ลักษณะภาษาคนดังและมุมมองด้านเอกลักษณ์กลุ่ม

Celebrities' Speech and Group Identity

ดียู ศรีนราวัฒน์

Deeyu Srinarawat

dee@tu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นผลจากการศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้ภาษาของผู้ซึ่งเป็นที่รู้จักในสังคม ทั้งในแวดวงบันเทิงและแวดวงธุรกิจ ข้อมูลภาษาที่ใช้ในการวิเคราะห์เลือกจากภาษาสนทนาของผู้ให้สัมภาษณ์ในรายการโทรทัศน์ที่มีพิธีกรสัมภาษณ์แขกรับเชิญ ซึ่งหัวข้อของการสนทนาส่วนใหญ่เป็นการพูดคุยเกี่ยวกับชีวิตส่วนตัว ความคิดเห็น ประสบการณ์ และงานอาชีพ ลีลาภาษาของการสนทนาและการถามตอบเป็นแบบกึ่งทางการและกันเอง ผู้วิจัยเลือกบทสนทนาของบุคคลที่ต้องการศึกษาเพื่อการถอดเสียงจากอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นรายการที่เคยออกอากาศทางโทรทัศน์มาก่อน กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มนักร้องนักแสดงประกอบด้วยผู้ชาย 2 คน และผู้หญิง 2 คน ส่วนกลุ่มนักธุรกิจประกอบด้วยผู้ชาย 2 คน และผู้หญิง 1 คน ลักษณะภาษาและวิธีสนทนาของกลุ่มตัวอย่างที่วิเคราะห์ได้แก่ การออกเสียงคำบางคำ การใช้สรรพนามแทนตนเอง การใช้สแลง คำลงท้าย คำภาษาต่างประเทศ ภาษาแสดงความไม่แน่ใจ ตลอดทั้งลักษณะการเล่าเรื่อง ผลการศึกษาพบว่าภาษาของกลุ่มนักร้องนักแสดงแตกต่างจากกลุ่มนักธุรกิจในหลายลักษณะได้แก่ การออกเสียงบางคำ การใช้สรรพนามแทนตนเอง การใช้คำภาษาต่างประเทศ ตลอดทั้งการใช้คำแสดงความไม่แน่ใจ ลักษณะภาษาบางลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างใช้แตกต่างกันอย่างเด่นชัดจึงช่วยให้เห็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม

Abstract

This article results from a preliminary investigation of some Thai celebrities' language use and conversation strategies. The language data are transcriptions from two groups of celebrities' interviewed language. One group of subjects represents those from the entertainment business, and the other from the business community. The data were drawn from some popular TV talk shows which interviewed celebrities about their personal life, attitudes, experiences, and careers, in a semi-formal and/or casual manner. Two men and two women were selected from the entertainment group, and

two men and one woman from the business group. The linguistic features and conversation strategies investigated include: pronunciation of certain words, choice of first-person pronoun, use of slang, final particles, foreign words, hedges, and narrative structure. The findings indicate that the celebrities from the entertainment group largely differ from the business group in the following features: pronunciation of certain words, use of pronouns for self-reference, foreign words, and use of hedges. One may conclude that distinctive linguistic features are found associated with each particular group, and indicate the group identity.

1. ความนำ

แม้การแปรหรือความหลากหลายในการใช้ภาษาของผู้พูดจะเป็นลักษณะธรรมชาติที่เกิดขึ้นได้กับทุกคนและทุกภาษา แต่การแปรที่มีลักษณะการใช้ภาษาที่ผิดไปจากเกณฑ์มาตรฐานอาจมีผลกระทบต่อการใช้ภาษาของผู้อื่นได้หากผู้พูดมีอิทธิพลต่อผู้อื่นในด้านการเป็นแบบอย่างทางความคิด พฤติกรรมการแสดงออก ตลอดทั้งภาษาที่ใช้ ยกตัวอย่างการใช้ภาษาของผู้ที่มีชื่อเสียงในบางวงการ เช่นกลุ่มนักร้องและนักแสดงที่ปรากฏในรายการต่างๆ ทางโทรทัศน์ ปัจจุบันเป็นที่ทราบกันดีว่าสื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อสารมวลชนประเภทอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากความรวดเร็วของข่าวสาร และความหลากหลายของรายการโทรทัศน์ อีกทั้งมีความสะดวกในการรับชม และสอดคล้องกับวิถีดำเนินชีวิตของคนส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ดังนั้นหากบุคคลในแวดวงบันเทิงหรือกลุ่มอื่นๆ เช่น นักการเมือง นักวิชาการ หรือนักธุรกิจ ที่จัดรายการหรือปรากฏตัวตามโทรทัศน์อย่างสม่ำเสมอ มีลักษณะการใช้ภาษาหรือมีวิธีสนทนาที่แสดงเอกลักษณ์ของตน ผู้ชมโดยเฉพาะเยาวชนที่ต้องการเลียนแบบความคิด บุคลิกภาพ การแสดงออก ตลอดทั้งวิธีสนทนาของบุคคลผู้มีชื่อเสียงอาจได้รับอิทธิพลด้านการใช้ภาษาและวิธีสื่อสารจากบุคคลเหล่านั้นทั้งโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ได้ ซึ่งหากเป็นการเลียนแบบลักษณะที่ดีที่นำไปสู่การมีทัศนคติและพฤติกรรมการแสดงออกที่ดีก็ย่อมเกิดประโยชน์ทั้งต่อตนเองและต่อสังคมโดยรวม

เอกลักษณ์ (identity) คือความหมายหรือความคิดเกี่ยวกับตนเอง (self) ที่แต่ละบุคคลกำหนดขึ้น โดยอ้างอิงจากบทบาทหรือกิจกรรมที่ตนกระทำและที่บุคคลอื่นประเมินตน การสร้างเอกลักษณ์ซึ่งแสดงลักษณะเฉพาะของบุคคลจะได้รับอิทธิพลหรือกำหนดจากตนเองและจากการเป็นสมาชิกของกลุ่มทางสังคม บุคคลจึงมีทั้งเอกลักษณ์ส่วนตัวและเอกลักษณ์กลุ่ม นอกจากนี้บุคคลยังแสดงเอกลักษณ์ที่แตกต่างได้ตามสถานการณ์ที่แตกต่างกัน (Michener, Delamater, and Myers 2004: 85) ทั้งนี้โดยมีภาษาเป็นสื่อในการแสดงเอกลักษณ์ หรือใช้ภาษาบางลักษณะ

เป็นการเฉพาะเพื่อแสดงเอกลักษณ์ จี (Gee 1999: 13) กล่าวว่า การใช้ภาษาเพื่อแสดงว่าเรา "เป็นใคร" หมายถึง การแสดงเอกลักษณ์ด้วยภาษานั่นเอง

ส่วนการเลียนแบบ (imitation) เป็นการเรียนรู้พฤติกรรมและทัศนคติของบุคคลอื่นจากการสังเกตซึ่งนำมาสู่การลอกเลียนแบบ และการเลียนแบบมักเป็นการเลียนแบบผู้มีความสำคัญและมีบุคลิกลักษณะที่เข้มแข็ง (Taylor, Peplau, and Sears 2003: 8, 522)

ดังที่กล่าวมาข้างต้นว่า การใช้ภาษาของผู้มีชื่อเสียงที่ปรากฏในสื่อทางโทรทัศน์อาจมีอิทธิพลต่อผู้ชมโดยเฉพาะต่อกลุ่มเยาวชน ผู้เขียนจึงเห็นเป็นการน่าสนใจที่จะศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะการใช้ภาษาของกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม 2 กลุ่ม คือกลุ่มนักร้องนักแสดงและกลุ่มนักธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบลักษณะการใช้ภาษาของกลุ่มตัวอย่างผู้มีชื่อเสียงในสังคมซึ่งปรากฏในสื่อโทรทัศน์ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักร้องนักแสดงและกลุ่มนักธุรกิจ

2. เพื่อศึกษาลักษณะภาษาที่เด่นชัดของกลุ่มตัวอย่างซึ่งสามารถแสดงเอกลักษณ์ของกลุ่ม

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้มีชื่อเสียงในวงการบันเทิงและในวงการธุรกิจผู้ให้สัมภาษณ์ในการสนทนากับพิธีกรทางรายการโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มนักร้องนักแสดงประกอบด้วยผู้ชาย 2 คน และผู้หญิง 2 คน ส่วนกลุ่มนักธุรกิจประกอบด้วยผู้ชาย 2 คน และผู้หญิง 1 คน

3.2 การเลือกตัวอย่างภาษา

ข้อมูลภาษาที่ใช้ในการวิเคราะห์เลือกจากภาษาสนทนาของกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์พิธีกร ซึ่งหัวข้อของการสนทนาส่วนใหญ่เป็นการพูดคุยเกี่ยวกับชีวิตส่วนตัว ความคิดเห็น ประสบการณ์ และงานอาชีพ ลีลาภาษาของการสนทนาและการถามตอบเป็นแบบกึ่งทางการและแบบกันเอง ผู้วิจัยเลือกบทสนทนาของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการถอดเสียงจากอินเตอร์เน็ตซึ่งเป็นรายการที่เคยออกอากาศทางโทรทัศน์มาก่อน โดยเลือกช่วงกลางของการสนทนาที่มีความยาวประมาณ 20-30 นาที

ลักษณะภาษาและวิธีสนทนาของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาวิเคราะห์ได้แก่ การออกเสียงคำบางคำ การใช้สรรพนามแทนตนเอง การใช้สแลง คำลงท้าย คำภาษาต่างประเทศ การใช้คำหรือ

วลีบางประเภท เช่น คำแทรกช่วงหยุด (fillers) และคำแสดงความไม่แน่ใจ (hedges) ตลอดทั้งลักษณะภาษาในการเล่าเรื่อง

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยถอดเสียงบทสนทนาของกลุ่มตัวอย่างเป็นอักษรภาษาไทยและวิเคราะห์ลักษณะภาษาที่พบตามประเภทและประเด็นที่จะศึกษา โดยพิจารณาว่าลักษณะภาษาของกลุ่มนักร้องนักแสดง และของกลุ่มนักธุรกิจมีลักษณะอย่างไร แตกต่างกันอย่างไร และวิเคราะห์ว่าลักษณะภาษาของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและกลุ่มตัวอย่างเพศชายแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร ตลอดทั้งศึกษาลักษณะภาษาที่เด่นชัดที่แสดงเอกลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือการนับความถี่ และคำนวณค่าร้อยละ

4. ผลการวิจัย

4.1 ลักษณะภาษาของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 การออกเสียงบางเสียง

จากการสังเกตในเบื้องต้น พบว่าคนไทยจำนวนไม่น้อยออกเสียงคำบางคำแตกต่างไปจากลักษณะมาตรฐาน เช่นมีการรวมเสียงหรือกลมกลืนเสียงของคำหรือวลีบางคำ ยกตัวอย่าง ออกเสียงคำว่า “อย่างนี้” ด้วยการรวมเสียงหน่วยที่สองของคำนี้กับ “อ่ะ” คือ “นี้ + อ่ะ” เป็น “เนี้ย” โดยออกเสียงเป็น “อย่างเนี้ย” หรือมีการทำให้หน่วยแรกของคำนี้สั้นลงเป็น “ยังเนี้ย” นอกจากนี้ยังพบว่ามีการกลมกลืนเสียงเพิ่มด้วยโดยออกเสียงคำว่า “อย่างเนี้ย/ยังเนี้ย” เป็น “อย่างเงี้ย/ยังเงี้ย” ทั้งนี้สังเกตพบการออกเสียงในทำนองดังกล่าวในการสนทนาแบบกึ่งทางการ แบบกันเอง และแบบสนิทสนม

ในการศึกษาเบื้องต้นครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์การออกเสียงที่แปรไปของคำว่า “นี้” ในคำว่า “อย่างนี้” “ยังนี้” หรือเมื่อคำว่า “นี้” ปรากฏโดยไม่มีคำว่า “อย่าง/ยัง” นำหน้า จากการศึกษาพบว่ากลุ่มนักธุรกิจออกเสียงแปรของคำนี้ร้อยละ 20.97 ของประโยคที่พูดทั้งหมด 825 ประโยค ขณะที่กลุ่มนักร้องนักแสดงออกเสียงแปรของคำนี้ร้อยละ 12.67 ของประโยคทั้งหมดในกลุ่มซึ่งมีจำนวน 884 ประโยค รายละเอียดปรากฏในตารางที่ 1 และตารางที่ 2 ต่อไปนี้

(N หมายถึงจำนวนนับหรือความถี่)

ตารางที่ 1 การออกเสียงคำว่า "นี้" จำแนกตามอาชีพ

การออกเสียง	นักร้องนักแสดง		นักธุรกิจ		รวม	
	N	%	N	%	N	%
1. การรวมเสียง (นี้+อ่ะ → เนี้ย)	63	23.68	144	54.14	207	77.82
2. การรวมและกลมกลืนเสียง (อย่าง/ยังเนี้ย → อย่าง/ยังเงี้ย)	49	18.42	10	3.75	59	22.18
รวม	112	42.11	154	57.89	266	100.00

ตารางที่ 2 การออกเสียงคำว่า "นี้" จำแนกตามเพศ

การออกเสียง	ผู้หญิง		ผู้ชาย		รวม	
	N	%	N	%	N	%
1. การรวมเสียง	78	29.32	129	48.50	207	77.82
2. การรวมและกลมกลืนเสียง	21	7.89	38	14.29	59	22.18
รวม	99	37.21	167	62.79	266	100.00

จากตารางที่ 1 จะเห็นว่าในการออกเสียงแปรของคำว่า "นี้" กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จากทั้งสองกลุ่ม (77.82%) ออกเสียงแปรแบบรวมเสียงมากกว่าแบบรวมและกลมกลืนเสียง (22.18%) โดยในการออกเสียงแปรแบบรวมเสียง กลุ่มนักธุรกิจออกเสียงแบบนี้มากกว่ากลุ่มนักร้องนักแสดง แต่ในการออกเสียงแปรแบบรวมและกลมกลืนเสียง กลุ่มนักร้องนักแสดงออกเสียงแบบนี้มากกว่ากลุ่มนักธุรกิจ และเมื่อพิจารณาความแตกต่างของการออกเสียงแปรตามเพศของกลุ่มตัวอย่างดังปรากฏในตารางที่ 2 พบว่าผู้ชายออกเสียงแปรทั้งสองแบบมากกว่าผู้หญิง โดยจากข้อมูล พบว่าผู้ชายหนึ่งคนของกลุ่มนักธุรกิจและผู้หญิงนักธุรกิจซึ่งมีหนึ่งคนนั้นออกเสียงแปรของคำนี้แบบรวมเสียงในจำนวนที่มากใกล้เคียงกันเมื่อเทียบกับคนอื่นๆ คือ 60 และ 69 คำตามลำดับ

ตัวอย่าง:

นักร้องนักแสดง

(1) การอยู่คนเดียว*เนี้ย* จริงๆ แล้ว*เนี้ย*มัน...

(2) ...เป็นเพื่อนผู้หญิงด้วยกันทั้งกลุ่มอะไรอย่าง*เงี้ย*

นักธุรกิจ

(3) พอเห็นปัญหา 2 เคส*เนี้ย* ทำให้รู้สึกทันทีเลยว่า...

(4) เขาถามว่า ถ้ายัง*เงี้ย* คุณ...

4.1.2 การใช้สรรพนามแทนตนเอง

จากการที่ภาษาไทยมีคำสรรพนามบุรุษที่หนึ่งซึ่งผู้พูดสามารถเลือกใช้แทนตนเองได้มากมายตามสถานภาพ บทบาท และความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างคู่สนทนา ตลอดทั้งตามระดับความเป็นทางการของการสนทนา ปัจจุบันจึงพบการเลือกใช้สรรพนามแทนตนเองที่หลากหลาย จากตารางที่ 3 จะเห็นว่ากลุ่มนักร้องนักแสดงใช้สรรพนามแทนตนเองหลากหลายกว่ากลุ่มนักธุรกิจ โดยใช้คำว่า "เรา" ทั้งผู้หญิงและผู้ชายรวมกันมากเป็นอันดับสอง ขณะที่กลุ่มนักธุรกิจไม่ได้ใช้คำสรรพนามนี้แต่อย่างใด นอกจากนี้เป็นที่น่าสังเกตว่าปัจจุบันคนไทยจำนวนมากโดยเฉพาะผู้หญิงนิยมใช้ชื่อเล่นเป็นสรรพนามแทนตนเองในการสนทนาแม้ในสถานการณ์ที่เป็นทางการและเมื่อปรากฏตัวต่อสาธารณชน เช่นในการพูดในที่ชุมชนหรือในรายการสนทนาทางโทรทัศน์ ส่วนการศึกษาครั้งนี้ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มโดยเฉลี่ยใช้ชื่อเล่นมากเป็นอันดับสอง โดยพบลักษณะที่น่าสังเกตคือผู้ชายในกลุ่มนักธุรกิจไม่ได้ใช้ชื่อเล่นแทนตนเอง แต่มีนักร้องนักแสดงชายที่ใช้ชื่อเล่นเป็นสรรพนามแทนตนเอง อย่างไรก็ตาม พบว่านักธุรกิจหญิงใช้ชื่อเล่นแทนตนเองตลอดการสนทนา

ตารางที่ 3 การใช้สรรพนามแทนตนเอง จำแนกตามอาชีพและเพศ

สรรพนาม	นักร้องนักแสดง						นักธุรกิจ						รวม	
	หญิง		ชาย		รวม		หญิง		ชาย		รวม			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
ชื่อเล่น	29	12.08	36	15.00	65	27.08	48	52.75	-	-	48	52.75	113	34.14
เรา	25	10.42	49	20.42	74	30.83	-	-	-	-	-	-	74	22.35
ฉัน	4	1.67	-	-	4	1.67	-	-	-	-	-	-	4	1.21
ผม	-	-	97	40.42	97	40.42	-	-	43	47.25	43	47.25	140	42.30
รวม					240	100.00					91	100.00	331	100.00

4.1.3 การใช้สแลง

สแลงหมายถึงคำหรือสำนวนที่ผู้พูดเลือกใช้แทนคำทั่วไปโดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ไม่เป็นทางการ แม้โดยทั่วไปถือว่าสแลงเป็นลักษณะภาษาที่ไม่มาตรฐานและไม่นิยมใช้ในปริบทที่เป็นทางการ ตลอดทั้งเกิดขึ้นตามยุคสมัยและมักเลิกใช้ไปในเวลาไม่นาน แต่สแลงบางคำอาจเป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายและกลายเป็นศัพท์ธรรมดา สแลงมีทั้งศัพท์หรือสำนวนที่คิดขึ้นใหม่ซึ่งมีความหมายเฉพาะคำไม่ว่าจะใช้ในปริบทใดซึ่งอาจเรียกว่าสแลงแท้ และสแลงที่เกิดจากการใช้คำธรรมดาที่มีอยู่แล้วในความหมายที่ต่างออกไปตามแต่ละปริบทซึ่งเรียกว่าสแลงไม่แท้ กล่าวได้ว่าสแลงปรากฏในแทบทุกภาษา และการใช้สแลงมักแตกต่างกันตามกลุ่มผู้ใช้แม้จะพบว่ามีสแลงจำนวนมากที่ใช้อย่างแพร่หลายในหลายวงการ โดยเป็นคำที่พบ

ในผู้พูดหลายกลุ่ม และในสื่อหลากหลายประเภทเช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ การที่เกิดสแลงและมีผู้ใช้สแลงอย่างแพร่หลายเนื่องจากสแลงมีลักษณะภาษาที่สั้นกระชับ ช่วยให้เห็นภาพชัดเจน เป็นการใช้ภาษาที่แปลกใหม่และไม่จำเจ มีการเล่นคำที่แสดงความหลักแหลมของผู้ใช้ ตลอดทั้งเป็นภาษาแสดงความใกล้ชิดเป็นกลุ่มเดียวกัน จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มใช้สแลงไม่มาก โดยกลุ่มนักร้องนักแสดงใช้สแลงมากกว่ากลุ่มนักธุรกิจ สำหรับประเภทของสแลงนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้สแลงไม่แท้มากกว่าสแลงแท้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาสแลงการเมืองที่เก็บข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ของตียู ศรีนราวัฒน์ (Srinarawat 2007) ซึ่งพบการใช้สแลงไม่แท้มากกว่าสแลงแท้ถึง 3 เท่า รายละเอียดของการใช้สแลงของกลุ่มตัวอย่างปรากฏในตารางที่ 4 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4 การใช้สแลง จำแนกตามอาชีพและเพศ

สแลง	นักร้องนักแสดง						นักธุรกิจ						เฉลี่ย	
	หญิง		ชาย		รวม		หญิง		ชาย		รวม			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1. สแลงแท้	1	4.00	8	32.00	9	36.00	1	9.09	2	18.19	3	27.27	12	33.33
2. สแลงไม่แท้	11	44.00	5	20.00	16	64.00	4	36.36	4	36.36	8	72.73	24	66.67
รวม	12	48.00	13	52.00	25	100.00	5	45.45	6	54.55	11	100.00	36	100.00
เฉลี่ยรวม					25	69.44					11	30.56	36	100.00

ตัวอย่าง:

นักร้องนักแสดง

(5) ใช่ ก็*เลี้ยงเด็ก*มันเป็นอะไรที่ทำให้ชีวิตแบบ*ซู่ซ่า*

(6) เราก็แบบ*ปลั๊กหลุด* ไม่รู้จะพูดอะไร

(7) ...วิ่งกันกระเจิดกระเจิง แบบว่า...*ทัวร์จีนลง*เลยค่ะตอนนั้น

นักธุรกิจ

(8) ถ้ามีชีวิตอยู่เหมือนถูกโลก*เตะ* ไปทางนี้ทีทางนั้นที

(9) ความทุกข์ของเรานี่ มันถือว่า*จิ๊บจ๊อย*มาก

จากตัวอย่างประโยคข้างต้น สแลงแท้ได้แก่คำว่า "ซู่ซ่า" และ "จิ๊บจ๊อย" ส่วนคำว่า "เลี้ยงเด็ก" "ปลั๊กหลุด" "ทัวร์จีนลง" และ "เตะ" เป็นสแลงไม่แท้

4.1.4 การใช้คำลงท้าย

การศึกษาการใช้คำลงท้ายประโยคเป็นเรื่องน่าสนใจเนื่องจากคำลงท้ายประโยคในภาษาไทยมีลักษณะพิเศษหลายประการ เช่น ใช้แสดงการถาม การเน้น ใช้แสดงความสุภาพ แสดงความแตกต่างด้านสถานภาพ บทบาท และความใกล้ชิดระหว่างคู่สนทนา แสดงความเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการของปริบทที่สนทนา ตลอดทั้งบ่งบอกอารมณ์ความรู้สึกของผู้พูดในสถานการณ์หนึ่งๆ ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งประเภทของคำลงท้ายที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็น 3 ประเภทตามสถานการณ์การใช้ภาษา กล่าวคือแบบทางการที่แสดงนัยของความสุภาพ โดยพิจารณาจากการใช้คำลงท้าย เช่น ค่ะ นะคะ ครับ นะครับ ครับผม แบบกึ่งทางการ เช่น การใช้คำว่า จ่ะ จ๊ะ ฮะ ฮ่ะ นะฮะ อะฮ่ะ และแบบกันเองซึ่งแสดงนัยทางอารมณ์ด้วย เช่นการใช้คำว่า อ่ะ น่ะ สิ ดิ เนอะ ผลจากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มใช้คำลงท้ายแบบทางการและแสดงความสุภาพเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือการใช้คำลงท้ายแบบกันเองและแบบกึ่งทางการตามลำดับ เป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชายจากทั้งสองกลุ่มใช้คำลงท้ายมากกว่าผู้หญิง ดังรายละเอียดในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การใช้คำลงท้าย จำแนกตามกลุ่มอาชีพและเพศ

คำลงท้าย	นักร้องนักแสดง						นักธุรกิจ						เฉลี่ย	
	หญิง		ชาย		รวม		หญิง		ชาย		รวม			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1. ทางการและสุภาพ	18	4.14	325	74.71	343	78.85	84	23.46	134	37.43	218	60.89	561	70.74
2. กึ่งทางการ	4	0.92	23	5.29	27	6.21	-	-	64	17.88	64	17.88	91	11.48
3. กันเอง	24	5.52	41	9.43	65	14.94	32	8.94	44	12.29	76	21.23	141	17.78
รวม	46	10.57	389	89.43	435	100.00	116	32.40	242	67.60	358	100.00	793	100.00
เฉลี่ยรวม					435	54.85					358	45.15	793	100.00

การที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จากทั้งสองกลุ่มใช้คำลงท้ายแบบทางการซึ่งแสดงนัยด้านความสุภาพด้วย แสดงว่าในการออกรายการสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความเป็นทางการและความสุภาพเป็นพื้นฐานเพราะถือว่าเป็นการสื่อสารต่อหน้าสาธารณชน โดยเฉพาะในช่วงแรกของการสนทนา ต่อมาเมื่อการสนทนาดำเนินไปในลักษณะที่เป็นกันเองมากขึ้น ตลอดทั้งหัวข้อของการสนทนาซึ่งส่วนใหญ่เป็นการพูดคุยเรื่องส่วนตัว จึงอาจทำให้ผู้พูดละการใช้คำลงท้าย หรือเลือกคำลงท้ายที่แสดงความเป็นกันเองมากยิ่งขึ้น

ตัวอย่าง:

นักร้องนักแสดง

(10) คิดว่าเขาส่งมาเล่นๆ อะไรอย่างงี้*ครับ*

(11) ลุกขึ้นเต้นดิ... เต้นให้ดูหน่อยดิ เราก็แบบ...

นักธุรกิจ

(12) แบ่งตามความเข้าใจง่ายๆ *นะฮะ* มี 2 ประเภท

(13) แล้วมันดีต่ออนาคตของพี่*อ่ะ*

4.1.5 การใช้คำภาษาต่างประเทศ

ปัจจุบันเป็นที่สังเกตพบโดยทั่วไปว่าคนไทยจำนวนไม่น้อยนิยมใช้คำยืมภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะคำภาษาอังกฤษมาปนในการพูดภาษาไทยแม้จะไม่ใช่การสนทนาเรื่องวิชาการ จึงพบการใช้คำศัพท์ธรรมดาที่มีคำภาษาไทยเทียบในการสนทนาเรื่องทั่วไป งานวิจัยเบื้องต้นนี้จึงวิเคราะห์การใช้คำยืมภาษาต่างประเทศซึ่งพบว่าเกือบทั้งหมดเป็นคำภาษาอังกฤษในภาษาสนทนาของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้โดยแบ่งประเภทของคำยืมภาษาอังกฤษออกเป็น 4 ประเภทคือ ศัพท์ธรรมดาที่มีคำไทยเทียบ ศัพท์ธรรมดาที่ไม่มีคำไทยเทียบ ศัพท์เทคนิคหรือศัพท์วิชาการที่มีคำไทยเทียบ และศัพท์เทคนิคที่ไม่มีคำไทยเทียบ คำต่อไปนี้เป็นตัวอย่างคำยืมในแต่ละประเภท

1. ศัพท์ธรรมดาที่มีคำไทยเทียบ:

เกรด แพลน เวิร์ค นี้ด อะเลิร์ท เพอร์เฟค เบิร์น

2. ศัพท์ธรรมดาที่ไม่มีคำไทยเทียบ:

แฟชั่น ไมค์ (ไมโครโฟน) กีตาร์

3. ศัพท์เทคนิคที่มีคำไทยเทียบ:

เกรด เอ็มบีเอ แคสติ้ง ไฟแนนซ์ คอร์ปอร์เรท

4. ศัพท์เทคนิคที่ไม่มีคำไทยเทียบ:

แคลอรี่ ดาวน์โหลด คอมพิวเตอร์ กราฟ

ตารางที่ 6 ต่อไปนี้แสดงการใช้คำยืมภาษาอังกฤษในภาษาสนทนาของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 6 การใช้คำยืมภาษาอังกฤษ จำแนกตามอาชีพและเพศ

คำปนภาษาอังกฤษ	นักร้องนักแสดง						นักธุรกิจ						เฉลี่ย	
	หญิง		ชาย		รวม		หญิง		ชาย		รวม			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1. ศัพท์ธรรมดา มีคำไทยเทียบ	23	31.94	35	48.61	58	80.55	-	-	17	34.70	17	34.70	75	57.63
2. ศัพท์ธรรมดา ไม่มีคำไทยเทียบ	1	1.39	-	-	1	1.39	2	4.82	2	4.08	4	8.16	5	4.78
3. ศัพท์เทคนิค มีคำไทยเทียบ	4	5.56	5	6.94	9	12.50	-	-	18	36.73	18	36.73	27	24.61
4. ศัพท์เทคนิค ไม่มีคำไทยเทียบ	2	2.78	2	2.78	4	5.56	2	4.82	8	16.33	10	20.41	14	12.98
รวม	30	41.67	42	58.33	72	100.00	4	8.16	45	91.84	49	100.00	121	100.00
เฉลี่ยรวม					72	59.50					49	40.50	121	100.00

จากตารางข้างต้น จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทั้งกลุ่มนักร้องนักแสดงและกลุ่มนักธุรกิจใช้คำยืมภาษาอังกฤษประเภทศัพท์ธรรมดาที่มีคำภาษาไทยเทียบ โดยกลุ่มนักร้องนักแสดงใช้คำยืมประเภทนี้มากถึงร้อยละ 80.55 ของคำยืมทั้งหมด ส่วนคำยืมประเภทที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากเป็นอันดับสองคือศัพท์เทคนิคที่มีคำไทยเทียบ จึงเห็นได้ชัดเจนว่าคำยืมภาษาต่างประเทศที่กลุ่มตัวอย่างใช้ปนในการสนทนาโดยทั่วไปนั้นเป็นศัพท์ที่สามารถใช้คำไทยได้ ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นแนวโน้มของความนิยม การยอมรับ และความเคยชินในการใช้ภาษาต่างประเทศในการสนทนาทั่วไปของคนไทยในปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มสังคมบางกลุ่มที่มีความรู้ภาษาต่างประเทศ ซึ่งสาเหตุของการใช้คำปนภาษาต่างประเทศดังกล่าวอาจอธิบายได้ว่านอกจากจะเป็นการใช้คำที่ผู้ใช้มีความเห็นว่าสื่อความหมายได้ตรงประเด็นและสั้นกระชับกว่าการใช้คำไทยแล้ว ผู้พูดอาจต้องการแสดงเกียรติภูมิของการมีความรู้ภาษาต่างประเทศ
โดยเฉพาะภาษาอังกฤษด้วย

ตัวอย่าง:

นักร้องนักแสดง

(15) เราก็พยายาม*เชียร์อัพ*อะไรเค้าอย่างงี้

(16) แต่บางทีเล็กๆ น้อยๆ ที่มันเป็นเรื่อง*เซนซิทีฟ*ก็มี

(17) *ดาวน์โหลด*กันมาได้แล้วนะคะ

นักธุรกิจ

(18) ตอบสนองความสุขคือเริ่ม*ช้อปปิ้ง* แล้วก็ตอบสนอง..*นี้ด*ส่วนตัว

(19) เป็นมหาวิทยาลัยที่ เอ่อ..เน้นเรื่อง เอ่อ..*อินโนเวชั่น*

(20) มีคนโทรมาบอกว่ามาลอง*แคสติ้งมั้ย*..มาลอง*เทส*หน้ากล้อง

4.1.6 การใช้คำแทรกช่วงหยุดและคำแสดงความไม่แน่ใจ

คำแทรกช่วงหยุดที่เรียกว่า fillers หรือ filled pause หมายถึง ช่วงหยุดของการพูดต่อเนื่องที่มีการใช้คำแทรกด้วยเสียง เช่นคำว่า "เอ่อ" "เอ้อ" "อ้า" ส่วนคำแสดงความไม่แน่ใจหรือแสดงความลังเลที่เรียกว่า hedges หมายถึงคำหรือวลีที่ผู้พูดใช้เพื่อแสดงความลังเลหรือไม่แน่ใจว่าสิ่งที่กำลังพูดนั้นถูกต้องหรือครบถ้วนหรือไม่ เช่นการใช้คำว่า "kind of" "you know" "I guess" "like" "แบบว่า..." "ประมาณว่า..." "มันเป็นอะไรที่..." "ก็เลยแบบว่า..." "รู้สึกว่า..." "...บางทีเนี้ย" "...อะไรแบบนั้น" "...อะไรอย่างเงี้ย" (Coates 2004: 88; Yule 2006: 130) ส่วนโคทส์กล่าวว่าการใช้ "hedges" แสดงได้ทั้งความแน่ใจและความไม่แน่ใจ และ "hedges" มีหลายหน้าที่หรือหลายความหมาย เช่นแสดงความไม่แน่ใจหรือแสดงความมั่นใจในสิ่งที่พูด หรือเป็นการออกตัวเพื่อหลีกเลี่ยงการแสดงว่าโอ้อวด หรือเพื่อหลีกเลี่ยงการแสดงความเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้อื่น (Coates 2004: 88-90) สำหรับงานวิจัยเบื้องต้นนี้ ผู้วิจัยยังไม่ได้วิเคราะห์หน้าที่ของ "hedges" แต่เห็นควรศึกษาประเด็นดังกล่าวในการวิจัยฉบับสมบูรณ์ต่อไป

ในด้านโครงสร้างประโยค คำแทรกช่วงหยุดและคำแสดงความไม่แน่ใจเป็นส่วนของภาษาที่หากตัดออกแล้วจะไม่ทำให้ใจความสำคัญของประโยคนั้นเปลี่ยนแปลงไป การใช้คำแสดงความไม่แน่ใจที่พบอย่างหลากหลายในปัจจุบันแสดงให้เห็นวิธีสนทนาของผู้พูดบางกลุ่ม เช่นกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มนักร้องนักแสดง ตารางที่ 7 ต่อไปนี้แสดงรายละเอียดของการใช้คำ 2 ประเภทนี้ของกลุ่มตัวอย่างเปรียบเทียบกัน ส่วนตารางที่ 8 แสดงการใช้คำแสดงความไม่แน่ใจของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 7 การใช้คำแทรกช่วงหยุดและคำแสดงความไม่แน่ใจ จำแนกตามอาชีพและเพศ

ประเภทคำ	นักร้องนักแสดง						นักธุรกิจ						เฉลี่ย	
	หญิง		ชาย		รวม		หญิง		ชาย		รวม			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1. คำแทรกช่วงหยุด	4	2.58	26	16.77	30	19.36	22	33.85	35	53.85	57	87.69	87	39.55
2. คำแสดงความไม่แน่ใจ	43	27.74	82	52.90	125	80.64	2	3.07	6	9.23	8	12.31	133	60.45
รวม	47	30.32	108	69.68	155	100.00	24	36.92	41	63.08	65	100.00	220	100.00
เฉลี่ยรวม					155	70.45					65	29.55	220	100.00

ตารางที่ 8 การใช้คำแสดงความไม่แน่ใจ จำแนกตามอาชีพและเพศ

ประเภทคำ	นักร้องนักแสดง						นักธุรกิจ						เฉลี่ย	
	หญิง		ชาย		รวม		หญิง		ชาย		รวม			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
คำแสดงความไม่แน่ใจ	43	32.33	82	61.65	125	93.98	2	1.51	6	4.51	8	6.02	133	100.00

ผลการวิเคราะห์การใช้คำแทรกช่วงหยุดและคำแสดงความไม่แน่ใจตามตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มใช้คำแสดงความไม่แน่ใจมากกว่าคำแทรกช่วงหยุด

ส่วนในตารางที่ 8 จะเห็นว่ากลุ่มนักร้องนักแสดงใช้คำแสดงความไม่แน่ใจมากกว่ากลุ่มนักธุรกิจอย่างชัดเจน กล่าวคือใช้มากถึงร้อยละ 93.98 ขณะที่กลุ่มนักธุรกิจใช้เพียงร้อยละ 6.02 ซึ่งจากข้อมูลพบว่า มีนักร้องชายหนึ่งคนที่ใช้คำแสดงความไม่แน่ใจในการสนทนามากถึง 80 คำ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 60.15 ของการใช้คำประเภทนี้ของกลุ่มตัวอย่างทุกคนรวมกัน โดยเฉพาะในปริบทของการเล่าเรื่องหรือเล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ลักษณะที่โดดเด่นนี้ถือเป็นเอกลักษณ์ด้านภาษาลักษณะหนึ่งของบุคคลดังกล่าว ส่วนนักร้องหญิงสองคนใช้คำแสดงความไม่แน่ใจในจำนวนใกล้เคียงกันและใช้รวมกันร้อยละ 32.33 ซึ่งจะเห็นได้ว่าใช้มากกว่านักธุรกิจหญิงอย่างมาก

ตัวอย่าง:

นักร้องนักแสดง

(21) ...คือมันเหมือนกับการ..*เออ*..บังคับตัวเองด้วยไง

(22) ...ท่าแกมา*แบบว่า*..เดินกันมา*แบบว่าอย่างงี้*..เรา*ก็แบบ*...

(23) แต่ผมฝันว่า*แบบว่า*..*เออ*..เค้าเดินไปเดินมา..เป็นภาพ*แบบว่า*อยู่..*อะไรอย่างเงี้ย*

นักธุรกิจ

(24) X..*เออ*...คือครอบครัวXก็ช่วยออกตังค์กันเอง*อะไรอย่างเงี้ย*อ่ะค่ะ

(25) ก็ได้ 3.8 *อะไรประมาณเนี้ย*ฮะ

4.1.7 ลักษณะภาษาเล่าเรื่อง

ลักษณะภาษาที่ผู้พูดใช้ในการเล่าเรื่องหรือเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น สามารถแสดงให้เห็นวิธีสื่อสารและวิธีจัดระบบความคิดหรือข้อมูลของผู้ส่งสาร เช่นการลำดับเหตุการณ์ การเน้นประเด็นสำคัญ หรือการแสดงเอกลักษณ์ของคนหรือสิ่งที่กล่าวถึง ซึ่งช่องทางการสื่อสารข้อมูลแต่ละประเภทมีผลต่อวิธีเล่าเรื่องที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่าง การเล่าเรื่องในการสนทนาแบบตัวต่อตัวอาจแตกต่างจากการเล่าเรื่องทางวิทยุ เป็นต้น ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่ง

วิเคราะห์การใช้คำพูดแบบอ้างตรง (direct reporting) และแบบไม่อ้างตรง (indirect reporting) ในการเล่าเรื่องหรือเล่าเหตุการณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้โดยอธิบายว่า การเล่าเรื่องโดยใช้คำพูดแบบอ้างตรงเป็นการเน้นข้อมูลและแสดงอารมณ์ร่วมตามเหตุการณ์ เช่น ความตื่นเต้น ยินดี โกรธ หรือเสียใจ นอกจากนี้การเล่าเรื่องหรือเหตุการณ์ต่างๆ ประกอบการสนทนาตลอดทั้งจำนวนเรื่องที่เล่ายังแสดงให้เห็นวิธีสื่อสารของผู้พูดที่ใช้การเล่าเรื่องเป็นการยกตัวอย่างเพื่อความชัดเจนของสิ่งที่กำลังกล่าวถึง

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มนักร้องนักแสดงใช้การเล่าเรื่องหรือเล่าเหตุการณ์ 3 ครั้ง ขณะที่กลุ่มนักธุรกิจเล่าเรื่องหรือเล่าเหตุการณ์ 11 ครั้ง โดยมีรายละเอียดของการใช้คำพูดแบบอ้างตรงและแบบไม่อ้างตรงดังปรากฏในตารางที่ 9 ต่อไปนี้ (ความถี่หมายถึงจำนวนประโยค)

ตารางที่ 9 ลักษณะภาษาเล่าเรื่อง จำแนกตามอาชีพและเพศ

ลักษณะการเล่า	นักร้องนักแสดง						นักธุรกิจ						เฉลี่ย	
	หญิง		ชาย		รวม		หญิง		ชาย		รวม			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1. แบบอ้างตรง	3	0.88	21	6.12	24	7.00	30	12.87	5	2.15	35	15.02	59	11.01
2. แบบไม่อ้างตรง	105	30.61	214	62.39	319	93.00	145	62.23	53	22.75	198	84.98	517	88.99
รวม	108	31.49	235	68.51	343	100.00	175	75.10	58	24.90	233	100.00	576	100.00
เฉลี่ยรวม					343	59.55					233	40.45	576	100.00

จากตารางที่ 9 จะเห็นว่าในการเล่าเรื่อง กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ใช้คำพูดแบบไม่อ้างตรงมากกว่าแบบอ้างตรง โดยกลุ่มนักร้องนักแสดงใช้คำพูดแบบไม่อ้างตรงมากกว่ากลุ่มนักธุรกิจ ในทางตรงข้าม กลุ่มนักธุรกิจใช้แบบอ้างตรงมากกว่ากลุ่มนักร้องนักแสดง

ตัวอย่าง:

นักร้องนักแสดง

ก. แบบอ้างตรง

(26) เต๋เค้าบอกว่า "ไก่รักเพื่อน รักพี่น้องทุกคนนะ..."

(27) เราก็แบบว่า..."เหรอพี่ นั่งก่อนซิพี่"

ข. แบบไม่อ้างตรง

(28) เค้าเหมือนว่า..เออ..เครียดกับเรื่องแฟนเค้า

(29) ปรากฏว่าซีเคียวริตี้ก็โทรขึ้นมาแบบว่าเหมือนมีคนจะพังห้องเข้ามา

นักธุรกิจ

ก. แบบอ้างตรง

(30) เขาบอกว่า "คุณ X รู้มั้ย ผมเนี้ย..เอ่อ..มีภรรยา มีลูก 3 คน แล้วก็รักลูกเมียมาก" ปรากฏว่าเมียเนี้ยบอกว่า "พ่อ ถ้าเกิดพ่อไปมีผู้หญิงอื่น แม่กับลูกก็แย่" ต่อจากนั้นนะคะ วันรุ่งขึ้น...

ข. แบบไม่อ้างตรง

(31) แกบอกว่าวินาทีนั้น มันเหมือนเลือดทั้งตัวแกมันไหล..แห้งไปหมดเลย มันหยุดนิ่ง...

5. สรุปผลการวิจัย

5.1 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีชื่อเสียงในสังคมจากสองวงการคือ กลุ่มนักร้องนักแสดงและกลุ่มนักธุรกิจใช้ภาษาในการสนทนาคล้ายคลึงกันและแตกต่างกันในหลายลักษณะโดยสรุปดังต่อไปนี้

1. กลุ่มนักธุรกิจออกเสียงแปรของคำว่า "นี้" แบบรวมเสียง (อย่างนี้ → อย่างเนี้ย) มากกว่ากลุ่มนักร้องนักแสดง แต่กลุ่มนักร้องนักแสดงออกเสียงคำนี้แบบรวมและกลมกลืนเสียง (อย่างนี้ → อย่างเนี้ย → อย่างเงี้ย) มากกว่ากลุ่มนักธุรกิจ

2. กลุ่มนักร้องนักแสดงใช้คำสรรพนามแทนตนเองหลากหลายกว่ากลุ่มนักธุรกิจ ความแตกต่างที่เด่นชัดคือ กลุ่มนักร้องนักแสดงใช้คำว่า "เรา" เป็นสรรพนามแทนตนเองด้วย ขณะที่กลุ่มนักธุรกิจไม่ได้ใช้คำนี้แต่อย่างใด

3. นักธุรกิจชายไม่ได้ใช้ชื่อเล่นแทนตนเอง แต่นักร้องนักแสดงชายใช้ชื่อเล่นเป็นสรรพนามแทนตนเองด้วย

4. กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มใช้สแลงไม่มาก โดยประเภทของสแลงที่ทั้งสองกลุ่มใช้มากกว่าคือสแลงไม่แท้ ซึ่งได้แก่การใช้คำธรรมดาในความหมายที่ต่างออกไปตามแต่ละปริบท

5. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทั้งสองกลุ่มใช้คำลงท้ายแบบทางการและสุภาพ เช่น คำว่า ค่ะ นะคะ ครับ ครับผม รองลงมาคือการใช้คำลงท้ายแบบกันเอง

6. ทั้งสองกลุ่มใช้คำยืมภาษาอังกฤษประเภทคำธรรมดาที่มีคำไทยเทียบมากที่สุด โดยกลุ่มนักร้องนักแสดงใช้คำยืมประเภทนี้มากกว่ากลุ่มนักธุรกิจ

7. กลุ่มนักร้องนักแสดงใช้คำแสดงความไม่แน่ใจมากกว่ากลุ่มนักธุรกิจ แต่กลุ่มนักธุรกิจใช้คำแทรกช่วงหยุดมากกว่า

8. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จากทั้งสองกลุ่มใช้คำพูดแบบไม่อ้างตรงในการเล่าเรื่องมากกว่าแบบอ้างตรง

5.2 หากพิจารณาความแตกต่างที่เด่นชัดในการใช้ภาษาของกลุ่มตัวอย่างจะพบลักษณะที่เด่นชัดดังนี้คือ

1. กลุ่มนักร้องนักแสดงทั้งหญิงและชายใช้สรรพนามแทนตนเองที่หลากหลาย โดยใช้ชื่อเล่นและคำว่า "เรา" นอกเหนือจากการใช้คำว่า "ผม" ของผู้ชาย

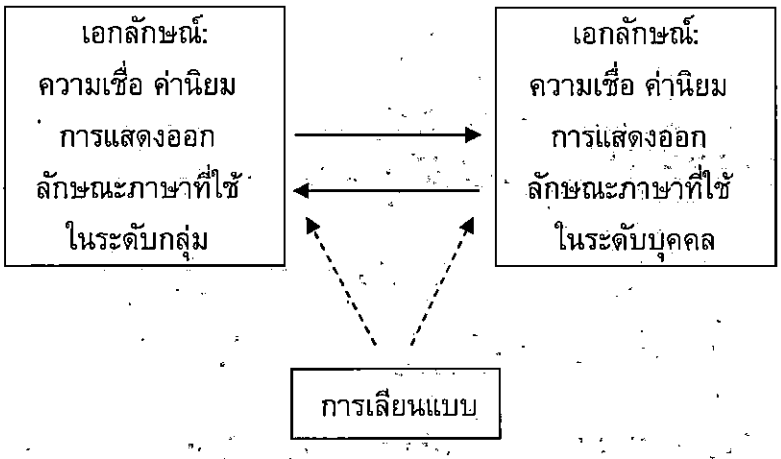
2. กลุ่มนักร้องนักแสดงใช้คำยืมภาษาอังกฤษปนในภาษาไทยมากกว่ากลุ่มนักธุรกิจอย่างเด่นชัด โดยเป็นคำศัพท์ประเภทศัพท์ธรรมดาที่มีคำเทียบในภาษาไทย

3. กลุ่มนักร้องนักแสดงใช้คำแสดงความไม่แน่ใจ (hedges) มากกว่ากลุ่มนักธุรกิจอย่างชัดเจน

แม้จำนวนตัวอย่างประชากรที่ศึกษาในแต่ละกลุ่มจะมีจำนวนน้อย แต่ข้อค้นพบเกี่ยวกับลักษณะภาษาที่เด่นชัดดังกล่าวช่วยให้เห็นลักษณะเฉพาะหรือที่อาจเรียกว่าเป็นเอกลักษณ์ด้านการใช้ภาษาของกลุ่ม จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่าปัจจุบันนักร้องนักแสดงโดยเฉพาะกลุ่มนักร้องนักแสดงวัยรุ่นตามที่ปรากฏในสื่อทางโทรทัศน์มักออกเสียงคำบางคำหรือใช้ภาษาไทยบางลักษณะคล้ายคลึงกันเหมือนมีเอกลักษณ์ด้านภาษาประจำกลุ่มของตน ซึ่งลักษณะการใช้ภาษาดังกล่าวพบเห็นได้เช่นกันในกลุ่มวัยรุ่น และเพื่อความชัดเจน จึงควรมีการศึกษาลักษณะภาษาของตัวอย่างประชากรที่หลากหลายและมีจำนวนมากกว่านี้

6. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ภาษาเพื่อแสดงเอกลักษณ์

ตามที่กล่าวมาข้างต้นว่าบุคคลสร้างเอกลักษณ์ประจำตัวจากการกำหนดของตนเองและจากการเป็นสมาชิกของกลุ่ม ทั้งนี้โดยมีภาษาเป็นสื่อในการแสดงเอกลักษณ์ หรือใช้ภาษาบางลักษณะเพื่อแสดงเอกลักษณ์ และในกระบวนการสร้างเอกลักษณ์ย่อมมีการเลียนแบบ ฉะนั้นจึงพบว่าบุคคลบางกลุ่มในสังคมโดยเฉพาะกลุ่มที่มีชื่อเสียงเช่นกลุ่มนักร้องนักแสดงวัยรุ่นมีลักษณะเฉพาะในด้านการแต่งกาย การแสดงออก และการใช้ภาษา โดยขณะที่แต่ละบุคคลในกลุ่มสร้างเอกลักษณ์ประจำตน ทั้งจากความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง จากการได้รับอิทธิพลของกลุ่ม หรือจากการเลียนแบบบุคคลอื่น เอกลักษณ์ที่ปรากฏนั้นย่อมมีอิทธิพลต่อการสร้างเอกลักษณ์ของคนอื่นๆ ที่ศรัทธาหรือชื่นชอบตน แผนภูมิต่อไปนี้แสดงองค์ประกอบของเอกลักษณ์และอิทธิพลของเอกลักษณ์ทั้งในระดับกลุ่มและระดับบุคคลที่เชื่อว่ามีต่อกัน และการเลียนแบบเอกลักษณ์ที่มีได้ทั้งสองระดับ



7. ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเบื้องต้น จึงยังมีข้อจำกัดด้านจำนวนตัวอย่างประชากร ตัวอย่างภาษาที่นำมาศึกษา ตลอดทั้งลักษณะภาษาที่วิเคราะห์ จึงควรมีการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากกว่านี้ โดยศึกษาการใช้ภาษาของกลุ่มอื่นๆ เช่นกลุ่มนักการเมือง นักวิชาการ หรือผู้จัดรายการวิทยุและโทรทัศน์ ตลอดทั้งศึกษาให้ครอบคลุมประเด็นที่กว้างขวางยิ่งขึ้น เช่นศึกษาลักษณะออกเสียงบางเสียงที่พบว่ามีการเบี่ยงเบนไปจากภาษามาตรฐานอย่างเด่นชัด ศึกษาการใช้ถ้อยคำบางประเภทของกลุ่มตัวอย่าง ตลอดทั้งศึกษาความหมายหรือหน้าที่ทางการสื่อสารของถ้อยคำบางลักษณะ เช่นหน้าที่ของการใช้คำแสดงความไม่แน่ใจ หน้าที่ของถ้อยคำเน้นความ และหน้าที่ของการใช้คำถามบางประเภท เป็นต้น

2. ผลจากการศึกษาครั้งนี้ช่วยให้ทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้ภาษาและวิธีสนทนาของบุคคลจากวงการบันเทิงและวงการธุรกิจ ตลอดทั้งทราบลักษณะภาษาที่เด่นชัดบางลักษณะของแต่ละกลุ่ม อย่างไรก็ตาม เนื่องจากลักษณะภาษาที่เด่นชัดของกลุ่มในบางลักษณะเกิดจากการใช้ภาษาของสมาชิกบางคนในกลุ่ม จึงควรมีการศึกษาภาษาของตัวอย่างประชากรที่หลากหลายและมีจำนวนมาก เช่นศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายในด้านอาชีพ การศึกษา เพศ และอายุ เพื่อช่วยให้ทราบลักษณะการใช้ภาษาที่เด่นชัดซึ่งแสดงให้เห็นเอกลักษณ์กลุ่มได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Coates, Jennifer. 2004. *Women, Men and Language: A Sociolinguistic Account of Gender Differences in Language*. Third edition. Harlow, England: Pearson Education Limited.

Gee, James Paul. 1999. *An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method.* London: Routledge.

Michener, H. Andrew, Delamater, John D., and Myers, Daniel J. 2004. *Social Psychology.* Fifth Edition. Belmont, C.A.: Wadsworth/Thomson Learning.

Srinarawat, Deeyu. 2007. "Thai political slang: formation and attitudes towards usage." *International Journal of Sociology of Language*, Vol. 186, pp. 95-107.

Taylor, Shelly E., Peplau, Letitia Anne, Sears, David O. 2003. *Social Psychology.* Eleventh Edition. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.

Yule, George. 2006. *The Study of Language.* Third Edition. New York: Cambridge University Press.