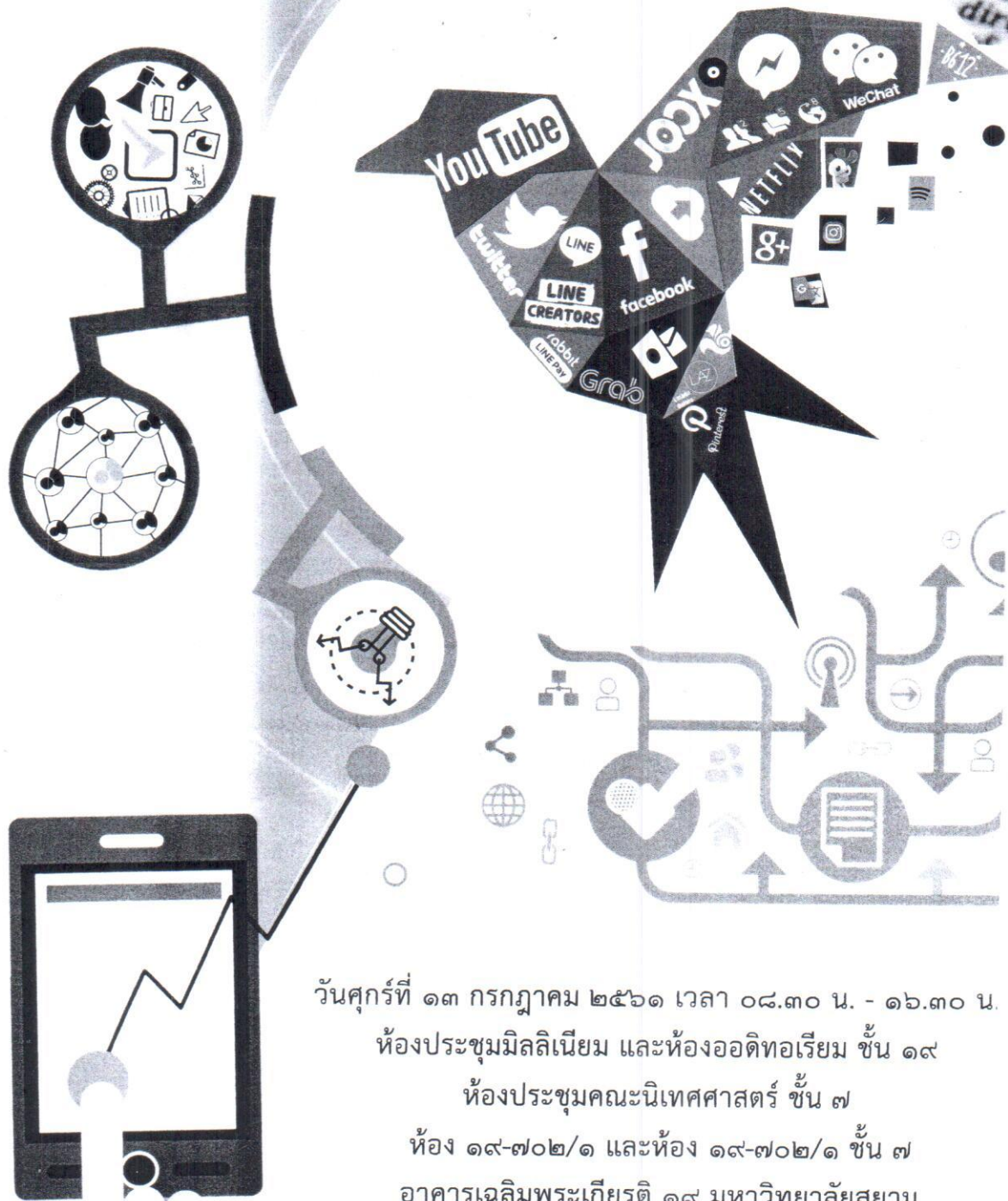


รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ
งานวิจัยและงานสร้างสรรค์
ทางนิเทศศาสตร์ ครั้งที่ ๘

The Proceedings of the 8th Academic Conference on Communication Research and Creative Works



วันศุกร์ที่ ๑๓ กรกฎาคม ๒๕๖๑ เวลา ๐๘.๓๐ น. - ๑๖.๓๐ น.
ห้องประชุมมิลลิเนียม และห้องออডিทอเรียม ชั้น ๑๙
ห้องประชุมคณะนิเทศศาสตร์ ชั้น ๗
ห้อง ๑๙-๗๐๒/๑ และห้อง ๑๙-๗๐๒/๑ ชั้น ๗
อาคารเฉลิมพระเกียรติ ๑๙ มหาวิทยาลัยสยาม



เครือข่ายนิเทศศาสตร์
COMMUNICATION
CONSORTIUM



กลุ่ม 1: ห้องประชุม มิลลิเนียม อาคารเฉลิมพระเกียรติชั้น 19

ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์
รองศาสตราจารย์ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์

ช่วงบ่าย เวลา 13.00 น. - 16.00 น.

ผู้นำเสนอ	ชื่อผลงาน	สถาบัน
ปรเมศวร์ รัมย์ยากร	การรับแนวความคิด “Responsive Design” มาใช้ในการออกแบบเว็บไซต์ของหน่วยงานราชการไทย	มหาวิทยาลัยสยาม
ภัทรพร เจริญรัตน์	การใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
กิตติธัช ศรีฟ้า	การสื่อความหมายผ่านยุคสมัยด้วยรูปลักษณ์สถาปัตยกรรมตลาดหนองมน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
พิทักษ์พงศ์ พงษ์พิพัฒน์	ปริศนاتور : บทบาทสำรองของนักกีฬาไทยในยุคดิจิทัล	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
ยุธนา สุวรรณรัตน์	ที่เล่าเรื่อง: อนุสรณ์สถานแห่งความรักของคุณหญิงกิริติและบ้านแอนน์ แฟรงค์ ในฐานะพื้นที่แห่งการมีส่วนร่วมผ่านการเล่าเรื่อง	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
สรรัตน์ จีรบรรวิสุทธิ์	จินตนาการเกี่ยวกับกรุงศรีอยุธยาครั้ง ‘บ้านเมืองยังดี’ ในละครโทรทัศน์เรื่อง ‘บุพเพสันนิวาส	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อรรถเดช สรสุชาติ	การรู้ในการสื่อสาร	นักวิชาการอิสระ

การใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

Language Use for Communication in Facebook Website

ภัทรพร เจริญรัตน์ *

บทคัดย่อ

เป็นระยะเวลากว่า 10 ปี มาแล้วที่เว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ก่อตั้งขึ้น และมีการขยายการใช้งานอย่างแพร่หลายเป็นที่นิยมใช้กันทั่วโลก จนมีจำนวนกว่าหนึ่งพันล้านคนที่เข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กในปี ค.ศ. 2012 และเมื่อปี ค.ศ. 2016 ที่ผ่านมามีผลวิจัยพบว่า ประชากรประมาณ 1 ใน 4 ของโลกใช้เฟซบุ๊กทุกเดือน โดยผู้ใช้รายใหม่ส่วนมากอยู่นอกโซนยุโรปและอเมริกาเหนือ (BBC New, 2017) ส่วนคนไทยนั้นมียอดการใช้งานเฟซบุ๊กมากกว่า 41 ล้านราย ติดอันดับ 8 ของโลก (positioningmag, 2016) สำหรับการสื่อความหมายในเว็บไซต์ เฟซบุ๊กนั้นจะมีการใช้ภาษา 2 รูปแบบด้วยกัน คือ 1. รูปแบบวจนภาษา และ 2. รูปแบบอวจนภาษา สำหรับรูปแบบวจนภาษา ได้แก่ ภาษาเขียนที่มีการพิมพ์ตัวอักษรเพื่อสนทนาโต้ตอบ การโพสต์ประโยคต่าง ๆ เป็นข้อความ โดยใช้คำหรือสำนวนในรูปแบบที่แสดงความเป็นตัวตนของผู้ใช้งาน หรือการใช้คำพูดที่ขึ้นอยู่กับโอกาส เหตุการณ์ปัจจุบัน มีการเล่นคำภาษาอังกฤษ การสร้างศัพท์ใหม่ที่มีความหมายเข้าใจกันเฉพาะกลุ่ม และรูปแบบอวจนภาษา ได้แก่ สติกเกอร์ รูปภาพ อิโมจิ อีโมติคอน ไฟล์GIF สัญลักษณ์พิเศษต่าง ๆ ซึ่งเป็นการให้ผู้รับสารได้เข้าใจความหมายจากรูปภาพที่เห็น

คำสำคัญ: การใช้ภาษา / การสื่อสาร / เฟซบุ๊ก

Abstract

Facebook website has been established more than a decade and has been apparently used worldwide. BBC News (2017) reported that there were billions of people using Facebook worldwide in 2012, and it was appeared that more than a quarter of the world populations used Facebook regularly each month in 2016. Mostly, the new Facebook users reside in the regions outside European and North American areas. Positioningmag (2016) has also reported that there were 41 million of Thai people becoming Facebook users which ranked as the world's eighth highest frequently using Facebook. The language use they communicated in Facebook can be generated into two forms: verbal language and non-verbal language. Verbal language can be described as written language which was expressed in the forms of typing sentences, phrases, idioms in order to deliver the conversation course and to express the users' feelings and identities. Sometimes, the users typed several words anticipated to an upcoming situation. They also adapted some English vocabulary and initiated some jargons for their own understanding with their peers. On the contrary, non-verbal language can be described as stickers, pictures, emoji, emoticon, attached GIF file or any special symbols which are used to convey the message to the readers for better understanding.

Keywords : Language Use / Communication / Facebook

* ดร. อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ ม.เกษมบัณฑิต

บทนำ

เมื่อปี พ.ศ. 2557 ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (กรุงเทพโพลล์) ได้แสดงให้เห็นผลสำรวจความคิดเห็นในหัวข้อ “ภาษาไทยบนสังคมออนไลน์ของคนรุ่นใหม่” โดยเก็บข้อมูลกับประชาชนคนรุ่นใหม่ที่มีอายุ 15-35 ปี ที่พักอาศัยในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 1,218 คน พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 84.7 เห็นว่าการใช้ภาษาไทยในปัจจุบันเข้าขั้นวิกฤตและควรช่วยรณรงค์อย่างจริงจัง และมีเพียงร้อยละ 15.3 เท่านั้นที่เห็นว่าการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารปัจจุบันไม่ได้อยู่ในขั้นวิกฤตจึงไม่จำเป็นต้องมีการรณรงค์ สำหรับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการใช้ภาษาไทยในปัจจุบันมากที่สุด คือ ดารา นักร้อง ร้อยละ 36.0 รองลงมา คือ สื่อมวลชน ร้อยละ 33.3 และครูอาจารย์ ร้อยละ 19.2 ส่วนแหล่งที่มักจะพบเห็นการใช้ภาษาไทยที่สะกด ออกเสียงผิดเพี้ยนไป หรือมีคำแปลก ๆ บ่อยที่สุดนั้น ร้อยละ 77.4 บอกว่าเห็นจากการคุยไลน์ และการเขียนคอมเมนต์ผ่านเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 15.8 เห็นจากการพูดคุยตาม ๆ กันในหมู่เพื่อน ๆ และ ร้อยละ 6.8 เห็นจากพิธีกร ตัวละครในทีวี ภาพยนตร์

จากผลสำรวจได้แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารในปัจจุบันของคนไทยรุ่นใหม่ที่เป็นยุคแห่งสังคมออนไลน์นั้น มีช่องทางการสื่อสารเกิดขึ้นใหม่หลายรูปแบบหลายทางเลือกรองรับตามความชอบ และความถนัดของการใช้งาน ซึ่งการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ จะทำให้ผู้ใช้งานสามารถติดต่อกับผู้อื่นได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว จึงเป็นผลให้เกิดการร่อนของภาษาหรือเรียกว่าภาษาวิบัติเกิดขึ้นในรูปแบบที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารแบบส่วนตัว หรือการสื่อสารแบบเปิดสาธารณะ ซึ่งแอปพลิเคชันที่คนส่วนใหญ่จะเห็นการใช้ภาษาไทยของคนทุกเพศทุกวัยในการสื่อสารมากที่สุด และเป็นที่ยอมรับใช้กันในกลุ่มคนไทยรุ่นใหม่มากที่สุดนั้นก็คือ แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Facebook)

วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อนำเสนอรูปแบบการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
- (2) เพื่ออธิบายความหมายของการใช้ภาษารูปแบบต่างๆ ในสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
- (3) เพื่อให้เกิดการตระหนักเรื่องการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารให้ถูกต้อง

ความหมายและลักษณะของภาษา

คำว่า “ภาษา” นั้น มีผู้ทำการศึกษา และให้นิยามความหมายเอาไว้เป็นจำนวนมาก ดังจะได้ยกตัวอย่างที่สำคัญมาดังนี้

พัชนี เขยจรรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ธีรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2541 : 23) ได้ให้ความหมายของคำว่า ภาษา ไว้ว่า หมายถึง ระบบสัญลักษณ์ ไม่ว่าจะป็นสัญลักษณ์ที่เกิดจากการพูดหรือการเขียน ซึ่งสมาชิกของสังคมใช้ในทางที่ค่อนข้างเป็นมาตรฐานเพื่อให้เกิดความหมายร่วมกัน

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542 : 822) อธิบายไว้ว่า ภาษา หมายถึง ถ้อยคำที่ใช้พูดหรือเขียนเพื่อสื่อความของชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เช่น ภาษาไทย ภาษาจีน หรือเพื่อสื่อความเฉพาะวงการ เช่น ภาษาราชการ ภาษากฎหมาย ภาษาธรรม ; เสียงตัวหนังสือ หรือกิริยาอาการที่สื่อความได้ เช่น ภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาท่าทาง ภาษามือ

กาญจนา นาคสกุล (2545 : 4) พูดถึงความหมายของคำว่า ภาษา ว่าหมายถึง สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่มนุษย์ใช้เพื่อสื่อสารกัน สิ่งที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ อาจจะเป็นอะไรก็ได้เท่าที่มนุษย์กำหนดขึ้น ภาษาตามความหมายนี้จึงกินความหมายกว้าง และมีคำขยายได้มาก เช่น ภาษาพูด ภาษาเขียน ซึ่งเรียกว่า วจนภาษา รวมทั้งภาษาใบ้ ภาษาเงิบ ภาษาท่าทาง เครื่องหมาย สัญลักษณ์ต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งเรียกกันว่า อวจนภาษา

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2548 : 1) กล่าวว่า ภาษาเป็นสมบัติของมนุษย์ เป็นเครื่องมือที่มนุษย์ใช้สื่อสารกัน มนุษย์ในสังคมมีภาษาเฉพาะตนเช่นเดียวกับมีวัฒนธรรมเฉพาะตน นักมานุษยวิทยาจัดภาษาให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม

ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร

การสื่อสารในชีวิตประจำวันของมนุษย์ รวมทั้งการดำเนินงานนิเทศศาสตร์ด้านต่าง ๆ ล้วนแล้วแต่ต้องมีความเกี่ยวข้องกับภาษาด้วยกันทั้งสิ้น ซึ่งภาษาที่มนุษย์เราใช้ในการสื่อสารจะสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ

- (1) ภาษาที่ใช้ถ้อยคำ หรือ เรียกว่า วจนภาษา (Verbal language) แบ่งเป็น ภาษาพูด คือ เสียงพูด หรือ เสียงซึ่งมีความหมายตามกลุ่มคนที่พูดภาษาเดียวกัน

และภาษาเขียน คือ ตัวอักษรที่เขียนขึ้นเป็นเครื่องหมาย แทนเสียง โดยภาษาเขียนนี้จะเป็นสัญลักษณ์ที่ใช้แทน ภาษาพูดอีกต่อหนึ่ง วจนภาษาก่อให้เกิดการสื่อสารด้วยการพูดและการเขียนอันเป็นวิธีการสื่อสารใน กระบวนการสื่อความหมายของมนุษย์

(2) ภาษาที่ไม่ใช้ถ้อยคำ หรือ เรียกว่า อวจนภาษา (Nonverbal language) คือ ภาษาที่ใช้กิริยาท่าทาง สายตา สีหน้า วัตถุ การเคลื่อนไหว เครื่องหมาย รูปภาพ กลิ่น รสชาติ สัญลักษณ์ และอื่น ๆ เป็นต้น ระดับของภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร

ในการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการพูด การฟัง การอ่าน หรือการเขียน สิ่งที่ผู้ส่งสารควรคำนึงถึงควบคู่ไปกับ ความสำคัญของสารก็คือ ระดับของภาษา โดยต้อง พิจารณาว่า ผู้รับสารนั้นเป็นใคร มีภูมิหลัง พื้นฐานความรู้ อายุ หน้าที่การงาน สถานภาพทางสังคม และปัจจัยอื่น ๆ เป็นเช่นไร เพื่อที่จะได้เลือกสรรถ้อยคำมาใช้ได้อย่างถูก กาลเทศะและมีความเหมาะสมที่สุด นักภาษาศาสตร์จะ นิยมแบ่งระดับของภาษาออกเป็น 5 ระดับด้วยกัน ดังนี้

(1) ภาษาระดับพิธีการ เป็นภาษาที่ใช้ในโอกาส ที่มีความสำคัญเป็นพิเศษ

(2) ภาษาระดับทางการ เป็นภาษาที่ใช้ใน หนังสือ ตำราวิชาการ การประชุมที่มีแบบแผน เป็นต้น

(3) ภาษาระดับกึ่งทางการ เป็นภาษาที่ใช้เพื่อ ให้เกิดความเข้าใจกันด้วยความรวดเร็ว ผู้ฟังสามารถ เข้าใจง่าย ลดความเป็นระเบียบแบบแผนลงมาจากภาษา ระดับทางการ

(4) ภาษาระดับสนทนา เป็นภาษาที่ใช้ในการ สื่อสารระหว่างบุคคลที่มีความสัมพันธ์ยังไม่ถึงขั้นสนิท สนม

(5) ภาษาระดับกันเอง ใช้กับบุคคลที่สนิทสนม กันเคยกันเป็นพิเศษ เช่น ระหว่างเพื่อนสนิท บุคคลใน ครอบครัว ซึ่งอาจดูไม่สุภาพสำหรับบุคคลทั่วไป เพราะ จะมีคำที่เข้าใจกันเฉพาะกลุ่ม รวมไปถึงคำที่เปิดเผยไม่ได้

Facebook Application (แอปพลิเคชัน เฟซบุ๊ก)

Facebook (เฟซบุ๊ก) คือ เว็บไซต์ที่ให้บริการ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต มีการเปิด ตัวในเดือนกุมภาพันธ์ปี ค.ศ. 2004 ก่อตั้งโดย Mark Zuckerberg (มาร์ก ซัคเคอร์เบิร์ก) ชาวอเมริกัน ซึ่ง อนุญาตให้ใครก็ได้เข้าสมัครลงทะเบียนเป็นสมาชิกฟรี

และเมื่อเป็นสมาชิกแล้วก็จะสามารถสร้างพื้นที่ส่วนตัว สำหรับแนะนำตัวเองได้ นอกจากจะมีพื้นที่ให้สร้าง โปรไฟล์แนะนำตัวเองแล้ว สมาชิกยังสามารถตั้งประเด็น ถามตอบในเรื่องที่สนใจ โพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความสั้น ๆ ทักทายคุยกันแบบสด ๆ เล่นเกมส์ แบบเป็นกลุ่ม กับผู้อื่นได้ รวมถึงสามารถทำกิจกรรม อื่น ๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริม (Applications) ที่มีอยู่ อย่างมากมาย ทั้งนี้สมาชิกเฟซบุ๊กสามารถเลือกที่จะเป็น เพื่อนกับคนที่รู้จักหรือไม่รู้จักได้ตามที่ต้องการ ซึ่งการที่ สมาชิกเลือกที่จะเป็นเพื่อนกับผู้อื่นนั้นคือการยอมรับให้ ผู้ที่เป็นเพื่อนคนนั้น ๆ ได้รับความชอบข้อมูล และการ เคลื่อนไหวต่าง ๆ ของตนเองบนเฟซบุ๊ก แต่ทั้งนี้เฟซบุ๊ก จะอนุญาตให้สมาชิกรับเพื่อนได้ไม่เกิน 5,000 คน กรณี ที่สมาชิกต้องการให้ผู้อื่นรับทราบความเคลื่อนไหวของ ตนเองแต่มีเพื่อนเกิน 5,000 คนแล้ว จะต้องให้ผู้ที่อยาก เป็นเพื่อนกดติดตาม (Follow) จึงจะสามารถทราบความ เคลื่อนไหวได้

การสื่อสารในเฟซบุ๊ก

การสื่อสารในเฟซบุ๊กนั้นผู้ใช้งานจะใช้ภาษา ประจำชาติของตัวเองในการสื่อสารเป็นหลัก แต่ก็จะมี การใช้ภาษาที่สองหรือสามในการสื่อสารด้วย เพื่อให้ สมาชิกที่เป็นเพื่อนชาติอื่นเข้าใจความหมายที่ตนเอง สื่อสารออกมาได้ ภาษาที่ใช้พูดคุยหรือเขียนโพสต์ในเฟซบุ๊กจะเป็นภาษาไม่เป็นทางการ จึงจะเห็นคำแปลก ๆ ศัพท์ใหม่ ศัพท์เฉพาะกลุ่ม หรือการเขียนคำที่ไม่เป็นไป ตามหลักไวยากรณ์ที่ถูกต้อง สำหรับภาษาที่สมาชิกเฟซบุ๊กใช้ทำการสื่อสารกันนั้นจะสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ 1. วจนภาษา (Verbal) และ 2. อวจนภาษา (Non Verbal)

(1) วจนภาษา (Verbal) เป็นการสื่อความหมาย ด้วยคำพูดซึ่งอาจเป็นได้ทั้งในรูปแบบของภาษาพูดและ ภาษาเขียน โดยภาษาพูดจะเป็นการสนทนาด้วยการออก เสียง สำหรับเว็บไซต์เฟซบุ๊กผู้ที่ เป็นสมาชิกจะสามารถ ติดต่อกับสมาชิกคนอื่นได้ด้วยการโทรศัพท์หาสมาชิกคน อื่นได้โดยการใช้แอปพลิเคชัน Facebook Messenger ซึ่งมีลักษณะการสื่อสารคล้ายกับการโทรศัพท์ตามปกติ คือใช้เวลาในการสื่อสาร แต่จะไม่มีค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ความ มีประสิทธิภาพในเรื่องเสียงและภาพที่สื่อสารกันนั้นจะ ขึ้นอยู่กับสัญญาณอินเทอร์เน็ตของแต่ละบุคคล การ

สื่อสารด้วยวิธีนี้เป็นที่นิยมอย่างมากของสมาชิก เฟซบุ๊ก เนื่องจากสามารถพูดคุยได้สะดวก และเลือกที่จะทำการสนทนาทั้งที่เป็นแบบได้อินเสียงเพียงอย่างเดียว หรือเลือกที่จะเห็นหน้าและปฏิกริยาในขณะนั้นของผู้สนทนา ผั่งตรงข้ามได้อีกด้วย จึงทำให้ผู้สื่อสารและผู้รับสารมีความใกล้ชิดสนิทสนมกัน ได้รับรู้อารมณ์ของแต่ละฝ่ายในระหว่างทำการสนทนากันได้เป็นอย่างดี การใช้ภาษาพูดที่นักวิชาการด้านภาษาศาสตร์ของไทยเป็นหัวข้อการเพี้ยนคำ เช่น ในเวลาที่สนทนาพูดคุยกัน สมาชิกเฟซบุ๊กมักจะพูดให้มีเสียงสั้นลง หรือยาวขึ้น หรือไม่มีการออกเสียงควบกล้ำเลย ประเภทนี้เรียกได้ว่ากลุ่มเพี้ยนเสียง เช่น จะพูดคำว่า ตัวเอง ก็กลายเป็นพูดว่า ตะเอง หรือ จะพูดคำว่า แค้ ก็กลายเป็น เก้า แม้แต่คำว่า สวัสดิ์ ก็จะเป็นเหลือแค่ หัวดีดี เป็นต้น

สำหรับภาษาเขียนนั้นจะมีลักษณะเป็นถ้อยคำที่ใช้ในการสื่อความหมายด้วยการพิมพ์ตัวอักษร เนื่องจากการติดต่อ สื่อสารในเฟซบุ๊กจะเน้นไปที่การโพสต์ข้อความ การเขียนเป็นประโยคเพื่อแสดงความรู้สึก บอกเล่าถึงสถานการณ์ในขณะนั้น ๆ หรือการเล่าเรื่องแบบยาว ๆ เพื่อบรรยายความ แต่การเขียนในเฟซบุ๊กนั้นเป็นการเขียนที่ไม่เป็นทางการ สมาชิกที่ใช้งานจึงมีการใช้ภาษาด้วยการพิมพ์แบบง่าย ๆ สั้น ๆ อาจมีการสะกดผิดบ้าง มีการใช้คำไทยผสมกับคำต่างประเทศบ้าง เป็นภาษาเฉพาะกลุ่ม และคำใหม่ที่เกิดขึ้นมาเองบ้าง ดังนั้นสิ่งที่จะพบเจอได้บ่อยสำหรับการสื่อสารด้วยภาษาเขียนในเฟซบุ๊ก ก็คือ

1.1 การเปลี่ยนรูปสระ พยัญชนะวรรณยุกต์ ให้แตกต่างจากเดิม หรือการย่อคำในที่นี้สมาชิกเฟซบุ๊กจะพิมพ์ข้อความหรือคำหนึ่ง ๆ ด้วยการตัดคำให้สั้นลง มีการสะกดคำให้ต่างไปจากศัพท์เดิม หรือรวบคำเพื่อแปลงเป็นคำใหม่ให้กะทัดรัดขึ้น เพราะการทำเช่นนี้จะทำให้สามารถพิมพ์สนทนาโต้ตอบกันได้รวดเร็วขึ้น

- | | | |
|----------|----------|-----------------|
| เช่น | | |
| • มะกี้ | ย่อมาจาก | เมื่อสักครู่นี้ |
| • ซิมิ | ย่อมาจาก | ใช่ไหม |
| • ว่างัย | ย่อมาจาก | ว่าอย่างไร |
| • เครี้ | ย่อมาจาก | โอเค |
| • เต่ว | ย่อมาจาก | เดี่ยว |

ตารางที่ 1 ตัวอย่างการเปลี่ยนรูปหรือย่อคำและความหมาย

การเปลี่ยนรูปหรือย่อคำ	ความหมาย
██████████ สวดยอศ	สวดยอด
██████████ แน่นวล	แน่นอน
██████████ คิดมศว	คิดถึง
██████████ ปร่งหรือ / ปร่ม เย็นดีเลยยย	พรั่งนี้
██████████ เชื้อคนสวย อี๋ ขาวสวยลั้ง	อิจฉา

ที่มา : เฟซบุ๊กผู้เขียน

1.2 การสร้างคำแปลกใหม่ขึ้นมา หมายถึง การใช้คำที่ไม่มีบัญญัติไว้ในพจนานุกรมไทย แต่เป็นคำที่สมาชิกในกลุ่มเฟซบุ๊ก คิดขึ้นมาใหม่ ซึ่งสามารถสื่อสารเข้าใจความหมายกันเองได้ เช่น

วงวาร เป็นคำที่เกิดจากการพิมพ์ผิด แต่สามารถเข้าใจความหมายร่วมกันได้ว่า หมายถึง สงสาร บ่งตง เป็นคำที่เพี้ยนมาจากคำว่า บอกตรง ๆ

- ฉ่าวาว เป็นคำเฉพาะกลุ่มที่หมายถึง ดีมาก สวย
- ลำไย เป็นคำใหม่มีไว้ใช้เฉพาะกลุ่ม ซึ่งไม่ได้มีความหมายว่าผลไม้ชนิดหนึ่ง แต่หมายถึง อ้อยอิ่ง ซักซ้า นำรำคาญ

ตารางที่ 2 ตัวอย่างการสร้างคำใหม่และความหมาย

การสร้างคำใหม่ขึ้นมาใช้ / ความหมาย	
██████████ 15 ชม. ๑	
เป็นคู่หูหญิงอ่อนแออ่อนโยนบ้างละ	เน๊ววิ๊ว ๑๕๕๕๕
• ไส ๑ นำรัก อ่อนโยน อ่อนหวาน	
██████████ เป็นสลดละเสียบ แต่ขาวเดินพิศมัยเจ้า	
ต้องเผลอกะลางานนี่๕๕๕๕	
██████████ ๒ ชม	
• ต้องเข้าไปมีส่วนร่วม ต้องรู้เรื่อง	
██████████ โครตปั้ง ๕๕๕๕๕๕	
██████████ ๑ ชม	
• สร้างกระแส ทำให้เป็นประเด็น	
██████████ ปรังมี๊ว	
• ดิงาม เรีต สูดยอด โดดเด่น	

การสร้างคำใหม่ขึ้นมาใช้ / ความหมาย

Sinchai Kul Sukrakulchomwan วารสารจิตฯ ปีที่ 5555
ฤดูใบไม้ผลิฉบับที่ 152

นำสงสาร

อยากไปสตูดิโอความบันเทิง 1
ฤดูใบไม้ผลิฉบับที่ 152

อลังการ ยิ่งใหญ่

ที่มา : เพชบุรีผู้เขียน

1.3 การใช้ภาษาต่างประเทศ คือ การ

พิมพ์ภาษาไทยทับศัพท์ภาษาอังกฤษ หรือตัดเอาคำต่างประเทศมาใช้แบบสั้น ๆ เพื่อให้พิมพ์สะดวกมากขึ้น เช่น
• มิส เป็นการพิมพ์ภาษาไทยทับศัพท์ภาษาอังกฤษคำว่า miss แปลว่า คิดถึง

• เฟล เป็นการพิมพ์ภาษาไทยทับศัพท์ภาษาอังกฤษคำว่า fail แปลว่า แย่ ท้อแท้ ผิดหวัง

• CU เป็นการนำตัวอักษรภาษาอังกฤษมาพิมพ์ย่อจากคำว่า see you หมายถึง แล้วเจอกัน

• U2 เป็นการนำตัวอักษรภาษาอังกฤษและตัวเลขมาพิมพ์ย่อจากคำว่า you too หมายถึง เธอก็เหมือนกัน
ตารางที่ 3 ตัวอย่างการใช้ภาษาต่างประเทศและความหมาย

การใช้ภาษาต่างประเทศ / ความหมาย

Fc Doctor 1
ฤดูใบไม้ผลิ ฉบับที่ 19

แฟนคลับคุณหมอ

hbd. na kub 1
ฤดูใบไม้ผลิ ฉบับที่ 1

สุขสันต์วันเกิดครับ

ตัวหมากกกกก 1
ฤดูใบไม้ผลิ ฉบับที่ 2 ปีล่าสุด

น่ารักมาก

อยู่ที่ Renaissance Bangkok
Ratchaprasong Hotel
24 เมษายน Instagram &
สมมติของจริง

สวัสดีตอนเช้า

ฮานนี่เธอใจ
ฤดูใบไม้ผลิ ฉบับที่ 1

สวัสดีทีบอล - ทักทายทีบอล

ที่มา : เพชบุรีผู้เขียน

1.4 การใช้ตัวอักษรหรือสระตัวสุดท้ายซ้ำ ๆ เขียนต่อท้ายจะเป็นการพิมพ์ซ้ำหลาย ๆ ครั้งเพื่อเน้นย้ำแสดงความหมายและความรู้สึกของคำ ๆ นั้น เช่น

- ยูไหนนนนน หมายถึง อยู่ที่ไหน
- เต็มเบยยยย หมายถึง เต็มไปหมดเลย
- เปื่อออออ หมายถึง เปื่อกาก

ตารางที่ 4 ตัวอย่างการใช้ตัวอักษรหรือสระตัวสุดท้ายซ้ำ ๆ เขียนต่อท้ายและความหมาย

การใช้ตัวอักษร-สระตัวสุดท้ายซ้ำ / ความหมาย

20 เมษายน 63
ไปเที่ยวไกลลลลลลลลลลลลล ๒

อยากไปเที่ยวในที่ที่ไกลมากๆ

อยากกินนนนน 1
ตอบกลับ 11 ชม

อยากรับประทานอาหารมาก

0.31 ว่างจจจจจ
ฤดูใบไม้ผลิ ฉบับที่ 2 ปีล่าสุด

ว่างมาก

มีเจ้ายยยยย 555
ตอบกลับ 2 ปีล่าสุด

ทำได้แม่นยำ

ข้ายยยยย 1
ฤดูใบไม้ผลิ ฉบับที่ 46 นาที

ใช่ ถูกต้อง แน่นอน

ใจร้ายยยยย
ฤดูใบไม้ผลิ ฉบับที่ 18 ชม

ใจร้ายมาก ใจร้ายที่สุด

ที่มา : เพชบุรีผู้เขียน

1.5 การใช้คำหายบคายเป็นการสะกด

คำหายบคายให้ดูแปลกใหม่ อาจมีการเติมพยัญชนะเข้าไปเพิ่ม หรือ เปลี่ยนแปลงวรรณยุกต์และสระบางตัวเพื่อให้มีน้ำหนักคำหายบคายน้อยลงกว่าเดิม เช่น

กรู	มาจากคำว่า	กู
แมร่ง	มาจากคำว่า	แม่ง
แสรด สาส	มาจากคำว่า	สัตว์





ตารางที่ 5 ตัวอย่างการใช้คำหยาบและความหมาย

การใช้คำหยาบ / ความหมาย	
มีบ้านเหม็นเหม็น ไอส์ล ตอบกลับ 2 ชม.	ไอส์ล
ฟาย ชื่อวค ถูกใจ ตอบกลับ 27 นาที	ควาย
จะทำให้ประคิษฐ์ยงกา พอยยย	ถุย
รังคิ เพลงก็ขางเหมาะนีก ถูกใจ ตอบกลับ 4 วัน	จัญไร
โคโคโนเสาร์ละ ลิดาย	อึควาย

ที่มา : เพชบุ๊คผู้เขียน

2. อวัจนภาษา (Non Verbal) เป็นการสื่อสารความหมายของสมาชิกในเพชบุ๊คที่ไม่ได้ใช้ตัวอักษรเขียนเป็นข้อความ แต่สื่อสารกันด้วยการใช้รูปภาพแบบต่าง ๆ คือ

2.1 สติกเกอร์ (Stickers) จะ เป็นรูปภาพคน สัตว์ สิ่งของ ที่แสดงถึงอารมณ์ต่าง ๆ ซึ่ง สติกเกอร์บางรูปจะเป็นเพียงรูปภาพอย่างเดียวแต่ สติกเกอร์บางรูปก็จะมีตัวอักษรเขียนแสดงความหมายไว้ ด้วยการใส่สติกเกอร์นั้นสมาชิกเพชบุ๊คจะสามารถใช้ได้ ครั้งละ 1 ภาพ ต่อการพิมพ์ได้ตอบ 1 ครั้งเท่านั้น ดังนี้ ตารางที่ 6 ตัวอย่างการใช้สติกเกอร์และความหมาย




การใช้สติกเกอร์ / ความหมาย	
	รักจังเลย ชอบคุณมาก น่าเอ็นดู พุดถูกใจ
	ดีมาก ยอดเยี่ยม เก่ง
	สู้ๆ เป็นกำลังใจให้
	ตกลง ใจเลย เห็นด้วย

ที่มา : เพชบุ๊คผู้เขียน

2.2 อีโมจิ (Emoji) หมายถึง อักษร

ภาพที่สมาชิกเพชบุ๊คเลือกใช้มาเสริมต่อท้ายคำในประโยคหรืออาจใส่ไว้กลางประโยค แม้กระทั่งจะนำมาใส่หน้าประโยคเลยก็ได้เพื่อให้ข้อความน่าสนใจมากขึ้น ไม่ให้รู้สึกที่น่าเบื่อที่ประโยคนั้นมีแต่ตัวอักษร อีโมจิเป็นรูปภาพที่มีความหมายเหมือนสติ๊กเกอร์แต่จะมีขนาดเล็กกว่าสามารถใช้ต่อท้ายประโยคที่พิมพ์ได้ครั้งละหลาย ๆ รูป ซึ่งอีโมจิจะมีรูปเป็นสัญลักษณ์ในหมวดหมู่ต่าง ๆ มากมาย เช่น อาหาร กีฬา สถานที่ การแสดง ท่าทางต่าง ๆ เป็นต้น

ตารางที่ 7 ตัวอย่างการใช้อีโมจิและความหมาย

การใช้อีโมจิ / ความหมาย	
	ร้องเพลง เสียงดนตรี บทเพลง
	สาวน้อยคนนี้อยู่ที่เกาะซึ่งมี อักษรภาพต้นมะพร้าวเป็น ตัวเสริมความเข้าใจ
 ถูกใจ ตอบกลับ 2 วัน	เสียใจมาก ร้องไห้

ที่มา : เพชบุ๊คผู้เขียน

2.3 อีโมติคอน (Emoticon) สัญลักษณ์หรือตัวอักษรพิเศษ เป็นสัญลักษณ์ที่ใช้สื่อความหมายแทนอารมณ์ความรู้สึกในการสนทนาโต้ตอบกัน ด้วยการพิมพ์เครื่องหมายพิเศษต่าง ๆ ที่อยู่บนแป้นพิมพ์ (Keyboard) เมื่อเครื่องหมายที่พิมพ์มาประกอบกันแล้ว จะเกิดเป็นรูปภาพที่แสดงถึงอารมณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีความหมายชัดเจน เช่น

- (^_^) หมายถึง ยิ้มแบบดีใจ
- \(^o^)/ หมายถึง ตื่นเต้น ดีใจมาก
- (>_<) หมายถึง โกรธ ผิดหวัง

ตารางที่ 8 ตัวอย่างการใช้ไอโมติคอนหรือสัญลักษณ์พิเศษ และความหมาย

ไอโมติคอน / ความหมาย



ง สับสน ตาลาย วุ่นวาย ไม่เข้าใจ พุดไม่ถูก

15 พฤษภาคม เวลา 20:41 น.

#แกะหมกร้านลูกจันทอวด

มีความสุขมาก

13 มิถุนายน เวลา 01:11 น. YouTube
ไว้เวลาไว้กับ หมพวง ดวงจันทร์ (4 สิงหาคม พ.ศ. 2504 - 13 มิถุนายน พ.ศ. 2535)
ในวาระครบรอบ 20 ปีการจากไปของราชินีลูกทุ่ง วันนี้...
ดูแก๊งเดี่ยวร้องเพลงนำให้หนึ่งชม...หาพิธีคารวะงาน
แม้จะได้ร่วมงานกันสั้นๆที่ร้องฮิตเสียงกมลสโรกศล แต่ความสามารถ เสน่ห์
ของเสียงยังจรัสฉายอยู่ในแคว้นเสมอ
รู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ตรงนี้ได้โดยทำงานร่วมกับ...

เสียใจมาก น้ำตาไหล

8 มิถุนายน เวลา 20:23 น.
กมตั้งใจล่าสืบภาพใจ2พระองค์อย่างประณีต เพื่อไม่ให้ประกอบเปิด
การเลือกตั้ง คอปลื้มพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรง
สองพระองค์ ในวาระฉลองพระราชพิธีเปิดสะพานพระรามแปด... ทั้งยังเป็นผู้
เขียนบท และ กำกับการแสดงคอนเสิร์ตครั้งนั้น ...

ไหว้ พนมมือแสดงความเคารพ
ที่มา : เฟซบุ๊กผู้เขียน

2.4 ไฟล์ GIF (จีฟ) มาจากคำว่า

Graphics Interchange Format เป็นรูปแบบของแฟ้มภาพที่เป็นทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ซึ่งปัจจุบันเป็นที่นิยมใช้ในสังคมสมาชิกเฟซบุ๊กเพราะเพิ่งถูกนำมาใช้ได้ไม่นานนัก โดยภาพที่ใช้ใหม่มักจะเป็นภาพเคลื่อนไหวในแนวข้างขึ้น มีทั้งแบบที่เฟซบุ๊กมีให้ใช้อยู่แล้ว และแบบที่สมาชิกสามารถทำขึ้นมาเองและนำมาใช้สนทนาโต้ตอบแสดงความหมายในเฟซบุ๊กได้



ภาพที่ 1 อารมณ์เสีย โกรธ โมโหมาก



ภาพที่ 2 ตกใจ ประหลาดใจ

บทสรุป

การสื่อสารระหว่างสมาชิกในโซเชียลเพชบุ๊กด้วยกันนั้น เป็นช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัยเป็นที่นิยมเพราะไม่จำเป็นต้องกดโทรศัพท์เพื่อโทรหาคู่สนทนาและรอสายรวมถึงถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดในขณะนั้น แต่สามารถค้นหาเพื่อสื่อสารได้ตลอดเวลาทั้งในขณะที่ผู้ที่ต้องการสื่อสารด้วยนั้นออนไลน์อยู่หรืออาจจะไม่ได้อยู่ในขณะนั้น แต่สามารถมาตรวจสอบและโต้ตอบกลับได้ในภายหลัง อีกทั้งสามารถใช้คำพูดสั้น ๆ หรือรูปภาพแทนการอธิบายความหมายที่ยาว ๆ ได้อีกด้วย การใช้ภาษาในการสื่อสารของสมาชิกเฟซบุ๊กนั้นสมาชิกสามารถเลือกได้ว่าจะสื่อสารในรูปแบบใด ไม่ว่าจะเป็นวันจันภาษาหรืออวัจนภาษา แต่โดยหลักแล้วการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กจะเป็นการสื่อสารเพื่อช่วยกระชับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลให้เพิ่มมากขึ้นไม่ว่าจะอยู่ใกล้หรือไกลกันขนาดไหนก็สามารถสื่อสารกันได้ตลอดเวลา ทั้งนี้การใช้ภาษาจึงมีความสำคัญมากเพราะการรับสารจากผู้ส่งสารที่มีที่มาจากแหล่งต่าง ๆ นั้นเป็นการพยายามเข้าถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้ส่งสารที่ต้องการถ่ายทอดเรื่องราว ไปทำการพิจารณา วิเคราะห์ และตีความสารจากผู้ส่งสารส่งมาในการรับรู้เรื่องราวผ่าน วันจันภาษาและอวัจนภาษานั้นสิ่งสำคัญที่เราต้องตระหนักถึงคือภาษามืออิทธิพลในการกำหนดทิศทางของความคิดผู้รับสาร ดังนั้นผู้ส่งสารควรมีศิลปะในการใช้ภาษาเพื่อให้ผู้รับสารได้เข้าใจเรื่องราวตรงตามที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อความหมาย ซึ่งมีผลให้ผู้รับสารเชื่อถือ ปฏิบัติตาม เห็นคล้อยตามได้ บุคคลแต่ละคนย่อมมีการใช้ภาษาที่แตกต่างกันไปตามแต่สถานการณ์ โอกาส และบุคคลที่ทำการสื่อสารด้วย การสื่อสารกับบุคคลที่มีลักษณะแตกต่างกันในสภาวะที่แตกต่างกันส่งผลให้การใช้ภาษาในการสื่อสารมีความสำคัญ จึงจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่ทำการสื่อสารด้วย

ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางสังคม คือ ชชาติกำเนิด สถานภาพทางสังคมของผู้ที่เราต้องการจะสื่อสาร คุณวุฒิการศึกษา วัยวุฒิ อาชีพการงาน เพศ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สถานะทางอารมณ์ หากผู้สื่อสารได้คำนึงถึงเรื่องดังกล่าว แล้วนั้นก็จะเป็นการสะท้อนการสื่อสารผ่านการใช้ภาษา ในด้านอารมณ์ ความรู้สึก ทัศนคติ และวิถีคิดของผู้ส่ง

สาร ได้อย่างสมบูรณ์แบบ มีความถูกต้องและเหมาะสม การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารอย่างถูกต้องและเหมาะสมนั้น ย่อมทำให้การสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ ทุกประเภทมีประสิทธิภาพและได้ผลตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารโดยสมบูรณ์

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กาญจนา นาคสกุล. (2545). ระบบเสียงภาษาไทย. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชนี เขยจรรรยา, เมตตา วิวัฒน์นกุล และ ภิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. (2541). แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ : ประมวลศัพท์นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิชากร ทฤษฎีสำคัญ วิชาศึกษาวิจัย = Key concepts in communication. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: คณะราชบัณฑิตยสถาน. (2542). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น.
- วิภาวี จันทร์แก้ว. (2561). อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยุโทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต. สัมภาษณ์. วันที่ 21 พฤษภาคม 2561.
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2548). ภาษาในสังคมไทย : ความหลากหลาย การเปลี่ยนแปลง และการพัฒนา. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ระบบออนไลน์

- ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (กรุงเทพโพลล์). (2014). ภาษาไทยบนสังคมออนไลน์ของคนรุ่นใหม่. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2018. จาก <http://bangkokpoll.bu.ac.th>.
- BBC NEWS. (2017). ผู้ใช้เฟซบุ๊กเกือบแตะ 2 พันล้านรายต่อเดือน. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 4 พฤษภาคม 2561. จาก <https://www.bbc.com/thai/international-39801793>.
- POSITIONING. (2016). คนไทยติดหนึบ 'โซเชียล มีเดีย' ยอดเฟซบุ๊กทะลุ 41 ล้านราย ติดอันดับ 8 ของโลก. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2018. จาก <https://positioningmag.com/1092090>.