



บทบาทการสื่อสารคำคมคัตโตะและบ่นบ่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

โดย

นางสาวปริญญช สองสร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บทบาทการสื่อสารคำคมค้ดโตะและบ่นบ่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

โดย

นางสาวปริยานุช สองศร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาสื่อสารมวลชน

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



ROLES OF COMMUNICATION IN CUTTO AND BONBON'S QUOTES
VIA SOCIAL MEDIA : FACEBOOK

BY

MISS PREEYANUT SONGSORN



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
PROGRAM IN MASS COMMUNICATION
FACULTY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2015
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวปรียานูช สองศร

เรื่อง

บทบาทการสื่อสารคำคมคัดโตะและบ่นบนผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

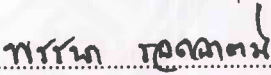
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน)

เมื่อ วันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2559


ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน)

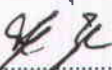
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์


.....
(อาจารย์ ดร.พรรษา รอดอาตม์)


กรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....
(อาจารย์ ดร.พิรุฑ โอรพันธ์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....
(อาจารย์ ดร.ไววุฒิ วุฒิอรรถสาร)

คณบดี


.....
(รองศาสตราจารย์พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	บทบาทการสื่อสารคำคมคัตโตะและบ่นบ่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
ชื่อผู้เขียน	นางสาวปรียานุช สองศร
ชื่อปริญญา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	อาจารย์ ดร.พรรษา รอดอาตม์
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “บทบาทการสื่อสารคำคมคัตโตะและบ่นบ่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษารูปแบบและประเภทของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เพื่อศึกษาการอ่านความหมายและการใช้ประโยชน์จากคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้รับสาร และเพื่อศึกษาบทบาทคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

รูปแบบของงานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (semi-structured Interview) กับผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมถึงการวิเคราะห์เนื้อหา (textual analysis) และถึงศึกษาตำรา งานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้อง (documentary research) กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non-probability sampling) แบบเจาะจง (purposive sampling) แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ นักเรียน นักศึกษา วัยเริ่มทำงาน และวัยทำงาน และสำหรับคำคมได้เก็บข้อมูลคำคมจากเฟซบุ๊กแฟนเพจของคัตโตะและบ่นบ่น จำนวนทั้งสิ้น 116 ชุด ผู้วิจัยใช้แนวคิดการกระทำเชิงการสื่อสาร แนวคิดเรื่องการโน้มเอียงเชิงเวลาและการโน้มเอียงเชิงพื้นที่ ทฤษฎีหน้าที่นิยม และทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นแนวทางหลักในการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นมีองค์ประกอบโดยรวมเหมือนกันเกือบทุกข้อ คือ พื้นหลัง แบบอักษร สัญลักษณ์ ส่วนที่แตกต่างกันก็คือ คำคมคัตโตะจะไม่มีภาพประกอบ และการแสดงช่องทางการติดตามเหมือนกับคำคมบ่นบ่น นอกจากนั้นความแตกต่าง

ของทั้ง 2 เพจจะเป็นรายละเอียดปลีกย่อยของแต่ละองค์ประกอบ ทั้งนี้เพราะผู้เขียนต้องการสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง และภูมิหลังด้านอาชีพก็ส่งผลถึงรูปแบบของคำคมด้วย ส่วนประเภทของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่แบ่งตามการกระทำเชิงภาษาตามทัศนะของฮาเบอร์มานั้น พบว่าอยู่ในประเภท avowals มากที่สุด จำนวน 66 ชุด รองลงมาคือประเภท constatives จำนวน 30 ชุด และประเภท regulatives ที่มีชุดคำคมอยู่ในประเภทนี้น้อยที่สุด คือ 20 ชุด

ด้านการอ่านความหมายคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้รับสาร พบว่าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่เป็นไปในทางเดียวกับผู้เขียน แต่ก็ยังคงมีการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกันไปตามแต่ละประสบการณ์ อายุ เพศ อาชีพ และการอบรมบ่มเพาะของแต่ละบุคคล ส่วนการนำคำคมไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันของผู้รับสาร พบว่าตัวแปรด้านประสบการณ์ อายุ เพศ อาชีพ และการอบรมบ่มเพาะของแต่ละบุคคล เป็นตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อการนำไปใช้และเป็นการใช้ประโยชน์ที่สอดคล้องกับสื่อใหม่ อาทิ ใช้แทนการสื่อสารด้วยคำพูดหรือการพิมพ์ด้วยตนเองลงในสื่อสังคมออนไลน์ ใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ในโลกเสมือน และเพื่อเตือนตนเองโดยการตั้งเป็นภาพ cover facebook และ line

ด้านบทบาทคำคมพบว่าผู้ส่งสารได้มีความคาดหวังบทบาทในการสื่อสารคำคมตรงกับที่ผู้รับสารนั้นได้รับประโยชน์ ดังนี้ 1) เป็นประสบการณ์ทางอารมณ์ 2) เป็นพื้นที่ระบายความรู้สึก 3) ให้ข้อคิดในการดำเนินชีวิต 4) ให้กำลังใจ 5) แทนความรู้สึก 6) ความบันเทิง นอกจากนี้ยังมีบทบาทที่ผู้รับสารได้รับนอกเหนือจากความคาดหวังของผู้ส่งสาร คือ 1) เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต 2) ย้อนเรื่องราวที่เคยเกิดขึ้น 3) สั่งสอน 4) ฉุกคิด 5) ส่งเสริมในด้านของการสั่งสอนกับสื่อเดิม อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้พบการไม่ทำหน้าที่ของคำคม (non-function) คือ กลุ่มตัวอย่างที่อ่านแล้วไม่มีความคิดเห็นเพิกเฉย เพราะไม่ตรงกับความสนใจส่วนตัว อีกทั้งยังพบว่าคำคมในสื่อสังคมออนไลน์สามารถเป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งในการเปิดรับคำคมที่สอดคล้องกับชีวิตประจำวันของผู้รับสาร แต่ไม่เทียบเท่า (not equivalent) กับคำคมในอดีตที่ยังคงมีความศักดิ์สิทธิ์ ผู้คนจดจำและยอมรับกันในวงกว้าง เพราะคำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กนั้นมีความถี่ในสื่อสาร เน้นให้เนื้อหาทันสมัย เน้นขยายพื้นที่ในวงกว้าง

คำสำคัญ: บทบาท, คำคม, สื่อสังคมออนไลน์, เฟซบุ๊ก

Thesis Title	ROLES OF COMMUNICATION IN CUTTO AND BONBON'S QUOTES VIA SOCIAL MEDIA : FACEBOOK
Author	Miss Preeyanut Songsorn
Degree	Master of Arts
Major Field/Faculty/University	Mass Communication Journalism and Mass Communication Thammasat University
Thesis Advisor	Lecturer Pansa Rawd-ard, Ph.D.
Academic Years	2015

ABSTRACT

“Roles of Communication in Cutto and Bonbon’s Quotes via Social Media : Facebook” has three objectives as follows: to study forms and types of Cutto and Bonbon’s quotes via social media : facebook, to study receiver’s reading meaning and utilization from Cutto and Bonbon’s quotes via social media : facebook, and to study roles of communication in Cutto and Bonbon’s quotes via social media : facebook. This research is a qualitative research. Researcher uses in-depth interview method with a semi-structured interview with senders and receivers. Including to content analysis and documentary research. Method with non-probability sampling sample that are selected by purposive method. The sample is divided into four groups are high school students, college students, first jobber and working age. Researcher collects quotes from facebook fanpage of Cutto and Bonbon total of 116 quotes.

The results of types of Cutto and Bonbon’s quotes show that they have almost the same element, such as background, font and signature. The difference is Cutto’s quotes doesn't have illustration and channel to communicate with receivers. Moreover, the difference of two fanpages are the details of each element because senders want to communicate their own character’s quotes. The professional

backgrounds also affect to form of quotes. The most of types of Cutto and Bonbon's quotes is avowals in amount of 66 quotes, constatives 30 quotes and regulatives 20 quotes. Researchers use communicative action, time-biased and space-biased, functionalism theory and uses and gratifications theory.

Part of receiver's reading meaning from Cutto and Bonbon's quotes via social media : facebook show that most receivers interpret same sender, but they have a different comments depending on their experiences, age, gender, occupation and cultivation. Utilization of Cutto and Bonbon's quotes in the daily lives of receivers show that age, gender, socialization, occupation and experience variables affecting adoption and utilization consistent with the new media such as, instead of using verbal communication or manual type in the social media, to create their own character in the virtual world and remind ourselves by setting Cutto and Bonbon's quotes on facebook cover picture and line.

Roles of communication in Cutto and Bonbon's quotes show that sender has expectations the quotes of communication matching receivers. such as, 1) learning way of life from sender 2) ventilate 3) give way of life ideas 4) encourage 5) communicate feelings 6) entertainment. In addition, Cutto and Bonbon's quotes has latent function are 1) as a guide to life 2) back to the past 3) teaching 4) realize suddenly 5) support of old media.

However, the researchers found non-function, receiver's ignored because it doesn't on personal interests for alternative function show that able to act similar to the quotes in old media. But it does not equivalence when contrast with the quotes in the old media because of sacredness and sustainability. Quotes on Facebook does not focus on remembering in the long term. It will focus on providing modern content and expanded to the broader for business.

Keywords: Roles, Quotes, Social Media, Facebook

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณครอบครัวที่สนับสนุนให้เรียน และยังปลุกฝังให้เห็นความสำคัญของการศึกษา ขอมอบความสำเร็จนี้ให้กับพ่อและแม่ ลูกจะนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาตัวเอง หากมีโอกาสก็จะนำไปพัฒนาประเทศชาติต่อไป

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน ที่ให้เกียรติมาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รวมถึงอาจารย์ ดร. พิรยุทธ โอระพันธ์ และอาจารย์ ดร.ไววุฒิ วุฒิอรธสาร ที่ให้เกียรติมาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ คำแนะนำที่อาจารย์ให้มานั้นผู้วิจัยได้นำมาปรับใช้กับงานวิจัยทุกประเด็น ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ที่มาขัดเกลาให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สมบูรณ์

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.พรรษา รอดอาดัม ที่ให้เกียรติมาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ได้ให้ความเมตตาและทุ่มเทกับลูกศิษย์คนนี้ ในขณะที่อาจารย์มีงานคั่งค้างอยู่มากอาจารย์ก็สละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา รวมถึงค้นคว้าหาแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมให้เต็มที่ ผู้วิจัยยังจำได้เสมอที่อาจารย์พิมพ์มาในไลน์ก่อนจะถึงวันสอบเค้าโครงว่า “ครูจะช่วยรับศึกคะ ไว้วใจครูนะคะ ไม่ทิ้งคะ” จากที่มีความกังวลอยู่ในใจมากมายก็เหมือนกับว่าถูกยกเอาไปทิ้ง ขอขอบคุณมากๆ นะคะ

ขอขอบคุณพี่คัตโตะและน้องต๋อย ที่สละเวลาและเต็มใจให้สัมภาษณ์ ไม่แปลกใจเลยที่เพจ cuttO และเพจบ่นบ่นประสบความสำเร็จ เป็นเพราะผู้ที่อยู่เบื้องหลังนั้นมีทัศนคติและแนวคิด ที่ดีมากๆ ในระหว่างที่พูดคุยกันนั้นได้ขอคิดหลายอย่าง ขอสนับสนุนให้ทั้ง 2 ท่าน ทำต่อไปเรื่อยๆ ผู้วิจัยเชื่อว่านอกจากตัวผู้วิจัยและกลุ่มตัวอย่างที่เห็นประโยชน์แล้วก็ยังมีคนอีกมากมายที่เห็นประโยชน์จากสิ่งที่สังคมเรียกกันว่า “คำคม” และขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทั้ง 14 ท่านด้วย ทุกคนน่ารักมากจริงๆ ค่ะ

ขอบคุณเพื่อนๆ MA 32 ที่คอยไถ่ถามความคืบหน้า ให้กำลังใจ ให้คำปรึกษา ไม่ว่าจะ เป็น เตี้ย พิมพ์ พิมพ์ ลุกปลา โบราณ ชุกัส และเพื่อนคนอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวถึง ทุกอย่างที่คุณๆ มอบให้ จะจดจำตลอดไป ขอขอบคุณปู บอม ที่เป็นเพื่อนที่น่ารักให้คำปรึกษา ช่วยหยิบยืมหนังสือในหอกลางให้ และให้ความบันเทิงในช่วงเวลาที่เครียด ทำให้คลายกังวลไปได้ในทุกครั้ง ขอขอบคุณแต่ที่คอยสนับสนุน อยู่ตลอดตั้งแต่ปริญญาตรีจนถึงปริญญาโท คอยเป็นกองหนุนให้ตั้งแต่เรื่องเล็กๆ ไปจนถึงเรื่องใหญ่

ขอขอบพระคุณเจ้านายที่แสนดีแห่งเซ็คคราคา.คอม พี่ซ้า (คุณทวิ โฆษิตจิรนนท์) พี่ซัช (คุณซัช อนุวัตรอุดม) พี่แจ๊ค (คุณธานินทร์ อินทรารักษ์สกุล) ที่ให้โอกาสได้เรียนไปพร้อมๆ กับทำงาน นอกจากนั้นยังมีพี่มี๊ว พี่แคน พี่จอย พี่นก พี่ป้อม พี่แบ่ง พี่กบ ที่เข้าใจและให้กำลังใจอยู่เสมอ

(6)

สุดท้ายขอบคุณตัวเองที่มานะและพยายามทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้จนเป็นผลสำเร็จ เมื่อย้อนนึกถึงเวลาที่ทำวิทยานิพนธ์มีทั้งท้อ ทั้งเหนื่อย ทั้งกังวล จีบต้นชนปลายไม่ถูก หลงทางอยู่พักหนึ่ง แต่พอมาถึงจุดนี้ก็ภูมิใจไม่น้อยที่สำเร็จ

นางสาวปริยานุช สองศรี



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 ปัญหานำวิจัย	13
1.3 วัตถุประสงค์	13
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	13
1.5 นิยามศัพท์	13
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	16
1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย	17
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
2.1 แนวคิดการกระทำเชิงการสื่อสาร (Communicative Action)	18
2.2 แนวคิดเรื่องการโน้มเอียงเชิงเวลาและการโน้มเอียงเชิงพื้นที่ (Time-biased and Space-biased) และแนวคิดของกลุ่มยุคหลังสมัยใหม่ (Postmodern)	34
2.3 ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism Theory)	37
2.4 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)	43

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับคำคม (Quotes)	47
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media)	49
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	53
2.7.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของสื่อใหม่	53
2.7.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ห้วงลิ ประโยค ภาชิต คำคม	57
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	62
3.1 แหล่งข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง	62
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	69
3.3 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	70
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	70
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	71
3.6 การนำเสนอข้อมูล	72
บทที่ 4 รูปแบบและประเภทของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	73
4.1 รูปแบบของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	73
4.1.1 รูปแบบของคำคมคัตโตะ	73
4.1.1.1 พื้นหลัง (background)	73
4.1.1.2 แบบอักษร (font)	74
4.1.1.3 สัญลักษณ์ (signature)	74
4.1.1.4 ภาพประกอบ (illustration)	75
4.1.1.5 ช่องทางการติดตาม (channel)	76
4.1.2 รูปแบบของคำคมบ่นบ่น	76
4.1.2.1 พื้นหลัง (background)	76
4.1.2.2 แบบอักษร (font)	77
4.1.2.3 สัญลักษณ์ (signature)	77
4.1.2.4 ภาพประกอบ (illustration)	78
4.1.2.5 ช่องทางการติดตาม (channel)	79

4.1.3 ความเหมือนและความแตกต่างด้านรูปแบบของคำคมคัตโตะและบ่นบ่น	80
4.2 ประเภทของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	81
4.2.1. แบ่งประเภทตามการกระทำเชิงภาษาของคำคมคัตโตะ	82
4.2.1.1 Constatives	82
4.2.1.2 Regulatives	85
4.2.1.3 Avowals	87
4.2.2. แบ่งประเภทตามการกระทำเชิงภาษาของคำคมบ่นบ่น	94
4.2.2.1 Constatives	94
4.2.2.2 Regulatives	97
4.2.2.3 Avowals	100
บทที่ 5 การอ่านความหมาย การใช้ประโยชน์ของผู้รับสาร และบทบาทคำคมของคัตโตะ และบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	111
5.1 การเปิดรับคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	111
5.2 การอ่านความหมายคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ของผู้รับสาร	116
5.2.1 Constatives	116
5.2.2 Regulatives	138
5.2.3 Avowals	151
5.3 การนำคำคมไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันของผู้รับสาร	193
5.3.1 ใช้อ้างอิงในการสื่อสาร	193
5.3.2 แทนการสื่อสารด้วยคำพูดหรือการพิมพ์ด้วยตนเอง	194
5.3.3 เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์งานเขียน	194
5.3.4 เตือนตนเอง	195
5.3.5 บรรเทาความกังวลใจและเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ	195
5.3.6 สร้างภาพลักษณ์ในโลกเสมือน	196
5.4 บทบาทคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	198
5.4.1 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนตามทัศนะของ Lasswell & C. Wright	198
5.4.2 หน้าที่ปรากฏชัด (Manifest Function)	203

5.4.2.1	หน้าที่ปรากฏชัดของคำคมคัตโตะ	203
5.4.2.2	หน้าที่ปรากฏชัดของคำคมบ่นบ่น	216
5.4.3	หน้าที่แอบแฝง (Latent Function)	212
บทที่ 6	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	216
6.1	สรุปผลการวิจัย	216
6.1.1	รูปแบบของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	216
6.1.2	ประเภทของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	218
6.1.3	การอ่านความหมายคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้รับสาร	219
6.1.4	การนำคำคมไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันของผู้รับสาร	221
6.1.5	บทบาทคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	222
6.2	อภิปรายผลการวิจัย	223
6.2.1	การก้าวข้ามสื่อของคำคมมาสู่สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	224
6.2.2	การสื่อสารคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ตามแนวคิดการกระทำเชิงการสื่อสารและพื้นที่สาธารณะ	224
6.2.3	การเปิดรับและการนำคำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กไปใช้ประโยชน์	226
6.3	ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต	227
	รายการอ้างอิง	228
	ประวัติผู้เขียน	232

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ความเหมือนและความแตกต่างด้านรูปแบบของคำคมคัตโตะและบ่นบ่น	81
5.1 กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม	114
5.2 สรุปหน้าที่ปรากฏชัด (Manifest Function) ของคำคมคัตโตะและบ่นบ่น	248



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 สื่อสังคมออนไลน์ทั้งหมดที่มีในปัจจุบัน	5
1.2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย	6
1.3 คำคมจากเพจ status of love	9
1.4 คำคมจากพระภิกษุ	9
1.5 คำคมคัตโตะ	11
1.6 คำคมบ่นบ่น	12
1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)	17
2.1 กระบวนการใช้และความพึงพอใจของผู้รับสาร	45
3.1 คำคมคัตโตะเดือนมกราคม	63
3.2 คำคมคัตโตะเดือนกุมภาพันธ์	64
3.3 คำคมคัตโตะเดือนมีนาคม	64
3.4 คำคมคัตโตะเดือนเมษายน	64
3.5 คำคมคัตโตะเดือนพฤษภาคม	65
3.6 คำคมคัตโตะเดือนมิถุนายน	65
3.7 คำคมบ่นบ่นเดือนมกราคม	66
3.8 คำคมบ่นบ่นเดือนกุมภาพันธ์	66
3.9 คำคมบ่นบ่นเดือนมีนาคม	67
3.10 คำคมบ่นบ่นเดือนเมษายน	67
3.11 คำคมบ่นบ่นเดือนพฤษภาคม	67
3.12 คำคมบ่นบ่นเดือนมิถุนายน	68
4.1 แสดงพื้นที่หลังคำคมคัตโตะ	74
4.2 แบบอักษรคำคมคัตโตะ	74
4.3 ลายเซ็นคำคมคัตโตะ	75
4.4 สิ่งของประกอบคำคมคัตโตะ	75
4.5 พื้นที่หลังคำคมบ่นบ่น	76
4.6 แบบอักษรคำคมบ่นบ่น	77
4.7 ลายเซ็นคำคมบ่นบ่น	78

4.8 ตัวอย่างภาพประกอบคำคมบ่นบ่นที่สอดคล้องกับข้อความ	78
4.9 ตัวอย่างภาพประกอบคำคมบ่นบ่นที่ไม่สอดคล้องกับข้อความ	79
4.10 ช่องทางการติดตามคำคมบ่นบ่น	79
4.11 คำคมคัดลอกข้อความไม่ยั่งยืน	80
4.12 คำคมคัดลอกข้อความการยื่นหยัดได้ด้วยตนเอง	82
4.13 คำคมคัดลอกข้อความสุขของชีวิต	83
4.14 คำคมคัดลอกข้อความการให้ความสำคัญกับปัจจุบัน	83
4.15 คำคมคัดลอกข้อความการยอมรับความจริงและการปล่อยวาง	83
4.16 คำคมคัดลอกข้อความเสมอต้นเสมอปลาย (สมานัตตตา)	84
4.17 คำคมคัดลอกข้อความความสงบ	84
4.18 คำคมคัดลอกข้อความการอยู่ในพื้นที่หรือคนที่เหมาะสม	84
4.19 คำคมคัดลอกข้อความการยอมรับความจริงและปล่อยวาง	85
4.20 คำคมคัดลอกข้อความการมีกาลเทศะ	86
4.21 คำคมคัดลอกข้อความการอยู่ในพื้นที่หรือคนที่เหมาะสม	86
4.22 คำคมคัดลอกข้อความพยายาม	86
4.23 คำคมคัดลอกข้อความการให้อภัย	87
4.24 คำคมคัดลอกข้อความชีวิตประจำวัน	88
4.25 คำคมคัดลอกข้อความไม่สัมพันธ์กันระหว่างความรู้สึกและการกระทำ	88
4.26 คำคมคัดลอกข้อความเปลี่ยนแปลง	89
4.27 คำคมคัดลอกข้อความไม่สัมพันธ์กันระหว่างความรู้สึกและการกระทำ	89
4.28 คำคมคัดลอกข้อความพยายาม	90
4.29 คำคมคัดลอกข้อความสำคัญของคนใกล้ตัว	90
4.30 คำคมคัดลอกข้อความการแสดงความรัก	91
4.31 คำคมคัดลอกข้อความเพื่อน	91
4.32 คำคมคัดลอกข้อความผลกระทบของความรักและความคิดถึง	91
4.33 แผนผังมโนทัศน์แสดงประเภทคำคมคัดลอก	92
4.34 คำคมบ่นบ่นการยื่นหยัดได้ด้วยตัวเอง	94
4.35 คำคมบ่นบ่นความอดทน	95
4.36 คำคมบ่นบ่นความสุขของชีวิต	95
4.37 คำคมบ่นบ่นความไม่ยั่งยืน	95

4.38 คำคมบ่นบ่นหมวดการปล่อยวาง	96
4.39 คำคมบ่นบ่นหมวดการให้ความสำคัญกับปัจจุบัน	96
4.40 คำคมบ่นบ่นหมวดความพยายาม	96
4.41 คำคมบ่นบ่นหมวดการทำงาน	97
4.42 คำคมบ่นบ่นหมวดความเข้ากันได้	97
4.43 คำคมบ่นบ่นหมวดการให้ความสำคัญกับปัจจุบัน	98
4.44 คำคมบ่นบ่นหมวดความอดทน	98
4.45 คำคมบ่นบ่นหมวดความไม่ยั่งยืน	98
4.46 คำคมบ่นบ่นหมวดความไม่สัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกและการกระทำ	99
4.47 คำคมบ่นบ่นหมวดการทำงาน	99
4.48 คำคมบ่นบ่นหมวดการมีกาลเทศะ	99
4.49 คำคมบ่นบ่นหมวดประสบการณ์	100
4.50 คำคมบ่นบ่นหมวดการเปลี่ยนแปลง	100
4.51 คำคมบ่นบ่นหมวดความต้องการพักผ่อน	101
4.52 คำคมบ่นบ่นหมวดความเหนียวแน่นและความเครียด	101
4.53 คำคมบ่นบ่นหมวดความอ้วน	102
4.54 คำคมบ่นบ่นหมวดการไม่ห่วงตนเอง	103
4.55 คำคมบ่นบ่นหมวดครอบครัว	103
4.56 คำคมบ่นบ่นหมวดปัญหาของชีวิต	103
4.57 คำคมบ่นบ่นหมวดการตัดสินใจที่ภายนอก	104
4.58 คำคมบ่นบ่นหมวดความไม่สัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกและการกระทำ	104
4.59 คำคมบ่นบ่นหมวดการปล่อยวาง	104
4.60 คำคมบ่นบ่นหมวดการให้ความสำคัญกับปัจจุบัน	105
4.61 คำคมบ่นบ่นหมวดระยะเวลาของการทำใจ	105
4.62 คำคมบ่นบ่นหมวดประสบการณ์	105
4.63 คำคมบ่นบ่นหมวดความสำคัญของคนใกล้ตัว	106
4.64 แผนผังมโนทัศน์แสดงประเภทคำคมบ่นบ่น	106
5.1 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 1	117
5.2 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 2	117
5.3 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 3	118

5.4 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 4	119
5.5 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 5	119
5.6 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 6	120
5.7 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 7	121
5.8 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 8	121
5.9 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 9	122
5.10 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 10	123
5.11 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 11	123
5.12 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 12	124
5.13 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 13	125
5.14 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 14	126
5.15 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 15	126
5.16 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 16	127
5.17 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 17	128
5.18 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 18	128
5.19 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 19	129
5.20 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 20	130
5.21 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 21	130
5.22 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 22	131
5.23 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 23	132
5.24 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 24	132
5.25 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 25	133
5.26 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 26	134
5.27 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 27	135
5.28 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 28	135
5.29 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 29	136
5.30 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 30	137
5.31 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 1	138
5.32 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 2	139
5.33 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 3	139

5.34 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 4	140
5.35 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 5	141
5.36 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 6	141
5.37 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 7	142
5.38 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 8	143
5.40 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 10	144
5.41 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 11	145
5.42 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 12	145
5.43 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 13	146
5.44 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 14	147
5.45 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 15	147
5.46 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 16	148
5.47 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 17	149
5.48 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 18	149
5.49 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 19	150
5.50 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 20	150
5.51 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 1	152
5.52 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 2	152
5.53 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 3	153
5.54 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 4	153
5.55 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 5	154
5.56 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 6	155
5.57 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 7	155
5.58 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 8	156
5.59 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 9	157
5.60 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 11	157
5.61 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 11	158
5.62 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 12	158
5.63 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 13	159
5.64 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 14	160

5.65 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 15	161
5.66 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 16	161
5.67 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 17	162
5.68 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 18	162
5.69 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 19	163
5.70 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 20	164
5.71 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 21	164
5.72 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 22	165
5.73 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 23	166
5.74 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 24	166
5.75 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 25	167
5.76 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 26	168
5.77 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 27	168
5.78 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 28	169
5.79 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 29	169
5.80 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 30	170
5.81 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 31	171
5.82 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 32	172
5.83 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 33	172
5.84 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 34	173
5.85 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 35	174
5.86 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 36	174
5.87 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 37	174
5.88 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 38	175
5.89 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 39	175
5.90 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 40	176
5.91 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 41	177
5.92 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 42	177
5.93 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 43	178
5.94 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 44	179

5.95 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 45	179
5.96 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 46	180
5.97 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 47	180
5.98 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 48	181
5.99 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 49	181
5.100 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 50	182
5.101 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 51	183
5.102 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 52	183
5.103 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 53	184
5.104 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 54	185
5.105 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 55	185
5.106 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 56	186
5.107 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 57	186
5.108 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 58	187
5.109 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 59	188
5.110 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 60	188
5.111 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 61	189
5.112 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 62	189
5.113 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 63	190
5.114 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 64	190
5.115 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 65	191
5.116 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 66	191

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

1.1.1 พฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์

การสื่อสารของมนุษย์เป็นกระบวนการที่ดำเนินต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา อาจกล่าวได้ว่าไม่มีพฤติกรรมใดๆ เลยที่จะแพร่หลายได้มากเท่ากับการสื่อสาร ตั้งแต่วินาทีแรกที่เรตื่นนอนในตอนเช้าจนกระทั่งถึงเวลาที่เรานอนในตอนค่ำ เวลาส่วนใหญ่ที่เราใช้ไปในแต่ละวันคือการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น เคยมีการคำนวณไว้ว่ามากกว่าร้อยละ 70 ของกิจกรรมต่างๆ ที่เราประพฤติปฏิบัติเป็นประจำวันนั้น เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงวจน (verbal communication) นั่นก็คือการพูด การฟัง การอ่าน และการสอน การคาดคะเนนี้ในครั้งแรกอาจรู้สึกว่าเป็นอัตราที่สูงมากทั้งๆ ที่ยังไม่นับรวมการสื่อสารเชิงอวัจน (nonverbal communication) ตัวอย่างของการสื่อสารเชิงอวัจน เช่น การโบกมือทักทายคนใดคนหนึ่งที่เรารู้จักคุ้นเคย การขับรถไปหยุดที่สี่แยกเมื่อมีสัญญาณไฟแดง เป็นต้น เห็นได้ชัดแล้วว่ามนุษย์เป็นสัตว์โลกที่มีการสื่อสาร (communicating animal) คุณลักษณะพิเศษของมนุษย์ก็คือความสามารถในการสื่อสารนั่นเอง (รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 2548)

การสื่อสารของมนุษย์นั้นมีการเปลี่ยนแปลงและไม่หยุดนิ่ง ซึ่งประวัติศาสตร์การสื่อสารจะทำให้เราทราบถึงการเปลี่ยนแปลงได้ดี โดยเมื่อเกิดภาษาขึ้นสื่อแรกที่เกิดขึ้นคือการพูด การเขียน และพัฒนามาเป็นการพิมพ์ จากนั้นก็พัฒนากลายเป็นโทรเลข โทรศัพท์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ จากประวัติทางการสื่อสารของมนุษย์ กาญจนา แก้วเทพ (อ้างถึงใน กาญจนา มีศิลป์วิภักย์ (2549) ได้สรุปองค์ประกอบ 4 ประการ ตามแนวคิดของ McQuail (1987) ที่มีบทบาทในการพัฒนาสื่อ ดังนี้ 1) ตัวเทคโนโลยี 2) สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่เป็นบริบทในขณะนั้น 3) ภารกิจที่สื่อได้รับมอบหมายเพื่อตอบสนองความจำเป็นของสังคม 4) ประชาชนกลุ่มต่างๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสื่อ ในขณะที่เทคโนโลยีการสื่อสารมีพัฒนาความก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม จึงทำให้สื่อมีความหลากหลายเอื้อให้ผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ตามความพึงพอใจ

1.1.2 แหล่งการเรียนรู้ทางสังคม (Social Agent)

มนุษย์ทำการสื่อสารอยู่ตลอดเวลาไม่ว่าจะสื่อสารภายในตัวเองหรือสื่อสารกับผู้อื่น และการสื่อสารกับผู้อื่นนั้นก็มิใช่ช่องทางการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการของสื่อดังที่กล่าวไปข้างต้น แม้ช่องทางจะเปลี่ยนแต่การสื่อสารก็ยังคงหมายถึงการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูลความรู้

ความรู้สึก ความคิดเห็นต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ร่วมกันและมีปฏิสัมพันธ์กัน นอกจากนั้นการสื่อสารก็ยังคงเป็นการถ่ายทอดประสบการณ์จากคนหนึ่งไปสู่อีกคน และในอีกแง่หนึ่งการสื่อสารก็ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อการอบรมขัดเกลา บอกกล่าวแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมที่ควรอีกด้วย ซึ่งผู้ที่สื่อสารและถ่ายทอดความรู้หรือการอบรมขัดเกลาก็มีหลากหลายทั้งพ่อแม่ ปู่ย่าตายาย พี่ป้า น้าอา เพื่อนพระ คุณครู แม้กระทั่งต้นไม้ สัตว์ต่างๆ ถึงแม้ผู้ที่ทำหน้าที่อบรมนั้นจะมีมาก แต่ครอบครัวถือเป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคลในสังคมชุมชนก่อนยุคสมัยใหม่ เป็นแหล่งการอบรมและขัดเกลา (socialization) ถ่ายทอดวัฒนธรรม โลกทัศน์ จริยธรรม ฯลฯ ให้เด็กเป็นสมาชิกใหม่ของครอบครัวและชุมชน สามารถเข้าใจความเป็นจริงของระบบชีวิต (เกิด แก่ เจ็บ ตาย) และระบบความสัมพันธ์กับสังคมภายในและภายนอกในระดับต่างๆ (อรศรี งามวิทยาพงศ์, 2549)

แหล่งการเรียนรู้ที่สำคัญรองลงมาจากครอบครัวในอดีตนั้นก็คือแหล่งเรียนรู้สถาบันศาสนา แต่เดิมชุมชนไทยส่วนใหญ่มักจะศึกษาในวัดโดยมีพระเป็นผู้ที่มีบทบาทในการสื่อสารเพื่อให้ความรู้และปลูกฝังจริยธรรม และเรียนวิชาอื่นๆ ตามความสามารถพิเศษของพระแต่ละรูป ความเข้มแข็งของสถาบันสงฆ์สมัยเดิมทำให้ผู้ผ่านการบวชเรียนเป็นบุคคลที่มีคุณภาพของชุมชน พระเป็นผู้ได้รับความไว้วางใจจากคนในสังคมให้รับบทบาทในการอบรมสั่งสอน ผู้ผ่านการศึกษารับรู้จากวัดจึงเป็นผู้มีความรู้และคุณธรรมเมื่อลาสิกขาไป ก็จะเป็นแหล่งการเรียนรู้ทางอ้อมให้แก่บุคคลในครอบครัว ในชุมชน และมักได้รับการยอมรับให้เป็นผู้นำชุมชนอีกด้วย ส่วนแหล่งเรียนรู้ที่เป็นการศึกษาในโรงเรียนนั้นก็จะเป็นการศึกษาตามหลักสูตรที่ทางภาครัฐกำหนดให้มีวิชาต่างๆ ให้ศึกษาเพื่อนำไปใช้ประยุกต์ประกอบอาชีพในอนาคต ซึ่งสถาบันครอบครัว สถาบันศาสนา และสถาบันการศึกษานั้นมีบทบาทสำคัญมากในการอบรมและขัดเกลาคนในสังคม โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนเพราะมีความสัมพันธ์กันอยู่เสมอ จนมีคำที่กล่าวว่า “บวร” มาจากคำว่า บ้าน วัด และโรงเรียน ที่ถือเป็นปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ยั่งยืน

เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป การพัฒนาในด้านต่างๆ ก็มากขึ้นซึ่งก็ส่งผลกับแหล่งเรียนรู้ คือแหล่งเรียนรู้เดิมจะถูกแทรกแซงด้วยสื่อมวลชน แต่ในขณะเดียวกันการเรียนรู้และการสื่อสารของสถาบันเดิมนั้นก็ยังคงดำเนินควบคู่ไปในสังคมด้วยไม่ได้ถูกทำลายไปจนหมด อรศรี งามวิทยาพงศ์ (2549) กล่าวว่า ทั้งนี้เพราะ ปัจจุบันความสัมพันธ์ของครอบครัวของผู้อยู่อาศัยในเมืองได้ขยายตัวอย่างกว้างขวางในยุคการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย พ่อแม่ไม่มีเวลาให้การเรียนรู้และอบรมครอบครัวจึงอาจมีใช้ฐานการเรียนรู้ของบุคคลเพียงสถาบันเดียว เพราะพ่อแม่ทุ่มเทเวลาเพื่อความอยู่รอดด้วยการหาเช้ากินค่ำ มุ่งสร้างรายได้หรือความร่ำรวยตามค่านิยมสมัยใหม่ จนกระทั่งไม่มีเวลาเลี้ยงดูลูกอย่างใกล้ชิดเท่าที่ควร จึงก่อให้เกิดปัญหาเด็กขาดความอบอุ่นและขาดกระบวนการเรียนรู้ในเรื่องการจัดความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับบุคคลและสังคมโดยรวม ซึ่งสื่อมวลชนได้เข้ามาเติมเต็ม

รากฐานทางการเรียนรู้เรื่องต่างๆ ควบคู่ไปกับครอบครัว วัด โรงเรียน ที่เคยเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญในอดีตด้วย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อออนไลน์ (สื่อใหม่) และกลุ่มบุคคลที่แสดงบทบาทผ่านสื่อประเภทต่างๆ อาทิ นักร้อง นักแสดง นักการเมือง นักธุรกิจ ทั้งระดับประเทศไปจนถึงทั่วโลก ฯลฯ หากจะกล่าวถึงกลุ่มเป้าหมายของแหล่งเรียนรู้ที่เกิดขึ้นใหม่ เช่น สื่อมวลชนที่มีกลุ่มเป้าหมายครอบคลุมทั้งประเทศเข้าถึงคนในสังคมได้มาก McQuail ได้กล่าวถึงแนวโน้มของสื่อมวลชนว่าสื่อมวลชนทรงอิทธิพลมากจนสามารถเข้าไปแทนที่อิทธิพลดั้งเดิมที่เป็นครอบครัว โรงเรียน สถาบันศาสนา หรือกลุ่มเพื่อน (Dennis McQuail, 2543)

อรรถศรี งามวิทยาพงศ์ (2549) กล่าวว่า แหล่งเรียนรู้ที่ถูกลดความสำคัญไปมากที่สุด ในสังคมยุคทันสมัยก็คือแหล่งเรียนรู้ที่ตั้งอยู่ในระบบความสัมพันธ์ระดับต่างๆ เช่น ครอบครัว ชุมชน วัด ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญในการอบรมและขัดเกลาให้บุคคลรู้จักการจัดระบบความสัมพันธ์ระหว่างกัน และระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติรวมไปถึงการรู้จักชีวิต เมื่อแหล่งเรียนรู้เหล่านี้ถูกลดความสำคัญไปจึงมีผลกระทบต่อกระบวนการเรียนรู้หลายด้านเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะด้านจิตวิญญาณ จริยธรรม หรือจิตสำนึกสังคม ซึ่งต้องอาศัยแหล่งการเรียนรู้ดังกล่าวในการอบรมขัดเกลาทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ เพื่อให้บุคคลเรียนรู้การจัดการความสัมพันธ์กับมนุษย์ผู้อื่นและระบบนิเวศ ซึ่งเชื่อมโยงต่อไปถึงการพัฒนาจิตวิญญาณในตัวบุคคลที่พัฒนางอกงามได้จากการเรียนรู้ในการอยู่ร่วมและมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นหรือสิ่งอื่น ได้เห็นถึงความไม่เที่ยงแท้ของชีวิตสรรพสิ่ง และการหยั่งรู้เข้าถึงสิ่งสูงสุดที่เหนือมนุษย์ อย่างไรก็ตามสื่อมวลชนและสื่อใหม่ที่มีบทบาทเพิ่มขึ้นนั้นก็ได้ทำหน้าที่ควบคู่ทดแทนครอบครัว ชุมชน วัด ที่ถูกลดความสำคัญนี้

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนตามทัศนะของ Lasswell & C. Wright (1984) (อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2547) Lasswell ได้กล่าวว่าหน้าที่ของสื่อมวลชนเป็นไปตามระบบสังคมใหญ่ คือการธำรงรักษาเสถียรภาพของสังคม ได้แบ่งหน้าที่ย่อยๆ ได้ดังนี้ 1) หน้าที่สอดส่องดูแล 2) สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม 3) หน้าที่สืบทอดวัฒนธรรมของสังคม และ C. Wright ได้นำมาขยายต่อ ออกเป็น 4 ประการ ดังนี้ 1) การตรวจตราสอดส่องดูแล (การให้ข่าวสาร) 2) การเชื่อมและสานความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน 3) การอบรมบ่มเพาะ 4) การให้ความบันเทิง ซึ่งสื่อก็มีหน้าที่หนึ่งเพื่อที่จะทำให้คนในสังคมปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ ตามกรอบของสังคมที่ได้วางไว้ และเทคโนโลยีการสื่อสารก็ยังคงพัฒนาและดำเนินไปอย่างไม่หยุดนิ่ง

1.1.3 สื่อใหม่และสื่อสังคมออนไลน์

แหล่งการเรียนรู้ทางสังคมตั้งแต่อดีตเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพราะต้องปรับไปตามสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป การที่เราจะเชื่อในเรื่องใดเรื่องหนึ่งจากใครได้ ผู้นั้นต้องมีอิทธิพลกับตัวเราเองพอสมควร เช่น แหล่งการเรียนรู้สถาบันครอบครัว ที่เราเชื่อ

ในสิ่งที่พ่อแม่บอกและสอนเพราะว่าเราศรัทธาและเคารพบุพการีของเรา แต่เมื่อเวลาผ่านไป สภาพแวดล้อมก็เปลี่ยนแปลง แหล่งการเรียนรู้มีหลากหลายมากขึ้น เราจึงเลือกที่จะรับและเรียนรู้ จากสิ่งที่น่าสนใจมากกว่า เช่น จากกลุ่มเพื่อน จากสื่อมวลชน และล่าสุดสื่อที่เข้ามามีอิทธิพลต่อคนใน สังคมอย่างมากก็คือสื่อสังคมออนไลน์

ในปัจจุบันคงปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อออนไลน์ได้รับความนิยมสูงและมีแนวโน้มการใช้ อินเทอร์เน็ตมากขึ้นทุกๆ ปี และกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดจะอยู่ในช่วงอายุ 30-34 ปี (สำนักงาน พัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2557) เพราะสื่อใหม่สามารถโต้ตอบสื่อสารกันได้เร็วเป็นการสื่อสาร 2 ทาง และมีความหลากหลาย ไม่ว่าจะ เป็นภาพ เสียง สามารถใช้ประโยชน์ได้ในทุกๆ ที่ ด้วยความที่สื่อใหม่มีความโดดเด่นเรื่องของการพกพา ง่ายต่อการเคลื่อนย้ายพกพาไปที่ต่างๆ ได้ เช่น คอมพิวเตอร์พกพา แท็บเล็ต หรือจะเป็น สมาร์ทโฟน ที่เกือบจะทุกคนมีใช้โดยเฉพาะคนในเมือง ทำให้สัดส่วนการใช้งานต่อวันเพิ่มมากขึ้น ซึ่ง ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2557 (Thailand Internet User Profile 2014) ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร รายงานว่าค่าเฉลี่ยของการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์เพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2556 ซึ่งมีตัวเลขการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 32.3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือใช้เวลา โดยประมาณ 4.6 ชั่วโมงต่อวัน และ ปี 2557 นี้ ตัวเลขการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็น 50.4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือใช้เวลาโดยประมาณ 7.2 ชั่วโมงต่อวัน (คิดเป็น 1 ใน 3 ของวันเพื่อใช้งาน อินเทอร์เน็ต) ซึ่งก็ไม่น่าแปลกใจนักเพราะสื่อออนไลน์มีความดึงดูดใจสูง กาญจนา แก้วเทพ (2555) กล่าวว่า สื่อใหม่ช่วยลดปล่อยผู้ส่งสารทั้งผู้ส่งและผู้รับให้เป็นอิสระจากเวลาและพื้นที่การสื่อสาร โทรศัพท์มือถือสามารถใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา และสามารถใช้เป็นสื่อในการเรียนรู้และแบ่งปันเรื่องราว ต่างๆ กันได้อย่างง่ายดาย แต่เดิมเป็นผู้รับสารแต่เมื่อสื่อใหม่เข้ามาผู้รับสารก็สามารถทำหน้าที่เป็น ผู้ส่งสารได้

จากพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ข้างต้นสอดคล้องกับแนวคิดของซีมัวร์ พาร์เพิร์ต (Seymour Papert) นักคิดทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง (constructionism) กล่าวว่า พื้นฐานการเรียนรู้ที่มีมา 2 ประการ คือ ผู้เรียนเรียนรู้ด้วยการสร้างความรู้ใหม่ขึ้นในตนเอง ไม่ใช่รับ แต่เพียงข้อมูลที่หลั่งไหลเข้ามาในสมองของผู้เรียนเท่านั้น ความรู้เกิดจากการแปลความหมายของ ประสบการณ์ที่ได้รับซึ่งเป็นการสื่อสารภายในตัวบุคคล และยิ่งไปกว่านั้นกระบวนการเรียนรู้จะมี ประสิทธิภาพมากที่สุดหากกระบวนการนั้นมีความหมายกับผู้เรียนคนนั้น นั่นหมายถึงว่าในเมื่อผู้เรียน สนใจบางสิ่งบางอย่างอย่างจริงจังในที่สุดก็จะเกิดปัญญา (ความรู้) จากสิ่งที่สนใจศึกษานั้นได้ โดย ธรรมชาติของมนุษย์จะบริโภคข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ แล้วนำมาใคร่ครวญ/สื่อสารในตนเองจน

เกิดความเข้าใจและพัฒนาความคิดนั้นจนเป็นความรู้ เมื่อแน่ใจในความรู้ที่นั้นแล้วจึงถ่ายทอดไปยังผู้อื่น เพื่อให้รับรู้ต่อไป (นิคม ชัยขุนพล, 2556)

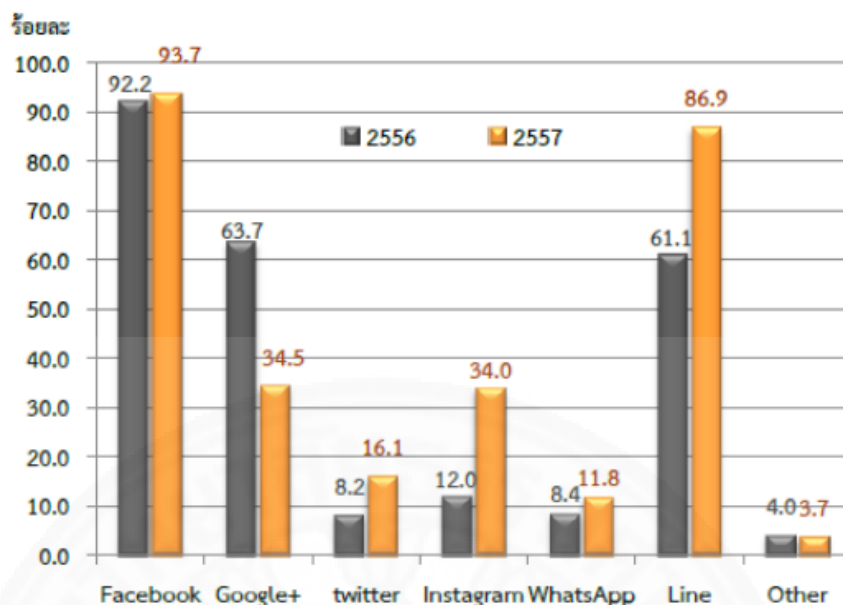
ภายใต้สื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์นั้นประกอบด้วยเว็บไซต์มากมายหลายประเภท เช่น เว็บไซต์องค์กร เว็บไซต์การศึกษา เว็บไซต์เพื่อความบันเทิง ฯลฯ ซึ่งในบรรดาเว็บไซต์ที่มีอยู่อย่างหลากหลายนั้น มีกลุ่มหนึ่งที่เรียกว่าสื่อสังคมออนไลน์ (social media) เช่น www.facebook.com, www.hi5.com, www.linkedin.com เป็นต้น



ภาพที่ 1.1 สื่อสังคมออนไลน์ทั้งหมดที่มีในปัจจุบัน สืบค้นจาก <http://www.flickr.com/photos/fredcavazza/2564571564>

สื่อสังคมออนไลน์เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่เป็นเครือข่ายทางสังคมที่ใช้สำหรับเชื่อมต่อระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล เพื่อให้เกิดเป็นกลุ่มสังคม (social community) เพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกัน สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายกันด้วยสายสัมพันธ์ของคนที่มีความคล้ายคลึงกันด้วยเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างอิสระไร้พรมแดน จนทำให้เครือข่ายมีขนาดใหญ่และเข้มแข็งขึ้น นอกจากนี้จะใช้ติดต่อสื่อสารของสมาชิกในกลุ่มแล้ว สื่อสังคมออนไลน์ยังเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของหลายๆ คนเพิ่มขึ้น ทำให้เรารู้สึกว่าเทคโนโลยีนี้เริ่มเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเรา

จากการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่าคนไทยนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ (social media) มากที่สุดเป็นอันดับ 1 จากเนื้อหาและเว็บไซต์ทั้งหมด



ภาพที่ 1.2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย สืบค้นจาก https://www.eta.or.th/eta_website/files/system/Slide_for_internet_user_profile_2014-present.pdf

จากแผนภูมิการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตนั้นพบว่า social media ที่คนไทยนิยมเข้ามากที่สุด 5 อันดับแรกในปี 2557 มีดังนี้ อันดับ 1 คือ facebook อันดับ 2 คือ line อันดับ 3 คือ google+ อันดับ 4 คือ instagram และอันดับ 5 คือ twitter

1.1.4 คำคม

จากข้อมูลข่าวสารและเรื่องราวต่างๆ มากมายมหาศาลได้ถูกบรรจุไว้ในสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นสาระหรือความบันเทิงต่างๆ สิ่งหนึ่งที่ดูจะโดดเด่นและได้รับความสนใจมากในปัจจุบัน โดยสังเกตจากความถี่ในการปรากฏบนสื่อสังคมออนไลน์และจำนวนการกดถูกใจแฟนเพจต่างๆ นั่นก็คือ “คำคม” (quotes) ซึ่งคำคมเป็นคำพูดที่ออกมาจากบุคคลที่ให้อารมณ์ หรือเล่าประสบการณ์ชีวิตเรื่องต่างๆ แบบสั้นๆ ความนิยมของคำคมนั้นเริ่มมาจากคุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนเข้ามาใช้ได้ ดังนั้นจึงเป็นการเปิดทางให้ผู้ที่ชอบเขียนได้มีโอกาสพรั่งพรูคำหรือประโยคต่างๆ ออกมา ส่วนใหญ่ก็มักจะเป็นคำที่ให้อารมณ์ คดีเตือนใจ คำสอน หรือเขียนสิ่งที่กลั่นกรองออกมาจากประสบการณ์ โดยอารมณ์ที่ได้เหมือนกับเพื่อนคุยกับเพื่อน คำหรือประโยคต่างๆ เหล่านี้มักจะถูกเรียกกันในสื่อสังคมออนไลน์ว่า “คำคม”

ความหมายของคำคมตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายไว้ว่า “ถ้อยคำหลักแหลมชวนให้คิด” ซึ่งถ้อยคำของคำคมนั้นอาจเป็นถ้อยคำที่ตกผลึกมาจากสุภาษิต คำพังเพย สำนวน หรือคำสอนต่างๆ เป็นคำกล่าวของบุคคลได้ผ่านกระบวนการคิด เป็นการสื่อสารภายในตัวบุคคลก่อนที่จะออกมาเป็นคำคม และที่สำคัญคำคมต้องทำให้เกิดความรู้สึก

อย่างไรอย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความลึกซึ้งเมื่อได้อ่าน คำคมในอดีตนั้นเปรียบเสมือนมรดกทางปัญญาที่จะคอยส่องทางสว่างให้กับชีวิต ซึ่งจะนำพาชีวิตไปสู่ความสุขและความสำเร็จได้ ซึ่งสอดคล้องกับ ทิพวรรณ ยามาโมโตและสุธี พนาวรี (2555) ที่กล่าวว่า คำคมคำพูดเหล่านั้นเปลี่ยนความคิดผู้เขียนไป จากนั้นมันก็เปลี่ยนพฤติกรรมให้ความรู้สึกที่เต็มเปี่ยม รู้สึกว่าตนเองมีประโยชน์กับคนอื่น มีความหมายต่อตนเอง เกิดความสุขจากสิ่งที่ได้ทำและที่ได้ทำลงไป เก็บเล็กผสมน้อยให้เป็นความทรงจำเล็กๆ น้อยๆ เหมือนของหวานแก่ชีวิตให้กระชุ่มกระชวยอยู่ตลอดเวลา และคำคมของบุคคลที่ประสบความสำเร็จนั้นไม่ได้เกิดขึ้นอย่างง่ายดาย แต่ต้องใช้เวลายั้งชีวิตสั่งสมประสบการณ์ซึ่งมีทั้งความสำเร็จและความล้มเหลว และสุดท้ายจึงได้สรุปออกมาเป็นประโยคสั้นๆ เพื่อเป็นสิ่งเตือนความจำ สั่งสอนให้คนรุ่นหลังได้ดำเนินรอยตามบนเส้นทางที่เขาเหล่านั้นผ่านมาแล้ว หรือเพื่อไม่ให้ผิดพลาดและต้องเจ็บปวดอย่างที่พวกเขาเหล่านั้นเคยประสบมา เช่นเดียวกับ ชัยรัตน์ วงศ์เกียรติ์จร (2556) ที่กล่าวว่าที่มาของข้อคิดคำคมเกิดขึ้นด้วยสติปัญญา ความเฉลียวฉลาดรอบรู้ ความสังเกตรอบคอบ มุมมองที่ลึกซึ้งแตกต่างกันของนักคิด นักเขียน กวี นักปราชญ์ พระศาสดา และบุคคลสำคัญของโลก ที่คัดสรรกลั่นกรองจนตกผลึกและจดบันทึกไว้ด้วยภาษาที่สละสลวย งดงามเหมาะสมกลายเป็นคำคมข้อคิดที่เปี่ยมไปด้วยคุณค่าในทุกกาลสมัย

คำคมในอดีตนั้นมีหลายลักษณะ หากจัดแบ่งเป็นประเภทจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

- 1) คำคมที่เป็นคำพูดธรรมดา ไม่มีสัมผัส โดยมากใช้คำง่ายๆ ไม่ต้องแปล อ่านแล้วเข้าใจทันที เช่น “ความรักทำให้คนตาบอด” “ลืมหืมที่อันตรายคือลืมหืมตัว”
- 2) คำคมที่เป็นคำสัมผัสคล้องจองกันสั้นๆ ส่วนมากมี 2 วรรค เพื่อจดจำได้ง่าย เช่น “ชื้อกินไม่หมด คดกินไม่นาน” “โกรธคืออนรก งกคือเปรต”
- 3) คำคมที่แต่งด้วยคำประพันธ์ เช่น “ใครลืมหืมใครใจรู้ ใครอยู่ใครไปใจเห็น ใครสุขใครเศร้าเข้าเย็น ใจเป็นที่แจ้งแห่งเรา ใครชอบใครชังช่างเถิด ใครเชิดใครชูช่างเขา ใครเบื่อใครบ่นทนเอา ใจเราร่มเย็นเป็นพอฯ” (www.krupakdee.com/tag/การเขียนคำคม)

คำคมเป็นถ้อยคำที่ทำให้ผู้อ่านได้แง่คิดในเรื่องต่างๆ เป็นข้อเตือนจิตสะกิดใจ หรือเสริมย้ำจากความคิดความรู้สึกภายในตัวเราเอง ให้ฉุกคิดหรือประพุดปฏิบัติตนในเรื่องใดเรื่องหนึ่งไปในแนวทางที่สร้างสรรค์ ในส่วนของคำคมนั้นก็มีพัฒนาการการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ ดังจะเห็นได้จากสื่อแรกที่ปรากฏคำคมก็คือสื่อบุคคล โดยอยู่ในรูปแบบของคำพูดที่เป็นบทสนทนาเพื่อให้เกิดการถกคิดในเรื่องต่างๆ เช่น “เสียเหงื่อเพราะกีฬา ดีกว่าเสียน้ำตาเพราะยาเสพติด” เมื่อเวลาผ่านไปสื่อใหม่ๆ ก็ได้เกิดขึ้นคำคมชุดเดียวกันก็จะย้ายมาอยู่ในรูปของสื่อเฉพาะกิจ เช่น ป้าย (วัด โรงเรียน หรือสถานที่ต่างๆ) ก็ได้ ต่อมาสื่อสิ่งพิมพ์ก็ทำหน้าที่ในการสื่อสารผ่านคำคมด้วย โดยจะอยู่ในรูปแบบของนิทานที่เป็นสื่อเพื่อการเรียนรู้เป็นทุนเดิมหรือหนังสือรวมคำคมสำหรับผู้สนใจโดยเฉพาะ ต่อมาเมื่อสื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทในสังคมมากขึ้น สื่อมวลชนก็นำเสนอคำคมไม่ว่าจะเป็นวิทยุและ

โทรทัศน์ ทางวิทยุก็จะอยู่ในรูปแบบของการค้นรายการหรือช่วงต่างๆ ทางโทรทัศน์ก็จะมีอยู่ในรูปแบบของการกล่าวปิดท้ายรายการหรืออยู่ในรูปแบบของการสรุปถ้อยคำของตัวละครหรือคำคมที่เกี่ยวข้องกับละครในช่วงนั้นๆ มาไว้ที่ตอนจบของละคร และเมื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากขึ้นคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นคำคมก็ได้เข้ามาอยู่ในพื้นที่สื่อออนไลน์โดยเฉพาะในสื่อสังคมออนไลน์ (social media) อยู่ในรูปของตัวอักษร ภาพประกอบพร้อมตัวอักษร และภาพการ์ตูนพร้อมตัวอักษร ถึงแม้ว่าการสื่อสารของคำคมนี้อาจมีพัฒนาการตามสื่อต่างๆ มาหลากหลาย แต่คำคมจากทุกๆ สื่อยังคงทำหน้าที่ไปพร้อมๆ กัน จะเห็นได้จากที่สื่อมีการพัฒนา ตัวคำคมเองก็ได้ขยายพื้นที่จากสื่อหนึ่งไปยังอีกสื่อหนึ่งด้วย

คำคมแต่เดิมนั้นมักจะมาจากบุคคลสำคัญ เช่น มหาตมา คานธี ผู้นำและนักการเมืองที่มีชื่อเสียงชาวอินเดียและศาสนาฮินดู คำคมส่วนหนึ่งของท่าน คือ “คนอ่อนแอไม่เคยให้อภัย การให้อภัยเป็นคุณลักษณะของคนเข้มแข็ง” หรือจะเป็นอัลเบิร์ต ไอน์สไตน์ ผู้ที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่าเป็นนักวิทยาศาสตร์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในคริสต์ศตวรรษที่ 20 คำคมจากไอน์สไตน์ที่ได้ยินกันบ่อยมากคือ “จินตนาการสำคัญกว่าความรู้” อย่างไรก็ตามในสังคมปัจจุบันคำคมอาจไม่ได้มาจากบุคคลความสำเร็จเพียงอย่างเดียว บางถ้อยคำเราก็ไม่สามารถหาที่มาของคำคมนั้นได้แต่ก็ใช้อ้างอิงกันมาช้านานแล้ว เช่น “ความรักทำให้คนตาบอด” ถ้อยคำนี้ก็สามารถเป็นคำคมทำให้เราได้ถูกคิดและเข้าใจความรักในอีกมุมมองหนึ่ง

ส่วนผู้ที่เขียนคำคมในสังคมออนไลน์นั้นมีทั้งบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น พระ นักร้อง นักแสดง พิธีกร หรือบุคคลธรรมดา ซึ่งในส่วนนี้จะมีมากกว่าส่วนของบุคคลที่มีชื่อเสียง ศศกร วัฒนา สุทธิวงศ์ ผู้อำนวยการสายงานธุรกิจสำนักพิมพ์แจ่มใส กล่าวเกี่ยวกับคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ว่า “การให้คนดั่งมาเขียนคนอ่านจะเปิดใจง่าย ถ้าเป็นนักเขียนที่คนอ่านไม่รู้จักเลยอาจจะมึนงงระหว่างนักอ่านนักเขียนอยู่ว่าคุณเป็นใคร มาจากไหน เชื่อได้หรือ อย่างไรก็ตามในกรณีคนเขียนไม่ดัง แต่ถ้าคอนเซ็ปต์ดีก็ยังสามารถอยู่” ทั้งนี้การที่ผู้เขียนจะเป็นใครจะเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือบุคคลธรรมดาที่สามารถสื่อสารเรื่องราวผ่านคำคมได้ เพราะลักษณะของสื่อใหม่ที่ผู้ส่งสารจะสามารถเป็นใครก็ได้ ไม่ต้องเป็นบุคคลที่มีอำนาจก็สามารถสถาปนาตนเองเป็นผู้สื่อสารให้กับคนจำนวนมากได้ เช่นเดียวกัน เพราะพื้นที่ในสื่อสังคมออนไลน์อำนวยความสะดวกให้กับทุกคนที่ต้องการใช้ประโยชน์ในทางตรงกันข้ามแหล่งเรียนรู้เดิม (social agent) สถาบันครอบครัว สถาบันศาสนา สถาบันการศึกษา กลุ่มนี้ได้รับการสถาปนาโดยธรรมชาติ เราสามารถเรียนรู้ได้โดยไม่มีเงื่อนไข เพราะมีความศรัทธาและนับถือในสถาบันนั้นๆ และเชื่อว่าครอบครัว คุณครู หรือพระยอมให้ความรู้และปรารถนาดี

ตัวอย่างคำคมที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์



ภาพที่ 1.3 คำคมจากเพจ status of love สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/Page.Status.of.Love>

จากคำคมข้างต้นเป็นการสื่อถึงความรักที่เคยมีความทรงจำที่ดีให้แก่กัน และ ความทรงจำนั้นก็เป็นสิ่งที่มีค่าและอยากจดจำเอาไว้ไม่ให้ลบเลือน แต่เมื่อเกิดเหตุการณ์อะไรบางอย่าง ที่ทำให้หมดรักแล้ว ความทรงจำดีๆ ที่เคยมีให้ก็สามารถลบทิ้งไปได้ทันที



ภาพที่ 1.4 คำคมจากพระภิกษุ สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/KhamkhomThanW>

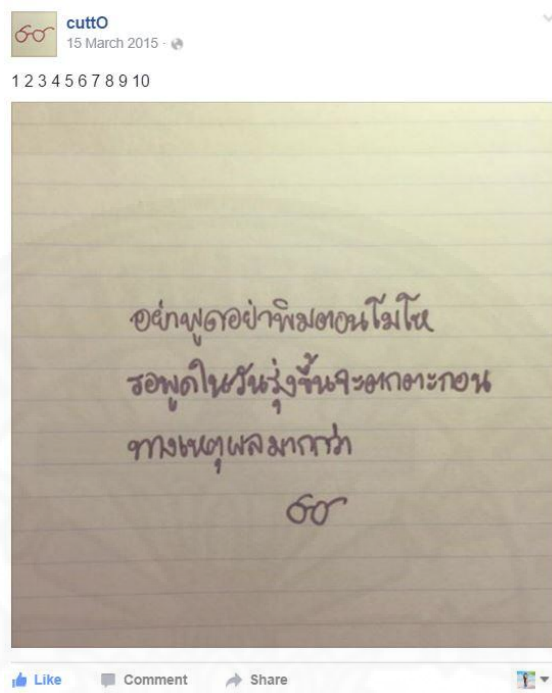
คำคมจากพระภิกษุสงฆ์นี้พบได้มากในสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นการสร้างพื้นที่ให้กับตนเองจากที่อยู่วัด ก็ได้เข้ามาในพื้นที่ของสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ จากคำคมข้างต้นสร้างขึ้นโดยพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี เป็นพระนักเทศน์ที่มีชื่อเสียงในประเทศไทย คำคมส่วนใหญ่จะบรรจุสารที่มีเนื้อหาสาระทางธรรม จากภาพหมายถึงการผิดเป็นครู ผิดเพื่อเรียนรู้ที่จะแก้ไข แต่ถ้าหากเห็นผิดเป็นชอบแล้ว สิ่งที่ไม่ดีต่างๆ ก็จะมารุมเร้าชีวิต ทำให้ไม่มีความสุข

การปรากฏคำคมบนพื้นที่สื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ วิทยุจนมาถึงสื่อออนไลน์ ดังตัวอย่างที่กล่าวไปแล้วนั้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อสารผ่านสื่อใดบทบาทของคำคมคือการมุ่งหวังให้เป็นข้อเตือนจิตสะกิดใจหรือเสริมย้ำจากความคิดความรู้สึกภายในตัวเราเอง ให้ฉุกคิดและประพฤติปฏิบัติตนในเรื่องใดเรื่องหนึ่งไปในแนวทางที่สร้างสรรค์และเหมาะสม อีกทั้งยังหวังว่าคำคมจะถูกนำไปใช้จนสามารถนำพาชีวิตไปสู่ความสุขและความสำเร็จได้ และจากการกำเนิดของสื่อใหม่และสื่อสังคมออนไลน์นี้สามารถเข้าถึงคนทุกเพศทุกวัย และสามารถนำไปใช้ได้ทุกที่ทั้งในห้องนอนหรือแม้แต่ห้องน้ำ สิ่งที่น่าสนใจสำหรับคำคมที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์นอกจากช่องทางการสื่อสารที่เปลี่ยนไปแล้วก็คือการได้เห็นถึงปฏิกิริยาโต้ตอบของผู้รับสารผ่านคำคม จะมีการกดถูกใจ (like) หรือแสดงความคิดเห็น (comment) เกี่ยวกับคำคมนั้นๆ ทำให้ได้เห็นถึงการเคลื่อนที่ของคำคมจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่งโดยวิธีการกดแบ่งปัน (share) หรือการติดชื่อ (tag) ซึ่งหากคำคมอยู่ในสื่อป้ายที่วัดหรือที่อื่นๆ ก็จะไม่สามารถเห็นปฏิกิริยาโต้ตอบเหล่านี้ได้อย่างเป็นรูปธรรม คุณลักษณะดังกล่าวน่าจะส่งผลต่อบทบาทของคำคมในสื่อสังคมออนไลน์โดยตรง ทั้งนี้ผู้วิจัยลองตั้งคำถามเกี่ยวกับบทบาทใหม่นี้ว่าน่าจะเป็นบทบาทในการเป็นพื้นที่แบ่งปันประสบการณ์ได้หรือไม่ เพราะการมีพื้นที่แสดงความคิดเห็นย่อมทำให้เห็นความคิดของคนในสังคมต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การที่คำคมจะโดนใจก็ต้องขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ดังนั้นอาจจะเป็นไปได้ว่าจะมีคนในสังคมมาแบ่งปันประสบการณ์ที่เกี่ยวกับคำคมนั้นๆ ในพื้นที่แฟนเพจคำคมนี้ก็ว่าได้

ผู้ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์คงเคยพบเจอกับคำคมในเฟซบุ๊กกันบ้าง เพราะเพื่อนๆ หรือคนที่รู้จักและไม่รู้จักก็ตามที่ต่างแบ่งปันกันให้เห็น มีหลายเพจที่เปิดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแบ่งปันคำคมเหล่านี้กันเป็นจำนวนมาก นักรบ พิมพ์ขาว บรรณาธิการสำนักพิมพ์ธิงค์ ปียอน กล่าวว่า “คนที่เล่นเฟซบุ๊กหรือทวิตเตอร์ต่างก็อยากให้เห็นคนสนใจ และคำคมก็เป็นสิ่งหนึ่งที่เรียกความสนใจได้โพสต์แล้วให้คนอื่นมากดโลกเอยะๆ มันเป็นเทรนด์ เป็นกระแส ดังนั้น トラบไคที่เรายังเล่นเฟซบุ๊กอยู่ก็จะมีคำแบบนี้ออกมาให้เห็น” สำหรับเฟซบุ๊กแฟนเพจที่มีวัตถุประสงค์แบ่งปันคำคม หรือถ้อยคำต่างๆ โดยที่เจ้าของเพจเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาคำคม (content) ด้วยตัวเองและมีจำนวนการกดถูกใจสูงสุดเป็นอันดับที่ 1 คือ เพจ cuttO ผู้ก่อตั้งคือคุณอารมณ โปธิ์หาญรัตนกุล หรือเป็นที่รู้จักในนาม “คัตโตะ” คัตโตะเป็นนักร้องวงลิปตา (Lipta) สังกัดเลิฟอีส เป็นนักแต่งเพลง และมีผลงานด้านงานเขียนคัตโตะใช้ชื่อ “cuttO” จุดเริ่มต้นของการเขียนคำคมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ก็คือโดยปกติคัตโตะเขียนบันทึกความรู้สึกลงไปในไดอารี่ของตนเองเพื่อเก็บเอาไว้อ่านและให้บันทึกย้อนกลับไปได้ว่า ณ ช่วงเวลานั้นตนเองรู้สึกอะไร รวมไปถึงบันทึกเพื่อเขียนเพลงอยู่แล้ว ซึ่งถ้อยคำที่เขียนก็เป็นเรื่องราวดีๆ จึงได้แบ่งปันทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งตอนนี้ก็ได้กลายเป็นถ้อยคำที่ให้กำลังใจตัวเองและคนที่ได้

อ่านไปในตัว ล่าสุดได้มีคนกดถูกใจแฟนเพจคำคมคัดโต๊ะมากถึง 1,443,993 likes (ณ วันที่ 11 ตุลาคม 2558)

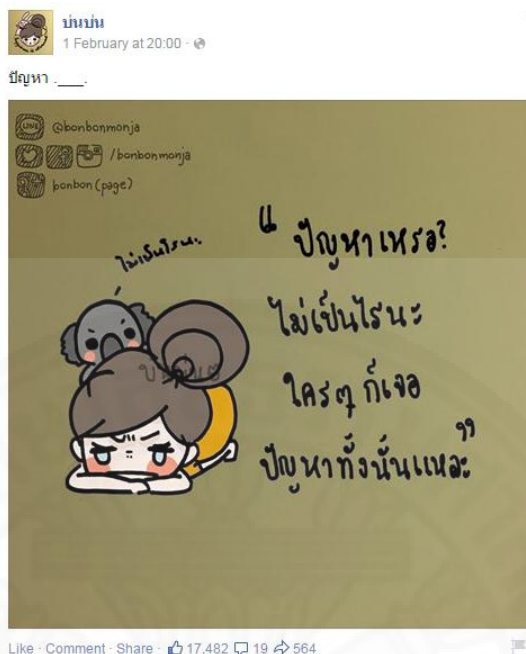
ตัวอย่างคำคมคัดโต๊ะ



ภาพที่ 1.5 คำคมคัดโต๊ะ สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/cuttOcuttO>

นอกจากคำคมของคัดโต๊ะแล้วก็ยังมีอีกท่านหนึ่งที่ได้รับคามนิยมไม่แพ้กันมี ยอดกดถูกใจมาเป็นอันดับที่ 2 ก็คือคำคมของคุณวาสิกา อุดมธนสกุล (ตรัย) เจ้าของเพจ “บ่นบ่น” จุดเริ่มต้นของการเขียนคำคมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ก็คือความชื่นชอบในการวาดรูปของตรัยและนิสัยช่างพูดช่างเจรจาของตัวเอง ประกอบกับความชอบเขียนเรื่องราวลงในเฟซบุ๊ก เพื่อนเห็นพฤติกรรมความชอบวาดชอบเขียนและช่างพูดเหล่านี้จึงได้แนะนำให้ทำเรื่องราวให้เกิดความสร้างสรรค์และจริงจังขึ้น ตรัยจึงเปิดเพจในเฟซบุ๊กโดยเอาสิ่งที่ตัวเองบ่น สิ่งที่ชอบจตเก็บไว้และนำทั้งหมดมารวมกับภาพประกอบการอธิบาย จนในที่สุดก็กลายมาเป็นเพจบ่นบ่น โดยอยู่ภายใต้แนวคิด Happiness is All Around นำเสนอเรื่องราว อารมณ์ ความรู้สึก เน้นไปที่เรื่องของการปลอบใจ โดยผ่านการดำเนินเรื่องราวของตัวการ์ตูนชื่อน้องมอณา ซึ่งเป็นคาแรกเตอร์ที่เกิดจากการดึงความเป็นตัวเองใส่ลงไป ล่าสุดได้มีคนกดถูกใจเพจบ่นบ่นมากถึง 882,976 likes (ณ วันที่ 11 ตุลาคม 2558)

ตัวอย่างคำคมของเพจบ่นบ่น



ภาพที่ 1.6 คำคมบ่นบ่น สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/bonbonmonja>

คำคมคัตโตะและบ่นบ่นนั้นเป็นคำพูดที่ถูกร้อยเรียงและถ่ายทอดออกมาจากเจ้าของแฟนเพจ เมื่อผู้เล่น ผู้อ่าน ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้รับสารก็ได้นิยามคำเหล่านั้นว่าเป็น “คำคม” เพราะคำเหล่านี้มีความหมายและให้ข้อคิดไปในแนวทางที่ดี ซึ่งก็สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของคำคมในอดีตที่ผู้รับสารเคยได้รับมา ซึ่งอาจจะมีรูปแบบหรือสำนวนการเขียนที่แตกต่างไปจากเดิมบ้างแต่ก็ยังคงนิยามว่าเป็นคำคม

จากความนิยมที่เห็นได้อย่างประจักษ์ชัดและมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของคำคมคัตโตะและบ่นบ่น ผู้วิจัยจึงได้สนใจในเรื่องของบทบาทของคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ เพราะสื่อใหม่อย่างสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้คนต่างมีอยู่กับตัว โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ “บ่นบ่น” และ “cuttO” โดยจะศึกษารูปแบบและประเภทของคำคมจากสื่อสังคมออนไลน์ และศึกษาคำคมของทั้ง 2 แฟนเพจว่ามีบทบาทอย่างไร รวมไปถึงศึกษาผู้รับสารว่าเมื่ออ่านคำคมจากสื่อสังคมออนไลน์แล้วรู้สึกอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษาในครั้งนี้จะทำให้เกิดประโยชน์ในแง่ของการทำให้ทราบถึงผู้รับสารว่าสามารถนำคำคมไปใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างไร และจากการย้ายพื้นที่จากสื่อเดิมมายังสื่อสังคมออนไลน์คำคมทำหน้าที่อะไรบ้าง

1.2 ปัญหาวิจัย

1. รูปแบบและประเภทของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีลักษณะเช่นไร
2. การอ่านความหมายและการใช้ประโยชน์จากคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้รับสารเป็นอย่างไร
3. บทบาทคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเป็นอย่างไร และเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

1.3 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบและประเภทของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
2. เพื่อศึกษาการอ่านความหมายและการใช้ประโยชน์จากคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้รับสาร
3. เพื่อศึกษาบทบาทคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลคำคมจากเฟซบุ๊กแฟนเพจของ “cuttO” และ “บ่นบ่น” โดยเลือกจากคำคมที่มีจำนวนการกดถูกใจสูงสุด 10 อันดับแรกของเดือนมกราคม-มิถุนายน 2558 โดยคำคมคัตโตะมีจำนวน 56 ชุด คำคมบ่นบ่นมีจำนวน 60 ชุด รวมทั้งสิ้น 116 ชุด และศึกษาเฉพาะคำคมเท่านั้นไม่รวมถึงการแสดงความคิดเห็น (comment) และคำบรรยายภาพ (caption) ของคำคมแต่ละชุด ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (textual analysis) การสัมภาษณ์เชิงลึก (indepth interview) และเอกสารอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (documentary research)

1.5 นิยามศัพท์

รูปแบบคำคมคัตโตะ หมายถึง ถ้อยคำที่ถูกเขียนด้วยลายมือเขียนของคุณอารมณั โพธิ์-

หาญรัตนกุล ที่บอกเล่าประสบการณ์ชีวิตของตนเองผ่านรูปแบบของข้อเขียนชุดหนึ่งมีความยาวตั้งแต่ 1 บรรทัดถึง 5 บรรทัด เช่น “ไม่มีชีวิตของใคร ที่จะดีไปได้ทุกวัน” ซึ่งข้อเขียนนั้นได้ถูกคัดเลือกและกลั่นกรองมาอย่างดี เพื่อนำมาเผยแพร่ลงในเฟซบุ๊กแฟนเพจคัตโตะ www.facebook.com/cuttOcuttO ซึ่งคำคมของคัตโตะจะเป็นข้อเขียนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเตือนผู้เขียนเองหรือผู้อ่านเกิดความรู้สึกคล้อยตามไปในแนวทางที่ผู้เขียนพิจารณาว่ามีความเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้เมื่อเขียนคำคมจบ ผู้เขียนมักจะมีสัญลักษณ์ “แว่นตา” ที่สะท้อนคุณลักษณะเด่นของผู้เขียน

รูปแบบคำคมบ่นบ่น หมายถึง ถ้อยคำที่ถูกเขียนด้วยลายมือของคุณวาสิกา อุดมธนา-สกุล ที่บอกเล่าประสบการณ์ชีวิตของตนเอง ณ ช่วงเวลาหนึ่งผ่านรูปแบบคล้ายๆ กับคำบ่นหรือวลีสั้นๆ เช่น “เมื่ออยู่บนจุดสูงสุด อย่าลืมช่วงเวลาที่อยู่ในจุดต่ำที่สุด” โดยมีภาพการ์ตูนเด็กผู้หญิงที่เปรียบเสมือนตัวผู้เขียนเอง กำลังแสดงท่าทางหรืออารมณ์ที่สอดคล้องกับอารมณ์ของวลีที่ถูกเผยแพร่ หรือมีตัวการ์ตูนสัตว์หรือคนหรือสิ่งของที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ผู้เขียนกำลังกล่าวถึงประกอบในคำคมหนึ่งชุด เผยแพร่ลงในเฟซบุ๊กแฟนเพจบ่นบ่น www.facebook.com/bonbonmonja โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกที่ผู้เขียนมีประสบการณ์ด้วยตนเองหรือนำมาจากคนรอบข้าง เพื่อเตือนตนเองและผู้อ่านให้เกิดความรู้สึกคล้อยตาม

ประเภทคำคม หมายถึง การแบ่งประเภทของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นตามหนังสือ The Theory of Communicative Action ของฮาเบอร์มาส 3 ประเภท คือ 1) constatives คำคมประเภทที่มีความหมายสอดคล้องกับธรรมชาติที่เป็นสัจธรรม และมาจากประสบการณ์ของผู้เขียนที่สามารถพิสูจน์เพื่อให้เห็นจริงตามคำคมที่กล่าว 2) regulatives คำคมที่มีความหมายเพื่อให้ผู้อ่านได้เกิดการอุกคิตหรือปฏิบัติตามไปในแนวทางที่สร้างสรรค์ 3) avowals คำคมที่แสดงความรู้สึกของผู้เขียนในช่วงระยะเวลาหนึ่ง บอกเล่าประสบการณ์หรือการดำเนินชีวิตประจำวัน

การอ่านความหมายคำคม หมายถึง การตีความหมายคำคมของผู้รับสาร ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ที่ได้รับกรอบมบ่นเพาะ อายุ เพศ อาชีพ เป็นต้น

การใช้ประโยชน์จากคำคม หมายถึง ผู้รับสารนำเอาคำคมไปใช้ในชีวิตประจำวันในรูปแบบต่างๆ เช่น เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต ใช้อ้างอิงในการสื่อสาร เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์งานเขียน สร้างภาพลักษณ์ในโลกเสมือน เตือนตนเองโดยการนำคำคมมาตั้งเป็นภาพ cover facebook ภาพ home ใน line เป็นต้น

บทบาทคำคม หมายถึง การทำหน้าที่ของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในชีวิตประจำวันของผู้อ่าน ไม่ว่าจะเป็นการทำให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ ความรู้สึกเห็นด้วย ยินยอม ยอมรับ อุกคิต เตือนให้ระแวงระวังภัย ระมัดระวัง ถ่ายทอดวัฒนธรรม ความคิดในสิ่งที่ควรจะทำ

คำคมแต่ละชุดผู้อ่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตได้ หรืออาจเกิดความรู้สึกที่ตรงกันข้ามกับผู้เขียนคำคมก็ได้

การสื่อสารคำคม หมายถึง ผู้ส่งสารนำถ้อยคำผ่านข้อเขียนจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแฟนเพจของคัตโตะและบอนบอนไปยังผู้รับสารที่กดถูกใจ (like) แฟนเพจเอาไว้ หรือผู้ที่เป็นเพื่อนกับผู้ที่ถูกกดถูกใจแฟนเพจของคัตโตะและบอนบอนที่ได้ส่งต่อคำคมบางชุดไปยังผู้รับสารหรือเพื่อนคนอื่นๆ ที่อาจจะเลือกกดหรือไม่ได้กดถูกใจเฟซบุ๊กแฟนเพจคัตโตะและบอนบอน

ผู้รับสารคำคมเฟซบุ๊กแฟนเพจคัตโตะและบอนบอน หมายถึง ผู้รับสารที่เลือกกดถูกใจ (like) เฟซบุ๊กแฟนเพจคัตโตะและบอนบอนเพื่อติดตามคำคม เมื่ออ่านคำคมในแต่ละครั้งอาจมีพฤติกรรมกดถูกใจ (like) แบ่งปัน (share) เขียนแสดงความรู้สึก (comment) แท็ก (tag) แม้กระทั่งไม่มีความรู้สึกต่อคำคมบางชุด หรือมีพฤติกรรมอื่นๆ ที่แสดงความรู้สึกต่อคำคม ผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจของผู้เขียนคำคมหรือพื้นที่ของเพื่อนๆ ผู้รับสาร คนอื่นๆ ที่อาจจะตรงกับอารมณ์หรือถ้อยคำที่ปรากฏในคำคมแต่ละชุด

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่ผู้ส่งสาร (คัตโตะและบอนบอน) ใช้สื่อสารกับผู้รับสาร โดยคุณลักษณะเด่นของสื่อนี้ คือ ผู้รับสารและผู้ส่งสารจะต้องเชื่อมต่อเครือข่าย (internet) เสมอจึงจะสามารถสื่อสารกันได้ และทั้งสองฝ่ายต้องมีความรู้ ประสบการณ์ในการใช้สื่อชนิดนี้ จึงจะทำให้สื่อสารกันได้ตามความคาดหวังของตนเอง ทั้งนี้ ผู้รับสารจะมีพฤติกรรมที่เลือกช่วงเวลาเปิด-ปิด เลือกเปิดรับคำคมบางชุด เลือกสถานที่ในการเปิดรับได้ด้วยตนเอง รวมถึงเลือกสารที่ผู้รับสารเล็งเห็นว่ามีความเกี่ยวข้องกับตนเองหรือคนอื่นๆ ที่ตนเองรู้จัก และสามารถแสดงความคิดเห็นใดๆ กลับไปยังผู้เขียนคำคมหรือผู้รับสารคนอื่นๆ ได้ตามความต้องการ

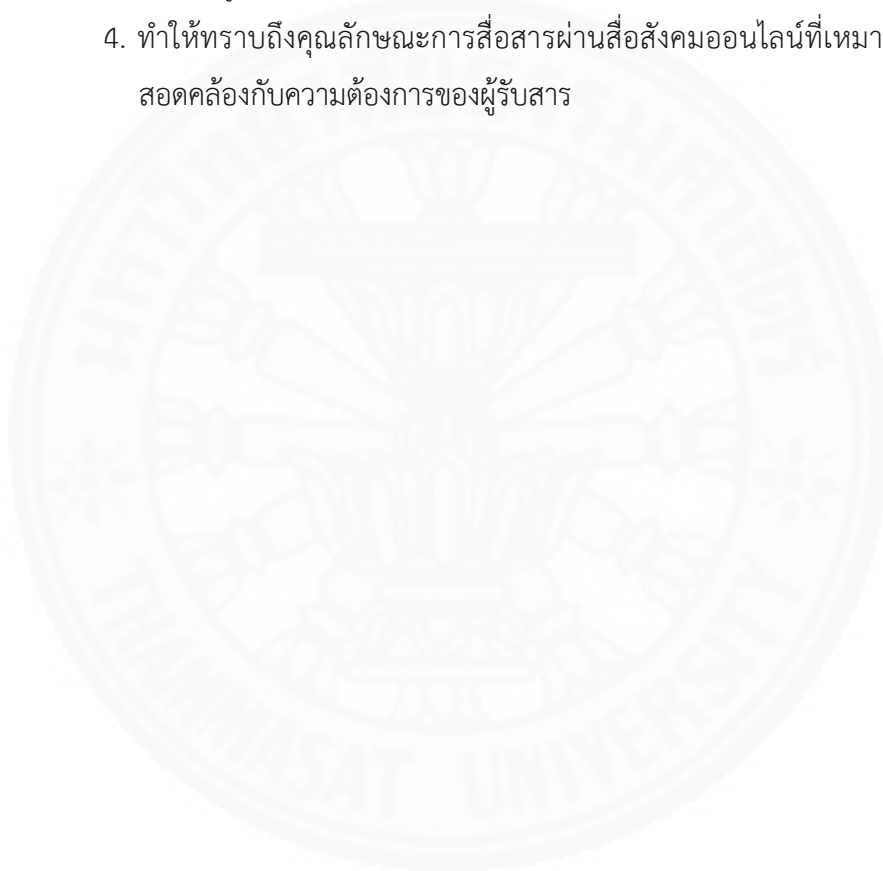
เฟซบุ๊ก (Facebook) หมายถึง ช่องทางการเผยแพร่คำคม รูปภาพ รวมถึงข้อความต่างๆ ของคัตโตะ www.facebook.com/cuttOcuttO และบอนบอน www.facebook.com/bonbonnmonja เพื่อสื่อสารกับผู้ที่ถูกกดถูกใจ (like) แฟนเพจ

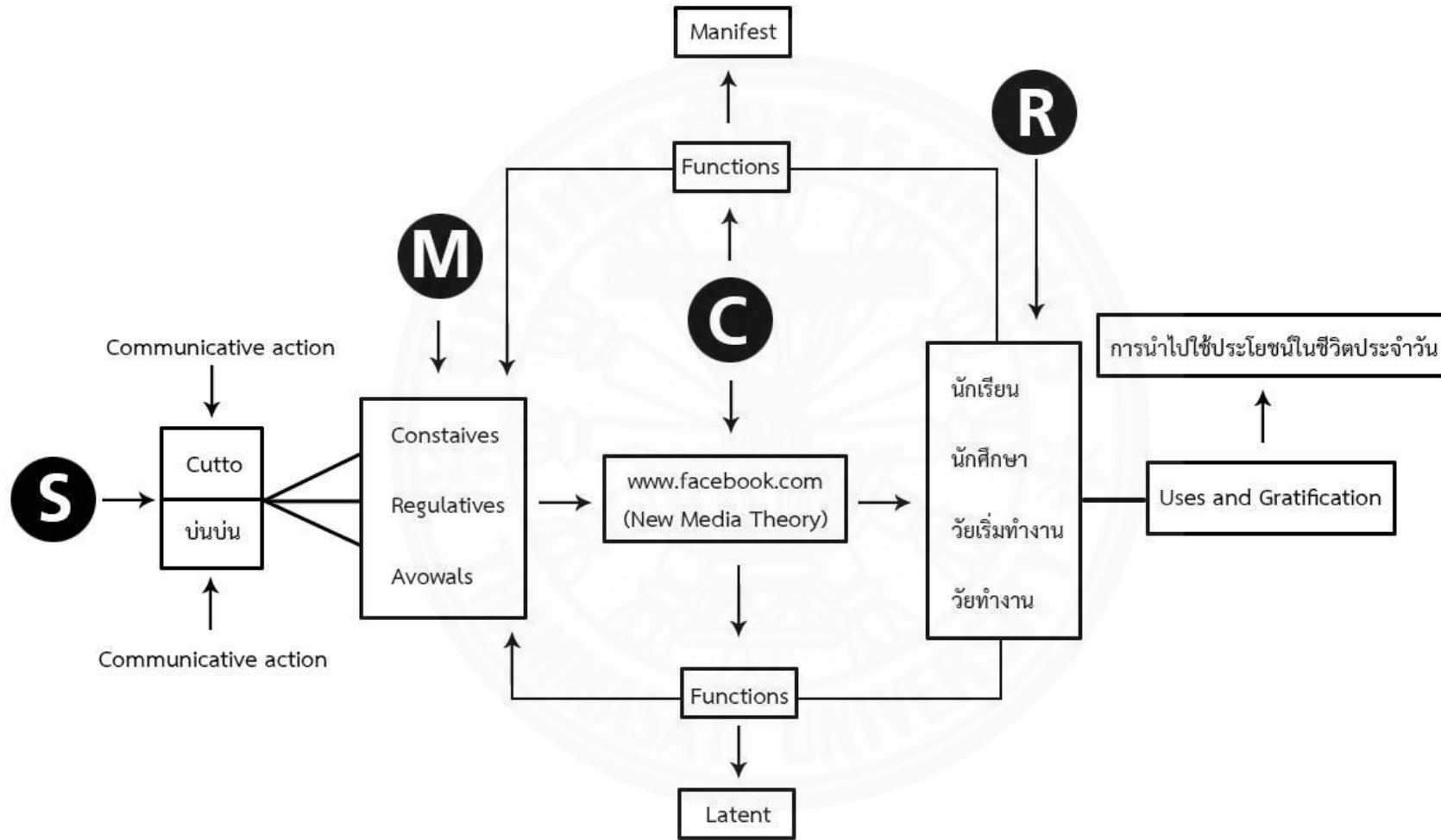
การวิเคราะห์คำคม หมายถึง การพิจารณาและตีความความหมายที่ปรากฏในคำคมของคัตโตะและบอนบอนโดยผู้อ่านคำคม อาจจะมีทั้งที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยกับคำคมแต่ละชุดตามประสบการณ์ของผู้อ่าน

การกระทำเชิงการสื่อสาร หมายถึง การเขียนคำคมหนึ่งชุดที่ผู้ส่งสาร คือ คัตโตะและบอนบอนเผยแพร่คำคมออกไปและหวังให้เกิดการยอมรับ ความมีเข้าใจร่วมกัน และคาดหวังว่าจะได้รับผลประโยชน์จากการสื่อสารผ่านคำคม

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบบทบาทของคำคมที่ถูกเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งถือเป็นสื่อใหม่
2. ทำให้ทราบการอ่านความหมายและการนำคำคมที่เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปเลือกใช้ในชีวิตประจำวันของผู้รับสาร
3. ทำให้เล็งเห็นถึงศักยภาพความสามารถของสื่อคำคมในการก้าวข้ามจากพื้นที่จากที่หนึ่งมาสู่พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ในสื่อใหม่
4. ทำให้ทราบถึงคุณลักษณะการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมกับสื่อและสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร





ภาพที่ 1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่องบทบาทการสื่อสารคำคมคัตโตะและบ่นบนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยมุ่งศึกษารูปแบบและประเภทของคำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และบทบาทของคำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก การอ่านความหมายของผู้รับสาร รวมถึงศึกษาการนำคำคมไปใช้ประโยชน์ โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีมาประกอบการอธิบายบทบาทของคำคมฯ ทั้งนี้วิธีการศึกษาคำคมในสื่อสังคมออนไลน์จะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา การสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงศึกษาข้อมูลเชิงเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จึงได้กำหนดแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการวิจัยดังนี้

1. แนวคิดการกระทำเชิงการสื่อสาร (Communicative Action)
2. แนวคิดเรื่องการโน้มเอียงเชิงเวลาและการโน้มเอียงเชิงพื้นที่ (Time-biased and Space-biased) และแนวคิดของกลุ่มยุคหลังสมัยใหม่ (Postmodern)
3. ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism Theory)
4. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)
5. แนวคิดเกี่ยวกับคำคม (Quotes)
6. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media)
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดการกระทำเชิงการสื่อสาร (Communicative Action)

ผู้วิจัยนำแนวคิดการกระทำเชิงการสื่อสารมาศึกษาถึงคุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารผ่านคำคมว่าแท้จริงแล้วผู้ส่งสารและผู้รับสารจะได้รับผลประโยชน์จากการสื่อสารผ่านคำคม และจะนำไปสู่ความเข้าใจซึ่งกันและกันได้หรือไม่ และการสื่อสารคำคมในพื้นที่สาธารณะเป็นอย่างไร โดยแนวคิดการกระทำเชิงการสื่อสารมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1.1 ภาษาในทัศนะของขอมสกี

โนม ขอมสกี เป็นบุคคลสำคัญที่ให้ความสนใจในเรื่องภาษา กาญจนา แก้วเทพ (2548) กล่าวถึงในหนังสือชุดปรัชญาวิทยาศาสตร์และทฤษฎี การสื่อสารคำพูดของขอมสกีว่า “เมื่อเราศึกษาภาษาของมนุษย์ เรากำลังก้าวไปสู่สิ่งที่บางคนอาจเรียกได้ว่าแก่นสารของมนุษย์ หรือสารัตถะของมนุษย์ (human essence) คุณภาพที่เด่นชัดของจิตใจซึ่งเท่าที่เรารู้ถือว่าเป็นสิ่งพิเศษ

สำหรับมนุษย์เท่านั้น” คำกล่าวนี้บ่งชี้ให้เห็นทัศนคติของชอมสกีต่อ “ภาษาของมนุษย์” ที่มีลักษณะพิเศษ คือ ภาษาไม่ใช่ตะกร้าใส่คำ การนำเอาคำมาใส่รวมกันแบบใส่ผลไม้ลงไปในตะกร้าก็ดี การจัดเรียงคำตามลำดับอักษรตามแบบพจนานุกรมก็ดี การจัดท่าคลังคำก็ดี เหล่านี้ก็ยังไม่ใช่ “ภาษา” เนื่องจากชอมสกีเห็นว่าลักษณะเด่นชัดแน่นอนและยอมรับกันได้ก็คือลักษณะสร้างสรรค์ (creativity) ที่ปรากฏในภาษาทุกภาษาของมนุษย์และเป็นลักษณะที่ภาษามนุษย์ออกจากภาษาของสัตว์ แม้สัตว์ เช่นนกแก้ว นกขุนทองที่สามารถเลียนเสียงมนุษย์ได้ แต่สัตว์เหล่านั้นจะไม่สามารถสร้างประโยคใหม่ที่มีความหมายแปลกออกไปตามความต้องการของตนเองอย่างเช่นที่มนุษย์แทบทุกคนกระทำได้ จึงกล่าวได้ว่าการสร้างสรรค์เป็นลักษณะพิเศษที่มนุษย์มีเพื่อใช้ในการสร้างประโยคตามแนวนึกคิดของตนเอง ซึ่งไม่มีสัตว์ใดในโลกที่มีความสามารถเช่นนี้

สืบเนื่องจากที่กล่าวมาข้างต้นว่า “ภาษาไม่ใช่ตะกร้าใส่คำ” นั้น หมายความว่า การนำเอาคำต่างๆ มาร้อยเรียงกันนั้นต้องมีระบบ เช่น ต้องมีไวยากรณ์ มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอน ที่ทำให้การร้อยเรียงดังกล่าวนี้เกิดเป็นความหมายแบบต่างๆ ขึ้นมาได้ ภาษาจึงเป็นสิ่งที่มีความหมาย และประเภทของความหมายก็มีหลายแบบ ดังนี้

2.1.2 ประเภทของความหมาย

2.1.2.1 ความหมายทั่วไป (lexical meaning)

เป็นความหมายของคำ ซึ่งคำๆ เดียวอาจจะมีหลายความหมายหรือมีหลายความหมายก็ได้ เช่น คำว่า “ไซ” อาจมีความหมายเดียวคือ “การยอมรับ” แต่คำว่า “คิด” มีได้หลายความหมาย เช่น เลือกรหรือแยกสิ่งที่ยังรวมกันอยู่ จัดหรือเผยอให้เคลื่อนที่ ขัดแย้ง ลอกจาก ต้นฉบับ แน่นหรือตึง เป็นต้น

2.1.2.2 ความหมายทางโครงสร้าง (structural meaning)

มีคำอยู่บางคำซึ่งไม่มีความหมายทั่วไปแต่มีความหมายทางด้านโครงสร้าง เช่น to ในประโยค she learn to do yoga. ประโยคนี้จะขาด to ไม่ได้ เพราะจะเป็นประโยคที่ผิด แต่ถ้าถามว่า to มีความหมายอะไร จะไม่มีใครบอกได้

2.1.3 หลักการสำคัญด้านภาษาของชอมสกี

หลักการสำคัญด้านภาษาของชอมสกี คือการนำเอาภาษาศาสตร์ที่เคยสนใจแต่วิธีการพรรณนาซึ่งอยู่ในระดับพื้นผิว และการเรียนรู้ตามหลักไวยากรณ์ ซึ่งมักจะเน้นด้านที่หยุดนิ่งของภาษา ให้ลงไปสู่โครงสร้างระดับลึกของภาษาและเปิดเผยให้เห็น “ด้านที่เคลื่อนไหวอย่างสร้างสรรค์ของภาษา” เขาเปรียบเทียบว่านักภาษาศาสตร์ต้องมีวิธีคิดเช่นเดียวกับนักฟิสิกส์ กล่าวคือจะต้องไม่หยุดยั้งระดับของการศึกษาวิเคราะห์หรืออยู่ที่ปรากฏการณ์หรืออยู่ที่ระดับผลผลิตของภาษาเท่านั้น แต่ต้องเจาะลึกลงไปหาการอธิบายบรรดากฎเกณฑ์/โครงสร้างต่างๆ ที่เป็นต้นกำเนิดของ

ปรากฏการณ์หรือผลผลิต เช่น การใช้ท่วงทำนองหรือสไตส์บางอย่าง (เช่น การใช้การอ้างอิง) รูปแบบ (เช่น การใช้ตัวอย่างประกอบอยู่เสมอ) และวิธีการ (เช่น การแปลงความคิดนามธรรมให้เป็นรูปธรรม) ดังที่กล่าวมาแล้วว่าซอมสกีนั้นยืนยันว่าภาษาไม่ใช่เรื่องของการเอาถ้อยคำมาเรียงร้อยเข้าด้วยกันเท่านั้น หากทว่าภาษาเป็นมากไปกว่านั้น

คำคมในสื่อสังคมออนไลน์เป็นการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ของภาษา มีวิธีการเขียนที่แตกต่างไปจากคำคมที่ประสบพบเจอมาในอดีต และการนำเสนอก็แตกต่างกันไป ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจว่าคำคมในสื่อสังคมออนไลน์จะเป็นอย่างไรเมื่อต้องศึกษาโครงสร้างระดับลึกในมุมมองของผู้ใช้ภาษา

2.1.4 ประเภทของไวยากรณ์

ซอมสกีเริ่มการศึกษาจากจุดเริ่มต้นแบบภาษาศาสตร์คือเรื่องไวยากรณ์ โดยได้แยกแยะว่ามีไวยากรณ์อยู่ 3 แบบคือ

2.1.4.1 Finite State Grammar ไวยากรณ์แบบนี้มีลักษณะเป็นเส้นตรง (linear) เราจะเห็นได้ว่าไวยากรณ์แบบนี้จากกำหนดให้เรียงประโยคเข้าไปจากทางซ้ายไปขวา ซึ่งเป็นวิธีการแบบง่าย ๆ คำที่มาก่อนหน้าจะเป็นตัวกำหนดทางเลือกของคำต่อไป เช่น ถ้าเป็นไวยากรณ์ภาษาอังกฤษคำแรกที่ขึ้นต้นประโยคจะเป็นประธานแล้วทำต่อไปก็จะถูกกำหนดว่าต้องเป็นคำกริยา เป็นต้น

2.1.4.2 Phrase Structure Grammar ไวยากรณ์ในระดับนี้ยังคงเกี่ยวข้องกับโครงสร้างระดับพื้นผิวของประโยค และเกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้หลายๆ ทางของความหมายที่อาจจะเกิดขึ้นจากประโยคเพียงประโยคเดียว เช่น เมื่อเราเขียนว่า “ชายหญิงชราคู่หนึ่ง” อาจมีความหมายได้หลายแบบคือทั้งชายและหญิงเป็นคนชราทั้งคู่ หรือชายไม่ได้เป็นคนชราแต่หญิงเท่านั้นที่เป็นคนชรา เป็นต้น

2.1.4.3 Transformational Grammar (ไวยากรณ์ปริวรรต) เป็นไวยากรณ์ในระดับที่มีวิธีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบประโยคใหม่จากประโยคเดิมที่มีอยู่ (ในภาษาอังกฤษเป็นการแปลงประโยคจาก active form มาเป็น passive form) ทั้งๆ ที่อยู่ภายใต้กฎเกณฑ์เดิม แต่ก็ยังสร้างสรรค์ใหม่ได้ตลอดเวลาไวยากรณ์ในระดับนี้ซอมสกีเรียกได้อย่างหนึ่งว่า generative grammar

ซอมสกีสามารถอธิบายให้เห็นได้ว่าไวยากรณ์แบบ phrase structure และ transformational นั้นมีพลานุภาพมากกว่าไวยากรณ์แบบ finite state กล่าวคือสามารถสร้างสรรค์ความหมายได้มากกว่า และไวยากรณ์แบบ transformation ก็ยังทรงอานุภาพมากกว่า phrase structure อีกด้วยเช่นกัน ถึงแม้ประเภทของไวยากรณ์ทั้ง 3 ชนิดนี้จะมีนักภาษาศาสตร์ค้นพบมาก่อน

หน้ายุคสมัยของคอมสกีแต่คอมสกีก็มีคุณูปการตรงที่ยกสถานะของไวยากรณ์แบบ transformation ให้โดดเด่นขึ้นมา เนื่องจากเขาสามารถแสดงให้เห็นว่ามีแต่ไวยากรณ์แบบ transformation เท่านั้นที่จะสร้างสรรค์กฎเกณฑ์ใหม่ๆ ขึ้นมา ครอบงำเบื้องหลังไวยากรณ์แบบ transformation ก็คือทุกๆ ถ้อยคำที่ถูกกล่าวออกมา ดูเหมือนว่าจะเป็นที่ยอมรับกันว่าถ้อยคำนั้นดำเนินไปตามกฎเกณฑ์เพียงข้อเดียวหรืออย่างเดียวนั้น แท้จริงแล้วมีกฎหลายข้อที่เดียวที่เกี่ยวข้องกับถ้อยคำนั้น คำคมก็จัดอยู่ในไวยากรณ์ประเภท phrase structure และtransformational ที่สามารถตีความออกไปได้อย่างหลากหลายจากคำคม 1 ชุด และยังสามารถใช้ได้กฎเกณฑ์ไวยากรณ์ทางภาษาแต่ก็สามารถที่จะดัดแปลงสร้างสรรค์เป็นประโยคใหม่ๆ ได้

2.1.5 กระบวนการเรียนรู้ภาษาของมนุษย์

ดังที่กล่าวมาแล้วว่าในยุคสมัยของคอมสกีนั้น อิทธิพลของสำนักพฤติกรรมนิยมเชิงประจักษ์กำลังมีอยู่สูงแม้แต่ในหมู่นักภาษาศาสตร์ ดังนั้น การตอบคำถามว่ามนุษย์รู้คำใหม่ๆ ภาษาใหม่ๆ ได้อย่างไร ในทัศนะของนักพฤติกรรมนิยมจึงสรุปว่า คนเราเรียนรู้ด้วยการจับคู่ระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนองอย่างง่าย ๆ (S-R conditional) เช่น เมื่อเห็นแมว (สิ่งเร้า) ก็จับคู่กับคำว่าแมว (การตอบสนอง) แต่คอมสกีเห็นว่ากระบวนการเรียนรู้ภาษาของมนุษย์มิได้เป็นไปเช่นนั้น

คอมสกีเริ่มลำดับคำถามด้านภาษาศาสตร์เพื่อจะอธิบายต่อไปว่าผู้ที่ใช้ภาษาทำอย่างไรจึงสามารถสร้างประโยคใหม่ๆ และเข้าใจประโยคใหม่ๆ ที่เขียนหรือพูดอย่างถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ได้ โดยไม่ต้องเคยพบเห็นประโยคนั้นมาก่อนหน้านี้อย่างไร (หากเรียนรู้แบบ S-R conditioning มนุษย์เราต้องเคยเผชิญหน้ากับสิ่งเร้ามาก่อนหน้านั้น)

ณ จุดนี้ คอมสกีได้นำเอาแนวคิดเรื่อง “ความสามารถในการเป็นผู้เรียนรู้ภาษาของมนุษย์” มาผสมกับแนวคิดเรื่องไวยากรณ์ 3 แบบ ดังที่กล่าวไปแล้ว คอมสกีก็กล่าวว่ามีมนุษย์เราที่มีความสามารถในการเรียนรู้ภาษาอยู่ 2 ระดับ คือ

2.1.5.1 ระดับ performance

ความสามารถในระดับนี้คือการเรียนรู้ที่จะใช้ภาษาได้ตามหลักไวยากรณ์แบบ finite state เป็นความสามารถในการใช้กฎเกณฑ์หรือไวยากรณ์อย่างรู้ตัว เช่น เวลาเราเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเราก็คงทราบว่า ถ้าประธานเป็นเอกพจน์บุรุษที่ 3 กริยาเป็น present tense จะต้องเติม s นี่เป็นความสามารถระดับ performance คือ ระดับที่ทำตามกฎเกณฑ์ไวยากรณ์ได้

2.1.5.2 ระดับ competence

เป็นความสามารถของผู้ใช้ภาษา (ที่เก่งกาจ/อุดมคติ) ที่สามารถจะใช้หลักไวยากรณ์แบบ phrase structure หรือ transformational ได้ โดยระดับนี้จะเป็นความสามารถในการเรียนรู้ภาษาของมนุษย์ เช่น เวลาที่เราได้ยินคน 3 คน พูดประโยคเดียวกันว่า “กินข้าวหรือยัง”

ทั้งๆ ที่วิธีการออกเสียงของทั้ง 3 คนอาจจะแตกต่างกัน ออกเสียงสระ วรรณยุกต์ เสียงสั้นยาวต่างกัน บางคนอาจจะตัดคำบางคำออกไป เช่น “กินข้าวยัง” แต่โดยทั่วไปคนไทยก็จะสามารถเข้าใจประโยคนี้จากคนทั้ง 3 ได้ นี่เป็นความหมายหนึ่งของคำว่า ความสามารถแบบ competence ของมนุษย์ในการเรียนภาษา

นอกจากนั้น อีกความหมายหนึ่งของ competence ที่อาจขัดแย้งกับความสามารถของ performance ที่กล่าวมาข้างต้นคือ competence ซึ่งเป็นความสามารถที่รู้จักแสวงหาทางเลือกหลายๆ ทางที่เป็นไปได้ (possibility) ในการเลือกสร้างประโยคที่ยังคงอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ ซึ่งเราจะพบมากในการทำงานของศิลปินหรือนักประพันธ์ ซึ่งอาจจะเขียนข้อความๆ หนึ่งให้สื่อความหมายได้แต่ก็มีวิธีเขียนหลายๆ แบบ

2.1.6 เอกลักษณ์แนวคิดของขอมสกี

ขอมสกีกล่าวว่างานของนักภาษาศาสตร์ที่เคยมีมาจะมีความโดดเด่นในการสกัดหลักหรือกฎเกณฑ์ของโครงสร้างประโยคออกมา ที่เรารู้จักกันในนามไวยากรณ์ แต่่างานเหล่านั้นยังไม่สามารถอธิบายได้ว่าในความจริงแล้ว ผู้พูดสร้างประโยคขึ้นมาได้อย่างไร (ในสามัญสำนึกเราก็รู้ว่าผู้คนส่วนใหญ่ไม่ได้ตั้งใจหรือมีสำนึกเลยว่าเราต้องพูดให้ถูกหลักไวยากรณ์ รวมถึงคนส่วนใหญ่อาจจะอธิบายหลักไวยากรณ์ไม่ได้ แต่พวกเขาพูดและเขียนถูกหลักไวยากรณ์ได้อย่างไร) ขอมสกีจึงหมายความว่า “รูปแบบของประโยค” นั้นแยกไม่ออกจาก “กระบวนการที่มันถูกสร้างขึ้น”

นอกจากนั้นขอมสกียังเห็นว่าโครงสร้างของประโยคนั้นจะมีระดับคือโครงสร้างระดับพื้นผิว (ที่เรามองเห็นเวลาเขียนหรือได้ยินเวลาฟัง) กับโครงสร้างระดับลึก (มองไม่เห็นแต่อยู่ในจิตใจ/ความคิดของผู้ใช้ภาษา) ขอมสกีเห็นว่า หากเราไม่แยกแยะโครงสร้างทั้ง 2 ระดับนี้ออกจากกัน และไม่เข้าใจกระบวนการสร้างรูปประโยคแล้ว เราอาจจะเข้าใจผิดโดยดูจากโครงสร้างระดับพื้นผิว แล้วก็ทึกทักว่าโครงสร้างระดับลึกในใจของผู้พูดก็เป็นเช่นเดียวกับโครงสร้างระดับพื้นผิว ซึ่งก็สอดคล้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ที่ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้เขียนเพื่อค้นหาความหมายของโครงสร้างระดับลึกของคำคมด้วย รวมถึงศึกษาการอ่านความหมายของคำคมที่เป็นโครงสร้างระดับลึกของผู้อ่านด้วย

ฉะนั้น ในทัศนะของขอมสกี “การเข้าใจกระบวนการสร้างประโยค” นั้น ก็เป็นหัวใจสำคัญในการศึกษาภาษาศาสตร์มากกว่าที่จะดูที่ “รูปแบบประโยค” (อาจกล่าวง่ายๆ ว่า production สำคัญมากกว่า product) และการเข้าใจกระบวนการสร้างประโยคนี้เราจะตอบคำถามแบบง่ายๆ ไม่ได้ว่าคนเราได้สร้างประโยคตามชุดของกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่มีอยู่ในหลักไวยากรณ์เท่านั้น เพราะถ้าหากเป็นเช่นนั้นเราจะตอบคำถามที่ต่อเนื่องตามมาอีกมากมายไม่ได้ว่าเลยว่า ทุกครั้งคนเราก็ไม่ได้พูดหรือเขียนตามหลักไวยากรณ์เสมอไป แต่ทำไมเราถึงเข้าใจกันได้ รวมทั้งในสภาพการณ์ที่เป็น

จริง คนเราไม่ได้พูดหรือเขียนตามหลักไวยากรณ์อยู่ตลอดเวลาเนื่องจากภาษาที่คนเราใช้จริงๆ นั้น ต้องเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา คอมสกีชี้ให้เห็นลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไปได้ของภาษาว่า อาจจะมาจาก กฎเกณฑ์ชุดใหม่ๆ ของไวยากรณ์เดียวกัน แต่สามารถจะสร้างประโยคใหม่ๆ ขึ้นมาได้อย่างหลากหลาย

กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2553) กล่าวเกี่ยวกับบทบาททาง ความคิดของฮาเบอร์มาสที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารไว้ว่า “การสื่อสาร” ถือเป็นแนวคิดหลักหัวใจหลัก ของฮาเบอร์-มาสเลยทีเดียว และได้เขียนหนังสือที่เกี่ยวกับการสื่อสารไว้หลายเล่ม เช่น The Theory of Communicative Action Vol.1 (1984) และ The Theory of Communicative Action Vol.2 (1987) แนวคิดเรื่องการสื่อสารของ ฮาเบอร์มาสนั้นนับว่าสอดคล้องกับกระแสการพลิกกลับ ของแวดวงวิชาการสังคมศาสตร์ในทศวรรษที่ 1970 ที่หันกลับมาสนใจเรื่องของภาษาและการสื่อสาร ที่รู้จักกันในชื่อว่า “linguistic turn” แต่ว่าการสื่อสารที่ฮาเบอร์มาสนำเสนอเอาไว้ในแนวคิดของเขา นั้น เป็นการทบทวนอย่างลึกซึ้งในการศึกษาประเภทสื่อสารมวลชน ในเรื่องของบทบาทของการสื่อสารประเภทนี้ที่มีต่อสังคม รวมทั้งยังได้ขยายประเภทของการสื่อสารมวลชนออกไปสู่ การสื่อสารแบบอื่นๆ เช่น การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “เฟซบุ๊ก” ที่รูปแบบ การสื่อสารนั้นเอื้อต่อการสื่อสารในสังคมประชาธิปไตยเป็นอย่างยิ่ง

สำหรับวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการศึกษาด้านภาษา (object of study) นั้น ฮาเบอร์มาส ได้รับอิทธิพลจากนักภาษาศาสตร์กลุ่มของออสติน (John Langshaw Austin) ที่มีได้สนใจภาษาที่อยู่ใน หนังสือไวยากรณ์หรือหยุดนิ่ง หากแต่สนใจภาษาที่เรียกว่า “การกระทำทางภาษา” (speech act) คือ ภาษาที่กำลังถูกใช้งานอยู่จริงๆ ในชีวิต ซึ่งคำคมของคัตโตะและบันบั่นที่อยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กที่ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษานั้น ได้ใช้ภาษาที่อยู่ในระดับกันเองที่เป็นอันดับสุดท้ายของระดับภาษา และเป็นระดับภาษาที่ใช้งานอยู่ปกติในชีวิตประจำวัน

ฮาเบอร์มาสเสนอว่า นักเศรษฐศาสตร์การเมืองต้องมีทัศนคติที่จะต้องลงมือ กระทำจริงๆ (performative attitude) โดยเฉพาะการกระทำที่ช่วงชิงปฏิสัมพันธ์ในชีวิตประจำวัน ต้องอาศัย “การกระทำเชิงการสื่อสาร” (communicative action) โดยที่ลักษณะการใช้ภาษาของผู้ ส่งสารนั้นจะต้องมีความน่าเชื่อถือ มีความเป็นอิสระ มีความแจ่มชัด และแสดงออกซึ่งความจริงใจของ ผู้พูดได้ เป็นต้น ฮาเบอร์มาสจึงไม่เชื่อว่าจะมีการทำนายปฏิบัติการทางสังคมล่วงหน้าได้ แต่จะต้อง วิเคราะห์สภาพความเป็นจริงและปรับเปลี่ยนวิธีการต่อสู้อย่างมีพลวัตตลอดเวลา ดังนั้นจึงต้อง นำแนวคิดเรื่อง “การกระทำเชิงการสื่อสาร” (communicative action) มาอธิบายสภาพการสื่อสาร ที่เป็นอยู่

2.1.7 ยุคสมัยของพัฒนาการทางความคิดของฮาเบอร์มาส

งานยุคแรก ในช่วงศตวรรษที่ 1960 ที่ฮาเบอร์มาสได้เริ่มเข้ามาร่วมงานกับสำนักแฟรงค์เฟิร์ตนั้น ฮาเบอร์มาสมีความสนใจที่เชื่อมต่อกับสำนักแฟรงค์เฟิร์ต คือการวิพากษ์วิจารณ์ปรัชญาแนวคิดแบบปฏิฐานนิยม กล่าวคือ เขามีจุดยืนที่ต่อต้านปฏิฐานนิยม โดยเฉพาะแนวคิดแบบปฏิฐานที่แพร่เข้ามาในนักวิชาการสายสังคมศาสตร์และแม้แต่ในมวลหมู่นักเศรษฐศาสตร์การเมืองด้วยกัน

นอกเหนือไปจากนั้น จากความเชื่อมั่นในสายสกุลนักคิดยุคแสงสว่างทางปัญญา ฮาเบอร์มาสจึงได้ลงมือศึกษาในรายละเอียดของเรื่องการใช้เหตุผล (rationality) ซึ่งเป็นแนวคิดแกนกลางของสายสกุลนี้ และเพื่อตอบโจทยว่าเหตุใดหลักการเรื่องความก้าวหน้าที่เพิ่มพูนขึ้นของการใช้เหตุผลของมนุษย์จึงขัดแย้งกับปรากฏการณ์ที่เป็นจริง และเขาได้ขยายแนวคิดเรื่องการใช้เหตุผลที่เข้าไปในศาสตร์สาขาต่างๆ เช่น วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ (เช่น ภาษาศาสตร์ จริยธรรม) เนื่องจากในช่วงระหว่างสงครามโลกทั้ง 2 ครั้ง ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ได้เกิดขึ้นอย่างก้าวกระโดด และวิธีคิดแบบวิทยาศาสตร์ได้สถาปนาตนเองขึ้นมาเป็นวิธีคิดหลัก (จนอาจจะกล่าวเป็นวิธีคิดเดียวของสังคม)

ประเด็นที่สามซึ่งฮาเบอร์มาสมีความสนใจถึงขนาดค้นคว้าเป็นงานวิจัยหลักก็คือเรื่องพัฒนาการของพื้นที่สาธารณะตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากฮาเบอร์มาสมีความเห็นว่าพื้นที่สาธารณะเป็นกลไกสำคัญสำหรับเป็นหลักประกันของสังคมประชาธิปไตยที่มีเสรีภาพอย่างแท้จริงรวมทั้งเริ่มให้ความสนใจกับ “รูปแบบการสื่อสาร” ในพื้นที่สาธารณะนั้น ซึ่งรูปแบบการสื่อสารผ่านคำคมผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กนี้ถือเป็นการต่อยอดการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะตามแนวคิดของฮาเบอร์มาสด้วย เพราะสื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่เป็นเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างอิสระ และคุณลักษณะสภาพการสื่อสารแบบอุดมคติ (ที่จะกล่าวถึงในตอนท้าย) ก็เป็นยืนยันได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์มีศักยภาพพอที่จะเป็นพื้นที่สาธารณะได้

งานยุคที่สอง หรือช่วงศตวรรษที่ 1970 ฮาเบอร์มาสเป็นนักเศรษฐศาสตร์การเมืองที่สนใจกับเรื่อง “รัฐ” อีกครั้งหนึ่ง เขามีความเห็นเริ่มแรกเช่นเดียวกับนักลัทธิมาร์กซ์ทั่วไปว่า รัฐสมัยใหม่เป็นผลลัพธ์มาจากระบบทุนนิยมและก็ได้ย้อนกลับไปธำรงรักษาระบบทุนนิยม แต่นับตั้งแต่ระบบทุนนิยมถือกำเนิดขึ้นมา ระบบนี้ก็ได้ออกวิฤติการณ์ในตนเองเป็นระยะๆ อยู่ตลอดเวลา เช่น วิฤติการณ์ปัญหาการว่างงาน เงินเฟ้อ เงินฝืด ฯลฯ และเนื่องจากรัฐสมัยใหม่ถูกคาดหวังว่าจะทำหน้าที่ปกป้องและแก้ไขปัญหาให้กับประชาชน แต่รัฐสมัยใหม่ก็ไม่สามารถกระทำได้อย่างเต็มที่

เนื่องจากไม่สามารถระดมทรัพยากรของสังคมได้อย่างเพียงพอ เช่น รัฐไม่สามารถที่จะเก็บภาษีคนรวย ภาษีมรดก ฯลฯ เพื่อนำไปใช้เป็นสวัสดิการสังคม เมื่อรัฐไม่สามารถที่จะแก้ปัญหาความยากจน ความ-
ปลอดภัย การให้สวัสดิการ และปัญหาสังคมอื่นๆ ก็ทำให้รัฐสมัยใหม่ขาดความชอบธรรม ซึ่งฮาเบอร์
มาสได้ชี้ให้เห็นปัญหาความชอบธรรมของรัฐและทางตันของรัฐในระบบเสรีนิยมในหนังสือชื่อ
Legitimation Crisis (1973)

ส่วนงานค้นคว้าเรื่องการสื่อสารและภาษานั้น ฮาเบอร์มาสเริ่มสนใจค้นคว้า
พัฒนาการความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับรูปแบบวิวัฒนาการของสังคมในยุคสมัยต่างๆ
ของมนุษยชาติ ดังที่ปรากฏในหนังสือชื่อ communication and the evolution of Society
(1979)

งานยุคที่สาม หรือช่วงทศวรรษที่ 1980 ในยุคสมัยนี้ฮาเบอร์มาสได้ข้อสรุปว่า
อำนาจของระบบทุนนิยมและข้าราชการได้แผ่ขยายออกไปเกือบจะทั่วทั้งสังคมโดยเฉพาะในสถาบัน
ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโรงงาน หน่วยธุรกิจ สถาบันศึกษา ศาสนา สื่อมวลชน ฯลฯ คงมีเพียงแต่ “โลกแห่ง
ชีวิต” (lifeworld) ซึ่งหมายถึงพื้นที่ที่เป็นส่วนตัวของบุคคลเท่านั้นที่ยังหลงเหลือเสียดลอดจาก
การครอบงำของระบบทุนนิยมและข้าราชการ นอกเหนือจากพื้นที่ส่วนตัวของบุคคลที่กล่าวไปแล้วนั้น
พื้นที่ของสื่อสังคมออนไลน์ค่อนข้างจะปลอดภัยจากการครอบงำด้วยเช่นกัน กล่าวคือมีความเป็นอิสระสูง
สามารถแสดงความคิดเห็นหรือแสดงความรู้สึกได้อย่างเต็มที่ อีกทั้งกฎหมายที่เข้ามาควบคุมนั้นก็ยังไม่
ไม่ทันสมัยและยังไม่ครอบคลุมสื่อสังคมออนไลน์ คำคมในสื่อสังคมออนไลน์ก็เป็นอีกตัวอย่างหนึ่ง
ที่ทำให้เห็นว่าการแสดงความคิดเห็นอย่างหลากหลาย ทั้งเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรือแม้แต่มี
การปรับเปลี่ยนตัวคำคมตามแต่ใจผู้รับสารก็มีเช่นกัน

ฮาเบอร์มาสนำแนวคิด “โลกแห่งชีวิต” นี้มาใช้ โดยนิยามว่าเป็นเส้นขอบฟ้า
แห่งความสำนึกที่รวมเอาทั้งปริมณฑลส่วนตัวและส่วนรวมของบุคคลเอาไว้ด้วยกัน โลกนี้เป็น
ปริมณฑลแห่งการก่อรูปอัตลักษณ์และเป็นสถานที่ที่จะเกิดการกระทำเชิงการสื่อสารขึ้นมา โลกชีวิตนี้
ฮาเบอร์มาสได้วิเคราะห์ว่า เป็นต้นกำเนิดของการปลดปล่อยของปัจเจกอย่างแท้จริง และเนื่องจาก
ฮาเบอร์มาสนิยาม “การกระทำเชิงการสื่อสาร” ว่าเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความร่วมมือ/
ความเข้าใจซึ่งกันและกันโดยใช้เหตุผลเชิงการสื่อสาร (communication rationality) ดังนั้น การ
สื่อสารที่อยู่บนโลกแห่งชีวิตจึงเป็นอาวุธที่สำคัญที่สุดที่จะใช้โต้กับบรรดาเหตุผลและอำนาจที่ระบบ
โครงสร้างสังคมกดทับลงมา ตัวอย่างง่ายๆ ที่เราเห็นได้ในชีวิตประจำวัน ก็เช่น คำคมในสื่อสังคม
ออนไลน์ ภาชิตท้ายรถ การชูปชิตบินทาเจ้านาย เป็นต้น

2.1.8 การใช้เหตุผลในทัศนะของฮาเบอร์มาส

ฮาเบอร์มาสเสนอว่าการใช้เหตุผลนั้นมีอยู่หลายแบบ และเหตุผลแต่ละแบบก็มี

ผลประโยชน์และมีเป้าหมายที่แตกต่างกัน ซึ่งผลประโยชน์และมีเป้าหมายที่แตกต่างกันก็จะแสดงผลลัพธ์ออกมาเป็นชุดความรู้ที่สอดคล้องกับเหตุผลและผลประโยชน์ที่แตกต่างกันไปด้วย โดยสามารถพิจารณาได้จากประเภทของกิจกรรมสังคม แต่ละชนิดซึ่งมีเป้าหมาย ผลประโยชน์ การใช้เหตุผล และชุดความรู้ที่แตกต่างกัน ดังนี้

2.1.8.1 งาน (work) เป็นผลประโยชน์หลักที่สำคัญประเภทแรก เป้าหมายของการทำกิจกรรมในลักษณะของงานนี้ก็คือ ความพยายามที่จะทำงาน จัดการใช้ทรัพยากรที่เป็นวัตถุเพื่อบรรลุเป้าหมายที่มองเห็นได้ และมีวัตถุประสงค์ที่เป็นรูปธรรม ผลประโยชน์/เป้าหมายที่เกี่ยวกับงาน (work) จึงมีลักษณะเป็นผลประโยชน์เชิงเทคนิค (technical interest)

2.1.8.2 ปฏิสัมพันธ์ (interaction) กิจกรรมทางสังคมที่เกี่ยวกับผลประโยชน์แบบ interaction นี้ จะเป็นเรื่องของการใช้ภาษาและสัญลักษณ์ต่างๆ ของระบบการสื่อสารเพื่อความเข้าใจ สร้างความรู้สึกร่วม หรือระดมความร่วมมือหรือเพื่อการอยู่ร่วมกันระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ด้วยกัน ฮาเบอร์มาสอธิบายว่า นอกเหนือจากกิจกรรมที่ต้องใช้ความพยายาม ที่จะจัดการกับวัตถุ/ธรรมชาติแล้ว มนุษย์เราจะสามารถดำรงชีพและเผ่าพันธุ์ต่อไปได้ก็ต่อเมื่อสามารถจะสร้าง “การร่วมมือกันทางสังคม” (social co-operation) เพื่อเอาชีวิตรอดร่วมกัน การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมจึงถือเป็นความจำเป็นขั้นพื้นฐานอีกประการหนึ่งของมนุษย์ เป้าหมายของการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมนั้น จะพบเห็นได้ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาทั้งหลาย เริ่มตั้งแต่ การจับเข้าคุยกัน การปรึกษาหารือกัน หรือการสื่อสารคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จนไปถึงการประชุมระดับนานาชาติ ฯลฯ

2.1.8.3 การใช้อำนาจ (power) เมื่อมนุษย์มาอยู่รวมกันเป็นสังคม ก็จำเป็นต้องมีการจัดระเบียบทางสังคม (social order) ซึ่งจะหมายถึงการจัดแบ่งบทบาทหน้าที่การทำงานและที่สำคัญกว่านั้นคือ การจัดวางโครงสร้างการกระจายอำนาจของสังคม (structure of power) ว่าใครมีอำนาจเหนือใคร ใครต้องเชื่อฟังใคร ใครเป็นหัวหน้า-ลูกน้อง เป็นต้น

โครงสร้างการกระจายอำนาจนี้ย่อมมีลักษณะลดหล่นไปเป็นลำดับชั้น เช่น พ่อมีอำนาจเหนือแม่และลูก ส่วนแม่ก็มีอำนาจน้อยกว่าพ่อแต่มีอำนาจมากกว่าลูก เป็นต้น อำนาจทางสังคมที่ไม่เท่าเทียมกันทำให้เกิดการใช้เหตุผล 2 แบบขึ้นมา เหตุผลแบบแรกจะเป็นเหตุผลที่อธิบายถึงความจำเป็นที่จะต้องมีการใช้อำนาจที่เรียกว่า domination rationality ซึ่งการใช้อำนาจเพื่อการควบคุม ครอบงำดังกล่าว นอกจากจะใช้ผ่านกลไกทางสังคมต่างๆ ก็ยังมีการใช้อำนาจดังกล่าวผ่านการสื่อสารอย่างมากที่สุด ซึ่งมีผลให้เกิด “การสื่อสารที่ผิดเพี้ยน” (distorted communication) หากกล่าวถึงเรื่องอำนาจและผลประโยชน์นี้การสื่อสารผ่านคำคม “คัตโตะและบ่นบ่น” ถือว่าเป็นผู้ที่มีอำนาจในการเขียนคำคม ส่วนผู้รับสารก็มีอำนาจในการควบคุมการเปิดรับคำคมด้วยเช่นกัน ด้วย

การกดถูกใจและติดตามคำคม แต่ถ้าหากไม่ต้องการเปิดรับก็สามารถเลิกติดตามได้ นอกจากนั้นแล้ว ถ้าหากเกิดความพึงพอใจก็สามารถส่งต่อคำคมไปสู่ผู้รับสารคนอื่นๆ อีกได้ อย่างไรก็ตามทั้งตัวผู้ส่งสาร และผู้รับสารนั้นก็ยิ่งถูกควบคุมด้วยช่องทางการสื่อสารอีกครั้งหนึ่ง ทั้งนี้ถ้าหากเฟซบุ๊กปิดให้บริการ หรือระบบเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมีปัญหาทั้งตัวผู้ส่งสารและผู้รับสารก็ไม่สามารถสื่อสารกันได้

2.1.9 การสื่อสาร ความมีเหตุผลในการสื่อสาร และการกระทำเชิงการสื่อสาร

ฮาเบอร์มาสเป็นนักคิดในสำนักแฟรงค์เฟิร์ตแต่ข้อเสนอเรื่องทางเลือกไปสู่สังคมใหม่ของเขาก็แตกต่างจากสมาชิกรุ่นก่อนๆ เป็นอย่างมาก ซึ่งฮาเบอร์มาสให้ความสำคัญกับ “ความมีเหตุผลในการสื่อสาร” (communicative rationality) และการกระทำเชิงการสื่อสาร (communicative action) ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จะใช้แง่มุมเหล่านี้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

2.1.9.1 ความสำคัญของความมีเหตุผลในการสื่อสาร

ความมีเหตุผลในการสื่อสารนั้นมีความสำคัญทั้งระดับปัจเจกและระดับสังคม สำหรับระดับปัจเจกนั้นจากอิทธิพลของแนวคิดด้านจิตวิทยาที่กล่าวว่า ในเรื่องการก่อรูปของ “ตัวตน” (selfhood) นั้น เกิดมาจากการสื่อสารกับผู้คนรอบข้าง เช่น การที่เราจะคิดว่าผู้ส่งสาร คำคมคัตโตะหรือบ่นบ่นจะเป็นคนแบบไหนนั้น ก็ขึ้นอยู่กับ การตีความคำคมที่ทั้ง 2 สื่อสารออกมา เป็นต้น ฮาเบอร์มาสจึงอธิบายว่าความมีเหตุผลในการสื่อสารนี้เองที่จะทำให้เกิด “ความเป็นตัวตน” ทั้งในระดับปัจเจกและในระดับสังคมได้ เพราะคนที่ต้องการเสรีภาพนั้นต้องเป็นคนที่มีความตระหนักในความเป็นตัวของตัวเองเสียก่อน (สังคมเองก็เช่นกัน)

นอกเหนือจากความสำคัญระดับปัจเจกบุคคลแล้ว ความมีเหตุผลเชิงการสื่อสารก็ยังมีคุณูปการต่อเรื่อง “ความสัมพันธ์ของคนในสังคม” อีกด้วย โดยผ่านการสื่อสารระหว่างคนในกลุ่ม ชุมชน สังคม เท่านั้น ที่จะทำให้แต่ละฝ่ายสามารถเข้าถึงอัตวิสัยหรือความเข้าใจของกันและกันได้ หรือพูดภาษาชาวบ้านก็คือพูดจากันทำให้เราเข้าถึงและเข้าใจกันและกัน และสามารถบรรลุถึงข้อเห็นพ้องต้องกันในท้ายที่สุด ความมีเหตุผลเชิงการสื่อสารที่ฮาเบอร์มาสได้อธิบายไว้นี้ตรงกับคุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ที่สื่อนี้สามารถกระชับความสัมพันธ์ของคนในสังคมให้แน่นแฟ้นขึ้นได้ หรือทำให้มีโอกาสรู้จักคนอื่นมากขึ้นโดยการกดเพิ่มเป็นเพื่อน (add friend) ตัวอย่างเช่น เมื่อเราได้เข้าไปอ่านคำคมของคัตโตะหรือบ่นบ่นในเฟซบุ๊กแล้วเรารู้สึกว่าตรงกับชีวิตของเรา ทำให้เราอยากจะทำคอมเมนต์สื่อสารออกไปว่าเราชอบ แต่เราไปเห็นคอมเมนต์ของคนหนึ่งเขียนเอาไว้แล้วตรงใจเราก่อน เราจึงไม่เขียนคอมเมนต์เองแต่เปลี่ยนมาเป็นการกดถูกใจคนที่เราเห็นพ้องและเพิ่มคนอื่นๆ นั้นเป็นเพื่อนแทน เพราะเรารู้สึกว่าคนนี้มีความคิดที่ตรงกับเราและอยากทำความรู้จักเพิ่มมากขึ้น หรือยิ่งไปกว่านั้นหากเราอ่านคำคมคัตโตะหรือบ่นบ่นและเกิดการถูกอกถูกใจ เราก็

สามารถที่จะกดแบ่งปัน (share) หรือแท็กเพื่อน (tag) ให้เข้ามาอ่านด้วย ซึ่งการกระทำเช่นนี้ทำให้เราเห็นว่าผู้รับสารนั้นมีความเข้าใจ เข้าถึง และเห็นด้วยกับคำคมที่คัดลอกหรือบ่นบ่นเขียน

อย่างไรก็ตามเมื่อกกล่าวถึงคำว่า “การสื่อสาร” นี้ ก็ได้หมายความว่า การสื่อสารทุกรูปแบบสามารถที่จะให้ผลลัพธ์ที่ดีได้เสมอไป เนื่องจากความเป็นจริงแล้ว ความมีเหตุผลในการสื่อสารนั้นมีอยู่หลายแบบ และถูกนำมาใช้เพื่อตอบสนองผลประโยชน์และเป้าหมายหลายๆ อย่าง

2.1.9.2 ความสำคัญของภาษา

ในขณะที่ฮาเบอร์มาวิเคราะห์สภาพการณ์ของโลกยุคปัจจุบันว่าตกอยู่ภายใต้แอกหลายๆ ชั้น ทั้งถูกรอบงำจากทุนนิยม ตกอยู่ภายใต้การบีบบังคับของข้าราชการถูกรอบงำทางวิทยาศาสตร์ด้วยเหตุผลเชิงเทคนิค ฯลฯ แต่เพราะเหตุใด ฮาเบอร์มาจึงยังคงฝากความหวังไว้ที่ “การสื่อสารและภาษา” ว่าจะสามารถเป็นพาหนะนำทางมนุษย์ไปสู่เสรีภาพได้ ความเชื่อของฮาเบอร์มาที่มีต่อการสื่อสารและภาษา ในฐานะเครื่องมือนำทางมนุษย์และสังคมเข้าสู่ความมีเหตุผลและเสรีภาพนั้น สืบเนื่องมาจากความเข้าใจเรื่อง “ความสัมพันธ์” แบบวิภาษวิธีระหว่างมนุษย์กับการสื่อสาร ที่ฮาเบอร์มาเสนอว่าความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับการสื่อสารและภาษานั้นมีอยู่ 2 ด้านที่ตรงกันข้ามแต่เกิดควบคู่กันอยู่ตลอดเวลา ในด้านหนึ่งคนเราจำเป็นต้องใช้ภาษาและการสื่อสารตามกรอบที่สังคมกำหนดให้ เช่น เราต้องใช้คำ การเรียงประโยค ใช้ไวยากรณ์ตามหลักของภาษา การสื่อสารแบบนี้เราจะเห็นได้จากคำคมในอดีตที่มักจะทำให้ความสำคัญเรื่องไวยากรณ์ และความถูกต้อง ไพเราะของภาษา อาทิ “มนุษย์เราก้าวหน้าครอบครองโลกได้ ก็เพราะมีสติปัญญากล้าแข็งกว่าสัตว์อื่น” (www.th.wikiquote.org/wiki/ระวี_ภาวิไล) จากคำคมนี้แสดงให้เห็นถึงการเรียงประโยคที่เริ่มจากประธาน + กริยา และคำเชื่อมเพื่อกกล่าวถึงคำขยายอื่นๆ การสื่อสารแบบนี้เรียกว่า “spoken language” แต่ในอีกด้านหนึ่งในฐานะที่มนุษย์เป็นผู้ใช้ภาษามนุษย์เรามีอิสระที่จะสร้างสรรค์ภาษาให้แปลกใหม่ออกไปจากกรอบอยู่เสมอ เห็นได้จากคำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก อาทิ “ความคิดบางทีก็อยากให้มีปุ่มเปิดปิด” คำคมคัดลอก (16 กุมภาพันธ์ 2558) จากคำคมนี้จะเห็นได้ถึงการสร้างวลีสั้นๆ ที่มีความหมายในเชิงเปรียบเทียบที่ไม่มีทางสามารถเกิดขึ้นได้ ภาษาจึงเป็นปริณทลที่เปิดโอกาสให้มนุษย์ได้ทดลอง ผิดแผก ใช้เสรีภาพอันจะทำให้ emancipator interest ได้เกิดขึ้น

ฮาเบอร์มาสรุปความสัมพันธ์ระหว่าง “ภาษา” และ “การสื่อสาร” ไว้ว่า หน้าที่ของภาษานั้นก็เพื่อเอื้ออำนวยให้การสื่อสารได้เกิดขึ้น ดังนั้น หากการสื่อสารล้มเหลวก็ต้องแปลว่ารูปแบบการใช้ภาษานั้นได้เกิดมีปัญหาคั้งแล้ว หากเชื่อมโยงไปในส่วนของคำคมคัดลอกและบ่นบ่นในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแล้ว ถ้าหากว่าผู้รับสารไม่สามารถเข้าใจในสิ่งที่ผู้เขียนๆ ได้ 10

ท่านตีความไปคนละอย่างกับผู้เขียนทั้ง 10 ท่าน ทั้งนี้อาจจะอธิบายได้ว่าปัญหาอาจเกิดที่รูปแบบการใช้ภาษา อาจจะไม่ใช่เกิดจากประสบการณ์ในการตีความของผู้รับสารเสมอไป

2.1.9.3 นิยามของคำว่า การสื่อสาร

ฮาเบอร์มาสนิยามคำว่า “การสื่อสาร” ตามกรอบทฤษฎี speech act theory ของกลุ่มนักภาษาศาสตร์รุ่นใหม่ เช่น จอห์น เซิร์ล (John Searl) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ไม่ได้ศึกษาภาษาที่หยุดนิ่งแต่เป็นการศึกษาภาษาที่แสดงออกในการกระทำ (action) ฮาเบอร์มาส์อ้างถึง theory of speech acts ของเขาว่าเป็น universal pragmatics ซึ่งหมายถึงหลักการที่เป็นสากลของเรื่องภาษา และจากหนังสือ The Theory of Communicative Action ฮาเบอร์มาส์ได้แยกแยะประเภทของการกระทำเชิงภาษาเอาไว้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) **constatives (assertion)** เป็นการกระทำเชิงภาษาที่ออกแบบมาเพื่อนำเสนอข้อความที่ใช้พิสูจน์ความจริงหรือยืนยันความจริง เช่น ความจริงจากธรรมชาติ คำสอนต่างๆ ที่ได้รับการพิสูจน์มาแล้วว่าเกิดขึ้นจริงและได้รับการยอมรับ

2) **regulatives** เป็นการกระทำเชิงภาษาที่ออกแบบมาโดยตั้งใจให้เกิดผลลัพธ์บางประการติดตามมา จะเห็นได้ชัดในคำคมคัตโตะและบ่นบ่นในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ที่มีคำจะมึคำชี้้นำให้เกิดการกระทำบางอย่างตามมา เช่น “อย่าพยายามรับรู้ไปทุกเรื่อง...หนักบาล” ที่มีคำว่า “อย่า” เหมือนเป็นการออกคำสั่งเพื่อให้ผู้อ่านนั้นกระทำไปตามที่ผู้เขียนสื่อออกมา หรือ “ปีใหม่แล้วเลิกคุยอะไรเก่าๆ แล้วเริ่มต้นใหม่ดีกว่าเนอะ” ที่เป็นการสื่อสารชี้้นำให้ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง นั่นก็คือการเลิกคุยเรื่องเก่าๆ เป็นต้น แม้จะไม่ได้ออกมาในรูปแบบของคำสั่งทางราชการ การสัญญา แต่ก็เป็นการกระทำเชิงภาษาที่มีเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างที่จะไปกำหนดอิทธิพลของผลลัพธ์ที่จะตามมา กล่าวคือ ผู้รับสารที่อ่านคำคมแล้วจะเป็นผู้กำหนดว่าคำคมนี้นั้นเป็นอย่างไร เห็นพ้องแค่ไหน มีความเป็นจริงมากน้อยเพียงใดในความรู้สึก

3) **avowals** เป็นการกระทำเชิงภาษาที่ออกแบบมาเพื่อต้องการให้แสดงความรู้สึกภายในของผู้พูด หรือต้องการตอกย้ำบางสิ่งบางอย่าง การกระทำเชิงภาษาในลักษณะนี้มักจะมีเรื่องอารมณ์ความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น คำคมคัตโตะที่กล่าวว่า “อยากจะทำอะไรกับเธอให้นานที่สุด แต่ก็ไม่มีเรื่องที่จะพูดคุยได้ยาว” คำคมนี้นี้ก็แสดงถึงความรู้สึกของคัตโตะได้ว่าอยากจะทำอะไรอยู่กับคนที่รักให้นานโดยการพูดคุยกัน แต่ในความจริงนั้นก็ไม่ว่าจะพูดคุยเรื่องอะไร อาจจะเพราะว่าพูดไม่เก่ง หรือเขินอาย เป็นต้น

ในการวิจัยครั้งนี้จะแบ่งคำคมที่เก็บเป็นกลุ่มตัวอย่าง มาแบ่งประเภทให้เห็นอย่างชัดเจนว่าคำคมของทั้งคัตโตะและบ่นบ่น มีคุณสมบัติการกระทำเชิงภาษาทั้ง 3 ข้อ หรือไม่ ซึ่ง

การแยก speech act ออกเป็น 3 ข้อนั้นก็เนื่องจากความเชื่อถือได้ของ speech act แต่ละประเภท มีชื่อเรียกที่ต่างกัน ดังนี้

1) **constatives** มีความน่าเชื่อถือได้เมื่อสามารถแสดงความเป็นจริงของข้ออ้างถึงได้ ทั้งนี้คำคมเป็นสิ่งที่เกิดจากธรรมชาติ ประสพการณ์ สิ่งรอบตัว ดังนั้นความจริงจึงเป็นความรู้สึกของผู้รับสารที่รู้สึกยอมรับและไม่ปฏิเสธ

2) **regulatives** จะใช้อย่างได้ผล กล่าวคือ มีผู้ปฏิบัติตามต่อเมื่อได้เป็นไปตามบรรทัดฐานที่เหมาะสม ซึ่งสิ่งที่คำคมในสื่อสังคมออนไลน์มีในขณะที่คำคมในสื่อเดิมอย่างป้ายวัด หรือการฟังญาติผู้ใหญ่ไม่มีก็คือ สื่อสังคมออนไลน์สามารถวัดผลพฤติกรรมการตอบสนองของผู้รับสารได้ ก็คือการกดถูกใจ การแสดงความคิดเห็น การแบ่งปัน หรือการแท็กเพื่อนเพื่อเจาะจงให้เข้ามาอ่าน ทั้งนี้จะเกิดการนำไปใช้หรือไม่ขึ้นอยู่กับศึกษากันต่อไปถึงพฤติกรรมของผู้รับสาร

3) **avowals** จะได้ใช้อย่างน่าเชื่อถือ เมื่อมีการรับรู้จากผู้พูดพูดออกมาอย่างจริงใจและซื่อสัตย์ ในข้อนี้คำคมในสื่อสังคมออนไลน์อย่างคัตโตะและบ่นบ่นมีคุณสมบัติอย่างเห็นได้ชัดในเรื่องของ “ความจริงใจ” ที่มีต่อผู้รับสาร เพราะก่อนจะสื่อสารคำคมออกมานั้นผู้เขียนจะต้องกลั่นกรองมาอย่างดี และตั้งใจสื่อสารคำคมชุดนั้นๆ ออกมา

2.1.9.4 การบรรลุข้อตกลงร่วมกัน (consensus) บนหลักเหตุและผล

ในเนื้อหาของหนังสือ The Theory of Communicative Action ฮาเบอร์มาสได้เสนอแนวคิดต่างๆ เพื่อตอบปัญหาเรื่องมนุษย์เรามีความต้องการพื้นฐานอะไร และรูปแบบการสื่อสารที่แท้จริงไม่ถูกบิดเบือนครอบงำนั้นเป็นอย่างไร ผลจากการศึกษาค้นคว้าทำให้เขาได้ค้นพบว่า “การสื่อสารที่แท้จริง” ที่เกิดขึ้นใน “โลกแห่งชีวิต” ซึ่งเป็นพื้นที่ที่อาจจะปลอดจากการครอบงำของการใช้เหตุผลเชิงเครื่องมือ ปลอดจากตรรกะของมูลค่าแลกเปลี่ยนของระบบทุนนิยม ปลอดจากการใช้อำนาจของข้าราชการนั้น การสื่อสารเช่นนั้นจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกิจกรรมทุกชนิดในโลกแห่งชีวิต แต่ว่าคุณลักษณะที่สำคัญของ “การสื่อสารที่แท้จริง” นั้น ทั้งผู้ส่งและผู้รับสารต้องเริ่มต้น “ผลประโยชน์” ของการสื่อสาร มีความต้องการที่จะ “เข้าใจกันและกัน” เสียก่อน มิใช่มุ่งหน้าโน้มน้าวชักจูงอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งหมายความว่า คู่สื่อสารแต่ละฝ่ายต้องตระหนักถึง “ความน่าเชื่อถือ/ความถูกต้อง” ของคำพูดที่ใช้กัน และเนื่องจากภาษาเป็นเรื่องของการตีความในทุกระดับ ดังนั้น ผู้สื่อสารจะต้องตระหนักถึงตำแหน่งแห่งที่ของตนเองอยู่เสมอ เพราะการพูดประโยคเดียวกัน แต่มาจากบุคคลที่มีตำแหน่งแห่งที่ต่างกัน จะถูกตีความต่างกัน

ในพื้นที่ของสื่อสังคมออนไลน์นั้นอาจกล่าวได้ว่ามักมีการสื่อสารที่แท้จริงเกิดขึ้นเพราะการที่จะสื่อสารกับใครก็มักจะเข้าใจถึงกันและกันเพื่อจะได้ตีความและเข้าใจได้

ถูกต้อง ซึ่งความสอดคล้องเข้าใจกันและกันจะสังเกตได้ไม่ยาก ถ้าหากเป็นคำคมของคัตโตะและ บ่นบ่นในเฟซบุ๊กก็สามารถดูได้จากยอดกดถูกใจ กดแบ่งปันคำคมที่โดนใจหรือที่ตรงกับประสบการณ์ หากมีจำนวนที่มากนั้นก็แสดงว่าคำคมได้ผลตอบรับที่ดี ส่วนในเรื่องของการตีความโดยตระหนักถึง ตำแหน่งแห่งที่นั้นคำคมจะพบได้มาก คำคมชุดเดียวกัน หากออกมาจากพ่อแม่หรือออกมาจากคัตโตะ การตีความและน้ำหนักก็อาจจะแตกต่างกันไป ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคลด้วยว่าจะให้น้ำหนักกับใครมากกว่ากัน เราไม่สามารถจะตัดสินได้ว่าคำคมชุดนี้ที่พ่อพูดออกมามีน้ำหนักมากกว่า เพราะบางคนอาจจะมีกำแพงกันระหว่างพ่อและตนเอง หรือเห็นกับตัวเองว่าคัตโตะมีประสบการณ์ ในเรื่องนั้นๆ มากกว่าพ่อ ก็อาจจะเลือกตีความให้น้ำหนักไปที่คำคมคัตโตะก็เป็นได้ ทั้งๆ ที่เป็นเพียงคำคมในสื่อสังคมออนไลน์

ฮาเบอร์มาสวาดหวังว่า การสื่อสารอย่างเป็นอิสระที่แท้จริงในเวทีเล็กๆ ของโลกแห่งชีวิตนี้จะส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของโลกแห่งชีวิต ให้มีเสรีภาพมีสมดุลแห่งอำนาจ มีความเสมอภาคเท่าเทียมกันมากขึ้น หลังจากนั้นผลสะท้อนจากการปรับเปลี่ยนเวทีเล็กๆ ของโลกแห่งชีวิตก็เริ่มขยายผลออกมาสู่การปรับเปลี่ยน “ระบบโครงสร้างสังคม” ขนาดใหญ่ ตัวอย่างรูปธรรมที่สาธิตวิธีคิดของฮาเบอร์มาสก็คือ มนุษย์เรามีอิสระที่จะพูดหรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างเท่าเทียม เมื่อเกิดการก่อตัวของสื่อสังคมออนไลน์ ธรรมชาติผู้ส่งสารและผู้รับสารก็กลับมาคือได้สื่อสารและแสดงความคิดเห็นกันอย่างอิสระ ไม่มีใครมาบังคับหรือครอบงำ ถึงแม้ว่าจะมีการยับยั้งยั้งแต่เราก็มีสิทธิ์ที่จะปฏิเสธไม่เห็นด้วยก็ได้ เช่น เมื่อเราเห็นคำคมที่น่าจะตรงกับประสบการณ์ของเพื่อน เราจึงแท็กคำคมนั้นไปให้เพื่อน ซึ่งเพื่อนที่โดนแท็กนั้นก็ไมจำเป็นต้องเห็นคล้อยตามก็ได้ การสื่อสารได้อย่างอิสระนี้เองได้ค่อยๆ เปลี่ยนให้สังคมเข้าสู่ยุคทองมากขึ้นเพราะทุกคนสามารถเป็นผู้ส่งสารได้ สามารถเป็นผู้เฝ้าระวังเรื่องต่างๆ ในสังคมได้ เป็นต้น

2.1.9.5 การวิเคราะห์รูปแบบการใช้ภาษา (language use)

เนื่องจากส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดของการสื่อสารที่ฮาเบอร์มาสสนใจคือเรื่องภาษา และเป็นภาษาที่เกิดขึ้นจริงๆ ในชีวิตประจำวันที่เราเรียกว่า “speech act” หรือ “communicative action” ดังนั้น ฮาเบอร์มาสจึงสนใจรูปแบบพิเศษๆ ของการใช้ภาษา เช่น เขาได้ลงมือศึกษา “รูปแบบการใช้ภาษาที่มีลักษณะเอาจริงเอาจัง ซึ่งมุ่งบอกเล่าเรื่องราว อ้างอิงเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับโลก” ซึ่งรูปแบบการอ้างอิงที่อยู่ภายใต้ภาษาเหล่านี้ อาจจะเป็นข้อใดข้อหนึ่งดังนี้

1) สิ่งที่เราพูดนั้นมีความหมายหรือสำคัญ และเป็นเรื่องจริงซึ่งอาจจะมาจากประสบการณ์

2) เรามีความจริงใจที่จะพูดเรื่องนี้ ความจริงใจเป็นสิ่งที่สัมผัสได้จาก ภาษา การบอกเล่าเรื่องทีมาจากส่วนลึกของจิตใจก็นับว่าเป็นความจริงใจทางการสื่อสารอย่างหนึ่ง

3) เป็นสิทธิ์ของเราที่จะพูดเรื่องนี้ เช่น พื้นที่เฟซบุ๊กที่ทุกคนมีสิทธิ์สมัครใช้งาน มีสิทธิ์ที่จะสื่อสารออกไปโดยไม่มีห้ามได้

จากรูปแบบการอ้างอิงทั้ง 3 รูปแบบนี้ ผู้ฟังอาจจะตีความประโยค เหล่านั้นได้โดยใช้รูปแบบการอ้างอิง 3 รูปแบบ โดยจะขอยกตัวอย่างเกี่ยวกับคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ที่ทำการศึกษาดังนี้

1) **normative rightness** ผู้ฟังอาจจะปฏิเสธคำคม ด้วยข้ออ้างที่ว่า ประสบการณ์ของตนเองไม่ได้ตรงกับคำคมชุดนั้น

2) **subjective sincerity** ผู้ฟังอาจจะปฏิเสธคำคม ด้วยข้ออ้างที่ว่าผู้ ส่งสารไม่ได้มีความจริงใจในการสื่อสารแต่ทำไปเพียงเพราะต้องการให้คนมาติดตาม

3) **factual practicability** ผู้ฟังอาจจะปฏิเสธคำคม ด้วยข้ออ้างที่ว่า สภาพความเป็นจริงไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้

จากตัวอย่างที่ยกมานี้ฮาเบอร์มาสกกล่าวว่าทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจะ ไม่มีทางเข้าใจตรงกันได้เลย หากทั้ง 2 ฝ่ายไม่ตระหนักถึง “ข้ออ้างอิง” ที่แต่ละฝ่ายถือยึดอยู่ ดังนั้นใน บริบทการสื่อสารที่เป็นอุดมคติ (ideal speech situation) ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องสามารถจะเผยแสดง ข้ออ้างอิงของตนออกมาให้อีกฝ่ายรับรู้ได้ โดยข้ออ้างอิงที่ว่านั้นจะมาจากวัฒนธรรม ความเชื่อ ประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

จากตัวอย่างรูปแบบการใช้ภาษาในระดับจุลภาค (micro language use) ฮาเบอร์มาสนำเสนอว่า เราอาจจะขยับขยายรูปแบบการใช้ภาษาดังกล่าวออกไปถึงระดับมห ภาคหรือสังคมวงกว้างที่เขาเรียกว่า theory of communicative action อันหมายถึงการกระทำที่มี ทิศทางและจุดมุ่งหมายที่จะนำไปสู่การสร้างข้อตกลงร่วมกันนั่นเอง

2.1.9.6 วาทกรรม : รูปแบบการใช้ภาษาชนิดพิเศษ

ฮาเบอร์มาสใช้คำว่า “วาทกรรม” (discourse) ในความหมายที่ว่า วาทกรรมเป็นการสื่อสารแบบพิเศษที่บรรดาคำพูดของผู้พูดจะต้องถูกท้าทายหรือถูกตั้งคำถาม (โดยเฉพาะคำคมในสื่อสังคมออนไลน์เมื่อผู้รับสารได้อ่านแล้วมักจะมีคำพูดในหัวว่า “จริงด้วย” หรือ ขั้วตรงข้ามคือ “จริงหรือ” ยิ่งถ้าหากผู้ส่งสารไม่ได้เป็นผู้ที่มีอำนาจหรือตำแหน่งทางสังคมก็มักจะถูก พังเส็งเป็นพิเศษ) วาทกรรมไม่เหมือนประโยคที่เราพูดทั่วๆ ไป ในชีวิตประจำวัน แต่จะเป็นข้อโต้แย้ง

อย่างเป็นระบบ (systematic argument) ที่เรียกร้องให้มีการแสดงความน่าเชื่อถือของบรรดาข้ออ้างหรือข้อสรุปต่างๆ (demonstration of validity of claims)

วาทกรรมมีหลายประเภทที่แปลงไปตามภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

1) วาทกรรมเชิงทฤษฎี (theoretical discourse) วาทกรรมเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริง (truth) หลักฐานที่นำมาอ้าง เช่น รายงานวิจัยมาคัดค้านการปล่อยข่าวสมุนไพรรักษาโรคมะเร็งที่กำลังแพร่อยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

2) วาทกรรมเชิงปฏิบัติการ (practical discourse) เป็นวาทกรรมที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงหรือบรรทัดฐาน (norms) ที่ใช้กันอยู่ในกลุ่มนั้นๆ เช่น วัฒนธรรมการขึ้นลงบันไดของประเทศไทยที่ตกลงกันว่าหากรีบให้เดินฝั่งซ้าย หากต้องการยืนให้ยึดชิดขวา จนเกิดวาทกรรม “ยืนชิดขวา เดินชิดซ้าย” ซึ่งวาทกรรมนี้ก็เป็นคำคมของคัตโตะที่อยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ด้วย

2.1.9.7 เจื่อนใจภายในและเจื่อนใจภายนอกของการกระทำเชิงการสื่อสาร

เจื่อนใจภายในก็คือ แนวคิดเรื่องสมรรถนะทางการสื่อสาร (communication competency) ที่ฮาเบอร์มาสนำมาจากทัศนะของคอมสกี คำว่า “สมรรถนะทางการสื่อสาร” นี้ ฮาเบอร์มาสหมายถึงความสามารถที่จะควบคุมการใช้ภาษาให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่จะทำให้เกิดความชอบธรรมและเกิดความน่าเชื่อถือว่าถูกต้องหรือเป็นจริงขึ้นในการใช้ภาษาในชีวิตประจำวัน ซึ่งฮาเบอร์มาสเห็นว่า มนุษย์เราจะต้องพัฒนาสมรรถนะทางการสื่อสารให้เพิ่มพูนขึ้น และต่อจากนั้นฮาเบอร์มาสก็ได้สำรวจเส้นทางแบบต่างๆ ที่มนุษย์เราจะสามารถเพิ่มความสามารถทางการสื่อสารนี้ให้มากขึ้น เช่น ช่องทางด้านความเข้าใจ (เรียนรู้เรื่องการเขียนให้มากขึ้น) ช่องทางด้านการใช้ภาษา (เพิ่มพูนลักษณะการนำเสนอให้มากขึ้น) หรือเพิ่มความสามารถในการมีปฏิสัมพันธ์กลับไป (interactive abilities) ซึ่งเจื่อนใจของการเพิ่มพูนความสามารถทางการสื่อสาร ผู้วิจัยมีความเห็นว่าคำคมของบ่นบ่นนั้นมีความพยายามที่จะทำให้เกิดความเข้าใจด้วยวิธีการใช้ภาพประกอบกับการเขียน และเพิ่มความสามารถในการมีปฏิสัมพันธ์กลับไปด้วยการนำเสนอผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์โดยที่ผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารนั้นอาจจะไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์มากนัก แต่ในแง่ของผู้ส่งสารจะมีปฏิสัมพันธ์อย่างเห็นได้ชัดกับผู้ส่งสาร อีกทั้งยังมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารคนอื่นๆ ด้วย

ส่วนเจื่อนใจภายนอกคือ สภาพการสื่อสารแบบอุดมคติ (ideal speech situation) ซึ่งเป็นสภาพการณ์ของการสื่อสารที่ปราศจากการบีบบังคับและการจำกัดขอบเขต ฮาเบอร์มาสระบุว่าสภาพการณ์สื่อสารแบบอุดมคตินั้นจะมีคุณลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ ซึ่งทั้ง 3 ประการก็ได้สอดคล้องกับคุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์อีกด้วย ซึ่งใจความสำคัญมีดังนี้

1) เป็นสภาพการณ์ที่ผู้สื่อสารสามารถพูดทุกอย่างออกมาได้โดยไม่มีข้อบังคับ 2) เป็นสภาพการณ์ที่

ปัจเจกบุคคลมีโอกาสร่วมสนทนาได้อย่างเท่าเทียม 3) เป็นการสื่อสารที่อยู่ภายในบริบททางสังคมที่มีการกระจายอำนาจให้คนทุกกลุ่มทุกชั้นได้แสดงออก

หากกล่าวโดยสรุป Ideal speech situation นั้นวางอยู่บนความเชื่อที่ว่า “คำพูดนั้นจะจริงก็ต่อเมื่อได้พูดอย่างเป็นอิสระ และสัจจะเปิดเผยต่อเมื่อโอกาสที่จะได้สื่อสารนั้นมีอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม” หากนำแนวคิดเรื่องวาทกรรมระดับต่างๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นของฮาเบอร์มาสมาวิเคราะห์สภาพการณ์สื่อสารในสังคมปัจจุบัน ฮาเบอร์มาสก็สรุปว่า สังคมปัจจุบันยังห่างไกลจากสภาพการสื่อสารแบบอุดมคติอย่างมาก ทั้งนี้เป็นเพราะปัจเจกบุคคลที่กำลังใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในโลกแห่งชีวิต (lifeworld) นั้น ไม่มีโอกาสที่จะได้พูดทุกอย่างที่ใจคิดได้โดยเสรี โดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้คนจะมีความรู้สึก “น้ำท่วมปาก อัดอั้นตันใจ พูดไม่ออก ได้แต่กรอกหน้า” ไปจนกระทั่งถึง “ถึงพูดไปก็ไร้ประโยชน์ ไม่มีใครฟัง” หรือ พูดไปก็ไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลง “ปัจจุบัน” ที่ฮาเบอร์มาสได้กล่าวถึงนั้น แตกต่างไปจากโลกยุคปัจจุบัน 2015 นี้เป็นอย่างมาก เพราะสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “เฟซบุ๊ก” เปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นและปลดปล่อยคำพูดออกมาได้แล้ว จึงอาจกล่าวได้ว่าสภาพการสื่อสารแบบอุดมคติ (Ideal speech situation) เป็นสภาพการสื่อสารในยุคปัจจุบันก็ว่าได้

จากแนวคิดเรื่องการทำทางสื่อสารนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่ามีข้องเกี่ยวกับการศึกษาเรื่องบทบาทการสื่อสารคำคมคัตโตะและบ่นบ่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเป็นอย่างยิ่งในประเด็นของการวิเคราะห์คำคม เพราะเป็นแนวคิดนี้เป็นการศึกษาภาษาที่เกิดขึ้นจริงภายในสังคมซึ่งภาษาที่เกิดขึ้นจริงในสังคมนี้ก็เป็นการเปลี่ยนแปลงของภาษาไปในลักษณะที่สร้างสรรค์ตามแบบที่ขอมสก็ให้ความสนใจ ตัวคำคมไม่ได้เป็นไปตามหลักไวยากรณ์ 100% แต่ผู้ที่อ่านกลับรับรู้ เข้าใจ และให้ความสนใจกันมาก ซึ่งผู้วิจัยนำทฤษฎีนี้มาหาคำตอบเรื่องผลประโยชน์ที่ผู้ส่งและผู้รับสารได้รับการสื่อสารผ่านคำคม ศึกษาความร่วมมือกัน ความเข้าใจซึ่งกันและกันโดยใช้เหตุผลเชิงการสื่อสาร ทั้งนี้ แนวคิดนี้ไม่ค่อยถูกนำมาใช้มากนักในด้านการสื่อสารแต่มีความสอดคล้องกับหัวข้อที่สนใจศึกษา

2.2 แนวคิดเรื่องการโน้มเอียงเชิงเวลาและการโน้มเอียงเชิงพื้นที่ (Time-biased and Space-biased) และแนวคิดของกลุ่มยุคหลังสมัยใหม่ (Postmodern)

(ฮาโรลด์ อินนิส, 1950) นักคิดหลักของทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism Theory) ได้ศึกษาพัฒนาการทางประวัติศาสตร์สังคมที่ผ่านมา อินนิสได้ให้ข้อคิดใหม่

ที่ได้เสริมแนวคิดเดิมๆ ที่มีอยู่ว่า การควบคุมอำนาจของระบบจักรวรรดิตั้งแต่อดีต (อียิปต์ โรมัน) มาจนถึงสมัยปัจจุบันนั้น (อังกฤษ อเมริกา) ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความเข้มแข็งของกองทัพเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับความมีประสิทธิภาพและอำนาจในการควบคุมระบบการสื่อสารอีกด้วย ถือเป็นความตอกย้ำว่าการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากองกำลังทางทหาร และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีด้านการสื่อสารในแต่ละครั้งก็จะส่งผลกระทบต่อสังคมเสมอ ตัวอย่างที่เห็นได้ในปัจจุบันก็คือเมื่อมีสื่อใหม่อย่างเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ก็ส่งผลให้ผู้รับสารรับข่าวได้ตลอดเวลาผ่านทางสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต สามารถเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่ตนเองชอบได้

ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านการสื่อสารนั้นได้พัฒนามาอยู่ในรูปแบบที่เรียกว่าสื่อใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนอย่างที่กล่าวไปข้างต้น ส่งผลให้การสื่อสารมีความสะดวกและเร็วมากขึ้น หน้าที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถทำไปพร้อมๆ กันได้ และข้อมูลสามารถแพร่กระจายไปอย่างกว้างขวาง ต่างจากสื่อเดิมๆ อย่างสื่อบุคคล หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ จากการปรับตัวครั้งใหญ่ของวงการการสื่อสารนี้ อินเทอร์เน็ตได้ค้นพบว่าสื่อที่ต่างชนิดกันจะมีลักษณะที่โน้มเอียงเชิงเวลา (time-biased) และโน้มเอียงเชิงพื้นที่ (space-biased) ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ถ้าเป็นเทคโนโลยีสื่อดั้งเดิม เช่น การสื่อสารบอกเล่า สื่อมุขปาฐะ สื่อพื้นบ้าน หรือสื่อประเพณี จะมีลักษณะโน้มเอียงเชิงเวลา โดยมุ่งเน้นที่ความลุ่มลึกและยั่งยืนทางความคิด ใช้เพื่อสืบทอดประเพณี คุณค่า ความเชื่อจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง มีลักษณะความเป็นอนุรักษ์นิยมสูง และเน้นสื่อสารเฉพาะกลุ่มหรืออยู่ในชุมชนเล็กๆ เท่านั้น แต่ถ้าหากเป็นเทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่ เช่น สื่อมวลชน สื่อสังคมออนไลน์จะเป็นสื่อที่โน้มเอียงเชิงพื้นที่หรือเน้นขยายอาณาบริเวณ สนใจอนาคตมากกว่าปัจจุบันและมีเป้าหมายเพื่อธุรกิจเป็นหลัก ไม่สนใจความประณีตลุ่มลึก

สื่อที่โน้มเอียงเชิงเวลาจะมุ่งเน้นการรักษาอำนาจจากกลุ่มจารีต (traditional authority) เอาไว้ ตัวอย่างเช่น การประกวดแต่งกลอน ที่มีเป้าหมายเพื่อรักษาขนบธรรมเนียมทางภาษาและวัฒนธรรมแบบจารีตเป็นหลัก ซึ่งตรงข้ามกับสื่อที่โน้มเอียงเชิงพื้นที่ที่สนใจในเรื่องการสื่อสารรวงกว้าง เพื่อการแผ่ขยายอำนาจออกไปให้กว้างไกล ดังจะเห็นได้ชัดเจนในยุคอินเทอร์เน็ต

แนวคิดเรื่องการโน้มเอียงเชิงเวลาและการโน้มเอียงเชิงพื้นที่สามารถนำมาอธิบายปรากฏการณ์คำคมในอดีตและคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ได้ เพราะคำคมอยู่คนละยุคและใช้สื่อแตกต่างกันในการสื่อสารซึ่งน่าจะเป็นไปตามแนวคิดนี้ที่สื่อเดิมจะเป็นการโน้มเอียงเชิงเวลาและสื่อใหม่เป็นการโน้มเอียงเชิงพื้นที่

นอกจากการวิเคราะห์ความโน้มเอียงเชิงเวลาและการโน้มเอียงเชิงพื้นที่แล้ว ผู้วิจัยยังพบว่าคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) ที่มีความเกี่ยวข้องกับ

กับการโน้มเอียงเชิงพื้นที่ที่มีการขยายอาณาบริเวณโดยการส่งคำคมต่อกันไปเรื่อยๆ ผู้เขียนคำคมเป็นใครก็ได้ที่ต้องการเขียนชุดคำเพื่อเผยแพร่ผ่านทางสื่อออนไลน์ ไม่จำกัดว่าต้องมี "สถานะ" ใดเป็นพิเศษ หรือต้องได้รับการยอมรับจากคนหมู่มาก แต่ใช้ "คำคม" ที่มีหลากหลายเนื้อหา ถูกสร้างขึ้นในแต่ละชุดที่มีการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ จนกระทั่งได้รับการยอมรับจากผู้อ่านในรูปแบบการกดถูกใจ (like) การแบ่งปัน (share) การติดป้าย (tag) ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างจากคำคมในอดีตที่ถูกเขียนผ่านพระ ผู้ซึ่งมีหน้าที่ให้ข้อคิดเตือนใจแก่พุทธศาสนิกชน และเป็นคำคมที่จะอิงตามหลักธรรมทางศาสนาเป็นหลัก

จากปรากฏการณ์ข้างต้นมีความสอดคล้องกับแนวคิดของกลุ่มยุคหลังสมัยใหม่ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้นั้นผู้วิจัยเลือกมาเพียงประเด็นการเน้นสไตล์หรือรูปแบบมากกว่าเนื้อหา (substance) ที่กลุ่ม PoMo เรียกว่า “อุดมการณ์แบบนักออกแบบ” (designer ideology) กล่าวคือทุกอย่างต้องมีการออกแบบไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย บุคลิกภาพ การประกอบพิธีกรรม หรือแม้แต่คำคมที่อยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ อุดมการณ์ดังกล่าวจะทำให้ภาพลักษณ์สำคัญกว่าการเล่าเรื่อง เช่นเดียวกับกลุ่มสัญญาวิทยาแห่งการบริโภคที่กล่าวว่า “ในการบริโภคนั้น จะเป็นการบริโภคสัญญาหรือภาพลักษณ์มากกว่าคุณประโยชน์ในการใช้งาน” ผลที่ตามมาคือบรรดาสิ่งที่อยู่เป็นเปลือกนอก บรรดาสไตล์ที่ดูเท่ ดูเก๋ทันสมัย จะสำคัญกว่าเนื้อหาสาระและความหมาย ฉะนั้นเรื่องคุณค่าทางศิลปะ ความงามเชิงสุนทรียะ ความลุ่มลึกทางปัญญา ความสมจริงสมจัง เป็นเรื่องที่ไม่ต้องพูดถึง อาจกล่าวได้ว่าเป็นยุคที่เปลือกนอกสำคัญกว่าแก่นแท้ ยิ่งไปกว่านั้นการมีเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย อย่างเช่นคอมพิวเตอร์ ที่สามารถสร้าง “ความเสมือนจริง” ได้ ก็ยิ่งทำให้ผู้คนสามารถสร้าง “ความเป็นจริงแบบมือสอง” ได้ตามความต้องการ ซึ่งอาจจะเข้าแทนความเป็นจริงอันดับแรกมากขึ้นทุกที ตัวอย่างเช่น คำคมในสื่อออนไลน์ที่พบในเฟซบุ๊กนั้นหากต้องการสื่อสารไปยังผู้อ่านในปัจจุบันควรมีรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ จดจำง่าย ด้วยสไตล์ที่แตกต่างกันไปตามความต้องการของผู้เขียนที่ได้สร้างขึ้นมา เช่น คัดโตะพื้นสีชาวมั่น มีเพียงแค่ตัวอักษรที่เป็นลายมือสีดำ บางครั้งลงชื่อท้ายคำคมเป็นภาษาอังกฤษ cutto หรือรูปแวนตา เป็นต้น ทั้งนี้คำคมในสื่อออนไลน์ พบว่ามีเนื้อหาที่สะท้อน “แง่มุม” ของแต่ละช่วงชีวิตจากประสบการณ์ของ “ผู้เขียน” เอง เช่น ความรัก การดำเนินชีวิต และถูกผลิตออกมาทุกวันครั้งละ 1-2 ชุด ผู้อ่านอาจจะสามารถจดจำในรูปแบบของผู้เขียนแต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน แต่ด้านเนื้อหาสาระ (substance) อาจถูกจดจำได้อย่างหลากหลายว่าคำคมชุดใดตรงกับประสบการณ์ของผู้อ่านซึ่งแตกต่างจากคำคมในอดีตแม้จะไม่ประทับใจกับเหตุการณ์แต่ก็สามารถจดจำได้มาจนถึงปัจจุบัน เช่น “ที่ใดมีรัก ที่นั่นมีทุกข์” “คบคนให้ดูหน้า ซื้อผ้าให้ดูเนื้อ” “ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว” ฯลฯ

2.3 ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism Theory)

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism Theory) เป็นหลักในการศึกษา ซึ่งทฤษฎีหน้าที่นิยมได้ตั้งคำถามว่า “สังคมต้องการอะไร” และ “สื่อได้ตอบสนองความต้องการนั้นหรือไม่” ทั้งนี้ปัญหานำวิจัยในขั้นนี้ได้สอดคล้องกันกับแนวคิดทฤษฎีที่มุ่งหาคำตอบว่า “บทบาทคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กคืออะไร” โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีหน้าที่นิยมเป็นแนวทางและตั้งคำถามในการวิจัยครั้งนี้ต่อไปว่า “ผู้รับสารต้องการอะไรจากคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก” และ “ตัวคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กนั้นสามารถตอบสนองความต้องการนั้นได้หรือไม่หรือเติมเต็มความต้องการนั้นอย่างไร”

กาญจนา แก้วเทพ (2548) ได้กล่าวเกี่ยวกับทฤษฎีหน้าที่นิยมว่าเป็นทฤษฎีกระแสหลักที่ถูกนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยด้านสื่อสารมวลชนมากที่สุด เนื่องจากลักษณะหนึ่งของทฤษฎีนี้คือเป็นทฤษฎีระดับกลาง (middle-range theory) ที่อยู่ระหว่างทฤษฎีสังคมขนาดใหญ่ (general theory of social system) อันอยู่ห่างไกลจากการทำงานของสถาบันต่างๆ ในชีวิตที่เป็นจริงของสังคม กับทฤษฎีระดับจุลภาค (micro theory) ที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพียง 2-3 ตัว ซึ่งมีขนาดเล็กเกินไป โดยทฤษฎีระดับกลางจะเลือกอธิบายบางส่วนของสังคมหรือชุดกิจกรรมบางชุดเท่านั้น เมื่อนำทฤษฎีระดับกลางนี้มาใช้ในเรื่องการศึกษาสื่อมวลชน ทฤษฎีนี้จะช่วยเชื่อมโยงงานวิจัยที่เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อที่มีต่อปัจเจกบุคคลเข้ากับทัศนะกว้างๆ เกี่ยวกับบทบาทสื่อมวลชน

2.3.1 ที่มาและข้อเสนอเบื้องต้นของทฤษฎีหน้าที่นิยม

กาญจนา แก้วเทพ (2548) กล่าวว่า ทฤษฎีหน้าที่นิยมได้รากฐานมาจากวิทยาศาสตร์ สาขาชีววิทยา ที่ศึกษาบรรดาสสิ่งมีชีวิตทั้งหลายว่าเป็น organism ระบบใหญ่ระบบหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยการทำงานอย่างสัมพันธ์กันของระบบย่อยๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของระบบย่อยและระบบใหญ่ทั้งหมด มักเปรียบเทียบสังคมกับร่างกายมนุษย์ โดยถือว่าร่างกายทั้งหมดเป็นระบบใหญ่ โดยระบบใหญ่นี้จะประกอบด้วยระบบย่อยๆ เช่น อวัยวะทั้ง 32 ซึ่งก็ต่างต้องพึ่งพาอาศัยประสานงานกัน (interdependence) โดยระบบใหญ่จะต้องมีหน้าที่พื้นฐานคือรักษาเสถียรภาพ (stability) ของทั้งระบบเอาไว้ หากระบบใหญ่สูญเสียการทำงานที่พื้นฐานนี้ก็แปลว่าทั้งระบบนั้นก็ถึงแก่อวสานทั้งระบบ ทั้งระบบย่อยและระบบใหญ่ต่างก็มีความต้องการเฉพาะส่วนและความต้องการโดยรวม (คือการดำรงรักษาระบบ) ความต้องการเฉพาะส่วนและความต้องการโดยรวมนี้จะต้องสอดคล้องกันเพราะถ้าหากขัดแย้งกันเองทั้งส่วนย่อยและส่วนรวมก็จะพังทลายทั้งคู่ ตัวอย่างของการ

ตอบสนองความต้องการในสังคมปัจจุบันก็เช่น เมื่อคนตกอยู่ในภาวะเศร้าและไม่มีใครที่อยู่เคียงข้าง สิ่งที่มีมนุษย์ต้องการคือกำลังใจจากใครสักคน แต่บังเอิญว่าช่วงเวลานั้นอยู่ตัวคนเดียว มีเพียงสมาร์ทโฟนที่อยู่ติดกับตัว จึงเป็นโอกาสที่สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาตอบสนองความต้องการนี้ โดยที่ผู้ที่กำลังเศร้าได้เปิดรับคำคมผ่านทางเฟซบุ๊กแฟนเพจบนบ่น “ไม่เป็นไรนะ พอมันแย่ถึงที่สุดแล้วมันจะค่อยๆ ดีขึ้นเอง” (7 เมษายน 2558) เมื่อได้อ่านก็ได้ดีใจและเกิดความเข้าใจ และภาวะอารมณ์ที่เศร้าอยู่นั้นก็ค่อยๆ ดีขึ้น เข้าสู่ภาวะปกติอีกครั้งหนึ่ง (homeostasis) เพราะรู้สึกว่ามีคนคอยปลอบใจอยู่ คำว่า “ไม่เป็นไรนะ” สำหรับคนที่ไม่มีใครอยู่เคียงข้าง คำนี้อาจจะเป็นคำที่มีความหมายมากกว่าคนอื่นๆ ที่ไม่มีประสบการณ์ร่วม เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ Lasswell (1960) ที่เป็นผู้วางระบบเรื่องหน้าที่ของกระบวนการสื่อสารจึงกล่าวว่า ในแต่ละสังคมต่างก็มีความต้องการและมีค่านิยมที่แตกต่างกันไป เช่น ในสังคมอุตสาหกรรม ค่านิยมหลักๆ ก็คงได้แก่ความมั่งคั่ง อำนาจ การเป็นที่เคารพยกย่อง ความรู้ความเข้าใจ ฯลฯ ค่านิยมเหล่านี้จะต้องผ่านการทำงานโดยผ่านสถาบันต่างๆ ที่โยงใยเกาะเกี่ยวกันเป็นตาข่าย และอาจเนื่องจาก Lasswell มีภูมิหลังเป็นนักรัฐศาสตร์และเมื่อใช้แนวคิดเปรียบเทียบสังคมกับระบบของร่างกาย ในขณะที่ร่างกายต้องเผชิญกับเชื้อโรคซึ่งเป็นตัวข่มขู่สุขภาพของร่างกาย ในโลกของสังคม ลัทธิการเมืองและระบบการปกครองที่แตกต่างกันก็ทำให้ แต่ละสังคมต้องปกป้องระวังภัยจากอีกฝ่ายหนึ่ง หน้าที่ของการสื่อสารที่ Lasswell ระบุไว้ จึงก่อตัวมาจากพื้นฐานดังกล่าวนี้

2.3.1.1 ระวังสอดส่อง (surveillance)

ต้องทำหน้าที่ระวังสอดส่องสิ่งที่จะเป็นอันตรายต่อระบบต้องเปิดเผยให้สาธารณชนเห็นถึงอันตรายที่สิ่งแปลกปลอมดังกล่าวจะมาทำลายค่านิยมของสังคม จากการศึกษาคำคมของคัตโตะและบนบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเบื้องต้นนั้น พบว่าคำคมของคัตโตะได้มีส่วนในการทำหน้านี้ด้วย เช่น “เดือนเราด้วยนะ เวลาเรารักแกมากเกินไป” ซึ่งความหมายโดยตรงที่ส่งต่อไปยังผู้รับสารนั้นได้ทำหน้าที่เป็น “คำเตือน” ในเรื่องของ “ความรัก” หากมากเกินไปก็จะส่งผลกระทบต่อในทางลบกับทั้งคู่ เพราะทุกสิ่งทุกอย่างบนโลกใบนี้อะไรที่มากเกินไปหรือน้อยไปย่อมไม่เกิดผลดีทั้งสิ้น และความรักที่มากเกินไปก็จะทำให้เกิดความหึงหวง อาจจะนำมาซึ่งปัญหาอาชญากรรมได้

2.3.1.2 กระทบส่วนต่างๆ ของสังคม (correlation)

ต้องกระทบส่วนต่างๆ ของสังคม ให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อตอบโต้กับอันตรายของระบบ คำคมคัตโตะได้เข้ามาทำหน้าที่นี้ในตอนที่เกิดเหตุการณ์วางระเบิดที่ศาลท้าวมหาพรหม แยกราชประสงค์ เพจคัตโตะได้แชร์ภาพพร้อมคำว่า “ขอให้ทุกคนปลอดภัย” (18 สิงหาคม 2558) และได้มีการแสดงความคิดเห็นในภาพนี้เพิ่มเติมอีกว่า “เราต้องร่วมมือกัน อย่า

ให้มันทำให้เราแตกแยกได้ พวกเราแข็งแกร่งเมื่อเรารวมใจกัน” จากข้อความทั้ง 2 ข้างต้นทำให้ผู้รับสารต่างเข้ามาแสดงความคิดเห็น ให้กำลังใจผู้ที่ประสบภัย และแบ่งปันภาพนี้เป็นจำนวนมาก ถือเป็น การทำหน้าที่ในการสร้างความเป็นอันเดียวกันให้กับคนในสังคม

2.3.1.3 ถ่ายทอดค่านิยมอันเป็นมรดกของสังคม (transmission social inherent)

ต้องถ่ายทอดค่านิยมอันเป็นมรดกของสังคม ให้แก่คนรุ่นต่อไป หน้าที่นี้เกี่ยวข้องกับ การถ่ายทอดวัฒนธรรมโดยตรง (cultural transmission) ตัวอย่างของการทำ หน้าที่ที่ถ่ายทอดค่านิยมของคำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เช่น คำคมบ่นบ่นที่กล่าวว่า “เวลามัน ท้อแท้สุดๆ นี่ใครตคิดถึงบ้านเลยเนอะ” (15 พฤษภาคม 2558) เป็นการถ่ายทอดค่านิยมที่ควรปฏิบัติ ที่เกิดความรู้สึกท้อแท้ เพราะหลายๆ คนเมื่อเกิดความท้อแท้ สิ้นหวัง มักจะหาทางระบายหรือ ทางออกอื่นๆ เช่น คิดสั้นฆ่าตัวตาย (ในกรณีท้อแท้อย่างหนัก) หรือการไปหาเพื่อนๆ ซึ่งท้ายที่สุด อาจจะถูกบลงดด้วยของมีนเมา คำคมชุดนี้ทำให้ผู้คิดได้ว่าเวลาท้อแท้สิ่งที่บางคนไม่ค่อยนึกถึงเลยก็คือ บ้าน เหตุที่ทำให้คิดถึงบ้านเพราะคนในบ้านหรือครอบครัวของเราเป็นคนที่รักเรามากที่สุด กำลังใจ จากคนเหล่านี้จะทำให้มีแรงก้าวเดินและใช้ชีวิตต่อไปได้ เป็นต้น

Merton ได้สาริตตัวอย่างการนำเอากระบวนทัศน์หน้าที่นิยามมาใช้ใน การวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคมในหนังสือชื่อ social theory and social structure มีหลักการ สำคัญคือ ให้พิจารณาปรากฏการณ์ต่างๆ ของสังคม เช่น การใช้สื่อมวลชนเป็นวัตถุดิบในการศึกษาที่ เรียกว่า social artifacts (ไม่ใช่การศึกษาตัวบุคคล) สิ่งที่ต้องการจะศึกษาคือหน้าที่ของปรากฏการณ์ ดังกล่าวนี ซึ่งในการวิเคราะห์แนวหน้าที่นิยามจะต้องมีความเป็นกลางเชิงคุณค่า (value neutrality) ในทฤษฎีสังคมแบบโบราณมีการพิจารณาส่วนต่างๆ ของสังคมว่า “ดี” หรือ “เลว” อย่างแบบสุดโต่ง เช่น mass society จะบอกว่าสื่อมวลชนเป็นสิ่งเลว เพราะมีลักษณะก้าวร้าวรุนแรง ทำให้ศีลธรรม เสื่อมโทรม ฯลฯ แต่สำนักหน้าที่นิยามจะปฏิเสธวิธีการเช่นนั้น และนำเสนอว่าการวิจัยด้านสื่อมวลชน ควรจะศึกษาการทำหน้าที่ (functions) และการไม่ทำหน้าที่หรือทำหน้าที่ที่เป็นอันตราย (dysfunction) ของสื่อมากกว่า เพราะนักวิชาการไม่มีหน้าที่ตัดสินโดยใช้คุณค่าเป็นเกณฑ์ แต่ควรจะ ค้นคว้าหาคำตอบว่าในปัจจุบันสื่อกำลังทำหน้าที่อะไรให้แก่สังคมมากกว่า

2.3.2 แนวคิดเรื่องการทำหน้าที่ต่างๆ ในทฤษฎีหน้าที่นิยาม

2.3.2.1 Function/Dyfunction/Non-Function

คำว่า function เป็นคำที่เป็นแกนกลางของทฤษฎีนี้ นักสังคมวิทยาได้ ให้คำนิยามของคำว่า “function” ว่าเป็นกระบวนการสำคัญที่ระบบย่อยต่างทำงานเพื่อตอบสนอง ความต้องการ (need) ของระบบในการดำรงรักษาอยู่ (maintenance) ของระบบนั้น การทำหน้าที่

ดังกล่าวนี้จำเป็นต้องมีการประสานซึ่งกันและกัน (interdependence) ระหว่างระบบย่อยๆ และแสดงออกมาเป็นกิจกรรมต่างๆ (activities) ในคำนิยามที่ยกมากล่าวนี้ มีข้อที่น่าสังเกต 2 ประการคือ ในขณะที่ปัจเจกบุคคล กลุ่มหรือสังคมเกิดความต้องการขึ้นมาขึ้น อันที่จริงมีวิธีการหลายอย่างที่จะตอบสนองความต้องการนั้นได้ เช่น เวลาที่เราอกหัก (เกิดความต้องการ) เราสามารถจะตอบสนองได้หลายวิธี เช่น ปรึกษาเพื่อน ปรึกษาพ่อแม่ ร้องไห้ ฟังเพลง ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ในสภาพความเป็นจริงไม่ใช่ทุกคนจะสามารถเลือกใช้วิธีการตอบสนองความต้องการทุกอย่างที่กล่าวมาได้ และสำหรับคนบางคนอาจจะเหลือเพียงทางเลือกเดียวให้ตอบสนอง เช่น เวลาอกหักก็มักจะเลือกเสพคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ เพราะคิดว่าเหมือนมีเพื่อนที่รู้ใจที่คอยให้กำลังใจไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์ใดๆ ในชีวิตลักษณะดังกล่าวนี้เรียกว่า “indispensable”

เมื่อนำเอาแนวคิดเรื่อง “function” มาใช้ในการศึกษาเรื่อง purpose, expectation ฯลฯ ของสื่อมวลชนนั้น McQuail (1987) ตั้งข้อสังเกตว่า คำว่า “function” ถูกนำมาใช้หลายความหมายเช่น use, utility, purpose, motive, intention, aim, consequence ตัวอย่างเช่น เมื่อนำเอาข้อเสนอของ Lasswell ข้อสุดท้ายที่ว่าสื่อมีหน้าที่ด้านให้ความบันเทิงนั้น มาอธิบายในการสื่อสารคำคม สามารถแปลความหมายได้ถึง 3 อย่างคือ 1) มีหน้าที่ทำให้ประชาชนมีความบันเทิงใจ 2) เป็นเรื่อง purpose ประชาชนได้รับความสนุกสนานจากสื่อมวลชน 3) เป็นมาตรฐานที่คาดหวังไว้แล้วว่าคำคมควรจะต้องให้ความบันเทิงด้วย

หากเราพิจารณาว่า “function” ของสถาบันสื่อมวลชนนั้นก่อให้เกิดผลสืบเนื่องตามมา คือ ทำให้ระบบสามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ หรือภัยอันตรายที่จะมาข่มขู่ เช่น คำคมบ่นบ่นที่กล่าวว่า “เมื่อเข้าสังคม ความอดทนคือสิ่งจำเป็น” ถ้าหากผู้ที่รับสารเก็บไปคิดและปฏิบัติจริง คือ มีความอดทนมากขึ้นเมื่อร่วมงานกันกับผู้อื่นหรือเข้าสังคม ก็ถือว่าคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ได้ทำหน้าที่อย่างดี อย่างไรก็ตาม หากเมื่อใดที่กิจกรรมของสื่อกลับให้ผลที่ตรงกันข้าม เป็นการไปลดความสามารถในการปรับตัวของระบบให้น้อยลงก็เรียกว่าเป็น “dysfunction” เช่น ในชุมชนแบ่งปันสูตรการทำอาหารในสื่อสังคมออนไลน์สมาชิกท่านหนึ่งได้ทำเมนู tamago kake gohan (ข้าวหน้าไข่ดิบญี่ปุ่น) โดยไข่ดิบที่ว่าเป็นการนำไข่แดงมาแช่กับซอสโดยไม่ผ่านกระบวนการที่ทำให้สุก และได้บรรยายรสชาติว่าอร่อย จึงทำให้มีคนสนใจทำตามกันเป็นจำนวนมาก ด้วยคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่เปิดกว้างให้ใครก็ได้เป็นผู้ส่งสาร ดังนั้นจึงไม่มีการเฝ้าระวังในด้านความถูกต้องของเนื้อหา ผลปรากฏว่าสมาชิกในชุมชนแบ่งปันสูตรอาหารท่านหนึ่งเกิดอาการติดเชื้อในกระแสเลือดและลำไส้ เพราะไข่ที่นำมาทำอาหารนั้นมีเชื้อโรค เพราะไม่ได้ผ่านการพาสเจอร์ไรซ์เหมือนไข่ที่ประเทศญี่ปุ่น แสดงให้เห็นว่าการนำเสนอของสื่อสังคมออนไลน์อาจจะเป็น dysfunction ได้ ถ้าหากเกิดกรณีที่ไม่มี

ผลลัพธ์เกิดตามมา เช่น มีผู้แบ่งปันสูตรอาหารแต่ไม่มีผู้ได้นำสูตรไปทำอาหารตามที่นำเสนอก็จะเรียกว่า “non-function”

จากการศึกษาสังคมย่อยๆ ทฤษฎีหน้าที่นิยมได้ให้คำอธิบายที่สามารถจะนำมาใช้กับสังคมใหญ่ๆ ได้ว่า ทุกกิจกรรมและทุกปฏิบัติการในสังคมต่างเกี่ยวข้องโยงใยกัน และต่างทำหน้าที่เพื่อรักษาเสถียรภาพสังคมโดยรวม กิจกรรมบางอย่างอาจจะทำหน้าที่ และกิจกรรมบางอย่างอาจจะไม่ทำหน้าที่ หรือทำหน้าที่ที่เป็นอันตราย แต่ตราบดีที่ส่วนที่หน้าที่ยังเป็นหลักอยู่ และส่วนที่เป็นอันตรายยังเป็นส่วนน้อย สังคมก็ยังคงสมดุลอยู่ได้

2.3.2.2 Manifest/Latent Function

Merton (1967) สร้างคำศัพท์ใหม่ขึ้นมาอีก 2 คำคือ manifest และ latent เพื่อแยกความแตกต่างออกไปจากคำศัพท์ 3 คำที่กล่าวมาข้างต้น เกณฑ์ที่ใช้ในการวัด manifest/latent คือความตั้งใจ (intention) และการรับรู้ตัว (recognition) ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร (participant) manifest function จึงเป็นผลลัพธ์ที่เกิดตามมาโดยที่ผู้สื่อสารตั้งใจและรับรู้ตัวมาก่อน ส่วน latent function ก็เป็นผลลัพธ์ที่เกิดตามมาโดยที่ผู้สื่อสารไม่ได้ตั้งใจและไม่รู้ตัวมาก่อน

แนวคิดเรื่อง latent function นั้นเห็นได้จากการศึกษาเบื้องต้นคือ ความคาดหวังของผู้สื่อสารที่มีต่อบทบาทของคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ที่อาจจะหวังไว้ว่าให้คำคมที่สื่อสารออกไปจะมีบทบาทในการให้กำลังใจผู้อ่าน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วคำคมที่สื่อสารออกมานั้นได้มีบทบาทในการเป็นพื้นที่ระบายความคับข้องใจของผู้รับสารด้วย ซึ่งผู้สื่อสารเองก็อาจจะไม่รู้ตัวเกี่ยวกับบทบาทดังกล่าว แนวคิดเรื่อง latent function นี้สามารถนำมาใช้อธิบายเรื่องของสื่อสังคมออนไลน์นี้ได้ ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ด้วย manifest function (ไปถามความตั้งใจของผู้ส่ง/ผู้รับสาร) อาจจะไม่พบหน้าที่อะไร แต่เมื่อวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่เกิดตามมาอย่างไม่ตั้งใจและไม่รู้ตัวแล้ว จะพบว่าสื่อเหล่านี้ได้ช่วยในการทำหน้าที่หลายๆ อย่าง

2.3.2.3 Alternative function/Function equivalence

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า เมื่อเกิดความต้องการของปัจเจกบุคคล/กลุ่ม/สังคมนั้น มีวิธีการและมีสถาบันหลายอย่างที่จะสามารถตอบสนองความต้องการได้ และในกรณีที่สถาบันที่เคยทำหน้าที่นั้นไม่กระทำหน้าที่ ก็จะมีสถาบันอื่นๆ เข้ามาทำหน้าที่ทดแทน ปรากฏการณ์ดังกล่าวเรียกว่า alternative function/function equivalence ตัวอย่างเช่น แต่เดิมเราเคยได้รับการสั่งสอน การให้ข้อคิดในการดำเนินชีวิตจากพ่อแม่ ครูอาจารย์ หรือพระ แต่ต่อมาเมื่อสายสัมพันธ์เหล่านี้ค่อยๆ คลายลงและสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้าไปแทนที่ เราก็จะได้รับการแนะนำจากคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ หรือการฟังพระเทศน์ผ่านทางเว็บไซต์ธรรมะก็จะเข้ามาทำหน้าที่แทน

นอกจากทฤษฎีหน้าที่นิยมก็ยังมีอีกทฤษฎีหนึ่งที่ถือเป็นทฤษฎีลูกนั้นก็คือทฤษฎีบทบาทหน้าที่เชิงสังคมของสื่อใหม่ ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2555) กล่าวว่า เมื่อสังคมส่วนรวมมีความต้องการ บรรดาระบบย่อยหรือหน่วยย่อยๆ ก็ต้องช่วยกันทำหน้าที่เพื่อตอบสนองความต้องการที่ได้ระบุมา ซึ่งแต่ละสถาบันก็จะมีบทบาทหน้าที่ในการตอบสนองของตนเอง และสถาบันสื่อมวลชน รวมถึงสื่อใหม่ที่เกิดจากการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร (สื่อเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ อีเมล ฯลฯ) ก็เป็นหนึ่งในระบบย่อยๆ ของสังคม จึงมีหน้าที่เช่นเดียวกับสถาบันอื่นๆ ด้วย ซึ่งได้ให้ตัวอย่างบทบาทหน้าที่เชิงสังคมของสื่อใหม่ ดังนี้

2.3.3 ตัวอย่างบทบาทหน้าที่เชิงสังคมของสื่อใหม่ (Social Functionalism of New Media)

2.3.3.1 หน้าที่การให้ข่าวสารข้อมูลเพื่อเฝ้าระวังสภาพแวดล้อม

D. McQuail (1994, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2555) ขยายรายละเอียดของหน้าที่ออกเป็น 3 แง่มุม คือ 1) การจัดหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และสภาพการณ์ต่างๆ ทั้งในสังคมและในโลก เช่น การรายงานข่าวอย่างทันเหตุการณ์ของแพนเพจไทยพีบีเอส 2) แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ทางอำนาจระหว่างคนกลุ่มต่างๆ เช่น แพนเพจคำคมของคัตโตะในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่ผู้ส่งสารมีอำนาจในการเผยแพร่คำคมออกไป ในขณะที่ผู้รับสารก็มีอำนาจในการกำหนดว่าจะมีปฏิกิริยาตอบกลับอย่างไร 3) จัดหาข้อมูลเพื่อสนับสนุนนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อการปรับตัวหรือเพื่อพัฒนาความก้าวหน้าทางสังคม หากเป็นนวัตกรรมทางความคิดคำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กก็แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน โดยทำหน้าที่ต่างๆ เพื่อให้คนในสังคมได้นำไปปรับใช้ในชีวิตของตนและเพื่อให้สังคมโดยรวมดำเนินไปในแนวทางที่เหมาะสม

2.3.3.2 หน้าที่ในการเชื่อมโยงประสานส่วนต่างๆ เข้าด้วยกัน (Correlation)

การทำหน้าที่ในส่วนนี้จะแสดงออกในหลากหลายรูปแบบ ดังนี้ 1) ทำหน้าที่โดยการให้คำอธิบาย การตีความ การแสดงความคิดเห็น การให้ความหมายต่อเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆ เช่น ในแพนเพจคำคม ข่าว สารคดีต่างๆ เป็นต้น 2) ทำหน้าที่ในการสนับสนุนผู้มีอำนาจหรือบรรทัดฐานของสังคม เช่น การสนับสนุนคำคมที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานของสังคมโดยการแบ่งปันให้ผู้อื่นได้เห็น 3) ทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะสมาชิกใหม่ เช่น สมาชิกใหม่ที่เพิ่งสมัครเข้ามาในเฟซบุ๊ก 4) ทำหน้าที่ประสานกิจกรรมต่างๆ ที่แตกแยกให้รวมประสานกัน 5) ทำหน้าที่สร้างฉันทามติ (consensus) 6) ทำหน้าที่กำหนดลำดับความสำคัญและแสดงสถานภาพของสิ่งต่างๆ ข้อนี้เราจะเห็นได้ว่าการจัดวาระของสื่อสังคมออนไลน์มักจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เช่น เราเห็นเพื่อนหลายๆ

คนแบ่งปันคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวกับการไว้อาลัยให้กับผู้เสียชีวิตในเหตุการณ์ระเบิดที่ราชประสงค์ เป็นต้น

2.3.3.3 หน้าที่สร้างความต่อเนื่อง (Continuity)

ในขณะที่หน้าที่ด้านการเชื่อมโยงนั้นจะเน้นประสานงานในเชิงมิติของพื้นที่ (space) แต่หน้าที่สร้างความต่อเนื่องนั้นจะเน้นประสานงานในเชิงของกาลเวลา (time) เช่น การสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม การเปิดตัวของวัฒนธรรมย่อยๆ (subcultures) หรือการสร้างสรรควัฒนธรรมใหม่ๆ รวมไปถึงการถ่ายทอดค่านิยมจากรุ่นสู่รุ่น เช่น การนำคำคมในอดีต หรือภาษาไทยมาเป็นคำคมชุดใหม่โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายขึ้นและสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2.3.3.4 หน้าที่ให้ความบันเทิง (Entertainment)

หน้าที่นี้ดูเหมือนจะเป็นเหตุผลข้อแรกของการใช้สื่อของเด็กและเยาวชน ไม่ว่าจะเป็นการแสวงหาความบันเทิงเพื่อความสนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา หรือเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดก็ตาม เช่น คำคมบางชุดอาจมีหน้าที่ที่แฝงเร้นในเรื่องของความบันเทิง และสื่อใหม่บางประเภทก็ทำหน้าที่นี้โดยตรง เช่น วิดีโอเกม เป็นต้น

2.3.3.5 หน้าที่ขับเคลื่อนสังคม (Mobilization)

เพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็ นมิติการเมือง เศรษฐกิจ ศาสนา การศึกษา กีฬา สุขภาพ ฯลฯ เช่น การสื่อสารคำคมที่เป็นแรงบันดาลใจให้เกิดการพัฒนาตนเอง อาทิ “เรารักในหลวง-ดี เราจะทำแบบในหลวง-ดีที่สุด” เป็นต้น

ในการศึกษาเรื่องบทบาทการสื่อสารคำคมคัดัดและบนบนผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีหน้าที่นิยมเป็นทฤษฎีหลักในการศึกษาและเป็นแนวทางในการอธิบายปรากฏการณ์การนำเสนอคำคมจากสื่อสังคมออนไลน์ และข้อหนึ่งของวัตถุประสงค์คือการศึกษาเพื่อมุ่งหาคำตอบว่า “บทบาทของคำคมในสื่อสังคมออนไลน์คืออะไร” ซึ่งบทบาทของคำคมฯ นั้นอาจจะมีบทบาทตามที่ทฤษฎีได้กล่าวไปข้างต้น หรืออาจจะมีบทบาทเพิ่มเติมก็อาจเป็นไปได้ ซึ่งทฤษฎีหน้าที่นิยมและแนวคิดบทบาทหน้าที่เชิงสังคมของสื่อใหม่ทำให้ผู้วิจัยเห็นภาพรวมของหน้าที่สื่อ และสามารถนำมาวิเคราะห์ในงานวิจัยต่อไปได้ว่าคำคมในสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทที่สอดคล้องกับบทบาทที่ให้ไว้ในทฤษฎีหรือไม่และมีอะไรที่นอกเหนือไปจากทฤษฎีหรือไม่

2.4. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)

ในการวิเคราะห์การอ่านความหมายคำคมของผู้รับสารนั้น นอกจากจะใช้แนวคิดการกระทำเชิงการสื่อสารแล้ว ผู้วิจัยยังเลือกใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจด้วย เพื่อที่จะใช้

เป็นแนวทางในการวิเคราะห์โดยเน้นที่ผู้รับสารว่าอ่านความหมายของคำคมอย่างไร และสามารถนำไปใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง และมีวิธีการเลือกและเปิดรับคำคมอย่างไร โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการวิจัย

Katz E. Blumler J. G & Gurevitch M. (1983) ได้อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (uses and gratifications theory) ว่าเป็นทฤษฎีที่ต่อยอดมาจากทฤษฎีการสื่อสารแบบเดิม ที่เน้นแต่เรื่องอิทธิพลของสื่อในด้านเดียว และให้มีเนื้อหาที่ทันสมัย รวมถึงให้เท่าทันกับสถานการณ์ในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น เพราะมนุษย์ในปัจจุบันบริโภคสื่อตามความต้องการของตนเอง ซึ่งทฤษฎีนี้ก็เน้นพฤติกรรมของผู้รับสาร และทฤษฎีนี้ก็จะถูกนำไปใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ผู้รับสารในแบบปัจเจกบุคคล ว่าแต่ละคนนั้นใช้สื่อเพื่อทำหน้าที่อะไรบ้างตามความพึงพอใจส่วนตัว

ส่วนหนึ่งของแนวคิดที่ทำให้มีทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นส่วนขยายจากทฤษฎีความต้องการและแรงจูงใจ (needs and motivation theory) ของ Maslow ที่กล่าวถึงความต้องการพื้นฐานของมนุษย์หรือที่เรียกว่าลำดับขั้นความต้องการ 5 ประการ ดังนี้

- 1) ความต้องการด้านร่างกาย (physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานคล้ายๆ กับปัจจัย 4 เช่น อาหาร ที่พัก ยารักษาโรค
- 2) ความต้องการความปลอดภัย (safe needs) เป็นความต้องการเพื่อความอยู่รอดและต้องการด้านความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ
- 3) ความต้องการด้านสังคม (social needs) เป็นความต้องการการยอมรับจากเพื่อน
- 4) ความต้องการเพื่อได้รับการยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องนับถือ และมีสถานะทางสังคม
- 5) ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคลที่ต้องการทำทุกอย่างให้ประสบความสำเร็จ

นอกจากความต้องการทั้ง 5 นี้ยังมีอีกหนึ่งความต้องการก็คือ ความต้องการที่จะรู้ (need for cognition) เกิดความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสาร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้รับสารมีพฤติกรรมเลือกใช้สื่อและเลือกบริโภคข่าวสาร บทบาทของผู้รับสารในทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจึงอยู่ในสถานะผู้กระทำ (active) ซึ่งต่างจากทฤษฎีเก่าๆ ที่ผู้รับสารจะตกอยู่ในสถานะผู้ถูกกระทำ (passive) ในงานวิจัยชิ้นนี้ก็ได้มองสถานะผู้รับสารว่าเป็นผู้กระทำโดยการเลือกที่จะเปิดรับคำคมในเฟ

ชู้กเองด้วยควมพืงพอใจ และจะศีกษาต่อไปอีกว่าเมื่อเปิดรับแล้วผู้รับสารนำไปใช้ประโยชน์ได้หรือไม่และนำไปใช้ได้อย่างไร

2.4.1 แนวทางการวิเคราะห์การใช้และความพืงพอใจของผู้รับสาร (Uses and Gratifications Approach)

กาญจนา แก้วเทพ (2552) กล่าวว่ การวิเคราะห์แบบแผนการใช้และความพืงพอใจของผู้รับสารนั้น ถือได้ว่าป็นรูปแบบหนึ่งของการศีกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อ (Functionalism) แต่แทนที่จะตอบคำถามว่สื่อมีบทบาทหน้าที่ต่อสังคมอย่างไร ก็เปลี่ยนเป็นมุมมองของปัจเจกบุคคลว่ “แต่ละคนใช้สื่อเพื่อทำหน้าที่อะไรบ้าง” เอกลักษณะเด่นๆ ของการวิเคราะห์การใช้และความพืงพอใจของผู้รับสารนั้นก็ือ จะให้ความสนใจกับผู้ใช้สาร (media user) มากกว่าตัวสาร (media/content)

โดยส่วนใหญ่ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น คนเราจะมีควมตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพ เพื่อประกอบการตัดสินใจเพื่อความบันเทิง ฯลฯ เมื่อมีควมตั้งใจที่แน่นอนแล้ว การเข้าไปใช้สื่อจึงไม่ใช่กิจกรรมที่กระทำไปอย่างไร้เป้าหมาย แต่ป็นกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์ที่แน่นอน (เรียกว่าป็น goal-oriented activity) จากสภาวะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนี้ แสดงให้เห็นว่สื่อมวลชนไม่ได้ป็นทางเลือกเดียวของบุคคล ป็นแค่เพียงตัวเลือกหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกอื่นๆ และสื่อมวลชนคงต้องพบว่าแหล่งข่าวสารอื่นๆ มีฐานะป็นคู่แข่งไปโดยปริยาย จากหลักการที่กล่าวไปข้างต้น สามารถสรุปป็นกระบวนการใช้และความพืงพอใจของผู้รับสารได้ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กระบวนการใช้และความพืงพอใจของผู้รับสาร (กาญจนา แก้วเทพ, 2552)

หากลองสมมติสถานการณ์การเปิดรับคำคมของคนๆ หนึ่งในเงื่อนไขแรก

- (1) เป็นผู้ที่เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเปิดรับข้อมูล
- (2) ทำให้เธอรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นอีกช่องทางหนึ่ง
- (3) เธอหวังว่า
- (4) จากการเปิดรับคำคมในสื่อสังคมออนไลน์
- (5) คำคมในสื่อสังคมออนไลน์จะทำให้เธอได้ข้อคิดแง่มุมดีๆ
- (6) กตัญญูใจแฟนเพจ หรือกตัญญูใจคำคม
- (7) กตแบ่งปันหรือแท็กให้เพื่อนอ่านโดยเฉพาะ

2.4.2 จุดเด่นของทฤษฎีทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

Jay G. Blumler and Elihu K. (1974, อ้างถึงใน ทรราชย์ฉัญฉน์ จินากุล, 2556) ได้กล่าวถึงทฤษฎีนี้จากการใช้สื่อที่มีมุมมองต่อผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เล่นเกมรุก ซึ่งหมายถึงผู้รับสารเป็นฝ่ายใช้ประโยชน์จากสื่อมากกว่าที่จะตกเป็นผู้เล่นเกมรับ ดังเช่นทฤษฎีกระสุนปืน (magic bullet theory) ในยุคแรก ทำให้มุมมองเกี่ยวกับอำนาจของสื่อมวลชนเปลี่ยนไปจากเดิมโดยมองว่าสื่อมีอำนาจจำกัด

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ได้ให้ความสำคัญกับปัจเจกบุคคลในกระบวนการสื่อสารมวลชน โดยมีการคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลซึ่งมีผลทำให้แต่ละบุคคลมีความต้องการใช้สื่อรวมทั้งความคาดหวังที่แตกต่างกัน ซึ่งครั้งนี้ผู้วิจัยก็ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นปัจเจกบุคคลที่มีความหลากหลาย (variety) ไม่ว่าจะเป็นด้านอาชีพ วัย การศึกษา เป็นต้น เพื่อให้เห็นถึงความต้องการและความพึงพอใจในการเปิดรับคำคมที่แตกต่างกันออกไป เปรียบได้กับกระบวนการที่คนเดิมมองผู้รับสารว่าต้องการทานข้าวกล่อง ซึ่งบรรจุอาหารชนิดเดียวกันทุกกล่อง แต่ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเปรียบได้กับการทานอาหารบุฟเฟต์ ที่ผู้รับประทานสามารถเลือกทานอาหารที่ชอบและไม่ทานอาหารที่ไม่ชอบ โดยที่ไม่มีผู้ใดบังคับได้ จากแนวคิดนี้ทำให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับตัวผู้รับสารในมิติใหม่ที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์ในการศึกษาความต้องการของผู้รับสารในยุคสมัยใหม่ได้เป็นอย่างดี

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสนับสนุนแนวคิดที่ว่าสื่อมีอำนาจที่จำกัด โดยมองว่าสื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเลือกหนึ่งในการตอบสนองความต้องการของผู้รับสารเท่านั้น ซึ่งผู้รับสารอาจไม่เลือกเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการก็เป็นได้ นั่นหมายความว่าสื่อมวลชนอาจไม่มีอำนาจต่อบุคคลบางคน เช่น ชายอายุ 50 ปี มีปัญหาเรื่องความคิดมากของตนเอง

เป็นเหตุให้ไม่สบายกาย ไม่สบายใจ เขาก็อาจจะเลือกไปฟังพระเทศน์ที่วัดมากกว่าเลือกเปิดรับคำคมจากสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับคำคม (Quotes)

คำคมคัดลอกและบ่นบ่นในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก นับว่าเป็นคำคมประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นมาในยุคสมัยใหม่จากการสังเกตเบื้องต้นนั้นก็มีความแตกต่างจากคำคมในสมัยก่อนอยู่พอสมควร ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับคำคมนี้เป็นแนวทางในการพิจารณาคำคมนี้ได้ว่ามีลักษณะเป็นอย่างไรแตกต่าง คล้ายคลึงหรือเหมือนกับคำคมที่ผ่านสื่อเดิมในพื้นที่อื่นๆ เช่น วัด โรงเรียน หรือไม่ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

คำคมเป็นสิ่งที่เราเคยได้ยินกันมาช้านาน ว่าเป็นคำสอนบ้าง ภาษิตให้ข้อคิดบ้าง วัตถุประสงค์หลักของคำคมนั้นคือการให้ผู้รับฟัง หรือผู้อ่านได้แง่คิดในเรื่องต่างๆ เป็นข้อเตือนจิต สะกิดใจหรือเสริมย้ำจากความคิดความรู้สึกภายในตัวเราเอง ให้ฉุกคิดหรือประพฤติปฏิบัติตนในเรื่องใดเรื่องหนึ่งไปในแนวทางที่สร้างสรรค์ และเพื่อให้เป็นหลักคิดในการดำเนินชีวิตให้มีความสุขมากที่สุด และมีความทุกข์ให้น้อยที่สุด ซึ่งวิทยากร เชียงกูล (2542) ยังได้กล่าวอีกว่าคำคมหรือคำคมเหล่านี้เป็นข้อคิดที่นอกจากจะเป็นประโยชน์ในการศึกษาประวัติศาสตร์สังคมเชิงเปรียบเทียบแล้ว ยังเป็นข้อคิดที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้โดยตรงอีกด้วย เช่น ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ทำให้เกิดกำลังใจ แรงบันดาลใจ ความมุ่งมั่น ความมูมานะ ความคิดสร้างสรรค์ ฯลฯ

2.5.1 ความหมายของคำคม

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของคำคมไว้ว่า “ถ้อยคำที่หลักแหลมชวนให้คิด” ซึ่งก็สอดคล้องกับคำนิยามในหนังสือ “ลับลมคมนี้” ที่ วิมล ไทร นิมนวล นักเขียนซีไรต์ประจำปี 2543 ได้กล่าวว่า คำคมเป็นข้อความที่ปลุกใจให้คิด สะกิดใจให้ตระหนัก แม้ว่าเราจะรู้เรื่องนั้นๆ ดีอยู่แล้ว และหลายบทก็กระตุ้นให้เราตั้งคำถามกับชีวิตที่เราเป็นอยู่ หลายบทกระทบใจให้เราต้องทบทวนตนเอง

ส่วนชัยรัตน์ วงศ์เกียรติขจร (2556) กล่าวว่า “คำคมเพียงไม่กี่พยางค์ บางครั้งอาจช่วยเตือนสติใครบางคนให้รอดพ้นจากหลุมพรางของชีวิตได้” นั้น น่าจะเกิดประโยชน์และใช้เป็นข้อคิดสะกิดใจได้บ้างสำหรับผู้ที่กำลังมีดมนสิ้นหวัง ดำเนินชีวิตไปอย่างไร้จุดหมาย ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง หนีปัญหาไม่กล้าตัดสินใจเพราะกลัวความผิดพลาด ได้ย้อนกลับไปรื้อฟื้นและค้นหาข้อคิดคำคมบางบท ที่แฝงไปด้วยแง่คิดที่ทำให้เกิดกำลังใจ หรือบางบทที่เคยชื่นชอบประทับใจในอดีตซึ่งอาจสอดคล้องและใกล้เคียงกับเหตุการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน แล้วนำมาพิจารณาปรับใช้เพื่อช่วย

คลี่คลายปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างมีหลักคิด หลักการมีหลักใจ เพื่อป้องกันมิให้เกิดความผิดพลาดในการดำเนินชีวิตซ้ำแล้วซ้ำเล่า หรืออย่างน้อยที่สุดความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในการตัดสินใจครั้งใหม่ก็คงไม่รุนแรงหรือทำให้ได้รับความเดือดร้อนเสียหายมากนัก

2.5.2 ที่มาของคำคม

คำคมคือคำพูดหรือถ้อยคำที่สื่อออกมาจากมนุษย์ แต่ไม่ใช่มนุษย์ทุกคนจะสามารถคิดคำคมขึ้นมาได้ วิทยากร เชียงกูล (2542) กล่าวว่า คำคมเป็นการกลั่นกรองความคิดที่เป็นแก่นสาระสำคัญจากคำบอกเล่า หนังสือ สุนทรพจน์ ฯลฯ ของนักคิด นักเขียน กวี รัฐบุรุษ นักปราชญ์ นักวิชาการ ศิลปินชั้นนำ ฯลฯ ที่สะท้อนให้เห็นถึงความฉลาดของมนุษย์ในสังคมในยุคสมัยต่างๆ

ส่วน ถนอมศักดิ์ จิรายุสสวัสดิ์ (2556) กล่าวว่า นักบริหาร เศรษฐี และผู้ที่ประสบผลสำเร็จส่วนใหญ่มักจะมีหลักปรัชญาข้อคิด-คติ และคำคมที่ได้กลั่นกรองออกมาจากความคิดดีๆ ซึ่งทั้งหลายทั้งปวงมักมาจากประสบการณ์ชีวิตจริง หลักการทำงาน ตลอดจนการบริหารธุรกิจจนประสบความสำเร็จ ผู้ที่มีวาทะคำคม-ความคิดเป็นเลิศมักได้รับการยอมรับนับถือเป็นอย่างสูง บุคคลเหล่านี้เปรียบเสมือนปราชญ์แห่งความสำเร็จที่สามารถนำมาถ่ายทอดเป็นแบบอย่างที่จะให้ข้อคิดและกำลังใจ ในการก้าวไปสู่จุดมุ่งหมาย

และชัยรัตน์ วงศ์เกียรติขจร (2556) กล่าวว่า ที่มาของข้อคิดคำคมทั้งหลายทั้งปวงเกิดขึ้นด้วยสติปัญญา ความเฉลียวฉลาดรอบรู้ ความสังเกตรอบคอบ มุมมองที่ลึกซึ้งแตกต่างกันของนักคิด นักเขียน กวี นักปราชญ์ พระศาสดา และบุคคลสำคัญของโลก ที่คัดสรรกลั่นกรองจนตกผลึกและจดบันทึกไว้ด้วยภาษาที่สละสลวย งดงามเหมาะสม กลายเป็นคำคมข้อคิดที่เยี่ยมไปด้วยคุณค่าในทุกกาลสมัย

จากคำจำกัดความของนักเขียนทั้ง 3 ท่าน ทำให้เห็นว่าคำคมนั้นส่วนใหญ่จะเกิดจากผู้ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินชีวิต เก็บสังขมประสบการณ์มาเรื่อยๆ จนตกผลึกออกมาเป็นคำคมที่คนส่วนใหญ่ให้การยอมรับ และสามารถนำไปขบคิดประยุกต์ใช้กับชีวิต ณ ขณะนั้นได้ ซึ่งจริงๆ แล้วคำคมอาจจะไม่เป็นจำเป็นต้องมาจากบุคคลที่มีชื่อเสียงเสมอไปอาจจะมาจากบุคคลในครอบครัว เช่น บิดา มารดา หรือญาติผู้ใหญ่ คุณครู หรือแม้แต่พระสงฆ์ที่ศึกษาพระธรรมมาอย่างถ่องแท้ เห็นได้ชัดในสื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้ทุกคนใช้และแสดงความคิดเห็นได้อย่างเท่าเทียม ดังนั้น คำคมในปัจจุบันผู้ส่งสารจะเป็นใครก็ได้ ทั้งนี้ความน่าเชื่อถือหรือการนำติดตามก็จะขึ้นอยู่กับสถานะทางสังคมด้วย

2.5.3 ลักษณะของคำคม

ภักดี พิมพ์ศรี (2556) ได้กล่าวถึงลักษณะของคำคมไว้ ดังนี้

2.5.3.1 คำคมที่เป็นคำพูดธรรมดา ไม่มีสัมผัส โดยมากใช้ค่าง่ายๆ ไม่ต้องแปล อ่านแล้วเข้าใจทันที เช่น “ความรักทำให้คนตาบอด” “ลืมหืมที่อันตรายคือลืมหืมตัว” “ไม่มีใครรักเราเท่าพ่อแม่” “อดีตคือสิ่งที่ผ่าน อนาคตคือสิ่งที่ฝัน ปัจจุบันเท่านั้นคือความจริง”

2.5.3.2 คำคมที่เป็นคำสัมผัสคล้องจองกันสั้นๆ ส่วนมากมี 2 วรรค เพื่อจดจำได้ง่าย เช่น “ชื่อกินไม่หมด คัดกินไม่นาน” “โกรธคืออนรก งกคือเปรต” “ความงามไม่คงที่ ความดีชิ่งทน” “ความสำเร็จของลูก คือความสุขของพ่อแม่” “อันนารีไม่ใช่เลขคณิต อย่าไปคิดให้หนักสมอง”

2.5.3.3 คำคมที่แต่งด้วยคำประพันธ์ เช่น

ใครลืมหืมใครใจรู้	ใครอยู่ใครไปใจเห็น
ใครสุขใครเศร้าเข้าเย็น	ใจเป็นที่แจ้งแห่งเรา
ใครชอบใครชังช่างเกิด	ใครเชิดใครชูช่างเขา
ใครเบื่อใครบ่นทนเอา	ใจเราร่มเย็นเป็นพอ

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับคำคมมาใช้ในการอธิบายลักษณะของคำคมในอดีตและคำคมในปัจจุบัน รวมไปถึงนำคำนิยามของคำคมจากผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปประกอบการอธิบายบทบาทของคำคม และจากแนวคิดเกี่ยวกับคำคมข้างต้นทำให้ผู้วิจัยทำความเข้าใจถึงที่มา ความหมาย และลักษณะของคำคมชัดเจนยิ่งขึ้น

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media)

ในการศึกษาในครั้งนี้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่เป็นแนวทางการในการค้นหาคำตอบการก้าวข้ามสื่อของคำคมว่าเมื่อเข้ามาในพื้นที่สื่อใหม่ประเภทสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแล้วคำคมจะมีลักษณะอย่างไร คำคมที่ปรากฏคุณลักษณะของสื่อใหม่ในกรณีของเฟซบุ๊กจะทำให้ผู้รับสารหรือผู้เขียนมีปฏิกริยาต่อคำคมอย่างไร มีความแตกต่างจากคำคมผ่านสื่ออื่นๆ อย่างไรในแง่ของการสื่อสาร

2.6.1 นิยามของสื่อใหม่

ในระยะแรกๆ คำว่า “สื่อใหม่” จะเปิดตัวในนามของ “เทคโนโลยีการสื่อสาร” (communication technology) และต่อมาก็มีคำใหม่ที่หมายถึงสื่อใหม่ตามมาคือ “เทคโนโลยีสารสนเทศ” (information technology) จนกระทั่งในปัจจุบันคำทั้งสองคำนี้ได้เข้ามารวมกันและ

ตกผลึกเป็นคำที่ใช้อ้างอิงสื่อใหม่ ที่ค่อนข้างแน่นอนว่า “เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร” (information & communication technology หรือ ICT)

กาญจนา แก้วเทพ (2539) กล่าวว่า เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นคำที่เกิดมาจากการนำคำว่าเทคโนโลยีมารวมกับคำว่า การสื่อสาร เป็นเทคโนโลยีการสื่อสาร ซึ่งหมายถึงศิลปศาสตร์ วิธีการ กระบวนการ เครื่องมือ อุปกรณ์ที่มีความเปลี่ยนแปลงก้าวหน้าและส่งเสริมเพิ่มพูนสมรรถนะ คุณภาพ ประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพการสื่อสารของมนุษย์ ซึ่งรวมถึงการแสวงหาข่าวสาร การเก็บ-สาร การส่งสาร การรับสาร และการป้อนกลับ ส่วนสื่อใหม่ ในปี 2539 นั้นหมายถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และดิจิทัลซึ่งสามารถกระจายข่าวสารไปอย่างรวดเร็วและกว้างไกล เช่น ไมโครอิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ เครือข่ายการสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ ที่รวมเอาเสียง ข้อความ และภาพไว้ในสื่อเดียวกัน (กาญจนา, 2539)

Ronald E. Rice (1985, อ้างในดวงกมล ชาติประเสริฐ, 2547) เสนอว่า สื่อใหม่มีลักษณะที่สำคัญคือ การขยายรสนสัมผัสของมนุษย์ให้กว้างขวางและสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น คุณลักษณะที่สำคัญคือการปฏิสัมพันธ์และการนำไปใช้ในอาณาจักรของสื่อเดิมได้ เช่น ใช้แทนสื่อบุคคล (e-mail) ใช้แทนการสื่อสารกลุ่ม (video conference) กล่าวง่ายๆ คือ สื่อใหม่สามารถจะเข้ามาทำงานในทุกบริบทที่สื่ออื่นๆ ได้ปฏิบัติการไว้อยู่แล้ว ดังนั้น สื่อใหม่จะไม่ใช้สื่อที่เกิดขึ้นมาใหม่แต่เป็นสื่อที่เกิดจากการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติบางประการของสื่อเดิมที่มีอยู่แล้ว เช่น โทรศัพท์ เมื่อครั้งที่อยู่ในระบบใช้สายและเป็นระบบอนาล็อก เรามักจะไม่เรียกโทรศัพท์ดังกล่าวว่าสื่อใหม่ แต่เมื่อโทรศัพท์แปรสภาพมาเป็นโทรศัพท์มือถือ ที่ไร้สายและเป็นระบบดิจิทัล และยังสามารถเชื่อมต่อกับสื่อประเภทอื่นๆ เช่น คอมพิวเตอร์ เราจึงเรียกโทรศัพท์ประเภทหลังนี้ว่าสื่อใหม่

McQuail ได้กล่าวถึงศักยภาพของสื่อใหม่ไว้ว่า สื่อใหม่กำลังทำให้วงการสื่อมวลชนเปลี่ยนโฉม เพราะลักษณะของสื่อใหม่ทำให้การนำเสนอและการรับรู้ข่าวสารเพิ่มมากขึ้น ลดค่าใช้จ่ายในการสื่อสาร อีกทั้งยังทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร ที่แต่เดิมจะเป็นการสื่อสารทางเดียว (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร) และสื่อใหม่ยังเป็นสื่อที่มีลักษณะผสมผสานสามารถส่งได้ทั้งข้อความ ภาพ และภาพเคลื่อนไหวอีกด้วย นอกจากจะทำให้วงการสื่อมวลชนเปลี่ยนแล้ว ยังทำให้วงการคำคมเปลี่ยนไปอีกด้วย ทำให้คำคมย้ายเข้ามาในพื้นที่สื่อใหม่และเข้าถึงผู้รับสารได้ง่ายขึ้นด้วย และยังสามารถดูได้ด้วยว่าคำคมนั้นได้รับความสนใจมากน้อยเพียงใด ซึ่งสังเกตได้ที่จำนวนการกดถูกใจ แชร์ หรือการคอมเมนต์ ซึ่งถ้าหากอยู่ในสื่อเดิมๆ เช่น หนังสือ สื่อมวลชนเราก็ไม่สามารถเห็นการเคลื่อนไหวและการให้ความสนใจของคำคมได้

เว็บไซต์วิกิพีเดีย กล่าวว่า สื่อใหม่เข้าถึงเนื้อหาตามความต้องการ ทุกที่ทุกเวลา และทุกอุปกรณ์ดิจิทัล ซึ่งรวมไปถึงข้อมูลป้อนกลับของผู้ใช้ที่โต้ตอบระหว่างกัน การมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ และการรวมตัวเป็นชุมชนที่แวดล้อมเนื้อหาสื่อ นั้น ค่านิยมของสื่อใหม่อย่างหนึ่งที่สำคัญคือ การทำให้การสร้างสรรค์ การเผยแพร่ การกระจาย และการบริโภคเนื้อหาสื่อ เป็นประชาธิปไตย (democratization) ความคาดหวังของสื่อใหม่อีกอย่างหนึ่งคือการสร้างเนื้อหาที่สดใหม่และไร้ข้อจำกัดในเวลาจริง

สรุปนิยามของสื่อใหม่ตามทัศนะได้ดังนี้

McQuail กล่าวว่า การเกิดขึ้นของสื่อใหม่ทำให้การนำเสนอและการรับรู้ข่าวสารเพิ่มมากขึ้น และทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร และสามารถส่งได้ทั้งข้อความ ภาพ และภาพเคลื่อนไหว ส่วน กาญจนา แก้วเทพ (2555) กล่าวว่า สื่อใหม่มักไม่ใช่สื่อที่ถือกำเนิดขึ้นมาอย่างใหม่เอี่ยมถอดด้าม แต่มักจะเกิดมาจากการปรับปรุงคุณสมบัติบางประการของสื่อเดิมที่มีอยู่แล้ว จนกลายมาเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัลที่สามารถกระจายข่าวสารไปอย่างรวดเร็ว และกว้างไกล และวิกิพีเดีย กล่าวว่า สื่อใหม่ต้องทำให้เกิดการสร้างสรรค์ การเผยแพร่ การกระจาย และการบริโภคเนื้อหาสื่ออย่างเป็นประชาธิปไตย (democratization) และต้องการสร้างเนื้อหาที่สดใหม่และไร้ข้อจำกัดในเวลาจริง

จากค่านิยมของสื่อใหม่ข้างต้นแสดงให้เห็นจุดร่วมของสื่อใหม่คือสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วมาก ต่อเติมซ่อมแซมคุณสมบัติของสื่อเดิมๆ ในด้านการเข้าถึง ทำให้คนรับรู้ข่าวสารได้เพิ่มมากขึ้นและเร็วขึ้น และจุดร่วมนี้เองก็เป็นจุดเด่นของสื่อใหม่ ซึ่งแตกต่างจากสื่อเดิม (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์) ตรงที่สื่อเดิมไม่มีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นการสื่อสารทางเดียวและยังกระจายข้อมูลส่งต่อข่าวสารได้ช้ากว่าสื่อใหม่มาก

เมื่อสื่อใหม่ได้รับความนิยมมากขึ้น ก็ได้มีการปรับเปลี่ยนการสื่อสารที่มีอยู่เดิมนั้นให้เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น บริการ IRC (internet relay chat) โปรแกรมพูดคุย (chatprograms) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (electronic mail หรือ e-mail) และเว็บบอร์ด (webboard) (พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์, 2554) จวบจนถึงปัจจุบันก็ได้มีการพัฒนาเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการให้บริการอินเทอร์เน็ต เป็นรูปแบบของเว็บไซต์ที่ให้บริการสร้างสังคมเครือข่ายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายกันด้วยสายสัมพันธ์ของคนที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันด้วยเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างอิสระไร้พรมแดน จนทำให้เครือข่ายมีขนาดใหญ่และเข้มข้นขึ้น นอกจากนี้จะใช้ติดต่อสื่อสารของสมาชิกในกลุ่มแล้ว สื่อสังคมออนไลน์ยังเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของหลายๆ คนเพิ่มขึ้น ทำให้เรารู้สึกว่าเทคโนโลยีนี้เริ่มเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเรา

อีกทั้งยังเป็นลักษณะของสื่อที่ทำลายรูปแบบและข้อจำกัดของสื่อแขนงอื่นๆ และสื่อสังคมออนไลน์ยังทำให้เส้นแบ่งระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ผู้ผลิตและผู้บริโภคจางลง ทำให้เกิดการสลับบทบาทอย่างแพร่หลาย (Julia T. Wood, 2008)

2.6.2 สื่อสังคมออนไลน์ : www.facebook.com

สื่อสังคมออนไลน์มีด้วยกันหลายประเภท ขึ้นอยู่กับลักษณะของการนำมาใช้ โดยสามารถแบ่งเป็นกลุ่มได้แบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้ weblogs, social networking, micro blogging, online video, photo sharing, wikis, virtual worlds, crowd sourcing, podcasting และ discuss/review/opinion (สัมมนาออนไลน์ หัวข้อสื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนการสอน, 2557)

สำหรับประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการศึกษา คือ social networking หรือเครือข่ายทางสังคมในอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเครือข่ายทางสังคมที่ใช้สำหรับเชื่อมต่อระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล เพื่อให้เกิดเป็นกลุ่มสังคม (social community) เพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกัน ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือก www.facebook.com โดย facebook เป็นเว็บไซต์ที่เปิดให้ทุกคนได้ร่วมแบ่งปันความคิดเห็น ความรู้สึก และนำเสนอไลฟ์สไตล์ของตนเอง เว็บไซต์นี้ถูกพัฒนาโดย มาร์ก เอลเลียต ซัคเคอร์เบิร์ก (Mark Elliot Zuckerberg)

2.6.2.1 คุณสมบัติของเฟซบุ๊ก

เฟซบุ๊ก (facebook) เป็นเว็บไซต์ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาจากหนังสือรุ่น ซึ่งแต่เดิมที่เป็นหนังสือจะสามารถดูได้อย่างเดียว แต่เมื่อถูกพัฒนาขึ้นมาเป็นเว็บไซต์ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กก็มีคุณสมบัติ ดังนี้ <http://www.imotab.com/index.php/how-to-use-mobile-app/how-to-use-facebook/821-facebook-can-do> (2013)

- คุณสมบัติที่เอื้อต่อธุรกิจ 1) ทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาด
- 2) สร้างแฟนเพจเพื่อทำการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข่าวสาร 3) ขายสินค้าผ่านแฟนเพจ
- คุณสมบัติทางการใช้งานรายบุคคล 1) ค้นหาเพื่อนในสมัยเรียนหรือคนที่เคยรู้จัก ซึ่งข้อนี้คือวัตถุประสงค์หลักของ facebook เพราะ facebook คือ สมุดทะเบียนของโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย 2) อัปเดตสถานะตัวเอง แบ่งปันรูปภาพ วิดีโอ รวมถึงไลฟ์สไตล์ของตนเอง 3) เล่นเกมส์ผ่านเฟซบุ๊ก 4) ส่งข้อความถึงเพื่อนได้โดยตรง 5) ใช้ facebook profile ช่วยในการสมัครสมาชิกเว็บไซต์ต่างๆ แทนการกรอกข้อมูลยาวๆ

นอกจากนั้นผู้วิจัยยังมีความเห็นว่าเฟซบุ๊กมีคุณสมบัติอื่นๆ นอกเหนือจากข้างต้นก็คือ 1) ช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร 2) สามารถซื้อพื้นที่เพื่อโฆษณาได้ 3) รับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วจากแฟนเพจสำนักข่าวต่างๆ รวมถึงข่าวสารจากเพื่อน 4) สามารถ

สร้างเครือข่ายรวมกลุ่มผู้ที่ชอบทำกิจกรรมเหมือนกันหรือชอบสิ่งเดียวกัน 5) การจัดกลุ่มช่วยให้สื่อสารได้ดีขึ้น เช่น กลุ่มเพื่อนสนิท, กลุ่มคนรู้จัก ฯลฯ ทำให้เราสามารถเลือกโพสต์ข้อความเฉพาะกลุ่มได้ 6) ใช้เพื่อหาคุกกี้ 7) ซื้อสินค้าผ่านแฟนเพจได้ 8) สามารถโต้ตอบกับผู้อื่นได้อย่างรวดเร็ว 9) สามารถติดต่อกับผู้ส่งสารได้

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ในการทำความเข้าใจสื่อใหม่ประเภทสังคมออนไลน์ และเพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสังคมออนไลน์อย่างรอบด้าน รวมถึงการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความเกี่ยวเนื่องกันระหว่างสื่อมวลชนกับสื่อใหม่ ที่ยังมีบางอย่างทับซ้อนกัน ทั้งนี้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ก็ใช้ในการค้นหาคำตอบการก้าวข้ามสื่อของคำถามที่มาจากสื่อเดิมเข้ามายังพื้นที่สื่อใหม่ประเภทสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก แล้วตัวคำถามจะมีลักษณะอย่างไร เปลี่ยนไปจากเดิมหรือไม่

สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาสื่อสังคมออนไลน์ www.facebook.com ทั้งนี้เพราะจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารนั้นพบว่าสื่อสังคมออนไลน์ (social media) ที่คนไทยนิยมเข้ามามากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ facebook นั่นเอง

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทบาทของคำถามคัตโตะและบ่นบ่นในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีงานวิจัยที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้อง และในบางช่วงก็มีส่วนที่มีประโยชน์ ผู้วิจัยเห็นว่าสามารถนำไปศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ โดยผู้วิจัยได้ทำการแบ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของสื่อใหม่
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์หวัลิ ประโยค ภาษิต คำคม

2.7.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของสื่อใหม่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของสื่อใหม่ที่ผู้วิจัยได้เลือกมานี้สามารถทำให้เป็นภาพรวมของการศึกษาบทบาทของสื่อใหม่ที่มีทั้งเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ โดยได้รวบรวมเอาบทบาทด้านต่างๆ ไว้ ไม่ว่าจะเป็นบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ บทบาทของเว็บไซต์ในการเผยแพร่พระพุทธศาสนา รวมถึงบทบาทของเฟซบุ๊กในสื่อออนไลน์ โดยบทบาทในงานวิจัยทั้ง 3 ชิ้นนี้ เด่นชัดเรื่องของการให้ข้อมูล เพราะลักษณะเด่นของสื่อใหม่ที่เข้าถึงผู้รับสารได้ดี รวมถึงบทบาทอื่นๆ ที่เป็นบทบาทเฉพาะของเว็บไซต์นั้นๆ โดยสามารถนำส่วนที่เกี่ยวข้องนำไปต่อยอดศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้

แอนนิรา นิราช (2552) ศึกษาเรื่อง “เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานในเว็บไซต์ hi5.com” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research)

ที่ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา การสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของเว็บไซต์ hi5.com ที่มีต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน เพื่อศึกษาวิเคราะห์เว็บไซต์ hi5.com ในการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน และเพื่อวิเคราะห์กระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิตและการปรับการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานระหว่างผู้ใช้งานเก่าและผู้ใช้งานใหม่ในเว็บไซต์ hi5.com

ผลการศึกษาพบว่า การใช้งานของผู้ใช้มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน ตามลักษณะของกลุ่มผู้ใช้งาน 5 กลุ่ม คือ กลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ กลุ่มชอบแสดงออก กลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา กลุ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว อิทธิพล 4 ประการ ได้แก่ อิทธิพลต่อพฤติกรรม的开เผยตัวตน อิทธิพลต่อความสนใจในเรื่องต่างๆ อิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เวลา และอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ส่วนบทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ บทบาทในการสร้างตัวตนและเป็นตัวของตัวเอง บทบาทในการสร้างสัมพันธ์ทางสังคม บทบาทในการให้ความบันเทิง และบทบาทในการให้ข้อมูล ส่วนการแนะแนวผู้ใช้งานมี 5 ลักษณะคือ ลักษณะการให้ข้อมูลใหม่ ลักษณะการยืนยันข้อมูล ลักษณะการแนะแนวทางแก้ไขปัญหา ลักษณะการช่วยตัดสินใจ และลักษณะการตักเตือน สุดท้ายการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน มี 5 กระบวนการ คือการเลือกผู้ใช้งานที่น่าสนใจ การสร้างความสนิทสนมคุ้นเคย การปรับตนเองให้ทันเหตุการณ์ การเลือกเปิดรับ และการนำไปปรับใช้แนะแนวทางการดำเนินชีวิต

การศึกษาเรื่อง “เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานในเว็บไซต์ hi5.com” เป็นการศึกษาบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์เช่นเดียวกับที่ผู้วิจัยได้ศึกษา แต่แตกต่างกันตรงที่งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษา www.hi5.com และศึกษาในประเด็นของอิทธิพลการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน แต่ที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษานั้นจะศึกษาสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก www.facebook.com และเจาะจงไปที่แฟนเพจของคัตโตะและบ่นบ่น ไม่ได้ศึกษาถึงบัญชีผู้ใช้งาน

บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com มี 4 ประการคือ บทบาทในการสร้างตัวตนและเป็นตัวของตัวเอง บทบาทในการสร้างสัมพันธ์ทางสังคม บทบาทในการให้ความบันเทิง และบทบาทในการให้ข้อมูล จากทั้ง 4 ข้อนี้ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบคร่าวๆ ว่า เว็บไซต์ hi5.com ทำหน้าที่เป็นอะไรบ้าง ซึ่งแน่นอนว่าการศึกษาในเว็บไซต์ facebook.com และเจาะลึกลงไปในแฟนเพจคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นนั้นอาจจะมีบทบาทที่เหมือนหรือแตกต่างไปจากนี้ก็เป็นที่แน่นอนได้ ด้วยความที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์เช่นเดียวกัน จากการศึกษาของแอนนิราได้มีการเปรียบเทียบให้เห็นถึงบทบาทที่ถูกคาดหวังและบทบาทที่กระทำจริง ซึ่งตรงนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาของผู้วิจัยต่อไปได้

โดยทำการเปรียบเทียบบทบาทของผู้ส่งสาร (คัตโตะและบ่นบ่น) คาดหวังในการนำเสนอคำคมผ่านทาง facebook.com กับบทบาทที่ผู้รับสารให้ว่าคำคมเหล่านั้นให้อะไรกับพวกเขาบ้าง ดังนั้นงานวิจัยเรื่อง “บทบาทของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก” ก็ถือเป็นการต่อยอดเรื่องของบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์เพราะในปัจจุบัน hi5.com ได้รับความนิยมนลดลง ส่วน facebook.com เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นอันดับ 1 นอกจากนั้นแล้วงานวิจัยชิ้นนี้ยังได้ศึกษาผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com ในด้านของการปรับการดำเนินชีวิตตามผู้ใช้คนอื่นๆ ประเด็นนี้สอดคล้องกับที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษาด้านการนำไปใช้ด้วย คือ เมื่อผู้รับสารได้อ่านคำคมแล้วรู้สึกว่คำคมนี้ทำให้เรารู้สึกอย่างไร นำไปปรับใช้ได้หรือไม่ สามารถทำให้เราถูกคิดหรือขัดเกลาลึใจเราได้หรือไม่

กรกนก กมลรัตน์ (2550) ศึกษาเรื่อง “บทบาทของอินเทอร์เน็ตในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาสำหรับเด็กและเยาวชน ศึกษาเฉพาะกรณีเว็บไซต์พลังจิต” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้เว็บไซต์พลังจิตดอทคอมซึ่งเป็นเว็บไซต์พระพุทธศาสนาได้รับความนิยมสูงสุด ลักษณะความแตกต่างทางประชากรในการเปิดรับสารเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา แรงจูงใจที่ทำให้เด็กและเยาวชนเปิดรับเว็บไซต์พลังจิตดอทคอม และศึกษาความพึงพอใจของเด็กและเยาวชนที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์พลังจิตดอทคอม รวมไปถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางพระพุทธศาสนาและประโยชน์ที่ได้รับหลังเข้าไปใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พลังจิตดอทคอม

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้เว็บไซต์พลังจิตดอทคอมได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ 1) ความหลากหลายของรูปแบบเนื้อหาในการนำเสนอ 2) เนื้อหาและข้อมูลเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาที่เข้าใจง่ายและมีความเหมาะสมแก่เด็กและเยาวชน 3) สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลในด้านพระพุทธศาสนาโดยง่ายของกลุ่มผู้ใช้ที่อยู่ในวัยเด็กและเยาวชน 4) เป็นเว็บไซต์ที่มีความเปิดกว้างทางความคิด และลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา เด็กและเยาวชนมีแรงจูงใจจากการเปิดรับจากการที่ทำให้ได้รับข้อคิดและคติสอนใจ และเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ในด้านการนำข้อมูลที่ได้จากเว็บไซต์ไปใช้ประโยชน์มากที่สุด ในเรื่องกฎแห่งกรรม อีกทั้งเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่หันมาสนใจการสวดมนต์ ให้ทาน มีจิตใจที่สงบมากขึ้น ปฏิบัติตนเป็นพุทธมามกะที่ดีในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา และมีความสนใจที่จะศึกษาพุทธศาสนามากขึ้นจากการมีส่วนร่วมและประโยชน์ที่ได้รับหลังเข้าไปใช้เว็บไซต์พลังจิตอีกด้วย ทั้งนี้ปัจจัยหนุนในเรื่องของการประสบผลสำเร็จในการผลักดันให้เกิดพฤติกรรมดังกล่าวคือกลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกเว็บไซต์พลังจิตถึงร้อยละ 72 และสนใจในเรื่องพระพุทธศาสนาอยู่แล้ว

จากงานวิจัยเรื่อง “บทบาทของอินเทอร์เน็ตในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาสำหรับเด็กและเยาวชน ศึกษาเฉพาะกรณีเว็บไซต์พลังจิต” ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นถึงปรากฏการณ์ที่เด็กและเยาวชนส่วนใหญ่หันมาสนใจการสวดมนต์ให้ทาน มีจิตใจที่สงบมากขึ้น ฯลฯ หลังเข้าไปใช้เว็บไซต์พลังจิต ซึ่งในการศึกษาเรื่อง “บทบาทของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์” ที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษานั้นก็คล้ายๆ กันกับเว็บไซต์พลังจิตดอทคอมในส่วนของธรรมะและคำคมที่หวังผลให้ผู้ที่ใช้งานได้ถูกคิด มีจิตใจที่สงบ และได้นำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตเหมือนกัน ซึ่งเว็บไซต์พลังจิตนั้นได้ประสบผลสำเร็จในจุดนี้ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ซึ่งน่าสนใจว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นจะเกิดปรากฏการณ์นี้ได้หรือไม่ ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงเป็นการต่อยอดการศึกษาจากการศึกษาเว็บไซต์ : ธรรมะ มาสู่สื่อสังคมออนไลน์ : คำคม ถึงแม้เป็นการศึกษาคนละช่องทางแต่ยังคงเกี่ยวเนื่องกันด้วยตัวเนื้อหา เพราะคำคมหลายบทก็ล้วนมาจากธรรมะ

สุปรียา หัสชู (2553) ศึกษาเรื่อง “ลักษณะพิธีกรรม ความหมายเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ และบทบาทของเซียมซีในสื่อออนไลน์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ความหมายเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ของเซียมซีในสื่อออนไลน์และเพื่อวิเคราะห์บทบาทเซียมซีในสื่อออนไลน์

ผลการศึกษาพบว่า ทั้งเซียมซีออนไลน์ที่มีการอ้างอิงความศักดิ์สิทธิ์และรูปแบบที่ไม่มีการอ้างความศักดิ์สิทธิ์ มีการเลือกใช้สัญลักษณ์ 2 รูปแบบประกอบกันนั่นคือ การเลือกใช้สัญลักษณ์เดิมซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่อ้างอิงจากเซียมซีดั้งเดิม และมีการใช้สัญลักษณ์ที่สร้างขึ้นใหม่ เช่น ข้อความคำอธิบาย คำแนะนำ คำเตือนต่างๆ ในการเสี่ยงทายเซียมซีออนไลน์ ด้านลักษณะผู้เสี่ยงทายเซียมซีออนไลน์ พบว่าเป็นผู้ใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ โดยมีสาเหตุการเข้าไปเสี่ยงทาย 3 สาเหตุ คือ ลอง อยากรู้ดวงชะตา และเล่นเพราะว่าง ส่วนบทบาทของเซียมซีออนไลน์มี 3 บทบาทหลัก คือ บทบาทด้านสถาบันศาสนา ได้แก่ การสร้างความมั่นคงทางจิตใจ ให้แนวทางการดำเนินชีวิต จัดระเบียบสังคม และเชื่อมประสานสัมพันธ์ บทบาทในฐานะสื่อมวลชน คือ ตอกย้ำวัฒนธรรมเรื่องการทำนายโชคชะตาของคนไทย และบทบาทตามแนวคิดการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย และเพื่อความบันเทิง

จากงานวิจัยเรื่อง “ลักษณะพิธีกรรม ความหมายเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ และบทบาทของเซียมซีในสื่อออนไลน์” ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นการขยายพื้นที่ของเซียมซีจากวัด หรือพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์มาสู่พื้นที่สื่อใหม่ ซึ่งผลของการวิจัยในส่วนนี้ของบทบาทนั้นก็ทำให้เห็นว่าแม้ว่าจะเคลื่อนที่หรือขยายพื้นที่มาสู่สื่อสังคมออนไลน์ ตัวเซียมซีเองก็ยังคงมีบทบาทเดิมอยู่ เช่น การสร้างความมั่นคงทางจิตใจ ให้แนวทางการดำเนินชีวิต จัดระเบียบสังคม ส่วนบทบาทใหม่ที่เห็นก็คือบทบาทตาม

แนวความคิดการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย และเพื่อความบันเทิง ซึ่งบทบาทนี้จะไม่พบในพื้นที่ซีเอ็มซีเดิมแต่จะพบแค่พื้นที่ซีเอ็มซีในสื่อสังคมออนไลน์เท่านั้น ทั้งนี้เป็นเพราะคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่เข้าถึงง่าย และใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา จากตรงนี้สามารถต่อยอดและเป็นแนวทางในการทำการศึกษานี้ได้ เพราะตัวคำคมนั้นเดิมก็มาจากพื้นที่ของวัดครอบครัว โรงเรียน และได้ขยายเข้ามาสู่สื่อสังคมออนไลน์เช่นเดียวกับซีเอ็มซีในสื่อออนไลน์ โดยบทบาทที่จะทำการศึกษานั้นอาจจะเห็นได้ 2 ลักษณะเช่นเดียวกับงานวิจัยของสุปรียา คือ ยังคงทำหน้าที่ต่อเนื่องจากพื้นที่เดิมอยู่ และมีหน้าที่ใหม่ๆ เข้ามาเมื่อสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2.7.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ทวิลี ประโยค ภาษิต คำคม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ทวิลี รูปประโยคการสื่อสาร คำคม ภาษิต คำสอน ส่วนใหญ่จะเป็นงานวิจัยทางมนุษยศาสตร์-อักษรศาสตร์ ซึ่งมุ่งวิเคราะห์หาความหมายและวิเคราะห์บริบททางสังคม แต่ผู้วิจัยได้เลือกงานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์ศึกษาบทบาทมาด้วยเพื่อให้สอดคล้องกับงานวิจัยที่ทำในครั้งนี้ คือเรื่องลักษณะเด่นและบทบาททางสังคมของวรรณกรรมคำสอนภาคใต้ “ฉบับพิมพ์เล่มเล็ก” กล่าวโดยสรุปคือวรรณกรรมใหม่มีบทบาทเข้มข้นกว่าวรรณกรรมในอดีต เพราะปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น จนคนในยุคปัจจุบันสามารถนำมาปรับใช้ได้ และอีกเรื่องหนึ่งคือการวิเคราะห์ผลจากรายการวิทยุกระจายเสียง ทำให้เห็นว่าบทบาทเดิมของผลวยังคงอยู่ถึงแม้ว่าปัจจัยหลายๆ ปัจจัยจะเปลี่ยนไป นั่นก็คือบทบาทของการเป็นสื่อในการติดต่อสื่อสาร จากผลการวิจัยเหล่านี้สามารถนำไปปรับใช้และเป็นแนวทางในการศึกษานี้ได้ อีกทั้งงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับคำคม ภาษิต คำสอน วลี และประโยค ยังทำให้ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญของคำหรือประโยคเหล่านี้ ที่มีประโยชน์และยังเป็นสิ่งที่ต้องอยู่เคียงคู่กันไปกับสังคมไทย และสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสังคมในช่วงหนึ่งอีกด้วย

พัชลินจ์ จินนุ่น (2555) ศึกษาเรื่อง “ลักษณะเด่นและบทบาททางสังคมของวรรณกรรมคำสอนภาคใต้ “ฉบับพิมพ์เล่มเล็ก”” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (qualitative research) มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ลักษณะเด่นในด้านต่างๆ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สร้างและผู้เสพที่มีความเชื่อและรสนิยมทางวรรณคดีเหมือนกัน และวิเคราะห์บทบาทของวรรณคดีคำสอนที่มีต่อสังคม เกิดจากผู้แต่งต้องการให้ชาวใต้ร่วมใจกันแก้ปัญหาชุมชน โดยคำสอนเหล่านี้แทรกซึมอยู่ในวิถีชีวิตของชาวใต้ได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ เพราะสอนควบคู่ไปกับการให้ความบันเทิง เช่น สอนผ่านการสวดหนังสือหรือสอนผ่านการขับร้องที่ใช้ทำนองหนึ่งตระกูล

ผลการศึกษาพบว่า มีลักษณะเด่นด้านรูปเล่มและให้รายละเอียดผู้แต่ง ดึงดูดใจผู้อ่าน โดยแต่งเป็นกลอนมากที่สุด เหมาะแก่การไปอ่านขับร้อง หรือสวดได้โดยสะดวก เข้าใจง่ายจึงเข้าถึงผู้เสพระดับชาวบ้านได้เป็นอย่างดี ลักษณะเด่นด้านเนื้อหาคำสอนมีกลวิธีการสอนที่แปลกใหม่

เช่น สอนในรูปแบบนวนิยาย สอนผ่านบทสนทนาของตัวละคร สอนแทรกในอัตชีวประวัติของบุคคล และในคำอธิบายพิธีกรรมของภาคใต้ เป็นต้น เนื้อหาคำสอนแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ เนื้อหาคำสอนที่สืบทอดมาจากคำสอนโบราณ และเนื้อหาคำสอนที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาสังคมทั้งระบบ ในด้านบทบาททางสังคม วรรณกรรมคำสอนภาคใต้ “ฉบับพิมพ์เล่มเล็ก” มีบทบาททางสังคมที่เข้มข้นกว่าวรรณกรรมคำสอนภาคใต้สมัยโบราณ เพราะเพิ่มรายละเอียดเกี่ยวกับสังคมภาคใต้ไว้เด่นชัด โดยเฉพาะสภาพและปัญหาสังคมภาคใต้

จากงานวิจัยเรื่อง “ลักษณะเด่นและบทบาททางสังคมของวรรณกรรมคำสอนภาคใต้ “ฉบับพิมพ์เล่มเล็ก”” ทำให้ผู้วิจัยมองเห็นถึงประโยชน์ของการใช้คำสอนสอดแทรกไปในสื่อที่ประชาชนสนใจเพื่อหวังให้เกิดการพัฒนาในด้านต่างๆ ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ได้แสดงให้เห็นโดยนำคำสอนแทรกซึมผ่านการสวดหนังสือหรือสอนผ่านการขับร้องที่ใช้ทำนองหนึ่งตระกูล ซึ่งเป็นสื่อที่กลมกลืนกับวิถีชีวิตของชาวใต้ สำหรับการศึกาในครั้งนี้เป็นกรสื่อสารคาคมผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมในสังคม ซึ่งผู้ส่งสาร (คัตโตะและบ่นบ่น) อาจจะนำจุดนี้มาใช้เพื่อเป็นแนวทางการเลือกใช้สื่อเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้ อีกทั้งผลการวิจัยของพัชลินิจ์ จินนุ่นยังออกมาว่าในบทบาททางสังคมวรรณกรรมคำสอนภาคใต้ “ฉบับพิมพ์เล่มเล็ก” มีบทบาททางสังคมที่เข้มข้นกว่าวรรณกรรมคำสอนภาคใต้สมัยโบราณ ทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงความเปลี่ยนแปลงในด้านลักษณะเนื้อหาและการประพันธ์ เนื้อหาที่ผู้คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันมักจะชอบและเปิดรับสิ่งที่สามารถเข้าใจได้ง่ายและทันต่อเหตุการณ์ ทำให้มองย้อนไปถึงคาคมในอดีตและคาคมในสื่อสังคมออนไลน์นี้ว่าความเข้มข้นจะแตกต่างกันมากน้อยเพียงไร เพราะลักษณะของการประพันธ์และเนื้อหาจะมีความทันสมัยมากกว่าคาคมในอดีต

นา เว้ย (2554) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์คุณธรรมในคาคมจากรวรรณคดีเรื่องสามก๊ก เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง” เป็นกรวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์คุณธรรมในคาคมจากรวรรณคดีเรื่องสามก๊กฉบับเจ้าพระยาพระคลัง (หน) เพื่อเสนอแนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนภาษาไทยโดยสอดแทรกคุณธรรมจากรวรรณคดีเรื่องสามก๊กสำหรับชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง

ผลการศึกษาพบว่า คาคมจากรวรรณคดีเรื่องสามก๊กทั้ง 1417 ตอน ไม่ได้ปรากฏคุณธรรมด้านใด 214 ตอน ปรากฏคุณธรรมด้านต่างๆ 1,203 ตอน หัวข้อคุณธรรมที่กำหนด 24 หัวข้อปรากฏในคาคมมากที่สุด 8 หัวข้อเรียงลำดับได้ดังนี้ อันดับที่ 1 ความฉลาดเฉียบแหลม อันดับที่ 2 ความมีเมตตากรุณา อันดับที่ 3 ความซื่อสัตย์สุจริต อันดับที่ 4 ความมั่นใจในตนเอง อันดับที่ 5 ความกตัญญูทเวท อันดับที่ 6 ความกล้าหาญ อันดับที่ 7 ความรับผิดชอบ อันดับที่ 8 ความอ่อน

น้อมถ่อมตน จากผลวิเคราะห์คุณธรรมแต่ละด้านที่ปรากฏในคำคมจากวรรณคดีเรื่องสามก๊ก ผู้วิจัยได้นำหัวข้อคุณธรรมที่กำหนดได้พบมากที่สุดจำนวน 8 หัวข้อมาเลือกให้เหลือ 4 หัวข้อ โดยพิจารณาว่าเป็นคุณธรรมสำคัญเป็นที่ต้องการของสังคม ผู้วิจัยจึงเลือกคุณธรรมด้านความฉลาดเฉียบแหลม ความมีเมตตากรุณา ความซื่อสัตย์สุจริต ความกตัญญูทเวทินำมาสร้างแนวทางการสอนแทรกคุณธรรมในวิชาภาษาไทยสำหรับชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง ทั้งหมดมี 4 แนวการสอน โดยแต่ละแนวการสอนจะส่งเสริมคุณธรรมและทักษะการใช้ภาษาไทย

จากงานวิจัยเรื่อง เรื่อง “การวิเคราะห์คุณธรรมในคำคมจากวรรณคดีเรื่องสามก๊กเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง” ตอกย้ำให้เห็นถึงความสำคัญของคำคมหรือคำสอนที่ควรจะมีการสอดแทรกลงไปในการจัดการเรียนการสอนในทุกระดับการศึกษา ซึ่งอาจจะไม่ได้มาจากเรื่องสามก๊กเสมอไป อาจจะมาจากแหล่งอื่นๆ เพราะสังคมยังมีความต้องการให้คนในสังคมนั้นมีจิตสำนึก ตระหนักรู้ร่วมกันของคนในสังคม และรู้หน้าที่ตนเองและเรียนรู้ตนเองและใช้ชีวิตอย่างมีความสุข ซึ่งการนำเสนอคำคมผ่านสื่อสังคมออนไลน์นี้อาจจะเป็นการสนับสนุนอีกทางหนึ่งนอกจากการสอดแทรกลงไปในการเรียนการสอนก็เป็นได้

สิริชญา คอนกรีต (2548) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ผญาจากรายการวิทยุกระจายเสียง” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ผญาจากรายการวิทยุกระจายเสียงด้านลักษณะรูปแบบและเนื้อหา ภาษา ภาพสะท้อนทางสังคมและโลกทัศน์ของชาวอีสานที่ปรากฏในผญา รวมถึงบทบาทหน้าที่ของผญา

ผลการศึกษาพบว่า ด้านรูปแบบการแต่งผญามีรูปแบบคล้ายคลึงกันกับผญาโบราณ โดยส่วนใหญ่เป็นร้อยกรองขนาดยาว มีการส่งสัมผัสสระทำยวรรคต่อเนื่องกันไป ด้านเนื้อหา มีเนื้อหาที่เพิ่มขึ้นจากผญาโบราณ ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับการบันทึกเหตุการณ์ ข้อมูล นิทาน ด้านศิลปะการใช้ภาษามีการใช้สัมผัสสระและอักษร การใช้คำวิเศษณ์ การซ้ำคำ และการใช้ภาพพจน์ เป็นต้น ส่วนข้อที่แตกต่างจากผญาโบราณคือการใช้ศัพท์ถิ่นอีสานผสมผสานกับภาษาไทยกลางและคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษจำนวนมาก ซึ่งเป็นเพราะบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผญาต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อการดำรงอยู่ และให้เกิดความสอดคล้องและเข้าถึงคนอีสานสมัยใหม่ได้ ในด้านของภาพสะท้อนทางสังคมและโลกทัศน์แสดงให้เห็นว่าคนอีสานยุคเก่าและยุคใหม่มีมุมมองที่ต่างกัน ด้านบทบาทหน้าที่ พบว่าผญามีบทบาทหน้าที่ต่อบุคคลและสังคมอีสานโดยส่วนใหญ่ยังคงเป็นบทบาทหน้าที่หลักของคติชน เช่น สร้างความบันเทิง ให้การศึกษา และจรรโลงวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นต้น บทบาทหน้าที่ดังกล่าวมีความแตกต่างไปจากบทบาทหน้าที่ของผญาโบราณ เพราะถูกปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการของอีสานยุคใหม่ และผสมผสานกับบทบาทหน้าที่ในฐานะ

ของการเป็นสื่อมวลชน เช่น บทบาทของการเป็นสื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์ บทบาทของการเป็นสื่อในการติดต่อสื่อสาร และวิพากษ์วิจารณ์ความคิดเห็น เป็นต้น

จากงานวิจัยเรื่อง เรื่อง “การวิเคราะห์ผลจากรายการวิทยุกระจายเสียง” ทำให้ผู้วิจัยมองเห็นการปรับตัวในด้านเนื้อหา ที่ผลจากรายการวิทยุกระจายเสียงได้มีการปรับตัวในเรื่องของภาษาที่มีการใช้ภาษาท้องถิ่นอีสานผสมผสานกับภาษาไทยกลางและคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ ซึ่งน่าสนใจว่าการปรับตัวนี้จะส่งผลไปถึงคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ด้วยหรือไม่ และมากน้อยเพียงใด

ความคล้ายกันของงานวิจัยของสิริชญาและงานวิจัยเรื่อง “บทบาทของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์” ที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษาในครั้งนี้คือ การหาคำตอบว่าบทบาทของผลจากคำคม จากสื่อที่เข้ามาใหม่คืออะไร ซึ่งผลจากมีบทบาทหน้าที่ใหม่คือการเป็นสื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์ บทบาทของการเป็นสื่อในการติดต่อสื่อสาร และวิพากษ์วิจารณ์ความคิดเห็น จึงพอให้ผู้วิจัยเห็นแนวทางว่าคำพูด หรือข้อความต่างๆ นั้นจะมีการปรับเปลี่ยนหน้าที่ไปตามกาลเวลาและช่องทางการสื่อสาร ซึ่งคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ก็น่าจะปรับเปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน

เจตยา วรปัญญาสกุล (2538) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความหมายและบทบาทความสามารถของสื่อแผ่นติดขนาดเล็กประเภทถ้อยคำสำนวน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหา และบทบาทความสามารถของสื่อแผ่นติดขนาดเล็ก (สติ๊กเกอร์) ประเภทถ้อยคำสำนวน โดยวิเคราะห์เนื้อหาสารของสติ๊กเกอร์ 420 ข้อความ

ผลการศึกษาพบว่า สติ๊กเกอร์ประเภทถ้อยคำสำนวนในปัจจุบันมีอยู่ 2 ลักษณะด้วยกันคือ 1. สติ๊กเกอร์ประเภทถ้อยคำสำนวนที่มีขายสำเร็จรูป และ 2. สติ๊กเกอร์ประเภทถ้อยคำสำนวนที่สั่งตัดจากร้าน ซึ่งสติ๊กเกอร์ทั้งสองแบบต่างก็มีความคล้ายคลึงในด้านรูปแบบ คือ นิยมเขียนด้วยลายมือเขียน ทำตัวเอนเล็กน้อยเหมือนกัน ส่วนสีส้นแล้วแต่การพึงพอใจของผู้ผลิต ซึ่งสีที่ปรากฏไม่ได้ส่งผลต่อความหมายของสติ๊กเกอร์ ในด้านเนื้อหาพบว่าวาทกรรมที่นิยมนำเสนอมากที่สุดได้แก่นิเวศวาทกรรมในเรื่องของความรักหนุ่มสาว รองลงมาคือเนื้อหาวาทกรรมในเรื่องการประกาศและการแสดงตนของผู้ส่งสาร และเนื้อหาวาทกรรมในเรื่องการจรรยาบรรณ และ การขับชื้อตามลำดับ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการที่รูปแบบและเนื้อหาของสติ๊กเกอร์มีลักษณะเช่นนี้ ส่วนหนึ่งก็เพราะถูกกำหนดจากรหัสเฉพาะของสติ๊กเกอร์ประเภทถ้อยคำสำนวนที่ทำให้เป็นเอกลักษณ์และดูแตกต่างจากสติ๊กเกอร์ประเภทอื่น

ในแง่บทบาทความสามารถของสติ๊กเกอร์นั้น ถึงแม้ว่าสติ๊กเกอร์ประเภทถ้อยคำสำนวนนี้จะเปิดโอกาสให้คนทุกชั้น ทุกเพศ ทุกวัย ได้มีส่วนร่วมในการใช้และออกแบบได้อย่างเต็มที่ไม่ว่าจะเป็นการแต่งข้อความโดยการเลียนแบบคำขวัญ สุภาษิต ชื่อหนัง เนื้อร้องในเพลง คำพูดใน

โฆษณา หรือแม้แต่การใช้คำหยาบหรือคำสองแง่สองง่าม แต่ปรากฏว่าคนที่เลือกใช้สื่อกลับมีแค่เพศชายชนชั้นล่างกลุ่มเดียวเท่านั้น ในขณะที่กลุ่มอื่นจะใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการประกาศและแสดงตนเท่านั้น ด้วยข้อจำกัดทางด้านผู้ใช้ที่มีแต่ชนชั้นล่างเพศชาย จึงทำให้เนื้อหาที่น่าเสนอเป็นเนื้อหาที่มาจากมุมมองของเพศชายฝ่ายเดียว และเนื้อหาที่น่าเสนอก็มักจะวนอยู่แต่เรื่องราวที่ตนเองสนใจเท่านั้น จึงทำให้สติ๊กเกอร์ประเภทถ้อยคำสำนวนขาดความเป็นกลางไปโดยปริยาย แต่ถ้าหากมองในแง่ของคุณภาพทางวัฒนธรรมที่ได้จากสื่อแล้วจะพบว่า สติ๊กเกอร์ประเภทถ้อยคำสำนวนไม่เพียงแต่สะท้อนสภาพสังคมได้เท่านั้น แต่ยังสามารถเป็นมรดกทางวัฒนธรรมให้กับคนรุ่นหลังอีกด้วย

จากงานวิจัยเรื่อง เรื่อง “การศึกษาความหมายและบทบาทความสามารถของสื่อแผ่นติดขนาดเล็กประเภทถ้อยคำสำนวน” ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจรูปแบบและเนื้อหาของสติ๊กเกอร์ประเภทถ้อยคำสำนวน ที่ถึงแม้จะเป็นสื่อขนาดเล็กแต่ก็มีความสำคัญในแง่ของวัฒนธรรมที่สะท้อนสังคมของชายชนชั้นล่างให้เห็น ผู้วิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาได้คือการวิเคราะห์ประเภทของเนื้อหาสาร (คำคมในสื่อสังคมออนไลน์) ตามแนวคิดของ communicative action ของ Habermas โดยงานวิจัยครั้งนี้ก็น่าจะสะท้อนให้เห็นถึงสังคมไทยยุคออนไลน์ว่ายังคงเชื่อหรือศรัทธาคำคมที่อยู่ ขยับขยายมาอยู่ในพื้นที่ใหม่หรือไม่

บทที่ 3 วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง บทบาทการสื่อสารคำคมคัดโตะและบ่นบ่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษารูปแบบและประเภทคำคมของคัดโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และศึกษาการอ่านความหมาย คำคมคัดโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้รับสาร และบทบาทคำคมของคัดโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เพื่อให้ทราบถึงบทบาท รูปแบบ และประเภทของคำคมที่ถูกเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งถือเป็นสื่อใหม่ และเพื่อให้ทราบการอ่านความหมายและการนำคำคมที่เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปเลือกใช้ในชีวิตประจำวันของผู้รับสาร นอกจากนี้แล้วงานวิจัยชิ้นนี้ยังทำให้เล็งเห็นถึงศักยภาพความสามารถของสื่อคำคมในการก้าวข้ามจากพื้นที่จากที่หนึ่งมาสู่พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ในสื่อใหม่ และทำให้เห็นถึงคุณลักษณะการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมกับสื่อและสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารอีกด้วย โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (indepth interview) ผู้ส่งสารและผู้รับสาร การวิเคราะห์เนื้อหา (textual analysis) โดยให้ความสำคัญเฉพาะภาษาที่ปรากฏในคำคมเป็นหลัก ส่วนองค์ประกอบอื่นๆ ก่อให้เกิดคำคมเป็นเพียงองค์ประกอบเสริม รวมถึงศึกษาดำรง งานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้อง (documentary research)

3.1 แหล่งข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง

โดยการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแหล่งข้อมูลที่จะใช้วิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกคือแหล่งข้อมูลด้านเอกสารที่จะนำมาช่วยในการวิเคราะห์บทบาทของคำคมในอดีตและนำมาเปรียบเทียบให้เห็นถึงคำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ส่วนที่สองคือแหล่งข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ นั่นก็คือคำคมคัดโตะและบ่นบ่นในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และส่วนสุดท้ายคือแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล แบ่งเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร

3.1.1 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

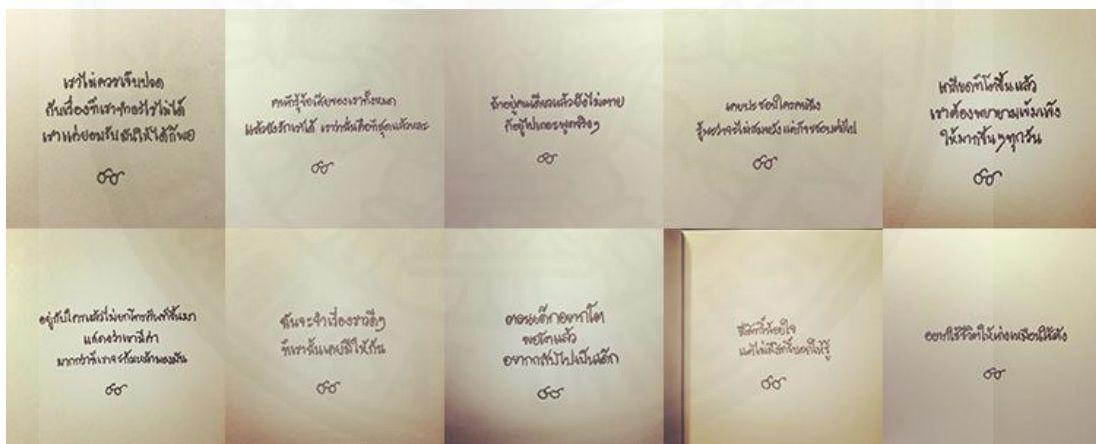
- 1) เอกสารหรือหนังสือที่เกี่ยวข้องกับคำคมในอดีต
- 2) เอกสารเกี่ยวกับสื่อใหม่ สื่อสังคมออนไลน์

3.1.2 แหล่งข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์

ผู้วิจัยได้เลือก www.facebook.com โดยอ้างอิงความนิยมจากการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่าคนไทยนิยมเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ (social media) www.facebook.com มากที่สุดเป็นอันดับ 1 จากเนื้อหาและเว็บไซต์ทั้งหมด และเลือกวิเคราะห์ชุดคำคมในช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจคำคมที่สร้างเนื้อหาขึ้นมาเองและได้รับความนิยมสองอันดับแรกจากการจัดอันดับแฟนเพจที่มีคนกดถูกใจเยอะที่สุดโดยเว็บไซต์ www.painaidii.com และผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลอีกครั้งด้วยตนเองพบว่า อันดับ 1 คือ เพจ cuttO (คัตโตะ) มีจำนวนการกดถูกใจจากผู้รับสารจำนวน 1,443,993 โลก (ณ วันที่ 11 ตุลาคม 2558) และอันดับที่ 2 คือเพจบ่นบ่นที่มีจำนวนการกดถูกใจจากผู้รับสารจำนวน 882,976 โลก (ณ วันที่ 11 ตุลาคม 2558) จากนั้นผู้วิจัยได้เลือกคำคมที่มียอดการกดถูกใจสูงสุด 10 อันดับแรกของเดือนมกราคม- มิถุนายน 2558 โดยศึกษาเฉพาะคำคมเท่านั้นไม่รวมถึงการแสดงความคิดเห็น (comment) ของคำคมแต่ละชุด ทำให้ได้ชุดคำคมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง คือ คำคมคัตโตะจำนวน 56 ชุด และคำคมบ่นบ่นจำนวน 60 ชุด รวมทั้งสิ้น 116 ชุด ดังนี้

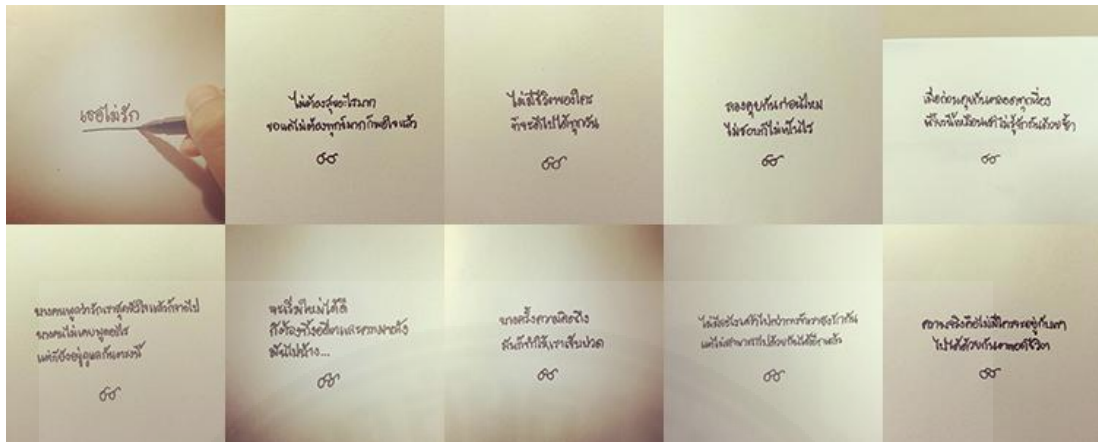
3.1.2.1 คำคมคัตโตะจำนวน 56 ชุด

- เดือนมกราคม



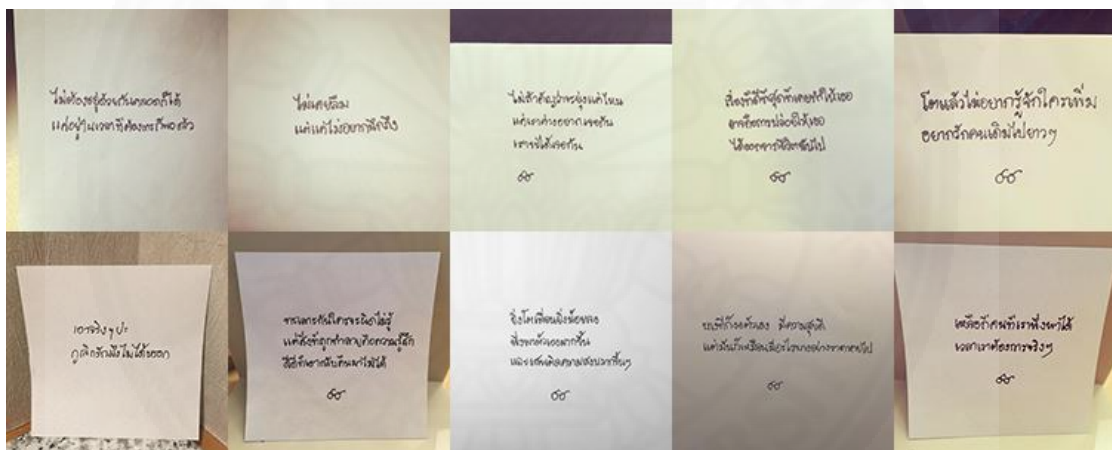
ภาพที่ 3.1 คำคมคัตโตะเดือนมกราคม

- เดือนกุมภาพันธ์



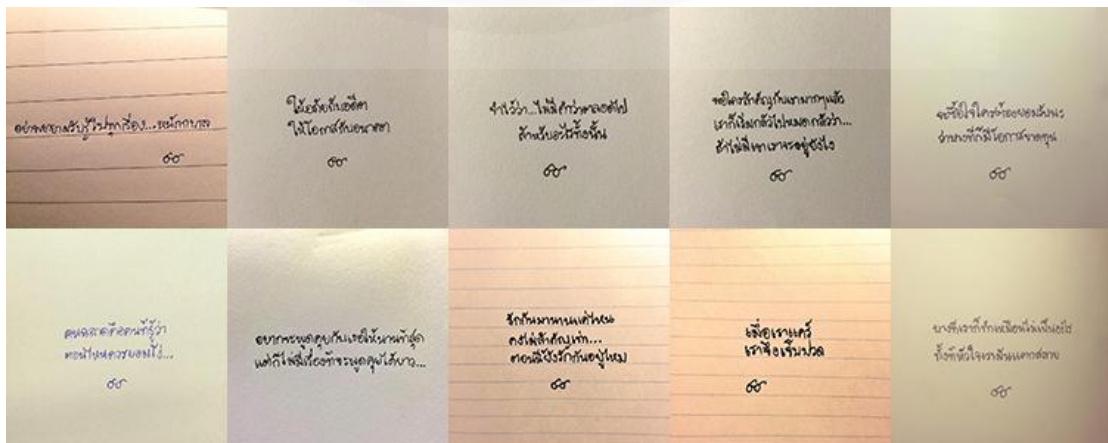
ภาพที่ 3.2 คำคมคัดต่อเดือนกุมภาพันธ์

- เดือนมีนาคม



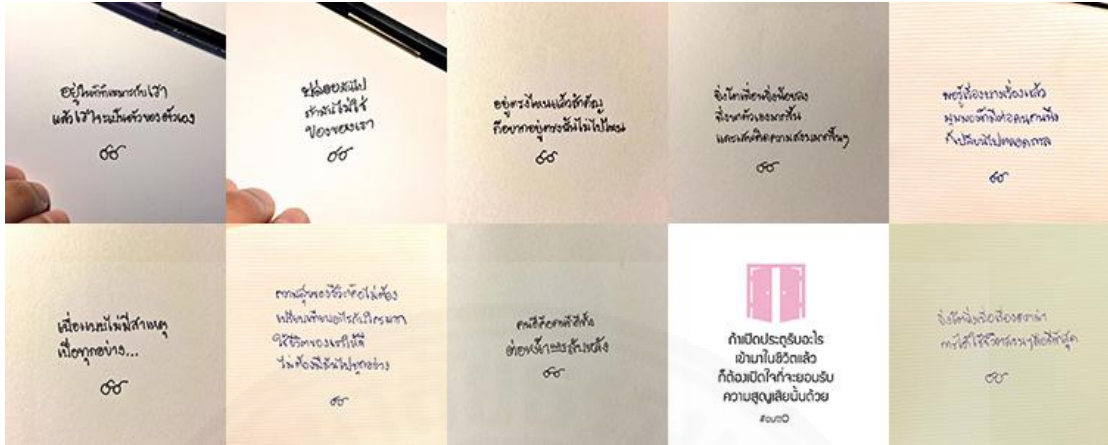
ภาพที่ 3.3 คำคมคัดต่อเดือนมีนาคม

- เดือนเมษายน



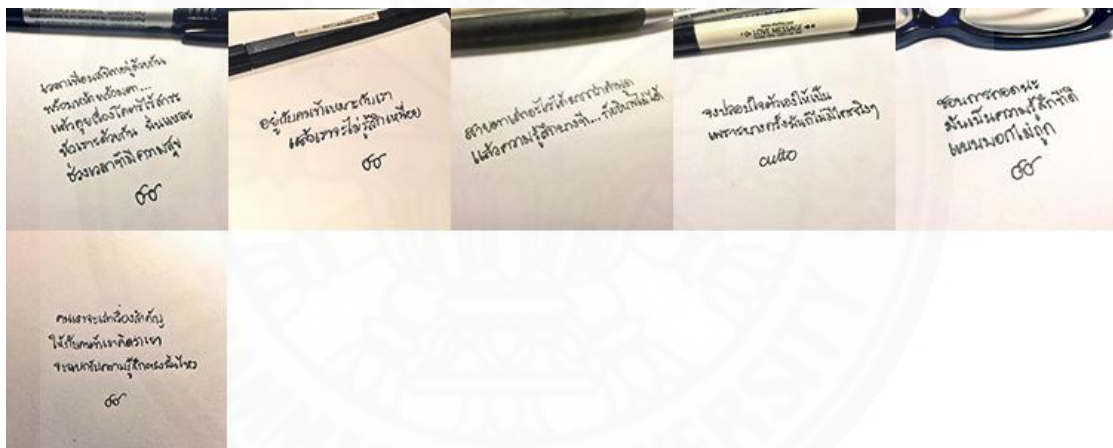
ภาพที่ 3.4 คำคมคัดต่อเดือนเมษายน

- เดือนพฤษภาคม



ภาพที่ 3.5 คำคมคัดไตเดือนพฤษภาคม

- เดือนมิถุนายน



ภาพที่ 3.6 คำคมคัดไตเดือนมิถุนายน

- เดือนมิถุนายน



ภาพที่ 3.12 คำคมบ่นบ่นเดือนมิถุนายน

3.1.3 แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

3.1.3.1 ผู้ส่งสาร

ศึกษาผู้ที่ทำหน้าที่ส่งสาร (sender and producer) คำคมคัตโตะและบ่นบ่น โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงที่มาที่ไป ลักษณะของคำคม สลีการเขียน และความคาดหวังของคำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

1.1 นายอารมณ โปธิหาญรัตน์กุล ผู้ก่อตั้งเพจ cuttO

www.facebook.com/cuttOcuttO

1.2 นางสาววาสิกา อุดมชนสกุล ผู้ก่อตั้งเพจบ่นบ่น

www.facebook.com/bonbonmonja

3.1.3.2 ผู้รับสาร

ศึกษาผู้กดถูกใจ (liked) เฟซบุ๊กแฟนเพจของคัตโตะและบ่นบ่นเอาไว้ และได้เปิดรับคำคมของทั้ง 2 เพจอยู่เสมอ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยจะศึกษาการอ่านความหมายของผู้รับสาร ความรู้สึกที่มีต่อคำคม และการให้บทบาทของคำคมทั้ง 2 แฟนเพจ ซึ่งจากการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) และการสำรวจช่วงอายุคนไทยที่ใช้เฟซบุ๊กจาก Thailand Zocial Award 2015 ทำให้ทราบว่าผู้รับสารที่มีพฤติกรรมการเล่นอินเทอร์เน็ตและเปิดรับเฟซบุ๊กมากที่สุดอยู่ในช่วงอายุ 15-39 ปี ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาช่วงอายุดังกล่าว

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้วิธีการสร้างข้อคำถามไว้ล่วงหน้าเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (semi-structured Interview) ใช้ประกอบในการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 แบบสัมภาษณ์คุณอารมณ์ โพธิ์หาญรัตนกุล ผู้ก่อตั้งเฟซบุ๊กแฟนเพจ “cuttO” และ คุณวาลิกา อุดมธนสกุล ผู้ก่อตั้งเฟซบุ๊กแฟนเพจ “บ่นบ่น”

1. เพราะเหตุใดถึงเริ่มเขียนคำคมผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์
2. เริ่มต้นจากสื่อสังคมออนไลน์ประเภทใด และประเภทใดผลตอบรับดีที่สุด
3. อะไรคือสิ่งที่ทำให้คำคมที่ตนเองเขียนได้รับความสนใจจากผู้อ่านโดยมีผู้ติดตามมากที่สุดในเฟซบุ๊ก
4. ปฏิกริยาตอบรับของผู้รับสารจากช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นอย่างไร ส่วนใหญ่คนอ่านเห็นด้วยในประเด็นอะไร และถ้าหากไม่เห็นด้วยจะเป็นประเด็นอะไร และมีการสื่อสารกลับมายังผู้เขียนในรูปแบบใด ขอให้ยกตัวอย่าง
5. กระบวนการผลิตคำคมใช้เครื่องมืออะไร ผลิตเพียงคนเดียวหรือมีทีมงาน
6. ลักษณะของคำคมที่สื่อสารมีแบบแผนหรือไม่
7. วิธีการเลือกประเด็นขึ้นมาเขียนคำคมนั้นเลือกจากอะไร และคำนึงถึงอะไรบ้าง
8. บริบททางสังคมมีผลต่อเนื้อหาที่เขียนหรือไม่
9. เพราะเหตุใดความถี่ในการสื่อสารในแต่ละเดือนไม่เท่ากัน
10. ลายมือ การถ่ายคำคมจากกระดาษ สีของพื้นหลัง สัญลักษณ์แว่นตา หมายถึงอะไร (cuttO)
11. ลายมือ ลายน้ำ สีของพื้นหลัง ตัวการ์ตูนหลักและตัวการ์ตูนรอง ความสัมพันธ์ระหว่างตัวการ์ตูนและเนื้อหาหมายถึงอะไร (บ่นบ่น)
12. ความคาดหวังในการสร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจคำคมคืออะไร คิดว่าคำคมเหล่านี้มีบทบาททำให้เกิดอะไรขึ้นกับผู้อ่านบ้าง
13. คิดว่าปัจจุบันตนเองประสบความสำเร็จในการเขียนหรือไม่ อย่างไร
14. สิ่งที่ได้รับตามมาหลังจากเขียนคำคมผ่านสื่อเฟซบุ๊กคืออะไร

3.2.2 แบบสัมภาษณ์ผู้รับสารที่กตัญญูเฟชบุ๊กแฟนเพจ “cuttO” และ “บ่นบ่น”

1. เพราะเหตุใดถึงติดตามคำคมจากทั้ง 2 เพจนี้
2. เพราะเหตุใดถึงเลือกติดตามคำคมผ่านช่องทางเฟชบุ๊ก
3. อ่านคำคมแล้วรู้สึกอย่างไร
4. คิดว่าคำคมเหล่านี้ตอบสนองต่อตนเองในเรื่องอะไรบ้าง
5. เมื่อได้อ่านคำคมที่ถูกใจมีปฏิกิริยาตอบสนองอย่างไร เพราะอะไรจึงทำเช่นนั้น
6. เมื่อได้อ่านคำคมที่ไม่ถูกใจมีปฏิกิริยาตอบสนองอย่างไร เพราะอะไรจึงทำเช่นนั้น
7. คำคมของคัตโตะและบ่นบ่นมีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร ชอบของใครมากกว่ากัน เพราะเหตุใด
8. ส่วนใหญ่จากที่อ่านแล้ว มีชุดใดบ้างไหมที่สอดคล้องหรือตรงกับความรู้สึกของเรา หรือตรงกับเหตุการณ์ที่เรากำลังพบเจอในขณะนี้หรือในอดีต
9. มีคำคมชุดใดตรงกับคนรอบข้าง คนใกล้ชิดเรามีชุดไหนบ้างไหม ขอให้ยกตัวอย่าง
10. คำคมในเฟชบุ๊กมีความแตกต่างจากคำคมตามวัดหรือโรงเรียนหรือไม่อย่างไร
11. การแปลความหมายคิดว่ายากหรือง่ายหรือว่าอ่านแล้วเข้าใจได้ทันที

3.3 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้นำคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ให้มีความถูกต้องและสมบูรณ์ต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้ดังนี้

3.4.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (primary research)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) จากกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อหาความหมายและบทบาทของคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ในมุมมองของผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมถึงการอ่านความหมายคำคมของผู้รับสาร

3.4.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary research)

คือ คำคมคัดโตะจำนวน 56 ชุด และคำคมบนบนจำนวน 60 ชุด รวมทั้งสิ้น 116 ชุด โดยเลือกจากชุดคำคมที่มีจำนวนการกดสูงสุด 10 อันดับแรกของเดือนมกราคม-มิถุนายน 2558

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) จากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลทั้งในส่วนของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหา (textual analysis) รวมถึงข้อมูลประเภทเอกสารและในสื่ออิเล็กทรอนิกส์มาวิเคราะห์ตามแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบในการศึกษาเพื่อให้บรรลุถึงข้อสรุปของงานวิจัย โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผู้รับสารเป็นหลัก และวิเคราะห์ส่วนอื่นๆ (ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร) เสริมเป็นบริบท (context) โดยมีภาพรวมในการวิเคราะห์ คือ วิเคราะห์คำคมในสื่อสังคมออนไลน์ว่ามีบทบาทตามความคาดหวังของผู้ส่งสารเป็นอย่างไร ตรงกับบทบาทที่ผู้รับสารให้ไว้หรือไม่ และความหมายของคำคมนั้นมีความหมายว่าอย่างไรบ้าง ที่มาความหมายก่อดำจากปัจจัยอะไร และเมื่อสื่อออกไปแล้วผู้รับสารเข้าใจคำคมว่าอย่างไร และรู้สึกอย่างไรต่อคำคมชุดนั้นๆ และนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างไร โดยการนำเสนอการวิเคราะห์จะใช้รูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์ (analytical description)

3.5.1 รูปแบบและประเภทของคำคมคัดโตะและบนบนที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ผู้วิจัยได้จำแนกรูปแบบของคำคมคัดโตะและบนบนตามลักษณะที่ปรากฏจากนั้นจึงวิเคราะห์เอกลักษณ์และความแตกต่าง เพื่อให้เห็นถึงความโดดเด่นของรูปแบบคำคมทั้ง 2 แพนเพจ รวมถึงจำแนกประเภทของคำคมโดยใช้เกณฑ์การกระทำเชิงภาษา (speech act) ของฮาเบอร์มาส และจำแนกประเภทตามความหมายของคำคม เพื่อให้เห็นถึงลำดับความสำคัญของเนื้อหาที่ผู้ส่งสารตั้งใจที่จะส่งออกมาอีกด้วย

3.5.2 การอ่านความหมายและการใช้ประโยชน์จากคำคมคัดโตะและบนบนที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้รับสาร

ผู้วิจัยได้ใช้กลุ่มตัวอย่างแบ่งตามช่วงวัยออกเป็น 4 กลุ่ม คือ นักเรียน นักศึกษา วัยเริ่มทำงาน และวัยทำงาน เพื่อที่จะได้เห็นมุมมองการให้ความหมายและบทบาทแตกต่างกันไป ข้อคำถามสำหรับการสัมภาษณ์คือการถามความหมายของคำคมจากผู้รับสาร วิธีชีวิตประจำวันในการเปิดรับคำคม โดยใช้แนวคิดการกระทำเชิงการสื่อสารของฮาเบอร์มาส รวมถึงทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเข้าร่วมวิเคราะห์ด้วย เพราะผู้วิจัยสนใจคุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารผ่านคำคมที่แท้จริงว่าผู้รับสารจะได้รับผลประโยชน์จากการสื่อสารผ่านคำคมและนำไปใช้ได้หรือไม่อย่างไร

3.5.3 บทบาทคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีหน้าที่นิยมเป็นหลักในการวิเคราะห์ โดยแบ่งการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ส่วนคือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ส่วนแรกสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ส่งสารถึงความคาดหวังเรื่องบทบาทการสื่อสารคำคม ส่วนที่สองคือสัมภาษณ์เชิงลึกผู้รับสารว่าคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ได้ตอบสนองต่อพวกเขาหรือไม่ อย่างไร และทำไมจึงเป็นเช่นนั้น บทบาทในมุมมองของผู้รับสารเป็นอย่างไร จากนั้นจึงนำมาเปรียบเทียบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารว่าบทบาทที่ผู้ส่งสารคาดหวังและบทบาทที่ผู้รับสารได้รับนั้นตรงกันหรือแตกต่างกันอย่างไรบ้าง โดยใช้ทฤษฎีหน้าที่นิยมเป็นเกณฑ์ในการวัด รวมถึงวิเคราะห์ลักษณะของบทบาทตามแนวคิด manifest และ latent function dysfunction, non-function และ alternative function

3.6 การนำเสนอข้อมูล

ในการนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลในลักษณะของการเขียนเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (analytical description) เป็นหลัก โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 บท คือ บทที่ 4 รูปแบบและประเภทของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก บทที่ 5 การอ่านความหมาย การใช้ประโยชน์ของผู้รับสาร และบทบาทคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กและบทที่ 6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

บทที่ 4

รูปแบบและประเภทของคำคมคัตโตะและบ่นบ่น ที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ก่อนที่จะเข้าสู่การอ่านความหมายคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้รับสาร อันดับแรกจะขอจำแนกรูปแบบ (form) ของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นก่อนว่าประกอบด้วยอะไรบ้าง มีความแตกต่างหรือมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวอย่างไร ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ก็ต้องมีความสัมพันธ์กันและสื่อสารไปยังผู้รับสารอย่างตั้งใจ และในส่วนของรูปแบบของคำคมในสื่อสังคมออนไลน์นั้นผู้วิจัยจำแนกออกเป็น 5 องค์ประกอบ โดยจำแนกจากการเปรียบเทียบลักษณะคำคมของทั้ง 2 แพนเพจ สามารถจำแนกออกได้ดังนี้ 1) พื้นหลัง (background) 2) แบบอักษร (font) 3) สัญลักษณ์ (signature) 4) ภาพประกอบ (illustration) 5) ช่องทางการติดตาม (channel) โดยนอกจากนั้นในบทนี้ยังได้แบ่งประเภทของคำคมตามการกระทำเชิงภาษา (speech act) ตามทศนะของฮาเบอร์มาส และจำแนกย่อยออกไปตามความหมาย (meaning) เพื่อให้เห็นภาพรวมของความหมาย บทบาทของคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ในมุมมองของผู้ส่งสาร

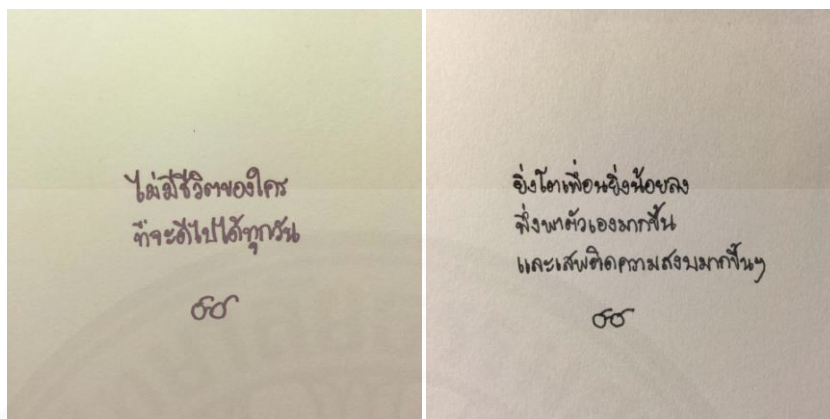
ในส่วนรูปแบบของคำคมผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เขียนคำคมทั้ง 2 ท่าน คือ คุณอารมณ โปธิ์หาญรัตนกุล ชื่อเล่น คัตโตะ (ผู้เขียนคำคมคัตโตะ) และคุณวาสิกา อุดมธนสกุล ชื่อเล่น ตรีย์ (ผู้เขียนคำคมบ่นบ่น) โดยผลการสัมภาษณ์เชิงลึกมีดังต่อไปนี้

4.1 รูปแบบของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

4.1.1 รูปแบบของคำคมคัตโตะ

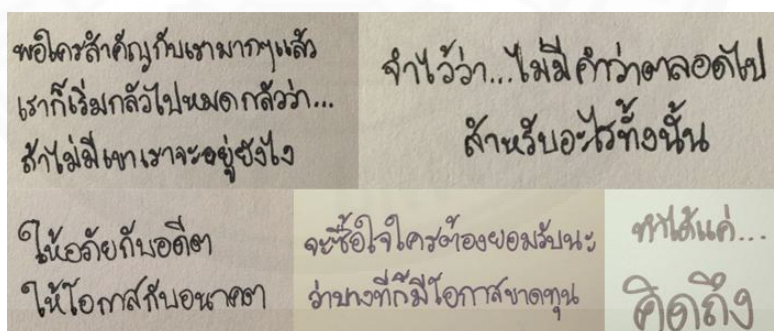
4.1.1.1 พื้นหลัง (background) คัตโตะใช้พื้นหลังจากกระดาษจริง และใช้ปากกาเขียนข้อความลงไป สีของพื้นหลังนั้นจะโทนสีครีม-เทาแต่จะไม่ใช่สีที่เหมือนกันทั้งหมด ทั้งนี้เพราะกระบวนการผลิตนั้นไม่ได้สร้างจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ แต่เกิดจากการนำกระดาษมาเขียนข้อความและถ่ายภาพ ดังนั้นแสงในขณะถ่ายจึงไม่สม่ำเสมอส่งผลให้พื้นหลังของคำคมแต่ละชุดไม่เหมือนกัน “เขียนใส่กระดาษแล้วก็ถ่ายรูป มันก็แบบเป็นความไม่สมบูรณ์ของหมึก อะไรแบบนี้ ซึ่งดูรวมๆ แล้วมันก็มีมิติ กลับไปดูมันก็เออต่างวัน ต่างวาระ ต่างอารมณ มีหลายคนทำงานดิจิทัลก็ดี

เราก็ชอบไปคูแต่เรารู้สึกว่ามันไม่เหมือนกันอะ เราแค่ชอบโทนนี้ของเราเฉยๆ” (อารมณ โปธิ์หาญรัตน์กุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 4.1 แสดงพื้นหลังคำคมคัตโตะ

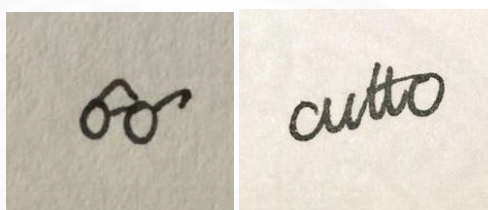
4.1.1.2 แบบอักษร (font) แบบอักษรที่ปรากฏในคำคมคัตโตะคือลายมือของคุณอารมณ โปธิ์หาญรัตน์กุล หรือ “คัตโตะ” เจ้าของแฟนเพจ ที่แสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของคำคม “ชอบลายมือมากกว่ามันเป็นลายมือของเรา พวก font ที่เค้าคิดมาให้มันก็เป็นของเค้านั่นแหละ เค้าทำมาเสร็จแล้วมันก็...มันไม่ใช่ลายมือเราอะ มันก็แบบเป็นความไม่สมบูรณ์ของหมึก บางวันปากกาที่ได้มามันก็จะเห็นได้ในแต่ละวัน” (อารมณ โปธิ์หาญรัตน์กุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 4.2 แบบอักษรคำคมคัตโตะ

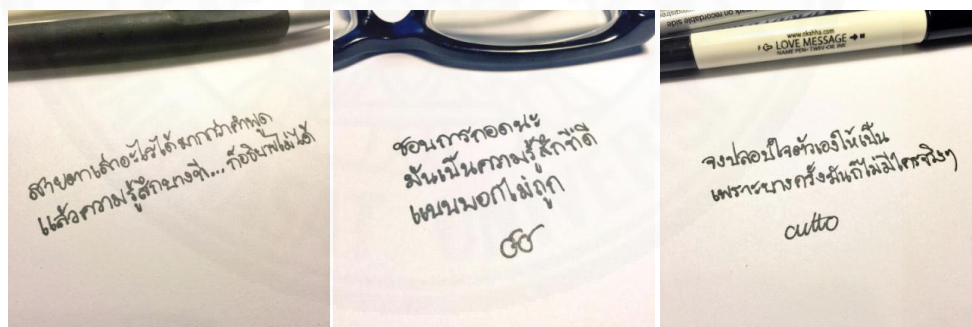
4.1.1.3 สัญลักษณ์ (signature) อีกสิ่งที่ยังบอกชัดเจนว่าเป็นคำคมคัตโตะก็คือสัญลักษณ์รูปวงแหวนตาที่ปรากฏอยู่ตอนท้ายของคำคม สาเหตุที่เป็นวงแหวนตา ก็เพราะในชีวิตประจำวัน “คัตโตะ” สวมวงตาสีดำอยู่แล้ว จึงนำลักษณะเฉพาะ (characteristic) นี้ มาสร้างเป็นสัญลักษณ์ของคำคม และช่วงเดือนมิถุนายนได้เปลี่ยนมาใช้ข้อความที่เขียนว่า “cutto” สลับกับการใช้สัญลักษณ์รูปวงแหวนตาด้วย

เรื่องนี้มันก็เป็น Symbolic แบบว่าเมื่อก่อนเราก็เขียนไปธรรมดา มีแค่ข้อความโพสต์เฉยๆ เสร็จแล้วก็มีคนมาบอกว่าควรจะได้เครดิตนะ จะได้ว่ารู้มาจากเราแล้วก็ในระบบจาก google มันก็มีระบบสืบค้นได้ว่าเคยทำไว้เมื่อปีที่เท่าไรๆ เราก็เขียนก็ได้เขียน cutto บ้าง บางทีเขียนไปก็เปื้อนดูแบบว่าทำไมเราต้องไปเป็นเจ้าของ content นั้นด้วย ซึ่งเราก็ไม่ได้อยาก copyright เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ความคิดนี้ไปซะทุกอย่าง เขียนไปแล้วมันชอบเทคเครดิตซึ่งเราก็ไม่ได้แบบอย่างนั้นไง เราก็เลยเขียนเป็นแวนอันนิ่งแล้วกัน ลดความเป็นตัวเองลงไป (อารมณ โปธิ์ หาญรัตนกุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 4.3 ลายเซ็นคำคมคัตโตะ

4.1.1.4 ภาพประกอบ (illustration) คำคมคัตโตะไม่ปรากฏภาพประกอบใดๆ แต่จะมีอุปกรณ์ประกอบฉาก (props) ปรากฏอยู่ในคำคมบางชุด เช่น ปากกา ดินสอ หรือแว่นตา เป็นต้น



ภาพที่ 4.4 สิ่งของประกอบคำคมคัตโตะ

สิ่งของต่างๆ ที่เข้ามาในกรอบนี้ไม่ได้มีความสัมพันธ์ใดๆ กับความหมายของคำคม แต่จะสัมพันธ์กับในเรื่องของการผลิต เช่น ปากกาก็จะเป็นปากกาที่ใช้เขียนคำคมหรือแว่นตาก็จะเป็นแว่นตาที่ผู้เขียนใส่เป็นประจำ

ไม่มีอะไรครับ บางทีมันก็มีลมบ้าง วางเอาไว้ก็รู้สึกว่ามันก็อยากลองวางดูเฉยๆ ให้มันไม่เป็นภาพที่มันแบบ มีแต่ font เรา รู้สึกว่ามันคือการทดลองครับ เพื่อว่าอันไหนมันเวิร์ค

ขึ้นมา ก็เป็นสิ่งที่ดี ทดลองอะไรใหม่ๆ ตั้งแต่ตัวงานทุกอย่างอยู่แล้วก็ชอบทำการทดลอง จะไม่ทำอะไรที่มันอยู่เดิมๆ ไปเรื่อยๆ เพราะคนทำงานสร้างสรรค์ก็ไม่ชอบทำอะไรที่มันซ้ำมากเกินไป (อารมณ โพร้หาญรัตนกุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

4.1.1.5 ช่องทางการติดตาม (channel) ในส่วนนี้คำคมคัดโตะไม่ปรากฏช่องทางการติดตามในคำคม ในคำคม 1 ชุดจะมีเพียงข้อความและลายเซ็นที่เป็นสัญลักษณ์แทนตัวเท่านั้น

จากรูปแบบของคำคมคัดโตะปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ทำให้เห็นว่าคำคมคัดโตะนั้นมีลักษณะที่ไม่เป็นทางการ มีการคำนึงถึงอัตลักษณ์เฉพาะตัวสูง ไม่ว่าจะเป็นพื้นหลัง แบบอักษร และลายเซ็นล้วนแต่สร้างสรรค์ขึ้นมาไม่ให้ซ้ำกับใคร ในคำคม 1 ชุดส่วนที่โดดเด่นชัดเจนที่สุดก็คือตัวข้อความหรือคำคมแสดงถึงความเรียบง่าย สอดคล้องกับปัจจุบันที่จะนิยมแต่งภาพหรือออกแบบให้เป็นสไตล์เรียบง่าย (minimal) และการถ่ายภาพจากภาพหรือกระดาษอย่างที่คัดโตะกระทำนั้นยังทำให้เกิดกระแสนิยมในหมู่วัยรุ่นที่เรียกตนเองว่า “ฮิปสเตอร์” (hipster) อีกด้วย

4.1.2 รูปแบบของคำคมบ่นบ่น

4.1.2.1 พื้นหลัง (background) พื้นหลังของคำคมบ่นบ่นในช่วงที่ผู้วิจัยได้เลือกนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง จะมีโทนสีซีเปีย (sepia) ทั้งหมด แต่จะมีความแตกต่างในเรื่องความเข้มขึ้นของโทนสีเล็กน้อย

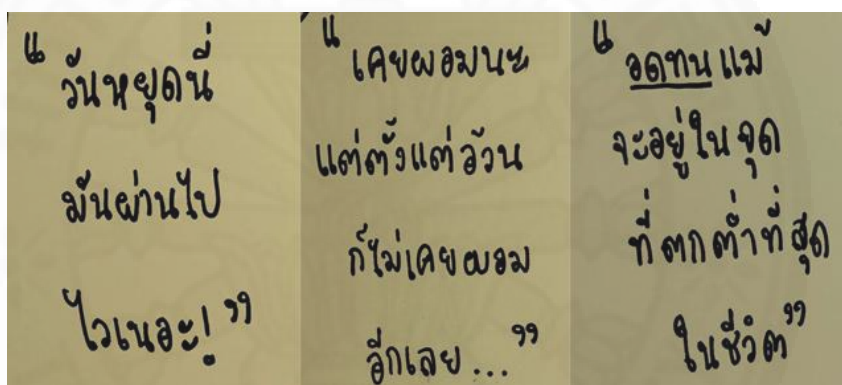
ตอนแรกบ่นบ่นจะเป็นขาวดำ จะยังไม่มีสี แล้วตริยก็จะปรับให้มันเป็นเหมือนซีเปียหน่อยๆ เพื่อแสดงให้เห็นถึงห่วงความคิดที่ผ่านมาแล้ว พอหลังๆ อยากรองสี อยากรจะพัฒนา ค่อยๆ เปลี่ยนทีละนิด ทีละหน่อยแต่ก็ยังคง character เดิมก็คือพื้นหลังยังคงซีเปีย (วาสิกา อุดมธนสกุล. สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 4.5 พื้นหลังคำคมบ่นบ่น

สำหรับกระบวนการผลิตคำคมในแต่ละชุดนั้น ดูเพียงผิวเผินอาจจะคิดว่าเป็นการผลิตขึ้นมาจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพียงอย่างเดียว ซึ่งจริงๆ แล้วในขั้นตอนแรกเริ่มนั้นเกิดจากการวาดลงบนกระดาษและถ่ายภาพเพื่อนำไปตกแต่งอีกครั้ง “ตรัยวาดมือคะ วาดมือก่อนแล้วก็ถ่ายรูปจากกล้อง iphone แล้วก็เอาลงคอม จริงๆ photoshop ก็มีโปรแกรมดึงเส้น” (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

4.1.2.2 แบบอักษร (font) แบบอักษรที่ปรากฏในคำคมบ่นบ่นคือลายมือของเจ้าของแฟนเพจ คุณวาสิกา อุดมธนสกุล เป็นลายมือที่อ่านง่าย เพราะตัวอักษรมีความโค้งมน ดูน่ารัก ดังนั้นเมื่อสื่อสารด้วยลายมือที่เป็นที่นิยมของวัยรุ่นจึงทำให้ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นได้มาก “ลายมือมันก็เป็นลายมือของตรัยที่แบบว่าอ่านง่าย ตรัยรู้สึกว่าเป็นลายมือมันจะเข้าถึงคนได้ง่ายกว่า” (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 4.6 แบบอักษรคำคมบ่นบ่น

4.1.2.3 สัญลักษณ์ (signature) หรือว่าลายเซ็นของคำคมบ่นบ่นนั้นไม่ได้มีความโดดเด่นมาก ลายเซ็นจะปรากฏอย่างจางๆ ที่บริเวณของภาพการ์ตูนประกอบคำคม หรือที่ภาษานักออกแบบเรียกว่า “ลายน้ำ” เพื่อป้องกันการคัดลอกโดยไม่ได้รับอนุญาต สิ่งที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ที่มองดูแล้วทราบทันทีว่าเป็นคำคมบ่นบ่นก็คือตัวการ์ตูนมากกว่า “มันเป็นเหมือนลายน้ำคะ ป้องกันไม่ให้คนอื่นเอาภาพไปใช้ จริงๆ เมื่อก่อนตรัยไม่ได้ใส่ก็จะมีคนเอาภาพไปทำเคส ทำเสื้อขาย ตรัยก็เลยใส่เข้าไป ที่ส่วนใหญ่เขียนที่ผมก็เพราะไม่อยากให้มันรกภาพ เพราะผมสีเข้ม เส้นเยอะทำให้สังเกตได้ไม่ชัด” (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2559)



ภาพที่ 4.7 ลายเซ็นคำคมบันบ่น

4.1.2.4 ภาพประกอบ (illustration) คำคมบันบ่นจะมีภาพการ์ตูนประกอบที่เป็นเอกลักษณ์ โดยตัวการ์ตูนหลักที่มีลักษณะเป็นเด็กผู้หญิงมดจุกนั้นชื่อว่า “น้องมอนจา” ซึ่งเป็น character ที่เกิดจากการตีความเป็นตัวเองของเจ้าของแฟนเพจใส่ลงไป ซึ่งการดำเนินเรื่องราวของภาพการ์ตูนและคำคมจะมีทั้งสองคล้องกันและขัดกันเพื่อให้ผู้อ่านได้คิดต่อ

ตรัยตั้ง character มาจากตัวตรัยเอง เป็นผู้หญิงเอาแต่ใจ แต่ก็ต้องใส่ความเป็นตัวเค้าเข้าไปด้วย คือตรัยชอบคนแบบไหนด ตรัยก็จะใส่ลงไปในตัวมอนจาด้วย แต่ลักษณะภายนอกก็เป็นตัวของตรัย เมื่อก่อนตรัยชอบใส่ชุด one piece กับทำผมทรงนี้ แล้วมันก็เป็นทรงที่วาดง่ายด้วย ข้อความกับภาพบางอันก็สอดคล้องกัน บางอันก็ขัดกับตัวคำพูดเพื่อจะให้คนคิดต่อ ว่าเหรียญมันมี 2 ด้านนะ (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)



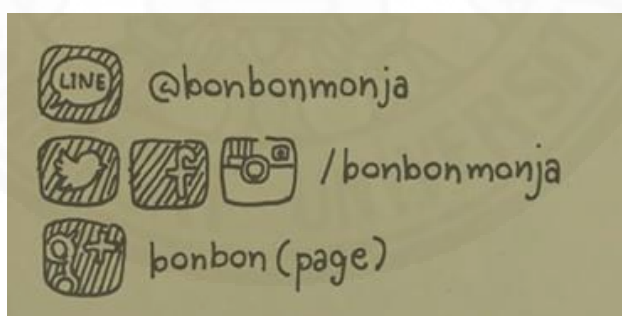
ภาพที่ 4.8 ตัวอย่างภาพประกอบคำคมบันบ่นที่สอดคล้องกับข้อความ



ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างภาพประกอบคำคมบ่นบ่นที่ไม่สอดคล้องกับข้อความ

ภาพประกอบคำคมบ่นบ่นเป็นการสื่อความหมายออกมาอย่างง่าย ๆ ตรงไปตรงมาส่งผลให้เข้าใจคำคมได้มากขึ้น อีกทั้งเป็นภาพการ์ตูนที่ดูน่ารักจึงเป็นการสะท้อนความเครียดหรือปัญหาที่หน้าหนาของชีวิตออกมาได้อย่างนุ่มนวล ไม่ทำให้ดูเครียดและเป็นทุกข์มากเกินไป

4.1.2.5 ช่องทางการติดตาม (channel) คำคมบ่นบ่นจะปรากฏชัดเจนที่บริเวณมุมของภาพลักษณะเป็นลายเส้นสัญลักษณ์ของสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ ไลน์ (line) ทวิตเตอร์ (twitter) เฟซบุ๊ก (facebook) และกูเกิลพลัส (google+)



ภาพที่ 4.10 ช่องทางการติดตามคำคมบ่นบ่น

การประชาสัมพันธ์ช่องทางการติดตามก็เพื่อกระจายเนื้อหาให้ครอบคลุมทุกสื่อออนไลน์ ทำให้มีช่องทางการติดตามหลายๆ ช่องทางครอบคลุมผู้ที่ชื่นชอบผลงาน

จากรูปแบบของคำคมบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ทำให้เห็นว่าคำคมบ่นบ่นนั้นโดดเด่นในด้านทั้งข้อความและภาพประกอบที่มีทั้งสอดคล้องและตรงข้ามกับคำคมควบคู่กันไป ด้วยองค์ประกอบของลายมือ ลายเส้น และน้ำเสียงคำคม ที่มีความน่ารักจึงทำให้น่าจะโดนใจกลุ่มเป้าหมายเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.1 ความเหมือนและความแตกต่างด้านรูปแบบของคำคมคัตโตะและบ่นบ่น

องค์ประกอบ	คำคมคัตโตะ	คำคมบ่นบ่น
1. พื้นหลัง	พื้นหลังเกิดจากการถ่ายภาพจากกระดาษจริง สีของพื้นหลังจะเป็นโทนสีครีม-เทาแต่จะไม่ใช่สีที่เหมือนกันทั้งหมดเพราะกระบวนการผลิตไม่ได้สร้างจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ดังนั้นแสงในขณะที่ย้ายจึงไม่สม่ำเสมอ	พื้นหลังจะเป็นโทนสีซีเปีย (sepia) แต่จะมีความแตกต่างในเรื่องความเข้มข้นของโทนสีเล็กน้อย
2. แบบอักษร	เป็นลายมือของผู้เขียนเอง อ่านง่าย มีความเป็นผู้ใหญ่	เป็นลายมือของผู้เขียนเอง ตัวอักษรมีความโค้งมน ดูน่ารัก
3. สัญลักษณ์	ใช้รูปแว่นตาแทนตัวอักษร	เป็นตัวอักษรจางๆ เขียนว่า “บ่นบ่น” บริเวณผมของตัวการ์ตูน
4. ภาพประกอบ	ไม่มีภาพประกอบแต่จะมีอุปกรณ์ประกอบฉากที่เพิ่มเข้ามาบางชุดคำคม	ภาพประกอบคือตัวการ์ตูนผู้หญิงที่มีทั้งสอดคล้องกับคำคมและไม่สอดคล้อง
5. ช่องทางการติดตาม	ไม่มีช่องทางการติดตามไปยังสื่ออื่นๆ ปรากฏในชุดคำคม	ช่องทางการติดตามจะอยู่มุมใดมุมหนึ่งของชุดคำคม

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าความเหมือนกันของคำคมทั้งสองเพจคือองค์ประกอบโดยรวมที่เหมือนกันเกือบทุกข้อ ไม่ว่าจะเป็นพื้นหลังที่เป็นโทนสีอ่อนๆ ที่ส่งผลให้ตัวข้อความเด่นชัด แบบอักษรที่เป็นลายมือ ทำให้รู้สึกไม่เป็นทางการ ให้อารมณ์ของความเป็นกันเองอย่างไรก็ตามตัวข้อความก็ยังคงเน้นให้ความหมายฉุกคิด รวมถึงความหมายอื่นๆ ที่ผู้เขียนคาดหวัง ด้านสัญลักษณ์หรือลายเซ็นจะมีอยู่ในทุกๆ ชุดคำคมของทั้ง 2 เพจ ส่วนความแตกต่างคือคำคมคัตโตะจะไม่มีภาพประกอบและการแสดงช่องทางการติดตามเหมือนกับคำคมบ่นบ่น นอกจากนั้นแล้วความแตกต่าง

ของทั้ง 2 เพจจะเป็นรายละเอียดปลีกย่อยของแต่ละองค์ประกอบ คือ พื้นหลังถึงแม้ว่าคำคมทั้ง 2 เพจจะมีเหมือนกันแต่รูปแบบและแนวคิดก็จะแตกต่างกัน คือ คำคมคัดโตะพื้นหลังเกิดจากการถ่ายภาพจากกระดาษจริง จึงเกิดความไม่สม่ำเสมอของแสงและมีปัจจัยทางด้านเทคนิคการตกแต่ง อุปกรณ์ในการถ่ายภาพ ที่ทำให้คำคมแต่ละชุดพื้นหลังไม่เหมือนกัน ซึ่งผู้เขียนก็มองว่าเป็นความงดงามทางศิลปะที่ต่างวัน ต่างวาระ ก็จะต่างอารมณ์ ส่วนพื้นหลังของคำคมบ่นบ่นพื้นหลังจะเป็นโนทิสซีเปีย (sepia) ที่ผู้เขียนต้องการที่จะให้ความหมายว่าเป็นห้วงของอารมณ์ที่ผ่านมาแล้ว เราจึงเห็นจุดประสงค์ของผู้เขียนที่จะสื่อสารคำคมได้ตั้งแต่พื้นหลังของคำคม ส่วนแบบอักษรของคำคมทั้ง 2 เพจจะเป็นลายมือเหมือนกัน แต่ก็แตกต่างกันเป็นเฉพาะตัวของแต่ละคน คำคมคัดโตะจะเป็นลายมือที่อ่านง่ายและเป็นผู้ใหญ่ว่าลายมือของผู้เขียนคำคมบ่นบ่นที่จะเป็นลายมือของวัยรุ่น แสดงให้เห็นถึงตัวตนของผู้เขียนที่คัดโตะจะเป็นผู้ใหญ่ ส่วนตรัยจะมีความเป็นวัยรุ่น และยังครอบคลุมถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสาร กล่าวคือลายมือของคัดโตะนั้นสามารถเข้าถึงได้ทั้งวัยรุ่นและผู้ใหญ่ เพราะลายมือเป็นระเบียบอ่านง่าย ส่วนตรัยนั้นจะเข้าถึงในกลุ่มวัยรุ่นเพศหญิงมากกว่า เพราะลายมือจะน่ารัก มีความโค้งมนที่ผู้หญิงมักจะชอบ

ด้านองค์ประกอบด้านสัญลักษณ์หรือลายเซ็นที่กำกับไว้บนผลงาน คำคมคัดโตะจะใช้ภาพแว่นตาแทนการเขียนเป็นตัวอักษร เพื่อลดความเป็นตัวเองลงและเพื่อเป็นการสร้างความจดจำให้กับผู้อ่าน ซึ่งคัดโตะมีอาชีพเป็นนักร้องและนักแต่งเพลง ดังนั้นชุดคำคมที่ออกมาส่วนที่โดดเด่นที่สุดคือ “ข้อความ” แว่นตากำกับดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น คล้ายๆ กับเป็นนามปากกา ส่วนคำคมบ่นบ่นจะเป็นข้อความที่เขียนจางๆ ว่า “บ่นบ่น” บริเวณผมของตัวการ์ตูน ซึ่งผู้เขียนมีอาชีพเป็นนักร้องแบบ ดังนั้นส่วนที่โดดเด่นในชุดคำคมจึงเป็นภาพประกอบ ลายเซ็นที่ปรากฏจึงเป็นรูปแบบของลายน้ำ (watermark) จางๆ ไม่ให้ดับบังลายเส้น และในขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาลิขสิทธิ์ของภาพไว้ด้วย จะเห็นได้ว่าภูมิหลังด้านอาชีพของคัดโตะและตรัยนั้นมีส่วนสำคัญในการออกแบบและสร้างสรรค์เอกลักษณ์ของผลงาน

4.2 ประเภทของคำคมคัดโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

จากหนังสือ The Theory of Communicative Action ฮาเบอร์มาส์ได้แยกแยะประเภทของการกระทำเชิงภาษาเอาไว้ 3 ประเภท คือ 1) constatives (assertion) 2) regulatives 3) avowals ซึ่งคำคมคัดโตะและบ่นบ่นถือเป็นข้อความที่เป็นการกระทำเชิงภาษา เพราะเป็นภาษาที่ไม่ได้หยุดนิ่ง แต่เป็นภาษาที่ถูกนำมาใช้และเลื่อนไหลอย่างมีชีวิตชีวาอยู่ตลอด

นอกจากแบ่งตามการกระทำเชิงภาษาแล้วผู้วิจัยยังได้จำแนกย่อยออกตามความหมายเพื่อให้เห็นถึงกลุ่มความหมายที่ผู้เขียนให้ความสำคัญ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

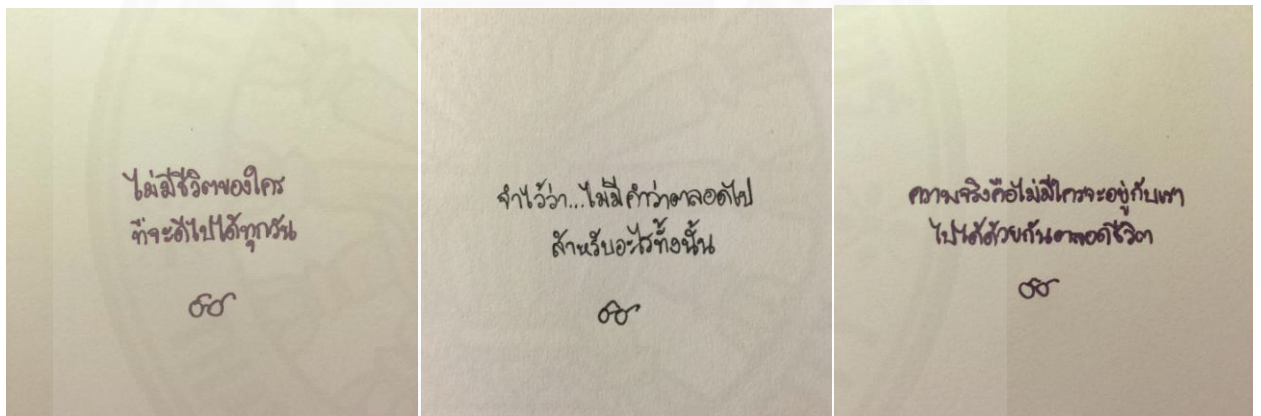
4.2.1. แบ่งประเภทตามการกระทำเชิงภาษาของคำคมคัดโตะ

4.2.1.1 Constatives

การกระทำเชิงภาษาที่ออกแบบมาเพื่อนำเสนอข้อความที่พิสูจน์ความจริงหรือยืนยันความเป็นจริง เมื่อผู้วิจัยได้นำมาปรับใช้กับคำคมคัดโตะ constatives จึงเป็นคำคมประเภทที่มีความหมายสอดคล้องกับธรรมชาติที่เป็นสัจธรรมที่ทุกคนไม่เห็นต่างหรือคัดค้าน และอาจจะมาจากประสบการณ์ของผู้เขียนที่สามารถพิสูจน์ให้เห็นจริงตามคำคมที่กล่าวได้ แบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ตามความหมายได้ดังนี้

- ธรรมชาติ

- ความไม่ยั่งยืน



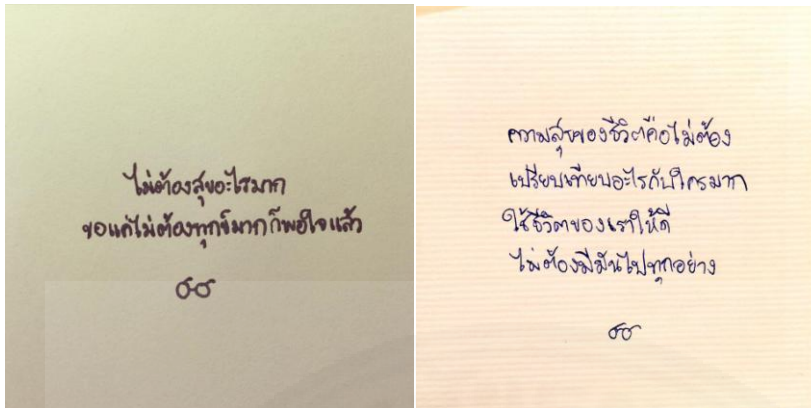
ภาพที่ 4.11 คำคมคัดโตะหมวดความไม่ยั่งยืน

- การยืนหยัดได้ด้วยตนเอง



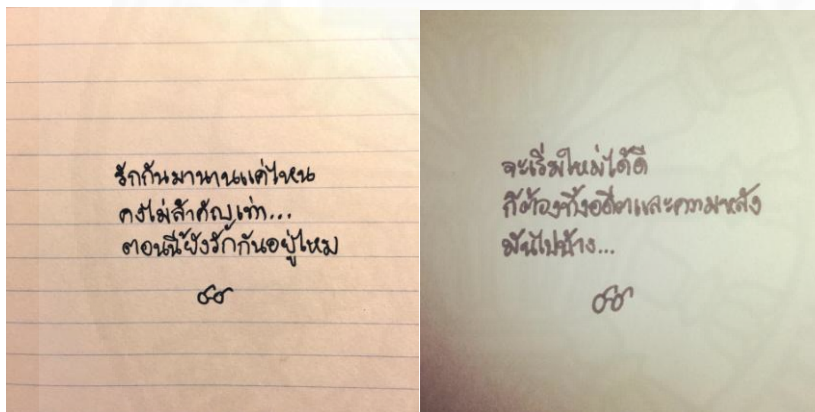
ภาพที่ 4.12 คำคมคัดโตะหมวดการยืนหยัดได้ด้วยตนเอง

- ความสุขของชีวิต



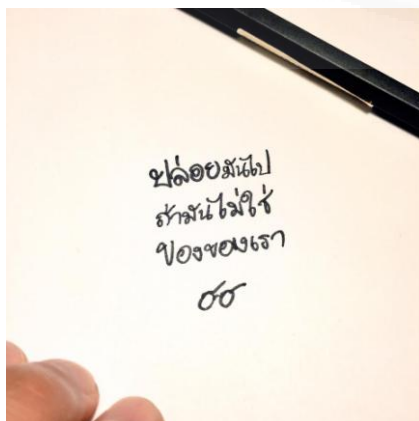
ภาพที่ 4.13 คำคมคัดต่อหมวดความสุขของชีวิต

- การให้ความสำคัญกับปัจจุบัน



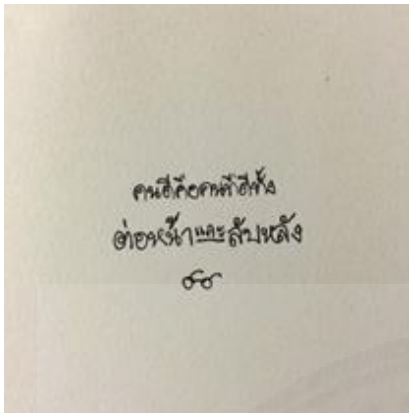
ภาพที่ 4.14 คำคมคัดต่อหมวดการให้ความสำคัญกับปัจจุบัน

- การยอมรับความจริงและการปล่อยวาง



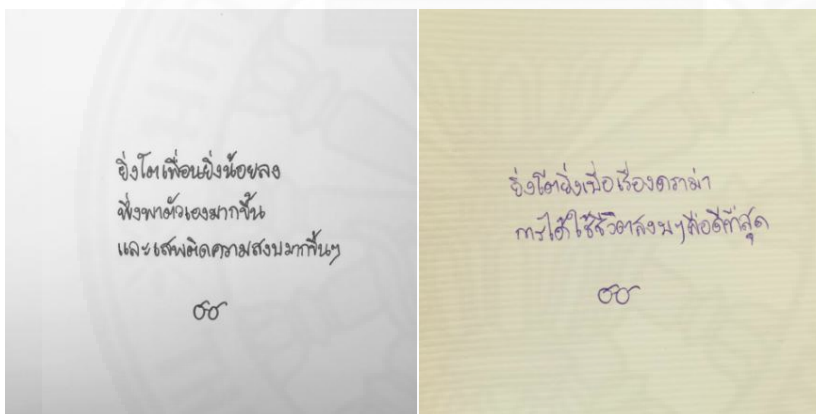
ภาพที่ 4.15 คำคมคัดต่อหมวดการยอมรับความจริงและการปล่อยวาง

- ความเสมอต้นเสมอปลาย (สมานัตตตา)



ภาพที่ 4.16 คำคมคัดลอกโดยหมวดความเสมอต้นเสมอปลาย (สมานัตตตา)

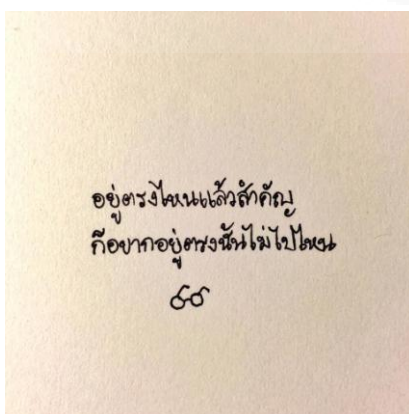
- ความสงบ



ภาพที่ 4.17 คำคมคัดลอกโดยหมวดความสงบ

- การดำเนินชีวิต

- การอยู่ในพื้นที่หรือคนที่เหมาะสม



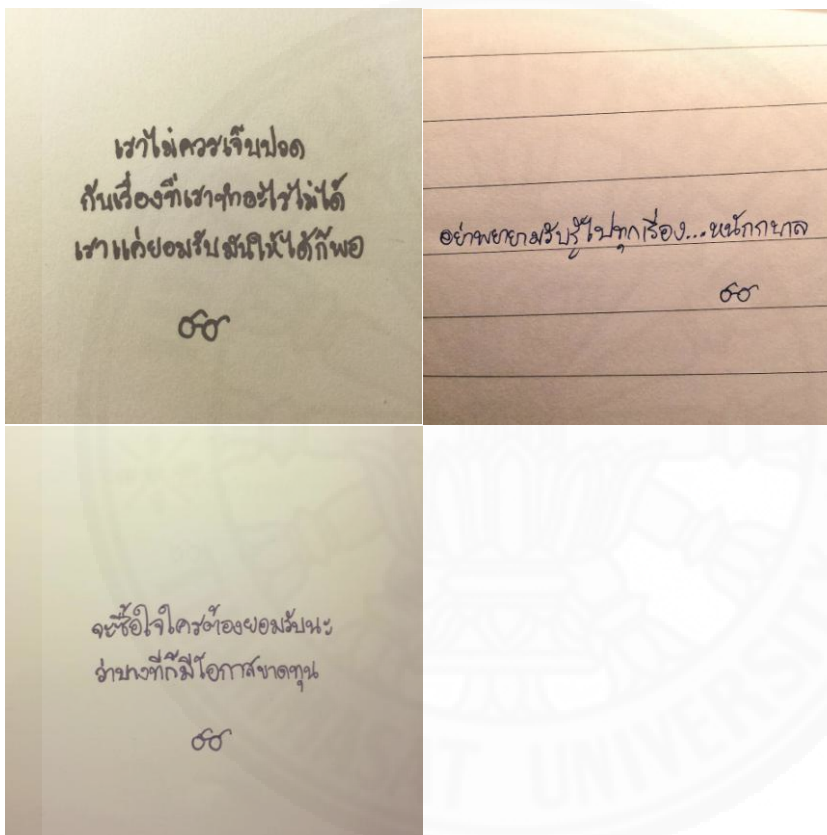
ภาพที่ 4.18 คำคมคัดลอกโดยหมวดการอยู่ในพื้นที่หรือคนที่เหมาะสม

2) Regulatives

การกระทำเชิงภาษาที่ออกแบบมาโดยตั้งใจทำให้เกิดผลลัพธ์บางประการตามมา เมื่อผู้วิจัยนำมาปรับใช้กับคำคมคัตโตะ regulatives จึงเป็นคำคมที่มีความหมายเพื่อให้ผู้อ่านได้เกิดการฉุกคิดหรือปฏิบัติตามไปในแนวทางที่สร้างสรรค์ อาทิ ให้ปล่อยวางจากเรื่องที่เป็นสาเหตุให้เกิดทุกข์ เป็นต้น สามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ตามความหมายได้ดังนี้

- ธรรมะ

- การยอมรับความจริงและปล่อยวาง



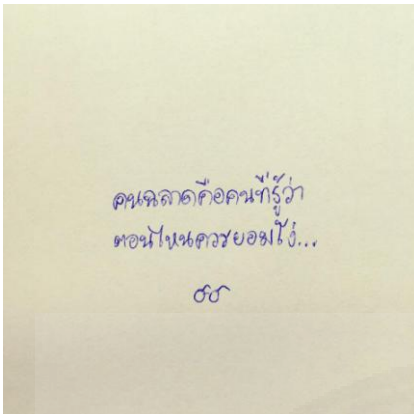
ถ้าเปิดประตูรับอะไร
เข้ามาในชีวิตแล้ว
ก็ต้องเปิดใจที่จะยอมรับ
ความสูญเสียนั้นด้วย

#cuttO

ภาพที่ 4.19 คำคมคัตโตะหมวดการยอมรับความจริงและปล่อยวาง

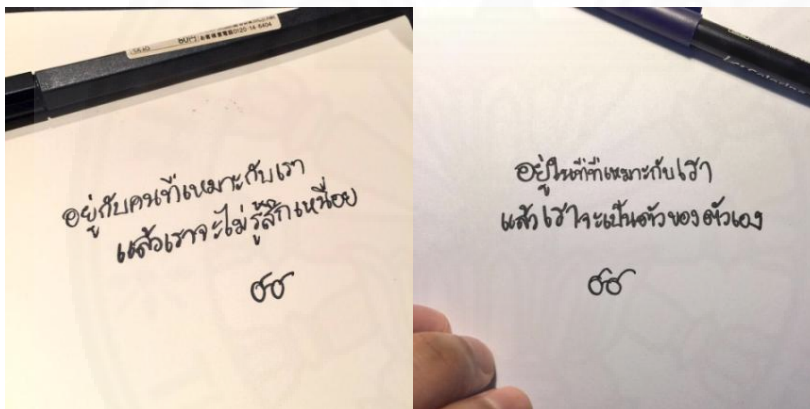
- การดำเนินชีวิต

- การมีกาลเทศะ



ภาพที่ 4.20 คำคมคัตโตะหมวดการมีภาวะพิเศษ

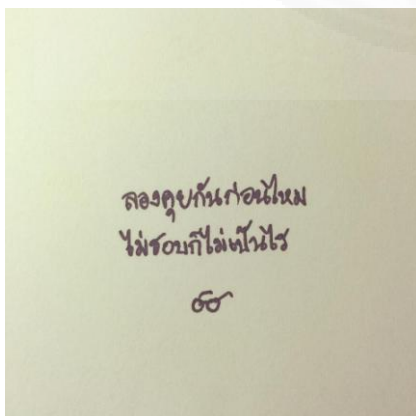
- การอยู่ในพื้นที่หรือคนที่เหมาะสม



ภาพที่ 4.21 คำคมคัตโตะหมวดการอยู่ในพื้นที่หรือคนที่เหมาะสม

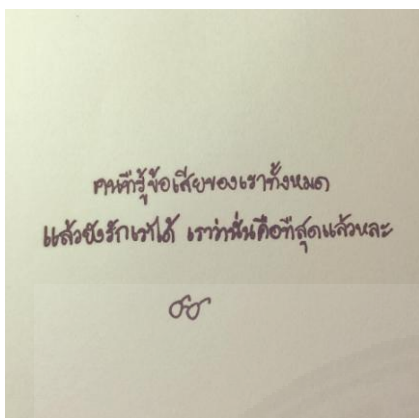
- ความสัมพันธ์

- ความพยายาม



ภาพที่ 4.22 คำคมคัตโตะหมวดความพยายาม

- การให้อภัย



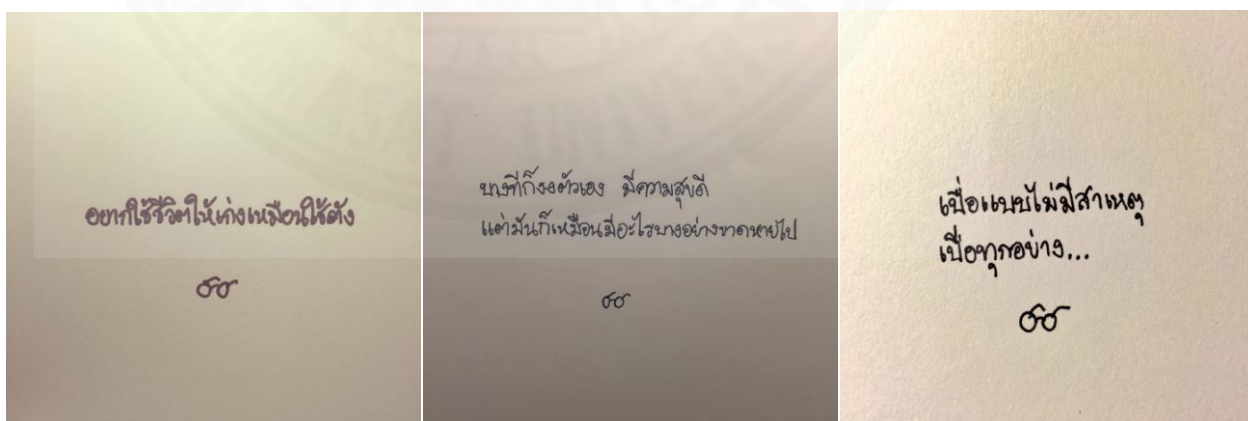
ภาพที่ 4.23 คำคมคัตโตะหมวดการให้อภัย

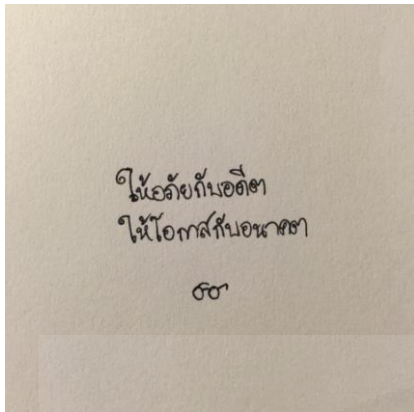
4.2.1.3 Avowals

การกระทำเชิงภาษาที่ออกแบบมาเพื่อต้องการแสดงความรู้สึกภายในของผู้เขียน เมื่อนำมาปรับใช้กับคำคมคัตโตะ avowals จึงเป็นคำคมที่มีหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการแสดงความรู้สึกของผู้เขียนในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เป็นการบันทึกเหตุการณ์ของชีวิต บอกเล่าประสบการณ์หรือการดำเนินชีวิตประจำวัน เป็นต้น สามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ตามความหมายได้ดังนี้

- การดำเนินชีวิต

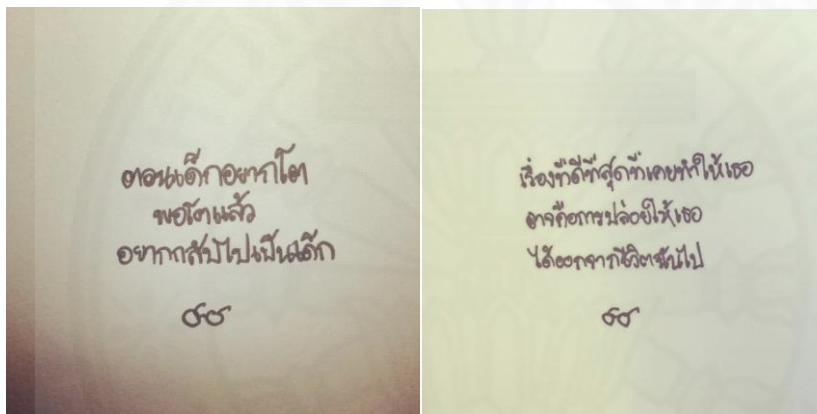
- ชีวิตประจำวัน





ภาพที่ 4.24 คำคมคัดต่อะหมวดชีวิตประจำวัน

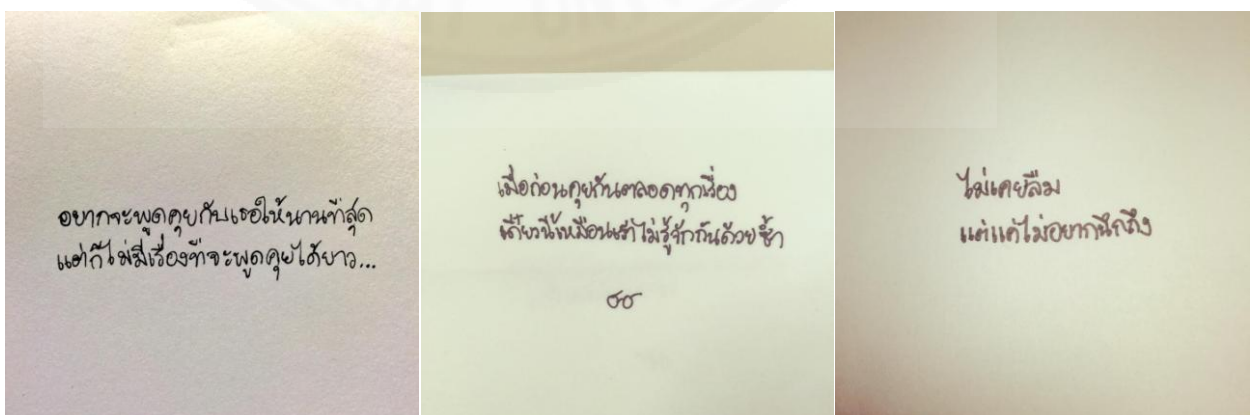
- ความไม่สัมพันธ์กันระหว่างความรู้สึกและการกระทำ

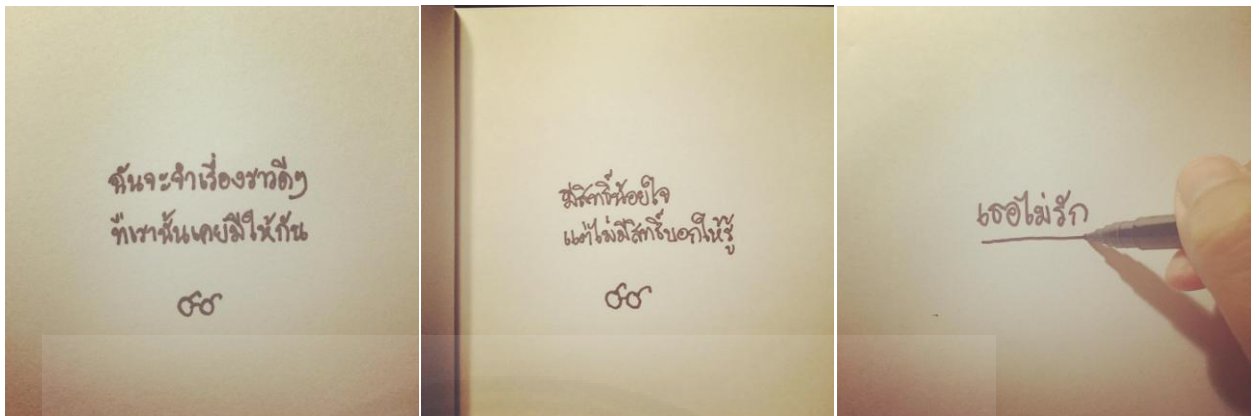


ภาพที่ 4.25 คำคมคัดต่อะหมวดความไม่สัมพันธ์กันระหว่างความรู้สึกและการกระทำ

- ความสัมพันธ์

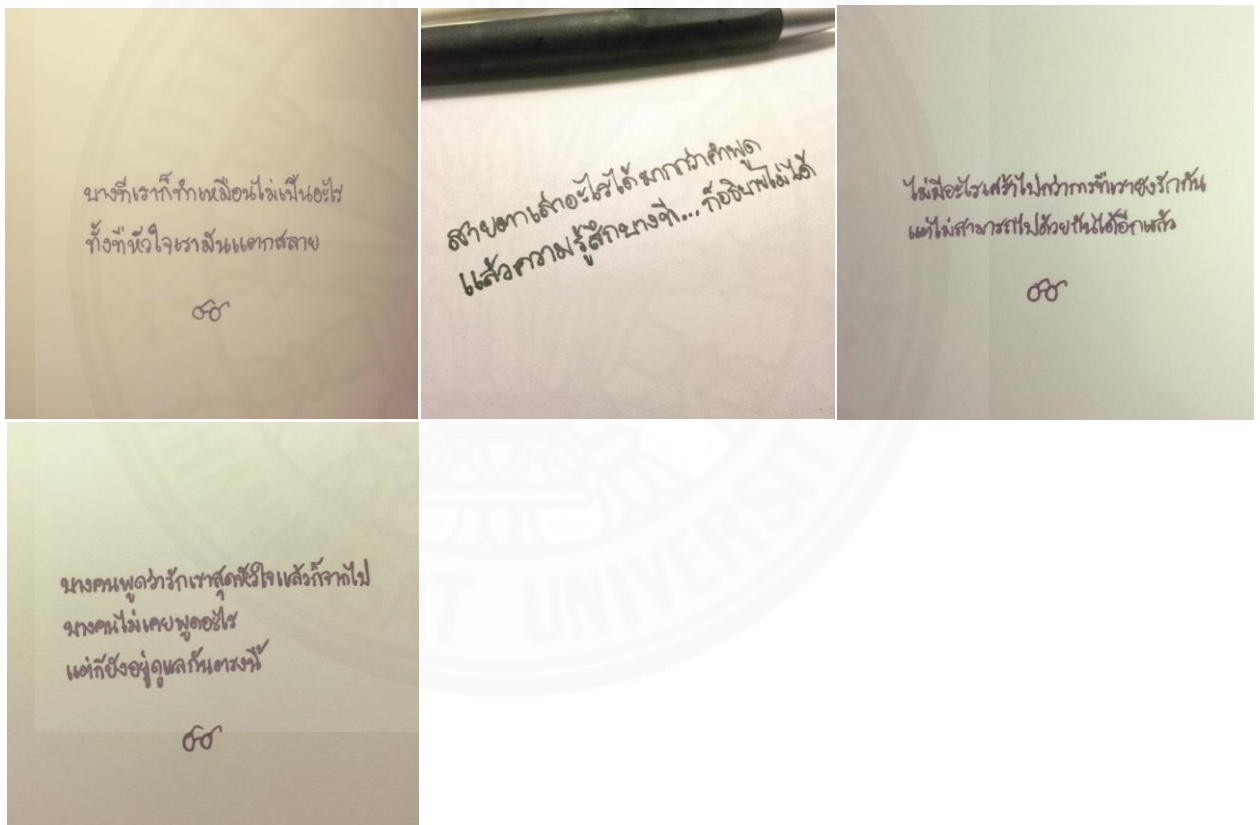
- ความเปลี่ยนแปลง





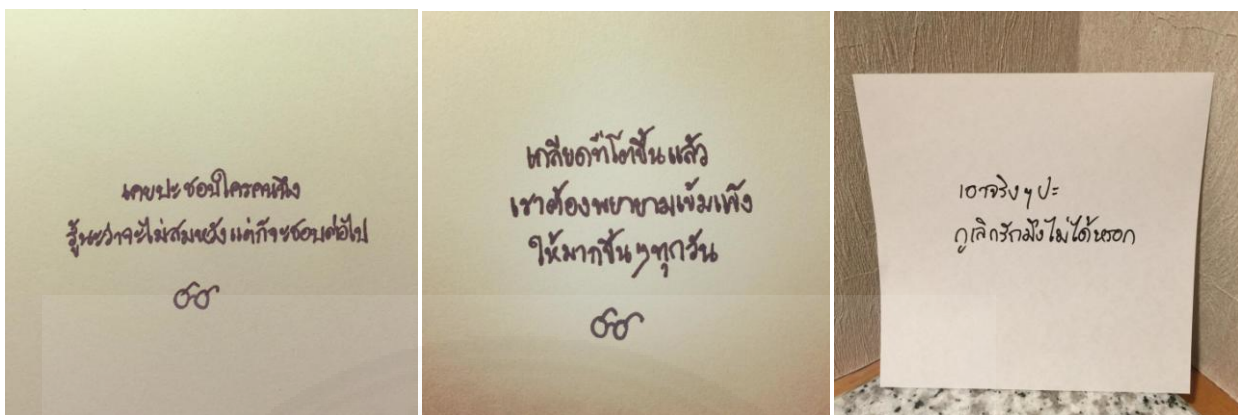
ภาพที่ 4.26 คำคมคิดโตะหมวดความเปลี่ยนแปลง

- ความไม่สัมพันธ์กันระหว่างความรู้สึกและการกระทำ



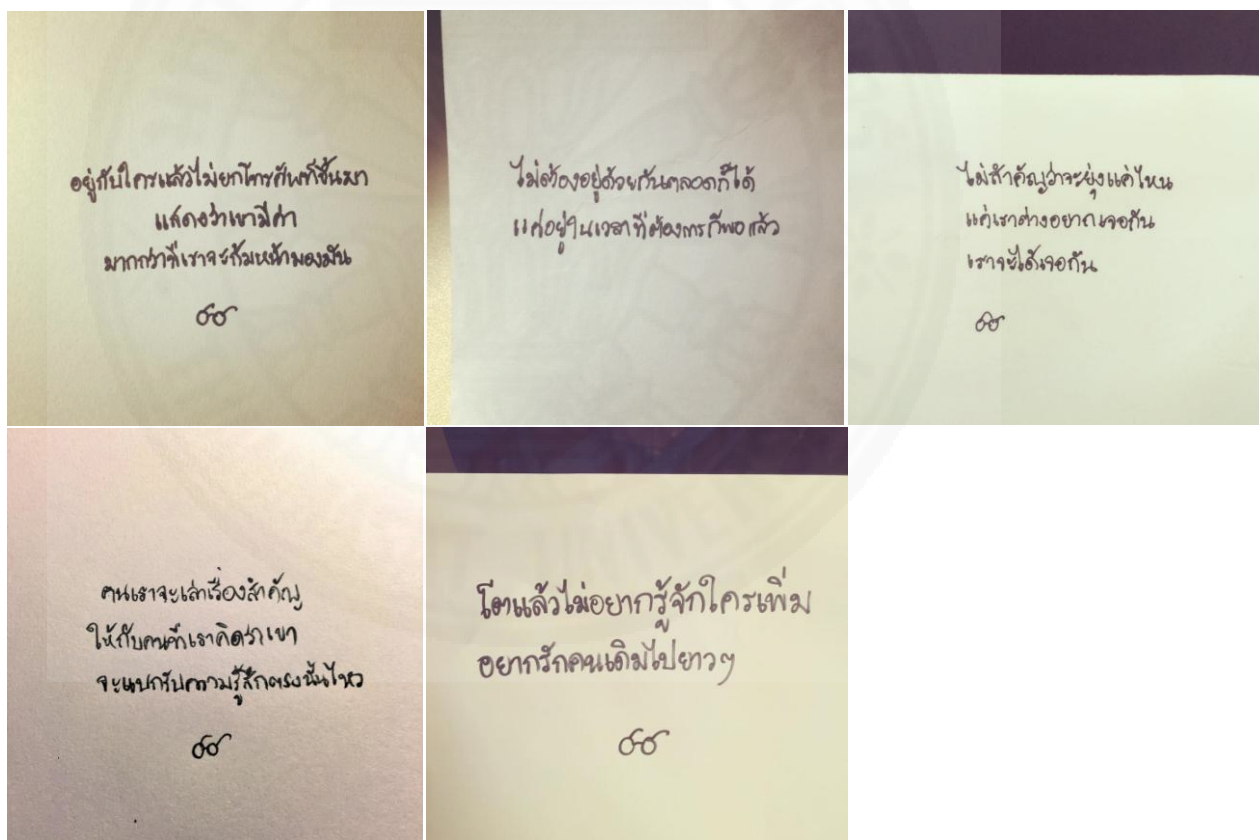
ภาพที่ 4.27 คำคมคิดโตะหมวดความไม่สัมพันธ์กันระหว่างความรู้สึกและการกระทำ

- ความพยายาม



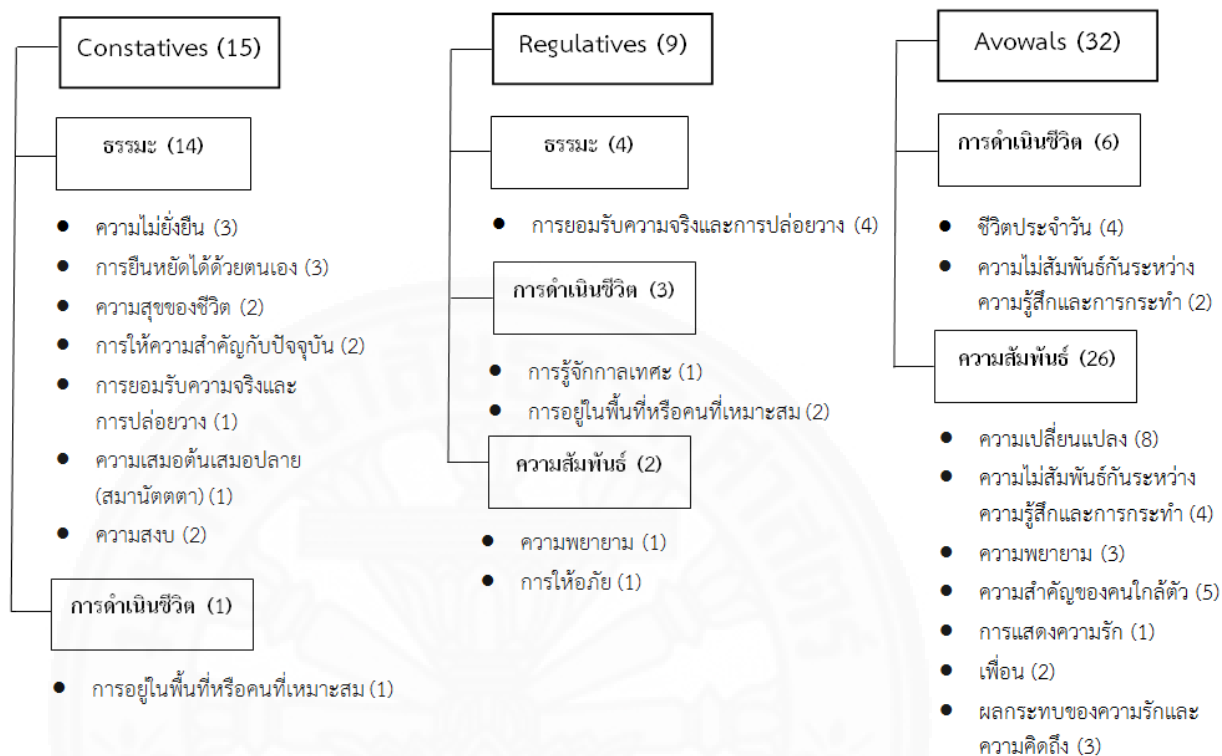
ภาพที่ 4.28 คำคมคัดัดโตะหมวดความพยายาม

- ความสำคัญของคนใกล้ตัว



ภาพที่ 4.29 คำคมคัดัดโตะหมวดความสำคัญของคนใกล้ตัว

แผนผังมโนทัศน์แสดงประเภทคำคมคัดโตะ



ภาพที่ 4.33 แผนผังมโนทัศน์แสดงประเภทคำคมคัดโตะ

จากแผนผังมโนทัศน์ข้างต้นสรุปได้ว่าคำคมคัดโตะอยู่ในประเภท avowals มากที่สุดโดยมีจำนวน 32 ชุด avowals ก็คือ การกระทำเชิงภาษาที่เขียนขึ้นมาเพื่อแสดงความรู้สึกของผู้เขียน ซึ่งก็สอดคล้องกับผู้เขียนเองที่ได้กล่าวไว้ว่าเหมือนเป็นการเขียนไดอารี่ เป็นการระบายความคิด เป็นการทำความเข้าใจตนเองว่าตนเองมีภาวะทางจิตอย่างไรในช่วงเวลาเขียน

อีกมุมหนึ่งเราก็เป็นคนเขียนไดอารี่อยู่แล้ว เขียนมาตั้งแต่ ม.3 ม.4 เกิดจาก เขียนเฟรนด์ชิปนี้แหละครับ แล้วรู้สึกอ่านบันทึกตัวเองแล้วสนุกดี เราก็จดมาเรื่อยๆ จนถึงมหาวิทยาลัย เขียนเรื่องตัวเองวันละ 1 หน้า ได้แรงบันดาลใจมาจากพี่โน่ส อุดม เพราะตอนนั้นพี่โน่สเค้าทำโทษฐานที่รู้จักกันเป็นหนังสือไดอารี่เล่มแรกเขาออกมา แล้วก็หนังสือปกขาว เราเป็นแฟนคลับเค้าก็รู้สึกว่ามันดีที่ได้กลับมาอ่านเรื่องราวตัวเองแล้วเราก็พัฒนาเรื่องจิตใจตัวเองดีกว่า มันเหมือนกับเราได้เข้าใจตัวเองว่าเรามีภาวะทางจิตอย่างไร แล้วก็จะมีการได้ศึกษาตัวเหมือนได้ทำ วิจัยตัวเองทางจิตใจ ก็เลยเริ่มทำ ทีนี้ก็ตัดมาที่ตัวเพจลิปตาเนี่ยมันทำอยู่แล้ว แล้วเราก็ทำในเฟซบุ๊กเราก่อน แล้วเราก็รู้สึก

อยากรวบรวมพวกนี้เอาไว้เราก็ไปทำเพจใหม่ดีกว่าที่มันจะไม่ยุ่งกับเรื่องงานศิลปิน เราก็เลยเอามาทำแล้วสะสมไปเรื่อยๆ จนมันก็กลายเป็นอะไรก็ไม่รู้ (อารมณ โปธิหาญรัตน์กุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

ภายใต้ประเภท avowals ปรากฏประเภทของความหมายของคำคมออกเป็น 2 ประเภทใหญ่คือการดำเนินชีวิต 6 ชุด และความสัมพันธ์ 26 ชุด แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกันระหว่างการกระทำเชิงภาษาที่เขียนขึ้นมาเพื่อแสดงความรู้สึกของผู้เขียนและความหมายของคำคมที่เผยแพร่ออกไป เพราะประเภทการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ผู้เขียนและทุกคนบนโลกต้องประสบพบเจออยู่แล้ว ดังนั้นการแสดงความรู้สึกในเรื่องนี้จึงถูกถ่ายทอดออกมาด้วยความจริงใจและตั้งใจ

และรองลงมาคือประเภท constatives โดยมีจำนวน 15 ชุด constatives คือการกระทำเชิงภาษาที่พิสูจน์ความจริงหรือยืนยันความจริง โดยส่วนใหญ่แล้วความจริงที่อยู่ในคำคมคัดลอกจะเป็นความจริงที่สอดคล้องกับธรรมชาติ นอกจากการเขียนเพื่อเป็นการระบายทางความคิดแล้วสิ่งหนึ่งที่ผู้เขียนได้คาดหวังก็คือให้คำคมคัดลอกเป็นเหมือนหนังสือธรรมะด้วย “พอเราเริ่มเข้าไปเรื่อยๆ เราก็จะเข้าใจว่าเราเดินตามคนที่เขามาก่อนหน้าเรา นั่นก็คือธรรมะ แล้วยิ่งพออ่านไปมันก็คือธรรมะแบบย่อย ย่อยให้เด็กอ่าน ประมาณนั้น” (อารมณ โปธิหาญรัตน์กุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้นยังแสดงให้เห็นถึงบทบาทของคำคมที่ผู้เขียนคาดหวังให้คำคมของตนนั้นเป็น “ธรรมะ” เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจชีวิตได้ดียิ่งขึ้น กล่าวคือ ให้ผู้อ่านได้ดำเนินชีวิตตามพระพุทธเจ้าที่เคยได้เจอปัญหาและค้นพบทางแก้ปัญหาหาก่อน ซึ่งภายใต้ประเภท constatives นี้ก็ปรากฏคำคมที่มีความหมายเกี่ยวข้องกับธรรมะตามบทบาทที่ผู้เขียนได้คาดหวังถึง 14 ชุด และประเภทการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์อย่างละ 1 ชุด

นอกจากอยู่ในประเภทการแสดงความรู้สึกและยืนยันความจริงแล้ว คำคมคัดลอกยังจัดอยู่ในประเภท regulatives เป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 9 ชุด เป็นการกระทำเชิงภาษาที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ตามมา เช่น “จะซื้อใจใครต้องยอมรับนะว่าบางทีมีโอกาสดาตุน” คำคมบางชุดผู้อ่านก็ต้องการให้ผู้ที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์เรื่องดังกล่าวได้ทราบว่าไม่มีอะไรแน่นอน ไม่ควรวางใจกับสิ่งใด 100% ให้ตั้งอยู่ในความไม่ประมาท และต้องการจะบอกคนที่กำลังประสบปัญหาอยู่ว่านี่คือเรื่องปกติและแก้ปัญหาได้

รู้สึกว่าคุณคิดแล้วมันตกตะกอนทางความคิดเราเองเราก็เหมือนคนที่แบบว่าเรานำเค้าไปแล้วนะ บางคนเค้าอาจจะเด็กกว่า เราเด็กกว่านี้เราเคยโกรธ เคย โมโห เราก็อยากบอกให้คนที่อายุน้อยๆ กว่าหรือที่เค้าเห็นโลกมาน้อยกว่าเราได้เดินลัดบ้าง ไม่ต้องลัดเยอะ

บ้าง แต่ได้เดินลัดจะได้ไม่ต้องเหนื่อยมาก (อารมณ์ โปร์หาญรัตนกุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้นยังแสดงให้เห็นถึงบทบาทของคำคมที่ผู้เขียนคาดหวังให้คำคมของตนนั้นเป็นประสบการณ์ทางอ้อมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้ผู้อ่าน ที่ไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์โดยตรงกับตนเองก็จะสามารถเข้าใจและแก้ปัญหาต่างๆ ในชีวิตได้ จึงทำให้ยืนยันได้ว่าคำคมในสื่อสังคมออนไลน์นี้ก็ได้ทำหน้าที่นี้ได้เช่นเดียวกับสื่อมวลชนด้วย

4.2.2. แบ่งประเภทตามการกระทำเชิงภาษาของคำคมบ่นบ่น

4.2.2.1 Constatives

การกระทำเชิงภาษาที่ออกแบบมาเพื่อนำเสนอข้อความที่พิสูจน์ความจริงหรือยืนยันความเป็นจริง เมื่อผู้วิจัยได้นำมาปรับใช้กับคำคมบ่นบ่น constatives จึงเป็นคำคมประเภทที่มีความหมายสอดคล้องกับธรรมชาติและเป็นสังขารที่ทุกคนไม่เห็นต่างหรือคัดค้าน และอาจจะมาจากประสบการณ์ การดำเนินชีวิตประจำวันของผู้เขียนที่เป็นความจริงพื้นฐาน ทุกคนสามารถพบเจอได้กับตนเอง แบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ตามความหมายได้ดังนี้

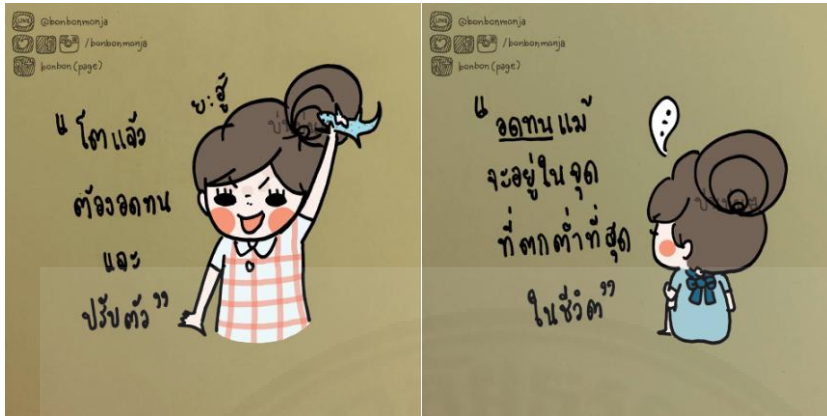
- ธรรมชาติ

- การยืนยันได้ด้วยตัวเอง



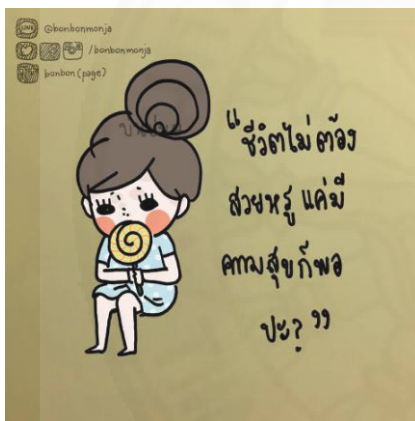
ภาพที่ 4.34 คำคมบ่นบ่นหมวดการยืนยันได้ด้วยตัวเอง

- ความอดทน



ภาพที่ 4.35 คำคมบ่นบ่นหมวดความอดทน

- ความสุขของชีวิต



ภาพที่ 4.36 คำคมบ่นบ่นหมวดความสุขของชีวิต

- ความไม่ยั่งยืน



ภาพที่ 4.37 คำคมบ่นบ่นหมวดความไม่ยั่งยืน

- การปล่อยวาง



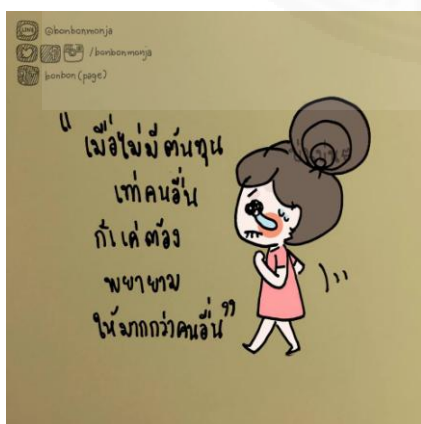
ภาพที่ 4.38 คำคมบ่นบ่นหมวดการปล่อยวาง

- การให้ความสำคัญกับปัจจุบัน



ภาพที่ 4.39 คำคมบ่นบ่นหมวดการให้ความสำคัญกับปัจจุบัน

- ความพยายาม



ภาพที่ 4.40 คำคมบ่นบ่นหมวดความพยายาม

- การดำเนินชีวิต

- การทำงาน



ภาพที่ 4.41 คำคมบ่นบ่นหมวดการทำงาน

- ความสัมพันธ์

- ความเข้ากันได้



ภาพที่ 4.42 คำคมบ่นบ่นหมวดความเข้ากันได้

4.2.2.2 Regulatives

การกระทำเชิงภาษาที่ออกแบบมาโดยตั้งใจทำให้เกิดผลลัพธ์บางประการตามมา เมื่อผู้วิจัยนำมาปรับใช้กับคำคมบ่นบ่น regulatives จึงเป็นคำคมที่มีความหมายเพื่อให้ผู้อ่านได้เกิดการถูกคิดหรือปฏิบัติตาม อาทิ ให้อดทนกับปัญหาหรือเหตุการณ์ต่างๆ เป็นต้น สามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ตามความหมายได้ดังนี้

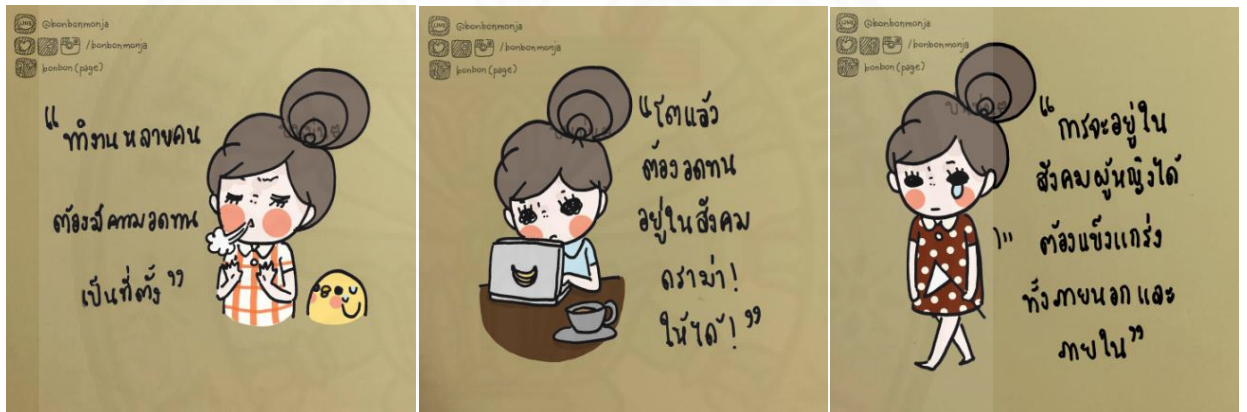
- ธรรมะ

- การให้ความสำคัญกับปัจจุบัน



ภาพที่ 4.43 คำคมบ่นบ่นหมวดการให้ความสำคัญกับปัจจุบัน

- ความอดทน



ภาพที่ 4.44 คำคมบ่นบ่นหมวดความอดทน

- ความไม่ยั่งยืน



ภาพที่ 4.45 คำคมบ่นบ่นหมวดความไม่ยั่งยืน

- การดำเนินชีวิต

- ความไม่สัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกและการกระทำ



ภาพที่ 4.46 คำคมบ่นบ่นหมวดความไม่สัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกและการกระทำ

- การทำงาน



ภาพที่ 4.47 คำคมบ่นบ่นหมวดการทำงาน

- การมีกาลเทศะ



ภาพที่ 4.48 คำคมบ่นบ่นหมวดการมีกาลเทศะ

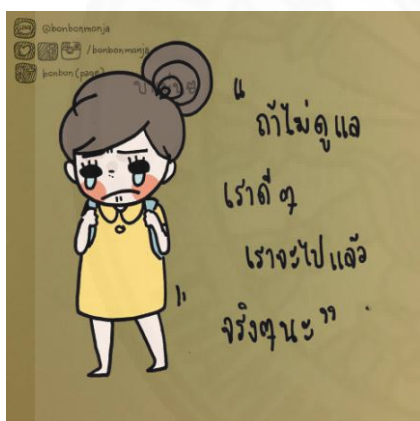
- ประสบการณ์



ภาพที่ 4.49 คำคมบ่นบ่นหมวดประสบการณ์

- ความสัมพันธ์

- การเปลี่ยนแปลง



ภาพที่ 4.50 คำคมบ่นบ่นหมวดการเปลี่ยนแปลง

4.2.2.3 Avowals

การกระทำเชิงภาษาที่ออกแบบมาเพื่อต้องการแสดงความรู้สึกภายในของผู้เขียน เมื่อนำมาปรับใช้กับคำคมบ่นบ่น avowals จึงเป็นคำคมที่มีหลากหลายไม่ว่าจะเป็นการแสดงความรู้สึกของผู้เขียนในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เป็นการบันทึกเหตุการณ์ของชีวิต บอก-เล่าประสบการณ์หรือการดำเนินชีวิตประจำวัน เป็นต้น สามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ตามความหมายได้ดังนี้

- การดำเนินชีวิต

- ความต้องการพักผ่อน



ภาพที่ 4.51 คำคมบ่นบ่นหมวดความต้องการพักผ่อน

- ความเหนื่อยล้าและความเครียด



ภาพที่ 4.52 คำคมบ่นบ่นหมวดความเหนื่อยล้าและความเครียด

- ความอ้วน



ภาพที่ 4.53 คำคมบ่นบ่นหมวดความอ้วน

- การไม่ห่วงตนเอง



ภาพที่ 4.54 คำคมบ่นบ่นหมวดการไม่ห่วงตนเอง

- ครอบครัว



ภาพที่ 4.55 คำคมบ่นบ่นหมวดครอบครัว

- ปัญหาของชีวิต



ภาพที่ 4.56 คำคมบ่นบ่นหมวดปัญหาของชีวิต

- การตัดสินใจที่ภายนอก



ภาพที่ 4.57 คำคมบ่นบ่นหมวดการตัดสินใจที่ภายนอก

- ความไม่สัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกและการกระทำ



ภาพที่ 4.58 คำคมบ่นบ่นหมวดความไม่สัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกและการกระทำ

- การปล่อยวาง



ภาพที่ 4.59 คำคมบ่นบ่นหมวดการปล่อยวาง

- การให้ความสำคัญกับปัจจุบัน



ภาพที่ 4.60 คำคมบ่นบ่นหมวดการให้ความสำคัญกับปัจจุบัน

- ความสัมพันธ์

- ระยะเวลาของการทำใจ



ภาพที่ 4.61 คำคมบ่นบ่นหมวดระยะเวลาของการทำใจ

- ประสบการณ์



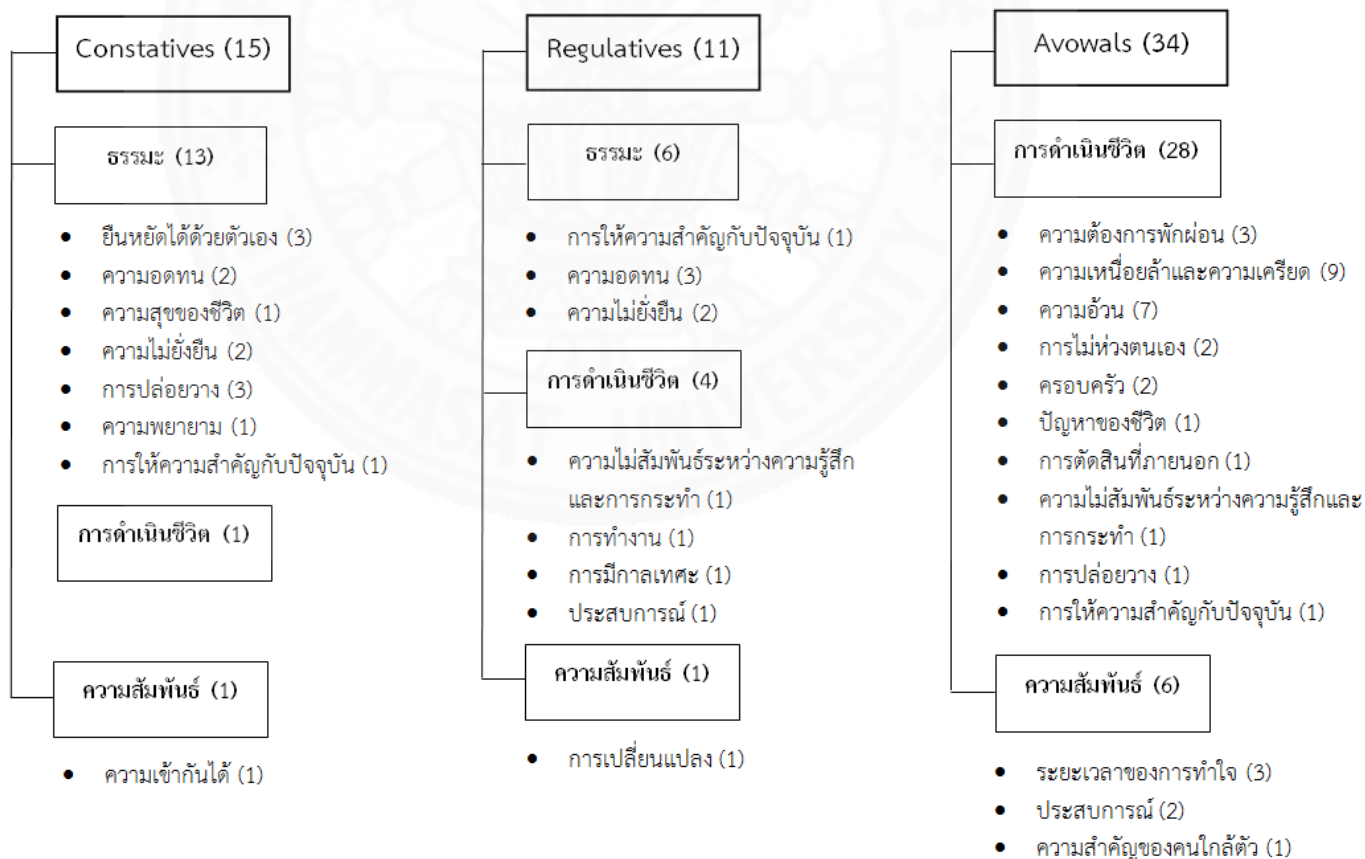
ภาพที่ 4.62 คำคมบ่นบ่นหมวดประสบการณ์

- ความสำคัญของคนใกล้ตัว



ภาพที่ 4.63 คำคมบ่นบ่นหมวดความสำคัญของคนใกล้ตัว

แผนผังมโนทัศน์แสดงประเภทคำคมบ่นบ่น



ภาพที่ 4.64 แผนผังมโนทัศน์แสดงประเภทคำคมบ่นบ่น

จากแผนผังมโนทัศน์สรุปได้ว่าคำคมบ่นบ่นส่วนใหญ่ อยู่ในประเภท avowals มากที่สุดโดยมีจำนวน 34 ชุด avowals คือ การกระทำเชิงภาษาที่เขียนขึ้นมาเพื่อแสดงความรู้สึกของผู้เขียน ซึ่งก็สอดคล้องกับผู้เขียนเองที่ได้กล่าวว่าต้องการแบ่งปันความรู้สึกของตนให้ผู้อื่นได้รับรู้ร่วมกันอยู่แล้ว

มันเป็นความรู้สึกที่เราอยากพูดออกมา จริงๆ แล้วตรียอยากแชร์ความรู้สึกนั้นมาก กว่า เพราะว่าจริงๆ ตอนตรียทำเพจตอนแรกมันเป็นเหมือนการแชร์อารมณ์ คือมันจะมีคำพูดอยู่ว่า “จะไม่มีใครปลอบเราได้ดีเท่าคนที่รู้สึกเหมือนเรา” พอตรียออกไปบู๊มันก็ตรงใจเค้าก็เลยเกิดการแชร์ เป็นความรู้สึกมากกว่า ส่วนใหญ่ก็จะเรียกว่าคำคม (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

ภายใต้ประเภท avowals ปรากฏประเภทของความหมายของคำคมออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ การดำเนินชีวิต 28 ชุด และความสัมพันธ์ 6 ชุด แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนได้แสดงความรู้สึกและอารมณ์เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์ เป็นเรื่องรอบตัวที่เป็นสิ่งที่ประสบในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว เพื่อต้องการส่งต่อถึงผู้อ่านที่มีอารมณ์หรือความรู้สึกเหมือนกันอยู่ได้รับรู้และเข้าใจร่วมกัน “บ่นบ่นมันเหมือนรอบตัว ทุกอย่าง เรื่องของคนอื่นด้วย บางทีเพื่อน ก็โทรมาว่า เขียนให้หน่อยอยากแชร์” (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

รองลงมาคือประเภท constatives มีจำนวน 15 ชุด เป็นการกระทำเชิงภาษาที่พิสูจน์ความจริงหรือยืนยันความจริง โดยคำคมบ่นบ่นจะเป็นความจริงที่สอดคล้องกับธรรมชาติ หรือเป็นความจริงที่เห็นได้จริงในชีวิตประจำวันซึ่งยากที่จะปฏิเสธ เช่น “คนเดียวที่อยู่ในเราพึ่งพาได้ตลอดเวลาก็คือตัวเราเอง” สอดคล้องกับพุทธศาสนสุภาษิตที่ว่า “อัตตา หิ อัตตโน นาโถ” ตนเป็นที่พึ่งแห่งตน

จริงๆ บ่นบ่น มันมาจากหนังสือพระ ตรียไม่ได้เอาทั้งหมดมา ตรียจะอ่านของคุณพ่อคุณแม่ แม่ เค้าจะชอบอ่านหนังสือพระ แบบท่าน ว.วิชรเมธี ท่านก็จะมีคำคมของท่านเลย แต่บางอย่างเป็นหนังสือกรรมส่งตรง อะไรแบบนี้ ก็เอามาบ้าง พออ่านก็เอออันนี้มันดี อยากให้คนอื่น ๆ ได้รู้ ก็เลยเอามาเขียน (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้นยังแสดงให้เห็นถึงบทบาทของคำคมที่ผู้เขียนคาดหวังให้คำคมที่ตัวเองเขียนนั้นเป็นสิ่งดี ๆ ที่สามารถให้ข้อคิดกับผู้อ่านได้ ซึ่งภายใต้ประเภท constatives นี้ก็ปรากฏคำคมที่มีความหมายเกี่ยวข้องกับธรรมชาติตามบทบาทที่ผู้เขียนได้คาดหวังถึง 13 ชุด และประเภทการดำเนินชีวิตและประเภทความสัมพันธ์อย่างละ 1 ชุด

นอกจากนี้ยังมีคำคมที่อยู่ในประเภท regulatives ด้วย ก็คือคำคมประเภทที่ ตั้งใจจะให้เกิดผลลัพธ์ตามมา จำนวน 11 ชุด เช่น “ปีใหม่แล้วเลิกคุยอะไรเก่าๆ แล้วเริ่มต้นใหม่ดีกว่าเนอะ” คำคมบ่นบ่นถึงแม้จะไม่ได้เป็นการออกคำสั่งอย่างเด็ดขาด แต่ก็เป็นการชักจูง ชักชวนให้หันมาปฏิบัติตามและมุ่งให้เกิดผลลัพธ์ตามข้อตกลงของการกระทำเชิงภาษาประเภท regulatives ประกอบไปด้วยประเภทของความหมายของคำคมออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ ธรรมชาติ 6 ชุด การดำเนินชีวิต 4 ชุด และความสัมพันธ์ 1 ชุด

จากประเภทของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นทั้งหมดนั้นจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า เนื้อหาของคำคมได้แตกยอดเพิ่มเติมจากคำคมในอดีตที่จะมีแต่เรื่องของธรรมชาติและหลักศีลธรรมเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งในปัจจุบันคำคมคัตโตะและบ่นบ่นก็ยังคงมีเนื้อหาเกี่ยวกับธรรมชาติอยู่ แต่เพิ่มเติมในเรื่องของความสัมพันธ์และการดำเนินชีวิตที่เข้าถึงคนทุกคนได้ มีความหลากหลายของเนื้อหา มีการแสดงอารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้อง และข้อความมีความกระชับมากขึ้น ถือเป็นการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้เข้ากับธรรมชาติของสื่อสังคมออนไลน์และสภาพสังคมในปัจจุบัน และถ้าหากวิเคราะห์แยกตัวผู้เขียนก็จะเห็นว่าเพศและอายุเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อการเขียนคำคม กล่าวคือคำคมคัตโตะผู้เขียนจะเป็นเพศชายในวัยทำงาน เนื้อหาที่ออกมาส่วนใหญ่จึงเป็นเรื่องของความรักในมุมมองของเพศชาย ที่ไม่ค่อยมีความอ่อนไหวแต่จะมีความแข็งแกร่ง เรื่องเพื่อน เรื่องการทำงาน เรื่องการใช้ชีวิตที่แตกต่างจากผู้เขียนคำคมบ่นบ่นที่เป็นวัยรุ่น เพศหญิง ที่จะมีเรื่องลดน้ำหนัก การช้อปปิ้ง (shopping) ในคำคมจะพบเห็นความอ่อนไหวของอารมณ์มากกว่าคำคมของคัตโตะ จึงสรุปได้ว่าวิถีชีวิตของเพศชายและหญิงมีความแตกต่างกัน อารมณ์ความรู้สึกก็แตกต่างกัน ดังนั้นเนื้อหาของคำคมจึงสื่อสารออกมาแตกต่างกันด้วย

บทที่ 5

การอ่านความหมาย การใช้ประโยชน์ของผู้รับสาร และบทบาทคำคมของคัตโตะ และบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ในอดีตนั้นผู้ที่มีอำนาจในการเขียนคำคมมักจะเป็นผู้ที่มีบทบาทในการสั่งสอน เช่น ครู อาจารย์ พ่อแม่หรือเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในชีวิตด้านใดด้านหนึ่ง เช่น นักธุรกิจ นักบริหาร หรือผู้ที่มีสถานภาพที่สูงกว่าสามัญชนธรรมดาทั่วไป เช่น พระสงฆ์ ดังนั้นคำคมจึงเป็นคำพูดที่อยู่ในกรอบของความศักดิ์สิทธิ์ ความน่าเชื่อถือ จึงส่งผลให้สามัญชนที่ได้อ่านเกิดความเชื่อและนำไปใช้ในชีวิตประจำวันอย่างไม่มีข้อกังขา แต่เมื่อยุคสมัยได้เปลี่ยนแปลงไปสื่อสังคมออนไลน์ก็มีเข้ามาในชีวิตประจำวันมากขึ้น ส่งผลให้ทุกคนสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาและนำเสนอได้ด้วยตัวเอง จึงเป็นการเปิดทางให้คำคมได้เข้ามาอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์นี้ด้วย จึงเกิดเป็นปัญหาน่าวิจัยว่าเมื่อคำคมเข้ามาอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ ผู้อ่านอ่านความหมายคำคมว่าอย่างไรและได้ใช้ประโยชน์จากคำคมอย่างไรบ้าง โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้มากที่สุดคือเฟซบุ๊ก เฟซบุ๊กแฟนเพจคำคมที่มีจำนวนการกดถูกใจสูงสุดเป็นอันดับที่ 1 คือ เพจ cuttO ผู้ก่อตั้งคือคุณอารมณ โปธิ์หาญรัตนกุล หรือเป็นที่รู้จักในนาม “คัตโตะ” นักร้องวงลิปตา (Lipta) สังกัดเลิฟอิส ส่วนอันดับที่ 2 ก็คือเพจ “บ่นบ่น” ผู้ก่อตั้งคือคุณวาสิกา อุดมธนสกุล (ตริย) จบการศึกษาจากคณะศิลปะและการออกแบบ สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยรังสิต ปัจจุบันทำธุรกิจเกี่ยวกับการออกแบบ

จากคความนิยมดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยเลือกนำมาศึกษาและสนใจในประเด็นของการอ่านความหมาย คำคม บทบาทคำคมในมุมมองของผู้รับสาร และการนำไปใช้ของผู้รับสาร สำหรับในบทนี้จะแยกผลการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือการศึกษาการอ่านความหมายคำคมของผู้รับสาร เพื่อให้ทราบการอ่านความหมาย และการนำคำคมที่เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปเลือกใช้ในชีวิตประจำวันของผู้รับสาร ส่วนที่ 2 คือการศึกษาบทบาทคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

การศึกษากการอ่านความหมายคำคมของผู้รับสาร ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลาย เพื่อให้เห็นการถึงการอ่านความหมายที่แตกต่างกันออกไป เพราะตัวแปรด้านอาชีพ อายุ เพศ ประสบการณ์ทางตรง ประสบการณ์ทางอ้อม จะทำให้มีการอ่านและเข้าใจคำคมแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกมามีจำนวนทั้งสิ้น 14 ท่าน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มตามช่วงอายุได้ดังนี้ กลุ่มที่ 1 อายุระหว่าง 12-18 ปี นักเรียน กลุ่มที่ 2 อายุระหว่าง 20-22 ปี นักศึกษา กลุ่มที่ 3 อายุระหว่าง 24-27 ปี วัยเริ่มทำงาน กลุ่มที่ 4 อายุระหว่าง 32-35 ปี วัยทำงาน

ตารางที่ 5.1 แสดงกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม

กลุ่ม	ชื่อ - นามสกุล	เพศ	อายุ	อาชีพ
1	เด็กหญิงปทุมมาส ผิวขำ	หญิง	12 ปี	นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1
	นางสาวภาพตะวัน ท้าวอนนท์	หญิง	16 ปี	นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4
	นางสาวอนุสราน นูตาดิ	หญิง	18 ปี	นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
2	นายปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล	ชาย	20 ปี	นักเรียน ปวช. ชั้นปีที่ 3
	นางสาวนารินทร์ แสงศรี	หญิง	21 ปี	นักศึกษาชั้นปีที่ 3
	นางสาวรัชชา เลี้ยวเทียนไชย	หญิง	22 ปี	นักศึกษาชั้นปีที่ 3
3	นางสาวสาวิณี อุบลวรรณิ	หญิง	24 ปี	ผู้ประสานงานกองถ่ายโฆษณา
	นายกรีธากร สังข์กุล	ชาย	25 ปี	นักศึกษาปริญญาโท
	นายสรศักดิ์ แสงอินทร์	ชาย	25 ปี	พนักงานสนับสนุนการสอนพิเศษ
	นางสาวอภิธา คำมณี	หญิง	26 ปี	พนักงานขายรถยนต์
	นายคุณณัฐคุณเศร์ บัญญาสุก	ชาย	26 ปี	พนักงานบริษัทเอกชน
	นางสาวอัจฉราพรรณ สายตรง	หญิง	27 ปี	พนักงานบริษัทเอกชน
4	นางสาวชนาธิป อุทัยลาภทอง	หญิง	32 ปี	พนักงานบริษัทเอกชน
	นางณชาณา สิงห์ทอง	หญิง	35 ปี	พนักงานบริษัทเอกชน

ก่อนการศึกษาการอ่านความหมาย การใช้ประโยชน์ของผู้รับสาร และบทบาทคำคมของคัตโตะและบ่นบ่น ผู้วิจัยได้ศึกษาการเปิดรับเพื่อดูพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างถึงสาเหตุที่เปิดรับคำคม ความตั้งใจในการเปิดรับ รวมถึงความคิดเห็นของผู้รับสารเกี่ยวกับการเปิดรับคำคมในอดีต

และการขยายพื้นที่คำคมมาสู่สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำไปต่อยอดถึงการศึกษาวัตถุประสงค์ของงานวิจัยต่อไป

5.1 การเปิดรับคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้เฟซบุ๊กทุกวันจึงทำให้เปิดรับคำคมผ่านทางเฟซบุ๊กบ่อยครั้งและไม่ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ หรือถ้าใช้ก็จะใช้น้อย โดยในการเปิดรับก็จะมีทั้งที่ตั้งใจเข้าไปดูคำคมและบังเอิญเปิดผ่าน “แอมเล่นเฟซบุ๊กอันเดียว ไม่ได้เล่นพวกทวิตเตอร์อะไรแบบนี้” (อนุสร นุตาดี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “ปกติเล่นเฟซบุ๊กและเห็นในเฟซบุ๊ก เล่นเฟซบุ๊กทุกวันสะดวกที่สุด” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559) “คือเฟซเล่นทุกวัน ใจแล้วแบบเวลากดผ่านมันเห็น แต่แบบโอจิบางที่ไม่ค่อยได้เข้า” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559) “คิดได้ถึงเข้าไปอ่าน มันไม่มีอะไรทำเลยเข้าไปอ่าน อาจจะมีแค่แบบหาที่ฟังทางใจหาอะไรอ่าน รู้สึกเบื่อๆ เลยเข้าไปอ่านหาอะไรทำ” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “ก็มีปัญหากับเพื่อนกับคนในครอบครัวที่รู้สึกทำไมเขาชอบตัดสินเราจัง เหมือนไปอ่านเจอพอดีก็เลยรู้สึกวุ่นๆ” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “ทำงานอยู่หน้าคอมเฟซบุ๊กเข้าสะดวก ได้ใช้เฟซบุ๊กบ่อย ดูในเฟซบุ๊กก็ต่อเมื่อเข้ามาที่หน้า feed ไม่ได้เจาะจงเข้าไปดูนอกจากจะจำเป็นต้องทำงานแล้วกดเข้าไปดูเพื่อเป็นแรงบันดาลใจ” (ณชานา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)

อีกทั้งคุณลักษณะเด่นของเฟซบุ๊ก (feature) ทำให้ผู้รับสารเปิดรับคำคมได้ง่ายขึ้น เช่นเมื่อเพื่อนของเราไปกดถูกใจคำคม คำคมชุดนั้นก็จะมีโชว์ขึ้นมาในหน้าเฟซบุ๊กของเรา และการแชร์ก็ทำให้ผู้อื่นเข้าถึงคำคมได้มากขึ้นด้วย “ครั้งแรกที่เห็นเพราะน้องสาวกดโลก ระเบิดเลยแจ้งเตือน จากนั้นจึงกดโลกตาม” (ณชานา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559) “แรกๆ ก็เพื่อนแชร์มาค่ะ เห็นว่ามันน่าสนใจดีเนาะ ทำไมเขาพูดดีจังก็เลยกดเข้าไปดูว่ามาจากไหน ก็เลยดูมันก็มีแต่อะไรที่น่าสนใจทั้งนั้นก็เลยกดติดตาม” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “ตามจริงเลยมันมีคนแชร์มา มันโดน ตอนแรกก็กดโลกก่อน กดโลกแค่แต่ละรูปแบบไม่ได้ติดตามตอนแรก เออ มันก็ดีนะข้อความแค่ว่าโอเค ก็เลยกดติดตาม” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

ผู้รับสารเปิดรับคำคมได้ง่ายขึ้นส่วนหนึ่งเป็นเพราะชุดคำคมคัตโตะและบ่นบ่นเป็นเพียงข้อความสั้นๆ จึงทำให้สามารถอ่านได้ภายในไม่กี่วินาที “ป็นชอบของคัตโตะนะ เพราะว่ามันอ่านง่ายสบายตา มันสั้นมาก ใช้เวลาเสี้ยวที่เลื่อนมือก็เห็นข้อความครบแล้ว มันก็เลยไม่ต้องมัวฟังอะไรเลย” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

นอกจากนั้นแล้วกลุ่มตัวอย่างยังรู้สึกว่าการเปิดรับคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ เหมือนเป็นการได้คิดด้วยตนเอง ไม่รู้สึกต่อต้านเหมือนการสั่งสอนแบบอื่นๆ

รู้สึกว่ามีมาสอนชั้นตรงๆ ชั้นจะต่อต้านนิดๆ ไม่ได้กระด้าง แต่กับคำคมมันคนละฟิลนะ เราชอบคิดเองจากเพื่อนจากใครก็ได้ที่ไม่ใช่พ่อแม่ เราไม่ได้ดื้อนะ คำพูดมันก็จริงแต่ รู้สึกว่าการที่เค้ารู้เยอะก็จริง แต่สมัยเรามันไม่ใช่แล้วปะ แต่พออ่านเราเหมือนเรียนรู้ด้วยตัวเอง ตรงนี้มันเหมือนไม่มีตัวตนเอง เราอ่านก็เหมือนเราคิดเอง มันเปิดรับมากขึ้น (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนั้นมีความต้องการที่จะรู้ (need for cognition) คือมีความต้องการที่จะอ่านคำคมเพื่อมาตอบสนองความต้องการบางอย่างของตนเอง เช่น ต้องการแรงบันดาลใจเมื่อมีปัญหา หรือเมื่อรู้สึกเบื่อ เป็นต้น และถึงแม้ว่าจะเป็นการบังเอิญเปิดผ่านคำคมไม่ได้ตั้งใจเปิดเข้าไปโดยตรง แต่เมื่อได้พบเห็นแล้วก็ได้มีการติดตามและส่วนมากจะแสดงความคิดเห็นคำคมนั้นมีความน่าสนใจ เห็นว่าดีจึงเลือกที่จะติดตาม แสดงให้เห็นว่าผู้รับสารนั้นเลือกใช้สื่อและเลือกเปิดรับด้วยตนเองเพราะความสนใจส่วนตัว ดังนั้นผู้รับสารจึงอยู่ในสถานะผู้กระทำ (active) ซึ่งการจากเปิดรับคำคมนี้อาจจะนำไปสู่การอ่านความหมายและการนำคำคมไปใช้ในชีวิตประจำวันต่อไป

Katz E. Blumler J. G & Gurevitch M. (1983) ได้อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (uses and gratifications theory) ว่าเป็นทฤษฎีที่ต่อยอดมาจากทฤษฎีการสื่อสารแบบเดิมที่เน้นแต่เรื่องอิทธิพลของสื่อในด้านเดียวและให้มีเนื้อหาที่ทันสมัย รวมถึงให้เท่าทันกับสถานการณ์ในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น เพราะมนุษย์ในปัจจุบันบริโภคสื่อตามความต้องการของตนเอง ซึ่งทฤษฎีนี้ก็เน้นพฤติกรรมของผู้รับสาร ปัจจุบันการเปิดรับโดยเครื่องมือต่างๆ ผ่านเฟซบุ๊กนับว่าเป็นช่องทางหนึ่งที่ผู้รับสารนั้นใช้ทุกวัน เมื่อเกิดเป็นความนิยมก็ย่อมทำให้เปิดรับเข้ามาเอง โดยไม่ได้ตั้งใจ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยมองว่านั่นคือข้อดีของช่องทางการสื่อสารนี้ เพราะถือเป็นตัวเลือกให้ผู้อ่านได้เห็นเรื่องราวหลากหลายและเลือกเปิดรับด้วยตนเอง จากการสัมภาษณ์ผู้อ่านเลือกที่จะเปิดรับตามความต้องการของตนเอง โดยเห็นว่าคำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กน่าสนใจทั้งในเรื่องของรูปแบบ และความหมายของคำคม ผู้รับสารมีความคิดเห็นว่าการที่คำคมก้าวข้ามจากพื้นที่จากที่เดิมมาสู่พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ในสื่อใหม่นี้เป็นการเพิ่มโอกาสในการทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กได้เข้าถึงคำคมมากยิ่งขึ้น เข้าถึงได้ง่าย เพราะในปัจจุบันตนผู้รับสารเข้าวัดน้อยลง โอกาสที่จะเห็นคำคมก็น้อยลงไปด้วย และถึงแม้ว่าจะเข้าไปในวัดก็ไม่ได้สนใจที่จะไปตามอ่านป้ายคำคม เพราะเมื่อเข้าวัดก็ต้องการที่จะไปไหว้พระหรือทำบุญ

มันเข้าถึงได้ง่าย อย่างในเฟซที่เค้าพยายามทำขึ้นมาหลายๆ เพจ คนสมัยนี้มันง่ายมาก
 ขึ้น เค้าไม่ได้ไปวัดกันตลอดเวลา ไม่เหมือนเฟซบุ๊กทุกวันทั้งวัน เปิดมาก็เจอแล้ว มันก็
 เหมือนสอนซึมเข้าไปในสมอง เดี๋ยวนี้พระองค์เองก็ออกมาทำเพจ เพื่อให้เข้าถึงคนมาก
 ขึ้น เด็ก ม.ต้น ม.ปลายก็ถือมือถือแล้ว เพจแบบนี้มันก็เตือนตัวเองได้ พ่อแม่หลายๆ พุทธ
 ไม่นานเหมือนเปิดมาทุกวันแล้วเจอ (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์
 2559)

มันก็เข้าถึงคนมากขึ้นนะ เพราะทุกวันนี่คนก็ไม่ค่อยเข้าวัดกันอยู่แล้ว ถึงเข้าก็ไม่ได้สนใจ
 ว่าต้นไม้ต้นนี้มีอะไรแปะอยู่มันก็เป็นข้อความเก่าๆ ที่แปะไว้ แต่มันมาอยู่ในเฟซบุ๊กทุก
 คนต้องเล่น มันอยู่ในมือมันก็ผ่านตาอยู่แล้ว ก็น่าจะเข้าถึงง่ายกว่า (สรศักดิ์ แสงอินทร์,
 สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)

ปีนคิดว่ามันดีขึ้น คนเอาไปใช้ได้ง่ายขึ้นมันไม่ได้อยู่ในพื้นที่ที่จำกัด เฟซเราก็เล่นกันทุก
 วันอยู่แล้วจะเข้าตอนไหนก็ได้ ไม่ต้องไปถึงวัดถึงโบสถ์อะไรแบบนี้ มันมีกราฟฟิคมีรูปที่
 ทำให้เรามองแล้วมันลื่นตา มันทำมาเพื่อให้เราอ่านแล้วก็น่าอ่านจริงๆ รูปบางทีก็ไม่
 เกี่ยวกับข้อความนะแต่มันก็สบายตาอยากจะทำอ่าน ทุกอย่างมันดีในที่ของมันอยู่ที่วัดมัน
 เป็นที่ศักดิ์สิทธิ์ รู้สึกว่าเป็นคำสอนเรากำลังอิมบิอุย เราก็อยากจะทำสิ่งดี เชื้ออะไรง่าย
 แต่พอมายูในนี้ก็เราก็เห็นทุกวัน มันอาจมาเตือนสติเราเวลาที่เรากำลังชั่วก็ได้ (นา
 รินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

ก็เข้าถึงง่ายขึ้น วัดเราไปน้อยมาก ด้วยวัย แต่ในวัดอ่านแล้วก็ไม่ได้เอามาจำอะ ด้วย
 ภาษาด้วยมั้ง คตินะแต่อันนั้นเค้าซีเรียส แต่เราไม่ซีเรียสไง คนซีเรียสเค้าอาจจะแบบนี้
 สัจธรรมมาก ปลง แต่เราคิดแต่ไม่ได้รู้สึกขนาดนั้น พอมายูในเฟซเราเข้าถึงง่ายกว่า
 ด้วยภาษาก็ง่าย แต่ของวัดก็ศรัทธาแต่ภาษาค่อนข้างยาก ป้ายมันอาจจะได้ใช้บางอันมัน
 ก็มีประโยชน์ ถ้าให้ใช้ในชีวิตรประจำวันจริงๆ พวกนี้เราเล่นเราคลุกคลีกับมันทุกวันเรา
 เข้าถึงง่าย (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

มันดูน่าสนใจกว่า ดูสนุกกว่าที่มันมีรูปมีสี ดูใกล้ตัวกว่า ถ้าให้เทียบกับในวัดมันไกลตัว
 มาก จริงๆ กว่าคนเราจะได้ไปวัด เราต้องไปวัดหรือถึงจะได้เจออะไรแบบนี้ อันนี้แค่ใน
 มือถือก็เห็นแล้ว มันก็ง่ายใกล้เรา (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม
 2559)

เรามองว่ามันไม่มีผลเสียด้วยซ้ำไปนะ ก็คิดว่ามันเป็นเรื่องดี ๆ ที่มันขยายไปอยู่ในสื่อที่คนใช้เพิ่มมากขึ้น ส่วนคนจะเอาไปต่อยอดหรือเอาไปใช้ในชีวิตประจำวันก็อยู่ที่คนแล้ว (ณัฐคนธ์ บุญผาสุก, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2559)

ชอบในเฟซบุ๊กมากกว่าเพราะมันดูง่ายดี เปิดมาเราก็ดูได้ วัดเราไม่ได้ไปบ่อย เราก็ไม่ได้ไปดู ไปอ่าน ในเฟซบุ๊กการ์ตูนตัวหนังสือน่ารักมันก็ทำให้เราอยากอ่าน แต่ในวัดเดินผ่านก็อ่านถ้าไม่เห็นก็เดินไปเลย (ภาพตะวัน ท้าวอนนท์, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559)

คำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กนั้นเข้าถึงง่ายกับคนทุกเพศทุกวัยที่เป็นผู้ใช้เฟซบุ๊ก โดยเฉพาะวัยรุ่น แต่เมื่อผู้วิจัยได้ถามคำถามในเรื่องของการขยายพื้นที่มายังสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของคำคมทำให้ได้คำตอบออกมา 3 ส่วน ส่วนแรกคือมองว่ายังคงศรัทธากับคำคมในสื่อเดิมๆ ในเรื่องของธรรมะ ยังคงยึดวัดเป็นที่พึ่งพิงทางใจ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าคำคมในวัดล้วนเป็นสิ่งเป็นไปได้เป็นความจริงที่สามารถเกิดขึ้นได้ แต่คำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กนั้นมีเรื่องราวของความขำขัน ความไม่จริงจั่งสอดแทรกเข้ามา เช่น การอยากกลับไปเป็นเด็ก หรืออยากนอนเฉยๆ แล้วพอม คำคมเหล่านี้อาจจะเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารยังคงศรัทธาและเชื่อคำคมในสื่อเดิมมากกว่า

ถ้าในวันที่เราแย่งจริงๆ เราจะเลือกทางธรรมมากกว่า มันจะนึกถึงสังฆธรรมอะไรแบบนี้มากกว่า อันนี้สอนได้แต่ดูเพลินๆ เราารู้สึกว่ามันก็ใช่แต่มันก็ไม่ได้ช่วยเราได้จริงๆ จริงๆ ที่เรานึกถึงมันอาจเป็นคำมาจากพวกนี้ก็ได้นะ แต่เราจะนึกถึงวัดมากกว่า รู้สึกว่ามันจริงกว่าอันนี้ มันดูขลังกว่า เราเคารพว่ากับการที่เราจะหยิบเอามาใช้จริงๆ (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)

ในวัดก็จะสอนมากกว่า วัดเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์อยากให้คนทำมากกว่า ในเฟซมันจะให้แง่คิดเรามาปรับตัว ตลกๆ คลายเครียด มันแชร์ให้คนอื่นรู้ว่าทำก็ได้ ไม่ทำก็ไม่เป็นไร ประมาณนี้ มันสื่ออารมณ์คนละแบบ (บุญณมาส ผิวขำ, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559)

ส่วนที่ 2 มองว่าในเฟซบุ๊กและคำคมในสื่อเดิมอย่างในวัดไม่ได้ต่างกัน ความเชื่อและการนำไปใช้ขึ้นอยู่กับคน และอารมณ์ในตอนนั้น แต่ว่าในเฟซบุ๊กนั้นจะเข้าถึงอารมณ์ได้ดีกว่า โดนใจมากกว่า

อ่านคำคมในวัดก็ไม่ได้ว่าจะศรัทธาเท่าไร มาอ่านนี้ก็ไม่ได้ว่าจะศรัทธาหรือว่าเชื่อ แต่เพียงแต่อ่านนี้มันมีอารมณ์ร่วมมากกว่า เพราะรู้สึกว่าคุณเขียนกับเราไม่ได้ต่างกันมาก และยังอยู่ในช่วงสังคมเดียวกัน แต่ตามวัดจะรู้สึกห่าง ใครเขียนก็ไม่ว่า คำไม่น่าจะอยู่ในวัยเดียวกับเรา ไม่น่าจะเข้าใจความรู้สึกมากเท่าในเฟซบุ๊ก มันล่อไปตามยุคสมัยมัน

อาจจะไม่ได้ดีขึ้นหรือแย่ลงเพียงแต่มันปรับไปตามยุคสมัยมากกว่าแต่นั้น คนรุ่นหนู อาจจะไม่นับกับคำคมที่อยู่ตามป้ายหรือวัดเท่าไร ถ้าเป็นคนรุ่นแม่อาจจะคิดว่าเด็กพวกนี้บ่นอะไรในเฟซบุ๊ก อาจจะโอเคกับคำคมในป้ายมากกว่า มันโดนใจเรามากกว่า เรื่องราวมันเกี่ยวกับชีวิตประจำวันเลยเอาไปใช้ได้มากกว่า (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

ถ้าจะใช้กับความรู้สึกตัวเอง สอนตัวเอง อะไรมันก็สอนเราได้หมดนะ แต่ว่าเราจะยอมให้มันเข้ามามีอิทธิพลต่อเรามาก ถ้าเป็นป้ายบางอันก็ไม่ได้คิดอย่างนั้นเสมอไป พระคัมภีร์มันเป็นความจริงแต่ที่เราประกอบไปด้วยอารมณ์ความรู้สึกมากมาย มนุษย์เราอ่อนแอไม่สมบูรณ์ จะไม่เห็นด้วยเพราะความเป็นพระเจ้าต่างกัน มันก็จะมีความย้อนแย้ง แต่เราพร้อมที่จะปรับเข้าหา อันนี้ก็ใช้ได้เหมือนกันเวลาเราเสพอะไรมันจะตกตะกอนอยู่ในใจเราลึกๆ เราอาจจะไม่รู้ตัวก็ได้นะว่าเรากำลังพยายามยิ้มให้กับคนที่เกลียดอยู่ ถ้าเราอ่านข้อความนั้นมา ป็นว่ามันขิมไปนะเวลาเราเสพอะไร ไม่แน่น่ความคิดเราอาจจะกลายเป็นความคิดแบบคัตโตะไปแล้ว แวนิ่งที่เราคิดขึ้นมา เคยอ่านมาว่าถ้าเราเสพอะไรเยอะๆ เราก็จะเอาความคิดนั้นมาเป็นความคิดของเรา (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

เราว่าอารมณ์มันเหมือนกันนะ เพราะว่ามันเป็นคำพูด มันอยู่กับว่าคนจะคิดได้มากน้อยเท่าไร สมมติบางคนไม่ได้สนใจอะไรอ่านผ่านเฉยๆ แต่บางคนนอยด์อยู่ เสียใจ ถ้ามันผ่านมันก็อาจจะคิดได้ เราว่ามันอยู่ที่ความคิดคนเรา โม่เมนต์นั้นๆ ว่าคิดอะไร รู้สึกอะไร (สาวิณี อุบลวรรณ, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2559)

ส่วนที่ 3 คิดว่าคำคมในสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กเข้าใจได้ง่ายกว่าในสื่อเดิมๆ เพราะคำคมในสื่อเดิมมีความเป็นทางการ ภาษานำมาปรับใช้ได้ยาก หรือถ้าหากเป็นคำคมมาจากพ่อแม่ก็อาจจะเกิดการต่อต้านคำสอนได้ เพราะรู้สึกเบื่อหน่าย “ในเฟซก็คิดว่าเค้าสอนแต่ว่าสื่ออารมณ์คนละอย่าง ได้อารมณ์ไม่ต้องเข้าใจเป็นหลักธรรมทางการ ให้เราเข้าใจง่ายๆ แปลความหมายตรงตัวไปเลย” (ภาพตะวัน ท้าวอนนท์, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559)

ถ้าเป็นพ่อแม่ก็จะบ่นมากกว่า ลูกก็ไม่ได้อยากจะฟัง ไม่อยากจะจำ อยากเดินหนีมากกว่า เพลงแบบนี้มันเป็นวัยรุ่น แล้วเฟซบุ๊กก็พัฒนามาดี คลิ๊กเดียวก็แชร์มันได้เทรนด์ในวัดจะเน้นบาปบุญคุณโทษ ศีล 5 มาก่อน จากในวัดก็จะเป็นคนมีอายุมากๆ อ่านแล้วก็อินมากกว่าเด็กๆ เด็กเดินตามพ่อแม่เข้าไปก็อ่านไปอย่างนั้นเอง แต่เพลงพวกนี้เน้นความรักในสัดส่วนที่มาก พ่อเด็กอ่านมันก็ใช่ (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)

เหมือนคำคมบางชุดเข้าถึงยากใครบ้างล่ะที่จะได้อ่าน แต่คำคมออนไลน์ภาษาก็เข้าใจง่ายกว่า แล้วอยู่กับออนไลน์คนก็เข้าถึงได้ง่ายกว่า แต่ว่าความรู้สึกจะต่างกันความศักดิ์สิทธิ์มันต่างกัน ถึงไม่บอกว่าใครเขียนแต่ด้วยภาษาที่ต่างกันความรู้สึกก็ต่างกัน อันนั้นจะรู้สึกว่าการมากว่า แต่นั่นมันเป็นคำพูดทั่วไปสามารถจะเอาไปพูดกับเพื่อนได้ เอาไปเป็นวลีเด็ดได้ (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)

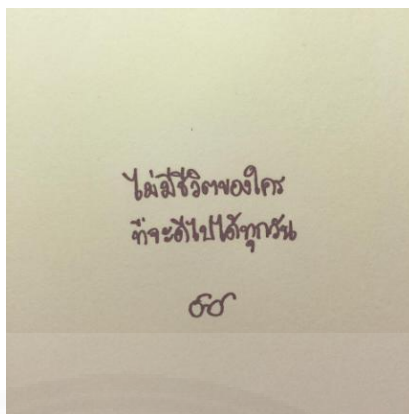
กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่มได้แสดงความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องของความศรัทธาคำคมในอดีตตัวแปรด้านอายุนั้นไม่ได้ส่งผลถึงความศรัทธาและการยอมรับความเปลี่ยนแปลง แต่จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยคิดว่ากลุ่มที่ 1 และ กลุ่มที่ 4 ที่อายุต่างกันแต่มีความคิดเห็นที่ศรัทธาในวัดมากกว่าอาจจะเป็นเพราะกลุ่มที่ 1 วิจัยรุ่นตอนต้นยังอยู่ในโอวาทการสอนจากผู้ใหญ่ ถูกควบคุมและถ่ายทอดความคิดมาจากโรงเรียนและบิดามารดา ยังไม่มีความคิดเห็นเป็นของตัวเอง ดังจะเห็นได้จากกลุ่มที่ 2 ช่วงอายุ 20-21 ปี และกลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 24-27 ปี ที่เป็นช่วงเริ่มทำงาน สามารถดูแลตัวเองได้และค่อนข้างมีประสบการณ์ชีวิตมาบ้างก็จะมีความคิดเห็นที่เป็นตัวของตัวเอง การเปิดรับคำคมปรับเปลี่ยนไปตามอารมณ์และสภาพแวดล้อม

5.2 การอ่านความหมายคำคมคติโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้รับสาร

จากการสัมภาษณ์การเปิดรับคำคมทำให้ผู้วิจัยพบว่าสาเหตุที่ผู้รับสารเปิดรับคำคมเป็นเพราะความชอบส่วนตัว มีความตั้งใจในการเปิดรับด้วยตนเอง รวมถึงมีความคิดเห็นเป็นไปในทางบวกกับการที่คำคมขยายพื้นที่คำคมมาสู่สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประเด็นต่างๆ นี้เป็นส่วนหนึ่งที่จะส่งผลไปถึงการอ่านความหมายของผู้รับสาร จากบทที่ 4 ผู้วิจัยได้แบ่งคำคมคติโตะและบ่นบ่นตามประเภทของความหมายออกเป็น 3 ประเภท ในบทนี้ผู้วิจัยจึงนำแต่ละประเภทที่แบ่งได้นั้นมาศึกษาการอ่านความหมายของผู้รับสาร ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

5.2.1 Constatives

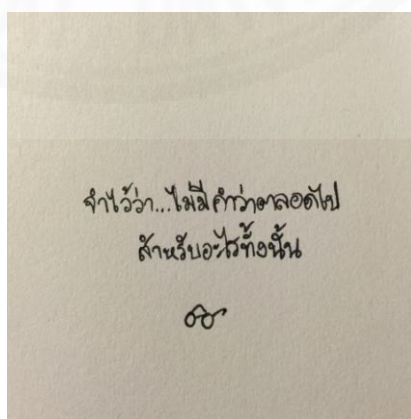
คำคมคติโตะอยู่ในประเภท constatives รวม 15 ชุด และคำคมบ่นบ่นอีก 15 ชุด เป็นคำคมที่เป็นความจริงสามารถพิสูจน์ได้ ส่วนใหญ่จะมีเนื้อหาที่มาจากธรรมชาติและการดำเนินชีวิตประจำวัน กลุ่มตัวอย่างอ่านความหมายของคำคมแต่ละชุดได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5.1 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 1

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้โดยได้เชื่อมโยงไปกับประสบการณ์หรือสถานการณ์ต่างๆ ที่สอดคล้องกับคำคม และแสดงความคิดเห็นว่าคำคมชุดนี้มีจุดประสงค์เพื่อการสั่งสอน และเพื่อให้ผู้คิด “ใช่ครับ อันนี้ก็ตรงตัว เหมือนสอนว่าบางทีเจอรถชนก็แข็ง พอเลื่อนๆ คู่มันก็ทำให้ผู้คิดได้ว่ามันก็ได้ดีไปทุกวัน มันขึ้นมีลง” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

การใช้ชีวิตของคนเราก็ต้องเดินไปข้างหน้าทุกวัน ชีวิตไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ พื้นที่ไม่ได้สะอาดมันก็มีขี้หมาบ้าง ก็ไม่ได้จะดีไปทุกวัน บางวันเราอาจจะเดินเหยียบขี้ ต้องเจอปัญหา ชีวิตมันไม่แน่นอน วันนี้เราอาจจะถูกหวงวดหน้าเราอาจจะไม่ถูกให้ยอมรับกับสิ่งที่มันจะเกิดออกไปคาดหวังมาก วันนี้เรามีเรื่องดีๆ พรุ่งนี้อาจจะมีเรื่องให้เครียด ไม่ควรจะไปจับจดหรือฟุ้งอยู่กับอะไรที่มันคาดหวังไม่ถึงมาไม่ถึง (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)

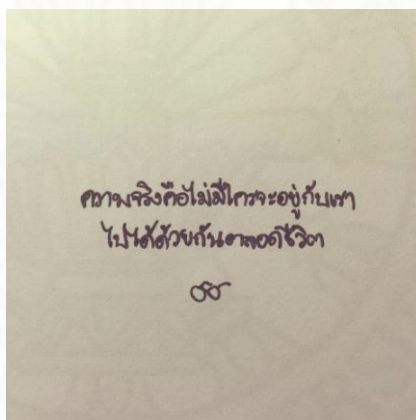


ภาพที่ 5.2 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 2

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสอดคล้องกับคำคม โดยได้อ้างอิงถึงธรรมชาติของเรื่อง อนัตตา และอธิบายถึงคำว่า “ไม่ตลอดไป” กับสิ่งของในชีวิตประจำวัน รวมถึงเชื่อมโยงคำคมไปถึง เรื่องความรัก

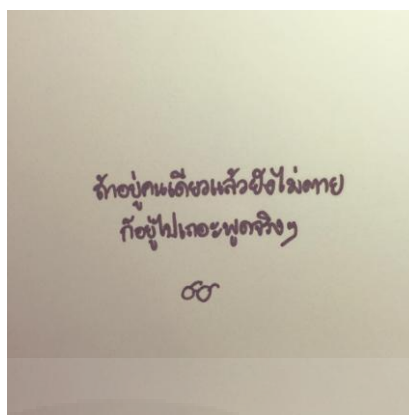
มันเหมือนธรรมชาติ เหมือนผลิตซ้ำคำสอนทางธรรมะแต่เอามาใช้ในภาษาใหม่ รู้สึกว่า ทุกอย่างมันมีวันหมดอายุ ถึงบอกว่าเรียนรู้ตลอดไปก็ไม่ได้หมายความว่ามานั่งเรียน ตลอดไป ธรรมะก็คือทุกอย่างดับไปสุดท้ายทุกอย่างก็ดับไป สอนเรื่องอนัตตา (กริธากร สังฆกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)

ทุกอย่างมีอายุขัยของมัน ตลอดไปไม่มีครับ เหมือนวัสดุอะครับ คนก็จะต้องตาย รถก็จะต้องพัง บ้านก็ต้องพัง วัสดุก็มีวันเสื่อมสลายของมัน ตลอดไปใช้ไม่ได้ ถ้าใช้คำว่า ตลอดไปผมก็ต้องตายมันก็ไม่ตลอดไป คือมันไม่มีอยากกินกะเพราไก่ตลอดไปหรอกครับ บางทีอาจเลิกกันเพราะความเบื่อ มันชัดเจนไม่ได้ (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.3 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 3

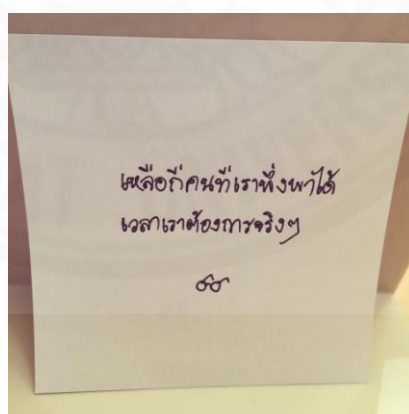
กลุ่มตัวอย่างอ่านความหมายไปในแนวทางเดียวกัน คือ ไม่มีใครที่จะอยู่กับตัวเราด้วยกันตลอด ซึ่งเมื่ออ่านแล้วก็รู้สึกปลง และสามารถนำมาเตือนว่าให้อยู่ได้ด้วยตัวเอง “อันนี้แนวปลง ไม่มีใครอยู่กับเราไปได้ตลอด เราเกิดมาคนเดียวแล้วก็ต้องไปคนเดียวในช่วงระยะเวลาหนึ่งที่เราต้องแยกจากกัน” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559) “ก็ทั้งความรัก ทั้งครอบครัว ถ้าจะมองความรักก็อาจจะแบบว่าแฟนเริ่มทะเลาะกันมีปัญหาเรปเล่า แล้วก็เริ่มเอาอันนี้มาใช้แล้วมาเตือนตัวเองเบาๆ เตือนตัวเองว่าเราต้องอยู่ได้ด้วยตัวเอง” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559) “คนเราเกิดมาคนเดียวก็ต้องตายไปคนเดียว แต่ว่าเกิดมาคนเดียวระหว่างชีวิตมันจะมีคนที่อยู่กับเรา แฟนก็มาเจอตอนโตแล้วไม่ได้เจอกันตั้งแต่แรก แต่งงานกันแต่ตอนตายก็ไม่ได้ตายพร้อมกัน ไม่มีคำว่าตลอดไป” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.4 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 4

กลุ่มตัวอย่างอ่านความหมายเชื่อมโยงไปถึงความสัมพันธ์ของคนรักที่ต้องจากกัน แต่ก็ต้องสามารถอยู่ได้ด้วยตัวเองและเพื่อนๆ คนอื่นที่ยังรัก อีกทั้งยังทำหน้าที่ปลอบใจคนที่ไม่มีคนรักว่าให้อยู่ได้ถึงแม้จะไม่มีใคร “อันนี้เกี่ยวกับแฟน เกี่ยวกับคู่ชีวิต เราอยู่ได้ไม่เป็นไร มันจริงก็ใช่ เพื่อนก็มีเยอะแยะ เพื่อนก็รักเรา” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)

เหมือนรู้สึกแบบปลอบใจคนที่ไม่มีคู่ ในความเป็นจริงจริงๆ เนี่ยคนที่อยู่คนเดียวเขาอาจจะไม่ได้อยากอยู่คนเดียวก็ได้อันนี้เหมือนช่วยปลอบใจคนที่เขาไม่มีคู่ อยู่ๆไปเถอะไม่มีคำว่าไปเถอะ มันมีน้ำเสียงของทำท่าไปเถอะ (กริธากร สังข์กุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)



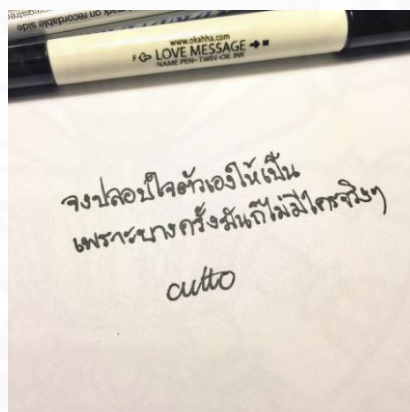
ภาพที่ 5.5 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 5

กลุ่มตัวอย่างอ่านความหมายอย่างหลากหลายโดยหลักๆ ก็จะมีกล่าวว่าจะต้องพึ่งพาตัวเองให้ได้ เพราะทุกคนไม่สามารถช่วยตัวเราได้ทุกเรื่อง และได้มีการกล่าวถึงการนำคำคมชุดนี้ไปใช้โดยการแชร์ต่อ และทำให้ถูกคิดถึงคนที่จะสามารถช่วยเหลือเราได้ “เหมือนกับถึงเวลาที่เราจะ

พึ่งพาใคร บางทีมันก็ไม่มีใครคนให้พึ่งพาเท่าไร ก็อยู่คนเดียวไปเถอะ” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

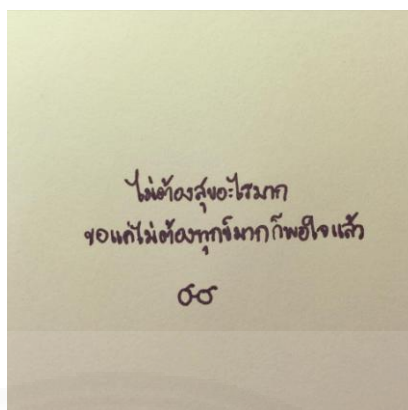
อันนี้ก็เป็นข้อความโดนใจ เพราะพอถึงคืบขันเราก็อยากได้ความช่วยเหลือ จาก คนอื่น แต่คนที่พึ่งพาได้จะเหลือก็คนที่ยื่นมือมาช่วย คนเราไม่อยากรหาหาใส่หัว คือความช่วยเหลือถ้ามันใหญ่มากเค้าก็ไม่อยากมาช่วย เราต้องพึ่งพาตัวเอง (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)

เหมือนประชดครับ ว่าคนกำลังตกที่นั่งลำบากแล้วมาอ่านเพลงนี้ เราน้อยใจด้วยและตกที่นั่งลำบากด้วย อาจจะมีแฮรี่โพสตันี่หรือเก็บไว้ในใจตอกย้ำตัวเอง และทำให้เรานึกถึงคนที่ช่วยเหลือเราได้ บางทีอาจจะมีประโยชน์ก็ได้ครับ บางทีเราตกที่นั่งลำบากเราอาจจะมีกตโศรศัพทโศรหาคณนั้นที่อาจจะช่วยเราได้ อันนี้อาจจะช่วยให้เราดูกตโศรหาคณที่ยังพอช่วยเราได้ (ปณณพพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



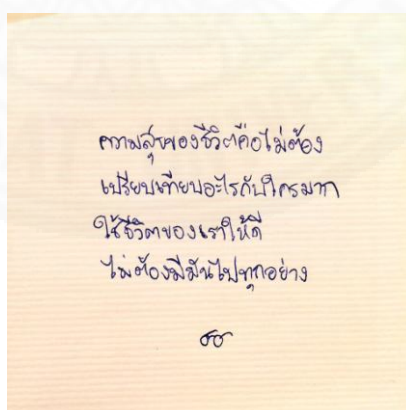
ภาพที่ 5.6 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 6

กลุ่มตัวอย่างอ่านความหมายสอดคล้องกันคือในเวลาที่ไม่มียเพื่อน ไม่มีใครอยู่เคียงข้างก็ต้องที่ต้องสามารถปลอบใจตัวเองให้ได้ ถือเป็นชุดคำคมที่ให้กำลังใจหรือปลอบใจตนเองได้ “ไอนี้มันสอนจริงจังเลยครับ บางทีสอนให้เราปลอบใจตัวเองให้เป็นเพราะบางครั้ง วันนึงถ้าเรายังมีอยู่ ถ้าวันนึงเราไม่มีเพื่อน ไม่มีใครที่จะหันหาไปเจอ เราก็ต้องทำให้เป็น” (ปณณพพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “ก็เวลาทำอีกแหละ อันนี้เหมือนให้กำลังใจตัวเอง เวลาแบบมีเรื่องผิดหวัง” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559) “ณ ช่วงเวลาหนึ่งก็ไม่มีใครเลย ก็ต้องปลอบใจตัวเองว่าอยู่กับตัวเองไปเถอะ” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “เหมือนกำลังนอนมีความรู้สึกลอย ก็ใช่ ถ้าเจอปัญหาที่ต้องปลอบใจตัวเอง” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.7 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 7

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าคำคมชุดนี้เป็นคำสอนให้มีความพอดี โดยอ้างอิงถึงคำสอนของพระพุทธเจ้าในเรื่องทางสายกลาง “ชีวิตเราไม่มีทุกข์คือดีที่สุดแล้ว แต่ชีวิตเราก็ต้องมีทั้งทุกข์และสุขปนกันไป สอนให้เราไม่ต้องเครียดอะไรมากไม่ต้องคิดอะไรเยอะกับชีวิต” (อนุสรรา นุตาคี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “เหมือนสอนครับ เอาคำสอนของพระพุทธเจ้ามาพูดด้วย คือทางสายกลาง ไม่ต้องมีมากไป ไม่ต้องมีน้อยไป แคเราพอก็พอแล้วประมาณนั้น ได้ทุกเรื่องเลย” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “คือบางทีคนเราไม่ต้องถึงกับมีความสุขมากจนขนาดที่แบบยิ้มทั้งวัน แคเราไม่ต้องมีเรื่องทุกข์ใจไม่ต้องมีปัญหาที่พอ” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)



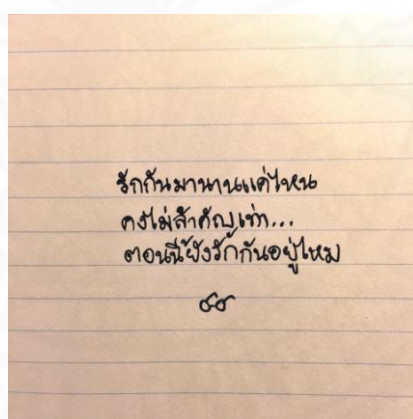
ภาพที่ 5.8 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 8

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ แต่จะมีความคิดเห็นว่าในความเป็นจริงนั้นไม่สามารถที่จะไม่เปรียบเทียบกับผู้อื่นได้ เพราะในบางครั้งการเปรียบก็ทำให้รู้สึกดีขึ้น ทำให้เป็นแรงผลักดันในทางบวกได้ “ก็แล้วแต่คนนะ บางคนนิสัยทะเยอทะยาน อาจจะไม่ชอบก็ได้นะ

ส่วนมากจะเป็นแนวพลอบใจเนาะ แต่ถ้าเราเพิ่งของหายไปหรือถ้าเราได้คะแนนน้อยก็อาจจะรู้สึกดีก็ได้นะ” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

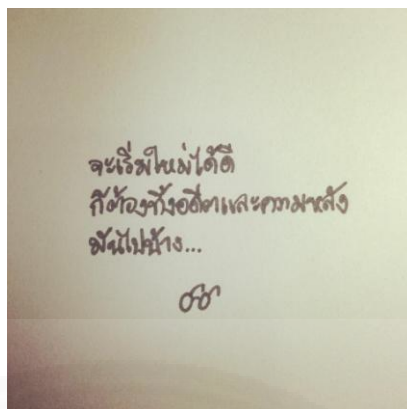
จริง เป็นความรู้สึกแบบพอเพียง แต่จริงๆ แล้วไม่มีใครไม่เปรียบ สมมติถ้า เราจะเปรียบเทียบให้เราารู้สึกดีว่าคนอื่นแย่กว่าอีก แต่ถ้าเราอยู่ในระดับหนึ่งเราพอใจละ แต่พอเราไปรู้เรื่องอื่นเรื่องหนึ่งตำแหน่งเท่ากันทำไมเงินเดือนมากกว่ามันก็จะเปรียบละ มันไม่มีความสุข แต่ถ้าเจออารมณ์นี้แล้วมาอ่านก็จะเย็นลง ไม่ขึ้น ช่างมัน มันก็เป็นเพื่อนเหมือนเดิม นอกจากไปบวช เราจะไม่เปรียบ (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)

ใช้มันคือสิ่งที่เราไม่ควรจะเอาไปเปรียบเทียบกับใครให้มันกดดันตัวเรา แต่ที่เคยใช้การเปรียบเทียบเป็นแรงผลักดันตัวเองให้เราดีขึ้นมา คุณคนนั้นเด็กเขาเรียนเก่งกว่าเราต้องเรียนเก่งแบบเค้าเนาะถ้าเราเปรียบเทียบในทางที่ดีแล้วมันทำให้ชีวิตเราดีขึ้น ถ้าเราไปเปรียบเทียบเขาด้วยว่าเขาดีแค่ไหนในขณะที่เราจนมันก็จะทำให้เรากดดันเกินไปด้วยความที่เราไม่ได้มีพื้นฐานแบบคนรวยๆ (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)



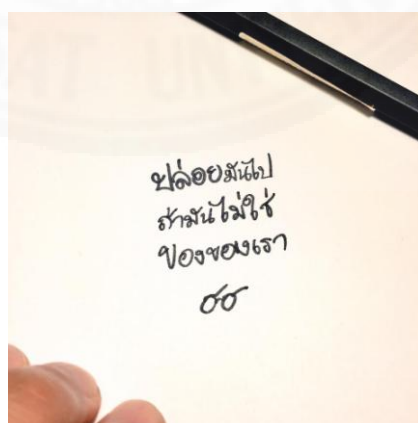
ภาพที่ 5.9 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 9

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ว่าเวลาที่ผ่านมาไม่สำคัญเท่ากับความ-รักในปัจจุบัน ให้สนใจกับปัจจุบันมากกว่าเวลาที่ผ่านมาในอดีต และได้อธิบายเพิ่มเติมจากประสบการณ์ของตนเองที่เคยได้พบเจอมา “จริงคะอันนี้ ถ้าเรายังรักกันอยู่ทุกอย่างก็ไม่สำคัญอะไร ไม่ต้องคิดถึงเวลาที่เราคบกันมากู้แค่ตอนนี้เรารักกับคนนี้นะอยู่กับคนนี้แล้วมีความสุข” (อนุสรา นุตาดี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “ใช่ครับ อันนี้โอ้โหมีหลายคนเลย พ่อแม่เพื่อนผมเนี่ย อยู่ด้วยกันแล้วแบบไม่คุยกันเลยเป็นปีๆ เหมือนคบกันตั้งแต่ตอนเรียน มันก็เป็นบทเรียนให้พวกผมได้ว่ามันไม่สำคัญเลยว่าจะนานหรือเปล่า มันเท่า มันก็เท่า แต่ถ้าไม่รักกันแล้วมันจะมีประโยชน์อะไร” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



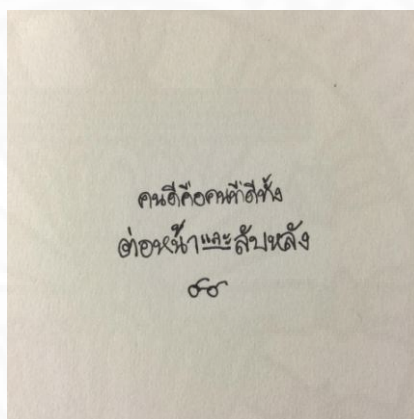
ภาพที่ 5.10 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 10

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้และมีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าอดีตและความหลังที่ผ่านมาไม่จำเป็นต้องทิ้งไป แต่สามารถนำมาเป็นบทเรียนเพื่ออนาคตได้ “ใช่ เหมือนอ่านธรรมะอย่าติดกับอดีตอะไรแบบนี้ มองอนาคตมันเป็นเหมือนสไตล์ของธรรมะ คำว่าอดีตและความหลังคงไม่โอเค แต่ถ้าอดีตและความหลังที่โอเคก็ไม่ต้องทิ้งสามารถเก็บเพื่อไปทำ something เพื่ออนาคตได้ (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)” “ก็อารมณ์ประมาณว่าชีวิตยังมีพรุ้งนี้ เสมอคิดอย่างนั้นอะ ก็เป็นข้อความที่ดี ป็นว่ามันต้องเป็นคนที่เจ็บปวดถึงจะแบบว่าใช่ แต่คนที่คิดว่า เป็นบทเรียนที่ดีเค้าอาจจะเก็บไว้ก็ได้นะ” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “คิดว่าไม่จำเป็น เพราะพี่เป็นคนชอบจำอดีตไว้ เพื่อเอามาแก้ไขกับปัจจุบัน ไม่ได้ทิ้ง แต่ถ้าจะลืมตอนนั้นก็ลืมเลย แต่ถ้าจะจำเราก็จำไว้เลย แล้วมาแก้ไขกับคนใหม่ในเรื่องความรัก” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)



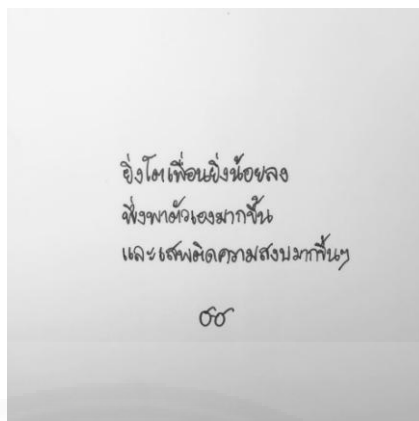
ภาพที่ 5.11 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 11

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้โดยทำให้ถูกคิดว่าบางอย่างแม้เคยอยู่กับเราสักวันหนึ่งก็ต้องจากไปเพราะไม่ใช่ของเรา ฉะนั้นก็ต้องปล่อยไปไม่ยึดติด “ตรงตัวนะเราอยากได้อะไรสักอย่างแล้วมันไม่เหมาะกับเรา หรือมันไม่ใช่ ของของเรา หรือไม่เหมาะที่จะมาเป็นของของเรา ยิ่งมันก็ไม่ใช่ สักวันหนึ่งมันก็ไม่อยู่ ถึงได้มาแป็บนึงมันก็อาจจะไป ก็ต้องปล่อย” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559) “มันเหมือนเป็นสัจธรรมที่อะไรที่มันเป็นของเรามันก็เป็นของของเราวันยังค่ำ ทางพุทธคืออย่ายึดติดอะไรที่เป็นของเราก็คือเป็นของเรา” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “เห็นด้วยค่ะ ไม่ใช่ของๆ เราอยู่ไปก็ไม่มีความสุข เช่น เรื่องงาน เรื่องความรักเหมือนถูกเค้าทิ้งแล้วก็นั่งคิด เสียใจว่าเค้าคงไม่ใช่ของๆ เรา เดี๋ยวก็หาเจอเองมั้ง” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.12 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 12

กลุ่มตัวอย่างอ่านความหมายคำคมชุดนี้และมีความคิดเห็นสอดคล้อง แต่ได้เพิ่มเติมไว้ว่าในความจริงมนุษย์จะไม่มีใครที่ดีพร้อมทุกด้าน ทุกคนจะต้องมีด้านมีดด้านที่ไม่ดีของตนเองบ้าง “ถามว่าใช่ไหม ใช่ ถ้าจะดีคนดีก็ต้องดีหมดไม่ว่าจะอยู่ส่วนไหน จะอยู่ในห้องน้ำคนเดียว จะอยู่กับคนอื่นมันก็ต้องคิดดีทำดีใช่ไหมล่ะ เอาจริงๆ ไม่มีหรอกถ้าไม่ใช่พระพุทธรูปเจ้าถ้าไม่ใช่ใครที่ว้าหายากคนดีสมัยนี้” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559) “คนดีเค้าจะไม่นิทาเราอย่างพี่รักเพื่อนึงพี่จะพูดถึงเขาแต่เรื่องดี แต่ถ้ามุมของพี่เพื่อนคนนี้มีบางอย่างที่ไม่ดี ยังไงเราก็อ้วมันอยู่ดี คนดีๆ จริงๆ ก็จะไม่ทำ แต่น้อยใจ”(ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559) “อันนี้ก็จริงนะ แต่มันก็ไม่มีใครดีสมบูรณ์ใช่เปล่า เราก็อ้วว่าคนก็มีจุดผิดพลาดได้ อาจจะไม่เสนอไปก็ได้นะ อาจจะมีข้อจำเป็นที่เค้าทำไม่ดี” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

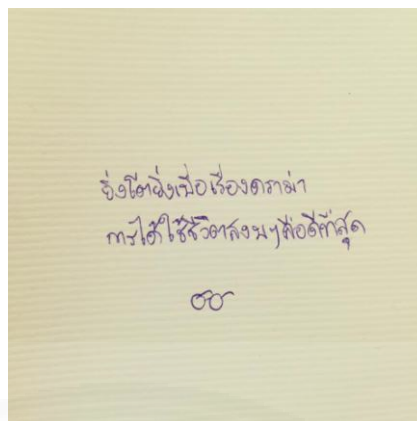


ภาพที่ 5.13 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 13

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ โดยกล่าวว่าเมื่อโตขึ้นเพื่อนก็จะน้อยลง เพราะมีภาระหน้าที่ที่ต่างกันออกไป ไม่อยากรบกวนผู้อื่น จึงต้องอยู่กับตัวเองให้มาก

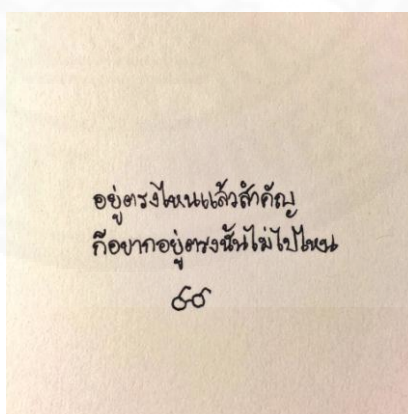
ก็ใช่เหมือนทำให้คนอ่านได้ย้อนกลับไปตอนเด็กๆ ฉันเพื่อนเยอะ โตมาไม่ใช่จะเล่นกับใครก็ได้ เพราะอ่านปุ๊บคิดแล้วก็ย้อนกลับไปอดีตทบทวนสถานการณ์ว่าตอนนี้เพื่อนมีอยู่แค่นี้ เกิดอะไรขึ้นฉันเป็นคนนิสัยยังไง โตแล้วบางอย่างมันพูดไม่ได้บาง อย่างฉันก็โพสต์ออกไม่ได้ บางอย่างก็พูดไม่ได้ เหมือนโตแล้วเราจะเอาความทุกข์ของตัวเองไปให้คนอื่นฟังอีกเหรอ ในเมื่อคนอื่นก็มีเหมือนกัน ต่างคนต่างไป ต่างคนต่างก็มี ความทุกข์ ซึ่งตอนเด็กๆ ไม่ได้มีความทุกข์อย่างมากมายก็ไม่มีใครให้เล่นกระโดดยางด้วย (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)

เออ อันนี้จริงนะ อันนี้ตรงเลยอะ อันนี้เหมือนกับว่ายิ่งโต ทุกคนก็มีภาระยิ่งโตก็ยิ่งมีภาระมีหน้าที่ของตัวเอง ก็ต้องฟังตัวเองอะ ก็เลยทำให้เพื่อนที่แบบเคยเฮฮาปาร์ตี้ด้วยกันมันลดลงเพราะว่าเราไม่เจอกัน คือแบบนานๆ ไปยิ่งจะรู้สึกว่ามีคนเดียว ทำทุกอย่างคนเดียว คือบางทีแบบว่ามีมุมที่แบบว่าลึกลับ คือเรามีภาระไง มีอะไรต้องคิดแล้วแบบแก้ปัญหาอะไรแบบนี้ อาจจะไม่อยู่คนเดียว อาจจะไปอยู่ในที่ๆ แบบกับคนสนิทที่ไว้ใจและรู้ใจ เช่น แฟนใหม่ ครอบครัวใหม่ หรือแบบเพื่อนสักคนสองคน ไม่ใช่แบบเยอะ (อริธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.14 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 14

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องดราม่าอย่างหลากหลาย อาทิ ไม่ชอบเรื่องดราม่าตัวเอง แต่ชอบเรื่องดราม่าของผู้อื่น หรือสนใจแต่เรื่องดราม่ากับชีวิตตนเอง ไม่ต้องสนใจเรื่องดราม่าของผู้อื่น และไม่ต้องสนใจอะไรเลย ไม่ต้องคิดเรื่องดราม่าเพราะการอยู่เนิ่งๆ สงบๆ ดีที่สุด “หนูตามอ่านพันทิปตลอด ชอบอ่านเรื่องดราม่า แต่ถ้าดราม่าชีวิตเราเองก็ไม่ชอบ ถ้าเป็นเรื่องคนอื่นก็โอเค” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “ถูก พอโตขึ้นความดราม่าก็เยอะขึ้น เราก็เอาดราม่าแค่ชีวิตเราก็พอไม่ต้องไปดราม่ากับคนอื่น” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “แอมว่าการสงบเนิ่งๆ มันดีที่สุดแล้ว ไม่ต้องเรื่องเยอะอะไรมากไม่ต้องคิด อะไรเยอะคิดเยอะคิดมากร้องไห้อะไร อยู่เนิ่งๆ ดีกว่า” (อนุสราน นูดาดี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.15 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 15

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสอดคล้องกับคำคมชุดนี้ โดยกล่าวว่าทุกคนล้วนอยากถูกให้ความสำคัญ เมื่อรู้สึกไม่สำคัญก็ไม่อยากอยู่ตรงนั้น “จริงค่ะ ถ้าอยู่แล้วรู้สึกไม่สำคัญก็ไม่อยากอยู่ เช่น นั่งคุยกันเป็นกลุ่ม เพื่อนก็คุยกัน แต่กลุ่มเพื่อนที่รู้ แล้วเราไม่รู้อยู่คนเดียวก็รู้สึกไม่สำคัญก็ไม่อยากอยู่ตรงนั้น อยากจะ fade ตัวเองออกมา” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

2559) “ทุกคนอยากเรียกร้องความสำคัญในตัวเอง อยากสำคัญเพราะจะทำให้รู้สึกว่ามีค่า เราก็อยากอยู่ตรงนั้น ถ้าไปที่ไหนแล้วไม่มีใครสนใจเราก็ไม่ได้อยากอยู่” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.16 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 16

กลุ่มตัวอย่างค่อนข้างจะมีความเห็นที่แตกต่างไปจากคำคมชุดนี้ เพราะด้วยคำที่ว่า “ไม่มีใคร” จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างถูกคิดขึ้นว่าไม่มีใครจริงๆ หรือ? ซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างหาคำตอบได้ว่าคนที่จะช่วยให้ตนยืนหยัดได้นั้นจะเป็นครอบครัว เพราะในบางครั้งตัวเราเองก็อ่อนแอจนไม่สามารถยืนหยัดด้วยตนเองได้ “บางครั้งเราก็ยืนหยัดได้ด้วยคำพูดของคนอื่น เข้ามาช่วย เพราะเราท้อแท้เกินที่จะยืนขึ้นเอง เราต้องการที่พึ่ง” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “ใช่แต่ก็ไม่ได้ทุกครั้งในเวลาที่เราเจอปัญหาหลายๆ คนที่จะช่วยได้อาจจะเป็นคนใกล้ชิดอาจจะจะเป็นพ่อแม่เราที่จะมาช่วยเราอีกทีหนึ่งให้เราผ่านไปได้” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)

ตัวเราเองเป็นส่วนสำคัญ แต่พอเวลาไม่สบายใจเอาจริงๆ โทรมหาแม่บ่อยตลอดเลย ตัวเราเองอาจจะล้มง่ายกว่าถ้ามีคนอื่นมาพยุงมันก็ยืนหยัดได้นะ แค่มแม่พูดสู้ๆ นะ หรือว่าอะไรแบบนี้ก็ช่วยได้ ถ้าเราท้ออยู่ อยู่ๆ จะมายืนไม่ได้อะ เหมือนหนูอย่างนี้หนูก็อธิษฐานนะ หนูเป็นคริสเตียนจะแบกรู้แล้วมนุษย์อ่อนแอ อธิษฐานอยู่แล้ว (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.17 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 17

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสอดคล้องกับคำคมชุดนี้ได้อ้างอิงไปถึงพุทธศาสนสุภาษิต และให้ตัวอย่างตามประสบการณ์ที่เคยพบมา โดยรวมนั้นกล่าวว่าต้องพึ่งพาตัวเองให้ได้ ไม่ต้องหวังพึ่งคนอื่น “ให้เราเข้มแข็งอะ เวลาทำงานมันเราแค่คนเดียวไปถึงจะทำงานเป็นทีมแต่สุดท้ายคือตัวเราเอง อ่านแล้วมีกำลังใจ” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559) “ใช่ค่ะ ในรูปสื่อดี ก็ไม่มีใครหรอก มีเรานี่แหละที่พึ่งพาตัวเอง” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559) “ตนเป็นที่พึ่งแห่งตน” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559) “ครับ ตรงตัว เหมือนเป็นคำสอนว่าอย่าไปพึ่งพาคนอื่น ให้เราพึ่งพาตัวเองดีกว่า” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.18 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 18

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นออกเป็น 2 ทาง คือคิดว่าต้องพึ่งพาตนเอง ยามมีปัญหา ตนต้องเป็นที่พึ่งแห่งตน และอีกทางหนึ่งคือคนเราไม่ได้อยู่เพียงลำพัง ยามที่มีปัญหาผู้อื่น อาจจะช่วยให้ผ่านไปได้ “มีเพื่อนสนิทมาอยู่แล้ว สุดท้ายก็ต้องตัวเรา สุดท้ายเราเข้าห้องสอบเราก็ต้องทำคนเดียว เราอาจไปถามความคิดเห็นเพื่อให้มั่นใจขึ้น” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน

2559) “มันเป็นเหมือนสอน อัตตาหิ อัตโนนาโถ ตนเป็นที่พึ่งแห่งตน สุตท้ายเรานี้แหละก็ต้องพึ่งตัวเอง” (กรีธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “บางเรื่องก็ต้องใช้คนอื่น เราผ่านเรื่องบางเรื่องไปด้วยคนอื่น เราผ่านไปด้วยตัวเองไม่ได้หรอก เรามีความเชื่ออย่างนี้” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)

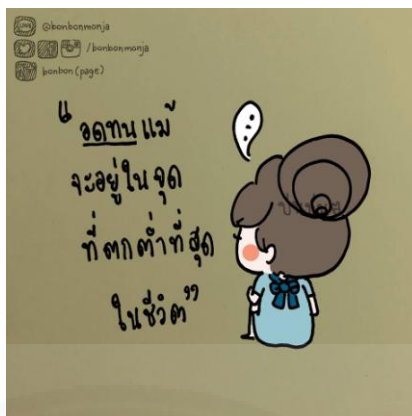
มีข้อหนึ่งเค้าบอกว่าสุดเอี่ยมมือของมนุษย์ก็คือผีพระหัตถ์ของพระเจ้า เหมือนกับพระเจ้าสอนว่าให้เราเรียนรู้ที่จะทำอะไรได้ด้วยตัวเองนะ แต่แบบในขณะที่เดียวกันพระเจ้ายิ่งพร้อมจะเติมที่เหลือที่เราทำไม่ได้ ไม่เคยคิดว่าตัวเองจะอยู่ลำพังอยู่แล้วมันอาจจะใช้ปลอบใจตัวเองได้นะเวลาที่โดนเพื่อนเท แต่มันก็แค่ชั่วคราวอะ เพราะมีคนอื่นที่รักเราอยู่ไม่ได้เทเราตอนนั้นด้วย ก็เลยรู้สึกที่ตัวเราก็ส่วนหนึ่งแต่ก็มีคนอื่นอยู่ (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.19 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 19

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าเมื่อโตขึ้นแล้วก็ต้องมีภาระมากขึ้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องอดทนให้มากกว่าตอนเด็ก “สอนให้รู้จักปรับตัวและอดทน โตะแล้วก็ต้องมีภาระเพิ่มมากขึ้น ถึงต้องอดทนมากกว่า” (กรีธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)

จริงนะ เราโตขึ้นก็ต้องรับภาระมากขึ้น ไม่ใช่เด็กๆ ที่จะทำอะไรตามใจตัวเอง ตามอารมณ์ เหมือนกับว่าเราต้องเปลี่ยนตัวเองเข้ากับสถานการณ์ เข้ากับบุคคลต่างๆ กันด้วย โตขึ้นวุฒิภาวะมากขึ้นเราเรียนรู้แล้ว ว่าเราต้องทำได้ (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.20 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 20

กลุ่มตัวอย่างได้นึกย้อนไปถึงประสบการณ์ที่ต้องอดทนในเรื่องที่ตกต่ำในชีวิตแตกต่างกันไป เช่น เรื่องน้ำหนักตัวที่เพิ่มขึ้นก็ต้องอดทนและลดให้ได้ หรือเรื่องโบนัสที่ได้น้อยลงก็ต้องอดทนและยอมรับ “ตรงนะ บางทีรู้สึกชีวิตพีคมาก แต่มันทำอะไรไม่ได้ใจ ก็ต้องอดทนไป มันคงไม่อยู่แบบนี้ตลอด เรื่องตกต่ำคือมันไม่ไหวแล้ว ทำไมมันมาพร้อมกัน ตอนนี้เป็น” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559) “ใช่ เราต้องอดทน บางทีมันแย่มากมายในจุดๆ นี้ได้ใจจุดที่เราอ้วนมาก แต่เราก็ต้องอดทนแล้วก็ต้องยอมให้ได้” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559) “ก็อาจจะเป็นเรื่องเงิน ทำไมโบนัสได้แค่นี้ละ ทำอะไรไม่ได้ บัตรเครดิตก็จ่ายไม่ทัน ไม่ผ่านไร้อ้อ ต้องอดทน” (ณชานา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.21 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 21

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้โดยมองความสวยหรูว่าเป็นของใช้ราคาแพง เงินทอง ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีมากมายการมีกินมีใช้อย่างพอดีก็สามารถมีความสุขได้

ใช่ ทุกวันนี้ก็เจอคนที่แย่กว่าเรา ขนาดไม่มีบ้าน ไม่มีอะไรเค้าก็ยังยิ้มได้ มีความสุข ผมเคยเจอคนนึงพ่อเค้าขับแท็กซี่ เค้าก็ยังมีความสุข ผมไม่รู้ว่าเค้ามีความสุขจริงหรือเปล่า

หรือแค่อาจจะทำให้ลูกเค้าสบายใจก็ได้ เค้าให้ลูกตัดฟันได้ ส่งลูกเรียนสถาปัตยกรรมเค้าหอม เป็นหมื่นได้ เหมือนเค้าแอบปี่มากเลยที่เค้าก็ขับแท็กซี่ เหมือนเค้าโอเคตรงนี้ โดยที่ไม่ ต้องมีมากไปกว่านี้แล้ว (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)
 ค่ะ เห็นด้วย สวยหูชนิดที่ว่าใช้ของแบรนด์เนมตลอด ไม่มั่นใจว่าความสวยของมันคือ อะไร แต่ว่าความสวยมันสำคัญแหละ แค่มีสวยก็พอ ไม่ต้องมีกินมีใช้อะไรมากมาย (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.22 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 22

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าคำคมชุดนี้ทำหน้าที่ปลอบใจผู้ที่กำลัง ประสบกับเรื่องที่ไม่ดี ปัญหาแย่ๆ ว่าในที่สุดแล้วปัญหาเหล่านั้นก็ต้องผ่านไป “เป็นข้อความที่น่ารักนะ ดินะ แค่ว่าไม่เป็นไรนะก็รู้สึกดีแล้วอะ เป็นคำปลอบใจตัวเองเวลาเจอเรื่องที่ไม่ดี เฮ้ยไม่เป็นไรนะชั้น ยังมีนั่นนี่อีก ไม่ค่อยทิ้งตัวเองให้เจอเรื่องแย่มากๆ อะ” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “ถ้าอันนี้ถ้ามันถึงจุดที่แย่มากที่สุดแล้วเราก็ไม่มีอะไรต้องกลัวแล้ว เพราะสักวันมันก็ต้องดีขึ้น แน่นอน ชีวิตมันไม่ได้แย่ไปตลอด” (อนุสราน นุตาดี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “ใช่ค่ะ มันไม่มี อะไรที่แย่ไป แย่ไปสุดๆ มันก็ต้องแบบ ฝนตกก็ยิ่งหยุด” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.23 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 23

กลุ่มตัวอย่างมองว่าชีวิตของคนมีขึ้นมีลงนั้นเป็นสัจธรรม เป็นเรื่องปกติที่ช่วงเวลาหนึ่งของชีวิตจะมีความสุข และอีกช่วงหนึ่งอาจจะมีความสุขก็ได้ “มันก็อยู่ที่ช่วง บทมันจะดีก็คือช่วงเวลาที่เรามีความสุข สมหวังทุกอย่าง มันไม่ได้ดีตลอดมันต้องมีช่วงตกบ้างแล้วแต่ มันก็ตกลงคิดเป็นเรื่องตกลงก็ตกลง คิดเป็นสัจธรรมโลกก็ได้” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “สถานการณ์ภายนอกก็เปลี่ยนไปเรื่อยๆ แบบว่าเคยเจอคนที่ความคิดดีมาก ๆ เค้าจะมองทุกอย่างเป็นเรื่องบวกได้ตลอดเวลา มันก็จะดีตลอดเลยก็ได้นะ เรื่องที่ไม่ดีบางอันมันอาจจะดีในภายหลัง ค้นพบสัจธรรมของชีวิตอะไรอย่างนั้น” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “มันเป็นสัจธรรมไม่มีอะไรยั่งยืนดีชั่วดีชั่วร้าย ชีวิตที่ดีของหนูคงเป็นช่วงที่ทำงานแล้วได้เงินเยอะๆ ช่วงที่ตกต่ำที่สุดก็คือหาเด็กสอนก็ไม่ได้ ก็เป็นช่วงที่แย่อย่างเดียว” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.24 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 24

กลุ่มตัวอย่างมีอารมณ์คล้ายตามไปกับคำคมชุดนี้ แต่ได้แสดงความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกันว่าไม่สามารถทำได้ในชีวิตจริง เพราะเรื่องบางเรื่องไม่สามารถปล่อยผ่านไป “ช่วงแหม่งก็คือไม่สนใจ แต่ว่าในบางเรื่องเราจะไม่สนใจก็ไม่ได้ เช่น แพนนอกใจ จะทำเป็นไม่สนใจก็

ไม่ได้ อย่างเรื่องงานเจ้านายค่า ก็ต้องปล่อยไปก่อน” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559) “แต่สุดท้ายก็ทำไม่ได้เหมือนมีค่าว่าถ้าทำได้ สุดท้ายก็กำลังจะปลอบใจว่านั่นแหละ ยังไงมันก็ผ่านไปทำไม่ได้หรอก” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “ถ้าทำได้ โอ้ย นี่ใช่ ถ้าทำได้ ประเด็นคือจริงๆ ทำไม่ได้ หนูว่าช่างแม่งมันจริงๆ มันได้อารมณ์ดี โอ้ยช่างแม่งไม่ทำแล้ว” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “ใช่ค่ะพี่ ไม่ต้องคิดอะไรเยอะค่ะปล่อยๆมันไป บางอย่างมันก็ทำไม่ได้อะพี่มันต้องคิดอยู่ในหัวตลอด” (อนุสรรา นุตาดี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.25 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 25

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นออกเป็น 2 ทาง คือ เห็นด้วยว่าไม่ต้องไปใส่ใจคนที่เกลียดเราหรือไม่ชอบเรา ส่วนอีกทางคือแสดงความคิดเห็นว่าในความเป็นจริงแล้วคนเรามักจะใส่ใจคนที่เกลียด เพราะส่งผลต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน หรือเพราะรำคาญใจ “ใช่เป็นคำสอนเคยได้ยินจากที่อื่นแต่ก็เป็นลักษณะแบบนี้ไม่ใช่เป็นคำนี้ แคร่คนที่เขาแคร่เราเขาไม่แคร่เราเราก็ไม่ต้องไปสนใจ” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)

ใช่ครับ เราสู้อาเวลาไปใส่ใจคนที่รักเราดีกว่า เพราะว่าเรารักษาคนที่รักเรา ถ้าเกิดเราไปเครียดกับคนที่เกลียดเรามันก็ไม่ได้อะไรขึ้นมา อย่างบางทีคนที่เกลียดเราเค้าอาจจะรู้มาจากอีกคนก็ได้ โดยที่มันไม่ใช่ความจริง ไอ้คนๆ นั้นอาจจะใส่ไฟมาในเรื่องที่ไม่จริงก็ได้ เพราะฉะนั้นอย่าไปแคร่เลย ครับ ต่อให้เราไปพูดแก้ตัวยังงั้นก็ไม่ดีขึ้น (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

เคยคิดแบบนี้แต่ว่าบางทีมันก็มาผลทำให้เราคิดมาก สมมติเค้าเกลียดเรา ในขณะที่เราไม่ได้ทำอะไรให้เขาเขาเกลียดเรามากๆ แล้วเขาเอาเราไปพูดในทางที่ไม่ดี เราก็จำเป็นต้องใส่ใจกับตรงนั้น จะเกลียดทำไมจะไปพูดอะไรที่มันไม่จริงทำไม (อัจฉรา พรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)

จริงๆ แล้วเราจะสนใจมากกว่าคนที่รักเราอีก มันเกลียดอะไรนะ เราทำอะไรผิด
ส่วนมากเราจะสนใจเราพูดไปนั่นแหละว่าเราจะไม่สนใจ มันเป็นความรู้สึกหลีกเลี่ยงที่
แต่ทำไมไม่ค่อยเกลียดใคร โลกสวย (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)
เหมือนคำปอบเฉยๆ จริงๆ แล้วไม่ใส่ใจก็ไม่ได้ หนูว่าก็ต้องใส่ใจนะก็ไม่เชิงใส่ใจหรอก
มันก็หงุดหงิดใจ มันช่างไม่ได้ เอ้าเกลียดขึ้นทำไมยังไม่รู้จักชั้นเลย น่ารำคาญ มันเลิกใส่
ใจเลิกรำคาญไม่ได้ (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.26 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 26

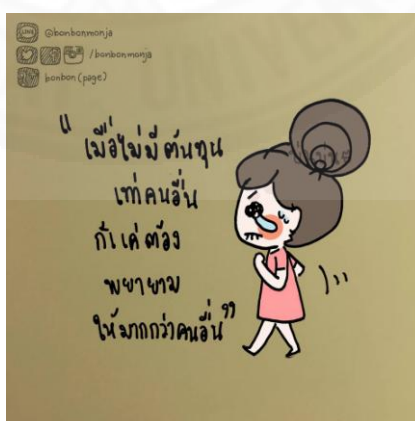
กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่าคำคมชุดนี้เป็นเรื่องของความรัก
ที่ความสัมพันธ์สั้นคลอน เมื่อทนอยู่ไปก็จะทำให้ไม่มีความสุข ดังนั้นหากตัดออกได้ก็น่าจะมีความสุข
มากขึ้น ชีวิตดีขึ้น “ก็เห็นด้วยแหละ เพราะว่าบางคนเข้ามาในชีวิตก็ทำให้ชีวิตเราแย่ ดัดมันก็คือเลิก
สนใจ เลิกติดต่อ คำเรียกว่า Lifestyle เราก็อาจจะเปลี่ยนการใช้ชีวิตก็อาจจะเปลี่ยน เพราะว่าเราไม่
ต้องไปอยู่กับคนๆ นั้นแล้ว” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “เกี่ยวกับความรัก ดีที่
หลุดออกมาจ้ง” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559) “เป็นเรื่องของความรัก คือรู้สึกตัดได้
ก็ดีนะ เหมือนจะสื่อว่าถ้าทุกวันนี้มันยากก็ตัดให้เร็วชีวิตก็จะดีเร็ว” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3
กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.27 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 27

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นสอดคล้องกับคำคมชุดนี้ว่าไม่ควรที่จะไปคิดถึงเรื่องราวที่ผ่านมาแล้ว ที่ไม่สามารถกลับไปแก้ไขอะไรได้แล้ว

มันผ่านไปแล้วไม่ว่าจะเรื่องอะไรให้มันผ่านไปก็จะดีกว่า อย่าไปคิดวนซ้ำซ้อน ทำไมคนนั้นถึงเป็นแบบนี้ ทำไมคนนี่ถึงเป็นแบบนี้มันจะจับจด ชีวิตมันจะไม่มีความสุข สุดท้ายเราก็จะอยู่กับปัจจุบันไม่ได้ ไปคลุกคลีกับอดีต แล้วก็สับสนกับปัจจุบันที่เราควรจะทำอะไรกับคนนี่ดี หรือจะเดินทางไหนที่ดีกว่านี้” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559) “ใช่ค่ะ อะไรที่มันจบไปแล้วก็ให้มันกองไว้ตรงนั้น ไม่ต้องไปรื้อฟื้นหรือคิดอะไร” (อนุสรรา นูตาคี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “ส่วนมากใช้กับสอบนะ ถ้าคะแนนมันแย่มันก็ทำอะไรไม่ได้แล้ว มันกลับไปแก้ไขไม่ได้ก็ปล่อยไปเถอะเสียเวลา” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



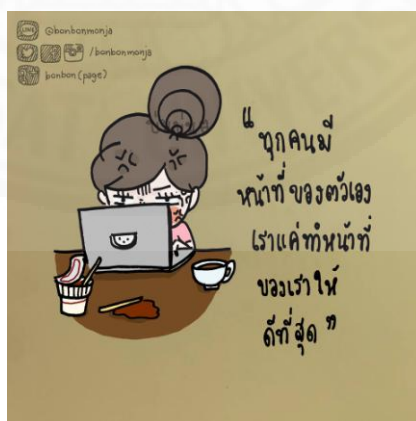
ภาพที่ 5.28 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 28

กลุ่มตัวอย่างให้คำจำกัดความคำว่า “ต้นทุน” ในคำคมชุดนี้อย่างหลากหลาย เช่น ต้นทุนทางร่างกาย (ความสุข) ต้นทุนด้านพรสวรรค์ ต้นทุนทางการเงิน เป็นต้น ซึ่งถ้าหากไม่มีต้นทุนตามที่กล่าวมาข้างต้นก็ต้องพยายามเพื่อให้มีเท่าคนอื่น

ชอบๆ ดินเนอร์รักดี ก็มันจะมีอยากสูงต้องเขย่ง อยากร่งต้องขยับประมาณแบบนั้นอะ เคยโพสต์เองด้วยนะประมาณว่าเราชอบคนนึงแล้วเค้าไปชอบอีกคนนึงเราก็คิดว่าเค้าสวยหนี เรามันไม่สวยต้นทุนมันไม่เท่ากัน โพสต์ลงเฟซบุ๊กเลยนะว่าคนที่มันคืออยู่แล้วมันไม่ต้องทำอะไรเลย คนที่มีต้นทุนอยู่แล้วประมาณนี้แหละ คนที่ต้นทุนไม่เท่าก็พยายามหน่อย แต่ว่า โพสต์ภาพรวมไม่ให้คิดว่าเป็นความรัก มันเขินๆ (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

มองเป็นเรื่องความเก่ง พรสวรรค์ บางคนเก่งหลายงาน บางคนไม่เก่งเลย ถ้าเรารู้ว่าไม่เก่งเรื่องนี้เราก็พยายามมากขึ้น แต่ในรูปสื่อว่าเราต้องเดิน ต้องเร่งให้มากขึ้น พยายามๆ จากคนที่ไม่ต้องพยายามทำอะไร มีพรสวรรค์อยู่แล้ว เราอาจจะเหนื่อยมากกว่าเค้า 2 เท่า (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)

จริงๆ ก็ใช่แหละ อาจจะเป็นฐานะทางครอบครัวมั่งคั่ง สมมติถ้าเค้ามีเงินเค้าก็ทำในสิ่งที่แบบซัพพอร์ตกับชีวิตเค้ามากกว่า ไม่มีก็พยายามทำให้ได้ใกล้เคียงกับเค้า อาจจะต้องพยายามมากกว่าเค้า บางทีที่เค้ามีต้นทุนมากกว่าเค้าก็จะเทคคอร์สซัมเมอร์ได้ ก็พัฒนาทักษะชีวิตเค้าไป เรื่องภาษา แต่เราทำแบบเค้าไม่ได้ เราก็อาจพยายามมากขึ้น (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.29 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 29

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ ส่วนใหญ่ได้อ้างอิงไปถึงบุคคลที่ 3 ที่เคยสั่งสอนมา เช่น แม่สอนลูกให้รู้จักหน้าที่ของตนเอง และพระมหากษัตริย์ได้มีพระราชดำรัสความว่าทุกคนมีหน้าที่ของตนถ้าไม่ก้าวก่ายใคร “แม่พูดทุกวัน แคใครมีหน้าที่อะไรก็ทำไป เหมือนมันเป็น

พันเพ็ญของโลกด้วยครับ ถ้าวันหนึ่งคนเก็บขยะไม่เก็บขยะขึ้นมา ขยะก็ล้นโลก มันเหมือนต่อกัน ทำหน้าที่ตัวเองทุกอย่างจะสมดุล” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวารกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “เหมือนสอนเหมือนพระราชดำรัสในหลวง ทุกคนมีหน้าที่ของตนถ้าไม่ก้าวก้าวใคร ก็นั่นแหละทุกคนมีหน้าที่เป็นของตัวเองถ้าไม่ก้าวก้าวปัญหาจะไม่เกิดขึ้น” (กรีธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “ใช่ เหมือนพ่อแม่ตักเตือนลูกนะ อย่าไปว่าใคร ดำเนินชีวิตเราให้ดีก็พออย่าไป จับผิดใคร ทำไมคนนั้นทำน้อยกว่าเรา ทำไมคนนี้ทำน้อยกว่าเรา เราทำไมทำมากจิง ไม่ต้องสนใจ” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.30 คำคมประเภท constatives ชุดที่ 30

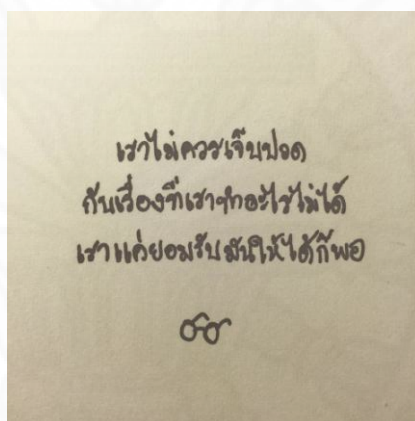
กลุ่มตัวอย่างเข้าใจและเห็นสอดคล้องกับคำคมและได้แสดงออกถึงวิธีแก้ปัญหาคือต้องมีการปรับตัวเข้าหากันและให้อภัยซึ่งกันและกัน “ก็ใช่แต่ถ้าเรามีการปรับตัวเข้าหากันนิดหน่อยหน่อยๆ มันก็น่าจะหยวนๆ ได้” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559) “อาจจะเรื่องแพนรีเปล่า คนเรามีพื้นฐานมาไม่เท่ากันเข้ากันได้บ้าง ไม่ได้บ้าง เป็นเรื่องปกติ เลือกที่จะปรับตัวแต่ไม่ได้เปลี่ยน บางเรื่องที่เราารู้สึกว่าเราก็ไม่ได้ดี” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

ชุดคำคมในประเภท constatives ผู้รับสารส่วนใหญ่จะมีความคิดเห็นและมีความรู้สึกที่คล้ายตาม ไม่ค่อยแสดงความคิดเห็นขัดแย้ง เพราะคำคมทั้งหมดเป็นธรรมชาติที่เป็นจริงตามธรรมชาติ เป็นสัจธรรมที่ต้องเกิดขึ้น และเป็นเรื่องของการดำเนินชีวิตที่ทุกคนต้องพบเจอ เว้นแต่จะมีคำคมบางชุดที่มีคำบางคำไปทำให้ผู้รับสารฉุกฉุคและตอบคำถามกับตนเองออกมาได้ขัดแย้งกับคำคมที่จัดอยู่ในข้ออ้างอิงประเภท factual practicability เป็นการปฏิเสธคำคมด้วยข้ออ้างที่ว่าสภาพความเป็นจริงไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ คือ “ไม่มีใครช่วยให้เรายืนหยัดได้นอกจากตัวเราเอง” คำว่า “ไม่มีใคร” ทำให้ผู้รับสารตอบผู้วิจัยมาว่า “มี” ไม่ว่าจะเพื่อน พ่อแม่ ก็ล้วนเป็นผู้ที่ทำให้เรายืนหยัดได้ในยามอ่อนแอ ผวนวกกับกลุ่มตัวอย่างยังไม่ได้อยู่ในภาวะที่เกิดปัญหาอยู่ด้วยจึงทำให้

อ่านความหมายไม่สอดคล้องกับคำคม อย่างไรก็ตามผู้วิจัยคิดว่าน่าจะเป็นเพราะคำบางคำในคำคมบางชุดเท่านั้น เพราะคำคมชุดอื่นที่อยู่ในกลุ่มความหมายเดียวกัน อาทิ “คนเดียวที่อยู่ให้เราพึ่งพาได้ตลอดเวลาคือตัวเราเอง” “คนรอบตัวมากมายสุดท้ายมีแต่ตนเองเท่านั้นที่พึ่งพาได้” กลุ่มตัวอย่างก็มีความคิดเห็นคล้ายตาม อีกทั้งยังมีเรื่องประสบการณ์ที่ได้รับการอบรมบ่มเพาะที่เป็นปัจจัยทำให้ มีความคิดเห็นแตกต่างได้ เห็นได้ชัดในคำคมที่อยู่ในหมวดธรรมะบางชุดที่ผู้รับสารตีความแตกต่างออกไป

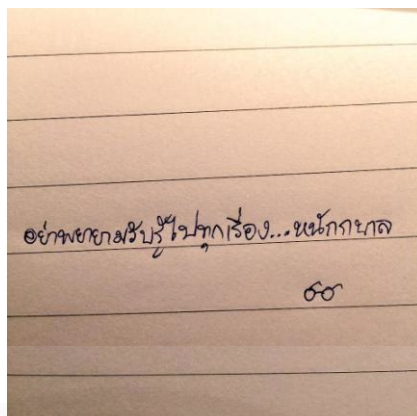
5.2.2 Regulatives

คำคมคัตโตะอยู่ในประเภท regulatives รวม 9 ชุด และคำคมบ่นบ่นอีก 11 ชุด ส่วนใหญ่จะมีเนื้อหาที่มาจากธรรมะและการดำเนินชีวิตประจำวัน คำคมในประเภทนี้เป็นคำคมที่เน้นให้เกิดผลลัพธ์ตามมา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างอ่านความหมายของคำคมแต่ละชุดได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5.31 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 1

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าความเจ็บปวดนั้นเป็นสิ่งที่ห้ามไม่ได้ เพราะเป็นเรื่องของอารมณ์และความรู้สึก แต่ในท้ายที่สุดแล้วเวลาก็จะช่วยทำให้ก็ต้องยอมรับและหายเจ็บปวดไปได้ และก็ไม่ควรจะจมอยู่กับความเจ็บปวดนานๆ เพราะชีวิตต้องดำเนินต่อไป “หนูว่าจริงๆ มันเป็นเรื่องปลอบใจได้ดีนะ แต่มันห้ามความเจ็บปวดไม่ได้หรือเปล่า บางทีอาจเป็นเพราะว่าทำอะไรไม่ได้รับเปล่าเลยรู้สึกแยอะไรแบบนี้ ก็เจ็บปวดต่อไปจนกว่าจะหายไปเอง มันทำใจไม่ได้” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “ก็เจ็บปวดอยู่ดี มันเป็นนามธรรมอะ เราทำไม่ได้หรอก เห็นด้วยนะแต่ที่เราทำให้ตัวเองไม่เจ็บปวดไม่ได้ แต่ให้ยอมรับยอมได้ เพราะว่าความรู้สึกมันห้ามไม่ได้อยู่แล้ว” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “เราเจ็บปวดได้นะ แล้วเราก็ยอมรับได้ แต่ไม่ควรจะหยุดแค่นั้นเราก็ควรจะไปต่อ มันไม่ได้สิ้นสุดแค่ตรงนั้นชีวิตเรา” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)



ภาพที่ 5.32 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 2

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ว่าไม่จำเป็นต้องรับรู้ทุกเรื่องราว เพราะจะทำให้ตนเองนั้นปวดหัวจากการคิดมากเกินไปได้ การไม่รู้เรื่องบางเรื่องก็จะทำให้สบายใจมากกว่า “ก็ไม่ต้องรู้ไปทุกเรื่อง ถ้ารู้ไปทุกเรื่องแล้วก็จะคิดมาก หนักหัว สมองไม่โล่ง ไม่มีความสุข มีช่วงหนึ่งเพื่อนนิทาเรา เราก็จะไปคิดมากทำไมชอบนิทาเราตลอด” (ปุณณมาส ผิวขำ, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559) “อันนี้ก็จริงอะ แบบคนเราก็ต้องอยากรู้เรื่องคนอื่น ในองค์กรให้รุ่นให้นี้ ถ้าเรามารู้ เราก็จะมานอยด์เองว่าทำไมเราไม่ได้ ถ้าเราไม่รู้เราก็ไม่รู้สิ ก็ไม่ต้องรู้ทุกเรื่อง ก็ได้ถ้ารู้แล้วไม่สบายใจ” (สาวิณี อุบลวรรณ, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2559) “ก็จริงนะ ส่วนมากจะเป็นประมาณว่าถ้าไม่บอกก็ไม่ถาม มันก็แล้วแต่เรื่อง นะถ้ามันเกี่ยวกับเราโดยตรงก็ถาม เกิดอะไรขึ้นเป็นไรมัย บางทีในใจเราอาจจะไม่อยากรู้ เพราะถึงรู้แล้วไม่ดีกว่าปล่อยเบลอไปแล้วกันไม่รู้ดีกว่า” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



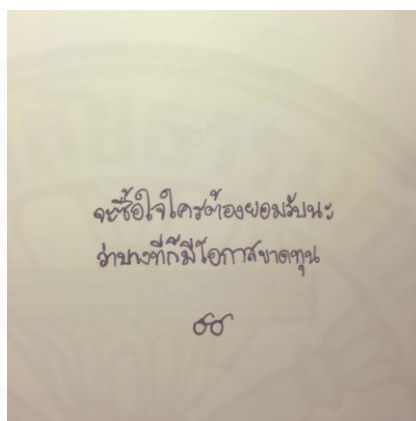
ถ้าเปิดประตูอะไร
เข้ามาในชีวิตแล้ว
ก็ต้องเปิดใจที่จะยอมรับ
ความสุขเสียมันด้วย

#cuttO

ภาพที่ 5.33 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 3

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าไม่มีอะไรที่จะอยู่ได้ตลอดไป เมื่อเกิดขึ้นมาแล้วก็ต้องดับไป เราต้องยอมรับการสูญเสียให้ได้ ส่วนใหญ่จะเชื่อมโยงไปเรื่องของความรัก “ก็

จริงค่ะ การแข่งขัน มันดันตัวเองในจุดที่ต้องแข่งขันแล้วถ้ามันแพ้ขึ้นมาก็ต้องยอมรับความจริง ความรักก็เหมือนกัน เปิดประตูรับเค้าเข้ามาแล้วแต่มันก็ไม่ได้อยู่ตลอดไป ถ้าหายไปก็ต้องยอมรับความจริง” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “ใช่ค่ะทุกความรักทุกความรู้สึกมันต้องมีการ เลิกรากันแน่นอนเราต้องทำใจ” (อนุสรรา นุตาคี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “ก็ใช่เหมือนไม่มีอะไรแน่นอนเหมือนกำลังจะบอกว่าถ้าตั้งอยู่แล้วดับไป เข้ามาแล้วหายไปทุกอย่างมีวันหมดอายุ” (กรีธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)



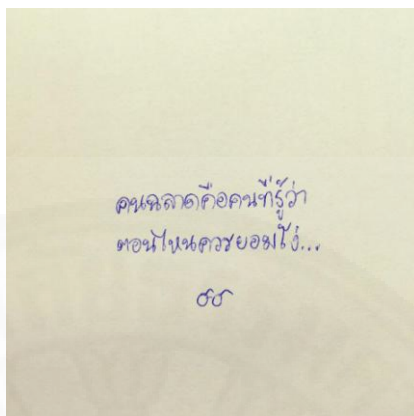
ภาพที่ 5.34 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 4

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นออกเป็น 2 ทาง คือ เห็นคล้อยตามกับคำคมว่าการได้รู้จักใครสักคนเราทุ่มเทกับคนนั้นๆ อย่างเต็มที่ แต่ปฏิกริยาตอบกลับนั้นกลับไม่เท่าที่เราส่งไป จึงเกิดการเปรียบในเชิงทุนและกำไรว่าตัวเราเองนั้นได้ขาดทุน แต่อีกทางหนึ่งมีความคิดเห็นขัดแย้งกับคำคมคือการได้รู้จักใครสักคนนั้นไม่มีคำว่าขาดทุน เพราะไม่ได้มีความคาดหวังตั้งแต่ต้น

อันนี้มุมมองของเพื่อนอะ บางที่เราอาจจะให้ใจเต็มร้อย บางที่เค้าอาจจะไม่ร้อยกับเราก็ต้องเผื่อใจนิดนึงเวลาจะเล่าหรือคุยเรื่องอะไร ถ้าสนิทมากก็อาจจะไม่คิดแบบนี้ อาจจะ เป็นเพื่อนที่ทำงานเพราะสังคมทำงานมันก็เพค มันมีเรื่องผลประโยชน์ไง เราก็อาจจะมองว่าทุกคนก็อาจจะไม่ได้จริงใจมั้ง แต่ก็ไม่ได้มองลบขนาดนั้น (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

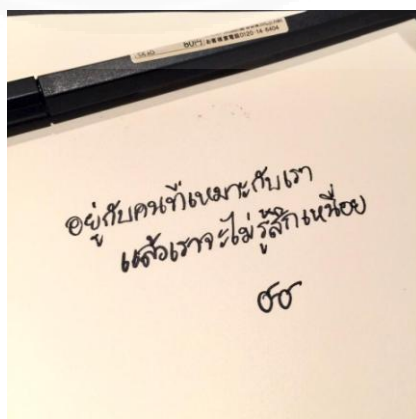
จริงใจแลงใจใช้ไม่ได้กับทุกคน สมมติเราเคยทะเลาะกับคนนี้เราให้อภัยเค้ามาโดยตลอด เหมือนเราให้ใจเต็มที่แต่เค้าก็เอาเราไปนินทา เอาเราไปพูดไม่ดี เรามารู้จากอีกคน เราก็จะมาเสียใจว่าเราทุ่มให้คุณเต็มที่แต่คุณยังทำแบบนี้กับเรามันก็ไม่แฟร์รีเปล่า มันก็ทำให้เราเฉยชาไปเอง พออ่านแล้วก็ได้คิดว่า เออ เราก็เคยเจอนีหว่า (สาวิณี อุบลวรรณ, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2559)

แต่พี่เป็นคนถ้ารักใคร่ที่จะให้ไปหมดเลยนะ บางทีพี่ก็ไม่หวังว่าไม่ใช่ไม่หวังคิดว่าใจแลกใจมากกว่าที่ให้ใจไปที่ต้องได้ใจมาบางทีก็ไม่เบื่อด้วยซ้ำว่ามันจะได้กลับคืนมาไหม (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)



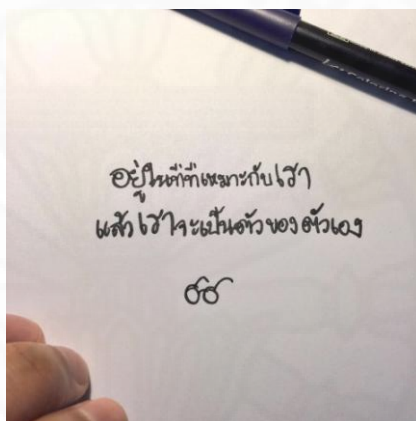
ภาพที่ 5.35 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 5

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าในบางครั้งการยอมเป็นคนที่ไม่รู้เรื่องบางเรื่องก็จะทำให้ได้เปรียบมากกว่าหรือมีที่ยืนอยู่ในสังคมนั้นๆ ได้ และการที่พูดทุกเรื่องที่ตนเองรู้จักอาจกลายเป็นคนที่ไม่มีการยาท “อันนี้ก็จริง เพื่อให้คนที่โง่พูดไปเรื่อยๆ คนฉลาดเค้าจะฟังมากกว่าพูดเค้าจะไม่พูดมากเพราะว่าเค้ารู้เชิงรู้เกมว่าตอนไหนที่เราควรทำเป็นไม่รู้ไม่เห็น ควรโง่กว่าเค้านะ เพื่อให้เค้าได้ใจ ประมาณนั้น” (ปณิณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “เรื่องของการทำงาน บางทีเราก็ต้องฟอร์มไม่รู้ อย่างรู้เยอะ ถ้ามาใช้เลยก็คือเค้าไวใจเรา คนนี้ก็ไม่ได้ดีนะก็ bad ก็ต้องยอมโง่เปล่า บางทีเค้าพูดอะไรออกมา เราก็แบบไม่รู้เหมือนกัน เหมือนเป็นการปรับตัว ไม่ไปขวางเค้า” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559) “ใช่ บางคนก็อวดฉลาดก็กลายเป็นโง่อะฉลาดเกินก็โง่ รู้ไปทุกเรื่อง เป็นคนไม่มีการยาทรู้ไปหมด” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.36 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 6

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าไม่ว่าจะอยู่กับใครก็สามารถมีความรู้สึก
เหน้อยได้ ถึงแม้จะรู้สึกว่ามีนิสัยหรือวิถีชีวิตจะเหมาะกับตนเอง “หนูก็ยังไม่เคยอยู่กับใครแล้วไม่รู้สึก
เหน้อยนะ อยู่กับใครก็เหน้อยไม่รู้ว่าเหมาะไม่เหมาะ แต่รู้สึกว่่าเค้ากันได้นะกับเพื่อนแต่พออยู่ไปก็รู้สึก
เหน้อยกับบางเรื่องอยู่ดี ก็เลยคิดว่าจะมีคนที่เหมาะกับเราจริงๆ รีเปล่า มันอาจจะเป็นคำแนะนำที่ดู
เป็นจริงได้ยาก” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “ก็จริง แต่มันก็เหน้อย
หมดอะ เหมาะไม่เหมาะมันก็ต้องมีวันที่เหน้อยอยู่ดี วันนี้เหน้อยพรุ่งนี้อาจจะไม่เหน้อยก็ได้” (ชนาธิป
อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, พฤษภาคม 2559) “ไม่มีที่ไหนที่เราไม่เหน้อยนะที่ เหน้อยทุกที่ ที่บ้านยัง
เหน้อยเลยแม้ใช้ล้างจานล้างแก้ว แต่เราก็เต็มใจจะเหน้อย มันอยู่ที่เรากล้าเราวางใจที่จะเหน้อยก็
เหน้อยหมดแหละ” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

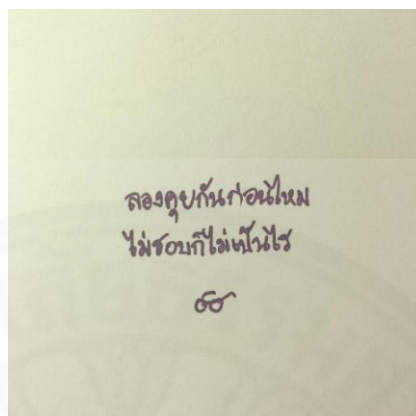


ภาพที่ 5.37 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 7

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าอยู่ในที่ที่เหมาะสมกับตนเองก็ย่อม
สามารถทำอะไรที่เป็นนิสัยที่แท้จริงของตนเองได้ เช่น อยู่กับคนรัก เพื่อน พ่อแม่ การแสดงออกก็จะ
แตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างยังมองว่าคำคมชุดนี้เป็นคำคมที่สั่งสอนให้ทบทวนตนเองอีกด้วย “ก็จริง
ตอนที่อยู่บ้าน อยู่โรงเรียนก็อีกอารมณ์หนึ่งเหมือนเป็นตัวของตัวเองเพราะอยู่กับเพื่อน อยู่กับพ่อแม่ก็
นั่งเงียบ” (ภาพตะวัน ท้าวอนนท์, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559)

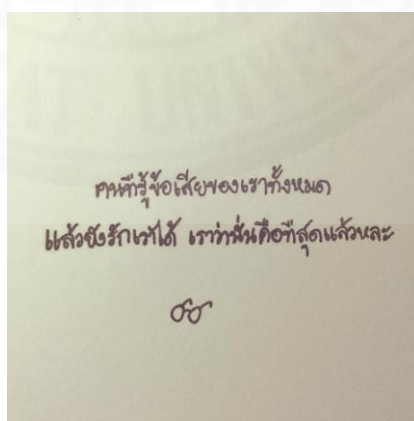
ใช้อันนี้เห็นด้วยมาก เพราะว่าถ้าสมมติว่าที่ตรงนี้เป็นที่ๆ เราสามารถปล่อยได้ ทุก
อย่างจะเราจะตจะทำได้หมด เราสามารถทำได้โดยไม่ต้องกลัวว่าใครจะรับไม่ได้ ที่ๆ
เหมาะกับเรา ก็คล้ายๆ กับคนที่เหมาะสมกับเราคนที่เข้ากับเราได้ทุกเรื่อง รับเราได้ทุก
เรื่อง เราก็จะเป็นตัวของตัวเองโดยไม่ต้องฝืนอะไรให้มันดูดี (อัจฉราพรรณ สายตรง,
สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)

มันสอนให้คนรู้จักเลือกกว่าอันไหนใช่เรา อันไหนไม่ใช่เรา นอกจากสอนให้รู้จักเลือกแล้ว ยังสอนให้รู้จักทบทวนว่าตอนนี้ใช่ฉันไหมตอนนี้ฉันควรจะไปต่อหรือว่าฉันควรจะกลับหลัง (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.38 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 8

กลุ่มตัวอย่างเชื่อมโยงไปในเรื่องของความสัมพันธ์ที่อยากจะเริ่มต้น ความสัมพันธ์ก็ต้องเริ่มจากการลองคุย เพื่อที่จะได้ทำความรู้จักกันให้มากขึ้น “อยากคบมั่งก็เลยให้ลองคุยกันก่อนไหมอะไรแบบนี้ค่ะ” (อนุสรรา นุตชาติ, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “ดี เห็นด้วย คนเรามันต้องเรียนรู้ซึ่งกันและกัน คำว่า first impression มันก็โอเค แต่บางคนมันต้องนั่งคุยกันก่อน มันต้องศึกษา ไม่ใช่ที่เราเดินผ่านกันแล้วเราจะรักกันได้ ถ้าเป็นอย่างนั้นมันเป็นการหลงรูปมากกว่า” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.39 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 9

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเห็นด้วยกับคำคม มองว่าชื่อเสียงยากที่คนหนึ่งจะรับของอีกคนหนึ่งได้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้กล่าวถึงพ่อและแม่ที่ยอมรับชื่อเสียงของกันและกัน

ครองคู่กันมาจนปัจจุบัน และกล่าวถึงเพื่อนที่ถึงแม้ว่าจะชอบพูดจากรุนแรงก็ยังสามารถรับข้อเสีย ณ จุดนั้นได้ “อันนี้จริงเลย เค้าพูดตรงตัว ไม่มีอ้อมเลย คือข้อดีมันเหมือนโปรโมชันครับ มันจะเปลี่ยนก็ได้มันจะหายไปก็ได้ มันจะน้อยจะมากไปก็ได้ แต่ข้อเสียมันก็คือมันเหมือนด้านที่เปลี่ยนไม่ได้” (ปณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “ทุกคนก็ต้องมีข้อเสีย ป้ากับแม่แบบนี้ย่าชอบบอกว่าที่สุดแล้วนะ อดทนป้าได้ bad มาก สุดยอดเลยนะเอาอยู่ได้ยังไง จะมีซักกี่คน” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “ถ้าเพื่อนรู้ว่าเราปัญญาอ่อนแล้วคบเราต่อก็มีความสุข เราก็ดีใจที่มีเพื่อนแบบนี้ บางคนมีเพื่อนแบบแรงๆ เราก็รับได้” (ปณณมาส ผิวขำ, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559)



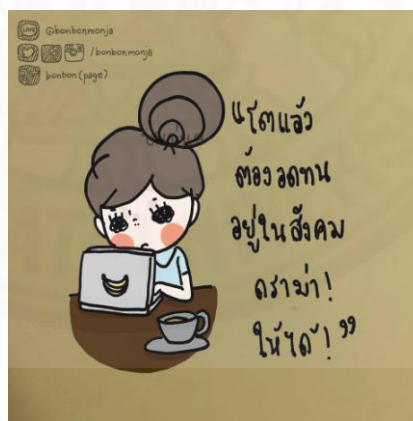
ภาพที่ 5.40 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 10

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าการได้ทิ้งอะไรที่เก่าๆ แล้วเริ่มต้นใหม่ก็จะทำให้ชีวิตดีขึ้น ไม่ต้องไปสนใจเรื่องที่ผ่านมา นอกจากนั้นยังสามารถปลอบใจตัวเองได้จากการทำผิดพลาดในอดีตด้วย “อันนี้ก็เป็นคำที่เตือนสติ แล้วก็ โอเค อันนี้เห็นด้วยค่ะ ก็สิ่งที่เป็นอดีตมันก็ไม่ดีหรอก แล้วมันก็ล้าลอบใจตัวเอง” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “แสดงว่าคำว่าอะไรเก่าๆ เหมือนทั้งสิ่งไม่ดี แต่ที่เก่าๆ ที่ดีก็ไม่ต้องทิ้งเหมือนกำลังจะบอกว่าปล่อยเรื่องที่ไม่ดีไปกับปีเก่าซะ” (กรีธากร สังข์กุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “ก็ดีจะได้เฟรช ลูกขึ้นมาคิดอะไรใหม่ๆ ก็ถ้าอะไรมันไม่ดีก็ไม่ถึงถึงมันดีกว่า เริ่มต้นใหม่” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)



ภาพที่ 5.41 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 11

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ เพราะการทำงานบางครั้งจำเป็นต้องประสานงานกับผู้อื่น ซึ่งอาจจะมีความคิดเห็นหรือแนวทางที่แตกต่างกันจึงต้องใส่ใจผู้อื่นและอดทน “ใช่ค่ะ ทุกคนต้องเจอ อย่าไปยึดถือไว้ตัวเองเป็นหลัก ก็ต้องแคร์คนอื่นด้วย” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559) “ก็จริง เพราะการทำงานเราไม่ได้ทำงานคนเดียว มันต้องมีเพื่อนร่วมงาน มีลูกค้า มีซัพพลายเออร์ มีหลายคนที่เราต้องคุยด้วย ฉะนั้นต้องมีความอดทนที่จะฟังเค้า เพราะการฟังเค้าอาจจะได้อะไรที่มากขึ้นก็ได้” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)



ภาพที่ 5.42 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 12

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าตัวเราสามารถที่จะเลือกเดินออกไปจาก “เรื่อง ดราม่าได้” โดยที่ไม่จำเป็นต้องอดทน อาจจะใช้วิธีการที่เลือกสังคมที่เหมาะสมกับเรา หรือเลือกที่จะไม่สนใจ “มีเรื่องดราม่าทุกวันในเพจแบบนี้เหอ หนูว่าสังคมดราม่ารีเปล่าขึ้นอยู่กับว่าเราจะดราม่ารีเปล่า จะดราม่าตามมันมัย ถ้าไม่ดราม่าตามก็ไม่ต้องอดทน แต่ถ้าเลือกที่จะดราม่าตามก็ต้องอดทนในสิ่งที่เราเลือก” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “สังคมดราม่าขึ้น

ทุกวัน จริงๆ ไม่เห็นต้องอดทนเลย จะดราม่าอะไรก็ไม่ต้องไปสนใจดี” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559) “อันนี้ถ้าเราเลือกที่จะไม่อยู่สังคม drama แอมก็ว่าได้นะ ต้องเลือกคบคนที่อยากไปอยู่อยู่ในสังคมที่มันไม่ใช่ตัวเรา” (อนุสรรา นูตาคี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.43 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 13

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าผู้หญิงจะมีลักษณะนิสัยที่จุกจิกเยาะกว่าผู้ชาย ที่เด่นชัดเลยก็คือเรื่องการนินทา ดังนั้นเมื่ออยู่ในสังคมผู้หญิงจึงต้องยอมรับให้ได้ และต้องไม่สนใจถึงแม้จะมากกระทบจิตใจเรา

สังคมผู้หญิงนะ แสดงว่าผู้หญิงต้องมีอะไรที่มากกว่าผู้ชาย เช่น ชอบนินทา พาไปกินโน่น พาไปกินนี่อะไรแบบนี้ นอกจากสอนผู้หญิงด้วยกันแล้วก็ยังสอนผู้ชายด้วย ผู้หญิงส่วนใหญ่จะเรื่องมาก ถ้าผู้หญิงว่าบางครั้งก็ต้องเจออะไรแบบนี้มันอยู่แล้ว แล้วก็ต้องสอนผู้ชายด้วยว่าธรรมชาติของผู้หญิงเป็นสไตล์นี้เราต้องยอมรับให้ได้ (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “เพราะผู้หญิงชอบนินทา ก็ใจก็ต้องแข็งแกร่งด้วย คือร่างกายแข็ง ใจก็ต้องแข็งแกร่ง เพราะแบบ เอนั่นแหละ ต้องไหว ต้องสู้ค่านินทาอย่างนี้ได้ ไม่ต้องสนใจอะไรมากมาย” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “เพราะว่าสังคมผู้หญิงเยาะกว่าผู้ชาย” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)



ภาพที่ 5.44 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 14

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ โดยมองว่าชีวิตไม่มีความแน่นอน ไม่มีใครที่จะดีไปตลอด ไม่มีใครที่จะฉลาดไปตลอด ดังนั้นไม่ควรที่จะไปดูถูกใคร เพราะสักวันคำที่เราไปดูถูกผู้อื่นอาจจะย้อนกลับเข้ามาหาตัวเราเองได้ “มันก็เป็นหลักศาสนาเนาะ วันนี้เราดี พรุ่งนี้เราไม่ดี มันสลับกันไปไม่มีใครดีตลอด ถูกตลอด วันหนึ่งเราอาจจะกลับมาเจอปัญหาเดียวกันกับคนนั้นก็ได้” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559) “คนฉลาดๆ ก็อย่าไปดูถูกคนที่โง่กว่า พอผ่านไป 2 3 ปีเค้าฉลาดขึ้นมาไปสอบระดับประเทศ” (ปยุตธมาส ผิวขำ, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559) “เพราะว่าเราก็ไม่ได้ดีสุดเหมือนกัน ถึงดีสุดเราก็ไม่ควรไปดูถูกใคร เพราะว่าบางทีเราดูถูกคนๆ หนึ่ง วันหนึ่งเราร่วงลงมาเราจะทำหน้าไม่ถูกเอา เราจะโดนซะเอง” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.45 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 15

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นออกเป็น 2 ทางคือ เชื่อว่ามนุษย์นั้นไม่ได้อยู่คนเดียว ยังมีผู้อื่นที่คอยให้พึ่งพาได้ด้วยนอกจากตัวเราเอง และอีกทางหนึ่งเชื่อว่าในที่สุดตัวเราก็ต้องพึ่งพาตนเอง ไม่มีใครที่จะอยู่กับเราได้ตลอด ถือเป็นสัจธรรมของชีวิต “ใช่ สิ่งที่เราควรจะทำค่านึงถึงก็คือ

ตัวเราเท่านั้น ไม่มีใครจะอยู่กับเราได้ตลอด ตัวเราเท่านั้นที่จะอยู่กับตัวเราเองได้ เพราะฉะนั้นเราต้องอดทน สู้สู้” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559) “เหมือนเป็นสัจธรรมว่าไม่มีใครอยู่กับเราได้ตลอดเวลาจริงๆ” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)

นี่ปลอมใจอีกแล้ว แต่มันเป็นจริงไม่ได้ เราจะอยู่คนเดียวตลอดไม่ได้ มันก็ จริงที่ไม่มีใครอยู่กับเราได้ตลอดแต่เราเป็นคน คนเราก็ไม่ได้อยู่คนเดียว มันต้องมีปฏิสัมพันธ์ จะต้องพึ่งพากัน มันอาจจะประมาณว่าโตแล้วช่วยเหลือตัวเอง มันอาจจะไม่ต้องตัดขาดจากคนอื่น (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.46 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 16

กลุ่มตัวอย่างแสดงให้เห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ โดยให้เหตุผลว่าเป็นการควบคุมอารมณ์ตนเอง การยืมอาจจะทำให้เกิดความรู้สึกดีๆ ตามมาได้ อีกทั้งยังเป็นการปรับตัวให้เข้ากับสังคมที่พบเจอ “ยืมคะ เวลาพี่เค้ามาก็ยืม ถ้าเดินเขิดก็โดนตบแน่นอน บางครั้งก็เดินก้มหัวเดินผ่านไป” (ปุณณมาศ ผิวขำ, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559) “อันนี้ก็ดี ถ้ามันยืมได้เดี๋ยวมันก็คิดและมองอะไรดีๆ แทนที่เราารู้สึกอยู่ สมมติโกรธมากยืมให้แฉ้งเลย” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)

อันนี้ตลกก็ตึนะ ความจริงแล้วมันก็ได้ฉุคคิดว่าหน้าบึ้งไปแล้วไง ก็ยืมให้ มันเป็นวิถีทางที่ฉลาดถ้าไม่แสดงความเกลียดหรือความไม่ชอบอะไรแบบนี้ คนที่แสดงอารมณ์รู้สึกว่าเป็นคนควบคุมอารมณ์ตนเองไม่ได้ ความจริงมันยากที่เราจะยืมให้คนที่ไม่ชอบ ถ้ายืมทุกวันในใจเราอาจจะเปลี่ยนไป ความรู้สึกเกลียดก็จะน้อยลง อันนี้ดูฉลาดถึงจะเกลียดแต่ควบคุมตัวเองได้ (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.47 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 17

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าการทำงานนั้นก็ทำเพื่อให้ได้เงินมา อาจจะไปซื้อของหรือทำอะไรก็ได้ และมองว่าเป็นการให้กำลังใจตนเอง “เหมือนให้กำลังใจตัวเอง มั้ง งานก็คือเงิน เงินก็คือทำให้เราทำอะไรก็ได้ในสิ่งที่เราอยากได้” (อนุสรรา นุฑาดี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “อันนี้ก็ให้กำลังใจตัวเองว่า งานคือเงิน เงินก็คือ shopping ก็ชอบไป shopping เป็นสิ่งที่ให้กำลังใจตัวเองได้” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “บางทีก็เหนื่อยจริงๆ ทุกคนทำงานเพื่อเงิน เอาไปเที่ยว shopping สรุปลแล้วก็คือทำงานเพื่อเงินอะ” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.48 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 18

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ โดยคิดว่าการที่พูดในสิ่งที่ไม่รู้จริง ออกไปจะทำให้กลายเป็นคนโง่ได้ หากไม่พูดก็จะดูฉลาดมากกว่า “บางทีคนพูดมันดูไร้สาระ พูดมา บางทีเค้าพูดมาเรารู้ด้วยซ้ำมันไม่ใช่ความจริง มันมั่ว เค้าถึงบอกว่าเจียบไว้ถึงดูฉลาดกว่า บางทีคนอาจไม่รู้ก็ได้เจียบไว้ก็ดีกว่าที่เราไม่พูด ถ้าพูดออกไปเราจะโง่เลยเพราะเราไม่รู้จริง” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “อันนี้จริง มันก็ไม่ดูฉลาดหรอก แต่มันก็ไม่โง่โง่เท่าไรพูด

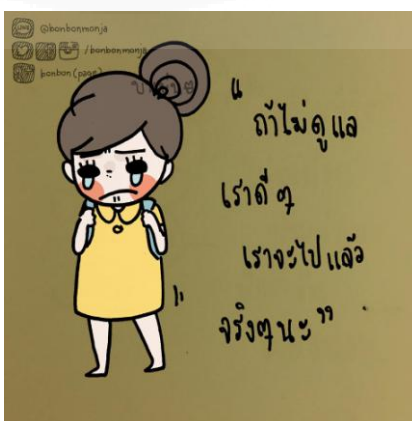
มากไปก็ไม่รู้พูดถูกพูดผิดอีกแหละ แต่ถ้าพูดผิดเค้ารู้ว่าผิดก็โง่อีก ก็เจียบๆ ไว้ดีกว่า” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.49 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 19

กลุ่มตัวอย่างให้ตัวอย่างตามประสบการณ์ของแต่ละคน บางคนมีปัญหาในเรื่องของการฝึกฝนงานศิลปะ เมื่อผ่านไปก็สามารถทำได้ดีขึ้น หรือปัญหาอื่นๆ ที่เมื่อเราผ่านไปเราได้เราก็จะมีประสบการณ์ในการรับมือมากขึ้น “เป็นคนชอบงานศิลปะ ตอนเด็กๆ ไม่เก่งก็จะผิดพลาดบ่อยหน่อย ก็พยายามแก้ไขนู่นนี่นั่นก็จะเก่งขึ้น” (ภาพตะวัน ท้าวอนนท์, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559) “ใช่ๆ ก็จริงตบใจทย์ วันนี้เราอายุแค่นี้ เจอแค่นี้เราก็ผ่านไปได้ในแต่ละปัญหา พอเราเจอมากขึ้นสูญเสียอะไรมากขึ้นเรารู้สึกว่าเออชีวิตมันปลงได้ง่าย ปล่อยวางได้ แข็งแรงขึ้นจริง” (ณชานา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)

มันก็จริง เหมือนเราผ่านจุดๆ นี้มันก็ทำให้เราแบบอดทนได้มากขึ้น มันก็อดทนได้จริงไม่พูด เจียบ เรื่องร้องไห้มันเป็นปฏิกิริยาของร่างกาย ถ้าเครียดก็ต้องร้องไห้ ยิ่งเจอปัญหามากขึ้นก็ยิ่งต้องอดทนมากขึ้น ช่วงมันเถอะ เดียวมันก็ดีขึ้น (สาวิณี อุบลวรรณ, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2559)



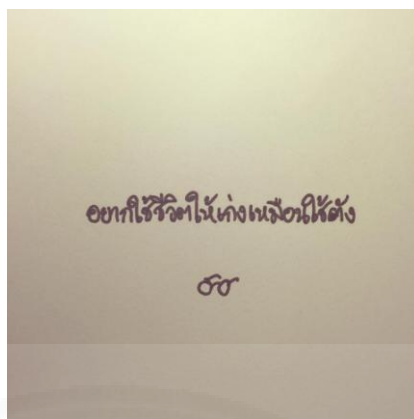
ภาพที่ 5.50 คำคมประเภท regulatives ชุดที่ 20

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าเป็นคำพูดที่ใช้พูดเมื่อน้อยใจคนรัก ตัดพ้อว่าจะไป กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าส่วนใหญ่ผู้ที่พูดเช่นนี้มักจะไม่ใช่จริง ๆ “ใช่ค่ะ คือ อันนี้น่าจะเป็นเหมือนแฟนว่า ถ้าคบกันแล้วดูแลเราไม่ดี เราก็ไม่รู้จะอยู่ทำไม อาจจะไปหาคนอื่นหรือเลิกกันเถอะ” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “ไอคนที่พูดแบบนี้เค้าไม่ใช่จริง ๆ หรือ รอก รอให้เค้ามาดูแลอยู่” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “อันนี้เหมือนนอนๆ หน้อยอันนี้เหมือนคุยกับแฟน แต่จริงๆ ไปไม่ได้หรอก” (อนุสรรา นูตาดี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “เพื่อนเค้างอนแฟน ไปเล่นกับผู้หญิงคนอื่น ไปด่าในเฟซบุ๊กก็จะขู่อีกนะถ้าไม่เลิกยุ่งกับผู้หญิงคนนั้น สุดท้ายก็เลิกไม่ได้” (ปทุมมาส ผิวขำ, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559)

ชุดคำคมในประเภท regulatives ผู้รับสารส่วนใหญ่จะมีความคิดเห็นและมีความรู้สึกที่คล้อยตามเพราะส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน เป็นเรื่องใกล้ตัว แต่จะมีการแสดงความคิดเห็นที่หลากหลายและแตกต่างกันไปตามแต่ประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่าง (normative rightness) เช่น ช่วงวัยผู้ใหญ่ก็จะเป็นเรื่องของการทำงาน วัยรุ่นก็จะเป็นเรื่องการเรียน คำคมที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นก็จะกล่าวถึงเพื่อน เป็นต้น การอ่านความหมายของกลุ่มตัวอย่างทำให้เห็นปัญหาในช่วงชีวิตที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งคำคมก็ได้ช่วยในการถกคิดและให้กำลังใจได้ นอกจากนั้นการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมทำให้เห็นถึงมุมมองในการแก้ปัญหา อาทิ “ยิ้มให้มันเถอะค่ะ แม้จะเกลียดมันแค่ไหนก็ตาม” กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นมัธยมศึกษาตอนต้นมองว่าเป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ที่จะทำให้ผ่านรุ่นพี่ที่มีอำนาจไปได้ เพราะถ้าหากไม่ยิ้มให้หรือแสดงท่าที่ไม่สุภาพก็อาจจะทำให้มีปัญหา ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่โตขึ้นมาในชั้นมหาวิทยาลัยและวัยทำงานมองว่าการยิ้มให้ถือเป็นการบังคับจิตใจและควบคุมอารมณ์ตนเองให้เป็นไปในทางบวก ซึ่งก็จะส่งผลดีกับตัวเอง

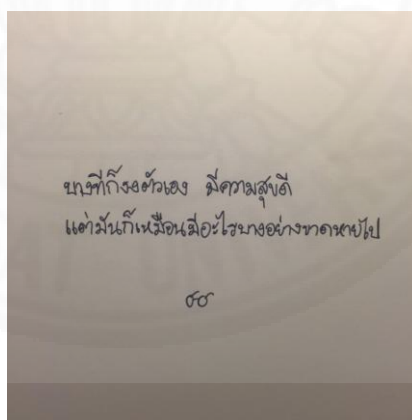
5.2.3 Avowals

คำคมคัดโทษและบ่นบ่นอยู่ในประเภท avowals มากที่สุดจากทั้ง 3 ประเภท โดยคำคมคัดโทษมีจำนวน 32 ชุด และคำคมบ่นบ่น 34 ชุด ส่วนใหญ่จะมีเนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์ เพราะในประเภทนี้จะเป็นการแสดงความรู้สึกของผู้เขียน กลุ่มตัวอย่างอ่านความหมายของคำคมแต่ละชุดได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5.51 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 1

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าคำคมชุดนี้มีความเพลิดเพลิน ไม่ได้จริงจัง เป็นการเปรียบเทียบชีวิตกับการใช้เงินที่ไม่สมดุลกัน “ออกแนวขำๆ เริ่มฮาๆ แสดงว่าคนเขียนใช้เงินเก่ง น่าจะเหมาะกับคนใช้เงินเยอะ รู้สึกว่าคงมองว่าวันนี้ใช้เงินไปเยอะ แต่ชีวิตจริงไม่เห็นเหมือนที่ใช้เงินเลยมั้ง” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559) “อันนี้ใช้แต่ว่ามันมีน้ำเสียงของตลกอยู่ด้วย” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “มันเป็นข้อความตลกนะ คำก็คิดแสบวก กูใช้ตั้งค์เยอะจ้ะ กูใช้ชีวิตไม่เห็นเก่ง เหมือนใช้ตั้งค์บ้างเลย” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

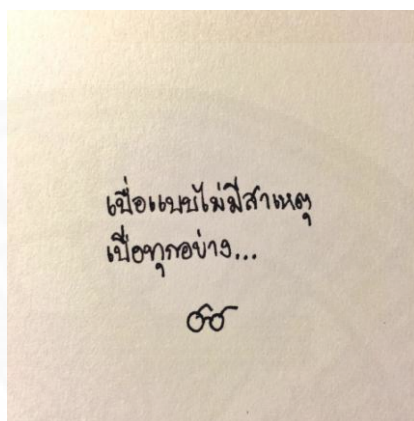


ภาพที่ 5.52 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 2

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นออกไปอย่างหลากหลาย โดยนำไปคิดเชื่อมโยงกับชีวิตของตนเอง สิ่งที่เขาตกใจไปบางคนก็จะเป็นเงิน ความมั่นคงของงาน และมีการแสดงความคิดเห็นว่าไม่เคยรู้สึกตามคำคม “เงินหรือเปล่า เอาจริงๆ ถ้ามีเงินมีความสุขหมดแหละ ไม่ต้องมีใครก็ได้ มีเงินกับมีเพื่อน ไม่มีแฟนก็ได้” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559) “ไม่เคย

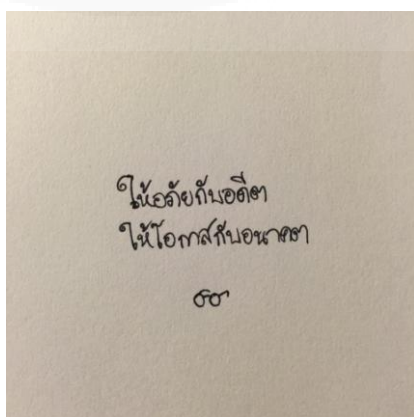
นะถ้ามีความสุขมันก็ครบแล้วอะ พอมันสุขก็ไม่คิดอะไรติดลบแล้ว” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์ , 5 พฤษภาคม 2559)

ก็อาจจะเป็นเรื่องความไม่เต็ม ชีวิตตอนนี้ก็โอเคนะ ครอบครัวก็ดี แฟนก็ดี เพื่อนก็ดี แต่ มันเหมือนขาดอะไรอะ เคยรู้สึกแต่ก็ไม่รู้ว่าขาดอะไร ขาดความมั่นคงรีเปลา เรื่องงาน เพราะลึกลับ เรื่องงานอาจจะยังไม่มั่นคง (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.53 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 3

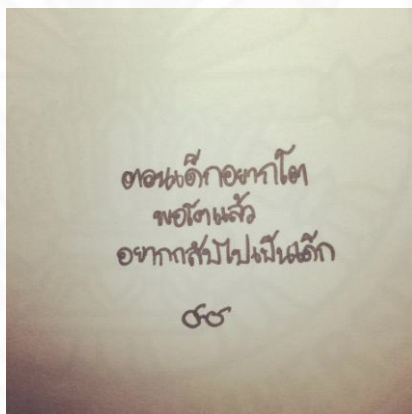
กลุ่มตัวอย่างมีอารมณ์ร่วมและเห็นด้วยไปกับคำคมชุดนี้ ว่ามีช่วงเวลาที่เป็นไปไม่อยากจะทำอะไร แต่จริงๆ แล้วความเชื่อที่ว่านี้มีสาเหตุมาจากทุกๆ อย่างมารวมกันเยอะๆ “ใช่จริงๆ นะในอันนี้คนเรารู้ว่ามีสาเหตุอะไร แต่พยายามทำเป็นไม่รู้จริงๆ รู้ว่าเปื่องาน เปื่อวิชานี้ เปื่ออาจารย์คนนี้ แต่พยายามปิดไม่ต้องบอกสุดท้ายก็คือเปื่อแบบรวมๆ” (กฤษากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “เป็นคะ อยู่ๆ ก็เปื่อจริงๆ มันมีสาเหตุนะ งานเยอะ สอบเยอะ ชี้แจงแล้วไม่อยากจะทำเหนื่อย มันก็เปื่อไปหมด” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “อันนี้เป็นอารมณ์ช่วงเวลานึงที่ซังกะตาย เคยเป็น บางทีก็อยากนอนโง่ๆ เฉยๆ ไม่อยากไปไหน” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.54 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 4

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นสอดคล้องกับคำคม คือให้ทิ้งอดีตที่ไม่ดีไป เพื่อที่จะไม่เป็นการปิดกั้นปัจจุบัน ทำปัจจุบันให้ดีที่สุดเพราะจะส่งผลไปถึงอนาคต “อดีตก็ปล่อยให้ เพราะรู้สึกว่าการอนาคตก็ไม่มีจริง มีแค่ปัจจุบัน เราไม่รู้ว่าอนาคตเป็นยังไง เพราะส่วนใหญ่อยู่กับปัจจุบัน มากกว่า” (ภาพตะวัน ท้าวอนนท์, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559)

บางทีเรามีอดีต แต่เรายึดติดกับมัน ก็สอนว่าอย่าไปยึดติดกับอดีตและอย่าปิดกั้นตัวเอง กับอนาคตที่ว่าเราไม่กล้า หรือว่าไม่เคยลอง เรียกว่าความกลัวดีกว่า คือให้โอกาสกับอนาคต เหมือนเค้สสอน (ปัญญาพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) ใช้ ข้อความด้วยภาษาใหม่ ระบบความคิดยังเหมือนเดิม เหมือนอันเดิมแต่ใช้คำพูดใหม่ จับอดีตต้องภายในเรื่องที่มีมันไม่ดีเราจึงต้องให้อภัย ถ้าเรื่องดีๆ เราก็ไม่ต้องให้อภัย เหมือนพยายามตัดอดีตซะ แต่อนาคตบางคนอาจปิดกั้น สามารถโยงกับหลายเรื่องด้วยนะ เช่น ความรักฉันนอกหักมาฉันปิดกั้นไม่คบใครอีกแล้ว อันนี้ให้โอกาสกับอนาคตและ ต้องให้อภัยกับอดีตที่ผ่านมาอนาคตเปิดใจรับคนใหม่ (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)

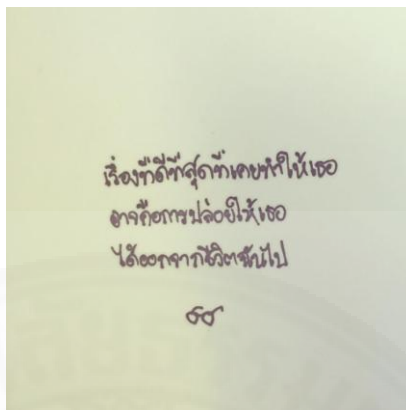


ภาพที่ 5.55 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 5

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นแตกต่างกันออกไปกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กก็จะอยากโต เพราะมองภาพผู้ใหญ่ว่ามีอิสระ จะทำอะไรก็ได้ตามใจ กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยเรียน มหาวิทยาลัยและวัยทำงานจะคิดว่าไม่อยากกลับไปเป็นเด็กเพราะรู้สึกว่าจะไม่อยากย้อนเวลา “อยากโต เป็นผู้ใหญ่เห็นผู้ใหญ่ทำงานสบายๆ เล่นโทรศัพท์นอนเที่ยงคืนได้ อยากมีโมเมนต์คุยกันกับเพื่อน วัยรุ่นม.3 ม.4 เด็กไปทำอะไรไม่ค่อยได้” (บุญณมาส ผิวขำ, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559) “ไม่ มัน เป็นไปไม่ได้แล้วรู้สึกว่ามันโอเคแล้ว ถึงจะรวกกว่านี้ สวยน่ารัก เรียนเก่งกว่านี้ก็ไม่ค่อยอยากย้อนอะไรกลับไป” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)

ไม่ บางคนอยากกลับไปเรียน ม.ปลายเยอะ อยากกลับไปอยู่บ้าน แต่ปีนไม่ โตมาขนาดนี้ อยากจะกลับไปเป็นเด็กทำแป๊ะอะไร ปีนอยากโตขึ้นตลอด ตอนนี้ก็อยากทำงานแล้ว

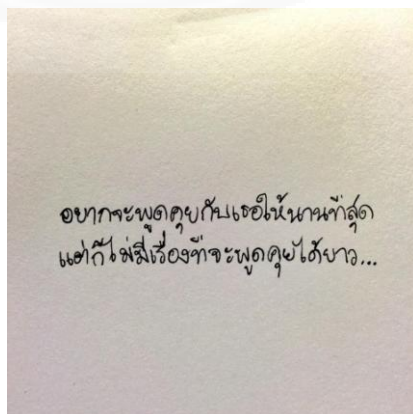
ป็นรู้ว่าแม่ทำงานเหนื่อย ไม่รู้สึกว่าจะไม่ควรจะย้อนกลับมา ตอนเป็นเด็กก็ไม่ต้องคิดอะไร
มากแต่ก็ไม่อยากกลับไป (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.56 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 6

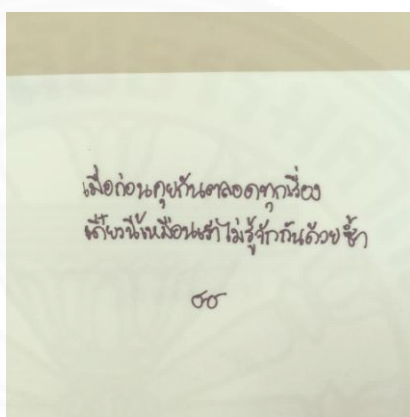
กลุ่มตัวอย่างมองว่าคำคมชุดนี้เป็นการตัดพ้อคนรักที่อยู่ในช่วงอกหักซึ่งการ
จากลา การตัดความสัมพันธ์ไม่ใช่เรื่องที่ตี การปล่อย ญ ที่นี้ เหมือนเป็นการกระทำที่ดีที่สุดแล้ว ณ
ขณะนั้น “ตัดพ้อปะ ถ้าคนไม่อกหักก็เฉยๆ แหละ ถึงเรอกหักเราก็ไม่ได้รู้สึกอะไรอย่างนี้ ไม่ต้อง
ปล่อยไปเขาก็ไปอยู่แล้ว ทำไมต้องเป็นเรื่องที่ดีที่สุดคือการปล่อยไปอะ” (ณัฐกณศร์ บุญผาสุก,
สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2559) “เราอาจจะไม่ตีพอมั้ง เหมือนประชดตัวเอง แต่ก็ไม่ได้มีประสบการณ์
ตรงตัดพ้อ ก็ให้เค้าไปอาจจะดีกว่า” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

เป็นเหมือนความรู้สึกตัดพ้อมากกว่า เหมือนกำลังจะบอกว่าการที่ฉันปล่อยเธอไปเนี่ย
เป็นสิ่งที่ฉันทำความดีอะไรแบบนี้ อย่างยกตัวอย่างฉันกับเพื่อนอะไรแบบนี้คือไม่ได้ถึง
กระทั่งตีที่สุด ก็เคยมีอะไรดีๆ ร่วมกันมาแต่สุดท้ายก็ต้องตัดไป การตัดกันไปมันไม่ใช่สิ่ง
ที่ดี (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.57 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 7

กลุ่มตัวอย่างกล่าวว่าคำคมชุดนี้เป็นเพลง ซึ่งเป็นเพลงของผู้เขียนเอง ได้แสดงความคิดเห็นว่าการที่ไม่สามารถพูดคุยกันได้นานก็เพราะความสัมพันธ์มีการเปลี่ยนแปลง ขึ้นอยู่กับคนๆ นั้นว่าเขาจะอยากคุยกับเราหรือไม่ “อันนี้เป็นเพลงซัดๆ มันได้อารมณ์นะป็นว่า เหมือนผู้หญิงมีแฟนแล้ว เราไม่มีสิทธิ์แล้ว จะนึกถึงความสัมพันธ์มันเปลี่ยนไปก็ไม่เหมือนเดิมอยู่แล้ว” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “อันนี้เป็นเพลงมะ การสนทนากับคนๆ หนึ่งต้องดูคู่สนทนาด้วยว่าเค้าอยากคุยกับเรามั้ย ถ้าเราชวนคุยแล้วแต่เค้าไม่อยากจะคุยกับเรา บทสนทนานั้นก็จะไม่ยาว บางคนคุยทั้งคืนก็ไม่จบ” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)

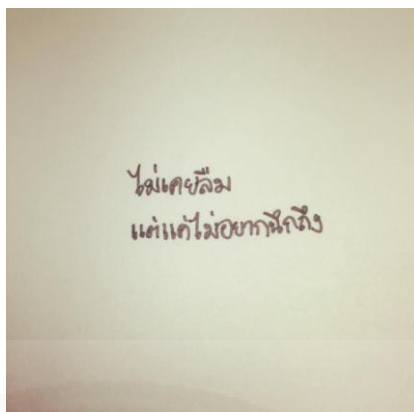


ภาพที่ 5.58 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 8

กลุ่มตัวอย่างนึกถึงความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับประสบการณ์ที่ตนเคยเจอมาไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน ระหว่างคนรัก ที่ระยะเวลาผ่านไปก็มักจะไม่เหมือนเดิม “เวลาผ่านไปอะพื้ก็เลยเบื่อกัน มีอะไรเดี๋ยวนี้ก็คุยกันไม่ได้แล้ว ไม่เหมือนเดิม เหมือนตอนแรก ได้ทั้งแฟนทั้งเพื่อน เวลาผ่านไปคนก็เปลี่ยนไปตามเวลา” (อนุสรรา นุตาดี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

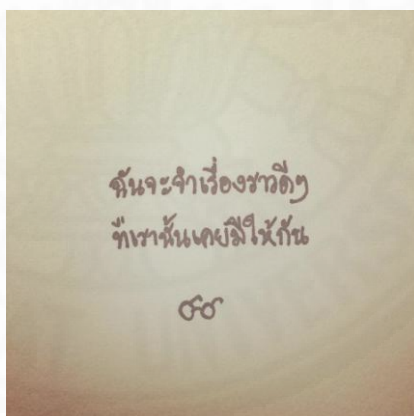
เคยเป็น เพื่อนสนิทตอน ม.ต้นสนิทมาก พอ ม.ปลายก็ห่างออกๆ พอมหาลัยก็ไม่ได้คุยกันเลย มันขึ้นอยู่กับโอกาส ถ้าไม่มีโอกาสให้กลับมาสนิทกันอีกก็คิดว่าอยากจะกลับไปสนิทอีกอะไรขนาดนั้น ก็เก็บเป็นความทรงจำดีๆ (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

นึกถึงแฟน นึกถึงเพื่อนก็ได้แต่ก็น้อย เพราะถ้าเพื่อนไม่คุยกับเรากี่วัน เรายังมีเพื่อนคนอื่นอีกเยอะแยะ บางทีเขาอาจจะไม่อยากฟังเรื่องราวแล้ว ความสัมพันธ์มันไม่เหมือนเดิม อาจจะเป็นเพราะเราคิดไปเอง หรือเพราะเค้าไม่รักเราจริงๆ (ณชาณา สิ่งทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.59 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 9

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าเรื่องบางเรื่องไม่สามารถลืมได้ แต่ก็ไม่ได้
อยากนึกถึงเพราะเมื่อนึกขึ้นมาก็จะทำให้รู้สึกแย่ “ถามว่าถ้าพูดถึงเรื่องความรัก ถามว่าเราลืมแฟนเก่า
ได้ปะ ร้อยทั้งร้อยลืมไม่ได้หรอก จะพูดถึงมันทำไม ผ่านมาแล้ว มันไม่ตี มันอาจจะตีก็ได้มั้งแต่ว่ามันจบ
ไม่ตีมันก็เลยกลายเป็นเรื่องไม่ตีไป” (ณัฐคนธ์ บุญผาสุก, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2559) “คงเป็น
เรื่องที่ไม่ตี มันอยู่ในใจลืมไม่ได้ แต่ก็ไม่อยากนึกถึงเพราะมันทำให้เรารู้สึกแย่ ไม่นึกถึงดีกว่า” (ชนาธิป
อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)

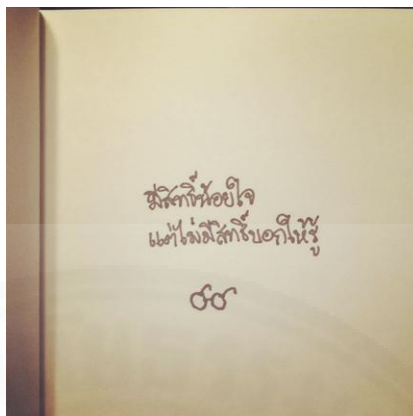


ภาพที่ 5.60 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 10

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นไปในเรื่องของความสัมพันธ์ของคนรักที่จบ
ลง โดยให้เลือกจำแต่เรื่องราวที่ดีของกันและกัน “เออ ก็ปกติเปลววะ ทำไม่ต้องจำเรื่องเลวๆ อะ มันก็
เหมือนเลิกกันแล้วเราก็ไม่ควรจำสิ่งที่ทำร้ายจิตใจตัวเอง เราก็จำสิ่งที่ดีๆ ที่มีความสุขมากกว่า” (สร
ศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “เป็นเหมือนความรู้สึกของคนที่รักกันแล้วต้องเลิกกัน
แต่ก็ต้องจำเรื่องราวดีๆ ไว้กัน” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)

คิดได้ 2 แบบก็คือ ณ ตอนนั้นเรามีเรื่องราวดีๆ เราก็เคยทำมาด้วยกันก็จะจำไว้ ให้มัน
เตือนว่าถ้าวันไหนเราทะเลาะกันเราก็จะนึกถึงเรื่องดีๆ ที่เราจะได้หายโกรธกัน แต่ถ้าใน

กรณีที่เราเลิกกันไปแล้วเหมือนประมาณว่าเราจะจำเรื่องราวดีๆ ที่เราเคยมีนะจะไม่ลืมนะ (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.61 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 11

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นออกเป็น 2 แบบ คือ น้อยใจแต่ไม่สามารถบอกได้เพราะกลัวโดนตำหนิหรือไม่ได้สำคัญมากพอที่จะแสดงอาการน้อยใจ ส่วนอีกอย่างคือน้อยใจก็สามารถบอกได้เพราะคิดว่ามีสิทธิ์ที่จะพูด ซึ่งอาจจะเป็นการพูดประชดหรือตัดพ้อ “บางที่เราไม่อยากจะสร้างให้เป็นเรื่อง บางที่เราน้อยใจนะ มันก็เป็นเรื่องเล็กน้อยที่ไม่อยากสร้างประเด็นให้มันเกิด” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

เวลาน้อยใจเราไม่สามารถบอกให้คนอื่นรู้ได้ แม่ซื้อของให้น้องไม่ซื้อให้เรา เราก็น้อยใจมองอยากได้จะเอาแต่ก็ไม่เอาก็ได้ อยากกินอาหารทะเลอีก ก็บอกว่าไม่เอาก็ได้ทั้งๆ ที่ตัวเองหิว (ปุณณมาศ ผิวขำ, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559)

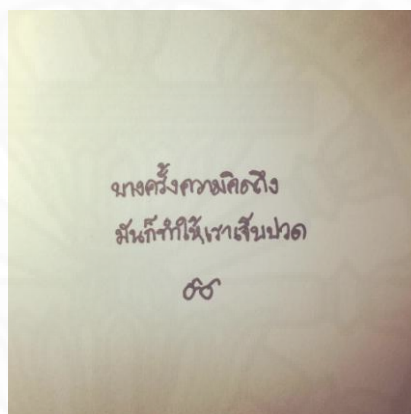
ก็ส่วนตัวจะเป็นคนที่น้อยใจก็พูดบ้าง มีสิทธิ์บอกให้รู้มัยก็มีสิทธิ์อะ ความรู้สึกเรา เราก็คอนพูดได้ ถ้าเราน้อยใจเค้าเราก็จะทำ พูดประชดอะไรแบบนี้ บอกไปแล้วเค้าจะรู้สึกอะไรก็เป็นเรื่องของเค้า (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.62 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 12

กลุ่มตัวอย่างมองภาพและแสดงความคิดเห็นว่าการกระทำในภาพนั้นสัมพันธ์กับข้อความคือ การเขียนว่า “เธอไม่รัก” และมีมือมาขีดเส้นใต้ กลุ่มตัวอย่างบางคนก็จะนึกถึงเพลงของกบ ทรงสิทธิ์ และตีความว่าการขีดเส้นใต้เป็นการตอกย้ำลงไป ในใจของตนเองว่าเขาไม่ได้รักเราแล้ว “ (ร้องเพลง) ขีดเส้นใต้เอาไว้ ว่าเธอไม่รัก แค่นี้ก็เอาเพลงมาเขียน ถ้าคนที่อกหักหรือแหว่งก็อาจจะอินก็ได้เนาะ” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “อันนี้เป็นเหมือนเป็นการตอกย้ำมาก ขีดเส้นใต้เอาไว้ว่าเขาไม่รักเรานะ” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)

ขีดเส้นใต้ด้วย แรงดีอะ สำหรับคนที่อกหักก็คงใจตัวเองเข้าไปอีก ก็โดนเวลาอกหักเพราะเราอาจจะอยู่ในสถานการณ์แบบนั้นพอที่เราที่เลยรู้สึกโดน มันทำให้ดราม่าแต่เราก็ชอบเสพติดเรื่องดราม่า (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

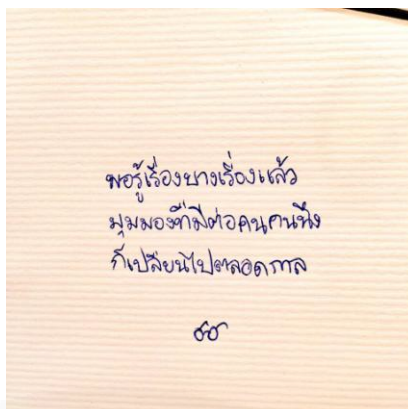


ภาพที่ 5.63 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 13

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมโดยมองว่าความคิดทำให้รู้สึกเจ็บปวดได้ เพราะคิดถึงแต่ไม่สามารถพบเจอกันได้ เช่น ความรู้สึกคิดถึงครอบครัว หรืออาจจะคิดถึงแต่ย้อนกลับไปหาไม่ได้อีกแล้ว เพราะเลิกรากันไปแล้ว

คมนะ เป็นคำคมที่คมมาก ถ้าเราอ่านในช่วงที่เราอกหัก สมมติเราถูกทิ้งอะ คนที่ถูกทิ้งส่วนใหญ่มันจะมีความรู้สึกดีๆ กับคนที่ทิ้งเราไป ความคิดถึงที่ทำให้เจ็บปวดเพราะเรายังรักเขาอยู่ คิดถึงแต่ทำอะไรไม่ได้ (ณัฐคนเณศร์ บุญผาสุก, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2559)

ใช่ บางทีคิดถึงแม่คิดถึงพ่อด้วยความที่ที่อยู่หอคนเดียวอยู่ไกลบ้านอยู่ไกล พ่อแม่อยู่ไกล ครอบครัว บางทีก็คิดถึงทำอะไรไม่ได้ได้แต่โทรหา ไม่ได้กอด ไม่ได้เจอหน้ากัน นานๆ เจอที บางทีเลิกกับแฟนไปนานแล้วเลิกกับคนที่เคยคบไปแต่พอนึกถึงบางที่ที่เราเคยทำผิด มันก็เจ็บตรงที่เราไม่สามารถแก้ไขอะไรได้แล้ว (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)



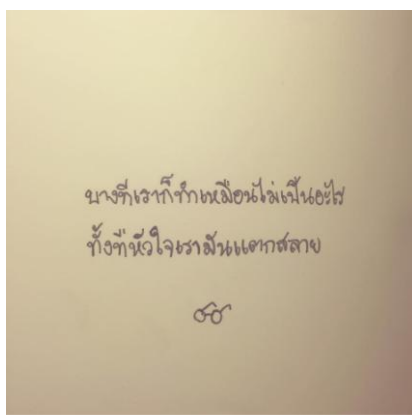
ภาพที่ 5.64 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 14

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ มองว่าการที่เรารับรู้เรื่องราวของคนหนึ่งต่างจากที่เราเคยได้รู้มาจะทำให้เรามีมุมมองต่อคนอื่นๆ นั้นเปลี่ยนไป ซึ่งการรู้มาอาจจะมาจากตนเอง จากคนที่มีประสบการณ์ตรงก็ได้ และมุมมองที่เปลี่ยนไปก็อาจจะเป็นทั้งเปลี่ยนจากรายมาตีหรือตีมาร้ายก็ได้

อันนี้เห็นด้วยนะ บางทีเราไม่รู้เรื่องของคนๆ หนึ่งแล้วมันทำให้เรามีอคติ ถ้าเรื่องที่เราได้ยินมารู้จากตัวเอง รู้จากคนอื่นมันไม่ค่อยตัดสินคนช่างมันเถอะ แต่ถ้าเราเจอด้วยตัวเองแล้วเค้าคิดแบบนี้ทำแบบนี้เพราะอะไร มันทำให้เรามีมุมมองเปลี่ยนไปแน่ ก็ต้องมี mind set ของเรา ถ้าคิดถึงเพื่อนเรา เราคิดว่าเค้าเป็นแบบนี้แต่พอมายู่ห้องเดียวกันเรารู้ว่าเค้าเป็นคนแบบนี้ มันอาจจะไม่ได้กระทบอะไรกับเราก็คือได้ มุมมองที่มีต่อเค้าเราอาจจะบอกเค้าตรงๆ ก็ได้ เพราะถ้าเรารู้สึกไม่ดีกับเพื่อนเราส่วนมากมันจะบอก (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

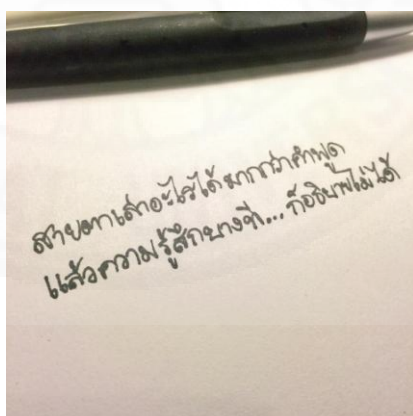
ก็จริงนะ อันนี้เห็นด้วยอะ อย่างสมมุติเราเคยเกลียดคนคนหนึ่งมากๆ แต่พอ เราไม่รู้เรื่องบางมุมของเค้าซึ่งที่แบบ มันก็ไม่จริงอย่างที่เราคิดเสมอไปอย่างเงี้ยถามว่าความรู้สึกคนเรามันก็ต้องมีเริ่มเปลี่ยนกันบ้างแหละ ก็ดีขึ้น ก็ไม่ได้เกลียดเหมือนเดิมพอเราไม่รู้เรื่องหนึ่งว่าเขาเป็นคนดี เราก็มองเขาดีขึ้น (ณัฐกณเฑร์ บุญผาสุก, สัมภาษณ์ 29 เมษายน 2559)

ก็จริงนะบางทีเราอาจจะมองคนนี้ ดีเนาะนิสัยดี พอรู้อีกมุมความเชื่อถืออลดลงเลย มีใจคนที่ทำงานกับคนบางคนเรารู้สึกว่ามันดูโอเคกับเรา ใจไปรู้อีกมุมหนึ่ง ทำไมเค้าซี้โกงวะก็รู้มาจากอีกคนที่โดนกระทำ เราไม่ได้มีปัญหากับเค้าก็รู้ไว้ว่าเป็นประมาณนี้ (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.65 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 15

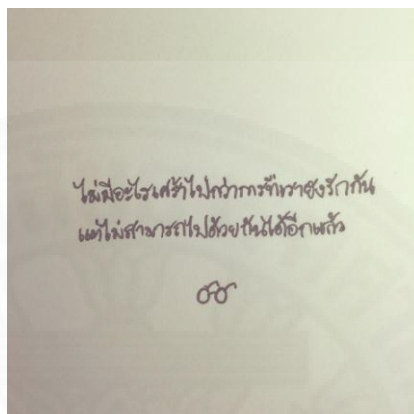
กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าการที่ต้องเข้มแข็งเพราะเป็นห่วงความรู้สึกของคนอื่น กลัวจะทำให้คนรอบข้างเป็นห่วง และกลัวคนภายนอกจะมองว่าเป็นคนอ่อนแอ จึงจำเป็นต้องทำเข้มแข็งไว้ “ก็ต้องเข้มแข็งอะ เราไม่สามารถแสดงความอ่อนแอได้ทั้งหมด เพราะต้อง keep look ความเข้มแข็ง เราไม่อยากให้คนอื่นเห็นความอ่อนแอของเราแล้วเค้าจะสมน้ำหน้า” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “อันนี้ทำเหมือนเข้มแข็งข้างนอกแล้วข้างในแทบไม่ไหวแล้ว เพราะไม่ต้องทำให้คนรอบข้างเป็นห่วง” (อนุสราน นูตาดิ, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “ผู้หญิงอะแบบนี้ พอร์มจัด ไม่เป็นไรหรอก ใครมันจะอยากแสดงความอ่อนแอให้คนอื่นเห็น แต่ว่าคนก็แสดงเยอะนะ อัดคลิปร้องไห้อะไรแบบนี้ ไอคอนที่เป็นแบบนี้ต้องเจ็บหนักแน่เลย” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.66 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 16

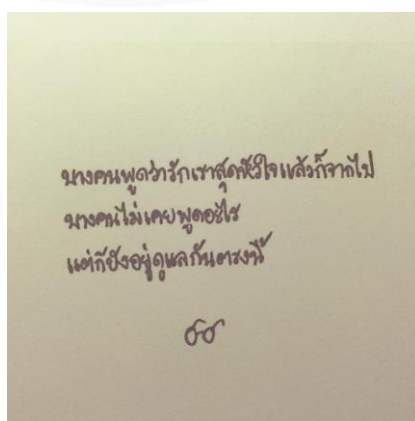
กลุ่มตัวอย่างอธิบายถึงการสอดคล้องกันระหว่างสายตาและคำพูด ซึ่งบางครั้งไม่พูดก็สามารถรับรู้ความรู้สึกได้จากอวัจนภาษาก็คือสายตา แต่ก็ไม่สามารถใช้ได้กับทุกคน เพราะบางคนอ่านสายตาของผู้อื่นไม่ได้ “ใช่ กำลังสอนเรื่องอวัจนภาษา ว่าบางครั้งไม่สามารถพูดออกมาได้แต่กิริยาสายตาที่สามารถอธิบายแทนคำพูดได้เหมือนกัน” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “ก็จริง หนูว่ามันสอดคล้องกันมั้ง ความรู้สึกอธิบายไม่ได้แต่ว่าปฏิกิริยามันตอบสนอง

ความรู้สึกนั้น” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “ก็จริง แต่เป็นคนมองตาคนไม่เก่ง ไม่ค่อยคิดว่าเค้ารู้สึกอะไร” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559) “บางคนมันก็ไม่สังเกตหรือจะมองจนตาถลนก็ไม่รู้หรืออก แต่คำพูดเป็นสิ่งที่แน่นอนที่สุด อย่างน้อยมันก็รู้เลยเวลาพูดออกไป ความรู้สึกบางทีมันกลั่นออกมาเป็นคำพูดไม่ได้” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.67 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 17

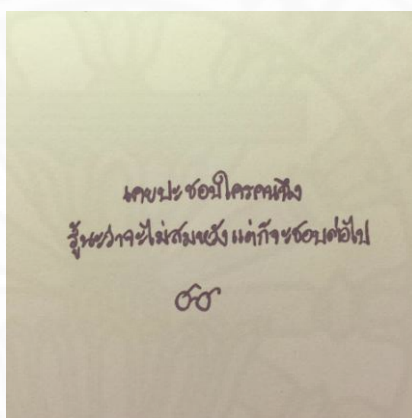
กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าการที่รักกันแต่ไม่สามารถไปด้วยกันได้มีหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นครอบครัวไม่ยอมรับ ต้องห่างกันไปไกล สังคมรอบข้างไม่ยอมรับ พลัดพรากกันเพราะโรค เป็นต้น “คนนี้อาจจะรักกันมาก แต่ไม่ได้เพราะตายจากกันเป็นโรค ครอบครัวแอนตี้เข้ากันไม่ได้มากกว่า” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559) “หนูว่าจริงๆ แล้วการที่เราไปด้วยกันไม่ได้มันก็เศร้าอยู่แล้วนะคะ ไม่ได้ว่ายังรักกัน อยู่รีเปลา่ สังคมคนรอบข้างน่าจะทำให้ไปด้วยกันไม่ได้ด้วย” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “เหมือนละครเลยได้หลายกรณีมาก อย่างพ่อแม่ไม่โอเค หรือต้องย้ายที่โดยที่คนๆ หนึ่งรู้สึกว่าคุณๆ หนึ่งไม่โอเคแล้วก็ทิ้งกันไป รักกันอยู่เหมือนแยกออกไป ก็คงตอกให้เราเจ็บกว่าเดิม” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.68 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 18

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ มองว่าคำพูดนั้นไม่ได้สำคัญไปกว่าการกระทำ และได้ยกตัวอย่างถึงแฟนที่บอกรักกัน กับคนที่มาชอบที่ดูแลดีกว่า เป็นที่ปรึกษาได้ เราก็จะรู้สึกดีมากกว่าแฟนของตัวเอง เป็นต้น “คนเราบางครั้งคำพูดก็ดีมากมายแต่การกระทำมันไม่ใช่เลยที่คนเราบางคนไม่พูดอะไรแต่ทุกวันไม่ว่าจะทุกข์หรือจะสุขเขาอยู่ข้างเราแอมว่ามันดีที่สุดในชีวิต, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

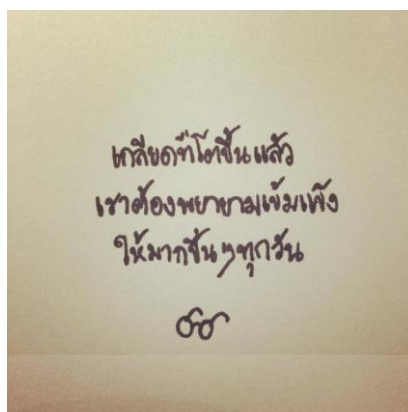
เหมือนเรามีแฟนแล้วก็รักกันดี วันหนึ่งเค้าหายไป แต่คนที่มาชอบเรา อารมณ์ความเป็นเพื่อนแต่ก็รู้ว่าชอบ เค้าก็รู้ว่าเรามีแฟนก็เป็นเพื่อนก็ได้ แต่มันก็มากกว่า เพื่อนชนิดนึง ดูแลดี เป็นที่ปรึกษา คอยซัพพอร์ตให้เรา เราว่ามันได้อารมณ์อีกแบบในการคุยกับคนๆ นี้ มากกว่าเพื่อนชนิดนึง (สาวิณี อุบลวรรณ, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2559)



ภาพที่ 5.69 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 19

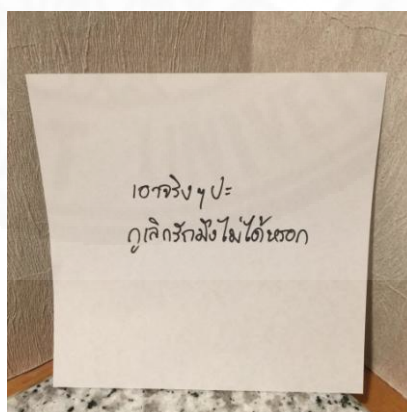
กลุ่มตัวอย่างล้วนแต่เคยแอบชอบ แต่จะมีความคาดหวังแตกต่างกันไป บางคนชอบเฉยๆ เพราะมีความสุขที่ได้ชอบ บางคนเมื่อรู้ว่าจะไม่สมหวังก็จะเลิกชอบ และไปชอบคนใหม่ “เคยๆ สนุกดี ก็ชอบเฉยๆ จริงๆ ตอนเราแอบปีที่สุดท้ายก็คือตอนเราแอบชอบคนเนาะ มันสนุกดี มันตื่นเต้นดี” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559) “อาจจะเคยแต่ไม่ได้คาดหวังขนาดนั้น แต่ก็รู้ว่าเป็นไปไม่ได้แต่ก็ชอบ” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559) “(หัวเราะ) พอรู้ว่าไม่สมหวังก็หาคนใหม่ คือถ้ารู้ว่าไม่สมหวังก็อาจจะชอบน้อยลงมั้งคะ พยายามทำ ถ้าไม่ได้ก็ไม่รู้ว่าจะหวังไปทำไม” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

อันนี้เป็นเหมือนคำถามให้เราถามตัวเองจริงๆ ชอบอะชอบแบบไหนก็ต้องถามว่าชอบแบบไหน บางครั้งเราชอบคุณก็ได้เพื่อให้สมหวังคือฉันชอบเฉยๆ เห็นหน้าตาคนนี้เราชอบ อันนี้เป็นชอบแบบมีความหวังแล้วสุดท้ายเขาไม่สมหวัง เขาก็ชอบต่อไป ก็ไม่เป็นไรแสดงว่าให้ทำใจ มันบอกว่าเออก็ทำใจ (กริธากร สังข์กุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.70 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 20

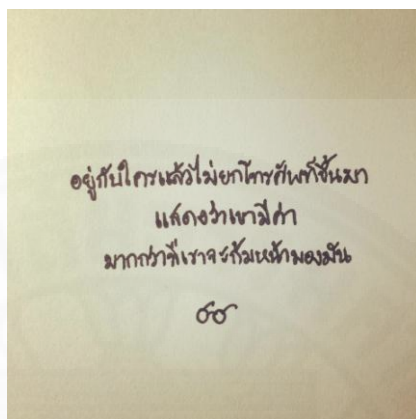
กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ โดยได้แสดงความคิดเห็นว่าเมื่อโตขึ้นก็จำเป็นต้องเข้มแข็งมากขึ้น เพราะชีวิตย่อมมีปัญหาที่เข้ามาเรื่อยๆ ไม่เหมือนตอนเด็กที่อาจจะไม่จำเป็นต้องเข้มแข็ง เพราะมีพ่อแม่คอยปกป้องเราอยู่ “ก็รู้สึกเกลียดจริงๆ โตแล้วอะไรก็มากขึ้นภาระก็มากขึ้นก็ต้องเข้มแข็งมากขึ้น” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “อันนี้จริง เพราะต้องเข้มแข็งจริงๆ ยิ่งโตต้องยิ่งเข้มแข็ง มันมีภาระเข้ามาที่เราหลีกเลี่ยงไม่ได้ พอเราเป็นเด็กเราหลีกเลี่ยงได้ เราก็ฟ้องพ่อแม่ พ่อแม่ก็บอกเราไม่ต้องไปยุ่งกับมัน เราก็ไม่ยุ่ง แต่พอเราโตเราต้องรักษา EQ เราให้สูงให้ได้” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559) “จริงๆค่ะที่เพราะว่า เราโตขึ้นทุกวันอะไรอะไรก็เข้ามาถาโถมเราทุกวันๆ เราต้องพยายามให้มันเข้มแข็งมากขึ้นกว่าเดิม” (อนุสรรา นูตาดี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.71 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 21

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นอย่างหลากหลาย การกล่าวคำว่า “เลิกรักไม่ได้” อาจจะเพราะยังทำใจไม่ได้ที่ต้องยุติความสัมพันธ์ หรือบางคนก็กล่าวว่าเลิกรักได้ เพราะโดนกระทำเกินกว่าที่จะรักต่อไป “เหมือนคนกำลังพุ่มพวย เหมือนเคยเลย เคื่บอกเลิกแต่เราทำใจไม่ได้ไง เราเลิกรักคุณไม่ได้หรอก ต่อให้เลิกกันไปเราก็งัยรักอยู่ หรือถ้าคบกันอยู่ก็เหมือนแสดงความชัดเจนให้

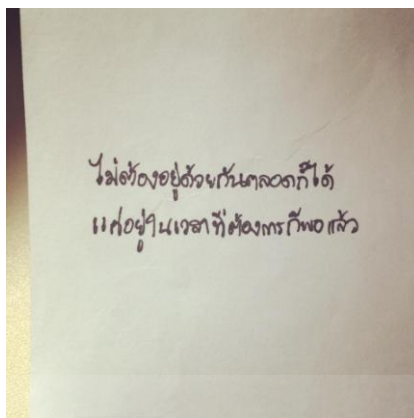
เค้าฟัง” (ปิ่นพัฒน ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “อันนี้อารมณ์ไหนอะ เพิ่งอกหัก มาใหม่ๆ รีเปลา แบบบอกหักมาไม่เกิน 3 เดือนกำลังเพ้ออยู่ว่าเลิกรักไม่ได้” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “อันนี้แล้วแต่คนอะพี่บางคนก็เลิกรักได้ เพราะว่าสาเหตุที่เขาทำกับ เราทำให้เราไม่สามารถรักเขาได้ต่อ” (อนุสราน นุฑาดี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.72 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 22

กลุ่มตัวอย่างมองว่าคนสำคัญนั้นหมายถึงพ่อแม่ คนรัก ซึ่งโทรศัพท์เป็น ปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต คนส่วนใหญ่ติดโทรศัพท์ ดังนั้นถึงแม้ว่าจะเป็นคนสำคัญก็ยังคงเล่น โทรศัพท์อยู่ “หนูติดโทรศัพท์นะ ต่อให้เป็นคนสำคัญหนูก็เล่นโทรศัพท์อยู่ดีก็เลยไม่รู้เหมือนกัน ก็ไม่ เกี่ยวกัน หนูติดเกมยังไงก็ต้องเล่นอะ” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “ไม่ เห็นด้วยเพราะว่าตัวเองก็ติดโทรศัพท์ คืออาจจะไม่ได้เล่นอย่างเดียว บางทีเราทำงานกับโทรศัพท์ พี่ ปุ่มกับแฟนไม่เคยว่ากันเรื่องนี้ ไม่คิดว่ามันอะไร” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)

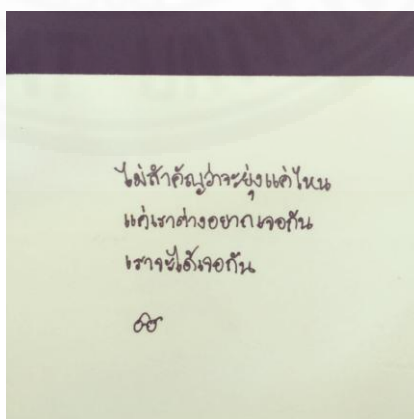
พ่อแม่กลับมาบ้าน กินข้าวเสร็จก็เข้าคนละมุม ทำงานเล่นโทรศัพท์ ไปห้องตัวเอง ชีวิต แต่ละวันน่าเบื่อมาก เล่นไปเล่นมาก็นอนพรุ่งนี้ต้องไปโรงเรียน เราก็เล่นโทรศัพท์ตลอด อยู่แล้ว จะได้คุยกันตอนกินข้าว ตอนไปออกกำลังกาย (ปุณณมาส ผิวขำ, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559)



ภาพที่ 5.73 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 23

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ โดยแสดงความคิดเห็นว่าการเป็นแฟนกันไม่จำเป็นต้องอยู่ด้วยกันตลอดเวลา แต่ในเวลาที่ท้อแท้ เสียใจ เวลาที่มีปัญหาต้องการคนช่วยก็ต้องอยู่ดูแลกัน “คนบางคนคบกันเป็นแฟนกันไม่จำเป็นที่จะต้องอยู่ด้วยกัน อย่างพี่กับแฟนไซปะ ไม่ได้อยู่ด้วยกันอยู่คนละจังหวัด แต่แค่ในเวลาที่เรารต้องการเขาเขาต้องการเราก็อพอ” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)

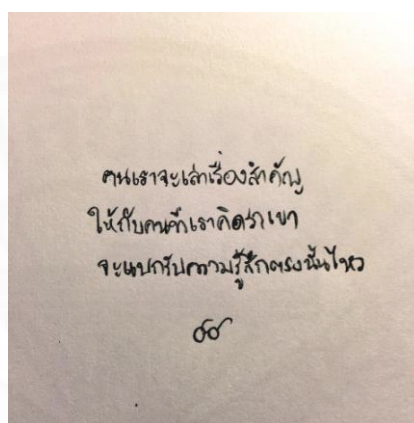
หนูว่าไซอะ ไม่ต้องอยู่ด้วยกันตลอด แต่ในเวลาที่ต้องการก็ต้องมีใครที่อยู่ข้างๆ ก็คงจะดีกว่า เช่น เวลาแฟนเมื่อถึงเวลาที่เรารต้องการแล้วเค้าไม่อยู่ ก็ต้องดูแลตัวเองก็ไม่รู้ว่าจะต้องเป็นแฟนกันไปทำไม (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)
อันนี้เหมือนพูดกับคนรักอะครับ ว่าบางทีมันต้องมีที่ว่างให้กัน บางทีที่เรารต้องการเค้าล้มเสียใจ แค่นั้นก็พอแล้วเหมือนมาเติมตอนที่เรารหายไป ตอนที่เรารไม่เหลือแรงแล้ว ให้เค้ามาดูแลเราก็อพอแล้ว (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.74 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 24

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ มองว่าถ้ารักกันก็ต้องหาเวลาเจอกันได้ ถึงแม้จะเป็นระยะเวลาสั้นๆ ก็แสดงให้เห็นถึงความพยายามที่จะมาหา “ไซอะ เช่น คนนั่งงานยุ่ง

คนนิ่งไม่วาง แต่ถ้าอยากเจอกันมันก็ต้องมาหากันให้ได้ 5 นาทีก็พอ อยากเห็นหน้ามันเป็นสิ่งที่แสดงว่ายังรักกันอยู่ งานก็สำคัญแต่มันก็มาได้ 5 นาทีเอง” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “ถึงต่อให้ไม่มีเวลาเลยมันเป็นไปได้ คนเรารักกันเห็นความสำคัญก็ต้องได้เจอกันปะวะ นิดนึ่งก็ยังดี” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559) “ใช่ ส่วนใหญ่จะเป็นผู้หญิงที่จ้องแง้งต้องเจอ แต่พอเราโตขึ้นเราก็ต้องมีเหตุผล ถ้าพี่เซ็งมา วันนี้เราต้องเจอแฟนให้ได้ ไม่อยากอยู่คนเดียว ถ้าแฟนรักเราก็ต้องมาเจอ” (ณชานา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)

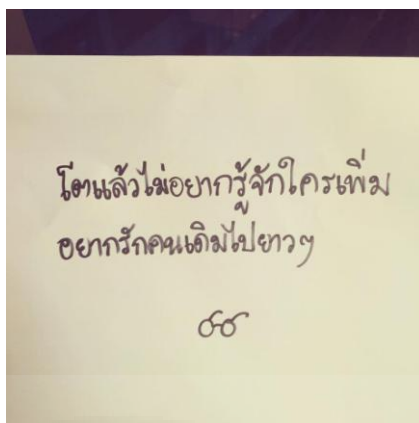


ภาพที่ 5.75 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 25

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไม่ตรงกับคำคม โดยคิดว่าการที่จะเล่าเรื่องให้ใครฟังไม่ได้นึกถึงว่าคนนั้นจะแบกรับความรู้สึกของเรา ไหวหรือไม่ คิดเพียงแค่ว่าคนนั้นจะสามารถหาคำตอบให้เรา ช่วยเราแก้ปัญหาหรือช่วยตัดสินใจได้ “ไม่ได้คิดว่าเค้าจะไหวไม่ไหว คิดแค่ว่าเค้าจะฟังเราและช่วยเราเคลียร์ยังไงมากกว่า” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)

ไม่ สำหรับปิ่น ดูว่าเขาเป็นใครมีพื้นฐานความรู้เรื่องนี้มากน้อย เหมือนกับเราไม่ได้บอกทุกเรื่องกับทุกคน มีบางเรื่องที่จะเล่าได้แค่คนนี้ เหมือนกับว่าเราก็ต้องเลือกเล่าเรื่องให้เหมาะสมกับคน แต่สมมติว่าเราจะระบายอารมณ์ บางครั้งเราอาจจะอยากแค่เล่าเฉยๆ แบบไม่ได้สนว่าเค้าจะอยากฟังหรือไม่อยากฟัง ถ้าเรื่องสำคัญก็เลือก ถ้าไม่สำคัญก็ปล่อยไปเรื่อยๆ (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

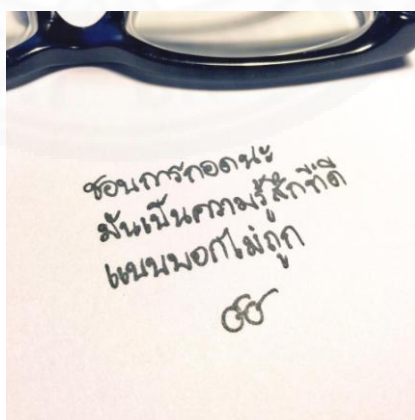
เรามองมุมเพื่อน เราไม่ได้คิด เราเล่าให้กับคนที่ไว้ใจได้ แล้วอีกอย่างนึงมัน ไม่มีอะไรที่มันรับไม่ไหวอะ ไม่คิดเลยว่ารับไม่ไหว เราคิดว่าเล่าแล้วต้องได้รับคำปรึกษาหรือการตัดสินใจมาให้เรา (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.76 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 26

กลุ่มตัวอย่างแสดงการแสดงความคิดเห็นออกเป็น 2 ส่วน โดยมองว่าโตะแล้วไม่อยากจะรู้จักใครเพิ่มนั้นไม่ใช่ เพราะการได้รู้จักคนเยอะๆ นั้นอาจจะส่งผลดีกับตัวเรา ส่วนอยากรักคนเดิมไปยาวๆ นั้นมองว่าใช่ เมื่อคนที่เรารักติดอยู่แล้วก็อยากจะรักไปนานๆ “เค้าว่ารู้จักกับคำว่ารักมันไม่เหมือนกันมัย เราอยากรู้จักเพิ่มใครก็ได้ แต่เวลารักๆ คนเดียว” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “ทำไมอะ ก็แฟนคนเดิมก็รักไปสิ แล้วไม่อยากจะรู้จักใครเพิ่มมันเป็นไปได้ปะ มันคนละเรื่องกับการรู้จักคนเพิ่มนะไม่ใช่ว่าต้องไปเป็นแฟนกัน รู้จักเฉยๆ ก็ได้ เพื่อนร่วมงานก็ได้” (ณัฐคนเณศร์ บุญผาสุก, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2559)

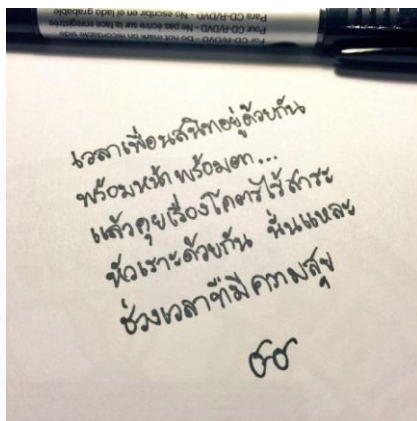
ไม่ เราควรรู้จักคนเพิ่มขึ้น เพราะว่า connection มันสำคัญ เราไม่รู้เลยว่าต้องทำอะไรอีกบ้าง ตอนเด็กๆ เราไม่เคยต้องมีงาน เช่น งานศพ งานบวช งานบุญ งานแต่ง มันมีจะดีกว่าเยอะเลย อยากรักคนเดิมไปยาวๆ ใช่ คนไหนที่ดีกับเราอยู่แล้วเราก็ keep เค้าเอาไว้เนาะ (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)



ภาพที่ 5.77 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 27

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ แสดงความคิดเห็นว่าการกอดเป็นเหมือนการให้กำลังใจในยามที่ท้อแท้ เสียใจ นอกจากนั้นยังเป็นการให้กำลังใจได้อีกด้วย “ใช่ค่ะถ้าเรา

กอดเราจะได้สัมผัสใช้ใหม่ มากกว่าจับมืออะ คือมันได้ทุกส่วน อย่างเวลาเสียใจแบบนี้ได้กอดใครสักคนได้ร้องไห้ใส่ใครมันก็จะรู้สึกโล่งขึ้นหรือไม่ก็คิดถึงมากๆ ได้กอดมันก็ดี” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559) “การกอดคือการบอกรักอีกวิธีหนึ่งมันเหมือนให้ความอบอุ่นให้กำลังใจ” (อนุสร นุตาดี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

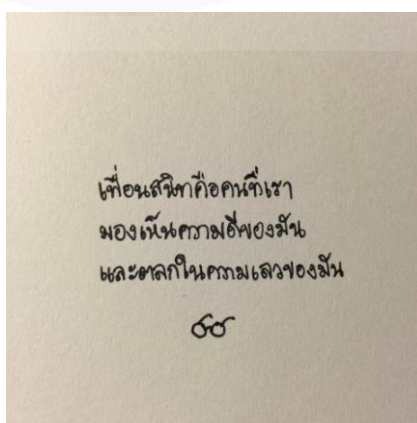


ภาพที่ 5.78 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 28

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าเพื่อนมาเจอกันก็มีความสุขเสมอ อาจจะไม่ต้องคุยเรื่องไร้สาระก็มีความสุขได้

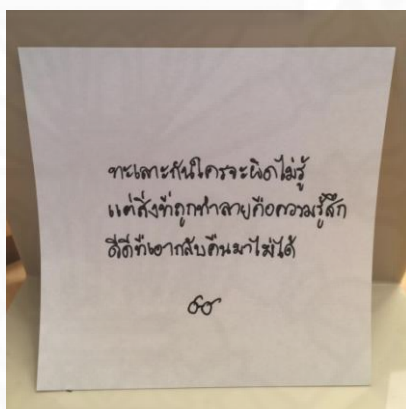
มันแล้วแต่วัย เด็กๆก็จะคุยเรื่อง o-net และ a-net คนที่เรียนปริญญาโทด้วยกันก็จะคุยเรื่อง thesis ในวัยที่จะต้องซื้อบ้านก็ต้องคุยเรื่องกู้บ้านกู้ซื้อรถ มันไม่ถึงกระทั่งเรื่องไร้สาระแต่มันก็สนุกอะ แต่ก็มีเรื่องผู้ชาย อยู่ด้วยกันมันก็สนุกอยู่แล้วเหมือนได้แชร์กันเรื่องอะไรก็สนุก (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)

มันต้องกินอะ แต่พอมาคิดก็แบบว่าเราไม่มีเวลามานั่งคุยเรื่องโคตรไร้สาระแล้วอะพี แค่ตอนนี้นัดไปกินข้าวกัน ถามเรื่องงาน จริงๆ นะ แค่นั้นก็มีความสุข มันไม่ต้องนั่งคุยเรื่องโคตรไร้สาระก็ได้นะ (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.79 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 29

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นขัดแย้งในส่วนของ “การตกลงในความเลวของเพื่อน” โดยมองว่าหากเพื่อนสนิททำเรื่องเลวหรือทำผิดมาก็ต้องตักเตือนกัน ว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดี ไม่ได้ตกลงในความเลวที่เพื่อนทำ “ไม่ตกลงนะ ความดีเห็น ถ้าทำในสิ่งที่ไม่ถูกต้องก็ต้องบอก เป็นคนที่ต้องบอกตลอดเวลาแบบว่าไม่ถูก ไม่ดี ต้องเปลี่ยน ถ้ามันทำอะไรไปซะๆ มันก็ตกลงแหละ” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “ก็จริง แต่ตกลงในความเลวของมันมัย มันไม่ทุกเรื่อง ในเมื่อมันเป็นเพื่อนสนิทเราต้องเตือนมันได้ว่าเรื่องนี้มันไม่ตกลงนะ มันไม่ดี เราต้องบอกเค้าได้ว่าไม่ดี พวกเขเปลี่ยน” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559) “ไม่ถึงกระทั่งตกลงในความเลว ในความเลวอาจจะไม่ถึงกระทั่งเลว อาจจะเป็นเรื่องที่ทำให้สาธารณะไม่ได้ก็เป็นความเลวแต่ไม่ได้เลวร้ายอะไรขนาดนั้น ก็ใช่” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “ไม่เคยตกลงในความเลวของใครเลยนะ แต่ว่าความดีก็มองเห็นแหละ แต่ถ้าเลวก็บอกนางแหละมั้ง แกไม่โอเคปะ ถ้ายังทำก็ต้องปล่อย” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



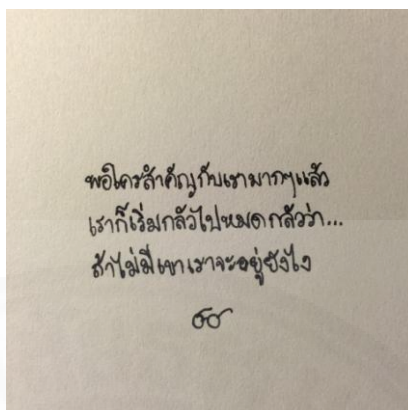
ภาพที่ 5.80 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 30

กลุ่มตัวอย่างคิดว่าคำคมชุดนี้เหมือนเป็นการเตือนให้คนไม่ทะเลาะกัน เพราะการทะเลาะกันมักจะมาแต่เรื่องราวไม่ดี เป็นการสาดอารมณ์เสีย กล่าวคำพูดที่ไม่ดีใส่กัน “ก็จริงนะ มันไม่ต้องหาคนผิด สุดท้ายมันก็ไม่มีใครรู้สึกดีกับเรื่องพวกนี้ มันอาจจะเสียความรู้สึกไปแล้วนิดนึง อ่านแล้วรู้สึกว่าจะอย่าทะเลาะเลย” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

ทะเลาะกันเราไม่หาคนผิดหรอก ไอ้ที่หายไปคือความรู้สึก เหมือนมีอะไรติดอยู่ในใจ ผมเคยเลยส่วนตัวเลย พยายามจะเอาความรู้สึกกลับมาแล้วเอาคืนมาไม่ได้ เหมือนอยากสอนให้คนที่ยังไม่เคยเจอให้รู้ว่าทะเลาะกันมันไม่ดี (ปัญญพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

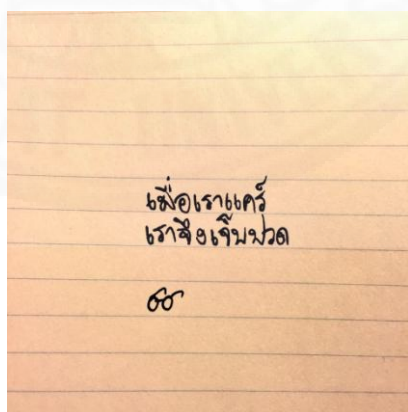
ต้องคิดก่อนที่จะทะเลาะ แสดงว่าเค้าคิดดีนะ เวลาทะเลาะคนใช้อารมณ์มากกว่า พอเราอ่านอันนี้เราก็ไม่อยากจะทะเลาะ ควบคุมอารมณ์ เป็นการเตือนเราเหมือนกันนะ ถ้ามันฟัง

ความรู้สึกนี้ก็อยู่กับเราไปอีกนาน มันจะมีเสี้ยวเล็กๆ ถ้าเราทะเลาะกันบ่อยๆ มันก็จะ
เป็นราก เป็นรากความขมขื่นในใจ (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.81 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 31

กลุ่มตัวอย่างได้หมายถึงเพื่อนร่วมชั้น เพื่อนร่วมงานที่รักกัน เคยช่วยเหลือ
กัน เมื่อจากกันไปก็เกิดความรู้สึกว่าจะทำอย่างไร เมื่อไม่มีเขาแล้วเป็นความรู้สึกใจหายที่ต้องจากกัน
ไป แต่ในที่สุดก็ต้องอยู่กับตัวเองให้ได้ “จะขึ้นม.1 ต่างคนต่างไป ก็กลัวว่าเค้าจะไปสนิทกับคนอื่นแล้ว
ไม่สนิทกับพวกหนู แต่ก็ช่างเถอะปล่อยเค้าไป” (ปทุมมาส ผิวขำ, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559)
“ก็จริงอันนี้ เหมือนที่ทำงานถ้าคนนี้เค้าสำคัญกับเรามากๆ ถ้าไม่มีเค้าแล้วเราจะอยู่ได้มั๊ย” (ชนาธิป
อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559) “บ้า ไม่หรอก มันไม่ต้องกลัวไปหมด แต่มันก็มีความคิด
ถ้ามีเค้า น่าจะดีกว่า ถ้าไม่มีเค้าอยู่ก็น่าจะอยู่ได้แต่อาจจะแฮปปี้หน่อยลง ก็อยู่ได้” (นารินทร์ แสงศรี,
สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



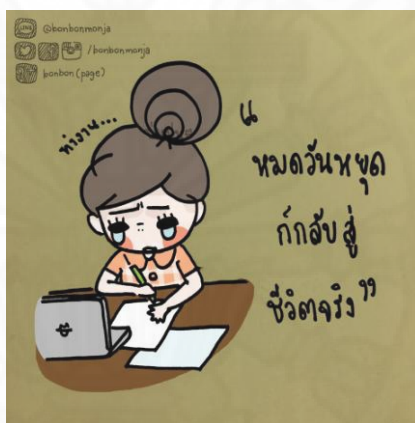
ภาพที่ 5.82 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 32

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้เพราะการที่เราใส่ใจใครนั้นหมายถึงเรา
เอาใจไปผูกกับคนนั้น เมื่อไม่ได้รับการตอบสนอง หรือเมื่อต้องใส่ใจกับใครนานๆ ก็จะมีความรู้สึก
ผิดหวัง เหนื่อยใจ

ทุกเรื่องไม่ว่าเราจะแคร์ใครก็ตาม แคร์เพื่อน แคร์แฟน เพราะเราให้ความสำคัญเนอะ คนแคร์คือคนที่จริงใจ ที่เจ็บปวดก็เพราะคนแคร์คือคนซึ้งน้อยใจ บางทีอีกคนไม่ได้ทำอะไรเลย แต่เราคิดไปเอง นอยด์ คิดเองเออเอง (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)

ก็จริงเราแคร์มากเราก็จะเจ็บปวดมาก ก็คือเราจะคิดทุกครั้งที่เราพูดกับเค้าไม่ว่าจะทำอะไรเราจะคิดเสมอว่ามันจะทำให้เค้ารู้สึกยังไง (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)

ด้วยเพื่อน ด้วยแฟน ถ้าเราแคร์มันมากๆ พอมันไม่เป็นอย่างที่เราคิดมันก็เสียความรู้สึก มันก็ไม่ได้เจ็บปวดขนาดนั้น บางทีอ่านมันก็ไม่ได้ตรงตัวแต่เค้าเขียนขึ้นมาให้เรา รู้สึกเห็นภาพกับสิ่งที่เค้าจะสื่อ (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.83 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 33

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกร่วมกับคำคมชุดนี้ก็ต่อเมื่อต้องไปทำงานหรือไปเรียนหลังจากที่หยุดมา ส่วนใหญ่ก็จะเป็นคนที่ทำงานจันทร์ - ศุกร์ ซึ่งผู้ที่ทำงานฟรีแลนซ์ก็จะกล่าวว่าไม่ค่อยรู้สึกคล้อยตาม เพราะวันหยุดของเขานั้นไม่ตรงกับวันหยุดของคนทั่วไป “ใช้กะพี่หมดวันเสาร์ อาทิตย์เราก็ต้องกลับไปทำหน้าที่ของเรา ยังไม่ยอมให้ถึงวันที่ต้องทำงานหรือไปเรียน” (อนุสรรา นุตาดี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “มันก็คือเอาความจริงมาพูดแหละแต่มันไม่ดาร์ก มันไม่หตุหตุ มันก็คือความจริง ถ้าคนแชร์ก็แชร์แบบ แชร์เฉยๆ หมดวันหยุดก็ไปเรียน อารมณ์แบบก๊วยไม่พร้อม” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

เราจะไม่ซีเรียส เพราะเราทำฟรีแลนซ์ จะมีวันหยุดต่างจากพวกออฟฟิศ อาจจะมีงานหรืออาทิตย์นี้ไม่มีงานเลย อาทิตย์หน้าเต็มจันทร์ถึงอาทิตย์ อย่างเค้าดีใจกันหยุดยาวเราก็จะเฉยๆ ก็โชคดียังไงที่ไม่ต้องตื่นเช้าวันจันทร์ รถติด คนเยอะ มันก็จะแตกต่างกันไป (สาวิณี อุบลวรรณี, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2559)



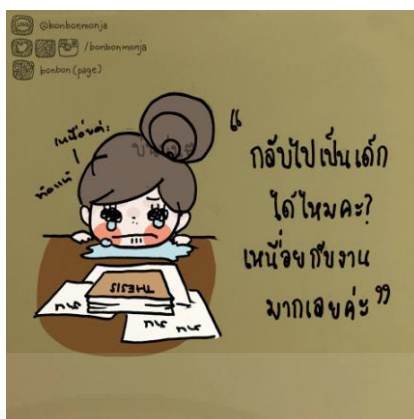
ภาพที่ 5.84 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 34

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ คิดว่าวันหยุดนั้นผ่านไปเร็วไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลาที่ปิดเทอมหรือวันหยุดยาวในช่วงปีใหม่ เป็นต้น “มันเป๊ะมาก แป๊ปๆ ก็เปิดเทอมแล้ว ไม่อยากทำการบ้าน” (ภาพตะวัน ท้าวอนนท์, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559) “คิดถึงวันหยุดยาว 31 แล้วเหอ (ปีใหม่) ทำไมหยุดแปดเดียวเอง ยังไม่หายเหนื่อยเลย” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)



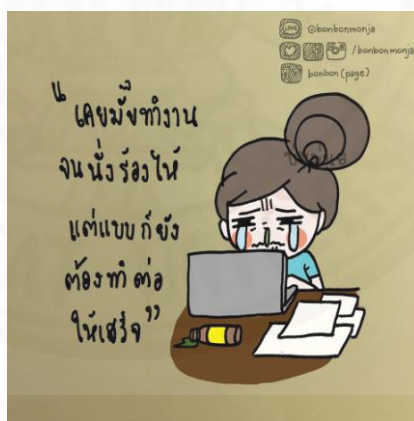
ภาพที่ 5.85 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 35

กลุ่มตัวอย่างเคยรู้สึกเช่นเดียวกับคำคมชุดนี้ และได้แสดงความคิดเห็นแตกต่างกันไปตามแต่ประสบการณ์ เช่น มีลูกแล้วก็ไม่สามารถทำเช่นนี้ได้อีก หรืออาจจะแชร์เพราะรู้สึกว่ามันสนุกๆ ไม่เครียด “ก็กล่าวถึงวันเสาร์ วันหยุดยาวๆ อะไรแบบนี้มันก็จริง ไม่ได้เป็นมานานแล้วมีลูก” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559) “ใช้ถูกต้องที่สุดเหมาะสำหรับนักศึกษาและวัยทำงานทุกวัย” (กริธากร สังข์กุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “เห็นด้วยครับ กลับไปจะไปแชร์ด้วย มันเหมือนเอาฮา อารมณ์ขี้เกียจ” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.86 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 36

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าคำคมชุดนี้แสดงถึงช่วงเวลาที่เหนื่อยกับงาน การบ้าน เมื่อโตขึ้นก็ต้องรับภาระที่มากขึ้น ซึ่งต่างกับตอนเด็กที่จะงอแงได้ ไม่ต้องเหนื่อยเท่าตอนนี้ “อันนี้ปัญหาทั้งนักศึกษาทั้งการทำงานจะไปถึงการเรียนการทำ thesis อะไรก็ได้” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “คือเบื่อแล้วอะสังคมการใส่หน้ากาก งานที่เยอะ หรือปัญหาขอไปงอแงไม่ต้องคิดอะไรได้มัย” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559) “ตอนนี้เลยครับ คนไฟนอล สอบเอนท์ เข้ามหาลัย โพรเจค ตอนเด็กปลุกถ่วงอก” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.87 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 37

กลุ่มตัวอย่างความคิดเห็นออกเป็น 2 แบบ คือ เคยและไม่เคย คนที่เคยนั้นจะอยู่ในช่วงวัยทำงานที่จำเป็นต้องทำและแก้ปัญหาให้ได้ ส่วนคนที่ไม่เคยนั้นจะเป็นนักเรียนที่แก้ปัญหาด้วยการจ้างทำ “แอมไม่มีค่ะแอมจ้างเพื่อนเอาส่วนใหญ่ขี้เกียจ จะไปร้องไห้ทำไมอะพีแค่ งานเองคิดอะไรเยอะ” (อนุสราน นุตาดี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “เคยๆ อาจจะรู้สึกว่ามันเหนื่อย ในขณะที่คนอื่นกลับบ้านหมดแต่เราต้องทำงาน ทำไม่ต้องเป็นเราคนเดียว หรือว่าทำงานที่ทำ

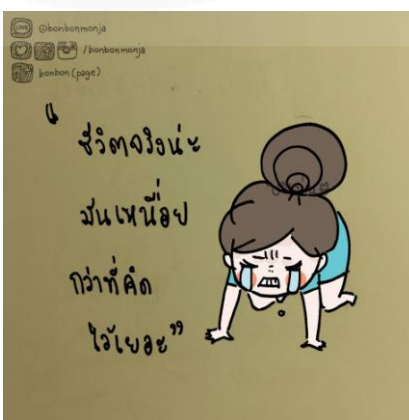
มาตลอดแล้วต้องมาถูกรื้อถูกแก้ไขใหม่ทั้งหมด ก็จะคิดว่าทำไมต้องมาทำใหม่หมดเลย หรือว่าแบบทำไปก็ไม่ดีแล้วมาให้เราทำทำไม” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)



ภาพที่ 5.88 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 38

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ โดยให้ตัวอย่างเป็นเรื่องของอาชีพในวัยเด็กที่อยากเป็นทหาร เป็นแพทย์ แต่เมื่อเวลาผ่านไปก็รู้ความเป็นจริงว่าเราไม่สามารถเป็นได้เพราะความสามารถอาจไม่ถึง หรือมีความชอบที่เปลี่ยนแปลงไป “เพราะตอนเด็กๆ มันต้องคาดหวังว่า โตแล้วมันก็ต้อง อยากเรียนหมออยากเป็นหมอ เรียนจบแล้วก็อยากเป็นหมอ เรียนจบแล้วก็อยาก รักษาคนป่วย พอโตขึ้นก็ต้องดู Limit ตัวเองว่า โง่ เป็นไม่ได้หรอก” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)

คนเราทุกคนมันมีสิ่งที่ยากเป็นตั้งแต่เด็กใช่ปะ แต่พอชีวิตคนเรามันโตขึ้น มันมีประสบการณ์มากขึ้น ทำให้ความอยากบางอย่างในตอนเด็กเราหายไปถามว่าตอนเด็กๆ ทุกคนเลยแม่งฝันอยากเป็นทหาร แต่พอโตมามันก็รู้ว่าความชอบของคนมันเป็นยังไงมัน ก็เปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ จากเด็กที่เคยเป็นทหารปัจจุบันอาจจะเป็นหมออะไรอย่างนี้มัน ก็ไม่เชิงทุกเรื่อง มันก็เปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ” (ณัฐคนเศร์ บุญผาสุก, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.89 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 39

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ ได้ให้ตัวอย่างตามประสบการณ์ของตนเองว่าเมื่อเรียนจบก็คาดหวังว่าการทำงานจะราบรื่น แต่จริงๆ แล้วนั้นมีปัญหามากมาย ความคิดนี้กลุ่มตัวอย่างมองว่าเป็นความคิดของวัยทำงานช่วงต้น ที่มีการเปลี่ยนแปลง เมื่อชีวิตเหนื่อยไม่ได้สบายอย่างที่คิดจึงต้องเผชิญหน้าและสู้ต่อไป “ก็ใช่ เพราะในนิยายกับการ์ตูนเราเขียนขึ้นมาได้ แต่ในชีวิตเราเราต้องเผชิญหน้ากับทุกอย่างอยู่” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “เหนื่อยแต่น่าจะเป็นลักษณะที่แบบเป็นเด็กที่เพิ่งเริ่มทำงาน เพิ่งโต หรืออะไรที่มันเปลี่ยนแปลง” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)

เรียนจบมาขั้นจะต้องมีงานแบบนี้ ต้องมีเพื่อนร่วมงานอย่างนี้ ต่อให้เจ้านายไม่ได้เราก็จะทำให้เค้าประทับใจให้ได้ ตอนนั้นคิดแบบนี้เนาะ พอมาทำงานจริงๆ ไม่ใช่ เจอปัญหาเยอะมากๆ เพื่อนอีก เจ้านายอีก ลูกค้ายาก ในแต่ละวันมันก็มากมาย มันไม่ได้คิดเหมือนตอนอยากจบมาทำงาน (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.90 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 40

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าเมื่อโตขึ้นก็จะเจอเรื่องราวที่ไม่เคยเจอในตอนเด็ก เรื่องราวเยอะขึ้น ภาระมากขึ้นก็เหนื่อยมากขึ้น “ก็เพราะมันต้องเจอปัญหาเยอะๆ เจอปัญหานั้นนั่นนั่นหลากหลาย ในสิ่งที่เราอาจจะไม่เคยเจอตอนเด็กๆ มันก็เลยทำให้มีเรื่องเยอะมากขึ้นเราก็เลยเหนื่อย” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559) “มันก็คือเหนื่อย มันก็เหนื่อยเพิ่มขึ้นแหละชีวิตอะ ชีวิตคนเรา คือภาระมันก็มากขึ้น” (ณัฐกณเฑียร บุญผาสุก, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2559) “มันต้องเจออะไรหลายอย่างนะพี่ อย่างที่บอกตอนเด็กๆ มันไม่คิดอะไรพอโตขึ้นมา มันอะไรก็ไม่รู้มันเข้ามาเต็มไปหมดมันทำให้เราคิดมันเหนื่อย” (อนุสรรา นูตาดี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.91 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 41

กลุ่มตัวอย่างมีความเครียดแตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเรื่องการทำงาน เรื่องเรียน การดำเนินชีวิต แต่อย่างไรก็ตามตอนเด็กก็ไม่ใช่ว่าจะไม่มีเรื่องเครียด แต่ด้วยความที่เรามองย้อนกลับไปในวัยเด็กทำให้เห็นว่าปัญหานั้นมันเล็กน้อยมาก เมื่อเทียบกับตอนโต

ก็จริงอะ พอโตก็รับผิตชอบอะไรมากขึ้นทั้งเรื่องกระจุกกระจิก เทียวไป มารับผิตชอบงานใหญ่ๆ มันก็เครียดจริงนะ เหมือนรับผิตชอบชีวิตตัวเอง ตอนเราเด็กเรามีคนคอยดูแล เทคแคร์ มีคนคอยสนใจ โตขึ้นก็อยู่กับตัวเองเพิ่มขึ้น (สาววิณี อุบลวรรณ, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2559)

เหมือนยิ่งโต ยิ่งโง่ ป. 1 สอบได้ที่ 4 ป.2 สอบได้ที่ 8 ป.3 สอบได้ที่ 5 ป.4 สอบได้ที่ 5 พอป.5 เท่านั้นแหละตกไปอยู่ 13 แต่ก็บอกตัวเองไม่เป็นไรเพราะ ป.5 ห้องคิง ป.6 มาอยู่ที่ 9 รู้สึกว่าโง่งลงไปเรื่อยๆ เครียดกลัวแม่ตำ วันนึงสอบห้อง EP ไม่ได้ แม่โทรมาตำ ร้องไห้บนรถ ก่อนไปดูผลสอบเพื่อนบอกว่าแม่แกจะตำทำไม (ปุณณมาศ ผิวซ่า, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559) “ตอนเด็กก็เครียดจำเป็ยไม่เท่ากัน รองเท้าหาย มีเรื่องทีเครียดต่างกัน” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.92 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 42

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าคำคมชุดนี้ว่าในวัยเด็กเรามีความสุข เพราะไม่ได้คิดอะไรมาก แต่เมื่อโตขึ้นมาก็มีความสุขในอีกมุมหนึ่ง อารมณ์แบบในคำคมเป็นช่วงเวลาหนึ่งของชีวิตเท่านั้น ไม่ได้เป็นตลอดไป

ไม่ได้คิดอะไรไง มันเหมือนเป็นวัยของคนเปลี่ยนไปทำงานมันไม่ใช่วัยที่มีบ้านมีรถแล้ว เป็นวัยที่กำลังเปลี่ยนจากจบมหาลัยไปทำงาน หรือว่าเรียนมหาลัย แล้วงานเยอะๆ ทำให้เรารู้สึกว่ามันไม่ค่อยมีความสุข (กริธากร สังข์กุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)

ตอนเด็กเราไม่ต้องคิดอะไรมากเราไม่ต้องมีความรับผิดชอบแต่พอโตมาเราต้องมีความรับผิดชอบมากขึ้น รู้จักความอดทนมากขึ้น ตอนเด็กความสุขก็คือวิ่งเล่นกับเพื่อน ขอให้ได้เล่นก็พอ แต่ความสุขในตอนนี่คืออยากประสบความสำเร็จในชีวิตอยากมีตั้งค์ มันก็จะยากขึ้นกว่าเดิมเครียดกว่าเดิม (อนุสรา นุตาดี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

ตอนเด็กก็มีความสุข ตอนนี่ก็เชื่อว่าจะไม่มีความสุข ชอบคิดว่าถ้าเราไม่มีความสุขแล้วมันไม่ดีก็เลยไม่อยากคิดมัน คิดได้นะแต่คิดแล้วต้องผ่านมันไปให้เร็ว (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)



ภาพที่ 5.93 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 43

กลุ่มตัวอย่างมีอารมณ์ร่วมกับคำคมชุดนี้ โดยอยากให้ชีวิตเป็นเหมือนเกม ช่วงเวลาที่ยาก ที่มีปัญหาที่สามารถเริ่มใหม่ได้ แต่ในชีวิตจริงไม่สามารถทำแบบนั้นได้ ดังนั้นจึงต้องมีสติในการดำเนินชีวิต “ใช่คือแบบเกมเริ่มใหม่ได้เล่นไม่ผ่านก็ replay อะไรแบบนี้ กับชีวิตนี้มันไม่ใช่ใจ แต่ก็ถ้ามันเป็นไปได้ก็อยากให้มันเป็นแบบนั้น” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)

“ใช้ชีวิตเหมือนเกมก็ดีบางทีเราไม่พอใจตรงนี้เราก็กดเริ่มใหม่ได้ แต่ชีวิตจริงมันเปลี่ยนไปเรื่อยๆ มันถอยไม่ได้ ฉะนั้นทำอะไรมองหน้าคิดหลังชัดเจน คิดดีๆ” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.94 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 44

กลุ่มตัวอย่างเคยมีอารมณ์เบื่อทุกอย่างแบบในคำคมชุดนี้ แต่ก็จะไม่อยู่ในอารมณ์นั้นนานๆ เพราะต้องดำเนินชีวิตต่อไป “เคยค่ะ แต่ว่าแป๊บเดียวนะคะ” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “อันนี้เป็นนะอยู่ดีๆ ก็เบื่อ คืออาจจะแบบว่าหลายๆ อย่างสะสม” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559) “ก็เคย แต่เราก็เบื่อได้แค่ ณ เวลานั้น เราก็ต้องกลับมารับหน้าที่ต่อ รับสิ่งที่เกิดขึ้นต่อไป” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.95 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 45

กลุ่มตัวอย่างมีทั้งเห็นด้วยกับคำคม โดยแสดงความคิดเห็นว่าตนเองเป็นคนหุ่นมาตรฐานแต่เจอคนที่ตัวเล็กกว่าจึงทำให้ตนเองนั้นดูอ้วนขึ้นมา สำหรับผู้ที่ไม่รู้สึกโดนก็คือคนที่ไม่ได้อ้วน “เวลาถ่ายรูปมาดูขาตัวเองมันยาวแล้วมันเล็ก อยากให้ขาใหญ่กว่านี้จัง เพื่อนแต่ละคนอยากได้ขาเหมือนเรา เดินแล้วสวย สวยหล่ออย่างกับขาตะเกียบ” (ปุณณมาส ผิวขำ, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559) “โอแบบนี้คนอ้วนจะเข้าใจมากกว่า ไม่ว่าจะเพจไหนก็ตาม พี่ก็จะเฉยๆ ไม่ตรง” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559) “ใช่มันไม่แพ้เจอคนตัวเล็กกว่าแบบนี้ กลายเป็นว่าเราอ้วนอ้วน ทั้งๆ ที่ฉันทมาตรฐาน” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.96 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 46

กลุ่มตัวอย่างมองว่าเป็นเรื่องของความบันเทิง สนุกสนาน ไม่ได้จริงจังกับข้อความ “เราอ่านแล้วเข้าใจแต่รูปอาจจะตรงข้ามกันนะ เราไม่ได้อ้วนไง” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559) “มันเป็นเหมือนมุกช่วงหนึ่งพอตั้งแต่อันนี้ก็อันนี้เลย สามารถเรียกเสียงหัวเราะได้ด้วย” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “ผู้หญิงกินมีน้ำมีนวลมาตุ๊กคง เหมือนจะไปทางผู้หญิงมากกว่าเพราะถ้าผู้ชายก็ช่างมัน แบบนี้มันก็ตลกนะครับ บางทีผมก็เอาไปล้อเพื่อน” (ปัทมพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.97 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 47

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าถ้าสามารถเป็นอย่างที่คำคมกล่าวก็จะดี แต่ในความเป็นจริงไม่สามารถเป็นไปได้ เหมือนเป็นคำพูดของคนขี้เกียจแต่อยากจะผอม

มีก็ดีดี อย่างนี้ก็แชร์นะ นอนแล้วผอม มันเป็นเรื่องซีเรียสแต่พอมายู่ในรูปแบบการ์ตูน ภาษาเขียนมันเลยดูตลก แต่มันอยู่ในโมเมนต์เดิม มันไม่ซีเรียสเกินไปดูให้นำอ่าน กตติดตาม กตแชร์ เราอ้วนแต่เราก็ขำๆ กับมันไป (สาวิณี อุบลวรรณ, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2559)

คืออันนี้น่าจะเป็นอีซีเกียจ คือแบบ มันก็ไม่มีไหม มันเป็นอารมณ์แบบซีเกียจแล้วอะ คือ เททุกอย่างออกกำลังกายก็ไม่ออก อดอยากไปกิน กินแล้วก็นอนอะไรอย่างเงี้ย ไม่ผอมแล้ว ไม่อยากผอมแล้ว คือไม่อยากผอมโดยการออกกำลังกายแล้ว แต่ก็ยังอยากผอมอยู่ แต่ก็ ยังกิน แต่ก็ยังนอนอะไรอย่างเงี้ย” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “ไม่มี เหมือนเสียงของคนอ้วนกำลังบ่น ซีเกียจ” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.98 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 48

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าเป็นการปลอบใจตนเองว่าอ้วนแล้วคนผอมจะอิจฉา ซึ่งจริงๆ ก็เหมือนกับการไม่สนใจว่าจะผอมหรือลดน้ำหนักแล้ว “อันนี้ก็เป็นการปลอบใจตัวเองนะคะ ว่าแบบอ้วนแล้วคนอื่นอิจฉา ความอ้วนมันไม่ดีหรอก” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “เหมือนกันพูดถึงแต่เรื่องอ้วนๆ เหมือนปลอบใจคนอ้วนก็กินไปเถอะ” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “ไม่แคร์แล้วไง ไม่แคร์ใครแล้ว” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.99 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 49

กลุ่มตัวอย่างมองว่าเป็นเรื่องของการให้กำลังใจตนเองว่าจริงๆ แล้วไม่ได้
อ้วน เพียงแต่มีแก้มเยอะเท่านั้น “พยายามหาเหตุผลให้ตัวเองว่ามีแก้ม” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์,
5 มีนาคม 2559) “ถึงจะปลอบใจตัวเองยังไง แต่ในใจก็กุอยากผอมๆๆๆ เชื่อเถอะ”
(นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “เค้าก็มองบวกกับตัวเองนะ” (อภิธา คำมณี,
สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559) “มันก็แค่ปลอบใจตัวเองไปแค่นั้นแหละ แต่บางคนก็อาจจะเป็นอย่าง
นั้นจริงๆ แต่ว่าบางคนก็อ้วนแหละ” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.100 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 50

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าคำคมชุดนี้เป็นคำพูดที่พูดเพื่อกลบ
เกลื่อนความอ้วนของตนเอง มองว่าตนเองพอใจที่จะอ้วน แต่จริงๆ แล้วก็ไม่ได้อยากอ้วน ใน
ขณะเดียวกันก็จะมีกลุ่มตัวอย่างบางคนแสดงความคิดเห็นว่าถ้าหากว่ารู้สึกอ้วนก็จะออกกำลังกาย จะ
ไม่ปล่อยตัวเองให้อ้วน “เหมือนมันเป็นเทรนด์ของคนอ้วน ฉันท้ออ้วนแคไหนดก็ได้แต่จริงๆ แล้วก็ไม่ได้
อยากอ้วนปะเหมือนมีคนบอกว่าเธออ้วนนะ ฉันท้ออ้วนแคไหนดก็ได้ แต่จริงๆ แล้วก็ฉันก็ไม่ได้
อยากอ้วน” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “ไม่อะ ไม่ได้เป็นตุ่มที่เป็นคนที่จะไม่
ปล่อยตัวเองเด็ดขาดถ้าพีมีแรง พีจะทำให้มันดีได้อยู่ไม่ยอมปล่อยให้มันอ้วนแหละ” (อัจฉราพรรณ
สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.101 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 51

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นอย่างหลากหลาย เช่น มองว่าเมื่อเครียดก็จะกิน เมื่อกินก็ส่งผลให้อ้วน แต่บางครั้งคนที่เครียดก็จะกินอะไรไม่ลง จึงทำให้พอมก็เป็นที่ และ มีเรื่องระบบเผาผลาญเข้ามาเกี่ยวข้องเพราะบางคนกินเก่งแต่ไม่อ้วนก็มีให้เห็น “ก็สนุกๆ ตลกๆ อ้วนขึ้นมาก็พูดคำนี้แหละ เวลาที่เครียดพื่ก็กินเยอะ ไม่รู้จะทำอะไรก็กิน” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559) “บางคนเครียดแล้วพอมก็มีนะ เราเครียดแล้วอ้วนไง ภูมิใจมีความสุขกับการกินไง” (ณัฐคนธ์ บุญผาสุก, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2559) “ก็อาจจะจริงแต่ไม่จริงเสมอไปเพราะบางคนเขามีการเผาผลาญที่ดีเขาก็ไม่อ้วน น้ำหนักตัวเขาก็ไม่ได้มากขึ้น แต่ว่าความเครียดบางทีมันก็มากขึ้นกว่าเดิม เพราะว่ายิ่งโตแล้วก็ยิ่งเจอปัญหาเจออะไรเยอะ” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.102 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 52

กลุ่มตัวอย่างเคยมีประสบการณ์แบบในคำคมชุดนี้ ซึ่งทำยที่สุดเราก็ควรที่จะห่วงตนเองมากกว่า “ใช่ เพราะเรากลัวเค้าเสียใจมากกว่าจนลืมนึกไปว่าเราก้เสียใจเหมือนกัน เรากลัวคนที่เราแคร์ไม่มีความสุข แต่เราก้ลืมนึกถึงตัวเรา เราอาจจะทำไปแล้วแล้วเรามาคิดได้ที่หลัง” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)

ไม่กี่วันนี้เองสงสารตัวเองเพราะมีแต่สงสารเพื่อน ช่วยเพื่อนทำงานจนดึกแล้วไม่สบาย นอนดึก พรุ่งนี้สอบ ส่วนมากจะสงสารคนอื่นทุกครั้ง ถ้าไม่ไหวจริงๆ ก็ต้องหยุด ส่วนมากมีแต่พูด เราก็ออกซึ้งนะ มันเป็นเรื่องธรรมดา ถ้าทำไปแล้วก็ทำไปแล้ว ไม่ค่อยพูด ว่ารู้จ้ (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “เหมือนการทำร้ายตัวเอง เราห่วงเค้า แต่เค้าทำร้ายเรา บางทีเราห่วงเค้าแต่ไม่ห่วงตัวเองก็ถือว่าทำร้ายตัวเองนะ เหมือนช่วยเค้าทำร้ายตัวเอง เราควรห่วงตัวเองมากกว่า” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.103 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 53

กลุ่มตัวอย่างมีทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ ที่เห็นด้วยก็ เพราะว่าตนเองยังสามารถแบกรับความรู้สึกแย่ๆ ไหวเมื่อเทียบกับอีกคนหนึ่ง ที่ไม่เห็นด้วยก็เพราะว่า คนเราต้องรักตัวเองก่อน หากใส่ใจคนอื่นมากเกินไปก็จะเอาทุกข์เข้ามาใส่ตัว “ก็ทำได้นะ ก็เพราะว่า เค้าสำคัญไม่ยอมให้เค้าเป็นแบบนั้นเรารู้สึกว่ายังไง ยังได้อยู่ แต่เค้าไม่ควรจะหนักไปกว่านี้แล้ว เรา ดีกว่า เรายังทนได้” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559) “ไม่โอเคค่ะ สิ่งที่ต้อง แคร่คือตัวเราเองค่ะ แคร่คนอื่นมากไปก็ไม่ดี” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.104 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 54

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าการคิดถึงบ้านคือคิดถึงครอบครัว พ่อแม่ นอกจากนั้นก็ยังคงคิดถึงสัตว์เลี้ยง ตัวบ้าน และกิจกรรมที่ทำร่วมกับคนในบ้านด้วย “เราคิดถึงบ้านและคิดถึงคนที่บ้าน พ่อแม่ ญาติพี่น้อง พอเราคิดถึงบ้านเราก็จะคิดถึงกิจกรรมที่เราทำที่บ้าน มันไม่ใช่แค่คนไหน ทำกับข้าวทำกับแม่ ทำกับพี่” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559) “คิดถึงพ่อถึงแม่ ถึงน้อง คิดถึงย่า บ้านเราก็คิดถึงเพราะเป็นสิ่งที่เราเติบโตมา” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “ใช่เราคิดถึงคนที่บ้าน คิดถึงพ่อ คิดถึงแม่ คิดถึงน้อง คิดถึงหมา คิดถึงแมว” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559) “เพราะว่าคนเค้าชอบพูดไข่ม้อย คิดถึงบ้านๆ จริงๆ แล้วเราคิดถึงบุคคลที่อยู่ในบ้าน เช่น พ่อแม่” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.105 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 55

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นออกเป็น 2 ทางคือ เมื่อเวลาท้อแท้ก็จะคิดถึงพ่อแม่ เพราะว่าพ่อแม่ไม่ด่าว่าประชดเรา แต่อีกมุมมองก็คือบางคนไม่ได้คุยกับพ่อแม่ได้ทุกเรื่อง ดังนั้นเมื่อท้อแท้จึงเลือกที่จะไปหาเพื่อนคุย “มันก็คิดถึงนะ แต่เวลามันท้อก็ไม่ได้คิดถึงบ้านอย่างเดียว คิดถึงเพื่อน อยากไปหาเพื่อนไปนั่งคุยกับเพื่อนบางทีมันยังไม่ถึงจุดที่ไปหาพ่อแม่ ไม่ค่อยปรึกษาอะไรกับพ่อแม่” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

ไซ้ พี่เป็น สำหรับเด็กต่างจังหวัดก็จะใช้คำนี้ได้มากกว่า ไม่ว่าจะไม่สบาย ป่วย หรือว่า เรื่องงาน เรื่องแฟน คิดถึงบ้านจริงๆ อาจจะเป็นเพราะว่าอยู่บ้านแล้วพ่อแม่เค้าไม่ด่าเรา เหมือนแฟนด่า เค้าไม่ประชด” (ณชานา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.106 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 56

กลุ่มตัวอย่างเคยมัจรู้สึกเช่นเดียวกับคำคม แต่ไม่ได้รู้สึกทุกข์ไปกับทางตันที่เจอเพราะเชื่อว่าต้องมีทางออกเสมอ “ไม่เคย อันนี้แบบไม่ได้ว่าชีวิตตัวเองดีนะ แต่ยังไงก็ไม่มีทางตันอะ มั่นมีทางออกทุกอย่างตันก็ป็นข้าม” (ณัฐคนเศศร์ บุญผาสุก, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2559) “เคยแต่น้อยเพราะพี่เชื่อเสมอว่าทุกอย่างมันมีทางออกทุกปัญหามั่นมีทางออก” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)

มันจะมีอารมณ์คล้ายๆ แบบว่าทำไมต้องเกิดซ้ำๆ ไม่จบไม่สิ้น ทุกปัญหาต้องมีทางออก ถ้าหาไม่เจอก็ออกทางเข้า ตอนนั้นมันคิดไม่ออกกรีเปลา่ หลายเรื่อง มันเป็นความคิด วูบนิ่งที่แบบว่าไม่ไหวแล้ว แต่จริงๆ ถ้าเราอยู่นิ่งๆ คิดไปเรื่อยๆ มันจะมาเอง (สาวิณี อุบลวรรณี, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2559)



ภาพที่ 5.107 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 57

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าในความเป็นจริงคนที่ไม่ได้รู้จักกันก็จะมองที่ภายนอกก่อนสิ่งอื่น เพราะไม่ได้มีโอกาสได้พูดคุยทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อแสดงให้เห็นนิสัยใจคอ “ก็จริงค่ะเพราะว่าคนส่วนใหญ่ที่เห็นเราก็มองจากภายนอกมองก็จัดการแต่งตัวมองแต่ท่าทางมากกว่ามองที่ในใจเขา ต้องดูกันไปนานๆ ดูกันไปยาวๆ” (อนุสรรา นุตาดี, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “คนส่วนใหญ่ก็คงจะเป็นแบบนั้นมั้ง เราไม่รู้จักกันเราก็มองที่ภายนอก” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559) “กำลังจะย้อนกับคนที่บอกว่างามที่จิตใจงามจากข้างใน แต่สุดท้ายความเป็นจริงเราก็ต้องเห็นภายนอกก่อนอยู่แล้ว เข้าร้านทองก็ต้องมองว่าดูมีตั้งซื้อ” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.108 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 58

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าตนเองไม่ได้ต้องการแสดงความอ่อนแอของตนเองออกมาตลอด เพราะรู้สึกว่ายายและมีเรื่องของความรู้สึกผู้อื่นเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย “ผู้ใหญ่ก็ร้องไห้ได้เหมือนกัน แต่เราไม่ได้ร้องกลางสาธารณะ ต้องแอบร้องอายเค้า โทแล้ว” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “ถ้าจะร้องไห้ต้องเข้าที่เงียบๆ ไปร้องให้คนอื่นเห็นมันอายเค้า ถ้าร้องไห้เพราะเกิดอุบัติเหตุ บางครั้งเหตุผลนิดเดียวแม่ก็จะบอกว่าแค่นี้เอง” (ปุณณมาส ผิวขำ, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559)

ใช่ครับ ตอนเด็กพอเจ็บปุ๊บเสียใจปุ๊บร้องตรงนั้นเลย แต่พอโตเนี่ยการที่เราจะร้องไห้มันยากกว่าตอนเด็กๆ เยอะเลย เราต้องเก็บไว้คนเดียว หรือบางทีแอบไปร้อง หรือบางทีก็ห้ามเลย เพราะถ้าคนทำงานมีครอบครัว บางทีมีลูกเจอเรื่องผิดหวังเราก็ร้องตรงนั้นไม่ได้ ไม่ได้อายแต่คือเค้าจะคิดยังไง (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.109 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 59

กลุ่มตัวอย่างมองว่าคำคมชุดนี้แสดงถึงลักษณะนิสัยของผู้หญิงออกมา คือ ต้องการให้รู้สึกว่าการทำให้คนที่เกลียดอดิฉณา ให้คนที่เกลียดหมั่นใส่ใจในชีวิตที่ดีของเรา “อันนี้ ก็เป็นผู้ยิ่งผู้หญิง เพราะว่าต้องทำชีวิตตัวเองให้ไม่สนใจคนที่เกลียด คนที่อิจฉา คนที่นินทาเรา” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “อันนี้โคตรชอบ คือไม่ต้องใส่ใจ อย่างที่บอกเราเป็นคนแคร์ใช่ปะ พอมารู้หลังๆ ว่าคนนี่ไม่ได้จริงใจกับเราตั้งแต่แรก ก็ช่างมัน ไม่ได้ให้เงิน ไม่ได้มีผลกับชีวิตก็ไม่เป็นไร เราก็ทำชีวิตของเราให้ดี ให้นำหมั่นใส่ใจแบบนี้” (สาวิณี อุบลวรรณ, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2559)



ภาพที่ 5.110 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 60

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคำคมชุดนี้ โดยยกตัวอย่างหลายเรื่องไม่ว่าจะเป็น เรื่องการเรียน แพน ครอบครั้ว ความคิด ที่ระยะเวลาเดินทางมาเกินกว่าที่จะย้อนกลับไปแล้ว ดังนั้น จึงต้องทำต่อไป “เทียบกับเรื่องเรียนก็ได้ เรียนมา 3 ปี แล้ว ไม่ใช่แนว จะออกก็ได้ เริ่มใหม่ก็ไม่ทัน หรือว่าเริ่มต้นอะไรขึ้นๆ 닝ไปแล้วไม่ใช่ จะพอก็ไม่ทัน ไปต่อที่ๆ ที่ฝัน” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “หลายๆ เรื่องนะ แพน ครอบครั้ว ความคิด มันกลับไปแก้ไขไม่ได้ แล้ว ช่างมันเถอะ ช่างหน้าก็ต้องทำให้ดีกว่านี้” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.111 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 61

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าเรื่องบางเรื่องรู้ว่าต้องปล่อยไป แต่ยังสามารถทำได้ในช่วงแรกๆ ซึ่งระยะเวลาจะทำให้เราทำได้เอง “ใช่ เหมือนกำลังจะบอกให้ปล่อยวางซะ ช่วงเวลานี้มันอาจจะทำใจไม่ได้ แต่สักพักก็คงจะทำได้” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “มันควบคุมไม่ได้ว่าเค้าจะไม่ไปนะ หรือเราจะไม่ใส่ใจนะ แต่ระยะเวลาที่เราทำใจจะให้นานทำไม ก็วันนี้ทำไม่ได้ ซักวันก็ต้องทำได้” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)



ภาพที่ 5.112 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 62

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าตัวเองนั้นรู้ตัวว่าต้องออกไปจากสิ่งที่ทำให้เราเจ็บ แต่เนื่องด้วยความรู้สึกเป็นอารมณ์ความเจ็บปวด จึงยากที่จะตัดใจได้ “ก็รู้แหละว่าต้องไป ต้องไม่เจ็บ แต่ก็ ก็ไปไม่ได้ไง เพราะมันเป็นความรู้สึก ห้ามความรู้สึกเจ็บปวดไม่ได้ เข้าใจ มันเป็นสิ่งที่เราไม่สามารถสั่งให้มันหยุดทำงานได้” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “บางทีเรากหักมานะ รู้แล้วอยู่ไปก็เจ็บเปล่าๆ แล้วก็มีคนพูดให้เราไปหอะ เรารู้ตัวว่าเราต้องไป แต่ว่าขอเวลาอีกแป๊บนึงให้ทำใจได้ก่อน เพราะไปตอนนี้ไปไม่ได้จริงๆ” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)



ภาพที่ 5.113 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 63

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าการทำความเข้าใจนั้นง่ายกว่าการรับได้ เมื่อเกิดประเด็นปัญหาขึ้นช่วงแรกอาจจะเป็นเรื่องของการทำให้เข้าใจ ต่อมาจึงเป็นเรื่องของการยอมรับ ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะทำได้ยาก “น่าจะเป็นเรื่องที่ย่ำเสีย เอาแบบตอนนั้นมันก็เสียใจ มันรับไม่ได้ พอเวลาผ่านไป เราพึ่งแบบจะมาเข้าใจ คือมันเสียใจ” (ณัฐกษณ์ บัญญาสุก, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2559) “ใช่ ส่วนใหญ่ก็การเข้าใจมันง่ายกว่าการรับได้ การเข้าใจได้ไม่ใช่เรื่องแปลก แต่ว่าการรับได้ ค่อยว่ากันอีกทีหนึ่ง” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “ใช่ค่ะ เราเข้าใจได้แต่เรารับไม่ได้ทุกอย่างหรอก เช่น เราเข้าใจว่าเค้าไปรักคนอื่น เพราะเค้ารักคนอื่นไม่ได้รักเรา แต่เรายอมรับไม่ได้” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.114 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 64

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าเป็นคำคมชุดนี้สามารถนำไปแชร์แทนความรู้สึกถึงแฟนเก่าที่เคยเลิกกันไป ให้อารมณ์ประมาณว่าตอนนี้มีความสุขดี มีความสุขกว่าตอนที่เรายู่ด้วยกัน “อันนี้เหมือนว่าเราลืมแฟนเก่าได้แล้ว เราแบบผงดาดแชร์โพสนี้ให้มันเห็นไปเลย สะใจ” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “เดี๋ยวนี้ไม่ต้องตะโกนบอกขึ้นเฟซก็รู้หมดแล้ว ออกแนวเอาคืนว่าเคยโดนทำแบบนี้ ก็ไม่รู้สึกนะชั้นแฮปปี้” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง,

สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559) “โคตร คือแบบไม่ได้ตะโกนบอกด้วยอารมณ์ดี ๆ นะ คือไม่ได้ดีกับมันนะเกลียดมัน คือเรามีความสุขกว่าการที่อยู่กับเค้านะ” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.115 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 65

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าคำคมชุดนี้ไม่สามารถใช้กับความรักได้ เพราะมนุษย์ก็ยอมที่จะเจ็บกับความรักซ้ำๆ เพื่อให้ได้ความรักนั้นมา “อันนี้มันก็มีบางเรื่องที่เรายอม บางเรื่องที่เราไม่ยอม เรายอมเจ็บเพราะเรารักในสิ่งที่เราเคยเจ็บมา มันอยู่ที่หัวใจ เรื่องบางเรื่องเราก็เซ็ด” (สรศักดิ์ แสงอินทร์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2559) “ถ้าพูดถึงเรื่องความรักนะ ไม่รู้สิมนุษย์ไม่เซ็ดกับเรื่องความรักหรอก แต่เรื่องชีวิตก็อาจจะใช้ได้ชีวิตประจำวันอื่นๆ อ่ะ” (ณัฐคนเณศร์ บุญผาสุก, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2559) “ก็ไม่ทุกคนใหม่บางคนถ้ายังรักอยู่ก็ยอมเจ็บซ้ำ” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)



ภาพที่ 5.116 คำคมประเภท avowals ชุดที่ 66

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าการที่จะได้มาเจอกันเป็นเรื่องมหัศจรรย์ เพราะโลกใบนี้ยิ่งใหญ่มาก ดังนั้นเมื่อได้มาเจอกันแล้วก็ควรที่จะรักษากันเอาไว้ ทำทุกอย่างให้มีความสุข “ใช่ค่ะ โลกใบหนึ่งมันกว้างใหญ่มากแต่ถ้าคุณรู้จักกันนี้มันสุดยอดแล้ว มหัศจรรย์แล้วก็ต้องมี

ความสุขกับมันมากที่สุด รักกันมากที่สุดก่อนที่จะเลิกกันหรือจากกันไป” (อนุสราน นุตชาติ, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559) “เหมือนกำลังจะบอกว่าโลกนี้มันใหญ่การที่บางครั้งการที่จะต้องเลิกจากกันคิดดีๆ ก่อนถ้าจะเลิกกัน” (กริธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “ก็มองเรื่องแฟนแหละ จริงเนาะมาเจอกันก็รักษาเค้าไว้ดีๆ ถ้าโอเคแล้ว” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

ชุดคำคมในประเภท avowals ผู้รับสารส่วนใหญ่จะมีความคิดเห็นและมีความรู้สึกที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของแต่ละคน จัดอยู่ในข้ออ้างอิงประเภท normative rightness ที่อาจเกิดการปฏิเสธคำคมด้วยข้ออ้างที่ว่าประสบการณ์ของตนเองไม่ได้ตรงกับคำคมชุดนั้น เพราะประเภท avowals เป็นเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกที่เป็นได้ว่าคนเราจะมีความรู้สึกไม่เหมือนกัน ดังนั้นเราจะเห็นการมีความคิดที่แตกต่างกันออกไป มีทั้งขัดแย้งกับคำคมบ้าง ขัดแย้งกันเองระหว่างความคิดเห็นของแต่ละคนบ้าง

การอ่านความหมายของผู้รับสารทำให้ทราบว่าผู้รับสารส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่เป็นไปในทางเดียวกับผู้เขียน โดยเฉพาะประเภท constatives และ regulatives ทั้งนี้เป็นเพราะความหมายของคำคมเป็นเรื่องของสัจธรรมชีวิต การดำเนินชีวิตประจำวันที่สามารถพิสูจน์ได้ แต่ก็ยังคงมีการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกันไปตามแต่ละประสบการณ์ อายุ เพศ อาชีพ การอบรมบ่มเพาะของผู้อ่าน ตัวแปรเหล่านี้ส่งผลต่อการอ่านความหมายของคำคมโดยตรง เพราะบางท่านไม่เคยมีประสบการณ์ด้านความรักก็จะไม่สามารถอธิบายคำคมที่กล่าวถึงความสัมพันธ์แบบคนรักได้ บางท่านมีอายุที่น้อยย่อมทำให้มีความคิดเห็นที่เป็นการตัดสินใจเฉพาะหน้ามากกว่าการแก้ปัญหาในระยะยาว บางท่านเป็นนักเรียนนักศึกษาเมื่อคำคมกล่าวถึงความท้อถอย เหนื่อยล้าก็จะนึกถึงเรื่องเรียนเป็นหลัก ในขณะที่กลุ่มวัยทำงานก็จะมีทั้งเรื่องชีวิตและเรื่องงานด้วย หรือในเรื่องของประสบการณ์ที่ได้รับการอบรมบ่มเพาะที่แตกต่างกันก็มีส่วนทำให้การอ่านความหมายของคำคมแตกต่างออกไป ส่วนเรื่องเพศนั้นเพศหญิงเข้าใจและเข้าถึงคำคมทั้งของคัตโตะและบ่นบ่น โดยเฉพาะบ่นบ่นที่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างก็แสดงความคิดเห็นออกมาอย่างจริงจังและรวดเร็ว ส่วนเพศชายจะไม่ค่อยสนใจและไม่เข้าใจชุดคำคมเกี่ยวกับผู้หญิง เช่น ความอ้วน “อะไรอะ ก็บ่นมาตั้งขนาดนี้ แล้วนี่จะอ้วนไปให้คนอื่นเขาอิจฉาอะไร ไรสาระอะ” (ณัฐคนเณศร์ บุญผาสุก, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2559) หรือเรื่องสังคมผู้หญิง “เพื่อนที่ผมอยู่จะสายเดียวกับพวกผมคือเล่นอะไรกันก็ได้ ไม่ค่อยถือ ไม่ใช่มึงจำ อันนี้ผมไม่เกิด” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

เมื่อผู้รับสารอ่านคำคมแล้วไม่มีความคิดเห็นที่ไม่ตรงกับผู้เขียนหรือไม่เห็นด้วย ผู้รับสารก็จะให้เหตุผลตามประสบการณ์ชีวิตที่ตนเองได้พบเจอมาคัดค้าน แสดงให้เห็นถึงการใช้อำนาจในการต่อรองของผู้รับสารกับคำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่ผู้เขียนนั้นเป็นคนธรรมดา ใน

ขณะเดียวกันนั้นเราก็จะไม่ค่อยพบว่าผู้รับสารหรือผู้อ่านจะต่อรองกับคำคมที่อยู่ในวัด เพราะมีเรื่อง ความศักดิ์สิทธิ์และความศรัทธา บาปและบุญเข้ามาเกี่ยวข้อง

ตัวแปรข้างต้นที่ทำให้ผู้รับสารอ่านความหมายได้หลากหลาย ได้ส่งผลถึง การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้รับสารด้วย ก็คือเมื่อไม่โดนใจ มีความคิดเห็นไม่ตรงกัน หรือไม่มีอารมณ์ ร่วมก็จะละเลยคำคมชุดนั้นๆ ไป ในทางกลับกันถ้าเจอคำคมที่ถูกใจ โดนใจ มีประสบการณ์ร่วม มีอารมณ์ร่วมหรือสอดคล้องกับคำสอนดั้งเดิมที่เคยทราบมาก็จะนำคำคมไปใช้ประโยชน์กับตนเองได้

5.3 การนำคำคมไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันของผู้รับสาร

จากการอ่านความหมายของผู้รับสารทำให้ผู้วิจัยพบว่าหลังจากที่อ่านความหมายแล้ว ผู้รับสารไม่ได้ปล่อยผ่านไปแต่จะนำคำคมมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันด้วย ซึ่งถือว่าเป็น ปรากฏการณ์ที่น่าสนใจมาก เพราะคำคมมีการเปลี่ยนแปลงทั้งผู้เขียน ลักษณะคำคม การสื่อ ความหมาย รวมถึงช่องทางการสื่อสารก็เปลี่ยน แต่จะมีตัวแปรเรื่องประสบการณ์ที่ได้รับการอบรมบ่ม เพาะ เพศ อายุ อุบิสัย และความชอบส่วนตัวมาเป็นตัวกำหนดการนำไปใช้ด้วย

5.3.1 ใช้อ้างอิงในการสื่อสาร

การใช้เหตุผลในทัศนะของฮาเบอร์มาสเรื่องของอำนาจ กล่าวว่า ในสังคม จำเป็นต้องมีการจัดระเบียบทางสังคม (social order) การจัดวางโครงสร้างการกระจายอำนาจของ สังคม (structure of power) ว่าใครมีอำนาจเหนือใคร ใครต้องเชื่อฟังใคร เช่น พ่อและแม่มีอำนาจ เหนือลูก เพื่อที่จะอบรมสั่งสอนได้หรือบังคับได้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้แสดงให้เห็นว่าคำคมคัดโดยและ บ่นบ่นมีอำนาจในการแทรกซึมเข้าไปในจิตใจของผู้อ่าน ทำให้ผู้อ่านเปิดรับและนำไปใช้สื่อสารต่อรอง กับคำสั่งสอนของพ่อแม่ที่เห็นว่าใช้สำหรับตนเองไม่ได้ เพราะมีความคิดเห็นว่าการสอนจากพ่อแม่ นั้น ล้าสมัยเกินไป รู้สึกขัดกับวิถีชีวิต

เกี่ยวกับการเรียนแม่ก็จะบ่น หนูก็จะชอบพูดขึ้นมาว่าหนูไปอ่านคำคมในเฟซมาเค้าบอก ว่าอย่าเรียนหนักมากเกินไป มันต้องปล่อยไปบ้าง ทำให้สมองเราโล่งเราไปสอบมันจะดี ก็พูดใส่แม่ ถ้าเทียบกับพ่อแม่สอนเราก็เบื่อ บางครั้งก็ฟังๆ ไป ทำหน้าตา คิดว่าสมัยนี้ มันสมัยไหนแล้ว เรื่องแบบนี้มันตกยุคไปแล้ว (ปุณณมาส ผิวขา, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559)

การอ้างอิงการสื่อสารนี้แสดงให้เห็นว่าผู้อ่านนั้นได้นำไปใช้ในชีวิตประจำวันโดย รับเอาคำคมที่ตรงกับจริตของตนเองมาใช้อ้างอิง เพื่อคัดค้านคำสั่งของพ่อแม่ และหวังว่าจะหลุด พ้นจากคำสั่ง

5.3.2 แทนการสื่อสารด้วยคำพูดหรือการพิมพ์ด้วยตนเอง

ไม่ว่าจะสื่อใดการที่จะสื่อสารก็จำเป็นต้องพูด เขียน ส่งสัญญาณ สัญลักษณ์ หรือ ทำทางด้วยตนเอง กลุ่มตัวอย่างได้การนำคำคมไปใช้ประโยชน์โดยการแบ่งปัน (share) และ tag (ติดชื่อ) เพื่อเป็นการแทนคำพูดหรือความรู้สึกของตนเองในการสื่อสาร แต่การ share อาจจะเป็นการสื่อสารที่ไม่ได้เจาะจงบุคคล แต่การ tag นั้นจะเป็นการเจาะจงให้บุคคลนั้นรับรู้

บางทีเราก็มีอาการอย่างงั้นอยู่แต่ถ้าเราพิมพ์เองมันจะเสียฟอร์มไงที่ บางทีเราก็ไม่ อยากให้คนอื่นรู้ว่าเราอนอยู่ หรือว่าอะไรแบบนี้ แต่พอมีอย่างนี้ปุ๊บเป็นเครื่องมือได้เลย แบบว่าก็แค่ไปกดโลกก็แดงๆ กดแชร์บ้างอะไรบ้าง มันก็เป็นสำเร็จรูปมาให้เราเลย (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “ก็ tag คนที่อยากให้อ่านมาอ่าน สมมติ เราคุยกับเพื่อนที่กำลังมีปัญหาคนนึง พอเราเจอเราก็จะ tag เค้า tag บ่อยเหมือนกันนะ” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559) “ส่วนมาก tag จะ tag กับ น้องประมาณว่าคำนี้มันตรงกับน้องนะ หรือไม่ก็เป็นคำที่เราแบบคุยกัน ด้วยความที่เราสนิทกันเราเจออะไรก็แฮ้ยแบบนี้ ก็เลยทำให้ดู” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559) “ก็มีบางอันที่ชอบ อันไหนโดนก็ save เก็บไว้ดูเอง แต่ถ้าวันไหนมีโอกาสที่จะได้ใช้จะเอามาใช้บ้าง เช่น เอาไปแชร์ให้เพื่อนคือรู้ว่าต้องโดนแน่ๆ อันนี้” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

ก็คือถ้ารู้สึกว่ามันบางทีไม่ใช่ตัวเราแต่เพื่อนเราก็ save แล้วก็แชร์ ให้เพื่อน ที่ส่งไปให้เพื่อน ไม่มีปัญหาอะไรที่ส่งไป ขำๆ กันในกลุ่ม แต่ถ้าซีเรียสบางทีเราก็อยากให้อ่านใจมัน แต่เราก็เอาคำพูดคนอื่นมาว่าดูดี มันเป็นแบบนี้เว้ย บางทีมันก็เอาไปแชร์ต่ออีก (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

5.3.3 เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์งานเขียน

สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสสำหรับทุกคน ผู้เขียนจะเป็นใครจะเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือบุคคลธรรมดาก็สามารถสื่อสารได้ เพราะพื้นที่ในสื่อสังคมออนไลน์อำนวยความสะดวกให้กับทุกคนที่ต้องการใช้ประโยชน์ กลุ่มตัวอย่างเมื่ออ่านคำคมคิดโตะและบ่นบ่นแล้วก็ได้นำคำคมนั้นไปต่อยอดงานเขียนของตนเองต่อไป

เราจะเขียนอะไรได้เราจำเป็นต้องอ่าน อ่านเนียสำคัญเลยนะ ถ้าคุณไม่อ่านเราก็เขียนไม่ได้ ถ้า 100 เปอร์เซ็นต์เราก็คิดว่าน่าจะเอาคำคมเค้ามาใช้ได้ซักประมาณ 50 - 60 เปอร์เซ็นต์เลยนะ คำคมนีเราสามารถเอาไปต่อยอดได้ คือ บางอย่างเราไม่ได้เห็นปุ๊บแบบชอบเลย มันไม่ใช่เรา เราเป็นคนอ่านแล้วแบบ เราเอาไปใส่สามารถเอาไปต่อยอดต่ออะไรได้บ้าง (ณัฐกณิศร์ บุญผาสุก, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2559)

กลุ่มตัวอย่างได้นำเอาคำคมไปใช้ในชีวิตประจำวันของตนเอง โดยเอาไปปรับใช้กับงานเขียน อาจกล่าวได้ว่าคำคมเป็นสามารถเป็นตัวจุดประกายความคิดในงานเขียน และยังทำให้เห็นว่าคำคมยังเป็นคำกล่าวดีๆ มีประโยชน์ที่กลั่นกรองหรือตกตะกอนมาจากผู้เขียน และผู้อ่านก็เห็นว่าเป็นสิ่งดีๆ ที่น่าจะต่อยอดต่อไป

5.3.4 เตือนตนเอง

ผู้รับสารได้นำคำคมไปใช้เพื่อเตือนตนเอง โดยจะบันทึกคำคมลงในโทรศัพท์มือถือ เมื่อเปิดเข้าชมก็จะได้เตือนตัวเองได้ หรือเป็นการบันทึกจากนั้นนำภาพไปเป็นพื้นหลังคอมพิวเตอร์ ที่เป็นจุดที่เห็นได้บ่อย หรือเป็นการเตือนให้ตนเองให้ไม่ทำสิ่งที่ไม่ดีจากที่ได้อ่านคำคม “เซฟเก็บมาเพื่อเอามาเตือนตัวเองบ้าง ส่วนใหญ่ถ้าเหตุการณ์ตรง เราจะเซฟ” (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559) “เคยเซฟเก็บไว้เป็นพื้นหลังคอมพิวเตอร์ เอาไว้เตือน” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “เซฟเพราะมันโดนมาก เอาขึ้นแชร์ในไลน์ เขาเรียกว่าเอาขึ้น home” (อัจฉราพรรณ สายตรง, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2559)

ก็มีเคยเอาของคัตโตะขึ้นภาพ cover facebook รู้สึกว่าจะชอบมาก เป็นเหมือนแต่ละคนผ่านอะไรมาไม่เหมือนกัน อย่าตัดสินคนจากแค่ประสบการณ์ของตัวเองอะไรประมาณนั้น (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “บางทีมันเตือนเราเป็นคำสอนที่บางทีเรายังไม่เจอก็ได้ บางทีก็ไปดูคอมเมนต์ว่าเค้าเจออะไรมา ทำไมเค้าถึงมาเฮิร์ตกับโพสต์นี้” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

การเตือนเป็นสิ่งสำคัญเพราะมนุษย์สามารถหลงลืมเรื่องบางเรื่องได้ ในการดำเนินชีวิตนั้นไม่มีผู้ใดจะสามารถมาเตือนเราได้ตลอดเวลา และไม่มีผู้ใดที่ล่วงรู้ว่าเราจะลืมเรื่องอะไรบ้าง ดังนั้นเตือนตนจึงสำคัญ กลุ่มตัวอย่างได้ใช้ประโยชน์จากคำคมโดยนำคำคมเป็นคำเตือนตนเอง โดยจะนำไปใส่ในพื้นที่ที่ตนเองนั้นเห็นได้สะดวกและบ่อย อาทิ หน้า home ใน application line นำคำคมขึ้น cover photo ที่ facebook และนำไปตั้งค่าเป็นพื้นหลังคอมพิวเตอร์

5.3.5 บรรเทาความกังวลใจและเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

จากการอ่านคำคมทำให้กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคำคมนั้นมีบทบาททำให้รู้สึกดีขึ้น ความกังวลใจลดลง เพราะเหมือนได้เจอกับเพื่อนที่คิดเหมือนกัน เจอปัญหาเหมือนกัน ไม่ใช่มีเพียงแต่ตนเองที่รู้สึกและเจอปัญหาแต่เพียงผู้เดียว

ทางด้านจิตใจทำให้เรารู้สึกดีขึ้น อย่างน้อยอันที่โดนมันก็แสดงว่าเราไม่ได้ เจอปัญหา นั้นคนเดียว เป็นเหมือนปัญหาสาธารณะที่ใครๆ ก็เจอทั้งนั้นแหละ มันทำให้อ่านแล้วรู้สึกดี (กริธากร สังข์กุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559)

มันก็ทำให้รู้สึกดีขึ้น ทำให้รู้ว่ามันก็มีคนรู้สึกเหมือนเราอยู่ หนูรู้สึกแต่ว่าถ่ายทอดออกมาไม่เก่ง พอเห็นเขาถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดง่ายๆ สั้นๆ ก็รู้สึกอย่างน้อยก็มีคนรู้สึกเหมือนเราแล้วก็ถ่ายทอดออกมาได้ (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

เวลาเครียดมากๆ ก็ไปค้นในเพจคำคมเหมือนกันดูว่าอันไหนมันตรงกับเรา ก็เป็นความรู้สึกที่อยากจะทำในตอนนั้น เช่น ช่างแม่งบ้างก็ดี อะไรแบบนี้ บางทีเราอยู่คนเดียวก็เลือกใช้คำคมให้เรารู้สึกดีขึ้น (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “ไม่ได้เจอะจงเข้าไปดูนอกจากจะจำเป็นต้องทำงานแล้วกดเข้าไปดูเพื่อเป็นแรงบันดาลใจ” (ณชาณา สิงห์ทอง, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2559)

มันเหมือนบางทีเราเครียดๆ มาแล้วเราหาทางออกไม่ได้เราเจอคำคมที่มันตรงกับเราพอดีเราอาจจะคิดออกง่ายขึ้น บางทีผมก็มีมุมมองของผมที่ว่าไม่อยากคุยกับใคร ไม่ชอบคุยกับใคร อยู่คนเดียว บางทีคุยไปเท่านั้น ไม่บางทีก็ไม่ช่วยอะไร เรื่องบางเรื่องคุยไม่ได้ คุยกันไม่ได้ทุกเรื่องบ้าง” (ปณณพัฒน์ ศรีสุขวรกุล, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้คำคมเพื่อเป็นการบรรเทาความกังวลใจหรือตอบสนองอารมณ์มักจะเป็นช่วงที่อยู่คนเดียวหรือไม่อยากพบใคร และในบางครั้งคำคมยังทำให้ทราบปัญหาที่ตนเองมีนั้นคนอื่นก็มีด้วย เหมือนมีเพื่อนประสบปัญหาร่วมกัน ทำให้รู้สึกว่าปัญหาที่มีไม่ได้หนักหนา และมีแต่ตัวเราเองแก้ปัญหาคนเดียวอย่างโดดเดี่ยว หากเปรียบเทียบกับคำคมในอดีตกับคำคมจะพบว่าคำคมในอดีตผู้อ่านจะไม่ทราบได้ว่ามีผู้เห็นด้วยที่เรารู้สึกว่าเป็นผู้ที่ประสบปัญหาเดียวกับเรามากเท่าใด แต่เฟซบุ๊กนั้นมีปุ่มถูกใจ (like) และ แบ่งปัน (share) ที่เป็นคุณลักษณะพิเศษ (attribute) ของสื่อใหม่ที่เพิ่มเติมมาจากคำคมในสื่อแบบเดิม

5.3.6 สร้างภาพลักษณ์ในโลกเสมือน

กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการแชร์คำคมว่าที่แชร์ส่วนใหญ่ก็เพราะชอบ โดนใจ ตรงกับความรู้สึก แต่จะมีกลุ่มหนึ่งที่มีการเลือกแชร์คำคมได้น่าสนใจก็คือไม่เลือกแชร์คำคมที่ตรงกับความรู้สึกทั้งหมด เพราะไม่อยากให้ผู้อื่นรับรู้ความเป็นจริงของชีวิต ถ้าหากรู้ความเป็นจริงทั้งหมดอาจจะให้ส่งผลเสียกับตัวเองได้

ไม่อยากให้เพื่อนมองมุนั้นของเรา ไม่อยากให้เพื่อนมองเราเป็นแบบนี้ อยากให้เค้ามองเราในแบบที่เราอยากให้มองดีกว่าไม่ใช่มองความเป็นจริงทั้งหมด เพราะเพื่อนบางคนก็ไม่ได้เข้าใจในตัวเราจริงๆ จริงๆ เราอาจจะเฟิ่งโพสแต่วันนี้เค้าเจมาเยอะ ถ้าจะโพสเรื่องราวจะไปโพสในที่ที่ไม่มีคนเห็นเรา เหมือนได้ระบายความรู้สึกในขณะที่คนไม่

เห็น...ถ้าจะเข้าไปกดโลกกับแชร์แสดงว่าอันนั้นมันดูสนุก มันดูตลก เข้าได้ (ชนาธิป อุทัย ลากทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559)

ถ้าสมมติเราจะแชร์บ่นบ่นกับคัตโตะ ข้อความเหมือนกัน แต่ว่าอารมณ์มันคนละแบบ เราต้องแชร์อันที่ดูแบบไม่เด็ก...เราจะโพสต์ที่นิ่งมันมีทั้งเพื่อนที่ทำงาน เพื่อนทุกกลุ่ม เราจะบอกอะไรไปตรงๆ มันเป็นผลเสียกับตัวเรา เราก็อาจจะอ่านแล้วคิด แล้วแชร์บอกคนที่เค้าเป็นอย่างนี้รู้สึกนิดนึง เหน็บคนอื่นเบาๆ การทำงานไม่เหมือนตอนเรียน เค้าอาจจะมองเราไม่โอเคถ้าเราแชร์อะไรแย่ๆ (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

ในโลกเสมือนอย่างสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กนี้ หลายๆ คนอาจจะใช้งานกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต กลุ่มตัวอย่างได้ใช้ประโยชน์จากคำคมเพื่อปกปิดตัวเอง และสร้างตัวตนให้แตกต่างจากชีวิตจริง เพื่อให้ผู้อื่นมองผู้อ่านไปในแนวทางที่อยากให้มองได้

การนำคำคมไปใช้ประโยชน์ของผู้รับสารนั้นตัวแปรด้านอาชีพ อายุ เพศ ประสบการณ์ทางตรง ประสบการณ์ทางอ้อม มีความเกี่ยวข้องเช่นเดียวกับการอ่านความหมาย การใช้ประโยชน์ด้านแทนการสื่อสารด้วยคำพูดหรือการพิมพ์ด้วยตนเอง กลุ่มตัวอย่างได้นำไปใช้แทบจะทุกกลุ่มอายุ แต่เรื่องที่จะเลือกไปแทนคำพูดนั้นก็แล้วแต่ความคิดเห็นและประสบการณ์ของตนเองเป็นตัวกรองอีกครั้ง เพราะเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ในโลกเสมือนด้วย ผู้ที่คำนึงถึงภาพลักษณ์จะเป็นกลุ่มเริ่มทำงานและทำงานแล้ว มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิตมาในระดับหนึ่ง เพราะจะสามารถตระหนักได้ว่าการโพสต์หรือแชร์อะไรที่ไม่ดีออกไปก็จะส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของตนเอง และอาจจะกระทบไปถึงเรื่องหน้าที่การงานและครอบครัวได้

ส่วนเรื่องบรรเทาความกังวลใจ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ และเตือนตนเอง กลุ่มนักศึกษา วัยเริ่มทำงาน และวัยทำงาน เป็นผู้ที่นำคำคมไปใช้ประโยชน์เพราะเป็นผู้ที่ใช้คอมพิวเตอร์เป็นประจำ หรือใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำด้วย ทั้งนี้การสร้างแรงบันดาลใจและการใช้คำคมเพื่อบรรเทาความกังวลใจจะต้องใช้เครื่องมือ เช่น สมาร์ทโฟน หรือคอมพิวเตอร์ ส่วนการเตือนตนเองคือจะนำ คำคมไปอยู่ตามภาพ cover facebook line หรือตั้งค่าเป็นพื้นหลังคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ตนเองเห็นได้บ่อยครั้ง ให้คำคมเป็นตัวช่วยเตือนใจเมื่อเกิดความสับสนหรือกำลังเดินทางไปในแนวทางไม่ควรไป สำหรับการไปใช้ประโยชน์เพื่อเป็นอ้างอิงในการสื่อสารกับผู้อื่น ผู้วิจัยพบในกลุ่มที่ 1 คือวัยรุ่น โดยใช้เพื่อเป็นอำนาจในการต่อรองกับพ่อแม่ในเรื่องอ่านหนังสือ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างได้เลือกใช้คำคมที่ตรงกับความต้องการของตนเองในขณะนั้นมาใช้ เลือกรับคำคมในสื่อสังคมออนไลน์มาใช้คัดค้านอำนาจที่ต่อรองได้ยาก และมีความเชื่อว่าคำคมจะสามารถต่อรองได้สำเร็จ ส่วนเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์งานเขียนนั้นผู้วิจัยพบในกลุ่มที่ 3 คือวัยทำงานซึ่งประเด็นนี้อาจจะเกี่ยวข้อง

กับปัจจัยด้านอาชีพและการศึกษาที่สนใจด้านงานเขียน ทำให้หลังจากที่อ่านคำคมแล้วผู้รับสารจึงได้นำไปต่อยอดความคิดสำหรับงานเขียนของตนต่อ การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้รับสารทำให้ผู้วิจัยเห็นว่าผู้ที่นำคำคมไปใช้ในชีวิตประจำวันก็เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์ตลอด คือ ใช้ทุกวัน ชอบแชร์ ชอบเขียน และเรื่องบางเรื่องผู้รับสารไม่ต้องการที่จะสื่อสารกับใคร การสื่อสารกับคำคมบางครั้งจึงเป็นตัวเลือกที่ดีและสามารถแก้ไขปัญหาได้ในระดับหนึ่ง ทำให้เกิดความสบายใจ บรรเทาทุกข์ได้

5.4 บทบาทคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

นอกจากส่วนที่ผู้รับสารได้นำคำคมไปใช้ประโยชน์ ผู้วิจัยยังมุ่งหาบทบาทของคำคมที่ผู้รับสารและผู้ส่งสารได้ให้ไว้ด้วย อีกทั้งยังสนใจว่าบทบาทคำคมคัตโตะและบ่นบ่นสามารถประยุกต์กับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีอยู่แล้วได้หรือไม่ ซึ่งผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

5.4.1 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนตามทัศนะของ Lasswell & C. Wright

จากบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนตามทัศนะของ Lasswell & C. Wright (1984) (อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2547) ได้กล่าวว่าหน้าที่ของสื่อมวลชนเป็นไปตามระบบสังคมใหญ่ คือการธำรงรักษาเสถียรภาพของสังคม ได้แบ่งหน้าที่ย่อยๆ ได้ดังนี้ 1) การตรวจตราสอดส่องดูแล 2) การเชื่อมและประสานความเป็นหนึ่งเดียวกัน 3) บทบาทในการสืบทอดวัฒนธรรมของสังคม (การอบรมบ่มเพาะ) และ 4) การให้ความบันเทิง ทั้ง 4 ข้อนี้เป็นบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน เมื่อนำมาวิเคราะห์ในส่วนของคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่อยู่ในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก พบว่าคำคมในแต่ละประเภทมีบทบาทดังนี้

5.4.1.1 บทบาทในการตรวจตราสอดส่องดูแล (Surveillance)

การสอดส่องสังคมเป็นหน้าที่ที่สำคัญของสื่อมวลชนที่ต้องรายงานข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นนั้นก็ทำหน้าที่นี้โดยการเผยแพร่คำคมให้ผู้อ่านได้แง่คิดในเรื่องต่างๆ เป็นข้อเตือนจิตสะกิดใจหรือเสริมย้ำจากความคิดความรู้สึกภายในตัวเราเอง ให้ฉุกละหุกหรือประพฤติกฎปฏิบัติตนในเรื่องใดเรื่องหนึ่งไปในแนวทางที่สร้างสรรค์ เปรียบเสมือนการตรวจสอบความคิดของตนเองก่อนที่จะกระทำการใดๆ ไป เช่น คำคมคัตโตะที่กล่าวว่า “จะเริ่มใหม่ได้ดีต้องทิ้งอดีตและความหลังไปบ้าง” จากคำคมชุดนี้ก็ต้องการที่จะให้ผู้อ่านทิ้งอดีตและความหลังที่ไม่ดีไป เพื่อที่จะได้ไม่ต้องคิดและเสียใจกับเรื่องที่ผ่านมาแล้ว และเริ่มต้นใหม่ให้ดีกว่าเดิม เป็นต้น

คำคมทำหน้าที่แบ่งปันประสบการณ์ของผู้เขียนให้กับผู้อ่านได้มีประสบการณ์ทางอ้อม ทำให้ก้าวผ่านชีวิตได้อย่างไม่ทุลักทุเล เพราะเคยได้ทราบวิธีหรือทางออกของปัญหาจากคำคมมาก่อนแล้ว

อยากให้คนที่เดินตามหลังเราเนี่ย คำแบบว่ามีทางลัดบ้าง มีอะไรบ้างที่เค้าจะต้องทำผิดเยอะ หรือวันที่เค้าทำผิดเราไปบอกเค้าว่ามีวิธีทางแก้แบบนี้ เค้าจะได้เข้าใจ หรือเค้ายังไม่ได้เริ่มทำผิดแต่เราไปบอกเค้าว่าวันนึงเค้าจะต้องทำผิดและเมื่อวันที่คุณทำผิดคุณก็จะได้นึกว่าสิ่งที่เราบอกไปเนี่ยมันเกิดขึ้นจริง แล้วตอนที่คุณทำผิดเนี่ยคุณจะรู้ว่ามันธรรมดา เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่เราจะต้องทำผิด (อารมณ โปธิ์หาญรัตนกุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้นทำให้เห็นว่าผู้เขียนคิดว่าประสบการณ์ของตนเองมีประโยชน์ต่อผู้อื่น อาจจะเป็นฐานะที่ใช้ชีวิตมาก่อนก็สามารถเป็นประโยชน์กับคนรุ่นหลังหรือรุ่นน้องได้ หรือเป็นประโยชน์กับผู้ที่ไม่เคยประสบเหตุการณ์หรือปัญหาดังที่ผู้เขียนเจอ เป็นต้น ซึ่งตรงนี้เป็นบทบาทที่สำคัญในการตรวจตราและสอดส่องสังคมที่เน้นไปที่ระบอบย่อยก็คือบุคคลที่อยู่ในสังคม ซึ่งถ้าหากทุกคนปฏิบัติตนไปในแนวทางที่เหมาะสม ก็จะทำให้สังคมเป็นระเบียบ

ซึ่งการกระทำเชิงภาษาที่ตรงกับบทบาทในการตรวจตราสอดส่องดูแลนี้ก็คือ 3 ประเภท constatives regulatives และ avowals เพราะทุกประเภทผู้เขียนบอกเล่าประสบการณ์ ชีวิต เรื่องราวของตนเองและคนรอบข้างมาเพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบ

5.4.1.2 บทบาทในการเชื่อมและประสานความเป็นหนึ่งเดียวกัน (Correlation)

คำคมในอดีตเป็นคำพูดหรือข้อความที่ให้ข้อคิดหรือใช้สั่งสอน โดยมากจะเป็นพระสงฆ์หรือผู้หลักผู้ใหญ่ที่คนในสังคมให้ความเคารพ แต่ในปัจจุบันคำคมได้เพิ่มเติมเป็นคำพูดที่ออกมาจากบุคคลธรรมดาที่ให้ข้อคิดหรือเล่าประสบการณ์ชีวิตเรื่องต่างๆ แบบสั้นๆ ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของคำคม ดูเหมือนจะถูกออกถูกใจผู้ใช้ไม่น้อยเพราะมีคนจำนวนมากนิยมส่งต่อและแสดงความคิดเห็นต่อคำคมในเฟซบุ๊ก กดถูกใจแฟนเพจกันเป็นจำนวนมาก เพราะคำคมที่ให้ข้อคิด คติเตือนใจ คำสอน หรือเขียนสิ่งที่กลั่นกรองออกมาจากประสบการณ์ ได้ถูกปรับมาเป็นอารมณ์เหมือนกับเพื่อนคุยกับเพื่อน ลดความเป็นทางการ นำเสนอรูปแบบที่เป็นที่นิยม ซึ่งคำคมทั้งของคัตโตะและบ่นบ่นเป็นคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด อย่างไรก็ตามใจความสำคัญของคำคมบางส่วนก็ยังคงเกี่ยวข้องกับหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา จัดอยู่ในประเภท constatives และ regulatives บ้างเล็กน้อย ซึ่งถือว่าเป็นการสืบต่อการทำหน้าที่ของคำคมเดิมมาจนถึงปัจจุบันที่ให้ข้อคิด สั่งสอน เช่นเดียวกับคำคมที่อยู่ในวัด

มันคือธรรมะ คือคนที่เค้าเดินนำไปก่อนเรานี้ก็คือพระพุทธเจ้า ซึ่งเค้าก็รู้เรื่องนี้มาก่อนเราแล้ว เพราะว่าเมื่อคนที่โตกว่าเค้าก็จะคิดได้แบบนี้แหละ มันก็มีหลายคนที่คิดได้มากกว่าผม คนที่เค้าอายุมากเค้าก็จะคิดได้ ทำไมเราเห็นคนแก่ๆทำไมเค้าชอบบิณฑบาต เค้าชอบอยู่โดยที่ว่างสบายเค้าอยู่แบบสุขอยู่โดยแบ่งช่องว่างให้กับคนรอบข้าง ทำไมคนแก่ถึงเจ็บไข้ได้ป่วย ทำไมเค้าถึงตายไปอย่างสงบ ทำไมเค้าถึงปลงก็เพราะเค้ามีความรู้แบบนี้เหมือนกัน พระพุทธเจ้าก็เป็นคนหนึ่งที่เขียนเรื่องนี้เอาไว้แล้วแบบว่าเค้าไปจุดที่ถึงก่อนทุกคน (อารมณ โปธิหาญรัตนกุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้นผู้เขียนได้นำความรู้ทางพระพุทธศาสนา มาเขียนคำคม ที่เป็นแก่นเดียวกับคำคมที่อยู่ในวัด เน้นการให้ข้อคิดและสั่งสอนตามหลักธรรม แสดงให้เห็นถึงการประสานเชื่อมโยงบทบาทจากคำคมรุ่นหนึ่งมาสู่อีกรุ่นหนึ่งได้เป็นอย่างดี

จริงๆ บ่นบ่น มันมาจากหนังสือพระ ตรีไม่ได้เอาทั้งหมดมา ตรีจะอ่านของคุณพ่อคุณแม่ เค้าจะชอบอ่านหนังสือพระ ไม่ใช่แบบท่านว.วชิรเมธี ท่านก็จะมีคำคมของท่านเลย แต่บางอย่างเป็นหนังสือธรรมส่งตรง อะไรแบบนี้ ก็เอามาบ้าง พออ่านก็เอออันนี้น่าดี อยากให้คนอื่น ๆ ได้รู้ ก็เลยเอามาเขียน (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

จากบทสัมภาษณ์ของตรีผู้เขียนคำคมบ่นบ่นข้างต้นก็แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนนำธรรมะเข้ามาเขียนสอดแทรกกับเรื่องอื่นๆ ด้วย จึงสืบทอดและเชื่อมโยงการทำหน้าที่ให้ข้อคิดของคำคมเช่นเดียวกัน

5.4.1.3 บทบาทในการสืบทอดวัฒนธรรมของสังคม (อบรมบ่มเพาะ)

(Transmission social inherent)

ในอดีตผู้ที่ทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะมีอยู่อย่างผูกขาด เช่น พ่อแม่ พระสงฆ์ แต่ในปัจจุบันมีสื่อเพิ่มขึ้นทำให้ผู้ทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะมีมากขึ้น คำคมคติโตะและบ่นบ่นก็เป็นหนึ่งสื่อที่ทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะโดยการสื่อสารคำคมที่มีเนื้อหาในเชิงให้ข้อคิด สั่งสอน และต่อยอดค่านิยมที่ฝังงมในสังคมไทย อาทิ คำคมคติโตะ “คนดีคือคนที่ดีทั้งต่อหน้าและลับหลัง” และคำคมบ่นบ่น “เวลามันท้อแท้สุดๆ นี่โคตรคิดถึงบ้านเลยเนอะ” จะเห็นได้ว่าคำคม 2 ชุดนี้ได้กล่าวถึงค่านิยมในสังคมไทยคือการเป็นคนดีและการให้ความสำคัญกับครอบครัว เป็นการสื่อสารเพื่อย้ำให้เห็นว่าเรื่องที่ถูกกล่าวถึงเป็นสิ่งที่ดีควรคิดถึงและควรสืบทอดต่อไป หรือคำคมคติโตะที่กล่าวว่า “ความสุขของชีวิตคือไม่ต้องไปเปรียบเทียบกับใครมาก ใช้ชีวิตของเราให้ดี ไม่ต้องมีมันไปทุกอย่าง” และคำคมบ่นบ่น “เมื่อไม่มีต้นทุนเท่าคนอื่น ก็แค่ต้องพยายามมากกว่าคนอื่น” จากคำคมตัวอย่างทั้ง 2 ชุดทำให้เห็นว่าการหมายเป็นไปในเชิงให้ข้อคิดและชี้แนะไปในแนวทางที่ถูกที่ควร ผู้วิจัยคิดว่าบริบททางสังคมของ

ผู้เขียนนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดชุดคำคมที่มีเนื้อหาดังกล่าว เพราะผู้เขียนทั้ง 2 ท่าน เป็นคนไทย เดิบทโตและอาศัยในประเทศไทย มีความเชื่อตามหลักพระพุทธศาสนา ระบบความคิดและการสั่งสอน จากครอบครัวและสังคมจึงมีอิทธิพลและหล่อหลอมให้ผู้เขียนสื่อสารคำคมออกมามีความหมาย ดังกล่าว “คุณแม่สอนว่าโตแล้วต้องอดทน คือตรัยชอบบ่นเรื่องงาน ชีวิตตรัยมีแต่เรื่องงาน แม่ก็จะบอกว่าโตแล้วก็ต้องอดทน ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ต้องปรับตัวให้ได้” ...“จริงๆ บ่นบ่น มันมาจากหนังสือ พระ ตรัยไม่ได้เอาทั้งหมดมา ตรัยจะอ่านของคุณพ่อคุณแม่ เค้าจะชอบอ่านหนังสือพระ” (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559) “พอเราเริ่มเข้าไปเรื่อยๆ เราก็จะเข้าใจว่าเราเดินตาม คนที่เขามาก่อนหน้าเรา นั่นก็คือธรรมะ แล้วยิ่งพออ่านไปมันก็คือธรรมะแบบย่อย ย่อยให้เด็กอ่าน ประมาณนั้น” (อารมณ โปธิหาญรัตนกุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

ดังนั้นบทบาทในการสืบทอดวัฒนธรรมของสังคมและการอบรม- บ่มเพาะ คำคมคติโตและบ่นบ่นจึงเป็นหนึ่งในสื่อที่ทำหน้าที่ควบคู่ไปกับพ่อแม่ พระสงฆ์ ที่ทำหน้าที่ อบรมบ่มเพาะมาแต่เดิม แม้ว่าผู้เขียนจะเป็นบุคคลธรรมดาแต่ก็สามารถทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะได้ ภายใต้การนำเสนอในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และบทบาทนี้สอดคล้องกับการกระทำเชิงภาษา ประเภท constatives การกระทำเชิงภาษาที่พิสูจน์ความจริงหรือยืนยันความจริง และ regulatives การกระทำเชิงภาษาที่มุ่งหวังให้เกิดผลลัพธ์ตามมา เพราะพื้นฐานของการอบรมบ่มเพาะนั้นต้องเป็น เรื่องที่เหมาะสม ถูกต้อง ควรแก่การสืบทอดไปยังรุ่นต่อไป

5.4.1.4 บทบาทในการให้ความบันเทิง (Entertainment)

คำคมในอดีตอาจจะถือกำเนิดมาเพื่อสั่งสอนให้ข้อคิด แต่คำคม บ่นบ่นผู้เขียนได้กล่าวว่ามีบทบาทในการให้ความบันเทิงด้วย “บางเรื่องมันก็ตลกล้นๆ เลยก็มี อย่าง เรื่องความอ้วนเนี่ยมันเป็นความบันเทิงสุดๆ” ... “ตรัยจะเป็นคนอวบ น้ำหนัก 54 แต่สูง 160 มันจะมี อันนิ่งที่บอกว่าผู้หญิงที่ขอปั้งเยาะๆ คือจริงๆ ไม่ได้อยากได้ใหม่ แต่มันใส่ไม่ได้แล้ว น้ำหนักเราจะ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ มันเป็นเรื่องที่ตั้งแต่พัน ม.ต้นมา เราก็ลดน้ำหนักมาตลอดเลย” (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

คำคมบ่นบ่นที่เกี่ยวกับความอ้วนมีอยู่หลายชุด เช่น “เค้าไม่ได้ เรียกว่าอ้วน เค้าเรียกว่าคนมีแก้มค่ะ” “โตแล้วจะอ้วนแคไหนก็ได้” เป็นต้น เรื่องความอ้วนอาจจะ เป็นปัญหาที่ใหญ่ของคนที่ต้องการควบคุมน้ำหนักโดยเฉพาะผู้หญิง แต่ที่คำคมบ่นบ่นได้เลือกนำเสนอ ความบันเทิงจากเรื่องความอ้วนก็เป็นเพราะว่าเป็นความรู้สึกที่มาจากตัวเองที่คิดว่าเป็นคนอวบ และ คิดว่าผู้อ่านก็จะมีความรู้สึกนี้เช่นเดียวกัน ผู้วิจัยคิดว่าคำคมบ่นบ่นเรื่องความอ้วนเป็นเหมือนเรื่องตลก ร้ายที่อ่านผ่านๆ ก็อาจจะดูตลกขำขันแต่จริงๆ แล้วมันจิกกัดความเป็นจริงของผู้หญิงที่ต้องการลด

น้ำหนัก แต่ในจิตใจลึกๆ แล้วก็ไม่ได้อยากลด อยากเป็นคนที่มีรูปร่างดี อีกนัยหนึ่งก็เป็นการปลอบใจคนที่อ้วนด้วยการนำเสนอในด้านสนุกสนานและภาพที่น่ารักด้วย

ส่วนคำคมของคัตโตะนั้นไม่ได้มีบทบาทที่ชัดเจนในเรื่องของความบันเทิง แต่จากกลุ่มตัวอย่างที่นำมาวิเคราะห์นั้นก็พบคำคมที่อ่านแล้วรู้สึกทำให้ยิ้มและหัวเราะได้ เช่น “อยากใช้ชีวิตให้เก่งเหมือนใช้ดังก์” คำคมชุดนี้เป็นความบันเทิงเพราะเป็นการเปรียบเทียบที่แปลกใหม่ ไม่เคยพบเห็นที่ใดมาก่อน ในคำคมคำว่า “ใช้” ชีวิตและเงินเป็นคนละวัตถุประสงค์เช่นเดียวกับคำว่า “เก่ง” ที่มีความหมายคนละแบบ แต่ผู้เขียนต้องการอธิบายว่าอยากจะดำเนินชีวิตและจัดการให้ดีเหมือนกับการใช้เงินซื้อของที่ทำได้อย่างรวดเร็ว ที่ไม่ได้ยากเหมือนการใช้ชีวิต

คำคมคัตโตะที่ผู้วิจัยคิดว่ามีบทบาทในการสร้างความบันเทิงอีกเรื่องก็คือคำคมที่เกี่ยวกับเพื่อน “เวลาเพื่อนสนิทอยู่ด้วยกันพร้อมหน้าพร้อมตา...แล้วคุยเรื่องโคตรไร้สาระ หัวเราะด้วยกัน นั่นแหละช่วงเวลาที่มีความสุข” และ “เพื่อนสนิทคือคนที่เรามองเห็นความดีของมันและตกลงในความเลวของมัน” คำคมที่เกี่ยวกับเพื่อนเป็นความบันเทิงเพราะการได้นึกถึงเชื่อมโยงกับชีวิตในเรื่องที่สนุกสนาน เมื่ออ่านแล้วก็เกิดความเพลิดเพลินสนุกสนาน คลายเครียดได้

การกระทำเชิงภาษาประเภท avovals ส่วนหนึ่งจะเพื่อความบันเทิง เพราะเป็นการแสดงความรู้สึกของผู้เขียนต่อเรื่องราวต่างๆ ที่บางครั้งมุ่งหวังเพียงเพื่อให้คลายความเครียดจากปัญหาที่เป็นอยู่ด้วยความที่คำคมอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ การผลิตเนื้อหาจึงไม่จำเป็นต้องแยกประเภทดังเช่นรายการต่างๆ ตามโทรทัศน์ เพชฌฆาตแฟนเพจคำคมจึงนำสื่อสารเนื้อหาด้วยเรื่องราวที่หลากหลาย

จากบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนตามทัศนะของ Lasswell & C. Wright ได้ให้ไว้ คำคมในสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำหน้าที่เหมือนกับสื่อมวลชนได้ทั้งหมด แต่เป็นการทำหน้าที่ในมุมมองที่ต่างกัน เช่น การสอดส่องดูแลของสื่อมวลชนก็คือการรายงานสถานการณ์ที่เป็นบ่อนทำลายสังคม แต่คำคมนั้นเป็นการรายงานชีวิตของผู้เขียน บอกเล่าประสบการณ์ของตนให้เป็นประสบการณ์ทางอ้อมแก่ผู้อ่าน เป็นต้น อย่างไรก็ตามสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ต่างก็มีคุณลักษณะเด่นที่ต่างกัน ดังนั้นบทบาททั้ง 4 ข้อนี้นี้จึงไม่ได้เป็นการมา “แทนที่” แต่จะเป็นการ “ส่งเสริม” เกื้อกูลซึ่งกันและกัน ทำหน้าที่ควบคู่กันเพื่อสังคม

และนอกเหนือจากบทบาทของตามทัศนะของ Lasswell & C. Wright แล้ว Robert Merton ยังได้แยกหน้าที่ออกเป็น 2 อย่างอีกคือ หน้าที่ปรากฏชัด (manifest function) หน้าที่แอบแฝง (latent function) ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

5.4.2 หน้าที่ปรากฏชัด (Manifest Function)

การทำหน้าที่ของการสื่อสารคำคมคติและและบ่นบ่น ในแง่ของหน้าที่ปรากฏชัด มีเกณฑ์ที่ใช้ในการวัดคือความตั้งใจ (intention) และการรับรู้ตัว (recognition) ของผู้ส่งสาร กล่าวคือ หน้าที่ปรากฏชัดเป็นผลลัพธ์ที่เกิดตามมาโดยที่ผู้เขียนคำคมตั้งใจ และคาดหวังว่าจะให้คำคมมีบทบาท หน้าที่เป็นตามที่คุณคิดเอาไว้ ซึ่งอาจจะเป็นบทบาทของคำคมโดยตรง เช่นการสั่งสอน ชี้นำการใช้ชีวิต อย่างมีสติ ไม่ประมาท หรือให้ปล่อยวางจากความทุกข์ เป็นต้น โดยหน้าที่ปรากฏชัดของคำคมคติและ และบ่นบ่นดังนี้

5.4.2.1 หน้าที่ปรากฏชัดของคำคมคติและ

1) บันทึกความรู้สึกของตนเอง

การบันทึกความรู้สึกของตนเองโดยมากจะเป็นการเขียนบันทึก เมื่อเกิด การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีจึงมีพื้นที่ใหม่ที่เป็นพื้นที่ที่ทุกคนสามารถเข้ามาใช้ได้ก็คือสื่อสังคม ออนไลน์ ซึ่งพื้นที่นี้ก็สามารถที่จะบันทึกความรู้สึกของตนเองได้ ซึ่งคัดลอกเองก็ได้ใช้พื้นที่เฟซบุ๊ก บันทึกความรู้สึกของตนเองด้วย

อีกมุมหนึ่งเราก็เป็นคนเขียนไดอารี่อยู่แล้ว เขียนมาตั้งแต่ ม.3 ม.4 เกิดจาก เขียนเฟรนด์ชิปนี้แหละครับ แล้วรู้สึกว่าการอ่านบันทึกตัวเองแล้วสนุกดี เราก็จดมาเรื่อยๆ จนถึงมหาวิทยาลัย เขียนเรื่องตัวเองวันละ 1 หน้า...ก็รู้สึกว่ามันดีที่ได้กลับมาอ่านเรื่องราวตัวเองแล้วเราก็พัฒนาเรื่องจิตใจตัวเองที่ว่า มันเหมือนกับเราได้เข้าใจตัวเองว่าเรามี ภาวะทางจิตอย่างไร แล้วก็จะมี การได้ศึกษาตัวเหมือนได้ทำวิจัยตัวเองทางจิตใจ ก็เลย เริ่มทำ (อารมณ โปธิหาญรัตนกุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

นอกจากจะเขียนคำคมเพื่อบันทึกความรู้สึกแล้ว ผู้เขียนยังคิดว่าการ เขียนคำคมของตนเองนั้นเป็นการทำวิจัยตนเองทางจิตใจ เพราะเมื่อกลับมาอ่านก็จะทำให้เข้าใจจิตใจของตนเองในช่วงเวลาที่เขียนว่า ณ ช่วงนั้นคิดอะไร รู้สึกอะไรอยู่

2) เป็นประสบการณ์ทางอ้อมให้กับผู้อ่าน

ประสบการณ์ของมนุษย์นั้นมีอยู่ 2 แบบ คือ ประสบการณ์ตรง (direct experience) เป็นประสบการณ์ที่จากตัวเอง และประสบการณ์ทางอ้อม (indirect experience) เป็นประสบการณ์ที่มาจากการจดจำหรือสังเกตจากผู้อื่น ซึ่งการเรียนรู้ของมนุษย์นั้นมักจะมาจากการสังเกตมากกว่าเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงของตนเอง A. Bandura (1971) (อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2547) ได้เสนอว่าสังคมเด็กๆ จะเรียนรู้จากการสังเกตตัวแบบที่หลากหลาย เช่น จากพ่อแม่ จากเพื่อน จากครู จากบุคคลใกล้ชิด ฯลฯ นอกจากนี้ที่กล่าวไปแล้วสื่อสังคมออนไลน์ยังได้นำบุคคลธรรมดาเข้ามาทำหน้าที่เป็นประสบการณ์ทางอ้อมด้วย ผู้เขียนคำคมคติและจึงคาดว่าคำคมที่ตน

สื่อสารเรื่องราวนำเสนอเรื่องราวออกไปนั้น จะทำให้ผู้อ่านได้มีประสบการณ์และสามารถดำเนินชีวิตได้แบบไม่ลำบากมากนัก

รู้สึกรู้ว่าคิดแล้วมันตกตะกอนทางความคิดเราเอง เราก็เหมือนคนที่แบบว่าเรานำเค้าไปแล้วนะ บางคนเค้าอาจจะเด็กลงว่า เราเด็กลงว่านี่เราเคยโกรธ เคยโมโห เราก็อยากบอกให้คนที่อายุน้อยๆ กว่าหรือที่เค้าเห็นโลกมาน้อยกว่าเราได้เดินลัดบ้าง ไม่ต้องลัดเยอะ บ้าง แต่ได้เดินลัดจะได้ไม่ต้องเหนื่อยมาก (อารมณ โปธิหาญรัตนกุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

ตอนที่อยากให้คนที่เดินตามหลังเราเนียเค้าแบบว่ามีทางลัดบ้าง มีอะไรบ้างที่เค้าจะไม่ต้องทำผิดเยอะ หรือวันที่เค้าทำผิดเราไปบอกเค้าว่ามีวิธีทางแก้แบบนี้เค้าจะได้เข้าใจ หรือเค้ายังไม่ได้เริ่มทำผิดแต่เราไปบอกเค้าว่าวันนึงเค้าจะต้องทำผิด และเมื่อวันที่คุณทำผิดคุณก็จะได้นึกว่าสิ่งที่เราบอกไปเนี่ยมันเกิดขึ้นจริง แล้วตอนที่คุณทำผิดเนียคุณจะรู้ว่ามันธรรมดา เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่เราจะต้องทำผิด (อารมณ โปธิหาญรัตนกุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

ผู้เขียนคำคมคัดโดยคิดว่าที่ตนได้สื่อสารออกไปนั้นสามารถทำให้ผู้ที่อายุน้อยกว่าหรือผู้เคยประสบพบเจอในเรื่องนั้นๆ ได้ “เดินลัด” ซึ่งหมายถึงการชี้แนะแนวทางให้ช่วงเวลาที่ไม่ดีหรือปัญหาผ่านไปได้อย่างรวดเร็ว เพื่อที่จะได้ดำเนินชีวิตได้อย่างไม่ทุลักทุเล และยังทำให้เข้าใจชีวิตว่าเป็นเรื่องธรรมดาที่จะเกิดปัญหาด้วย

3) เป็นพื้นที่ระบายความรู้สึกของผู้อ่าน

ด้วยคุณลักษณะของเฟซบุ๊กที่สามารถโต้ตอบกันและแสดงความคิดเห็นได้นั้น คัดโดยจึงคาดหวังให้เฟซบุ๊กแฟนเพจคำคมของตนเป็นพื้นที่สำหรับให้ผู้อ่านสามารถระบายอารมณ์ ระบายความรู้สึก และให้พื้นที่นี้เป็นพื้นที่เปิดกว้างในการแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ “อยากให้มันเป็นที่ๆ สงบๆ บ้าง เป็นที่ๆ คนเข้ามาพักผ่อนหรือมาบ่นเรื่องอะไรซักอย่าง เป็นที่ๆ ว่างๆ เราก็พยายามคุมโทนให้มาตรงนี้แล้วมันเป็นที่สงบๆ” (อารมณ โปธิหาญรัตนกุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

นอกจากจะคาดหวังให้เป็นพื้นที่สำหรับแสดงความคิดเห็น ระบายความรู้สึกแล้ว คัดโดยยังอยากให้ เป็น “พื้นที่สงบ” ด้วย กล่าวคือเมื่อเข้ามาในแฟนเพจก็อยากจะทำให้ผู้อ่านได้รู้สึกจิตใจสงบจากการอ่านคำคม ได้รู้สึกเบาโล่งจากปัญหาของชีวิตเหมือนได้เข้ามาพักผ่อนอีกด้วย

4) ให้ข้อคิดในการดำเนินชีวิตให้กับผู้อ่าน

หน้าที่หลักของคำคมในอดีตคือมีหน้าที่เพื่อสั่งสอนหรือให้ข้อคิด เพื่อให้คนในสังคมมีจิตสำนึกที่ดีและปฏิบัติตนไปในแนวทางที่เหมาะสม คัตโตะก็มีความคาดหวังว่าคำคมของตนนั้นจะให้ข้อคิดกับผู้อ่านได้เช่นเดียวกับคำคมในอดีต “พอเก็บไว้เรารู้สึกว่าเอามันก็ติดกับตัวเราเองนะ เราก็อยากให้อ่านคนอื่นเอาไปอ่านบ้าง ก็เหมือนแบ่งปันกันครับ ก็จะเอาไปลงแบบนี้” (อารมณ โปธิหาญรัตนกุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่าคัตโตะคิดว่าคำคมที่ตนเองเขียนนั้นดีกับตนเอง ซึ่ง “ดี” ที่ผู้เขียนกล่าวนั้นผู้วิจัยคิดว่าเป็นการหมายถึงการให้ข้อคิดในการดำเนินชีวิต อ่านแล้วได้ติดตาม ซึ่งสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

มันคือธรรมะ คือที่ย้อนให้ฟังก็คือว่าคือคนที่เค้าเดินนำไปก่อนเราคนนี้ก็คือพระพุทธเจ้า ซึ่งเค้าก็รู้เรื่องนี้มาก่อนเราแล้ว เพราะว่าเมื่อคนที่โตกว่าเค้าก็จะคิดได้แบบนี้แหละ มันก็มีหลายคนที่คิดได้มากกว่าผม คนที่เค้าอายุมากเค้าก็จะคิดได้ ทำไมเราเห็นคนแก่ว่าทำไมเค้าชอบบึ้งเจก เค้าชอบอยู่โดยที่ว่างสบายเค้าอยู่แบบสุขอยู่โดยแบ่งช่องว่างให้กับคนรอบข้าง ทำไมคนแก่ถึงเจ็บไข้ได้ป่วย ทำไมเค้าถึงตายไปอย่างสงบ ทำไมเค้าถึงปลงก็เพราะเค้ามีความรู้แบบนี้เหมือนกัน พระพุทธเจ้าก็เป็นคนหนึ่งที่เขียนเรื่องนี้ เอาไว้แล้วแบบว่าเค้าไปจุดที่ถึงก่อนทุกคน ก็คือว่าเค้ารวยจนถึงที่สุดเค้าก็ไม่มีความสุข เพราะมนุษย์เนี่ยมีความสุขไม่ได้อยู่ที่รวยที่สุด พอรวยที่สุดก็ไม่มีความสุขแล้วคนมาชิงอำนาจชิงบัลลังก์ แบ่งเงินยังงี้ให้กับคนรอบข้างสำเร็จแล้วก็ยังมีคนเข้ามาขอ สำเร็จแล้วก็ยังไม่จบ สำเร็จแล้วก็มีคนรัก คนไหนรักจริง คนไหนรักผลประโยชน์ ความทุกข์ของมนุษย์ก็มีทุกระดับ ต่อให้คุณเป็นพระราชาคุณก็มีความทุกข์อยู่ต้องออกมาสละถึงต้องออกมาบำเพ็ญทุกรกิริยาเพื่อให้แบบฉันทเจ็บปวดมากๆแล้ว กลับไปมีความสุขใหม่ ก็ไม่ใช่ คือเขาได้ทดลองมาก่อนเพราะฉะนั้นความไม่เที่ยงแท้ของผมมันก็คือโลกธรรม พยายามก็คือมรรค 8 โลกธรรม 8 มันก็คือธรรมะ แล้วยิ่งพออ่านไปมันก็คือธรรมะแบบย่อย ย่อย ให้เด็กอ่าน ประมาณนั้น (อารมณ โปธิหาญรัตนกุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

หน้าที่ในการให้ข้อคิดในการดำเนินชีวิตที่ผู้เขียนคาดหวังนั้นจะสอดคล้องกับพระพุทธศาสนา ที่ผู้เขียนศรัทธาและนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังเผยแพร่โดยการสื่อสารออกมาเป็นคำคมในเฟซบุ๊กอีกด้วย

5) ให้คำปรึกษากับผู้อ่าน

เนื่องจากคำคมคัตโตะจะมีประเภทที่ให้ข้อคิดและชี้แนะแนวทางให้กับผู้อ่าน อีกทั้งผู้เขียนยังนิยมให้เป็นคำคมธรรมะที่ชี้ทางสว่างให้เห็นการดับทุกข์ในบางจุด ดังนั้นผู้อ่าน

จำนวนมากจึงคิดว่าผู้เขียนจะสามารถรับฟังและแสดงความคิดเห็น รวมถึงหาทางออกให้กับเรื่องราวของตนได้ จึงเลือกที่จะปรึกษากับผู้เขียน “มีมาปรึกษาเยอะมากเลยครับ สมัยก่อนตอนที่ยังมีเวลาหลายๆ ก็จะช่วยนั่งคุยกับเค้าบ้างก็มี ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องธรรมดาครับ เรื่องชีวิตเค้า เรื่องครอบครัวเค้า” (อารมณ โปธิ์หาญรัตนกุล, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2559)

การให้คำปรึกษามีทั้งการปรึกษากับคนในครอบครัว เพื่อนคนสนิท แต่มีคนจำนวนไม่น้อยที่เลือกจะปรึกษาเรื่องราวชีวิตของตนเองกับคัตโตะ ผู้วิจัยคิดว่าผู้อ่านมีความไวใจและเชื่อใจจากที่ผู้เขียนนั้นได้สื่อสารคำคมออกไป และยังเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของเฟซบุ๊กที่เป็นการสื่อสาร 2 ทาง จึงเปิดโอกาสให้ผู้อ่านเข้าถึงผู้เขียนได้ ต่างจากคำคมในอดีตที่เป็นการสื่อสารทางเดียว

5.4.2.2 หน้าทีปรากฏชัดของคำคมบ่นบ่น

1) บันทึกรู้สึกของตัวเอง

ผู้เขียนคำคมบ่นบ่นจดบันทึกความรู้สึกของตนเป็นปกติอยู่แล้ว เมื่อเกิดความรู้สึกแบบที่เคยจดไว้อีกครั้งก็จะนำไปเผยแพร่ลงในเฟซบุ๊กอีกครั้ง

ตอนแรกเขียนในเฟซบุ๊กส่วนตัว เพราะตรัยเป็นคนชอบโพส สเตตัสแปลกๆ คือเวลาตรัยรู้สึกอะไรตรัยก็จะจดเอาไว้ เก็บเอาไว้ในมือถือ พอมี feel นั้นอีกครั้งหนึ่งก็จะเอาคำพวกนี้โพสลงในเฟซบุ๊ก และตรัยเป็นคนที่ชอบวาดรูป แล้วเพื่อนก็บอกว่าโพสแต่คำนำราคาญ ไปทำอะไรที่มันดูมีสาระกว่านี้ดีกว่า โอเคฉันลองเอาคำกับรูปวาดลองมาผสมกัน (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

เมื่อผู้เขียนเผยแพร่ความรู้สึกของตนผ่านเฟซบุ๊กทำให้เพื่อนมองว่าไม่ค่อยมีสาระ ไม่น่าสนใจ ผู้เขียนจึงได้วาดรูปประกอบเข้าไปและเผยแพร่แฟนเพจด้วย จึงเป็นการบันทึกความรู้สึกผ่านทั้งตัวอักษรและภาพที่แสดงอารมณ์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2) ให้กำลังใจผู้อ่าน

จุดประสงค์แรกเริ่มของผู้เขียนที่สร้างชุดคำคมขึ้นมาก็คือเพื่อปลอบใจและให้กำลังใจคนที่มีความรู้สึกเดียวกันกับตนเอง ไม่ว่าจะผู้อ่านจะประสบปัญหาเรื่องใดอยู่ผู้เขียนก็คาดหวังว่าเมื่อเข้ามาในแฟนเพจก็จะเจอคำคมที่ตรงกับความรู้สึกของผู้อ่าน เป็นพื้นที่ที่สามารถเข้ามาหากำลังใจได้ตลอดเวลา

คือเพจตรัยเป็นเพจที่เหมือนปลอบใจเขาได้ตลอดเวลา เหมือนที่ตรัยพูดว่าฟิลลิ่งเดียวกันมันปลอบใจกันได้มากกว่า ส่วนใหญ่ฟีดแบคจะ ออกมาว่าคำของตรัยมันให้กำลังใจพวกเขา...คือมันจะมีคำพูดอยู่ว่าจะไม่มีใครปลอบเราได้ดีเท่าคนที่รู้สึกเหมือนเรา (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

นอกจากที่ผู้เขียนจะตั้งใจให้คำคมของตนปลอบใจและให้กำลังใจผู้อ่าน ในขณะเดียวกันผลตอบรับผู้อ่านก็ยิ่งกล่าวว่าคำคมบ่นบ่นก็ให้กำลังใจด้วย ดังนั้นบทบาทในการให้กำลังใจจึงถือว่าเป็นบทบาทที่ประสบความสำเร็จของคำคมบ่นบ่น

3) ให้กำลังใจตนเอง

การให้กำลังใจตัวเองของผู้เขียนนั้นมีอยู่ 2 แบบ แบบแรกคือการได้กำลังใจจากผู้อ่านทั้งผ่านช่องทางแสดงความคิดเห็นและข้อความ

เหมือนมีเพลงก็มีแฟนเพลง เขาก็จะคุยกับตริยทุกวัน มันจะเป็นอารมณ์ที่เข้ามาขอบคุณเราที่เราให้กำลังใจเค้า เป็นเหมือนตริยทำงานตรงนี้ ตริยก็ทำงานอื่นไปด้วยมันก็เหนื่อย บางทีก็ซีใจก็เจอพอมเจอแฟนเพลงมันก็เอน่ารัก มันเป็นฟิลที่ตีมาๆ อะ เค้าก็ไม่ว่าเราก็ได้กำลังใจจากเค้าในการทำต่อไป” (วาสิกา อุดมธนะสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

“ตริย” ผู้เขียนคำคมบ่นบ่นได้รับกำลังใจจากการเข้ามาพูดคุย คำขอบคุณจากผู้อ่านทำให้ผู้เขียนนั้นรู้สึกว่ามีกำลังใจในการทำงาน ส่วนแบบที่สอง คือ เป็นการได้กำลังใจจากการอ่านคำคมที่ตนเขียนเอง

คำพวกนี้เป็นคำที่ตริยปลอบใจตัวเอง บางทีเหนื่อยๆ หยิบหนังสือตัวเองมาอ่าน มันก็ยังมีกำลังใจ รู้สึกดี รู้ว่าในชีวิตเราเคยผ่านจุดที่แย่ที่สุดมาแล้ว เราอยู่ตรงนี้ต่อให้มันแยกว่าเดิม ปัญหามันก็ค่อยกลับไปเจ็บเดี๋ยวก็นาย” (วาสิกา อุดมธนะสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

เวลาที่คนเราต้องการกำลังใจมักจะเป็นเวลาที่ท้อแท้ เหนื่อยล้า หหมดแรงใจ ผู้เขียนคำคมบ่นบ่นใช้คำคมที่ตนเขียนมาเป็นกำลังใจให้ตนเอง ทำให้ได้บททวนว่าปัญหาที่ว่าหนักก็ยังเคยผ่านมาแล้ว และปัญหาที่กำลังเจอในปัจจุบันก็ต้องผ่านไปได้เช่นในอดีต

4) ให้คำปรึกษา

การให้คำปรึกษาเป็นบทบาทที่ผู้เขียนนั้นไม่ได้คาดคิดมาก่อน แต่จากการสัมภาษณ์ทำให้ผู้วิจัยพบว่าตัวเลือกหนึ่งของผู้อ่านในการปรึกษาปัญหาชีวิตก็คือผู้เขียนคำคม

เยอะมาก คือเมื่อก่อนคนจะคิดว่าคนเขียนบ่นบ่นแก็บแบบพ้ออัย ที่ฉอด คนจะเข้ามาแบบว่าถาม ท้องก่อนวัยอันควร สามมีมีเมียน้อย เข้ามาปรึกษาทุกอย่าง ตริยก็ตอบเท่าที่ตริยตอบได้ แต่หลังๆ ตริยเริ่มเปิดตัว ทุกคนก็เห็นอ้าว ตริยเป็นเด็กวัยรุ่น เพราะฉะนั้นคนที่เข้ามาปรึกษาก็จะลดอายุไปก็จะเป็น ม.ต้น มหาลัย (วาสิกา อุดมธนะสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

ก่อนที่ผู้เขียนจะเปิดตัวในสื่อต่างๆ ได้มีคนเข้ามาปรึกษาปัญหามากมาย อาทิ การตั้งครม.โดยไม่พร้อม การนอกใจ เป็นต้น ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาที่หนัก และจะมีบางคนที่ไม่สามารถไปปรึกษาปัญหานี้กับครอบครัว เพื่อน หรือญาติพี่น้องได้ เพราะว่าอาจจะโดนนินทา และซ้ำเติม ดังนั้นผู้อ่านที่กำลังมีปัญหาจึงเลือกที่จะปรึกษา “คนที่ไม่รู้จัก” แต่สามารถไว้ใจและคิดว่าน่าจะให้คำปรึกษาได้ โดยอ้างอิงจากคำคมที่ชี้แนะแนวทางและให้กำลังใจที่เคยเผยแพร่ในแฟนเพจ แต่เมื่อมีการเปิดตัวผู้เขียนที่ปัจจุบันมีอายุ 23 ปี จึงทำให้คนที่เข้ามาปรึกษาส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น และคาดว่าปัญหาที่นำมาปรึกษานั้นก็จะเบาลงเป็นเรื่องความรัก การเรียน มากกว่าเรื่องการตั้งครม. หรือปัญหาใหญ่ในชีวิต ทำให้เห็นว่าผู้อ่านเลือกผู้ให้คำปรึกษาจากประสบการณ์ มีวุฒิ ผู้ที่ผู้อ่านคิดว่าเข้าใจโลกเข้าใจสังคมมากกว่าตัวผู้อ่านเอง

5) ความรับผิดชอบต่อตนเอง

หากกล่าวถึงคนในวัยเรียนอายุ 20 ปี สิ่งที่เป็นเป้าหมายของคนในช่วงวัยนี้ก็คือได้เกรดเฉลี่ยดีๆ และทำกิจกรรมเกี่ยวกับประสบการณ์ในรั้วมหาวิทยาลัย แต่ผู้เขียนนอกจากเรียนและทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัยแล้วยังทำแฟนเพจคำคมควบคู่ไปด้วย จึงทำให้เกิดความรับผิดชอบและแบ่งเวลาเป็นมากขึ้น

ความรับผิดชอบ เพราะตอนนั้นตรัยทำงานไป เรียนไปด้วย มันจะมาหนักตอนตรัยทำธีสิส ตรัยเรียน communication design มันเป็นเหมือนออกแบบ เพราะฉะนั้นงานมันจะหนักมาก ช่วงทำธีสิสนี้เหมือนต้องแบ่งเวลาดีมาก คือตอนนั้นไม่ได้เที่ยวเลย จริงๆ ตอนนั้นคิดว่าหนักแล้ว แต่ตอนนี้เราทำงานด้วย ทำอันนี้ด้วยหนักกว่า คือมันเป็นการแบ่งเวลาและเป็นสิ่งที่เราต้องทำมันให้ได้ในทุกๆ วัน...พอเราได้ทำตรงนี้เราก็มีความสามารถเชิงธุรกิจกว่าคนอื่นหน่อย เป็นประสบการณ์ (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

ผู้เขียนมีความคิดเห็นว่าการมีโอกาสดำรงงานในขณะที่เรียนเป็นประสบการณ์ที่ดีที่สุดทำให้แบ่งเวลาเป็น มีความรับผิดชอบมากขึ้น เพราะการที่จะเรียนและทำงานให้ได้ดี ทั้ง 2 อย่างต้องมีความพยายาม แต่ก็ถือว่าเป็นความได้เปรียบที่คนในช่วงวัยเดียวกันอาจจะไม่มี

6) แทนความรู้สึกให้ผู้อ่าน

การแทนความรู้สึกอาจจะเป็นบทบาทที่คำคมในอดีตเคยมีอยู่แล้ว แต่สิ่งที่เพิ่มเข้ามาก็คือคำคมบ่นบ่นจะเป็นเรื่องราวในชีวิตประจำวันมากขึ้น ใกล้ตัวมากขึ้น เมื่อมี social media เป็นเครื่องมือการสื่อสารจึงทำให้ผู้อ่านเผยแพร่ไปได้ง่าย ผู้เขียนคำคมจึงคาดว่าคำคมที่ตนสื่อสารจะตรงกับชีวิต สอดคล้องกับชีวิตของผู้อ่านและนำไปส่งต่อได้ “ตรัยอยากให้คนอ่านได้ฟิลลิ่ง

เดียวกันแค่นั้นเอง ปกติเราจะแชร์ภาพไหน เราจะรู้สึกแบบภาพนั้น พอเค้าแชร์เรารู้สึกดี เพราะเค้าได้ระบายเรื่องของเราไปโดยที่ไม่ต้องพูด” (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

ผู้เขียนยกตัวอย่างของตนเองเรื่องการเผยแพร่ภาพหรือข้อความว่า เมื่อจะแชร์อะไรก็ต้องเป็นเนื้อหาที่ตนเองรู้สึกแบบนั้น ดังนั้นคำคมที่ตนได้สื่อสารออกไปจึงอยากให้ภาพและข้อความดังกล่าวตรงกับความรู้สึกของผู้อ่าน สามารถแทนความรู้สึกของผู้อ่านได้ และสามารถส่งต่อออกไปโดยไม่ต้องเขียนหรือเรียบเรียงด้วยตนเอง

7) ระบายความรู้สึกตนเอง

คำคมบ่นบ่นนอกจากจะมีบทบาทในการให้กำลังใจกับทั้งผู้เขียนและผู้อ่านแล้ว ยังการระบายความรู้สึกในขณะที่เขียนได้อีกด้วย “โอเคมันถึงคราวที่ให้กำลังใจตัวเอง แต่มันน่าจะมีคนที่รู้สึกเหมือนเรา คือเราได้ระบายเรารู้สึกดีขึ้น...ทุกๆ คน ทุกๆ วันมันก็เจอเรื่องหนักๆ” (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

เมื่อเกิดปัญหาหรือเรื่องราวที่ตึงเครียดการระบายความรู้สึกเป็นทางออกที่ทำให้รู้สึกดีได้ เช่น การเขียนบันทึก การพูดคุยปรึกษา หรือการแสดงออกทางอารมณ์ เช่น ร้องกรี๊ด ร้องไห้ เป็นต้น นอกจากนี้จะจดบันทึกแล้วก็ยังใช้วิธีการเผยแพร่คำคมลงแฟนเพจเป็นการระบายความรู้สึกของตนเองด้วย ซึ่งบทบาทนี้เป็นบทบาทใหม่ที่เพิ่มเติมจากคำคมในอดีต เพราะคำคมในอดีตเน้นการสั่งสอนและเป็นแนวปฏิบัติ และผู้เขียนส่วนใหญ่ก็จะเป็นผู้ที่อยู่ในสถานะที่สูงกว่าคนธรรมดาสามัญด้วย การระบายความรู้สึกผ่านคำคมจึงเป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำ แต่พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์นั้นไม่ได้เป็นพื้นที่ที่ศักดิ์สิทธิ์ แต่เป็นพื้นที่ที่สร้างมาเพื่อความสัมพันธ์และพัฒนามาเพื่อความบันเทิง ดังนั้นเราจึงพบเห็นบทบาทในการระบายอารมณ์ของผู้เขียนในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ได้

8) ให้ผู้อ่านได้ระบายความรู้สึก

“ตรัย” ผู้เขียนคำคมบ่นบ่นเขียนคำคมเพื่อให้ผู้อ่านได้ระบายความรู้สึกที่อัดอั้นออกมา เพราะคิดว่าการได้แชร์คำคมเหมือนกับการร้องกรี๊ดออกมา ทำให้สบายใจขึ้นได้ “เพื่อนตรัยโทรมาให้เขียนเพื่อที่จะแชร์ไปต่อกัน เป็นเหมือนได้ระบายความรู้สึก บางทีเราได้แชร์ก็เหมือนเราได้กรี๊ดออกมาซักครั้งนึง ระบายเรื่องที่อัดอั้นตรัยก็เข้าใจ” (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

ผู้เขียนยกตัวอย่างเรื่องเพื่อนที่โทรมาให้เขียนเพื่อที่จะได้ระบายความรู้สึกผ่านคำคม จากบทสัมภาษณ์นี้ทำให้เห็นถึงบทบาทของการแทนความรู้สึกไปพร้อมๆ กับการระบายความรู้สึกด้วย กล่าวคือจะเป็นการแทนความรู้สึกโดยการใช้คำคมเป็นตัวสื่อสารแทนการพิมพ์เอง และเมื่อได้แชร์ออกไปก็จะได้ระบายความรู้สึกที่ตนเองเก็บไว้ออกไปด้วย

9) ความบันเทิง

การเขียนคำคมเรื่องความอ้วนเป็นเหมือนการจิกกัดเรื่องความอวบอ้วนของผู้หญิง ที่อยากลดน้ำหนักแต่ก็ทำได้ยาก คำคมบางชุดเป็นการปลอบใจตัวเองในเชิงสนุกสนาน ทำให้เรื่องที่เครียดกลายเป็นเรื่องที่ทำให้ยิ้มได้ “บางเรื่องมันก็ตลกล้วนๆ เลยก็มี อย่างเรื่องความอ้วนเนี่ยมันเป็นความบันเทิงสุดๆ” (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

10) เป็นข้อคิดในการดำเนินชีวิต

บทบาที่นี้ทำให้เห็นการสืบทอดจากคำคมในอดีตมาถึงคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ยุคปัจจุบัน ที่ยังคงทำหน้าที่ให้ข้อคิดในการดำเนินชีวิตอยู่ ผู้เขียนตั้งใจที่จะเขียนคำคมเพื่อส่งต่อเรื่อง “ดีๆ” ให้ผู้อ่านได้ทราบ

จริงๆ บ่นบ่น มันมาจากหนังสือพระ ตรัยไม่ได้เอาทั้งหมดมา ตรัยจะอ่านของคุณพ่อคุณแม่ แม่ เค้าจะชอบอ่านหนังสือพระ ไม่ใช่แบบท่าน ว.วชิรเมธี ท่านก็จะมีคำคมของท่านเลย แต่บางอย่างเป็นหนังสือกรรมส่งตรง อะไรแบบนี้ ก็เอามาบ้าง พออ่านก็เอออันนี้ มันดี อยากให้คนอื่นฯ ได้รู้ ก็เลยเอามาเขียน (วาสิกา อุดมธนสกุล, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2559)

จากหนังสือธรรมะถูกเรียบเรียงปรับเปลี่ยนจนกลายเป็นคำคมบ่นบ่นแบบไม่เหลือเค้าเดิม ปรากฏการณ์นี้อาจทำให้เกิดการนำไปใช้และอยู่ในจิตสำนึกแบบที่ละเล็กทีละน้อยได้ เพราะผู้วิจัยคิดว่าเมื่อเป็นเรื่องราวธรรมะโดยตรงบางคนอาจจะหลีกเลี่ยงเพราะรู้สึกว่ามันน่าเบื่อ เป็นเรื่องสำหรับผู้สูงอายุ แต่เมื่อเป็นคำคมที่เป็นภาษาพูด ภาษาที่วัยรุ่นนั้ใช้ ประกอบกับมีภาพการ์ตูนก็อาจจะทำให้ผู้อ่านนำไปใช้และนึกคิดได้ดีกว่า ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ในด้านของผู้รับสารในบทต่อไป

ตารางที่ 5.2 สรุปหน้าที่ปรากฏชัด (Manifest Function) ของคำคมคัตโตะและบ่นบ่น

หน้าที่ปรากฏชัด	คำคมคัตโตะ	คำคำบ่นบ่น
ต่อผู้เขียน		
1. บันทึกรู้สึกของตัวเอง	✓	✓
2. ระบายความรู้สึก		✓
3. ความรับผิดชอบ		✓
4. ให้กำลังใจ		✓

ต่อผู้อ่าน		
1. เป็นประสบการณ์ทางอ้อม	✓	
2. เป็นพื้นที่ระบายความรู้สึก	✓	✓
3. ให้ข้อคิดในการดำเนินชีวิต	✓	✓
4. ให้คำปรึกษา	✓	✓
5. ให้กำลังใจ		✓
6. แทนความรู้สึก		✓
7. ความบันเทิง		✓

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าหน้าที่ปรากฏชัดที่มีร่วมกันของคำคมคัตโตะและ บ่นบ่นในส่วนของผู้เขียน คือ บันทึกรู้สึกของตนเอง และส่วนของผู้อ่าน คือ เป็นพื้นที่ระบายความรู้สึก ให้ข้อคิดในการดำเนินชีวิต และให้คำปรึกษา สำหรับหน้าที่ปรากฏชัดของคำคมคัตโตะที่คำคมบ่นบ่นไม่มี คือ เป็นประสบการณ์ทางอ้อมให้กับผู้อ่าน หน้าที่ปรากฏชัดของคำคมบ่นบ่นที่คำคมคัตโตะไม่มี คือ ระบายความรู้สึกของตนเอง ความรับผิดชอบต่อตนเอง การให้กำลังใจตนเองและผู้อ่าน แทนความรู้สึกผู้อ่าน และความบันเทิง

จากการจำแนกดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยพบว่าผู้เขียนทั้งสองเริ่มต้นจากกการจดบันทึกในกระดาษและขยับสู่การบันทึกลงในเฟซบุ๊กเหมือนกัน เพราะอยากให้ผู้อื่นได้อ่านด้วย ในส่วนผู้เขียนคำคมคัตโตะมีความคาดหวังว่าคำคมของตนจะทำหน้าที่ให้ผู้อ่านได้นำไปปรับใช้กับปัญหาและการดำเนินชีวิต ส่วนผู้เขียนคำคมบ่นบ่นก็ได้คาดหวังให้ผู้อ่านนำไปปรับใช้กับชีวิตด้วยเช่นเดียวกัน แต่จะเน้นไปที่อารมณ์และความรู้สึกมากกว่าคำคมคัตโตะ เช่น การให้กำลังใจ การแทนความรู้สึก และความบันเทิง ซึ่งการก้าวเข้ามาในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของคำคมนี้นำให้ผู้วิจัยเห็นถึงบทบาทใหม่ๆ ที่มาพร้อมกับสื่อใหม่ด้วย อาทิ การบันทึกความรู้สึกของผู้เขียน การระบายความรู้สึกของผู้เขียนและผู้อ่านผ่านคำคมที่เฟซบุ๊กมีพื้นที่ให้สามารถเขียนหรือแชร์ได้ อีกทั้งย้อนกลับมาดูได้ไม่จำกัดวันและเวลา ในขณะที่คำคมในอดีตนั้นไม่ปรากฏว่าผู้เขียนและผู้อ่านใช้ประโยชน์จากคำคมในด้านนี้ หรือจะเป็นการหวังให้คำคมเป็นประสบการณ์ทางอ้อม การให้คำปรึกษาก็ล้วนแต่เป็นบทบาทที่เกิดขึ้นเพราะคุณลักษณะของเฟซบุ๊กทั้งสิ้น เพราะเฟซบุ๊กเป็นการสื่อสาร 2 ทาง (two-way

communication) ทำให้ผู้เขียนและผู้อ่านได้มาพบเจอกัน จึงทำให้สามารถแบ่งปันประสบการณ์และให้คำปรึกษากันได้ ส่วนในเรื่องของความบันเทิงนั้นเป็นบทบาทใหม่ของคำคมที่น่าสนใจมาก เนื่องมาจากการปรับเปลี่ยนรูปแบบ ลักษณะ และระดับของภาษาของคำคมทำให้เกิดความรู้สึกเพลิดเพลินได้ในขณะที่ย่าน

หน้าที่ปรากฏชัดที่ประกอบไปด้วย 1) เป็นประสบการณ์ทางอารมณ์ 2) เป็นพื้นที่ระบายความรู้สึก 3) ให้ข้อคิดในการดำเนินชีวิต 4) ให้คำปรึกษา 5) ให้กำลังใจ 6) แทนความรู้สึก และ 7) ความบันเทิง ทั้ง 7 ข้อนี้กลุ่มตัวอย่างก็ได้กล่าวถึงบทบาทดังกล่าวมาทั้งหมด ยกเว้นเรื่องการให้คำปรึกษา อย่างไรก็ตามสามารถวิเคราะห์ได้ว่าความตั้งใจของผู้ส่งสารที่ส่งไปถึงผู้รับสารนั้นเป็นไปค่อนข้างสมบูรณ์ ถือเป็นประสบการณ์ประสบความสำเร็จในการสื่อสารคำคม อีกทั้งยังมีหน้าที่แฝงเร้นเพิ่มเข้ามาทำให้เห็นถึงประโยชน์ที่ผู้รับสารคิดว่าตนเองได้รับอีกด้วย

5.4.3 หน้าที่แอบแฝง (Latent Function)

เกณฑ์ที่ใช้ในการวัดหน้าที่นี้ก็คือความตั้งใจ (intention) และการรับรู้ตัว (recognition) ของผู้ส่งสาร กล่าวคือ latent function เป็นผลลัพธ์ที่เกิดตามมาโดยที่ผู้เขียนคำคมไม่ได้ตั้งใจ และไม่ได้คาดหวังว่าจะให้คำคมมีบทบาทหน้าที่ตามที่ผู้เขียนกล่าวไว้ แต่เป็นบทบาทหน้าที่ที่ผู้รับสารได้รับเพิ่มเติม จากการวิเคราะห์เรื่องการอ่านคำคมจะเห็นว่าผู้อ่านนั้นแบ่งออกได้ 3 กลุ่ม คือ ไม่ได้รู้สึกตามที่คำคมกล่าว รู้สึกและคิดตามคำคม และผู้ที่คิดตามและนำไปใช้ จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างและการวิเคราะห์อย่างละเอียดของผู้วิจัย พบหน้าที่แอบแฝงของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นดังนี้

1) เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต

กลุ่มตัวอย่างยังใช้คำคมเป็นแนวทางการดำเนินชีวิต สำหรับแก้ปัญหาที่ตนเองเผชิญอยู่ในขณะนั้น หรือถ้าไม่มีปัญหาคำคมก็จะช่วยชี้แนะว่าจะปฏิบัติกับสถานการณ์นั้นๆ อย่างไร “มองในแง่ของความสัมพันธ์แล้วเราจะรับมือกับมันยังไง เราควรจะวางตัวยังไง เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตในแบบของเรา” (ชนาธิป อุทัยลาภทอง, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2559) “เป็นเหมือนแนวทางหรือทางออกให้เรา ก็ใช้ในบางอย่างหากประสบปัญหานั้นอยู่จริงๆ พอตีช่วงกับข้อความนี้เต็งขึ้นมันก็จะแก้ปัญหาให้เราได้” (วรรษยา เลี้ยวเทียนไชย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559)

2) ย้อนเรื่องราวที่เคยเกิดขึ้น

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างกล่าวว่าคำคมที่อยู่ในเฟซบุ๊กทำให้นักเชื่อมโยงไปตามเหตุการณ์ที่คำคมได้กล่าวถึง ถ้าหากไม่ตรงกับเหตุการณ์ในปัจจุบันก็จะย้อนไปถึงเรื่องราวในอดีตที่เคยเกิดขึ้น พยายามที่จะอ่านและทำความเข้าใจกับคำคม “บางครั้งมันจะทบทวนสถานการณ์

ทบทวนเรื่องราวเก่าๆ เวลาอ่าน” (กรีธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “ได้นึกถึงเรื่องที่ดี และแย่ที่สุดในชีวิต” (ภาพตะวัน ท้าวอนนท์, สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2559)

3) สั่งสอน

กลุ่มตัวอย่างให้บทบาทของคำคมว่ามีหน้าที่ในการสั่งสอน เพราะเป็นเรื่องสัจธรรม ความจริง และยังเป็นการสอนที่ไม่ได้ทำให้รู้สึกว่าการกำลังถูกสอนอยู่ ความรู้สึกต่อต้านจึงไม่เกิดขึ้น “ถ้าเพนนี่มันตั้งมาเพื่อสอนเค้าประสบความสำเร็จนะ เพราะเค้าสอนเราโดยที่เราไม่ได้รู้สึกว่าเค้าสอนอะ” (นารินทร์ แสงศรี, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2559) “เราว่านะคำคมบางอันมันก็สอนนะ พูดตามหลักความจริง สัจธรรม” (สาวิณี อุบลวรรณี, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2559)

ในขณะที่คำคมในสื่อเดิม เช่น คำคมในวัด เราจะทราบว่าคุณเหล่านี้เขียนขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสั่งสอน บางคนอาจจะมีความคิดว่าเป็นสิ่งที่น่าเบื่อที่จะไม่เลือกที่จะเปิดรับ คำพูดที่พ่อแม่สอน บางคนอาจจะรู้สึกรำคาญ ไม่อยากที่จะฟัง แต่คำคมในสื่อสังคมออนไลน์แฝงตัวอยู่ในสื่อที่มีความบันเทิงอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้ดูกลมกลืน อีกทั้งด้วยรูปแบบของคำคมและลักษณะของคำคมที่ไม่เป็นทางการจึงทำให้ผู้รับสารไม่รู้สึกว่าถูกสั่งสอนโดยตรง

รู้สึกว่ามีมาสอนชั้นตรงๆ ชั้นจะต่อต้านนิดๆ ไม่ได้กระด้าง แต่กับคำคมมันคนละฟิลนะ เราชอบคิดเองจากเพื่อนจากใครก็ได้ที่ไม่ใช่พ่อแม่ เราไม่ได้ดื้อนะ เค้าพูดมันก็จริงแต่รู้สึกว่าการที่เค้ารู้เยะก็จริง แต่สมัยเรานั้นไม่ใช่แล้วปะ แต่พออ่านเราเหมือนเรียนรูด้วยตัวเอง ตรงนี้มันเหมือนไม่มีตัวตนอะ เราอ่านก็เหมือนเราคิดเอง มันเปิดรับมากขึ้น (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

4) ฉุกคิด

ในขณะที่อ่านคำคมกลุ่มตัวอย่างได้กล่าวว่าช่วงเวลาที่เราอ่านคำคมนั้นทำให้ได้ฉุกคิดถึงเรื่องราวที่คำคมสื่อสารออกมา ซึ่งอาจจะเป็นวิธีการแก้ปัญหาหรือการชี้แนะแนวทาง “บางคำคมมันก็ทำให้เราได้ย้อนกลับมาคิดว่าเราทำเต็มที่แล้วหรือยัง เป็นแบบนี้ไหม” (สาวิณี อุบลวรรณี, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2559) “เราไม่สามารถที่แบบว่าคิดหาทางออกให้กับตัวเองได้โดยทันทีบางทีการมาเจอ quotes พวกนี้หรือบางคนที่มาส่งพวกนี้ให้กับเราหรือเพื่อนจะส่งมาให้กำลังใจเราบางทีมันก็ทำให้เราฉุกคิดได้” (ณัฐคนเอร์ บุญผาสุก, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2559)

เตือนสติในการใช้ชีวิต เรื่องเพื่อน เรื่องครอบครัว กับที่ทำงานอะไรแบบนี้ ถ้าอ่านตอนนั้นรู้สึกตอนนั้นก็ปรับ บางทีเราอาจจะคิดลบอยู่บวกก็ได้วะ บางทีมันเข้าไปอยู่ในความคิดเราแล้วอะ ครั้งหน้ามันเกิดเหตุการณ์ประมาณนี้ก็จะอาจจะกลับมาใช้ได้ (อภิธา คำมณี, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2559)

5) ส่งเสริมการสั่งสอนกับสื่อเดิม

จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยเห็นว่าคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ที่กำลังทำหน้าที่ส่งเสริมกับคำสอนของสื่อเดิมๆ อยู่ ไม่ว่าจะเป็นพุทธศาสนสุภาษิต พระราชดำรัส คำสอนพ่อแม่หรือแม่แต่ คำคมในอดีต เพราะหลังจากที่กลุ่มตัวอย่างอ่านคำคมแล้วก็มักจะกล่าวว่าเหมือนสื่อเดิมๆ ที่เคยได้ยินมา ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ได้ว่าคำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กนั้น ไม่สามารถทำหน้าที่ทางเลือก (alternative function) ได้อย่างสมบูรณ์แบบ ถึงแม้ว่าการเข้าถึงเฟซบุ๊กจะมากขึ้น แต่ก็ไม่ได้ทำให้กลุ่มตัวอย่างนั้นหลงลืมคำสอนของดั้งเดิมของตนได้

คำคมบางชุดเข้าถึงยากใครบ้างล่ะที่จะได้อ่าน แต่คำคมออนไลน์ภาษาก็เข้าใจง่าย กว่าแล้วอยู่กับออนไลน์คนก็เข้าถึงได้ง่ายกว่า แต่ว่าความรู้สึกจะต่างกันความศักดิ์สิทธิ์มันต่างกัน ถึงไม่บอกว่าใครเขียนแต่ด้วยภาษาที่ต่างกันความรู้สึกก็ต่างกัน อันนั้นจะรู้สึกว่าการมากกว่า แต่นั่นมันเป็นคำพูดทั่วไปสามารถจะเอาไปพูดกับเพื่อนได้เอาไปเป็นวลีเด็ดได้ (กรีธากร สังขกุล, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2559) “รู้สึกยอมรับและจริง มันก็นึกถึงที่พ่อเราสอน” (สาวิณี อุบลวรรณ, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2559)

หน้าที่แอบแฝงถือเป็นหน้าที่ที่เพิ่มพูนขึ้นมาเพื่อให้เห็นว่าคำคมในเฟซบุ๊กนั้นก็มิประโยชน์ ไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่ไร้สาระและไร้ตัวตนในสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต สั่งสอน และการอุทิศก็ยังคงเป็นหน้าที่ที่คำคมได้ทำต่อเนื่องข้ามผ่านสื่อเดิมาซึ่งสื่อใหม่นี้ และเป็นการส่งเสริมกับสื่อเดิมให้คำคมเกิดประสิทธิภาพสูงสุด หรือแม้แต่การย้อนเรื่องราวที่เคยเกิดขึ้นตามเนื้อหาคำคมที่สื่อสารออกมา ทำให้ผู้อ่านได้ทบทวนเรื่องราวที่เคยได้เกิดขึ้นกับตนเองทั้งเรื่องที่ดีและไม่ดี ทำให้ได้คิดถึงอีกทางหนึ่ง

จากการวิเคราะห์บทบาทคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กทำให้ผู้วิจัยพบว่าบทบาทในมุมมองทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารนั้นมีความสอดคล้องกับและเชื่อมโยงกัน (function) กล่าวคือบทบาทที่ผู้ส่งสารตั้งใจก่อตั้งแพนเพจและสื่อสารคำคมออกมาตรงกับที่ผู้รับสารคิดว่าตนเองได้รับประโยชน์ดังกล่าวทุกประการ อีกทั้งยังมีแอบแฝง (latent function) ที่ผู้ส่งสารไม่ได้ตั้งใจให้เกิดขึ้นอีกด้วย และคำคมคัตโตะและบ่นบ่นในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กไม่พบการทำหน้าที่ผิดปกติ (dysfunction) เพราะไม่มีคำคมชุดใดที่ทำให้ผู้อ่านเกิดผลกระทบในทางลบ ถึงแม้ว่าสื่อจะเปลี่ยนมาเป็นสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (C) และผู้ส่งสารเปลี่ยนมาเป็นคนธรรมดาไม่ใช่พระหรือผู้ที่มีสถานะเหนือกว่า (S) แล้วก็ตาม ส่วนเนื้อหาของคำคม (M) ก็ไม่ใช่เรื่องที่มีแต่ธรรมะ ยังมีเรื่องเกี่ยวกับกิจวัตรชีวิตประจำวัน ความซับซ้อน เช่น ความละเอียดอ่อนด้านร่างกาย เรื่องความอ้วน ผู้อ่านก็ไม่ได้รู้สึกว่าตนเองกำลังโดนดูถูกกล่าวหา แต่กลับรู้สึกว่าเป็นการให้กำลังใจและเพื่อความบันเทิง ส่วนหน้าที่ทางเลือก (alternative function) ของคำคมคัตโตะและบ่นบ่น

ผู้วิจัยคิดว่าคำคมสามารถทำหน้าที่ได้ใกล้เคียงกับคำคมในพื้นที่สื่อเดิม แต่ไม่เทียบเท่า (not equivalent) กล่าวคือผู้รับสารมีความคิดเห็นต่อคำคมในเฟซบุ๊กในแง่ที่ดียังสามารถเป็นแนวทางให้กับชีวิต สั่งสอน และให้ฉุ่กคิด และนำมาปรับใช้กับตนเองเหมือนกับคำคมในอดีตได้ แต่ก็ยังไม่สามารถที่จะเข้ามาทดแทนคำคมในอดีตได้อย่างสมบูรณ์ เพราะความศักดิ์สิทธิ์ ความยั่งยืนของคำคมยังไม่เทียบเท่าคำคมในสื่อเดิม คำคมในเฟซบุ๊กไม่ได้เน้นสร้างการจดจำได้ในระยะยาวเหมือนกับในอดีต แต่จะเน้นให้เนื้อหาทันสมัย เน้นขยายพื้นที่ในวงกว้าง



บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องบทบาทการสื่อสารคำคมคัตโตะและบ่นบ่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษารูปแบบและประเภทคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และศึกษาการอ่านความหมาย คำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้รับสาร และบทบาทคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงศักยภาพความสามารถของสื่อคำคมในการก้าวข้ามจากพื้นที่จากที่หนึ่งมาสู่พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ในสื่อใหม่ และทำให้เห็นถึงคุณลักษณะการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมกับสื่อและสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารอีกด้วย โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) และการวิเคราะห์เนื้อหา (textual analysis) รวมถึงศึกษาดำรงงานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้อง (documentary research)

ผู้วิจัยได้เลือกใช้กลุ่มตัวอย่างคำคมคัตโตะและบ่นบ่น 116 ชุด และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เขียนคือ คุณอารมณ โปธิ์หาญรัตนกุล และคุณคุณวาสิกา อุดมธนสกุล รวมถึงสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านคำคมคัตโตะและบ่นบ่นจำนวนทั้งสิ้น 14 ท่าน โดยมีอายุตั้งแต่ 12-35 ปี เพื่อให้ทราบถึงบทบาท รูปแบบ และประเภทของคำคมที่ถูกเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งถือเป็นสื่อใหม่ และเพื่อให้ทราบการอ่านความหมายและการนำคำคมที่เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปเลือกใช้ในชีวิตประจำวันของผู้รับสาร โดนผู้วิจัยจะสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต ดังต่อไปนี้

6.1 สรุปผลการวิจัย

6.1.1 รูปแบบของคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

6.1.1.1 พื้นหลัง (background)

พื้นหลังของทั้ง 2 แพนเพจคำคมทั้ง 2 หากดูเพียงผิวเผินอาจจะ คล้ายกัน แต่จริงๆ แล้วนั้นมีความแตกต่างกันในเรื่องของกระบวนการผลิต คือ คำคมคัตโตะจะเป็นการถ่ายภาพจากกระดาษจริง แต่คำคมบ่นบ่นเกิดจากการตกแต่งจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์

6.1.1.2 แบบอักษร (font)

แบบอักษรที่อยู่ในคำคมแต่ละชุดจะเป็นลายมือของผู้เขียนทั้ง 2 ท่าน คำคมคัดโตะจะเป็นลายมือที่อ่านง่าย มีความเป็นผู้นิ่ง ส่วนของบ่นบ่นจะเป็นลายมือของวัยรุ่นที่มีความโค้งมนน่ารัก ถือเป็นงานแสดงตัวตนของผู้เขียนทั้ง 2 ออกมาผ่านทางลายมือ

6.1.1.3 สัญลักษณ์ (signature)

ผู้เขียนคำคมคัดโตะใช้รูปแว่นตาเป็นสัญลักษณ์ เพราะว่าผู้เขียนนั้นสวมแว่นตาเป็นเอกลักษณ์ของตนเองอยู่แล้ว และเพื่อเป็นการลดตัวตนของตนเองจากการเซ็นด้วยชื่อจริง ส่วนผู้เขียนบ่นบ่นจะมีสัญลักษณ์เป็นตัวอักษรจางๆ เขียนว่า “บ่นบ่น” บริเวณผมของตัวการ์ตูน ซึ่งเป็นเหมือนลายน้ำเพื่อรักษาลิขสิทธิ์ภาพ ป้องกันการคัดลอก และในขณะเดียวกันก็ไม่ทำให้ภาพดูรกอีกด้วย

6.1.1.4 ภาพประกอบ (illustration)

คำคมคัดโตะไม่ปรากฏภาพประกอบคำคม แต่จะมีอุปกรณ์ประกอบฉากที่เพิ่มเข้ามาบางชุดคำคม ส่วนคำคมบ่นบ่นจะมีภาพประกอบคือตัวการ์ตูนผู้หญิง โดยการแสดงอารมณ์จะมีทั้งสอดคล้องและไม่สอดคล้องกับคำคม

6.1.1.5 ช่องทางการติดตาม (channel)

คำคมคัดโตะไม่ปรากฏช่องทางการติดตามในคำคมแต่ละชุด ส่วนคำคมบ่นบ่นจะปรากฏช่องทางการติดตามจะอยู่มุมใดมุมหนึ่งของชุดคำคม ซึ่งการประชาสัมพันธ์ช่องทางการติดตามก็เพื่อกระจายเนื้อหาให้ครอบคลุมทุกสื่อออนไลน์ ทำให้มีช่องทางการติดตามหลายๆ ช่องทางครอบคลุมผู้ที่ชื่นชอบผลงาน และเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่นักการตลาดมองว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจบ่นบ่นนี้ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้ดี จนทำให้บางครั้งเราได้เห็นการโฆษณาเข้ามากลมกลืนอยู่ในชุดคำคมบางชุดด้วย นอกจากนั้นยังได้นำตัวการ์ตูนน้องมอนจามาทำ sticker line เพื่อจำหน่ายให้กับผู้ใช้ line ในการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ช่องทางการติดตามจึงส่งผลดีในเชิงธุรกิจ เช่น การรับลงโฆษณาหรือการขาย sticker line ด้วย

จากความแตกต่างทางภูมิหลังด้านอาชีพ ผู้เขียนคำคมคัดโตะมีอาชีพเป็นนักร้องและนักแต่งเพลง ดังนั้นชุดคำคมที่ออกมาจึงมีเพียงตัวอักษรและลายเซ็นกำกับเท่านั้น รวมถึงกระบวนการผลิตก็เป็นการเขียนขึ้นด้วยมือ ไม่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ทำขึ้นมา ส่วนบ่นบ่นมีอาชีพเป็นนักออกแบบดังนั้นชุดคำคมนอกจากจะมีตัวอักษรก็จะมีภาพประกอบพร้อมลายน้ำเล็กๆ อยู่ด้วย กระบวนการผลิตก็จะมีการใช้คอมพิวเตอร์เป็นตัวช่วย แต่สิ่งหนึ่งที่ผู้วิจัยมองเห็นก็คือคำคมของทั้ง 2 ท่านนี้ เริ่มต้นจากความไม่ได้ตั้งใจเขียนจนกลายมาเป็นความตั้งใจที่จะสื่อสารคำคมออกไปให้ผู้บริโภคออนไลน์ได้ทราบ มีการกำหนดประเด็นในการสื่อสารและหลีกเลี่ยงประเด็นที่จะนำไปสู่ปัญหา

6.1.2 ประเภทของคำคมคัดโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

จากกลุ่มตัวอย่างคำคมคัดโตะจำนวน 56 ชุด และคำคมบ่นบ่นจำนวน 60 ชุด รวมทั้งสิ้น 116 ชุด สามารถนำมาแบ่งประเภทตามการกระทำเชิงภาษาได้ดังนี้

6.1.2.1 ประเภท constatives คือ การกระทำเชิงภาษาที่ออกแบบมาเพื่อนำเสนอข้อความที่พิสูจน์ความจริงหรือยืนยันความเป็นจริง เมื่อผู้วิจัยได้นำมาปรับใช้กับคำคมคัดโตะ constatives จึงเป็นคำคมเกี่ยวกับธรรมชาติและเป็นสัจธรรมที่ทุกคนไม่เห็นต่างหรือคัดค้าน และมาจากประสบการณ์ของผู้เขียนที่สามารถพิสูจน์เพื่อให้เห็นจริงตามคำคมที่กล่าวจากกลุ่มตัวอย่างแบ่งคำคมคัดโตะได้จำนวน 15 ชุด ประกอบไปด้วย คำคมที่เกี่ยวกับธรรมชาติ 14 ชุด และการดำเนินชีวิต 1 ชุด ส่วนคำคมบ่นบ่นมีจำนวน 15 ชุด ประกอบไปด้วยคำคมที่เกี่ยวกับธรรมชาติ 13 ชุด การดำเนินชีวิต 1 ชุด และความสัมพันธ์ 1 ชุด

6.1.2.2 ประเภท regulatives คือ การกระทำเชิงภาษาที่ออกแบบมาโดยตั้งใจทำให้เกิดผลลัพธ์บางประการตามมา เมื่อผู้วิจัยนำมาปรับใช้กับคำคมคัดโตะ regulatives จึงเป็นคำคมที่มีความหมายเพื่อให้ผู้อ่านได้เกิดการฉุกคิดหรือปฏิบัติตามไปในแนวทางที่สร้างสรรค์ แบ่งคำคมคัดโตะได้จำนวน 9 ชุด ประกอบไปด้วยคำคมที่เกี่ยวกับธรรมชาติ 4 ชุด การดำเนินชีวิต 3 ชุด และความสัมพันธ์ 2 ชุด ส่วนคำคมบ่นบ่นมีจำนวน 11 ชุด ประกอบไปด้วยคำคมที่เกี่ยวกับธรรมชาติ 6 ชุด การดำเนินชีวิต 4 ชุด และความสัมพันธ์ 1 ชุด

6.1.2.3 ประเภท avowals การกระทำเชิงภาษาที่ออกแบบมาเพื่อต้องการแสดงความรู้สึกภายในของผู้เขียน เมื่อนำมาปรับใช้กับคำคมคัดโตะ avowals จึงเป็นคำคมที่มีหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการแสดงความรู้สึกของผู้เขียนในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เป็นการบันทึกเหตุการณ์ของชีวิต บอกเล่าประสบการณ์หรือการดำเนินชีวิตประจำวัน ในประเภทนี้จะมีคำคมมากที่สุด โดยมีคำคมคัดโตะจำนวน 32 ชุด ประกอบไปด้วยคำคมที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิต 3 ชุด และความสัมพันธ์ 26 ชุด ส่วนคำคมบ่นบ่นมีจำนวน 34 ชุด ประกอบไปด้วยคำคมที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิต 28 ชุด และความสัมพันธ์ 6 ชุด

คำคมแต่ละประเภทของทั้งคัดโตะและบ่นบ่นจะอยู่ในจำนวนที่เท่าๆ กัน ไม่ได้มีความแตกต่างกันมาก จากการจัดแบ่งประเภทพบว่าประเภทที่มีคำคมมากที่สุดคือ ประเภท avowals เพราะเป็นคำคมที่เป็นเรื่องของอารมณ์และความรู้สึก การถ่ายทอดจึงง่ายอีกทั้งผู้รับสารยังชอบเรื่องราวที่อยู่ในประเภทนี้ด้วย รองลงมาคือประเภท constatives คือคำคมที่เป็นความจริงพิสูจน์ได้ และที่น้อยที่สุดก็คือประเภท regulatives เพราะเป็นคำคมที่มีหน้าที่ให้เกิดผลลัพธ์โดยตรง ผู้เขียนพยายามที่จะหลีกเลี่ยงข้อความที่เป็นคำสั่ง หรือสื่อสารเพื่อสั่งสอนโดยตรง จึงทำให้มีคำคมน้อยที่สุด

6.1.3 การอ่านความหมายคำคมคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กของผู้รับสาร

6.1.3.1 ประเภท Constatives

ชุดคำคมในประเภท constatives ผู้รับสารส่วนใหญ่จะมีความคิดเห็นและมีความรู้สึกที่คล้ายตาม ไม่ค่อยแสดงความคิดเห็นขัดแย้ง เพราะคำคมเกือบทั้งหมดเป็นธรรมชาติที่เป็นจริงตามธรรมชาติ และเป็นเรื่องของการดำเนินชีวิตที่ทุกคนต้องพบเจอ กลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งเมื่อได้อ่านก็กล่าวทันทีว่าคำคมชุดนั้นๆ ทำขึ้นมาเพื่อสอน เพื่อให้คิด เป็นต้น แต่จะมีคำคมบางชุดที่จัดอยู่ในข้ออ้างอิงประเภท factual practicability เป็นการปฏิเสธคำคมด้วยข้ออ้างที่ว่าสภาพความเป็นจริงไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ คือ “ไม่มีใครช่วยให้เรายืนหยัดได้นอกจากตัวเราเอง” คำว่า “ไม่มีใคร” ทำให้กลุ่มตัวอย่างตอบผู้วิจัยมาว่า “มี” ไม่ว่าจะเพื่อน พ่อแม่ ก็ล้วนเป็นผู้ที่ทำให้เรายืนหยัดได้ในยามอ่อนแอ ผนวกกับกลุ่มตัวอย่างไม่ได้อยู่ในภาวะที่เกิดปัญหา จึงทำให้อ่านความหมายไม่สอดคล้องกับคำคม ซึ่งเป็นเฉพาะคำบางคำในคำคมบางชุดเท่านั้น เพราะคำคมชุดอื่นที่อยู่ในกลุ่มความหมายเดียวกัน อาทิ “คนเดียวที่อยู่ให้เราพึ่งพาได้ตลอดเวลาคือตัวเราเอง” “คนรอบตัวมากมายสุดท้ายมีแต่ตนเองเท่านั้นที่พึ่งพาได้” กลุ่มตัวอย่างก็มีความคิดเห็นคล้ายตาม นอกจากประเด็นการปฏิเสธคำคมดังที่กล่าวไปแล้วยังมีปัจจัยในเรื่องความเชื่อหรือศรัทธาส่วนบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย คำคมที่อยู่ในประเภท constatives เป็นคำคมที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติหรือแนวทางในการดำเนินชีวิตประจำวัน ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มจะเชื่อและคล้ายตามคำคมโดยง่าย แต่จะมีบางชุดที่หากมีความเชื่อหรือศรัทธาที่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างก็ไม่สามารถนำไปปรับใช้ได้ เช่น “คนรอบตัวมากมายสุดท้ายมีแต่ตนเองเท่านั้นที่พึ่งพาได้” กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าไม่เคยคิดว่าตนเองจะอยู่เพียงลำพัง เพราะจากประสบการณ์ที่เคยได้รับรู้ว่าเราเรียนรู้ที่จะทำอะไรได้ด้วยตัวเอง แต่ในขณะเดียวกันตามความเชื่อของกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีสิ่งอื่นๆ พร้อมจะเติมที่เหลือที่เราทำไม่ได้ อย่างไรก็ตาม แม้จะมีความแตกต่างกันบางประการ แต่กลุ่มตัวอย่างก็ไม่ได้ปฏิเสธจนปิดกั้นการนำไปใช้ แต่ก็พยายามที่จะเข้าใจว่าอาจจะใช้ปลอบใจตัวเองเวลาที่ไม่มีใครจริงๆ

6.1.3.2 ประเภท Regulatives

ชุดคำคมในประเภท regulatives ผู้รับสารส่วนใหญ่จะมีความคิดเห็นและมีความรู้สึกที่คล้ายตามเพราะส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน เรื่องใกล้ตัวที่สามารถเกิดได้กับทุกคน หลายครั้งที่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้เชื่อตามที่คำคมกล่าวทั้งหมด แต่จะเป็นการได้ถูกคิดในประเด็นดังกล่าวและนำมาอ้างอิงเข้ากับประสบการณ์ของตนเอง แสดงความคิดเห็นที่หลากหลายและแตกต่างกันไปตามแต่ประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่าง (normative rightness) เช่น “อยู่กับคนที่เหมาะกับเราแล้วเราจะไม่รู้สึกรึเหนื่อย” กลุ่มตัวอย่างนั้นแสดงความคิดเห็นว่าการอยู่กับ

ใครก็ตามก็สามารถที่จะรู้สึกเหนื่อยได้ ไม่ได้เกี่ยวกับคนที่เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม โดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างก็จะเชื่อมโยงคำคมเข้ากับประสบการณ์ และชีวิตความเป็นอยู่ในช่วงนั้น เช่น ช่วงวัยผู้ใหญ่ก็จะเป็นเรื่องของการทำงาน การคิดถึงอนาคตที่มั่นคง วัยรุ่นก็จะเป็นเรื่องการเรียนรู้ เพื่อน การอ่านความหมายของกลุ่มตัวอย่างทำให้เห็นปัญหาในช่วงชีวิตที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งคำคมก็ได้ให้กำลังใจ ช่วยในการถกคิดและชี้แนะแนวทางไปในทางที่ดีได้

6.1.3.3 ประเภท Avowals

ชุดคำคมในประเภท avowals ผู้รับสารส่วนใหญ่จะมีความคิดเห็น และมีความรู้สึกที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของแต่ละคน จัดอยู่ในข้ออ้างอิงประเภท normative rightness ที่อาจเกิดการปฏิเสธคำคมด้วยข้ออ้างที่ว่าประสบการณ์ของตนเองไม่ได้ตรงกับคำคมชุดนั้น เพราะประเภท avowals เป็นเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกที่เป็นได้ว่าคนเราจะมี ความรู้สึกไม่เหมือนกัน ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดที่แตกต่างกันออกไป มีทั้งขัดแย้งกับ คำคมบ้าง ขัดแย้งกันเองระหว่างความคิดเห็นของแต่ละคนบ้าง การอ่านความหมายในประเภนี้กลุ่ม ตัวอย่างจะได้ทบทวนเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตของตนเองเพื่อมาตอบกับผู้วิจัย ผู้วิจัยเห็นถึงความผ่อนคลาย ความเพลิดเพลินที่จะได้อ่านมากกว่า 2 ประเภทข้างต้น

การอ่านความหมายคำคมคัดโคะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กของผู้รับสารส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่เป็นไปในทางเดียวกับผู้เขียน แต่ก็ยังคงมีการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกันไปตามแต่ละประสบการณ์ อายุ อาชีพ และการนับถือศาสนาของผู้อ่าน บางท่านไม่เคยมีความรักก็จะไม่สามารถอธิบายคำคมที่กล่าวถึงความสัมพันธ์แบบคนรักได้ บางท่านมีอายุที่น้อยย่อมทำให้มีความคิดเห็นที่เป็นการตัดสินใจเฉพาะหน้ามากกว่าการแก้ปัญหาในระยะยาว และปัจจัยเรื่องเพศของผู้เขียนก็มีส่วนทำให้มีการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างออกไป เพราะผู้เขียน คำคมคัดโคะ (เพศชาย) มักจะเขียนในกลุ่มความหมายเรื่องความสันโดษ ความสงบ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้หญิงบางท่านก็ชอบความสนุกสนาน ชอบอยู่กับเพื่อนมากกว่าที่จะอยู่คนเดียวจึงมีความ ขัดแย้ง เป็นต้น หรือผู้เขียนคำคมบ่นบ่น (เพศหญิง) ก็จะเขียนในเรื่องของสังคมผู้หญิง ความอ้วน การบ่นเรื่องของผู้หญิง ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ชายไม่สามารถเข้าถึงได้ เป็นต้น หรือในเรื่องของความเชื่อหรือศรัทธาก็มีส่วนทำให้การอ่านความหมายของคำคมแตกต่างออกไป ปัจจัยเหล่านี้ทำให้ ส่งผลถึงการนำไปใช้ของผู้รับสาร เมื่อกลุ่มตัวอย่างคิดว่าคำคมชุดนั้นไม่โดนใจ มีความคิดเห็นไม่ ตรงกัน หรือไม่มีอารมณ์ร่วมก็จะละเลยคำคมชุดนั้นๆ ไป ไม่พยายามคิดตีความหาเหตุผลให้ สอดคล้องกับคำคมชุดดังกล่าว ในทางกลับกันถ้าเจอคำคมที่ถูกใจ โดนใจ มีประสบการณ์ร่วมหรือ อารมณ์ร่วม หรือสอดคล้องกับคำสอนดั้งเดิมที่เคยทราบมาก็จะนำคำคมไปใช้ได้ต่อ เร็วที่สุดก็คือการ

กดแชร์ หรือแท็กชื่อเพื่อนเพื่อให้เพื่อนเข้ามาอ่าน หรือถ้ายิ่งไปกว่านั้นก็จะเกิดการฉกฉวย การจดจำ และนำไปใช้ต่อไป

6.1.4 การนำคำคมไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันของผู้รับสาร

ตัวแปรตัวแปรด้านอาชีพ อายุ ประสบการณ์ตรง ประสบการณ์ทางอารมณ์ ความเชื่อหรือศรัทธายังคงเป็นตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ เพราะจะนำไปใช้ได้ก็ต้องเกิดมาจากความชอบ หรือตรงกับเหตุการณ์ในชีวิตของตนเอง ในเรื่องแทนการสื่อสารด้วยคำพูดหรือการพิมพ์ด้วยตนเอง กลุ่มตัวอย่างได้นำไปใช้แทบจะทุกกลุ่มอายุ เพราะเป็นความสะดวกที่ไม่ต้องบรรยายความรู้สึกหรือปัญหาต่างๆ ออกมาเป็นตัวหนังสือ คำคมช่วยย่อประเด็นสำคัญที่ผู้รับสารต้องการไว้เรียบร้อยแล้ว แต่การเลือกประเด็นในการสื่อสารจะแล้วแต่ความคิดเห็นและประสบการณ์ของตนเองเป็นตัวกรองอีกครั้ง เพราะผู้รับสารใส่ใจกับภาพลักษณ์ในโลกเสมือน ผู้ที่คำนึงถึงภาพลักษณ์จะเป็นกลุ่มเพิ่งเริ่มทำงานและทำงานมาระยะหนึ่งแล้ว อายุตั้งแต่ 25-35 ปี มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิตมาในระดับหนึ่ง และคิดว่าเมื่อการโพสต์หรือแชร์อะไรที่ไม่ดีออกไปก็จะส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของตนเอง ดังนั้นคำคมจึงไม่ถูกนำมาใช้ตามอารมณ์ความรู้สึกของผู้รับสารทั้งหมด

ส่วนเรื่องบรรเทาความกังวลใจ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ และเตือนตนเอง จะเป็นกลุ่มที่ 2, 3 และ 4 คือ นักศึกษา วัยเริ่มทำงาน และวัยทำงาน ผู้ที่นำคำคมไปใช้ประโยชน์ในเรื่องดังกล่าวจะเป็นผู้ที่ใช้คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน และใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำทุกวัน เพราะการสร้างแรงบันดาลใจและการใช้คำคมเพื่อบรรเทาความกังวลใจจะต้องใช้เครื่องมือ เช่น สมาร์ทโฟน หรือคอมพิวเตอร์ ในขณะที่มีปัญหาหรือความทุกข์ใจ และเลือกที่ไม่ปรึกษาใคร จะหาทางออกให้กับตนเองด้วยคำคม ส่วนการเตือนตนเองจะเป็นการนำคำคมไปตั้งเป็นภาพ cover facebook และ home line รวมถึงตั้งค่าเป็นพื้นหลังคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ตนเองเห็นได้บ่อยครั้ง โดยหวังว่าคำคมจะเป็นตัวช่วยเตือนใจเมื่อเกิดความสับสนหรือกำลังเดินไปในแนวทางที่ไม่ควรไป สำหรับการไปใช้ประโยชน์เพื่อเป็นอ้างอิงในการสื่อสารกับผู้อื่น ผู้วิจัยพบในกลุ่มที่ 1 คือวัยรุ่น ใช้เพื่อเป็นอำนาจในการต่อรองกับพ่อแม่ในเรื่องอ่านหนังสือ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อว่าคำคมจะสามารถต่อรองได้สำเร็จ และสุดท้ายใช้คำคมเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์งานเขียน ผู้วิจัยพบในกลุ่มที่ 3 คือวัยทำงานซึ่งประเด็นนี้อาจจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านอาชีพและการศึกษาที่สนใจด้านงานเขียน ทำให้หลังจากที่อ่านคำคมแล้วผู้รับสารจึงได้นำไปต่อยอดความคิดสำหรับงานเขียนของตนต่อ

การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้รับสารทำให้ผู้วิจัยเห็นว่าผู้ที่นำคำคมไปใช้นั้นชีวิตประจำวันก็เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์ตลอด คือ ใช้ทุกวัน มีพฤติกรรมชอบแชร์ ชอบเขียน ชอบชมความน่ารักจากการ์ตูน และเรื่องบางเรื่องผู้รับสารไม่ต้องการที่จะสื่อสารกับใคร การ

สื่อสารกับคำคมบางครั้งจึงเป็นตัวเลือกที่ดีและสามารถแก้ไขปัญหาได้ในระดับหนึ่ง ทำให้เกิดความสุขสบายใจ บรรเทาทุกข์ได้

6.1.5 บทบาทคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก



ภาพที่ 6.1 แผนผังแสดงบทบาทคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

จากแผนผังข้างต้นจะมีหน้าที่ 7 ประการที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารให้ไว้ตรงกันเกือบทุกประการ ยกเว้นบทบาทในการให้คำปรึกษาที่กลุ่มตัวอย่างไม่เคยไปปรึกษาประเด็นต่างๆ กับผู้เขียน สามารถสรุปได้ว่าคำคมของคัตโตะและบ่นบ่นที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กนี้สามารถทำหน้าที่ตอบสนองผู้อ่านได้ (function) และถือเป็นความสำเร็จในการสื่อสารคำคม

หน้าที่ปรากฏชัด (manifest) และหน้าที่แอบแฝง (latent) เกณฑ์ที่ใช้ในการวัด คือความตั้งใจ (intention) และการรู้ตัว (recognition) ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร (participant) manifest function จึงเป็นผลลัพธ์ที่เกิดตามมาโดยที่ผู้สื่อสารตั้งใจและรู้ตัวมาก่อน ส่วน latent function ก็เป็นผลลัพธ์ที่เกิดตามมาโดยที่ผู้ส่งสารไม่ได้ตั้งใจและไม่รู้ตัวมาก่อน ในขณะเดียวกันก็พบการไม่ทำหน้าที่ด้วย (non-function) คือ กลุ่มตัวอย่างที่อ่านแล้วไม่มีความคิดเห็นเพิกเฉย เพราะไม่ตรงกับความสนใจส่วนตัว และสำหรับหน้าที่ทางเลือก (alternative function)

พบว่าสามารถทำหน้าที่ได้ใกล้เคียงกับคำคมในพื้นที่สื่อเดิม แต่ไม่เทียบเท่า (not equivalent) เพราะไม่สร้างการจดจำได้ในระยะยาวเหมือนกับคำคมในสื่อเดิม

หน้าที่ปรากฏชัดคือหน้าที่ที่ผู้ส่งสารตั้งใจที่จะให้คำคมเกิดผลประโยชน์ต่อผู้อ่าน แต่นอกจากจะเกิดประโยชน์ต่อผู้อ่านแล้ว ก็ยังมีบทบาทที่เอื้อต่อผู้เขียนอีกด้วย เช่น การระบายความรู้สึก การให้กำลังใจตนเอง ส่วนหน้าที่แอบแฝงที่ผู้รับสารและผู้วิจัยให้ไว้นั้นพบว่ามีถึง 10 ประการ แสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่ผู้รับสารได้รับเกินความคาดหมายของผู้เขียน ซึ่งมีทั้งบทบาทที่คงเดิมจากในอดีตและบทบาทใหม่ที่เพิ่มเข้ามา เช่น แสดงภาพลักษณ์ในโลกเสมือน กล่าวคือ ผู้รับสารได้นำคำคมไปใช้โดยการแชร์เพื่อให้ผู้อื่นได้ทราบ โดยเลือกคำคมจากการคำนึงถึงผู้อื่นเป็นหลัก ไม่ได้นึกถึงความรู้สึกของตนเอง เช่น การแชร์เรื่องราวที่สนุกสนาน ขำขัน ถึงแม้ว่าภายในใจจะมีความทุกข์ก็ตามจะไม่แชร์คำคมที่เกี่ยวข้องกับความทุกข์ที่เป็นอยู่ เพราะอยากให้ผู้อื่นมองตนเองเป็นคนที่ไม่โศกเศร้า เป็นคนสนุกสนาน เป็นต้น

6.2 อภิปรายผลการวิจัย

คำคมในอดีตมีรูปแบบที่ค่อนข้างจะเป็นทางการ โดยจะเป็นการเขียนผ่านกระดาษหรือสลักลงบนไม้ด้วยลายมือที่วิจิตรบรรจง ตัวอักษรเป็นระเบียบสวยงาม และใช้ภาษาที่สละสลวยถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ ซึ่งเราก็จะพบได้บ่อยตามวัด โรงเรียน หรือตามสถานที่สำคัญต่างๆ แต่คำคมในสื่อสังคมออนไลน์เพชบุรีมีการปรับรูปแบบในการนำเสนอที่น่าสนใจขึ้นโดยการใช้ลายมือที่ไม่เป็นทางการ เพื่อให้เกิดความแตกต่างและลดความเป็นทางการลงไป เข้าถึงกลุ่มคนได้ง่ายขึ้น รวมถึงมีการใช้ภาพมาประกอบทำให้คำคมดูมีสีสัน น่าสนใจมากกว่าแบบเดิมๆ จุดเปลี่ยนแปลงสำคัญอีกอย่างก็คือข้อความหรือที่เราเรียกกันว่าคำคมนั้นมีการปรับเปลี่ยนจากภาษาที่เป็นทางการไปเป็นภาษาพูดมากขึ้น มีรูปแบบประโยคที่ไม่ได้เคร่งครัดตามหลักไวยากรณ์ ซึ่งขอมสก็ได้อธิบายการเปลี่ยนแปลงของภาษานี้ว่าอาจจะมาจากกฎเกณฑ์ชุดเดิมๆ ของไวยากรณ์เดียวกัน แต่สามารถสร้างประโยคใหม่ๆ ขึ้นมาได้หลากหลาย อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงรูปแบบประโยคนี้ก็ทำให้ผู้อ่านรับรู้ อ่านความหมายได้อย่างเข้าใจไม่ได้เกิดอุปสรรคใดๆ ดังจะเห็นตัวอย่างจากคำคมคัดลอกและบันทึกที่ใช้ภาษาในระดับไม่เป็นทางการ เป็นภาษาพูดทั่วไปให้อารมณ์เหมือน “เพื่อนคุยกับเพื่อน” ทำให้ผู้อ่านนั้นรู้สึกว่าคุณเขียนอยู่ในวัยเดียวกันกับพวกเขา มีความเข้าใจ สามารถเข้าถึงและจับต้องได้

6.2.1 การก้าวข้ามสื่อของคำคมมาสู่สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

จากแนวคิดการโน้มเอียงเชิงเวลาและการโน้มเอียงเชิงพื้นที่ของสื่อ (time bias/space bias) สามารถอธิบายกระบวนการเปลี่ยนคำคมจากอดีตมาถึงยุคปัจจุบันที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ได้ว่า คำคมในอดีตที่อยู่ในการสื่อสารแบบดั้งเดิมจะมีลักษณะการโน้มเอียงเชิงเวลา (time bias) ที่เน้นให้คำคมมีความหมายที่ความลุ่มลึกและยั่งยืนทางความคิด มีความงดงามทางภาษารวมถึงมีบริบทที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย ทำให้เกิดการจดจำได้ดี ส่งผลให้ผู้รับสารนำไปปรับใช้และสืบทอดเป็นการสั่งสอนจากรุ่นสู่รุ่น เช่น ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว ความรักทำให้คนตาบอด แต่เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารมีวิวัฒนาการที่ก้าวหน้าและทันสมัย คำคมได้ปรับตัว และก้าวข้ามมาสู่สื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยค้นพบว่าคำคมก็ได้พลิกโฉมเป็นการโน้มเอียงเชิงพื้นที่ (space bias) กล่าวคือ คำคมมีการก้าวข้ามไปยังพื้นที่ต่างๆ ตามคุณลักษณะของสื่อออนไลน์ที่ไม่มีขอบเขตด้านพื้นที่ แต่สิ่งที่ค้นพบจากคำคมในพื้นที่สื่อใหม่ คือ เนื้อหาจะปรับเปลี่ยนให้ง่ายต่อความเข้าใจมากขึ้น เป็นข้อความสั้นๆ จะไม่มีความยั่งยืนให้จดจำ เน้นขยายวงกว้างด้านพื้นที่และปริมาณที่จะต้องสื่อสารออกมาให้ผู้รับสารให้เห็นทุกวัน เพื่อรักษาจำนวนการเข้าถึงของแฟนเพจ รวมถึงจำนวนการกดถูกใจที่จะส่งผลไปถึงการทำธุรกิจที่แฝงโฆษณาไปกับคำคม เน้นออกแบบให้มีความน่าสนใจข้อความไม่ซับซ้อนมาก ส่งผลให้ผู้รับสารไม่ได้จดจำมากนัก อาจจะไม่สามารถสืบทอดคำคมจากรุ่นสู่รุ่นอีกต่อไป แม้ว่าผู้รับสารจะนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต หรือเพื่อนำมาเป็นข้อเตือนใจตามแบบคำคมในอดีต แต่ไม่สามารถจดจำคำคมอย่างแม่นยำชัดเจน จะจดจำในภาพรวมของเนื้อหา เช่น คำคมบ่นบ่นมักจะเป็นเรื่องความอ้วน การทำงาน ซึ่งก็สอดคล้องกับชื่อ “บ่นบ่น” เป็นการพูดไปเรื่อยๆ ไม่ได้เน้นถึงสาระสำคัญ เป็นการระบายความรู้สึก ส่วนคัตโตะก็จะเป็นเรื่องความรักและความสัมพันธ์ ทั้ง 2 เพจนี้จึงตอบโจทย์ในเรื่องความบันเทิงและใช้แทนการสื่อสารด้วยการพูดหรือพิมพ์จึงทำให้เกิดการขยายตัววงกว้างอย่างรวดเร็ว

6.2.2 การสื่อสารคำคมในสื่อสังคมออนไลน์ตามแนวคิดการกระทำเชิงการสื่อสารและพื้นที่สาธารณะ

Jürgen Habermas ได้คาดหวังเอาไว้ในเรื่องของการบรรลุข้อตกลงร่วมกัน (consensus) บนหลักเหตุและผลว่าการสื่อสารอย่างเป็นอิสระที่แท้จริงในเวทีเล็กๆ ของโลกแห่งชีวิตนี้จะส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของโลกแห่งชีวิต ให้มีเสรีภาพมีสมดุลแห่งอำนาจ มีความเสมอภาคเท่าเทียมกันมากขึ้น ในขณะที่คำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กได้ปฏิบัติ การสื่อสารคำคมแบบเดิมๆ ทั้งด้านรูปแบบของประโยค และในแง่ของผู้ส่งสารที่สามารถสื่อสารให้กับคนจำนวนมากได้ โดยบ่นบ่นนั้นก็เริ่มต้นจากคนธรรมดา ส่วนคัตโตะอาจจะมียี่ห้อเสียงในด้านของการร้องเพลงมาก่อน แต่สำหรับผู้อ่านบางท่านก็ทราบผลงานเพลงหลังจากการติดตามคำคม การสื่อสารในยุคใหม่แสดงให้เห็น

เห็นถึงความอิสระที่เป็นใครก็ได้จะมายืนทำหน้าที่พูดอะไรบางอย่างออกไป ทำให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของภาษา ระบบความคิดของช่วงวัยต่างๆ ของคนในปัจจุบัน การยอมรับเรื่องราวต่างๆ เข้ามาในชีวิตได้ง่ายขึ้นโดยไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ที่มีบทบาทในการสั่งสอน ผู้ที่ประสบความสำเร็จในชีวิตด้านใดด้านหนึ่งหรือผู้ที่มีสถานภาพที่สูงกว่าสามัญชนธรรมดาทั่วไป เช่น พระสงฆ์ เป็นผู้สื่อสาร คำคมให้คนทั่วไปยอมรับและปรับใช้ แต่กลับเป็นเรื่องของอิสรภาพของการสื่อสาร และอิสรภาพทางความคิดของคนที่จะเลือกรับสิ่งต่างๆ เข้ามาใช้ในชีวิตของตนเอง นอกจากความเปลี่ยนแปลงในแง่ของรูปแบบ การยอมรับและปรับใช้ของผู้รับสารแล้ว สิ่งหนึ่งที่ผู้วิจัยมองเห็นถึงความเปลี่ยนแปลงก็คือคำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กได้มีการพัฒนาไปเป็นการสื่อสารเชิงธุรกิจ ผู้เขียนได้มีการใช้รูปแบบของคำคมตนเองมาแฝงการโฆษณา แต่การโฆษณาก็ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการใช้ของผู้รับสารมากนักเพราะผู้เขียนก็ยังคงรูปแบบและลักษณะของคำคมเอาไว้อยู่เพียงเพิ่มเติมส่วนของโฆษณาเข้าไป เพราะแท้จริงแล้วที่ผู้รับสารเปิดรับก็เพราะคำคมมีความน่าสนใจ คิดเห็นว่าดีจึงเลือกที่จะติดตาม แสดงให้เห็นว่าผู้รับสารนั้นเลือกใช้สื่อและเลือกเปิดรับด้วยตนเองเพราะความสนใจส่วนตัว ดังนั้นผู้รับสารจึงอยู่ในสถานะผู้กระทำ (active) ดังที่ได้กล่าวไปข้างต้น

ส่วนในแง่ของพัฒนาการของพื้นที่สาธารณะ ฮาเบอร์มาสมีความเห็นว่าพื้นที่สาธารณะเป็นกลไกสำคัญสำหรับเป็นหลักประกันของสังคมประชาธิปไตยที่มีเสรีภาพอย่างแท้จริง รวมถึงให้ความสนใจกับ “รูปแบบการสื่อสาร” ในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งรูปแบบการสื่อสารผ่านคำคมผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กนี้ถือเป็น “การต่อยอด” การสื่อสารในพื้นที่สาธารณะตามแนวคิดของฮาเบอร์มาส อย่างไรก็ตามในเรื่องของ “การขับเคลื่อน” คำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กยังคงอยู่ในระดับบุคคล (personal) ยังไม่ถึงระดับสาธารณะ (public) ที่เกิดประโยชน์กับตนเองและขับเคลื่อนสังคมต่อไป สาเหตุที่คำคมในเฟซบุ๊กนั้นยังไม่สามารถขับเคลื่อนไปถึงระดับสังคมได้เพราะเนื้อหาของคำคมในเฟซบุ๊ก (content) ทั้ง 3 ประเภท ยังไม่เข้มข้นพอก่อให้เกิดการขับเคลื่อนได้ ประเภท constatives ที่อ้างอิงธรรมชาติ และ regulatives ที่ตั้งใจทำให้เกิดผลลัพธ์บางประการตามมายังคงมีสัดส่วนที่น้อยกว่ามากเมื่อเทียบกับประเภท avowals ที่เป็นคำคมเกี่ยวกับความรู้สึกและอารมณ์ สอดคล้องกับแนวคิดของกลุ่มยุคหลังสมัยใหม่ (postmodernism) ที่เรียกว่าอุดมการณ์ของนักออกแบบ (designer ideology) ที่คำคมในเฟซบุ๊กจะเน้นในเรื่องของลีลา (style) ให้ดูน่าสนใจ น่าติดตาม และเป็นเอกลักษณ์ มากกว่าจะเน้นที่เนื้อหา (content) ที่น่าเรื่องธรรมะมาย่อยให้อ่านง่าย เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน หรือหยิบยกเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันมานำเสนอในรูปแบบของคำคมง่ายๆ ให้เกิดความรู้สึกร่วมกันระหว่างผู้เขียนและผู้อ่าน แตกต่างจากคำคมในอดีตที่จะเน้นความลุ่มลึก ความหมายของคำคมต้องเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้อ่าน ดังนั้นจึงทำให้คำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กนี้ขับเคลื่อนไปในระดับสังคมได้แค่ผิวเผิน เป็นเพียงกระแสในช่วงระยะเวลาหนึ่งไม่จีรังยั่งยืน

6.2.3 การเปิดรับและการนำคำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กไปใช้ประโยชน์

Jay G. Blumler and Elihu K. (1974, อ้างถึงใน ทรราชชัยวัฒน์ จินากุล, 2556) มีมุมมองต่อผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เล่นเกมรุก ซึ่งหมายถึงผู้รับสารเป็นฝ่ายใช้ประโยชน์จากสื่อมากกว่าที่จะตกเป็นผู้เล่นเกมรับ กล่าวคือผู้รับสารมีอำนาจในการที่จะเลือกรับสารด้วยตนเอง คำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กนี้ก็เช่นกัน ผู้รับสารนั้นได้ใช้เฟซบุ๊กเป็นประจำทุกวัน จึงทำให้เข้าถึงคำคมในเฟซบุ๊กด้วยคุณลักษณะพิเศษที่มีลักษณะเป็นเครือข่ายโยงใย เมื่อเพื่อนในเฟซบุ๊กได้กดถูกใจหรือแบ่งปันคำคม ก็จะสามารถเห็นและพิจารณาว่าจะเลือกเปิดรับโดยการติดตามหรือไม่ กลุ่มตัวอย่างนั้นได้ติดตามคำคมเพราะมีความต้องการที่จะอ่านคำคมเพื่อมาตอบสนองความต้องการของตนเอง และนำไปใช้เพื่อประโยชน์ต่อตนเอง โดยการนำไปใช้นี้ก็มีความเชื่อมโยงไปกับสื่อใหม่ เช่น แทนการสื่อสารด้วยคำพูดหรือการพิมพ์ด้วยตนเอง ที่นำไปใช้แทนได้เพราะเฟซบุ๊กสามารถแชร์ต่อได้ แต่คำคมแบบเดิมหากจะทำเช่นเดียวกันนี้ก็ต่อถ่ายภาพจากป้ายและนำไปสื่อสารต่อ ซึ่งมีความยากลำบากและน้อยคนที่จะทำ และนำไปสร้างภาพลักษณะในโลกเสมือน ให้มีความแตกต่างจากความเป็นจริง เพื่อปิดบังเรื่องราวของตนเองกับโลกภายนอก นับเป็นความซับซ้อนของมนุษย์ที่เป็นสัตว์สังคมที่รู้จักคัดเลือกเรื่องราวนำเสนอต่อสาธารณะชนเพื่อประโยชน์ของตนเอง

ส่วนการเตือนตนเองโดยการนำคำคมไปอยู่ในพื้นที่ที่เห็นเป็นประจำ ก็เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์โดยตรง คือผู้รับสารนำคำคมไปใส่ไว้ในภาพ cover และ home ซึ่งเป็นภาพที่ใหญ่และโดดเด่น นอกจากจะเป็นการเตือนตนเองก็เป็นการสื่อสารกับผู้อื่นให้ทราบไปในคราวเดียวกันด้วย ด้านการนำไปใช้ประโยชน์เพื่อบรรเทาความกังวลใจและเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ เพื่อเป็นอ้างอิงในการสื่อสารกับผู้อื่น และเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์งานเขียนนั้นเป็นการถ่ายทอดมาตั้งแต่คำคมในอดีต ถึงแม้ว่าการนำไปใช้จะผูกไปกับลักษณะของสื่อใหม่ (feature) แต่ผู้รับสารก็ยังใช้ประโยชน์จากเรื่องดังกล่าวอยู่

การก้าวข้ามผ่านจากพื้นที่สื่อเดิมมายังสื่อใหม่ไม่ได้ส่งผลให้ผู้ใช้ละเลยประโยชน์ของคำคมดั้งเดิม ดังจะเห็นได้จากผู้รับสารที่ยังคงศรัทธากับคำคมในสื่อเดิมๆ ยังคงมีวัดเป็นที่พึ่งพิงทางใจ และยังเชื่อในเนื้อหาคำคมที่เป็นเนื้อแท้ของธรรมะ แต่ก็จะมีกลุ่มที่มองว่าคำคมจากสื่อใหม่และสื่อเก่าไม่ได้ต่างกัน ความเชื่อ ความศรัทธา และการนำไปใช้ขึ้นอยู่กับแต่ละคนมากกว่า และยังมีอีกกลุ่มที่มองว่าคำคมในสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กเข้าใจได้ง่ายกว่าในสื่อเดิมๆ เข้าถึงอารมณ์ได้ดีกว่า โดนใจมากกว่า เพราะคำคมในสื่อเดิมมีความเป็นทางการ ภาษานำมาปรับใช้ได้ยาก หรือถ้าหากเป็นคำคมมาจากพ่อแม่ก็อาจจะเกิดการต่อต้านคำสอนได้ เพราะรู้สึกเป็นการสั่งสอนจากพ่อแม่ ซึ่งกลุ่มสุดท้ายนี้ถือเป็นเรื่องใหม่และน่าสนใจ เพราะเป็นสัญญาณที่บ่งบอกว่าสถาบันครอบครัว สถาบัน

ศาสนา สถาบันการศึกษาที่มีหน้าที่สั่งสอนให้เป็นคนเก่งและคนดีนั้นได้ถูกลดบทบาทลง จากความทันสมัยของเทคโนโลยีและพฤติกรรมทางเลือกใช้สื่อของผู้รับสารคิดว่าสื่อใหม่น่าสนใจกว่าสื่อเดิมๆ แต่อย่างไรก็ตามความเข้มข้นในด้านเนื้อหานั้นก็ได้ลดลงไปจากในอดีตและมีพลังขับเคลื่อนได้ไม่เท่ากับสถาบันที่กล่าวไปข้างต้น คำคมในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กจึงเป็น “แรงเสริม” ที่ทำให้คนเข้าถึงคำคมได้มากขึ้นในด้านพื้นที่ ได้ใช้ประโยชน์จากคำคมในระดับเนื้อหาที่พอดีกับสิ่งที่คนยุคนี้ต้องการและพอดีกับคุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์

6.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1) การศึกษาในประเด็นการก้าวข้ามผ่านของคำคมมายังเฟซบุ๊กไม่ได้ส่งกระทบทางลบกับผู้อ่าน อาจเป็นเพราะผู้วิจัยศึกษาเพียงคำคมคัดลอกและบ่นบ่นที่มีบทบาทไปในทางบวก ยังมีแฟนเพจที่เกี่ยวกับคำคมอื่นที่เกิดขึ้นใหม่ในปัจจุบัน ที่อาจจะไม่ได้มีบทบาทเช่นเดียวกับคำคมคัดลอกและบ่นบ่นที่ผู้วิจัยศึกษาก็เป็นไปได้

2) ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจจะศึกษาเปรียบเทียบระหว่างเฟซบุ๊กคำคมของพระสงฆ์และของคนธรรมดา เพราะจะทำให้เห็นชัดเจนว่าคนในปัจจุบันมีความเชื่อถือและศรัทธาในตัวพระสงฆ์มากน้อยเพียงใด ในขณะที่มีการนำเสนอข่าวเรื่องพระที่ปฏิบัติไม่ดี ผู้คนยังจะนำคำคมของพระหรือของคนธรรมดาไปปรับใช้ในชีวิตมากกว่ากัน

3) ในการศึกษาครั้งต่อไปเป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาบทบาทหน้าที่ของเฟซบุ๊กแฟนเพจคำคมอื่นๆ ที่รวบรวมคำพูดจากผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เอาไว้ เพราะมีหลายเพจสื่อความหมายและชี้แนวทางไปในทางที่ไม่ถูกต้องแต่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก เพื่อจะให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของคำคม รวมถึงบทบาทและความคิดเห็นของผู้รับสารในปัจจุบัน

รายการอ้างอิง

หนังสือ

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2555). *หลักภาษาและการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : สกสค.ลาดพร้าว.
- กาญจนา แก้วเทพ, และนิคม ชัยขุนพล. (2556). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ, และสมสุข หินวิมาน. (2553). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง กับสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2539). *สื่อสองวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ : มูลนิธิภูมิปัญญา.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ : เอดิชั่นเพรสโปรดักส์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- ชัยรัตน์ วงศ์เกียรติขจร. (2556). *คัมภีร์คำคม*. กรุงเทพฯ : เอเชียเพรส 1989.
- ดวงกมล ซาติประเสริฐ, และคณะ. (2547). *สถานภาพงานวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เทคโนโลยีสารสนเทศ รายงานวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ*.
- ถนอมศักดิ์ จิรายุสวัสดิ์. (2556). *คำคม...สู่ความสำเร็จ จากนักธุรกิจหมื่นล้าน*. กรุงเทพฯ : ปราชญ์.
- ธีรานันท์ (บรรณาธิการ). (มปป). *สุภาสิต คติธรรม และคำคมจากต้นไม้*. กรุงเทพฯ : สหธรรมมิก.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, สาขาวิชานิเทศศาสตร์. (2548). *ปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร*. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รจิตลักษณ์ แสงอุไร. (2548). *การสื่อสารของมนุษย์*. กรุงเทพฯ : 21 เซ็นจูรี่.
- วิทยากร เชียงกุล. (2542). *แต่โลกและชีวิต*. กรุงเทพฯ : มิ่งมิตร.
- วุฒิชัย. (2557). *ลับลมคมนัย*. นนทบุรี : เพียงพเพ็ญ.
- เวอร์ใหม่, เคนท์ . (2551). *เปิดโลกนิวมมีเดียและการตลาดดิจิทัล*. แปลจาก Digimarketing. แปลโดย ฅงลักษณ์ จารุวัฒน์ และ ประภัสสร วรณสถิตย์. กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.
- อรศรี งามวิทยาพงศ์. (2549). *กระบวนการเรียนรู้ในสังคมไทยและการเปลี่ยนแปลงจากยุคชุมชนถึงยุคพัฒนาความทันสมัย*. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยการจัดการสังคม.
- Denis McQuail. (2000). *mass communication theory*. (4th Edition). London : Sage

บทความวารสาร

พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต. *Executive Journal*, 31(4), 99-103.

วรารณ วนาพิทักษ์. (2549). ทฤษฎีวิพากษ์ของเจอร์เกน ฮาเบอร์มาส: พื้นที่สาธารณะทางการเมืองและการใช้เสรีภาพในการแสดงออกบนอินเทอร์เน็ต.

<http://www.oknation.net/blog/nidnhoi/2011/07/06/entry-2> การสัมมนา

“RGJ Seminar Series ครั้งที่ 4: สหวิทยาการกับสหปัญหาของสังคมไทย” เมื่อ

วันที่ 15 กันยายน 2549 จัดโดยโครงการปริญญาเอกสหวิทยาการ

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

Julia T. Wood. 2008. *Communication in Our Lives*. 5th ed. Massachusetts: Wadsworth

วิทยานิพนธ์

กรกนก กมรัตน์. (2550). บทบาทของอินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาสำหรับเด็กและเยาวชน ศึกษาเฉพาะกรณีเว็บไซต์พลังจิต. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.

เจตยา วรปัญญาสกุล. (2538). การศึกษาความหมายและบทบาทความสามารถของสื่อแผ่นติด

ขนาดเล็กประเภทถ้อยคำสำนวน. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.

นา เว็. (2554). การวิเคราะห์คุณธรรมในคำคมจากวรรณคดีเรื่องสามก๊ก เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง.

(วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,

คณะศึกษาศาสตร์, สาขาการสอนภาษาไทย.

พัชลินจ์ จินนุ. (2555). ลักษณะเด่นและบทบาททางสังคมของวรรณกรรมคำสอนภาคใต้ “ฉบับ

พิมพ์เล่มเล็ก”. (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุขฎิบัณฑิต). อักษรศาสตรดุขฎิบัณฑิต,

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะอักษรศาสตร์, สาขาวิชาภาษาไทย.

ระวีพรรณ เกษฎากุล. (2550). การวิเคราะห์ภาชิตคำคมวัดอุโมงค์มหาเถรจันทร์ เชียงใหม่ เพื่อการ

เรียนรู้จริยธรรมของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. (วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหบัณฑิต). ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะศึกษาศาสตร์, สาขาการสอนภาษาไทย.

สิริชญา คอนกรีต. (2548). *การวิเคราะห์ผลจากกรายการวิทยุกระจายเสียง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). อักษรศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะอักษรศาสตร์, สาขาวิชาภาษาไทย.

สุปรียา หัสชู. (2553). *ลักษณะพิธีกรรม ความหมายเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ และบทบาทของเซียมซีใน สื่อออนไลน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.

แอนนิตรา นีราชม. (2552). *เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานใน เว็บไซต์ hi5.com*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

การเขียนคำคม. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2558, จาก <https://www.krupakdee.com/209/การเขียนคำคม.html>

การเขียนคำคม. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2558, จาก http://www.baanjommyut.com/library/knowledge_of_encyclopedias/566.html

คำคม คำขวัญ คติพจน์. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <https://www.krapiyarkerk.wordpress.com/tag/ความหมายคำคม/>

วิกิคำคม ระวี ภาวิไล. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2558, จาก www.th.wikiquote.org/wiki/ระวี_ภาวิไล

"คม"จนบาด แบบไม่เกรงใจใคร. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2558, <http://m.matichon.co.th/readnews.php?newsid=1363065941&grpId=03&catid=08>

"คัตโตะะ ลิปตา" เจ้าพ่อคำคมแห่งโลกโซเชียล. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2558, <https://www.youtube.com/watch?v=ZVs7zGdGyNQ>

รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย 2557. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2558, จาก https://www.etda.or.th/etda_website/files/system/IUP-

- สไลด์สรุปรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย 2557. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2558, จาก https://www.etda.or.th/etda_website/files/system/Slide_for_internet_user_profile_2014-present.pdf
- ส่งต่อความสุข แบบ บ่นบ่น สไตล์”ตริย-วาสิกา” สาว ม.รังสิต. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2558, จาก <http://www.manager.co.th/Campus/ViewNews.aspx?NewsID=9570000100135>
- เห็นนอกใจ l คัดโตะ Lipta. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2559, <http://www.fungjaizine.com/outside-/2015/12/9/-l-lipta>
- Facebook ทำอะไรได้บ้าง. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2558, <http://www.imotab.com/index.php/how-to-use-mobile-app/how-to-use-facebook/821-facebook-can-do>
- Personalized search, สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2558, https://en.wikipedia.org/wiki/Personalized_search#cite_note-1
- สมาร์ทโฟน, สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2558, <http://www.th.wikipedia.org/wiki/สมาร์ทโฟน>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวปริญญ์ สองศรี
วันเดือนปีเกิด	14 สิงหาคม 2533
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2555: ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา ภาษาไทย (เกียรตินิยมอันดับ 1) คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2557: Web Content Management บริษัท เอเชียบิสซิเนสไกด์ส (ประเทศไทย) จำกัด (www.checkraka.com)

