

รหัสและกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้น ของสำนักข่าวเนชั่น

สุภาพรณ จิตะวสันต์
กาญจนา แก้วเทพ

บทคัดย่อ

การสื่อสารในบริการข้อความสั้นของสำนักข่าวเนชั่น จำเป็นต้อง
ใช้รหัสสัญลักษณ์ทั้งในแบบที่มีตามไวยากรณ์อยู่แล้วและแบบที่สร้าง
รหัสขึ้นใหม่เอง เพื่อช่วยให้สื่อสารได้กระชับฉับไวและถูกต้อง แต่
ในบางครั้งอาจทำให้เกิดความไม่เข้าใจขึ้นได้ การวิจัยครั้งนี้จึงมีขึ้น
เพื่อศึกษารหัสที่อยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ศึกษา
กระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น รวมถึง
ประสิทธิผลของการถอดรหัสตัวสารที่มีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร
โดยดำเนินแนวทางการวิจัยในเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์ด้วยบท
สัมภาษณ์กลุ่ม รวมถึงการสังเกตและจดบันทึกการทำงานของผู้เข้ารหัส
และการสัมภาษณ์ผู้ถอดรหัสทางโทรศัพท์

สุภาพรณ จิตะวสันต์ (นศ.ม. การสื่อสารมวลชน, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553)

กาญจนา แก้วเทพ (Ph.D., University of Paris 7, France, 1984) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งรองศาสตราจารย์ประจำภาควิชา
การสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “รหัสและกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้นของสำนักข่าวเนชั่น”
ของ สุภาพรณ จิตะวสันต์ โดยมี รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ซึ่งได้รับการประเมินผลการสอบ
วิทยานิพนธ์ในระดับดีมากของสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน

ผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะพิเศษของ SMS ขาวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น คือ มีการใส่ประเด็นข่าวมากกว่า 1 ประเด็นใน SMS ขาวสั้น 1 ข้อความและแม้จะมีการสลับประเด็นก็ไม่ทำให้ความหมายเปลี่ยนไป รวมถึงการเลือกใช้รหัสเพื่อประหยัดพื้นที่ เข้ากับประเด็นให้อารมณ์ข่าวและหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก โดยต้องคำนึงถึงความเข้มงวดของรหัสว่าหากเกิดความผิดพลาดในการเข้ารหัสจะทำให้ความหมายผิดเพี้ยนไปหรือไม่ นอกจากนี้ในกระบวนการเข้ารหัสมี 4 ขั้นตอน คือ 1) แหล่งข่าว 2) คัดเลือกข่าวและเข้ารหัส 3) เผยแพร่ข่าว 4) ถอดรหัส ซึ่งผู้เข้ารหัสไม่มีคู่มือการทำงานแต่อาศัยประสบการณ์ที่สั่งสมมาจนกลายเป็นความสามารถเฉพาะตัว โดยมีหลักการที่สำคัญ คือ ความรวดเร็วและความถูกต้อง ที่ผู้เข้ารหัสต้องรักษาสมดุลระหว่าง 2 สิ่งนี้ไว้

สำหรับผลการวิจัยในส่วนของผู้ถอดรหัส พบว่า ภูมิหลังและปริมาณการติดตามข่าวสารของผู้ถอดรหัสที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพของการถอดรหัส SMS ขาวสั้นที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีภูมิหลังและมีปริมาณการติดตามข่าวสารมากกว่าจะสามารถเข้าใจรหัสของ SMS ขาวสั้นได้ดีกว่า รวมถึงยังสามารถสร้างการมีส่วนร่วมในการสร้างรหัส ซึ่งเป็นสิ่งที่สนับสนุนให้ SMS ขาวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นประสบผลสำเร็จในการสื่อสารมาจนทุกวันนี้

บทนำ

ปัจจุบันโลกการสื่อสารกว้างไกลมากขึ้น เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทอย่างสูงในวิถีชีวิตประจำวัน โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้กลายเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากในการสื่อสารระหว่างกันได้ทั่วประเทศเนื่องจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลสะดวกมากขึ้น

นอกจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะสามารถโทรเข้า-ออกได้แล้ว ยังมีเทคโนโลยีที่ทำให้ผู้ใช้สะดวกสบายในการสื่อสารกันหลากหลายทางมากขึ้น ซึ่งทางหนึ่งนั้น คือ การส่งข้อความสั้น SMS (short message service) ซึ่ง

เป็นที่นิยมกันในวงกว้าง เนื่องจากเป็นบริการพื้นฐานที่ติดมากับโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยบริการข้อความสั้นในปัจจุบัน มีรูปแบบการบริการดังนี้

1. SMS (Short message service) คือ รูปแบบการบริการเฉพาะการรับ-ส่งด้วยตัวอักษรทั้งหมด

2. EMS (Enhanced messaging service) คือ รูปแบบการบริการที่สามารถส่งรูปภาพไปพร้อมกับข้อความได้ หรือที่เรียกว่า Picture message

3. MMS (Multimedia message service) คือ รูปแบบการบริการที่ส่งได้ทั้งภาพและเสียงรวมถึงภาพเคลื่อนไหว (Animation) ได้อย่างสมบูรณ์ตามศักยภาพของโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรุ่น

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

1. Intrapersonal การสื่อสารของตนเองกับความเข้าใจ การตีความ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร คือ ตัวเองเท่านั้น

2. Interpersonal การสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีฝ่ายละ 1 คน ง่ายต่อการสื่อสารโต้ตอบกัน

3. Intragroup คล้ายกับ interpersonal แต่เพิ่มมิติของความเป็น “กลุ่ม” เข้าไป เช่นความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน ผู้ส่งสารมี 1 คนแต่ผู้รับสารมีมากกว่า 1 คน ขึ้นไป แต่ยังเข้าใจร่วมกันได้ง่ายเนื่องจากเป็นกลุ่มเดียวกัน

4. Intergroup คล้ายกับ interpersonal และ intragroup แต่ซับซ้อนมากขึ้น เป็นการสื่อสารในองค์กรที่เป็นทางการ เน้นประสิทธิภาพของการถ่ายทอดเผยแพร่ข่าวสารมากขึ้น ผู้สื่อสารเพิ่มจำนวนมากขึ้น การสร้างความเข้าใจร่วมกันก็ยากขึ้น

5. Institutional/organization ระดับที่สูงขึ้นกว่ากลุ่ม เช่น สถาบันการศึกษา สถาบันการเมือง ทั้งผู้รับและผู้ส่งสารมีจำนวนมากทั้ง 2 ฝ่าย เนื่องจากเป็นระดับสังคมกว้าง การสร้างความเข้าใจยากขึ้น แต่ยังคงมีความสนใจใกล้เคียงกัน

6. Society-Wide สื่อสารมวลชนที่ครอบคลุมได้ทั่วทุกระดับของสังคม ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีจำนวนมาก หลากหลาย อยู่อย่างกระจัดกระจาย ความสนใจต่างกัน จึงเป็นระดับที่สร้างความเข้าใจร่วมกันได้ยากที่สุด

ต่อมา พ.ศ. 2530 อินเทอร์เน็ต (Internet) เข้ามาในไทย ทำให้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายมากขึ้น รวมถึงผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้น SMS ที่เคยใช้สื่อสารในระดับระหว่างบุคคล จึงถูกนำมาใช้ในการสื่อสารระดับสังคม คือ การสื่อสารมวลชน โดยผู้ส่งข่าวได้คัดเลือกข่าวเพื่อส่งถึงผู้รับสารผ่านการส่งข้อความสั้น เรียกว่า SMS ข่าวสั้น ซึ่งทางสำนักข่าวเนชั่นถือกำเนิด SMS ข่าวสั้นตั้งแต่ปี 2547 ถือเป็นสำนักข่าวแห่งแรกที่มีการนำเสนอข่าวในรูปแบบนี้

เนื่องจาก SMS ที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่มีพื้นที่ในการส่งข้อความน้อยและต้องใช้ประโยคสั้นๆ จึงเกิดกระบวนการสร้างสัญลักษณ์และรหัสภาษาขึ้นเพื่อทำให้การสื่อสารสมบูรณ์แบบ ซึ่งการใช้รหัสสัญลักษณ์ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ต่างจากกรณีอื่นๆ ที่เป็นการเลือกใช้รหัสที่มีอยู่แล้วให้ถูกต้อง แต่ในกรณีของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ต้องใช้รหัสถึง 2 รูปแบบ คือ

1. การเลือกใช้รหัสตามไวยากรณ์ที่มีอยู่แล้ว เช่น รหัสเครื่องหมาย
2. การสร้างรหัสขึ้นใหม่เอง เช่น รหัสคำย่อ คำใหม่ ภาษาข่าว

สำหรับการเลือกใช้รหัสตามไวยากรณ์ในข้อ 1 มักไม่เกิดปัญหา เนื่องจากเป็นรหัสที่คนรับรู้โดยทั่วไปอยู่แล้ว แต่จะเกิดปัญหากับรหัสที่สร้างขึ้นใหม่เองในข้อ 2 เนื่องจากบางรหัส คนส่วนใหญ่ยังไม่คุ้นเคย ทำให้ไม่เข้าใจหรือคาดเดาความหมายไม่ถูก

ดังนั้นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากในการที่จะทำให้ผู้ส่ง SMS ข่าวสั้น สามารถสื่อข่าวต่างๆ ให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจที่ตรงกับสิ่งที่ผู้ส่งต้องการสื่อได้ จึงต้องมีการสร้างรหัสสัญลักษณ์ในกระบวนการสร้างความหมายเพื่อช่วยให้สื่อสารได้อย่างเป็นระบบ และเกิดความเข้าใจ

ที่ตรงกัน ซึ่งกระบวนการดังกล่าวนี้ Hall ให้ศัพท์ว่า “การเข้ารหัส” และ “การถอดรหัส” นั่นเอง

งานวิจัยชิ้นนี้ ในส่วนของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ก็เป็นวิธีการการเข้ารหัสและถอดรหัสด้วยการจัดระบบของสัญลักษณ์ (Organization of sign) ตามกฎเกณฑ์การเลือกใช้สัญลักษณ์ (Law of Selection) และการผสมผสานสัญลักษณ์ (Law of Combination) เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

เนื่องจาก SMS ข่าวสั้นเป็นบริการส่งข่าวจากสำนักข่าวไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารสามารถรู้ที่มาของข้อความข่าว และสามารถติดต่อกลับมาแสดงความคิดเห็นได้ ซึ่งเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้เกิดการสื่อสารสองทางขึ้น และยังทำให้ผู้รับสารสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างรหัส ซึ่งแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 เมื่อรับสารแล้ว แสดงความคิดเห็นเพียงอย่างเดียว

ระดับที่ 2 เมื่อรับสารแล้ว แสดงความคิดเห็นพร้อมร่วมสร้างรหัสด้วย

สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับการสื่อสารก็คือ ประสิทธิภาพในการสื่อสาร ว่าสารที่ได้ถูกส่งออกไปนั้นสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามความต้องการหรือไม่ จุดนี้จึงกลายเป็นประเด็นที่ทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงวิธีการประกอบสร้างรหัส เพื่อให้ผู้ส่งสารสามารถสื่อประเด็นข่าวจากข่าวเต็มหน้ากระดาษ ผ่านทาง SMS ที่มีลักษณะเป็นข่าวสั้นใช้เพียง 70 ตัวอักษร ให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจตรงกัน เพื่อประสิทธิภาพของการสื่อข่าวที่สมบูรณ์

ปัญหาการวิจัย

1. รหัสที่อยู่ใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นเป็นอย่างไร มีอะไรบ้าง
2. ผู้เข้ารหัสในสำนักข่าวเนชั่นมีกระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข่าว อย่างไร
3. การถอดรหัสตัวสารมีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร มากน้อยแค่ไหน อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารหัสที่อยู่ใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น
2. เพื่อศึกษากระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น
3. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการถอดรหัสข่าวสารที่มีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร

ขอบเขตการวิจัย

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

ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาศึกษารวบรวมข้อความข่าวสั้น SMS ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2553 ถึง 20 พฤษภาคม 2553 รวมระยะเวลา 50 วัน เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์วิกฤติทางการเมือง ทำให้ต้องมีการรายงานข่าวแบบเกาะติดสถานการณ์ จึงทำให้จำนวนการส่ง SMS ข่าวในแต่ละวันมีจำนวนมากสามารถนำมาเลือกศึกษาได้มากกว่าข่าวในช่วงเวลาปกติ ซึ่งจะกล่าวโดยละเอียดในส่วนของการเก็บวิธีวิจัยต่อไป

ข้อสันนิษฐานงานวิจัย

1. กระบวนการใส่รหัสใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น เป็นการกำหนดขึ้นจากข้อจำกัดด้านพื้นที่ จำนวนข่าว ประเภทของข่าว อารมณ์ของข่าว (Mood) โดยผู้ส่งสารทั้งหมดได้ร่วมกันสร้างรหัสขึ้นแล้วกำหนดเป็นมาตรฐาน เพื่อการสื่อความหมายถึงเนื้อหาข่าวทั้งหมดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจตรงกัน
2. ปริมาณการติดตามข่าวสารที่แตกต่างกันของผู้รับสาร มีผลต่อความเข้าใจในข่าวสารที่แตกต่างกัน ผู้รับสารจะต้องมีพื้นฐานการติดตามข่าวสารในระดับหนึ่งเนื่องจากภาษาข่าวเป็นรหัสเฉพาะที่อยู่นอกเหนือจากการ

ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อการถอดรหัสที่เข้าใจตรงกันตามความประสงค์ของผู้ส่งสาร

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง อุปกรณ์โทรศัพท์ที่ใช้กับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยที่ผู้ใช้สามารถนำโทรศัพท์นี้ เคลื่อนที่ได้อย่างอิสระในขณะที่ติดต่อสนทนาภายในขอบเขตพื้นที่ให้บริการ

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

1. ท้นข่าว (Local news) ข่าวด่วนทันเหตุการณ์ทั่วไป ข่าวการเมือง ข่าวบุคคลสำคัญ ข่าวเหตุการณ์สำคัญระดับชาติหรือข่าวที่กระทบคนหมู่มาก
2. ข่าวคมชัดลึก ข่าวชาวบ้าน อาชญากรรม ดาราหรือข่าวในส่วนภูมิภาค (ต่างจังหวัด) โดยแนวทางการนำเสนอจะเป็นแนวทางเดียวกับการนำเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก
3. ข่าวบันเทิง (Entertain) ข่าวที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือเหตุการณ์ในวงการบันเทิงทั้งในไทยและต่างประเทศ
4. ข่าวธุรกิจ เกี่ยวกับธุรกิจ เชิงนโยบาย ภาครัฐและภาคเอกชน โดยแนวทางการนำเสนอจะเป็นแนวทางเดียวกับการนำเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ
5. ข่าวหุ้น (Index) ข่าวหุ้นเปิด หุ้นปิด ทั้งช่วงเช้าและบ่าย โดยมีเวลาในการส่งข่าวที่ตายตัวตามเวลา คือ เปิด-ปิดหุ้นภาคเช้า 10.00 น.-12.30 น. และเปิดปิดหุ้นภาคบ่าย 14.30 น.-16.30 น.
6. ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน (Currency) ข่าวอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราประจำวัน ราคาทอง และราคาน้ำมัน โดยมีเวลาในการส่งข่าวที่ตายตัวตามเวลา คือ อัตราแลกเปลี่ยนเวลา 8.30 น. และราคาทองคำเวลา 9.30 น. เว้นวันหยุดเสาร์อาทิตย์ละวันนักขัตฤกษ์

เนื้อหา หมายถึง ตัวเนื้อหาข่าวที่ผู้ส่งสารใส่ลงไป ใน SMS ข่าว ที่กำหนดไว้ไม่เกิน 70 ตัวอักษร

บริบท หมายถึง เหตุการณ์ สถานการณ์ ข่าว คำอื่นๆ ที่แวดล้อม ในข่าวนั้นๆ ซึ่งมีผลกับการใส่รหัสและการถอดรหัสสัญญาณในข่าว SMS

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

ผู้รับสาร/ผู้ถอดรหัส หมายถึง ประชาชนโดยทั่วไปในประเทศไทย ที่สมัครใช้บริการข่าว SMS ประเภทใดประเภทหนึ่ง หรือหลายประเภทของสำนักข่าวเนชั่น

กระบวนการเข้ารหัส หมายถึง กระบวนการสร้างรหัสความหมายใน SMS ข่าวของนักข่าวและบรรณาธิการข่าวรวมทั้งหมด 6 คน ในแผนก Mobile News ฝ่าย New Media ของสำนักข่าวเนชั่น ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1. แห่ข่าว 2. เลือกข่าวและเข้ารหัส 3. ส่ง SMS เผยแพร่ 4. การถอดรหัส

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

รหัส หมายถึง สิ่งที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น เพื่อใช้ในการสื่อสารการรายงานข่าวให้ตรงตามความต้องการของผู้ส่งสาร โดยรหัสที่มีอยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ได้แก่ รูปประโยค ประชาน กิริยา กรรม คำย่อ คำใหม่ ภาษาข่าว เครื่องหมาย

การวิเคราะห์รหัส หมายถึง การจำแนกวิธีที่จะนำเอาสัญญาณมาจัดระบบ สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้จะมีการวิเคราะห์รหัส 3 รูปแบบ ได้แก่

1. Paradigmatic เป็นรหัส (Code) ที่มีความหมายเหมือนกัน โดยที่ในทุกๆ Unit (สัญญาณแต่ละตัว) ที่อยู่ใน Paradigm เดียวกันจะต้องมีลักษณะบางอย่าง

ร่วมกัน แต่ก็ต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถแยกออกจากกันได้เช่นกัน ซึ่งการจัดระบบสัญญาณด้วยวิธีการ Paradigmatic จึงเป็นเรื่องความสัมพันธ์เกี่ยวกับการเลือกสัญญาณย่อยตัวที่ถูกเลือกออกมาจากกลุ่ม Paradigm ทั้งหมด

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

3. ความเข้มงวดของรหัส เป็นการหาความผิดพลาดของรหัสเมื่อถูกนำส่งออกไปแล้วว่าเมื่อเข้ารหัสผิดพลาดแล้ว SMS ข่าวสั้นข้อความนั้นจะยังคงความหมายเดิมได้อยู่หรือไม่

การถอดรหัสของผู้รับสาร หมายถึง การตีความถอดรหัสของผู้รับสารที่มีต่อรหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น

โดยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ

1. ผู้รับสารถอดรหัสแล้วเข้าใจ
2. ผู้รับสารถอดรหัสแล้วไม่เข้าใจ
3. ผู้รับสารเข้าใจรหัสผิด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ แบ่งเป็น 3 มุมมอง ได้แก่

ประโยชน์ทางวิชาการ

1. การวิจัยนี้เป็นการวิจัยที่เน้นการศึกษาเรื่องรหัสโดยตรง จะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางแก่การวิจัยที่เกี่ยวกับการสื่อสารด้วยการใช้รหัส โดยเฉพาะข้อค้นพบที่ในเรื่องความสำคัญของรหัส คือ ความเข้มงวดของรหัส

2. เพื่อชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของบริบทในการสื่อสารข่าวในขณะนั้น กรณีนั้นๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดรหัสและความเข้าใจในเนื้อหาสารหรือตัวสาร

3. เป็นแนวทางในการสร้างความเข้าใจรูปแบบและวิธีการนำเสนอรหัสความหมายของ SMS ข่าวที่เป็นการใช้รหัสเฉพาะ หรือชุดของสัญญาณในรูปแบบต่างๆ ยังผลให้เกิดประสิทธิภาพการสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจตรงกันทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร

ประโยชน์ทางวิชาชีพ

1. การวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อไปในการสร้างสรรค์เนื้อหาสารหรือตัวสาร (text) เพื่อตอบสนองความสนใจของผู้รับสารได้อย่างเหมาะสมและมีคุณภาพยิ่งขึ้นในสังคมยุคข่าวสาร

2. ได้ทราบถึงปัญหาของรหัสและการเข้ารหัสของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น รวมถึงแนวทางการปรับปรุงแก้ไข และได้มีการทำงานที่เป็นระบบมากขึ้น

ประโยชน์ทางโลกความเป็นจริง

1. สามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้ในการจัดทำเป็นคู่มือ หลักการเขียน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น เพื่อเป็นแนวทางในการทำงานต่อไป

2. สามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้ในการจัดทำคู่มือการอ่าน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น แล้วส่งข้อความเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าที่รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง รหัสและกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้นของสำนักข่าวเนชั่นได้จำแนกหมวดหมู่ในการใช้ทฤษฎี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยดังนี้

1. แนวคิดที่เกี่ยวกับข่าว

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับข่าว คุณค่าของข่าว และการเลือกสรรข่าว

1.2 แนวคิดนายประตูข่าวสาร (Gatekeeper)

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเขียนข่าว

2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

2.1 แนวคิดเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism)

2.2 แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วม (Participation)

3. แนวคิดเกี่ยวกับรหัสสัญลักษณ์และการสื่อความหมาย

3.1 ทฤษฎีสัญญะวิทยา (Semiological Theory)

3.2 แนวคิดการใช้คำย่อในสังคมคอมพิวเตอร์ (Acronyms used in the Computer Community)

4. แนวคิดเกี่ยวกับการเข้ารหัส-ถอดรหัส

4.1 ทฤษฎีสัมพันธบท (Intertextuality)

4.2 แนวคิดเรื่องการเข้ารหัสและการถอดรหัส (Encoding and Decoding)

4.3 แนวคิดเรื่องผู้รับสารและระบบของรหัสแห่งความหมาย (Audience and Coding System)

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “รหัสและกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้น ของสำนักข่าวเนชั่น” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลเพื่อศึกษาตัวสาร (Text)

SMS ข่าว ของสำนักข่าวเนชั่นในประเภทต่างๆ ได้แก่ ข่าว ข่าวคมชัดลึก ข่าวกันเทิง ข่าวธุรกิจ ข่าวหุ้น ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน เฉพาะที่เป็นภาษาไทยของสำนักข่าวเนชั่น สุ่มตัวอย่างข้อความข่าวแต่ละประเภทมาให้เหลือ 224 ข้อความ จากประชากรข่าวทั้งหมด 2,278 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 9.83 โดยกำหนดระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2553 ถึง 20 พฤษภาคม 2553 รวมระยะเวลา 50 วัน

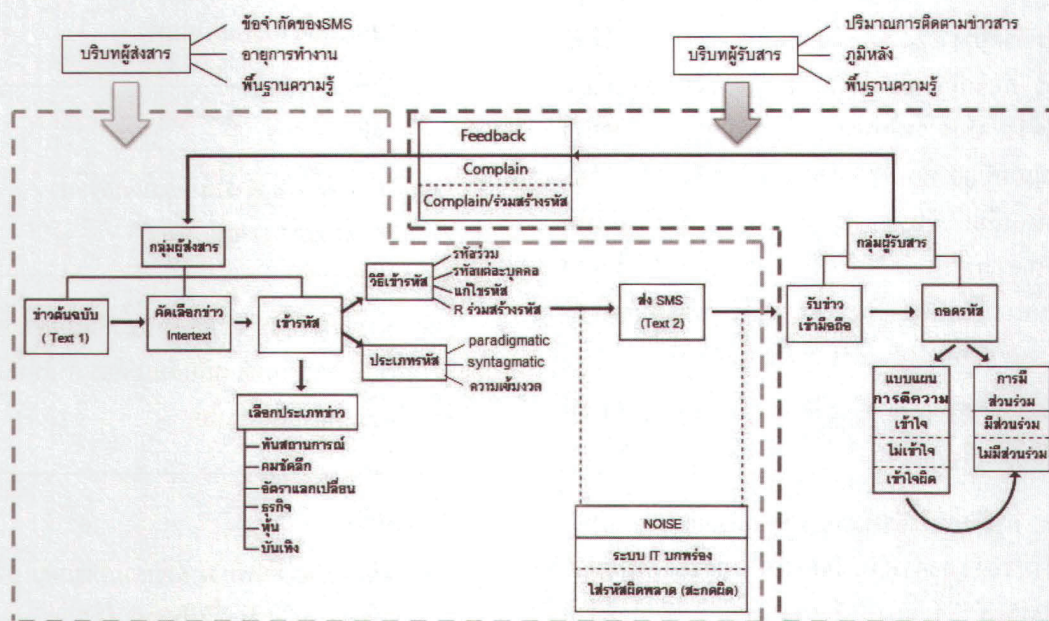
มีการสุ่มตัวอย่าง 2 แบบให้ครอบคลุม SMS ข่าว ทั้ง 6 ประเภท ดังนี้

(1) สำหรับข่าวทันข่าว ข่าวคมชัดลึก ข่าวกันเทิง ข่าวธุรกิจ จะสุ่มวันละ 1 ข่าวต่อ 1 ประเภทข่าว ซึ่งเป็นการสุ่มเลือกแบบ 1 ข้อความวัน 1 ข้อความไปทุกวัน เมื่อสุ่มจนครบ 50 ข้อความในแต่ละประเภทข่าว จะได้จำนวนข่าวดังนี้

$$50 + 50 + 50 + 50 = 200 \text{ ข้อความ}$$

(2) สำหรับประเภท ข่าวหุ้น ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน จะสุ่มมาประเภทละ 12 ข้อความ โดยเลือกสุ่มวันละ 1 ข้อความแบบวันเว้นวันจนครบ 12 ข้อความ เนื่องจากเป็นข่าวที่มีรูปแบบตายตัว ไม่มีการเปลี่ยนแปลงการใช้คำหรือภาษา จะได้จำนวน $12 \times 2 = 24$ ข้อความ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างข่าวทั้ง 6 ประเภทจึงรวมเป็น 224 ข้อความ

กรอบแนวคิดการวิจัย



2. ข้อมูลเพื่อศึกษาผู้ส่งสาร มี 2 ประเภทคือ

2.1 สัมภาษณ์กลุ่มผู้ส่งสาร ได้แก่ ผู้ปฏิบัติหน้าที่ในการส่งข้อความ SMS ของสำนักข่าวเนชั่นในทุกประเภทข่าว จำนวน 5 คน ซึ่งจะศึกษาโดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Group Interview)

2.2 สังเกตและจดบันทึกผู้ส่งสาร เป็นการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participation observation) และปิดลับในช่วงเวลาวันที่ 1 เมษายน 2553 ถึง 20 พฤษภาคม 2553 รวมระยะเวลา 50 วัน

3. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับสาร

กลุ่มผู้รับสาร ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการเนชั่นโมบายนิวส์ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นประเภทใดประเภทหนึ่งหรือหลายประเภท โดยคัดเลือกจากผู้โทรเข้ามาทาง Call Center ของสำนักข่าวเนชั่น ในช่วงเวลาตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2553 ถึง 20 พฤษภาคม 2553 รวมระยะเวลา 50 วัน ทำการสุ่มเลือกมาประเภทข่าวละ 2 คน จาก SMS ข่าวสั้นทั้ง 6 ประเภท รวมทั้งสิ้น 12 คน แล้วทำการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Tele Interview)

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง “รหัสและกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้นของสำนักข่าวเนชั่น” ในครั้งนี้มุ่งศึกษาการใช้รหัสที่มีอยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น เพื่อตอบวัตถุประสงค์ 3 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษารหัสที่อยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น 2) เพื่อศึกษากระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น และ 3) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของการถอดรหัสตัวสารที่มีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร ซึ่งจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งในส่วนของการวิเคราะห์ตัวบท (Text) การวิเคราะห์ผู้ส่งสาร (Sender) และการวิเคราะห์ผู้รับสาร (Receiver) สามารถสรุปผลการวิจัยได้โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนได้ดังนี้

1. รหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น
2. กระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น
3. ประสิทธิภาพของการถอดรหัสตัวสารที่มีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร

ส่วนที่ 1 : รหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น

จากผลการวิจัยการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) คือ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น โดยสุ่มตัวอย่าง 224 ข้อความจากข่าว 6 ประเภท ได้แก่ ท้นข่าว คมชัดลึก บันเทิง ธุรกิจ หุ่น อัตราแลกเปลี่ยน สรุปได้ว่า ท้นข่าวเป็นประเภทข่าวที่มีการนำเสนอข่าวจำนวนมากที่สุด คือ 877 ข้อความ และมีจำนวน SMS ข่าวสั้นเฉลี่ยต่อวัน 17.54 ข้อความ เนื่องจากเป็นประเภทข่าวที่นำเสนอข่าวเด่นในแต่ละวันโดยไม่จำกัดว่า จะเป็นข่าวการเมือง กีฬา เศรษฐกิจ หรืออื่นๆ จึงมีปริมาณข่าวที่ต้องส่งมากกว่าข่าวสั้นประเภทอื่น

สามารถสรุปผลการวิจัยได้ตามรูปแบบการวิเคราะห์ โดยแยกเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. การวิเคราะห์รหัสแบบ Syntagmatic

ในเรื่องของจำนวนประเด็นในการนำเสนอข่าว ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นต่อ 1 ข้อความ พบว่า มีการนำเสนอข่าวประเด็นเดียวมากที่สุด โดยประเภทที่นำเสนอมากที่สุดก็คือ ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากเป็นข้อมูลเฉพาะที่ไม่อาจตัดแปลงคำหรือใส่หลายประเด็นได้ เพราะอาจมีผลต่อความเข้าใจ

อย่างไรก็ตาม ยังพบว่ามี การนำเสนอข่าว 2 ประเด็น ใน 1 ข้อความ โดยเป็นการนำเสนอในทิศทางเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 35.35 จึงพบรูปแบบการเรียงประโยค ประเด็น 2 รูปแบบ คือ

1) ประโยคย่อยๆ ที่เป็นอิสระต่อกัน ซึ่งความหมายยังคงเดิมแม้มีการสลับที่กัน ซึ่งรูปแบบนี้มีการนำเสนอมากกว่า เนื่องจาก SMS ข่าวสั้นเป็นการนำเสนอเป็นประโยควลีสั้นๆ

2) ประโยคย่อยๆ ที่ขึ้นต่อกัน อันจะมีผลต่อความหมายที่เปลี่ยนไปหากมีการสลับที่

ข้อค้นพบดังกล่าวไม่ได้เป็นไปตามหลักวิเคราะห์แบบ Syntagmatic ที่มีหลักแนวคิดที่ว่า โครงสร้างทางภาษาต้องเป็นไปตามลำดับขั้นตอนหากมีการสลับเปลี่ยนลำดับขั้นจะทำให้ความหมายเปลี่ยนไป เนื่องจาก SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเป็นการนำเสนอแต่ละประเด็นเป็นประโยควลีสั้นๆ ที่เป็นอิสระต่อกันมากกว่า

นอกจากนี้ยังพบข้อสังเกตที่เกี่ยวกับการใช้ภาษา คือ ประโยค SMS ข่าวสั้นที่เป็นรูปแบบ ประธาน+กริยา+กรรม จะไม่สามารถสลับสับเปลี่ยนลำดับขั้นได้ เนื่องจากความหมายจะเปลี่ยนไปทันที

ตัวอย่างเช่น

“คนร้าย กราดยิงอาคารไซเบอร์เวิลด์รัชดา /
ตรวจภาพวงจรปิดเข้านี้”

แต่หากประโยค SMS ข่าวสั้นที่เป็นวลีสั้นๆ รูปแบบ ประธาน+วลี+วลี จะสามารถสลับสับเปลี่ยนลำดับขั้นได้ โดยไม่ทำให้ความหมายเปลี่ยนไป

ตัวอย่างเช่น

“ณัฐฉาภิประกาศ คืบพท.ผ่านฟ้ารวมทัพใหญ่
ราชประสงค์ / วันนี้ไม่ไปราว 11”

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การนำเสนอประเด็นข่าวใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นไม่ควรใส่ 2 ประเด็นแบบคนละเรื่อง เพราะจะทำให้อาจเกิดปัญหาในการถอดรหัส แต่ถ้าหากต้องการใส่ 2 ประเด็นเพื่อลดจำนวนข้อความ ก็ควรต้องเป็น 2 ประเด็นที่เป็นเรื่องเดียวกัน ซึ่งคุณลักษณะพิเศษของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นก็คือ ถึงแม้ว่าจะมีการสลับประเด็นหรือสลับลำดับการเรียงประโยคก็ไม่ทำให้ความหมายเปลี่ยนไป เนื่องจากแต่ละประโยคหรือประเด็นเป็นวลีสั้นๆ ไม่นิยมใส่คำขยายและคำเชื่อม

2. วิเคราะห์รหัสแบบ Paradigmatic

เป็นการวิเคราะห์รหัสแบบ Paradigmatic ที่อยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น เพื่อศึกษารหัสแต่ละส่วนที่มีผลต่อการตีความและการสื่อความหมายสำหรับคำที่อยู่ในประโยคที่ทำหน้าที่เป็นประธานและกรรม พบว่า รหัสสำหรับประธานและกรรมที่มีการนำเสนอมากที่สุด คือ ภาพรวมองค์กร สถาบัน โดยประเภทข่าวที่นำเสนอมากที่สุด คือ ประเภทธุรกิจ หุ่นและอัตราแลกเปลี่ยน หากมองในแง่ประเภทข่าว

พบว่า ชาวสายเศรษฐกิจใช้รหัสแบบองค์กรสถาบัน เนื่องจากต้องการความน่าเชื่อถือ ขณะที่รหัสแบบใช้ชื่อจริงนำเสนอในประเภททันข่าว เนื่องจากบุคคลในข่าวจะเป็นบุคคลสำคัญที่เป็นที่รู้จัก ส่วนการใช้รหัสแบบสถานภาพถูกนำเสนอในข่าวคมชัดลึก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข่าวอาชญากรรม บุคคลในข่าวจะเป็นผู้ก่อเหตุหรือผู้เสียหายซึ่งบางครั้งไม่สามารถเอ่ยชื่อได้

จากข้อค้นพบข้างต้นทั้งหมดที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์การใช้รหัสแบบ paradigmatic สำหรับประธานและกรรมสามารถสรุปได้ว่า SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นแต่ละประเภทมีธรรมชาติของข่าวที่แตกต่างกันไปโดยแบ่งได้เป็น 4 กรณี คือ

1. ข่าวที่เป็นทางการ ได้แก่ ข่าวหุ้น และ อัตราแลกเปลี่ยน เป็นข่าวที่มีเนื้อหาข้อมูลที่เป็นทางการต้องอาศัยความน่าเชื่อถือจากแหล่งข่าว รวมถึงบุคคลที่ให้ข่าวส่วนใหญ่จะแสดงความเห็นในฐานะที่เป็นตัวแทนองค์กรหรือสถาบันต่างๆ อยู่แล้ว

2. ข่าวค่อนข้างเป็นทางการ ได้แก่ ข่าวธุรกิจ เนื่องจากเนื้อหาข่าวธุรกิจจะมีทั้งการส่งข่าวที่เป็นทางการ เช่น ตัวเลขทางเศรษฐกิจ และข่าวที่ค่อนข้างไม่เป็นทางการ เช่น การรายงานสถานการณ์บ้านเมือง แต่ก็ยังคงต้องอาศัยความน่าเชื่อถือด้วย

3. ข่าวค่อนข้างไม่เป็นทางการ ได้แก่ ทันข่าว และ คมชัดลึก แม้จะไม่ได้เป็นการรายงานข้อมูลตัวเลขทางเศรษฐกิจ แต่ข่าวทั้ง 2 ประเภทก็เป็นการรายงานข่าวด่วนเหตุการณ์สำคัญ ดังนั้นความน่าเชื่อถือก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกัน เพียงแต่อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้ภาษาในระดับที่เป็นทางการมากเท่ากับ 2 กลุ่มข้างต้น

4. ข่าวที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ ข่าวบันเทิง ซึ่งต่างจากข่าวประเภทอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากเนื้อหาข่าวเป็นการนำเสนอชีวิตหรือการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวของคนในวงการบันเทิงที่อยู่ในความสนใจของประชาชน ไม่ต้องการภาษาที่เป็นทางการ และไม่ต้องอาศัยความน่าเชื่อถือจากองค์กรสถาบันใดมารองรับ

ในเรื่องการวิเคราะห์รหัสแบบ Paradigmatic สำหรับคำกริยา ในเรื่องการวิเคราะห์รหัสแบบ paradigmatic สำหรับคำกริยา พบว่า เหตุผลในการเลือกใช้รหัสแบบ paradigmatic สำหรับคำกริยา มีดังนี้

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

จากเหตุผลทั้ง 4 ข้อ พบว่า SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวนั้นนิยมใช้รหัสเพื่อให้เข้ากับประเด็นมากที่สุด เนื่องจาก SMS ข่าวสั้นเน้นรายงานแบบสรุปข่าวว่าเกิดอะไรขึ้น ดังนั้นจึงต้องเลือกใช้รหัสให้เข้ากับประเด็นเพื่อสร้างความเข้าใจเป็นหลัก

ในเรื่องการวิเคราะห์การใช้รหัสเฉพาะ พบว่า สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

1. การเลือกใช้รหัสตามไวยากรณ์ที่มีอยู่แล้ว เช่น กรณีสรรพสามิต
2. การสร้างรหัสขึ้นใหม่เอง เช่น รหัสคำย่อ คำใหม่ ภาษาข่าว

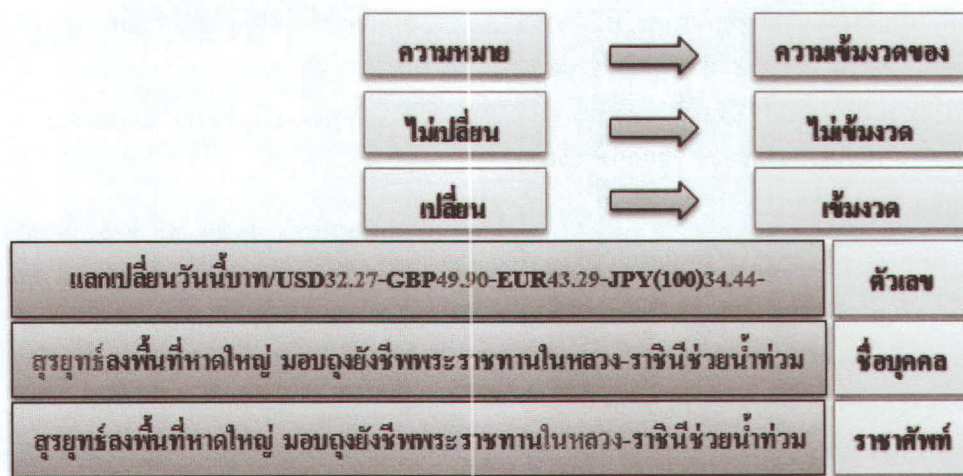
ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ในการใช้รหัสแบบประธานและกรรมต้องดูตามความเหมาะสมและสถานภาพของบุคคลในข่าว หากเป็นบุคคลที่เป็นที่รู้จักจะใช้รหัสแบบชื่อจริง และหากเป็นบุคคลที่ไม่เป็นที่รู้จักจะใช้รหัสโดยตั้งตามสถานภาพ ส่วนคำกริยาจะเน้นการใช้เพื่อรายงานเหตุการณ์มากกว่า แม้จะมีการใช้รหัสภาษาข่าวเพื่อเพิ่มสีสันบ้าง แต่ก็เป็นส่วนน้อย เนื่องจากรายงาน SMS ข่าวสั้นให้ความสำคัญกับการรายงานข้อเท็จจริงมากกว่า รวมทั้งการใช้เครื่องหมายก็ต้องดูให้เหมาะสมกับบริบทของข้อความที่ต้องการสื่อสาร และยังคงคำนึงถึงข้อจำกัดของระบบที่ใช้ในการส่งข่าวด้วย

3. วิเคราะห์ความเข้มงวดของรหัส

เป็นการศึกษาความผิดพลาดของรหัสที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น อันจะมีผลก่อให้เกิด

ผลเสียหายในการตีความหมาย ประเด็น และเนื้อหาข่าว ใน SMS ข่าวนั้น โดยสามารถสรุปได้ตามแผนผังดังนี้

แสดงความเข้มงวดของรหัส



รหัส SMS ส่วนใหญ่จะไม่เข้มงวด โดยเป็นประเภท ท้นข่าว คมชัดลึก บันเทิงและธุรกิจที่อนุญาตให้มี ข้อผิดพลาดได้ไม่ต้องส่ง SMS แก่ไข ขณะที่ข่าวหุ้น และอัตราแลกเปลี่ยนมีความเข้มงวดในรหัสตัวเลข ทุกข้อความ หากเกิดความผิดพลาดต้องส่ง SMS แก่ไข ทันที โดยรหัสที่เข้มงวดมี 3 ชนิดคือ 1. ตัวเลข 2. ชื่อ บุคคล 3. ราชาศัพท์

ส่วนที่ 2 : กระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข่าวสั้น ของสำนักข่าวเนชั่น

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เข้ารหัส SMS ข่าวของ สำนักข่าวเนชั่น ทั้ง 5 คนได้แก่ บรรณาธิการ และ นักข่าวแผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาว่า กระบวนการในการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้น โดยสามารถ สรุปการทำงานได้ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. แหล่งข่าว
2. คัดเลือกข่าวและเข้ารหัส
3. เผยแพร่
4. ถอดรหัส

ขั้นที่ 1 แหล่งข่าว (Text1) เป็นขั้นตอนก่อนที่ จะนำไปสู่การเข้ารหัส โดยแหล่งข่าวที่จะสามารถนำ ข้อมูลมาใช้ในการส่ง SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น มีทั้งหมด 4 แหล่งใหญ่ ๆ ก็คือ

- 1.1 ข่าวที่นักข่าวส่งข่าวเข้าระบบ Nation Integrated Editorial Database System หรือ IES
- 1.2 ข่าวจากแหล่งข่าวโดยตรง
- 1.3 ข่าวจากการมอนิเตอร์สื่อมวลชนสำนักอื่น โดย ได้จากโทรทัศน์ วิทยุ เว็บไซต์
- 1.4 ข่าวจากเครือข่ายสังคม หรือ Social Network ได้แก่ Facebook Twitter

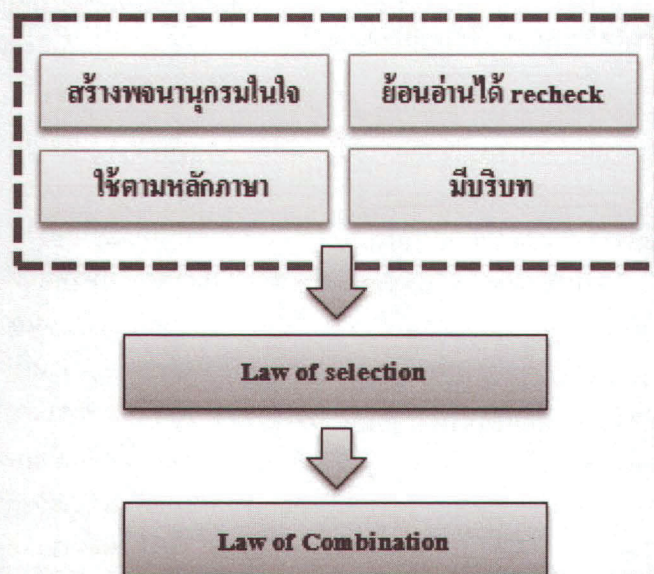
จากแหล่งข่าวทั้ง 4 แหล่ง พบว่า 2 ช่องทางที่ใช้หาข้อมูลข่าวสารมากที่สุด คือ นักข่าวส่งข่าวเข้าระบบ IES และ ข่าวใน Social Media เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากช่องทางที่นักข่าวส่งข่าวเข้าระบบ IES เป็นช่องทางที่ได้ข้อมูลข่าวแต่ละข่าวนำมาแบบเนื้อหาครบ เมื่ออ่านข่าวแล้วสามารถนำมาเลือกประเด็นในการเข้ารหัสได้หลากหลาย ส่วนช่องทางข่าวใน Social Media ก็เป็นช่องทางที่สะดวกรวดเร็วกว่าช่องทางที่ต้องรอนักข่าวส่งข่าวเข้าระบบ IES แต่ก็เป็นเพียงประเด็นสั้นๆ โดยส่วนใหญ่แล้วผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก. Mobile News) จึงใช้วิธีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารร่วมกันจากหลายๆ ช่องทางเพื่อเป็นการตรวจสอบ ตรวจเช็คที่มาของแหล่งข่าวและความถูกต้องของเนื้อหาข่าวไปในตัว

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือความถูกต้องของข้อมูลข่าว ดังนั้นหากข้อมูลนั้นได้มาจากแหล่งข่าวที่ไม่แน่ชัดหรือไม่น่าเชื่อถือ ก็ต้องนำข้อมูลมาตรวจสอบ

กับนักข่าวในสำนักข่าวเนชั่นเองก่อน จึงจะนำข้อมูลนั้นมาส่งเป็น SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นได้

ขั้นที่ 2 คัดเลือกข่าวและเข้ารหัส หลักสำคัญสำหรับ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมี 2 สิ่งก็คือ **ความเร็วและความถูกต้อง** ซึ่งทั้ง 2 สิ่งนี้มีความขัดแย้งกัน เนื่องจากหากต้องทำงานด้วยความรวดเร็วอย่างเดียวก็น่ามีโอกาสเกิดข้อผิดพลาดได้สูง และหากเน้นทำงานเพื่อตรวจสอบความถูกต้องมากเกินไป ตรวจสอบซ้ำไปซ้ำมา ก็จะเกิดความล่าช้า ส่งข่าวไม่ทันการณ์ แต่ในการส่ง SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นกลับต้องใช้หลักสำคัญทั้ง 2 อย่าง ดังนั้นเป็นหน้าที่ของผู้เข้ารหัสที่จะต้องประสานหลักการที่ขัดแย้งนี้ คือ ต้องสร้างสมดุลระหว่างความเร็วและความถูกต้องไม่ให้เอียงไปข้างใดข้างหนึ่งจนเสียสมดุล และ**ประเภทข่าว**อาจเข้ามาเป็นตัวแปร โดยสามารถสรุปเป็นแผนผังในการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ดังนี้

แสดงการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น



1. สร้างพจนานุกรมในใจ (Mental Dictionary) เนื่องจากผู้เข้ารหัส (ผู้ให้บริการ SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่น) มีบทบาทหน้าที่เป็น rewriter ต้องอ่านข่าวจำนวนมากในการทำงาน จึงสั่งสมประสบการณ์ในการเข้ารหัสได้ว่า คำใดที่ควรใช้ และคำใดไม่ควร โดยไม่จำเป็นต้องมีคู่มือในการเข้ารหัสอย่างเป็นรูปธรรม

2. ย้อนกลับไปอ่านรหัสที่เคยใช้ ด้วยความสามารถของระบบ IES ที่ทำให้ผู้เข้ารหัสสามารถย้อนกลับไปดูข้อความเก่าๆ และรหัสเก่าๆ ที่เคยใช้ได้ว่า คำใดเคยใช้อย่างไร สะกดอย่างไร คำใดไม่นิยมใช้ รวมถึงเป็นการตรวจสอบซ้ำ (recheck) ได้ด้วย

3. ใช้รหัสตามหลักภาษาไทย ตามแบบเรียนภาษาไทย ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์การใช้คำ การใช้ภาษาที่คนรับรู้โดยทั่วไปอยู่แล้ว และจะไม่ย่อคำตามอำเภอใจของผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก. Mobile News) เนื่องจากการใช้คำตามหลักภาษาไทยจะสามารถสร้างความเข้าใจได้ดีกว่า

4. มีบริบท (Context) ช่วยสร้างความเข้าใจ หากในกรณีที่ต้องใช้คำย่อ คำใหม่ หรือภาษาข่าวที่ผู้เข้ารหัสสร้างขึ้นมาก็ยังมีบริบท (Context) แวดล้อมตัวรหัสสั้นๆ ซึ่งมีส่วนช่วยให้ผู้ถอดรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่น) สามารถถอดรหัสความหมายของรหัสตัวนั้นและเข้าใจเนื้อหา SMS ข่าวนั้นโดยรวมได้

ในขั้นตอนการคัดเลือกข่าวและเข้ารหัสจะใช้หลักการ Law of Selection คือ การเลือกใช้ความหมายแบบ Paradigmatic โดยใช้รหัสที่มีความหมายเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ทำให้แม้จะเปลี่ยนคำที่ใช้แต่ความหมายยังคงเดิม แล้วใช้ Law of Combination คือ การนำสัญลักษณ์ (รหัส) มารวมกันโดยการเล่าเรื่องแบบ Syntagmatic เพื่อนำรหัสที่คัดเลือกแล้วมาผสมรวมเขียนเป็น SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นออกมาในมุมมองที่หลากหลาย

ในส่วนของการเข้ารหัส ผลการวิจัยพบว่า สามารถแบ่งขั้นตอนในการเข้ารหัสออกได้เป็น 2 ขั้นตอนหลักๆ คือ

2.1 การเข้ารหัสของแต่ละบุคคล

2.2 การเข้ารหัสร่วม

2.1 การเข้ารหัสของแต่ละบุคคล พบว่า บทบาทหน้าที่ของนักข่าวในตำแหน่งบรรณาธิการและ rewriter นั้น ในกรณีของผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก. Mobile News) ไม่ได้เป็นเพียงนายประตูข่าวสาร (Gatekeeper) ที่ต้องคัดเลือกคัดกรองข้อมูลข่าวสารเท่านั้น แต่ยังเป็น **ผู้แปลงข่าวสาร** (transformer) อีกด้วย โดยผู้เข้ารหัสมีขั้นตอนในการเข้ารหัส 5 ขั้นตอน คือ 1. อ่านข่าวเต็ม (text 1) ทั้งข่าวให้เข้าใจ 2. สรุปข่าวให้อยู่ใน 70 ตัวอักษร 3. อ่านออกเสียงตรวจสอบการใช้ภาษา 4. ทบทวนประเด็นว่าถูกต้องหรือไม่ 5. เปลี่ยนคำให้สั้นลงหากยังเกิน 70 ตัวอักษร

2.2 การเข้ารหัสร่วม เกิดจากการใช้รหัสบางตัวหรือคำบางคำที่อาจไม่ได้มีในพจนานุกรมว่าจะต้องสะกดอย่างไร รวมถึงการใช้คำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ ดังนั้นผู้เข้ารหัสจึงต้องตกลงกันในการใช้รหัสให้เหมือนกัน แล้วกำหนดให้เป็นมาตรฐานต่อไป โดยเน้นใช้คำเรียบง่าย เป็นภาษาเขียนแต่เข้าใจง่าย การใช้คำย่อจะใช้เฉพาะคำที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปเท่านั้น

นอกจากนี้ยังมีการปรึกษา ปรับปรุงแก้ไข SMS ข่าวนั้น โดยหลังจากผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก. Mobile News) แยกย้ายกันเขียน SMS ข่าวนั้นเสร็จแล้ว ก็จะนำมาเสนอกันในแผนกอีกครั้ง เป็นกระบวนการ recheck เพื่อปรึกษา ปรับแก้ภาษา การใช้คำหรือแก้คำผิด เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาด เนื่องจากผู้เข้ารหัสจะทำงานกับรหัสที่ตัวเองเขียนจนเกิดความคุ้นเคย (familiarity) จนอาจทำให้ไม่เห็นถึงความผิดพลาด (error) ของตัวเอง จึงต้องมีการนำข้อความ SMS ข่าวนั้นที่เข้ารหัสแล้วนำมาปรึกษากันกับผู้เข้ารหัสคนอื่น ๆ อีกครั้งเพื่อเป็นการตรวจสอบซ้ำ (recheck) อย่างไรก็ตามในการทำงานจะต้องพูดคุยสื่อสารกันผ่านทาง MSN เพื่อประชุมข่าวตลอดเวลา

ขั้นที่ 3 ส่ง SMS เผยแพร่ เป็นการส่ง SMS ข่าวนั้นจากผู้เข้ารหัสผ่านไปเข้าระบบ IES เพื่อส่งออก

ไปยังเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Operator) แล้วส่งต่อไปยังผู้ถอดรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) ซึ่งหากระบบของสำนักข่าวเนชั่นหรือระบบของเครือข่ายโทรศัพท์มีปัญหา SMS ข่าวสั้นที่ถูกส่งไปก็จะไม่ถึงมือผู้ถอดรหัส โดยในส่วนระบบของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นก็ถือว่าเป็นส่วนที่ผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก. Mobile News) ไม่สามารถควบคุมได้

ขั้นที่ 4 การถอดรหัส หลังจากที่ได้ส่ง SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเผยแพร่ไปยังผู้ถอดรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) แล้วรหัสที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวสั้นที่ส่งออกไปจะไม่ได้มีแต่รหัสที่ถูกต้องสมบูรณ์เท่านั้น แต่บางครั้งยังมีกรณีการใส่รหัสผิดพลาด อาจทำให้เกิดการตีความหมายที่ผิดเพี้ยนไปได้ ซึ่งสามารถสรุปรหัสที่ถูกส่งออกไปได้ดังนี้

4.1 รหัสที่ใช้ได้ พบว่า จะเป็น SMS ข่าวสั้นส่วนใหญ่ที่แทบทุกข้อความที่ส่งเผยแพร่ออกไปจะประสบความสำเร็จในการสื่อความหมายของประเด็นข่าวได้อย่างครบถ้วนด้วยการเข้ารหัสที่ถูกต้อง ก็จะกำหนดรหัสดังนั้นให้เป็นมาตรฐานและใช้ให้เหมือนกัน เพื่อความเป็นเอกภาพ

4.2 รหัสที่ใช้ไม่ได้ พบว่าเป็น SMS ข่าวสั้นส่วนที่เกิดจากความผิดพลาดในการเข้ารหัสของผู้เข้ารหัส ถือว่ามีสัดส่วนที่น้อยกว่ารหัสที่ใช้ได้อยู่มาก หากเป็นรหัสไม่เข้มงวดแม้ผิดพลาดแต่ยังคงความหมายโดยรวมได้ ก็จะเก็บไว้ปรับปรุงในครั้งหน้า แต่หากเป็นรหัสที่เข้มงวดเมื่อผิดพลาดแล้วทำให้ความหมายเปลี่ยนไป ต้องส่ง SMS ข่าวสั้นแก้ไขทันที

จากกระบวนการทั้งหมดของการสร้างรหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น พบว่า หลักสำคัญ คือ ความรวดเร็วและความถูกต้องโดยผู้เข้ารหัสจะต้องทำให้ทั้งสองสิ่งสมดุลกัน ซึ่งผู้เข้ารหัสไม่ได้มีคู่มือในการทำงานอย่างเป็นรูปธรรม แต่อาศัยการทำงานจากประสบการณ์ ที่สั่งสมมาจนกลายเป็นความสามารถเฉพาะตัว ซึ่งสามารถสรุปออกเป็นคุณสมบัติของผู้เข้ารหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นได้ดังนี้

1. ต้องเขียน SMS ข่าวสั้นให้เสร็จทันในเวลาไม่เกิน 10 นาที หากเกินจากนั้นจะต้องให้เป็นเพราะเหตุผลในการตรวจสอบข้อมูลข่าวจากนักข่าวในสำนักข่าวเนชั่นเท่านั้น

2. ต้องอ่านข่าวทุกข่าว (text1) ให้ได้ใจความและทำความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากข่าวที่อ่านเป็นเพียงข้อมูล (information) เพื่อให้ได้รับรู้ข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ว่า ใคร (Who) ทำอะไร (What) เมื่อไหร่ (When) ที่ไหน (Where) ทำไม (Why) และอย่างไร (How) ซึ่งเป็นเพียงการอ่านเพื่อรับรู้และสรุปใจความเท่านั้น ไม่ต้องใช้การตีความหมายที่ต้องใช้เวลาในการวิเคราะห์ข้อมูล

3. ต้องมีการมองประเด็นข่าวที่แหลมคม รู้ว่าในข่าว 1 ข่าวมีส่วนใดที่เป็นประเด็นสำคัญ สามารถดึงมาไว้ใน 70 ตัวอักษรแล้วทำให้ผู้ถอดรหัสเข้าใจใจความสำคัญของข่าวได้

4. ต้องอาศัยเวลาในการฝึกฝน ทำงานจริง เพื่อสั่งสมประสบการณ์จนกลายเป็นความสามารถเฉพาะตัว ซึ่งใช้เวลาอย่างน้อย 3 เดือนจึงจะสามารถเข้าเวรทำข่าวคนเดียวได้ และใช้เวลาอย่างน้อย 1 ปีจึงจะทำงานได้คล่องแคล่ว สามารถเขียน SMS ข่าวสั้นที่มีประสิทธิภาพด้วยความเร็วแล้วและถูกต้องได้

ส่วนที่ 3 : ประสิทธิภาพของการถอดรหัสตัวสารที่มีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร

จากการสัมภาษณ์ผู้ถอดรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) จำนวน 12 คน พบว่า จะมีทั้งผู้ถอดรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) ที่อ่านแล้วเข้าใจเนื้อหาประเด็นใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเป็นอย่างดี และส่วนที่ไม่เข้าใจหรือเข้าใจความหมายผิดไป และหลังจากที่เกิดผลในความเข้าใจหลังจากถอดรหัสแล้ว ก็ยังมีบางส่วนที่มีการตีความกลับมายังสำนักข่าวเนชั่นอีกด้วย โดยขั้นตอนในการถอดรหัสสามารถแบ่งได้เป็น 2 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

1. แบบแผนความเข้าใจต่อการถอดรหัส
2. การมีส่วนร่วมในการสร้างรหัส

1. แบบแผนความเข้าใจต่อการถอดรหัส พบว่า พฤติกรรมในการใช้สื่อของผู้ถอดรหัสส่วนใหญ่จะใช้ การรับ SMS ข้อความของสำนักข่าวเนชั่นเป็นสื่อรอง เนื่องจากข้อจำกัดของเนื้อหาที่มีเพียง 70 ตัวอักษรซึ่ง อาจไม่เพียงพอ ทำให้ต้องไปติดตามข่าวสารจากสื่ออื่นๆ เพิ่มเติม โดยแบบแผนความเข้าใจต่อการถอดรหัส แบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ เข้าใจ ไม่เข้าใจ และเข้าใจผิด

ในส่วนของผู้ถอดรหัสที่มีความเข้าใจในตัวรหัสของ SMS ข้อความของสำนักข่าวเนชั่นเป็นอย่างดี พบว่า ผู้ถอดรหัสมีการติดตามข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ และ ส่วนใหญ่จะมีสภาพแวดล้อมอยู่ในแวดวงข่าวที่รับบริการ ประเภทนั้นๆ

สำหรับผู้ถอดรหัสที่ไม่เข้าใจในตัวรหัสของ SMS ข้อความ พบว่า จะไม่เข้าใจในรหัสเพียงบางตัว แต่จะมีความเข้าใจในเนื้อหาโดยรวมและประเด็นหลัก ซึ่งรหัส ที่ไม่เข้าใจ ได้แก่ ตัวย่อ ภาษาข่าว สัญลักษณ์และ ศัพท์เทคนิค

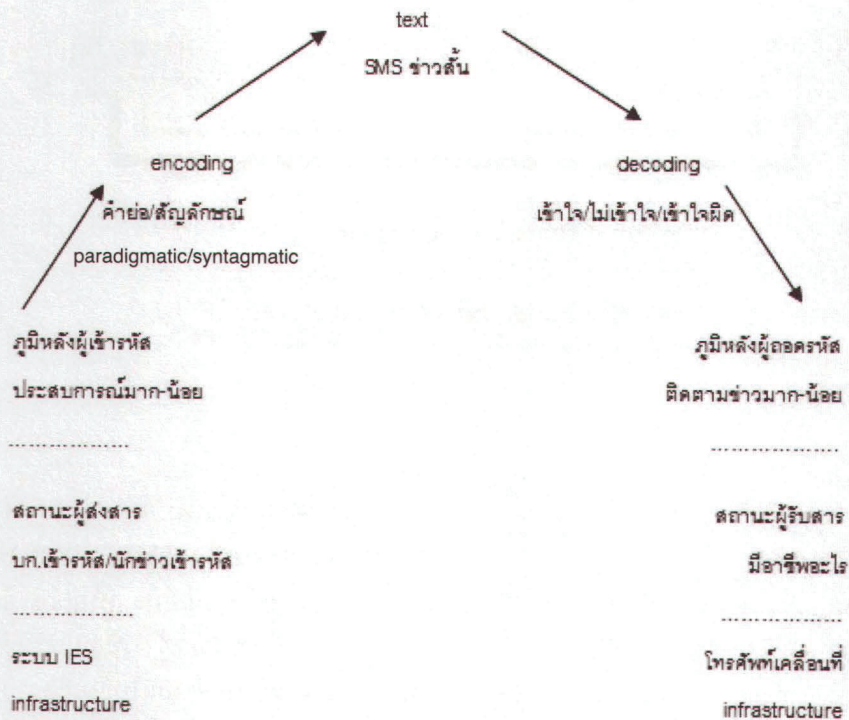
ในส่วนของผู้ถอดรหัสที่มีความเข้าใจผิดในตัวรหัส ของ SMS ข้อความของสำนักข่าวเนชั่น พบว่า กรณีนี้ จะเกิดขึ้นเป็นส่วนน้อย ผู้ถอดรหัสจะเกิดความเข้าใจผิด ต่อรหัสก็ต่อเมื่อผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก. Mobile News) ทำการเข้ารหัส SMS ข้อความผิดพลาดไปจนถึง

ขั้นทำให้เข้าใจรหัสตัวนั้นผิดไปเป็นคำอื่น หรือในกรณี ที่เป็นการเว้นวรรคผิดวรรคตอน ก็ทำให้ผู้ถอดรหัสเกิด ความเข้าใจผิดได้

ปัจจัยที่มีผลต่อแบบแผนความเข้าใจต่อการถอดรหัส ก็คือ ความสนใจในการติดตามข่าวสาร และภูมิหลังของ ผู้ถอดรหัส โดยพบว่า ผู้ถอดรหัสที่มีความเข้าใจใน ตัวรหัสเป็นอย่างดีจะมีการติดตามข่าวสารในช่องทางอื่นๆ อยู่อย่างสม่ำเสมอ และมีวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับข่าวสาร ประเภทที่ให้บริการ ในขณะที่ผู้ที่ไม่เข้าใจหรือเกิด ความเข้าใจผิดในตัวรหัสจะมีการติดตามข่าวสารที่น้อยกว่า และไม่ค่อยมีความเกี่ยวข้องในแวดวงของข่าวสารที่ได้ รับบริการ

หากมองในแง่แนวคิดเรื่องการเข้ารหัสและการ ถอดรหัส (Encoding and Decoding) โดย Stuart Hall ที่นำเสนอว่า “การบิดเบือน” และ “เข้าใจผิด” เกิดได้ จากการแลกเปลี่ยนในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและ ผู้รับสาร ที่มีการให้ความหมายในเรื่องต่างๆ ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละคน รวมถึงภูมิหลังและ สถานะของผู้เข้ารหัสและถอดรหัสที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งในกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการ SMS ข้อ ความข้อความสั้นของสำนักข่าวเนชั่นสามารถนำมาเทียบกับ แบบจำลองได้ดังนี้

กระบวนการเข้ารหัสและถอดรหัส SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่น



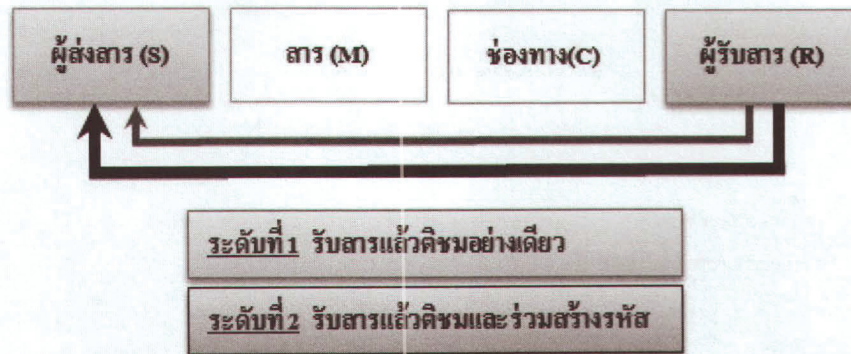
สามารถสรุปได้ว่า ความเข้าใจในการถอดรหัสจะเกิดขึ้นได้หรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็นผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบท. Mobile News) ที่เข้ารหัสได้อย่างถูกต้อง ละเอียดยรอบคอบ รวมถึงความสนใจในการติดตามข่าวสารช่องทางอื่นๆ และภูมิหลังของผู้ถอดรหัสด้วย

อย่างไรก็ตามแม้ว่าผู้ถอดรหัสจะไม่มี ความเข้าใจหรือเข้าใจผิดก็เป็นในตำราห้วงบางตัวเท่านั้น ซึ่งทำให้ยังสามารถเข้าใจเนื้อหาข่าวสารนั้นๆ ในประเด็นหลักๆ ได้ แต่ถึงแม้ว่าข้อความข่าวจะก่อให้เกิดความไม่เข้าใจในเนื้อหาข่าวนั้นๆ อย่างไร ผู้รับบริการส่วนใหญ่ก็ไม่

วิตกกังวล เนื่องจากสามารถแสวงหารายละเอียดของข่าวนั้นๆ จากสื่ออื่นๆ ได้อีกต่อไป

2. การมีส่วนร่วมในการสร้างรหัส ในส่วนของการมีส่วนร่วมในการสร้างรหัส พบว่า ผู้ถอดรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่น) หลังจากที่เกิดความเข้าใจ ไม่เข้าใจ หรือเข้าใจผิดใน SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นข้อความนั้นๆ แล้วยังมีปฏิกิริยาตอบกลับเป็นการติชม หรือให้ข้อเสนอแนะผ่านทาง Call Center ของสำนักข่าวเนชั่นด้วย สามารถแสดงเป็นแผนผังได้ดังนี้

แสดงการมีส่วนร่วมสร้างรหัส



สามารถแบ่งระดับปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) ของผู้รับสารออกเป็น 2 ระดับ คือ

2.1 ระดับติชม แต่ไม่มีส่วนร่วมสร้างรหัส

2.2 ระดับติชม และมีส่วนร่วมสร้างรหัส

2.1 ระดับติชมแต่ไม่มีส่วนร่วมสร้างรหัส พบว่า ผู้ถอดรหัสจะมีปฏิกิริยาตอบกลับโดยโทรมาที่ Call Center ของสำนักข่าวเนชั่นในการแสดงความคิดเห็น ติชม เกี่ยวกับ SMS ข่าวสั้น แต่ไม่ได้เสนอแนะว่า ควรแก้ไขอย่างไร ซึ่งเรื่องที่มีการติชมมาจะเป็นการใช้รหัสตัวย่อที่ไม่รู้จัก การเว้นวรรคตอนผิดทำให้สับสน การใช้ศัพท์เทคนิคมากเกินไป รวมถึงการส่งข่าวล่าช้า และการสะกดคำผิด

2.2 ระดับติชมและมีส่วนร่วมสร้างรหัส พบว่า ผู้ถอดรหัสนอกจากแสดงความคิดเห็น ติชม SMS ข่าวสั้นแล้ว ยังมีการเสนอแนะว่า รหัสที่ได้ดำเนินไปนั้น ควรจะแก้ไขให้เป็นอย่างไร เป็นการแนะนำเรื่องรูปแบบการนำเสนอ ได้แก่ ความหลากหลายของประเด็นข่าว ความเป็นกลาง รวมถึงการเปลี่ยนภาษาเพื่อแยกแยะตัวเลข การใช้ตัวย่อที่มากเกินไป หรือตัวย่อที่ไม่รู้จัก โดยแนะนำว่าน่าจะใช้เป็นคำเต็มไปเลย แต่ในส่วนของตัวย่อที่เป็นที่รู้จักก็ให้คงไว้

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ผู้ถอดรหัสสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างรหัส SMS ของสำนักข่าวเนชั่นได้ ไม่ว่าจะเป็นความเข้าใจ ไม่เข้าใจ หรือเข้าใจผิดในตัวรหัสก็ตาม แต่การมีส่วนร่วมสร้างรหัสนั้นจะมีการติชมและให้คำแนะนำที่แตกต่างกันไปโดยมีความสัมพันธ์กับแบบแผนความเข้าใจต่อการถอดรหัสด้วย อย่างไรก็ตาม ทุกคำติชมและคำแนะนำก็มีประโยชน์ในการปรับปรุงแก้ไข SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อภิปรายผล

รหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น

การเลือกใช้รหัสของ SMS ข่าวสั้น ทำให้พบว่า ธรรมชาติของ SMS ข่าวแต่ละประเภทแตกต่างกัน ซึ่งมีผลต่อความเข้มงวดของรหัสด้วย ดังนี้

1. ข่าวที่เป็นทางการ ได้แก่ ข่าวหุ้น และ อัตราแลกเปลี่ยน เป็นข่าวที่มีเนื้อหาเป็นทางการต้องอาศัยความน่าเชื่อถือจึงมีผลต่อความเข้มงวดของรหัสที่ไม่อนุญาตให้เกิดผิดพลาดได้ เนื่องจากอาจก่อความเสียหายทางธุรกิจ

2. ขวาค่อนข้างเป็นทางการ ได้แก่ ขาวธุรกิจ เนื้อหาข่าวมีทั้งข่าวที่เป็นทางการ เช่น ตัวเลขทางเศรษฐกิจ และข่าวที่ค่อนข้างไม่เป็นทางการ เช่น การรายงานสถานการณ์บ้านเมือง แต่ยังคงอาศัยความน่าเชื่อถือด้วยซึ่งความเข้มงวดของรหัสขึ้นอยู่กับข่าวที่นำเสนอ

3. ขวาค่อนข้างไม่เป็นทางการ ได้แก่ ทันข่าว และ คมชัดลึก เป็นการรายงานข่าวสำคัญ ดังนั้นความน่าเชื่อถือก็จำเป็น แต่ไม่ต้องใช้ภาษาทางการมาก เป็นการตีความหมายจาก SMS ขวาล้นทั้งข้อความรหัสจึงไม่เข้มงวดหากมีผิดพลาดก็ทำความเข้าใจกับบริบทได้ แต่หากผิดพลาดจนทำให้เข้าใจผิดก็ต้องส่งแก้ไขใหม่

4. ข่าวที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ ขวามันเทิง เนื้อหาข่าวเสนอชีวิตส่วนตัวของคนในวงการบันเทิง ไม่ต้องการภาษาทางการ ไม่ต้องอาศัยความน่าเชื่อถือ รหัสจึงไม่เข้มงวด หากมีข้อผิดพลาดเล็กน้อย ก็สามารถทำความเข้าใจกับบริบทได้

สำหรับเหตุผลในการเลือกใช้รหัสแบบ paradigmatic สำหรับคำกริยา มีดังนี้

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

หากมองในแง่แนวคิดเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism) ซึ่ง Marshall McLuhan (1911-1980) ให้คำนิยามของสื่อว่าเป็นกระบวนการขยายศักยภาพของมนุษย์ออกไป สิ่งที่น่าสังเกตก็คือ ความสะดวกรวดเร็วในการหาข้อมูลข่าวสารของผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก. Mobile News) ทำให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทำได้โดยไม่ต้องมีขีดจำกัดโดยผ่านทาง Social Media ทำให้ในยุคปัจจุบัน ประชาชนทุกคนสามารถเป็นนักข่าวเองได้ และสามารถสร้างข่าวเองได้เช่นกัน ดังนั้นจึงมีทั้งข้อดีและข้อเสียต่อระบบสื่อสารมวลชน ดังนี้

ข้อดี

1. การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสะดวกรวดเร็ว ทำได้หลายช่องทางและไม่มีขีดจำกัด
2. การเข้าถึงตัวแหล่งข่าวเพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริงทำให้สะดวกมากขึ้น
3. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทำได้แบบทันทีทันใด รวมถึงการรายงานสด ขณะเหตุการณ์กำลังดำเนินอยู่

ข้อเสีย

1. ขาวสารข้อมูลที่ได้มาง่าย แต่บางครั้งก็ตรวจสอบต้นตอที่มาได้ยากมาก
2. การเผยแพร่ข่าวสารที่รวดเร็วเกินไป ทำให้กระบวนการกลั่นกรองข้อมูลหายไป

ประสิทธิภาพของการถอดรหัสตัวสาร

SMS ขวาล้นของสำนักข่าวเนชั่นมีประสิทธิภาพที่ดีต่อการถอดรหัสตัวสาร เนื่องจากผู้ถอดรหัส แม้จะไม่เข้าใจรหัสบ้างแต่ยังสามารถเข้าใจเนื้อหาโดยรวมได้อย่างถูกต้อง โดยสาเหตุที่ทำให้เกิดความเข้าใจรหัสที่ต่างกันก็คือ “ความคุ้นเคยในรหัสภาษา” ที่มีอยู่ใน SMS ขวาล้น ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. มีความคุ้นเคยกับรหัส เคยเห็นการใช้รหัสภาษาในลักษณะเดียวกัน ทำให้เกิดความเข้าใจได้ง่าย
2. ไม่มีความคุ้นเคย ไม่เคยเห็นการใช้รหัสภาษาในลักษณะเดียวกัน ทำให้ไม่เข้าใจรหัสตัวนั้น และไม่สามารถคาดเดาความหมายได้ โดยรหัสที่เกิดความไม่คุ้นเคยมี 3 ประเภท คือ ตัวย่อๆ ภาษาข่าว และชื่อเล่น

สำหรับปัจจัยที่มีผลสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีต่อการถอดรหัสตัวสารมี 3 ประการ

1. การเข้ารหัสที่มีประสิทธิภาพ แม้จะมีรหัสบางตัวที่ไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิด แต่ยังสามารถทำความเข้าใจกับ SMS ขวาล้นทั้งข้อความได้ โดยดูจากบริบทที่แวดล้อมรหัสตัวนั้น
2. ปริมาณการติดตามข่าวสาร การติดตามข่าวสารจากช่องทางอื่นสม่ำเสมอทำให้เข้าใจประเด็นข่าวได้ดีขึ้น

3. ภูมิหลัง ผู้ถอดรหัสที่มีสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ SMS ข่าวสั้นประเภทที่ให้บริการนั้น ๆ ย่อมคุ้นเคยกับรหัส

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านปริมาณการติดตามข่าวสารและภูมิหลังของผู้ถอดรหัสยังมีส่วนในการมีส่วนร่วมสร้างรหัสในระดับที่แตกต่างกันด้วย ตามแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วม (participation) ในรูปแบบที่เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในระบบการสื่อสาร ที่เรียกว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนารูปแบบและเนื้อหาของ SMS ข่าวสั้นในอนาคตต่อไป

แนวโน้มและทิศทางในการพัฒนา SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น

ผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก. Mobile News) มีความเห็นว่า อนาคตของ SMS ข่าวสั้นจะได้รับความนิยมต่อไปอีกได้อย่างน้อย 3 ปี ถึงแม้ในปัจจุบันความนิยมในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารใน Social Media จะมาแรง เนื่องจากการรายงานข่าวที่รวดเร็วทันเหตุการณ์และไม่มีค่าบริการ แต่พบว่า ผู้เข้ารหัสก็มองว่า ยังมีประชาชนอีกเป็นจำนวนมากที่ยังไม่สามารถเข้าถึง Social Media ได้หรือไม่สะดวกในการค้นหาข้อมูลข่าวสารทางหน้าจocomพิวเตอร์ได้ตลอดทั้งวัน

อย่างไรก็ตาม ทางสำนักข่าวเนชั่นเองก็มีการคิดแผนการรองรับการพัฒนา SMS ข่าวสั้นต่อไปให้เข้ากับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วเช่นกัน โดย SMS จะผันตัวเองกลายเป็นพาดหัวข่าวแล้วมีลิงค์ข่าวเต็มรูปแบบ เช่น SMS + link ถ้ามี link ก็ทำให้คนรับข่าวสารได้มากขึ้น คือ SMS ไม่ตาย แต่ปรับเป็น MMS แบบที่เรียกว่า สรุปพาดหัว+link และรูปแบบจากเนื้อหาอย่างเดียว ก็จะเพิ่มเป็น เนื้อหา+รูป+คลิปต่อไปในอนาคต

ตอบข้อสันนิษฐานงานวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “รหัสและกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้นของสำนักข่าวเนชั่น” จากข้อค้นพบทั้งหมด พบว่า ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อสันนิษฐาน โดยสามารถสรุปในแต่ละข้อได้ดังนี้

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

ตรงกับผลการวิจัยในส่วนของกระบวนการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ที่พบว่า SMS ข่าวสั้นถูกจำกัดอยู่เพียง 70 ตัวอักษร ตามมาตรฐานขององค์กร ETSI (European Telecommunications Standards Institute) เพื่อให้ข้อมูลมีความรวดเร็วในการส่งผ่านทางสายไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ปลายทาง (สุรลธิณี นิรุตติมานนท์, 2550 : 4) ทำให้ต้องมีการใช้คำย่อ คำใหม่ เพื่อให้การสื่อสารนั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

นอกจากนี้ในแต่ละเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการกำหนดให้ส่งข่าวได้เพียงวันละ 8-10 ข่าวในแต่ละประเภทข่าว โดยในการเลือกใช้รหัสเพื่อเขียนส่ง SMS ข่าวสั้นจะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมเพื่อให้เข้ากับประเด็น ประหยัดพื้นที่ ให้อารมณ์ข่าวที่แตกต่างและหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก โดยผู้เข้ารหัสเริ่มจากเข้ารหัสของแต่ละบุคคลก่อน จากนั้นจึงนำ SMS ข่าวสั้นข้อความนั้นมาเข้ารหัสรวม เพื่อเป็นการตรวจสอบรหัสและกำหนดให้เป็นมาตรฐาน ทำให้การสื่อความหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ปริมาณการติดตามข่าวสารที่แตกต่างกันของผู้รับสาร มีผลต่อความเข้าใจในตัวสารที่แตกต่างกัน ผู้รับสารจะต้องมีพื้นฐานการติดตามข่าวสารในระดับหนึ่งเนื่องจากภาษาข่าวเป็นรหัสเฉพาะ นอกเหนือจากการใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อการถอดรหัสที่เข้าใจตรงกันตามความประสงค์ของผู้ส่งสาร

ตรงกับผลการวิจัยในส่วนของประสิทธิผลของการถอดรหัสตัวสาร ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อแบบแผนความเข้าใจต่อการถอดรหัส ก็คือ ความสนใจในการติดตามข่าวสาร และภูมิหลังของผู้ถอดรหัสโดยพบว่าผู้ถอดรหัสที่มีความเข้าใจในตัวรหัสเป็นอย่างดีจะมีการติดตามข่าวสารในช่องทางอื่นๆ อยู่อย่างสม่ำเสมอ และมีวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารประเภทที่ได้รับการบริการไม่ว่าจะเป็นหน้าที่การงาน ครอบครัว คนใกล้ชิด และความสนใจส่วนตัว ซึ่งจะทำให้ผู้ถอดรหัสมีความคุ้นเคยกับรหัสเฉพาะต่างๆ ของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ทำให้สามารถตีความหมายในเนื้อหาข่าวข้อความนั้นๆ ได้อย่างถูกต้อง สร้างประสิทธิผลที่ดีในการถอดรหัส

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

การวิจัยครั้งต่อไปในเรื่องนี้ อาจมีการพิจารณาศึกษาวิจัยเพิ่มเติมได้ในแง่ต่อไปนี้

1. ในงานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะรหัสและกระบวนการสร้างใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเท่านั้น ดังนั้นหากเป็นไปได้ ก็ควรที่จะมีการศึกษารหัสและกระบวนการสร้างรหัสของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวอื่นๆ เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่หลากหลาย เพื่อการนำมาปรับปรุงพัฒนา SMS ข่าวสั้นให้มีประสิทธิภาพในการสื่อสารได้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการขยายประเด็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้ถอดรหัส ซึ่งก็คือ ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้น ของสำนักข่าวอื่น ในมุมต่างๆ ให้เจาะลึกและมีความละเอียดมากขึ้น ทั้งในขั้นตอนการถอดรหัสและการมีส่วนร่วมเพื่อได้รับทราบถึงความต้องการของผู้รับสารที่มีพฤติกรรมในการบริโภคข่าวสารที่มีความ Active มากขึ้นในปัจจุบัน

3. เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ในงานวิจัยครั้งต่อไปก็อาจมีการนำเสนอรหัสและกระบวนการสร้างรหัส รวมถึงการถอดรหัสใน MMS หรือ Wap push (เว็บไซต์ข่าวที่เปิดดูได้เฉพาะในโทรศัพท์เคลื่อนที่) บ้าง เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่เท่าทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วได้มากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- กาญจนา แก้วเทพ. การสื่อสารสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ Critical Theory. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- กาญจนา แก้วเทพ. แนวพินิจใหม่ในการสื่อสารศึกษา. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553.
- กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน. สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารการศึกษา. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- กัญญาภัทร์ เพ็ญดารา. สัมภาษณ์, 19 กุมภาพันธ์ 2553
- กมลวรรณ พรหมพิทักษ์. การใช้สัญลักษณ์และรหัสในการสื่อความหมายของบริการข้อความสั้นจากโทรศัพท์เคลื่อนที่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

- เครือวัลย์ ชัชกุล. การวิเคราะห์การนำเสนอหัวข้อของหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- ชุดินธรา วัฒนกุล. ผู้อำนวยความสะดวกพัฒนาสื่อใหม่ (New Media) เน้นขั้นตอนการเข้าถึง จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์,
25 ธันวาคม 2552.
- ชปิตตา หงษ์จักรเพชร. สัมภาษณ์, 18 กุมภาพันธ์ 2553
- ติยากร วงศ์เลิศวาทิก. Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด
(มหาชน). สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2553
- ทแก้ว ภูกล้า . กลืนไม่เข้าคายไม่ออก. **ไทยรัฐ** (21 สิงหาคม 2534) : 17.
- ไทยรัฐออนไลน์. โพลชี้คนไทยบริโภคข่าวผ่าน “เอสเอ็มเอส” มากขึ้น. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา: www.thairath.co.th [2553, ตุลาคม 15]
- ธนพงศ์ ภูอากาศ. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2553
- ธนิดา ทองแจ้น. Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน).
สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2553
- เนชั่นชาแนล. บริการเนชั่นโมบายนิวส์. [ออนไลน์]. 2552 แหล่งที่มา: www.nationchannel.com [2553,
ตุลาคม 11]
- นภัสธร เดชสุวรรณ. การให้ข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับบริการ.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย., 2550.
- บัณฑิต เดือดขุนทด. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2553
- ปรียาลักษณ์ บุญมั่น. สัมภาษณ์, 18 กุมภาพันธ์ 2553
- พิชชาพัชร อาจพงษา. Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน).
สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2553
- เพ็ญจันทร์ แสงพิสิทธิ์. สัมภาษณ์, 18 กุมภาพันธ์ 2553
- พิมพ์วิภา ชัยอุ่น. สัมภาษณ์, 18 กุมภาพันธ์ 2553
- พรชัย ชวานาวิก. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2553
- มาลี บุญศิริพันธ์. หลักการประเมินคุณค่าข่าว. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2526.
- ยุพเรศ ดุจร. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2553
- วันเพ็ญ กัลป์ศิริไพศาล. ชุดของสัญญาณในการสร้างความหมายของข่าวอาชญากรรมที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์และ
สื่อทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2545.
- วสุ กลิ่นเกษร. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2553

- วรัท พฤษภากุลนันท์. การสื่อสารที่ด้อยประสิทธิภาพ (Communication Breakdown). [ออนไลน์]. 2553.แหล่งที่มา: http://www.edtechno.com/2009/index.php?option=com_content&view=article&id=58:-communication-breakdown&catid=44:webmaster&Itemid=72 [2553, ธันวาคม 7]
- รัชดา แดงจำรูญ. กลยุทธ์และเทคนิคในการสร้างข้อความชวนเชื่อ (Propaganda) กรณีศึกษา: กรณีพิพาทระหว่างไทยกับกัมพูชา 27 ม.ค. 2546. [ออนไลน์]. 2547. แหล่งที่มา: <http://www.bloggang.com/viewblog.php?id=ajarnmodabac&group=2> [2553, ตุลาคม 20]
- ศุภวิทย์ บุญยีน. สัมภาษณ์, 19 กุมภาพันธ์ 2553
- สิริวรรณ นันทจันทุล. การเขียนเพื่อการสื่อสาร 2. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และ กรรณิการ์ สุขเกษม. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ : การวิจัยปัญหาปัจจุบันและการวิจัยอนาคตกาล. หก.สามลด, 2547.
- สิทธิศักดิ์ จรรยาอังกูร. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2553
- สุธาสิณี นิรัตติมานนท์. การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- สมิตรา หาญปัญญาพิชิต. บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2553
- สมัชชา นิลปัทม์. การถอดรหัสของผู้รับสารต่อการเสนอข่าวของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยกรณีกรือเซะและตากใบ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- เสริมสิริ นิลดำ. ศึกษาการเขียนข่าวกับการรับรู้ของผู้อ่าน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- สิรินทร์ ปาลศรี. Steven Huter. Zita Wenzel. ประวัติอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. [ออนไลน์]. 1998 แหล่งที่มา: <http://learners.in.th/blog/yenz/267822> [2553, พฤศจิกายน 24] The Network Startup Resource Center (NSRC) University of Oregon., 1998.
- อิทธิพัทธ์ ปิ่นละโรจน์. Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้งจำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2553

ภาษาอังกฤษ

- Baskette, Floy K., Sissors, Jack Z., Brooks, Brian S. **The Art of Editing**. McMillan Publishing Co., 1982
- Crump, Spencer. **Fundamental of Journalism**. McGraw-Hill Book Co., 1974
- Gamble, Michel W., Terikwal. **Introducing Mass Communication**. McGraw-Hill Book Co., 1989
- Pamela J. Shoemaker. Gatekeeping. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 1991
- Schramm, Wilbur. **Mass Communication**. University of Illinois. Press, 1972
- Stuart Hall. **Encoding and Decoding**. Routledge Publishing Company, 1993
- Stuart Hall. **Encoding and Decoding in the Television Discourse**. Birmingham, 1973