

## ลักษณะการใช้ภาษาในการตั้งชื่อคลิปรายการโหนกระแส

### How to Name TV Program Episodes: A Case Study of Hone-Krasae

ดาราน้อย แสงศรี<sup>1</sup> พลกฤษณ์ หมั่นเพชร<sup>2</sup> อลิสา คุ่มเคี่ยม<sup>3</sup> และปรียากรณ์ ชูแก้ว<sup>4</sup>

Daranoy Sangsri<sup>5</sup>, Ponkrit Meanpet<sup>6</sup>, Alisa Khumkham<sup>7</sup>, and Pariyagorn Chookaew<sup>8</sup>

(Received: 10 December 2021; Revised: 8 March 2022; Accepted: 5 May 2022)

#### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการใช้ถ้อยคำและลักษณะการใช้ข้อความในการตั้งชื่อคลิปรายการโทรทัศน์ออนไลน์ รายการโหนกระแส เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้วิธีการศึกษาเชิงเอกสาร เก็บข้อมูลจาก www.ch3plus.com เฉพาะช่วง 6 เดือนย้อนหลัง ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ - กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เป็นจำนวนทั้งหมด 116 ตอน ผลการศึกษาพบว่า ปรากฏวลีลักษณะการใช้ถ้อยคำทั้งหมด 8 ลักษณะ ได้แก่ การใช้คำเรียกชื่อ การใช้คำเลียนเสียง การใช้คำสแลง การใช้ภาษาอังกฤษ การใช้คำที่มีความหมายโดยนัย การใช้สมญานาม การใช้ชื่อกริยา และการใช้ภาษาปาก โดยพบวลีลักษณะการใช้ภาษาปากมากที่สุดจำนวน 101 คำ คิดเป็นร้อยละ 32.20 และปรากฏวลีลักษณะการใช้ข้อความทั้งหมด 2 ลักษณะ ได้แก่ การใช้สำนวนและการใช้ประโยค ซึ่งพบว่ามีการใช้ประโยคที่เป็นลักษณะประธานนำหน้าประโยคมากที่สุด จำนวน 51 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 51.00 ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ลักษณะการใช้ภาษาในการตั้งชื่อ เป็นส่วนสำคัญในการสร้างความน่าสนใจแก่ผู้บริโภคข่าวสาร เพื่อให้เกิดความสะดุดตา สะดุดใจ และมีนัยทางธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นการสะท้อนให้เห็นการใช้ภาษาในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติของภาษา

**คำสำคัญ:** การใช้ภาษา การตั้งชื่อ รายการโหนกระแส

#### Abstract

The purpose of this research is to study how to use phrasal and sentential patterns to name TV program episodes, particularly Hone-Krasae, one of the most popular Thai TV programs. This research is a quantitative research study based on a content analysis. The data collection covers a total of 116 episodes on www.ch3plus.com, especially for the past six months from February to July, 2020. Based on the phrasal patterns, the results reveal that there were eight ways to name the episodes including the use of names, the use of onomatopoeic words, the use of slang, the use of foreign languages, the use of implicit words, the use of antonomasia, the use of abbreviations, and the use of colloquialism. The most commonly used was colloquialism which were 101 words or 32.20 percent. This study found that there were two ways of the sentential patterns: idioms and sentences. Furthermore, 51 sentences consist of the subject, accounting for 51.00 percent. The research results indicate that the ways of using language in naming the episodes was an important part in attracting the consumers' attention and illustrating that language use and social changes are interconnected.

**Keywords:** Language use, Naming, Hone-Krasae

<sup>1</sup> นิสิตปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

<sup>2</sup> นิสิตปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

<sup>4</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

<sup>5</sup> Undergraduate student, Department of Thai Language, Faculty of Education, Thaksin University

<sup>6</sup> Undergraduate student, Department of Thai Language, Faculty of Education, Thaksin University

<sup>7</sup> Lecturer, Department of Thai Language, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University

<sup>8</sup> Lecturer, Department of Thai Language, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University



## บทนำ

ปัจจุบันสื่อโทรทัศน์ออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทต่อสังคมไทยเป็นอย่างมาก อาจกล่าวได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของผู้บริโภคชาวสารอย่างแยกจากกันไม่ได้ จากผลการสำรวจของ “We Are Social” ดิจิทัลเอเจนซีและ “Hootsuite” ผู้ให้บริการระบบจัดการโซเชียลมีเดียและการตลาด พบว่าในปี 2560 ประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด 57 ล้านคน และใช้เวลาต่อวันกับอินเทอร์เน็ตมากที่สุดในโลก เฉลี่ย 9 ชั่วโมง 38 นาทีต่อวัน สำหรับการใช้งานโซเชียลมีเดีย พบว่าคนไทยใช้เวลาในการเล่นโซเชียลมีเดียโดยเฉลี่ย 3 ชั่วโมง 10 นาทีต่อวัน และจะใช้เวลากับการดูทีวีออนไลน์มากที่สุด ไม่ต่ำกว่า 4 ชั่วโมง 3 นาทีต่อวัน ซึ่งถือว่าเป็นตัวเลขการใช้งานที่สูง เมื่อเทียบกับอัตราผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 4,000 ล้านคนทั่วโลก (Brandbuffet, 2561)

ความนิยมและความสนใจข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ นอกจากความสะดวกและเนื้อหาข่าวที่เข้มข้นแล้ว ลักษณะภาษาในการตั้งชื่อตอน(Episode) ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้รายการโทรทัศน์ออนไลน์ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวสาร ซึ่งลักษณะการใช้ภาษาในการตั้งชื่อที่สามารถสร้างความสนใจให้แก่ผู้บริโภคได้นั้น จะต้องมีคุณภาพที่พิถีพิถัน สร้างสรรค์ด้วยศาสตร์และศิลป์ในการใช้ภาษา อีกทั้งต้องมีเอกลักษณ์และความโดดเด่น กระชับ กระตุกและชักจูงความสนใจได้อย่างรวดเร็ว ดังที่ ธนรัชฎ์ ศิริสวัสดิ์ (2538) กล่าวว่า การตั้งชื่อจะต้องใช้จำนวนคำที่รัดกุมแต่สื่อความหมายที่ต้องการได้ การให้ชื่อกับสิ่งใดก็ตามไม่ใช่เรื่องง่าย และมีคนจำนวนไม่น้อยที่จะติดตามรับสารบางอย่างเพราะสะดุดตา สะดุดใจ จากชื่อที่ได้เห็นลำดับแรก การสร้างกลุ่มคำหรือวลีที่ใช้สื่อสิ่งต่าง ๆ จึงต้องใช้ศิลปะและความสามารถในการเลือกสรรถ้อยคำ เพื่อสื่อความหมายที่ครอบคลุมสิ่งที่ต้องการพูดถึง ลักษณะการใช้ภาษาจึงต้องมีลีลาที่แตกต่างกัน เช่น การใช้คำต่างประเทศ สำนวนไทย เพื่อให้ดูแปลก สะดุดตา และดึงดูดความสนใจ อีกทั้งการตั้งชื่อยังมีความสำคัญ ดังที่ จินดา งามสุทธิ (2523) กล่าวว่า การตั้งชื่อเป็นการเพิ่มความสะดวกรวดง่ายต่อการตรวจสอบ สามารถนำจัดระบบ หมวดหมู่ จัดกลุ่ม ได้ง่ายขึ้น เช่น รายการข่าวประจำวัน ข่าวเศรษฐกิจ ตัวอย่างชื่อรายการ เช่น ข่าวภาคค่ำ ลูกทุ่งทีวี 9 กอล์ฟเพื่อเยาวชน เคล็ดลับเพื่อผ้าสวย เป็นต้น ดังนั้น การใช้ถ้อยคำผสมผสานเพื่อสื่อความหมายและถ่ายทอดเนื้อหาสาระของแต่ละรายการจึงใช้ถ้อยคำในลักษณะใดนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของรายการ วัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายของผู้ผลิต และความต้องการของผู้ชม ตลอดจนสภาพของสังคมในขณะนั้นเป็นสำคัญ

รายการโหนกระแส เป็นรายการเล่าข่าวที่เผยแพร่ผ่านทั้งช่องทางโทรทัศน์และทางอินเทอร์เน็ต ของเว็บไซต์ [www.ch3plus.com](http://www.ch3plus.com) ซึ่งนำเสนอข่าว รวมถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม รายการจะนำเสนอข่าวจากการสัมภาษณ์ แกร็บเชิญโดยตรง ด้วยประเด็นแบบเจาะลึก เชื่อมโยงกับคำถามที่แทนความรู้สึกของผู้ชมเป็นอย่างดี และจะตีแผ่ทุกเรื่องราวในสังคม โดยมี “หนุ่ม กรรชัย กำเนิดพลอย” เป็นผู้ดำเนินรายการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับข่าวโดยตรง โดยมักเป็นข่าวที่เป็นที่สนใจของสังคมขณะนั้น ซึ่งมีบริษัท “ดีคืนดีวัน จำกัด” เป็นผู้ผลิตรายการ เริ่มต้นเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2560 และดำเนินการมาจนถึงปัจจุบัน นับได้ว่าเป็นรายการที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยได้รับการยอมรับจากยอดผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก(Facebook) จำนวน 822,596 คน (Facebook, 2563) และยอดติดตาม(subscribe) ในช่องยูทูป(YouTube) สูงถึง 1,970,000 คน (YouTube, 2563)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่ารายการโหนกระแสได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคชาวสารเป็นอย่างมาก ทั้งทางโทรทัศน์และช่องทางโซเชียลมีเดีย เนื่องจากการดำเนินรายการข่าวที่เข้มข้น ลักษณะการใช้ภาษาของผู้ดำเนินรายการในการสัมภาษณ์ รวมไปถึงการตั้งชื่อตอนในรายการ ซึ่งถือเป็นสิ่งแรกที่ดึงดูดใจผู้อ่าน ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาลักษณะการใช้ภาษาในการตั้งชื่อตอน (Episode) ของรายการโหนกระแส เพื่อให้เห็นลักษณะการใช้ถ้อยคำและข้อความที่ใช้นำเสนอข่าว และเพื่อให้เกิดประโยชน์เกี่ยวกับการเรียนรู้ในการใช้ภาษา อีกทั้งเป็นแนวทางในการเรียนรู้ชาวสารอีกด้วย



## ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดเรื่องการใช้ถ้อยคำและการใช้ข้อความ มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

### แนวคิดเรื่องการใช้ถ้อยคำและข้อความ

ประทีป วาทิกทินกร (2539, หน้า 10 – 20) กล่าวถึงการใช้คำในการเขียนว่า ผู้เขียนจะต้องรู้จักเลือกคำมาใช้ให้ถูกต้อง และเหมาะสม ต้องรู้จักความหมายของคำ และนำมาใช้ให้ถูกที่ และควรจดจำการใช้คำเพื่อเป็นหลักในการเขียน กล่าวคือ การใช้ถ้อยคำและข้อความ มีความสำคัญต่องานเขียน เนื่องจากคำทุกคำย่อมมีความหมายในตัวเองที่สามารถสื่อไปยังผู้อ่านหรือผู้รับสารได้ ผู้เขียนจึงต้องเข้าใจความหมายของคำเพื่อที่จะส่งสารให้ตรงกับเจตนาของการสื่อสารให้มากที่สุด อีกทั้งความหมายของคำนั้นยังต้องสามารถกระตุ้นความน่าสนใจ พร้อมกับทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้อย่างลึกซึ้งได้อีกด้วย เช่น การใช้คำที่มีความหมายโดยนัย การใช้คำสแลง การใช้คำเปรียบเทียบ การใช้สำนวน เป็นต้น ดังนั้น ผู้เขียนจึงจำเป็นต้องเลือกใช้ใช้ถ้อยคำให้ถูกต้องเหมาะสม และชัดเจน

นอกจากนี้ สนิท ตั้งทวี (2528, หน้า 63 - 68) ได้แบ่งคำไทยที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันออกเป็นประเภทต่าง ๆ สามารถสรุปได้ดังนี้ คำที่มีความหมายโดยตรง คือ คำที่มีความหมายตามที่กำหนดไว้ในพจนานุกรม คำที่มีความหมายโดยนัย คือ ความหมายของคำชนิดนี้จะแฝงอยู่กับความหมายของคำที่มีความหมายโดยตรง คำเลียนเสียงธรรมชาติ คือ คำที่เหมาะสมสำหรับบรรยายความเพื่อให้ผู้อ่านหรือผู้ฟังมีอารมณ์ร่วมไปกับการบรรยายอย่างสมจริง คำมีศักดิ์ คือ คำที่มีความหมายให้ความรู้สึกสูงส่ง และรวมถึงคำราชาศัพท์ด้วย คำศัพท์บัญญัติ อาจเรียกว่าศัพท์เฉพาะวิชาหรือศัพท์เทคนิค เป็นศัพท์ที่ใช้เฉพาะในแต่ละสาขาวิชา คำเฉพาะกลุ่ม คือ คำที่บุคคลแต่ละกลุ่มคิดขึ้นใช้เฉพาะกลุ่มของตนและใช้สื่อความเฉพาะกลุ่มเท่านั้น คำสแลง หรือคำคะนอง คือ คำที่มีลักษณะคล้ายคำเฉพาะกลุ่มแต่ใช้ในวงที่กว้างกว่า คำภาษาตลาด คือ คำที่เป็นภาษาพูดของคนทั่ว ๆ ไป ไม่คำนึงถึงความถูกต้องทางด้านภาษา คำย่อ คือ คำที่สร้างขึ้นโดยใช้อักษรตัวแรกของคำสำคัญมาเรียงเข้าด้วยกันตามลำดับแล้วใช้มหัพภาค (.) เติมลงไประหว่างคำหรือท้ายคำ คำต่างประเทศ คือ คำจากประเทศอื่น คำเฉพาะอาชีพ คือ คำที่ใช้กันในหมู่อาชีพใดอาชีพหนึ่ง

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัทมา เรืองศรี (2547) ได้ศึกษาเรื่อง กลวิธีการตั้งชื่อรายการโทรทัศน์ มีข้อมูลที่นำมาศึกษาในช่วง 1 ตุลาคม 2544 ถึงวันที่ 1 ตุลาคม 2545 สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ ชื่อรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวพบว่า วิธีการตั้งชื่อที่ใช้คือ การตั้งชื่อโดยระบุคำว่า “ข่าว” การบอกเนื้อหา การบอกลักษณะพิเศษ และการระบุเวลา ส่วนการใช้ภาษาในชื่อรายการข่าวมีการใช้สัมผัส การใช้คำที่มีความหมายตรง การใช้คำที่มีความหมายโดยนัย การใช้คำที่แสดงถึงลักษณะสำคัญของข่าว ในเรื่องของภาพสะท้อนทางสังคม จากชื่อรายการข่าว สามารถสะท้อนภาพการให้ความสำคัญกับข่าว ความสนใจเรื่องเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นและสังคมโลกาภิวัตน์ ชื่อรายการโทรทัศน์ประเภทความรู้และสารคดีพบว่าวิธีการตั้งชื่อรายการความรู้และสารคดีที่ใช้คือการบอกเนื้อหาและการระบุคำว่า “สารคดี” ส่วนการใช้ภาษาในชื่อรายการความรู้และสารคดีมีการใช้สัมผัส การซ้ำคำ การย่อคำ การใช้ต่างประเทศ การใช้สำนวน การใช้คำเชื่อม การใช้คำเทคนิค และการใช้คำอุปสรรค ชื่อรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงพบว่าวิธีการตั้งชื่อรายการบันเทิงที่ใช้คือ การบอกเนื้อหา การบอกรูปแบบ การระบุคำว่า “บันเทิง” การบอกลักษณะพิเศษ การระบุเวลา และการบอกสถานี่ออกอากาศ ส่วนการใช้ภาษาในชื่อรายการบันเทิงมีการใช้สัมผัส การใช้คำเลียนเสียง การใช้คำซ้อน การใช้คำต่างประเทศ การใช้สำนวน การใช้คำเชื่อม การใช้ภาษาถิ่น และการใช้คำอุปสรรค ในเรื่องของภาพสะท้อนทางสังคมจากชื่อรายการบันเทิงสามารถสะท้อนภาพค่านิยมของการบริโภค ค่านิยมสังคมไทยเป็นสังคมการแข่งขันและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ธีรวิภา ชะนูนทร์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง วิเคราะห์การใช้ภาษาพูดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ เพื่อวิเคราะห์รูปแบบประโยค การใช้ภาษาและความหมายของคำ โดยศึกษาวิเคราะห์ ฐปภาษาในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2556 ถึง 30 มิถุนายน พ.ศ.2556 จำนวน 1,054 ประโยค พบว่ารูปแบบประโยค การใช้ภาษา และความหมายของคำ สรุปได้ดังนี้



รูปแบบประโยคจากพาดหัวข่าวพบว่ามี 5 รูปแบบ คือประโยคที่ขึ้นต้นด้วยประธาน ประโยคที่ขึ้นต้นด้วยกริยา ประโยคที่ขึ้นต้นด้วยคำขยาย ประโยคที่ขึ้นต้นด้วยตัวเลข และประโยคที่ขึ้นต้นด้วยสันธาน นอกจากนี้ยังพบกลุ่มคำหรือนามวลี ส่วนการใช้คำที่ปรากฏในพาดหัวข่าว พบว่า มี 5 ลักษณะ คือ การใช้คำเรียกชื่อ การใช้คำสมญานาม การใช้คำย่อ การย่อคำ และการใช้คำภาษาต่างประเทศ การใช้คำเรียกชื่อ พบว่ามี 6 ลักษณะ ได้แก่ การเรียกชื่อจริง การเรียกชื่อเล่น การเรียกชื่อตำแหน่ง การเรียกชื่ออาชีพ การเรียกชื่อยศ และการเรียกชื่อหน่วยงาน การใช้คำสมญานาม พบว่า มีจำนวนทั้งสิ้น 32 ชื่อ การใช้คำย่อ พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 116 ชื่อ การย่อคำ พบว่า มีจำนวนทั้งสิ้น 68 คำ ซึ่งใช้กลวิธีในการตัดคำหรือย่นย่อ การใช้คำภาษาต่างประเทศ พบว่ายืมคำจากภาษาต่างประเทศ 10 ภาษา ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่เฉพาะทั้งสิ้น ด้านความหมายของคำพบว่ามี 2 ลักษณะ คือความหมายโดยตรง พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 3 คำ ส่วนความหมายโดยนัย พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 41 คำ

วิริยาภรณ์ ทองสุข (2559) การวิเคราะห์การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบทของเว็บไซต์ โดยผลการศึกษากการวิเคราะห์คุณลักษณะและความสอดคล้องของการพาดหัวข่าวกับเนื้อหาข่าวของเว็บไซต์ โดยเก็บข้อมูล เว็บไซต์ boxza.com ระหว่างวันที่ 16 พฤษภาคม 2559 ถึงวันที่ 14 มิถุนายน 2559 พบว่า มีคุณลักษณะการพาดหัวข่าวที่ใช้รูปแบบของวลีที่นำมาเรียง ๆ กันเพื่อใช้ในการพาดหัวข่าวมากที่สุด ในส่วนของภาษาที่ใช้การพาดหัวข่าวใช้คำเรียกชื่อจริงและชื่อเล่นมากที่สุด ประกอบกับการใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) คำสแลง และภาษาต่างประเทศ เพื่อเป็นการกระตุ้นความอยากรู้ให้กับผู้อ่านคลิกเข้าไปอ่านข่าว ส่วนเนื้อหาข่าวของเว็บไซต์ที่นำเสนอเป็นข้อความสั้น ๆ ประกอบกับภาพนิ่งมากที่สุด และการวิเคราะห์ความสอดคล้องเนื้อหาข่าวและพาดหัวข่าวของเว็บไซต์ พบว่า ส่วนใหญ่ยังมีความสอดคล้องต้องกันอยู่

นนท์ธวัช ไชยวงษ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ซึ่งมีคำถามวิจัยที่ว่าเมื่อแพลตฟอร์มเปลี่ยนไป รูปแบบการพาดหัวข่าวจะยังเหมือนเดิมหรือไม่ ซึ่งใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเช่นเดียวกับ ธิรวิภา ชะบุรณ์ โดยเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่า เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวมากที่สุด คือ การพาดหัวข่าวแบบการใช้เครื่องหมายเจ้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ การพาดหัวข่าวโดยระบุเพศ การพาดหัวข่าวแบบใช้คำอารมณ์ความรู้สึก การพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดัง เรียกชื่อจริง ชื่อเล่น สมญานามแหล่งข่าว การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข การพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพต่าง ๆ การพาดหัวข่าวแบบทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ การพาดหัวข่าวแบบเน้นความขัดแย้ง การพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล ตามลำดับ

วชิราภรณ์ ช้างหัวหน้า และคณะ (2560) ได้ศึกษากลวิธีการตั้งชื่อเรื่องสารคดีชีวประวัติในคอลัมน์ เรื่องจากปกของนิตยสาร ค.คน Magazine กลวิธีการตั้งชื่อเรื่อง 3 ลักษณะ คือ 1. การนำชื่อเจ้าของชีวประวัติมาเป็นชื่อเรื่อง เช่น ลิโรดส์ บนเส้นทางแห่งความผูกพัน เป็นต้น 2. การบอกประเด็นเนื้อหาของเรื่อง เช่น หมอเขียว ผู้ฝ่าทางตันสุขภาพ ด้วยการแพทย์วิถีพุทธ อิศราภพนกลิ่นสาปนวม เป็นต้น 3. การตั้งชื่อโดยใช้กลวิธีทางภาษา เช่น สุข เสร้า เคล้าน้ำตา กว่าจะมาเป็น 'เทพ' วันนี้ของรุ่งวันที่แม่รู้เดียงสา เป็นต้น

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะการใช้ถ้อยคำในการตั้งชื่อคณิปรายการโทรทัศน์โนนกระแส
2. เพื่อศึกษาลักษณะการใช้ข้อความในการตั้งชื่อคณิปรายการโทรทัศน์โนนกระแส

### ระเบียบวิธีวิจัย

คณะผู้วิจัย ศึกษาลักษณะการใช้ภาษาในการตั้งชื่อคณิปรายการโทรทัศน์ออนไลน์ รายการโนน มีลำดับขั้นตอนของการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

1. ขั้นรวบรวมข้อมูล
  - 1.1 ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะการใช้ภาษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่



1.1.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งชื่อ

1.1.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ถ้อยคำและข้อความ

1.2 ศึกษาลักษณะการดำเนินรายการโหนกระแสและรวบรวมรายชื่อแต่ละตอนผ่านช่องทาง [www.ch3plus.com](http://www.ch3plus.com) ตามขอบเขตที่กำหนด

2. ชั้นวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 นำข้อมูลมาวิเคราะห์ลักษณะการใช้ถ้อยคำ และการใช้ข้อความ โดยวิธีการทำตารางการวิเคราะห์

2.2 รวบรวมข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์มาเขียนบรรยาย พร้อมสรุปผลการวิเคราะห์

3. ชี้นำเสนอในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์

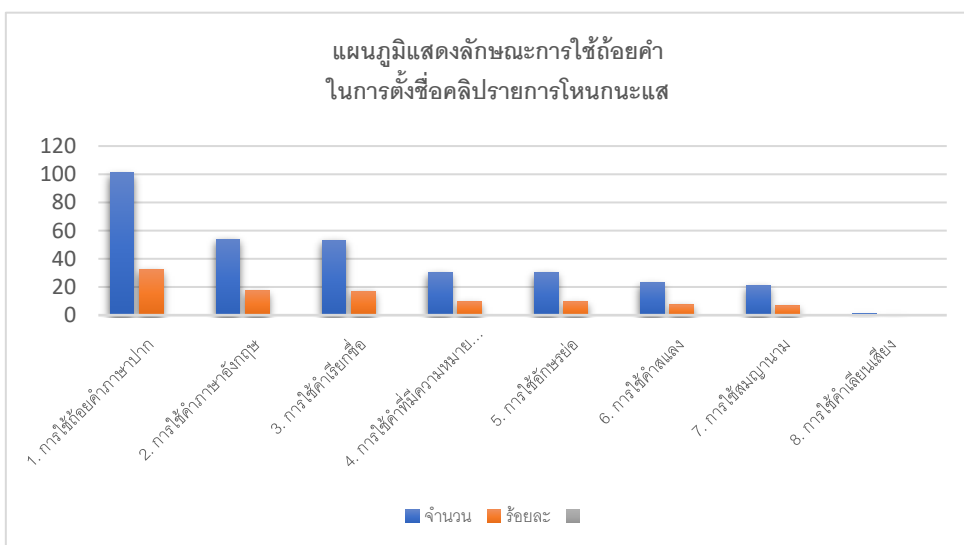
### ผลการวิจัย

#### 1. การใช้ถ้อยคำในการตั้งชื่อคลิปรายการโทรทัศน์ออนไลน์

ในการศึกษาการใช้ภาษาการตั้งชื่อคลิปรายการโทรทัศน์ออนไลน์ รายการโหนกระแส คณะผู้วิจัยพบว่า ปรากฏลักษณะการใช้ถ้อยคำ 8 ลักษณะ จากทั้งหมด 116 ตอน ซึ่งแบ่งการใช้ถ้อยคำในการตั้งชื่อคลิปรายการโทรทัศน์ออนไลน์ดังกล่าว เรียงตามลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ลักษณะการใช้ถ้อยคำในการตั้งชื่อคลิปรายการโทรทัศน์โหนกระแส

ลักษณะการใช้ถ้อยคำ	จำนวน	ร้อยละ
1. การใช้ถ้อยคำภาษาปาก	101	32.20
2. การใช้คำภาษาอังกฤษ	54	17.30
3. การใช้คำเรียกชื่อ	53	17.00
4. การใช้คำที่มีความหมายโดยนัย	30	9.60
5. การใช้อักษรย่อ	30	9.60
6. การใช้คำสแลง	23	7.30
7. การใช้สมญานาม	21	6.70
8. การใช้คำเลียนเสียง	1	0.30
รวม	313	100



ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงลักษณะการใช้ถ้อยคำในการตั้งชื่อคลิปรายการโหนกระแส



จากตารางที่ 1 และแผนภูมิภาพที่ 1 สามารถสรุปลักษณะการใช้ถ้อยคำในการตั้งชื่อศิลปรายการโทรทัศน์โหนกระแสได้ ดังนี้

#### 1.1 การใช้คำเรียกชื่อ

คำเรียกชื่อ หมายถึง คำที่ใช้เรียกบุคคลผู้เกี่ยวข้องกับข่าว ซึ่งปรากฏในชื่อศิลปรายการข่าวโทรทัศน์ออนไลน์ ผู้วิจัยได้ศึกษาการใช้คำเรียกชื่อบุคคลในรายการโหนกระแส ทาง [www.ch3plus.com](http://www.ch3plus.com) พบว่ามี 6 ลักษณะ ดังนี้

1.1.1 การใช้คำเรียกชื่อที่มีเฉพาะชื่อจริง พบว่ามีจำนวน 11 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 20.70 ตัวอย่างเช่น

**‘พันธยศ’ เจ้าของตึก ปิดไม่เกี่ยวข้องกับ  
‘บอย ไนท์มาร์เก็ต’ และหน้ากากอนามัยที่หายไป**

(โหนกระแส, 9 มีนาคม 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น พันธยศ หมายถึง นายพันธยศ อัครอมรพงศ์ เป็นนักธุรกิจ อดีตนักวิชาการประจำคณะกรรมการการเกษตรและสหกรณ์ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งประธานยุทธศาสตร์พรรคภรรดาธรรมา และประธานกรรมการ ไทยเฮลท์กรุป ซึ่งชื่อศิลปนี้กล่าวถึง นายพันธยศ อัครอมรพงศ์ ปฏิเสธว่าไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกักตุนหน้ากากอนามัย

1.1.2 การใช้คำเรียกชื่อที่มีเฉพาะชื่อเล่น พบว่ามีจำนวน 29 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 54.70 ตัวอย่างเช่น

**เปิดใจ ‘โบว์ - เจน - นุ่น’ ซูเปอร์วาเลนไทน์  
หลังกระแสกลับมามีในยุควิด - 19**

(โหนกระแส, 7 เมษายน 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น ‘โบว์ - เจน - นุ่น’ เป็น ชื่อเล่นของนางสาวกัลยาณัฐศนา แก่นแก้ว นางสาวเจนจิรา เจริญทองคำ และนางสาวนัทธมล นิลคูหา ตามลำดับ ทั้งสามคนเป็นนักร้องลูกทุ่งในวงซูเปอร์วาเลนไทน์ ออกผลงานอัลบั้มแรก โดยมีเพลงซูเปอร์วาเลนไทน์ ซึ่งมีเนื้อเพลงแนะนำตัวว่า “เจนคะ เจนคะ หนูชื่อเจน มากับนุ่น และก็มากับโบว์ นุ่นคะ นุ่นคะ หนูชื่อนุ่น มากับเจน และก็มากับโบว์ โบว์คะ โบว์คะ หนูชื่อโบว์ มากับนุ่น และก็มากับเจน” ทำให้สร้างจุดจำให้แฟนเพลงได้ และเมื่อชื่อเล่นดังกล่าวมาปรากฏในชื่อศิลปผู้บริโภคข่าวจะทราบเนื้อหาข่าวได้ทันที ซึ่งชื่อศิลปนี้กล่าวถึง เพลงดังกล่าวกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งในช่วงการแพร่กระจายของโรคโควิด - 19 ที่มีการรณรงค์ให้ประชาชนอยู่บ้าน

1.1.3 การใช้คำเรียกชื่อจริงนามสกุลจริง พบว่ามีจำนวน 1 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตัวอย่างเช่น

**‘แสงสุรีย์ รุ่งโรจน์’ บุคคลึงทวงสิทธิเงินเยียวยา  
เหตุลงทะเลเบียดไม่ได้ เกือบหมดหวัง ‘บิณฑ์-เอกพันธ์’ โผล่ช่วย**

(โหนกระแส, 14 พฤษภาคม 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น แสงสุรีย์ รุ่งโรจน์ เป็นนักร้องลูกทุ่งชื่อดังในอดีตที่มีความแตกต่างจากนักร้องลูกทุ่งรุ่นเดียวกัน โดยมีผลงานเพลงโด่งดัง ได้แก่ เพลง “แห่ขันหมาก” ปัจจุบันความนิยมลดลงไป ทำให้เขาประสบปัญหาทางการเงิน ซึ่งชื่อศิลปนี้กล่าวถึง แสงสุรีย์ รุ่งโรจน์ เข้าประท้วงหน้ากระทรวงการคลัง เรื่องปัญหาในการลงทะเลเบียดเพื่อเข้าโครงการเยียวยาผู้รับผลกระทบจากโควิด-19

1.1.4 การใช้คำเรียกชื่อเล่นและชื่อจริง พบว่ามีจำนวน 2 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 1.90 ตัวอย่างเช่น

**หนังคนละม้วน! คู่กรณี ‘ลูกตาล-ชโลมจิต’  
แจงยืมเงิน 1.4 ล้าน ผ่านไป 2 ปีไม่คืน**

(โหนกระแส, 5 กุมภาพันธ์ 2563)



จากตัวอย่างข้างต้น ลูกตาล-ชโลมจิต หมายถึง ชโลมจิต จันทรเกตุ เป็นบุคคลในวงการบินเชิงสายประกวดนางงาม และเคยได้รับตำแหน่งรองมิสไทยแลนด์เวิลด์ อันดับ 3 เมื่อปี พ.ศ.2533 ซึ่งแฟนคลับนางงามโดยส่วนใหญ่มักนิยมเรียกนางงามแต่ละคนจากชื่อเล่นและตามด้วยชื่อจริง เมื่อชื่อดังกล่าวมาปรากฏในชื่อคลิปจึงเป็นการใช้การเรียกชื่อตามความนิยมจากผู้คนทั่วไป ซึ่งในที่นี้กล่าวว่า สองปีที่ผ่านมา ชโลมจิต จันทรเกตุ ไม่รับผิดชอบหนี้สิน จำนวนเงิน 1.4 ล้านบาท

1.1.5 การใช้คำเรียกชื่อเล่นและนามสกุลจริง พบว่ามีจำนวน 4 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตัวอย่างเช่น

### เกี่ยวไม่เกี่ยว? 'พีท ทองเจือ' โผล่แจจหลังปรากฏในคลิป กับคนเปิดกรุคลังหน้ากากอนามัย

(โหนกระแส, 9 มีนาคม 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น พีท ทองเจือ หมายถึง ธนภณ ทองเจือ เป็นบุคคลในวงการบินที่เป็นทั้งนักร้องและนักแสดง ต่อมาผันตัวเป็นผู้กำกับและผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ เมื่อปรากฏชื่อในชื่อคลิปทำให้ผู้บริโภคชาวทราบได้ทันทีถึงบุคคลในข่าว ซึ่งชื่อคลิปนี้กล่าวว่า นายธนภณ ทองเจือ มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกักตุนหน้ากากอนามัยหรือไม่ เพราะถูกเชื่อมโยงว่าเป็นดาราทูที่เกี่ยวกับกลุ่มคนกักตุนและจำหน่ายหน้ากากอนามัยกว่า 200 ล้านชิ้น เขาจึงออกมาแสดงความบริสุทธิ์ใจผ่านรายการโหนกระแส

1.1.6 การใช้คำบอกยศ ตำแหน่ง อาชีพ นำหน้าชื่อเล่น พบว่ามีจำนวน 4 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 11.40 ตัวอย่างเช่น

### วิเคราะห์สถานการณ์โควิด-19 ในอนาคตกับ 'หมอมนูญ'

(โหนกระแส, 9 เมษายน 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น หมอมนูญ หมายถึง นายแพทย์ มนูญ ลีเชวงวงศ์ ผู้สำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรแพทยศาสตรบัณฑิต คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล ปัจจุบันดำรงตำแหน่งหัวหน้าห้องไอซียูเฉพาะทางด้านโรคระบบการหายใจผู้ป่วยหนัก และโรคผู้สูงอายุ ประจำที่โรงพยาบาลวิชัยยุทธ ซึ่งชื่อคลิปนี้กล่าวว่า นายแพทย์ มนูญ ลีเชวงวงศ์ มาวิเคราะห์และเผยแพร่ข้อมูลถึงทฤษฎีเรื่องเชื้อโควิด-19 ว่ามีอยู่ 2 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ เชื้อจากทางอู่อื่น และเชื้อจากอิตาลีที่มีความรุนแรงกว่าเป็นเท่าตัว รวมไปถึงข้อมูลทางการแพทย์จำนวนหนึ่งที่บ่งบอกถึงวิวัฒนาการของเชื้อไวรัส

1.2 การใช้สมญานาม คือ การกำหนดคำเรียกชื่อให้บุคคลนั้นให้ต่างไปจากชื่อจริงและนามสกุลจริงของบุคคลนั้น ๆ แต่แสดงนัยยะให้เข้าใจได้ว่าหมายถึงบุคคลใด จากการศึกษาการตั้งชื่อคลิปรายการข่าวโทรทัศน์ออนไลน์ ใน [www.ch3plus.com](http://www.ch3plus.com) พบว่าการใช้สมญานาม 2 ลักษณะ ดังนี้

1.2.1 การใช้สมญานามที่แสดงเอกลักษณ์และคุณสมบัติเด่นเฉพาะตัว พบว่ามีจำนวน 6 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 28.60 ตัวอย่างเช่น

### อะไรยังงั! ชาวบ้านง ทายาทเครื่องดีมชูกำลัง หลุดคดีชน ตร. ตาย - 3 ทนายตั้งร่วมถกข้อสงสัย

(โหนกระแส, 24 กรกฎาคม 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น ทายาทเครื่องดีมชูกำลัง เป็นสมญานามของ นายวรยุทธ อยู่วิทยา หลานของ นายเฉลียว อยู่วิทยา ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งบริษัทเครื่องดื่มกระเทียมแดง ซึ่งชื่อคลิปนี้กล่าวว่า ประชาชนสงสัยเกี่ยวกับการพันข้อกล่าวหาในคดีความของนายวรยุทธ อยู่วิทยา ทนายทั้ง 3 คนจึงมาร่วมกันสนทนาถึงเหตุการณ์ดังกล่าวในรายการโหนกระแส ซึ่งประกอบด้วย ทนายเจมส์ นิติธร แก้วโต ทนายรัชพล ศิริสาคร และทนายรณณรงค์ แก้วเพ็ชร ประธานเครือข่ายรณรงค์ทวงคืนความยุติธรรมในสังคม จะเห็นได้ว่า นายวรยุทธ อยู่วิทยา เป็นทายาทคนสำคัญของเจ้าของธุรกิจเครื่องดื่มกระเทียมแดง อันแสดงถึงคุณสมบัติเฉพาะตัวที่โดดเด่น ซึ่งสร้างความน่าสนใจให้ชื่อคลิปได้เป็นอย่างดี



1.2.2 การใช้สมญานามที่บอกความสามารถ พฤติกรรมและบทบาท พบว่ามีจำนวน 15 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 71.40 ตัวอย่างเช่น

**‘น้องนို့ต’ ยอดกตัญญู รับจ้างบวชเณรหน้าไฟ  
หารายได้เลี้ยงดูแม่ตาบอด บอก‘ไม่อยากรให้แม่เหนื่อย’**

(โหนดกระแส, 9 มิถุนายน 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น ‘น้องนို့ต’ ยอดกตัญญู เป็นสมญานามของเด็กชายชานูพงษ์ คำขาว อายุ 10 ขวบ ซึ่งได้รับจ้างบวชเณรหน้าไฟ หารายได้ 200-300 บาท เลี้ยงดูแม่ตาบอด ที่ตำบลถ้ำกระต่ายทอง อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร ด้วยเหตุผลว่าต้องการช่วยแม่และจะดูแลแม่ให้ดีที่สุด อันเป็นพฤติกรรมต้นแบบในการตอบแทนผู้มีพระคุณ จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมของเด็กชายชานูพงษ์ คำขาว สะท้อนผ่านสมญานามในการตั้งชื่อคลิป ซึ่งสื่อความหมายของเนื้อหาข่าวได้เป็นอย่างดี

1.3 การใช้คำเลียนเสียง คือ การใช้คำที่ออกเสียงเช่นเดียวกับเสียงพูด มีทั้งการลากเสียง การขึ้นเสียงสูง หรือการใช้คำอุทาน เพื่อเพิ่มสีสันให้แก่ชื่อคลิปข่าว จากการศึกษาพบว่า ปรากฏการใช้คำเลียนเสียงจำนวน 1 คำ คิดเป็นร้อยละ 0.30 ตัวอย่างเช่น

**ลูกจ้างมีเฮ! ภาครัฐแจ่งมีมาตรการเยียวยา  
สำหรับผู้ได้รับผลกระทบจากโควิด-19**

(โหนดกระแส, 26 มีนาคม 2563)

จากตัวอย่างข้างต้นสามารถตีความได้ว่า คำว่า “เฮ” หมายถึง ลักษณะการเปล่งเสียงเพื่อแสดงความรู้สึกดีของบรรดาลูกจ้าง หลังจากรัฐบาลประกาศมาตรการเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคข่าวเห็นถึงอาการดังกล่าวได้

1.4 การใช้คำสแลง คือ ถ้อยคำหรือสำนวนที่ใช้เข้าใจกันเฉพาะกลุ่มหรือชั่วระยะเวลาหนึ่ง ไม่ใช่ภาษาที่ยอมรับกันว่าถูกต้อง จากการศึกษาพบว่ามีการใช้คำสแลงจำนวน 23 คำ คิดเป็นร้อยละ 7.30 ตัวอย่างเช่น

**‘สิตางค์ บัวทอง’ ลั่น “ฉันจะไม่ยอมแล้วนะ”  
หลังโดนสั่งลบบทสัมภาษณ์บนผนังโบสถ์**

(โหนดกระแส, 4 มิถุนายน 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า “ลั่น” หมายถึง ก.มีเสียงดัง เช่น ไฟลั่น ไม้ลั่น กระดานลั่น, ทำให้มีเสียงดังหรือทำให้เกิดเสียงดัง เช่น ลงบันได บันไดลั่น บิดตัวจนกระดูกลั่น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554: ออนไลน์) จากความหมายข้างต้นสามารถตีความได้ว่า “ลั่น” เป็นคำสแลง หมายถึง การหลุดปากหรือพูดกล่าวบอกรออกมาของสิตางค์ บัวทอง เนตไอดอลชื่อดังว่าต้องการให้มีภาพวาดเหมือนเดิม หลังจากสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดอุทัยธานีสั่งเปลี่ยนแปลงอิริยาบถในภาพวาดบนผนังโบสถ์วัดหนองเต่า ตำบลอุทัยเก่า อำเภอหนองขา จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งเป็นภาพวาดร่วมสมัย โดยมีภาพของสิตางค์ บัวทอง กับตำนานสัมฤทธิ์เป็นส่วนหนึ่งในภาพวาดด้วย

**แหกอีก! กู๊ดดี เผยชีวิตเมืองเดียวกับ ฌอน  
แซะวิธีหาเงินไลฟ์ไค้ช (บางคน) ทยายจี ตรี.หาตัว ห่วงถือพาสปอร์ตอเมริกัน**

(โหนดกระแส, 6 กรกฎาคม 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า “แหก” หมายถึง ก.แยกออก ถ่างออก ทำให้ร้าออก เช่น แหกขา ใช้กำลังฟันฝ่าออกไป เช่น แหกคุก (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554: ออนไลน์) จากความหมายข้างต้น คำว่า “แหก” เป็นคำสแลง หมายถึง การเปิดเผยความลับ



ของฉอน บุรณะหิรัญ โดยรายการได้สัมผัสภาษาญี่ปุ่นเปิดใจ กู๊ดดี้ ผู้ที่ใช้ชีวิตในอเมริกา 24 ปี และอาศัยอยู่เมืองเดียวกับที่ ฉอน บุรณะหิรัญ จึงรู้ความจริง พร้อมด้วย ทนายรณรงค์ แก้วเพ็ชร หนึ่งในคนที่เข้าแจ้งความกรณีรับบริจาคของฉอนเข้าร่วมพูดคุยด้วย

1.5 การใช้คำภาษาอังกฤษ หมายถึง ภาษาอื่นที่บุคคลหนึ่งไม่ได้ใช้สื่อสารพูดคุยในเวลาปกติ สำหรับผู้ที่ใช้ภาษาใดภาษาหนึ่งหรือมากกว่าเป็นหลัก ผู้วิจัยได้ศึกษาการใช้คำภาษาอังกฤษ พบว่ามี 2 ลักษณะ ดังนี้

1.5.1 รูปคำภาษาอังกฤษ หมายถึง การใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษมาเขียน ในประโยคหรือข้อความที่บริบทเป็นภาษาไทย ซึ่งจากการศึกษาพบว่ามีกริยารูปคำภาษาอังกฤษจำนวน 4 คำ คิดเป็นร้อยละ 7.40 ตัวอย่างเช่น

#### **เภสัชจูปา คิดค้นชุดตรวจโควิด-19 'Strip Test Service'**

##### **ตรวจง่าย จ่ายถึง เพื่อนคนไทย**

(ในนกระแส, 31 มีนาคม 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น Strip Test Service หมายถึง ชุดทดสอบที่คิดค้นโดยอาจารย์คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การทดสอบอาศัยหลักการทางภูมิคุ้มกันร่างกาย เป็นการตรวจหาแอนติบอดีในเลือด ซีรัม ใช้เวลาเพียง 10-15 นาทีในการตรวจวินิจฉัยเพื่อคัดกรองเบื้องต้น ซึ่งชื่อคลิปนี้กล่าวถึง อาจารย์คณะเภสัชศาสตร์โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ ได้ค้นพบชุดตรวจดังกล่าวแล้ว

1.5.2 คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ หมายถึง การใช้ตัวอักษรไทยเขียนแทนเสียงในภาษาอังกฤษ จากการศึกษาพบว่าปรากฏการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ จำนวน 50 คำ คิดเป็นร้อยละ 92.60 ตัวอย่างเช่น

#### **'ยาอาวิแกน' ความหวังใหม่ช่วยสู้โควิด-19**

##### **ขณะโฆษก กทม. ชี้กรุงเทพฯ พร้อมล็อกดาวน์ แต่ยังไม่ได้**

(ในนกระแส, 20 มีนาคม 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า "อาวิแกน" เป็นคำทับศัพท์มาจากภาษาอังกฤษว่า Avigan ซึ่งเป็นชื่อเรียกยารักษาชนิดหนึ่งที่เกิดโดยบริษัท "ฟูจิฟิล์ม โทยามะ เคมิคัล" (Fujifilm Toyama Chemical) เพื่อใช้การรักษาผู้ป่วยที่ติดเชื้อโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 หลังจากมีรายงานจากศูนย์พัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติจีนว่ายาดังกล่าวให้ผลการรักษาเป็นที่น่าพอใจและมีความปลอดภัยสูง คำว่า "โควิด-19" เป็นคำทับศัพท์มาจากภาษาอังกฤษว่า COVID-19 ซึ่งเป็นคำย่อจาก Corona Virus Disease 2019 หมายถึง โรคติดต่อที่เกิดจากไวรัสโคโรนาชนิดที่มีการค้นพบล่าสุด ระบาดครั้งแรกในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีนเมื่อปลายปี 2019 และขณะนี้กำลังระบาดไปทั่วโลก และคำว่า "ล็อกดาวน์" เป็นคำทับศัพท์มาจากภาษาอังกฤษว่า lockdown หมายถึง มาตรการการปิดเมือง หรือ ปิดประเทศ เพื่อหยุดหรือสกัดกั้นการแพร่ระบาดของโควิด-19 โรคระบาดที่ระบาดรุนแรงอยู่ทั่วโลก ซึ่งถือว่าการยกระดับมาตรการการสกัดกั้นการแพร่ระบาดที่เข้มงวดขึ้น สร้างความปลอดภัยให้กับคนในเมืองนั้น ๆ กล่าวโดยสรุปล็อกดาวน์ไม่มีนิยามแน่ชัดขึ้นอยู่กับนโยบายและระดับความรุนแรงของสถานการณ์ของแต่ละประเทศ

1.6 การใช้คำที่มีความหมายโดยนัย คือ ความหมายของคำ หรือข้อความ ในแง่มุมอื่น ๆ ที่มีใช้ความหมายหลักหรือความหมายที่รู้จักกันโดยทั่วไป จากการศึกษาพบว่าปรากฏการใช้คำที่มีความหมายโดยนัย จำนวน 30 คำ คิดเป็นร้อยละ 9.60 ตัวอย่างเช่น

#### **วิเคราะห์จุดเริ่มต้นทหารคลังกราตยิงผู้บริสุทธิ์ สู่ผลกระทบของสังคมที่อยากหาจุดจบจากฝันร้าย**

(ในนกระแส, 11 กุมภาพันธ์ 2563)



จากตัวอย่างข้างต้น ผืน หมายถึง การเห็นเป็นเรื่องราวเมื่อหลับ และโดยปริยาย หมายถึง การนึกเห็นในขณะที่ตื่นอยู่ ซึ่งไม่อาจจะเป็นจริงได้ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) และร้าย หมายถึง ดู เช่น ใจร้าย ขี้ เช่น ปากร้าย คนร้าย ไม่ดี เช่น เคราะห์ร้าย โชคร้าย ชะตาร้าย ที่เป็นอันตราย เช่น พิษร้าย เนื้อร้าย โรคร้าย (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ผืนร้ายจึงหมายถึง การเห็นเรื่องราวร้าย ๆ ที่เป็นอันตรายขณะหลับอยู่ ในที่นี้หมายถึง ความรู้สึกที่หนักกลัว หวาดระแวง ความทรงจำอันเลวร้ายของประชาชน จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในอดีตอันหมายถึง การกระทำของเจ้าสิบเอกจักรพันธ์ ถมมา กราดยิงที่จังหวัดนครราชสีมา และสังคมไม่ต้องการให้เกิดขึ้นอีก จึงอยากให้เรื่องราวที่เกิดขึ้นเป็นเพียงความฝันร้าย

1.7 การใช้อักษรย่อ หมายถึง การย่อคำด้วยตัวอักษรทั้งที่เป็นที่เข้าใจกันดีอยู่แล้ว หรือเป็นไปตามราชบัณฑิตยสถานกำหนด หรือเป็นอักษรย่อที่คิดขึ้นใหม่ จากการศึกษาการตั้งชื่อคลิปรายการข่าวโทรทัศน์ออนไลน์ [www.ch3plus.com](http://www.ch3plus.com) พบว่า มีจำนวน 30 คำ คิดเป็นร้อยละ 9.60 ตัวอย่างเช่น

**พ่อค้าหอยแครงแฉโดน 3 ตร.คว่ำปิ่นจี้-  
เรียกเงิน 5 ล้านจริง ลั่นอยากให้ ผบ.ตร. ลงพื้นที่ชี้แจง**

(โหนดกระแส, 22 พฤษภาคม 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น ตร.และผบ.ตร. เป็นการใช้อักษรย่อจากคำว่า ตำรวจ และผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ ตามลำดับ ซึ่งชื่อคลิปนี้กล่าวถึง เจ้าหน้าที่ตำรวจเรียกเงิน 5 ล้านบาทจากพ่อค้ารับซื้อหอยแครงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งนายอรุษา บินมุซา ได้ให้สัมภาษณ์ในรายการโหนดกระแสเพื่อเรียกร้องความเป็นธรรม เนื่องจากชาวบ้านได้รับการอนุญาตให้จับหอยแครงได้ตามกฎหมายโดยวิธีธรรมชาติ และเรียกร้องให้ พลตำรวจเอก จักรทิพย์ ชัยจินดา ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติคนปัจจุบันออกมาชี้แจงถึงเรื่องดังกล่าวด้วย จะเห็นได้ว่าเมื่อใช้คำย่อในการตั้งชื่อคลิปจะช่วยให้ชื่อมีความกระชับยิ่งขึ้น

1.8 การใช้ภาษาปาก หมายถึง ภาษาพูดที่แสดงความคุ้นเคย ไม่เหมาะที่จะใช้เป็นพิธีการ จากการศึกษาการตั้งชื่อคลิปรายการข่าวโทรทัศน์ออนไลน์ [www.ch3plus.com](http://www.ch3plus.com) พบว่ามีการใช้ภาษาปาก 2 ลักษณะ ดังนี้

1.8.1 ภาษาปากที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงรูปคำ พบว่ามีจำนวน 48 คำ คิดเป็นร้อยละ 47.50 ตัวอย่างเช่น

**ของจริง! เปิดใจผู้เคยเห็นผีสาวอุทัยฯ แอดมินเพจดัง  
โชว์เจ๋ง ทำพิธีส่งผีก่อนหมอบลาไปถึง**

(โหนดกระแส, 29 มิถุนายน 2563)

จากตัวอย่างข้างต้นคำว่า “เจ๋ง” เป็นคำภาษาปาก หมายถึง ยอดเยี่ยม, ดีเลิศ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) และปัจจุบันมีการใช้คำนี้อย่างแพร่หลาย ซึ่งชื่อคลิปนี้กล่าวถึง นายจักรินทร์ เถระปัญญา หรือ อาร์ท แอดมินเพจตามติดผี นายเทศนิธิ เทพวงศ์ เป็นตัวแทนผู้เจอวิญญาณ และนายวงศ์เกษม ศาสตราคมฤทธิ์ ผู้ถูกวิญญาณเข้าสิง เล่าว่าตนเองมีผีมาใช้ร่างกายโดยไม่รู้ตัว และได้ทำพิธีเลี้ยงสะตวงและทำทานบริจาคข้าวสารเพื่อส่งผีให้ไปจุติในภพภูมิใหม่ตามความเชื่อของคนในจังหวัดอุทัยธานี โดยระหว่างสัมภาษณ์ ทางรายการโหนดกระแสได้โทรศัพท์ติดต่อกับนายจระพันธ์ เพชรขาว หรือหมอบลา มาพูดคุยเกี่ยวกับเหตุการณ์ดังกล่าว พร้อมยืนยันว่า ไม่พบเจอดวงวิญญาณและผีเฮี้ยนแม้แต่ตัวเดียว

1.8.2 ภาษาปากที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปคำ พบว่ามีจำนวน 52 คำ คิดเป็นร้อยละ 52.50 ตัวอย่างเช่น

**อลหม่าน! คลังตอบปม “เงินเยียวยาไม่ทั่วถึง”  
พร้อมแนะวิธีแก้ปัญหา ยืนยันดูแลทุกภาคส่วน**

(โหนดกระแส, 30 เมษายน 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า “คลัง” และคำว่า “แนะ” เป็นคำย่อจากการตัดคำจากคำว่า “กระทรวงการคลัง” และคำว่า “แนะนำ” ตามลำดับ ซึ่งสื่อคลิปนี้กล่าวถึง กระทรวงการคลังออกมาชี้แจงหลังเกิดปัญหาในการกระจายความช่วยเหลือเยียวยา ผู้ได้รับผลกระทบจากโรคโควิด-19 และแนะนำถึงวิธีการแก้ปัญหาในสถานการณ์ดังกล่าว พร้อมยืนยันดูแลทุกภาคส่วน

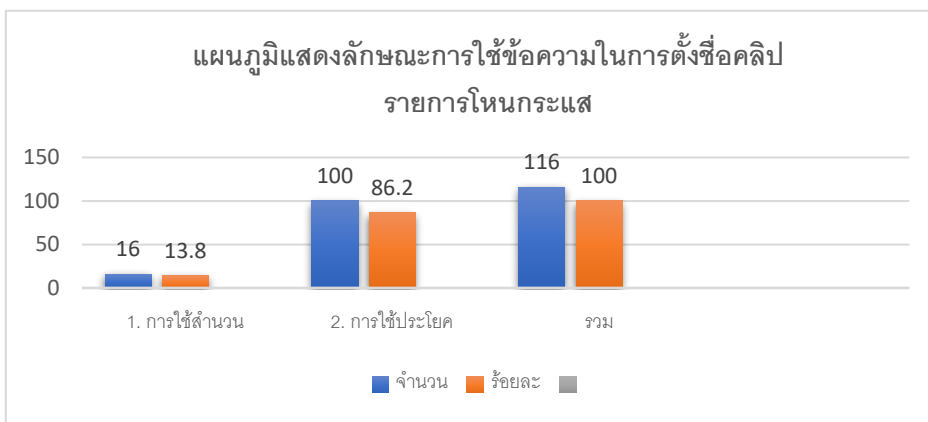
จากลักษณะการใช้ถ้อยคำดังอธิบายข้างต้น จะเห็นได้ว่าปรากฏลักษณะถ้อยคำหลายประเภท ซึ่งล้วนแต่สร้างความน่าสนใจและมีความสำคัญต่อการตั้งชื่อคลิปรายการข่าวโทรทัศน์ออนไลน์เป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นหน่วยที่มีความหมายในตนเอง สามารถสื่อความหมายออกมาได้ชัดเจน อีกทั้งทำให้ชื่อคลิปรายการข่าวโทรทัศน์ออนไลน์ กระชับ สะดวกต่อการอ่าน ในช่วงระยะเวลาสั้น และดึงดูดให้น่าสนใจได้เป็นอย่างดี

## 2. การใช้ข้อความในการตั้งชื่อคลิปรายการข่าวออนไลน์

ในการศึกษาการใช้ภาษาการตั้งชื่อคลิปรายการข่าวโทรทัศน์ออนไลน์ รายการโทรทัศน์ใน [www.ch3plus.com](http://www.ch3plus.com) คณะผู้วิจัยพบว่ามีการใช้ข้อความ 2 ลักษณะ จากทั้งหมด 116 ตอน โดยแบ่งการใช้ข้อความในการตั้งชื่อคลิปรายการข่าวโทรทัศน์ออนไลน์ดังกล่าวได้ ดังนี้

ตารางที่ 2 ลักษณะการใช้ข้อความในการตั้งชื่อคลิปรายการโทรทัศน์โทรทัศน์

ลักษณะการใช้ข้อความ	จำนวน	ร้อยละ
1. การใช้สำนวน	16	13.80
2. การใช้ประโยค	100	86.20
รวม	116	100



ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงลักษณะการใช้ข้อความการตั้งชื่อคลิปรายการโทรทัศน์

จากตารางที่ 2 และแผนภูมิภาพที่ 2 สามารถสรุปลักษณะการใช้ถ้อยคำในการตั้งชื่อคลิปรายการโทรทัศน์โทรทัศน์ได้ ดังนี้

2.1 การใช้สำนวน หมายถึง การใช้สำนวนไทยหรือสำนวนที่สร้างขึ้นใหม่เพื่อประกอบการตั้งชื่อคลิปรายการข่าว จากการศึกษาการใช้ภาษาการตั้งชื่อคลิปรายการข่าวโทรทัศน์ออนไลน์ รายการโทรทัศน์ใน [www.ch3plus.com](http://www.ch3plus.com) พบว่ามี 16 สำนวน คิดเป็นร้อยละ 13.80 ตัวอย่างเช่น

**งเป็นไก่อตาแตก? หัวหน้าพยาบาล สอนกลับยันไม่รู้จัก  
“การ์ตูน” ลั่นไม่ปล่อยลอยนวล ช้าชุดก็ใส่ผิด**

(โทรทัศน์, 11 มิถุนายน 2563)



จากตัวอย่างข้างต้น งบประมาณที่แตก หมายถึง งบประมาณทำอะไรไม่ถูก (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ซึ่งชื่อตอนนี้กล่าวถึงความฉงนของสมพร พุทธรักษ์ศักดิ์ หัวหน้าพยาบาลโรงพยาบาลพระนั่งเกล้า เกี่ยวกับพฤติกรรมของน้องการ์ตูน และกล่าวชัดเจนว่าไม่รู้จักร้องการ์ตูน พร้อมเปิดเผยว่าพฤติกรรมดังกล่าว ที่ใส่ชุดพยาบาลโดยที่ไม่ได้ประกอบอาชีพพยาบาลนั้นผิดกฎหมายและไม่ถูกต้อง

2.2 การใช้ประโยค หมายถึง การใช้ถ้อยคำที่มีใจความสมบูรณ์ ซึ่งประกอบด้วยภาคประธานและภาคแสดง หรือบางกรณีอาจละภาคประธานของประโยคก็ได้ ซึ่งจากการศึกษาการตั้งชื่อคลิปรายการข่าวโทรทัศน์ออนไลน์ [www.ch3plus.com](http://www.ch3plus.com) พบว่าการใช้ประโยค 2 ลักษณะ ดังนี้

2.2.1 การใช้ประธานนำหน้าประโยค หมายถึง การนำผู้กระทำขึ้นต้นประโยค ซึ่งจากการศึกษาการใช้ภาษาการตั้งชื่อคลิปรายการข่าวโทรทัศน์ออนไลน์ รายการโหนกระแส ใน [www.ch3plus.com](http://www.ch3plus.com) พบว่ามี 51 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 44.00 ตัวอย่างเช่น

**‘ลุงพล’ แฉเหตุไม่เต็มน้ำร่วมสาบาน-ปักธูปกลับหัว  
เป็นความเชื่อส่วนบุคคล “หมอลลา” ซ้ำพร้อมลงพื้นที่ต่อ ไม่หวั่นแม่ถูกไล่**

(โหนกระแส, 31 กรกฎาคม 2563)

จากประโยคข้างต้นจะเห็นได้ว่า คำว่าลุงพล ทำหน้าที่ประธานของประโยค และคำว่า “แฉ” ทำหน้าที่กริยาของประโยค จึงกล่าวได้ว่าประโยคข้างต้นเป็นการใช้ประธานนำหน้าประโยค

2.2.2 การละประธานของประโยค หมายถึง การขึ้นต้นประโยคด้วยคำกริยา มักปรากฏในการตั้งชื่อข่าว ซึ่งปกติแล้วประโยคจะประกอบไปด้วยประธานและกริยา ส่วนกรรมาอาจมีหรือไม่มีก็ได้ ถ้าเป็นกรรมากริยาที่ไม่จำเป็นต้องมีกรรมารับ ดังนั้นส่วนสำคัญของประโยคคือ ประธานกับกริยา แต่อาจเพื่อเน้นกริยาให้มีความหนักแน่นหรือเพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้อ่าน จึงละประธานของประโยค ซึ่งจากการศึกษาการใช้ภาษาการตั้งชื่อคลิปรายการข่าวโทรทัศน์ออนไลน์ รายการโหนกระแส ใน [www.ch3plus.com](http://www.ch3plus.com) พบว่ามี 49 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 42.20 ตัวอย่างเช่น

**ถามจี้! สังคมเร่งตรวจสอบหมอลลาไสยพิสดาร  
ใช้วิธีรักษาล้วงจุดลับ ส่อลวงละเมิดทางเพศ**

(โหนกระแส, 11 พฤษภาคม 2563)

จากประโยคข้างต้น คำว่า ถามจี้ เป็นคำแรกของประโยคซึ่งมีความหมายว่า ตั้งปัญหาหรือประเด็นเพื่อให้ได้คำตอบอย่างกระชั้นชิด จะเห็นได้ว่าคำว่า สังคม เป็นประธานของคำกริยาทั้ง ถามจี้ และเร่งตรวจสอบ แต่ในประโยคแรกต้องการเน้นกริยาว่าถามจี้ จึงมีการละประธานของประโยค จึงสรุปได้ว่าประธานในประโยคที่โดนละไปคือ คำว่า “สังคม” ซึ่งในข้อความที่โดนละไปอาจเป็นประโยคที่ว่า “สังคมถามจี้! สังคมเร่งตรวจสอบหมอลลาไสยพิสดาร ใช้วิธีรักษาล้วงจุดลับ ส่อลวงละเมิดทางเพศ” จากลักษณะการใช้ข้อความ

### สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาลักษณะการใช้ภาษาในการตั้งชื่อคลิปรายการโทรทัศน์ออนไลน์ รายการโหนกระแส คณะผู้วิจัยสรุปผลเพื่ออภิปรายผล ดังต่อไปนี้

การตั้งชื่อคลิปรายการโทรทัศน์ออนไลน์ของรายการโหนกระแส ปรากฏลักษณะการใช้ถ้อยคำมากที่สุดคือ การใช้ถ้อยคำภาษาปาก จำนวน 101 คำ คิดเป็นร้อยละ 32.20 โดยจำแนกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การใช้คำภาษาปากที่มีการเปลี่ยนรูปคำจำนวน 52 คำ คิดเป็นร้อยละ 52.50 และภาษาปากที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงรูปคำ จำนวน 48 คำ คิดเป็นร้อยละ 47.50 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่าปรากฏการใช้ภาษาลักษณะต่าง ๆ ตามลำดับ ได้แก่ การใช้คำภาษาอังกฤษ จำนวน 54 คำ คิดเป็นร้อยละ 17.30 โดยจำแนกออกเป็นประเภท คือ คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ จำนวน 50 คำ คิดเป็นร้อยละ 92.60 และรูปคำภาษาอังกฤษ จำนวน 4 คำ คิดเป็นร้อยละ 7.40 ตามลำดับ การเรียกชื่อจำนวน 53 คำ คิดเป็นร้อยละ 17.00 โดยจำแนกออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ การใช้คำเรียกชื่อที่มีเฉพาะชื่อเล่น จำนวน 29 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 54.70 การใช้คำเรียกชื่อที่มีเฉพาะชื่อจริง จำนวน 11 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 20.70 การใช้คำบอกยศ ตำแหน่ง อาชีพ นานาน้ำชื่อเล่น จำนวน 4 ชื่อ คิดเป็น 11.40 การใช้คำเรียกชื่อเล่นและนามสกุลจริง จำนวน 4 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 7.50 การใช้คำเรียกชื่อเล่นและชื่อจริง จำนวน 2 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 1.90 และการใช้คำเรียกชื่อจริงนามสกุลจริง จำนวน 1 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ การใช้คำที่มีความหมายโดยนัยและการใช้อักษรย่อประเภทละ 30 คำ คิดเป็นร้อยละ 9.60 การใช้คำสแลงจำนวน 23 คำ คิดเป็นร้อยละ 7.30 การใช้สมญานามจำนวน 21 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 6.70 โดยจำแนกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การใช้สมญานามที่บอกความสามารถ พฤติกรรมและบทบาท จำนวน 15 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 71.50 และการใช้สมญานามที่แสดงเอกลักษณ์และคุณสมบัติเด่นเฉพาะตัว จำนวน 6 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 28.60 ตามลำดับ ส่วนลักษณะการใช้ถ้อยคำที่ปรากฏน้อยที่สุด คือ การใช้คำเลียนเสียง จำนวน 1 คำ คิดเป็นร้อยละ 0.30

จากผลการศึกษาลักษณะการใช้ภาษาในการตั้งชื่อคลิปรายการโทรทัศน์ออนไลน์ รายการโหนกระแสด คณะผู้วิจัยสามารถอธิบายได้ว่า ลักษณะการใช้ถ้อยคำที่พบมากที่สุด คือ การใช้ถ้อยคำภาษาปาก เนื่องจากเป็นการใช้ภาษาในการเสนอข่าวสารหรือเหตุการณ์ที่ทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว ไม่ต้องอาศัยการตีความหรือแปลความแต่อย่างใด อีกทั้งยังสามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน ไม่ซับซ้อนทางความคิดหรือคลุมเครือในการตีแผ่มิติต่าง ๆ ของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาปากที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปคำ ซึ่งสามารถสื่อความหมายได้ดีด้วยความกระชับของถ้อยคำ อีกทั้งยังทำให้ความรู้สึกเข้าถึงอารมณ์ของผู้บริโภคข่าวสารได้ทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งมีความสำคัญในการตั้งชื่อคลิปอย่างมาก เพราะสามารถกระตุ้นความสนใจแก่ผู้พบเห็นได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่า การใช้ถ้อยคำที่น้อยที่สุดคือ การเลียนเสียง เนื่องจากลักษณะการใช้คำเลียนเสียงจะมุ่งทำให้ผู้อ่านเกิดจินตภาพ ซึ่งในการตั้งชื่อจะเน้นการสื่อความหมายได้ชัดเจน เข้าใจง่าย ครอบคลุมเนื้อหาข่าวสาร และสร้างความสนใจได้ทั้งหมด ดังนั้นการใช้คำเลียนเสียงจึงปรากฏใช้น้อยที่สุด

ส่วนลักษณะการใช้ข้อความ พบว่าปรากฏการใช้ประโยคมากที่สุด จำนวน 100 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 86.20 โดยจำแนกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การใช้ประธานนำหน้าประโยค จำนวน 51 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 51.00 และการใช้ประโยคละประธาน 49 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 49.00 ตามลำดับ และพบว่ามีการใช้สำนวนไทยและสำนวนที่เกิดขึ้นใหม่ จำนวน 16 สำนวน คิดเป็นร้อยละ 13.80

ลักษณะการใช้ประโยคที่พบมากที่สุด คือ การใช้ประธานนำหน้าประโยคนั้น เนื่องจากรูปแบบการนำเสนอข่าวจะเป็นการเชิญบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ภายในข่าวที่กำลังเป็นกระแสมาสัมภาษณ์ให้ข้อมูลชั้นปฐมภูมิ ดังนั้น การใช้ชื่อบุคคลเป็นประธานของประโยคจึงปรากฏมากที่สุด อีกทั้งประโยคที่นำหน้าด้วยประธานจะทำให้สื่อความหมายได้ชัดเจนว่า บุคคลใดมีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของข่าว ทำให้ผู้อ่านอนุมานถึงเนื้อหาในข่าวได้ง่ายขึ้น ซึ่งจะสร้างความสมบูรณ์ให้กับข้อความด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ในส่วนข้อความที่พบน้อยที่สุด คือ การใช้สำนวน ซึ่งคณะผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า การใช้สำนวนหนึ่งสำนวนใดให้สื่อความหมายได้ชัดเจนและครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดได้นั้น เป็นอุปสรรคในการตั้งชื่อคลิป เนื่องจากสำนวนมีขอบเขตของความหมายอย่างชัดเจน อีกทั้งการใช้สำนวนต้องอาศัยความเข้าใจในการแปลความหมายและการตีความหมาย การใช้สำนวนจึงไม่เป็นที่นิยมในการตั้งชื่อคลิปรายการโทรทัศน์ออนไลน์

จะเห็นได้ว่า ผลการศึกษาดังนี้สะท้อนให้เห็นว่าลักษณะการใช้ภาษาการตั้งชื่อคลิปรายการโทรทัศน์ออนไลน์ รายการโหนกระแสด มีความสอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง กลวิธีการตั้งชื่อรายการโทรทัศน์ (ปัทมา เรืองศรี, 2547) โดยเฉพาะปรากฏผลการศึกษาว่า มีวิวัฒนาการทางภาษาที่น่าสนใจด้วยการเพิ่มลักษณะการใช้คำที่มีเทคนิคทางภาษา กล่าวคือ ส่วนใหญ่จะตั้งชื่อ



เพื่อให้ผู้ชมทราบถึงข้อมูลเบื้องต้นของแต่ละตอนของรายการและสร้างความสนใจให้แก่ผู้บริโภควารสาร อีกทั้งลักษณะการใช้ภาษาดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบทของเว็บไซต์ (วิริยาภรณ์ ทองสุข, 2559) และเรื่อง รูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย (นนท์ธวัช ไชยวงษ์, 2560) นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า การตั้งชื่อคลิปรายการโทรทัศน์ออนไลน์ รายการไหนกระแส มีลักษณะการใช้ภาษาเหมือนกับลักษณะภาษาในการพาดหัวข่าว แต่เปลี่ยนเป็นรูปแบบออนไลน์ ทำให้ลักษณะการใช้ภาษาไม่เคร่งครัดเท่ากับภาษาที่นำเสนอทางรายการโทรทัศน์ ทั้งการใช้ภาษาปากและการใช้ชื่อบุคคลเป็นประธานในประโยคซึ่งปรากฏมากที่สุด เมื่อพิจารณาลักษณะการใช้ภาษาที่อธิบายมาข้างต้น ผู้ศึกษาเข้าใจได้ว่าเหตุใดจึงใช้ลักษณะภาษาเช่นนั้น การเลือกสรรภาษาจึงไม่อาจหลีกเลี่ยงเป้าหมายในการเสนอข่าวสารด้วยพลังของถ้อยคำและข้อความ ซึ่งนับเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ภาษาในสังคมที่มีความเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติของภาษาเพื่อให้เกิดความสะดุดตาสะดุดใจได้ บางครั้งการใช้ภาษาอาจกล่าวเกินความเป็นจริงไปจากเนื้อหาข่าว หรือมีการใช้คำและการเรียงประโยคไม่ถูกต้องตามหลักภาษาไทย ทั้งนี้เป็นไปเพื่อนัยทางธุรกิจ หากชื่อคลิปมีความน่าสนใจเท่าใด ผลกำไรก็เกิดแก่ผู้ผลิตมากเท่านั้น ดังนั้นการใช้ภาษาในการตั้งชื่อคลิปจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตามสื่อออนไลน์ยังต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ ในฐานะสื่อมวลชน และเป็นสื่อกลางในการตีแผ่เหตุการณ์บ้านเมือง จำเป็นต้องเสนอข่าวด้วยความถูกต้อง เทียบตรง เพื่อประโยชน์ของส่วนรวมและประเทศชาติเป็นสำคัญสืบไป

### ข้อเสนอแนะ

ลักษณะการใช้ภาษาการตั้งชื่อคลิปรายการข่าวโทรทัศน์ออนไลน์ รายการไหนกระแส ในเดือนกุมภาพันธ์ - กรกฎาคม พ.ศ.2563 ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจควรแก่การศึกษาค้นคว้า ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะลักษณะการใช้ภาษาในการตั้งชื่อจากชื่อคลิปรายการโทรทัศน์ออนไลน์ ซึ่งควรจะมีการศึกษาภาพสะท้อนทางสังคมจากชื่อรายการโทรทัศน์ออนไลน์
2. ควรจะมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบรายการประเภทเดียวกันนี้เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างรายการโทรทัศน์ออนไลน์

### บรรณานุกรม

- จินดา งามสุทธิ. (2523). *ภาษาและวรรณคดี*. กทม. สีนุกู: จินตทัศน์การพิมพ์.
- ธนรัชฎ์ ศิริสวัสดิ์. (2538). *ภาษาไทย 6*. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ธีร์วรา ชะบุรณ์. (2557). *วิเคราะห์การใช้ภาษาพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- นนท์ธวัช ไชยวงษ์. (2560). *รูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย*. รายงานบุคคลนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ประทีป วาทิกทินกร. (2539). *ลักษณะและการใช้ภาษาไทย*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปัทมา เรืองศรี. (2547). *กลวิธีการตั้งชื่อรายการโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 29 สิงหาคม 2563, จาก [www.orst.go.th](http://www.orst.go.th).
- วชิราภรณ์ ช่างหัวหน้า สุภาพร คงศิริรัตน์ และวนิดา บำรุงไทย. (2560). กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องสารคดีชีวประวัติในคอลัมน์ เรื่องจากปกของนิตยสาร ค.คน Magazine. *สักทอง : วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทมส.)*, 23(3), 166-174.



- วิริยาภรณ์ ทองสุข (2559). *การวิเคราะห์การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบทของเว็บไซต์*. วิทยานิพนธ์วารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สนิท ตั้งทวี. (2528). *ความรู้และทักษะทางภาษา*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.
- Brandbuffet. (2561). *สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก ไทยเสพติดเน็ตมากสุดในโลก*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.brandbuffet.in.th>
- Facebook. (2563). *โหนดกระแส*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.facebook.com/search/top?q=โหนดกระแส>.
- Mello. (2563). *โหนดกระแส*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2563, จาก [www.ch3plus.com](http://www.ch3plus.com).
- YouTube. (2563). *โหนดกระแส*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.youtube.com/channel/UCXm0bpjlfB0AF-ZdPhT0K1A>.