

ลักษณะภาษาของข้อความต้นภาษาไทยที่กลุ่มวัยรุ่นนั้ใช้ทางโทรศัพท์มือถือ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2546

ISBN 974-04-3604-8

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ลักษณะภาษาของข้อความสั้นภาษาไทยที่กลุ่มวัยรุ่นผู้ใช้ทางโทรศัพท์มือถือ

.....
พศก. จันทร์ปิ่น

นายเจตนา จันทร์ปิ่น

ผู้วิจัย

.....
[Signature]

อาจารย์ลักษณะ คาวรัตน์หงษ์ Doctorat de l' EHESS

ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

.....
[Signature]

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร คำนุณวัฒน์ M.A.

กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

.....
[Signature]

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วีระภรณ์ วรรณดี อ.ม.

กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

.....
[Signature]

รองศาสตราจารย์วราภรณ์ จูตินันทพันธุ์,
ท.บ., ป.ชั้นสูง (วิทยาเอ็นโคคอนต์),
วท.ม. (การแพทย์คลินิก), อ.ท. (วิทยาเอ็นโคคอนต์)
รักษาราชการแทนคณบดี
บัณฑิตวิทยาลัย

.....
[Signature]

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยงยุทธ นุราสิทธิ์ ศศ.ม.

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและ

การพัฒนา

สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ลักษณะภาษาของข้อความต้นภาษาไทยที่กลุ่มวัยรุ่นผู้ใช้ทางโทรศัพท์มือถือ

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา

วันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ. 2546

พจนานุกรม

นายเจตนา จันทร์โน

ผู้วิจัย

.....

อาจารย์ลักษณะ คาวรัตน์หงษ์ Doctorat de l' EHESS

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร คำคุณวัฒน์ M.A.

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรีนทิพย์ สตรีศิลป์ อ.ม.

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วีรภรณ์ วรรณดี อ.ม.

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....

รองศาสตราจารย์วีรภรณ์ จูตินันท์พันธุ์,

ท.บ., ป.ชั้นสูง (วิทยาเอ็นโคคอนต์),

วท.ม. (การแพทย์คลินิก), อ.ท. (วิทยาเอ็นโคคอนต์)

รักษาราชการแทนคณบดี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

.....

รองศาสตราจารย์สุวิไล เปรมศรีรัตน์ Ph.D.

ผู้อำนวยการ

สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท

มหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

กว่าที่วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะสำเร็จลุล่วงมาได้ดังที่เห็นเช่นนี้ ผู้วิจัยจำต้องผ่านช่วงเวลาของการเอาชนะความรู้สึกท้อแท้สับสนในใจหลายต่อหลายครั้ง รวมทั้งความยุ่งยากของการแบ่งแยกเวลางานและการเรียนไปพร้อมกัน แต่ด้วยความปรารถนาดีของทุกคนรอบข้างส่งผ่านมาให้ไม่ขาดสาย จึงทำให้ผู้วิจัยมีแรงกายและใจฟันฝ่าอุปสรรคทุกสิ่งจนประสบความสำเร็จในที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์วชิราภรณ์ วรรณดี และผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร คำณูวัฒน์ ที่คอยกระตุ้นเตือนลูกศิษย์ที่แสนเอื่อยเฉื่อย ให้คำปรึกษาแนะนำอันมีคุณค่าตลอดระยะเวลาการศึกษา รวมทั้งให้เกียรติเป็นกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยงยุทธ บุราสิทธิ์ ที่ให้ความกรุณาช่วยเหลือผู้วิจัยในการดำเนินการด้านระเบียบการต่างๆ ในช่วงระยะเวลาอันจำกัด ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศรีนทิพย์ สติรศิลป์ กรุณาสะดวกอันมีค่ามาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมกับคำแนะนำเพื่อปรับปรุงเนื้อหาของวิทยานิพนธ์ให้ดียิ่งขึ้น และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจารย์ลักขณา ดาวรัตน์หงษ์ ซึ่งรับบทหนักเป็นพิเศษในการเป็นประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัย คาดว่าตลอดระยะเวลาการทำวิทยานิพนธ์คงทำให้อาจารย์ต้องปวดศีรษะเวียนเกล้าไปไม่มากนักน้อยก่อนข้างแน่

ตลอดระยะเวลาศึกษาในสถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท ผู้วิจัยได้สัมผัสกับเรื่องจ้ำจืดที่ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่นำทางผู้โดยสารซึ่งต้องการไปสู่ปลายทางแห่งความสำเร็จเท่านั้น แต่เรื่องจ้ำจืดนี้ยังคงอดทนรอคอยผู้ที่เดินทางมาสายไปบ้าง หรือแม้แต่ทำหน้าที่ช่วยเหลือผู้ตกน้ำระหว่างทางก่อนที่พวกเขาจะจมหายไป เพื่อความหวังที่จะให้ลูกศิษย์ทุกคนสามารถก้าวถึงจุดหมายปลายทางของตน พร้อมกับได้รับความรู้อันมีค่า ประสบการณ์ที่ดีออกไปสู่โลกกว้างต่อไป

และหากมิได้คุณแม่มะลิ ปลื้มจิตร และพี่ชาย สมเกียรติ มนสิการเวช ครอบครัวของผู้วิจัย ซึ่งต่างให้กำลังใจในรูปแบบต่างๆ ผลักดันให้ผู้วิจัยก้าวไปข้างหน้า ไม่ท้อถอย รวมทั้งสนับสนุนทางการเงินตลอดระยะเวลาศึกษา วิทยานิพนธ์ฉบับนี้คงยากที่จะสำเร็จลุล่วงไปได้ ผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณมารดาด้วยความเคารพเอาไว้ ณ ที่นี้ ด้วย

เจตนา จันทรมโน

ผู้วิจัย

ลักษณะภาษาของข้อความสั้นภาษาไทยที่กลุ่มวัยรุ่นนั้ใช้ทางโทรศัพท์มือถือ (CHARACTERISTICS OF TEENAGERS' THAI SHORT MESSAGES ON MOBILE PHONE)

เจตนา จันทร่มโน 4136616 LCCD/M

ศศ.ม. (ภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา)

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ : ลักขณา ดาวรัตนหงษ์, อ.บ., ศศ.ม., Doctorat de l' EHESS.,
ดวงพร กำภูณวัฒน์ นศ.บ., M.A., วชิราภรณ์ วรณคดี อ.บ., อ.ม.

บทคัดย่อ

การเข้ามาของบริการรับส่งข้อความสั้น (SMS) ของโทรศัพท์มือถือได้กลายเป็นวิธีการสื่อสารสมัยใหม่ที่ได้รับคามนิยมอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น นอกเหนือบริการด้วยเสียง วิธีนี้ม่ข้อดีตรงที่สามารถสื่อสารในรูปแบบข้อความสั้นๆ ไปยังผู้รับผ่านโทรศัพท์มือถือ ก่อให้เกิดการใช้รูปแบบภาษาที่น่า สนใจ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะภาษาที่วัยรุ่นใช้งานผ่านทางข้อความสั้นภาษาไทย วิเคราะห์แนวคิด ค่านิยมของวัยรุ่นไทยที่สะท้อนผ่านทางข้อความสั้นภาษาไทย โดยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ กลุ่มวัยรุ่นตอนกลาง อายุระหว่าง 15-18 ปี ใช้งานบริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย จำนวน 200 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิดผสมกัน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้รูปแบบภูมิและร้อยละ

ผลการศึกษาพบว่า วัยรุ่นนิยมใช้ข้อความสั้นภาษาไทยเพื่อความบันเทิงเป็นหลัก และเป็นารรับส่งระหว่างเพื่อนฝูงเป็นส่วนใหญ่ และวัยรุ่นหญิงรับส่งข้อความสั้นภาษาไทยมากกว่าวัยรุ่นชาย โดยพบข้อความที่มีเนื้อหาขบขันมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ข้อความแสดงความผูกพัน และเข้าแหย่ ขณะที่การใช้งานเพื่อการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับการนัดหมาย บอกกล่าว หรือการทักทายมีอัตราส่วนที่น้อยกว่ามาก วัยรุ่นม่ได้รู้สึก ม่พอใจข้อความสั้นที่มีเนื้อหาขบคายหรือเนื้อหาทางเพศทั้งในระดับเบาและรุนแรง หากเป็นการส่งจากเพื่อนสนิทภายในกลุ่มที่มีความสนิทสนมกันสามารถยอมรับได้ และข้อความสั้นยังได้สะท้อนแนวคิดเรื่องเพศที่กลายเป็นเรื่องปกติมากขึ้น สะท้อนความม่ค่อยสนใจข่าวสาร ความเป็นไปของสังคมของวัยรุ่น การแสดงออกเกี่ยวกับความรักมากขึ้น โดยเฉพาะวัยรุ่นหญิง และมีความนิยมใช้คำขบคายในหมู่เพื่อนเพื่อแสดงความสนิทสนมต่อกัน

จากผลการศึกษา เห็นได้ว่าข้อความสั้นภาษาไทยกลายเป็นช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่นเนื่องมาจากการใช้ข้อความสั้นแสดงถึงความเป็นอิสระต่อกรอบทางสังคม ก่อให้เกิดการใช้ภาษา รูปแบบแปลกใหม่ หรือศัพท์เฉพาะในหมู่วัยรุ่น และชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของเพื่อนวัยรุ่น ซึ่งผู้เกี่ยวข้องควรเรียนรู้ ถึงลักษณะการเปลี่ยนแปลงของสังคม เทคโนโลยีสมัยใหม่ และโลกของวัยรุ่นในมุมมองของพวกเขา เพื่อทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของวัยรุ่นด้วย

137 หน้า. ISBN 974-04-3604-8

CHARACTERISTICS OF TEENAGERS' THAI SHORT MESSAGES ON MOBILE PHONE.

JETTANAR CHANMANO 4136616 LCCD/M

M.A. (LANGUAGE AND CULTURE FOR COMMUNICATION)

THESIS ADVISORS : LAKKANA DAORATANAHONG, DOCTORAT DEL' EHESS,
DUANGPORN KAMNOONWATANA,M.A., WACHIRAPORN
WANDEE, M.A.

ABSTRACT

Short Messaging Service (SMS), a type of data (non-voice) service on mobile phone, is a new popular mobile communication method, especially for teenagers. This research has the objective to study the characteristics of language that Thai teenagers use via Thai short messages, and to analyze the social values and ways of thinking. The research methods are both quantitative and qualitative. Samples of the study are 200 teenagers, ages 15-18 years, who use Thai short messaging service. Tools of the research are questionnaires. Data analysis is done in the form of graphs and percentages.

The study found that teenagers use Thai short messages mainly for entertainment and to send or receive messages among their friends. Female teenagers use Thai short messages more than male teenagers. Most messages were found to be humorous. A fewer number are messages showing love and friendliness. Teasing messages are the third most common. While short messages are used for making appointments, they are less commonly used for sending information or greetings. Most teenagers are not upset with messages showing rudeness or having sexual meaning, so long as the messages are sent from their special friends. The messages also reflect that sex is something normal for teenagers. They also showed that teenagers have less interest in news and social information. The expression of love occurred more among female teenagers and it is popular to use rude conversation with special friends to indicate intimacy.

The study found that Thai short messages are a new channel of communication popularly used by teenagers. It showed freedom from society's framework and gave birth to new linguistic characteristics or teenager jargon. This study can help the people involved with teenagers to understand them better by trying to be in their world, and this can help to solve the teenager's problems.

KEY WORDS : THAI LANGUAGE/ SHORT MESSAGING SERVICE/ MOBILE PHONE/
TEENAGER

137 p. ISBN 974-04-3604-8

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญแผนภูมิ	ฉ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของหัวข้อวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ขอบเขตในการศึกษา	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	5
2. ทบทวนวรรณกรรม.....	7
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร	7
2.1.1 วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร	
2.1.2 แบบจำลองการสื่อสารของเชอร์มน์	
2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล	
2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น	13
2.2.1 นิยาม ลักษณะสำคัญและความสนใจของวัยรุ่น	
2.2.2 ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม	
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับภาษา และการศึกษาลักษณะของภาษาไทย	16
2.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาษา	
2.3.2 วิชาภาษา ภาษามาตรฐาน ภาษาย่อยและภาษาวัยรุ่น	
2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3. วิธีดำเนินการศึกษา.....	24
3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	24
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา	26
3.3 สถานที่เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง	26
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	29
4. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย.....	31
4.1 เทคโนโลยีการรับส่งข้อความสั้น	31
4.1.1 นิยามของการรับส่งข้อความสั้น	
4.1.2 กระบวนการรับส่งข้อความสั้น	
4.2 ที่มาของการรับส่งข้อความสั้นในประเทศไทย	34
4.2.1 ความเป็นมาของบริการรับส่งข้อความสั้นในประเทศไทย	
4.2.2 แนวคิดและเทคโนโลยีรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย	
4.2.3 วิธีใช้งานบริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย	
5. การศึกษาลักษณะข้อความสั้นภาษาไทยที่ใช้ในวัยรุ่น.....	46
5.1 พฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์มือถือและรับส่งข้อความสั้น	46
5.1.1 ยี่ห้อโทรศัพท์มือถือที่ใช้งาน	
5.1.2 สาเหตุในการใช้งานโทรศัพท์มือถือ	
5.1.3 ความถี่ในการรับส่งข้อความสั้น	
5.1.4 บุคคลที่วัยรุ่นรับส่งข้อความสั้นด้วยเป็นประจำ	
5.1.5 เหตุผลในการใช้บริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย	
5.1.6 สัญลักษณ์แทรกประกอบข้อความสั้น	
5.1.7 สิ่งที่วัยรุ่นรู้สึกไม่พอใจในการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย	
5.2 ลักษณะภาษาที่แบ่งตามกลุ่มความหมายของข้อความสั้นภาษาไทย	59
ของวัยรุ่น	
5.2.1 ข้อความขบขัน	
5.2.2 ข้อความแสดงความผูกพัน	
5.2.3 ข้อความเข้าหยา	

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

5.2.4	ข้อความบอกกล่าว	
5.2.5	ข้อความอวยพร	
5.2.6	ข้อความนัดหมาย	
5.2.7	ข้อความทักทาย	
5.2.8	ข้อความอื่นๆ	
5.3	ลักษณะการใช้ภาษาของข้อความสั้นภาษาไทยในวัยรุ่น	80
5.3.1	การย่อคำ	
5.3.2	การใช้คำสัมผัสคล้องจอง	
5.3.3	การใช้วิธีถ่ายเสียงภาษาไทยด้วยตัวอักษรโรมัน (ภาษาคารา- โอเกะ)	
5.4	ภาพสะท้อนทางสังคมและวัฒนธรรมของวัยรุ่นที่ปรากฏในข้อความ สั้นภาษาไทย	84
5.4.1	ความคิดเกี่ยวกับเรื่องเพศ	
5.4.2	ความคิดเกี่ยวกับความรัก	
5.4.3	ความไม่คอยสนใจข่าวสาร ความเป็นไปของสังคม	
5.4.4	การใช้คำหยาบ	
6.	สรุป อภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	88
6.1	สรุป	88
6.2	อภิปรายผลสิ่งที่ค้นพบจากการศึกษา	94
6.3	ข้อเสนอแนะ	96
6.3.1	ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา	
6.3.2	เสนอแนะสิ่งที่ควรวิจัยต่อไป	
	บรรณานุกรม	98
	ภาคผนวก	101
	ภาคผนวก ก. ตารางสรุปเนื้อหาข้อความสั้นภาษาไทยที่ได้รับจากแบบ สอบถามของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เรียงตามเพศและลำดับของกลุ่มตัวอย่าง	102
	ภาคผนวก ข. ตารางสรุปเนื้อหาข้อความสั้นภาษาไทยที่ได้รับจากแบบสอบ- ถามของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เรียงตามกลุ่มความหมายของข้อความสั้น	116

สารบัญ (ต่อ)

ประวัติผู้วิจัย	131
Executive Summary	132



สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	ยอดการใช้บริการ SMS ของเครือข่าย “A” ระหว่างเดือนมกราคม – ตุลาคม 2545	35
ตารางที่ 2	การจัดหมวดหมู่ตัวอักษรไทยของระบบ “eZi-Thai”	40
ตารางที่ 3	ตัวอักษรไทยบนแป้นพิมพ์ของโทรศัพท์มือถือยี่ห้อ “S”	43
ตารางที่ 4	แสดงข้อความสั้นภาษาไทยแบ่งออกตามกลุ่มความหมายในรูปแบบจำนวนทั้งหมดและร้อยละ เปรียบเทียบระหว่างวัยรุ่นชายและหญิง	60
ตารางที่ 5	ตัวอย่างอักษรย่อและความหมายที่พบในการศึกษา	81

สารบัญแผนภูมิ

	หน้า	
แผนภูมิที่ 1	ความแตกต่างของภาษาย่อย ภาษาถิ่น และภาษาย่อยสังคม	19
แผนภูมิที่ 2	ยี่ห้อโทรศัพท์มือถือที่วัยรุ่นชายใช้งาน	47
แผนภูมิที่ 3	ยี่ห้อโทรศัพท์มือถือที่วัยรุ่นหญิงใช้งาน	47
แผนภูมิที่ 4	สาเหตุที่ใช้งานโทรศัพท์มือถือ เปรียบเทียบระหว่างวัยรุ่นเพศชายและหญิง	49
แผนภูมิที่ 5	แสดงความถี่ในการรับส่งข้อความความสั้นต่อสัปดาห์ของวัยรุ่นเพศชายและหญิง	51
แผนภูมิที่ 6	เปรียบเทียบบุคคลที่วัยรุ่นเพศชายและหญิงรับส่งข้อความสั้นด้วยเป็นประจำ	52
แผนภูมิที่ 7	แสดงเหตุการณ์ใช้บริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทยของวัยรุ่นเพศชายและหญิง	54
แผนภูมิที่ 8	สัญลักษณ์ที่วัยรุ่นเพศชายและหญิงแทรกประกอบข้อความสั้นเป็นประจำ	56
แผนภูมิที่ 9	สิ่งที่วัยรุ่นชายและหญิงรู้สึกไม่พอใจในการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย	58
แผนภูมิที่ 10	เปรียบเทียบชนิดข้อความสั้นภาษาไทยระหว่างวัยรุ่นชายและหญิงในรูปแบบอัตราส่วนร้อยละ	61

สารบัญภาพ

	หน้า	
รูปภาพที่ 1	แบบจำลองการสื่อสารของแชนแนล	9
รูปภาพที่ 2	แบบจำลองกระบวนการสื่อสารข้อความสั้นภาษาไทยตามกรอบแนวคิดของชแชนแนล	11
รูปภาพที่ 3	เปรียบเทียบการรับส่งข้อความผ่านวิทยุคิดตามตัว และข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือ	33
รูปภาพที่ 4	กระบวนการส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยวิธีการต่างๆ	34
รูปภาพที่ 5	การจัดวางตัวอักษรไทยลงบนแป้นพิมพ์โทรศัพท์ของ “O”	41
รูปภาพที่ 6	หน้าจอแสดงผลเมื่อมีข้อความใหม่เข้ามา	44
รูปภาพที่ 7	การอ่านข้อความสั้นบนหน้าจอแสดงผลของโทรศัพท์มือถือ	44
รูปภาพที่ 8	วิธีตอบรับ หรือเลือกกล่องข้อความเข้า/ออก	44

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของหัวข้อวิจัย

การเติบโตของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยเป็นไปอย่างต่อเนื่องในระยะเวลาอันสั้น เนื่องจากความต้องการความสะดวกสบายในการสื่อสารไร้สายของประชาชนผู้ใช้งานทั่วไป และผลดีจากการแข่งขันของบรรดาผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโอเปอเรเตอร์ (Operator) รายต่างๆ ทั้งรายเก่าและรายใหม่ (ข้อมูลล่าสุดเมื่อเดือนพฤษภาคมพ.ศ. 2546 มีบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยทั้งสิ้น 5 ราย) ต่างแข่งขันนำเสนอกิจกรรมสนับสนุนการขาย (Sales Promotion) ในรูปแบบต่างๆ อาทิ ลดอัตราค่าบริการรายเดือน แพคเกจราคาพิเศษ หรือการลดราคาตัวเครื่องลูกข่าย ทำให้การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของคนทั่วไปเป็นเรื่องง่าย และอยู่ในระดับที่สามารถมีกำลังซื้อได้ไม่ยากเย็น แตกต่างจากในอดีตที่โทรศัพท์มือถือเป็นเพียงแค่อุปกรณ์สื่อสารของผู้มีฐานะทางการเงินในสังคมหรือบรรดานักธุรกิจเท่านั้น โดยในปัจจุบัน ยอดผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย มีจำนวนประมาณ 20 ล้านราย หรือประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ ของจำนวนประชากรทั้งหมด

การปรับลดระดับราคาค่าบริการ และราคาโทรศัพท์มือถือ ช่วยเพิ่มจำนวนกลุ่มผู้ใช้งานรายใหม่ๆ โดยกลุ่มวัยรุ่น เป็นกลุ่มผู้ใช้งานอีกกลุ่มหนึ่งที่มีอัตราเติบโตสูงมาก จนเป็นเป้าหมายการตลาดสำคัญของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายต่างๆ

ยกตัวอย่าง การวางแผนกลยุทธ์การตลาดของผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบชำระค่าบริการล่วงหน้า (Pre-paid) รายหนึ่ง และเป็นผู้ให้บริการเป็นรายแรกในประเทศไทย ซึ่งเริ่มให้บริการเมื่อปี พ.ศ. 2542 และกลายเป็นระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งมีผู้ให้บริการสูงสุดในประเทศไทยในขณะนี้

“... หลังจาก Post-Paid Launch มาได้ในระยะหนึ่ง Inflation เริ่มเต็ม คนที่มีโทรศัพท์มือถือในระดับของนักธุรกิจเริ่มเต็ม เราต้องเริ่มหากกลุ่มคนใช้ใหม่ๆ ว่าจะเป็นใคร ...

เราวาง Product Positioning ลงไป บอกว่าเป็นของใหม่ -- New Pre-paid Mobile Phone ที่สะดวกสบายสำหรับ Young Generation ไม่ใช่สำหรับของคนแก่! ...” (ทรงศักดิ์ เปรมสุข, 2545 : 15)

ข้อมูลล่าสุด ไตรมาสแรกของปี 2546 มียอดผู้ใช้บริการของผู้ให้บริการรายดังกล่าว จำนวนทั้งสิ้น 9,186,577 ราย (เอกสาร 1Q03 Results Conference Call AIS, 2546 : 22) หรือเกือบครึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดในประเทศไทย

วัยรุ่นนับเป็นกลุ่มผู้ใช้งานที่ถูกจับตามองจากผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอย่างยิ่ง ด้วยอุปนิสัยชื่นชอบความทันสมัย ก้าวทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ และให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเพื่อนด้วยกันมากที่สุด โทรศัพท์มือถือจึงมีความเหมาะสมในการทำหน้าที่เชื่อมต่อการสื่อสาร มิตรภาพระหว่างเพื่อนของวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี

ผลจากการศึกษาวิจัยวิถีชีวิต หรือไลฟ์สไตล์ของวัยรุ่นไทย โดย Insight By Far East DDB (Telecom Journal, 4 – 10 พฤศจิกายน 2545) พบว่ากลุ่มวัยรุ่นไทยได้ให้ความสนใจโทรศัพท์มือถือมากที่สุด จำนวนร้อยละ 63 มากกว่า “Ragnarok” เกมออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากประเทศเกาหลี คอมพิวเตอร์ หรือการเล่นกีฬา สามารถสะท้อนบางสิ่งให้รู้ว่า วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ให้ความสนใจโทรศัพท์มือถือเป็นอันดับแรกสุด รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ๆ ตามกระแสนิยมตลอดเวลา

อย่างไรก็ตาม วัยรุ่นเป็นวัยที่มีลักษณะของการเปลี่ยนแปลง ไม่หยุดนิ่ง โดยเฉพาะในยุคสมัยใหม่ที่มีความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี จนทำให้ผู้ใหญ่จำนวนไม่น้อยไม่สามารถเข้าถึง หรือทำความเข้าใจความคิด ค่านิยมของเด็กวัยรุ่นเท่าใดนัก

“... ถึงยุคปัจจุบัน สังคมที่ถูกกระแสโลกาภิวัตน์พัฒนาแปรเปลี่ยนจนก้าวล่วงสู่ยุคดิจิทัลดลว่ากันว่า ยุคนี้เป็นยุคที่มีการแยกกลุ่มกันอย่างชัดเจนระหว่างคนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ รุ่นเก่าจะน่าลือกที่ข้องช้าไม่ทันใจ ยึดมั่นอยู่กับแบบแผนขนบวัฒนธรรมดั้งเดิมทั้งระบบคิดและกระบวนการดำเนินชีวิต ในขณะที่รุ่นใหม่ดิจิทัลรวดเร็วฉับไว ไม่ยึดติดอยู่กับขนบธรรมเนียมปฏิบัติ ชอบที่จะแหกกฎกติกา กบฏต่อระเบียบแบบแผนการดำเนินชีวิต ในโครงสร้างเดิมที่รู้สึกข้องช้าไม่ทันใจและที่สำคัญ ไม่แปลกใหม่และทำทาย ... ความแตกต่างกันทางด้านความคิด การดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน จากจุด A ไปยังจุด B ที่มีวิถีและรายละเอียดต่างกันนี้ นำมาซึ่งความไม่สมดุลในหลายๆประการพร้อมที่จะกระทบกระทั่งกันอยู่ตลอดเวลา” (พชร สมุทรวานิช, 2545 : 8)

และนอกเหนือจากรูปแบบบริการเสียง (Voice) ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งเป็นรูปแบบการให้บริการพื้นฐานตั้งแต่เริ่มแรก ไม่ว่าจะเป็นการสนทนา รับสายเข้า-โทรออกตามปกติ ปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้รับการพัฒนา ปรับปรุงเข้าสู่การเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล ซึ่งเพิ่มความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล (Non-Voice) ในรูปแบบของบริการเสริมชนิดต่างๆ มากมายที่มีให้ผู้ใช้งานเลือก

บริการรับส่งข้อความสั้น (Short Mesaging Service) ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ คือรูปแบบของการให้บริการด้านข้อมูลชนิดหนึ่งที่มีความร้อนแรง และได้รับความนิยมมากที่สุดทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทย โดยมีจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในเวลาอันสั้น

การรับส่งข้อความสั้น (SMS) เป็นการรับส่งข้อความสั้นๆ ระหว่างผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือในกรณีที่ไม่มีใครสะดวกในการสื่อสารด้วยการสนทนาตามปกติ เช่น เครื่องปิด หรือผู้ใช้ต้องการสื่อสารผ่านทางข้อความที่บ่งบอกถึงอารมณ์ความรู้สึกซึ่งมากกว่าถ้อยคำสนทนา ซึ่งจัดเป็น “การสื่อสารข้อมูล” รูปแบบหนึ่ง

การสื่อสารข้อมูล (Data Communication) หมายถึงกระบวนการถ่ายทอด หรือนำส่งข้อมูลจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งผ่านสื่อชนิดใดๆ ก็ได้ ข้อมูล (Data) อาจเป็นข้อความ รูปภาพ หรือสัญลักษณ์อะไรก็ได้ที่ต้องการถ่ายทอด (คัชแมน, โทมัส เจ. และเซอร์วิทกา, จูดี เอ, 2544: 3)

จากรายงานของ GSM Association ระบุยอดผู้ใช้บริการ SMS ทั่วโลก บนเครือข่ายระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ GSM (Global System for Mobile communications) เฉพาะเดือนธันวาคม พ.ศ. 2543 จำนวน 15,000 ล้านข้อความ (http://www.gsmworld.com/news/press_2001)

ขณะที่มีรายงานเฉพาะยอดการใช้งานข้อความสั้นในประเทศอังกฤษของ Mobile Data Association (MDA) พบว่ามีจำนวนสูงถึง 1,520 ล้านราย หรือประมาณ 56 ล้านข้อความต่อวัน เฉพาะเดือนมีนาคม พ.ศ. 2546 (<http://www.mobilesms.com>)

เช่นเดียวกับการเติบโตของของการรับส่งข้อความสั้นในประเทศไทยที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นสองเท่าทุกปี นับตั้งแต่เปิดให้บริการเมื่อ ปี พ.ศ. 2541

วัยรุ่น คือกลุ่มเป้าหมายการตลาดสำคัญของการให้บริการ (Non-Voice) ซึ่งรายได้หลักอยู่ที่บริการ SMS ซึ่งสามารถพัฒนาบริการต่างๆ อันหลากหลาย

“วัยรุ่นถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักทางการตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการสร้างตลาด Non-Voice ให้เกิดเป็นรูปเป็นร่าง เหตุผลที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่โฟกัสไปที่วัยรุ่น ก็เพราะว่า กลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีการตัดสินใจรวดเร็ว และชอบที่จะทดลองอะไรใหม่ๆ ซึ่งก็รวมไปถึงบริการใหม่ๆ ในโทรศัพท์มือถือด้วย” (Brandage, มีนาคม 2546 : 150)

เนื่องจากการรับส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือจะมีข้อจำกัดด้านการพิมพ์ข้อความซึ่งมีเนื้อที่บรรจุข้อความไม่มากนัก (รองรับตัวอักษรภาษาอังกฤษสูงสุด 160 ตัวอักษร และตัวอักษรภาษาไทยประมาณ 50-70 ตัวอักษร ต่อจำนวน 1 ข้อความ) และต้องเสียเวลาในการป้อนข้อความผ่านทางปุ่มกด (Keypad) ทำให้ผู้ใช้งานวัยรุ่นต้องมีการตัด ลด ย่อข้อความ หรือใช้คำศัพท์ที่รู้จักกัน

เฉพาะกลุ่ม เพื่อสร้างประโยชน์ที่ลดจำนวนตัวอักษรลง แต่ยังคงสามารถตีความได้อย่างถูกต้อง หรือสามารถเข้าใจได้เฉพาะภายในกลุ่มวัยรุ่นที่ส่งข้อความระหว่างกันเท่านั้น

ด้วยเหตุที่ภาษามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป การรับส่งข้อความสั้นบนโทรศัพท์มือถือ จึงเป็นส่วนหนึ่งในการสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะภาษาสมัยใหม่ หรือภาษาสแลงเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่แตกต่างจากวัยอื่นๆ หรือบอกถึงแนวความคิด ค่านิยม ของกลุ่มวัยรุ่นยุคโลกไร้สาย ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีสมัยใหม่ตลอดเวลา

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) ศึกษาลักษณะภาษาที่วัยรุ่นสื่อสารผ่านทางข้อความสั้นภาษาไทยบนโทรศัพท์เคลื่อนที่
- 2) วิเคราะห์แนวคิด ค่านิยมของวัยรุ่นไทยที่สะท้อนผ่านทางข้อความสั้นภาษาไทย

1.3 ขอบเขตในการศึกษา

การศึกษานี้ กำหนดขอบเขตและข้อตกลงเบื้องต้น ดังนี้

- 1) กลุ่มวัยรุ่นที่ทำการศึกษา ได้แก่ วัยรุ่นตอนกลาง อายุระหว่าง 15-18 ปี กำลังศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า (นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 หรือระดับ ปวช. ปี 1-3 หรือเทียบเท่า) ใช้บริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทยบนโทรศัพท์มือถือ และใช้บริการบริเวณย่านเซ็นเตอร์พ้อยท์ สยามสแควร์
- 2) ผู้วิจัยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นชาย จำนวน 100 ราย และวัยรุ่นหญิง จำนวน 100 ราย รวมทั้งสิ้นจำนวน 200 ราย เพื่อให้ได้จำนวนอันเหมาะสมและเพียงพอต่อการวิเคราะห์ภาษาข้อความสั้นภาษาไทย
- 3) ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเนื้อหาข้อความสั้นภาษาไทย โดยวิเคราะห์เนื้อหา ลักษณะภาษาตามกลุ่มความหมายของข้อความและลักษณะการใช้ภาษาของข้อความสั้น กลวิธีนำเสนอรูปแบบต่างๆ รวมไปถึงพฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มวัยรุ่น
- 4) เพื่อความเหมาะสมและเป็นกลางของเนื้อหางานวิจัย ผู้ศึกษาขอใช้ตัวอักษรย่อภาษาอังกฤษแทนชื่อของบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ชื่อบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือ และชื่อทางการตลาดอื่นๆ ทั้งหมดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทราบถึงพฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์มือถือ และการรับส่งข้อความสั้น (SMS) ของวัยรุ่น
- 2) ทราบถึงลักษณะภาษาของกลุ่มวัยรุ่นสมัยใหม่ ศัพท์สแลง และสัญลักษณ์ที่วัยรุ่นนิยมใช้งานบนโทรศัพท์มือถือ
- 3) ผลการศึกษาจะสะท้อนแนวคิด ค่านิยม ของวัยรุ่นสมัยใหม่

1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

เพื่อให้การศึกษาครั้งนี้มีความเข้าใจตรงกัน ผู้ศึกษาจึงนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา ดังต่อไปนี้

โทรศัพท์มือถือ (Handheld Phone, Mobile Phone, Cellular Phone, Cell Phone หรือ Wireless Phone) เนื่องจากคำว่าโทรศัพท์มือถือ มาจากศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีการใช้งานทดแทนกันได้หลายคำด้วยกัน แต่เราพอสรุปได้ว่าหมายถึงอุปกรณ์โทรศัพท์แบบพกพาหรือเคลื่อนที่ได้ ทำการสื่อสารโดยปราศจากการเชื่อมต่อทางวัตถุระหว่างผู้ส่งและผู้รับ (Communication without any physical connections between the sender and the receiver) โดยใช้คลื่นความถี่วิทยุผ่านทางอากาศ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และเทคโนโลยีในการสื่อสารด้วยเสียง หรือข้อมูล (<http://www.nokiausa.com/support/faq/glossary/0,1241,T|Z,00.html>) ในการศึกษาครั้งนี้จะไม่รวมเอาโทรศัพท์บ้านแบบพกพาหรือพีซีที่เข้ามาอยู่ในการศึกษาดังกล่าวด้วย เนื่องจากตัวเครื่องส่วนใหญ่ไม่รองรับคุณสมบัติการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย

ผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Network System Provider) หรือโอเปอเรเตอร์ (Operator) หมายถึง บริษัทผู้ได้รับสัมปทานในการให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบต่างๆ จากหน่วยงานภาครัฐเพื่อเปิดให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แก่ประชาชนทั่วไป โดยเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการใช้งานของผู้ใช้บริการในระบบ

บริการข้อความสั้น (Short Messaging Service) หมายถึง บริการรับและส่งข้อความตัวอักษรจากโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องหนึ่งไปยังอีกเครื่องหนึ่ง ผู้ใช้งานสามารถผสมคำ ตัวเลข หรือตัวอักษรลงไปในข้อความสั้น โดยแต่ละข้อความสั้นจะสามารถบรรจุตัวอักษรภาษาอังกฤษ (ละติน) 160 ตัวอักษร และสูงสุด 70 ตัวอักษรในกรณีไม่ใช่ตัวอักษรละติน อาทิ ภาษาอาหรับ ภาษาจีน ญี่ปุ่น หรือภาษาไทย เป็นต้น

วัยรุ่น (Adolescence) หมายถึง วัยของบุคคลกำลังพัฒนาจากเด็กไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่ ทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม เด็กๆ จะค่อยๆ เปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อ และทัศนคติไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่ และมักถือความนิยมตามสิ่งแวดล้อมของตนมากยิ่งขึ้นตามลำดับ

ภาษาคาราโอเกะ หมายถึงการใช้วิธีถ่ายเสียงภาษาไทยด้วยตัวอักษรโรมัน ซึ่งนิยมนำมาใช้ในวีดิทัศน์ประกอบดนตรีไทยสากลที่จำหน่ายตามท้องตลาด โดยนำแทรกบริเวณตอนล่างของภาพ และมีการนำมาใช้ในการรับส่งข้อความสั้นบนโทรศัพท์มือถือที่ไม่รองรับการแสดงผลภาษาไทย หรือไม่สามารถพิมพ์ตัวอักษรไทยได้



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาลักษณะภาษาของข้อความสั้นภาษาไทยที่ใช้ในโทรศัพท์มือถือของกลุ่มวัยรุ่น จำเป็นต้องศึกษาทฤษฎีทางการสื่อสารในรูปแบบของแบบจำลองการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อทำความเข้าใจถึงกระบวนการ ลักษณะของการสื่อสารด้วยวิธีรับส่งข้อความสั้นผ่านสื่อโทรศัพท์มือถือ การศึกษาแนวคิดของวัยรุ่นที่มีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างจากวัยอื่นๆ เพราะเป็นช่วงวัยคาบเกี่ยวระหว่างความเป็นเด็กกับผู้ใหญ่ การนำทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมมาใช้ในการอธิบายพฤติกรรมของวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่ได้รับอิทธิพลรูปแบบต่างๆ จากกลุ่มเพื่อนมากที่สุด อันก่อให้เกิดการเรียนรู้ปรับตัวเข้ากับสมาชิกในกลุ่มหรือสิ่งแวดล้อมของพวกเขา

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาลักษณะแนวคิดของภาษา โครงสร้างของประโยคในภาษาไทย การเปลี่ยนแปลงของภาษาไทย เพื่อนำมาวิเคราะห์ลักษณะภาษาที่วัยรุ่นนำมาใช้รับส่งข้อความสั้นภาษาไทยระหว่างกันผ่านทางโทรศัพท์มือถือ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษานแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีความสอดคล้องกับการศึกษาดังต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

2.1.1 วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ปรับตามแนวคิดบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารของ วิลเบอร์ ชรามน์ (Wilbur Schramm) และชูเมคเกอร์ (Schumaker) (กิติมา สุรสนธิ, 2542: 19) ดังนี้

1) วัตถุประสงค์ทั่วไปของการสื่อสารในด้านผู้ส่งสาร

- เพื่อแจ้งให้ทราบ (to inform) ผู้ส่งสารต้องการบอกแจ้งเหตุการณ์ต่างๆ หรือข้อมูลข่าวสาร เพื่อทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่รับรู้มาเพื่อถ่ายทอดให้แก่ผู้รับได้ทราบหรือเกิดความเข้าใจ

- เพื่อให้การศึกษา (to teach or to educate) ผู้ส่งสารต้องการจะให้ผู้รับ ได้รับความรู้ ความเข้าใจในเรื่องบางเรื่อง หรือบางสิ่งที่ตนต้องการในลักษณะเป็นวิชาการ เพื่อให้ผู้รับสารเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถยิ่งขึ้น

- เพื่อชักจูง (to propose or to persuade) เป็นวัตถุประสงค์เน้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องความรู้สึก นึกคิด ทศนคติ หรือพฤติกรรม ผู้ส่งสารเสนอแนะสิ่งหนึ่งต่อผู้รับสาร และมีความต้องการชักจูงใจให้ผู้รับสารมีความคิดคล้อยตาม หรือยอมรับปฏิบัติตามการเสนอแนะของตน

- เพื่อสร้างความพึงพอใจ หรือให้ความบันเทิง (to please or to entertain) ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารเกิดความสุขสนทนารื่นเริง สร้างอารมณ์ที่ดีและแจ่มใส ผ่อนคลายความตึงเครียดและเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ

2) วัตถุประสงค์ทั่วไปของการสื่อสารในด้านผู้รับสาร

- เพื่อทราบ (to know or to understand) ผู้รับสารต้องการทราบเรื่องราวข่าวสาร ข้อมูล เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือสิ่งอื่นใดที่มีผู้แจ้งหรือรายงานชี้แจง

- เพื่อเรียนรู้ (to learn) เป็นวัตถุประสงค์ของผู้รับสารต้องการที่จะรู้และเข้าใจในเรื่องราววิชาการต่างๆ เป็นการหาความรู้เพิ่มเติมและทำความเข้าใจกับเนื้อหาสาระในการสอนของผู้ส่งสาร

- เพื่อความพอใจ (to enjoy) ผู้รับสารต้องการแสวงหาบุคคลที่มีอารมณ์ดี พุดคุย สนุกสนาน หรือหาสิ่งที่สามารถสร้างความบันเทิง รื่นเริงใจแก่ผู้รับ เช่น รับชมโทรทัศน์ ฟังวิทยุ เพื่อคลายความเครียด

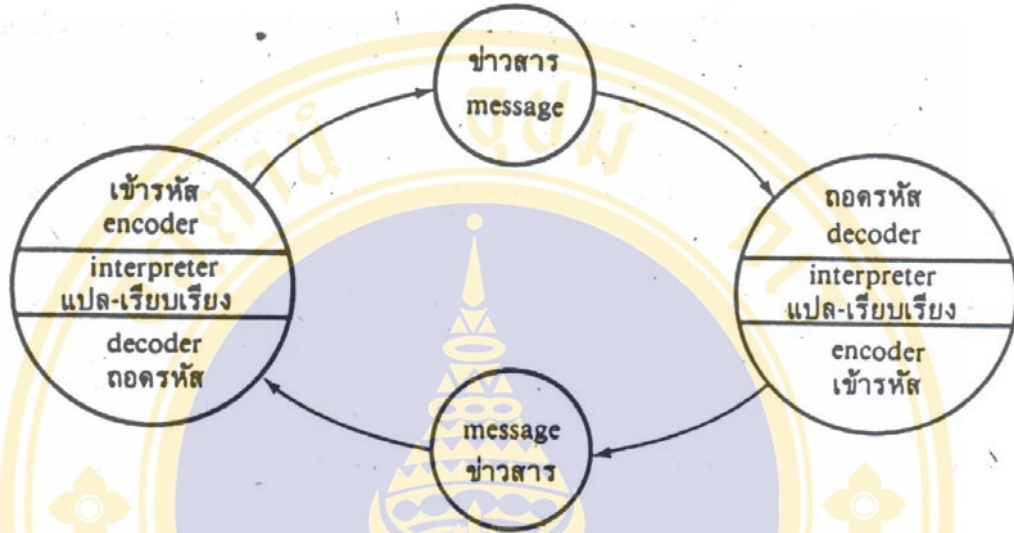
- เพื่อตัดสินใจ (to decide) ผู้รับสารมักต้องการข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจ ซึ่งข้อมูลข่าวสารนั้นๆ จำเป็นต้องมีความลึกซึ้งและมีอิทธิพลเพียงพอที่จะชักจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือเกิดการตัดสินใจได้

2.1.2 แบบจำลองการสื่อสารของแชรมันน์ (Schramm Model)

แบบจำลอง (Model) คือการพยายามจำลองปรากฏการณ์ทางการสื่อสาร เพื่อใช้อธิบายการทำงานของสื่อสาร และเป็นตัวแทนของทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์ในมุมมองของผู้รู้ นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์

บิลล์และฮาร์ดเกรฟ (Bill and Hardgrave) ให้คำจำกัดความว่า “แบบจำลอง คือตัวแทนหรือคำอธิบายของโลกแห่งความจริงในรูปของทฤษฎีและทำให้ง่ายต่อความเข้าใจ” (มณฑล ไบบัว, 2536: 47)

แบบจำลองของแชรมน์ เป็นแบบจำลองแสดงความเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งจะมีการเข้ารหัส แปล หรือตีความหมายสาร ถอดรหัสหรือแปลสัญญาณให้รายละเอียดของการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร



รูปภาพที่ 1 แบบจำลองการสื่อสารของแชรมน์ (ที่มา : มณฑล ไบบัว, 2536 : 55)

เมื่อผู้ส่งสารเข้ารหัสสาร (Encoder) ส่งข้อมูลข่าวสาร (Message) ไปยังผู้รับสาร ผู้รับสารจะถอดคำพูด ข่าวสาร สัญญาณต่างๆ ที่ผู้ส่งมาให้แล้วตีความ (Interpret) ทำความเข้าใจกับข่าวสารที่ได้รับ เมื่อมีความรู้สึกนึกคิดอย่างไรกับข้อมูลข่าวสารที่ผู้ส่งมาให้ จะทำการเข้ารหัสสาร (Encoder) ส่งข้อมูล หรือสาร ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ที่ต่อสารนั้น เรียกว่า “ปฏิกริยาตอบกลับ” (Feedback) มายังผู้ส่งสาร ที่จะเปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้รับสารแทน จากนั้นตีความเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิดที่ผู้รับสารมีต่อสารที่ตนส่งไปแล้ว ผู้ส่งสารอาจปรับข้อมูล ทำที่ การสื่อสารเสียใหม่เพื่อให้เหมาะสมหรือตรงกับความต้องการของผู้รับสารมากยิ่งขึ้น (กิติมา สุรสนธิ, 2542: 50)

จะเห็นว่า ลักษณะทิศทางของการสื่อสารจะเป็นแบบวงกลม มีการใช้ข้อมูลข่าวสารร่วมกันระหว่างผู้รับสาร และผู้ส่งสาร ไม่มีจุดเริ่มต้นและสิ้นสุด (มณฑล ไบบัว, 2536: 54) หรือผลัดกันเป็นผู้รับและผู้ส่งสาร ซึ่งถือเป็นการสื่อสารแบบทางคู่ หรือ 2 ทาง (Two-way Communication) เป็นการสื่อสารที่มีทั้งให้และรับข่าวสารระหว่างกัน ทั้งผู้ส่งสารก็สามารถเปลี่ยนเป็นผู้รับสาร ในขณะที่ผู้รับสารได้เปลี่ยนเป็นผู้ส่งสาร มีการตอบโต้ระหว่างผู้ส่งกับผู้รับสารตลอดเวลา ข้อดีคือ ผู้ติดต่อสื่อสารทั้ง 2 ฝ่าย มีโอกาสเข้าใจกันได้ถูกต้องมากขึ้น

จอร์จ เอ มิลเลอร์ (George A Miller) กล่าวว่า “การสื่อสารหมายถึงการถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง” (กิติมา สุรสุนธิ, 2542: 45)

เมื่อนำแนวคิดองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร อันประกอบไปด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร (สื่อ) และผู้รับสาร เปรียบเทียบกับการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทยบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อเข้าใจถึงกระบวนการสื่อสารของการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย

ผู้ส่งสาร (Sender) หมายถึงบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ผู้เริ่มต้นริเริ่ม สร้างและส่งสารไปยังผู้อื่น กล่าวคือเป็นผู้เริ่มต้นการสื่อสารนั่นเอง (กิติมา สุรสุนธิ, 2542: 33) ในกระบวนการรับส่งข้อความสั้น หมายถึงผู้พิมพ์ข้อความสั้นบนโทรศัพท์มือถือ และส่งออกจากเครื่องไปยังผู้รับ

สาร (message) หมายถึงเรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษา หรือสัญลักษณ์ก็ตาม สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ เป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับสารในรูปของการเข้ารหัสข้อความเนื้อหาที่ส่งออกมาเพื่อแทนความคิดที่เกิดขึ้น ผ่านการแสดงท่าทาง กิริยาต่างๆ การเขียน การสนทนา เป็นต้น สำหรับในการศึกษาครั้งนี้ คือข้อความสั้นที่ส่งออกมาจากเครื่องของผู้ส่งสาร ซึ่งเข้ารหัส (Encode) ด้วยการพิมพ์ข้อความบนแผงปุ่มกดโทรศัพท์มือถือ

ช่องทางการสื่อสาร หรือสื่อ (Channel or Medium) หมายถึงตัวกลางที่ช่วยในการนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo) แบ่งความหมายของสื่อหรือช่องทางการสื่อสารเอาไว้ 3 ประการ (มณฑล ไบบัว, 2536: 39) ได้แก่

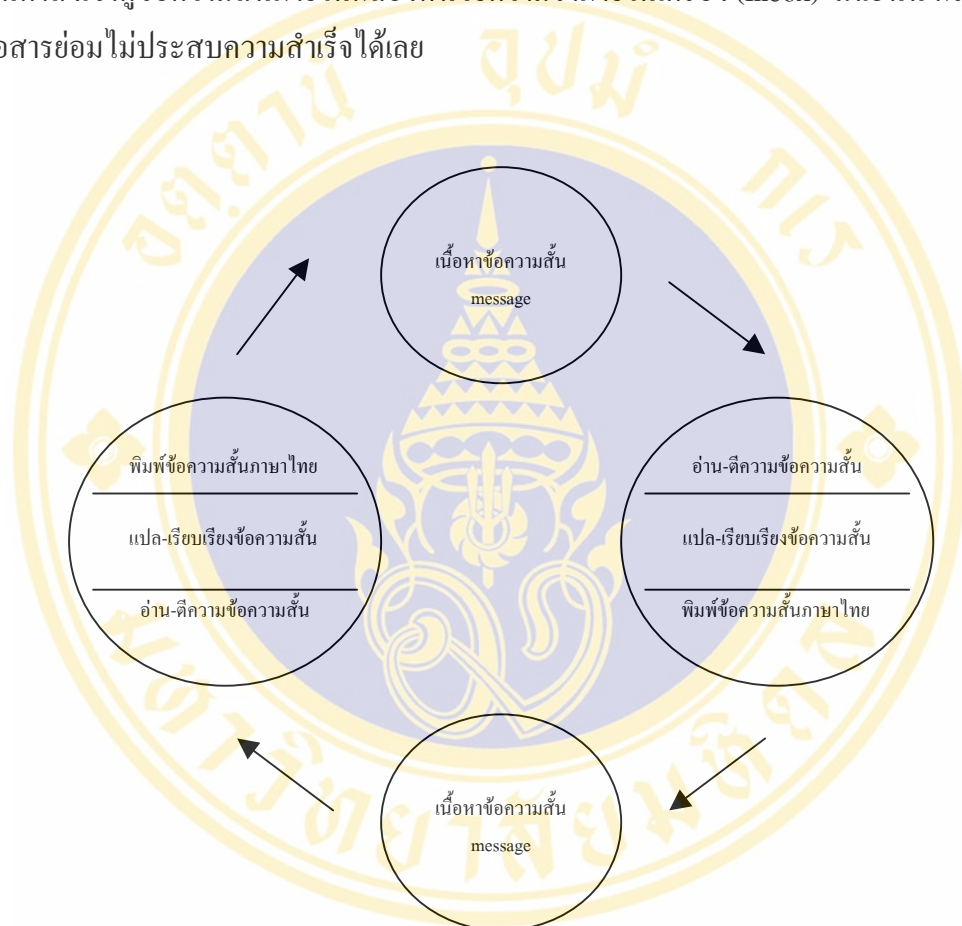
- 1) การเข้ารหัสและการถอดรหัส (mode of encoding and decoding)
- 2) สิ่งที่น่าสาร ช่องทางที่เป็นตัวกลางนำสารจากผู้ส่งสาร ไปให้ผู้รับสาร (message vehicle) ได้แก่ คลื่นแสง เสียง วิทยุ โทรเลข หนังสือพิมพ์ เป็นต้น
- 3) พาหนะของสิ่งที่น่าสาร (vehicle carrier) เช่น อากาศ เป็นต้น

ช่องทางการสื่อสารของข้อความสั้น ได้แก่ โทรศัพท์มือถือของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทั้ง 2 ฝ่าย ที่ใช้ในการติดต่อระหว่างกันซึ่งจะขาดเครื่องใดเครื่องหนึ่งไม่ได้ โดยผู้ส่งสารและผู้รับสารจำเป็นต้องทราบหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ของอีกฝ่ายหนึ่งด้วย เพื่อให้สามารถส่งข้อความถึงกันไม่ผิดพลาดหรือส่งผิดหมายเลข อันจะทำให้การสื่อสารล้มเหลวไปโดยปริยาย เพราะสารส่งไม่ถึงผู้รับตามความต้องการของผู้ส่ง

ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึงผู้รับสารจากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง เมื่อได้รับสาร ผู้รับจะพยายามตีความสารที่ส่งมาและแสดงปฏิกิริยาตอบสนองกลับ (feedback) อย่างใดอย่างหนึ่งต่อผู้ส่งสาร

ในที่นี้ ย่อมหมายถึงผู้รับข้อความสั้นภาษาไทยจากผู้ส่งสาร หรือเป้าหมายปลายทางตามหมายเลขโทรศัพท์มือถือที่ระบุตอนส่งข้อความ และอ่านหรือถอดรหัส (decode) ข้อความเนื้อหาของสาร ซึ่งแสดงผลผ่านทางหน้าจอของโทรศัพท์มือถือ

ทั้งนี้ ผู้รับสารข้อความสั้น จำเป็นต้องมีทักษะในการสื่อสาร นั่นคือ สามารถเรียกใช้งานคำสั่งเข้าสู่ข้อความสั้นภายในกล่องหน่วยความจำภายในเครื่อง (Inbox) มิฉะนั้น กระบวนการสื่อสารย่อมไม่ประสบความสำเร็จได้เลย



รูปภาพที่ 2 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารข้อความสั้นภาษาไทยตามกรอบแนวคิดของชเรมน์

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) หมายถึงการสื่อสารของบุคคลที่มีจำนวนตั้งแต่สองคนขึ้นไป ทำการแลกเปลี่ยนข่าวสารกันในลักษณะตัวต่อตัว (Person-to-Person)

แนวคิดของฮอฟแลนด์ (พัชรี เขจรรรยา, เมตตา กฤติวิทย์ และฉัตรนันทน์ อนวัชศิริวงศ์, ม.ป.ป. : 40) ให้คำนิยามการสื่อสารระหว่างบุคคล คือ สถานการณ์สัมพันธ์ซึ่งบุคคล (สื่อสาร) ส่งสัญลักษณ์เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอีกบุคคลหนึ่ง (รับสาร) ในลักษณะซึ่งหน้ากัน (face-to-face)

คุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคล (กิติมา สุรสนธิ, 2542: 23-24) ได้แก่

1) ผู้ที่ทำการสื่อสารจะทำหน้าที่หรือมีบทบาทเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นการสื่อสารในลักษณะร่วมกันกระทำ (Coactive) ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ต่างๆ ซึ่งกันและกันของทั้งสองฝ่าย

2) การสื่อสารระหว่างบุคคลจะมีความเป็นส่วนตัวสูงในการสื่อสาร เนื่องจากมีจำนวนน้อย จึงเป็นเรื่องราวระหว่างคนสองคน หรือคนไม่กี่คนเท่านั้น

3) สารที่ส่งหรือถ่ายทอดในการสื่อสารระหว่างบุคคลมักจะประกอบไปด้วยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึก สภาพจิตใจ มากกว่าเนื้อหาสาระที่เน้นหนักในเชิงของเรื่องราวของเหตุผล หรือเรื่องทั่วไป

4) ผู้ส่งสารและผู้รับสารในการสื่อสารระหว่างบุคคลจะมีความใกล้ชิดและคุ้นเคยซึ่งกันและกัน ส่วนใหญ่จะเป็นที่รู้จักมักคุ้นเป็นอย่างดี

บาร์นลันด์ (Barnlund) กำหนดคุณลักษณะ 5 ประการ ของกิจกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลไว้ดังนี้ (พัชรี เขจรรรยา, เมตตา กฤติวิทย์ และฉัตรนันทน์ อนวัชศิริวงศ์, ม.ป.ป. : 40)

1) ในเบื้องต้นสุด จะมี “ความเกี่ยวเนื่องรับรู้ต่อกัน” (perceptual engagement) ในคนสองคนหรือมากกว่าซึ่งมีความใกล้ชิดกันทางกายภาพ นี่เป็นส่วนหนึ่งของการติดต่อกันทางสังคมเบื้องต้น อันเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นก่อนกิจกรรมสื่อสารประเภทนี้

2) การรับรู้ระหว่างกันทำให้เกิดการพึ่งพากันในการสื่อสารซึ่งเน้นถึงปฏิสัมพันธ์อันเป็นจุดเน้นของการเอาใจใส่ในด้านการนึกคิดและการเห็นภาพ

3) จุดเน้นของการปฏิสัมพันธ์นี้ผ่านการแลกเปลี่ยนสารระหว่างกัน การแลกเปลี่ยนนี้ ผู้มีส่วนร่วมจะขบคิดประเด็นอย่างกว้างขวาง ประเด็นนั้นๆ ทำให้นำมาซึ่งสารใหม่จากอีกคนหนึ่ง

4) ปฏิสัมพันธ์นี้อยู่บนพื้นฐานของการสื่อสารซึ่งหน้ากัน แต่ละคนเผชิญหน้ากับอีกคนหนึ่ง

5) การสื่อสารระหว่างบุคคลมักจะไม่มีโครงสร้างที่แน่ชัด มีกลุ่มน้อยมากในการควบคุมความถี่ รูปแบบ หรือเนื้อหาสาระระหว่างบุคคล

โดยสรุป บาร์นสันตั้งคำถามว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางสังคมของการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ บุคคลมีการปะทะสังสรรค์แบบซึ่งหน้าผ่านสารที่แลกเปลี่ยนกันทั้งสองฝ่าย ทั้งที่เป็นวจนสารและอวจนสาร

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบัน ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลสองคนสามารถดำเนินในลักษณะที่มีสื่อเป็นตัวกลางในการสื่อสารก็ได้ (Interposed Communication) ในกรณีที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารอยู่ห่างไกลกันมากจนไม่สามารถติดต่อสื่อสารกันในแบบเผชิญหน้า เช่น การใช้โทรเลข โทรศัพท์ เป็นต้น (กิติมา สุรสนธิ, 2542: 23, 32)

เราพอสรุปได้ว่า การรับส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือจัดเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีผู้ส่งสารและผู้รับสาร ดำเนินการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทยซึ่งกันและกัน โดยใช้สื่อ (Channel) เป็นตัวเครื่องโทรศัพท์มือถือ เมื่อผู้รับอ่านเนื้อหาสารแล้ว จะมีปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) รูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง หรือเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้ส่งข้อความตอบโต้แก่ผู้ส่งสารซึ่งจะเปลี่ยนมาเป็นผู้รับสารแทน และจัดเป็นการสื่อสารแบบมีสื่อขวางกั้น (Interposed Communication) อาศัยโทรศัพท์มือถือเป็นสื่อกลางในการสื่อสาร ไม่ใช่ลักษณะเผชิญหน้ากัน โดยทั้งสองฝ่ายจะอยู่ห่างไกลกันหรือไม่ก็ได้ เพราะบางครั้ง การส่งข้อความสั้นถึงกันเป็นความต้องการสื่อเนื้อหาที่การสนทนาปกติไม่สามารถทำได้ หรือให้ความหมายไม่ลึกซึ้งเพียงพอตามความต้องการของผู้ส่งสาร

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น

2.2.1 นิยาม ลักษณะสำคัญและความสนใจของวัยรุ่น

อลิซาเบธ เฮอร์ล็อก (Elizabeth Hurlock) ให้ความหมายของวัยรุ่น (Adolescence) ว่า “วัยรุ่นเป็นลักษณะที่เด็กจะพัฒนาไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่ ทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม เด็กๆ จะค่อยๆ เปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อ และทัศนคติไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่ และมักถือความนิยมตามสิ่งแวดล้อมของตนมากยิ่งขึ้นตามลำดับ” (สุณีย์ ชีรดากร, 2523: 165)

สุชา จันทน์เอม (2529: 2) กล่าวว่า “วัยรุ่น คือ วัยที่สิ้นสุดความเป็นเด็ก เป็นวัยที่เป็นสะพานไปหาวัยผู้ใหญ่ ไม่มีเส้นขีดขั้นที่แน่นอนว่าเริ่มเมื่อใดและสิ้นสุดวัยเมื่อใด กำหนดเอาความเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและรูปร่างเป็นสำคัญ และถ้าจะกำหนดลงไปว่าเริ่มเมื่อใด ก็ถือเอาตอนที่เด็กหญิงเริ่มมีประจำเดือน (Menstration) ส่วนเด็กชายถือเอาตอนที่มือสุจิ (Sperm) ...”

โดยทั่วไป วัยรุ่นเริ่มจากการมีวุฒิภาวะทางเพศ (ชายและหญิงมีเพศสัมพันธ์กัน สามารถให้กำเนิดบุตรได้) จนกระทั่งสามารถเป็นอิสระจากการปกครองของผู้ใหญ่ แต่โดยเหตุที่มีความแตกต่างกันในด้านอายุของการมีวุฒิภาวะทางเพศ จึงเป็นการยากที่จะกำหนดอายุลงไปให้แน่นอนว่า วัยรุ่นเริ่มจากอายุเท่าใดแน่ (สุชา จันทน์เอม, 2529: 3)

นักจิตวิทยาและนักการศึกษาแบ่งอายุของเด็กวัยรุ่นไว้ดังนี้

1) วัยรุ่นตอนต้น (Early Adolescence) อายุ 13-15 ปี ร่างกายมีการเจริญเติบโตทางเพศอย่างสมบูรณ์ทั้งในเพศหญิงและชาย เพศหญิงจะแสดงให้เห็นถึงความเจริญทางร่างกายเต็มที่ คือ การมีประจำเดือน มีขนขึ้นตามอวัยวะเพศ สัดส่วนร่างกายเปลี่ยนไป โดยเฉพาะด้านอวัยวะเพศ และทรวงอก ส่วนเด็กชายจะสังเกตได้จากการหลั่งน้ำอสุจิในครั้งแรก การมีขนตามอวัยวะเพศ น้ำเสียงแตกพร่า ในระยะนี้ เป็นระยะที่เตือนให้ทราบว่า ระยะของวัยรุ่นได้ใกล้เข้ามาแล้ว

2) วัยรุ่นตอนกลาง (Middle Adolescence) อายุ 15-18 ปี มีการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ และความนึกคิด มีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป ในด้านร่างกายมีการเปลี่ยนแปลงมาก และสิ้นสุดลงเมื่อถึงวุฒิภาวะของวัยรุ่น มีลักษณะเปลี่ยนแปลงที่ดึงดูดความสนใจของเพศตรงข้าม หญิงจะมีใบหน้าอím ดวงตาเป็นประกาย ผมยาวสลวย ตะโพกกลม เป็นต้น ชายจะเริ่มมีหนวดและเครา ไหล่กว้าง แขนขายาว เป็นต้น ในด้านจิตใจส่วนใหญ่เป็นผลพลอยได้มาจากความเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย แต่มักไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมประกอบด้วย

3) วัยรุ่นตอนปลาย (Late Adolescence) อายุ 18-21 ปี พัฒนาการของวัยรุ่นเริ่มเข้าสู่วุฒิภาวะอย่างสมบูรณ์แบบ ซึ่งมักมีพัฒนาการทางด้านจิตใจมากกว่าทางร่างกาย โดยเฉพาะทางด้านความนึกคิดและปรัชญาชีวิต เด็กวัยรุ่นช่วงนี้จะพยายามปรับปรุงร่างกายของตัวเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อม พยายามตัดสินใจปัญหาต่างๆ ด้วยตนเอง ก่อให้เกิดความมั่นคงด้วยตัวเอง มีความกระตือรือร้น สร้างสิ่งประทับใจต่างๆ เพื่อแสดงว่าตนไม่ใช่วัยรุ่นอีกต่อไป โตเต็มที่ และมีสิทธิเสรีภาพต่างๆ เช่นเดียวกับผู้ใหญ่

ลักษณะสำคัญของวัยรุ่น (โศภณท์ นุชนาด, 2542 : 14) ได้แก่

1) เป็นวัยที่ร่างกายเจริญเติบโตไปสู่วุฒิภาวะตามแบบฉบับเชื้อชาติของตน ร่างกายจะเจริญเติบโตได้รวดเร็วมาก แขนขายาวขึ้น สัดส่วนของร่างกายก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย และจะเจริญเติบโตเต็มที่เมื่ออยู่ในวัยรุ่นตอนปลาย เป็นวัยที่เห็นเพื่อนมีความสำคัญมากที่สุด จะปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของหมู่เพื่อนเช่น การแต่งกาย การไว้ทรงผม การใช้ภาษาพูด เป็นแบบเดียวกัน หรือคล้ายคลึงกับเพื่อนๆ

2) แสวงหาฐานะทางสังคม (Social Status) ให้แก่ตนเอง ทำตัวให้เป็นที่ยอมรับของสังคม

- 3) เป็นวัยสนใจในการเลือกอาชีพ เริ่มสำรวจความถนัดและความสนใจ ตลอดจนคุณลักษณะประจำตัวของตนว่าสามารถประกอบอาชีพใด หรือศึกษาต่อด้านใด
- 4) ต้องการอิสระจากการควบคุมอย่างเข้มงวดของผู้ใหญ่ ต้องการเป็นตัวของตัวเอง และตัดสินใจเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับตัวเองได้
- 5) เป็นวัยแสวงหาอุดมคติ ปรัชญาชีวิตไว้เป็นแนวทางในการดำรงชีวิตของตน

เนื่องจากความสนใจของวัยรุ่น แตกต่างจากวัยเด็กหรือผู้ใหญ่ เพราะการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและบทบาททางสังคมที่ได้รับ เฮอร์ล็อก (Hurlock, E. B.) แบ่งความสนใจของวัยรุ่นออกได้ดังนี้ (สุชา จันทน์เอม, 2529: 45-54)

- 1) ความสนใจทางสังคม (Social Interests) มักเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์และบุคคลในสังคมวัยรุ่นจะมีความสนใจในกิจกรรมทางสังคม ทั้งที่เป็นกลุ่มใหญ่และในหมู่เพื่อนสนิท โดยเฉพาะการพบปะสนทนากันเป็นกลุ่มระหว่างเพื่อนสนิท เป็นกิจกรรมที่เด็กวัยรุ่นชอบทำ
- 2) ความสนใจส่วนบุคคล (Personal Interests) อาจแบ่งออกเป็นลักษณะต่างๆ เช่น ความสนใจการแต่งกาย ความสนใจเรื่องสุขภาพ ความสนใจเรื่องเพศ สนใจเพศตรงข้าม การเลือกเพื่อนต่างเพศ ความสนใจที่จะแสวงหาความอิสระ ความสนใจในอาชีพ การเรียน ศาสนา เป็นต้น
- 3) ความสนใจในการพักผ่อนหย่อนใจ (Recreational Interests) วัยรุ่นมักเลือกทำกิจกรรมที่ชอบและมีความถนัดมากที่สุด หรือวัยรุ่นบางคนอาจเลือกอยู่เฉยๆ มากกว่าเข้าร่วมกิจกรรมบันเทิงใดๆ เช่น ความสนใจในเกมกีฬา อ่านหนังสือ รับชมภาพยนตร์ โทรทัศน์ ฟังวิทยุ เป็นต้น

ความคิดเห็นของนักจิตวิทยาและสังคมวิทยาของไทย เกี่ยวกับความต้องการของวัยรุ่น สามารถสรุปความต้องการของวัยรุ่นไทยได้ 4 ประการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2527 : 39) ได้แก่

- 1) ความต้องการเกี่ยวกับเรื่องเพศ นับตั้งแต่การมีเพื่อนต่างเพศไปจนกระทั่งความคิดเกี่ยวกับมีคู่ครอง
- 2) ความต้องการได้รับอิสระ วัยรุ่นต้องการโอกาสในการที่จะมีอิสระในการคิด การตัดสินใจและกระทำบางสิ่งด้วยตนเอง

3) ความต้องการความยอมรับนับถือจากสังคม โดยเฉพาะจากผู้ใหญ่ ทั้งนี้เนื่องจากวัยรุ่นอยู่ในระยะของการที่จะเริ่มเป็นผู้ใหญ่ หรือการได้รับความไว้วางใจจากผู้ใหญ่จะทำให้วัยรุ่นมีความภูมิใจในตนเอง

4) ความต้องการมีปรัชญาชีวิต หรืออุดมคติของตนเอง วัยรุ่นมักจะมองทุกสิ่งในชีวิตในแง่ของปรัชญา คือจะมองทุกอย่างในทางใดทางหนึ่งอย่างเอนเอียงมาก ถ้าชอบก็จะชอบมาก ถ้าไม่ชอบก็จะคัดค้านไม่สิ้นสุด และวัยรุ่นจะนับถืออุดมคติที่เห็นว่าเป็นดีอย่างมาก และจะมีการต่อสู้อย่างรุนแรงหากใครทำลายอุดมคติของตน

2.2.1 ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory)

อัลเบิร์ต แบนดูรา (Albert Bandura) อธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ ในลักษณะของการปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ระหว่างสติปัญญา (Cognitive) พฤติกรรม (Behavior) และตัวกำหนดทางสิ่งแวดล้อม (Environment Determinants) (โสภณัท นุชนาถ, 2542 : 37)

พัฒนาการด้านบุคลิกภาพของมนุษย์อาศัยความสัมพันธ์ทางสังคมกับบุคคลอื่นๆ เรียนรู้ในการปฏิบัติตน ปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม เกิดความนึกคิด ความรู้สึก โดยมีพฤติกรรมส่วนใหญ่คล้ายกับสมาชิกในครอบครัว หรือสังคมที่อาศัยอยู่

สำหรับวัยรุ่น จะเป็นวัยที่ได้รับอิทธิพลการเรียนรู้ทางสังคมจากกลุ่มเพื่อนมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องของการแต่งกาย การพูดจา กิริยา ท่าทาง ความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมต่างๆ การคบหาเพื่อนจะเป็นสิ่งผลักดันให้เกิดการเรียนรู้ในการปรับตัวให้เข้ากับสมาชิกในกลุ่มได้ (โสภณัท นุชนาถ, 2542 : 41)

จากแนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่นและทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม แสดงชัดเจนถึงความแตกต่างของวัยรุ่นกับวัยอื่นๆ และเป็นวัยที่ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนมากที่สุด ให้ความสำคัญต่อการพบปะสนทนากับเพื่อนฝูง เพื่อนสนิท และทำกิจกรรมทางสังคมร่วมกัน

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับภาษา และการศึกษาลักษณะของภาษาไทย

2.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาษา

ภาษา (Language) คือ ระบบของสัญลักษณ์ ไม่ว่าจะป็นสัญลักษณ์ที่เกิดจากการพูด หรือการเขียน ซึ่งสมาชิกของสังคมใช้ในทางที่ค่อนข้างเป็นมาตรฐานเพื่อให้เกิดความหมายร่วมกัน และเป็นสิ่งที่ทำให้มนุษย์ต่างจากสัตว์อื่นอย่างเห็นได้ชัด (พัชรี เษยจรรยา, เมตตา กฤติวิทย์ และ

ถินันท์ อนวัชศิริวงศ์, ม.ป.ป. : 16) หรืออาจสรุปได้ว่า ภาษาเป็นเครื่องมือหรือระบบสื่อสารของสังคมมนุษย์ระดับใดก็ได้ (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2542 : 2)

เกรซและคณะ (เรื่องเดียวกัน, 16) กล่าวว่าภาษามีหน้าที่สำคัญ 3 ประการคือ

- 1) ภาษาคือสื่อ หรือพาหะเบื้องต้นสำหรับการสื่อสาร
- 2) ภาษาสะท้อนให้เห็นทั้งบุคลิกลักษณะส่วนบุคคลและวัฒนธรรมของบุคคลนั้นๆ ในทางกลับกัน ภาษาก็ช่วยกำหนดบุคลิกลักษณะส่วนบุคคลและวัฒนธรรมเช่นกัน
- 3) ภาษาทำให้ความเจริญก้าวหน้าของวัฒนธรรมและการถ่ายทอดวัฒนธรรมเกิดขึ้นได้ ทำให้สังคมคงอยู่ต่อไป และช่วยในการกำหนดหน้าที่และควบคุมกลุ่มต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เราสามารถแบ่งภาษาออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

- 1) วจนภาษา (Verbal Language) คือภาษาที่แสดงออกในรูปของถ้อยคำ คำพูดหรือตัวอักษร ได้แก่ ภาษาพูด ภาษาเขียน เป็นต้น
- 2) อวจนภาษา (Non-verbal Language) ภาษาที่ไม่แสดงออกโดยใช้ถ้อยคำ คำพูดหรือตัวอักษรโดยตรง แต่แสดงออกทางอื่น ซึ่งสามารถสื่อความหมายบางอย่างได้เช่นกัน ได้แก่ ระยะห่างระหว่างบุคคล สายตาน้ำเสียง การแสดงออกทางสีหน้า กิริยาท่าทาง การสัมผัส และรูปลักษณะต่างๆ

ทั้งนี้ สาร (Message) ในกระบวนการสื่อสาร ในส่วนใหญ่อีกคือ “ภาษา” นั่นเอง (พัชรีเชษฐธธา, เมตตา กฤติวิทย์ และถินันท์ อนวัชศิริวงศ์, ม.ป.ป. : 16) ในรูปแบบของรหัสสาร (Message Code) เพื่อแสดงออกแทนความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม วัตถุประสงค์ต่างๆ ของผู้ส่งสาร

การที่ผู้ส่งสารเลือกใช้ภาษาแบบใด ขึ้นอยู่กับระบบ สังคม วัฒนธรรม สภาพถิ่นที่อยู่อาศัยของบุคคลผู้ส่งสารและรับสาร

ภาษาเขียน ในสายตาของนักภาษาศาสตร์ ถือเป็นเพียงสัญลักษณ์ที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่อเป็นตัวแทนของภาษาพูดเท่านั้น สามารถทำหน้าที่แทนตัวผู้พูดได้ โดยที่ผู้พูดไม่จำเป็นต้องปรากฏตัว แต่เนื่องจากภาษาเขียนจะต้องทำหน้าที่แทนผู้พูดซึ่งไม่ปรากฏตัวอยู่ในที่นั้นด้วย ภาษาเขียนจึงจำเป็นต้องกระชับและชัดเจน ดังนั้น ผู้ใช้ภาษาเขียนจึงมีความระมัดระวังและพิถีพิถันในการเขียนมากกว่าพูด ทำให้ภาษาเขียนมีลักษณะเป็นทางการมากกว่าภาษาพูด (วิไลวรรณ ขนิษฐานันท์, 2527 : 33)

แม้ว่า “ภาษาพูด” กับ “ภาษาเขียน” จะใช้ในความหมายว่า “ภาษาที่สื่อโดยการพูด” และ “ภาษาที่สื่อโดยการเขียน” แต่การมองภาษาพูดและภาษาเขียนในแง่วิธีการสื่อสารทำให้เกิด

ปัญหาบางประการในการวิเคราะห์หาลักษณะความแตกต่างของภาษาทั้ง 2 แบบ อันที่จริงแล้ว แบบอย่างของภาษาพูด (Typical Spoken Language) และแบบอย่างของภาษาเขียน (Typical written Language) ย่อมมีลักษณะแตกต่างกัน แต่เวลาใช้จริง ผู้พูดอาจพูดด้วยภาษาเขียน เช่น การกล่าวสุนทรพจน์ หรือผู้เขียนอาจเขียนด้วยภาษาพูด เช่น การเขียนจดหมายส่วนตัว เป็นต้น

2.3.2 วิธภาษา ภาษามาตรฐาน ภาษาย่อยและภาษาวัยรุ่น

วิธภาษา (Language Variety หรือ Variety of Language) อาจใช้ในความหมายว่า ภาษาชนิดหนึ่งซึ่งมีลักษณะต่างจากชนิดอื่นๆ แต่ที่นิยมใช้กันในหมู่นักภาษาศาสตร์สังคม หมายถึง “ชนิดต่างๆ ของภาษาใดภาษาหนึ่ง” เช่นเมื่อพูดถึงการที่ภาษาไทยแตกย่อยออกเป็นชนิดต่างๆ ของภาษาไทย ก็คือวิธภาษานั้นเอง เช่น ภาษาสุพรรณ ภาษาผู้หญิงไทย ภาษาวัยรุ่นไทย ภาษาโฆษณาของไทย ฯลฯ เรียกได้ว่าเป็นวิธภาษาของภาษาไทยทั้งสิ้น โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ วิธภาษาที่แตกต่างกันโดยลักษณะทางสังคมของผู้พูด เช่น เพศ อายุ ถิ่นที่อยู่ ชั้นทางสังคม ฯลฯ เรียกว่าวิธภาษาสังคม หรือวิธภาษาในมิตินี้หมายถึง ภาษาย่อย นั่นเอง และวิธภาษาที่แตกต่างกันโดยสถานการณ์การใช้หรือหน้าที่ เช่น วิธภาษาข่าว วิธภาษาโฆษณา วิธภาษากฎหมาย เป็นต้น รวมเรียกว่า วิธภาษาหน้าที่ ซึ่งบางคนนิยมเรียกว่า ทำเนียบภาษา (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2542 : 7)

ภาษามาตรฐาน คือ วิธภาษาที่ได้รับยอมรับในสังคมว่าถูกต้องและเป็นตัวแทนของภาษาและวิธภาษาทั้งหลายในสังคมนั้นๆ มักกลายเป็นสมบัติของชาติ ใช้สื่อสารระหว่างเขตต่างๆ ในสังคม ใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารในวงราชการ และในสถานการณ์ที่เป็นทางการ

การใช้ภาษามาตรฐานจะทำให้ผู้ใช้รู้สึกมีศักดิ์ศรีและบางครั้งทำให้กลายเป็นผู้มีอภิสิทธิ์เหนือกว่าผู้ที่ไม่ได้ใช้ ทั้งนี้โดยลักษณะทางภาษาไม่อาจถือว่าภาษามาตรฐานดีกว่า เหนือกว่า หรือไพบริ่กว่าภาษาย่อยอื่นๆ

เพราะในความจริงแล้ว ภาษามาตรฐานเป็นเพียงภาษาถิ่นธรรมดาถิ่นหนึ่งที่ได้รับการเลือกขึ้นมาใช้เป็นภาษากลางๆ สำหรับทุกคนในประเทศ เป็นภาษาที่มีลักษณะทางธรรมชาติเหมือนกับภาษาถิ่นทุกประการ (วิไลวรรณ ขนิษฐานันท์, 2527 : 29)

ภาษาย่อย (Dialect) เป็นคำที่แปลมาจากคำภาษาอังกฤษคำเดียวกับ “ภาษาถิ่น” (Dialect) ซึ่งมี 2 ความหมาย ความหมายที่หนึ่งหมายถึงภาษาใดก็ตามที่ต่างจากอีกภาษาด้วยปัจจัยทางสังคมของผู้พูด มีความคล้ายคลึงกันเป็นระบบมากจนไม่ใช่คนละภาษา แตกต่างกันด้วยลักษณะสังคมของผู้พูด เช่น เพศ อายุ ถิ่นที่อยู่ ชั้นทางสังคม เป็นต้น ส่วนความหมายที่สอง หมายถึงภาษาถิ่น ซึ่งคือภาษาใดก็ตามที่ต่างจากอีกภาษาเพราะใช้ในถิ่นต่างกัน หรือพูดโดยคนที่มาจากถิ่นต่างกัน ด้วยเหตุที่กล่าวมา จึงมีผู้แยกความแตกต่างให้ชัดโดยเรียกภาษาย่อยอื่นๆ ที่ไม่ใช่ภาษา

ถิ่นที่ “ภาษาย่อยสังคม” (Social Dialects) และในภาษาอังกฤษถ้าต้องการกล่าวเฉพาะเจาะจงถึงภาษาถิ่นจริงๆ เรามักใช้คำว่า regional dialects หรือ geographical dialects (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2542 : 4-5)



แผนภูมิที่ 1 ความแตกต่างของภาษาย่อย ภาษาถิ่น และภาษาย่อยสังคม (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2542 : 5)

ภาษาย่อยสังคมประเภทต่างๆ มีลักษณะต่างจากกันและกันด้วยปัจจัยทางสังคมของผู้พูด ซึ่งภาษาของวัยรุ่น สามารถจัดเป็นภาษาย่อยสังคมของภาษาไทยที่แบ่งตามอายุของผู้ใช้ภาษาเป็นหลัก และนอกจากเพศและอายุ ยังมีปัจจัยทางสังคมอื่นๆ เช่น ชั้นทางสังคม กลุ่มชาติพันธุ์ และการศึกษา เป็นต้น

ความแตกต่างในการใช้ภาษาของคนที่อยู่ในสังคมเดียวกันแต่ต่างกันที่อายุ จะเห็นว่ามี ความแตกต่างกัน ตั้งแต่เด็ก วัยรุ่น หรือวัยสูงอายุ เหตุที่คนวัยต่างกันมีการใช้ภาษาต่างกัน อาจเป็น เพราะในแต่ละวัยมีวิถีดำเนินชีวิตที่ต่างกัน วัยรุ่นอาจจะเป็นวัยที่ตื่นตัวกับการเปลี่ยนแปลงพร้อมเสมอที่จะรับสิ่งใหม่ๆ เข้ามาใช้ในภาษาพูดของตน วัยนี้อาจจะเป็นวัยที่ไวต่อการรับคำใหม่ ใช้คำใหม่หรือคำสแลง ส่วนผู้สูงอายุจะไม่สนใจในการเปลี่ยนแปลงมากนักและพอใจที่จะใช้ภาษาของตนที่เคยใช้มากกว่า (วิไลวรรณ ขนิษฐานันท์, 2527 : 18-19)

อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มีการใช้ภาษาต่างกัน ผู้พูดที่อยู่ในวัยต่างกันย่อมใช้ภาษาต่างกัน ผู้พูดที่เป็นเด็กย่อมใช้ภาษาต่างกับผู้พูดที่เป็นผู้ใหญ่ โดยเหตุนี้เอง จึงมีการศึกษาภาษาเฉพาะกลุ่มอายุ เช่น ภาษาเด็ก ภาษาวัยรุ่น เป็นต้น (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2533 : 29) ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้จัดอยู่ในการศึกษาลักษณะภาษาเฉพาะกลุ่มอายุด้วยเช่นกัน

จากการศึกษางานวิจัยทางภาษาศาสตร์ที่ศึกษาการแปรในการใช้ภาษาไทย พบว่าปัจจัยที่เด่นมากในการก่อให้เกิดภาษาย่อยสังคม คืออายุ และแสดงให้เห็นว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่สุด โดยแนวโน้มที่ตัวแปรด้านอายุส่งผลต่อการใช้ภาษาไทยปรากฏชัดเจนในสังคมไทย คนรุ่นอายุน้อยมักจะใช้ภาษาที่แตกต่างจากคนรุ่นอายุมาก และรูปแบบที่ใช้มักจะเป็นรูปแบบใหม่กว่า ซึ่งตรงกันข้ามกับรูปแบบที่ใช้กันมาเป็นเวลานาน รวมทั้งการใช้คำศัพท์สแลงของวัยรุ่น ก็เป็นเครื่องบ่งชี้ความแตกต่างระหว่างภาษาวัยรุ่นกับภาษาผู้ใหญ่ได้ ถ้าเราได้ยินคนไทยพูดว่าจ๊าบ แห้ว อืม เราทราบได้ทันทีว่าผู้พูดเป็นวัยรุ่น

ในสังคมไทย อายุเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากกว่าในสังคมของผู้พูดภาษาอังกฤษ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ภาษาอังกฤษมีการแปรตามอายุน้อยกว่าภาษาไทย ทั้งนี้เนื่องมาจากวัฒนธรรมและค่านิยมที่แตกต่างในสังคมทั้งสอง ซึ่งอายุเป็นสิ่งสำคัญมากในสังคมไทย ความมีอาวุโสถือเป็นสิ่งสำคัญในวงการ ผู้มีอายุมากกว่ามักได้รับความเคารพ เกรงใจและเชื่อฟังจากผู้ที่มีอายุน้อยกว่า ในขณะที่ผู้ที่มีอายุน้อยกว่ามักได้รับความช่วยเหลือหรือเมตตาจากผู้มีอายุมากกว่า ลักษณะเช่นนี้สะท้อนออกมาในพฤติกรรมต่างๆ ของคนไทย รวมทั้งการใช้ภาษาไทยด้วย (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2542 : 61-63)

สำหรับภาษาไทย มีผู้ศึกษาบางรายสังเกตว่าเด็กไทยมักพูดขานคาง หรือพูดลากเสียง ถ้าผู้ใหญ่คนใดพูดแบบนี้จะถูกหาว่าพูดแบบเด็ก หรือเด็กมักชอบออกเสียงคำให้กร่อน ง่ายขึ้น เช่น “สนุก” เป็น “หนุก” “ขนม” เป็น “หนม” “วิทยุ” เป็น “วิด-ยุ” และนอกจากการออกเสียงแล้ว เด็กมักมีคำศัพท์เฉพาะ เช่น ใช้คำว่า “หม่า” แทนคำว่า “กิน” เป็นต้น (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2533 : 31-32)

ภาษาวัยรุ่นจัดเป็นภาษาเฉพาะวัยอีกแบบหนึ่ง วัยรุ่นแทบทุกสังคมมักมีภาษาเฉพาะของตน ซึ่งส่วนใหญ่แตกต่างจากภาษาของคนส่วนใหญ่ สังเกตได้ว่าคำในภาษาวัยรุ่นมักเป็นคำสแลงจำพวกหนึ่งซึ่งเกิดแล้วจะใช้แพร่หลายอย่างรวดเร็วและดับสูญเร็วเช่นกัน แต่บางคำอาจใช้แพร่หลายจนกลุ่มที่ไม่ใช่วัยรุ่นรับไปใช้ด้วยและติดอยู่กับภาษาไทยตลอดไป คำใดก็ตามที่เดิมเป็นภาษาวัยรุ่น เมื่อคนรุ่นอื่นเอาไปใช้ อาจกลายเป็นคำที่เป็นที่ยอมรับและไม่ถือเป็นคำเฉพาะในภาษาวัยรุ่นอีกต่อไป (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2533 : หน้าเดียวกัน)

จะเห็นได้ว่าภาษาของวัยรุ่นมีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งเพราะมีความแตกต่างจากภาษาของคนวัยอื่น ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการนำเสนอ การคิดค้นคำสแลง หรือศัพท์แปลกใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนมาใช้ภายในกลุ่มวัยรุ่น จนหลายครั้งกลายเป็นที่นิยมแพร่หลายในสังคมไปในที่สุด

นอกจากนี้ เพศ ก็เป็นลักษณะทางสังคมอีกประการที่มีอิทธิพลต่อการใช้ภาษา ผู้ใช้ภาษาเพศชายย่อมใช้ภาษาแตกต่างจากเพศหญิง โดยในภาษาไทย ความแตกต่างทางเพศเห็นได้จากคำสรรพนามที่ใช้เรียกตนเอง เช่น ดิฉัน หนู น้อง ฯลฯ ใช้โดยผู้หญิง และ ผม กระผม อ้าว ฯลฯ ใช้โดยผู้ชาย คำลงท้าย คะ ค่ะ ของผู้หญิง กับ ครับ ครับผม ของผู้ชาย หรือการใช้คำซ้ำเพื่อเน้นความเข้ม เช่น เกลี้ยง-เกลี้ยง, คำ-คำ ฯลฯ มีผู้สังเกตว่าเป็นลักษณะของผู้หญิง ส่วนโครงสร้างของภาษาหรือคำศัพท์อื่นๆ คุณเหมือนจะไม่แสดงความแตกต่างระหว่างเพศในภาษาไทย (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2542 : 63)

จากแนวคิดของภาษาที่กล่าวมาข้างต้น เราสามารถสรุปวิธีการสื่อสารด้วยการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทยที่นำมาศึกษาวิจัยในครั้งนี้ว่า จัดเป็นภาษารูปแบบวจนภาษา (Verbal Language) มักนิยมใช้ภาษาพูดในการเขียนข้อความ โดยใช้ตัวอักษรไทย ตัวอักษรอังกฤษ ตัวเลข หรืออักษรสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ปรากฏบนแผงปุ่มกด (Keypad) ในการป้อนข้อความบนโทรศัพท์มือถือ เป็นส่วนหนึ่งของภาษาวัยรุ่นซึ่งเป็นภาษาย่อยสังคมของภาษาไทยที่แบ่งตามปัจจัยด้านอายุและมีการใช้ภาษาแตกต่างจากคนวัยอื่น มีการใช้ภาษาแปลกใหม่ ศัพท์เฉพาะกลุ่มที่น่าสนใจ

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วันดี พึ่งสุวรรณ (2544 : 1) ศึกษาเรื่อง “ภาษาที่ใช้ในวิทยุติดตามตัว (เพจเจอร์)” พบว่าประโยคแสดงหน้าที่ในการสื่อสารในวิทยุติดตามตัวมากที่สุด คือ บอกกล่าว ตามมาด้วยประโยคคำสั่งและถาม รวมทั้งอายุของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับลักษณะภาษาที่ใช้ในวิทยุติดตามตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเพศของผู้รับสารไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะภาษาที่ใช้ในวิทยุติดตามตัว

กุลภา วจนสาระ (2544 : 1) ศึกษาเรื่อง “เซ็นเตอร์พ้อยท์ กับ Preteen : การก่อตัวของวัฒนธรรมวัยแรกรุ่น” พบว่า ช่วงเวลาของการเปลี่ยนผ่านวัย เริ่มต้นแยกจากความเป็นเด็กไปสู่วัยรุ่น ปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เซ็นเตอร์พ้อยท์มีลักษณะบางอย่างคล้ายกับการประกอบพิธีกรรมเปลี่ยนผ่านในสังคมดั้งเดิม โดยเฉพาะการแยกจากความเป็นเด็กและอยู่ในกระบวนการเตรียมตัวสู่ความเป็นวัยรุ่น มีบางสัญลักษณ์เครื่องหมายคล้ายกับสัญลักษณ์ในพิธีกรรมแต่ด้วยความซับซ้อนของสังคมสมัยใหม่ สิ่งที่เกิดขึ้นที่เซ็นเตอร์พ้อยท์ จึงเป็นเพียงส่วนเสี้ยวหนึ่งของพิธีกรรมประจำวันที่ตกย้ำสถานะที่ไร้สถานะของ preteen ดังนั้น เซ็นเตอร์พ้อยท์เป็นหนึ่งใน

พื้นที่ที่สะท้อนให้เห็นพัฒนาการของการแยกชอยย่อยของสังคมไทยมากยิ่งขึ้น เหมือนจะเป็นพื้นที่พิเศษที่สังคมสร้างขึ้นให้แก่ preteen ด้วยการจัดองค์ประกอบพื้นที่ให้สัมพันธ์สอดคล้องกับลักษณะของ preteen เพื่อเปิดโอกาสให้เอกลักษณ์ของ preteen สามารถแสดงตัวและปรากฏสถานะอยู่ในสังคมชัดเจนขึ้น

พิมพ์ประภา ตรันเจริญ (2544 : 1-3) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อความรู้และทัศนคติของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เทคโนโลยีไร้พ (Wireless Application Protocol : WAP)” พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ทั่วไปของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีจำนวนเพศชายและหญิงใกล้เคียงกัน อายุระหว่าง 15-24 ปี และเป็นนักเรียน/นักศึกษา หรือเป็นผู้เริ่มวัยทำงาน เป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความรู้เกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เทคโนโลยีไร้พ และมีพฤติกรรมเปิดรับปัจจัยการสื่อสารการตลาดเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เทคโนโลยีไร้พจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อวิทยุ รวมทั้งมีทัศนคติต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระดับปานกลางถึงบวก แต่ยังไม่มีความชัดเจนที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจในทิศทางใดทิศทางหนึ่งต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เทคโนโลยีไร้พ

ชาญชัย พิจิตรวัยปรีชา (2536 : 1-2) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรับสื่อโฆษณาสินค้าโทรศัพท์มือถือ” พบว่า โทรศัพท์มือถือเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปในหมู่ประชาชนเกือบทุกวงการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจ ในสภาวะการของการดำเนินธุรกิจที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน ต้องอาศัยการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ฉับไว มีความจำเป็นในชีวิตธุรกิจ และเมื่อใดที่ประชาชนมีกำลังซื้อที่จะซื้อโทรศัพท์มือถือมาใช้บริการได้ก็จะใช้บริการ

นันทวัน อรุโณทัย (2542 : 1) ศึกษาเรื่อง “การใช้ภาพถ่ายสตี้กเกอร์เพื่อประโยชน์ทางสังคมของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร” พบว่า ภาพถ่ายสตี้กเกอร์เป็นสินค้าที่แสดงถึงสถานภาพ (status symbol) ได้เป็นอย่างดี เพราะทำให้เยาวชนที่ได้ใช้บริการถ่ายภาพรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อน ตลอดจนจนถึงการใช้เพื่อก่อให้เกิดการกระทำทางสังคม โดยเฉพาะการใช้เพื่อหาเพื่อนใหม่ๆ และการสร้างสรรค์ภาพถ่ายสตี้กเกอร์และกระบวนการถ่ายภาพก็เป็นกระบวนการสื่อสารที่เยาวชนเป็นผู้เลือกและสร้างความหมายจากการบริโภคสื่อชนิดนี้ให้เหมาะสมกับตนเอง มีการบริโภคภาพถ่ายสตี้กเกอร์เป็นกลุ่ม มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของกลุ่ม ด้วยข้อดีเหล่านี้ จึงทำให้เยาวชนมีแนวโน้มที่จะใช้ภาพถ่ายสตี้กเกอร์มากขึ้นเรื่อยๆ

ศศิธร อิทธานุเวคิน (2538 : 1) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และแนวโน้มการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย” พบว่า ชายและหญิงมีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด ได้แก่ ความจำเป็นทางธุรกิจ ความสะดวกในชีวิตส่วนตัว และปัญหาการจราจร จากข้อดีและ

คุณสมบัติเฉพาะตัวของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ การช่วยแก้ปัญหาขาดเงินทุน ประหยัดเวลาในการเดินทาง สะดวกในการพกพา การติดต่อฉับไว และแนวโน้มในการใช้งาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีปริมาณมากขึ้นเรื่อยๆ

ชาติรี ใต้ฟ้าพูล (2541 : 1) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ 900 และดิจิตอล จีเอสเอ็ม ระหว่างปี พ.ศ. 2537-2540” พบว่า ธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ถือกำเนิดขึ้นจากปัญหาการขาดแคลนหมายเลขโทรศัพท์พื้นฐาน และปัญหาการดำเนินงานโดยหน่วยงานภาครัฐ เครื่องมือที่มีความสำคัญมากที่สุดในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ได้แก่ การสื่อสาร โดยเฉพาะการสื่อสารที่มีการวางแผนงานและกำหนดวิธีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communicatios)

พัชรินทร์ คุณสุนทรกิจ (2544 : ง) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจ ณ จุดขาย และการตัดสินใจซื้อของลูกค้า กรณีศึกษา : บมจ. โทเทิล แอ็คเซส คอมมูนิเคชั่น (TAC)” พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน จะมีความพึงพอใจเมื่อเข้ามาใช้บริการ ณ จุดขายของบริษัท TAC ที่แตกต่างกัน กลุ่มลูกค้าเพศชายจะให้ความสำคัญกับสินค้า/บริการมากที่สุด และเพศหญิงจะให้ความสำคัญกับปัจจัยการส่งเสริมการขายมากที่สุด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่องลักษณะภาษาของข้อความสั้นภาษาไทยที่ใช้ในโทรศัพท์มือถือของกลุ่มวัยรุ่น ผู้ศึกษากำหนดได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยดังนี้คือ

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบแบบสอบถาม (Questionnaire) ทั้งแบบปลายปิด (Closed form) และปลายเปิด (Open form) ผสมกัน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และทีมงาน ผ่านการดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว หรือชื่อที่จริงเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษา ประกอบไปด้วยคำถาม 3 ข้อ (ข้อ 1-3) ได้แก่คำถามลักษณะเลือกตอบ (Check List) ในส่วนของเพศ (ข้อ 1) และคำถามแบบปลายเปิดเกี่ยวกับอายุและระดับการศึกษา (ข้อ 2 และ 3)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์มือถือและการรับส่งข้อความสั้น ประกอบไปด้วยคำถามปลายปิดในคำถามลักษณะเลือกตอบ (Check List) ได้แก่ เหตุผลที่ใช้โทรศัพท์มือถือ (ข้อ 5) ความถี่ในการใช้งานรับส่งข้อความสั้น (ข้อ 6) บุคคลที่รับส่งข้อความด้วยเป็นประจำ (ข้อ 7) เหตุผลในการใช้บริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย (ข้อ 8) สัญลักษณ์ (Symbol) ที่แทรกประกอบข้อความสั้นเป็นประจำ (ข้อ 10) และสิ่งที่รู้สึกไม่พอใจสำหรับการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย (ข้อ 11)

ในส่วนคำถามแบบปลายเปิดได้แก่ ยี่ห้อ รุ่น โทรศัพท์มือถือที่ใช้งาน (ข้อ 4) และข้อความสั้นภาษาไทยที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบหรือประทับใจมากที่สุด 2 ข้อความ (ข้อ 9) ซึ่งเป็นหัวใจหลักของแบบสอบถามในครั้งนี้ ใช้วิธีการเติมความ (Story Completion) เว้นช่วงว่างคำตอบ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายให้ข้อมูลที่ต้องการ

แบบสอบถาม : ลักษณะภาษาของข้อความสั้นภาษาไทยที่ใช้ในโทรศัพท์มือถือของกลุ่มวัยรุ่น

กลุ่มเป้าหมาย วัยรุ่นระดับมัธยมตอนปลาย ใช้งานโทรศัพท์มือถือและบริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนตัว

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ _____ ปี
3. ระดับการศึกษา _____

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์มือถือ

4. ยี่ห้อ รุ่น โทรศัพท์มือถือ _____
5. เหตุผลที่ใช้โทรศัพท์มือถือ (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- ทางบ้านแนะนำให้ใช้ เกะกะกระแสนิยม (In Trend) ติดต่อธุระ นัดหมาย
- เข้ากับกลุ่มเพื่อนๆ ชอบบริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ โลกส่วนตัวของเรา
- อื่นๆ (โปรดระบุ) _____
6. ความถี่ในการรับส่งข้อความ
- ไม่เกิน 10 ข้อความ/สัปดาห์ 11-15 ข้อความ/สัปดาห์
- 16-20 ข้อความ/สัปดาห์ มากกว่า 20 ข้อความต่อสัปดาห์
7. บุคคลที่รับส่งข้อความด้วยเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- เพื่อนฝูง คนรัก พ่อแม่ ครูตติสนิท อื่นๆ (โปรดระบุ) _____
8. เหตุผลในการใช้บริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- ติดต่อง่าย สะดวก รวดเร็ว บอกรางสิ่งโดนใจกว่าสนทนาปกติ สนุกกับเพื่อนๆ
- แจ้งนัดหมาย ชูระส่วนตัว เข้าใจง่ายกว่าพิมพ์ภาษาอังกฤษ
- อื่นๆ (โปรดระบุ) _____
9. ข้อความสั้นภาษาไทยที่คุณชื่นชอบหรือประทับใจมากที่สุด 2 ข้อความ
- 11.1 _____
- 11.2 _____
10. สัญลักษณ์ใดที่คุณแทรกประกอบข้อความสั้นเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- :-) :-(:P (^0^) T-T
- :-D 8-) X-(>:-(:-O
- 555 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____
11. สิ่งที่คุณรู้สึกว่าไม่พอใจสำหรับการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย
- ค่าหยาบคาย ถ้อยคำทางเพศ การส่งข้อความก่อกวน
- อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

ประชากรที่ผู้วิจัยสนใจในการศึกษาครั้งนี้ คือกลุ่มวัยรุ่นตอนกลาง อายุระหว่าง 15-18 ปี ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า (นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 หรือระดับ ปวช. ปี 1-3 หรือเทียบเท่า) ใช้งานบริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทยบนโทรศัพท์มือถือ จำนวนทั้งสิ้น 200 ราย

ผู้ศึกษาทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยทางสังคม ได้แก่ ปัจจัยด้านอายุและปัจจัยด้านการศึกษา โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นที่เป็นวัยรุ่น ซึ่งมีผลอย่างมากต่อการใช้ภาษาไทย หรือการคิดค้นศัพท์สแลงแปลกใหม่ แตกต่างไปจากภาษาของผู้ใหญ่หรือภาษามาตรฐาน และปัจจัยตามเพศของกลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นเพศชาย จำนวน 100 ราย และกลุ่มวัยรุ่นเพศหญิง จำนวน 100 ราย เนื่องจากเพศ เป็นลักษณะทางสังคมอีกประการที่มีอิทธิพลต่อการใช้ภาษา ผู้ใช้ภาษาเพศชายย่อมใช้ภาษาแตกต่างจากเพศหญิง (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2542 : 61)

3.3 สถานที่เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้บริการพื้นที่ “เดอะ เซนเตอร์พ้อยท์ ออฟ สยามสแควร์” (The Centerpoint of Siam Square) ซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งของศูนย์การค้าสยามสแควร์ “สยามสแควร์” หรือศูนย์การค้าสยามสแควร์ สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2510 ตั้งอยู่ในเขตปทุมวัน มีเนื้อที่ประมาณ 63.63 ไร่ ตั้งอยู่บนถนนสายสำคัญ 3 สาย คือ ด้านเหนือติดถนนพระราม 1 ด้านตะวันตก ติดถนนพญาไท ด้านตะวันออกติดถนนอังรีดูนังต์ และด้านใต้เป็นถนนจุฬาลงกรณ์ 64 หรือซอยจุฬา 11

ทำเลที่ตั้งของสยามสแควร์อยู่ในเส้นทางคมนาคมสำคัญของเมืองหลวง เนื่องจากสามารถเชื่อมโยงกับถนนสายหลักอื่นๆ ได้อีกหลายสาย มีลักษณะเป็นศูนย์กลางของกรุงเทพฯ ตามวิธีคิดแบบใหม่ โดยในผังเมืองนครหลวงกำหนดพื้นที่บริเวณนี้ให้เป็น Central Business District หรือศูนย์กลางด้านธุรกิจ

“... นักผังเมืองจัดไว้เป็นย่านธุรกิจการค้าศูนย์กลางหลักแห่งหนึ่ง ในบริเวณใกล้เคียงยังประกอบด้วยศูนย์กลางกิจกรรมที่สำคัญๆ หลายแห่ง คือ ย่านธุรกิจสีลม ย่านการค้าเจริญผล ศูนย์การค้าราชประสงค์ สนามกีฬาแห่งชาติ โรงเรียน และมหาวิทยาลัย โรงแรม โรงพยาบาล ฯลฯ ซึ่งทำให้เป็นศูนย์กลางของศูนย์กลางกิจกรรมโดยรอบ มีกำลังตลาดสนับสนุนที่หนาแน่นและมั่นคง เป็นปัจจัยส่งเสริมคุณค่าทางเศรษฐกิจของที่ตั้งอย่างสำคัญ” (อิสระ พงศาพาส, 2523 : 52)

แต่เดิม สยามสแควร์เป็นพื้นที่ว่างเปล่าส่วนหนึ่งของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ต่อมาต้องการพัฒนาที่ดินให้มีประโยชน์ จึงให้สิทธิแก่เอกชนเข้ามาลงทุนพัฒนาที่ดิน ด้วยเหตุผลของ

การลงทุนที่ต้องการผลตอบแทนอย่างรวดเร็ว จึงต้องออกแบบพื้นที่บริเวณนี้ให้มีลักษณะเป็นศูนย์การค้าอาคารห้องแถวรายล้อมด้วยโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่ง 3 โรง ได้แก่ ลิโด้ สกาล่าและสยาม เป็นแม่เหล็กสำคัญในการดึงดูดคน ร่วมกับโรงโบว์ลิงและบริติช เคนส์ซิด

โดยที่บริเวณรอบกิจกรรมหลัก จะเรียงรายด้วยอาคารพาณิชย์ที่เป็นตึกแถวขนาด 3 ชั้นครึ่งจำนวนทั้งสิ้น 592 คูหา (อิสระ พงศาพาส, 2523 : 54) ซึ่งให้บริการด้านอื่นๆ เพื่อรองรับตลาดเหล่านั้น เช่น ธนาคาร ร้านอาหาร ร้านค้า โรงเรียนกวดวิชาต่างๆ และรายรอบไปด้วยสถาบันต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษา ทั้งระดับประถมจนถึงระดับอุดมศึกษา สถาบันราชการ สนามกีฬา และศูนย์กลางธุรกิจการค้าที่สำคัญ อาทิ มาบุญครองเซ็นเตอร์ สยามเซ็นเตอร์ พันธุ์ทิพย์พลาซ่า ราชดำริอาเขต โรงแรมเอเชีย โรงแรมเอราวัณ โรงแรมสยามอินเตอร์ฯ โรงแรมโนโวเทล เป็นต้น

องค์ประกอบเหล่านี้ ทำให้สยามสแควร์ได้รับความนิยมเพราะสามารถรองรับผู้บริโภคได้ทุกกลุ่ม โดยเฉพาะวัยรุ่นที่มักจะเลือกพื้นที่ทันสมัยในการแสดงตัวเองให้ปรากฏ โดยสยามสแควร์ประสบความสำเร็จอย่างยิ่งในการเป็นแหล่งอ้างอิงของวัยรุ่น เป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมสมัยใหม่ในสายตาของวัยรุ่นตลอดกาล เป็นเวทีทางวัฒนธรรมของวัยรุ่นที่จะได้แสดงความเป็นตัวของตัวเอง ความกล้า ความคิด ความฝัน (กุลภา วจนสาระ, 2544 : 47-48)

จากงานศึกษาของมานพ อธิคมอดิศัย เมื่อปี 2535 ระบุว่ากลุ่มผู้ใช้บริการของศูนย์การค้าสยามสแควร์นั้น ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่เป็นนักเรียน 30.3 % วัยหนุ่มสาว นักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยและกลุ่มคนเริ่มต้นทำงาน 29.7 % ในขณะที่วัยผู้ใหญ่มีเพียง 15 % เท่านั้น โดยวัยรุ่นและวัยหนุ่มสาว ส่วนใหญ่จะใช้เป็นแหล่งนัดพบ เดินเล่น ช็อปปิ้ง ดูสินค้า มากกว่าตั้งใจมาซื้อจริงๆ (มานพ อธิคมอดิศัย, 2535 : 36, 47)

ทั้งนี้ สยามสแควร์พยายามปรับตัวตามกระแสวัยรุ่น ทันกับยุคสมัยตลอดเวลา ร้านค้าส่วนใหญ่ในปัจจุบันเป็นร้านบริการลูกค้าวัยรุ่น โดยเฉพาะ ทั้งร้านเสื้อผ้า ของที่ระลึก ร้านอาหารเครื่องดื่ม สถาบันกวดวิชา เป็นต้น และ โดยเฉพาะการเกิดของพื้นที่ใจกลางที่เรียกว่า “เซ็นเตอร์พ้อยท์” หรือ “The Center Point of Siam Square”

“เซ็นเตอร์พ้อยท์” เป็นพื้นที่ขนาด 1 ไร่ 64 ตารางวา อยู่ระหว่างสยามสแควร์ ซอย 3 และซอย 4 สำนักงานทรัพย์สินจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเปิดประมูลให้สัมปทานโครงการพัฒนาที่ดินแก่บริษัททพรไพลิน ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด มีอายุสัมปทาน 5 ปี โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ “เพื่อให้เป็นพื้นที่ประกอบธุรกิจที่มีความงดงามทางภูมิสถาปัตยกรรม เสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่ดี และร่วมรื้อนแก่ชุมชนสยามสแควร์ และส่งเสริมธุรกิจในสยามสแควร์” (Musketeer, มีนาคม 2543 : 92-94)

บริษัททพรไพลิน ได้มีการสำรวจกลุ่มเป้าหมายหลักที่มาเดินบริเวณสยามสแควร์ เพื่อศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า คนที่มาเดินสยามสแควร์ มีจำนวนเฉลี่ย 6-7 หมื่นคน/วัน

โดยสัดส่วนแล้ว เป็นกลุ่มวัยรุ่นมากที่สุด เกือบ 50 เปอร์เซ็นต์ของคนที่มาทั้งหมด โครงการจึงเน้นที่ความทันสมัย ความต้องการซื้อปิ้ง และการพบปะสังสรรค์ที่ต้องการเป็นจุดนัดพบของคนที่มาเดินสยามสแควร์ไปพร้อมกันด้วย (Musketeer, มีนาคม 2543 : 93)

เซ็นเตอร์พ้อยท์ มีรูปแบบการจัดพื้นที่ภายใน แบ่งออกเป็น 3 บริเวณหลัก ได้แก่

1) Relaxation Zone เป็นพื้นที่บริเวณด้านหน้า เนื้อที่ประมาณ 50 ตร.ว. ตามวัตถุประสงค์แล้ว กำหนดให้เป็นพื้นที่สีเขียว เปิดโล่งจัดทำเป็นสวนพักผ่อน มีการตกแต่งเป็นส่วนหย่อม ซึ่งร่มรื่นไปด้วยต้นไม้ใหญ่เล็ก เพื่อให้เป็นจุดนัดพบของคนที่มาสยามสแควร์ พื้นที่ตรงกลางด้านหน้ามีน้ำพุและรูปสัญลักษณ์ของเซ็นเตอร์พ้อยท์อยู่ใจกลางน้ำพุ มีที่นั่งอยู่รอบๆ ต้นไม้และน้ำพุ พื้นที่บริเวณนี้กลายเป็นแหล่งชุมนุมของวัยรุ่นในปัจจุบัน

2) Enjoyment Zone เป็นพื้นที่สำหรับประกอบธุรกิจอยู่ตรงกลางของพื้นที่จัดสร้างเป็นอาคาร 3 แถว ให้มีทางเดินระหว่างแถวอาคาร 2 ด้าน ประกอบด้วยร้านค้าจำนวน 32 ร้าน แต่ละร้านมีเนื้อที่ 9 ตร.ม. โดยมีร้านค้าบริการประเภทอาหาร เครื่องดื่ม เสื้อผ้า ของใช้ ร้านกีฬา ช้อปปิ้ง ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต และอื่นๆ ซึ่งเป็นนโยบายของบริษัทที่ต้องการให้มีความหลากหลาย

3) Expression Zone พื้นที่ด้านหลังที่เป็นพื้นที่อเนกประสงค์ มีเนื้อที่ทั้งสิ้น 40 ตร.ม. ในโซนนี้ ประกอบไปด้วยส่วนที่เป็นลานว่างๆ อยู่ตรงกลาง มีเวทีการแสดงใหญ่ โกลัศจรรย์ จัดทำเป็นบูธดีเจ มีสถานีวิทยุ เรียกว่า “Center Point Radio” มีนักจัดรายการวิทยุจัดรายการเพลงสดๆ ทั้งวัน บริเวณลานอเนกประสงค์ใช้สำหรับจัดการแสดง และประกอบกิจกรรมต่างๆ ส่วนใหญ่จะเน้นกิจกรรมเกี่ยวกับวัยรุ่นเพื่อให้ได้มีเวทีในการแสดงออก (Musketeer, มีนาคม 2543 : 94)

เซ็นเตอร์พ้อยท์ ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของวัยรุ่น โดยเฉพาะ และเป็นส่วนเติมเต็มให้แก่สยามสแควร์ เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นเด็กนักเรียน นักศึกษาและกลุ่มวัยรุ่นทั่วไป

“... ความสำเร็จของเซ็นเตอร์พ้อยท์ คือการทำให้สยามสแควร์ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางวัยรุ่นเมืองไทย มีจุดโฟกัสที่เด่นชัด ภายใต้จุดศูนย์กลางนั้นอีกที เพราะคงไม่มีใครปฏิเสธว่า ถ้าคิดจะดูความก้าวหน้าของวัยรุ่นเมืองไทยแล้ว เซ็นเตอร์พ้อยท์จะเป็นแหล่งรวมที่ฉายสีทันของวัยรุ่นเมืองไทยได้ชัดเจนที่สุด” (Musketeer, มีนาคม 2543 : 94)

การศึกษาจำกัดพื้นที่สำหรับสำรวจแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นบริเวณพื้นที่เซ็นเตอร์พ้อยท์ สยามสแควร์ ซึ่งสามารถเปรียบเสมือนตัวแทนของกลุ่มวัยรุ่นสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาคำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ทีมงานจำนวนทั้งสิ้น 4 คน (รวมผู้วิจัยด้วย) ออกสำรวจกลุ่มตัวอย่างภาคสนาม 3 ครั้ง (วันเสาร์ที่ 22 มีนาคม, 29 มีนาคม และ 5 เมษายน 2546)

ผู้วิจัยกำหนดให้ทีมงานออกสอบถามกลุ่มตัวอย่างบริเวณลานน้ำพุ เซนเตอร์พ้อยท์ ที่นั่งพัก และบริเวณจุดเดินผ่านถนนเซนเตอร์พ้อยด์ โดยทีมงานคนใดคนหนึ่งจะเป็นผู้เข้าไปแนะนำตนเอง พร้อมกับอธิบายชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยแก่กลุ่มเป้าหมาย ทำการคัดเลือกเฉพาะผู้ที่อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดโดยสอบถามคุณสมบัติ 3 ประการ ได้แก่ อยู่ในระดับชั้นมัธยมปลายหรือใช้งานโทรศัพท์มือถือหรือไม่ และใช้บริการรับส่งข้อความสั้น (SMS) หรือไม่ หากอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดทั้ง 3 ข้อ ก็จะเริ่มทำการสอบถามต่อไป โดยใช้แบบสอบถามในการกรอกข้อมูล ผู้ศึกษาหรือทีมงานเป็นผู้กรอกข้อมูลเอง เว้นแต่ข้อความสั้นภาษาไทยที่กลุ่มเป้าหมายบางรายต้องการกรอกข้อมูลด้วยตนเอง ซึ่งจำเป็นต้องใช้เวลาตอบแบบสอบถามประมาณ 5-10 นาที ต่อ 1 ราย

เนื่องจากประเด็นหลักของการสอบถามอยู่ที่เนื้อหาข้อความสั้นภาษาไทยของกลุ่มตัวอย่าง (ข้อ 9) ซึ่งมักเป็นเรื่องส่วนตัวที่ไม่นิยมเปิดเผยแก่บุคคลทั่วไปหรือคนนอกกลุ่ม ทำให้ในช่วงแรกของการวิจัยค่อนข้างประสบปัญหาในการทำให้กลุ่มตัวอย่างยอมเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวไม่น้อย

ปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยทำการแก้ไขโดยพยายามให้ตนเองและทีมงานสร้างความคุ้นเคยสนิทสนมกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกผ่อนคลาย ให้ความร่วมมือในการสอบถามมากขึ้น และเป็นกันเองกับผู้วิจัยและทีมงาน โดยใช้การสนทนาในเรื่องที่เกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง เช่น การเรียนการใช้โทรศัพท์มือถือ หรือเรื่องอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งก็ได้ผลตอบรับที่ดีขึ้นกว่าในระยะแรกมาก

อย่างไรก็ดี จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย พบว่า กลุ่มวัยรุ่นบริเวณเซนเตอร์พ้อยด์สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท ได้แก่ วัยรุ่นที่พักผ่อนในบริเวณดังกล่าวเป็นประจำหรือพบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน ซึ่งจะให้ความร่วมมือในการสอบถามอย่างดีเป็นส่วนใหญ่ และกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้บริเวณเซนเตอร์พ้อยด์เป็นทางผ่านไปยังจุดอื่นๆ ของย่านสยามสแควร์ กลุ่มหลังจะค่อนข้างมีเวลาจำกัดในการสอบถาม หรือไม่ค่อยให้ความร่วมมือเท่าที่ควรในบางราย เพราะฉะนั้นผู้วิจัยที่ต้องการศึกษาวัยรุ่นบริเวณเซนเตอร์พ้อยด์ควรสังเกตท่าทีของกลุ่มตัวอย่างเสียก่อนว่ายินดีให้ความร่วมมือมากน้อยเพียงใด เพื่อให้ผลการศึกษาเป็นไปอย่างถูกต้อง แม่นยำมากที่สุด

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษาลักษณะภาษาของข้อความสั้นภาษาไทยโดยวิเคราะห์ตามข้อมูลซึ่งปรากฏว่าวัยรุ่นใช้ข้อความสั้นภาษาไทยโดยมีจุดประสงค์เพื่อสื่อความหมายอย่างน้อย 8 ประการ ได้แก่

ข้อความนัดหมาย ทักทาย บอกกล่าว แสดงความผูกพัน ขบขัน เย้าแหย่ อวยพร และข้อความชนิดอื่นๆ

ทั้งนี้ บางข้อความสั้นอาจจำเป็นต้องจัดไว้ในหลายประเภทพร้อมกัน เนื่องจากเนื้อหาของข้อความสั้นมีความคาบเกี่ยวกัน

ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ นอกเหนือจากข้อความสั้นภาษาไทย นำเสนอเพื่อแสดงรายละเอียดของกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา โดยใช้รูปตาราง และร้อยละ (Percentage) เพื่อเทียบความถี่หรือจำนวนของกลุ่มเป้าหมายกับจำนวน 100 จากสูตร

$$p = \frac{f \times 100}{N}$$

p แทน จำนวนร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ

N จำนวนความถี่ทั้งหมด

บทที่ 4

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย

4.1 เทคโนโลยีการรับส่งข้อความสั้น

เทคโนโลยีการรับและส่งข้อความสั้น (SMS) นับเป็นการพัฒนารูปแบบบริการด้านข้อมูลยุคแรกของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ดิจิทัล ที่เปิดช่องทางการสื่อสารใหม่ของมนุษย์ นอกเหนือจากการสนทนาด้วยเสียงตามปกติ และได้กลายเป็นเทคโนโลยีที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วทั่วโลกในระยะเวลาอันสั้น

4.1.1 นิยามของการรับส่งข้อความสั้น

บริการรับส่งข้อความสั้น (Short Message Service : SMS) หมายถึงรูปแบบบริการด้านข้อมูล (Non-Voice Service) ชนิดหนึ่งของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล หรือโทรศัพท์มือถือยุคที่ 2 (Second Generation : 2G) ที่มีการพัฒนารูปแบบบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในส่วนของคุณสมบัติต่างๆ นอกเหนือไปจากการให้บริการด้านเสียง

การรับส่งข้อความสั้น หรือ SMS เป็นความสามารถในการส่งและรับข้อความที่เป็นตัวอักษรที่ส่งออกไป หรือรับจาก เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ข้อความจะประกอบด้วยคำหรือจำนวน หรือตัวอักษรผสมตัวเลข

SMS มีการพัฒนาให้ทำงานร่วมกับมาตรฐานโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบดิจิทัลระบบ GSM โดยเริ่มต้นให้บริการเมื่อเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2535 จากเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไปสู่เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่บนโครงข่ายระบบ GSM ของผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ Vodafone ในประเทศอังกฤษ และในปัจจุบัน SMS สามารถสนับสนุนโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ GSM, CDMA และ TDMA (Telecom Journal, www.tj.co.th)

เทคโนโลยีการรับส่งข้อความสั้น จะหมายถึงการให้บริการรับส่งข้อความสั้นๆ ระหว่างผู้ใช้โทรศัพท์มือถือด้วยกัน หรือผู้ส่งข้อความอาจอาศัยช่องทางอื่นๆ ในการส่งข้อความไปยังเครื่องโทรศัพท์มือถือของผู้รับ เช่น ผ่านทางเว็บไซต์ที่ให้บริการรับส่งข้อความหรือโปรแกรมรับส่งข้อความด่วน (Instant Messaging Program) อย่าง ICQ เป็นต้น แต่ผู้รับข้อความจำเป็นต้องมีโทรศัพท์มือถือเพื่อรับข้อความสั้นที่ส่งมานั้นๆ

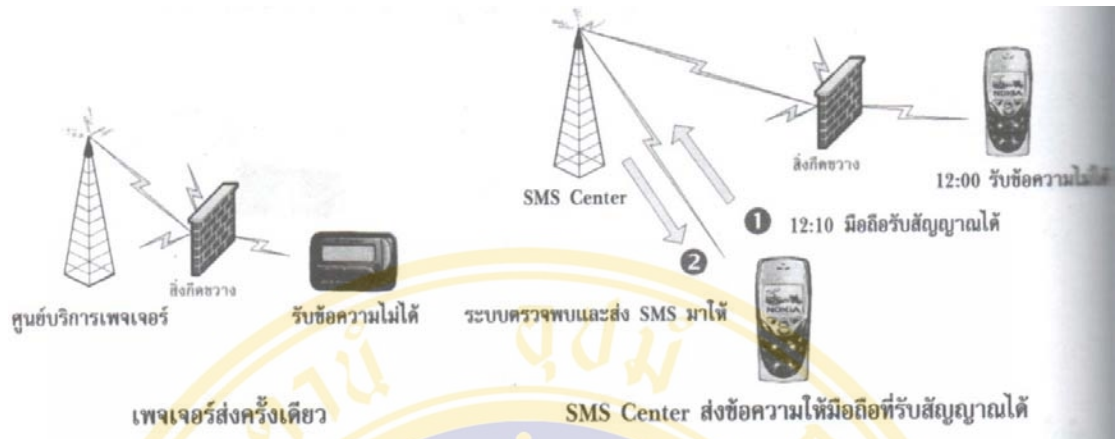
การรับและส่งข้อความสั้นบนโทรศัพท์มือถือ จะสามารถรับส่งข้อความตัวอักษรยาวถึง 160 ตัวอักษร ในกรณีเป็นภาษาอังกฤษ และ 50-70 ตัวอักษร ในกรณีเป็นภาษาไทย ต่อจำนวน 1 ข้อความระหว่างผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือ ซึ่งลักษณะการใช้งานค่อนข้างคล้ายคลึงกับวิธีการรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) สามารถส่งโต้ตอบกับอีกฝ่ายได้ตลอดเวลา และยังสามารถส่งข้อความที่รับมาต่อไป (Forward) ยังหมายเลขอื่นๆ ได้อีกด้วย

ชลธิชา ทรัพย์เพิ่มเสถียร นักศึกษาคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ชั้นปีที่ 2 ผู้ชนะเลิศสมรรถนะการแข่งขัน Thailand SMS Championship # 1 By AIS ครั้งแรกในประเทศไทย ให้ความเห็นต่อการรับส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือว่า “การส่งแมสเสจ ก็เหมือนกับส่งเพจเจอร์ เป็นการส่งผ่านความรู้สึก เช่น คิดถึง กลับฝันดี รัก ชอบ ขอโทษ บางครั้งได้ผลดีกว่าการพูด บางครั้งก็เหมือนเป็นการฝากโน้ต มันขึ้นอยู่กับว่าเราจะใช้งานให้เกิดประโยชน์ได้อย่างไร” (E-COMMERCE, มกราคม 2546 : 109-111)

4.1.2 กระบวนการรับส่งข้อความสั้น

รูปแบบบริการรับส่งข้อความสั้นบนโทรศัพท์มือถือมีลักษณะใกล้เคียงกับการใช้บริการส่งข้อความบนวิทยุติดตามตัว หรือเพจเจอร์ (Pager) ซึ่งเคยเป็นที่นิยมในระยะหนึ่ง โดยผู้ส่งข้อความต้องโทรไปยังศูนย์บริการและบอกข้อความที่ต้องการให้แก่โอเปอเรเตอร์ เพื่อป้อนข้อความเข้าสู่ระบบ หรือผู้ส่งพิมพ์ข้อความบนเว็บไซต์ที่ให้บริการส่งข้อความที่มีแพร่หลาย (ในขณะนั้น) โดยข้อความจะถูกส่งผ่านสัญญาณวิทยุไปให้กับเครื่องวิทยุติดตามตัวของผู้รับ

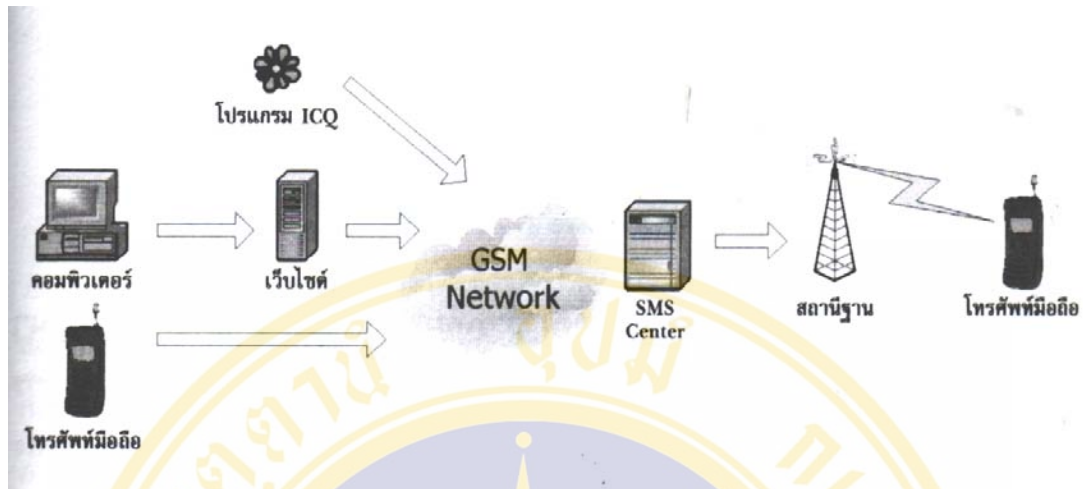
ข้อแตกต่างระหว่างการรับส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือกับการส่งข้อความผ่านทางวิทยุติดตามตัว อยู่ที่การใช้งานวิทยุติดตามตัวจัดเป็นรูปแบบของการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) เพราะตัวเครื่องเพจเจอร์ไม่รองรับการส่งข้อความกลับไปหาผู้ส่งข้อความแต่อย่างใด (แม้ภายหลังจะมีการพัฒนาวิทยุติดตามตัวชนิดพิมพ์ข้อความกลับไปยังผู้ส่งได้ แต่อุปกรณ์ชนิดดังกล่าวก็ไม่ได้ได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานแต่อย่างใด เนื่องจากมีราคาสูงและความนิยมของการใช้งานวิทยุติดตามตัวลดน้อยลงไปมากแล้ว) และหากเพจเจอร์ปิดเครื่อง หรืออยู่นอกบริเวณพื้นที่ให้บริการ ผู้ส่งย่อมไม่สามารถทราบได้ว่าข้อความถึงตัวผู้รับหรือไม่



รูปภาพที่ 3 เปรียบเทียบการรับส่งข้อความผ่านวิทยุติดตามตัว และข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือ (อรณพ ชันธิกุล, 2545 : 210)

การส่งข้อความสั้นจะไม่ถูกส่งตรงไปยังโทรศัพท์มือถือของผู้รับโดยตรง แต่จะถูกส่งผ่าน SMS Center (Short Messaging Service Center) ซึ่งเป็นเครื่องเซิร์ฟเวอร์ทำหน้าที่ดูแลการรับส่ง SMS ทำให้ผู้ส่งมั่นใจได้ว่าข้อความจะถึงมือผู้รับอย่างแน่นอน ต่างกับการใช้วิทยุติดตามตัวที่ไม่มีการตรวจสอบข้อความว่าถึงมือผู้รับหรือไม่

ระบบรับส่งข้อความสั้นจะมีการติดต่อระหว่างโทรศัพท์มือถือกับ SMS Center หากไม่พบสัญญาณปลายทางของโทรศัพท์เคลื่อนที่ผู้รับ ระบบ SMS Center จะเก็บข้อความไว้แล้วพยายามส่งให้กับโทรศัพท์มือถือของผู้รับในภายหลัง เช่น กรณีปิดเครื่อง หรืออยู่นอกพื้นที่ให้บริการของโอเปอเรเตอร์ โดยระยะเวลาเก็บข้อความไว้ใน SMS Center ประมาณ 1 วัน หรือขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละราย หากผู้ใช้ไม่เปิดเครื่องหรือเข้ามาในพื้นที่ให้บริการ ข้อความจะถูกลบออกจาก SMS Center เพื่อป้องกันไม่ให้ข้อความล้นมากเกินไป จนเป็นสาเหตุให้ระบบหยุดการทำงานซึ่งมักเกิดในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ วันวาเลนไทน์ วันแม่ วันพ่อ เป็นต้น



รูปภาพที่ 4 กระบวนการส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยวิธีการต่างๆ (อรรถพ ชันธิกุล, 2545 : 211)

4.2 ที่มาของการรับส่งข้อความสั้นในประเทศไทย

4.2.1 ความเป็นมาของบริการรับส่งข้อความสั้นในประเทศไทย

ช่วงแรกของการเปิดให้บริการรับส่งข้อความสั้นในประเทศไทย หรือเมื่อปี พ.ศ. 2541 บริการดังกล่าวยังไม่ค่อยได้รับความนิยมใช้งานแพร่หลาย ทำให้ผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือโอเปอเรเตอร์ต้องปล่อยให้ลูกค้าทดลองส่งข้อความโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เพื่อกระตุ้นให้ผู้คนทั่วไปรู้จักบริการเสริมรูปแบบใหม่ แต่ก็ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นไม่มากนัก เพราะราคาเครื่องลูกข่ายโทรศัพท์มือถือในขณะนั้นยังคงมีราคาแพง และการใช้บริการรับส่งข้อความผ่านทางวิทยุติดตามตัวเป็นที่คุ้นเคยมากกว่า

จนกระทั่งเมื่อราคาโทรศัพท์มือถือเริ่มลดลง ผู้ใช้งานส่วนหนึ่งเริ่มหันมาสนใจส่งข้อความสั้นผ่านมือถือเพราะสะดวกรวดเร็วกว่าการใช้เพจเจอร์ ไม่ต้องโทรเข้าไปที่ศูนย์ของผู้ให้บริการวิทยุติดตามตัว และมั่นใจได้ว่าข้อความถึงมือผู้รับแน่นอน ทำให้ปริมาณผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นตามจำนวนยอดผู้ใช้บริการโทรศัพท์มือถือ (อรรถพ ชันธิกุล, 2545 : 211)

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เป็นต้นมา ยอดอัตราการเติบโตของจำนวนผู้ใช้บริการรับส่งข้อความสั้นทั่วโลก รวมถึงผู้ใช้บริการในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังสังเกตได้จากจำนวนรายได้ของการบริการด้านข้อมูลของโอเปอเรเตอร์รายต่างๆ ยกตัวอย่างได้แก่ บริษัท “A” ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ภายใต้ชื่อทางการตลาด “A”, “1-2” และ “1800” ที่มีรายได้จากบริการด้านข้อมูลเติบโตเป็น 2 เท่าของทุกปี

“ล่าสุด ปี 45 ที่ผ่านมา บริษัทมีรายได้จากบริการเสริมทั้งหมดประมาณ 3.2 พันล้านบาท เปรียบเทียบกับ ปี 44 อยู่ที่ 1.6 พันล้านบาท ส่วนปี 43 อยู่ที่ 700 ล้านบาท เพราะฉะนั้นมันจะเติบโตประมาณ 2 เท่าตลอด เป็นการเติบโตแบบต่อเนื่อง ในปี 46 เราคาดว่าจะได้ประมาณ 5.5-6 พันล้านบาท” (สัมภาษณ์ สุวิทย์ อารยะวิไลพงศ์ อังใน first mobile, พฤษภาคม 2546 : 76)

“การเติบโต Non Voice สูงมากช่วงสองสามปีมานี้ ปีที่แล้ว เรามีรายได้จาก Non Voice สูงถึง 3,200 ล้านบาท คิดเป็น 3 เปอร์เซ็นต์ของรายได้รวม ขณะที่เมื่อปี 2542 Non Voice เรามีรายได้จากส่วนนี้เพียง 28 ล้านบาท ที่เป็นเช่นนี้เพราะคนเริ่มคุ้นเคย แทนที่จะใช้เสียงพูดแสดงความรู้สึกต่างๆ ต่อคนที่เราต้องการคุยด้วย เราสามารถใช้ Non Voice แทนได้ทั้งหมด ทำให้การใช้ SMS เพิ่มจากเดือนหนึ่งไม่เกิน 3 ล้าน Message เพิ่มเป็น 80 ล้านต่อเดือน” (สัมภาษณ์ สุวิทย์ อารยะวิไลพงศ์ อังใน BrandAge, มีนาคม 2546 : 130)

ตารางที่ 1 ยอดการใช้บริการ SMS ของเครือข่าย “A” ระหว่างเดือนมกราคม – ตุลาคม 2545 (หนังสือพิมพ์ Telecom Journal, 4 – 10 พฤศจิกายน 2545)

เดือน	จำนวน (ล้านข้อความ)
มกราคม	25
กุมภาพันธ์	30
มีนาคม	30
เมษายน	33
พฤษภาคม	40
มิถุนายน	44.3
กรกฎาคม	52
สิงหาคม	60
กันยายน	65.8
ตุลาคม	66

หากศึกษากรณีของอีกบริษัทหนึ่งซึ่งให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่อีกราย ภายใต้ชื่อทางการตลาดว่า “D” มีการรายงานว่ ในปีที่ผ่านมา (2545) บริษัทมีรายได้จากบริการ

เสริมเท่ากับร้อยละ 4 ของรายได้รวมทั้งหมด โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากบริการเสริม SMS ที่ส่งจากโทรศัพท์มือถือถึงมือถือคิดเป็นร้อยละ 70

ปกรณ์ พรรณเชษฐ์ ผู้อำนวยการฝ่าย VAS Business Unit บริษัท D กล่าวว่า “ปี 2546 มูลค่าการใช้ SMS น่าจะเพิ่มขึ้นเกือบ 100 เปอร์เซ็นต์ ปีที่แล้ว ตกอยู่ประมาณ 1,000 กว่าล้านบาท ปีนี้ของเราน่าจะประมาณ 2,000 กว่าล้านบาท” (BrandAge, มีนาคม 2546 : 130)

และสำหรับปี พ.ศ. 2546 บริการส่งข้อความ SMS ได้รับความนิยมจากผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ทาง D มีแผนการจะเพิ่มรายได้จากบริการเสริมขึ้นเป็นร้อยละ 7-8 ของรายได้ทั้งหมด โดยได้นำเสนอเทคโนโลยีใหม่ๆ รวมถึงแพ็คเกจบริการเสริมต่าง ๆ และจัดกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านทาง SMS อย่างต่อเนื่อง และตั้งเป้าหมายเพิ่มรายได้จากบริการเสริมเป็นร้อยละ 15 ของรายได้รวมในระยะต่อไป

นอกจากนี้ มีรายงานข้อมูลว่า ในช่วงเทศกาลต่างๆ ผู้ใช้บริการนิยมส่ง SMS คำอวยพรเพื่อกระชับสัมพันธ์ต่อกัน เช่น วันวาเลนไทน์ที่ผ่านมา มีการส่ง SMS บอกรักผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ “D” มากกว่า 4 ล้านข้อความ และมากกว่า 5 ล้านข้อความในช่วงเทศกาลสงกรานต์ (พรานานา อภิลักษณ์พาณิชย์, จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ : 9 พฤษภาคม 2546)

ส่วนบริษัท “O” ผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ “O” คือ ผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่อีกรายหนึ่ง ซึ่งเพิ่งเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการแก่สาธารณชน เมื่อช่วงต้นปี พ.ศ. 2545 ได้นำเสนอการให้บริการ SMS ภาษาไทยที่พัฒนาบนซิมการ์ดของบริษัทโดยเฉพาะ แตกต่างจากรายอื่นตรงที่การรองรับภาษาไทยต้องขึ้นอยู่กับรุ่น ยี่ห้อ โทรศัพท์มือถือ แต่ซิมการ์ดของบริษัท “O” สามารถนำไปใช้งานกับโทรศัพท์มือถือรุ่นที่สนับสนุนความสามารถของซิมการ์ดดังกล่าว ก็จะสามารถป้อนข้อความไทยได้ทันที

สำหรับรายได้ในส่วนการให้บริการข้อมูล (SMS เป็นหนึ่งในรูปแบบการให้บริการ) ของ “O” เมื่อปี 2545 คิดเป็น 1 เปอร์เซ็นต์ของตลาดโดยรวม และตั้งเป้าเพิ่มรายได้บริการด้านข้อมูลให้ได้ 5 เปอร์เซ็นต์ของรายได้รวม

“... เราจึงพัฒนา Thai SMS เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ ฟีดแบคก็ค่อนข้างดี มีผู้ใช้ SMS ของบริษัทมากถึง 27 ล้านข้อความต่อเดือน” (การโดย ชีระธาดา สัมภาษณ์, อ้างใน first mobile, พฤษภาคม 2546 : 75)

เพราะรายได้จากการให้บริการรับส่งข้อความคือรายได้หลักในส่วนการให้บริการข้อมูล “O” จึงให้ความสำคัญไปที่บริการ SMS โดยพิจารณาความต้องการของลูกค้าและวิถีชีวิตของผู้ใช้งาน (Lifestyle) เป็นหลัก

“... ผมเชื่อว่าต่อไป การใช้โมบายมาร์เก็ตติ้งจะมีมากขึ้น “O” ได้ร่วมมือกับคอนซูเมอร์โปรดักส์จัดแคมเปญร่วมกัน นอกจากนี้ ยังกระตุ้นการใช้ SMS ในหลายรูปแบบ เช่น บันเดิลแพ็คเกจ SMS รวมเป็นแพ็คเกจไปในบริการปกติ ซึ่งเท่ากับฟรี SMS ในระดับหนึ่ง” (การโดย ชีระธาดา สัมภาษณ์, อ้างใน first mobile, พฤษภาคม 2546 : 75)

ข้อดีของเทคโนโลยีข้อความสั้นอยู่ที่การนำมาปรับแต่งประยุกต์เข้ากับบริการต่างๆ ของโทรศัพท์เคลื่อนที่อันหลากหลาย ตั้งแต่การใช้งานเพื่อติดต่อสื่อสารกันธรรมดา (การรับส่ง SMS ระหว่างผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือ), การใช้เพื่อความบันเทิง (Entertainment), บริการข้อมูลต่างๆ (Information Service) เช่น การรับแจ้งผลฟุตบอล, การรับแจ้งการรายงานข่าว หรือการทำ M-Commerce, M-Banking เป็นต้น และการที่โทรศัพท์ทุกรุ่น ทุกยี่ห้อในท้องตลาด ล้วนสามารถรองรับคุณสมบัติการรับส่งข้อความสั้นได้เป็นอย่างดี

4.2.2 แนวคิดและเทคโนโลยีรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย

สาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลให้บริการรับส่งข้อความสั้น (SMS) ไม่ค่อยได้รับความนิยมมากนักในช่วงระยะแรกที่เปิดให้บริการในประเทศไทย เนื่องมาจากการรับส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือในขณะนั้น จำเป็นต้องพิมพ์ป้อนข้อความเป็นภาษาอังกฤษ หรือพิมพ์ข้อความไทยด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษ โดยใช้รูปแบบที่เรียกกันในหมู่วัยรุ่นว่า “ภาษาคาราโอเกะ” (Karaoke) เช่น “Ther rak Chan Ru Plao Ja ?” (เธอรักฉันหรือเปล่าจ๊ะ) ซึ่งมีวิธีการคล้ายกับวิธีการสนทนา (Chat) บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในระยะแรกที่เริ่มเปิดให้บริการในประเทศไทย

“เพราะคนไทยเพียง 20 เปอร์เซ็นต์ จากจำนวนประชากรทั้งหมด สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ ขณะที่คนส่วนใหญ่ยังคงมีข้อจำกัดเวลาส่งข้อความสั้น หากนำมาเปรียบเทียบกับประเทศฟิลิปปินส์ที่ประชากรส่วนใหญ่ใช้ภาษาอังกฤษ ส่งผลให้ยอดการใช้ข้อความสั้นสูงถึง 15-20 เปอร์เซ็นต์ จากรายได้ทั้งหมดของผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ...” (การโดย ชีระธาดา, สัมภาษณ์, อ้างใน first mobile, พฤษภาคม 2546 : 75)

การที่เครื่องลูกข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ยังคงไม่รองรับการแสดงผลภาษาไทย หรือสนับสนุนการป้อนข้อความภาษาไทย (Thai Input) ในขณะนั้น ทำให้การใช้งานข้อความสั้นในช่วงระยะแรกค่อนข้างจำกัด ไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายมากนัก เนื่องมาจากข้อจำกัดด้านภาษาอังกฤษของผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือชาวไทยส่วนใหญ่นั้นเอง

ทางผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (โอเปอเรเตอร์) และผู้ผลิตเครื่องลูกข่ายแทบทุกรายต่างเล็งเห็นตรงกันว่าปัญหาดังกล่าวคืออุปสรรคสำคัญต่อความนิยมการใช้บริการ SMS ในประเทศ

ไทย จึงมีความพยายามแก้ไขด้วยการคิดค้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อพัฒนาวิธีการรับส่งข้อความภาษาไทยบนโทรศัพท์มือถือ

การนำตัวอักษรไทยทั้งหมด 70 ตัวอักษร ได้แก่ พยัญชนะ 44 ตัว, สระ 21 รูป และวรรณยุกต์ 4 รูป มาพัฒนาเพื่อวางบนแป้นหมายเลขของโทรศัพท์มือถือนับเป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถของผู้เชี่ยวชาญหลายฝ่าย ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งพยายามคิดค้นวิธีการป้อนข้อความภาษาไทยลงบนโทรศัพท์มือถือในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดความนิยมในการใช้งานข้อความสั้นให้เป็นที่นิยมแพร่หลาย เพราะเทคโนโลยีดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากิจกรรมต่างๆ ทางโทรศัพท์ที่เคลื่อนที่ เช่น การดำเนินธุรกรรมทางการค้า (mCommerce) และส่งผลดีต่อคนพิการ หรือผู้ไม่ถนัดต่อการคีย์ข้อมูลผ่านคีย์บอร์ดคอมพิวเตอร์ (Winmag, ธันวาคม 2544 : 149-151)

แนวคิดการพัฒนาระบบป้อนข้อความสั้นภาษาไทยในระยะแรก พัฒนาอยู่ใน 4 แนวทาง ได้แก่

1) เลียนแบบเป็นภาษาอังกฤษ คิดค้น โดยบริษัท “N” นำอักษร ก. ถึง ฮ. และสระเรียงเป็นลงไปบนตัวเลข เหมือนระบบภาษาอังกฤษ ข้อดีของวิธีการนี้คือ ความง่ายในการพัฒนา แต่ข้อเสียคือ ขาดต่อการคีย์ ไม่มีหลักเกณฑ์เพื่อการจำ ทำให้พิมพ์สัมผัสไม่ได้ และต้องคีย์ซ้ำๆ หลายครั้งกว่าที่จะได้อักษรออกมาตัวหนึ่ง ทำให้เสียเวลามากในการคีย์ข้อความหนึ่งๆ

2) วิธีการาโอเคะ คัดแปลงจากวิธีการป้อนตัวอักษรของภาษาจีน (ยินพิน) เป็นที่ทราบกันว่า อักษรจีนมีจำนวนมากนับหมื่นตัว ดังนั้นทางการจีนจึงกำหนดมาตรฐาน “เทียบเสียงภาษาอังกฤษ” เข้ากับเสียงภาษาจีน เมื่อผู้ใช้คีย์ภาษาอังกฤษตามเสียงภาษาจีน ซอฟต์แวร์จะทำการแปลงตัวอักษรภาษาอังกฤษนั้นๆ ให้กลายเป็นภาษาจีนอีกทีหนึ่ง หรือในกรณีที่มีตัวอักษรหลายตัวที่ “พ้องเสียง” ซอฟต์แวร์จะมีการเลือกตัวอักษรขึ้นมาแสดง เพื่อให้ผู้ใช้เลือกอีกทีหนึ่ง (คล้ายการาโอเคะเพลงไทย ที่มี sub-title เป็นภาษาอังกฤษ) ซึ่งทางศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (National Electronics and Computer Technology Center : NECTEC) หรือ “เนคเทค” ได้มีการวิจัยวิธีการนี้ เรียกว่า “Smart Queue” ข้อดีคือ ใช้งานง่ายกว่าวิธีการแรก แต่ข้อเสียคือ มาตรฐานการเทียบเสียงด้วยตัวอักษร โรมัน หรือภาษาอังกฤษ ยังไม่มีมาตรฐาน และผู้ที่ใช้ระบบนี้ต้องมีความเข้าใจเรื่องตัวอักษรและการออกเสียงภาษาอังกฤษในระดับหนึ่ง

3) วิธี “จินตอักษร” ใช้วิธีการแบ่งพยัญชนะและสระของไทยออกเป็นกลุ่ม โดยอิงกลุ่มของเสียง (ตามวรรณเสียงของภาษาบาลี) มีข้อดีในเรื่องหลักการจำและความง่ายในการคีย์ กล่าวคือ คีย์เพียง 2 ครั้ง ก็จะได้อักษร ไม่มีการคีย์มากกว่า 2 ครั้ง แต่ข้อเสียคือ ระบบการจำอักษรแบบ “วรรณเสียง” ไม่ค่อยเป็นที่นิยม” แม้ในอดีตจะมีการสอนวิธีการจำ แต่ระบบการศึกษาปัจจุบัน

ไม่ได้สอนรากภาษาแบบนี้แล้ว คนรุ่นใหม่อาจต้องใช้เวลาในการท่องจำระยะหนึ่ง จึงจะใช้งานง่าย

4) วิธีการคีย์ 2 ระดับ วิธีการนี้จะคล้ายกับวิธีการที่ 3 กล่าวคือ จะแบ่งกดเลือกกลุ่มตัวอักษรก่อน จากนั้นหน้าจอก็มีการแสดงรายชื่อ “ตัวอักษร” ให้เลือก วิธีการนี้จำเป็นต้องมองเป็นตลอดเวลาเหมือนเดิม และต้องกดคีย์หลายครั้งกว่าจะได้ตัวอักษรหนึ่งๆ (Winmag, ธันวาคม 2544 : 151-152)

นอกเหนือจากแนวคิดต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ในปัจจุบัน ทีมงานผู้พัฒนาโปรแกรมของบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือและผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้พยายามคิดค้นวิธีการใหม่ๆ ของการป้อนข้อความสั้นภาษาไทยให้มีความสะดวกยิ่งขึ้นตลอดเวลา โดยเฉพาะการคิดค้นระบบช่วยสะกดคำอัตโนมัติ ผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องป้อนตัวอักษรทั้งหมด ซอฟต์แวร์จะทำการค้นหาคำที่ใกล้เคียงกับตัวสะกดให้เลือกใช้โดยไม่ต้องเสียเวลาป้อนตัวอักษรจนครบทุกตัว อาทิ เทคโนโลยี “SMART THAI” พัฒนาโดยบริษัท “M”, “eZi-Thai” พัฒนาโดยบริษัท “L” เป็นต้น

● พิระพล ฉัตรอนันท์ทเวช ผู้จัดการฝ่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ แผนกธุรกิจอุปกรณ์สื่อสารส่วนบุคคล บริษัท M ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับเทคโนโลยีป้อนข้อความสั้นภาษาไทยของบริษัทเอาไว้

“Smart Thai เป็นเทคโนโลยีที่บริษัทพัฒนาขึ้นมาเอง ปัจจุบัน ผู้ผลิตโปรแกรม Input (ป้อนข้อความ) จะมีด้วยกัน 2 ราย รายแรกคือ T9 ซึ่งบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือทั่วไปใช้งานส่วนของเราจะเป็นโปรแกรมที่พัฒนาเอง เรียกว่า “ITAP” ตั้งแต่เมื่อปี 90 หรือนานกว่านั้น พัฒนามาจากบริษัทย่อยของ “M” ทำการออกแบบเอนจินขึ้นมาโดยเฉพาะ แล้วนำมาใช้งานกับโทรศัพท์ของ “M” หรือว่าใครที่ต้องการซื้อ License ไปใช้กับยี่ห้ออื่น ก็สามารถทำได้ ปัจจุบันมีเกือบ 30 ภาษา และภาษาไทยเป็นภาษาล่าสุดที่เราใช้เวลาพัฒนานานแรมปี ซึ่งเราต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคก่อนว่ามีความต้องการอย่างไร ประกอบกับพฤติกรรมตัวภาษามี character อย่างไร ข้อดีของ Smart Thai คือ มีดัชนีการรู้ของคำศัพท์โดยปกติ ถ้าใช้ตัว Predictive (ระบบคาดเดาคำศัพท์ล่วงหน้า) ต้องคีย์ข้อความจนกระทั่งตัวสุดท้าย ถ้าสะกดผิด คำนั้นจะไม่มา แต่ของเราแค่พิมพ์คำขึ้นต้น 3 ตัวอักษรเท่านั้น จะสามารถค้นหาทั้งหมดเลย ทำให้การใช้งานง่ายขึ้น นี่คือข้อแตกต่าง ทำให้การใช้สมาร์ทไทยของเราก่อนข้างง่าย นำไปช่วยสะกดชื่อคนใน phonebook ก็ได้ นี่เป็นหนึ่งในนวัตกรรมที่เราพัฒนาขึ้นมาจากความต้องการของตลาดว่าคนไทยต้องการอะไร แล้วพัฒนาสิ่งนั้นออกมา” (เจตนา จันทรมโน, 2545 : 28)

“eZi-Thai” โปรแกรมป้อนข้อความสั้นอีกรายหนึ่งที่ บริษัท “L” คิดค้นและพัฒนาเพื่อรองรับการรับส่ง SMS ของผู้ใช้งานชาวไทยโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นระบบสะกดคำอัตโนมัติ เพียงแค่กดหมายเลขที่มีตัวอักษร วรรณยุกต์ สระ ของคำที่ต้องการ โดยที่ไม่ต้องสนใจคำที่ปรากฏขึ้นมา ตัว

เครื่องจะทำการผสมคำให้อัตโนมติ และหากคำที่ปรากฏไม่ใช่คำที่ต้องการ ก็สามารถเลื่อนหาจนเจอคำนั้นโดยไม่ต้องพิมพ์ซ้ำ

ตารางที่ 2 การจัดหมวดหมู่ตัวอักษรไทยของระบบ “eZi-Thai”

เลข 1	มีพยัญชนะ	ก - ค คน	สระ อะ, อา
เลข 2	มีพยัญชนะ	ฅ - ฉ	สระ อี, อี้ และไม้โท
เลข 3	มีพยัญชนะ	ช - ฉุ	สระ อี้, อี้ และไม้ตรี
เลข 4	มีพยัญชนะ	ฎ - ฉ	สระ อุ, อู และไม้จัตวา
เลข 5	มีพยัญชนะ	ค - ฌ	สระ เอ, แอ
เลข 6	มีพยัญชนะ	น - ฝ	สระ โอ, อ่า และไม้ยมก
เลข 7	มีพยัญชนะ	พ - ย	สระ ใ, ไ และ ๑
เลข 8	มีพยัญชนะ	ร - ษ	สระ ำ
เลข 9	มีพยัญชนะ	ศ - ฮ	วรรณยุกต์ ไม้หันอากาศ ไม้ไต่คู้ และการ์นต์

ส่วนเทคโนโลยีการป้อนข้อความสั้นภาษาไทย “ไทยเอสเอ็มเอส 2” ซึ่งเป็นระบบส่งข้อความ SMS ภาษาไทยเวอร์ชันล่าสุดจาก “O” ก็เป็นอีกนวัตกรรมหนึ่งที่มีความน่าสนใจและแตกต่างไปจากการพัฒนาระบบข้อความสั้นภาษาไทยของรายอื่นๆ ในท้องตลาด เนื่องจากเทคโนโลยีการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทยของ “O” เป็นรูปแบบการพัฒนาบนพื้นฐานของซิมการ์ดของตนเอง ไม่ใช่การติดตั้งซอฟต์แวร์ไว้ในตัวเครื่อง

ซิมการ์ด (Subscriber Identify Module Card : SIM Card) หมายถึงการ์ดขนาดเล็ก ภายในจะมีหน่วยประมวลผลและหน่วยความจำบรรจุอยู่ ซิมการ์ดแต่ละแผ่นจะมีข้อมูลบอกถึงหมายเลขโทรศัพท์มือถือที่ใช้งาน และข้อมูลเฉพาะที่กำหนดโดยผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อแสดงตัวก่อนเข้าใช้ระบบเครือข่าย หากข้อมูลไม่ตรงกับข้อมูลของฝ่ายผู้ให้บริการ ก็จะไม่สามารถใช้งานได้ ข้อดีคือ ผู้ใช้งานสามารถเปลี่ยนไปใช้โทรศัพท์มือถือเครื่องอื่นๆ แต่ใช้หมายเลขเดิมเพียงใช้ซิมการ์ดแผ่นเดิมเท่านั้น (อรณพ ชันธิกุล, 2545 : 21)

ระบบ “ไทยเอสเอ็มเอส 2” ถูกพัฒนาบนเทคโนโลยี “ซิมอัจฉริยะ” ของ “O” ซึ่งมีขนาดเล็ก แต่มีหน่วยความจำสูงถึง 32 กิโลไบต์ จึงสามารถรองรับแอปพลิเคชันต่างๆ ได้มากขึ้น รวมทั้งระบบส่งข้อความเอสเอ็มเอสภาษาไทยเวอร์ชันล่าสุดที่บริษัทคิดค้นขึ้นมาด้วย (www.orange.co.th)

เมื่อพิมพ์ข้อความเรียบร้อยแล้ว ส่งข้อความสั้น โดยกดปุ่ม * แล้ว ตามด้วย ok

ทั้งนี้ โทรศัพท์มือถือรุ่น ยี่ห้อที่รองรับระบบ “ไทยเอสเอ็มเอส 2” อาจมีรูปแบบการใช้งาน หรือการแสดงผลบนหน้าจอแตกต่างกันบ้าง

ข้อดีของระบบป้อนข้อความไทยชนิดนี้ คือ ไม่จำเป็นต้องมีเครื่องโทรศัพท์ที่รองรับคุณสมบัติการป้อนภาษาไทยก็สามารถป้อนข้อความสั้นภาษาไทยได้เช่นกัน เพราะซอฟต์แวร์ที่ติดตั้งในซิมการ์ดจะเพิ่มคุณสมบัติดังกล่าวเข้าไปแทน (แต่ต้องเป็นเฉพาะรุ่นที่รองรับเทคโนโลยีนี้ด้วยเท่านั้น)

ส่วนข้อจำกัดของ “ไทยเอสเอ็มเอส 2” อยู่ตรงที่ต้องเป็นลูกค้าผู้ใช้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท “O” เท่านั้น ลูกค้าของโอเปอเรเตอร์รายอื่นๆ จะไม่สามารถใช้งานเทคโนโลยีนี้ได้

จากความพยายามในการพัฒนาวิธีป้อนข้อความสั้นภาษาไทยของหลายๆ หน่วยงาน ดังที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลให้โทรศัพท์มือถือส่วนใหญ่ในท้องตลาดที่ออกวางจำหน่ายตั้งแต่ พ.ศ. 2545 เป็นต้นมา สนับสนุนการรับและส่งข้อความสั้นภาษาไทยได้เป็นอย่างดี เพียงแค่ผู้ส่งและผู้รับมีโทรศัพท์มือถือที่รองรับคุณสมบัติการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย ก็จะสามารถพิมพ์ข้อความหรือรับทราบเนื้อหาข้อความสั้นที่ส่งมาได้ หรือกรณีอย่างน้อยที่สุด เครื่องของผู้ส่งข้อความต้องรองรับคุณสมบัติการป้อนข้อความสั้นภาษาไทย (Thai SMS) ในขณะที่เครื่องของผู้รับต้องสามารถอ่านข้อความไทยได้ (Thai Text Display) กระบวนการสื่อสารผ่านวิธีรับและส่งข้อความสั้นเป็นอันสมบูรณ์

4.2.3 วิธีใช้งานบริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย

วิธีการใช้บริการรับและส่งข้อความสั้นภาษาไทย มีรูปแบบการใช้งานเช่นเดียวกับการรับส่งข้อความสั้นทั่วไป (SMS) คิดอัตราค่าบริการเป็นจำนวนครั้ง แล้วแต่ผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรายเป็นผู้กำหนดค่าบริการ ซึ่งโดยทั่วไป หากไม่มีกิจกรรมสนับสนุนการขาย (Promotion) หรือแพ็คเกจพิเศษ จะคิดอัตราค่าบริการประมาณ 2-3 บาท ต่อ 1 ครั้ง โดยเก็บค่าใช้จ่ายที่ผู้ส่งข้อความ ขณะที่ตัวผู้รับไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ

เนื่องจากวิธีรับส่งข้อความสั้นในแต่ละรุ่น ยี่ห้อ มีความแตกต่างกันในการเข้าถึงเมนู ผู้ใช้งานจำเป็นต้องศึกษาทำความเข้าใจวิธีการใช้งานเสียก่อน (สามารถศึกษาได้จากคู่มือที่มาพร้อมกับกล่องบรรจุโทรศัพท์มือถือ หรือดาวน์โหลดคู่มือตามเว็บไซต์ของผู้ผลิตรายต่างๆ)

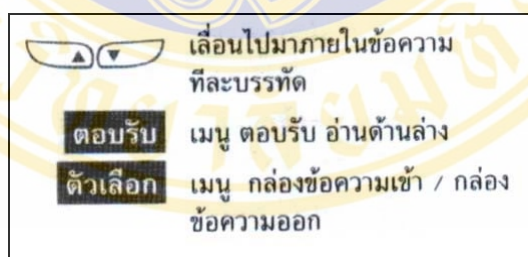


รูปภาพที่ 6 หน้าจอแสดงผลเมื่อมีข้อความใหม่เข้ามา (Siemens, 2545 : 27)

- กดปุ่มซอฟต์แวร์คีย์ (Soft Key) ที่อยู่ด้านล่างสัญลักษณ์รูปจดหมายเพื่ออ่านข้อความ



รูปภาพที่ 7 การอ่านข้อความสั้นบนหน้าจอแสดงผลของโทรศัพท์มือถือ (Siemens, 2545 : 27)



รูปภาพที่ 8 วิธีตอบรับ หรือเลือกกล่องข้อความเข้า/ออก (Siemens, 2545 : 27)

- ตอบรับ หรือตอบกลับข้อความสั้นที่ส่งมา เปิดเมนู ตอบรับ แล้วพิมพ์ข้อความตอบกลับ (ข้อความใหม่) หรือแก้ไขข้อความที่ได้รับ ก่อนส่งออกไปยังผู้รับ (ผู้ส่งข้อความครั้งแรก) หรือเก็บบันทึกเอาไว้ในเครื่อง

จะเห็นได้ว่า วิธีการป้อนข้อความสั้นภาษาไทยผ่านโทรศัพท์มือถือสามารถเรียนรู้ทำความเข้าใจได้ง่าย เพียงแต่ผู้ใช้งานศึกษาจากคู่มือที่ให้มาพร้อมกับโทรศัพท์มือถือเท่านั้น ทั้งนี้ โทรศัพท์มือถือแต่ละรุ่น ยี่ห้อ อาจมีวิธีใช้งานรับส่งข้อความสั้นภาษาไทยแตกต่างกันอยู่บ้าง



บทที่ 5

การศึกษาลักษณะข้อความสั้นภาษาไทยที่ใช้ในวัยรุ่น

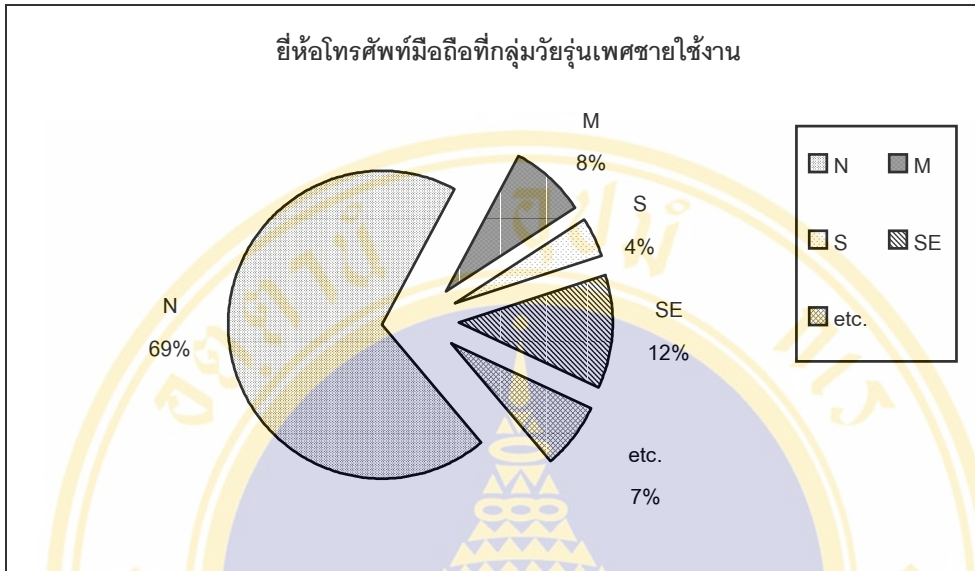
การศึกษาลักษณะภาษาข้อความสั้นที่ใช้ในโทรศัพท์มือถือของกลุ่มวัยรุ่นผ่านกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นชายและหญิงระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า บริเวณเซนเตอร์พ้อยท์ ย่านสยามสแควร์ จำนวน 200 ราย ทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด (โปรดดูตัวอย่างแบบสอบถามในบทที่ 3)

ผู้ศึกษาได้แบ่งการนำเสนอผลข้อมูลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1. พฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์มือถือและรับส่งข้อความสั้น 2. ลักษณะภาษาแบ่งตามความหมายของข้อความสั้นภาษาไทยในวัยรุ่น 3. ลักษณะการใช้ภาษาของข้อความสั้นในวัยรุ่น และ 4. ภาพสะท้อนทางสังคมและวัฒนธรรมของวัยรุ่นที่ปรากฏในข้อความสั้นภาษาไทย

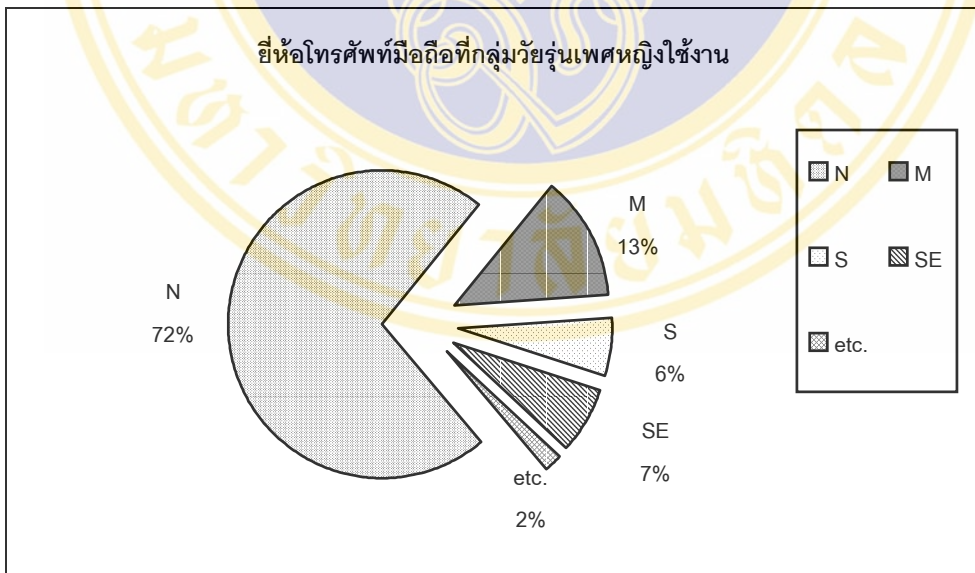
5.1 พฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์มือถือและรับส่งข้อความสั้น

ผลการศึกษานี้ จะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานโทรศัพท์มือถือและการรับส่งข้อความสั้นของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น ได้แก่ ยี่ห้อโทรศัพท์มือถือที่ใช้งาน สาเหตุในการใช้งานโทรศัพท์มือถือ ความถี่ในการรับส่งข้อความสั้น บุคคลที่รับส่งข้อความสั้นด้วยเป็นประจำ เหตุผลในการใช้บริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย สัญลักษณ์แทรกประกอบข้อความสั้น และสิ่งที่รู้สึกไม่พอใจในการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย โดยแสดงผลการศึกษาในรูปแบบแผนภูมิประกอบการเปรียบเทียบระหว่างวัยรุ่นเพศชายและหญิงเพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของการศึกษาชัดเจนยิ่งขึ้น

5.1.1 ยี่ห้อโทรศัพท์มือถือที่ใช้งาน



แผนภูมิที่ 2 ยี่ห้อโทรศัพท์มือถือที่วัยรุ่นชายใช้งาน



แผนภูมิที่ 3 ยี่ห้อโทรศัพท์มือถือที่วัยรุ่นหญิงใช้งาน

จากการศึกษาพบว่า ยี่ห้อ “N” เป็นโทรศัพท์มือถือที่ได้รับความนิยมใช้งานของกลุ่มวัยรุ่นมากที่สุด โดยวัยรุ่นชายคิดเป็นร้อยละ 69 และเพศหญิง ร้อยละ 72 หรือประมาณ 7 ใน 10

ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อันเป็นอัตราส่วนการใช้งานที่สูงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นๆ ในท้องตลาด โดยยี่ห้อรองลงมาที่วัยรุ่นชายใช้งาน ได้แก่ ยี่ห้อ “SE” คิดเป็นร้อยละ 12 ในขณะที่วัยรุ่นหญิงใช้งานยี่ห้อ “M” เป็นอันดับรองลงมา อยู่ที่ร้อยละ 13 อันเป็นจำนวนที่ห่างจากอันดับหนึ่งค่อนข้างมากอย่างเห็นได้ชัด ขณะที่ยี่ห้ออื่นๆ จะมีสัดส่วนลดน้อยลงไป โดยวัยรุ่นชายจะใช้งานเครื่องลูกข่ายยี่ห้อ “M”, ยี่ห้ออื่นๆ (etc.) ซึ่งนอกเหนือไปจาก 4 ยี่ห้อหลัก และ “S” คิดเป็นร้อยละ 8, 7 และ 4 ตามลำดับ ส่วนวัยรุ่นหญิงนิยมใช้งานยี่ห้อ “SE”, “S” และยี่ห้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 7, 6 และ 2 ตามลำดับ

เมื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกับส่วนแบ่งการตลาดของผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือในตลาดโลก พบว่าบริษัท N บริษัทผู้ผลิตเครื่องลูกข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากประเทศแถบสแกนดิเนเวีย เป็นผู้ครองอันดับหนึ่งของยอดขายเครื่องทั่วโลกสูงถึง 39 เปอร์เซ็นต์ มากกว่า 46 ล้านเครื่องภายในปี 2545 ที่ผ่านมา ทั้งห่างคู่แข่งอันดับ 2 ยี่ห้อ M และอันดับสาม ยี่ห้อ SS (นิตยสาร Mobilemag, กุมภาพันธ์ 2546 : 52)

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่ทำให้ยี่ห้อ N ได้รับความนิยมในกลุ่มวัยรุ่นเป็นอย่างมาก เนื่องมาจากการทำตลาดที่เน้นรูปลักษณ์แนวแฟชั่น ตามกระแสนิยมของวัยรุ่น และการเปิดตัวโทรศัพท์รุ่นใหม่อีกอย่างต่อเนื่องตลอดปี เฉพาะปี 2545 บริษัทได้เปิดตัวโทรศัพท์มือถือถึง 33 รุ่น

หากนำแนวคิดของวัยรุ่นมาวิเคราะห์ประกอบ พบว่า น่าจะมาจากการที่วัยรุ่นเป็นวัยที่มีลักษณะเห็นเพื่อนมีความสำคัญมากที่สุด และมักมีค่านิยมคล้ายคลึงกันหรือใกล้เคียง ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของหมู่เพื่อน (โตภักดิ์ นุชนาด, 2542 : 14) จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่โทรศัพท์มือถือยี่ห้อ N จะได้รับความนิยมสูงในกลุ่มวัยรุ่นมากเท่านี้ เพราะเพื่อนย่อมเป็นอีกปัจจัยอันทรงอิทธิพลในการเลือกซื้อโทรศัพท์ที่คล้ายกันจากการแนะนำแบบปากต่อปากของเพื่อนฝูง

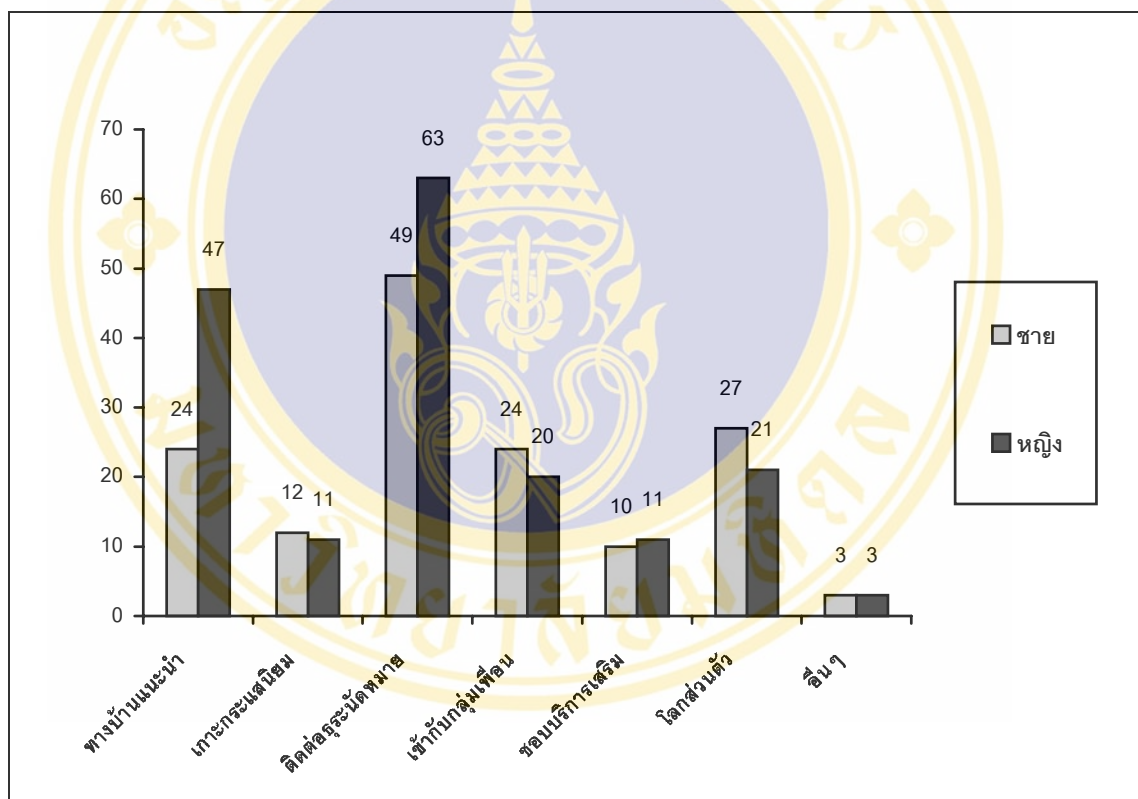
“กระแสเร็คนำร็อกและ F4 ทำไม่ถึงได้แพร่สะพัดรวดเร็วขนาดพายุได้ฝุ่น คำตอบก็คือ Peer to Peer Marketing หรือการตลาดแบบเพื่อนบอกเพื่อน ได้กลายเป็นการตลาดที่ร้อนแรงที่สุดแห่งยุค Peer to Peer Marketing เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ใช้กันมานานแล้ว มันถูกใช้วัยรุ่นมากที่สุด กล่าวอีกนัยคือ จาก Peer to Peer Marketing ไปสู่ Youth to Youth Marketing ... ปากเพื่อนต่อปากเพื่อนจึงศักดิ์สิทธิ์มากกว่าโฆษณาหรือการจัดกิจกรรม” (ชนยวัชร ไซษตระกูลชัย, 2546 : 186)

และสาเหตุอีกประการคือ จุดเด่นเรื่องเมนูใช้งานง่ายเหมาะสำหรับผู้ใช้งานทุกระดับ (User Friendly) รวมถึงตอบสนองการใช้งานรับส่งข้อความสั้น ซึ่งเป็นหนึ่งในเมนูการใช้งานด้วย และบริการเสริมต่างๆ ของผู้ให้บริการรายต่างๆ ที่มักจะรองรับโทรศัพท์มือถือยี่ห้อ N เป็นหลัก อาทิ การโหลดเสียงเรียกเข้า (Ringtone), โหลดภาพ โลโก้ (Logo) หรือภาพพิกหน้าจอ

(Screensaver) บนหน้าจอ โทรศัพท์มือถือ ทำให้วัยรุ่นซึ่งชอบความสนุกสนานในการใช้งาน มักเลือกยี่ห้อดังกล่าวเพื่อตอบสนองความต้องการด้านความบันเทิงส่วนตัวได้มากกว่า

แม้ยี่ห้ออื่นๆ จะพยายามดำเนินกลยุทธ์การตลาดอย่างเต็มที่ ในการผลักดันความนิยมในกลุ่มวัยรุ่น แต่ผลการศึกษาครั้งนี้พอจะบอกได้ว่า ยังคงเป็นเรื่องน่าหนักใจไม่น้อยสำหรับการรุกเข้าสู่ตลาดวัยรุ่นที่ยี่ห้อ N ครอบครองไว้อย่างเหนียวแน่นเช่นนี้ และคงเป็นงานหนักที่น่าท้าทายสำหรับผู้ผลิตรายอื่นๆ ต่อไป

5.1.2 สาเหตุในการใช้งานโทรศัพท์มือถือ



แผนภูมิที่ 4 สาเหตุที่ใช้งานโทรศัพท์มือถือ เปรียบเทียบระหว่างวัยรุ่นเพศชายและหญิง

จากการศึกษาเรื่องสาเหตุที่วัยรุ่นใช้งานโทรศัพท์มือถือ พบว่า วัยรุ่นชายและหญิงใช้งานโทรศัพท์มือถือเพื่อติดต่อคุณครู นับหมาย เป็นอันดับแรก โดยวัยรุ่นชาย คิดเป็นร้อยละ 49 และวัยรุ่นหญิงคิดเป็นร้อยละ 63

โดยสาเหตุรองลงมาของวัยรุ่นชาย ได้แก่ ความเป็นโลโก้ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 27 เข้ากับกลุ่มเพื่อนๆ และทางบ้านแนะนำให้ใช้งาน ร้อยละ 24 เท่ากัน ส่วนเหตุผลเกาะกระแสสังคม

(In Trend) ชอบบริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ และเหตุผลอื่นๆ ลดหลั่นลงมา คิดเป็นร้อยละ 12, 10 และ 3 ตามลำดับ

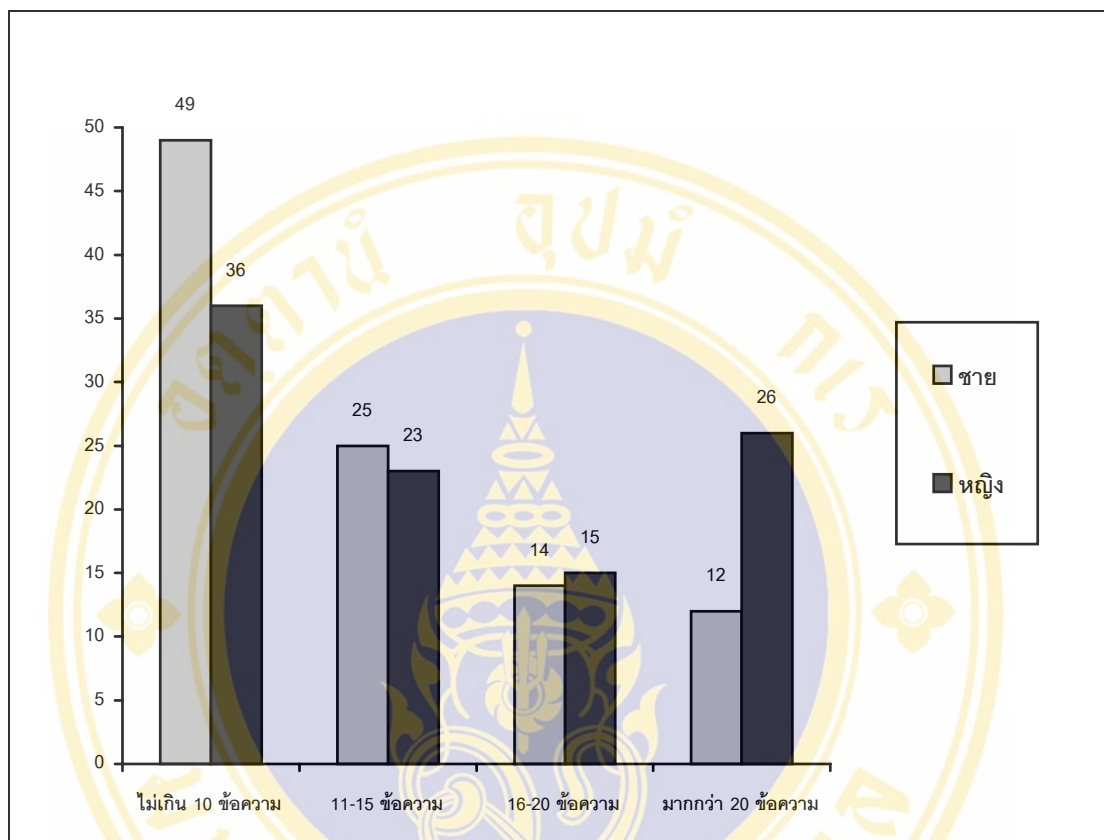
สำหรับวัยรุ่นหญิง เหตุผลอันดับสองในการใช้งานโทรศัพท์มือถือ คือการที่ทางบ้านแนะนำให้ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 47 ขณะที่ความเป็นโลกส่วนตัว เป็นสาเหตุรองลงมา อยู่ที่ร้อยละ 21 เข้ากับกลุ่มเพื่อนๆ ร้อยละ 20 เกาะกระแสนิยมและชอบบริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 11 เท่ากัน ส่วนสาเหตุอื่นๆ ร้อยละ 3

จะเห็นได้ว่า สาเหตุอันดับแรกสำหรับการใช้งานโทรศัพท์มือถือของกลุ่มวัยรุ่นทั้งเพศชายและหญิง คือการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน การติดต่อธุระ นับหมายเป็นสำคัญ แต่เหตุผลความเป็นส่วนตัวและเข้ากับกลุ่มเพื่อนๆ ก็เป็นเหตุผลประการต้นๆ ที่วัยรุ่นเลือกใช้งานโทรศัพท์มือถือด้วยเช่นกัน เพราะวัยรุ่น เป็นวัยที่มีความต้องการได้รับอิสระ ต้องการโอกาสที่จะมีอิสระในการคิดตัดสินใจและกระทำบางสิ่งด้วยตนเองโดยไม่ต้องอยู่ในสายตาของผู้ใหญ่

สำหรับเหตุผลที่ทางบ้านแนะนำให้ใช้งานนั้น จะสังเกตได้ว่าผู้ปกครองยังคงใส่ใจและเป็นห่วงวัยรุ่นเพศหญิงมากกว่าชายอย่างเห็นได้ชัด โดยเป็นสาเหตุของการเลือกใช้งานโทรศัพท์ฯ อันดับที่ 2 ของกลุ่มวัยรุ่นเพศหญิงมากถึงร้อยละ 47 ขณะที่วัยรุ่นเพศชายมีเพียงร้อยละ 24 เท่านั้น ต่างกันมากเกือบเท่าตัว ซึ่งพอจะทำให้มองเห็นได้ว่าในมุมมองความรู้สึกของผู้ปกครองแล้ว โทรศัพท์มือถือไม่ใช่สิ่งของเครื่องใช้ฟุ่มเฟือยดังเช่นในอดีต แต่เป็นอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์อันจำเป็นสำหรับการติดต่อสื่อสารถึงกันระหว่างผู้ปกครองและวัยรุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับวัยรุ่นหญิง

การที่ตัวเครื่องลูกข่ายมีราคาตกลงมาในระดับไม่แพง ย่อมเป็นปัจจัยหนุนให้การใช้โทรศัพท์มือถือได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น เพราะผู้ปกครองส่วนใหญ่ยินดีจ่ายเงินซื้อเครื่องเพื่อแลกเปลี่ยนกับความสบายใจในการติดต่อสื่อสารกับบุตรหลานของตนได้ตลอดเวลา ขณะที่ตัววัยรุ่นเองพึงพอใจกับการใช้งานโทรศัพท์มือถือเพื่อการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มเพื่อน หรือคนใกล้ชิด รวมถึงความเป็นส่วนตัวอันเป็นอิสระแยกการจับตามองจากผู้ใหญ่ ไม่เหมือนการใช้งานเครื่องโทรศัพท์บ้านที่ไม่ค่อยมีความเป็นส่วนตัวมากนัก และมักต้องใช้งานอยู่ในสายตาของผู้ปกครอง

5.1.3 ความถี่ในการรับส่งข้อความสั้น



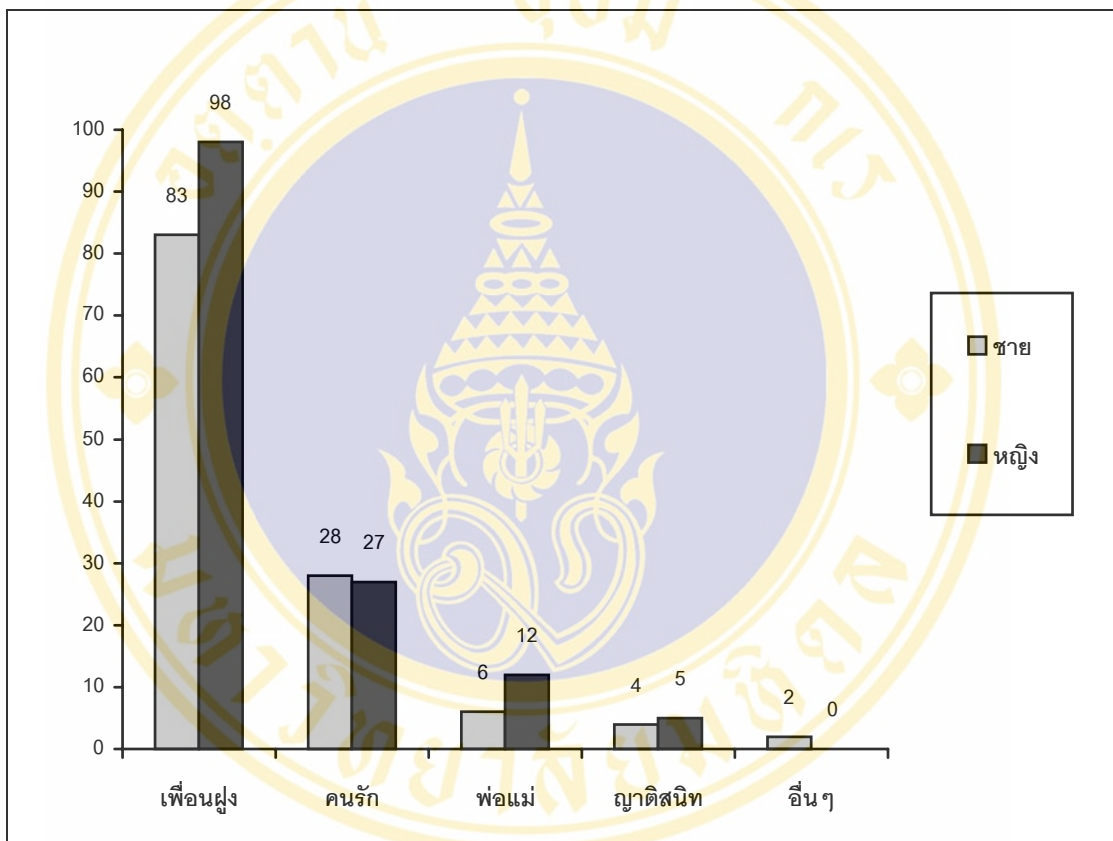
แผนภูมิที่ 5 แสดงความถี่ในการรับส่งข้อความความสั้นต่อสัปดาห์ของวัยรุ่นเพศชายและหญิง

ความถี่ในการรับและส่งข้อความสั้น (SMS) ของวัยรุ่นต่อสัปดาห์ของกลุ่มวัยรุ่นชายมีไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับวัยรุ่นหญิง เห็นได้จากกลุ่มศึกษาชายที่รับส่งข้อความสั้นจำนวนไม่เกิน 10 ข้อความต่อสัปดาห์ มีจำนวนสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 49 รองลงมาได้แก่ 11-15 ข้อความต่อสัปดาห์ (25%) 16-20 ข้อความต่อสัปดาห์ (14 %) และมากกว่า 20 ข้อความต่อสัปดาห์ (12 %)

ส่วนกลุ่มศึกษาซึ่งเป็นวัยรุ่นหญิง แม้ว่าผู้ที่ใช้งานรับส่งข้อความสั้นจำนวนไม่เกิน 10 ข้อความต่อสัปดาห์ จะยังคงเป็นกลุ่มที่มีจำนวนสูงสุดเช่นเดียวกับเพศชาย แต่มีอัตราส่วนน้อยกว่าอยู่ที่ร้อยละ 36 ขณะที่ผู้ใช้งานมากกว่า 20 ข้อความต่อสัปดาห์ เป็นกลุ่มที่มีคะแนนสูงเป็นอันดับ 2 อยู่ที่ร้อยละ 26 รองลงมาได้แก่ 11-15 ข้อความต่อสัปดาห์ (25%) และ 16-20 ข้อความต่อสัปดาห์ (14 %)

ผลการศึกษาในจุดนี้ แสดงให้เห็นความถี่ในการรับส่งข้อความสั้นของวัยรุ่นหญิงมากกว่าวัยรุ่นชาย และหากสมาชิกภายในกลุ่มของวัยรุ่นหญิงมีพฤติกรรมใช้งานรับส่งข้อความสั้นบ่อยครั้ง เพื่อนสนิทภายในกลุ่ม มักจะมีพฤติกรรมรับส่งข้อความสั้นในรูปแบบเดียวกันไปด้วย

5.1.4 บุคคลที่วัยรุ่นรับส่งข้อความสั้นด้วยเป็นประจำ



แผนภูมิที่ 6 เปรียบเทียบบุคคลที่วัยรุ่นเพศชายและหญิงรับส่งข้อความสั้นด้วยเป็นประจำ

บุคคลที่วัยรุ่นชายและหญิงรับส่งข้อความสั้นด้วยเป็นประจำ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าเพื่อนฝูงคือบุคคลที่มีการติดต่อสื่อสารข้อความสั้นบ่อยครั้งที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 83 และ 98 ตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ซึ่งวัยรุ่นจะเป็นวัยที่ได้รับอิทธิพลการเรียนรู้ทางสังคมจากกลุ่มเพื่อนมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องของการแต่งกาย การพูดจา กิริยา ท่าทาง ความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมต่างๆ การคบหาเพื่อนจะเป็นสิ่งผลักดันให้เกิดการเรียนรู้ในการปรับตัวให้เข้ากับสมาชิกในกลุ่มได้ (โสภณัท นุชนาถ, 2542 : 41) และเป็น

วัยที่ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนมากที่สุด ให้ความสำคัญต่อการพบปะสนทนากับเพื่อนฝูง เพื่อนสนิท และทำกิจกรรมทางสังคมร่วมกัน

คนรัก คือบุคคลที่วัยรุ่นชายและหญิงรับส่งข้อความด้วยเป็นประจำเป็นลำดับรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 28 และ 27 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความต้องการของวัยรุ่น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2527 : 39) ในด้านความต้องการเกี่ยวกับเรื่องเพศ นับตั้งแต่การมีเพื่อนต่างเพศไปจนกระทั่งความคิดเกี่ยวกับมีคู่ครอง

สำหรับพ่อแม่ คือบุคคลที่วัยรุ่นชายและหญิงรับส่งข้อความด้วยเป็นประจำในลำดับถัดมา อยู่ที่ร้อยละ 6 และ 12 สังกัดความแตกต่างได้ว่าวัยรุ่นหญิงจะติดต่อบุคคลอื่นที่พ่อแม่มากกว่าวัยรุ่นชาย

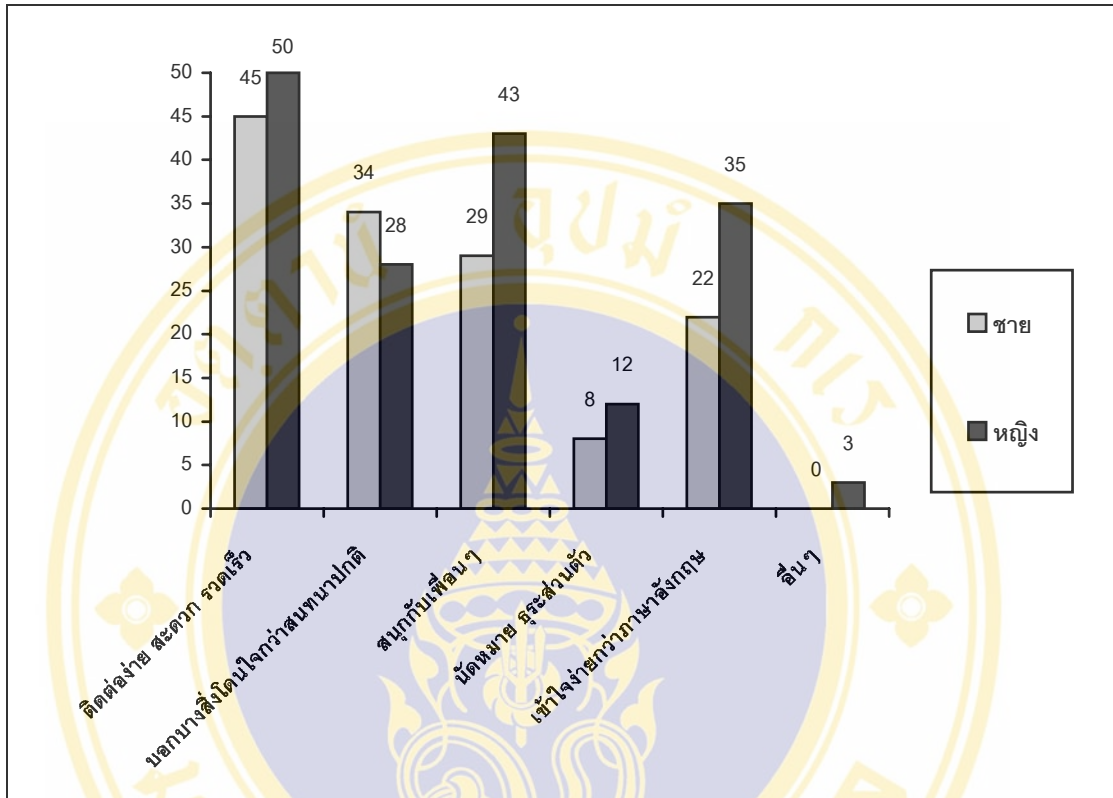
อย่างไรก็ดี อุปสรรคประการหนึ่งซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการใช้งานระหว่างวัยรุ่นกับพ่อแม่ อาจเนื่องมาจากข้อจำกัดในการเรียกใช้คำสั่งเกี่ยวกับข้อความสั้น ซึ่งพ่อแม่ หรือผู้ใหญ่จำนวนไม่น้อยไม่มีความชำนาญในการเรียกใช้ฟังก์ชันเมนูดังกล่าว ส่งผลให้วัยรุ่นไม่สามารถติดต่อบุคคลอื่นด้วยข้อความสั้นกับพ่อแม่ได้ จึงใช้วิธีติดต่อบุคคลอื่นด้วยเสียง (Voice) ตามปกติแทน

ดังนั้น หากเป็นไปได้ ผู้ใหญ่ที่เป็นพ่อแม่หรือผู้ใหญ่ใกล้ชิดกับวัยรุ่นสมควรให้ความสนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ใกล้ตัวพวกเขา เพื่อสามารถร่วมติดต่อบุคคลอื่นกับวัยรุ่นได้อย่างไม่ขัดเงิน เช่นเดียวกับเมื่อครั้งการเข้ามาของการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใหญ่ต้องปรับตัวเรียนรู้เทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่เพื่อสามารถคอยดูแลติดตามวัยรุ่นอย่างใกล้ชิด

สำหรับญาติสนิท วัยรุ่นชายและหญิงมีอัตราส่วนในการติดต่อบุคคลอื่นด้วยเป็นประจำเพียงร้อยละ 4 และ 5 เท่านั้น ซึ่งจากข้อมูลสัมภาษณ์เพิ่มเติมกับกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่จะเป็นพี่น้องในครอบครัว โดยมีการติดต่อบุคคลอื่นที่ญาติผู้ใหญ่รายอื่นๆ น้อยมาก

ส่วนบุคคลอื่นๆ ได้แก่ บุคคลทั่วไป หรือญาติระดับห่างๆ มีเพียงร้อยละ 2 ของวัยรุ่นชายเท่านั้น ขณะที่วัยรุ่นหญิงไม่มีเลยแม้แต่คนเดียว

5.1.5 เหตุผลในการใช้บริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย



แผนภูมิที่ 7 แสดงเหตุผลการใช้บริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทยของวัยรุ่นเพศชายและหญิง

จากการศึกษาพบว่า การติดต่อง่าย สะดวก รวดเร็ว ซึ่งเป็นจุดเด่นสำคัญของการสื่อสารด้วยวิธีรับส่งข้อความสั้น เป็นเหตุผลหลักในการที่วัยรุ่นชายและหญิงใช้บริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย คิดเป็นร้อยละ 45 และ 50 หรือคิดเป็นอัตราส่วนเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มศึกษาทั้งหมด เนื่องจากลักษณะการใช้งานง่าย คล้ายกับการรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) สามารถส่งโต้ตอบกับอีกฝ่ายได้ตลอดเวลาอย่างรวดเร็ว และยังสามารถส่งข้อความที่รับมาต่อไปยังหมายเลขอื่นๆ เพิ่มเติมได้อีกด้วย

วัยรุ่นเพศหญิงใช้บริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทยเพื่อที่จะสนุกสนานกับเพื่อนๆ เป็นเหตุผลลำดับที่ 2 หรือคิดเป็นร้อยละ 43 ในขณะที่วัยรุ่นชายเลือกเหตุผลดังกล่าวอยู่ที่ร้อยละ

29

วัยรุ่นเพศชายใช้บริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย ด้วยความสามารถในการบอกเล่าเรื่องราว บางสิ่งบางอย่างที่โคนใจมากกว่าการใช้วิธีสนทนาด้วยเสียง อาจเป็นข้อความลึกลับซึ่ง กินใจ

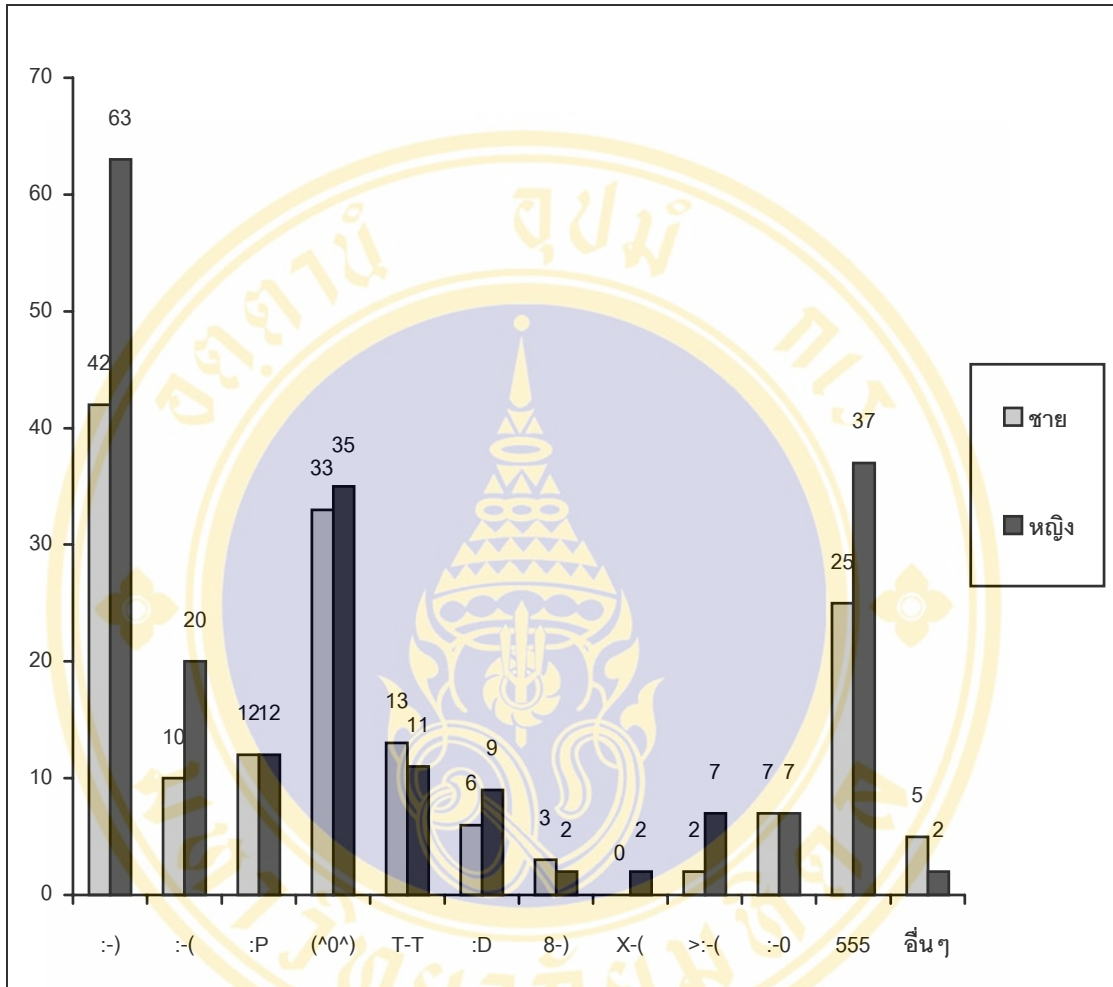
หรือสิ่งที่การสนทนาด้วยเสียงตามปกติทำไม่ได้ เป็นเหตุผลลำดับที่ 2 โดยคิดเป็นร้อยละ 34 ขณะที่วัยรุ่นหญิงเลือกเหตุผลนี้ คิดเป็นร้อยละ 28

ข้อจำกัดด้านภาษาในการรับส่งข้อความสั้นในอดีต ซึ่งจำเป็นต้องพิมพ์ข้อความเป็นภาษาอังกฤษ และได้รับการพัฒนาปรับปรุงความสามารถของตัวเครื่องโทรศัพท์มือถือให้รองรับการป้อนข้อความสั้นและการแสดงผลเป็นภาษาไทย ทำให้สามารถเข้าใจเนื้อหาข้อความง่ายกว่าการพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ เป็นเหตุผลอีกประการที่วัยรุ่นหญิงเลือกใช้บริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย โดยคิดเป็นร้อยละ 35 ขณะที่วัยรุ่นชายมีอัตราส่วนน้อยกว่า อยู่ร้อยละ 22

ที่น่าสนใจคือ การใช้งานรับส่งข้อความสั้นภาษาไทยด้วยเหตุผลเกี่ยวกับการนัดหมายระหว่างส่วนตัว มีเพียงร้อยละ 8 เท่านั้นสำหรับวัยรุ่นชาย และร้อยละ 12 สำหรับวัยรุ่นหญิง ซึ่งถือว่าน้อยกว่าที่คาด เมื่อเปรียบเทียบกับเหตุผลในการใช้งานโทรศัพท์มือถือเพื่อการติดต่อธุรกิจ นัดหมาย (คูแผนภูมิที่ 3) หรือหากนำมาเปรียบเทียบกับการศึกษาลักษณะภาษาที่ใช้งานในวิทยุติดตามตัวที่ใช้ในการบอกกล่าว และสั่งการมากที่สุด (วันดี พิงศรีสุวรรณ, 2544 : 65,72) ซึ่งอาจพอสรุปได้ว่าการใช้งานรับส่งข้อความสั้นของวัยรุ่นมักมุ่งเน้นที่ความสนุกสนานกับกลุ่มเพื่อนหรือคนรักมากกว่าการใช้งานเพื่อการนัดหมาย ระหว่างส่วนตัว โดยการใช้งานดังกล่าว วัยรุ่นมักนิยมใช้วิธีการติดต่อสนทนาด้วยเสียงแทน เพราะสามารถยืนยันกับเจ้าตัว หรือผู้รับสายปลายทางได้ทันที

และสาเหตุอื่นๆ ที่วัยรุ่นใช้บริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย มีเพียงวัยรุ่นหญิงเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 3 ที่เลือกใช้งานเพราะควบคุมค่าใช้จ่ายง่าย ค่าบริการไม่แพง เพราะคิดในอัตราร้อยละ 3 บาท ขณะที่หากใช้การสนทนาด้วยเสียงอาจใช้เวลาาน ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายคิดเป็นนาที ซึ่งถ้าพูดคุยนานย่อมเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นเป็นเงาตามตัวไปด้วย การสื่อสารด้วยวิธีรับส่งข้อความสั้นย่อมควบคุมค่าใช้จ่ายได้ง่ายกว่า ขณะที่วัยรุ่นชายไม่มีการเลือกเหตุผลอื่นๆ แต่อย่างใด

5.1.6 สัญลักษณ์แทรกประกอบข้อความสั้น



แผนภูมิที่ 8 สัญลักษณ์ที่วัยรุ่นเพศชายและหญิงแทรกประกอบข้อความสั้นเป็นประจำ

สัญลักษณ์ (Symbol) ที่มีการนำมาใช้แทรกประกอบข้อความสั้น (SMS) เป็นสีสันประการหนึ่งของการรับส่งข้อความสั้น เพื่อช่วยขบขันข้อความให้มีความโดดเด่น น่าอ่าน หรือสร้างความประทับใจแก่ผู้รับข้อความมากยิ่งขึ้น

เราอาจแบ่งสัญลักษณ์ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่สัญลักษณ์ที่มีความหมายในเชิงบวกด้านอารมณ์ เช่น อารมณ์ดี ยิ้มแย้ม ตลก ขบขัน ฟังพอใจ หัวเราะ เป็นต้น และสัญลักษณ์ที่มีความหมายในเชิงลบด้านอารมณ์ เช่น ไม่พอใจ โกรธ เศร้า เสียใจ เป็นต้น

การศึกษาครั้งนี้ พบว่า สัญลักษณ์ที่แทนความหมายในเชิงบวกในแบบสอบถาม ได้แก่ :-) อารมณ์ยิ้มแย้ม :P แลบลิ้นลิ้อเลียน (^0^) อารมณ์ดี :D หัวเราะ 8-) ผู้ส่งสวมแว่นตา

อารมณ์ดี 555 หัวเราะ :-0 อารมณ์ปกติ (และแทนการตื่นนอนด้วย) ถูกนำไปใช้งานแทรกกับข้อความสั้นเป็นประจำบ่อยครั้งกว่าสัญลักษณ์ที่มีความหมายในเชิงลบอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะสัญลักษณ์ :-) แทนอารมณ์ดีหรือการยิ้ม ซึ่งวัยรุ่นหญิงแทรกไว้ในข้อความสั้น คิดเป็นร้อยละ 63 และวัยรุ่นชาย ร้อยละ 42 หรือ 555 ซึ่งเป็นสัญลักษณ์แทนการฟ้องเสียงหัวเราะในภาษาไทย (ฮาๆ) ถูกนำไปใช้แทรกข้อความสั้นประกอบในกลุ่มวัยรุ่นหญิงมากถึงร้อยละ 37 และวัยรุ่นชาย คิดเป็นร้อยละ 25 หรือ (^0^) แทนใบหน้าคนอารมณ์ดี ก็ถูกนำไปใช้แทรกประกอบข้อความร้อยละ 35 ในกลุ่มวัยรุ่นหญิง และร้อยละ 33 ในกลุ่มวัยรุ่นชาย

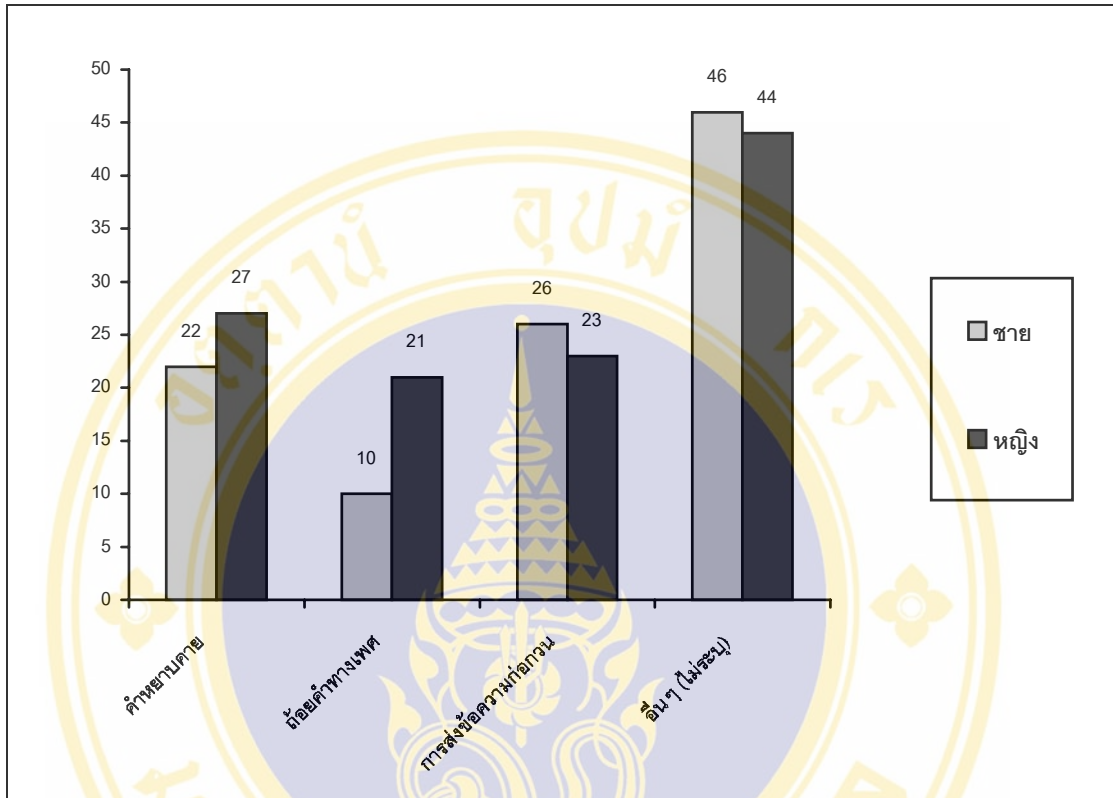
สำหรับสัญลักษณ์ที่มีความหมายในเชิงลบ ได้แก่ :- (อารมณ์เศร้า ไม่พอใจ, T-T ร้องไห้เสียใจ X-(เพิ่งตาย (Just Died) >:- (ขมวดคิ้ว ไม่พอใจ ถูกนำไปแทรกประกอบข้อความสั้นในอัตราส่วนน้อยกว่ากันมาก โดยวัยรุ่นหญิงเลือกสัญลักษณ์ :- (ในการแทรกข้อความสั้นเป็นประจำเพียงร้อยละ 20 และร้อยละ 10 เท่านั้น สำหรับวัยรุ่นชาย สัญลักษณ์ T-T แทนการร้องไห้เสียใจ ก็ถูกนำไปใช้แทรกประกอบข้อความสั้นเพียงร้อยละ 13 ในกลุ่มวัยรุ่นชาย และร้อยละ 11 ในกลุ่มวัยรุ่นหญิง

การวิจัยครั้งนี้ พอจะบอกได้ว่า วัยรุ่นหญิงนำสัญลักษณ์ต่างๆ มาแทรกประกอบข้อความสั้นมากกว่าวัยรุ่นชาย

ข้อสังเกตอีกประการหนึ่งคือ มีการคิดค้นสัญลักษณ์ใหม่ๆ ที่ไม่ใช่สัญลักษณ์มาตรฐานใน IRC (internet Relay Chat) โดยเป็นการคิดค้นโดยผู้ใช้งานชาวไทยโดยเฉพาะ ได้แก่ 555 ที่นำลักษณะการฟ้องเสียงของตัวเลข “5” ของไทย กับเสียงหัวเราะ “ฮาๆ” มาใช้ทดแทนกัน ซึ่งลดเวลาการพิมพ์ลงได้มาก และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของการพิมพ์ข้อความสนทนาซึ่งเป็นที่เข้าใจของคนไทยด้วยกันเอง (ปัจจุบัน ผู้เข้าห้องสนทนาชาวต่างประเทศบางรายที่ติดต่อกับคนไทยก็รู้จักความหมายนี้ด้วยเช่นกัน) และถูกปรับมาใช้แทรกประกอบข้อความสั้นภาษาไทยบ่อยครั้งด้วยเช่นกัน หรือสัญลักษณ์ (^0^) ที่ไม่มีใน IRC ด้วยเช่นกัน ก็เป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นชาวไทยไม่น้อย

นอกจากนี้ สัญลักษณ์อื่นๆ ที่มีการนำมาใช้แทรกประกอบข้อความ ได้แก่ ^_^ อารมณ์ดี ^_^” เหงื่อตก ก็เป็นสีสันใหม่ๆ ที่คิดค้นขึ้นมาใช้งานร่วมกับข้อความสั้นด้วยเช่นกัน แต่ไม่มีหลักฐานแน่ชัดว่าผู้ใช้งานชาวไทยเป็นผู้คิดค้นสัญลักษณ์ดังกล่าวหรือไม่ แต่ไม่ปรากฏในสัญลักษณ์มาตรฐานของ IRC แต่อย่างใด

5.1.7 สิ่งที่วัยรุ่นรู้สึกไม่พอใจในการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย



แผนภูมิที่ 9 สิ่งที่วัยรุ่นชายและหญิงรู้สึกไม่พอใจในการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย

จากความเชื่อเดิมของผู้วิจัยที่มีความคิดว่า การรับส่งข้อความสั้นในบางกรณีอาจสร้างความรู้สึกไม่พอใจแก่ผู้ใช้งานวัยรุ่นจากการรับส่งข้อความที่มีเนื้อหาหยาบคายรุนแรงระหว่างการส่งข้อความที่มีเนื้อหาทางเพศ หยาบ โยน หรือส่งข้อความก่อนบ่อยครั้ง

แต่ผลการศึกษาที่ได้ออกมากลับพบว่า ทั้งวัยรุ่นชายและหญิงส่วนใหญ่ไม่ได้รู้สึกอะไรมากกับปัญหาดังกล่าวข้างต้น หรือรู้สึกเฉยๆ เป็นส่วนใหญ่ เพราะผู้ที่รับส่งข้อความด้วยแทบทั้งหมดคือเพื่อนฝูง คนสนิทของตนเอง การส่งข้อความหยาบคาย หรือมีเนื้อหาทางเพศเป็นเรื่องธรรมดาในความรู้สึกของพวกเขา และสร้างความสนุกสนานให้มากกว่าที่จะโกรธเคือง ดังจะเห็นได้จากการเลือกเหตุผลอื่นๆ สูงถึงร้อยละ 46 ในกลุ่มวัยรุ่นชาย และร้อยละ 44 ในกลุ่มวัยรุ่นหญิง และให้เหตุผลประกอบว่าไม่มีสิ่งใดที่ทำให้รู้สึกไม่พอใจเกี่ยวกับการรับส่งข้อความสั้น

รองลงมา วัยรุ่นชายบางส่วนจะรู้สึกไม่พอใจต่อการส่งข้อความก่อนเป็นเหตุผลอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 26 ส่วนวัยรุ่นหญิงอยู่ที่ร้อยละ 23

สำหรับวัยรุ่นหญิง สิ่งที่ทำให้รู้สึกไม่พอใจในการรับส่งข้อความสั้นจะเป็นการส่งข้อความหายาก และเป็นเหตุผลที่เลือกในอันดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 27 ส่วนวัยรุ่นชายอยู่ที่ร้อยละ 22 และวัยรุ่นหญิงจะรู้สึกไม่พอใจถ้อยคำที่มีเนื้อหาทางเพศมากกว่าวัยรุ่นชาย โดยวัยรุ่นหญิงไม่พอใจคิดเป็นร้อยละ 21 และวัยรุ่นชายไม่พอใจเนื้อหาทางเพศ คิดเป็นร้อยละ 10

5.2 ลักษณะภาษาที่แบ่งตามกลุ่มความหมายของข้อความสั้นภาษาไทยของวัยรุ่น

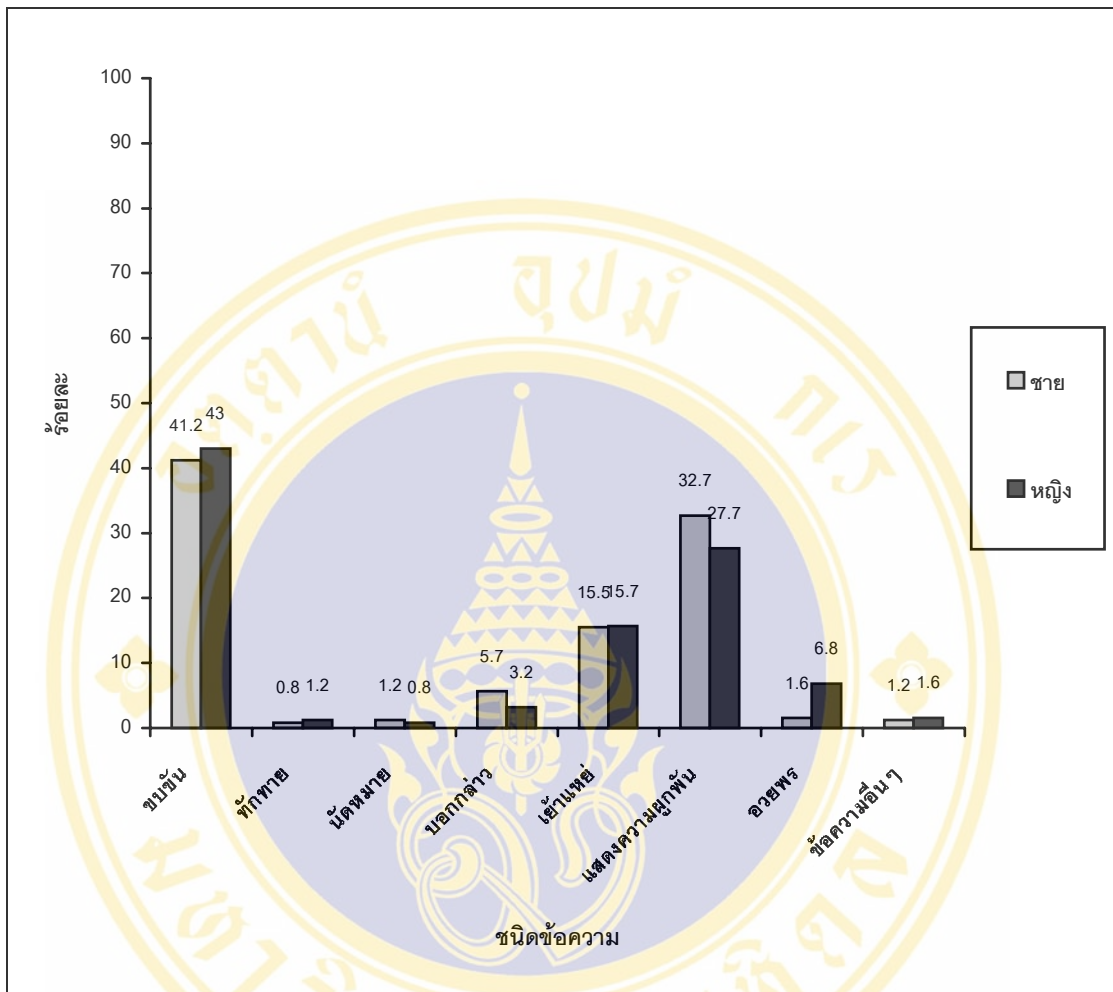
เนื้อหาข้อความสั้นภาษาไทยที่กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นชายและหญิงเลือกตอบลงในแบบสอบถามของผู้ศึกษา ผ่านทางคำถามปลายเปิดโดยใช้วิธีการเติมความ (Story Completion) เว้นช่วงว่างคำตอบเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายให้ข้อมูลที่ต้องการ (ข้อ 9. บอกข้อความสั้นภาษาไทยที่คุณชื่นชอบหรือประทับใจมากที่สุด 2 ประโยค) เพื่อนำข้อความสั้นมาวิเคราะห์โดยนำมาจัดแบ่งตามกลุ่มความหมายออกเป็น 8 กลุ่ม ได้แก่ ข้อความนัดหมาย ทักทาย บอกกล่าว แสดงความผูกพัน ขบขัน เข้าหยา อวยพร และข้อความประเภทอื่นๆ อย่างไรก็ตาม ข้อความสั้นอาจจำเป็นต้องจัดไว้ในหลายประเภทพร้อมกัน เนื่องจากข้อความเหล่านั้นมีหลายความหมาย โดยมีกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นชายจำนวนทั้งสิ้น 100 ราย และวัยรุ่นหญิงจำนวน 100 ราย

ทั้งนี้ ข้อความสั้นจากแบบสอบถามของวัยรุ่นชายจำนวน 190 ข้อความ และวัยรุ่นหญิงจำนวน 189 ข้อความ และนำมาจัดตามกลุ่มความหมายได้รวมทั้งสิ้น 494 ข้อความ แบ่งเป็นของวัยรุ่นชาย 245 ข้อความ และของวัยรุ่นหญิง 249 ข้อความ

ทั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำข้อความสั้นภาษาไทยที่ได้มาจากแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะภาษาข้อความสั้นของวัยรุ่นที่ใช้งานบนโทรศัพท์มือถือ เปรียบเทียบความแตกต่างของเนื้อหาข้อความสั้น ลักษณะการใช้ภาษาระหว่างวัยรุ่นชายและหญิง

กลุ่มความหมาย	วัยรุ่นชาย		วัยรุ่นหญิง	
	จำนวนข้อความ	ร้อยละ	จำนวนข้อความ	ร้อยละ
ขบขัน	101	41.2	107	43
ทักทาย	2	0.8	3	1.2
นัดหมาย	3	1.2	2	0.8
บอกกล่าว	14	5.7	8	3.2
เข้าหา	38	15.5	39	15.7
แสดงความผูกพัน	80	32.7	69	27.7
อวยพร	4	1.6	17	6.8
ข้อความอื่นๆ	3	1.2	4	1.6
รวม	245		249	

ตารางที่ 4 แสดงข้อความสันภาษาไทยแบ่งออกตามกลุ่มความหมายในรูปแบบจำนวนทั้งหมดและร้อยละ เปรียบเทียบระหว่างวัยรุ่นชายและหญิง



แผนภูมิที่ 10 เปรียบเทียบชนิดข้อความสั้นภาษาไทยระหว่างวัยรุ่นชายและหญิงในรูปแบบอัตราส่วนร้อยละ

5.2.1 ข้อความขบขัน

ข้อความที่มีเนื้อหาชวนให้ผู้รับสารรู้สึกน่าหัวเราะ รื่นเริงบันเทิงใจ หรือมีความสุขจากการอ่านข้อความสั้นนั้นๆ เป็นชนิดข้อความสั้นที่มีการรับส่งจากกลุ่มศึกษาทั้งวัยรุ่นชายและหญิงมากที่สุด (ดูจากตารางที่ 5.1 และแผนภูมิที่ 5.9 ประกอบ) คิดเป็นร้อยละ 41.2 และ 43 ตามลำดับ ซึ่งสามารถจัดตามแนวคิดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารอันเป็นการสร้างความบันเทิง หรือความพึงพอใจ (to entertain) สร้างอารมณ์ที่ดีและแจ่มใส ผ่อนคลายความตึงเครียดเป็นสำคัญ

เทคนิคการนำเสนอเนื้อหาให้ชวนขบขันของวัยรุ่นสมัยใหม่ผ่านข้อความสั้นบนโทรศัพท์มือถือ ได้แก่

1) การใช้เนื้อหาหยาบคาย

เนื้อหาข้อความที่ไม่สุภาพ เรียบร้อย อาจฟังหรืออ่านแล้วขัดหูขัดตาสำหรับผู้ใหญ่ หรือสร้างความไม่พอใจมากกว่าความรื่นเริง บันเทิงใจ แต่สำหรับวัยรุ่น การใช้คำหยาบภายในหมู่เพื่อนฝูงดูเหมือนจะเป็นเรื่องปกติธรรมดาสำหรับพวกเขาไปแล้ว หากนำเหตุผลข้อมูลจากหัวข้อ 5.1.7 (สิ่งที่ผู้ใช้งานรู้สึกไม่พอใจในการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย) มาพิจารณาประกอบซึ่งพบว่า การใช้คำหยาบต่อกันระหว่างหมู่เพื่อนเป็นเรื่องปกติที่วัยรุ่นส่วนใหญ่สามารถยอมรับกันได้ และไม่ก่อให้เกิดความขุ่นเคืองใจสักเท่าใด

ตัวอย่างเช่น

“ถ้าไม่แรดจริงอย่าอ่านต่อ นั่นกว่าแล้ว แรดจริงๆด้วย” (ญ.)

“น้ำอะไรไม่มีบนสวรรค์ น้ำหน้าอย่างมิงงัย” (ญ.)

“Nง#07 รู้ว่าอ่านไม่ออกยังเสือกจะอ่านอีก” (ช.)

“รักเธอนะ อ้าว ขอโทษส่งผิดวะ” (ช.)

“กดลงอีก 2 ครั้งกูบอกให้กด 2 ครั้ง เสลด” (ช.)

“มีอะไรจะให้ อายจิงเลย ตีนง” (ช.)

“แม่งไม่คิดถึงเวลาตด แต่ก็คิดถึงทุกเวลาที่เกาตุต” (ช.)

“กูรักมิง (ต่อแหล)” (ญ.)

จะเห็นว่าการใช้สรรพนามแทนตัวเองว่า “กู” และแทนผู้รับว่า “มิง” หรือถ้อยคำที่ปกติถือว่ารุนแรงไม่น้อยหากใช้กับผู้ใหญ่ หรือผู้ที่ไม่ใช่เพื่อนด้วยตนเอง เช่น “แม่ง” ซึ่งเป็นที่รู้จักดีว่าเป็นคำข่มมาจาก “แม่มิง”, “เสือก”, “แรด” หรืออวัยวะเบื้องต้นอย่าง “ตีน” หรือ “ตุต” ก็เป็นที่ยอมรับได้ของวัยรุ่น ถ้าหากเป็นการสื่อสารภายในกลุ่มเพื่อนของตน ย่อมเป็นการสะท้อนถึงความสนิทสนมของกลุ่มเพื่อนผ่านถ้อยคำขบขันที่มีเนื้อหาหยาบคายดังกล่าวด้วย เพราะหากผู้รับและผู้ส่งไม่สนิทกันจริงแล้ว ข้อความที่ส่งออกไปอาจเป็นการสร้างความไม่พอใจมากกว่าความบันเทิง

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าข้อความสั้นที่มีเนื้อหาหยาบคายจะพบในกลุ่มวัยรุ่นชายเป็นส่วนใหญ่ ขณะที่ของวัยรุ่นหญิงปรากฏเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

2) การใช้เนื้อหาทางเพศ

การนำเสนอเนื้อหาที่มีความล้อแหลมทางเพศ การใช้ภาษาตั้งแต่ระดับ “ทะเล้นทะเล้น” เพียงเล็กน้อย หรือตลกตปคน (Dirty Joke) ไปจนถึงเนื้อหาหยาบโลน หรือสื่อไปทางการ

ร่วมเพศอย่างจริงจัง เป็นอีกรูปแบบการใช้ภาษาที่น่าสนใจของกลุ่มวัยรุ่นยุค “Mobile Generation” ในปัจจุบัน

อันที่จริง การนำเสนอความขบขันผ่านเนื้อหาทางเพศถูกแทรกอยู่ในวรรณกรรมทุกยุคทุกสมัย และเป็นสีสันหนึ่งของการใช้ภาษาไทยที่มีชีวิตชีวน่าอ่านมากยิ่งขึ้น

สำหรับวัยรุ่น เรื่องเพศอาจเป็นสิ่งต้องห้ามในสายตาผู้ใหญ่ยุคเก่า แต่ในโลกแห่งการสื่อสารไร้สาย การรับส่งข้อความสั้นไม่ต้องกังวลเรื่องการกั้นกรองข้อความที่มีเนื้อหาหยาบคาย รุนแรง หรือเนื้อหาทางเพศ เพราะเป็นการรับส่งระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารโดยตรงโดยไม่ต้องผ่านผู้กั้นกรอง (Gate Keeper) เช่นเดียวกับการสื่อสารผ่านวิทยุติดตามตัวที่มีเจ้าหน้าที่โอเปอเรเตอร์ของระบบเป็นผู้รับข้อความก่อนป้อนเข้าสู่ระบบอีกทีหนึ่ง ทำให้การนำเสนอข้อความสั้นที่มีความขบขันผ่านเนื้อหาเรื่องราวทางเพศของวัยรุ่นมีความหมายสะท้อนบางสิ่งเกี่ยวกับพวกเขาได้ไม่น้อย

ตัวอย่างเนื้อหาทางเพศระดับเบา เช่น

“ถ้า want ก็ไป r ถ้า ... ก็ไปโรงแรม” (ช.)

“คืนนี้อย่าเดินคนเดียว เดี่ยวเมื่อยนะจะบอกให้” (ช.)

“ระวังคืนนี้จะเสียทำผู้ชาย แต่ไม่เป็นไรจะได้ทำใหม่ๆ คืนมา” (ช.)

“กางเกงในที่อยู่ใต้เตียง เอามาคืนด้วยไม่มีใส่แล้ว” (ช., ญ.)

“จูจ๊ิบ จูจ๊ิบ แต่อย่าให้มากนะ เดี่ยวจะทนกลืนปากไม่ไหว” (ญ.)

“ทำอะไรอยู่ ไม่ยอมรับ โทรไปที่ระบบเขาว่า เจ้าของเครื่องมี sex อยู่” (ญ.)

“เลิกใหญ่ไม่สำคัญ อยู่ที่แรงดันและความอดทน” (ช.)

“คูผู้หญิงอย่าดูที่หน้าตา ให้ดูว่าเธอเสียเอกราชมากี่ครั้ง” (ช.)

“เอวบางร่างน้อยชอยดี” (ญ.)

“เรียนดี แต่ขาดสน เอวบางร่างน้อย แต่ชอยทนสนป่าว!!!!” (ช.)

“บริการจาก AIS เซ็กหมุกด 1 วิตถารกด 2 ธรรมดากด 0 ชอบหมดกดหากู” (ช.)

“วันนี้คุณช่วยตัวเองหรือยัง ด้วยความปรารถนาดีจากองค์การ sex # sex” (ญ.)

ข้อความที่มีเนื้อหาทางเพศในระดับเบา หรืออาจเรียกว่าข้อความทะเลาะทะเล้น พบในกลุ่มศึกษาวัยรุ่นทั้งชายและหญิงในระดับใกล้เคียงกัน โดยวัยรุ่นชายมีจำนวนมากกว่าเล็กน้อย แสดงให้เห็นถึงการยอมรับเนื้อหาข้อความสั้นทางเพศในเชิงขบขันของวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี และถือเป็นการสร้างความรื่นเริง สนุกสนานแก่ผู้รับมากกว่า

ตัวอย่าง เนื้อหาทางเพศระดับโจ่งแจ้ง เช่น

“บริการพิเศษดัคชนมอย กัดลิบน ...” (ช.)

“5 คม 1. คมไม่น่าควย 2. คมไม่น่าอวย 3. คมระบวย” (ช.)

“นมกล่อมมันแทงก่อนคูด แต่นม ... มันคูดก่อนแทง” (ช.)

“ปี้ม Jet บริการอะไร 1. Jet จะย่อง 2. Jet แล้วหีบ 3. Jet แล้วหุบ” (ญ.)

สำหรับข้อความขบขันที่มีเนื้อหาทางเพศในระดับโจ่งแจ้ง ปรากฏในการศึกษาเป็นส่วนน้อยกว่าข้อความขบขันที่มีเนื้อหาทางเพศในระดับเบา และพบในกลุ่มวัยรุ่นชายเป็นส่วนมาก อาจเนื่องมาจากระดับการยอมรับทางสังคมของเพศหญิงที่มีกรอบแนวคิดเรื่องกิริยามารยาทหรือความเป็นกุลสตรีไทยฝังรากในสังคมไทยมายาวนาน ทำให้วัยรุ่นหญิงไม่สามารถกระทำเรื่องราวโลดโผน หยาบโลนได้มากเท่าวัยรุ่นชาย เพราะอาจส่งผลกระทบต่อการประเมินคุณค่าความเป็นผู้หญิงที่ดึงดูดของคณรอบข้างได้ง่าย ถึงแม้ว่าสังคมปัจจุบันจะให้การยอมรับความคิด ความกล้าแสดงออกของผู้หญิงไทยยุคสมัยใหม่มากขึ้นก็ตามที่

ที่น่าสังเกตคือ การสร้างข้อความขบขันที่มีเนื้อหาระดับดังกล่าว วัยรุ่นมีการใช้ภาษาคำพวนเพื่อลดความหยาบของเนื้อหาข้อความลง ผู้รับสารต้องอาศัยทักษะในการพวนคำหรือตีความทวนข้อความกลับเพื่อเข้าใจถึงความหมายที่แท้จริงข้อความสั้น หรือการนำคำอังกฤษมาผสมกับข้อความภาษาไทยและต้องนำมาพวนรวมด้วยกัน ได้แก่ “ปี้ม Jet บริการอะไร 1. Jet จะย่อง 2. Jet แล้วหีบ 3. Jet แล้วหุบ”

3) การใช้คำซ้ำ

การสร้างข้อความขบขันโดยใช้คำซ้ำๆ กันหลายครั้ง เพื่อสร้างความเข้าใจผิดในเนื้อหาบางท่อน ก่อนจะมาสรุปให้เข้าใจถึงความหมายที่แท้จริงในตอนท้าย เป็นอีกรูปแบบการใช้ภาษาที่วัยรุ่นนำมาใช้ในข้อความสั้นบนโทรศัพท์มือถือ การศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลเม็ดการใช้ภาษาด้วยวิธีดังกล่าวนิยมใช้ในกลุ่มวัยรุ่นชายมากกว่าวัยรุ่นหญิง

ตัวอย่างเช่น

“รัก รัก รัก รักษาหุ่นน้อยนะ” (ช.)

“อยากบอกว่ารัก รัก รัก รัก รักษาหุ่นด้วยนะ ระวังอ้วน” (ญ.)

“miss miss miss miss miss miss มีสทินมาแล้วค่ะ” (ช.)

“รักๆๆๆ รักเร็วหมื่นมาก” (ช.)

“ห้วงนะ ห้วงโย ห้วงใจ ห้วงหา ห้วงนะ ห้วงว่า ใครจะหาหญาให้เชอกิน” (ช.)

“ระวังคีนนี้จะเสี่ยท่าผู้ชาย แต่ไม่เป็นไรจะได้ท่าใหม่ ๆ คีนมา” (ช.)

4) การนำเนื้อหาสุภาษิตมาดัดแปลงใหม่

การนำเนื้อหาสุภาษิตในภาษาบาลี มาดัดแปลงใหม่ให้มีเนื้อหาตลกขบขัน โดยใช้ความคล้ายกับสุภาษิต แต่ที่จริงสามารถเข้าใจความหมายได้โดยไม่ต้องแปลแต่อย่างใด หรือใช้ความคล้ายกับสุภาษิตที่เป็นที่รู้จักกันคืออยู่แล้ว

ยกตัวอย่างเช่น

“อภรรยาติตัว ปรมาลาภา การไม่มีภรรยาติดตัวเป็นลาภอันประเสริฐ” (ช.)

“กามาทุกขัง โลก” (ช.)

จะเห็นว่าข้อความหนึ่งมีการลอกเลียนจงใจให้คล้ายกับสุภาษิตที่ว่า “อโรคา ปรมาลาภา” อันแปลว่า “ความไม่มีโรคเป็นลาภอันประเสริฐ” แต่นำเสนอดัดแปลงให้มีความขบขันแทน

นอกจากนี้ การนำคำเตือนเกี่ยวกับการดื่มสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่คุ้นหูบ่อยครั้งมาดัดแปลงใหม่ ได้แก่ “คำเตือน การศึกษาทำให้การดื่มสุราลดลง” อันดัดแปลงมาจาก “การดื่มสุราทำให้ความสามารถในการจับจี้ยานพาหนะลดลง” ก็เป็นอีกลูกเล่นที่พบในกลุ่มศึกษาวัยรุ่นชายรายหนึ่ง

การศึกษาพบว่า ข้อความชนิดนี้มีจำนวนไม่มากนัก โดยพบเฉพาะข้อความสั้นจากกลุ่มวัยรุ่นชายเท่านั้น และไม่พบการใช้งานในกลุ่มวัยรุ่นหญิงแต่อย่างใด

5) เนื้อหาขบขันแบบหักมุมจบ

การนำเสนอเนื้อหาที่มีความขบขันโดยมีการหักมุมจบตอนท้ายเรื่อง คือสี่สั้นอย่างหนึ่งของการนำเสนอเรื่องราวเพื่อเพิ่มความสนุกสนานของข้อความ ซึ่งพบในการศึกษาข้อความสั้นของวัยรุ่นเป็นจำนวนมาก

ตัวอย่างเช่น

“ขอหอมหน่อยนะ นานิดเดียนะ จะเอาไปทำชุป” (ช., ฉ.)

“เมื่อเธอดื่ม ฉันจะคอยยืนอยู่ข้างๆ คอยทำทุกอย่างไม่ให้เธอยืน” (ช.)

- “ตอนนี้อยู่โรงพัก มาประกันตัวหน่อย โคนจับข้อหา หน้าตาดี” (ช.)
- “Perfect ! หุ่นเพริชว ขาเรียว ผมยาว และปาก ... จัด นำจัดด้วยวิกซอล” (ช.)
- “ดีใจด้วยนะที่ F4 มาหา ... ในไบเกอร์ของเธอ” (ญ.)
- “ฟังสิ สายลมบอกรักเธอ ถ้าได้ยิน ... รับรองว่าบ้า 100 %” (ญ.)
- “4 ก. สำหรับเธอ ก.แรกเกมส์ ก. สองออกกำลังกาย ก.สามเรียนเก่ง ก.สี่ เกย์” (ญ.)
- “อากาศร้อน คุณดูแลสุขภาพด้วย สัญญาว่าจะพาไปฉีดยา” (ญ.)
- “อยากให้เธอเหมือนจักรยานคันนี้ สวยสง่า มีค่า น่าถีบ” (ช., ญ.)
- “ลงมา !! ลงมา !! ลงมา !! ลงมาเดี๋ยวนี้ ขึ้นไปอยู่ทำไม บนคานนะ” (ช.)
- “เมื่อวานมีคนชมเธอน่ารัก แต่ไม่เป็นไร เราเลี้ยงแทนเธอแล้ว” (ญ.)
- “คืนนี้ฉันเห็นดาว ดาวสวยเหลือเกิน ฉันเห็นเธอ ฉัน ฉันกลับไปดูดาวดีกว่า” (ญ.)
- “ออกหักนะเรื่องเล็ก แต่มีแฟนหน้าอกเล็กสิเรื่องใหญ่” (ช.)
- “ไม่ว่าอะไรจะเกิดขึ้น อยากบอกให้เธอรู้ว่าฉัน ฉัน สวย” (ญ.)
- “คุณเป็นผู้หญิงที่สวยงามที่สุด แต่สวยสุดท้ายนะจ๊ะ” (ญ.)

การนำเสนอเนื้อหาขบขันแบบหักมุมจบ พบในเนื้อหาข้อความสั้นแนวขบขันทั้งของวัยรุ่นชายและหญิงเป็นจำนวนมาก และเป็นเนื้อหาที่มุ่งสร้างความสนุกสนานเป็นสำคัญ ไม่มีข้อจำกัดหรือความเสี่ยงต่อการเกิดความไม่พอใจมากเท่าการใช้คำหยาบหรือเนื้อหาทางเพศ จึงส่งผลให้วัยรุ่นชายและหญิงนิยมส่งข้อความสั้นแนวขบขันด้วยการใช้ภาษาในรูปแบบดังกล่าวมากกว่า โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นหญิง

หากสังเกตสรรพนามที่ 1 (แทนตัวเอง) ของวัยรุ่นชายและหญิง จะเห็นว่านิยมใช้แทนตัวเองว่า “ฉัน” หรือ “เรา” และใช้สรรพนามที่ 2 (แทนผู้รับ) ว่า “เธอ” หรือ “คุณ” ซึ่งสามารถใช้ได้ทั้งเพศชายและหญิง

5.2.2 ข้อความแสดงความผูกพัน

เนื้อหาข้อความที่บ่งบอกถึงมิตรภาพระหว่างเพื่อน เนื้อหาแสดงความรัก บอกความในใจ หรือความเป็นห่วงต่อกัน อันสร้างความประทับใจแก่ผู้รับถึงความห่วงหาอาทรของผู้ส่งสาร ซึ่งในบางโอกาส การส่งข้อความสั้นสามารถสื่อความหมายได้ลึกซึ้งเกินกว่าการสื่อสารด้วยเสียง (Voice) และมีข้อดีตรงที่สามารถอ่านทวนซ้ำไปซ้ำมาได้หลายครั้ง เพราะถูกเก็บบันทึกไว้ในหน่วยความจำของเครื่องโทรศัพท์มือถือ ช่วยสร้างความประทับใจได้ง่ายกว่า

หากเปรียบเทียบกับ การอัดเสียงสนทนาบนโทรศัพท์มือถือ นับเป็นเรื่องยุ่งยาก เริ่มตั้งแต่เครื่องดังกล่าวต้องรองรับคุณสมบัติบันทึกเสียงสนทนาด้วย ไม่ใช่ทุกรุ่น ทุกยี่ห้อ ในท้องตลาดที่จะติดตั้งคุณสมบัตินี้เอาไว้ในเครื่อง รวมถึงคุณสมบัติการบันทึกเสียงจำเป็นต้องใช้หน่วยความจำภายในเครื่องสูงกว่าการบันทึกเก็บข้อความสั้นเป็นอย่างมาก ทั้งหมดเป็นเหตุผลให้การเก็บบันทึกข้อความสั้นเอาไว้ภายในเครื่องมีความสะดวก ง่ายดายมากกว่าวิธีอื่นๆ

ข้อความแสดงความผูกพัน นิยมใช้งานในกลุ่มวัยรุ่นชายมากกว่าวัยรุ่นหญิง โดยในกลุ่มวัยรุ่นชายคิดเป็นร้อยละ 32.7 ขณะที่กลุ่มศึกษาวัยรุ่นหญิงใช้เพียงร้อยละ 27.7 แต่อย่างไรก็ดี ข้อความชนิดดังกล่าวก็เป็นชนิดข้อความที่นิยมในหมู่วัยรุ่นทั้งชายและหญิงมากเป็นอันดับสอง รองจากข้อความประเภทขบขันเท่านั้น

ข้อความสั้นที่มีเนื้อหาแสดงความผูกพัน ซึ่งพบในการศึกษาครั้งนี้ สามารถแบ่งออกได้แก่

1) ข้อความแสดงความรักระหว่างชายหญิง

ข้อความสั้นที่มีเนื้อหาแสดงความรักต่อกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับข้อความ ซึ่งอยู่ในรูปแบบของการแสดงความรักระหว่างเพื่อนต่างเพศ สอดคล้องกับแนวความคิด ความต้องการหรือความสนใจเรื่องเพศของกลุ่มวัยรุ่น ที่ต้องการมี “แฟน” หรือคบหาเพื่อนต่างเพศในรูปแบบของความรัก

ตัวอย่างข้อความแสดงความรักระหว่างเพื่อนต่างเพศ เช่น

“ทุกข้อความที่ส่งไป แอบส่งใจไปด้วยเสมอ ทุกข้อความที่อ่านเจอส่งผ่าน SMS - จากใจ” (ช.)

การตายมิใช่การจากกันที่สุด กลับกัน การจากกันที่ไกลที่สุดคือ การที่ฉันอยู่ใกล้เธอ แล้วเธอไม่รู้ว่า “ฉันรักเธอ” (ช.)

“ยังไงคนที่เขารักก็มีค่า กว่าคนที่รักเขาเสมอ” (ช.)

“ผมไม่รู้ว่าคุณจะคิดยังไงกับผม เพียงแค่ผมรักคุณคนเดียวก็เพียงพอ” (ช.)

“ไม่มีเวลาไหนที่ผมไม่คิดถึงคุณ และผมก็รักคุณตลอดไป” (ช.)

“กุหลาบแดงที่ปักอก กุหลาบตกคือรักที่หุดหาย กุหลาบดำคือความรักที่กลับกลาย กุหลาบตายคือความรักที่ถูกลืม” (ช.)

“หากรักคือทุกข์แสนสุขคืออะไร หากรักคือการเสียใจ แล้วทำไมใจต้องการ” (ช.)

“การบินไทยรักคุณเท่าฟ้า แต่เรารักเธอมากกว่าการบินไทย” (ญ.)

“อยากอยู่ใกล้ให้ใจอุ่น อยากจับมือคุณมาแนบแก้มเบาๆ” (ญ.)

“คิดถึงที่สุดเลยนะ เพราะรักมากเลย” (ญ.)

“เจอคนล้าน 7 แต่ส่ง sms หาไม่ไหว เลือกละเฉพาะคนถูกใจ รู้ใช้ใหม่ก็คือ U!” (ญ.)

“อย่าออกไปข้างนอกตอนพายุรักกำลังพัดแรง” (ญ.)

ความหือหือในการนำเสนอความรักในรูปแบบของชายหนุ่มหญิงสาวผ่านการรับส่งข้อความสั้นในการศึกษาคั้งนี้ พบว่า ฝ่ายวัยรุ่นชายจะเป็นผู้เปิดเผยความรู้สึกมากกว่าวัยรุ่นหญิง ทั้งในรูปแบบของการแสดงออกของความรัก ทั้งสมหวังและผิดหวัง ขณะที่วัยรุ่นหญิง แม้จะแสดงออกในด้านความรักระหว่างเพื่อนต่างเพศมากเช่นกัน แต่ความหือหือในสำนวนหรือการแสดงออกชัดเจนถึงความรักมีน้อยกว่า

นอกจากนี้ พบว่า การนำเสนอเนื้อหาข้อความสั้นแสดงความรัก ยังคงมีการใช้คำหยาบเข้ามาปะปนด้วย ทั้งที่ไม่ค่อยเข้ากับเนื้อหาเท่าใดนัก ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า ทั้งสองฝ่ายมีความสนิทสนมสูงมาก และผู้รับสามารถยอมรับการใช้คำหยาบของผู้ส่งได้อย่างเป็นปกติ โดยในการศึกษาดังกล่าว พบเพียงวัยรุ่นชายเท่านั้นที่เป็นผู้ส่งข้อความแสดงความรักที่มีการใช้คำหยาบด้วย ไม่มีวัยรุ่นหญิงส่งข้อความแนวนี้แต่อย่างใด

ยกตัวอย่างได้แก่

“รักมึงไว้ย” (ช.)

“รักมึงวะ” (ช.)

“กูรักมึง” (ช.)

“ห้ามไม่ได้ ก็หัวใจมันคิดถึง ไม่ต้องยืมไม่ใช่มึง กูคิดถึงแฟนกู” (ช.)

2) ข้อความแสดงความคิดถึง ห่วงใยต่อกัน

ข้อความที่มีเนื้อหาแสดงความคิดถึง ห่วงใยต่อกันฝ่ายหนึ่ง ระหว่างผู้ส่งและผู้รับข้อความ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็นการแสดงความคิดถึง ความห่วงใย หรือความเป็นห่วงของเพื่อนฝูง หรือพ่อแม่ ผู้ปกครอง

ยกตัวอย่าง เช่น

“มือถือเจ้าขาฝากบอกคนจีเหงาแฉวนั้นด้วยนะว่าคนน่ารักทางนี้เขาคิดถึง” (ช.)

“พยากรณ์ว่าวันนี้อากาศดี มีคนคิดถึงเล็กน้อยถึงปานกลาง” (ช.)

“กลับบ้านรียัง เป็นห่วงนะ” (ช.)

“ขณะนี้ ไม่มีสัญญาณ ตอบรับ จากเลขหมายที่เรียก มีแต่คำว่า คิดถึง” (ช.)

“เมื่ตทรายหนึ่งกำมือ เธอนั้นจำได้ไหมความคิดถึงที่มีให้ มากกว่าเมื่ตทรายใน - กำมือ” (ช.)

“พอกับแม่เป็นห่วงนะ” (ญ.)

“จึ้งจกทักต้องระวังแต่ถ้า message ดั่งแปลว่า คิดถึง” (ญ.)

“เก็บ ATM ภาพดี ๆ ในขวดโหลกับใจโตสโตส ปิดฝาด้วยความห่วงใย ส่งให้เธอ” (ญ.)

A-Z the one who invented alphabets was a genius but he make a silly mistake by keeping “U” and “I” so far. Miss U (ญ.)

Do U know why people sending sms ? 1. It's fun 2 read 2. they want U 2 know that they haven't met U 3. they miss u like I do now :) Take Care na ja. (ญ.)

อิจฉาปรอทที่อยู่ใกล้คนไข้ ... อิจฉาเส้นเลือดใหญ่ที่อยู่ใกล้หัวใจเธอ (ญ.)

ข้อความสั้นประเภทนี้ ยังได้ปรากฏในรูปของการแสดงความห่วงใยเกี่ยวกับสุขภาพของวัยรุ่นเป็นพิเศษ ตั้งแต่การพักผ่อน การดูแลรักษาสุขภาพ ไปจนกระทั่งพฤติกรรมบั่นทอนสุขภาพของวัยรุ่นด้วย โดยเฉพาะการสูบบุหรี่

ยกตัวอย่างได้แก่

“ดูแลรักษาสุขภาพด้วยละ เป็นไรไป ไม่มีคนคุยด้วย เหงาแย่เลย” (ช.)

“รักษาสุขภาพนะจ๊ะ เป็นห่วง” (ช.)

“รักษาสุขภาพด้วย คนหน้าตาดีเป็นห่วง” (ช.)

“Non laew gor mai yorm hom par hom hai na deaw ja mai sa-bye” (ญ.)

“รัก รัก รัก รัก รัก รัก ... รักษาสุขภาพด้วยนะ 555” (ญ.)

“จุดบุหรี่วันละมวน เหมือนจุดชนวนไปสู่ความตาย เป็นห่วงนะ” (ช.)

3) ข้อความแสดงถึงมิตรภาพของเพื่อน

ความเป็นเพื่อนที่ดีต่อกัน และความผูกพันระหว่างสองเพื่อน ถูกนำมาแสดงออกผ่านทางข้อความสั้นของกลุ่มศึกษาจำนวนมาก ซึ่งไม่ใช่เรื่องแปลกหากพิจารณาถึงการที่วัยรุ่นมีความใกล้ชิดและได้รับอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนมากที่สุด ย่อมมีความผูกพันของมิตรภาพระหว่างกัน แต่

บางกรณี ความรู้สึกดีๆ ที่พวกเขามีอยู่ในใจอาจไม่สามารถบอกด้วยการสนทนาตามปกติ จึงต้องอาศัยสื่อกลางในการนำความรู้สึกอันแท้จริงส่งต่อไปยังเป้าหมายที่ต้องการ

ยกตัวอย่าง เช่น

“มันอาจจะง่ายในการหาเพื่อนใหม่ซักคน แต่มันยากกว่านะที่จะมีเพื่อนแท้ซักคน” (ช.)

“I may be your best friend that you’re got before best I’m got before but I’m - willing 2 do my best to make our friendship grow.” (ญ.)

“คิดถึงเพื่อน ๆ นะไม่ว่าเพื่อนจะอยู่ไหนคิดถึงตลอด” (ญ.)

“ยังมีแต่คำว่าเพื่อน ที่ไม่ถูกลบเลือน ไม่ว่าเมื่อไหร่ วันนี้ พรุ่งนี้ และตลอดไป จะถูกเก็บไว้ในความทรงจำตลอดกาล” (ญ.)

จากการศึกษาพบว่า วัยรุ่นหญิงจะให้ความสำคัญในการรับส่งข้อความสั้นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับมิตรภาพระหว่างเพื่อนมากกว่าวัยรุ่นชาย

4) การแทรกอารมณ์ขันไว้ในข้อความแสดงความผูกพัน

แม้ว่าเนื้อหาหลักของข้อความสั้นประเภทนี้ จะมุ่งเน้นการสร้างความรู้สึกประทับใจกับข้อความที่ส่งออกมาเพื่อแสดงความรู้สึกที่ดีต่อกัน แต่ผู้ส่งข้อความที่เป็นวัยรุ่นจำนวนหนึ่งพยายามแทรกอารมณ์ขันขันแฝงไว้ในข้อความสั้นที่พวกเขาส่งออกไป เพื่อไม่ให้ข้อความ “หวาน” หรือ “เลี่ยน” จนเกินไป จนกลายเป็นข้อความที่พวกเขา รู้สึกไม่คุ้นเคย แต่ใจความสำคัญของข้อความประเภทนี้ยังคงเน้นไปที่ความผูกพันที่ดีต่อกันเป็นหลัก

ตัวอย่างข้อความ เช่น

“เหตุด่วนเหตุร้าย มีคนจะตายเพราะคิดถึงเธอ” (ช.)

“อยากออก TV พูดว่าคิดถึง ลงข่าวหน้าหนึ่งห้วงหา บอกรักเธอตามป้ายโฆษณา แต่ทุนไม่หนาเลยส่ง SMS แทน” (ช.)

“คิดถึงทุกเวลา อยากสบตาทุกนาที รักเธอนะคนดี ทั้งหมดนี้ขี้สกตะละลา” (ช.)

“ไม่ต้องพูด ไม่ต้องเถียงฟังอย่างเดียวรู้เปล่าว่าคิดถึง” (ช.)

“มีห้องใจ 4 ห้อง มาขาย ซ้อ 4 ห้อง ได้หัวใจไป 1 ดวง” (ญ.)

“มองรถคิดถึงถนน มองเมฆฝนคิดถึงฟ้า มองกาแป่ คิดถึงน้ำชา มองปลาร้า - คิดถึงเธอ” (ญ.)

“ท่านมียอดค้างชำระค่าบริการ AIS เป็นค่าว่าคิดถึง 1,000,000” (ญ.)

“ช่วย! ... เจ้าชื้อยูโสภา สบายดีบ่ ชื้อยชื้อกเจ้าหลายเด้อ” (ญ.)

5.2.3 ข้อความเข้าห่วย

การหยอกล้อ ล้อเลียน ระหว่างกันของกลุ่มเพื่อนที่คุ้นเคย นับเป็นเรื่องปกติ ธรรมชาติของเด็กวัยรุ่นผู้รักความสนุกสนานเป็นชีวิตจิตใจ การนำปมด้อยหรือเปรียบเทียบกับฝ่ายหนึ่งเป็นสิ่งที่ใดสิ่งหนึ่งนั้น เป้าหมายหลักของการแสดงออกมุ่งไปที่การสร้าง ความสนุกสนาน รื่นเริง เฮฮา ขบขัน โดยวัตถุประสงค์อันแท้จริงไม่ได้ต้องการล้อจนเกิดความเสียหาย หรือเกิดความรู้สึกในด้านลบแก่ผู้รับ

วิธีการนำเสนอข้อความเพื่อเข้าห่วยอีกฝ่ายหนึ่ง มีลักษณะการใช้ภาษาไทยที่น่าสนใจได้แก่

1) การใช้ข้อความเปรียบเทียบ

การเปรียบเทียบผู้รับเป็นสิ่งที่ใดสิ่งหนึ่ง เพื่อแทนความหมายที่ผู้ส่งข้อความต้องการ เพื่อสร้างความขบขันแก่ผู้รับ

- การเปรียบเทียบกับสัตว์

การนำสัตว์แต่ละชนิดมาเชื่อมโยงความสัมพันธ์ว่าคล้ายคลึงกับผู้รับข้อความ หรือผู้ส่งข้อความ ย่อมเป็นสัตว์ที่สามารถเข้าใจได้ทันทีว่าต้องการสื่อความหมายไปในทำนองใด

ยกตัวอย่าง เช่น

“ปัจจุบันควายไม่ไถนา แต่มานั่งส่ง SMS” (ช., ญ.)

“ตาเหมือนตาทราย คอยาวเหมือน หงษ์ ผมดำเหมือนอีกา ตัวสัตว์นี้หว่า” (ช.)

“ประชุมควน ช้างม้าวัว มาหมดแล้ว เหลือควาย ตัวเดียว มัวแต่อ่านmsg” (ช.)

“เมื่อเข้าเดินเตะหมาบ้า ก็เลย message ว่าเจ็บหรือเปล่า” (ช., ญ.)

“วันนี้ขับชนหมา.....เลยส่ง massage มาถามว่าเจ็บหรือเปล่า” (ญ.)

“ผู้ชายปากหมาเจอมานับแสน บอกว่าไม่มีแฟนที่ควงแขนแฟนหรือหมา” (ญ.)

“สัตว์ป่าสงวนมี 15 ชนิดแต่ชนิดที่ 16 กำลังอ่าน SMS อยู่” (ญ.)

“ตื่นได้แล้ว ชาวนาเค้ารออยู่ อย่ามาทำอู๋ เจ้าควายน้อยเอ๊ย” (ญ.)

“เราจะคอยเป็นนกเอี้ยงเลี้ยงเธอตลอดไป” (ช.)

“ใครอ่านเป็นหมู ใครดูเป็นหมา” (ญ.)

จะเห็นได้ว่า มีการนำ “สุนัข” หรือหมา และ “ควาย” มาใช้ในการเปรียบเทียบมากที่สุด โดยควายจะแทนสัญลักษณ์ของความไม่ฉลาด ดังเช่นคำคำว่าในอดีตที่คุ้นเคยอย่าง “โง่งเหมือนควาย” เช่นเดียวกับการนำหมามาใช้เป็นสัญลักษณ์ของต้อยต่ำ หรือความเลว ดังจะเห็นได้จากข้อความที่ปรากฏข้างต้น

อย่างไรก็ตาม แม้จะถูกนำไปเปรียบเทียบในความหมายไม่ดี แต่เนื้อหาข้อความไม่ได้แสดงถึงความรุนแรงของถ้อยคำ หรือแสดงออกในทำนองคำว่า ทำให้การเปรียบเทียบเช่นนี้ดูเป็นเรื่องปกติที่กลุ่มวัยรุ่นทั้งชายและหญิงสามารถยอมรับได้

นอกจากนี้ สัตว์อื่นๆ ที่มีถูกนำมาเปรียบเทียบ ได้แก่ “นกเอี้ยง” ซึ่งเป็นสัตว์ที่มีลักษณะการดำรงชีวิตเคียงคู่กับควาย หรือ “เนื้อทราย” แทนความงมงายของนัยน์ตา, กองามระหงเหมือน “หงส์” (วัยรุ่นสะกดคำนี้เป็น “หงษ์”), เส้นผมดำขลับ เช่นเดียวกับสีขนของ “กา”

แต่มีข้อสังเกตที่คำว่า “แรด” ซึ่งในความหมายปกติย่อมหมายถึงสัตว์ชนิดหนึ่ง แต่การศึกษาครั้งนี้พบว่า วัยรุ่นนำคำว่า “แรด” มาใช้ในรูปแบบของกิริยา อันหมายถึงการกระทำตัวไม่เรียบร้อยของผู้หญิง ไม่ได้หมายความว่าถึงตัวสัตว์ หรือเปรียบเทียบให้เป็นสัตว์แต่อย่างใด จึงไม่สามารถนำมาจัดรวมไว้ในหัวข้อนี้

- การเปรียบเทียบกับสิ่งของ หรือสิ่งไม่มีชีวิต

การนำสิ่งของ เครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน หรือแม้แต่สิ่งไม่มีชีวิต หรือไม่อาจพิสูจน์ได้อย่างวิญญาน หรือ “ผี” มาเปรียบเทียบกับผู้รับข้อความ เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่มีการใช้งานด้วย การนำสิ่งดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับผู้รับย่อมมีความหมายในเชิงลบเช่นกัน แต่เช่นเดียวกับการเปรียบเทียบกับสัตว์ คือมุ่งสร้างความขบขันเป็นสำคัญ

ยกตัวอย่าง ได้แก่

“อยากให้ เธอเหมือน จักรยานคันนี้ สวยสง่า มีค่า น่าถือ” (ช.)

“เรียนไม่ยุ่งมุ้งแต่หม้อ นันแหละแก” (ช.)

“เธอทั้งสวยทั้งทะนุถนอม น่ารักษาไว้ให้นาน ๆ วัตถุโบราณซัดๆ” (ช.)

“แต่ก่อนคิดว่าผีไม่มีจริง แต่เปลี่ยนใจแล้วตั้งแต่เจอเธอนันแหละ” (ญ.)

จะเห็นได้ว่า “หม้อ” ถูกนำมาใช้ในความหมายของการเอาแต่หมกหมุ่นเรื่อง ผู้หญิง, “จักรยาน” แทนความน่าถีบ (สอดคล้องกับกิริยาการใช้จักรยาน), “วัตถุโบราณ” แทนความเก่าเก็บ ควรระวังรักษา หรือ “ผี” แทนความน่าเกลียดน่าชัง ความไม่สวยงาม เป็นต้น

2) การล้อรูปร่าง หน้าตา

วัยรุ่น เป็นวัยที่ให้ความสำคัญกับเรื่องรูปร่าง หน้าตาเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะวัยรุ่นหญิง เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญที่สร้างคุณค่า ชวนมอง หรือสร้างความดึงดูดใจแก่เพศตรงข้าม เพราะฉะนั้น การนำเรื่องรูปร่าง หน้าตา ทรวดทรง มาหยอกล้อกันและกัน จึงพบเห็นได้บ่อย และสะท้อนออกมาในการศึกษาครั้งนี้

ยกตัวอย่าง เช่น

“อกหักเรื่องเล็ก ออกเล็กเรื่องใหญ่” (ช.)

“คุณคือจุดอ้วน! เชิญค่ะ” (ช.)

“ความน่ารักของเธอฉันยอมแพ้ ความหน้าแก่ฉันยอมรับ” (ช.)

“มาทดสอบน้ำหนักลองคำนวณ คุณได้รับบทนำเรื่องตามล่าอีหน้าหนอน” (ช.)

“ขณะนี้ข้อความของคุณไม่สามารถติดต่อได้เพราะคนตัวดำห้ามใช้” (ญ.)

“แปลกแต่จริง ตื่นเข้ามาส่องกระจก จะเห็นตัวประหลาด ลองดูซิ” (ญ.)

“หน้าเธอสวย ตัวเธอดำ ตุคเธอใหญ่” (ญ.)

“อยากบอกว่ารัก รักรัก รักษาหุ่นด้วยนะ ระวังอ้วน” (ญ.)

“คืนนี้ หลับฝันคืนนะ แต่อย่าส่องกระจกก่อนนอนล่ะ เดี่ยวฝันร้าย” (ช.)

“หน้าที่ของใครก็ต้องทำให้ดี อย่างเธอหน้าผี จึงมีหน้าที่หลอกคน” (ญ.)

“รักคนเจียน เกลียดคนอ้วน คนหน้าดำอ่านทำไม” (ญ.)

ความอ้วนไม่เข้าใครออกใคร.....แต่มันเข้าเธอ..ไม่ยอมออก!! (ช.)

ผู้ศึกษาสังเกตพบว่า การล้อเรื่องรูปร่างหน้าตา จะมุ่งไปที่ “ความอ้วน”, หน้าตา เช่น “หน้าดำ”, “หน้าผี”, “หน้าหนอน” เป็นต้น, หรือรูปร่างเฉพาะส่วน เช่น “หน้าอกเล็ก” เป็นต้น (คำนิยมของวัยรุ่นหรือผู้หญิงทั่วไปส่วนใหญ่ ฟังพอใจกับขนาดหน้าอกใหญ่มากกว่าเล็ก) แม้ว่าผู้ส่งข้อความดังกล่าวจะมีทั้งวัยรุ่นชายและหญิงในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน แต่เป้าหมายของการส่งข้อความสั้นที่มีเนื้อหาเชิงหยอกล้อประเภทดังกล่าวจะอยู่ที่วัยรุ่นหญิงเป็นส่วนใหญ่

3) การนำเรื่องเชื้อชาติมาหยอกล้อ

การนำเรื่องราวที่มีเนื้อหาตลกขบขัน โดยนำคนชนชาติอื่นมาใช้เป็นตัวแสดง หรือ แทนความหมายเชิงขบขันมีอยู่ในทุกชาติทุกภาษา จนถึงเป็นเรื่องปกติ ไม่ใช่เรื่องของการดูหมิ่น เกียรติภูมิของแต่ละชนชาติแต่อย่างใด

ตัวอย่างเกี่ยวกับเรื่องราวตลกที่ใช้ความเป็นชนชาติมาล้อ ได้แก่

“ชาวฝรั่งเศสไม่ว่าหญิงหรือชาย มีความไม่คืออย่างหนึ่ง (ความจริงหลายอย่าง) คือมักจะคิดอยู่เสมอว่าชาติของตนนั้นเลิศกว่าชาติอื่นๆ ในสากลโลก คนอังกฤษปากร้ายจึงนิทาเอาว่าคนฝรั่งเศสนะเรือ เขาไม่คิดหรือว่าพระเจ้าสร้างโลก เขาคิดว่าเขานั้นแหละสร้าง ... คนอังกฤษเปลี่ยนไปเขม่นคนอเมริกันว่าเป็นพวกผู้ดีใหม่ที่สักแต่ว่ามีเงิน ที่แท้ก็เป็นมันเทศเทเวศร์สัมปะหลัง แต่งตัวก็รุงรังพูดจาที่คิดแบบคิดแผน ... ส่วนคนฝรั่งเศสหันไปหมั่นไส้คนเบลเยียมว่าเปรียบเสมือนคนฝรั่งเศสบ้านนอก ด้วยว่าเร่อรำปัญญาน้อยเต็มที จะพูดจะจาอะไรก็หาความปราดเปรียวไม่ได้เลย อนึ่งคนเบลเยียมนั้นใช้ภาษาฝรั่งเศสเป็นภาษาราชการ ซึ่งจะให้อ้อยคำสำนวนพริ้งเพราพรรณรายอย่างเจ้าของภาษาจริงๆ นั้นก็ยาก ดังนั้น จึงถูกล้ออีกนั่นแหละว่าคนเบลเยียมพูดจาเซย เรียกว่าทำอิท่าไหนก็ถูกเขาว่าวันยังค้ำนั่นแหละ ... ก็เขารักจะว่าเสียอย่าง โจ๊กของคนฝรั่งเศสที่ล้อคนเบลเยียมจึงเล่าได้ 3 ปีไม่จบ ...” (มโนทยา, 2536 : 143-144)

สำหรับคนไทย การหยอกเย้าคนรู้จักโดยใช้ประเด็นเรื่องชนชาติก็มีมานานแล้วเช่นกัน โดยนำความต่างของชนชาติ มาแทนความหมายของลักษณะนิสัย ของผู้ที่ถูกกล่าวถึง ในลักษณะเพื่อสร้างความสนุกสนาน รื่นเริง หรือสร้างความตลกขบขันแก่ผู้คน

แม้แต่การรับส่งข้อความสั้นของกลุ่มวัยรุ่นเอง ก็มีการนำชนชาติเพื่อนบ้านมาเปรียบกับตัวผู้รับข้อความ ในลักษณะของการเข้าเหย้าเพื่อสร้างเสียงหัวเราะและรอยยิ้ม

ตัวอย่างของข้อความประเภทดังกล่าว ได้แก่

“อย่าทำหน้าลาวใส่โทรศัพท์ เวลาอ่าน message เดี่ยวเครื่องพัง” (ช.)

“มีลาว 3 คน คนหนึ่งไปกับแฟน คนหนึ่งไปเที่ยว อีกคนกำลังอ่านอยู่” (ช.)

“กรี๊ดค เขมรรับ msg ตำรวจจับที” (ช.)

“ประกาศ ๆ เจ้าของมือถือเครื่องนี้ลาวอย่างแรง!!” (ญ.)

การศึกษาครั้งนี้พบข้อความสั้นที่มีเนื้อหาเข้าเหย้าผู้รับด้วยการเปรียบเป็น “คนลาว” เป็นส่วนใหญ่ ในลักษณะความหมายของคนชื่อ เต๋อดำ ไม่ค่อยรู้ความอะไรนัก และมีข้อความหนึ่งเปรียบผู้รับกับชาวกัมพูชาหรือ “เขมร” สะท้อนถึงความรู้สึกค่อนข้างไปในทางลบ อันน่าจะสืบ

เนื่องมาจากกรณีความเข้าใจผิดของชาวกำพูชาที่มีต่อดาราสาวไทยผ่านสื่อในประเทศ จนเป็นเหตุก่อการจลาจลครั้งใหญ่ เผาทำลายสถานทูตไทยประจำประเทศกำพูชาและบริษัท ห้างร้านของคนไทยจนเสียหายอย่างร้ายแรง

ประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจคือ มีการนำคำว่า “ลาว” มาใช้ในรูปแบบของกิริยา เพื่อแทนความหมายในทำนองเดียวกับการเปรียบเทียบคนลาว ซึ่งสังเกตได้ว่ามีความคล้ายคลึงกับการหยอกล้อผู้อื่นเปรียบเป็นชาวอีสาน ซึ่งหมายถึง ความเป็นคนโสดชื่อ ไม่ค่อยรู้ความ ไม่มีเล่ห์เหลี่ยมใดๆ (แต่ไม่พบการหยอกล้อเปรียบเทียบเป็นคนต่างท้องถิ่นในการศึกษาคำนี้)

4) การเข้าเหย้าโดยใช้คำแสดงกิริยาไม่เหมาะสมของผู้หญิง

เนื่องจากสังคมไทยเป็นสังคมที่ให้ความสำคัญกับกิริยา มารยาทอันงดงามของผู้หญิงเป็นพิเศษ ถึงแม้ว่าจะเริ่มยอมรับและเปิดกว้างกับการแสดงออกของผู้หญิงยุคใหม่ก็ตาม แต่อย่างไรก็ดี พฤติกรรมของหญิงไทยยังค่อนข้างถูกตีกรอบจากแนวความคิดเกี่ยวกับความเป็นกุลสตรีไทยที่เน้นความเรียบร้อย กิริยามารยาทอันดีงาม ทำให้ผู้หญิงต้องระมัดระวังทั้งการแสดงออกที่ทำ กิริยา มารยาทมากกว่าผู้ชาย

ด้วยสาเหตุข้างต้น การเข้าเหย้าผู้รับ (ฝ่ายหญิงเป็นส่วนใหญ่) ด้วยการนำเรื่องของกิริยามาใช้ จึงพบได้บ่อยในการศึกษาคำนี้ด้วย

ยกตัวอย่าง ได้แก่

“เลิกแรดเมื่อไร เดี่ยวให้แม่มาขอ” (ญ.)

“The radest linked ทุกคนเห็นว่าคุณแรดที่สุดในทีม เชิญค่ะ” (ช.)

“กินข้าวบ้างนะ ... อย่ามัวแต่กินผู้ชาย” (ญ.)

“เครื่องนี้ได้ถูกระงับบริการแล้ว เนื่องจากท่าน แรด” (ญ.)

ผู้ศึกษาพบว่า จากแบบสอบถามกลุ่มศึกษาวัยรุ่น นิยมนำคำว่า “แรด” มาใช้แทนกิริยาอันไม่เหมาะสมของผู้หญิง มากกว่าที่จะนำมาใช้ในความหมายของสัตว์ป่าชนิดหนึ่ง และจากที่เคยถือว่าเป็นคำคำว่าอันรุนแรงถึงขั้นยอมรับไม่ได้ แต่หากผู้ส่งและผู้รับมีความคุ้นเคยหรือสนิทสนมกันเป็นอย่างดี ระดับความรุนแรงของถ้อยคำย่อมลดลงในระดับยอมรับได้ และเปลี่ยนเป็นเพียงการเข้าเหย้าระหว่างเพื่อนฝูงเพื่อสร้างความรู้สึกขบขันแทน

สิ่งที่น่าสนใจอีกประการจากข้อความสั้นที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างรายหนึ่ง คือการสร้างคำศัพท์รูปแบบใหม่ผสมผสานระหว่างภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยนำคำว่า “แรด” ในภาษาไทย

มาสะกดใหม่ในรูปแบบภาษาคาราโอเกะที่เป็นภาษาอังกฤษ (แรด = rad) มาใช้ในการเป็นคำขยายนาม หรือคำคุณศัพท์ (adjective) แล้วนำมาผันตัดแปลงใหม่ในรูปแบบขั้นสูงสุด (Superlative Degree) ด้วยการใส่ -est เข้าไป เพื่อเพิ่มความเข้มข้นของความหมายยิ่งขึ้นไปอีก ทำให้มีความหมายว่าแรดที่สุด นับเป็นการสร้างสีสันในการใช้ภาษาสแลงของวัยรุ่นที่มีการพัฒนารูปแบบความคิดใหม่ๆ

สิ่งที่พบจากการศึกษาวิจัยคือ วัยรุ่นหญิงเป็นผู้ส่งข้อความประเภทนี้มากกว่าวัยรุ่นชาย และเมื่อพิจารณาจากความหมายของเนื้อหาแล้ว พบว่ามีเจตนาส่งไปยังเพื่อนผู้หญิงด้วยกันที่มีความสนิทสนมกันเป็นอย่างดี ขณะที่วัยรุ่นชายกลับมีการส่งเนื้อหาข้อความสั้นเช่นนี้น้อยกว่า ซึ่งมีความเป็นไปได้จากเนื้อหาข้อความที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดความไม่พอใจได้ง่ายมาก กรณีที่ผู้ส่งเป็นวัยรุ่นชาย และผู้รับข้อความเป็นผู้หญิง

อย่างที่กล่าวไว้ข้างต้น ข้อความดังกล่าวถือเป็นถ้อยคำค่าว่าผู้หญิงที่ค่อนข้างรุนแรงในอดีต (หรือแม้แต่ในปัจจุบันก็ตาม) การที่ผู้ส่งเป็นฝ่ายชายย่อมมีโอกาสสร้างความไม่พอใจแก่ผู้รับที่เป็นหญิงได้ง่าย เพราะอีกฝ่ายหนึ่งอาจตีความสารหรือข้อความสั้นที่ได้รับว่าเป็นการจงใจค่าว่า หรือคำหาญตีเตียนได้ด้วยเช่นกัน

5.2.4 ข้อความบอกกล่าว

ข้อความสั้นที่ผู้ส่งต้องการแจ้งให้อีกฝ่าย (ผู้รับ) ทราบถึงเหตุการณ์ ข้อมูล ข่าวสาร เรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ตนต้องการ เพื่อให้ผู้รับข้อความทราบและเกิดความเข้าใจในเรื่องรานั้นๆ

ยกตัวอย่าง เช่น

“กลับบ้านด่วน” (ช.)

“กลับบ้านให้เร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้” (ญ.)

“โทรกลับด้วย ไม่มีเงิน” (ญ.)

“มึงอยู่ที่ไหน โทรกลับกูด้วย” (ช.)

“ไปไหนทำไมไม่บอกบ้าง ซึ้งมึงเลย !!!” (ช.)

“เมาเหล้าเสียหลัก เมารักเสียใจ” (ญ.)

“ระยะทางพิสูจน์ม้า กาลเวลาพิสูจน์คน การอดทนพิสูจน์ตัวเอง” (ช.)

ทั้งที่ข้อความสั้นสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ของการบอกกล่าวได้ดีกว่าการใช้วิทยุติดตามตัว เพราะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ในขณะที่วิทยุติดตามตัวเป็นเพียงการสื่อสารทาง

เดียว ไม่สามารถตอบสนองข้อความที่ได้รับมาในทันที แต่วัยรุ่นที่เป็นกลุ่มศึกษาครั้งนี้ยังคงใช้งานรับส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์มือถือเพื่อการบอกกล่าวไม่มากนัก เพราะหากพวกเขาต้องการบอกกล่าวสิ่งใด ส่วนใหญ่นิยมสนทนาทางโทรศัพท์มือถือโดยตรงเพราะสามารถยืนยันความเข้าใจเรื่องราวกับคู่สนทนาได้ในทันที ขณะที่ข้อความสั้นต้องรอการตอบสนองกลับจากผู้รับสาร ซึ่งอาจจะทำการส่งข้อความสั้นกลับหรือโทรกลับหรือไม่ก็ได้ คิดเฉลี่ยเพียงร้อยละ 4.5 ของกลุ่มศึกษาทั้งหมด โดยวัยรุ่นชายใช้งานมากกว่าหญิงเพียงเล็กน้อย

น่าสังเกตตรงที่ ข้อความประเภท “กลับบ้านด่วน” “ทางบ้านเป็นห่วง” ย่อมเป็นข้อความที่ผู้ส่งได้แก่ พ่อแม่ หรือผู้ปกครองของกลุ่มที่ทำการศึกษานั้นเอง ไม่ใช่การรับส่งระหว่างวัยรุ่นด้วยกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาก่อนหน้านี้ที่ทางบ้านแนะนำให้ใช้งานโทรศัพท์มือถือ โดยเฉพาะวัยรุ่นหญิง

ส่วนวัยรุ่นชาย พบการใช้ข้อความหยอขบคายประกอบในเนื้อหาของข้อความ อันแสดงถึงความสนิทสนมระหว่างเพื่อนฝูง และทำให้ทราบว่าเป็นการรับส่งข้อความกับเพื่อนสนิทที่มีความคุ้นเคยกันดี

5.2.5 ข้อความอวยพร

ข้อความสั้นที่ผู้ส่งมีความมุ่งหมายแสดงเจตนาอันดีเพื่อขอให้เกิดความสุขหรือสิ่งที่เป็นไปในทางที่ดีงามแก่ผู้รับข้อความ

ยกตัวอย่าง เช่น

“Ent’ ดิคนะ” (ช.)

“2morrow do the best na Gud night ja” (ญ.)

“อยากขอพรจากดวงจันทร์ จะมอบให้ฉันได้ไหม ขอให้อนหลับฝันดี” (ญ.)

“1234 อีกไม่กี่นาที happy birthday จ๊ะ” (ญ.)

“สุขสันต์วันเกิด คิดสิ่งใดให้สมปรารถนา มีความสุขมาก ๆ” (ญ.)

“Fun d na ja” (ญ.)

“โชคดีนะ” (ช.)

สัดส่วนของการรับส่งข้อความสั้นชนิดอวยพรของวัยรุ่นชาย จะน้อยกว่ากลุ่มวัยรุ่นหญิงที่เป็นกลุ่มศึกษาก่อนข้างมาก โดยการส่งข้อความอวยพรของวัยรุ่น จะเน้นไปที่การอวยพรประจำวัน ได้แก่ การขอให้อนหลับฝันดี (การพักผ่อน) หรืออวยพรให้มีความสุข (เรื่องทั่วไป)

การอวยพรตามเทศกาลหรือโอกาสพิเศษ เช่น อวยพรเนื่องในวันเกิด เป็นต้น หรือการอวยพรเกี่ยวกับการศึกษา ได้แก่ การสอบไล่ สอบเอนทรานซ์ (ตรงกับกลุ่มเป้าหมายศึกษาที่ศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และสอดคล้องกับช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษารื่องดังกล่าวด้วย) เป็นต้น

5.2.6 ข้อความนัดหมาย

คือข้อความสั้นที่มีการกำหนดช่วงเวลาหรือวันเวลา สถานที่ในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อกัน โดยผู้ส่งเป็นผู้แจ้งนัดหมายดังกล่าวแก่ผู้รับเพื่อให้เป็นไปตามที่ต้องการ

ยกตัวอย่าง เช่น

“สอบ ent’ เสร็จไปเที่ยวกันนะ” (ญ.)

“พรุ่งนี้อย่าลืมเอาสิ่งนี้มานะ” (ช.)

“เจอกันที่เดิม” (ช.)

จากการศึกษาพบว่า วัยรุ่นไม่นิยมใช้ข้อความสั้นเพื่อการนัดหมายมากนัก มีเพียงประมาณร้อยละ 1 ของกลุ่มศึกษาทั้งหมด เพราะตัวเครื่องโทรศัพท์มือถือสามารถรองรับการสนทนาด้วยเสียงได้เป็นอย่างดีอยู่แล้ว การนัดหมายและยืนยันได้ในทันทีจึงมีความสะดวกมากกว่าการพิมพ์ข้อความตอบโต้ระหว่างกัน

5.2.7 ข้อความทักทาย

ข้อความสั้นที่เป็นตัวสร้างจุดเริ่มต้นของการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน อันเป็นการสอบถามความเป็นอยู่หรือทักซู่ต่อกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับข้อความ

ยกตัวอย่าง เช่น

“ซาหवादดี Where r u ?” (ญ.)

“สวัสดีตอนเช้า” (ญ.)

“จำกันได้ป่าว” (ช.)

“ทานข้าวรึยัง ทานให้อร่อยนะ” (ญ.)

จากการศึกษาพบว่าข้อความประเภทนี้ไม่เป็นที่นิยมในการใช้งานข้อความสั้นของวัยรุ่นเช่นกัน และเป็นสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับข้อความชนิดอื่นๆ อย่างไรก็ตาม การศึกษาพบว่า วัยรุ่นหญิงใช้งานข้อความชนิดทักทายมากกว่าวัยรุ่นชายจำนวนเล็กน้อย

ข้อความทักทาย แบ่งออกได้เป็น การทักทายประจำวัน ได้แก่ สวัสดี, การทักทายเรื่องการรับประทานอาหารซึ่งนิยมในหมู่ของคนจีน ได้แก่ ทานข้าวรึยัง และการทักทายเพื่อยืนยันความรู้จักกัน ได้แก่ จำกันได้หรือไม่ เป็นต้น

ข้อสังเกตเกี่ยวกับข้อความทักทาย พบการใช้ภาษาในรูปแบบของการแทนเสียง สนทนาจริง ได้แก่ การเลียนเสียงพุดยานคาง จาก “สวัสดี” เป็น “ซาหวาดดี” และ “เปล่า” เป็น “ป่าว” ซึ่งเป็นรูปแบบการเขียนข้อความที่นิยมในหมู่วัยรุ่นไทยสมัยใหม่ และสอดคล้องกับการศึกษาสังเกตการใช้ภาษาของวัยรุ่นที่มีการลากเสียง แต่ในกรณีนี้เป็นการใช้ภาษาพูดในภาษาเขียน และถ่ายทอดลักษณะดังกล่าวมาไว้ในข้อความสั้นด้วย

5.2.8 ข้อความอื่นๆ

ข้อความสั้นจากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สามารถจัดเข้าอยู่ในข้อความใดๆ ที่กล่าวมาข้างต้นได้ อันเนื่องมาจากความคลุมเครือของวัตถุประสงค์ของผู้ส่งข้อความสั้น หรือข้อความที่ไม่เข้ากับชนิดข้อความที่กล่าวมาทั้งหมด

ยกตัวอย่างข้อความสั้นที่มีวัตถุประสงค์คลุมเครือ เช่น

“คุณเชื่อในพรหมลิขิตไหม” (ญ.)

“จะทิ้งจา” (ญ.)

“มีลูกสาวมาแลกลูกเขย” (ญ.)

“ไอบ้านน่ารัก” (ญ.)

จากข้อความข้างต้น ไม่อาจระบุถึงเจตนาแท้จริงของผู้ส่งว่ามีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารอย่างไร หรือมีความเป็นไปได้เช่นกันที่กลุ่มศึกษาตัวอย่างที่ให้ข้อมูลดังกล่าวไม่พร้อมสำหรับการให้ข้อมูลแบบสอบถามเท่าที่ควร โดยพบข้อความประเภทนี้จากกลุ่มศึกษาวัยรุ่นหญิงทั้งหมด และไม่พบว่ามิปัญญาที่วุ่นวายกับกลุ่มวัยรุ่นชาย

ข้อความสั้นที่ไม่เข้ากลุ่มใดๆ (ข้อความด่าว่า) ได้แก่

“พ่อมึงตายหรือไอ้สัตว์” (ช.)

“อ่านหาฟอมีงเธอ” (ช.)

“มีงเจ็งเจอกู” (ช.)

ข้อความสั้นดังกล่าวที่ผู้วิจัยและทีมงาน ได้รับมาจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นชาย สมควรจัดเป็นข้อความสั้นประเภทเนื้อหา “คำว่า” หรือ “คำทอ” อันรุนแรง และข้อความประเภทนี้ย่อมก่อความไม่พึงพอใจแก่ผู้รับข้อความอย่างแน่นอน เนื่องจากเนื้อหาข้อความหยาบคายเกินกว่าระดับที่บุคคลทั่วไป ซึ่งรวมถึงวัยรุ่นจะสามารถทำใจยอมรับได้ แม้จะเป็นเพื่อนหรือบุคคลที่มีความสนิทสนมกันมากแค่ไหน (บุคคลปกติที่มีความสนิทสนมรักใคร่กันดี ย่อมไม่ส่งข้อความเช่นนี้ถึงกันแน่นอน) และอาจเป็นเหตุก่อความขัดแย้งระหว่างผู้รับและผู้ส่งข้อความตามมาภายหลัง

ทั้งนี้ ข้อความสั้นที่มีเนื้อหาเช่นนี้ พบเพียงกลุ่มวัยรุ่นชายจำนวนน้อยรายเท่านั้น และไม่ปรากฏในกลุ่มวัยรุ่นหญิงซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาแม้แต่รายเดียว

5.3 ลักษณะการใช้ภาษาของข้อความสั้นภาษาไทยในวัยรุ่น

นอกจากการแบ่งข้อความสั้นของกลุ่มตัวอย่างตามความหมายและหน้าที่ของการสื่อสารแล้ว จากข้อมูลแบบสอบถามในส่วนของข้อความสั้นภาษาไทยที่ได้มาจากกลุ่มวัยรุ่นชายและหญิงสามารถสรุปลักษณะการใช้ภาษาที่น่าสนใจนอกเหนือจากการจัดแบ่งตามกลุ่มความหมายได้ดังต่อไปนี้

5.3.1 การย่อคำ

เนื่องจากการส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือจำเป็นต้องอาศัยทักษะการป้อนข้อความด้วยแป้นปุ่มกด (Keypad) ที่มีตัวอักษรไทยและอังกฤษหลายตัวภายในปุ่มเดียว และต้องทำการผสมคำ หรือสร้างประโยคขึ้นมา ซึ่งต้องใช้ทักษะความชำนาญ ประสบการณ์และความคุ้นเคย ตักรหัสหนึ่งเสียก่อนถึงจะสามารถป้อนข้อความได้รวดเร็ว

วิธีการแก้ไขปัญหาการป้อนข้อความช้า ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มักนิยมใช้การป้อนอักษรย่อ หรือตัวอักษรพ้องเสียงเพื่อแทนข้อความหรือความหมายเพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการป้อนข้อความ และคาดหมายว่าผู้รับข้อความจะสามารถทำความเข้าใจ ตีความเนื้อหาได้ถูกต้อง เพราะผู้รับข้อความส่วนใหญ่ คือ เพื่อนฝูงที่เป็นวัยรุ่นด้วยกันเอง

ยกตัวอย่าง เช่น

“ถ้า want ก็ไป r ถ้า.....ก็ไปโรงแรม” (ช.)

“เกลียดคนหน้าตาดี เกลียดตัวเองจริง ๆ 555” (ญ.)

“ซาหาวาคดี Where r u ?” (ญ.)

“สอบ ent’ เสร็จไปเที่ยวกันนะ” (ญ.)

“ส่ง msg มาก จะยากจน” (ช.)

“Don’t cry, coz it’s over smile coz, it happened” (ช.)

“I may be your best friend that you’re got before best I’m got before but I’m-willing 2 do my best to make our friendship grow.” (ญ.)

“Thinking y do u have to be so far away ? ... I miss u .” (ญ.)

“Fun d na ja” (ญ.)

การศึกษาพบว่า การนำตัวอักษรย่อแทนความหมายของคำในข้อความสั้น พบได้ทั้งในรูปแบบภาษาไทยและอังกฤษ ซึ่งอธิบายได้ดังตารางข้างล่าง

ตารางที่ 5 ตัวอย่างอักษรย่อและความหมายที่พบในการศึกษา

อักษรย่อ	คำที่แทนตัวย่อ
R	Are
U	You
2	To
Y	Why
Msg	Message
Ent’	Entrance
Coz	Because
D	ดี (คำไทย)
r	RCA
555	ฮ่าๆๆๆ (เสียงหัวเราะ)

จะเห็นได้ว่า ตัวอักษรภาษาอังกฤษที่ใช้แทนคำย่อแทนคำภาษาอังกฤษ คือตัวย่อซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในหมู่นักเรียนสนทนาทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือแม้แต่บุคคลทั่วไปก็สามารถทำความเข้าใจได้ไม่ยากนัก ขณะที่ตัวย่อภาษาอังกฤษแทนความหมายในภาษาไทย อาจสร้างความสับสน

สนแก่ผู้ที่ไม่คุ้นเคยสักเล็กน้อยในช่วงแรก แต่รูปแบบการใช้ภาษาดังกล่าวเริ่มนิยมนำมาใช้ในหมู่วัยรุ่น ทั้งจากการสนทนาทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและการส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือ

ที่น่าสนใจคือตัวอักษร “r” ในข้อความสั้นของวัยรุ่นชายรายหนึ่ง ซึ่งเมื่อพิจารณาจากเนื้อหาของประโยคแล้ว จะเข้าใจได้ว่าหมายถึง “Royal City Avenue” (RCA) หรืออาร์ซีเอ แหล่งรวมสถานบันเทิงขนาดใหญ่ ย่านถนนพระราม 9 ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่วัยรุ่น ตัวอักษรย่อทำนองเดียวกันนี้ ผู้รับข้อความต้องสามารถเข้าใจความหมายร่วมกันอย่างถูกต้อง กระบวนการสื่อสารจึงจะสมบูรณ์

5.3.2 การใช้คำสัมผัสคล้องจอง

ความมกมของบทรกรรมประเภทร้อยกรองประการหนึ่ง เกิดเนื่องมาจากจากการนำถ้อยคำที่มีความสละสลวยมาคล้องจองระหว่างกัน เพื่อเพิ่มความน่าอ่านและความไพเราะของเนื้อหาของบทร้อยกรองนั้นๆ

การเพิ่มความไพเราะของข้อความสั้นของวัยรุ่น พบว่ามีการนำวิธีสัมผัสคล้องจอง ทั้งกลวิธีสัมผัสรูปและสัมผัสเสียงภายในประโยคเดียวกันและระหว่างประโยคมาใช้เพื่อเพิ่มความไพเราะ น่าอ่านของข้อความด้วยเช่นกัน

ยกตัวอย่าง เช่น

“คนอ่านน่ารักจัง แต่คนเสียตังค์น่ารักกว่า” (ช.)

“เรียนดี แต่ขาดสน เอวบางร่างน้อย แต่ชอยทนสนป่าว!!!!” (ช.)

“ความฝันของฉัน เป็นฝันที่ไม่เป็นจริง (ฝันเปียก)” (ช.)

“เคล็ดลับหน้าใส ใช้น้ำมะพร้าวล้างหน้า ทาแป้งให้ขาว อดตั้งค์แล้วนอน” (ช.)

“คนส่งน่ารัก คนรับมักไม่ส่งตอบ” (ญ.)

“ช่วยแจ้งจับที เจ้าของโทรศัพท์เครื่องนี้คดีพรากหัวใจ” (ญ.)

“อยากให้เธอเข้าใจ ไม่ใช่ไม่ใช่ใจ แต่ไม่ว่าง อีอิ ..” (ญ.)

“ใครค่าเจอบท ใครลบเจอดิน” (ญ.)

“ห้วงนะ ห่วงใย ห่วงใจ ห่วงหา ห่วงนะ ห่วงว่า ใครจะคอยหาหญาให้เธอกิน” (ช.)

“มีลาว 3 คน ลาว 2 คนไปเที่ยว ส่วนลาวอีกคนอ่านข้อความอยู่” (ช.)

“ความน่ารักของเธอฉันยอมแพ้ ความหน้าแก่ฉันยอมรับ” (ช.)

“หน้าที่ของใครก็ต้องทำให้ดี อย่างเธอหน้าผี จึงมีหน้าที่หลอกคน” (ญ.)

แม้วิธีการสัมผัสคำจะไม่มีรูปแบบตายตัวแน่นอนเหมือนบทร้อยกรองในอดีต แต่ย่อมสะท้อนถึงวิวัฒนาการของภาษาและวรรณกรรมสมัยใหม่จากฝีมือของวัยรุ่นที่น่าติดตามศึกษาเป็นอย่างยิ่ง แม้ว่าจะเป็นวรรณกรรมที่ผู้ใหญ่จำนวนไม่น้อยอาจทำใจยอมรับไม่ได้ก็ตาม

5.3.3 การใช้วิธีถ่ายเสียงภาษาไทยด้วยตัวอักษรโรมัน (ภาษาคาราโอเกะ)

จากที่กล่าวเอาไว้ในบทที่ 4 การใช้วิธีถ่ายเสียงภาษาไทยด้วยตัวอักษรโรมันหรืออังกฤษ ที่นิยมเรียกให้เข้าใจง่ายในหมู่วัยรุ่นว่า “ภาษาคาราโอเกะ” ซึ่งเป็นวิธีการป้อนข้อความภาษาอังกฤษให้สะกดออกเสียงและมีความหมายของภาษาไทย เป็นอีกวิธีหนึ่งของการรับและส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์มือถือ ซึ่งอาจเนื่องมาจากคุณสมบัติของตัวเครื่องที่ไม่รองรับการป้อนข้อความ หรือแสดงผลบนหน้าจอเป็นภาษาไทยของผู้ส่งหรือผู้รับข้อความฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือทั้งสองฝ่าย แต่ยังคงต้องการสื่อสารในรูปแบบภาษาไทย เพราะการสื่อความหมายที่ตรงความต้องการ (โดนใจ) ของผู้ส่งและผู้รับมากกว่าภาษาอังกฤษ

ตัวอย่างภาษาคาราโอเกะที่พบในการศึกษา ได้แก่

“Non laew gor mai yorm hom par hom hai na deaw ja mai sa-bye” (ญ.)

“Do U know why people sending sms ? 1. It’s fun 2 read 2. they want U 2 know that they haven’t met U 3. they miss u like I do now :) Take Care na ja.” (ญ.)

“Fun d na ja” (ญ.)

“Miss U na crub” (ช.)

การศึกษาครั้งนี้พบว่า วิธีการป้อนข้อความแบบคาราโอเกะถูกนำมาใช้ในการรับและส่งข้อความสั้นเพียงส่วนน้อยเท่านั้นของกลุ่มตัวอย่างศึกษาทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับเหตุผลของการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ของการป้อนข้อความสั้นภาษาไทยอย่างต่อเนื่องของผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ตัวเครื่องเกือบทุกรุ่น ทุกยี่ห้อในปัจจุบันสามารถรองรับคุณสมบัติดังกล่าวแล้ว จึงไม่มีความจำเป็นใดๆ ที่ผู้ใช้งานวัยรุ่นต้องป้อนข้อความด้วยภาษาคาราโอเกะแบบเก่าอีกต่อไป

5.4 ภาพสะท้อนทางสังคมและวัฒนธรรมของวัยรุ่นที่ปรากฏในข้อความสั้นภาษาไทย

นอกจากผลการศึกษาด้านภาษาของข้อความสั้นภาษาไทยที่วัยรุ่นใช้ทางโทรศัพท์มือถือแล้ว การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ยังได้แสดงภาพสะท้อนเกี่ยวกับมุมมองทางสังคมและวัฒนธรรมของวัยรุ่นยุคไร้สาย (M-Generation) ที่แตกต่างจากวัยรุ่นสมัยก่อน หรือคนวัยอื่นๆ ดังต่อไปนี้

5.4.1 ความคิดเกี่ยวกับเรื่องเพศ

เรื่องราวเกี่ยวกับการมีเพศสัมพันธ์ หรือเรื่องราวทางเพศ ที่ครั้งหนึ่งเคยเป็นเรื่องปิดบัง ซ่อนเร้นอย่างยิ่งยวดในสังคมไทย และถือเป็นเรื่องไม่สมควรในการนำเสนอ พุดคุยกัน กลับกลายเป็นสิ่งที่วัยรุ่นสมัยใหม่สามารถนำมาใช้เป็นประเด็นในการสร้างความสนุกสนานกันอย่างไม่ละอาย ไม่ว่าจะเป็นวัยรุ่นชายหรือหญิง ทั้งที่มีเนื้อหาในระดับเบาหรือโจ่งแจ้ง โดยมีจำนวนข้อความที่มีเนื้อหาดังกล่าวอยู่เป็นจำนวนมากในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ พอจะเป็นสิ่งสะท้อนให้ผู้ใหญ่ หรือผู้ปกครองของวัยรุ่นได้ทราบว่า เรื่องราวทางเพศได้รับการมองให้เป็นเรื่องปกติทั่วไปมากขึ้นทุกที จนแทบไม่ใส่ใจเรื่องน่าอับอายในการนำมาเป็นประเด็นพูดคุยต่อกันในหมู่เพื่อนเสียแล้วในปัจจุบัน

ยกตัวอย่างเช่น

“เรียนดี แต่ซัดสน เอวบางร่างน้อย แต่ชอยทนสนป่าว!!!!” (ช.)

“บริการจากAIS เซ็กหมุกก1 วิตถารกค 2 ธรรมดากค 0 ชอบหมคคคคคคคค” (ช.)

“เอวบางร่างน้อยชอยชยี่” (ญ.)

“เล็กใหญ่ไม่สำคัญอยู่ที่แรงดันและความอดทน” (ช.)

“กางเกงในได้เพียงมาคีนด้วยไม่มีใส่แล้ว” (ญ.)

สิ่งที่น่าเป็นห่วงประการหนึ่ง คือการพบข้อความในกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นหญิงรายหนึ่ง ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการคบหา หรือมีความสัมพันธ์กับผู้มีอายุ หรือ “อาเลี้ย” เนื่องจากกรณีนี้ ผู้ศึกษาไม่แน่ใจว่าเป็นเพียงการล้อเล่นกับเพื่อนฝูงหรือเนื้อหาข้อความมีความจริงเท็จเพียงใด แต่ย่อมสะท้อนความหมายว่าเรื่องเช่นนี้เป็นสิ่งที่วัยรุ่นสามารถนำมาใช้เป็นหัวข้อหยอกล้อกันได้ในกลุ่มเพื่อน แต่หากผู้ใหญ่หรือผู้ปกครองเป็นผู้อ่านข้อความของบุตรหลานของตนที่มีเนื้อหาทำนองดังกล่าว น่าจะหวัระงระงไม่ออกกับข้อความดังกล่าวเป็นแน่

ตัวอย่างข้อความ ได้แก่

“ขอโทษที่ไม่ว่างโทรกลับ เพราะติดนัดกับอาเสีย” (ญ.)

อย่างไรก็ตาม ข้อดีของความคิดดังกล่าวคือ ผู้ปกครองหรือผู้เกี่ยวข้องสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเพศศึกษาแก่วัยรุ่นได้ง่ายขึ้น เพื่อให้วัยรุ่นเรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับเพศศึกษา หรือการเปลี่ยนแปลงทางสรีระร่างกายของพวกเขาอย่างถูกต้อง เพื่อป้องกันปัญหาการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร ความไม่พร้อมของการตั้งครรภ์ หรือแม้แต่การติดโรคร้ายทางเพศสัมพันธ์

5.4.2 ความคิดเกี่ยวกับความรัก

การแสดงออกเกี่ยวกับความรักของวัยรุ่นสมัยใหม่ที่สะท้อนจากผลการศึกษาคั้งนี้ค่อนข้างน่าสนใจเป็นพิเศษ ทำให้เห็นภาพของความเสมอภาคของการแสดงออกซึ่งความรักมากขึ้น จากการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทย ซึ่งทั้งวัยรุ่นชายและหญิงต่างสามารถเป็นฝ่ายเปิดเผยแสดงความรู้สึกภายในใจออกมาได้ไม่แพ้กัน แตกต่างจากในอดีตที่ผู้ใหญ่มักปลูกฝังผู้หญิงไม่ให้เปิดเผยแสดงความรู้สึกด้านความรักออกมาก่อนฝ่ายชาย และทำได้เพียงเป็นฝ่ายรอรับการแสดงออกของความรักจากฝ่ายชายเท่านั้นตามแนวคิดของกุลสตรีไทย

แต่มาวันนี้ วัยรุ่นหญิงรุ่นใหม่ได้ก้าวตามกระแสของแนวคิด “Feminism” จากมุมมองของโลกตะวันตกที่ใส่ใจกับความเท่าเทียมกันระหว่างผู้หญิงและชาย และรับเอาความกล้าที่จะเปิดเผยความรู้สึกด้านความรักมากขึ้น และไม่ถือเป็นเรื่องเสียหายต่อภาพลักษณ์ของฝ่ายหญิงอีกต่อไป

ยกตัวอย่างเช่น

“จะยอมให้เธอดูถูกให้เธอรู้ ว่าฉันรักเธอขนาดไหน” (ญ.)

“การบินไทยรักคุณเท่าฟ้า แต่เรารักเธอมากกว่าการบินไทย” (ญ.)

“I’ll always love u only if there’s no 1 on earth” (ญ.)

“อยากอยู่ใกล้ให้ใจอุ่น อยากจับมือคุณมาแนบแก้มเบาๆ” (ญ.)

แต่ถึงอย่างไรก็ดี แม้วัยรุ่นหญิงจะมีการแสดงออกเกี่ยวกับความรักมากขึ้น แต่ผลการศึกษาคั้งนี้ยังคงแสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นชายยังคงต้องรับบทเป็นผู้แสดงออกด้านความรักมากกว่าฝ่ายหญิงอยู่ดี ซึ่งน่าจะมาจากเหตุผลที่วัยรุ่นชายไม่มีกรอบข้อจำกัดทางสังคมมากเหมือนกับฝ่ายหญิง

ขณะที่วัยรุ่นหญิงบางรายไม่พร้อมต่อการแสดงออกด้านความรักอย่างหวือหวามากนัก เพราะยังคงยึดติดกับแนวคิดค่านิยมเดิมของกุลสตรีไทย

5.4.3 ความไม่ค่อยสนใจข่าวสาร ความเป็นไปของสังคม

เมื่อพิจารณาเนื้อหาข้อความสั้นภาษาไทยที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นทั้งหมดพบว่าแทบไม่มีเรื่องราวความเป็นไปในสังคมปะปนในเนื้อหาข้อความสั้นเอาเสียเลย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับข่าวสาร สังคม หรือการเมือง ทั้งที่วัยรุ่นสามารถที่จะนำเอาเรื่องราวต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นมาใช้ดัดแปลงเป็นข้อความขบขันหรือล้อเลียนได้เช่นกัน แต่ในการศึกษารั้งนี้พบว่ามียังข้อความเดียวเท่านั้นที่มีการนำประเด็นของความไม่พอใจชาวกัมพูชาอันเนื่องมาจากความเข้าใจผิดเกี่ยวกับข่าวสารภายในประเทศกัมพูชาจนก่อให้เกิดความวุ่นวายใหญ่โตสะท้อนอยู่ในข้อความสั้นด้วย แต่ไม่ได้อธิบายถึงเรื่องราวแต่อย่างใด เพราะคาดว่าผู้รับสารจะสามารถทำความเข้าใจได้ทันทีว่าหมายถึงอะไร

ตัวอย่างได้แก่

“กรี๊ดค เขมรรับ msg ตำรวจจับที” (ช.)

การที่ไม่ปรากฏข้อความสั้นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นไปของสังคม น่าจะพอเป็นสิ่งบอกให้ทราบว่าวัยรุ่นไม่ค่อยให้ความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารเรื่องราวของสังคมมากนัก โดยมุ่งเน้นไปที่ความสนุกสนาน ความบันเทิงรื่นเริงกับเพื่อน หรือคนรักของพวกเขามากกว่า

5.4.4 การใช้คำหยาบ

ความนิยมในการสนทนาโดยใช้คำหยาบในหมู่เพื่อนเป็นเรื่องปกติที่มีมานานแล้ว ไม่ใช่สิ่งที่เพิ่งเกิดขึ้น แต่เรามักพบการใช้ถ้อยคำหยาบในหมู่วัยรุ่นชายมากกว่าหญิงค่อนข้างชัดเจนสำหรับผลการศึกษารั้งนี้ แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นว่า ทั้งวัยรุ่นชายและหญิงมีการใช้คำหยาบระหว่างกันในกลุ่มเพื่อนมากขึ้น และการใช้คำหยาบต่อกันเสมือนเป็นเครื่องหมายแสดงความสัมพันธ์สนมคุ้นเคยต่อกันเป็นอย่างดี

ยกตัวอย่าง เช่น

“ใครดำเจอตบ ใครลบเจอติน” (ญ.)

“น้ำอะไรไม่มีบนสวรรค์ น้ำหน้าอย่างมึงไง” (ญ.)

“มีงอยู่ที่ไหน โทรกลับกูด้วย” (ช.)

“ห้ามไม่ได้ ก็หัวใจมันคิดถึง ไม่ต้องยืมไม้ไผ่มีง กูคิดถึงแฟนกู” (ช.)

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องระมัดระวังเป็นอย่างยิ่งคือการทำวัยรุ่นจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนระดับการสนทนาเมื่อติดต่อกับผู้อื่นที่ไม่ใช่เพื่อนสนิท เช่น การสนทนากับผู้ใหญ่ ซึ่งเป็นการสนทนากับผู้ที่มีวุฒิสูงกว่า อาจประสบปัญหาคำพูดอันไม่เหมาะสมหลุดปากออกมาจากความเคยชินในการพูดคุยในกลุ่มเพื่อนได้



บทที่ 6

สรุป อภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาลักษณะภาษาของข้อความสั้นภาษาไทยที่ใช้ในโทรศัพท์มือถือของกลุ่มวัยรุ่นในครั้งนี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะภาษาที่วัยรุ่นใช้งานผ่านทางข้อความสั้นภาษาไทยบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ และวิเคราะห์แนวคิด ค่านิยมของวัยรุ่นไทยที่สะท้อนผ่านทางข้อความสั้น รวมถึงการศึกษาเพื่อพิสูจน์ข้อสมมุติฐานที่ว่าวัยรุ่นชายและหญิงจะมีรูปแบบพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือและลักษณะการใช้ภาษาของข้อความสั้นภาษาไทยแตกต่างกัน, ความนิยมในการแทรกสัญลักษณ์ (Symbol) รูปแบบต่างๆ ลงไปในข้อความสั้น และความไม่พอใจของวัยรุ่นที่มีต่อข้อความสั้นที่มีเนื้อหาหยาบคายหรือเนื้อหาทางเพศ

6.1 สรุป

ข้อมูลลักษณะภาษาของข้อความสั้นภาษาไทยที่ใช้ในโทรศัพท์มือถือของกลุ่มวัยรุ่น ได้มาจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น จำนวน 200 ราย บริเวณเซ็นเตอร์พ้อยท์ สยามสแควร์ แบ่งเป็นวัยรุ่นชาย 100 ราย และวัยรุ่นหญิง 100 ราย มีข้อความสั้นจำนวนทั้งสิ้น 379 ข้อความ เป็นของวัยรุ่นชาย 190 ข้อความ และวัยรุ่นหญิงจำนวน 189 ข้อความ และนำมาจัดตามกลุ่มความหมายรวมทั้งสิ้น 494 ข้อความ แบ่งเป็นของวัยรุ่นชาย 245 ข้อความ และของวัยรุ่นหญิง 249 ข้อความ โดยใช้ค่าสถิติร้อยละในการวิเคราะห์

6.1.1 สรุปพฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์มือถือและการรับส่งข้อความสั้น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์มือถือและรับส่งข้อความสั้น พบว่า โทรศัพท์มือถือยี่ห้อ N ได้รับความนิยมมากที่สุดในกลุ่มตัวอย่างทั้งวัยรุ่นชายและหญิง หรือประมาณ 7 ใน 10 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ขณะที่ยี่ห้ออื่นๆ ได้รับความนิยมไม่มากนัก โดยอันดับรองลงมาของวัยรุ่นชาย ได้แก่ยี่ห้อ M ส่วนวัยรุ่นหญิงนิยมยี่ห้อ SE เป็นอันดับรองลงมา

สาเหตุในการที่วัยรุ่นใช้งานโทรศัพท์มือถือ พบว่า ทั้งวัยรุ่นชายและหญิงใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการติดต่อธุระ นัดหมายมากที่สุด สาเหตุรองลงมาของวัยรุ่นชาย ได้แก่ ความเป็นโลกส่วนตัว การเข้ากับกลุ่มเพื่อนๆ ทางบ้านแนะนำให้อใช้งาน เหตุผลเกาะกระแสนิยม ชอบ

บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ และเหตุผลอื่นๆ ลดหลั่นลงมาตามลำดับ ส่วนวัยรุ่นหญิง เหตุผลอันดับรองลงมาในการใช้งานโทรศัพท์มือถือ คือการที่ทางบ้านแนะนำให้ใช้งาน ความเป็นโลกส่วนตัว การเข้ากับกลุ่มเพื่อนๆ เกาะกระแสนิยม ชอบบริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ และสาเหตุอื่นๆ ตามลำดับ อันเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความห่วงใยของผู้ปกครองที่มีต่อวัยรุ่นหญิงมากกว่าวัยรุ่นชาย ขณะที่วัยรุ่นชายให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว อิสระจากรอบทางบ้านมากกว่าวัยรุ่นหญิง

ความถี่ในการรับและส่งข้อความสั้นต่อสัปดาห์ของวัยรุ่น แม้ว่าทั้งวัยรุ่นชายและหญิง จะมีการใช้งานรับและส่งข้อความสั้นรวมไม่เกิน 10 ข้อความต่อสัปดาห์มากที่สุด แต่การศึกษาพบว่า วัยรุ่นชายมีความถี่ของการรับและส่งข้อความสั้นต่อสัปดาห์น้อยกว่าวัยรุ่นหญิงอย่างเห็นได้ชัด เพราะเกือบ 2 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นหญิงทั้งหมด นิยมใช้งานรับและส่งข้อความสั้นมากกว่า 10 ข้อความต่อสัปดาห์

บุคคลที่วัยรุ่นชายและหญิงรับส่งข้อความสั้นด้วยเป็นประจำมากที่สุด ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ เพื่อนฝูง ซึ่งมีอัตราส่วนทั้งห่างคนรักซึ่งเป็นตัวเลือกอันดับสองเป็นอย่างมาก ขณะที่มีการสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นหญิงรับและส่งข้อความสั้นกับพ่อแม่มากกว่าวัยรุ่นชาย

เหตุผลประการหลักในการใช้บริการรับส่งข้อความสั้นภาษาไทยของวัยรุ่นชายและหญิง คือการติดต่อง่าย สะดวก รวดเร็ว หรือคิดเป็นอัตราส่วนเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยที่วัยรุ่นหญิงให้เหตุผลเกี่ยวกับการได้สนุกสนานกับเพื่อนๆ เป็นอันดับสอง ขณะที่วัยรุ่นชายพึงพอใจคุณสมบัติในการบอกเล่าเรื่องราว บางสิ่งบางอย่างที่โดนใจมากกว่าการใช้เสียงสนทนาเป็นอันดับสอง มีข้อสังเกตประการหนึ่งในเรื่องความง่ายในการสื่อสารมากกว่าภาษาอังกฤษนั้น วัยรุ่นหญิงเลือกเป็นเหตุผลในการใช้งาน SMS ภาษาไทยมากกว่าวัยรุ่นชาย

สัญลักษณ์ที่นำมาแทรกประกอบข้อความสั้นของวัยรุ่น ทั้งชายและหญิง นิยมสัญลักษณ์ที่มีความหมายในเชิงบวกด้านอารมณ์มากกว่าในเชิงลบ โดยวัยรุ่นหญิงนำสัญลักษณ์ต่างๆ เข้าไปแทรกในข้อความสั้นมากกว่าวัยรุ่นชาย รวมถึงการพบสัญลักษณ์แปลกใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของภาษาไทย ได้แก่ 555 อันนำมาจากการพ้องเสียงหัวเราะในภาษาไทยด้วย

จากความคิดของผู้วิจัยที่คาดว่าวัยรุ่นน่าจะไม่พอใจต่อข้อความสั้นที่มีเนื้อหาหยาบคายรุนแรง หรือข้อความสั้นที่มีเนื้อหาทางเพศ แต่ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นส่วนใหญ่ทั้งชายและหญิงไม่ได้รู้สึกไม่พอใจข้อความสั้นภาษาไทยที่มีเนื้อหาหยาบคายหรือข้อความทางเพศแต่อย่างใด เพราะการสื่อสารส่วนใหญ่มาจากเพื่อนฝูงของตนเองซึ่งมีความสนิทสนมเป็นอย่างดี

6.1.2 สรุปลักษณะภาษาที่แบ่งตามกลุ่มความหมายของข้อความสั้นภาษาไทยของกลุ่มวัยรุ่น ผู้วิจัยได้แบ่งข้อความสั้นภาษาไทยของวัยรุ่นตามกลุ่มความหมายออกเป็น 8 กลุ่ม ได้แก่ ข้อความนัยความหมาย ทักทาย บอกกล่าว แสดงความผูกพัน ขบขัน เข้าเหย่ อวยพร และข้อความประเภทอื่นๆ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นชายจำนวนทั้งสิ้น 100 ราย และวัยรุ่นหญิงจำนวน 100 ราย มีจำนวนข้อความสั้นจากแบบสอบถามของวัยรุ่นชายจำนวน 190 ข้อความ และวัยรุ่นหญิงจำนวน 189 ข้อความ นำมาจัดตามกลุ่มความหมายรวมทั้งสิ้น 245 ข้อความ (วัยรุ่นชาย) และ 249 ข้อความ (วัยรุ่นหญิง) และสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1) ข้อความขบขัน คือข้อความสั้นที่มีการรับส่งจากกลุ่มศึกษาทั้งวัยรุ่นชายและหญิง มากที่สุดในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งจัดตามแนวคิดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารถือเป็นการสร้างความบันเทิง หรือความพึงพอใจ (to entertain) แบ่งออกตามวิธีการนำเสนอเนื้อหา ได้แก่

- การนำเสนอเนื้อหาด้วยข้อความหยาบคาย ก่อนข้างเป็นที่ยอมรับได้ในหมู่เพื่อนของวัยรุ่น อันเป็นการแสดงความสนิทสนมต่อกัน และพบข้อความสั้นที่มีเนื้อหาหยาบคายในกลุ่มวัยรุ่นชายเป็นส่วนใหญ่ ขณะที่ของวัยรุ่นหญิงปรากฏเพียงส่วนน้อย

- ข้อความที่มีเนื้อหาทางเพศที่มีความล้อแหลม สามารถแบ่งการใช้ภาษาออกได้ 2 ระดับ ได้แก่ ระดับเบา และระดับโจ่งแจ้ง รุนแรง โดยเนื้อหาระดับเบาพบได้ทั้งในกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นชายและหญิงในระดับใกล้เคียงกัน วัยรุ่นชายมีจำนวนมากกว่าเล็กน้อย แสดงให้เห็นถึงการยอมรับเนื้อหาข้อความสั้นทางเพศในเชิงขบขันของวัยรุ่น ขณะที่เนื้อหาระดับรุนแรง พบในกลุ่มวัยรุ่นชายเป็นส่วนมาก ขณะที่วัยรุ่นหญิงมีเพียงส่วนน้อย และพบว่าบางข้อความอาศัยการพวนคำเพื่อลดความหยาบโลนของข้อความลง

- การใช้คำซ้ำๆ หลายครั้ง สร้างความเข้าใจผิดในเนื้อหาบางส่วน ก่อนสรุปความหมายแท้จริงในตอนท้าย วิธีดังกล่าวนิยมใช้ในกลุ่มวัยรุ่นชายมากกว่าวัยรุ่นหญิง

- การนำเนื้อหาสุภาษิตมาดัดแปลงใหม่ให้มีเนื้อหาตลกขบขัน ใช้ความคล้ายกับสุภาษิตที่รู้จักดี แต่สามารถเข้าใจความหมายได้โดยไม่ต้องแปล หรือใช้ความคล้ายกับคำเตือนต่างๆ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในคนทั่วไป พบว่ามีข้อความชนิดนี้ในการศึกษาไม่มากนัก และพบเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นชายเท่านั้น

- เนื้อหาขบขันแบบหักมุมจบ นำเสนอความสนุกสนานแบบพลิกความคาดหมายในตอนท้ายเรื่อง วิธีดังกล่าวพบในข้อความสั้นของวัยรุ่นชายและหญิงเป็นจำนวนมาก เพราะไม่มีข้อจำกัดหรือความเสี่ยงต่อการเกิดความไม่พอใจ เหมือนกับการใช้คำหยาบหรือเนื้อหาทางเพศ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นหญิง และสังเกตพบว่า สรรพนามที่ 1 ของวัยรุ่นชายและหญิง นิยมใช้แทนตัวเองว่า “ฉัน” หรือ “เรา” และใช้สรรพนามที่ 2 ว่า “เธอ” หรือ “คุณ”

2) **ข้อความแสดงความผูกพัน** มิตรภาพ แสดงความรัก บอกความในใจ หรือความเป็นห่วงต่อกัน เป็นข้อความที่นิยมสูงในหมู่วัยรุ่นทั้งชายและหญิงมากเป็นอันดับสอง รองจากข้อความประเภทขบขัน ทั้งนี้ วัยรุ่นชายนิยมใช้งานข้อความประเภทนี้มากกว่าวัยรุ่นหญิง สามารถแบ่งออกเป็น

- ข้อความแสดงความรักระหว่างชายหญิง ระหว่างผู้ส่งและผู้รับข้อความในฐานะคนรัก หรือเพื่อนต่างเพศ การศึกษาครั้งนี้พบว่า วัยรุ่นชายจะเป็นผู้เปิดเผยความรู้สึกมากกว่าวัยรุ่นหญิง ทั้งความรักสมหวังและผิดหวัง ขณะที่วัยรุ่นหญิง มีที่ทำการแสดงออกเกี่ยวกับความรักอย่างชัดเจนน้อยกว่า แต่การศึกษาแสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นหญิงกล้าแสดงออกเกี่ยวกับความรักมากขึ้น

- ข้อความแสดงความคิดเห็น ห่วงใยต่อกัน ซึ่งประกอบด้วย การแสดงความคิดเห็นถึงความห่วงใยของเพื่อนฝูง หรือ ผู้ปกครอง และการแสดงความห่วงใยสุขภาพของผู้รับข้อความ

- ข้อความแสดงมิตรภาพของเพื่อน สอดคล้องกับความใกล้ชิดระหว่างวัยรุ่นกับเพื่อน ซึ่งวัยรุ่นเป็นวัยที่ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนมากที่สุด และพบว่า วัยรุ่นหญิงให้ความสำคัญในการรับส่งข้อความสั้นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับมิตรภาพระหว่างเพื่อนมากกว่าวัยรุ่นชาย

- การแทรกอารมณ์ขันไว้ในข้อความแสดงความผูกพัน เป็นการแทรกอารมณ์ขบขันผสมผสานในข้อความสั้น แต่ใจความสำคัญของข้อความประเภทนี้ยังคงเน้นไปที่ความผูกพันที่ดีต่อกันเป็นหลัก

3) **ข้อความเข้าแหย่** เป็นการล้อเลียน ระหว่างกันของกลุ่มเพื่อน นำปมด้อยหรือเปรียบเทียบกับฝ่ายหนึ่งเป็นสิ่งที่ใดสิ่งหนึ่งในเชิงลบ โดยมีเป้าหมายหลักมุ่งไปที่การสร้างความสนุกสนาน ขบขัน ไม่ได้ต้องการล้อจนเกิดความเสียหายแต่อย่างใด แบ่งออกได้ ดังนี้

- การใช้ข้อความเปรียบเทียบผู้รับเป็นสิ่งที่ใดสิ่งหนึ่ง แทนความหมายที่ต้องการเพื่อสร้างความขบขันแก่ผู้รับ โดยนำสัตว์แต่ละชนิดมาเชื่อมโยงความสัมพันธ์ว่าคล้ายคลึงกับผู้รับข้อความ หรือผู้ส่งข้อความ การวิจัยพบว่า วัยรุ่นนิยมใช้ “สุนัข” หรือหมา และ “ควาย” เปรียบเทียบมากที่สุด โดยควายจะแทนสัญลักษณ์ของความไม่ขณะที่หมานำมาใช้แทนความเลว แต่เนื้อหาไม่ได้เป็นการตั้งใจด่าว่า เพียงมุ่งสร้างความสนุกสนานเท่านั้น และการเปรียบเทียบกับสิ่งของ หรือสิ่งไม่มีชีวิต พบว่า “หม้อ” ถูกนำมาใช้ในความหมายของการหมกมุ่นเรื่องผู้หญิง “จักรยาน” แทนความน่าถือ “วัตถุโบราณ” แทนความเก่าเก็บ หรือ “ผี” แทนความน่าเกลียดน่าชัง

- การล้อรูปร่าง หน้าตา พบในการศึกษาครั้งนี้บ่อยครั้ง และสะท้อนความคิดการที่ให้ความสำคัญกับเรื่องรูปร่าง หน้าตาของวัยรุ่นเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะวัยรุ่นหญิง พบว่า การล้อเรื่องรูปร่างหน้าตา จะมุ่งไปที่ความอ้วน, หน้าตา หรือรูปร่างเฉพาะส่วน อาทิ หน้าอก เป็นต้น

แม้ว่าผู้ส่งข้อความจะมีทั้งวัยรุ่นชายและหญิงในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน แต่เป้าหมายของการส่งข้อความประเภทนี้จะอยู่ที่วัยรุ่นหญิงเป็นส่วนใหญ่

- การนำเรื่องเชื้อชาติมาหยอกล้อ นำความต่างของชนชาติ มาแทนความหมายของลักษณะนิสัย ของผู้ที่ถูกกล่าวถึง ในลักษณะเพื่อสร้างความสนุกสนาน ตลกขบขัน โดยนำชนชาติเพื่อนบ้านมาเปรียบกับตัวผู้รับข้อความ ในลักษณะของการเข้าเหย่ พบการเปรียบเทียบเป็น “คนลาว” เป็นส่วนมาก ในลักษณะความหมายของคนชื่อ ไม่ค่อยรู้ความ และเปรียบเทียบเป็นชาวกำพูชา หรือ “เขมร” อันสะท้อนถึงความรู้สึกค่อนข้างไปในทางลบจากกรณีความเข้าใจผิดของชาวกำพูชา ที่มีต่ออาราสาว่าไทยผ่านสื่อในประเทศ นอกจากนี้ ยังพบประเด็นการนำคำว่า “ลาว” มาใช้ในรูปแบบของกิริยา เพื่อแทนความหมายในทำนองเดียวกับการเปรียบเทียบคนลาวด้วย

- การเข้าเหย่โดยใช้คำแสดงกิริยาไม่เหมาะสมของผู้หญิง นำเรื่องของกิริยามามาใช้ การศึกษาพบว่า ผู้ส่งข้อความนิยมใช้คำว่า “แรด” มาใช้แทนกิริยาอันไม่เหมาะสมของผู้หญิง ซึ่งระดับความรุนแรงของความหมายลดลงมาในระดับยอมรับได้ในกลุ่มวัยรุ่น โดยวัยรุ่นหญิงเป็นผู้ส่งข้อความประเภทนี้มากกว่าวัยรุ่นชาย และมีเจตนาส่งไปยังเพื่อนผู้หญิงด้วยกันที่มีความสนิทสนม ขณะที่วัยรุ่นชายไม่นิยมส่งข้อความประเภทนี้แก่วัยรุ่นหญิง

4) **ข้อความบอกกล่าว** ผู้ส่งต้องการแจ้งให้อีกฝ่าย ทราบถึงเหตุการณ์ ข้อมูล ข่าวสาร เรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ตนต้องการ ซึ่งข้อความสั้นตอบสนองวัตถุประสงค์ได้ดีกว่าการใช้วิหตุติติดตามตัว แต่การศึกษาครั้งนี้พบว่า วัยรุ่นในใช้งานรับส่งข้อความสั้นเพื่อการบอกกล่าวไม่มากนัก เพราะนิยมบอกกล่าวด้วยการสนทนาทางโทรศัพท์มือถือโดยตรง มีการใช้งาน คิดเฉลี่ยเพียงร้อยละ 4.5 ของกลุ่มศึกษาทั้งหมด โดยวัยรุ่นชายใช้งานจำนวนร้อยละ 5.7 มากกว่าวัยรุ่นหญิงที่ใช้งานร้อยละ 3.2 นอกจากนี้ พบข้อความบางประโยคที่ทำให้ทราบว่าเป็นการส่งมาจากผู้ปกครองด้วย สอดคล้องกับผลการศึกษาที่ทางบ้านแนะนำให้ใช้งาน โทรศัพท์มือถือ โดยเฉพาะวัยรุ่นหญิง

5) **ข้อความอวยพร** พบว่าสัดส่วนของการรับส่งข้อความสั้นชนิดนี้ของวัยรุ่นชาย จะน้อยกว่ากลุ่มวัยรุ่นหญิงที่เป็นกลุ่มศึกษาค่อนข้างมาก (ได้จากตารางที่ 5.1 และแผนภูมิที่ 5.9 ประกอบ) คือวัยรุ่นชายใช้งานเพียงร้อยละ 1.6 ขณะที่วัยรุ่นหญิงใช้งานร้อยละ 6.8 การส่งข้อความอวยพรของวัยรุ่น จะเน้นไปที่การอวยพรประจำวัน, การอวยพรตามเทศกาลหรือโอกาสพิเศษ หรือการอวยพรเกี่ยวกับการศึกษา

6) **ข้อความนัดหมาย** การศึกษาพบว่า วัยรุ่นไม่นิยมใช้ข้อความสั้นเพื่อการนัดหมายมากนัก มีเพียงเฉลี่ยร้อยละ 1 ของกลุ่มศึกษาทั้งหมด เพราะโทรศัพท์มือถือสามารถรองรับการสนทนาด้วยเสียงได้เป็นอย่างดีอยู่แล้ว การนัดหมายและยืนยันได้ในทันทีจึงมีความสะดวกมากกว่า

7) **ข้อความทักทาย** เป็นการจุดเริ่มต้นของการติดต่อสื่อสาร ด้วยการสอบถามความเป็นอยู่หรือทุกข์สุขต่อกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับข้อความ พบว่าข้อความประเภทนี้ไม่เป็นที่นิยมในการใช้งานข้อความสั้นของวัยรุ่น และเป็นสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับข้อความชนิดอื่นๆ โดยวัยรุ่นชายใช้งาน ร้อยละ 0.8 และวัยรุ่นหญิง คิดเป็นร้อยละ 1.2 อย่างไรก็ตาม วัยรุ่นหญิงใช้งานข้อความชนิดทักทายมากกว่าวัยรุ่นชายจำนวนเล็กน้อย โดยสามารถแบ่งข้อความทักทายออกได้เป็น การทักทายประจำวัน, การทักทายเรื่องการรับประทานอาหาร และการทักทายเพื่อยืนยันความรู้จักกัน

8) **ข้อความอื่นๆ** เป็นข้อความสั้นจากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สามารถจัดเข้าอยู่ในข้อความใดๆ ที่กล่าวมาข้างต้นได้ อันเนื่องมาจากความคลุมเครือของวัตถุประสงค์ของผู้ส่งข้อความสั้น อันเนื่องมาจากความไม่พร้อมของกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งพบปัญหาดังกล่าวจากกลุ่มวัยรุ่นหญิงทั้งหมด หรือข้อความที่ไม่เข้ากับชนิดข้อความที่กล่าวมาทั้งหมด ซึ่งจัดเป็นข้อความประเภทค่าว่ามีเนื้อหารุนแรง พบในกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นชายจำนวนน้อยรายเท่านั้น และไม่ปรากฏในกลุ่มวัยรุ่นหญิงซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาแม่แต่รายเดียว

6.1.3 สรุปลักษณะการใช้ภาษาของข้อความสั้นภาษาไทยในวัยรุ่น

จากเนื้อหาข้อความสั้นทั้งหมดที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นชายและหญิง พอสรุปลักษณะการใช้ภาษาได้ดังต่อไปนี้

1) **การใช้วิธีย่อคำ** หรือย่อตัวอักษรหรือตัวเลขพ้องเสียงทั้งในรูปแบบภาษาไทยและอังกฤษ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการป้อนข้อความ โดยคาดว่าผู้รับข้อความสามารถตีความเนื้อหาได้ถูกต้อง เพราะผู้รับส่วนใหญ่ย่อมได้แก่เพื่อนฝูงที่เป็นวัยรุ่นด้วยกันเอง

2) **การใช้คำสัมผัสคล้องจอง** ทั้งวิธีสัมผัสสรูปและสัมผัสเสียงภายในประโยคเดียวกัน และระหว่างประโยคมาใช้เพื่อเพิ่มความไพเราะ น่าอ่านของข้อความด้วยเช่นกัน แต่วิธีการสัมผัสคล้องจองจะไม่มีรูปแบบตายตัวแน่นอน แตกต่างจากบทวรรณกรรมร้อยกรองในอดีต

3) **การใช้วิธีถ่ายเสียงภาษาไทยด้วยตัวอักษรโรมัน** หรือที่นิยมเรียกว่า “ภาษาคาราโอเกะ” หรือการป้อนข้อความภาษาอังกฤษให้สะกดออกเสียงและมีความหมายของภาษาไทยถูกนำมาใช้เนื่องจากคุณสมบัติของตัวเครื่องที่ไม่รองรับการป้อนข้อความไทย หรือไม่สามารถแสดงผลบนหน้าจอเป็นภาษาไทยของเครื่องผู้ส่งหรือผู้รับข้อความ แต่ต้องการสื่อสารในรูปแบบภาษาไทย อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้พบวิธีการป้อนข้อความแบบคาราโอเกะในการรับและส่งข้อความสั้นเพียงส่วนน้อยเท่านั้นของกลุ่มตัวอย่างศึกษาทั้งหมด

6.1.4 ภาพสะท้อนทางสังคมและวัฒนธรรมของวัยรุ่นที่ปรากฏในข้อความสั้นภาษาไทย การศึกษาครั้งนี้ได้แสดงภาพสะท้อนเกี่ยวกับมุมมองทางสังคมและวัฒนธรรมของวัยรุ่นสมัยใหม่ที่น่าสนใจ ได้แก่

1) **ความคิดเกี่ยวกับเรื่องเพศ** เรื่องราวเกี่ยวกับการมีเพศสัมพันธ์ ที่เคยเป็นเรื่องปิดบังในสังคมไทย และถือเป็นเรื่องไม่ควรนำมาสนทนาอย่างเปิดเผย กลายเป็นสิ่งที่วัยรุ่นสมัยใหม่สามารถนำมาใช้สร้างความสนุกสนานทางโทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นชายและหญิง ทั้งเนื้อหาระดับเบาและรุนแรง โดยพบข้อความที่มีเนื้อหาดังกล่าวเป็นจำนวนมากในการศึกษาครั้งนี้ จนเสมือนเรื่องปกติทั่วไป อย่างไรก็ตาม ผู้ปกครองหรือผู้เกี่ยวข้องสามารถฉวยโอกาสใช้ประโยชน์ในการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเพศศึกษาแก่วัยรุ่นได้ง่ายขึ้น เพื่อให้วัยรุ่นเรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับเพศศึกษาอย่างถูกต้อง

2) **ความคิดเกี่ยวกับความรัก** การศึกษาครั้งนี้แสดงถึงภาพของความเสมอภาคของการแสดงออกด้านความรักมากขึ้น สังเกตได้จากเนื้อหาข้อความสั้นภาษาของวัยรุ่นชายและหญิงที่ต่างแสดงความรู้สึกภายในใจออกมาอย่างเปิดเผย โดยเฉพาะวัยรุ่นหญิงที่มีความกล้าแสดงออกด้านความรักมากขึ้น แต่การศึกษายังคงแสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นชายแสดงออกด้านความรักมากกว่าฝ่ายหญิง ขณะที่วัยรุ่นหญิงบางรายไม่พร้อมต่อการแสดงออกด้านความรักอย่างเต็มที่

3) **ความไม่ค่อยสนใจข่าวสาร ความเป็นไปของสังคม** การศึกษาพบว่า มีเรื่องราวความเป็นไปในสังคมปะปนน้อยมากในเนื้อหาข้อความสั้นภาษาไทยที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือแทบไม่มีเรื่องราว ข่าวสาร สังคม หรือการเมือง มาใช้ดัดแปลงเป็นข้อความสั้นที่พวกเขาถนัดเลย พบข้อความสั้นเพียงข้อความเดียวที่มีการนำประเด็นของขัดแย้งของชาวกัมพูชามาสะท้อนเนื้อหาความไม่พอใจปรากฏอยู่ในข้อความสั้น

4) **การใช้คำหยาบ** การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นชายและหญิงมีการใช้คำหยาบระหว่างกันในกลุ่มเพื่อนมากขึ้น และการใช้คำหยาบต่อกันเป็นเครื่องหมายแสดงความสนิทสนมคุ้นเคยต่อกันเป็นอย่างดีของผู้ส่งและผู้รับ

6.2 อภิปรายผลสิ่งที่ค้นพบจากการศึกษา

จากการศึกษาลักษณะภาษาของข้อความสั้นภาษาไทยที่ใช้ในโทรศัพท์มือถือของกลุ่มวัยรุ่นในครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสทำความเข้าใจโลกการสื่อสารไร้สายของวัยรุ่นที่มีความคิดอ่านหรือมุมมองแตกต่างไปจากผู้ใหญ่ สะท้อนถึงการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิถีชีวิตของวัยรุ่นยุคใหม่ โดยเฉพาะลักษณะการใช้ภาษาที่สื่อสารทางข้อความสั้น SMS ภาษาไทยของพวกเขา

สิ่งที่ผู้วิจัยพบในการศึกษาค้างนี้ คือ วัตถุประสงค์หลักของการสื่อสารข้อความสั้นภาษาไทยของกลุ่มวัยรุ่น ยังคงมุ่งเน้นไปที่ความสนุกสนาน ความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ ไม่ได้มุ่งไปที่ประโยชน์ใช้งานของเทคโนโลยีที่ตอบสนองประโยชน์ด้านการสื่อสารอย่างแท้จริง แต่อย่างไรก็ดี การศึกษาได้สะท้อนถึงโลกของวัยรุ่นที่มีความใกล้ชิดและให้ความสำคัญอย่างมากต่อเพื่อนสนิทภายในกลุ่ม ซึ่งผู้ปกครองต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมและรับรู้เรื่องราวภายในกลุ่มเพื่อนของเขา

ประเด็นคำถามที่ว่าโทรศัพท์มือถือจำเป็นต่อวัยรุ่นมากน้อยแค่ไหน มาถึง ณ วันนี้ การที่ผู้ใหญ่ให้การยอมรับและสนับสนุนให้วัยรุ่นใช้งานโทรศัพท์มือถือมากขึ้น (โดยเฉพาะวัยรุ่นหญิง) ซึ่งปรากฏในการศึกษาค้างนี้ด้วย ย่อมเป็นคำตอบที่ชัดเจนคืออยู่แล้ว แต่การควบคุมการใช้งานให้อยู่ในระดับเหมาะสม เพื่อป้องกันปัญหาการใช้จ่ายเกินตัว ยังคงเป็นเรื่องน่าห่วงใยไม่น้อย

อย่างไรก็ดี ผู้ปกครองสามารถควบคุมกรอบค่าใช้จ่ายค่าบริการโทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นโดยเลือกใช้บริการโทรศัพท์แบบจ่ายค่าบริการก่อนใช้งาน (Pre-paid) แทนการใช้งานแบบจ่ายค่าบริการรายเดือนที่ควบคุมการใช้จ่ายยากกว่า เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอุปนิสัยการใช้จ่ายเกินตัว

เมื่อโทรศัพท์มือถือส่วนใหญ่สามารถรองรับการแสดงผลและป้อนข้อความภาษาไทยได้แล้ว ย่อมช่วยให้การสื่อสารภาษาไทยบนโทรศัพท์มือถือเป็นเรื่องง่ายมากยิ่งขึ้น เพราะไม่จำเป็นต้องป้อนตัวอักษรอังกฤษเพื่อถ่ายเสียงของคำศัพท์ภาษาไทยเช่นเดิม ซึ่งส่งผลดีต่อความนิยมในการใช้งานรับส่งข้อความสั้นด้วย

ประเด็นการใช้คำหยาบคายหรือข้อความที่สื่อเนื้อหาทางเพศ ทั้งในระดับเบา หรือระดับโจ่งแจ้งรุนแรง ซึ่งในปัจจุบันค่อนข้างเป็นที่ยอมรับได้ในวัยรุ่นทั่วไปทั้งชายและหญิงที่มีความสนิทสนม หรือการพูดคุยด้วยคำหยาบ การสนทนาเรื่องเพศในหมู่เพื่อนของวัยรุ่นกลายเป็นเรื่องปกติทั่วไปที่ยอมรับได้ ซึ่งหากพิจารณาในมุมมองของผู้ใหญ่คงไม่ใช่เรื่องน่าพึงพอใจนัก แต่เมื่อมองในอีกแง่มุมหนึ่ง เมื่อเรื่องเพศไม่ใช่เรื่องน่าอายหรือต้องปิดบังซ่อนเร้นอีกต่อไปแล้ว ผู้ที่เกี่ยวข้องน่าจะฉวยโอกาสในการให้ความรู้เกี่ยวกับเพศแก่วัยรุ่นอย่างจริงจัง เพื่อให้พวกเขาเรียนรู้ทำความเข้าใจถึงพัฒนาการทางเพศของร่างกาย เพื่อระมัดระวังปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้จากอารมณ์ชั่ววูบหรือความตึกคะนอง ซึ่งอาจกลายเป็นปัญหาทางสังคมตามมาในภายหลัง ส่วนปัญหาการใช้คำหยาบนั้น ผู้ปกครอง ผู้ใกล้ชิด หรือผู้เกี่ยวข้องอาจต้องให้คำแนะนำวัยรุ่นเกี่ยวกับระดับของถ้อยคำสนทนาให้เหมาะสมกับกาลเทศะและวัยวุฒิของผู้สนทนาด้วย เพื่อแก้ไขหรือลดการใช้คำหยาบฟุ่มเฟือยจนเกินไปของวัยรุ่น

ลักษณะการแสดงออกของความรักของวัยรุ่นผ่านข้อความสั้นที่มีเนื้อหาหวือหวา กล้าแสดงออกมากขึ้น โดยเฉพาะวัยรุ่นหญิง อันสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงตามแนวคิดวัฒนธรรม

ตะวันตก และความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ ซึ่งในอนาคต การขอความรักโดยฝ่ายหญิงอาจไม่ใช่เรื่องแปลกประหลาดในสังคมไทยอีกต่อไปก็เป็นได้

6.3 ข้อเสนอแนะ

6.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

ผลการศึกษารั้งนี้ บอกรให้ทราบถึงลักษณะภาษาของข้อความสั้นของวัยรุ่นที่มีความแตกต่างไปจากภาษารูปแบบเดิมๆ หรือภาษาตามแบบแผนทางการ สะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของภาษาที่เกิดขึ้นทุกยุคทุกสมัย การคิดค้นคำศัพท์แปลกใหม่ คำสแลง คำย่อที่เข้าใจเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นเท่านั้น หรือพฤติกรรมการก้าวทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ๆ ความรักสนุกของเหล่าวัยรุ่น ล้วนเป็นสิ่งที่ผู้ใหญ่ควรรับรู้และทำความเข้าใจในมุมมองของพวกเขา เพื่อให้ตามทันความเปลี่ยนแปลงของกระแสของโลกไร้สายที่พัฒนาไม่หยุดนิ่งตลอดเวลา พร้อมกับสามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลกวัยรุ่น และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ของพวกเขาได้อย่างใกล้ชิด

6.3.2 เสนอแนะสิ่งที่ควรวิจัยต่อไป

ล่าสุด เทคโนโลยีการรับและส่งข้อความสั้นไม่ได้หยุดเพียงการส่งตัวอักษรเท่านั้น แต่ด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้แก่ การรับส่งข้อความ EMS (Enhance Messaging Service) หรือการรับส่งข้อความมัลติมีเดีย MMS (Multimedia Messaging Service) ซึ่งผู้ใช้งานสามารถรับและส่งข้อความสั้นพร้อมแนบรูปภาพ ไฟล์ภาพดิจิทัล หรือเสียงประกอบเข้าไปในข้อความสั้น เพื่อเพิ่มความหลากหลายของเนื้อหาที่ต้องการส่งไปยังผู้รับ แม้จะมีข้อจำกัดเรื่องตัวเครื่องสนับสนุนเทคโนโลยีนี้ยังไม่มากนักก็ตาม แต่นับเป็นอีกเทคโนโลยีหนึ่งที่มีแนวโน้มเข้ามาแทนการรับส่ง SMS ในอนาคตข้างหน้า และถือเป็นข้อมูลที่น่าสนใจศึกษาไม่น้อย

เพราะวัยรุ่นให้ความสนใจเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการให้บริการ MMS ในประเทศไทยตั้งแต่ช่วงระยะแรก หลังจากที่เปิดตัวให้บริการอย่างเป็นทางการเมื่อปี พ.ศ. 2545 แต่ยังคงได้รับความนิยมในวงจำกัด เพราะมีเครื่องโทรศัพท์มือถือรองรับไม่มากนัก และปัญหาความเข้ากันได้ (Compatible) ระหว่างผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือระหว่างบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือที่มีข้อกำหนดแตกต่างกัน แต่เมื่อโทรศัพท์ที่มีความพร้อมมากขึ้น ทั้งการส่งข้อความ MMS ข้ามระบบเครือข่ายผู้ให้บริการ หรือสามารถส่งข้ามรุ่นยี่ห้อโทรศัพท์มือถือได้อย่างไม่มีปัญหาแล้ว คาดว่าจะได้รับความนิยมแพร่หลายมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งย่อมมีรูปแบบการใช้งานที่น่าสนใจและอาจกลายเป็นมาตรฐานหลักของการรับส่งข้อความในอนาคตอันใกล้

อีกการศึกษาหนึ่งที่น่าสนใจคือ การสื่อสารสนทนาบนเกมออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของวัยรุ่น (รายละเอียด อ่านได้จากบทนำ) ซึ่งผลการวิจัยสะท้อนว่าได้รับความนิยมรองจากโทรศัพท์มือถือเท่านั้น คืออีกรูปแบบของการสื่อสารชนิดใหม่ที่น่าจับตามอง และกำลังเป็นกระแสนิยมในหมู่วัยรุ่นเป็นอย่างยิ่ง โดยมีผู้สมัครใช้บริการเล่นเกมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเฉพาะเกม “Ragnarok” มากกว่า 600,000 ราย

จากการที่ผู้วิจัยเข้าไปเรียนรู้และทดลองเกมดังกล่าวได้นานระยะหนึ่ง (ประมาณ 2-3 เดือน) ได้พบรูปแบบการใช้ภาษาสนทนาภายในเกมของผู้เล่น (ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่น) มีส่วนคล้ายคลึงกับการสื่อสารด้วยข้อความสั้นหลายประการ เช่น ความสนิทสนมในหมู่เพื่อน ความต้องการหาเพื่อนใหม่ภายในเกม มิตรภาพที่ดึงมภายในเกม ปัญหาการใช้คำหยาบจำนวนมากทั้งกับเพื่อนหรือบุคคลอื่นๆ การใช้ถ้อยคำที่มีเนื้อหาทางเพศ หรือการตั้งชื่อด้วยคำไม่เหมาะสม (คำหยาบหรือถ้อยคำทางเพศ ซ้ำพวนหยาบเพื่อตั้งชื่อตัวละคร) เป็นต้น เนื่องจากการสื่อสารภายในเกมออนไลน์มีลักษณะเช่นเดียวกับการ “Chat” บน โปรแกรมต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ต ที่ไม่เห็นหน้าของอีกฝ่ายหนึ่ง โดยเห็นเพียงตัวละครภาพการ์ตูนภายในเกมแทนตัวผู้เล่นจริง ผู้เล่นจึงสามารถใช้ภาษาได้อย่างอิสระเต็มที่ แม้บริษัทผู้นำเกม Ragnarok จะพยายามใช้วิธีการเซนเซอร์คำที่มีเนื้อหาหยาบคายหรือทางเพศออกก็ตาม ผู้เล่นจะพยายามใช้วิธีสะกดให้ใกล้เคียงหรือคำพ้องเสียงเพื่อหลีกเลี่ยงการแบนข้อความดังกล่าว ซึ่งในมุมมองของผู้วิจัยเห็นว่าการสื่อสารบนเกมออนไลน์ดังกล่าวมีความน่าสนใจ และสะท้อนพฤติกรรมของวัยรุ่นสมัยใหม่ได้เช่นกัน

จะเห็นได้ว่าเรื่องราวของวัยรุ่นยังคงเป็นสิ่งที่น่าทำทนายของผู้ศึกษาวิจัยเสมอ และพฤติกรรมวัยรุ่นที่กล่าวมาในวันนี้ซึ่งแตกต่างจากวัยรุ่นในอดีต และแน่นอนว่าย่อมไม่เหมือนกับวัยรุ่นในอนาคตข้างหน้าด้วยเช่นกัน อันสะท้อนให้เราเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงที่ไม่หยุดนิ่งเช่นเดียวกับกาลเวลาแห่งยุคสมัย พร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่พัฒนาสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์อย่างไม่มีที่สิ้นสุด

บรรณานุกรม

- กฤติวิทย์ ดวงสร้อยทอง. (2522). หลักภาษา. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : โครงการบริหาร
วิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา.
- กิติมา สุรสนธิ. (2542). ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร.
- กฤดา วจนสาระ (2544). เซ็นเตอร์พ้อยท์กับ “Preteen” : การก่อตัวของวัฒนธรรมวัยแรกรุ่ง.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์และมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- แก้วนิการ์ คงคำ และเอกวสา สุขสง. (2546). เปิดใจ 3 โอเปอร์เรเตอร์ บนสังเวียน NON VOICE.
Firstmobile. (16), 73-78.
- คัชแมน, โธมัส เจ. และเซอร์วิทกา, จูดี เอ. (2544). การสื่อสารข้อมูลระดับพื้นฐาน. (สัลยุทธ์
สว่างวรรณ, ผู้แปล). กรุงเทพมหานคร : ยูนิเวอร์แซล กราฟฟิก แอนด์ เทคดิง.
- เจตนา จันทรมโน. (2545). HELLO MOTO คลื่นแรงระลอกใหม่จากโมโตโรล่า. Mobilemag. 1
(5), 27-29.
- _____. (2546) ที่สุดของวงการมือถือปี 2002. Mobilemag. 1 (7), 48-54.
- แดนสรรค์ของวัยรุ่นที่ไม่มีวันตกยุค. (1 มกราคม 2544). ไทยรัฐ, 20.
- ทรงศักดิ์ เปรมสุข และเสกสรรค์ อุ้นจิตติ. (2545). 1-2Call Experiential Branding. กรุงเทพมหานคร
: เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- ทีเอ ออเรนจ์, บริษัท. (2546). บริการส่งข้อความไทย SMS 2. [http://www.orange.co.th/
thaisms2](http://www.orange.co.th/thaisms2).
- ท้าว ‘เซ็นเตอร์พ้อยต์’ แคนสรรค์ ‘วัยโจ๋’. (2543). มติชนสุดสัปดาห์ 20 (1025), 14-15.
- ชาติรี ใต้ฟ้าพูล. (2541). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ
เซลลูลาร์ 900 และดิจิตอล จีเอสเอ็ม ระหว่างปี พ.ศ. 2537-2540. วิทยานิพนธ์ปริญญา
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทวัน อรุโณทัย. (2542). การใช้ภาพถ่ายสต็อกเกอร์เพื่อประโยชน์ทางสังคมของเยาวชนใน
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- นิสารัตน์ ทองอุปการ. (2538). ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวและทัศนคติต่อเรื่องเพศของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร : สุริยาสาน.
- ปฏิคม พลับแสง. (2546). NON VOICE MARKETING. Brandage, 4 (3), 124-155.
- ปรีชา ทิชนพงษ์. (2523). ลักษณะภาษาไทย. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.
- ประยูรศรี มณีศรี. (2532). จิตวิทยาวัยรุ่น. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว คณะครุศาสตร์ สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์ วิทยาลัยครูจันทระเกษม.
- พรานานา อภิลักษณ์พาณิชย์ (ponnanaa@dtac.co.th 2546). (2546, 9 พฤษภาคม). ดีแทครุกต่อเนื่อง เสนอแพ็คเกจส่ง SMS ในราคาสุดคุ้ม เลือกประหยัดง่าย ๆ จาก 2 แพ็คเกจพอดี ๆ. (jettanar@yahoo.com)
- พสุมา ตันสุ่ย. (2543). ความคิดเห็นของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่มีต่อภาพลักษณ์ของโทรศัพท์พื้นฐานพกพา (PCT). วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชนี เสงขรธา, เมตตา กฤติวิทย์ และฉรินันท์ อนวัชศิริวงศ์. (ม.ป.ป.). แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- พัชรินทร์ คุณสุนทรกิจ. (2544) การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจ ณ จุดขาย และการตัดสินใจซื้อของลูกค้า กรณีศึกษา : บมจ. โทเทิล แอ็คเซส คอมมูนิเคชั่น (TAC). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ภริดา โกเชก. (2541). การศึกษาความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษแนวใหม่ ศึกษาเฉพาะกรณีรายการ "อีฟอทีน". วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภานุพงษ์ วงษ์รอด. (2545). รวมคำย่อในการส่ง SMS สั้น กระชับ ถูกใจ และใช้ง่าย. E-COMMERCE, 4 (11), 95-96.
- มณฑล ไบบัว. (2536). หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.
- มานพ อธิคมอดิตย์. (2535). โครงการ "พัฒนาที่ดินย่านสยามสแควร์". วิทยานิพนธ์บัณฑิตคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- วันดี พึ่งสุวรรณ. (2544). ลักษณะภาษาที่ใช้ในวิทยุติดตามตัว (เพจเจอร์). วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิไลวรรณ ขนิษฐานันท์. (2527). ภาษาและภาษาศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศศิธร อิทธานูเวคิน. (2538) ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และแนวโน้มการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชา จันทน์เอม. (2529). จิตวิทยาวัยรุ่น. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.
- สุรพงษ์ โสชนะเสถียร. (2545). หลักและทฤษฎีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ประสิทธิ์ภัณฑ์เอนด์พริ้นติ้ง.
- โสภณัท นุชนาถ. (2542). จิตวิทยาวัยรุ่น. กรุงเทพมหานคร : สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2542). ภาษาในสังคมไทย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2533). ภาษาศาสตร์สังคม. กรุงเทพมหานคร.
- อรณพ ชันธิกุล. (2545). แฉ! ... มือถือ. กรุงเทพมหานคร : อินโฟเพรส.
- อรสม สุทธิสาคร. (2544). เด็กพันธุ์ใหม่...วัย X Click ชีวิตวัยรุ่นไทยยุคปี 2000. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สารคดี
- อลงกรณ์ ปรวิฑูพิงศ์. (2540). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารกับการรับรู้ข่าวสารวัฒนธรรมไทยของนักเรียนมัธยมปลายในเขตกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- แอดวานซ์ อินโฟ เซอร์วิส, บริษัท (มหาชน) จำกัด. (2546) 1Q03 Results Conference Call. conference_call[1].ppt [Computer File].
- 5 มาร์เก็ตเชอร์แห่งสยามสแควร์. (2543). Marketreer_1 (7), 78-113.
- Nokia. (2003). Glossary. Available: <http://www.nokiausa.com/support/faq/glossary/0,1241,,00.html>. [2003].
- Simon Buckingham. (2000). What is SMS?. Available: <http://www.gsmworld.com/technology/sms/intro.shtml> [2000].



ภาคผนวก ก

ตารางสรุปเนื้อหาข้อความสั้นภาษาไทยที่ได้รับจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เรียงตามเพศและลำดับของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
ชาย001	15	แสดงความผูกพัน	การตายมิใช่การจากกันที่สุด กลับกัน การจากกันที่ไกลที่สุดคือ การที่ฉันอยู่ใกล้เธอแล้วเธอไม่รู้ว่ “ฉันรักเธอ”
ชาย001	15	แสดงความผูกพัน	เจ้ามือถือตัวน้อย บอกเจ้านายหน่อยว่ามีคนคิดถึง
ชาย002	17	แสดงความผูกพัน	I love you
ชาย002	17	อื่นๆ	อ่านหาพ่อมึงเหอ
ชาย003	18	ขบขัน	บริการพิเศษตัดขนหมอย กัดสับน555
ชาย003	18	บอกกล่าว	อ่านทำไม message ไปอ่านหนังสือไป
ชาย004	17	ขบขัน	คืนนี้อย่าเดินคนเดียว เดี่ยวเมื่อนะจะบอกให้
ชาย004	17	น้คหมาย	8 โมง จะยีน จะยีน.....
ชาย005	15	บอกกล่าว	โทรกลับมาด้วย ตอนนี้ถูกทิ้ง
ชาย005	15	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะ
ชาย006	18	ขบขัน	กตมาทำไม...กตมาทำไม....
ชาย006	18	ขบขัน	คนอ่านน่ารักจัง แต่คนเสียตังค้่นน่ารักกว่า
ชาย007	15	ขบขัน	ถ้า want ก็ไป r ถ้า.....ก็ไปโรงแรม
ชาย007	15	ขบขัน	อาไรวะ งงวะ (^o^)
ชาย008	18	ขบขัน	กตลงอีก 2 ครั้ง กูบอกให้กตสองครั้ง เสล่อ
ชาย008	18	ขบขัน	มีอะไรจะให้ อายจังเลย ติน ใจ
ชาย009	18	ขบขัน, เข้าแหย่	กินข้าวให้ตรงเวลา แต่อย่าเคี้ยวเอื้องบ่อยๆ
ชาย009	18	แสดงความผูกพัน	คืนนี้ให้นอนฝันดี อย่าลืม kiss ก่อนนอน
ชาย010	18	ขบขัน	เล็กใหญ่ไม่สำคัญอยู่ที่แรงดันและความอดทน
ชาย010	18	ขบขัน, เข้าแหย่	ห่วงนะ ห่วงใย ห่วงใจ ห่วงหา ห่วงนะ ห่วงว่า ใครจะคอยหาหน้้าให้เธอกิน
ชาย011	16	ขบขัน	ขอกภัยเลขหมายนี้ไม่สามารถให้บริการทางเพศได้ขณะนี้
ชาย011	16	แสดงความผูกพัน	ห้ามไม่ได้ ก็หัวใจมันคิดถึง ไม่ต้องยืมไม่ใช่มึง กูคิดถึงแฟนกู
ชาย012	18	ขบขัน	ระวังคืนนี้จะเสียทำให้ผู้ชาย แต่ไม่เป็นไรจะได้ทำใหม่ๆ คืนมา
ชาย012	18	ขบขัน, เข้าแหย่	อย่าทำหน้าล่าวใส่โทรศัพท์ เวลาอ่าน message เดี่ยวเครื่องพัง

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
ชาย013	17	ขบขัน	รักเธอนะ อ้าวขอโทษส่งผิดวะ!
ชาย013	19	ขบขัน, เข้าหยา	คุณคือจุดอ้วน! เจริญคะ
ชาย014	17	ขบขัน	ทำไมชอบพูดลึกลับหลังว่าเราหน้าตาดี
ชาย015	17	ขบขัน, เข้าหยา	มีลาว 3 คน คนหนึ่งไปกับแฟน คนหนึ่งไปเที่ยว อีกคนกำลังอ่านอยู่
ชาย015	17	ขบขัน, เข้าหยา	ปัจจุบันควายไม่ไถนา แต่มานั่งส่ง SMS
ชาย016	16	ขบขัน	ส่งมาเล่น ๆ เสีย 3 บาท และสบายใจ
ชาย016	16	ขบขัน, เข้าหยา	คิดถึงนะ ไม่ต้องอ้อมไม่ไข่มิ่ง ภูคิดถึงแฟนภู
ชาย017	16	ขบขัน	เมื่อเขารดชนหมา เลข SMS ถามว่าเจ็บหรือเปล่า
ชาย017	16	ขบขัน	รักๆๆๆ รักเร็วเหม็นมาก
ชาย018	16	เข้าหยา	ทำไรอยู่ไม่ได้ถามมึง ควาย
ชาย018	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึง
ชาย019	16	แสดงความผูกพัน	รักอะ
ชาย019	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะ
ชาย020	18	บอกกล่าว	ทำไรอยู่ไหนด
ชาย020	18	บอกกล่าว	กลับบ้านด่วน
ชาย021	18	ขบขัน, เข้าหยา, แสดงความผูกพัน	หมัผ้าด้วยนะ เป็นห่วงนะ เดี่ยวพุงนี้ไม่มีแรงขวิด
ชาย021	18	ขบขัน, เข้าหยา, แสดงความผูกพัน	อย่านอนดึกเดี๋ยวไม่น่ารัก เพราะที่เป็นอยู่ก็รับไม่ได้อยู่แล้ว
ชาย022	18	ขบขัน	กามาทุกขัง โลก
ชาย022	18	ขบขัน, เข้าหยา	ถ้าคืนนี้ไม่ฝันขอให้พระจันทร์ตกใส่หัวเธอ
ชาย023	19	ขบขัน	แม่งไม่คิดถึงเวลาตด แต่ก็คิดถึงทุกเวลาที่เกาตุต
ชาย023	19	ขบขัน, เข้าหยา	ควายไม่ไถนา เอาเวลามาส่ง SMS
ชาย024	18	ขบขัน	อยากบอกว่าคิด ๆ ๆ ไม่ออก
ชาย024	18	ขบขัน	อกรรยาคิดตัว ปริมาลาภา การไม่มีกรรยาคิดตัว เป็นลาภอันประเสริฐ
ชาย025	18	บอกกล่าว, แสดงความผูกพัน	ยินดี
ชาย025	18	แสดงความผูกพัน	คิดถึง
ชาย026	18	แสดงความผูกพัน	ไม่มีเวลาไหนที่ผมไม่คิดถึงคุณ และผมก็รักคุณตลอดไป
ชาย026	18	แสดงความผูกพัน	ผมไม่รู้คุณจะคิดยังไงกับผม เพียงแค่ผมรักคุณคนเดียวก็เพียงพอ
ชาย027	17	แสดงความผูกพัน	กุหลาบแดงที่ปักอก กุหลาบตกลือรักที่หลดหาย กุหลาบข่าคือความรักที่ กลับกลาย กุหลาบตายคือความรักที่ถูกลืม

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
ชาย027	17	แสดงความผูกพัน	หากรักคือทุกข์แสนสุขคืออะไร หากรักคือการเสียใจ แล้วทำไมใจต้องการ
ชาย028	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	แอบชอบ แอบรัก แอบมานาน จนเย็นแอบจิต
ชาย028	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	ขอโทษที่ไม่มีตั้งเตียงหนม เก็บเงินค่านมมาส่ง message หาเธอ
ชาย029	17	ขบขัน	ผู้หญิงก็เหมือน ยาคูลย์ ต้องรีบมีชู้ก่อนหมดอายุ
ชาย030	17	แสดงความผูกพัน	ท้องฟ้าไม่กว้างพอ ที่เขียนคำว่าคิดถึงเธอ
ชาย030	17	แสดงความผูกพัน	รักษาสุขภาพด้วย คนหน้าตาดีเป็นห่วง
ชาย031	17	แสดงความผูกพัน	กูรักมึง
ชาย031	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	6 โมงเย็นนี้ว่างมั๊ย ไม่ชวนไปเดทหรือ ชวนไปเคารพธงชาติ
ชาย032	16	แสดงความผูกพัน	ถึงบ้านเร็วๆ นะ เป็นห่วงจ๊ะ
ชาย032	16	แสดงความผูกพัน	หลับฝันดีนะ
ชาย033	17	ขบขัน	5 คม 1. คมไม่น่าควย 2. คมไม่น่าอวย 3. คมระบวย
ชาย033	17	ขบขัน, เข้าหยา	มีลาว 3 คน ลาว 2 คนไปเที่ยว ส่วนลาวอีกคนอ่านข้อความอยู่
ชาย034	17	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะ
ชาย034	17	แสดงความผูกพัน	ยินดีนะ
ชาย035	16	แสดงความผูกพัน	หลับฝันดีคิดถึงมาก
ชาย036	17	ขบขัน, เข้าหยา	เมื่อวานนี้คนชมเธอว่าน่ารัก แต่ไม่เป็นไรนะใจเย็น เราเตียงแทนเธอแล้ว
ชาย036	17	แสดงความผูกพัน	ก่อนนอนห่มผ้านะคะ เดี่ยวุงที่กัศเธอไม่สบาย
ชาย037	17	ขบขัน	ข้อความกวนกว่านี้มีอีกไหม
ชาย038	18	อวยพร	Ent' คิดนะ
ชาย039	18	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะ
ชาย040	18	แสดงความผูกพัน	Don't cry, coz it's over smile coz, it happened
ชาย040	18	แสดงความผูกพัน	อยู่ได้ปอ.นะ คิดถึง
ชาย041	18	ขบขัน	คำเตือน ห้ามใช้นิ้วโป้งกดรับโทรศัพท์ มิฉะนั้นจะตกหลุมรักคนส่ง
ชาย041	18	แสดงความผูกพัน	มันอาจจะง่ายในการหาเพื่อนใหม่ซักคน แต่มันยากกว่านะที่จะมีเพื่อนแท้ซักคน
ชาย042	18	นัดหมาย	พรุ่งนี้อย่าลืมเอาสิ่งนี้มานะ
ชาย042	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	คนน่ารักกำลังโทรมา คนน่ารักาจารย์คุณารับด้วย
ชาย043	15	ขบขัน, เข้าหยา	ตาเหมือนดาทราย คอยาวเหมือน หงษ์ ผมคำเหมือนอิกา ตัวสัตว์นี้หว่า

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
ชาย043	15	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	โทรมาเพราะอยากได้ชิ้นเลี้ยงเธอ ไปเจอเธอเพราะอยากเห็นหน้า แต่ที่ส่ง msg มา เพราะไม่อยากเห็นหน้าและเลี้ยงเธอ
ชาย044	17	ขบขัน	จับสินค้าหลัง บขส. ตำรวจตาย 4 กระทู้ตาย 8 นอกนั้นกางเกงรัดแคบตายหมด
ชาย044	17	ขบขัน, เข้าแหย่	เธอทั้งสวยทั้งทะนุถนอม น่ารักหาไว้ใช้นาน ๆ วัตถุโบราณซัดๆ
ชาย045	16	ขบขัน	ตอนนี้มาประกันตัวหน่วยโคนจับซื้อหาหน้าตาดี
ชาย045	16	ขบขัน	คู่หูหญิงอย่าดูที่หน้าตา ให้ดูว่าเธอเสียเอกราชมากี่ครั้ง
ชาย046	18	ขบขัน, เข้าแหย่	อกหักเรื่องเล็ก อกเล็กเรื่องใหญ่
ชาย046	18	ขบขัน, เข้าแหย่, แสดงความผูกพัน	เราจะคอยเป็นนกเอี้ยงเลี้ยงเธอตลอดไป
ชาย047	18	ขบขัน, เข้าแหย่	รัก รัก รัก แร่ همینจิง
ชาย047	18	ขบขัน, เข้าแหย่	วันนี้ขบรดชนหมามา เลยโทรมาถามว่าเจ็บป่าว
ชาย048	15	แสดงความผูกพัน	God give you to hand to hold lot give you one heart to find another one
ชาย048	15	แสดงความผูกพัน	I love you
ชาย049	15	แสดงความผูกพัน	อยู่ไหนมีคนคิดถึงนะ
ชาย050	16	แสดงความผูกพัน	ยังใจคนที่เขารักก็มีค่า กว่าคนที่รักเขาเสมอ
ชาย050	16	แสดงความผูกพัน	จุดบู่หรือวันละมวน เหมือนจุดชนวนไปสู่ความตาย เป็นห่วงนะ
ชาย051	18	ขบขัน	เรียนดี แต่ซัดสน เอวบางร่างน้อย แต่ชอยทนสนป่าว!!!!
ชาย051	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	เหตุคว่นเหตุร้าย มีคนจะตายเพราะคิดถึงเธอ
ชาย052	18	บอกกล่าว	ระยะทางพิสูจน์ม้า กาลเวลาพิสูจน์คน การอดทนพิสูจน์ตัวเอง
ชาย052	18	แสดงความผูกพัน	ห่วงนะ ห่วงใย ห่วงไกล ห่วงหา ห่วงนะ ห่วงว่า จะมีใครมา ห่วงแทน
ชาย053	18	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะรักมาก ๆ ด้วย
ชาย053	18	แสดงความผูกพัน	วันนี้นอนหลับฝันดีนะคิดถึงด้วย
ชาย054	18	แสดงความผูกพัน	มือถือเจ้าขาฝากบอกคนจี๋เหงาแฉวนั้นด้วยนะว่าคนน่ารักทางนี้เขาคิดถึง
ชาย054	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	อยากออกTV พูดว่าคิดถึง ลงข่าวหน้าหนึ่งห่วงหา บอกรักเธอตามป้ายโฆษณา แต่ทุนไม่หนาเลยส่ง SMS แทน
ชาย055	17	ขบขัน	คำว่า "รัก" คือ ร=รอ ก=กก รวมเป็นรอกกเธอจ๊ะ
ชาย055	17	ขบขัน, เข้าแหย่	4 ก สำหรับเธอ ก แรกเกมส์ ก สองออกกำลังกาย ก สามเรียนเก่ง ก สี่เกย์
ชาย056	18	ขบขัน	อยากบอกให้เธอรู้ว่าฉันน่ารักกว่ามาก
ชาย056	18	แสดงความผูกพัน	พยากรณ์ว่าวันนี้อากาศดี มีคนคิดถึงเล็กน้อยถึงปานกลาง
ชาย057	19	ขบขัน, เข้าแหย่	พรุ่งนี้เป็นวันที่ไม่ได้เจอเธอ

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
ชาย057	19	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	หลับตานับหนึ่งแล้วคิดถึงกัน แต่หลับตาที่ไรมีอะไรมาหลอกหลอน
ชาย058	15	ขบขัน	ได้ข่าวว่ามีคนตามหาคนน่ารัก เราเลยไม่ว่าง
ชาย058	15	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	อยากบอกว่า “รัก” รักษาหุ่นด้วยนะ
ชาย059	17	ขบขัน	ความฝันของฉัน เป็นฝันที่ไม่เป็นจริง (ฝันเปียก)
ชาย060	17	เข้าห่วย	รักตายละ
ชาย060	17	อวยพร	โชคดีนะ
ชาย061	17	ขบขัน	บริการจากAIS เช็กหมูกด1 วดถารถด 2 ธรรมดากด 0 ซอหมดกดหาญ
ชาย061	17	แสดงความผูกพัน	ทุกข้อความที่ส่งไป แอบส่งใจไปด้วยเสมอ ทุกข้อความที่อ่านเจอส่งผ่าน SMS จากใจ
ชาย062	18	ขบขัน	นมกล่อมมันแพงก่อนดูด แต่ม.....มันดูดก่อนแพง
ชาย062	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	คิดถึงทุกเวลา อยากสบตาทุกนาที รักเธอนะคนดี ทั้งหมดนี้ซึ่ยกตะละลา
ชาย063	16	แสดงความผูกพัน	การบินไทยรักคุณเท่าฟ้า แต่ฉันรักเธอมากกว่าการบินไทย
ชาย063	16	อวยพร	Good night
ชาย064	19	อื่นๆ (คำว่า)	พ่อมึงตายหรือไอ้สัตว์
ชาย064	19	อื่นๆ (คำว่า)	มึงเงิงเงอกู
ชาย065	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	คิดถึง แต่คิดถึงคนอื่น
ชาย065	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	นอนหลับฝันดี เดี่ยวจะเป็นขุนบินไปเกาะแก้มนะ
ชาย066	17	ขบขัน, เข้าห่วย	เรียน ไม่ยุ่งมุงแต่หม้อ นั้นแหละแก
ชาย066	17	ขบขัน, เข้าห่วย	ความน่ารักของเธอฉันยอมแพ้ ความหน้าแกฉันยอมรับ
ชาย067	16	ขบขัน, เข้าห่วย	กรี๊ด เขมรรับ msg คำรวจจับที
ชาย067	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึงเป็นห่วง ดูแลตัวเองนะ
ชาย068	17	ขบขัน	กางเกงในที่อยู่ใต้เตียงเอามาคืนด้วยไม่มีใส่แล้ว
ชาย068	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	ไม่ต้องพูด ไม่ต้องเถียงฟังอย่างเดียวรู้เปล่าว่าคิดถึง
ชาย069	17	แสดงความผูกพัน	Tree can not live without water, bird can not live without insect, ant can not live without sweet, I can not live without u ... nif green tea.
ชาย070	16	ขบขัน	ตอนนี้อยู่โรงพัก มาประกันตัวหน่อย โคนจับข้อหา “หน้าตาดี”
ชาย070	16	แสดงความผูกพัน	ฝากหัวใจใส่ ๆ มาให้เธอในวันนี้กระซิบบอกเธออีกที good night

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
ชาย071	15	แสดงความผูกพัน	เมื่อดทรายหนึ่งกำมือ เธอนั้นจำได้ไหมความคิดถึงที่มีให้มากกว่าเมื่อดทรายในกำมือ
ชาย071	15	แสดงความผูกพัน	คิดถึงตลอดกาล
ชาย072	17	ขบขัน	รัก รัก รัก รักษาหุ่นหน่อย
ชาย072	17	ขบขัน, เข้าแหย่	The radest linked ทุกคนเห็นว่าคุณแรดที่สุดในทีม เชิญค่ะ
ชาย073	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึงจริงๆ นะ (ยิ้มอีกแล้ว)
ชาย073	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะ (ไม่ต้องแอบยิ้ม)
ชาย074	18	ขบขัน	ขอหอมหน่อยนะ จะเอาไปทำซูป
ชาย074	18	แสดงความผูกพัน	ขอแค้นละหนึ่งนาที คิดถึงคนๆ นี้ บ้างก็พอ
ชาย075	15	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	ขณะนี้ได้ส่งความคิดถึงผ่านสายไฟ ช่วยเอานิ้วแหย่ปลั๊กไฟรับความคิดถึงด้วย
ชาย076	18	บอกกล่าว	ส่ง msg มาก จะยากจน
ชาย077	18	ขบขัน, เข้าแหย่	รักเธอเพราะเธอหน้าเหมือนควาย
ชาย078	17	ทักทาย, แสดงความผูกพัน	Hello I miss U
ชาย078	17	แสดงความผูกพัน	Miss U na crub
ชาย079	17	ขบขัน	โทรศัพท์นะ ไม่ใช่ผู้ชาย ไม่ต้องจ้องนานๆ ก็ได้
ชาย079	17	บอกกล่าว, ขบขัน	รู้ตัวมัยว่าน่ารักจัง จากเด็กเลี้ยงแกะ
ชาย080	18	บอกกล่าว	โทรกลับพ่อด้วย
ชาย080	18	บอกกล่าว	อยู่ที่ไหน โทรกลับด้วย
ชาย081	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึงจังเลย
ชาย081	16	แสดงความผูกพัน	กลับบ้านรึยัง เป็นห่วงนะ
ชาย082	16	ขบขัน	เมื่อเธอล้ม ฉันจะยืนอยู่ข้างๆ คอยทำทุกอย่างไม่ให้เธอยืน
ชาย082	16	ขบขัน	Nง#07 รู้ว่าอ่านไม่ออกยังเสือกจะอ่านอีก
ชาย083	17	แสดงความผูกพัน	รักษาสุขภาพนะจ๊ะ เป็นห่วง
ชาย083	17	แสดงความผูกพัน	กลับบ้านเร็วว่ะ คนดี
ชาย084	18	นัดหมาย	เจอกันที่เดิม
ชาย084	18	บอกกล่าว	มีอยู่ที่ไหน โทรกลับกูด้วย
ชาย085	15	บอกกล่าว	กูเกลียดมึงวะ
ชาย085	15	แสดงความผูกพัน	มารักกันนะ
ชาย086	16	ขบขัน	เคล็ดลับหน้าใส ใช้น้ำมะพร้าวล้างหน้า ทาแป้งให้ขาว อดตั้งค์แล้วนอน
ชาย086	16	ขบขัน, เข้าแหย่	มาทดสอบน้ำหนักล้องด่วน คุณได้รับบทนำเรื่องตามล่าอิหน้าหนอน
ชาย087	16	ขบขัน, อวยพร	คืนนี้นอนหลับฝันดี ห่มผ้าด้วยละ เดี่ยวยูงที่กั๊ดจะไม่สบาย

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
ชาย087	16	แสดงความผูกพัน	ดูแลรักษาสุขภาพด้วยละ เป็นไรไป ไม่มีคนคุยด้วย เหงาแย่เลย
ชาย088	15	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะ
ชาย088	15	แสดงความผูกพัน	รักมึงโว้ย
ชาย089	17	บอกกล่าว	ไปไหนทำไมไม่บอกบ้าง ซิ่งมึงเลย !!!
ชาย090	15	ทักทาย	จำกันได้ป่าว
ชาย090	15	บอกกล่าว	โทรกลับด้วย ไม่มีเงิน
ชาย091	17	แสดงความผูกพัน	รักมึงวะ
ชาย091	17	แสดงความผูกพัน	คิดถึง โครต
ชาย092	18	ขบขัน	มีคนบอกรักเธอหรือยัง?? ถ้าไม่มี.. รอต่อไป รอไว้ชาติหน้า ก็แล้วกัน
ชาย092	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	อยากให้เธอ มาอยู่เคียงข้าง เวลาอ้างว้างและ.. ดังค์หมด
ชาย093	15	ขบขัน	อกหักนะเรื่องเล็ก แต่มีแฟนหน้าอกเล็กนี่สิเรื่องใหญ่
ชาย093	15	ขบขัน เข้าหยา	ความอ้วนไม่เข้าใครออกใคร.....แต่มันเข้าเธอ.. ไม่ยอมออก!!
ชาย094	15	ขบขัน	เธอดีทุกอย่าง ทั้งความรู้ หน้าตา การศึกษา เสียอย่างเดียว ...เลว
ชาย094	15	ขบขัน	Perfect ! หุ่นเพริ้ว ขาเรียว ผมยาว ฟันขาว และปาก...จัดน่าจัดด้วยวิกชอล
ชาย095	16	ขบขัน	หมายเลขที่ท่านส่ง ได้ตายจากท่านไปแล้ว กรุณาส่งมาใหม่ชาติหน้า ขอบคุนคะ
ชาย095	16	ขบขัน, เข้าหยา	ควายหลดมา 1 ตัว อยากขอความช่วยเหลือเพื่อนมาเป็นล่ามให้ที
ชาย096	14	ขบขัน	miss miss miss miss miss miss มิสทินมาแล้วอ๊ะ
ชาย096	14	ขบขัน, เข้าหยา	ประชุมด่วน ช้างม้าว มาหมดแล้ว เหลือควาย ตัวเดียว มัวแต่อ่านmsg
ชาย097	14	ขบขัน, เข้าหยา	อยากให้ เธอเหมือน จักรยานคันนี้ สวยสง่า มีค่า น่าถีบ
ชาย097	14	ขบขัน, เข้าหยา	ลงมา!! ลงมา!! ลงมา!! ลงมาเดี๋ยวนี้ ขึ้น ไปอยู่ ทำไม บนคานนะ!!
ชาย098	18	ขบขัน, เข้าหยา	พิกนี้ ไม่รู้เป็นไง ไม่ได้ส่ง msg หา เหมือนลิ้มให้อาหารหมา ทุกที
ชาย098	18	ขบขัน, เข้าหยา	คนไม่สวย ห้ามอ่าน ยังจะอ่านอีก เอ๊ะ..บอกว่า คนไม่สวย ห้ามอ่านไง
ชาย099	15	แสดงความผูกพัน	ขณะนี้ ไม่มีสัญญาณ ตอบรับ จากเลขหมายที่เรียก มีแต่คำว่า คิดถึง
ชาย099	15	แสดงความผูกพัน, เข้าหยา	msg มาเดือน อย่านอนดึก เพราะพรุ่งนี้ต้องไปโดนาแต่เช้า
ชาย100	16	ขบขัน	อ่านทำไม ลองส่ง msgเฉยๆ ไม่ต้องคิดใจ เพราะ... ไม่มีใครคิดถึง
ชาย100	16	ขบขัน, เข้าหยา, อวยพร	คืนนี้ หลับฝันคืนะ แต่อย่าส่องกระจกก่อนนอนละ เดี่ยวฝันร้าย
หญิง001	16	ขบขัน	คนที่กดมือถือด้วนนิ้วโป้งมักเป็นคนที่เซ็กจัด

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
หญิง001	16	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	ขณะส่งความรักผ่าน Msg ช่วยเอานิ้วแหย่ปลั๊กรับด้วย
หญิง002	16	ขบขัน	เมื่อวานขับรถชนหมา เลขส่ง msg มาถามว่าเจ็บป่าว
หญิง002	16	ขบขัน, เข้าแหย่	ขณะนี้ข้อความของคุณไม่สามารถติดต่อได้เพราะคนตัวดำห้ามใช้
หญิง003	15	อื่นๆ	มีลูกสาวมาแลกลูกเขย
หญิง004	17	แสดงความผูกพัน	กคเมื่อคิดถึง.....รู้แต่ว่าคิดถึง ไม่ต้องกคแล้ว
หญิง004	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	จงซื่อสัตย์ต่อแฟนตนเอง แต่ให้ครั้นเรากับแฟนคนอื่น
หญิง005	16	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	รักเธอมาก ไม่อยากให้จากไปไหน เดี่ยวไม่มีใครจ่ายค่าโทรให้ แะเลย
หญิง005	16	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	คิดถึงมาก อยากไปหาใจจะขาด แต่คิดที่ไม่มีตั้งค์
หญิง006	18	ขบขัน, เข้าแหย่	แปลกแต่จริง ต้นเข้ามาส่องกระจก จะเห็นตัวประหลาด ลองดูซิ
หญิง006	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	มีห้องใจ 4 ห้อง มาขาย ชื่อ 4 ห้อง ได้หัวใจไป 1 ดวง
หญิง007	19	บอกกล่าว	โทรกลับหาหน่อย
หญิง007	19	แสดงความผูกพัน	คิดถึง เป็นห่วง รักนะ
หญิง008	16	แสดงความผูกพัน	รักและคิดถึง
หญิง008	16	อวยพร	นอนหลับฝันดี
หญิง009	17	แสดงความผูกพัน	รักนะ
หญิง009	17	อวยพร	Good night หลับฝันดี
หญิง010	15	บอกกล่าว, ขบขัน	อยู่ไหนแล้วรีบมาด่วน ดั้งค์หมด
หญิง010	15	อวยพร	สุขสันต์วันเกิด
หญิง011	16	ขบขัน	เข่าว่ากันว่า คนที่รับด้วยมือขวาเป็นคน sex จัด
หญิง011	16	ขบขัน, เข้าแหย่	ประกาศ! คนอ่านไม่สวย
หญิง012	15	ขบขัน	กูรักมึง (ตอแหล)
หญิง012	15	ขบขัน, เข้าแหย่	หน้าเธอสวย ตัวเธอดำ ตูดเธอใหญ่
หญิง013	17	ขบขัน	ใครค่าเจตบ ใครลบเจติน
หญิง013	17	ขบขัน, เข้าแหย่	ใครอ่านเป็นหมู ใครดูเป็นหมา
หญิง014	17	ขบขัน	ขอหอมหน่อยนะ น่านิดเดียว จะเอาไปทำซูป
หญิง014	17	นัดหมาย, ขบขัน	พຽ່ງนี้เบดโมงว่างมัย ไม่ได้นัดเคทหรอก จะชวนเคารพงชาติ
หญิง015	18	ขบขัน	จู๊บ จู๊บ แต่อย่าให้มากนะ เดี่ยวจะทนกลืนปากไม่ไหว
หญิง015	18	อวยพร	กู้ดไนท์ นอนฝันดีนะ

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
หญิง016	15	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	ถ้านอนอย่างลึมห่มผ้า เดี่ยวไป
หญิง017	17	แสดงความผูกพัน	โหวเบอร์ให้เธอรู้ เพื่อเธอใจดีจะโทรกลับ
หญิง017	17	อวยพร	คืนนี้ฝันดีนะ
หญิง018	17	ขบขัน	ความรักไม่เข้าใครออกใคร ทำไมเข้าแกแล้วไม่ยอมออก
หญิง018	17	ขบขัน, เข้าแหย่	เมื่อเข้าเดินเตะหมาบ้า ก็เลย message ว่าเจ็บหรือเปล่า
หญิง019	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึงเธอ
หญิง019	16	อื่นๆ	ไอบ้านน่ารัก
หญิง020	17	แสดงความผูกพัน	ริบมาหนอยนะ เป็นห่วง
หญิง020	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน,	อย่าอ่านหนังสือมากเกินไปนะ เดี่ยวแก่เร็ว
หญิง021	18	แสดงความผูกพัน	คิดถึง
หญิง021	18	แสดงความผูกพัน	พอกับแม่เป็นห่วงนะ
หญิง022	17	ขบขัน, เข้าแหย่	ประกาศ ๆ เจ้าของมือถือเครื่องนี้ลาวอย่างแรง!!
หญิง022	17	ขบขัน, เข้าแหย่	เชื่อหรือไม่ ปัจจุบันควายไม่ไถนา แต่เอาเวลามา msg
หญิง023	17	ขบขัน	หน้าปากซอยเขียนว่าคนน่ารักห้ามเข้า เมื่อก่อนก็เลยไม่ได้ไปหา
หญิง023	17	ขบขัน, เข้าแหย่	รักคนเขียน เกลียดคนอ่าน คนหน้าคำอ่านทำไม
หญิง024	16	ขบขัน, เข้าแหย่	คืนนี้ฉันเห็นดาว ดาวสวยเหลือเกิน ฉันเห็นเธอ ฉัน ฉัน กลับไปดูดาวดีกว่า
หญิง025	15	บอกกล่าว	รอนกว่าฉันจะไปถึง
หญิง025	15	บอกกล่าว	กลับบ้านให้เร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้
หญิง026	15	แสดงความผูกพัน	คิดถึงที่สุดเลยนะ เพราะรักมากเลย
หญิง027	18	ขบขัน, เข้าแหย่	เมื่อมีคนชมว่าเธอน่ารัก แต่ไม่เป็นไรเราถึงแทนเธอแล้ว
หญิง027	18	อื่นๆ	คุณเชื่อในพรหมลิขิตไหม
หญิง028	17	ขบขัน	กางเกงในได้เตียงมาคืนด้วยไม่มีใส่แล้ว
หญิง028	17	ขบขัน	เอวบางร่างน้อยชอยดี
หญิง028	17	ขบขัน, เข้าแหย่	ผู้ชายปากหมาเจอมานับแสน บอกว่าไม่มีแฟนที่คงแชนแฟนหรือหมา
หญิง029	17	ขบขัน	เลิกแรกเมื่อไร เดี่ยวให้แม่มาขอ
หญิง029	18	ขบขัน, เข้าแหย่	อยากบอกว่ารัก รักรัก รักษาหุ่นด้วยนะ ระวังอ้วน
หญิง030	18	แสดงความผูกพัน	I may be your best friend that you're got before best I'm got before but I'm willing 2 do my best to make our friendship grow.
หญิง031	17	อวยพร	Fun d na ja
หญิง032	17	แสดงความผูกพัน	ในโลกนี้มีมากคนให้รู้จัก น้อยนักที่เรารักและคิดถึง

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
หญิง032	17	แสดงความผูกพัน	คนคิดคน 1 นอนไม่หลับคนดีอีกคนนอนหลับไหม คนดี 2 คนอยู่ห่างไกล คนดีคนไหนหลับก่อนกัน
หญิง033	17	ขบขัน	เหวอ ๆ ๆ ๆ มีไรจะบอกตกลงสิ.....กดอีกเคาะ อีกๆ.....หลอกง่ายจัง
หญิง033	17	แสดงความผูกพัน	การบินไทยรักคุณเท่าฟ้า แต่เรารักเธอมากกว่าการบินไทย
หญิง034	18	ขบขัน	ขอหอมหน่อยนะ น่านิดเดียวนะ จะเอาไปทำซูป
หญิง034	18	นัดหมาย	สอบ ent' เสร็จไปเที่ยวกันนะ
หญิง035	17	แสดงความผูกพัน	จะยอมให้เธอดูถูกให้เธอรู้ ว่าฉันรักเธอขนาดไหน
หญิง035	17	แสดงความผูกพัน	อยากอยู่ใกล้ๆ ให้ใจอุ่น อยากจับมือคุณมาแนบแก้มเบาๆ
หญิง036	18	อวยพร	2morrow do the best na Good night ja
หญิง036	18	อวยพร	Sweet dreams
หญิง037	18	ขบขัน	คำเตือน การศึกษาทำให้การดื่มสุราลดลง
หญิง038	18	ขบขัน	เกลียดคนหน้าตาดี เกลียดตัวเองจริงๆ 555
หญิง038	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	มองรถคิดถึงถนน มองเมฆฝนคิดถึงฟ้า มองกาแฟ คิดถึงน้ำชา มองปลาร้า คิดถึงเธอ
หญิง039	17	ขบขัน, เข้าแหย่	คนส่งน่ารักคนรับแหม่งจี๋เหรี
หญิง039	17	อื่นๆ	จะทิ้งจา
หญิง040	15	ขบขัน	ขอหอมหน่อยนะ น่านิดเดียวนะ จะเอาไปทำซูป
หญิง040	15	ขบขัน, เข้าแหย่	อย่าแปลกใจถ้าใคร + ก็อชมว่าเธอน่ารักต่อแหละทั้งนั้น
หญิง041	16	ขบขัน, เข้าแหย่	วันนี้ขี้ขนหมา.....เลยส่ง massage มาถามว่าเจ็บหรือเปล่า
หญิง041	16	ขบขัน, เข้าแหย่	อากาศร้อนดูแลสุขภาพด้วยสัญญาว่าจะพาไปฉีดยา
หญิง042	16	แสดงความผูกพัน	I'll always love u only if there's no 1 on earth
หญิง042	16	แสดงความผูกพัน	จึงจกหักต้องระวังแต่ถ้า message ดังแปลว่า "คิดถึง"
หญิง043	16	ขบขัน, เข้าแหย่	สัตว์ป่าสงวนมี 15 ชนิดแต่ชนิดที่ 16 กำลังอ่าน SMS อยู่
หญิง043	16	อวยพร	สุขสันต์วันเกิด
หญิง044	17	แสดงความผูกพัน	love you
หญิง044	17	แสดงความผูกพัน	U are my best friend
หญิง045	17	ขบขัน	คนส่งน่ารัก คนรับมักไม่ส่งตอบ
หญิง045	17	อวยพร	1234 อีกไม่กี่นาที happy birthday จ๊ะ
หญิง046	15	ขบขัน	F#+๑๓๓๖+ ว่าแล้ว SMSนี้คน โง่อย่างเธออ่านไม่ออก
หญิง046	15	อวยพร	สุขสันต์วันเกิด คิดสิ่งใดให้สมปรารถนา มีความสุขมาก ๆ
หญิง047	17	ขบขัน, เข้าแหย่	เธอเป็นคนรักสัตว์ หน้าเหมือนสัตว์ แต่ฉันจึงไม่รักสัตว์
หญิง048	18	ขบขัน	ขอภัยส่งข้อความผิดค่ะ

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
หญิง048	18	ขบขัน	ข้อความนี้คนโง่อ่านไม่เข้าใจ AE+A*+?+
หญิง049	19	ขบขัน	พุงนี้มีมันให้ไปส่งคนของ ของคนสวยกว่านี้
หญิง050	18	ขบขัน	อารายหว่า น่าเบื่จริง ๆเลย
หญิง050	18	ขบขัน, เข้าแหย่	คุณเป็นผู้หญิงที่สวยที่สุด แต่สวยสุดท้ายนะจ๊ะ
หญิง051	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	รักเธอจนวันตาย ถ้ายังไม่ตายก็รักไม่ลง
หญิง051	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน, อวยพร	ฝันดีนะ มีคนฝันถึงเสมอ ปลอดภัย! ทำไมที่นอนและ
หญิง052	16	ขบขัน, เข้าแหย่	ว่าแล้วคน โรคจิตต้องเปิดอ่าน
หญิง053	18	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะ
หญิง054	18	แสดงความผูกพัน	เจ้าเฮ็ดหยังอยู่.....ซ่าบายดีบ่อ... อย่าลืมคิดชอคบ่อย...
หญิง055	16	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	อย่าออกไปข้างนอกตอนพายุลูกกำลังพัดแรง
หญิง056	18	ขบขัน	ไม่ว่าอะไรจะเกิดขึ้น อยากบอกให้เธอรู้ว่าฉัน ลั่น..... “สวย”
หญิง056	18	ขบขัน	วันนี้คุณช่วยตัวเองหรือยังด้วยความปรารถนาดีจากองค์กร sex # sex
หญิง057	18	แสดงความผูกพัน	3 thing 2 say before u go to bed tonight
หญิง057	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	นกเอี้ยงต้องคู่กับควาย เหมือนเรากับนายต้องคู่กัน
หญิง058	18	แสดงความผูกพัน	คิดถึงเพื่อน ๆ นะไม่ว่าเพื่อนจะอยู่ไหนคิดถึงตลอด
หญิง058	18	แสดงความผูกพัน	ถึงคนที่น่ารักขอให้มีความสุข สุข สุขจี สุขจี
หญิง059	16	ขบขัน	ช่วยแจ้งจับที เจ้าของโทรศัพท์เครื่องนี้คิดพิรอกหัวใจ
หญิง059	16	ขบขัน, เข้าแหย่	ไม่มีอะไรทำทลองส่งข้อความเฉย ๆ ไม่ต้องคิดใจ เพราะไม่มีใครคิดถึง เลย
หญิง060	17	ขบขัน	ประกาศจากกรมอุตุนิยมวิทยา อากาศจะเย็นมาก ให้รีบถอดแฟนด่วน !!!
หญิง060	17	แสดงความผูกพัน	คนอ่านน่ารัก
หญิง061	17	แสดงความผูกพัน	เก็บ ATM ภาพดี ๆ ในขวดโหลกับใจโตสดใส ปิดฝาด้วยความห่วงใย ส่ง ให้เธอ
หญิง061	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน, เข้าแหย่	ตั้งใจเรียนนะ แม่อุตสาหายนา ส่งกระป๋องเรียน
หญิง062	15	แสดงความผูกพัน	พยากรณ์ดวงชะตาวันนี้ มีคนคิดถึงส่ง sms มาบอกว่าคิดถึงนะ
หญิง062	15	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	เนาะ ! อ่านทำไม รักเค้าละสิ !!!
หญิง063	15	แสดงความผูกพัน	ถ้าจึ้งกหักแปลว่าต้องระวัง ถ้า sms ดัง แสดงว่าคิดถึง

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
หญิง063	15	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	ช่วย ! ... เจ้าช้อยู่ไสวา สบายดีป๋ ข้อยช้อยักเจ้าหลายเด้อ
หญิง064	18	แสดงความผูกพัน, อวยพร	Do U know why people sending sms ? 1. It's fun 2 read 2. they want U 2 know that they haven't met U 3. they miss u like I do now :) Take Care na ja.
หญิง064	18	อวยพร	Good Night
หญิง065	18	แสดงความผูกพัน	Some1 cares a lot for U is Me
หญิง065	18	แสดงความผูกพัน	Thinking y do u have to be so far away ? ... I miss u .
หญิง066	17	ขบขัน	ดูทำไม วาง ไปเลย วางมากหรือไง คังนิตคังหน้อยต้องรีบหีบมาดู
หญิง066	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน, เข้าเหย๋	คิดถึงเธอ ทำสิ่งใดก็เห็นหน้าเธอ มองดูฟ้าเห็นหน้าเธอไม่จางหาย มองดู หมาเห็นหน้าเธอไม่รู้วาย เห็นหน้าควายที่ทำงาน ก็เห็นเป็นหน้าเธอ
หญิง067	17	ขบขัน	คืนที่ดาวเต็มฟ้า เธอหนาวไหมคนดี ถ้าหนาวก็ปิด ... แอร์ ดี !!!
หญิง067	17	ขบขัน, บอกกล่าว	ทดลองส่งข้อความเฉยๆ ไม่ต้องดีใจ มีใครคิดถึง have 3 physics
หญิง068	18	ขบขัน	ไม่ส่ง msg มาเลย ... ไม่เป็นไร เราเข้าใจ ... ว่า ... งก !
หญิง068	18	แสดงความผูกพัน	Non laew gor mai yorm hom par hom hai na deaw ja mai sa-bye
หญิง069	17	ขบขัน	คนน่ารักกำลังอ่าน แต่คนส่งน่ารักกว่า
หญิง069	17	แสดงความผูกพัน	ข้อความกระพริบเป็นจังหวะ หัวใจบอกว่า คิดถึงจังเลย
หญิง070	18	อวยพร	Good Night
หญิง070	18	อวยพร	ขอให้ทำข้อสอบได้นะ ... โชคดี
หญิง071	14	ขบขัน, เข้าเหย๋	ว่างๆ สัญญาว่าจะพาไปนิตยา
หญิง071	14	บอกกล่าว	เมาเหล้าเสียหลัก เมารักเสียใจ
หญิง072	17	ขบขัน	โทรศัพท์นะ ไม่ใช่ผู้ชาย ไม่ต้องจ้องขนาดนั้นก็ได้
หญิง072	17	ขบขัน, เข้าเหย๋	กินข้าวบ้างนะ ... อย่ามัวแต่กินผู้ชาย
หญิง073	18	ขบขัน, อวยพร	นอนหลับฝันดี ห่มผ้าด้วยนะ เดี่ยวยูงที่กั๊ดจะไม่สบาย
หญิง073	18	อวยพร	อยากขอพรจากดวงจันทร์ จะมอบให้ฉันได้ไหม ขอให้นอนหลับฝันดี
หญิง074	17	ขบขัน	มีไรจะบอก หลับตาก่อนดิ ... ลืมตาทำไม ไม่บอกแล้ว ...
หญิง074	17	ขบขัน, เข้าเหย๋	เหมือนเค้าบอกกันว่า คนที่ใช้นิ้วโป้งกดโทรศัพท์ คือคนเข้กส์จัด
หญิง075	15	ขบขัน	ฟังสิ สายลมบอกรักเธอ ถ้าได้ยิน ... รับรองว่าบ้า 100 %
หญิง076	17	ขบขัน, เข้าเหย๋	เครื่องนี้ได้ถูกระงับบริการแล้ว เนื่องจากท่าน “แรด”
หญิง076	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	ท่านมียอดค้างชำระค่าบริการ AIS เป็นค่าว่าคิดถึง 1,000,000
หญิง077	19	ทักทาย	ทานข้าวรึยัง ทานให้อร่อยนะ

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
หญิง077	19	บอกกล่าว, แสดงความผูกพัน	เมื่อไหร่จะกลับบ้านซักที เป็นห่วงนะ
หญิง078	17	แสดงความผูกพัน	ยังมีแต่คำว่าเพื่อน ที่ไม่ถูกลบเลือน ไม่ว่าเมื่อไหร่ วันนี้ พรุ่งนี้ และตลอดไป จะถูกเก็บไว้ในความทรงจำตลอดกาล
หญิง079	15	แสดงความผูกพัน	เจอคนล้าน 7 แต่ส่ง sms หาไม่ไหว เลิกเฉพาะคนถูกใจ รู้ใช่ไหมว่าคือ U !
หญิง079	15	แสดงความผูกพัน	ปลื้ม + เคารพ + คิดถึง + รัก หาร 4 = ชอบ
หญิง080	16	ขบขัน, เข้าแหย่	สวยอย่างเธอ ร้อยทั้งร้อยเมียน้อยซัวร์
หญิง080	16	แสดงความผูกพัน	จึงจกตกแปลว่าระวัง message ดั่ง แปลว่าคิดถึง
หญิง081	16	บอกกล่าว	เออ ไม่มีอะไรหรอก แต่อยากส่งให้เปลืองดั่งค์
หญิง081	16	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	คิดถึงนะ อ่าแอบยิ้ม คิดถึงจริงๆ นะ นั่นแน้มยิ้มอีกแล้ว
หญิง082	18	ขบขัน	กุด กุดลงมาเรื่อยๆ แล้วจะเจอของดี
หญิง082	18	ขบขัน, เข้าแหย่	น้ำอะไร ไม่มีบนสวรรค์ น้ำหน้าอย่างมึงไง
หญิง083	16	ขบขัน	มีคนชมว่าเธอน่ารักมาก แต่ไม่เป็นไร เราแก้ตัวให้แล้ว
หญิง083	16	ขบขัน, เข้าแหย่	วันนี้ เห็นรถชนหมา เลข msg มาถามว่าเจ็บมากมัย ..
หญิง084	19	ขบขัน, เข้าแหย่	คืนนี้ห่มผ้านะคนดี พรุ่งนี้เดี๋ยวไม่มีแรงชีวิต
หญิง085	18	แสดงความผูกพัน	Missing U is only half a story. Hope a other half is U missing me.
หญิง086	18	แสดงความผูกพัน	A-Z the one who invented alphabets was a genius but he make a silly mistake by keeping "U" and "I" so far. Miss U
หญิง087	15	ขบขัน	การที่เราห่างไกลกัน ทำให้ฉันได้รู้จักคำว่า ... ช่วยตัวเอง
หญิง087	15	ขบขัน, เข้าแหย่	เธอเป็นคนสวย ผู้ชายเห็นหน้าแล้วน้ำลายหกดั่ง อูย
หญิง088	18	ขบขัน	ดีใจด้วยนะที่ F4 มาหา ... ในไบเกรดของเธอ
หญิง088	18	ขบขัน	ทำอะไรอยู่ ไม่ยอมรับ โทรไปที่ระบบเขาว่า "เจ้าของเครื่องมี sex อยู่"
หญิง089	17	ขบขัน	ขอโทษที่ไม่ว่างโทรกลับ เพราะติดนัดกับอาเลี้ย
หญิง089	17	ขบขัน	อยากให้เธอเข้าใจ ไม่ใช่ไม่ใส่ใจ แต่ไม่ว่าง ออิ ..
หญิง090	14	แสดงความผูกพัน	ตอนนี้อยู่ที่ไหน คิดถึงนะ
หญิง090	14	แสดงความผูกพัน	รักเธอ
หญิง091	16	ขบขัน	ปืม Jet บริการอะไร 1. Jet จะข่อง 2. Jet แล้วหีบ 3. Jet แล้วหุบ
หญิง091	16	ขบขัน, เข้าแหย่	ถ้าไม่แรดจริงอย่าอ่านต่อ นั่นกว่าแล้วแรดจริงๆ ด้วย
หญิง092	18	ขบขัน, เข้าแหย่	เดี๋ยวนี้ควายไม่ไถนาแล้ว แต่หันมาอ่าน msg แทน
หญิง092	18	ทักทาย	ซาหवादดี Where r u ?
หญิง093	18	ขบขัน, เข้าแหย่	หน้าที่ของใครก็ต้องทำให้ดี อย่าเธอหน้าผี จึงมีหน้าที่หลอกคน

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
หญิง093	18	ขบขัน, เข้าแหย่	ส่ง sms หาเธอแล้วสบายใจ เหมือนได้ให้อาหารหมา
หญิง094	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	คิดถึงเธอไม่รู้ทำไม เลยส่งไปทางสายไฟ เอานิ้วแหย่เข้าไปจะได้รับรู้
หญิง094	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	รัก รัก รัก รัก รัก รัก ... รักษาสุขภาพด้วยนะ 555
หญิง095	18	ขบขัน, เข้าแหย่	ตื่นได้แล้ว ชวนาเค้ารออยู่ ออย่ามาทำอู๊ เจ้าควายน้อยเอ๊ย
หญิง095	18	แสดงความผูกพัน	1. เป็นห่วง 2. คิดถึง 3. คำนึง ถึงเงินที่เธอขี้มไป เมื่อไรจะคืน !
หญิง096	18	ขบขัน, เข้าแหย่	แต่ก่อนคิดว่าผีไม่มีจริง แต่เปลี่ยนใจแล้วตั้งแต่เจอเธอนั้นแหละ
หญิง096	18	แสดงความผูกพัน	1 กด 2 อ่าน 3. ยิ้ม 4 save แค่นี้คนส่งก็ดีใจแล้ว
หญิง097	16	ขบขัน, เข้าแหย่	อยากให้เธอเหมือนจักรยาน สวย มีค่า น่าถีบ.
หญิง097	16	ขบขัน, เข้าแหย่	ลงมา! ลงมา! ... เคียวนี้แหละ ขึ้นไปอยู่ทำไม คานนะ
หญิง098	16	แสดงความผูกพัน	หลับฝันดีนะ
หญิง098	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะ
หญิง099	15	ขบขัน	ใครลบข้อความนี้จะเป็น โสคไปตลอดชีวิต ไม่เชื่ออย่าลบหลู่
หญิง099	15	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	อิจฉาปรอทที่อยู่ใกล้คนไข้ ... อิจฉาเส้นเลือดใหญ่ที่อยู่ใกล้หัวใจเธอ
หญิง100	16	ทักทาย	สวัสดีตอนเช้า
หญิง100	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึงมาก



ภาคผนวก ข.

ตารางสรุปเนื้อหาข้อความสั้นภาษาไทยที่ได้รับจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เรียงตาม
กลุ่มความหมายของข้อความสั้น

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
ชาย003	18	ขบขัน	บริการพิเศษตัดขนหมอย กัดสีบน555
ชาย004	17	ขบขัน	คืนนี้อ่าเดินคนเดียว เดี่ยวเมื่อไหร่จะบอกให้
ชาย006	18	ขบขัน	กตมาทำไม...กตมาทำไม...
ชาย006	18	ขบขัน	คนอ่านน่ารักจัง แต่คนเสียดังคั่นน่ารักกว่า
ชาย007	15	ขบขัน	ถ้า want ก็ไป r ถ้า....ก็ไปโรงแรม
ชาย007	15	ขบขัน	อาไรวะ งงวะ (^0^)
ชาย008	18	ขบขัน	กตลงอีก 2 ครั้ง กูบอกให้กตสองครั้ง เสลด
ชาย008	18	ขบขัน	มีอะไรจะให้ อายจังเลย ตีน ใจ
ชาย010	18	ขบขัน	เล็กใหญ่ไม่สำคัญอยู่ที่แรงดันและความอดทน
ชาย011	16	ขบขัน	ขอภัยเลขหมายนี้ไม่สามารถให้บริการทางเพศได้ขณะนี้
ชาย012	18	ขบขัน	ระวังคืนนี้จะเสียทำให้ผู้ชาย แต่ไม่เป็นไรจะได้ทำใหม่ๆ คืนมา
ชาย013	17	ขบขัน	รักเธอนะ อ้าวขอโทษส่งผิดวะ!
ชาย014	17	ขบขัน	ทำไมชอบพูดลับหลังว่าเราหน้าตาดี
ชาย016	16	ขบขัน	ส่งมาเล่น ๆ เสีย 3 บาท และสบายใจ
ชาย017	16	ขบขัน	เมื่อเช้ารถชนหมา เลข SMS ถามว่าเจ็บหรือเปล่า
ชาย017	16	ขบขัน	รักๆๆๆๆ รักแรงแหม้มมาก
ชาย022	18	ขบขัน	กามาทุกขัง โลเก
ชาย023	19	ขบขัน	แม่งไม่คิดถึงเวลาตด แต่ก็คิดถึงทุกเวลาที่เกาตุต
ชาย024	18	ขบขัน	อยากบอกกว่าคิด ๆ ๆ ไม่ออก
ชาย024	18	ขบขัน	อกรรชาติตัว ปริมาลาภา การไม่มีกรรชาติตัว เป็นลากอันประเสริฐ
ชาย029	17	ขบขัน	ผู้หญิงก็เหมือน <u>ยาคุลย์</u> ต้องรีบมีชู้ก่อนหมดอายุ
ชาย033	17	ขบขัน	5 คม 1. คมไม่น่าด้วย 2. คมไม่น่าอวย 3. คมระบวย
ชาย037	17	ขบขัน	ข้อความกวนกว่านี้มีอีกไหม
ชาย041	18	ขบขัน	คำเตือน ห้ามใช้นิวโป๊งกดรับโทรศัพท์ มิฉะนั้นจะตกหลุมรักคนส่ง
ชาย044	17	ขบขัน	จับสินค้าหลัง บขส. ตำรวจตาย 4 กระหรีตาย 8 นอกนั้นกางเกงรัดแตก ตายหมด

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
ชาย045	16	ขบขัน	ตอนนี้มาประกันตัวหน่อย โคนจับข้อหาหน้าตาดี
ชาย045	16	ขบขัน	คู่มือยิงอย่างดูที่หน้าตา ให้ดูว่าเธอเสียเอกราชมากี่ครั้ง
ชาย051	18	ขบขัน	เรียนดี แต่ซัดสน เอวบางร่างน้อย แต่ชอยทนสนป่าว!!!!
ชาย055	17	ขบขัน	คำว่า "รัก" คือ ร= รอ ก=กก รวมเป็นรอกกเธอจ๊ะ
ชาย056	18	ขบขัน	อยากบอกให้เธอรู้ว่าฉันน่ารักกว่ามาก
ชาย058	15	ขบขัน	ได้ข่าวว่ามีคนตามหาคนน่ารัก เราเลยไม่ว่าง
ชาย059	17	ขบขัน	ความฝันของฉัน เป็นฝันที่ไม่เป็นจริง (ฝันเปียก)
ชาย061	17	ขบขัน	บริการจากAIS เช็กหมูกด1 วิตถารกด 2 ธรรมดากด 0 ซอบหมดกดหาภู
ชาย062	18	ขบขัน	นมกล่อมมันแพงก่อนดู แต่นม.....มันดูก่อนแพง
ชาย068	17	ขบขัน	กางเกงในที่อยู่ใต้เตียงเอามาคืนด้วยไม่มีใส่แล้ว
ชาย070	16	ขบขัน	ตอนนี้อยู่โรงพัก มาประกันตัวหน่อย โคนจับข้อหา "หน้าตาดี"
ชาย072	17	ขบขัน	รัก รัก รัก รักษาหุ่นหน่อย
ชาย074	18	ขบขัน	ขอหอมหน่อยนะ จะเอาไปทำซุปล
ชาย079	17	ขบขัน	โทรศัพท์นะ ไม่ใช่ผู้ชาย ไม่ต้องจ้องนานๆ ก็ได้
ชาย082	16	ขบขัน	เมื่อเธอล้ม ฉันจะยืนอยู่ข้างๆ คอยทำทุกอย่างไม่ให้เธอยืน
ชาย082	16	ขบขัน	Ng#07 รู้ว่าอ่านไม่ออกยังเสือกจะอ่านอีก
ชาย086	16	ขบขัน	เกลียดกลับหน้าใส ใช้น้ำมะพร้าวล้างหน้า ทาแป้งให้ขาว อดตั้งค์แล้วนอน
ชาย092	18	ขบขัน	มีคนบอกรักเธอหรือยัง?? ถ้าไม่มี.. รอดต่อไป รอไว้ชาติหน้า ก็แล้วกัน
ชาย093	15	ขบขัน	อกหักนะเรื่องเล็ก แต่มีแฟนหน้าอกเล็กนี่สิเรื่องใหญ่
ชาย094	15	ขบขัน	เธอดีทุกอย่าง ทั้งความรู้ หน้าตา การศึกษา เสียอย่างเดียว ...เลว
ชาย094	15	ขบขัน	Perfect ! หุ่นเพริชว ขาเรียว ผมยาว ฟันขาว และปาก...จัดน่าจัดด้วยวิกซอล
ชาย095	16	ขบขัน	หมายเลขที่ท่านส่ง ได้ตายจากท่านไปแล้ว กรุณาส่งมาใหม่ชาติหน้า ขอบคุณคะ
ชาย096	14	ขบขัน	miss miss miss miss miss miss มิสทินมาแล้วอะ
ชาย100	16	ขบขัน	อ่านทำไม ลองส่ง msgเฉยๆ ไม่ต้องดีใจ เพราะ... ไม่มีใครคิดถึง
หญิง001	16	ขบขัน	คนที่กดมือถือฉันนี่วโป้งมักเป็นคนที่ยึดจัด
หญิง002	16	ขบขัน	เมื่อวานขับรถชนหมา เลยส่ง msg มาถามว่าเจ็บป่าว
หญิง011	16	ขบขัน	เข่าว่ากันว่า คนที่รับด้วยมือขวเป็นคน sex จัด
หญิง012	15	ขบขัน	กูรักมึง (ต่อแหล)
หญิง013	17	ขบขัน	ใครด่าเจตบ ใครลบเจตตีน
หญิง014	17	ขบขัน	ขอหอมหน่อยนะ น่านิดเดียว จะเอาไปทำซุปล
หญิง015	18	ขบขัน	จู๊บ จู๊บ แต่อย่าให้มากนะ เดียวจะทนกลืนปากไม่ไหว

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
หญิง018	17	ขบขัน	ความรักไม่เข้าใครออกใคร ทำไมเข้าแกแล้วไม่ยอมออก
หญิง023	17	ขบขัน	หน้าปากซอยเขียนว่าคนน่ารักห้ามเข้า เมื่อวานก็เลยไม่ได้ไปหา
หญิง028	17	ขบขัน	กางเกงในใต้เตียงมาคืนด้วยไม่มีใส่แล้ว
หญิง028	17	ขบขัน	เอาบางร่างน้อยชอยถี้
หญิง029	17	ขบขัน	เลิกแรกเมื่อไร เดี่ยวให้แม่มาขอ
หญิง033	17	ขบขัน	เหวอ ๆ ๆ ๆ มีอะไรจะบอกตกลงสิ.....กดอีกเคาะ อีกรู.....หลอกง่ายจัง
หญิง034	18	ขบขัน	ขอหอมหน่อยนะ น่านิดเดียนะ จะเอาไปทำซูป
หญิง037	18	ขบขัน	คำเตือน การศึกษาทำให้การดื่มสุราลดลง
หญิง038	18	ขบขัน	เกลียดคนหน้าตาดี เกลียดตัวเองจริงๆ 555
หญิง040	15	ขบขัน	ขอหอมหน่อยนะ น่านิดเดียนะ จะเอาไปทำซูป
หญิง045	17	ขบขัน	คนส่งน่ารัก คนรับมักไม่ส่งตอบ
หญิง046	15	ขบขัน	F#+๗๑๓โม+ ว่าแล้ว SMSนี้คน โง่อย่างเธออ่านไม่ออก
หญิง048	18	ขบขัน	ขอรักส่งข้อความผิดกะ
หญิง048	18	ขบขัน	ข้อความนี้คน โง่อ่านไม่เข้าใจ AE+A*+?+
หญิง049	19	ขบขัน	พรงี้มีมันให้ไปส่งคนของ ของคนสวยกว่านี้
หญิง050	18	ขบขัน	อารายหว่า น่านิดจริง ๆ เลย
หญิง056	18	ขบขัน	ไม่ว่าอะไรจะเกิดขึ้น อยากบอกให้เธอรู้ว่าฉัน ล้น..... “สวย”
หญิง056	18	ขบขัน	วันนี้คุณช่วยตัวเองหรือยังด้วยความปรารถนาดีจากองค์กร sex # sex
หญิง059	16	ขบขัน	ช่วยแจ้งจับที่ เจ้าของโทรศัพท์เครื่องนี้คดีพรากหัวใจ
หญิง060	17	ขบขัน	ประกาศจากกรมอุตุนิยมวิทยา อากาศจะเย็นมาก ให้รีบถอดแฟนด่วน !!!
หญิง066	17	ขบขัน	ดูทำไม วาง ไปเลย ว่ามากหรือไง ดึงนิตดึงหนอยต้องรีบหยิบมาดู
หญิง067	17	ขบขัน	คืนที่ดาวเต็มฟ้า เธอหนาวไหมคนดี ถ้าหนาวก็ปิด ... แอร์ ดี !!!
หญิง068	18	ขบขัน	ไม่ส่ง msg มาเลย ... ไม่เป็นไร เราเข้าใจ ... ว่า ... งก !
หญิง069	17	ขบขัน	คนน่ารักกำลังอ่าน แต่คนส่งน่ารักกว่า
หญิง072	17	ขบขัน	โทรศัพท์นะ ไม่ใช่ผู้ชาย ไม่ต้องจ้องขนาดนั้นก็ได้อ
หญิง074	17	ขบขัน	มีอะไรจะบอก หลับตาก่อนดิ ... ลืมตาทำไม ไม่บอกแล้ว ...
หญิง075	15	ขบขัน	ฟังสิ สายลมบอกรักเธอ ถ้าได้ยิน ... รับรองว่าบ้า 100 %
หญิง082	18	ขบขัน	กด กดลงมาเรื่อยๆ แล้วจะเจอของดี
หญิง083	16	ขบขัน	มีคนชมว่าเธอน่ารักมาก แต่ไม่เป็นไร เราแก้ตัวให้แล้ว
หญิง087	15	ขบขัน	การที่เราห่างไกลกัน ทำให้ฉันได้รู้จักคำว่า ... ช่วยตัวเอง
หญิง088	18	ขบขัน	ดีใจด้วยนะที่ F4 มาหา ... ในใบเกรดของเธอ
หญิง088	18	ขบขัน	ทำอะไรอยู่ ไม่ยอมรับ โทรไปที่ระบบเขาว่า “เจ้าของเครื่องมี sex อยู่”
หญิง089	17	ขบขัน	ขอโทษที่ไม่ว่างโทรกลับ เพราะติดนัดกับอาเสี่ย

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
หญิง089	17	ขบขัน	อยากให้เธอเข้าใจ ไม่ใช่ไม่ใส่ใจ แต่ไม่วาง อออิ ..
หญิง091	16	ขบขัน	บีม Jet บริการอะไร 1. Jet จะย่อง 2. Jet แล้วหีบ 3. Jet แล้วหุบ
หญิง099	15	ขบขัน	ใครลบข้อความนี้จะเป็น โสด ไปตลอดชีวิต ไม่เชื่ออย่าลบหลู่
ชาย093	15	ขบขัน, เข้าแหย่	ความอ้วนไม่เข้าใครออกใคร.....แต่มันเข้าเธอ.. ไม่ยอมออก!!
หญิง067	17	ขบขัน, บอกกล่าว	ทดลองส่งข้อความเฉยๆ ไม่ต้องดีใจ มีใครคิดถึง have 3 physics
ชาย009	18	ขบขัน, เข้าแหย่	กินข้าวให้ตรงเวลา แต่อย่าเคี้ยวเอื้องบ่อยๆ
ชาย010	18	ขบขัน, เข้าแหย่	ห่วงนะ ห่วงใย ห่วงใจ ห่วงหา ห่วงนะ ห่วงว่า ใครจะคอยหาหญาให้เธอ กิน
ชาย012	18	ขบขัน, เข้าแหย่	อย่าทำหน้าลาวใส่โทรศัพท์ เวลาอ่าน message เคี้ยวเครื่องฟัง
ชาย013	19	ขบขัน, เข้าแหย่	คุณคือจุกอ้วน! เชิญค่ะ
ชาย015	17	ขบขัน, เข้าแหย่	มีลาว 3 คน คนนึงไปกับแฟน คนนึงไปเที่ยว อีกคนกำลังอ่านอยู่
ชาย015	17	ขบขัน, เข้าแหย่	ปัจจุบันควายไม่ไถนา แต่มานั่งส่ง SMS
ชาย016	16	ขบขัน, เข้าแหย่	คิดถึงนะ ไม่ต้องยิ้ม ไม่ใช่มีมึง กูคิดถึงแฟนกู
ชาย022	18	ขบขัน, เข้าแหย่	ถ้าคืนนี้ไม่ฝันขอให้พระจันทร์ตกใส่หัวเธอ
ชาย023	19	ขบขัน, เข้าแหย่	ควายไม่ไถนา เอาเวลามาส่ง SMS
ชาย033	17	ขบขัน, เข้าแหย่	มีลาว 3 คน ลาว 2 คนไปเที่ยว ส่วนลาวอีกคนอ่านข้อความอยู่
ชาย036	17	ขบขัน, เข้าแหย่	เมื่อวานนี้คนชมเธอว่าน่ารัก แต่ไม่เป็นไรนะใจเย็น เราเลี้ยงแทนเธอแล้ว
ชาย043	15	ขบขัน, เข้าแหย่	ตาเหมือนตาทราย คอยาวเหมือน หงษ์ ผมคำเหมือนอิกา ตัวสัตว์นี้หว่า
ชาย044	17	ขบขัน, เข้าแหย่	เธอทั้งสวยทั้งทะนุถนอม น่ารักษาไว้ใช้นาน ๆ วัตถุโบราณซัดๆ
ชาย046	18	ขบขัน, เข้าแหย่	อกหักเรื่องเล็ก อกเล็กเรื่องใหญ่
ชาย047	18	ขบขัน, เข้าแหย่	รัก รัก รัก แร่ همینจิง
ชาย047	18	ขบขัน, เข้าแหย่	วันนี้ขับรถชนหมาหมา เลขโทรมาถามว่าเจ็บป่าว
ชาย055	17	ขบขัน, เข้าแหย่	4 ก สำหรับเธอ ก แรกเกมส์ ก สองออกกำลังกาย ก สามเรียนเก่ง ก สี่เกย์
ชาย057	19	ขบขัน, เข้าแหย่	พรุ่งนี้เป็นวันที่ไม่ได้เจอเธอ
ชาย066	17	ขบขัน, เข้าแหย่	เรียนไม่ยุ่งมุ้งแต่หม้อ นั่นแหละแก
ชาย066	17	ขบขัน, เข้าแหย่	ความน่ารักของเธอฉันขอมแพ้ ความหน้าแก่นฉันขอมรับ
ชาย067	16	ขบขัน, เข้าแหย่	กรี๊ด เขมรรับ msg ตำรวจจับที
ชาย072	17	ขบขัน, เข้าแหย่	The radest linked ทุกคนเห็นว่าคุณแรดที่สุดในทีม เชิญค่ะ
ชาย077	18	ขบขัน, เข้าแหย่	รักเธอเพราะเธอหน้าเหมือนควาย
ชาย086	16	ขบขัน, เข้าแหย่	มาทดสอบน้ำหนักล้องด่วน คุณได้รับบทนำเรื่องตามล่าอิหน้าหนอน
ชาย095	16	ขบขัน, เข้าแหย่	ควายหลุดมา 1 ตัว อยากขอความช่วยเหลือเพื่อนมาเป็นล่ามให้ที
ชาย096	14	ขบขัน, เข้าแหย่	ประชุมด่วน ช้างมีว่าว ม้าหมดแล้ว เหลือควาย ตัวเดียว ม้าแต่อ่านmsg
ชาย097	14	ขบขัน, เข้าแหย่	อยากให้ เธอเหมือน จักรยานคันนี้ สวยสง่า มีค่า นำถีบ

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
ชาย097	14	ขบขัน, เข้าแหย่	ลงมา!! ลงมา!! ลงมา!! ลงมาเดี๋ยวนี้ ขึ้นไปอยู่ทำไม บนคานนะ!!
ชาย098	18	ขบขัน, เข้าแหย่	พักนี้ไม่รู้เป็นไง ไม่ได้ส่ง msg หา เหมือนลืมให้อาหารหมา ทุกที
ชาย098	18	ขบขัน, เข้าแหย่	คนไม่สวย ห้ามอ่าน ยังจะอ่านอีก เอ๊ะ..บอกว่า คนไม่สวย ห้ามอ่านไง
หญิง002	16	ขบขัน, เข้าแหย่	ขณะนี้ข้อความของคุณไม่สามารถติดต่อได้เพราะคนตัวดำห้ามใช้
หญิง006	18	ขบขัน, เข้าแหย่	แปลกแต่จริง ต้นเข้ามาส่องกระจก จะเห็นตัวประหลาด ลองดูซิ
หญิง011	16	ขบขัน, เข้าแหย่	ประกาศ! คนอ่านไม่สวย
หญิง012	15	ขบขัน, เข้าแหย่	หน้าเธอสวย ตัวเธอดำ ตูดเธอใหญ่
หญิง013	17	ขบขัน, เข้าแหย่	ใครอ่านเป็นหมู ใครดูเป็นหมา
หญิง018	17	ขบขัน, เข้าแหย่	เมื่อเข้าเดินเตะหมาบ้า ก็เลย message ว่าเจ็บหรือเปล่า
หญิง022	17	ขบขัน, เข้าแหย่	ประกาศ ๆ เจ้าของมือถือเครื่องนี้ลาวอย่างแรง!!
หญิง022	17	ขบขัน, เข้าแหย่	เชื่อหรือไม่ ปัจจุบันควายไม่ไถนา แต่เอาเวลามา msg
หญิง023	17	ขบขัน, เข้าแหย่	รักคนเขียน เกลียดคนอ่าน คนหน้าดำอ่านทำไม
หญิง024	16	ขบขัน, เข้าแหย่	คินนี้คินเห็นดาว ดาวสวยเหลือเกิน คินเห็นเธอ คิน คิน กลับไปดูดาวดีกว่า
หญิง027	18	ขบขัน, เข้าแหย่	เมื่อมีคนชมว่าเธอน่ารัก แต่ไม่เป็นไรเราเฉยแทนเธอแล้ว
หญิง028	17	ขบขัน, เข้าแหย่	ผู้ชายปากหมาเจอมานับแสน บอกว่าไม่มีแฟนที่ควงแขนแฟนหรือหมา
หญิง029	18	ขบขัน, เข้าแหย่	อยากบอกว่ารัก รักรัก รักษาหุ่นด้วยนะ ระวังอ้วน
หญิง039	17	ขบขัน, เข้าแหย่	คนส่งน่ารักคนรับแหม่งขี้เหร่
หญิง040	15	ขบขัน, เข้าแหย่	อย่าแปลกใจถ้าใคร + ก็ชมว่าเธอน่ารักต่อแหล่ทั้งนั้น
หญิง041	16	ขบขัน, เข้าแหย่	วันนี้ขบขันหมา.....เลยส่ง massage มาถามว่าเจ็บหรือเปล่า
หญิง041	16	ขบขัน, เข้าแหย่	อากาศร้อนดูแลสุขภาพด้วยสัญญาว่าจะพาไปฉีดยา
หญิง043	16	ขบขัน, เข้าแหย่	สัตว์ป่าสงวนมี 15 ชนิดแต่ชนิดที่ 16 กำลังอ่าน SMS อยู่
หญิง047	17	ขบขัน, เข้าแหย่	เธอเป็นคนรักสัตว์ หน้าเหมือนสัตว์ แต่คินจึงไม่รักสัตว์
หญิง050	18	ขบขัน, เข้าแหย่	คุณเป็นผู้หญิงที่สวยที่สุด แต่สวยสุดท้ายนะจ๊ะ
หญิง052	16	ขบขัน, เข้าแหย่	ว่าแล้วคน โรคจิตต้องเปิดอ่าน
หญิง059	16	ขบขัน, เข้าแหย่	ไม่มีอะไรทำทดลองส่งข้อความเฉย ๆ ไม่ต้องตั้งใจ เพราะไม่มีใครคิดถึงเลย
หญิง071	14	ขบขัน, เข้าแหย่	ว่างๆ สัญญาว่าจะพาไปฉีดยา
หญิง072	17	ขบขัน, เข้าแหย่	กินข้าวบ้างนะ ... อ๋อแม่แต่กินผู้ชาย
หญิง074	17	ขบขัน, เข้าแหย่	เหมือนเค้าบอกกันว่า คนที่ใช้นิ้วโป้งกดโทรศัพท์ ก็คนเข้กส์จัด
หญิง076	17	ขบขัน, เข้าแหย่	เครื่องนี้ได้ถูกระงับบริการแล้ว เนื่องจากท่าน “แรด”
หญิง080	16	ขบขัน, เข้าแหย่	สวยอย่างเธอ ร้อยทั้งร้อยเมียน้อยชั่ววีร
หญิง082	18	ขบขัน, เข้าแหย่	น่าอะไรไม่มีบนสวรรค์ น้ำหน้าอย่างมึงไง

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
หญิง083	16	ขบขัน, เข้าแหย่	วันนี้ เห็นรถชนหมา เลข msg มาถามว่าเจ็บมากมัย ..
หญิง084	19	ขบขัน, เข้าแหย่	คืนนี้ห่มผ้านะคนดี พรุ่งนี้เดี๋ยวไม่มีแรงขวิด
หญิง087	15	ขบขัน, เข้าแหย่	เธอเป็นคนสวย ผู้ชายเห็นหน้าแล้วน้ำลายหกดั่ง อูย
หญิง091	16	ขบขัน, เข้าแหย่	ถ้าไม่แสดจริงอย่าอ่านต่อ นั่นกว่าแล้วแสดจริงๆ ค่าย
หญิง092	18	ขบขัน, เข้าแหย่	เดี๋ยวนี้ควายไม่ไถนาแล้ว แต่หันมาอ่าน msg แทน
หญิง093	18	ขบขัน, เข้าแหย่	หน้าที่ของใครก็ต้องทำให้ดี อย่าเธอหน้าผี จึงมีหน้าที่หลอกคน
หญิง093	18	ขบขัน, เข้าแหย่	ส่ง sms หาเธอแล้วสบายใจ เหมือนได้ให้อาหารหมา
หญิง095	18	ขบขัน, เข้าแหย่	ตื่นได้แล้ว ชาวนาเค้ารออยู่ อย่ามาทำอู เจ้าควายน้อยเอ๊ย
หญิง096	18	ขบขัน, เข้าแหย่	แต่ก่อนคิดว่าผีไม่มีจริง แต่เปลี่ยนใจแล้วตั้งแต่เจอเธอนั้นแหละ
หญิง097	16	ขบขัน, เข้าแหย่	อยากให้เธอเหมือนจักรยาน สวย มีค่าน่าถีบ.
หญิง097	16	ขบขัน, เข้าแหย่	ลงมา! ลงมา! ... เด็วนี้นะ ขึ้นไปอยู่ทำไม คานนะ
ชาย021	18	ขบขัน, เข้าแหย่, แสดงความผูกพัน	ห่มผ้าด้วยนะ เป็นห่วงนะ เด็วพรุ่งนี้ไม่มีแรงขวิด
ชาย021	18	ขบขัน, เข้าแหย่, แสดงความผูกพัน	อ่านอนดึกเด็วไม่น่ารัก เพราะที่เป็นอยู่ก็รับไม่ได้อยู่แล้ว
ชาย046	18	ขบขัน, เข้าแหย่, แสดงความผูกพัน	เราจะคอยเป็นนกเอี้ยงเลี้ยงเธอตลอดไป
ชาย100	16	ขบขัน, เข้าแหย่, อวยพร	คืนนี้ หลับฝันดีนะ แต่อย่าส่องกระจกก่อนนอนล่ะ เด็วฝันร้าย
ชาย087	16	ขบขัน, อวยพร	คืนนี้นอนหลับฝันดี ห่มผ้าด้วยละ เด็วรุ่งที่กั๊ดจะไม่สบาย
หญิง073	18	ขบขัน, อวยพร	นอนหลับฝันดี ห่มผ้าด้วยนะ เด็วรุ่งที่กั๊ดจะไม่สบาย
ชาย090	15	ทักทาย	จำกันได้ป่าว
หญิง077	19	ทักทาย	ทานข้าวริยัง ทานให้อร่อยนะ
หญิง092	18	ทักทาย	ซาหवादดี Where r u ?
หญิง100	16	ทักทาย	สวัสดีตอนเช้า
ชาย078	17	ทักทาย, แสดงความผูกพัน	Hello I miss U
ชาย004	17	นัดหมาย	8 โมง จะขึ้น จะขึ้น.....
ชาย042	18	นัดหมาย	พรุ่งนี้อย่าลืมเอาสิ่งนี้มานะ
ชาย084	18	นัดหมาย	เจอกันที่เดิม
หญิง034	18	นัดหมาย	สอบ ent' เสร็จไปเที่ยวกันนะ
หญิง014	17	นัดหมาย, ขบขัน	พรุ่งนี้แปดโมงว่างมัย ไม่ได้นัดเดทหรอก จะชวนเคารพธงชาติ
ชาย003	18	บอกกล่าว	อ่านทำไม message ไปอ่านหนังสือไป

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
ชาย005	15	บอกกล่าว	โทรกลับมาด้วย ตอนนี้ถูกทิ้ง
ชาย020	18	บอกกล่าว	ทำไรอยู่ไหน
ชาย020	18	บอกกล่าว	กลับบ้านด่วน
ชาย052	18	บอกกล่าว	ระยะทางพิสูจน์น้ำ กาลเวลาพิสูจน์คน การอดทนพิสูจน์ตัวเอง
ชาย076	18	บอกกล่าว	ส่ง msg มาก จะยากจน
ชาย080	18	บอกกล่าว	โทรกลับพ่อด้วย
ชาย080	18	บอกกล่าว	อยู่ที่ไหน โทรกลับด้วย
ชาย084	18	บอกกล่าว	มึงอยู่ที่ไหน โทรกลับกูด้วย
ชาย085	15	บอกกล่าว	กูเกลียดมึงวะ
ชาย089	17	บอกกล่าว	ไปไหนทำไมไม่บอกบ้าง ซึ่งมึงเลย !!!
ชาย090	15	บอกกล่าว	โทรกลับด้วย ไม่มีเงิน
หญิง007	19	บอกกล่าว	โทรกลับหาหน่อย
หญิง025	15	บอกกล่าว	รองกว่าฉันจะไปถึง
หญิง025	15	บอกกล่าว	กลับบ้านให้เร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้
หญิง071	14	บอกกล่าว	เมหาเห็ดเสียดใจ เมารักเสียดใจ
หญิง081	16	บอกกล่าว	เออ ไม่มีอะไรหรอก แต่อยากส่งให้เปลืองตังค์
ชาย025	18	บอกกล่าว, แสดงความผูกพัน	ยินดี
หญิง077	19	บอกกล่าว, แสดงความผูกพัน	เมื่อไหร่จะกลับบ้านซักที เป็นห่วงนะ
ชาย079	17	บอกกล่าว, ขบขัน	รู้ตัวมัยว่าน่ารักจัง จากเด็กเลี้ยงแกะ
หญิง010	15	บอกกล่าว, ขบขัน	อยู่ไหนแล้วรีบมาด่วน ตังค์หมด
ชาย018	16	เข้าหยา	ทำไรอยู่ ไม่ได้ถามมึง ควาย
ชาย060	17	เข้าหยา	รักตายละ
ชาย001	15	แสดงความผูกพัน	การตายมิใช่การจากกันที่สุด กลับกัน การจากกันที่ไกลที่สุดคือ การที่ฉัน อยู่ใกล้เธอแล้วเธอไม่รู้ว่ “ฉันรักเธอ”
ชาย001	15	แสดงความผูกพัน	เจ้ามือถือตัวน้อย บอกเจ้านายหน่อยว่ามีคนคิดถึง
ชาย002	17	แสดงความผูกพัน	I love you
ชาย005	15	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะ
ชาย009	18	แสดงความผูกพัน	คืนนี้ให้นอนฝันดี อย่าลืม kiss ก่อนนอน
ชาย011	16	แสดงความผูกพัน	ห้ามไม่ได้ ก็หัวใจมันคิดถึง ไม่ต้องยืม ไม่ใช่มึง กูคิดถึงแฟนกู
ชาย018	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึง
ชาย019	16	แสดงความผูกพัน	รักอะ

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
ชาย019	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะ
ชาย025	18	แสดงความผูกพัน	คิดถึง
ชาย026	18	แสดงความผูกพัน	ไม่มีเวลาไหนที่ผมไม่คิดถึงคุณ และผมก็รักคุณตลอดไป
ชาย026	18	แสดงความผูกพัน	ผมไม่รู้คุณจะคิดถึงกับผม เพียงแค่ผมรักคุณคนเดียวก็เพียงพอ
ชาย027	17	แสดงความผูกพัน	กุหลาบแดงที่ปักอก กุหลาบตกคือรักที่หุดหาย กุหลาบย่ำคือความรักที่กลับกลาย กุหลาบตายคือความรักที่ถูกลืม
ชาย027	17	แสดงความผูกพัน	หากรักคือทุกข์แสนสุขคืออะไร หากรักคือการเสียใจแล้วทำไมใจต้องการ
ชาย030	17	แสดงความผูกพัน	ห้องฟ้าไม่กว้างพอ ที่เขียนคำว่าคิดถึงเธอ
ชาย030	17	แสดงความผูกพัน	รักษาสุขภาพด้วย คนหน้าตาดีเป็นห่วง
ชาย031	17	แสดงความผูกพัน	กูรักมึง
ชาย032	16	แสดงความผูกพัน	ถึงบ้านเร็วๆ นะ เป็นห่วงจ๊ะ
ชาย032	16	แสดงความผูกพัน	หลับฝันดีนะ
ชาย034	17	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะ
ชาย034	17	แสดงความผูกพัน	ยินดีนะ
ชาย035	16	แสดงความผูกพัน	หลับฝันดีคิดถึงมาก
ชาย036	17	แสดงความผูกพัน	ก่อนนอนห่มผ้านะคะ เดี่ยวุงที่กัดเธอไม่สบาย
ชาย039	18	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะ
ชาย040	18	แสดงความผูกพัน	Don't cry, coz it's over smile coz, it happened
ชาย040	18	แสดงความผูกพัน	อยู่ได้ปอ.นะ คิดถึง
ชาย041	18	แสดงความผูกพัน	มันอาจจะง่ายในการหาเพื่อนใหม่ซักคน แต่มันยากกว่านะที่จะมีเพื่อนแท้ซักคน
ชาย048	15	แสดงความผูกพัน	God give you to hand to hold lot give you one heart to find another one
ชาย048	15	แสดงความผูกพัน	I love you
ชาย049	15	แสดงความผูกพัน	อยู่ไหนมีคนคิดถึงนะ
ชาย050	16	แสดงความผูกพัน	ยังไม่งอนที่เขารักก็มีค่า กว่าคนที่รักเขาเสมอ
ชาย050	16	แสดงความผูกพัน	จุดบู่หรือวันละมวน เหมือนจุดชนวนไปสู่ความตาย เป็นห่วงนะ
ชาย052	18	แสดงความผูกพัน	ห่วงนะ ห่วงใย ห่วงไกล ห่วงหา ห่วงนะ ห่วงว่า จะมีใครมา ห่วงแทน
ชาย053	18	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะรักมาก ๆ ด้วย
ชาย053	18	แสดงความผูกพัน	วันนี้นอนหลับฝันดีนะคิดถึงด้วย
ชาย054	18	แสดงความผูกพัน	มือถือเข้าข่าฝากบอกคนขี้เหงาแถวนั้นด้วยนะว่าคนน่ารักทางนี้เขาคิดถึง
ชาย056	18	แสดงความผูกพัน	พยากรณ์ว่าวันนี้อากาศดี มีคนคิดถึงเล็กน้อยถึงปานกลาง

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
ชาย061	17	แสดงความผูกพัน	ทุกข้อความที่ส่งไป แอบส่งใจไปด้วยเสมอ ทุกข้อความที่อ่านเจอส่งผ่าน SMS จากใจ
ชาย063	16	แสดงความผูกพัน	การบินไทยรักคุณเท่าฟ้า แต่ฉันรักเธอมากกว่าการบินไทย
ชาย067	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึงเป็นห่วง ดูแลตัวเองนะ
ชาย069	17	แสดงความผูกพัน	Tree can not live without water, bird can not live without insect, ant can not live without sweet, I can not live without u ... nif green tea.
ชาย070	16	แสดงความผูกพัน	ฝากหัวใจใส ๆ มาให้เธอในวันนี้กระซิบบอกเธออีกที good night
ชาย071	15	แสดงความผูกพัน	เมื่อดทราหนึ่งกำมือ เธอนั้นจำได้ไหมความคิดถึงที่มีให้มากกว่าเมื่อดทราในกำมือ
ชาย071	15	แสดงความผูกพัน	คิดถึงตลอดกาล
ชาย073	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึงจริงๆ นะ (ยิ้มอีกแล้ว)
ชาย073	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะ (ไม่ต้องแอบยิ้ม)
ชาย074	18	แสดงความผูกพัน	ขอแค่วันละหนึ่งนาที คิดถึงคนๆ นี้ บ้างก็พอ
ชาย078	17	แสดงความผูกพัน	Miss U na crub
ชาย081	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึงจังเลย
ชาย081	16	แสดงความผูกพัน	กลับบ้านรึยัง เป็นห่วงนะ
ชาย083	17	แสดงความผูกพัน	รักษาสุขภาพนะจ๊ะ เป็นห่วง
ชาย083	17	แสดงความผูกพัน	กลับบ้านเร็วๆนะ คนดี
ชาย085	15	แสดงความผูกพัน	มารักกันนะ
ชาย087	16	แสดงความผูกพัน	ดูแลรักษาสุขภาพด้วยละ เป็นไรไป ไม่มีคนคุยด้วย เหงาแย่เลย
ชาย088	15	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะ
ชาย088	15	แสดงความผูกพัน	รักมึงไวย
ชาย091	17	แสดงความผูกพัน	รักมึงว่ะ
ชาย091	17	แสดงความผูกพัน	คิดถึง โครต
ชาย099	15	แสดงความผูกพัน	ขณะนี้ ไม่มีสัญญาณ ตอบรับ จากเลขหมายที่เรียก มีแต่คำว่า คิดถึง
หญิง004	17	แสดงความผูกพัน	กอดเมื่อคิดถึง.....รู้แต่ว่าคิดถึง ไม่ต้องกอดแล้ว
หญิง007	19	แสดงความผูกพัน	คิดถึง เป็นห่วง รักนะ
หญิง008	16	แสดงความผูกพัน	รักและคิดถึง
หญิง009	17	แสดงความผูกพัน	รักนะ
หญิง017	17	แสดงความผูกพัน	โซว์เบอร์รี่ให้เธอรู้ เพื่อเธอใจดีจะ โทรกลับ
หญิง019	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึงเธอ
หญิง020	17	แสดงความผูกพัน	รีบมาหน่อยนะ เป็นห่วง
หญิง021	18	แสดงความผูกพัน	คิดถึง

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
หญิง021	18	แสดงความผูกพัน	พ่อกับแม่เป็นห่วงนะ
หญิง026	15	แสดงความผูกพัน	คิดถึงที่สุดเลยนะ เพราะรักมากเลย
หญิง030	18	แสดงความผูกพัน	I may be your best friend that you're got before best I'm got before but I'm willing 2 do my best to make our friendship grow.
หญิง032	17	แสดงความผูกพัน	ในโลกนี้มีมากคนให้รู้จัก น้อยนักที่เราจะรักและคิดถึง
หญิง032	17	แสดงความผูกพัน	คนดีคน 1 นอนไม่หลับคนดีอีกคนนอนหลับไหม คนดี 2 คนอยู่ห่างไกล คนดีคนไหนหลับก่อนกัน
หญิง033	17	แสดงความผูกพัน	การบินไทยรักคุณเท่าฟ้า แต่เรารักเธอมากกว่าการบินไทย
หญิง035	17	แสดงความผูกพัน	จะยอมให้เธอดูถูกให้เธอรู้ ว่าฉันรักเธอขนาดไหน
หญิง035	17	แสดงความผูกพัน	อยากอยู่ใกล้ให้ใจอุ่น อยากจับมือคุณมาแนบแก้มเบาๆ
หญิง042	16	แสดงความผูกพัน	I'll always love u only if there's no 1 on earth
หญิง042	16	แสดงความผูกพัน	จึ้งจกทักต้องระวังแต่ถ้า message ดั่งแปลว่า "คิดถึง"
หญิง044	17	แสดงความผูกพัน	love you
หญิง044	17	แสดงความผูกพัน	U are my best friend
หญิง053	18	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะ
หญิง054	18	แสดงความผูกพัน	เจ้าเฮ็ดยังอยู่....ชาวยศิป่อ... อย่าลืมคิดสอคบ่อย...
หญิง057	18	แสดงความผูกพัน	3 thing 2 say before u go to bed tonight
หญิง058	18	แสดงความผูกพัน	คิดถึงเพื่อน ๆ นะไม่ว่าเพื่อนจะอยู่ไหนคิดถึงตลอด
หญิง058	18	แสดงความผูกพัน	ถึงคนที่น่ารักขอให้มีความสุข สุข สุขจี สุขจี
หญิง060	17	แสดงความผูกพัน	คนอ่านน่ารัก
หญิง061	17	แสดงความผูกพัน	เก็บ ATM ภาพดี ๆ ในขวดโหลกับใจโตสโตส ปิดฝาด้วยความห่วงใย ส่งให้เธอ
หญิง062	15	แสดงความผูกพัน	พยากรณ์ดวงชะตาวันนี้ มีคนคิดถึงส่ง sms มาบอกว่าคิดถึงนะ
หญิง063	15	แสดงความผูกพัน	ถ้าจึ้งจกทักแปลว่าต้องระวัง ถ้า sms ดั่ง แสดงว่าคิดถึง
หญิง065	18	แสดงความผูกพัน	Some1 cares a lot for U is Me
หญิง065	18	แสดงความผูกพัน	Thinking y do u have to be so far away ? ... I miss u .
หญิง068	18	แสดงความผูกพัน	Non laew gor mai yorm hom par hom hai na deaw ja mai sa-bye
หญิง069	17	แสดงความผูกพัน	ข้อความกระปิบเป็นจังหวะ หัวใจบอกว่า คิดถึงจึ้งเลย
หญิง078	17	แสดงความผูกพัน	ยังมีแต่คำว่าเพื่อน ที่ไม่ถูกลบเลือน ไม่ว่าเมื่อไหร่ วันนี้ พรุ่งนี้ และตลอดไป จะถูกเก็บไว้ในความทรงจำตลอดกาล
หญิง079	15	แสดงความผูกพัน	เจอคนล้าน 7 แต่ส่ง sms หาไม่ไหว เลือกเฉพาะคนถูกใจ รู้ใช่ไหมว่าคือ U !
หญิง079	15	แสดงความผูกพัน	ปลื้ม + เคารพ + คิดถึง + รัก หาร 4 = ชอบ

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
หญิง080	16	แสดงความผูกพัน	จึ้งจกทักแปลว่าระวัง message ค้าง แปลว่าคิดถึง
หญิง085	18	แสดงความผูกพัน	Missing U is only half a story. Hope a other half is U missing me.
หญิง086	18	แสดงความผูกพัน	A-Z the one who invented alphabets was a genius but he make a silly mistake by keeping "U" and "I" so far. Miss U
หญิง090	14	แสดงความผูกพัน	ตอนนี้อยู่ที่ไหน คิดถึงนะ
หญิง090	14	แสดงความผูกพัน	รักเธอ
หญิง095	18	แสดงความผูกพัน	1. เป็นห่วง 2. คิดถึง 3. คำนึง ถึงเงินที่เธอขี้มไป เมื่อไรจะคืน !
หญิง096	18	แสดงความผูกพัน	1 กด 2 อ่าน 3. ขี้ม 4 save แค่นี้คนส่งก็ดีใจแล้ว
หญิง098	16	แสดงความผูกพัน	หลับฝันคืนนะ
หญิง098	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึงนะ
หญิง100	16	แสดงความผูกพัน	คิดถึงมาก
ชาย099	15	แสดงความผูกพัน, เข้าห่วย	mssg มาเดือน อย่านอนดึก เพราะพรุ่งนี้ต้องไปไถนาแต่เช้า
หญิง055	16	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	อย่าออกไปข้างนอกตอนพายุกำลังพัดแรง
หญิง064	18	แสดงความผูกพัน, อวยพร	Do U know why people sending sms ? 1. It's fun 2 read 2. they want U 2 know that they haven't met U 3. they miss u like I do now :) Take Care na ja.
ชาย028	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	แอบชอบ แอบรัก แอบมานาน จนเย็นแอบจิต
ชาย028	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	ขอโทษที่ไม่มีตั้งเสียงหนม เก็บเงินค่านมมาส่ง message หาเธอ
ชาย031	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	6 โมงเย็นนี้ว่างมั๊ย ไม่ชวนไปเดทหรือ ชวนไปเคารพธงชาติ
ชาย042	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	คนน่ารักกำลังโทรมา คนน่ารักกาญจนาได้รับด้วย
ชาย043	15	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	โทรมาเพราะอยากได้ยินเสียงเธอ ไปเจอเธอเพราะอยากเห็นหน้า แต่ที่ส่ง mssg มา เพราะไม่อยากเห็นหน้าและเสียงเธอ
ชาย051	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	เหตุด่วนเหตุร้าย มีคนจะตายเพราะคิดถึงเธอ
ชาย054	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	อยากออกTV พูดว่าคิดถึง ลงข่าวหน้าหนึ่งห่วงหา บอกรักเธอตามป้ายโฆษณา แต่ทูนไม่หนาเลขส่ง SMS แทน

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
ชาย057	19	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	หลับตานับหนึ่งแล้วคิดถึงกัน แต่หลับตาที่ไรมีอะไรมาหลอกหลอน
ชาย058	15	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	อยากบอกว่า “รัก” รักษาหุ่นด้วยนะ
ชาย062	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	คิดถึงตลอดเวลา อยากสบตาทุกนาที รักเธอนะคนดี ทั้งหมดนี้ขี้ชกคะละลา
ชาย065	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	คิดถึง แต่คิดถึงคนอื่น
ชาย068	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	ไม่ต้องพูด ไม่ต้องเถียงฟังอย่างเดียวรู้เปล่าว่าคิดถึง
ชาย092	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	อยากให้เธอ มาอยู่เคียงข้าง เวลาอ้างว้างและ.. ตั้งค์หมด
หญิง001	16	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	ขณะส่งความรักผ่าน Msg ช่วยเอานิ้วเหย่ปลั๊กรับด้วย
หญิง004	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	จงซื่อสัตย์ต่อแฟนตนเอง แต่ให้ครั้งเรากับแฟนคนอื่น
หญิง005	16	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	รักเธอมาก ไม่อยากให้จากไปไหน เดี่ยวไม่มีใครจ่ายค่าโทรให้ แะเลย
หญิง005	16	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	คิดถึงมาก อยากไปหาใจจะขาด แต่คิดที่ไม่มีตั้งค์
หญิง006	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	มีห้องใจ 4 ห้อง มาขาย ชื่อ 4 ห้อง ได้หัวใจไป 1 ดวง
หญิง016	15	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	ถ้านอนอย่างลึมห่มผ้า เดี่ยวไป
หญิง038	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	มองรถคิดถึงถนน มองเมฆฝนคิดถึงฟ้า มองกาแฟ คิดถึงน้ำชา มองปลา ร้า คิดถึงเธอ
หญิง051	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	รักเธอจนวันตาย ถ้ายังไม่ตายก็รักไม่ลง
หญิง057	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	นกเอี้ยงต้องคู่กับควาย เหมือนเรากับนายต้องคู่กัน
หญิง062	15	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	แน่ะ ! อ่านทำไม รักเค้าละสิ !!!

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
หญิง063	15	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	ช่วย! ... เจ้าชิวอยู่ไสวา สบายดีป๋ ข้อยชิวอีกเจ้าหลายเด้อ
หญิง076	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	ท่านมียอดค้างชำระค่าบริการ AIS เป็นค่าว่าคิดถึง 1,000,000
หญิง081	16	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	คิดถึงนะ อย่าแอบยิ้ม คิดถึงจริงๆ นะ นันแน้มอีกแล้ว
หญิง094	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	คิดถึงเธอไม่รู้ทำไม เลยส่งไปทางสายไฟ เอานิ้วแหย่เข้าไปจะรับรู้
หญิง094	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	รัก รัก รัก รัก รัก รัก ... รักษาสุขภาพด้วยนะ 555
หญิง099	15	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	อิจฉาปรอทที่อยู่ใกล้คนไข้ ... อิจฉาเส้นเลือดใหญ่ที่อยู่ใกล้หัวใจเธอ
หญิง020	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน,	อย่าอ่านหนังสือมากเกินไปนะ เดี่ยวแก่เร็ว
หญิง061	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน, เข้าแหย่	ตั้งใจเรียนนะ แม่อุตสาห์ขายนา ส่งกระบือเรียน
หญิง066	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน, เข้าแหย่	คิดถึงเธอ ทำสิ่งใดก็เห็นหน้าเธอ มองดูฟ้าเห็นหน้าเธอไม่จางหาย มองดู หมาเห็นหน้าเธอไม่รู้วาย เห็นหน้าควายที่ทานา ก็เห็นเป็นหน้าเธอ
หญิง051	18	แสดงความผูกพัน, ขบขัน, อวยพร	ฝันดีนะ มีคนฝันถึงเสมอ ปร! ทำไมที่นอนจะ
ชาย065	17	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	นอนหลับฝันดี เดี่ยวจะเป็นขุนบินไปเกาะแก้มนะ
ชาย075	15	แสดงความผูกพัน, ขบขัน	ขณะนี้ได้ส่งความคิดถึงผ่านสายไฟ ช่วยเอานิ้วแหย่ปลั๊กไฟรับความคิด ถึงด้วย
ชาย038	18	อวยพร	Ent' คิดนะ
ชาย060	17	อวยพร	โชคดีนะ
ชาย063	16	อวยพร	Good night
หญิง008	16	อวยพร	นอนหลับฝันดี
หญิง009	17	อวยพร	Good night หลับฝันดี
หญิง010	15	อวยพร	สุขสันต์วันเกิด
หญิง015	18	อวยพร	กู๊้ดไนท์ นอนฝันดีนะ
หญิง017	17	อวยพร	คืนนี้ฝันดีนะ
หญิง031	17	อวยพร	Fun d na ja

เพศ	อายุ	ลักษณะข้อความ	ข้อความ
หญิง036	18	อวยพร	2morrow do the best na Good night ja
หญิง036	18	อวยพร	Sweet dreams
หญิง043	16	อวยพร	สุขสันต์วันเกิด
หญิง045	17	อวยพร	1234 อึกไม่กินาที happy birthday จ๊ะ
หญิง046	15	อวยพร	สุขสันต์วันเกิด คิดสิ่งใดให้สมปรารถนา มีความสุขมาก ๆ
หญิง064	18	อวยพร	Good Night
หญิง070	18	อวยพร	Good Night
หญิง070	18	อวยพร	ขอให้ทำข้อสอบได้นะ ... โชคดี
หญิง073	18	อวยพร	อยากขอพรจากดวงจันทร์ จะมอบให้ฉันได้ไหม ขอให้นอนหลับฝันดี
ชาย002	17	อื่นๆ	อ่านหาพ่อมึงเหรอ
หญิง003	15	อื่นๆ	มีลูกสาวมาแลกลูกเขย
หญิง019	16	อื่นๆ	ไอบ้านารัก
หญิง027	18	อื่นๆ	คุณเชื่อในพรหมลิขิตไหม
หญิง039	17	อื่นๆ	จะทิ้งจา
ชาย064	19	อื่นๆ (คำว่า)	พ่อมึงตายหรือไอ้สัตว์
ชาย064	19	อื่นๆ (คำว่า)	มึงเงิงเงอู

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	เจตนา จันทรมโน
วัน เดือน ปี เกิด	17 กรกฎาคม พ.ศ. 2519
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - วารสารศาสตรบัณฑิต (วิทย์และโทรทัศน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา) มหาวิทยาลัยมหิดล
ประวัติการทำงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ครีเอทีฟ บริษัทสยามเทเลชั่น จำกัด หรือ สपोर्टเรดิโอ เอฟเอ็ม 99 เมกกะเฮิร์ตซ์ (มกราคม 2540 - กรกฎาคม 2542) - Program Director บริษัทสยามเทเลชั่น จำกัด (พฤษภาคม 2543 – เมษายน 2544) - เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์ บริษัท บีเอ็ม มีเดีย (ไทยแลนด์) จำกัด (ปลายสิงหาคม 2544 – มกราคม 2545) - บรรณาธิการนิตยสาร Mobilemag บริษัทไอ-ไอที จำกัด (กุมภาพันธ์ 2545 – มีนาคม 2546) - นักเขียนอิสระนิตยสารแนวกีฬา คอมพิวเตอร์ และเกมส์คอมพิวเตอร์หลายแห่ง

EXECUTIVE SUMMARY

Characteristics of teenagers' Thai short messages on mobile phone

Introduction

Short Messaging Service (SMS), a type of data (non-voice) service on mobile phone, is a new rapidly popular mobile communication method around the world.

Short messaging service via mobile phone is a service for sending or receiving short messages used among mobile phone users. This method was advantageous to use in case of inconvenient normal conversation via mobile phone, for example when handset were closed or users needed to communicate something which could not be profoundly expressed by their voice.

One of significant target groups pinpointed by network operators were teenagers. Because these persons were mostly closed to their friends. They liked to communicate with specious friends for fun and they are interested in new technology and mobile service.

Teenagers change themselves very quickly. They have very interesting movements that make persons around them have difficulties to understand their ways of thinking or their social values.

Because of alphabets limit inserted on short messages via mobile phone, this technology could support only 160 English alphabets or 50-70 Thai alphabets per message. This made teenagers adjust their characteristics of language to fit their short messages. They use abbreviations, cut or use their jargon for making sentences that can fit in messages and decode rightly. However, some messages could be decoded only by members of the group.

So short messages will be one which can reflect a new characteristic of teenager's language that is different from others. This study will also show the way of thinking and social values of Thai modern teenagers.

Objectives of research

- 1) To study language characteristics of Thai short messages used by teenagers on mobile phone.
- 2) To analyze Thai teenagers' ways of thinking and their social values which are reflected from short messages.

Research Methods

The research methods were both quantitative and qualitative. Samples of the study are 200 middle teenagers at Centerpoint of Siam Square, these teenagers are divided into 2 groups by sex : 100 male teenagers and 100 female teenagers. All of them are between 15 to 18 years old and they use Thai short messaging service on mobile phone.

Tools of the research are questionnaires which study characteristics of language showed on Thai short messages. All data were arranged by communication objectives into 8 groups : appointments, greetings, informations, messages showing love and friendliness, humorous messages, teases, blessings and others messages.

Some messages need to be arranged into more than one group. Data analysis is done in form of graphs and percentage.

General knowledge of sending and receiving Thai short messages

Short messaging service was a data service of digital mobile phone system. It made a new channel communication in addition to voice conversation via mobile phone. Mobile phone

users could send and receive short messages (like an e-mail) on their handsets. They could read or write messages by typing alphabets showed on keypad.

This technology also supported to reply messages and forward them to others. It had 160 alphabets limit loaded per message for English and 50-70 messages for Thai alphabets.

Short messaging service in Thailand was operated in 1998, but it was not popular as network operators expected. One reason of this unsuccess was short messaging service at that moment did not afford Thai language. Only English language could be used and most Thai users did not have enough skill in English. Some users solved this problem by adapting English spelling to transfer in Thai words, or this was called “karaoke language”.

One of various marketing strategies which network operators try to push needs of uses was pricing promotion, which brought rapidly growth of new subscribers, and short messaging service usage grew rapidly too. The data indicated that it had growing rating more than 2 times every year since 1999.

Because of English language problem for Thai users, mobile phone manufacturers and network operators including NECTEC (National Electronics and Computer Technology Center) were trying to develop new Thai short messaging inserted systems which were expected to replace old short messaging systems that could not support Thai language. And now, most mobile phones in Thai market can support Thai language, both displaying and inserting messages.

Results of the study

The study found that teenagers used Thai short messages in majority to self entertain, to send or receive messages among their friends, though both male and female teenagers mostly said that they used mobile phone for having appointments and for thier business. The reason which the parents advised their teenagers, especially the female ones, were interesting. It indicated that the parents now acknowledged the necessity of using mobile phones. Female teenagers used Thai

short messages more than male teenagers. The advantageous choice of Thai short messages which most male and female teenagers chose were convenience, and it was fast and easy to use them.

Teenagers liked to insert symbols of good meaning more than the bad ones. For example, :) (smile), :D (laugh), 555 (laugh in Thai spelling), (^0^) (good feeling or smile), these were used popularly than symbols :((sad), T-T (crying), X-(just died) . And female teenagers also used these symbols in short messages than male teenagers.

Some symbols which were found on the research, were not seen in common symbols used in IRC (Internet Relay Chat). That meant some symbols were created by Thai users, especially “555” symbol because it was created from spelling of laugh in Thai language only.

The research also found that most teenagers are not dissatisfied with messages showing rudeness or having sexual meaning if those messages are sent from their specious friends. This is because they felt it is as a normal conversation in their groups.

Humorous messages were mostly found in the study. The contents were objected to entertain receivers or senders. They used message styles to show rudeness, sexual meaning and sudden humourous feeling at the end of sentences.

Less than that are messages showing love and friendliness. Because short messages were like e-mail messages, it is advantageous to communicate deeper meaning than the ones sent by voice conversation. The study found that male teenagers used this messages more than female ones. Also, some messages were of humourous styles for showing good feelings.

Teasing messages are thirdly used. Teenagers brought inferiority complexes of their friends to make humor or entertainment. (They did not intend to make beings angry feeling or annoy their specious friends.) They compared receivers as another (buffalo, dog, pig, ghost)

which had negative meanings in Thai language. Some messages were teased about teenagers' face and looks, because most usually of them felt worry of their appearance, especially the girls.

While short messages were used for having appointments, sending informations, greetings , blessing are less used. Although the messages could respond that objectives, the teenagers preferred to use voice conversations.

The study also found that characteristics of language which teenagers used on mobile phone were interesting. They used abbreviations or similar spellings between Thai and English language for replacing full words or messages. About "Karaoke language", it was found less than the researcher expected, this was because Thai short messages inserted technology was set up on most Thai mobile phones now.

The messages also reflected that sex was something normal for teenagers. They showed teenagers' less interest in news and social informations. Also, love expression was more done among female teenagers. Thai girls could show their love expressions more than they did in the past time. And the research found that teenagers liked to use rude conversations with specious friends to indicate intimacy.

Conclusion

The study found that Thai short messages were a new mobile channel communication which was popularly used by teenagers. It showed freedom of the teenagers who wanted to go away from society's frame, it gave born to new linguistic characteristics or teenagers' jargon. It showed teenagers' world which was different from other ages. Most teenagers used short messages for fun or entertainment more than used them for sending informations, appointments, greetings, blessings or for others.

This study may help the persons around the teenagers to understand them better by trying to be in their world, to be a part of them, and this can help them to solve many teenagers' problems.

