหาเหล่านี้ก็เหมือนได้แค่ข้อมูลแบบง่าย ๆ ว่าวันนี้มีคนติดโควิด-19 กี่คน มีมาตรการอะไรบ้าง” (คุณณัฐ, 2566)

“ด้วยข้อจำกัดด้านเวลาของแพลตฟอร์มนี้ที่เน้นวิดีโอสั้น บางทีเนื้อหาบางอย่างอาจไม่สามารถลงลึกได้ หรือแบบอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ ซึ่งจะเป็นแบบการให้ข่าวสารมากกว่า” (รศ. ดร. วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, 2566)

ขณะเดียวกัน การนำเสนอข่าวบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกยังสามารถรับชมได้ทุกที่ทุกเวลา มีความสะดวกสบายในการรับชม

“หากเราไม่มีเวลามาก เราสามารถดูคลิปวิดีโอสั้นแบบที่เป็นข่าว
อย่างนี้ เราจะสามารถที่จะรู้ข่าวอัปเดตในแต่ละวันได้อย่างรวดเร็วผ่าน
แพลตฟอร์มติ๊กต็อก โดยเฉพาะข่าวโควิดที่เราจะจำเป็นต้องรู้ข้อมูลให้
ครบถ้วน” (คุณศุ, 2566)

“มันคือการนำเสนอข้อมูลแบบง่าย ๆ แล้วสามารถนำไปเผยแพร่ต่อ
ได้เลย” (คุณพล, 2566)

สรุปบทที่ 4 เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของประเทศไทยและ
การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาเนื้อหา รูปแบบ/หน้าที่ ของการรายงานข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐ
บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก และ เพื่อศึกษาแนวทางของการรายงานข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบน
แพลตฟอร์มติ๊กต็อก ทั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปประเด็นหลักจากการวิเคราะห์ในบทที่ 5 เพื่อปูทางสำหรับการ
อภิปรายเชิงลึกต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สื่อสังคมเช่นติ๊กต็อกถูกใช้เป็นแพลตฟอร์มสำหรับรายงาน COVID-19 โดยบุคคลและหน่วยงานด้านสุขภาพ ทำให้ผู้ใช้สามารถแบ่งปันประสบการณ์แบบเรียลไทม์ ข่าวสาร และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาด ผู้ใช้สามารถสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัย และให้ข้อมูลอัปเดตเกี่ยวกับการแพร่กระจายของไวรัสผ่านวิดีโอสั้นๆ แม้ว่าการเข้าถึงและการเข้าถึงของแพลตฟอร์มติ๊กต็อกจะช่วยอำนวยความสะดวกในการเผยแพร่ข้อมูลที่สำคัญ การรับรองความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือยังคงเป็นความท้าทาย และผู้ใช้ควรตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้

ในบทสุดท้ายนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อสรุปจากบทที่ 4 มาเป็นข้อมูลเบื้องต้น เพื่อนำไปอภิปรายเพิ่มเติมในส่วนรวมทั้งเสนอข้อจำกัดในการศึกษาและข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

ในส่วนนี้ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยไว้ 5 ประเด็นดังนี้

- 5.1.1 กรอบคิดเรื่องประเภทเนื้อหาของการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของประเทศไทย
- 5.1.2 มิติสุขภาพที่ปรากฏในการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของประเทศไทย
- 5.1.3 คุณค่าข่าวที่ประกอบการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของประเทศไทย
- 5.1.4 รูปแบบ/หน้าที่ของการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของประเทศไทย
- 5.1.5 แนวทางของการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของประเทศไทย

5.1.1 กรอบคิดเรื่องประเภทเนื้อหาของการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของประเทศไทย

สำหรับเนื้อหาที่ประกอบการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของประเทศไทยสามารถแบ่งเป็น 6 ประเภท ได้ดังนี้

1) สถานการณ์การแพร่ระบาด เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นการแพร่ระบาดระดับโลก (Pandemic) สามารถแพร่ไปสู่ผู้อื่นได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางในเวลาอันสั้น ก่อให้เกิดอาการเจ็บป่วยจนนำไปสู่อันตรายต่อชีวิตได้ มีความจำเป็นต้องนำข้อมูลจากสถานการณ์จริงมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการวิจัยและสังเคราะห์ในอนาคต ทั้งนี้ ปัจจัยที่ทำให้การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กลายเป็นสถานการณ์วิกฤตเกิดจากข้อจำกัดทางข้อมูล ขาดแคลนประสบการณ์ นำไปสู่การขาดความเข้าใจอย่างรอบด้านในการออกแบบมาตรการสำหรับรับมือ แก้ไข ช่วยเหลือ หรือเยียวยาคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมที่มีพื้นฐานหลากหลาย ความจำเป็นและต้องการความช่วยเหลือจึงหลากหลายตามไปด้วย ดังนั้น ไทยรัฐจึงมีการนำเสนอข้อมูลจากเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสายพันธุ์ใหม่ที่เกิดขึ้นของโควิด-19 สถิติของจำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาการการติดเชื้อโควิด-19 และการประกาศแจ้งเตือนประชาชน

2) นโยบายการควบคุมโรคระบาด ด้วยการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่ผู้คนทั่วโลกยังไม่เคยเจอมาก่อน ซึ่งอาจพบมาตรการฉุกเฉินใหม่ ๆ ที่ออกโดยกระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานรัฐต่าง ๆ อยู่ตลอดช่วงการแพร่ระบาด มาตรการเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งใหม่และยังเป็นปฏิกิริยาตอบสนองเพื่อรับมือปัญหาโรคระบาดใหม่ที่เกิดขึ้น ฉะนั้น ประชาชนมีความจำเป็นต้องต้องรับรู้ ให้ความร่วมมือ ตลอดจนปฏิบัติตามนโยบายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ไทยรัฐมีการนำเสนอเนื้อหาการควบคุมโรคระบาดในลักษณะที่เป็นประกาศทางการของหน่วยงานรัฐและการแถลงการณ์โดยเจ้าหน้าที่รัฐ

3) การบริหารจัดการวัคซีน เนื่องจากการฉีดวัคซีนโควิด-19 สามารถลดการแพร่ระบาด ลดความรุนแรงของอาการ และลดการเสียชีวิตได้ ดังนั้น วัคซีนถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยควบคุมการระบาดของโรค และช่วยปกป้องให้ผู้คนปลอดภัยจากโรคโควิด-19 ได้ ขณะเดียวกันการบริหารจัดการวัคซีนตั้งแต่กระบวนการจัดสรร การกระจาย และระดมฉีดวัคซีนอย่างทั่วถึง และรวดเร็วจึงเป็นกลไกสำคัญของรัฐในการควบคุมโรคดังกล่าว โดยไทยรัฐมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวัคซีนแต่ละยี่ห้อ สถิติของจำนวนผู้ที่ได้รับวัคซีน ผลข้างเคียงหลังฉีดวัคซีน การจัดสรรวัคซีนโดยรัฐ และการเตือนภัยประชาชนไปฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันโรคโควิด-19

4) วิธีการดูแลตัวเอง/แนวทางการป้องกัน เนื่องจากโควิด-19 มีการแพร่กระจายไปทั่วโลก และยังสามารถส่งผลกระทบต่อสุขภาพในระยะยาวของคนได้ ฉะนั้น การป้องกันไม่ให้เกิดโรคเป็นวิธีที่สามารถลดการสูญเสียต่อมนุษย์ทั้งร่างกายและจิตใจ รวมทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งไทยรัฐมีการ

นำเสนอวิธีการดูแลตัวเอง/แนวทางการป้องกันในประเด็นอย่างเช่น วิธีการสวมใส่หน้ากากอนามัย การพกเจลล้างมือ วิธีการใช้ชุดตรวจ ATK และวิธีการรักษาตัวที่บ้าน

5) **มาตรการเยียวยา** ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีความไม่แน่นอนสูงและมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อในวงกว้างและทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น รัฐจึงมีการดำเนินมาตรการเพื่อช่วยเหลือและเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการจัดสรรงบประมาณเพื่อช่วยเหลือชีวิตของประชาชนทั่วไปอย่างเช่น การจัดตั้งโครงการคนละครึ่ง การสนับสนุนค่าไฟ และการเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลของโรคโควิด-19

6) **อื่น ๆ** จากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างพบว่า ไทยรัฐมีการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์รายการโทรทัศน์ของตัว การเผยแพร่เนื้อหาการขายของ และมีการนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับความเชื่อของคน

จะเห็นได้ว่าสำนักข่าวไทยรัฐให้ความสำคัญกับการรายงานข่าวโควิด-19 ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของคนและนโยบายต่าง ๆ ในการบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาด โดยเนื้อหาข่าวเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน มีความจำเป็นที่ต้องรับรู้และนำไปปรับใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการป้องกันตัวเอง ฉะนั้น หากนำเสนอประเด็นเหล่านี้ในลักษณะที่เป็นการรายงานข่าวแบบทางการ อาจทำให้ผู้ชมได้ให้ความสำคัญหรือรับรู้ข้อมูลอย่างละเอียดมากขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.1.2 มิติสุขภาพที่ปรากฏในการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ

มิติของสุขภาพเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการวิเคราะห์การรายงานข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เนื่องจากความรุนแรงของโรคดังกล่าวไม่เพียงแต่ก่อให้เกิดอาการเจ็บป่วยซึ่งมีผลต่อสุขภาพร่างกายของคนโดยตรงได้เท่านั้น ยังส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต คุณภาพชีวิต สุขภาพจิต รวมไปถึงสังคม การเมือง การปกครองในระยะยาวได้ ฉะนั้น การใช้มิติสุขภาพในการวิเคราะห์การรายงานข่าวจะทำให้สามารถเห็นถึงกระบวนการการผลิตเนื้อหา และการกำหนดประเด็นสำคัญที่จะเสนอต่อประชาชนของไทยรัฐได้อย่างชัดเจน โดยจากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างของเนื้อหาสามารถแบ่งได้เป็น 3 มิติได้ดังนี้

1) มิติทางสังคม โดยการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตของคน ตั้งแต่การเว้นระยะห่างระหว่างกัน การหลีกเลี่ยงสถานที่แออัด งดการสังสรรค์ งดการเดินทางระหว่างประเทศ มีการสวมใส่หน้ากากอนามัยทุกครั้งที่ออกจากบ้าน หากไม่จำเป็นไม่ต้องออกจากบ้าน และต้องคอยระมัดระวังไม่ให้เกิดการสัมผัสระหว่างกัน เพื่อไม่ให้เกิดการแพร่กระจายของโรคโควิด-19 นอกจากนี้ ผู้คนต่างยังต้องปฏิบัติตามนโยบายการควบคุมโรคโควิด-19 ของรัฐที่กำหนด อย่างเช่น การทำงานที่บ้าน การกักตัว การล็อกดาวน์ การเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ ปรากฏการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้น ไม่เพียงแต่เป็นการป้องกันและดูแลสุขภาพของตนเท่านั้น แต่ยังเป็น การให้ความร่วมมือในการรักษาและการสร้างจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม ทั้งนี้ ในการรายงานข่าวโควิด-19 เกี่ยวกับสุขภาพในเชิงมิติทางสังคมของไทยรัฐ สามารถแบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ๑. การรักษาสุขภาพทางสังคมโดยประชาชนทั่วไป โดยเป็นการให้ความร่วมมือในการดำรงรักษา มาตรการต่าง ๆ ที่รัฐกำหนด ๒. การสร้างเสริมสุขภาพทางสังคมโดยรัฐบาล โดยรัฐมีหน้าที่และอำนาจในการควบคุมดูแลและส่งเสริมความสงบสุขภายในสังคม ๓. การสร้างเสริมสุขภาพทางสังคมโดยองค์กรระหว่างประเทศ โดยองค์กรเหล่านี้มีการแบ่งปันและส่งต่อทั้งข้อมูลข่าวสาร ประสบการณ์ และความรู้ที่อยู่ใต้การดูแลของตน เพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าในด้านสาธารณสุขและแลกเปลี่ยน ความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองส่งเสริมสุขภาพอนามัยของประชาชน

2) มิติทางกาย โดยโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อได้ทั่วร่างกาย ตั้งแต่ระบบหายใจ ระบบประสาท ระบบทางเดินอาหาร ระบบหัวใจและหลอดเลือด ซึ่งก่อให้เกิดอาการได้ทั้ง มีไข้ ไอ เจ็บคอ จมูกไม่ได้กลิ่น ลิ้นไม่รับรส หายใจติดขัด และปวดบวมอักเสบ ฉะนั้น ไทยรัฐจึงมีการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพในมิติทางกายเพื่อเป็นการแจกแจงข้อมูลทั้งวิธีป้องกันตัวเองจากเชื้อโควิด และวิธีการรักษา หากพบติดเชื้อแก่ประชาชน

3) มิติทางจิตใจ การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เนื่องจากทำให้เกิดความตื่นกลัว ความวิตกกังวลการติดเชื้อ ซึ่งเกิดจากการขาดความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตัวที่ถูกต้อง หรือการไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้องได้ รวมทั้งการขาดความเชื่อมั่นในกระบวนการรักษา ประกอบกับต้องเผชิญกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้รายได้น้อยลงหรือต้องตกงานตามมา ยิ่งทำให้ประชาชนเกิดความเครียดสะสมจนอาจลุกลามเป็นปัญหาสุขภาพจิตที่รุนแรงในอนาคต ซึ่งในการรายงานข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐได้มีการนำเสนอในประเด็นการเตือนภัยผู้อื่นให้มีจิตสำนึกเพื่อประโยชน์สังคม และการฝึกฝนตัวเองเพื่อสุขภาพจิตที่แข็งแกร่งขึ้นในช่วงการกักตัว

จะเห็นได้ว่าทางสำนักข่าวไทยรัฐนำเสนอข่าวโควิด-19 ในมิติสุขภาพทางสังคมและมิติสุขภาพทางกายเป็นหลัก โดยเน้นการนำเสนอข้อมูลที่สังเกตหรือจับต้องได้ง่าย อาจเป็นไปได้ในลักษณะ

ข้อมูลเชิงสถิติ อย่างตัวเลขของจำนวนผู้ติดเชื้อแบบรายวัน ตัวเลขผู้ที่ได้รับวัคซีน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ทำ ความเข้าใจได้ง่าย และที่สำคัญมีแหล่งข้อมูลที่ชัดเจน สามารถกำหนดประเด็นข่าวได้ง่าย

อย่างไรก็ดี การขาดนำเสนอเรื่องมิติสุขภาพทางจิตและสุขภาพทางจิตวิญญาณ ซึ่งเป็น ตัวชี้วัดสำคัญของอารมณ์ ความรู้สึกของคนเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ฉุกเฉินด้านสาธารณสุขอย่าง โควิด-19 อาจทำให้สะสมความเครียด ความวิตกกังวลของคนได้มากขึ้น

5.1.3 คุณค่าข่าวที่ประกอบการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ

หลักคุณค่าข่าวที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหาของกรายงานข่าวโควิด-19 ของ ไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัลมี 6 องค์ประกอบ ดังนี้

1) **ความสดใหม่** ด้วยการแพร่ระบาดของโควิด-19 มีความไม่แน่นอนสูงและมีการ แพร่กระจาย การกลายพันธุ์อยู่ตลอดเวลา จำเป็นต้องมีการนำเสนอข้อมูลและอัปเดตข้อมูลอย่าง ต่อเนื่อง เพื่อให้ทันเหตุการณ์และให้ประชาชนได้รับทราบ รวมถึงการเตือนภัยประชาชนในการรับมือ เช่น การรายงานสถิติผู้ติดเชื้อทั่วโลก การรายงานสายพันธุ์ใหม่ของโควิด-19 และการรายงานประวัติ การเดินทางของผู้ติดเชื้อ

2) **ผลกระทบ** ซึ่งการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีผลกระทบต่อผู้คนทั่วโลกทั้งวิถีชีวิต คุณภาพชีวิต สุขภาพจิต รวมไปถึงเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการปกครอง เช่น การรายงาน ผลกระทบของโควิด-19 ต่อระบบสาธารณสุขและสังคม ผลกระทบของโควิด-19 ต่อการใช้ชีวิต

3) **ความใกล้ชิด** ซึ่งการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีความใกล้ชิดกับประชาชน ทั้งในด้าน ความสัมพันธ์ใกล้ชิดทางความคิด จิตใจ ร่างกาย และสถานที่ เช่น การจัดเตรียมโรงพยาบาลเพื่อ รองรับผู้ป่วยโควิด การเปิดลงทะเบียนฉีดวัคซีนทางเลือก การรายงานตัวเลขผู้ติดเชื้อในแต่ละเขต

4) **ปฏิกิริยาสนใจ** โดยการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นเหตุการณ์ที่ประชาชนให้ความสนใจ ทำให้เกิดความสะเทือนใจ และเร้าความรู้สึกของผู้ชม เช่น ตาสีม่วงหลังทานยาต้านโควิด-19 ตาสีเหลืองหลังฉีดวัคซีนเข็มที่ 3

5) **ความเด่นของสถานที่/บุคคล** เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยบุคคลที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านการแพทย์ เจ้าหน้าที่รัฐที่ดูแลและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และผู้มีชื่อเสียงใน วงการบันเทิง เช่น การแถลงสถานการณ์โควิด-19 ล่าสุดโดยนายกรัฐมนตรี ประยุทธ์ จันทร์โอชา หมอยงชี้เหตุผลที่ไม่นำวัคซีนโควิดแบบพ่นเข้ามาใช้ในไทย

6) **ความก้าวหน้า** เป็นการนำเสนอความก้าวหน้าและพัฒนาการของวัคซีนโควิด-19

จะเห็นได้ว่าการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐมีการกำหนดคุณค่าข่าวประกอบการเล่าเรื่องในมิติที่หลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ประชาชนเกิดการตระรู้และเตรียมความพร้อมในเรื่องของการรับมือและการป้องกันตัวเองจากโรคโควิด-19 ซึ่งมีทั้งนำเสนอเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นใหม่ที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้คนจำนวนมากในสังคม และยังมีอธิบายเพิ่มเติมในส่วนของการเชื่อมโยงหรือความใกล้ชิดของโรคดังกล่าวกับประชาชนทั่วไป ทำให้ผู้ชมได้เห็นภาพและเกิดความเข้าใจได้มากยิ่งขึ้น

5.1.4 รูปแบบ/หน้าที่ของการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ

การรายงานข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นการนำเทคโนโลยีสื่อใหม่เข้ามาช่วยในการเล่าเรื่อง โดยสามารถใช้พาดหัวข่าวด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่ในการดึงดูดความสนใจของผู้ชม การเล่าเรื่องด้วยภาษาที่ไม่เป็นทางการในการสร้างความใกล้ชิดกับผู้ชม และที่สำคัญยังสามารถใช้เทคนิคการเล่าเรื่องอย่างอาศัยการแสดง การเปรียบเทียบ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจของผู้ชม ขณะเดียวกันยังสามารถใช้ภาพเคลื่อนไหว อินโฟกราฟฟิค (Infographic) ในการรายงานตัวเลขต่าง ๆ ทำให้ผู้ชมสามารถจับใจความสำคัญของเรื่องได้ง่ายและเกิดอารมณ์ร่วมในการรับชม

เมื่อเกิดวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ขึ้นมา ทำให้ประชาชนเกิดความสับสน ความวิตกกังวล ตื่นตระหนก หรือแม้กระทั่งสะสมความเครียดและอารมณ์เศร้าที่ต้องเผชิญปัญหาในสถานการณ์ดังกล่าว หากสื่อกระแสหลักสามารถรายงานข่าวสุขภาพผ่านวิธีการเล่าเรื่องแบบสร้างสรรค์หรือเชิงตลกขบขันผ่านดิจิทัล จะช่วยผ่อนคลายความวิตกกังวลที่เกิดขึ้น ตลอดจนสร้างความเข้าใจร่วมกันภายในสังคม (Chi, 2021)

ทั้งนี้ สำหรับรูปแบบ/หน้าที่ของการนำเสนอข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสามารถแบ่ง เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) **การสื่อสารสุขภาพ** เมื่อเกิดวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ขึ้นมา ไทยรัฐมีการนำเสนอประเด็นดังกล่าวบนแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นจำนวนมาก ซึ่งถือเป็นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ ในรูปแบบวิดีโอสั้นเพื่อเผยแพร่ข้อมูลและเนื้อหาสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน ตั้งแต่ความรู้พื้นฐานอย่างความเป็นมาของโควิด-19 วิธีการป้องกันและรักษาตัว การจัดสรรวัคซีน มาตรการเยียวยา และนโยบายการควบคุม ทำให้เกิดความตระหนักในระดับปัจเจก

บุคคลและสังคม รวมทั้งเป็นแรงเสริมให้คนในสังคมค้นหาและเรียนรู้ข้อมูลสุขภาพเพิ่มเติมเพื่อพัฒนาวิถีชีวิตสุขภาพที่ดีให้กับตนได้

2) **รูปแบบบันเทิงสารสนเทศ** โดยการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลคือการเปิดโอกาสให้ไทยรัฐสามารถนำเสนอและสร้างสรรค์เนื้อหาข่าวในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งพบว่าไทยรัฐมีปรับวิธีการเล่าเรื่องด้วยอารมณ์ ความรู้สึกเพื่อสร้างความตลกขบขันในการรายงานข่าว และยังมีการใช้อีโมจิ (Emoji) ภาษาวัยรุ่น หรือภาษาอินเทอร์เน็ตประกอบการโพสต์ (Post) เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีประกอบการนำเสนอ ทั้งนี้ ด้วยการนำเสนอมาผสมผสานผ่านสื่อบันเทิงอย่างตลกตลก นอกจากจะได้รับความเพลิดเพลินแล้ว ยังได้ข้อมูล ความรู้จากเนื้อหาบันเทิง เช่น การใช้ภาพเคลื่อนไหวในการเล่าเรื่อง ช่วยให้จดจำได้ไวและเข้าถึงได้ง่าย

3) **สื่อสร้างความผูกพัน** เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่ตัดต่อจากรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ปัจจุบัน (Current Affair Programs) อย่างเช่น รายการ “ถามตรงๆ กับจอมขวัญ” และรายการ “ข่าวใสใจ” ซึ่งรายการประเภทนี้จะมีการวิเคราะห์ตีความเกี่ยวกับเหตุการณ์และประเด็นปัญหาที่กำลังเป็นที่สนใจของสาธารณะ (Public Interest) และที่สำคัญผู้ชมจะจดจำรายการประเภทนี้ได้จากลักษณะการดำเนินรายการของผู้ดำเนินรายการ ทั้งนี้ การเผยแพร่เนื้อหาประเภทดังกล่าวจะสามารถช่วยดึงดูดความสนใจจากผู้ชม สร้างภาพลักษณ์ที่ดี ตลอดจนสร้างความผูกพันกับผู้ชม

ทั้งนี้ สำหรับหน้าที่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลในการนำเสนอข่าวโควิด-19 เนื่องจากเป็นการเปิดช่องทางที่ทำให้สำนักข่าวไทยรัฐสามารถอัพเดทข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคดังกล่าวได้อย่างเรียลไทม์และเข้าถึงกลุ่มผู้สื่อข่าวได้มากขึ้นแล้ว ยังเป็นการสร้างโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตผ่านการกดไลค์ การแชร์ และการคอมเมนต์ ซึ่งประชาชนสามารถแสดงความรู้สึก ความคิดเห็น และทัศนคติต่าง ๆ ในสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่างเสรี มีส่วนช่วยในการแบ่งปันประสบการณ์และความรู้สำหรับการรับมือกับโรคโควิด-19

5.1.5 แนวทางการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐ

การสื่อสารสุขภาพในวิกฤตของโควิด-19 มีความแตกต่างจากการสื่อสารในภาวะปกติ เนื่องจากในช่วงเวลาที่เกิดวิกฤตขึ้นมา ความต้องการข้อมูลข่าวสารจะมีมากกว่าปกติ เนื่องด้วยภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิด ล้วนส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิต และสุขภาพอนามัยของประชาชน

ซึ่งภาวะวิกฤตดังกล่าวเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน สร้างความรู้สึกตกใจ แผลงใจ รุกราน ความรู้สึกและจิตใจของผู้คนที่ต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ มีเวลาในการตัดสินใจเพื่อหาทางแก้ไขได้ในเวลาอันจำกัด โดยการตัดสินใจนั้น ยังต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานเรื่องข้อมูล ข้อเท็จจริงอันถูกต้อง ดังนั้น การจัดการข้อมูลเพื่อการสื่อสารสุขภาพในภาวะวิกฤตของโควิด-19 จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้ประชาชนสามารถได้รับข่าวสารสุขภาพที่ถูกต้องและเข้าใจง่าย รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการป้องกันและการรักษาตัวได้อย่างทั่วถึง จึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ สังเคราะห์และบูรณาการองค์ความรู้ด้านสุขภาพ ด้านการสื่อสารและด้านการบริหารจัดการเข้าด้วยกัน ทั้งนี้ การสื่อสารข่าวสารสุขภาพเกี่ยวกับโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัลก่อนหน้านี้ เป็นการสื่อสารและบริหารภาวะวิกฤตผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในบริบทช่องทางของการสื่อสาร ซึ่งมีคุณลักษณะเฉพาะที่เด่นชัด อย่างเช่น การลดค่าใช้จ่ายในการผลิตและเผยแพร่ของเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอสั้น สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารได้ ขณะเดียวกันยังสามารถใช้เป็นช่องทางในการเฝ้าระวัง ติดตาม ประเมินผลข้อมูลจากความคิดเห็นของสาธารณชนได้อย่างง่าย

สำหรับแนวทางของการรายงานข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสามารถแบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) **การให้ข่าวสาร** โดยไทยรัฐทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวให้ผู้คนในสังคมได้รับรู้อย่างทั่วถึง จะเห็นได้ว่าไทยรัฐมีการนำเสนอประเด็นสุขภาพต่าง ๆ ทั้งให้ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของโรคโควิด-19 การรู้จักลักษณะอาการหลังติดเชื้อโควิด-19 การรับรู้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการแพร่ระบาดของโรคดังกล่าวส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนด้วย เช่น การรายงานสถิติของจำนวนผู้ติดเชื้อ การแจกแจงข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายที่รัฐกำหนด การเปิดเผยข้อมูลการจัดสรรวัคซีน และการรายงานอาการของการติดเชื้อโควิด-19

2) **การให้ความรู้** โดยการรายงานข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มดิจิทัลก่อนหน้านี้ มีจุดประสงค์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในประเด็นสุขภาพแก่ประชาชน ซึ่งเป็นประเด็นที่ใกล้ตัวทุกคน และย่อมมีความจำเป็นที่ต้องรู้เท่าทันและใส่ใจ ดังนั้น ไทยรัฐจึงทำหน้าที่เป็นตัวกลางให้ความรู้ที่ถูกต้องและเข้าถึงง่าย เพื่อประชาชนสามารถรับรู้และนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง อีกทั้ง การรับรู้ประเด็นสุขภาพนั้นยังส่งผลต่อทัศนคติ ความคิด และก่อให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบจากสิ่งที่ถูกนำเสนอ

ออกไป จะเห็นได้ว่าไทยรัฐมีการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการอธิบายเพิ่มเติมหรืออภิปรายเชิงลึกเกี่ยวกับ มาตรการที่รัฐกำหนด การเตือนภัยประชาชนไปฉีดวัคซีนเข็มกระตุ้น และการบริหารจัดการวัคซีน

3) การชักจูงใจ ในประเด็นการสื่อสารสุขภาพ ไทยรัฐมีนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการโน้มน้าว การ ชักจูงใจให้เชื่อหรือคล้อยตามในสิ่งที่ถูกต้อง อย่างเช่น การชักจูงประชาชนให้ไปฉีดวัคซีนโควิด-19 เพื่อประโยชน์ส่วนรวมและรักษาความปลอดภัยของสังคม

ด้วยความเป็นธรรมชาติของแพลตฟอร์มติ๊กต็อกที่เน้นความรวดเร็วและความกระชับในการเล่า เรื่อง ทำให้ผู้ผลิตเนื้อหาสามารถสรุปประเด็นหรือสาระสำคัญจากเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ง่าย และยังสามารถเผยแพร่ในวงกว้างได้มากขึ้น แต่ขณะเดียวกัน ด้วยข้อจำกัดด้านเวลาของการนำเสนอใน รูปแบบคลิปวิดีโอสั้น อาจทำให้ข้อมูลบางประเภทไม่สามารถลงลึกหรือการอธิบายเพิ่มเติมได้ เช่น การให้ความรู้ทางการแพทย์เกี่ยวกับโรคโควิด-19 การให้ความรู้ในเรื่องของวัคซีนโควิด-19 ฉะนั้น ผู้ผลิตเนื้อหาจำเป็นต้องปรับโครงสร้าง องค์ประกอบ และวิธีการเล่าเรื่องให้สอดคล้องกับแพลตฟอร์ม ดังกล่าว

5.2 ประเด็นการอภิปราย

ความไม่แน่นอนและความกังวลที่เกิดจากปัญหาโรคโควิด-19 ได้สร้างความสับสนและความ ตื่นตระหนกต่อประชาชนเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นโรคอุบัติใหม่ที่ประชาชนยังไม่ทราบถึงอาการ และวิธีการป้องกันที่ถูกต้อง ผสมกับในยุคสื่อสังคมออนไลน์ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารได้อย่างเรียบง่าย ทำให้มีข้อมูลเกี่ยวกับโรคดังกล่าวออกมาเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ เพื่อ เป็นการรับมือและแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตลอดจนสร้างความเข้าใจและการรับรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงทีแก่ประชาชน สำนัก ข่าวไทยรัฐจึงเข้ามาใช้แพลตฟอร์มติ๊กต็อกเป็นช่องทางในการรายงานข่าว

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากติ๊กต็อกเป็นแพลตฟอร์มใหม่ที่เน้นนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอสั้น ที่มีความแตกต่างกับแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ในทั้งด้านกระบวนการการผลิตเนื้อหา วิธีการเล่าเรื่อง และลักษณะของการใช้งาน

ผู้วิจัยจึงเสนอประเด็นการอภิปรายไว้ 3 ประเด็น ดังนี้

- 5.2.1 เนื้อหาและรูปแบบเป็นความท้าทายใหม่สำหรับการรายงานข่าว แต่ยังคงขาดประสิทธิภาพในการเล่าเรื่องเชิงวารสารศาสตร์
- 5.2.2 การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการสื่อข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐได้รักษาหน้าที่การรายงานข้อเท็จจริง และขยายหน้าที่สร้างการมีส่วนร่วม อย่างไรก็ตามหน้าที่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลในการสื่อข่าวโควิด-19 ไม่สะท้อนลักษณะสื่อใหม่ในช่วงการแพร่ระบาด
- 5.2.3 ดิจิทัลมีศักยภาพสำหรับการสื่อสารสุขภาพ แต่ต้องตรวจสอบเรื่องความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล

5.2.1 เนื้อหาและรูปแบบเป็นความท้าทายใหม่สำหรับการรายงานข่าว แต่ยังคงขาดประสิทธิภาพในการเล่าเรื่องเชิงวารสารศาสตร์

ปัจจุบันแพลตฟอร์มดิจิทัลได้รับความนิยมจากหลากหลายภาคส่วนภายในสังคม ไม่เพียงแต่เป็นช่องทางที่ผู้คนนิยมใช้ในการเข้าถึงและรับชมเนื้อหาต่าง ๆ อีกทั้งด้วยจำนวนผู้ใช้งานอย่างมหาศาลของแพลตฟอร์มดังกล่าวทำให้สื่อกระแสหลักอย่างไทยรัฐได้หันมาใช้เป็นเครื่องมือในการรายงานข่าว ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้พบว่าไทยรัฐมีการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการเข้าถึงผู้สื่อข่าวที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ การขยายฐานกลุ่มผู้ชม การติดตามกระแสสังคม และที่สำคัญยังมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความผูกพันกับผู้ใช้งานเอง

การรายงานข่าวโควิด-19 ในลักษณะคลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มดิจิทัลมีส่วนช่วยในการกระจายข้อมูล และที่สำคัญเป็นการนำเสนอด้วยทั้งภาพถ่าย เสียง และคำอธิบาย ทำให้เกิดความเข้าใจได้ง่าย ขณะเดียวกันผู้ใช้งานยังสามารถแชร์เนื้อหาดังกล่าวไปสู่แพลตฟอร์มอื่น ๆ ได้ง่าย ส่งผลในการเข้าถึงผู้คนได้มากขึ้น

จากการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่าไทยรัฐมีการสร้างกรอบข่าวโดยคุณค่าข่าวในการนำเสนอเรื่องโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างชัดเจน โดยให้ความสำคัญกับเรื่องความสดใหม่ ผลกระทบ และความใกล้ชิดของเหตุการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้คนจำนวนมากภายในสังคม เน้นการนำเสนอข่าวหนักเป็นหลักที่ไม่ค่อยมีเรื่องปฏิกิริยาสนใจหรือเรื่องความบันเทิง

ปรากฏการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นไม่เพียงแต่เป็นการเปิดโอกาสสำหรับสื่อกระแสหลักต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้มากขึ้น ขณะเดียวกัน ยังก่อให้เกิดความท้าทายต่าง ๆ ต่อกระบวนการผลิตและระบบการทำงานของสื่อกระแสหลักด้วย เนื่องจากแพลตฟอร์มดิจิทัลคือสื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน ทุกคนมีอิสระในการเลือกรับชมและแสดงความคิดเห็น มีความแตกต่างทั้งพฤติกรรมการใช้ข่าวและการกระจายข้อมูลด้วย

เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัล

ด้วยคุณลักษณะสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาของตน (User-generated content) ได้อย่างเสรี ผสมกับอิทธิพลการขยายตัวของ Mobile Journalism (นักข่าวเคลื่อนที่) ที่สามารถรายงานข่าวได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านโทรศัพท์มือถือ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมการใช้ข่าวของคนในสังคม ทำให้การรายงานข่าวในรูปแบบบันเทิงสารสนเทศได้รับความสนใจและความนิยมมากขึ้น (Peng, 2019) จะเห็นได้จากรูปแบบรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยรัฐมีการเร้าอารมณ์ หรือก่อให้เกิดอารมณ์ร่วมของผู้ชมผ่านวิธีการเล่าเรื่องและการกำหนดประเด็นที่กำลังเป็นกระแสในสังคม

ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ผู้คนต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคดังกล่าวในหลากหลายมิติ หากเน้นการนำเสนอในรูปแบบบันเทิงสารสนเทศเป็นหลักที่ให้ความสำคัญในเรื่องของการเร้าอารมณ์ของคน การติดตามดราม่าในสังคมอาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูล และขณะเดียวกัน กฎระเบียบที่เข้มงวดของแพลตฟอร์มดิจิทัลในเรื่องของการตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับโควิด-19 และการกำกับดูแลเนื้อหาที่เกี่ยวข้องก็เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกประเด็นที่ประกอบการเสนอบนแพลตฟอร์มของไทยรัฐด้วย กล่าวคือ การนำเสนอในประเด็นเกี่ยวกับสุขภาพของคนอย่างโควิด-19 ที่อาจส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินชีวิต หากเป็นข้อมูลที่ไม่ได้ผ่านการรับรองจากหน่วยรัฐที่เกี่ยวข้องอย่างกระทรวงสาธารณสุข หรือองค์การอนามัยโลก ทางดิจิทัลก็จะมีกระบวนการตรวจสอบเนื้อหาดังกล่าวอย่างเข้มงวดมากขึ้น เพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดและความสับสนต่อผู้ชม ดังนั้น จะเห็นได้ว่าไทยรัฐมีการนำเสนอเนื้อหาโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลในลักษณะที่เป็นการตัดต่อจากรายการข่าวโทรทัศน์เป็นหลัก ซึ่งเป็นการนำเสนอชุดข้อมูลที่มีแหล่งอ้างอิงและผ่านการตรวจสอบจากทางหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อหลีกเลี่ยงการนำเสนอเนื้อหาที่อาจสร้างความเข้าใจผิดและความสับสนต่อประชาชน

ฉะนั้น หากพิจารณาจากจากรูปแบบและวิธีการนำเสนอข่าวสุขภาพอย่างโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกในอนาคต จำเป็นต้องมีการนำเสนอข้อมูลที่ได้ผ่านการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการนำเสนอผ่านมุมมองที่ครบถ้วน มีคำอธิบายที่สมเหตุสมผลตามหลักการแพทย์ และที่สำคัญยังต้องใช้เทคนิคการเล่าเรื่องอย่างการใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ไปสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการป้องกันตัว

อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าติ๊กต็อกเป็นแพลตฟอร์มที่เน้นความสนุกสนานและความบันเทิง แต่ในกรณีการรายงานข่าวโควิด-19 ซึ่งเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อสุขภาพของคน สามารถส่งผลต่อสุขภาพของคนและความมั่นคงของสังคมได้ในทั้งระยะสั้นและระยะยาว อีกทั้ง โควิด-19 ยังเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจในระดับโลก ฉะนั้น มีความจำเป็นต้องนำเสนอข้อมูลอย่างแม่นยำและมีความชัดเจน จึงไม่เหมาะสมกับการรายงานข่าวที่เน้นความบันเทิง ความสนุกสนานซึ่งอาจลดความเคร่งเครียดจริงจังของข่าว ขณะเดียวกัน สำหรับสำนักข่าวไทยรัฐเองยังไม่มีทีมงานเฉพาะแพลตฟอร์มติ๊กต็อกในการสร้างสรรค์เนื้อหาและดูแลช่องทางดังกล่าว การสร้างสรรค์เนื้อหาข่าวบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกยังเป็นรูปแบบการตัดต่อจากรายการข่าวโทรทัศน์เป็นหลัก

การใช้ฟังก์ชันการตัดต่อคลิปในแพลตฟอร์มติ๊กต็อกส่งเสริมศักยภาพในการเล่าเรื่อง

จากผลการศึกษาพบว่าไทยรัฐมีการนำเสนอข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกในสองลักษณะได้แก่ 1) การตัดต่อเนื้อหาจากรายการข่าวโทรทัศน์ (Edit Content) ซึ่งเนื้อหาประเภทนี้จะมีลักษณะที่ไม่แตกต่างจากการรายงานข่าวผ่านช่องทางทีวี เนื่องจากเป็นการตัดต่อเนื้อหาและประเด็นสำคัญจากรายการโทรทัศน์โดยตรง ความยาวประมาณ 3 นาที มีการปรับภาพพื้นหลังของเนื้อหาให้สอดคล้องกับรายการดังกล่าวอย่างเช่น รายการตะลอนข่าว ข่าวเที่ยงไทยรัฐ ข่าวเช้าหัวสีเขียว ข่าวใส่ข่าว ไทยรัฐนิวส์โชว์ ข่าวเย็นไทยรัฐ เชนี่ต้องรู้ ถามตรง ๆ และคู่กัดสะบัดข่าว โดยมีการใส่พาดหัวข่าวของเรื่องบนคลิป และที่สำคัญเป็นวิดีโอรูปแบบนวนอนที่อาจไม่สามารถรับชมเต็มหน้าจอได้



ภาพที่ 3 ตัวอย่างของเนื้อหาข่าวที่ตัดต่อจากรายการข่าวโทรทัศน์

ที่มา: บัญชีไทยรัฐ (Thairath News) บนติ๊กต็อก

หัวหน้าส่วนงานการตลาดโทรทัศน์อาวุโส ไทยรัฐ คุณฐิวัชรณภรณ์ พันธดี (2566) ให้สัมภาษณ์ว่า “ตอนนี้คลิปวิดีโอของไทยรัฐบนติ๊กต็อกก็จะมี การแบ่งประเภทวิดีโอเป็นแบบคลิปวิดีโอที่ถูกตัดจากรายการข่าว ก็จะมีการตัดต่อจากเนื้อหาข่าวนั้น ๆ แล้วก็ใส่ตัว Frame เพื่อให้ตรงกับแพลตฟอร์มนี้ อันนี้เป็นประเภทหนึ่งที่ค่อนข้างคุมความยาวยาก เนื่องจากเป็นการตัดต่อจากเนื้อวิดีโอโดยตรง”

ไทยรัฐเป็นสำนักข่าวที่มีความโดดเด่นในแง่ของวิธีการเล่าเรื่อง อย่างเช่น การเร้าอารมณ์ผู้ชมผ่านการใช้ภาษาไม่เป็นทางการของผู้ประกาศข่าว การนำเสนอตราบาปหรือติดตามเหตุการณ์ที่กำลังเป็นกระแสสังคม มีความเชี่ยวชาญในการดึงดูดความสนใจของผู้ชม ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะสำคัญของแพลตฟอร์มติ๊กต็อกที่เน้นความบันเทิงและความสนุกสนานในการสร้างสรรค์เนื้อหา แต่ขณะเดียวกันจากการศึกษาครั้งนี้พบว่าไทยรัฐมีการนำเสนอเนื้อหาข่าวโควิด-19 ในรูปแบบการตัดต่อจากรายการข่าวโทรทัศน์เป็นหลัก โดยไม่มีการใช้ประโยชน์จากฟังก์ชันต่าง ๆ ของแพลตฟอร์มดังกล่าว เป็นการรายงานข่าวเพื่อแจกแจงข้อมูลโดยไม่ได้เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน

ข้อสรุปนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zang (2021) ที่กล่าวถึงลักษณะการนำเสนอข่าวบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกในรูปแบบการตัดต่อจากรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นเนื้อหาที่ไม่มีการปรับแต่งและเพิ่มรายละเอียดที่แตกต่างจากรายการโทรทัศน์ ทั้งนี้ ด้วยเนื้อหาประเภทดังกล่าวมีโครงสร้างและ

รูปแบบการดำเนินรายการที่ชัดเจนตามรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นการเล่าเรื่องตามโครงสร้างการรายงานข่าวที่ครบถ้วน มีข้อมูลจำนวนมากที่เก็บจากการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์ ทำให้ความยาวของเนื้อหาอยู่ที่ประมาณ 3-4 นาที โดยเนื้อหาประเภทนี้ ไม่ต้องผ่านกระบวนการการผลิตที่มีความสับสน และที่สำคัญยังสามารถประหยัดต้นทุนและเวลาในการผลิต รวมถึงการตัดต่อรายการเป็นหลาย ๆ คลิป สามารถเข้าถึงผู้ชมได้มากขึ้น ตลอดจนให้เกิดความจดจำต่อแบรนด์ของตนได้

ในขณะเดียวกัน ข้อสรุปนี้ตรงกับผลวิจัยของ Liu (2021) ที่กล่าวว่าหากการนำเสนอข่าวโควิด-19 ในลักษณะที่เป็นการตัดต่อจากรายการโทรทัศน์เป็นหลัก โดยไม่ได้ใช้ประโยชน์จากฟังก์ชันการตัดต่อของแพลตฟอร์มดิจิทัล ตัวอย่างเช่น การใช้เพลงประกอบในการสร้างบรรยากาศและความรู้สึกให้แก่ผู้ชม การใช้เสียงเอฟเฟกต์ประกอบการเล่าเรื่อง รวมถึงการใช้เอฟเฟกต์ภาพเคลื่อนไหวในการดึงดูดผู้ชม ส่งผลต่อการเข้าถึงผู้ชมวัยรุ่นที่เป็นกลุ่มผู้ใช้งานหลักของแพลตฟอร์มดิจิทัล

ทั้งนี้ การรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดิจิทัลในรูปแบบการตัดต่อเนื้อหาจากรายการข่าวโทรทัศน์ยังส่งผลต่อการรับรู้ของผู้สื่อข่าวได้เช่นกัน กล่าวคือ ถึงแม้ว่าการรายงานข่าวในลักษณะที่เป็นการตัดต่อจากรายการโทรทัศน์จะมีการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายภายในสังคม และยังสามารถสร้างความรู้สึกใกล้ชิดกับผู้ชมได้ แต่จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าเนื้อหาประเภทดังกล่าวจะมีความใกล้เคียงกัน หรือความซ้ำซ้อนกันในการนำเสนอเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ทางสังคม อาจทำให้ผู้สื่อข่าวรู้สึกเบื่อได้ง่าย ไม่สามารถสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์เพื่อการแข่งขันได้ ฉะนั้นการพัฒนาทักษะในการเล่าเรื่องและการตัดต่อเนื้อหาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคชาวบนแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยเฉพาะ ยังเป็นภารกิจสำคัญที่ไทยรัฐควรนำไปพัฒนาต่อไปในอนาคตด้วย

2) การสร้างสรรค์เนื้อหาในรูปแบบวิดีโอต้นเฉพาะแพลตฟอร์ม (Original Content) ซึ่งเนื้อหาประเภทนี้จะเป็นการเล่าเรื่องหรือรายงานเหตุการณ์ผ่านมุมมองของพิธีกรหรือผู้ประกาศข่าวไทยรัฐ เป็นการเล่าเรื่องและสรุปสาระสำคัญประมาณ 2 นาที สามารถใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการหรืออาศัยการแสดงประกอบการเล่าเรื่อง และมีการเพิ่มบทบรรยายและการใช้ภาพประกอบการเล่าเรื่อง นอกจากนี้ยังมีคุณลักษณะที่โดดเด่นในแง่ของการเลือกใช้สถานที่ถ่ายทำอย่างเช่น บันรณนต์ บ้านพักอาศัย และห้องทำงาน โดยเนื้อหาเหล่านี้จะมีการขยายความหรือต่อยอดประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ต่าง ๆ มีทั้งการอธิบายเชิงลึกในแง่ของการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อ

สาธารณชน และยังเป็นวิดีโอรูปแบบแนวตั้งที่สามารถรับชมอย่างเต็มหน้าจอ เช่น น้ำแข็งสลับขาวให้ เบิร์ตเล่าเอง สีสกุลขี้ขาว และชีสามาแซร์



14 ม.ค. องค์การเภสัชกรรม เริ่มเปิดขายชุดตรวจ ATK ราคา 35 บาทแล้ว



ภาพที่ 4 ตัวอย่างของเนื้อหาที่สร้างขึ้นเฉพาะแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

ที่มา: บัญชีไทยรัฐ (Thairath News) บนติ๊กต็อก

“เนื้อหาแบบผู้ประกาศสลับขาวให้ฟัง จะเป็นแบบที่ทำเพื่อตอบโจทย์คนติ๊กต็อก โดยเฉพาะ จะพยายามคุมเนื้อหาให้อยู่ใน 3 นาที เล่าข่าวให้ข่าวเดียว เล่าข่าวแค่ประเด็นเดียว ทำให้คนดูแล้วเข้าใจเลยว่าประเด็นที่เราต้องการจะสื่อสารออกไปมีอะไรบ้าง” (คุณจิรวรรณภรณ์ พันธดี)

อย่างไรก็ดี สำหรับเนื้อหาประเภทสร้างขึ้นเฉพาะบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก (Original Content) เนื่องจากเป็นการเล่าเรื่องผ่านมุมมองผู้ประกาศข่าวของสำนักข่าวไทยรัฐเอง ซึ่งไม่จำเป็นต้องใช้กล้องมืออาชีพและสถานที่ถ่ายทำในห้องส่ง สามารถถ่ายทำผ่านโทรศัพท์มือถือและถ่ายทำได้ทุกที่ มีการใช้ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวประกอบการเล่าเรื่อง เป็นเนื้อหาที่ถ่ายทำง่ายและผู้ชมสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว แต่ขณะเดียวกัน เนื้อหาประเภทนี้จะไม่ค่อยมีการใช้ฟังก์ชัน

ประกอบการเล่าเรื่องอย่างเช่น การใช้เพลงประกอบ การใช้เสียงเอฟเฟ็กต์ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญของแพลตฟอร์มติ๊กต็อกในการโน้มน้าวใจผู้ชม ก่อให้เกิดอารมณ์ร่วมในการรับชม

จากการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่าการนำเสนอข่าวในลักษณะดังกล่าว ผู้ประกาศข่าวจะมีการชักชวนผู้ใช้งานให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และการเผยแพร่เนื้อหา โดยมีการเปิดเรื่องด้วยคำถามชวนคิด ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมในการติดตามและต่อยอดจากประเด็นที่เกี่ยวข้อง เป็นการเล่าเรื่องด้วยภาษาที่เป็นกันเป็น สามารถสร้างความรู้สึกใกล้ชิดให้กับผู้ชมได้

ทั้งนี้ ด้วยทางสำนักข่าวไทยรัฐมีทั้งทรัพยากรและบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการรายงานสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ควรมีการอธิบายเพิ่มเติมหรือการขยายความในเรื่องของโควิด-19 เพื่อให้ผู้ชมสามารถเห็นภาพและเกิดความเข้าใจในประเด็นดังกล่าวได้มากขึ้น ซึ่งสามารถทำการรายงานเพื่อติดตามเหตุการณ์โควิด-19 อย่างต่อเนื่อง การอธิบายเพิ่มเติมในเรื่องของความเป็นมาและความสำคัญของโรคโควิด-19 รวมถึงการเพิ่มเติมเนื้อหาในการรายงานข่าวโควิด-19 จากรูปแบบคลิปวิดีโอสั้นไปสู่การรายงานด้วยภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือแม้กระทั่งในรูปแบบข้อความด้วย

การใช้แพลตฟอร์มติ๊กต็อกในการรายงานข่าวของไทยรัฐเป็นการเปิดช่องทางในการเข้าถึงผู้ชมและการกระจายข้อมูล ทำให้ผู้ชมสามารถรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกสบายและยังไร้จำกัด แต่ขณะเดียวกันเนื่องจากไทยรัฐยังไม่มีทีมงานเฉพาะที่ดูแลแพลตฟอร์มติ๊กต็อก ซึ่งนโยบายและกฎระเบียบของติ๊กต็อกในการกำกับดูแลเนื้อหาประเภทสุขภาพอาจเป็นอุปสรรคต่อการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มดังกล่าว ในอนาคตไทยรัฐอาจต้องให้ความสำคัญกับแพลตฟอร์มติ๊กต็อกทั้งการลงทุนด้านบุคลากรและเทคโนโลยีเพื่อสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาข่าวที่แตกต่างจากรายการข่าวโทรทัศน์ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้อย่างเต็มศักยภาพ

5.2.2 การใช้แพลตฟอร์มติ๊กต็อกในการสื่อข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐได้รักษาหน้าที่การรายงานข้อเท็จจริง และขยายหน้าที่สร้างการมีส่วนร่วม อย่างไรก็ตามหน้าที่ของแพลตฟอร์มติ๊กต็อกในการสื่อข่าวโควิด-19 ไม่สะท้อนลักษณะสื่อใหม่ในช่วงการแพร่ระบาด

สื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่ทั้งผู้ใช้งานและสื่อกระแสหลักได้นำไปประยุกต์ใช้เพื่อการกระจายข่าวสารและติดตามสถานการณ์ฉุกเฉินที่เกิดขึ้นในสังคมได้อย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ ด้วยคุณลักษณะสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ใช้งานเอง ที่สามารถ

เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ติดต่อสื่อสาร และแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้อย่างรวดเร็วและอย่างไร้ขีดจำกัด ทำให้ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับโรคโควิด-19 สามารถแพร่ไปสู่วงกว้างได้ง่าย (Chen & Huang, 2021) โดยเฉพาะแพลตฟอร์มติ๊กต็อกที่เน้นการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอสั้นและยังสามารถไลฟ์สด (Live) ผ่านแพลตฟอร์มดังกล่าว ทำให้ข่าวสารนั้น ๆ สามารถถูกนำเสนอต่อประชาชนได้อย่างเรียลไทม์ จากการศึกษาของ Yin (2020) ได้สรุปหน้าที่ของแพลตฟอร์มติ๊กต็อกในการรายงานข่าวโควิด-19 ไว้ดังนี้

1) การสร้างกระแสทางสังคม กล่าวคือ กระแสทางสังคมคือประเด็นที่ผู้คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจหรือให้ความสำคัญ ซึ่งหน้าที่ของสื่อติ๊กต็อกมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดทิศทางหรือความเป็นไปได้ของมติมหาชน (Public opinion) เมื่อเกิดการแพร่ระบาดขึ้นมาในสังคม ที่ทำให้ผู้คนเกิดความวิตกกังวลหรือตื่นตระหนก หากสามารถใช้ติ๊กต็อกในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับโรคดังกล่าวที่กำลังถูกพูดถึงหรือได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางในสังคม จะช่วยทำให้ข้อมูลนั้นได้ทั่วถึงมากขึ้น และยังสามารถสร้างความเข้าใจร่วมกันในสังคมได้

2) การสร้างความผูกพันผ่านการนำเสนอเรื่องราวของบุคคลทั่วไป กล่าวคือ ติ๊กต็อกเป็นแพลตฟอร์มที่ผู้ใช้งานทุกคนสามารถการนำเสนอเรื่องราวหรือแสดงความคิดเห็นของตนได้ผ่านการสร้างสรรค์คลิปวิดีโอสั้น เป็นพื้นที่ในการแสดงออกความเป็นตัวตนของบุคคลทั่วไป ซึ่งในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ทุกคนสามารถแบ่งปันประสบการณ์และความรู้ในการรับมือกับโรคดังกล่าวผ่านแพลตฟอร์มติ๊กต็อก เป็นการเล่าเรื่องและการสื่อสารที่ทุกคนมีส่วนร่วมและเท่าเทียมกัน ทำให้เกิดอารมณ์ร่วมได้ง่าย รวมถึงการแชร์ต่อเนื้อหาดังกล่าวไปสู่แพลตฟอร์มอื่น ๆ

ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบในการศึกษาครั้งนี้ว่าสำนักข่าวไทยรัฐได้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประเด็นโควิด-19 ในมิติที่หลากหลายบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก รวมทั้งการติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 การแก้ข่าวปลอมที่อยู่ในกระแสอนไลน์อย่างเช่น วิธีการป้องกันตัวเอง ผลข้างเคียงหลังฉีดวัคซีนโควิด-19 ทั้งนี้ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าไทยรัฐมีการเผยแพร่เนื้อหาข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกอย่างต่อเนื่องในการสร้างกระแส รวมถึงการสร้างสรรควิธีการเล่าเรื่องผ่านมุมมองของผู้ประกาศข่าว การใช้แหล่งข่าวส่วนบุคคลที่เป็นผู้ใช้งานติ๊กต็อกจริง และการติดตามแฮชแท็กโควิด-19 ในการสร้างและติดตามกระแสทางสังคม

ขณะเดียวกันการรายงานข่าวโควิด-19 บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกของไทยรัฐมีการนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสำหรับบุคคลทั่วไป อาจเป็นการเล่าเรื่องการสูญเสียครอบครัวจาก

โรคระบาดของประชาชน ความเจ็บปวดที่ต้องเผชิญจากโรคระบาดดังกล่าว เน้นการเล่าเรื่องสำหรับประชาชนทั่วไปเพื่อให้เกิดอารมณ์ร่วมของผู้ชม เกิดความเข้าใจร่วมกัน ตลอดจนสร้างความผูกพันกันได้

การสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มติดตอกไม่ได้เน้นการมีส่วนร่วมจากผู้ใช้งาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานติดตอกในปัจจุบันที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน

ติดตอกมีคุณลักษณะสำคัญที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ความรู้สึก รวมถึงการวิพากษ์วิจารณ์ต่อปรากฏการณ์ทางสังคมต่าง ๆ โดยผ่านการกดไลค์ (Like) การคอมเมนต์ (Comment) การส่งข้อความ และการส่งต่อ (Share) เนื้อหาไปยังแพลตฟอร์มอื่น ๆ ทำให้ผู้ใช้งานมีอิสระในการเปิดรับและกระจายข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น ซึ่งทางสำนักข่าวไทยรัฐมีการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายบนแพลตฟอร์มติดตอก ทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งานได้มากขึ้น แต่ขณะเดียวกัน จากการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่าการนำเสนอข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐส่วนใหญ่จะเป็นการตัดต่อเนื้อหาจากรายการโทรทัศน์ โดยเนื้อหาประเภทดังกล่าวจะไม่มี การปรับแต่ง และเพิ่มรายละเอียดที่แตกต่างจากรายการโทรทัศน์ เป็นการสื่อสารที่ไม่ได้เน้นการมีส่วนร่วมจากผู้ใช้งาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานติดตอกในปัจจุบันที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน

จากการวิจัยของ J. Tang (2020) ได้กล่าวถึงปัจจัยการสร้างการมีส่วนร่วมผ่านติดตอกของสื่อกระแสหลักไว้ว่า การชักชวนผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นผ่านการคอมเมนต์ (Comment) เป็นเทคนิคที่ได้ผลสำหรับกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมและสร้างกระแสนิยม เนื่องจากทำให้ผู้ผลิตเนื้อหาเองสามารถได้รับการตอบกลับ (Feedback) จากผู้ใช้งานโดยตรง เพื่อนำไปปรับปรุงเนื้อหาต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานได้มากขึ้น อีกทั้ง การมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกับผู้ใช้งานผ่านฟังก์ชันต่าง ๆ สามารถสร้างความรู้สึกลึกซึ้งให้กับผู้ใช้งาน ทำให้เกิดการติดตาม การมีความผูกพันต่อแบรนด์ของสื่อกระแสหลักนั้น ๆ ได้ง่ายขึ้น

จากการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวโควิด-19 ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มติดตอกพบว่ายังไม่ค่อยมีการใช้ประโยชน์จากฟังก์ชันการคอมเมนต์ (Comment) ให้เป็นพื้นที่ในการชักชวนผู้ใช้งานให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การมีส่วนร่วมในการรับชม ดังนั้น จะเห็นได้ว่าทางสำนักข่าวไทยรัฐมีการใช้ติดตอกเป็นเครื่องมือเสริมในการรายงานข่าวมากกว่าการสร้างสรรคเนื้อหาเฉพาะบนแพลตฟอร์ม

ดังกล่าว ซึ่งแตกต่างจากการใช้งานของสื่อกระแสหลักอย่าง CCTV ของประเทศจีนที่เน้นการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานในการโน้มน้าวใจผู้สื่อข่าวบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก โดยมีทั้งการชักชวนผู้ใช้งานให้แสดงความคิดเห็นผ่านการคอมเมนต์ การส่งข้อความโดยตรง (Direct message) ในการติดต่อสื่อสาร การใส่แฮชแท็ก CCTV ในการสร้างสรรค์เนื้อหาต่อ และการแท็ก (tag) CCTV ในเนื้อหาที่มีความโดดเด่นหรือกำลังเป็นกระแสอนไลน์ ทำให้สำนักข่าว CCTV ได้ทราบถึงความต้องการของผู้ใช้งานที่มีต่อประเด็นข่าว รวมถึงการสร้างบรรยากาศที่ดีในการสื่อสาร ตลอดจนสร้างความผูกพันได้ง่าย

5.2.3 ติ๊กต็อกมีศักยภาพสำหรับการสื่อสารสุขภาพ แต่ต้องตรวจสอบเรื่องความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ติ๊กต็อกเป็นแพลตฟอร์มที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ง่ายและที่สำคัญยังเป็นการสื่อสารที่ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมได้ ซึ่งมีบทบาทและหน้าที่ในบริบทการสื่อสารสุขภาพในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้แก่ (1) การนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอสั้นที่เป็นการผสมผสานระหว่างรูปภาพ วิดีโอ และเสียง ทำให้ผู้ชมสามารถรับข้อมูลข่าวสารผ่านทั้งระบบสายตาและระบบการได้ยิน ก่อเกิดอารมณ์ร่วมได้อย่างง่ายดาย ในกรณีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการป้องกันโรคโควิด-19 ซึ่งผู้สร้างสรรค์เนื้อหาสามารถเล่าเรื่องด้วยทั้งภาพถ่ายและคำอธิบาย ทำให้ผู้ชมเห็นภาพและเกิดความเข้าใจได้มากขึ้น (2) การนำเสนอเนื้อหาบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกสามารถตัดต่อคลิปวิดีโอได้อย่างเรียบง่ายโดยผ่านฟังก์ชันที่หลากหลาย เช่น การใช้เสียงเอฟเฟค การใส่อีโมจิและสติ๊กเกอร์ ทั้งนี้ การใช้ฟังก์ชันดังกล่าวในการนำเสนอเนื้อหาหรือการอธิบายข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคโควิด-19 สามารถสร้างความสนุกสนานและความตกลงขบขันให้กับผู้ชมได้ เป็นการผ่อนคลายหรือการลดความวิตกกังวลที่เกิดจากโรคระบาด (3) การทำงานของระบบอัลกอริทึมเริ่มจะการเก็บข้อมูลของพฤติกรรมผู้ใช้งาน อย่างเช่น การกดไลก์ การกดติดตาม การแชร์ เพื่อนำไปสู่การประเมินผลความสนใจของแต่ละบุคคล และแสดงเนื้อหาที่ตรงใจผู้ใช้งานในหน้าฟีด “For You” ต่อไป ซึ่งจะช่วยเผยแพร่เนื้อหาด้านสุขภาพไปสู่กลุ่มคนที่สนใจหรือต้องการข้อมูลด้านนี้ได้ทั่วถึงมากขึ้น ตามที่ Chen (2021) ได้สรุปไว้

เมื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะสำคัญของแพลตฟอร์มติ๊กต็อกในการสื่อสารสุขภาพกับสื่อดั้งเดิมในยุคสื่อสังคมออนไลน์จะเห็นได้ว่าการสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างติ๊กต็อก จะให้ความสำคัญในมิติของประชาชนทั่วไป อาจมิได้เป็นเรื่องเฉพาะของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีอำนาจทาง

สังคมเหมือนอดีต นอกจากนี้การสื่อสารสุขภาพในรูปแบบวิดีโอสั้นทำให้ความรู้หรือข้อมูลข่าวสารด้านแพทย์ที่มีความยากในการทำความเข้าใจผ่านตัวอักษร (Text) หรือข้อความ สามารถกระจายและเผยแพร่ในชุมชนได้อย่างรวดเร็วและง่ายขึ้น อย่างไรก็ตามแพลตฟอร์มติดตอกยังมีข้อควรระวังเรื่องในหลากหลายมิติ อย่างเช่น (1) ความถูกต้องของข้อมูล กล่าวคือ เนื่องจากติดตอกเน้นความสั้น และกระชับในการเล่าเรื่อง ซึ่งอาจมีความเสี่ยงที่เผยแพร่ข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ได้ง่าย โดยเฉพาะในด้านสุขภาพที่ต้องให้ข้อมูลที่มีความแม่นยำและมีการตรวจสอบอย่างรอบคอบ (2) การตีความของผู้ชม กล่าวคือ ด้วยข้อจำกัดด้านเวลาในการนำเสนอเนื้อหา ผู้ชมอาจไม่สามารถรับรู้ถึงความสำคัญของประเด็นปัญหาที่ถูกนำเสนอออกไป และอาจนำไปสู่ความเข้าใจผิดเกี่ยวกับความรุนแรง การแพร่เชื้อ การป้องกัน หรือการรักษาโรคโควิด-19

กล่าวโดยสรุป แพลตฟอร์มติดตอกมีข้อดีในแง่ของการเข้าถึงผู้ชมและความสะดวกในการผลิตเนื้อหา แต่ขณะเดียวกันด้วยเนื้อหาของข่าวโควิด-19 ยังคงถูกจำกัดโดยคุณลักษณะของติดตอกตามที่กล่าวไปข้างต้น ซึ่งทำให้ข้อมูลยังไม่สามารถมีความลึกซึ้งอย่างสื่อดั้งเดิม

5.3 ข้อจำกัดของการวิจัย

1. ทั้ง ๆ ที่การระบาดใหญ่กลายเป็นประเด็นทางการเมืองเนื่องจากส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อสังคม แต่การศึกษาไม่ได้นำบริบททางการเมืองมาเกี่ยวข้อง เพราะขอบเขตการศึกษาครั้งนี้ คือการสื่อสารข่าวสุขภาพ นอกจากนี้ การศึกษาผลกระทบทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับ COVID-19 เป็นเรื่องยากเนื่องจากธรรมชาติที่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ข้อมูลจำกัดปัญหาเรื่องขั้วทางการเมือง บริบทระดับโลกและระดับท้องถิ่นที่แตกต่างกัน

2. มีอุปสรรคในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแฟนคลับ (Fanbase) ของไทยรัฐบนแพลตฟอร์มติดตอกเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก แม้ว่าผู้วิจัยได้มีการติดต่อสอบถามข้อมูลข้างต้นกับผู้ติดตามบัญชีไทยรัฐแพลตฟอร์มติดตอกหลายคน แต่ไม่ได้รับการตอบรับใด ๆ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีประชาสัมพันธ์กลุ่มตัวอย่างบนแพลตฟอร์ม Facebook ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่สมัครใจให้สัมภาษณ์ทั้ง 4 คนมีอายุใกล้เคียงกัน อาจทำให้ข้อมูลที่ได้จากพฤติกรรมมารับชมเนื้อหาไม่สะท้อนความแตกต่างเนื่องจากลักษณะทางประชากรของแฟนผู้ใช้งานมีลักษณะใกล้เคียงกัน

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. สามารถศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์ (Engagement) ของเนื้อหาข่าวโควิด-19 แต่ละประเภทที่เผยแพร่บนแพลตฟอร์มตึกตอก เช่น ยอดวิว ยอดไลค์ ยอดแชร์ และจำนวนการคอมเมนต์ เพื่อนำไปสร้างสรรค์เนื้อหาข่าวที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของคนในสถานการณ์ฉุกเฉินได้

2. สามารถนำมิติทางการเมืองมาเป็นส่วนหนึ่งของขอบเขตการศึกษา โดยเฉพาะบทบาทหน้าที่ของรัฐบาลและผู้กำหนดนโยบายมีหน้าที่รับผิดชอบในการตัดสินใจที่สำคัญเกี่ยวกับมาตรการด้านสาธารณสุข การสนับสนุนทางเศรษฐกิจ การแจกจ่ายวัคซีน และการตอบสนองต่อการแพร่ระบาด รวมถึงการวิเคราะห์วิธีที่รัฐบาลตอบสนองต่อวิกฤตการณ์และธรรมาภิบาลและความไว้วางใจของประชาชน

3. สามารถศึกษากรณีการใช้แพลตฟอร์มตึกตอกในการรายงานข่าวโควิด-19 ของสื่อกระแสหลักต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนและเสริมสร้างความหลากหลายในการรายงานข่าวผ่านแพลตฟอร์มดังกล่าวได้

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- การดา ร่วมพุ่ม. (2562). การวางกรอบข่าวเด็กของหนังสือพิมพ์ไทยและการวิเคราะห์ประเด็นจริยธรรมและสิทธิเด็ก. ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.
- กุลธิดา สายพรหม. (2020). คุณค่าข่าวที่มีผลต่อการคัดเลือกประเด็นข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- กรมควบคุมโรค. (2558). พระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ.2558. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก https://ddc.moph.go.th/uploads/ckeditor/c74d97b01eae257e44aa9d5bade97baf/files/001_1gcd.PDF
- กนกรัตน์ ศศิโรจน์. (2565). แนวทางการบริหารองค์กรสื่อหนังสือพิมพ์เพื่อความอยู่รอดในยุคดิจิทัล. วารสารบริหารธุรกิจและภาษา, 2(10): 46-63.
- ชนิดา รอดหุ่ย. (2019). ข่าวในยุคดิจิทัล. วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- โชติรัตน์ ลิขนะพิชิตกุล. (2564). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตรวจสอบข่าวและการแบ่งปันข่าวปลอมด้านสุขภาพออนไลน์โดยไม่เจตนา”. ปริญญานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ
- แซนวิช สรวิชญ์. (สัมภาษณ์ 21 มิ.ย. 2566). ไทยรัฐออนไลน์ บริษัท ทริปเปิล วี บอร์ดคาสท์ จำกัด.
- ฐิวรรณภรณ์ พันธุ์ดี. (สัมภาษณ์ 28 มิ.ย. 2566). หัวหน้า ส่วนงานการตลาดโทรศัพท์มือถือ บริษัท ทริปเปิล วี บอร์ดคาสท์ จำกัด.
- ณัฐชดา วัฒนาชัยพล. (2560). สื่อใหม่กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อสาร. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม.
- ประถมาภรณ์ เครื่องาม. (2556). การพัฒนาองค์กรสื่อมวลชนกับการหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษาหนังสือพิมพ์เดลินิวส์. ปริญญานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ

- พัชรภา เอื้ออมรวนิช. (2018). การสื่อสารภายใต้มิติความหลากหลายทางวัฒนธรรมตามแนวคิด Geert Hofstede. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.
- พิเชษฐ์ พันตรี. (สัมภาษณ์ 29 มิ.ย. 2566). ผู้จัดการแผนกนิเวศโปรโมและนิเวศโซเซียล บริษัท ทรูปเปิล วี บรอดคาสท์ จำกัด.
- พรรณวดี ชัยกิจ และ สุนนทิพย์ จิตสว่าง. (2021). การแพร่กระจายของข่าวปลอมเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และมาตรการป้องกันของไทย. วารสารรัชต์ภาคย์, 40(15): 15-32.
- พนิดา สายประดิษฐ์. (2549). ความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยต่อการบริการหลอมรวมสื่อ. TechTrends:IT, (พฤษภาคม-มิถุนายน), 6-10.
- พนม วรรณศิริ. (2544). การสื่อข่าวและการเขียนข่าว. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- พิจิตรา ศุภสวัสดิ์กุล. (2556). ว่าด้วยความพึงพอใจของวงการข่าว. กรุงเทพฯธุรกิจ.
<http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/640284>
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2556). วารสารศาสตร์เบื้องต้น : ปรัชญา และแนวคิด. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เมธาวิ จำเนียร , เมธี แก้วสนิท. (2018). "การสื่อสารสุขภาพเพื่อสร้างเสริมสุขภาพที่ดีของคนในชุมชน." สมาคม สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย 24: 12.
- วาสนา จันทรสว่าง. (2550). การสื่อสารสุขภาพ : กลยุทธ์ในงานสุขศึกษาและการสร้างเสริมสุขภาพ. โรงพิมพ์เจริญดีการพิมพ์, กรุงเทพฯ.
- วศรันญา มานะรุ่งเรืองสิน. (2556). กระบวนการสื่อสารสุขภาพของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์เพื่อจัดการปัญหาน้ำมันทอดซ้ำเสื่อมสภาพ. ปรินญาณีพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ
- วัฒน์ ภูวทิศ และ จักรกฤษ เพ็ห์พูล. (2010). เมื่อสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นสื่อกระแสหลัก. วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน.

- วิไลวรรณ จงวิไลเกษม. (สัมภาษณ์ 27 มิ.ย. 2566). อาจารย์ประจำภาควิชาวิทยุและโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภลักษณ์ ด่านไพบูลย์. (2549). รูปแบบ วิธีการนำเสนอ และปัจจัยที่มีผลต่อรายการสนทนาข่าวของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. (2023). TikTok 2023 สำนักข่าวปรับตัวอย่างไรกับการเผยแพร่ข่าวในแพลตฟอร์มยอดนิยม. <https://tja.or.th/view/news/1444439>
- สิโรตม มณีแสด และ สรัญญา เชื้อทอง. (2020). การสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคโดยใช้เรื่องเล่าอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19. วารสารการสื่อสารมวลชน, คณะการสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุนิสา ประวิชัย. (2560). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม (e-JODIL).
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (สัมภาษณ์ 27 มิ.ย. 2566). อาจารย์ประจำภาควิชาการสร้างสรรค์เนื้อหาและงานข่าว วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุภารักษ์ จุตระกุล. (2557). 4 SCREEN กับการแสวงหาข่าวสารในยุคหลอมรวมสื่อ. วารสารวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- สกุลศรี ศรีสารคาม. (สัมภาษณ์ 21 มิ.ย. 2566). อาจารย์ประจำภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2020). ปัญหาข่าวปลอมและขบวนการหลอกลวงในช่วงวิกฤตโควิด-19. <https://tdri.or.th/2020/02/covid-3/>
- สวพ.FM91. (2563). กรมสุขภาพจิต และ TikTok ร่วมสร้างความรู้ด้านสุขภาพจิตผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม TikTok มุ่งเป้าให้คนไทยมีสุขภาพจิตที่ดีมากขึ้น. <https://today.line.me/th/v2/article/O7MLeV>
- หทัยรัตน์ เหล็กกล้า. 2550. การศึกษาองค์ความรู้จากวิทยานิพนธ์สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วารสารนิเทศศาสตร์, 25(2): 63-82.

- อำพล จินดาวัฒนะ. (2550). มิติสุขภาพ 4 ด้าน ในการสร้างเสริมสุขภาพ:แนวคิด หลักการ และ บทเรียนของไทย. กรุงเทพฯ: หมอชาวบ้าน.
- อังคณา จงไทย. (2558). การยอมรับสื่อหลอมรวมและการตอบสนองต่อโฆษณา. ปริญญาโทพนธ์นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม, สถาบันชาติพัฒนาบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ
- อลงกรณ์ ปรีวุฒิมงคล. (2562). สื่อไทยกับการเคารพและส่งเสริมสิทธิมนุษยชนของกลุ่มผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เปราะบาง. คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อศินา พรวิเศษ และ สกฤษดิ์ ศรีสารคาม. (2014). งานวิจัย เรื่องยุทธศาสตร์การปรับตัวองค์กรสื่อสู่ กองบรรณาธิการแบบคอนเวอร์เจนซ์ กรณีศึกษา เครือเนชั่น เดลินิวส์ และเครือผู้จัดการ Strategies toward Convergence Newsroom at Nation, Daily News and Manager. สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ.
- Infoquest. (2020). เจาะลึกภูมิทัศน์สื่อไทย 2563. <https://www.infoquest.co.th/thailand-media-landscape-2020/newspaper>.
- Marketing Oops!. (2020). จับตา Technology-Driven Media Company ก้าวต่อไป ‘ไทยรัฐออนไลน์’ ที่ไม่ขอโตแบบเดิม และความท้าทายระลอกใหม่ของ ‘วัชร วัชรพล’ ในฐานะผู้นำทัพ. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/exclusive/interview-exclusive/next-step-of-thairath-online/>
- MEDIA LERT. (2564). การรายงานข่าววัคซีนโควิด-19: กรณีศึกษา “การเลื่อนฉีดวัคซีนของนายกา” ในวันที่ 12 มี.ค. 64 และ “การฉีดวัคซีนของนายกา” ในวันที่ 16 มี.ค. 64. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <https://www.thaimediafund.or.th/mediaalert-factsheet03/>
- Thailand Media Landscape. (2022). ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อไทยปี 2565-2566. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <https://www.infoquest.co.th/thailand-media-landscape-2023>

ภาษาต่างประเทศ

Andy Williamson. (2013). Social Media Guidelines for Parliaments[EB/OL]. Retrieved from <https://www.ipu.org/resources/publications/reference/2016-07/social-media-guidelines-parliaments>

Anter, A. (2022). "News/Entertainment Social Media Engagement and Social Media Health Literacy: Effects on Mental Health and Coping During COVID-19 Lockdown." *Online Journal of Communication and Media Technologies* 12: 24.

Bresnick, E. (2019). Intensified Play: Cinematic study of TikTok mobile app. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/335570557_Intensified_Play_Cinematic_study_of_TikTok_mobile_app

Balint, K. E., & Bilandzic, H. (2017). Health Communication Through Media Narratives: Factors, Processes, and Effects. *International Journal of Communication*, 11(1), 4858–4864.

Cao, R. (2020). 公共卫生事件中科技新闻报道伦理失范探析 (An Analysis of Ethical Anomie of Science and Technology News Reporting in Public Health Events). *News Dissemination*.

Chenwei Shen. (2020). On the Survival Opportunity and Development of Short Video from the DouYin App (Master's Thesis). Jilin, Jilin University.

Cao, J.Y. & Chen, G. (2022). 主流媒体短视频新闻“抖音化”现象研究 (Research on the Phenomenon of TikTok of Short Video News in Mainstream Media). *Today's Massmedia*

Chen, X. & Huang, Y. (2021). Characteristics and Enlightenment of Network Risk Communication During the COVID-19 Epidemic. All-China Journalists' Association.

Entman, Robert M. (1993). "Framing: Towards Clarification of Fractured Paradigm".
Journal of Communication, 43, 4. pp. 51-58.

Fengjuan, Y. & Yuting, S. (2019). 主流媒体抖音号短视频用户参与度研究—基于《人民日报》抖音号的实证分析 (Research on User Participation of Douyin Short Video in Mainstream Media — Based on the empirical analysis of "People's Daily" Douyin). Modern Communication.

Goffman, E. (1974). Frame Analysis: An essay on the organization of experience. New York: Harper Colophon.

Harrison, J. (2006). News. London: Routledge.

Hu, Z. & Xia, M. (2020). "vlog+ 新闻" 对 5G 时代新闻报道的影响探析 (Analysis of the Impact of "Vlog+ News" on News Reporting in the 5G Era). View on Publishing.

Jung, Z. Q. a. H. (2019). Learning and Sharing Creative Skills with Short Videos: A Case Study of User Behavior in TikTok and Bilibili International Association of Societies of Design Research (IASDR), Manchester, UK.

Kuang, W. & Yang, M. (2019). Research on mobile short video communication strategy of mainstream media under the background of media convergence. News Tribune.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 53 (1), 59–68.

Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. Oxford University Press.

Nic Newman. (2022). How publishers are learning to create and distribute news on TikTok. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/how-publishers-are-learning-create-and-distribute-news-tiktok>

- Peng Lan. (2015). 场景：移动时代媒体的新要素(Scenarios: New Elements of Media in the Mobile Era). Shanghai Journalism Review.
- Peng Lan. (2018). 移动化、社交化、智能化：传统媒体转型的三大路径 (Mobility, socialization, and intelligence: the three major paths for the transformation of traditional media). Meijieyanjiu.
- Peng Lan. (2019). 短视频:视频生产力的“转基因”与再培育 (Short Videos: "Genetic Modification" and Recultivation of Video Productivity). Press Circles.
- Qin Jiang. (2021). Research on the Reporting Framework of the New Coronavirus Pneumonia Epidemic of People's Daily Douyin (Master's thesis). Guangzhou, Jinan University.
- Quinn, S. (2005). Convergent journalism: The fundamentals of multimedia reporting. Bern: Peter Lang International Academic Publishers.
- Reuters. (2023). Digital News Report 2023. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>
- Shen Zhengfu. (2016). 新媒体时代新闻舆论传播力、引导力、影响力和公信力的重构 (Reconstruction of News and Public Opinion Communication, Guidance, Influence and Credibility in the New Media Era). Modern Communication, Communication University of China.
- Straubhaar, J., & LaRose, R. (2000). Media now communication media in the information age. Stamford: Wadworth.
- Techcrunch. (2022). TikTok was the top app by worldwide downloads in Q1 2022. Retrieved from <https://techcrunch.com/2022/04/26/tiktok-was-the-top-app-by-worldwide-downloads-in-q1-2022/>
- Thussu, D. K. (2010). The Routledge Companion To News and Journalism, Routledge.
- We Are Social. (2023). The changing world of digital in 2023. Retrieved from

<https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>

World Health Organization (WHO). (2020). WHO Coronavirus Disease (COVID-19)

Dashboard. Retrieved from <https://covid19.who.int/>

W. Tang. (2020). Research on the propagation characteristics of People's Daily Douyin (Master's thesis). Beijing, University of Chinese Academy of Social Sciences.

Xianggan Chen. (2021). Research on the Production and Transmission Effect of Short Video Content for Health Communication on COVID-19 Taking TikTok as an Example (Master's thesis). Shanghai, East China University of Political Science and Law.

Ying Liu. (2022). Research on short video news review from the perspective of Frame Theory (Master's thesis). Xinjiang, Tarim University.

Yujie Chi. (2021). 新冠肺炎疫情中《人民日报》微信公众号健康传播研究 (Research on the health communication of the WeChat public account of People's Daily during the COVID-19 epidemic) (Master's thesis). Harbin, Heilongjiang University.

Y. Shen. (2022). Research on the Infotainment Characteristics of Government Short Videos and Their Influences on Users Information Adoption. Journal of Modern Information.

Yin Zijing. (2020). Research on video news operation of People's Daily's TikTok (Master's thesis). Jilin, Jilin University.

Yong, H. & Xin, Y.Y. (2022). Identification of New Generation of Migrant Workers : Seen from Earthy Videos. Media Observer.

Yong H. & Xin N. (2020). Freedom and Domestication: Short Video Creation Under Traffic, Algorithms and Capital Control. Social Science Front.

Zhang, ZX. & Wang, H. & Xu, D. (2014). “移动短视频社交应用”的兴起及趋势 (The Rise and Trend of "Mobile Short Video Social Application"). Chinese Journalist.

Zang Chenxi. (2021). Research on short video report of COVID-19 epidemic of CCTV News (Master's Thesis). Jilin, Jilin University.

Zhi Zhang. (2020). Analysis of Content Production Strategy of Mainstream Media and Short Video under Media Convergence. Voice and Screen World



บรรณานุกรม



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ว่านเพิง หยู
วัน เดือน ปี เกิด	17 พฤศจิกายน 2538
สถานที่เกิด	หูนาน
วุฒิการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY