



แฮชแท็กยอดนิยมเกี่ยวกับโควิด-19 ในประเทศไทย ≡

#โควิด19	#วัคซีน
#ฉีดวัคซีน	#ไวรัสโคโรนา
#ซิโนแวค	#หน้ากากอนามัย
#โมเดอร์นา	#หมอรักษาโควิด
#ล็อกดาวน์	#อยู่บ้านหยุดเชื้อเพื่อชาติ

ที่มา: ข้อมูลภายในทวิตเตอร์ และ Brandwatch ระหว่าง 1 มี.ค. 2020 - 1 มี.ค. 2021.

ภาพ: "Twitter ไทย" อัปเดตข้อความเกี่ยวกับโควิด-19 ทะลุ 73 ล้านทวีต
ที่มา: <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9640000086249>

ลักษณะภาษาและเนื้อหาในแฮชแท็กสถานการณ์การแพร่ระบาดของ
โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์
Features of Language and Contents in COVID – 19 Hashtags
on Twitter

ธันวพร เสรีชัยกุล¹

Thanwaporn Sereechaikul

E-mail: fhumtwp@ku.ac.th, thanwaporn.n@ku.th

Received: August 8, 2021

Revised: October 14, 2021

Accepted: October 21, 2021

¹ อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Lecturer at Department of Thai Language, Faculty of Humanities, Kasetsart University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ได้วิเคราะห์ลักษณะภาษาและเนื้อหาของแฮชแท็กสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์ โดยเก็บข้อมูลแฮชแท็กจากสามช่วงเวลาที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค ดังนี้ 1) เดือนมีนาคม - เมษายน พ.ศ. 2563 2) เดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 - มกราคม พ.ศ. 2564 และ 3) เดือนเมษายน - พฤษภาคม พ.ศ. 2564 ผลการศึกษาพบแฮชแท็ก จำนวน 97 แฮชแท็ก โดยพบหน่วยไวยากรณ์ระดับประโยคมากที่สุด จำนวน 43 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 44.33 รองลงมาคือระดับคำ จำนวน 28 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 28.87 ระดับวลี จำนวน 25 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 25.77 และหน่วยไวยากรณ์ระดับอนุประโยคพบ 1 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 1.03 ในส่วนของรูปแบบภาษานั้นพบสามรูปแบบ ได้แก่ 1) การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ 2) การปนรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และ 3) การใช้อักษรย่อ สำหรับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสามช่วงเวลาพบจำนวนทั้งสิ้น 11 ประเด็น โดยประเด็นที่พบการทวิตข้อความในทุกช่วงเวลามีสามประเด็น ได้แก่ 1) สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค 2) มาตรการป้องกันโรคโควิด-19 และ 3) มาตรการบรรเทาผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค

คำสำคัญ: ลักษณะภาษา เนื้อหา แฮชแท็ก โควิด-19

Abstract

This study focused on the features of language and contents analysis of the COVID – 19 hashtags on Thai Twitter. The hashtags data used in this study were collected from three periods of the COVID – 19 pandemic situation occurred as follows: 1) March – April 2020, 2) December 2020 – January 2021, and 3) April – May 2021. The results showed that, in the 97 hashtags, the most frequent type of grammatical units found was sentence units (44.3%), followed by word units (28.87%), phrase units (25.77%), and clause units (1.03%). In terms of language formats, there were three types as follows: 1) using English transliterations, 2) mixing

Thai and English alphabets, and 3) using abbreviations. Additionally, there were 11 topics of the COVID – 19 pandemic situation's contents. There were 3 topics that were tweeted by the Twitter users for all three periods as follows: 1) the COVID – 19 pandemic situations, 2) the COVID – 19 preventive measures, and 3) the COVID – 19 relieved pandemic situations.

Keywords: features of language, contents, hashtags, COVID – 19

บทนำ

แฮชแท็ก (Hashtag) คือ การใช้เครื่องหมายแฮช (Hash) # บนแป้นพิมพ์ของอุปกรณ์สื่อสาร นำหน้าข้อความที่ต้องการสื่อสารซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้ใช้และต้องการสืบค้นเรื่องที่สนใจดังกล่าว โดยผ่านช่องทางการสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่าง ๆ การใช้แฮชแท็กนี้ได้เริ่มขึ้นในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์ (Twitter) เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม ปี ค.ศ. 2007 เป็นครั้งแรก โดย คริส แมสซิना (Chris Messina) ผู้เชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ เขาได้ทวิต (Tuit) ข้อความด้วยการใส่เครื่องหมายแฮช “#” นำหน้าข้อความเพื่อทำการจัดกลุ่มข้อความที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแฮชแท็ก #barcamp (Phothisiintorn, 2015, pp. 10-11; Shapp, 2014, p. 3)

สื่อออนไลน์ทวิตเตอร์เป็นแอปพลิเคชัน (Application) หนึ่ง ที่พัฒนา มาพร้อมกับความเจริญก้าวหน้าของอินเทอร์เน็ต (Phichaphat, 2010) และสามารถ ใช้สื่อสารได้ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ โดยผู้ใช้ทวิตเตอร์สามารถติดตาม (Follow) ผู้ที่ตนสนใจ อีกทั้งผู้อื่นอาจสามารถติดตามผู้ใช้ทวิตเตอร์ (Follower) ได้เช่นกัน นอกจากนี้ ผู้ใช้ทวิตเตอร์สามารถสื่อสารในประเด็นใดประเด็นหนึ่งที่มีความสนใจ ร่วมกันจนเกิดเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านการติดแฮชแท็ก ดังที่ Promdirake (2015, p. 5) ได้กล่าวถึงการติดแฮชแท็กไว้ว่า เป็นเสมือนการจัดหมวดหมู่หัวข้อการ สนทนาและรวมกลุ่มการสนทนาเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น ในกลุ่ม เพราะแม้ว่าผู้ใช้ทวิตเตอร์จะไม่รู้จักกันแต่ก็สามารถทำความรู้จักกันได้ด้วยการ สื่อสารกันผ่านแฮชแท็ก จนทำให้เกิดเป็นสังคมออนไลน์ขึ้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่า หน้าที่ ของแฮชแท็กจึงเป็นหัวข้อการสนทนาที่ผู้ใช้มีความสนใจและกล่าวถึงประเด็นเดียวกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้ใช้แต่ละคนว่าสนใจที่จะกล่าวถึงประเด็นใด เช่น #กราดยิงโคราช

เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 กล่าวถึงเหตุการณ์กราดยิงที่ห้างสรรพสินค้า ในจังหวัดนครราชสีมา #อภิปรายไม่ไว้วางใจ เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 กล่าวถึง การเปิดอภิปรายทั่วไปเพื่อลงมติไม่ไว้วางใจรัฐมนตรีเป็นรายบุคคล

จะเห็นได้ว่าข้อความในทวีตเตอร์นั้นมีอิทธิพลอย่างมากต่อการขับเคลื่อน สถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน อีกทั้งข้อความที่ผู้ใช้ได้ทวีตทั้งในส่วนของ แชนแท็กและข้อความแสดงให้เห็นถึงพลวัตทางภาษารูปแบบความหลากหลายของภาษา และการเปลี่ยนรูปทางไวยากรณ์ของภาษาที่สัมพันธ์กับระดับของภาษา (Klymenko, 2019, p. 1)

สำหรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (หรือโควิด-19)² ซึ่งเป็นโรคทางเดินหายใจอุบัติใหม่ตั้งแต่ช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 ในนครอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน ทำให้เกิดการระบาดไปทั่วโลก นอกจากนี้ ไวรัสดังกล่าวเป็นไวรัสที่เกิดขึ้นใหม่และยังไม่มีวัคซีนที่สามารถป้องกันได้ จึงทำให้ผู้คนทั่วโลกต่างวิตกกังวลจากการได้รับเชื้อไวรัสชนิดนี้ (Jurairat, 2020) ในประเทศไทยสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 พบการระบาดตั้งแต่เดือน มกราคม จนกระทั่งกระทรวงสาธารณสุขได้ประกาศให้โรคนี้นี้เป็นโรคติดต่ออันตราย ตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 เมื่อปลายเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 (Government Gazette, 2020) ต่อมาการแพร่ระบาดของโรคได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้รัฐบาลได้ประกาศใช้พระราชกำหนดบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักรในการควบคุมโรค (Government Gazette, 2020) ตั้งแต่วันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา จนสามารถควบคุมสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง จนกระทั่งในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 ได้มีการแพร่ระบาดของโรคในสถานการณ์ที่รุนแรงกลับมาอีกครั้งในพื้นที่จังหวัด สมุทรสาครก่อนจะแพร่ระบาดไปทั่วประเทศ (BBC Thai, 2020) จนทำให้มียอดผู้ป่วย ติดเชื้อและเสียชีวิตเป็นจำนวนมาก

² กระทรวงสาธารณสุขได้มีประกาศ เรื่อง ชื่อและอาการสำคัญของโรคติดต่ออันตราย (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2563 เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ให้ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นโรคติดต่ออันตราย และเรียกโดยย่อว่าโรคโควิด-19 (Government Gazette, 2020)

จากการสืบค้นในช่วงเวลาที่เกิดการกลับมาแพร่ระบาดของโรคอีกครั้ง ในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 ทำให้พบแฮชแท็กที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่สืบเนื่อง มาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคที่ผู้ใช้ทวิตเตอร์ได้ทวิตข้อความ เป็นจำนวนมาก เช่น #โควิด19 #โควิดสมุทรปราการ #โควิด19เราต้องรอด #saveบาราศณราดูร ซึ่งพบข้อสังเกตที่น่าสนใจในลักษณะภาษาของแฮชแท็กดังกล่าวทั้งในแง่ของลักษณะ ภาษาที่ปรากฏการใช้หน่วยทางไวยากรณ์และโครงสร้างทางไวยากรณ์ที่หลากหลาย ตั้งแต่ระดับคำไปจนถึงประโยค อีกทั้งยังพบว่ามีการใช้รูปแบบภาษาที่น่าสนใจในการ ประกอบแฮชแท็กรวมทั้งเนื้อหาประเด็นที่เกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค ที่แฮชแท็กได้กล่าวถึง

จากการศึกษาพบว่ามีงานวิจัยที่ได้ศึกษาลักษณะภาษาและเนื้อหาที่ปรากฏ ในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์ที่น่าสนใจ ดังนี้ Klymenko (2019) ได้ศึกษาเรื่อง “Twitterverse: the Birth of New Words” พบว่า สื่อออนไลน์ทวิตเตอร์เป็นช่องทางการสื่อสารที่เป็น แหล่งเกิดคำใหม่ในภาษาอังกฤษ โดยพบวิธีการสร้างคำ ดังนี้ การใช้หน่วยเติมคำ (Affixation) การประสมคำ (Compounding) การรวมคำ (Blending) และ การใช้ชื่อย่อ หรืออักษรย่อ (Abbreviation) นอกจากนี้ ยังพบว่าคำเกิดใหม่เหล่านี้มีหน้าที่ทาง ไวยากรณ์และวงความหมายที่หลากหลาย นอกจากนี้ Wicke and Bolognesi (2020) ได้ศึกษาเรื่อง “Framing COVID-19: How We Conceptualize and Discuss the Pandemic on Twitter” โดยได้วิเคราะห์ข้อความที่เกี่ยวข้องจากแฮชแท็ก #Covid-19 จากข้อความที่มีผู้ทวิตผ่านแฮชแท็กนี้ในช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายน ปี ค.ศ. 2020 ผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างของแฮชแท็กที่เกี่ยวข้องที่พบ ได้แก่ #covid19 #coronavirus #ncov2019 #2019ncov #nCov #nCoV2019 #2019nCoV #COVID19 ส่วนประเด็นเนื้อหาที่พบนั้นแสดงให้เห็นถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น รวมทั้งความเชื่อของผู้ที่ทวิตข้อความจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค

จากข้างต้นเป็นการศึกษาแฮชแท็กทวิตเตอร์ของผู้ใช้ที่ทวิตข้อความ เป็นภาษาอังกฤษ ในประเด็นทางภาษาถือเป็นแหล่งกำเนิดการสร้างคำใหม่ (word formation) ในภาษาอังกฤษ และศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างภาษาอังกฤษที่ประกอบขึ้นมาเป็น แฮชแท็ก#Covid-19 และได้สรุปประเด็นเนื้อหาที่พบจากการทวิตของข้อความ ภาษาอังกฤษของผู้ใช้ทวิตเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับการแสดงความคิดเห็นของสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งเป็นบริบทของผู้ที่ร่วมสถานการณ์

ในบริบทสากลผ่านการใช้ภาษาอังกฤษ แต่อย่างไรก็ตามการศึกษาลักษณะภาษาและเนื้อหาของแฮชแท็ก โดยเฉพาะอย่างยิ่งแฮชแท็กที่เกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์ในกลุ่มของผู้ใช้ที่ทวีตข้อความเป็นภาษาไทยนั้น ยังไม่พบว่าไม่มีผู้ใดศึกษาในประเด็นนี้ จึงทำให้มีความสนใจที่จะศึกษาลักษณะภาษาและเนื้อหาของแฮชแท็กดังกล่าว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ลักษณะภาษาด้านหน่วยไวยากรณ์ (grammatical units) และรูปแบบภาษา (language patterns) ในแฮชแท็ก
2. เพื่อศึกษาเนื้อหาในแฮชแท็ก

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ได้ศึกษาลักษณะภาษาด้านหน่วยไวยากรณ์และรูปแบบภาษารวมทั้งเนื้อหาที่ปรากฏในแฮชแท็กสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลแฮชแท็ก โดยมีเกณฑ์ในการเก็บข้อมูล คือ แฮชแท็กนั้นต้องมีภาษาไทยเป็นส่วนประกอบและเกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลแฮชแท็กจากเว็บไซต์ www.getdaytrends.com เนื่องจากเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลแฮชแท็ก ที่มีผู้ทวีตข้อความในแต่ละวันตามช่วงเวลาและจัดลำดับความนิยม (Getdaytrends, n.d.) ทั้งนี้ได้เลือกเก็บข้อมูลในช่วงเวลา 11.00-13.00 น. เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่มีผู้ใช้ทวิตเตอร์มากที่สุด (Positioning, 2019)

จากนั้นจึงได้เริ่มสำรวจข้อมูลแฮชแท็กในช่วงเวลาที่เริ่มมีสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคในประเทศไทย และได้แบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นสามช่วงเวลา ซึ่งสามารถรวบรวมแฮชแท็กได้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 97 แฮชแท็ก มีจำนวนแฮชแท็กที่ไม่ซ้ำกับแฮชแท็กอื่นจำนวน 89 แฮชแท็ก (ร้อยละ 91.75) และแฮชแท็กที่ซ้ำกับแฮชแท็กอื่น จำนวน 8 แฮชแท็ก (ร้อยละ 8.25) อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะเป็นแฮชแท็กเดียวกันแต่ปรากฏในบริบทเวลาที่ต่างกัน จึงอาจมีหน้าที่และสะท้อนเนื้อหาที่ผู้ใช้ทวิตเตอร์ต้องการสื่อสารในประเด็นที่แตกต่างกัน ซึ่งข้อมูลแฮชแท็กในแต่ละช่วงเวลามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) การแพร่ระบาดช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน พ.ศ. 2563 จำนวน 39 แสขแท้ก (ร้อยละ 40.21)

2) การแพร่ระบาดช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 - มกราคม พ.ศ. 2564 จำนวน 25 แสขแท้ก (ร้อยละ 25.77)

3) การแพร่ระบาดช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคม พ.ศ. 2564 จำนวน 33 แสขแท้ก (ร้อยละ 34.02)

จากนั้นจึงได้นำแสขแท้กที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ลักษณะภาษาและเนื้อหา โดยในด้านภาษาได้วิเคราะห์หน่วยไวยากรณ์โดยพิจารณาหน้าที่ทางไวยากรณ์และโครงสร้างของหน่วยไวยากรณ์ของแสขแท้ก โดยได้นำแนวคิดในการวิเคราะห์ไวยากรณ์ภาษาไทย จากตำราหลักภาษาไทย (Upakitsinlapasan, Praya 2005) โครงสร้างของภาษาไทย: ระบบไวยากรณ์ของ (Phanuphong, 1989) และไวยากรณ์ไทย (Panthumatha, 2008) มาเป็นแนวทางในการศึกษา อีกทั้งจะวิเคราะห์รูปแบบภาษาที่ผู้ใช้ทวิตเตอร์ได้ประกอบขึ้นมาเพื่อเป็นแสขแท้ก ในส่วนของการศึกษาเนื้อหาของแสขแท้กนั้นจะวิเคราะห์เพื่อสรุปและจัดกลุ่มประเด็นเนื้อหาของข้อความที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งผู้ใช้ทวิตเตอร์ได้ทวิตข้อความ เป็นภาษาไทยในแสขแท้กจำนวน 97 แสขแท้กที่รวบรวมได้ตั้งเกณฑ์ข้างต้นว่ามีประเด็นเกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่ทวิตข้อความเป็นภาษาไทยอย่างไรบ้าง

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาแบ่งเป็นสองส่วน คือ วิเคราะห์ลักษณะภาษาและศึกษาเนื้อหา ในแสขแท้กสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์ ดังนี้

1. ลักษณะภาษาในแสขแท้กสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์

จากการศึกษาพบแอ็กแท้กตามเกณฑ์ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมทั้งสิ้น 97 แสขแท้ก ซึ่งได้วิเคราะห์ลักษณะภาษาด้านหน่วยไวยากรณ์และรูปแบบภาษา ดังนี้

1.1 หน่วยไวยากรณ์

ระบบไวยากรณ์ ถือเป็นหนึ่งในระบบของภาษาที่ประกอบไปด้วย

ระบบเสียง ระบบไวยากรณ์และระบบความหมาย ระบบไวยากรณ์ประกอบไปด้วย วิทยาหน่วยคำ (morphology) คือ การศึกษากระบวนการที่หน่วยคำ (morpheme) รวมกันเป็นคำ หรือการสร้างคำใหม่และวากยสัมพันธ์ (syntax) คือ กระบวนการที่ คำเรียงกันเป็นประโยค ความสัมพันธ์ของคำในแง่หน้าที่และโครงสร้างทางไวยากรณ์ (Prasithrathsint, Hoonchamlong & Savetamalya, 2011, pp. 1-2) ซึ่งในการ ศึกษาครั้งนี้จะได้นำแนวคิดของนักไวยากรณ์ไทยดังที่ได้กล่าวถึงแล้วในวิธีดำเนินการวิจัย ข้างต้นมาเป็นแนวทางในการศึกษา ผลการศึกษาพบว่าหน่วยไวยากรณ์ของแฮชแท็ก สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์ มี 4 ระดับ ได้แก่ ระดับคำ วลี อนุประโยค และประโยค รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 หน่วยไวยากรณ์ในแฮชแท็กสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์

ช่วงเวลา	มีนาคม เมษายน 2563		ธันวาคม - มกราคม 2564		เมษายน - พฤษภาคม 2564		รวม	
หน่วยไวยากรณ์	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คำ								
คำนาม	7	[25.00]	9	[32.14]	12	[42.86]	28	28.87
วลี								
นามวลี	6	[24.00]	11	[44.00]	8	[32.00]	25	25.77
กริยาวลี			1				1	
บุพบทวลี			1				1	
อนุประโยค								
อนุประโยค	1	[100.00]					1	1.03
ประโยค								
ประโยคความเดียว	25	[58.14]	5	[11.63]	13	[30.23]	43	44.33
ประโยคความรวม	2		-		4		6	
รวม								
รวม	39	40.21	25	25.77	33	34.02	97	100.00

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่าในช่วงที่มีสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เดือนมีนาคม ถึง เมษายน พ.ศ. 2563 พบแฮชแท็กที่เกี่ยวข้องในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์จำนวน 39 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 40.21 เดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ. 2564 พบ 25 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 25.77 และเดือนเมษายน ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564 พบจำนวน 33 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 34.02 รวมสามช่วงเวลาพบทั้งสิ้น 97 แฮชแท็ก ทั้งนี้เมื่อวิเคราะห์หน่วยไวยากรณ์ของภาษาในแฮชแท็ก พบหน่วยไวยากรณ์ระดับประโยคมากที่สุด จำนวน 43 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 44.33 รองลงมาคือระดับคำพบจำนวน 28 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 28.87 และระดับวลีพบจำนวน 25 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 25.77 นอกจากนี้ยังพบหน่วยไวยากรณ์ระดับอนุประโยคเพียง 1 แฮชแท็กเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 1.03

1.1.1 หน่วยไวยากรณ์ในระดับคำ

แฮชแท็กสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์จากทั้งสามช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของโรค พบหน่วยไวยากรณ์ในระดับคำจำนวน 28 แฮชแท็ก เป็นคำนามทั้งหมด โดยเป็นคำนามชื่อเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ที่มีโครงสร้างทั้งแบบคำนามเดี่ยวและคำนามประสม ได้แก่ ชื่อโรค เช่น #โควิด #โควิด19 #ไวรัสปอดอักเสบ ชื่อเรียกผู้ได้รับเชื้อไวรัส ซึ่งเป็นคำนามประสมพบเพียงหนึ่งแฮชแท็ก ได้แก่ #ผู้ติดเชื้อโควิด ชื่อแอปพลิเคชันที่เกิดขึ้นใหม่และเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ดังกล่าว ซึ่งมีโครงสร้างเป็นคำนามประสม เช่น #หมอชนะ #ไทยชนะ #เราชนะ นอกจากนี้ยังมีการใช้แฮชแท็กที่เป็นคำนามชื่อเฉพาะที่สื่อถึงบุคคลสถานที่ องค์กรและรายการโทรทัศน์ที่มีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ ดังนี้ ชื่อบุคคล เช่น #บอลเชียวยิ้ม #อนุทิน #ศักดิ์สยาม ชื่อสถานที่ ได้แก่ #บุรีรัมย์ #นนทบุรี ชื่อองค์กร ได้แก่ #การบินไทย ชื่อรายการโทรทัศน์ ได้แก่ #โหนกระแส นอกจากนี้ยังพบการใช้แฮชแท็กที่เป็นคำนามทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโดยมีโครงสร้างเป็นคำประสม เช่น #ล็อกดาวน์ #หน้ากากอนามัย

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าแฮชแท็กที่เป็นหน่วยไวยากรณ์ระดับคำซึ่งพบเพียงคำนามนั้น เนื่องจากผู้ใช้ภาษาต้องการสื่อความหมายถึงชื่อเรียกสิ่งต่าง ๆ ที่ได้เกิดขึ้นหรือเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ในการแพร่ระบาดของโรคในแต่ละช่วงเวลา

โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้แสขแท็กที่เป็นชื่อโรคที่ถูกหวัดข้อความมากที่สุดในการแสขแท็ก ระดับคำ เนื่องจากเป็นแสขแท็กที่ครอบคลุมประเด็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการกล่าวถึง สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคในทุกด้าน ส่วนการใช้แสขแท็กที่เป็นชื่อเฉพาะอื่น ๆ นั้นสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการเน้นจุดเด่นหรือประเด็นที่สำคัญที่เป็นกระแสของการวิพากษ์วิจารณ์หรือการแสดงความคิดเห็นในช่วงเวลานั้น เช่น การใช้ชื่อบุคคล ที่เป็นข่าวหรือเป็นกระแสของสังคมเป็นแสขแท็ก

1.1.2 หน่วยไวยากรณ์ในระดับวลี

จากการศึกษาพบแสขแท็กที่เป็นหน่วยไวยากรณ์ในระดับวลี จำนวนทั้งสิ้น 25 แสขแท็ก ทั้งนี้พบหน่วยทางไวยากรณ์ระดับวลี 3 ประเภทย่อย โดยพบนามวลีมากที่สุดจำนวน 23 แสขแท็ก ส่วนกริยาวลีและบุพบทวลีนั้น พบเพียงประเภทละหนึ่งแสขแท็กเท่านั้น ดังนี้

โครงสร้างของแสขแท็กนามวลีประกอบด้วยส่วนหลัก คือ คำนามที่แสดงเรื่องหรือประเด็นหลักที่เป็นความหมายสำคัญของแสขแท็กและตามด้วย ส่วนขยายที่ให้รายละเอียดหรือเสริมความหมายของแสขแท็ก

เช่น #เคอร์ฟิว24ชั่วโมง: เคอร์ฟิว [ส่วนหลัก: คำนาม] + 24ชั่วโมง [ส่วนขยาย: คำจำนวนนับ คำบอกเวลา]
#โควิดทองหล่อ: โควิด [ส่วนหลัก: คำนาม] + ทองหล่อ [ส่วนขยาย: คำนาม]
#วัคซีนโควิด: วัคซีน [ส่วนหลัก: คำนาม] + โควิด [ส่วนขยาย: คำนาม]

โครงสร้างของแสขแท็กกริยาวลีพบเพียงแสขแท็กเดียว ได้แก่ #ห่วงใยนะจ๊ะ โดยมีส่วนประกอบ คือ

#ห่วงใยนะจ๊ะ: ห่วงใย [ส่วนหลัก: คำกริยา] + นะจ๊ะ [ส่วนขยาย: คำลงท้าย 1 คำลงท้าย 2]

นอกจากนี้ยังพบแสขแท็กบุพบทวลี #นะจ๊ะ ที่โครงสร้างเกิดจากการเรียงกันของคำลงท้ายที่แสดงความรู้สึกตามความสถานภาพสัมพันธ์ระหว่าง ผู้พูดกับผู้ฟัง (Status Particles) 2 คำ คือคำว่า “นะ” ที่เป็นคำลงท้ายที่บอกเจตนาของผู้พูดที่แสดงการขอร้องหรืออ่อนน้อมและคำลงท้ายคำว่า “จ๊ะ” ที่บอกสถานภาพของผู้พูดที่โดยมากผู้ใช้มักเป็นเพศหญิง (Panthumatha, 2008, pp. 116-138)

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า การใช้แสขแท็กที่มีโครงสร้างทางไวยากรณ์ในระดับวลีนั้น ผู้ใช้หวัดเตอร์ใช้เพื่อสื่อสารถึงรายละเอียดหรือประเด็นขยายจาก

สถานการณ์หรือประเด็นหลักที่เกิดขึ้นตามช่วงเวลาต่าง ๆ เช่น ประเด็นเรื่อง “เคอร์ฟิวส์” ที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับการแสดงความเห็นเรื่องช่วงเวลาที่ยกความร่วมมือไม่ให้ประชาชนเดินทางออกจากเคสสถาน ซึ่งเป็นหนึ่งในมาตรการที่รัฐบาลได้นำมาบังคับปรับใช้ตามความรุนแรงของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค เมื่อมีผู้ติดเชื้อเป็นจำนวนมากขึ้นหรือเรื่องการเกิดคลัสเตอร์ของกลุ่มผู้ติดเชื้อในพื้นที่ต่าง ๆ ก็จะทำให้น่าสนใจเฉพาะที่บอกพื้นที่หรือสถานที่ที่เป็นคลัสเตอร์นั้นมาขยายต่อจากคำหลักคือ คำว่า “โควิด” ดังตัวอย่างข้างต้น

1.1.3 หน่วยไวยากรณ์ในระดับอนุประโยค

แฮชแท็กที่มีหน่วยไวยากรณ์ในระดับอนุประโยค พบหนึ่งแฮชแท็ก ได้แก่ #แพทย์แผนไทยที่ถูกลืม ซึ่งโครงสร้างประกอบด้วยคำนาม “แพทย์แผนไทย” และขยายด้วยคุณานุประโยค “ที่ถูกลืม” เมื่อพิจารณาหน่วยไวยากรณ์แฮชแท็กดังกล่าวเป็นเพียงอนุประโยคที่ทำหน้าที่เป็นส่วนประกอบของประโยคหลักเท่านั้น ซึ่งการใช้คุณานุประโยค “ที่ถูกลืม” มาขยายส่วนหลักคือ “แพทย์แผนไทย” นั้นเป็นการชี้ประเด็นให้ทราบว่า ข้อความที่ต้องสื่อสารถึงในแฮชแท็กนี้จะเกี่ยวข้องกับการถูกละเลยของกลุ่มแพทย์แผนไทย ซึ่งถือเป็นบุคลากรทางการแพทย์อีกกลุ่มหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเช่นกัน

1.1.4 หน่วยไวยากรณ์ในระดับประโยค

จากการศึกษาพบว่าแฮชแท็กที่เป็นหน่วยไวยากรณ์ในระดับประโยคปรากฏมากที่สุดเป็นจำนวนถึง 43 แฮชแท็ก สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทย่อย ได้แก่ ประโยคความเดียวพบเป็นจำนวน 37 แฮชแท็ก และประโยคความรวมพบ 6 แฮชแท็ก เมื่อพิจารณาโครงสร้างประโยคพบว่า มีทั้งประโยคที่มีโครงสร้างสมบูรณ์และไม่สมบูรณ์ และมีเจตนาในการสื่อสารแตกต่างกันไป ดังนี้

โครงสร้างแฮชแท็กที่เป็นประโยคความเดียว พบประโยคความเดียวที่มีโครงสร้างสมบูรณ์และไม่สมบูรณ์ โดยประโยคความเดียวที่มีโครงสร้างสมบูรณ์ มีโครงสร้างประกอบด้วย หน่วยประธาน หน่วยกริยาและหน่วยกรรม จะมีหรือไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของหน่วยกริยา และเมื่อพิจารณาเจตนาในการสื่อสารพบว่าเป็นประโยคที่มีวัตถุประสงค์เพื่อบอกเล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น #เราไม่ทิ้งกัน มีโครงสร้างประโยค คือ เรา [หน่วยประธาน] ไม่ทิ้งกัน [หน่วยกริยา] แฮชแท็กนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับมาตรการการเยียวยาช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาด

ของโรคที่เกิดขึ้น ประโยคความเดียวที่มีโครงสร้างไม่สมบูรณ์ เนื่องจากการละส่วน
ประธานของประโยค และมีเจตนาในการสื่อสารเพื่อบอกเล่าเหตุการณ์ เช่น #ฝ่าวิกฤต
โควิด19 มีโครงสร้างประโยค คือ [ละประธาน] ฝ่า [หน่วยกริยา] วิกฤตโควิด19
[หน่วยกรรม] นอกจากนี้ยังพบแฮชแท็กที่มีเจตนาในการสื่อสารเป็นประโยคคำสั่ง
โดยโครงสร้างประโยคขึ้นต้นด้วยหน่วยกริยาที่ต้องการให้กระทำหรือปฏิบัติตาม เช่น #
ปิดกรุงเทพ มีโครงสร้างประโยค คือ ปิด [หน่วยกริยา] กรุงเทพ [หน่วยกรรม]

โครงสร้างแฮชแท็กที่เป็นประโยคความรวม คือ ประโยคที่เกิด
จากประโยคความเดียวมากกว่าหนึ่งประโยคขึ้นไปมาเรียงต่อกันตามลักษณะเนื้อความ
ที่ต้องการจะสื่อสาร โดยพบว่ามีเจตนาสื่อสารเพื่อบอกเล่าเหตุการณ์หรือสถานการณ์
ที่เกิดขึ้น ซึ่งพบทั้งประโยคความรวมที่มีโครงสร้างสมบูรณ์และไม่สมบูรณ์ เช่น
#ผู้นำตายเราจะรอดกันหมด มีโครงสร้างประโยคคือ ผู้นำตาย [ประโยคความเดียวที่ 1]
เราจะรอดกันหมด [ประโยคความเดียวที่ 2] ประโยคดังกล่าวนี้เป็นประโยคสมบูรณ์
ไม่มีการละส่วนประกอบของประโยค นอกจากนี้ยังพบประโยคความรวมที่มีโครงสร้าง
ไม่สมบูรณ์เนื่องจากการละประธานของประโยค เช่น #สวดมนต์ไล่โควิด มีโครงสร้าง
ประโยคคือ สวดมนต์ [ประโยคความเดียวที่ 1 ละประธาน] ไล่โควิด [ประโยค
ความเดียวที่ 2 ละประธาน]

จากการที่แฮชแท็กมีหน่วยทางไวยากรณ์ระดับประโยคมาก
ที่สุด เนื่องจากแฮชแท็กที่เป็นประโยคจะทำให้ผู้ใช้ภาษาสามารถสื่อสารประเด็นที่เกี่ยวข้อง
กับสถานการณ์ได้อย่างครอบคลุม ชัดเจนและตรงประเด็นกับเนื้อหาที่ต้องการ
แสดงความคิดเห็นได้มากกว่าการใช้หน่วยไวยากรณ์ระดับคำ ที่มักจะเป็นแฮชแท็ก
ที่เป็นชื่อเฉพาะของบุคคล สถานที่ หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์หรือประเด็น
ที่ต้องการกล่าวถึงเท่านั้น แต่ไม่สามารถให้รายละเอียดของเนื้อหาของเหตุการณ์
ที่เกิดขึ้นได้ ทั้งนี้พบข้อสังเกตว่า ถึงแม้จะเป็นแฮชแท็กที่มีหน่วยไวยากรณ์ในระดับ
ประโยค แต่ก็ไม่ได้เป็นประโยคที่มีโครงสร้างซับซ้อนหรือยาวมากเกินไป อีกทั้งยังมีการ
ละส่วนประกอบของประโยคที่ไม่จำเป็นต้องกล่าวถึง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประธาน เนื่องจาก
ผู้ทวิตข้อความทราบกันดีอยู่แล้วว่าประธานหมายถึงใครหรือสิ่งใด จึงไม่จำเป็นต้อง
กล่าวถึงและยังเพื่อไม่ให้แฮชแท็กนั้นมีความยาวมากเกินไปอีกด้วย

1.2 รูปแบบภาษา

เนื่องจากสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์เป็นการสื่อสารผ่านช่องทางการ

สื่อออนไลน์ประเภทหนึ่ง ดังนั้นภาษาที่ใช้จึงเรียกว่า ภาษาอินเทอร์เน็ต (Internet Language) ที่มีลักษณะเฉพาะต่างจากภาษาที่ใช้สื่อสารทั่วไป ไม่ใช้การสื่อสารภาษาในระดับทางการอีกทั้งยังแตกต่างจากภาษาพูดหรือภาษาเขียนที่ใช้โดยปกติ (Crytal, 2005, p. 1) การใช้ภาษาผ่านสื่อออนไลน์เป็นการสื่อสารที่ผสมผสานระหว่างภาษาพูดกับภาษาเขียน กล่าวคือ ผู้สื่อสารต้องการสื่อภาษาพูดโดยผ่านการเขียนนั่นเอง (Panyametheekul, 2005, p. 64) จากการศึกษาพบรูปแบบภาษาที่น่าสนใจในแฮชแท็กสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์ ทั้งสามช่วงเวลา ดังนี้

1.2.1 การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ

การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพบการสะกดรูปคำต่างกัน คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีผู้ทวีตข้อความมากที่สุดและใช้การสะกดรูปคำต่างกัน ในหลายรูปแบบคือ แฮชแท็กที่เป็นชื่อของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ซึ่งพบการสะกดคำสามแบบ ได้แก่ #โควิด19 #โควิด19 #โควิด_19 ซึ่งทั้งสามรูปแบบนี้ ไม่มีรูปแบบใดที่สอดคล้องตรงกับการใช้รูปคำระดับทางการคือ “โควิด-19” เนื่องจาก คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่ใช้นั้นเป็นคำที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ที่ปัจจุบันที่กำลังเกิดขึ้นทั่วโลก ดังนั้นผู้ใช้ภาษาจึงได้เลือกใช้คำทับศัพท์ดังกล่าว ตามความเข้าใจของตนเองที่ถอดเสียงจากรูปคำภาษาอังกฤษคือ COVID-19 ที่ตามรูปตัวอักษรภาษาอังกฤษนั้นสะกดด้วยตัวอักษร “D” ซึ่งการถอดเสียงตามเกณฑ์ของราชบัณฑิตนั้นต้องใช้ตัวอักษรไทย “ด” แทนในการเขียนคำทับศัพท์ แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากการออกเสียงภาษาอังกฤษของผู้ใช้ภาษาที่ต่างกันและความไม่เป็นทางการของช่องทางการสื่อสาร จึงพบรูปแบบภาษาที่ใช้แตกต่างกันในลักษณะดังกล่าว

1.2.2 การปนรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

การปนรูปแบบภาษาไทยและอังกฤษในแฮชแท็กนั้น พบการใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษปนกับตัวอักษรภาษาไทยในแฮชแท็กเดียวกัน ซึ่งลักษณะดังกล่าวเป็นรูปแบบเฉพาะของการใช้แฮชแท็กที่พบในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์ที่สะกดคำสำคัญ (Keyword) ด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษ โดยพบในลักษณะเป็นคำขึ้นต้นแฮชแท็ก หรือเป็นส่วนประกอบหนึ่งของแฮชแท็กที่ปนด้วยรูปตัวอักษรภาษาไทย เช่น #สู้Covid #saveบุคลากรทางการแพทย์ #กาชาดขาดเลือดหนักมากDay1 จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้แฮชแท็กไม่ต้องการสะกดคำศัพท์ภาษาอังกฤษด้วยรูปตัวอักษรภาษาไทยแบบการเขียน

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ แต่ต้องการทวิตข้อความด้วยรูปคำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยตรง การใช้ภาษาอังกฤษปนกับภาษาไทยจะทำให้ผู้ที่สับสนแฮชแท็กด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษที่เป็นคำสำคัญเพียงอย่างเดียว นั้น สามารถสับสนแฮชแท็กที่มีตัวอักษรไทยปนภาษาอังกฤษได้

ทั้งนี้เจตนาในการสื่อความหมายของแฮชแท็กดังกล่าว มีเพื่อต้องการแสดงความคิดเห็นสนับสนุนหรือเห็นด้วยต่อการกระทำของบุคคลหรือเหตุการณ์นั้น ๆ ให้ดำเนินต่อไป หรือใช้เพื่อขับเคลื่อนให้สังคมตระหนักต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยจะใช้รูปแบบแฮชแท็ก คือ #save+บุคคล หรือ การกระทำ เช่น #saveหมอพิศศิลป์ #saveปากท้องคนไทย นอกจากนี้ยังเป็นการใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษเพื่อสื่อความหมายถึงเหตุการณ์สำคัญหรือเหตุการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้น ต่อเนื่องในช่วงเวลานั้น โดยรูปแบบแฮชแท็ก คือ #เหตุการณ์สำคัญ/ประเด็นวิกฤตที่เกิดขึ้นในสังคม+Day 1 ... เช่น #กาชาดขาดเลือดหนักมากDay1 ซึ่งแฮชแท็กนี้ได้กล่าวถึงเหตุการณ์วิกฤตการขาดเลือดของสภากาชาดไทยที่เกิดขึ้นในช่วงการระบาดของโรคโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ช่วงเดือนมีนาคม ถึง เมษายน พ.ศ. 2563

1.2.3 การใช้ตัวย่อ

เนื่องจากสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์นั้น จำกัดตัวอักษรที่ทวิตในแต่ละข้อความไม่เกิน 280 ตัวอักษร (Newton, 2017) ดังนั้นแฮชแท็กจึงไม่ควรมีความยาวเกินไปเพราะจะทำให้ผู้ใช้ทวิตเตอร์ไม่สามารถทวิตข้อความได้ อีกทั้งจะทำให้สับสนแฮชแท็กพบได้ยาก ดังนั้นจึงพบการใช้ตัวย่อในแฮชแท็กสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสองลักษณะดังนี้

ลักษณะแรก คือ การใช้ตัวย่อที่เป็นทางการ ซึ่งเป็นตัวย่อที่เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้ว เช่น #พรกฉุกเฉิน ซึ่งตัวย่อ “พรก” ย่อมาจากคำว่า “พระราชกำหนด” และลักษณะที่สอง คือ ตัวอักษรย่อที่กำหนดขึ้นใหม่ตามบริบทสถานการณ์ ตัวอักษรย่อที่ผู้ใช้ทวิตเตอร์ได้ทวิตขึ้นมาเพื่อใช้เป็นแฮชแท็ก โดยเฉพาะ จากการศึกษาพบหนึ่งแฮชแท็ก คือ #ผนงรจตคม ซึ่งเป็นตัวย่อที่มาจากประโยคว่า “ผู้นำเราจะตายกันหมด” ซึ่งตัวย่อในลักษณะดังกล่าวนี้ ถือเป็นการใช้ภาษาเฉพาะแบบที่ปรากฏใช้อย่างแพร่หลายในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์ ทั้งนี้ผู้ใช้ทวิตเตอร์จะสามารถตีความได้ว่าตัวย่อดังกล่าวย่อมาจากข้อความใด โดยสามารถเข้าใจความหมายได้จากการตีความผ่านข้อความที่ผู้ใช้ทวิตเตอร์ได้ทวิตในแฮชแท็กนั้น

ซึ่งตัวอย่างข้างต้นเป็นการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคของผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ

2. เนื้อหาในแฮชแท็กสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์

จากการศึกษาแฮชแท็กตามเกณฑ์ที่ได้รับรวบรวมจำนวนทั้งสิ้น 97 แฮชแท็กพบว่าจากทั้งสามช่วงเวลาที่มิสสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ช่วงเดือนมีนาคม ถึง เมษายน พ.ศ. 2563 พบแฮชแท็กที่เกี่ยวข้องในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์มากที่สุดเป็นจำนวน 39 แฮชแท็ก รองลงมาคือช่วงเดือนเมษายน ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564 พบจำนวน 33 แฮชแท็ก ช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ. 2564 พบเป็นจำนวนน้อยที่สุดจำนวน 25 แฮชแท็ก

จากการวิเคราะห์ พบประเด็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสามช่วงเวลา จำนวนทั้งสิ้น 11 ประเด็น เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค 33 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 34.02 มาตรการป้องกันโรคโควิด-19 16 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 16.49 การบริหารจัดการสถานการณ์ของผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ 15 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 15.46 มาตรการบรรเทาผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค 9 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 9.28 ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค 6 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 6.19 วัคซีนป้องกันเชื้อไวรัส 5 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 5.15 บุคลากรทางการแพทย์ และบุคคลมีชื่อเสียงที่ได้รับเชื้อไวรัส 4 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 4.12 เวชภัณฑ์ป้องกันโรค และการช่วยเหลือกันของคนไทยจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น 2 แฮชแท็ก คิดเป็น ร้อยละ 2.06 และประเด็นเนื้อหาที่พบน้อยที่สุดคือ ดราม่าที่เกิดจากการติดเชื้อไวรัสของบุคคลมีชื่อเสียง 1 แฮชแท็ก คิดเป็นร้อยละ 1.03 รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ประเด็นเนื้อหาในแฮชแท็กสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์

ลำดับ	ช่วงเวลา	มีนาคม – เมษายน 2563		ธันวาคม - มกราคม 2563 2564		เมษายน - พฤษภาคม 2564		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค	10	[25.64]	14	[56.00]	9	[27.27]	33	34.02
2	มาตรการป้องกันโรคโควิด-19	11	[28.21]	3	[12.00]	2	[6.06]	16	16.49
3	การบริหารจัดการสถานการณ์ของผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ	-	-	3	[12.00]	12	[36.36]	15	15.46
4	มาตรการบรรเทาผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค	7	[17.95]	1	[4.00]	1	[3.03]	9	9.28
5	ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค	5	[12.82]	1	[4.00]	-	-	6	6.19
6	วัคซีนป้องกันเชื้อไวรัส	-	-	2	[8.00]	3	[9.09]	5	5.15
7	บุคลากรทางการแพทย์	4	[10.26]	-	-	-	-	4	4.12
8	บุคคลมีชื่อเสียงที่ได้รับเชื้อไวรัส	-	-	-	-	4	[12.12]	4	4.12
9	เวชภัณฑ์ป้องกันโรค	1	[2.56]	1	[4.00]	-	-	2	2.06
10	การช่วยเหลือกันของคนไทยจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น	1	[2.56]	-	-	1	[3.03]	2	2.06
11	ดราม่าที่เกิดจากการติดเชื้อไวรัสของบุคคลมีชื่อเสียง	-	-	-	-	1	[3.03]	1	1.03
รวม		39	[100.00]	25	[100.00]	33	[100.00]	97	100.00

จากตารางประเด็นเนื้อหาทั้ง 11 ประเด็นข้างต้น ประเด็นที่ผู้ใช้ทวิตเตอร์แสดงความคิดเห็นในทุกช่วงเวลาพบสามประเด็น ได้แก่ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคแฮชแท็กที่พบเช่น #โควิดเราต้องรอด #โควิดกรุงเทพ #โควิด19วันนี้มาตรการป้องกันโรคโควิด-19 แฮชแท็กที่พบ เช่น #เคอร์ฟิว #ล็อกดาวน์ #เลื่อนเปิดเทอม และมาตรการ

บรรเทาผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค แสขแท็กที่พบเช่น #ทำไมไม่ได้ห้าพัน #เราชนะ #คืนเงินประกันมิเตอร์ไฟฟ้า ซึ่งประเด็นดังกล่าวเป็นสิ่งหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอยู่โดยตลอดตั้งแต่มีสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคเกิดขึ้น ดังนั้นผู้ใช้ทวิตเตอร์ จึงได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวอยู่ตลอดในทุกช่วงเวลา

นอกจากนั้นในประเด็นอื่น ๆ เป็นเหตุการณ์ที่ไม่ได้เกิดขึ้นอยู่โดยตลอด แต่เกิดเป็นกระแสสังคมอยู่เฉพาะในช่วงเวลาหนึ่ง ได้แก่ การบริหารจัดการสถานการณ์ของผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ แสขแท็กที่พบ เช่น #นะจ๊ะ #หมอไม่ทน ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค แสขแท็กที่พบ เช่น #กาชาดขาดเลือดหนักมากDay5 #saveปากท้องคนไทย วัคซีนป้องกันเชื้อไวรัส แสขแท็กที่พบ เช่น #วัคซีนโควิด #หมอพร้อม บุคลากรทางการแพทย์แสขแท็กที่พบ เช่น #เสียงปรบมือคือกำลังใจ บุคคลมีชื่อเสียงที่ได้รับเชื้อไวรัส แสขแท็กที่พบ เช่น #น้ำค่อม เวชภัณฑ์ป้องกันโรค แสขแท็กที่พบ เช่น #หน้ากากอนามัย การช่วยเหลือกันของคนไทยจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น แสขแท็กที่พบ เช่น #น้ำใจคนไทย ดรามาที่เกิดจากการติดเชื้อไวรัสของบุคคลมีชื่อเสียง แสขแท็กที่พบ เช่น #บอลเชิญ้ย้ม

เมื่อพิจารณาจากทั้งสามช่วงพบว่า ช่วงเดือนมีนาคม ถึงเมษายน พ.ศ. 2563 เป็นช่วงที่พบแสขแท็กที่เกี่ยวข้องมากที่สุด เนื่องจากเป็นช่วงแรกที่ได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคในประเทศไทยจนกระทั่งรัฐบาลต้องประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ทัวราชอาณาจักร (Government Gazette, 2020) เพื่อควบคุมโรค และได้จัดตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) เพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการจัดการปัญหาการแพร่ระบาดของโรค (Government Gazette, 2020) อีกด้วย

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ได้ศึกษาลักษณะภาษาด้านหน่วยไวยากรณ์และรูปแบบภาษารวมทั้งเนื้อหาที่ปรากฏในแสขแท็กสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์ จำนวน 97 แสขแท็ก โดยเก็บข้อมูลจากสามช่วงเวลาที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค ดังนี้ 1) การแพร่ระบาดช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน พ.ศ. 2563 2) การแพร่ระบาดช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 - มกราคม พ.ศ. 2564 และ 3) การแพร่ระบาดช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคม พ.ศ. 2564

ผลการศึกษาพบว่า แสขแท้กมีหน่วยทางไวยากรณ์ 4 ระดับ โดยพบหน่วยไวยากรณ์ระดับประโยคมากที่สุด จำนวน 43 แสขแท้ก คิดเป็นร้อยละ 44.33 รองลงมาคือระดับคำ จำนวน 28 แสขแท้ก คิดเป็นร้อยละ 28.87 และระดับวลี จำนวน 25 แสขแท้ก คิดเป็นร้อยละ 25.77 นอกจากนี้ยังพบหน่วยไวยากรณ์ระดับอนุประโยคเพียง 1 แสขแท้กเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 1.03 ในส่วนของรูปแบบภาษานั้น พบสามรูปแบบที่น่าสนใจ ได้แก่ การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่สะกดรูปคำต่างกัน การปนรูปภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การใช้อักษรย่อทั้งที่เป็นทางการและกำหนดขึ้นใหม่ตามบริบทสถานการณ์

นอกจากนี้พบประเด็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสามช่วงเวลาจำนวนทั้งสิ้น 11 ประเด็น เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคพบ 33 แสขแท้ก คิดเป็นร้อยละ 34.02 มาตรการป้องกันโรคโควิด-19 16 แสขแท้ก คิดเป็นร้อยละ 16.49 การบริหารจัดการสถานการณ์ของผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ 15 แสขแท้ก คิดเป็นร้อยละ 15.46 มาตรการบรรเทาผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค 9 แสขแท้ก คิดเป็นร้อยละ 9.28 ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค 6 แสขแท้ก คิดเป็นร้อยละ 6.19 วัคซีนป้องกันเชื้อไวรัส 5 แสขแท้ก คิดเป็นร้อยละ 5.15 บุคลากรทางการแพทย์ และบุคคลมีชื่อเสียงที่ได้รับเชื้อไวรัส 4 แสขแท้ก คิดเป็นร้อยละ 4.12 เวชภัณฑ์ป้องกันโรค และการช่วยเหลือกันของคนไทยจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น 2 แสขแท้ก คิดเป็นร้อยละ 2.06 และประเด็นเนื้อหาที่พบน้อยที่สุดคือ ดราม่าที่เกิดจากการติดเชื้อไวรัสของบุคคลมีชื่อเสียง 1 แสขแท้ก คิดเป็นร้อยละ 1.03 โดยประเด็นที่ผู้ใช้ทวิตเตอร์แสดงความคิดเห็นในทุกช่วงเวลาพบสามประเด็น ได้แก่ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค มาตรการป้องกันโรคโควิด-19 และมาตรการบรรเทาผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค ซึ่งประเด็นเนื้อหาทั้งสามดังกล่าวเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอยู่โดยตลอดตั้งแต่มีสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค

อภิปรายผลการวิจัย

จากการที่แสขแท้กสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์ที่ศึกษาในงานวิจัยนี้ มีหน่วยทางไวยากรณ์เป็นระดับวลีและประโยคมากกว่าระดับคำ ซึ่งจะต่างจากการประกอบแสขแท้กในภาษา

อังกฤษ ที่พบว่าหน่วยทางไวยากรณ์เป็นระดับคำ ดังงานวิจัยของ Klymenko (2019) ทั้งนี้ เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาชนิดวิกัตติปัจจัย (Inflectional Language) ที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปคำเพื่อแสดงหน้าที่ทางไวยากรณ์ ดังนั้น การประกอบคำ โดยการเติมหน่วยคำ จึงพบเป็นวิธีที่ใช้ในการประกอบสร้างแซทก์ในภาษาอังกฤษ ทั้งนี้ จะต่างจากการประกอบแซทก์ในภาษาไทยที่มีหน่วยไวยากรณ์ที่ซับซ้อนมากกว่าระดับคำ กล่าวคือ พบทั้งวลีและประโยค เนื่องจากภาษาไทยเป็นภาษาชนิดคำโดด (Isolating Language) ที่คำในภาษาไม่มีการเปลี่ยนแปลงรูปคำเพื่อแสดงหน้าที่ทางไวยากรณ์ แต่ให้ความสำคัญกับการเรียงคำเข้าเป็นประโยคและความสัมพันธ์ของคำที่เรียงเข้าด้วยกันนั้น โดยตำแหน่งของคำจะบอกหน้าที่ทางไวยากรณ์ (Phanuphong, 1989)

นอกจากนี้ยังพบว่า หน่วยทางไวยากรณ์ที่พบมากที่สุดคือแซทก์ที่เป็นประโยคซึ่งจะทำให้ผู้ใช้ภาษาสามารถสื่อสารให้รายละเอียดของเนื้อหาของเหตุการณ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ได้อย่างครอบคลุม ชัดเจน ตรงประเด็นมากกว่าการใช้หน่วยไวยากรณ์เพียงแคในระดับคำ หรือระดับวลี แต่อย่างไรก็ตามพบว่า ไม่ได้เป็นประโยคที่มีโครงสร้างซับซ้อนหรือยาวมากเกินไป เพราะข้อจำกัดทั้งในเรื่องการจัดจำนวนตัวอักษรในการทวีตข้อความของสื่อออนไลน์ทวีเตอร์ และถ้าแซทก์นั้นมีความยาวมากเกินไปจะทำให้สับสนได้ยาก นอกจากนี้ยังพบว่าแซทก์มีการใช้รูปภาษาที่ไม่เป็นทางการและมีรูปแบบพิเศษแตกต่างการใช้ภาษาโดยทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่สะกดรูปคำแตกต่างกัน การปนรูปภาษาไทยและภาษาอังกฤษในแซทก์เดียวกัน การใช้ตัวย่อทั้งที่เป็นทางการและกำหนดขึ้นใหม่ตามบริบทสถานการณ์ รูปแบบภาษาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงเฉพาะแบบของภาษาในสื่อออนไลน์ทวีเตอร์ที่ถือเป็นภาษาอินเทอร์เน็ตอีกประเภทหนึ่งที่มีลักษณะเฉพาะต่างจากภาษาที่ใช้สื่อสารทั่วไป กล่าวคือ การสื่อสารด้วยภาษาทางอินเทอร์เน็ตนั้นไม่ใช่อการใช้สื่อสารภาษาในระดับทางการ อีกทั้งยังแตกต่างจากภาษาพูดหรือภาษาเขียนที่ใช้โดยปกติ เป็นภาษาที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างภาษาพูดกับภาษาเขียน ที่ผู้สื่อสารต้องการสื่อภาษาพูดโดยผ่านการเขียนนั่นเอง ในส่วนของประเด็นเนื้อหานั้น จะเห็นได้ว่าแซทก์สามารถที่จะเชื่อมโยงความคิดของผู้ใช้ภาษาจากการสื่อสารผ่านแซทก์กว่า ข้อความที่ทวีตในแซทก์นั้น ๆ คือเรื่องหรือประเด็นใด ซึ่งแซทก์ในงานวิจัยนี้ บริบทของการสื่อสารคือสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค

โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) นอกจากนี้แฮชแท็กยังถือเป็นแหล่งรวบรวมบันทึกของเหตุการณ์ต่าง ๆ ในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามช่วงเวลาอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- BBC Thai. (2020). *Covid-19: Ministry of Public Health announces a new wave of outbreaks in Thailand Nearly 700 cases of Samut Sakhon cases in 3 days*. Retrieved July 7, 2021, from <http://www.bbc.com/thai/thailand-55383363>
- Crystal, D. (2005). *The scope of Internet linguistics*. Paper presented at the Proceedings of American Association for the Advancement of Science Conference; American Association for the Advancement of Science Conference, Washington, DC, USA.
- Getdaytrends. (n.d.). *Twitter Trends*. Retrieved May 15, 2021, from <https://getdaytrends.com>
- Government Gazette. (2020). *Declaration of an Emergency Situation in all areas of the Kingdom of Thailand*. Retrieved July 19, 2021, from http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2563/E/069/T_0001.PDF
- Government Gazette. (2020). *Order of the Prime Minister No. 5 /2563 Re: Establishment of a Special Task Force to Perform Duties in Accordance with the Emergency Decree on Public Administration in Emergency Situations B.E. 2548 (2005)*. Retrieved July 5, 2021, from http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2563/E/069/T_0006.PDF
- Jurairat. (2020). *What is “COVID-19” and how its symptom*. Retrieved July 7, 2021, from <http://www.sanook.com/health/20609/>
- Klymenko, O. (2019). Twitterverse: The birth of new words. *Proceedings of the Linguistic Society of America*, 4 (11), 1-12.

- Newton, C. (2017, November 7). *Twitter is Rolling out 280-Character Tweets around the World*. Retrieved from [http:// www.theverge.com/2017/11/7/16616076/twitter-280-characters-global-rollout](http://www.theverge.com/2017/11/7/16616076/twitter-280-characters-global-rollout).
- Panthumatha, N. (2008). *Thai Grammar*. (4th ed.) Bangkok: Chulalongkorn University.
- Panyametheekul, S. (2005). Conversational Dominance in a Thai Chat Room. *Manutsat Paritat : Journal of Humanities*, 27(1), 63-71.
- Phanuphong, W. (1989). *Structure of Thai Language: Grammar*. (10th ed.). Bangkok: Ramkhamhaeng University Press.
- Phichaphat, P. (2010). *Credibility of "Twitter" social media and mainstream media* (Master's Thesis). Chulalongkorn University, Bangkok.
- Phothisiintorn, C. (2015). *A Study of Marketing Mix Factor of #Hashtag in Twitter Influencing Twitter Users' Decision Making for Purchasing of Bakery Shop*. (Master's Independent Study). Bangkok University. Bangkok.
- Positioning. (2019). *What date and time should post socail media*. Retrieved June 24, 2021, from <http://positioningmag.com/1239864>
- Prasithrathsint, A., Hoonchamlong, Y., & Savetamalya, S. (2011). *Grammatical Theories*. (3th ed.) Bangkok: Chulalongkorn University.
- Promdirake, J. (2015). *Expectation, Exposure, and Participation in Using Campaign Hashtags in Thailand* (Master's Thesis). Thammasat University, Bangkok.
- Shapp, A. (2014). *Variation in the Use of Twitter Hashtags*. (Qualifying Paper in Sociolinguistics.) New York University, New York.
- Upakitsinlapasan, Praya. (2005). *Principles of Thai Language*. (13th ed.). Bangkok: Thaiwatthanaphanit.
- Wicke, P., & Bolognesi, M. M. (2020). Framing COVID-19: How we conceptualize and discuss the pandemic on Twitter. *Plos One*, 15(9), e0240010. doi:10.1371/journal.pone.0240010