



การสื่อความหมายของรูปภาพและคำบรรยายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน - Troll
Football ประเทศไทย



โดย
นายณัฏฐ์พัฒน์ จังคนานันท์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรอักษรศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการพัฒนาอาชีพ แผน ข ระดับปริญญามหาบัณฑิต

ภาควิชาภาษาไทย

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การสื่อความหมายของรูปภาพและคำบรรยายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน -
Troll Football ประเทศไทย



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรอักษรศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการพัฒนาอาชีพ แผน ข ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต
ภาควิชาภาษาไทย
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

MEANING OF PICTURE AND CAPTION IN FACEBOOK PAGE TROLL FOOTBALL
THAILAND



A Master's Report Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Arts (Thai for Career Development)

Department of THAI

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2017

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

57208307 : ภาษาไทยเพื่อการพัฒนาอาชีพ แผน ข ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต

คำสำคัญ : การสื่อความหมาย

นาย นันทิพัฒน์ จังคนานันท์: การสื่อความหมายของรูปภาพและคำบรรยายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน - Troll Football ประเทศไทย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ บาทยัน อิมสำราญ

การศึกษาเรื่อง “การสื่อความหมายของรูปภาพและคำบรรยายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน - Troll Football ประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การใช้รูปภาพ การใช้ภาษา และความสัมพันธ์ระหว่างรูปภาพและข้อความในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2558 – 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2559 จำนวน 841 รูป

ผลการศึกษาด้านการใช้รูปภาพ พบว่า เพจดังกล่าวใช้รูปภาพเพื่อนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ในวงการฟุตบอล จำแนกได้ 11 รูปแบบ ได้แก่ รูปภาพคน, รูปภาพสิ่งของ, รูปภาพสถานที่, รูปภาพสัตว์และสิ่งของ, รูปภาพคนและสิ่งของ, รูปภาพคน สิ่งของและสถานที่, รูปภาพคน สถานที่ และเวลา, รูปภาพคนและสถานที่, รูปภาพคนและสัตว์, รูปภาพสิ่งของและสถานที่ และรูปภาพตัวอักษร ส่วนด้านขนาดของรูปภาพ พบว่า สามารถแบ่งขนาดของรูปภาพได้ทั้งหมด 6 ประเภท คือ ระยะใกล้ ระยะหน้าอก ระยะกลาง ระยะไกลปานกลาง ระยะเต็มตัว และระยะไกล ขนาดที่พบบ่อยมากที่สุดคือรูปภาพระยะกลาง ในด้านการใช้มุมมอง เพจใช้รูปภาพที่มีมุมมองทั้งหมด 3 ประเภท คือ รูปภาพมุมสูง รูปภาพมุมระดับสายตา และรูปภาพมุมต่ำ

ด้านการใช้ภาษา พบว่า มีการใช้คำสมญานาม, คำทับศัพท์, คำศัพท์เฉพาะวงการกีฬา, คำตัด, อักษรย่อ, คำอุทาน, คำที่สะกดแปลกไปจากปกติ, คำซ้ำ, คำสแลง และคำไม่สุภาพ นอกจากนี้ยังพบการใช้สำนวนและบทเพลงอีกด้วย ด้านการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำ แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลและเพื่อความบันเทิง

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างรูปภาพและการใช้ภาษา พบว่า รูปภาพและการใช้ภาษามีความสัมพันธ์กันอยู่ 2 ลักษณะ คือ ความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน และความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญไม่เท่ากัน

57208307 : Major (Thai for Career Development)

MR. NANTIPAT JUNGKANANAN : MEANING OF PICTURE AND CAPTION IN FACEBOOK PAGE TROLL FOOTBALL THAILAND THESIS ADVISOR : ASSOCIATE PROFESSOR BAYAN IMSAMRAN

This independent study aims to analyze usages of picture, usages of language, and the relationship between pictures and captions in Facebook Fanpage called “ฟุตบอลซูเปอร์เก๊เรียน - Troll Football ประเทศไทย”. Data are collected from August 8, 2015 to May 31, 2016, total number of pictures is 841.

The study found that the usages of picture in this page could be divided into 11 types: people; material; place; animal and material; people and material; people, material and place; people, place and time; people and place; people and animal; material and place; and typography. The scale of pictures may be classified into 6 types; close-up, close shot, medium shot, medium full shot, full shot, and long shot. Mostly, the scale of pictures is medium shot. The angle of picture may be classified into 3 types; high angle, eye level shot, and low angle.

In terms of usages of language, this page uses informal language such as alias, transliterated words, sport terms, elliptical form, abbreviation, interjection, ungrammatical spelling, reduplication words, slang words, and impolite word. Besides, idioms and lyrics are also used. Meanings of language may be classified into 2 types; informing purpose, and entertaining purpose, each of which has almost the same frequency.

The finding also showed that the relationship between pictures and captions in this page can be classified into 2 types; equal relationship, and unequal relationship.

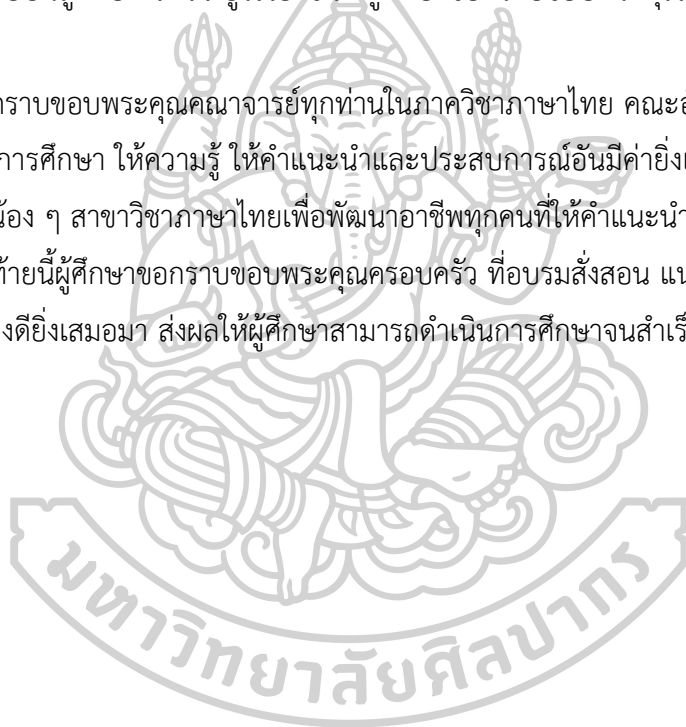
กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ บายัน อิมสำราญ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ต่อผู้ศึกษา

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สำเนียงงาม ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร.เกศินี ประทุมสุวรรณ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ และ อาจารย์วิรัช ศิริวัฒนนะนาวิน ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย ส่งผลให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของทุกท่านเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ให้การศึกษ ให้ความรู้ ให้คำแนะนำและประสบการณ์อันมีค่าแก่ผู้ศึกษา ขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ และน้อง ๆ สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อพัฒนาอาชีพทุกคนที่ให้คำแนะนำและกำลังใจตลอดมา

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณครอบครัว ที่อบรมสั่งสอน แนะนำ ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจอย่างดียิ่งเสมอมา ส่งผลให้ผู้ศึกษาสามารถดำเนินการศึกษาจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี



นนทิพัฒน์ จังคณานันท์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฐ
สารบัญรูปภาพ.....	ฑ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
3. ขอบเขตของการศึกษา	2
4. สมมติฐานของการศึกษา	3
5. นิยามศัพท์เฉพาะ	3
6. ข้อตกลงเบื้องต้น.....	4
7. วิธีดำเนินการศึกษา	4
8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
1. ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media	6
1.1 ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media	6
1.2 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media.....	6
1.3 Facebook	8
1.4 เพจ Facebook.....	9

1.5 ข้อดีของเพจ Facebook	9
1.6 เพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย	10
2. ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสาร	12
3. ความรู้เกี่ยวกับรูปภาพ	15
3.1 ขนาดภาพ.....	15
3.2 มุมกล้อง	16
4. ความรู้เกี่ยวกับการใช้ภาษา.....	16
4.1 การใช้คำ.....	16
4.2 การใช้สำนวน.....	18
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
บทที่ 3 การใช้รูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย	22
1. ส่วนประกอบของรูปภาพ	22
1.1 รูปภาพคน	25
1.1.1 คน 1 คน.....	25
1.1.2 คนหลายคน.....	26
1.1.2.1 ทีมฟุตบอล.....	27
1.1.2.2 ผู้ชม.....	27
1.2 รูปภาพสิ่งของ.....	28
1.2.1 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ	28
1.2.1.1 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ รูปเดียว	28
1.2.1.2 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ หลายรูป.....	29
1.2.2 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + สิ่งของอื่น ๆ	29
1.2.2.1 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ป้าย.....	30

1.2.2.2	ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ถ้วยรางวัล	30
1.2.3	ถ้วยรางวัล	31
1.2.4	เสื้อทีมฟุตบอล	31
1.3	รูปภาพสถานที่	32
1.4	รูปภาพสัตว์และสิ่งของ (ตราสโมสรฟุตบอล)	33
1.5	รูปภาพคนและสิ่งของ	34
1.5.1	คน 1 คน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ	35
1.5.2	คน 1 คน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + สิ่งของอื่น ๆ	36
1.5.3	คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ	36
1.5.4	คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + สิ่งของอื่น ๆ	37
1.5.4.1	คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ถูขนม	37
1.5.4.2	คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ถ้วยรางวัล	38
1.5.5	คนหลายคน + สิ่งของอื่น ๆ	38
1.6	รูปภาพคน สิ่งของ และสถานที่	39
1.6.1	คนหลายคน + สิ่งของ (ตราสโมสรและโลโก้ต่าง ๆ) + ถ้ำ	39
1.6.2	คนหลายคน + สิ่งของ (ตราสโมสรและโลโก้ต่าง ๆ) + เวทีมวยปล้ำ	40
1.6.3	คน 1 คน + สิ่งของ (กล้องส่องทางไกล + บันได) + ที่สูง	41
1.7	รูปภาพคน สถานที่ และเวลา	41
1.8	รูปภาพคนและสถานที่	42
1.9	รูปภาพคนและสัตว์	42
1.10	รูปภาพสิ่งของและสถานที่	43
1.10.1	ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ + ทางแยก	43
1.10.2	ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ + สนามฟุตบอล	44
1.10.3	ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ + สิ่งของอื่น ๆ (เรือสำราญ) + ทะเล	45

1.11 รูปถ่ายตัวอักษร	45
2. ขนาดของรูปภาพ	47
2.1 ระยะใกล้ (Close-up, CU).....	48
2.2 ระยะหน้าอก (Close shot, CS).....	49
2.3 ระยะกลาง (Medium Shot, MS).....	51
2.4 ระยะไกลปานกลาง (Medium Full Shot, MFS).....	52
2.5 ระยะเต็มตัว (Full shot, FS).....	54
2.6 ระยะไกล (Long shot, LS).....	55
3. มุมกล้อง.....	57
3.1 รูปถ่ายมุมสูง	57
3.2 มุมระดับสายตา.....	59
3.3 มุมต่ำ.....	61
บทที่ 4 การใช้ภาษาของข้อความภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย	64
1. การใช้คำ.....	64
1.1 การใช้คำสมญานาม	65
1.2 การใช้คำทับศัพท์.....	67
1.3 การใช้คำศัพท์เฉพาะวงการกีฬา.....	69
1.4 การใช้คำตัด.....	70
1.5 การใช้อักษรย่อ	72
1.6 การใช้คำอุทาน	74
1.7 การใช้คำที่สะกดแปลกไปจากปกติ.....	76
1.8 การใช้คำซ้ำ	77
1.9 การใช้คำสแลง.....	79

1.10 การใช้คำไม่สุภาพ	80
2. การใช้สำนวน	81
2.1 การใช้สำนวนดั้งเดิม	82
2.2 การใช้สำนวนที่สร้างขึ้นใหม่	82
3. การใช้บทเพลง	84
4. การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำ	86
4.1 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูล	87
4.1.1 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบชัดเจน	87
4.1.2 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบไม่ชัดเจน	90
4.2 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิง	91
4.2.1 การสร้างเรื่องให้เกินจริง	94
4.2.2 การทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย	96
4.2.3 การยั่วล้อ	98
4.2.4 การเสียดสี	100
4.2.5 การสร้างคำขึ้นมาใหม่	102
4.2.6 การดัดแปลงถ้อยคำ สำนวน และบทเพลง	103
4.2.7 การใช้ปริศนาคำทายสมัยใหม่	105
4.2.8 การผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันเข้าด้วยกัน	106
4.2.9 การใช้ความเปรียบ	107
บทที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปภาพและข้อความภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย	110
1. รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน	111
2. รูปภาพและภาษามีความสำคัญไม่เท่ากัน	116
2.1 ภาษาข้อความมีความสำคัญมากกว่ารูปภาพ	116

2.2 รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ.....	117
บทที่ 6 สรุปลงการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	122
รายการอ้างอิง	127
ประวัติผู้เขียน.....	131



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนการใช้รูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย.....	47
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนการใช้ขนาดของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย.....	57
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนการใช้มุกล้อของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย.....	62
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนการสื่อความหมายของภาษาล้อคำภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย.....	108



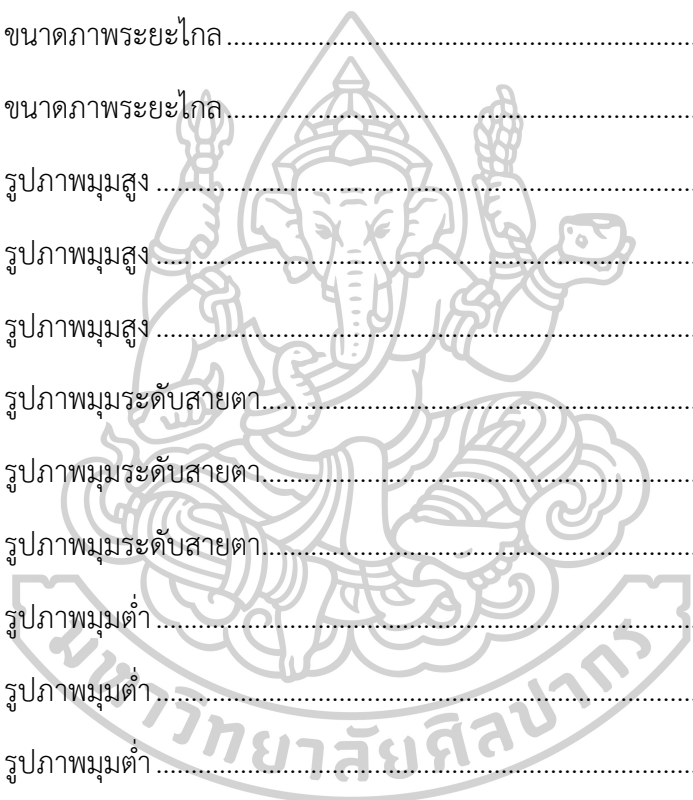
สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปภาพที่ 1 ตัวอย่างรูปภาพในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย	11
รูปภาพที่ 2 ตัวอย่างรูปภาพในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย	11
รูปภาพที่ 3 คน 1 คน	25
รูปภาพที่ 4 คน 1 คน	26
รูปภาพที่ 5 คน 1 คน	26
รูปภาพที่ 6 ทีมฟุตบอล	27
รูปภาพที่ 7 ผู้ชม	27
รูปภาพที่ 8 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ รูปเดียว	28
รูปภาพที่ 9 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ รูปเดียว	29
รูปภาพที่ 10 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ หลายรูป	29
รูปภาพที่ 11 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ป้าย	30
รูปภาพที่ 12 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ถ้วยรางวัล	30
รูปภาพที่ 13 ถ้วยรางวัล	31
รูปภาพที่ 14 เสื้อทีมฟุตบอล	32
รูปภาพที่ 15 สถานที่	32
รูปภาพที่ 16 สถานที่	33
รูปภาพที่ 17 สัตว์และสิ่งของ	33
รูปภาพที่ 18 สัตว์และสิ่งของ	34
รูปภาพที่ 19 คน 1 คน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ	35
รูปภาพที่ 20 คน 1 คน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ	35

รูปภาพที่ 21	คน 1 คน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + สิ่งของอื่น ๆ.....	36
รูปภาพที่ 22	คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ.....	37
รูปภาพที่ 23	คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ถ้วยแชมป์.....	37
รูปภาพที่ 24	คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ถ้วยรางวัล.....	38
รูปภาพที่ 25	คนหลายคน + สิ่งของอื่น ๆ.....	39
รูปภาพที่ 26	คนหลายคน + สิ่งของ (ตราสโมสรและโลโก้ต่าง ๆ) + ถ้ำ.....	39
รูปภาพที่ 27	คนหลายคน + สิ่งของ (ตราสโมสรและโลโก้ต่าง ๆ) + เวทีมวยปล้ำ.....	40
รูปภาพที่ 28	คน 1 คน + สิ่งของ (กล้องส่องทางไกล + บันได) + ที่สูง.....	41
รูปภาพที่ 29	คน สถานที่ และเวลา.....	41
รูปภาพที่ 30	คนและสถานที่.....	42
รูปภาพที่ 31	คนและสัตว์.....	43
รูปภาพที่ 32	ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ + ทางแยก.....	44
รูปภาพที่ 33	ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ + สนามฟุตบอล.....	44
รูปภาพที่ 34	ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ + สิ่งของอื่น ๆ (เรือสำราญ) + ทะเล.....	45
รูปภาพที่ 35	รูปภาพตัวอักษร.....	46
รูปภาพที่ 36	รูปภาพตัวอักษร.....	46
รูปภาพที่ 37	ขนาดภาพพระยะใกล้.....	48
รูปภาพที่ 38	ขนาดภาพพระยะใกล้.....	49
รูปภาพที่ 39	ขนาดภาพพระยะใกล้.....	49
รูปภาพที่ 40	ขนาดภาพพระยะหน้าอก.....	50
รูปภาพที่ 41	ขนาดภาพพระยะหน้าอก.....	50
รูปภาพที่ 42	ขนาดภาพพระยะกลาง.....	51
รูปภาพที่ 43	ขนาดภาพพระยะกลาง.....	51
รูปภาพที่ 44	ขนาดภาพพระยะกลาง.....	52

รูปภาพที่ 45	ขนาดภาพพระยะไกลปานกลาง.....	52
รูปภาพที่ 46	ขนาดภาพพระยะไกลปานกลาง.....	53
รูปภาพที่ 47	ขนาดภาพพระยะไกลปานกลาง.....	53
รูปภาพที่ 48	ขนาดภาพพระยะเต็มตัว.....	54
รูปภาพที่ 49	ขนาดภาพพระยะเต็มตัว.....	54
รูปภาพที่ 50	ขนาดภาพพระยะเต็มตัว.....	55
รูปภาพที่ 51	ขนาดภาพพระยะไกล.....	55
รูปภาพที่ 52	ขนาดภาพพระยะไกล.....	56
รูปภาพที่ 53	รูปภาพมุมสูง.....	58
รูปภาพที่ 54	รูปภาพมุมสูง.....	58
รูปภาพที่ 55	รูปภาพมุมสูง.....	59
รูปภาพที่ 56	รูปภาพมุมระดับสายตา.....	59
รูปภาพที่ 57	รูปภาพมุมระดับสายตา.....	60
รูปภาพที่ 58	รูปภาพมุมระดับสายตา.....	60
รูปภาพที่ 59	รูปภาพมุมต่ำ.....	61
รูปภาพที่ 60	รูปภาพมุมต่ำ.....	61
รูปภาพที่ 61	รูปภาพมุมต่ำ.....	62
รูปภาพที่ 62	การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบชัดเจน.....	88
รูปภาพที่ 63	การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบชัดเจน.....	88
รูปภาพที่ 64	การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบชัดเจน.....	89
รูปภาพที่ 65	การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบชัดเจน.....	89
รูปภาพที่ 66	การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบไม่ชัดเจน.....	90
รูปภาพที่ 67	การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบไม่ชัดเจน.....	90
รูปภาพที่ 68	การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบไม่ชัดเจน.....	91



รูปภาพที่ 87 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงโดยใช้ปริศนาคำทายสมัยใหม่	105
รูปภาพที่ 88 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงโดยใช้ปริศนาคำทายสมัยใหม่	106
รูปภาพที่ 89 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงโดยการผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันเข้าด้วยกัน	106
รูปภาพที่ 90 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงโดยการใช้ความเปรียบ	107
รูปภาพที่ 91 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน	111
รูปภาพที่ 92 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน	112
รูปภาพที่ 93 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน	112
รูปภาพที่ 94 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน	113
รูปภาพที่ 95 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน	114
รูปภาพที่ 96 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน	114
รูปภาพที่ 97 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน	115
รูปภาพที่ 98 แสดงความสัมพันธ์ที่ภาษาข้อความมีความสำคัญมากกว่ารูปภาพ	116
รูปภาพที่ 99 แสดงความสัมพันธ์ที่ภาษาข้อความมีความสำคัญมากกว่ารูปภาพ	117
รูปภาพที่ 100 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ	117
รูปภาพที่ 101 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ	118
รูปภาพที่ 102 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ	119
รูปภาพที่ 103 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ	119
รูปภาพที่ 104 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ	120

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวันของคนในสังคมมากขึ้น เนื่องจากรูปแบบการสื่อสารนั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้เป็นวงกว้าง การใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว จึงเป็นการช่วยเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารของคนในสังคมได้มากขึ้น ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของข้อความ เสียง ภาพ วิดีโอ และสื่ออื่น ๆ ที่ทำให้เกิดเนื้อหาใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ รวมไปถึงยังเป็นการเปิดโอกาสให้คนในสังคมสามารถแสดงความคิดเห็น ความรู้สึก และการวิพากษ์วิจารณ์ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชนได้โดยง่ายและรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

Facebook เป็น Social media ที่เข้ามามีบทบาทกับการใช้ชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมากในปัจจุบัน จากข้อมูลภายในงาน Thailand Zocial Awards 2016 ซึ่งเป็นงานที่จัดขึ้นเพื่ออภัพเดทจำนวนผู้ใช้ Social media แต่ละประเภท โดยได้รวบรวมจำนวนผู้ใช้ Social media ล่าสุดในประเทศไทย พบว่า ประเทศไทยใช้ Facebook มากเป็นอันดับ 8 ของโลก และเป็นอันดับ 3 ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยประเทศไทยมีบัญชี Facebook มากถึง 41 ล้านบัญชี การเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 17% คิดเป็น 60 % ของประชากรทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีจำนวนเพจ Facebook มากถึง 700,000 เพจ

เพจ Facebook หรือที่กันว่า แฟนเพจ (Fan Page) นั้นเป็นคุณสมบัติหนึ่งของ Facebook จะเป็นการสร้างหน้าเพจใหม่ขึ้นมา เพื่อรวบรวมผู้ที่ชอบคิดหรือชอบทำอะไรเหมือน ๆ กัน โดยการออกแบบข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการของตนเอง แล้วนำข้อมูลข่าวสารเหล่านี้โฆษณาและประชาสัมพันธ์ออกสู่สาธารณะผ่านเครื่องมือสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ในเพจ เช่น กระดานข้อความ รูปภาพ วิดีโอ คลิปเสียง เกม หรือแคมเปญร่วมสนุก เป็นต้น ข้อดีของเพจ Facebook คือ ทุกคนที่เข้ามาหน้าเพจนั้นสามารถเห็นโพสต์ดังกล่าวได้โดยที่ไม่จำเป็นต้องเป็นเพื่อนกันบน Facebook ทั้งนี้ในช่วงแรกนั้นเพจ Facebook ยังไม่เป็นที่นิยมมากนักเนื่องจากความใหม่ของเพจ Facebook ส่งผลให้ผู้ใช้ชั้นนี้ยังไม่สามารถรู้ได้ว่าแนวคิดใดเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมต่อเพจของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นด้านการใช้เครื่องมือ ด้านการออกแบบ รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ในเพจ Facebook หรือ มีปัจจัยในด้านใดบ้างที่ควรศึกษาเรียนรู้และให้ความสำคัญเพื่อนำมาปรับใช้และเพิ่มเติมลงในเพจ Facebook ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับสารได้

เมธา เกรียงปริญญากิจ (2553: 94-98) ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมในอีกมุมมองหนึ่งว่า เพจ Facebook เปรียบเสมือนสื่อที่มีภาพลักษณ์มาพร้อมกับตัวหนังสือหรือข้อความเป็นส่วนใหญ่ จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ใช้มักจะให้ความสำคัญกับข้อความที่จะโพสต์ลงไปบนเพจ โดยใส่ใจรายละเอียดในส่วนของการออกแบบให้สวยงามค่อนข้างน้อย จึงทำให้ เพจ Facebook ไม่มีจุดเด่นและดึงดูดใจผู้รับสารได้น้อย เพราะฉะนั้น วิธีที่จะทำให้ เพจ Facebook มีความสวยงาม น่าสนใจ ทำให้ผู้รับสารเปิดรับและเข้าถึงเพจมากขึ้นก็คือการออกแบบโดยนำภาพกราฟิกที่มีสีสันและข้อความเข้ามาช่วยนั่นเอง

เพจ Facebook จึงเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารในสังคมออนไลน์ที่ให้ความสำคัญทั้งส่วนที่เป็นภาษาภาพและภาษาถ้อยคำของกลุ่มคนที่มีความชื่นชอบต่อข่าวสารและข้อมูลประเภทเดียวกัน ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิธีการสื่อความหมายของเพจ Facebook ผ่านภาษาภาพและภาษาถ้อยคำโดยใช้เพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย เป็นกรณีศึกษา

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.1 เพื่อวิเคราะห์การใช้รูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย

2.2 เพื่อวิเคราะห์การใช้ภาษาของข้อความภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย

2.3 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปภาพและข้อความภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย

3. ขอบเขตของการศึกษา

การสื่อความหมายของรูปภาพและคำบรรยายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย เก็บข้อมูลเป็นรูปภาพจากเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2558 – 31 พฤษภาคม พ.ศ.2559 จำนวน 841 รูป โดยเก็บเฉพาะรูปภาพที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของประเทศอังกฤษ เนื่องจากว่าการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของประเทศอังกฤษนั้นได้รับความนิยม สามารถติดตามรับชมได้ง่าย และเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายมากกว่าการแข่งขันฟุตบอลลีกของประเทศอื่น

ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวในการเก็บข้อมูลเป็นช่วงเวลาฟุตบอลโลกของประเทศอังกฤษเริ่มต้นฤดูกาลการแข่งขันไปจนถึงวันที่สิ้นสุดฤดูกาลการแข่งขันเป็นจำนวน 1 ฤดูกาล

ในด้านลักษณะของรูปภาพ ผู้ศึกษาเลือกเก็บข้อมูลรูปภาพที่มีองค์ประกอบแบบหน้าต่างภาพหรือ Picture-Window Layout หมายถึง รูปภาพที่เน้นภาพใหญ่เป็นจุดเด่นของภาพเพียงรูปเดียว ซึ่งอาจจะมีภาพเล็ก ๆ ประกอบอยู่บ้างแต่ไม่มาก และมีข้อความประกอบ เนื่องจากรูปภาพในลักษณะนี้สามารถพบเห็นได้มากกว่ารูปภาพลักษณะอื่น ๆ

4. สมมติฐานของการศึกษา

4.1 การใช้ภาษาถ้อยคำภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย เป็นภาษาที่ไม่เป็นทางการ

4.2 การสื่อความหมายของรูปภาพและคำบรรยายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ทั้งรูปภาพและคำบรรยายต่างส่งเสริมซึ่งกันและกัน

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 การสื่อความหมาย หมายถึง การถ่ายทอดความรู้ ความคิด และความรู้สึก จากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอีกบุคคลหนึ่ง จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การพูดคุย กิริยา ท่าทาง การแสดงสีหน้า ภาษาเขียน ภาษาภาพ

5.2 คำบรรยาย หมายถึง การเล่าเรื่อง การกล่าวถึงเหตุการณ์ที่ต่อเนื่องกัน โดยชี้ให้เห็นฉากสถานที่ เวลาเหตุการณ์สาเหตุที่ก่อให้เกิด สภาพแวดล้อม บุคคลที่เกี่ยวข้องตลอดจนผลที่เกิดจากเหตุการณ์นั้น ๆ เนื้อหาของคำบรรยายอาจเป็นเรื่องจริง เรื่องเล่าจากประสบการณ์หรือเป็นเรื่องสมมุติก็ได้ ซึ่งลักษณะของคำบรรยายประกอบรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย มีลักษณะที่เป็นคำบรรยายสั้น ๆ ไม่ยาวมากนัก มีความคล้ายกับข้อความสั้นสำเร็จรูปหรือ SMS ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้หากพบเห็นผู้ศึกษาใช้คำว่า “ข้อความ” ขอให้เข้าใจว่าหมายถึง “คำบรรยาย” ของรูปภาพเช่นเดียวกัน

6. ข้อตกลงเบื้องต้น

คำบรรยายหรือข้อความที่ผู้ศึกษาข้อมาเป็นตัวอย่างภายในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ถอดข้อความออกมาจากรูปภาพของทางเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกรียน – Troll Football ประเทศไทย ซึ่งพบว่ามีการใช้คำผิดอยู่บางส่วน ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ข้อความตัวอย่างที่พบทั้งหมดจะเป็นข้อความที่ไม่มีการแก้ไขใด ๆ เช่น คำว่า “โควตา” แต่ทางเพจใช้เป็น “โควด้า”, “ว้าย” แต่ทางเพจใช้เป็น “ว้าย”

7. วิธีดำเนินการศึกษา

7.1 ศึกษากรอบแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นหลักในการศึกษา ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media ความรู้เกี่ยวกับการใช้ภาษาในด้านต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

7.2 รวบรวมข้อมูลจากเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกรียน – Troll Football ประเทศไทย ซึ่งสามารถเข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/FootballSuperGreen/>

7.3 ศึกษาการใช้รูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกรียน – Troll Football ประเทศไทย โดยศึกษาเกี่ยวกับส่วนประกอบของรูปภาพ ขนาดของรูปภาพ และมุมกล้อง

7.4 ศึกษาการใช้ภาษาของข้อความภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกรียน – Troll Football ประเทศไทย ในด้านการใช้คำ สำนวน การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำ

7.5 ศึกษาความสัมพันธ์ของรูปภาพและข้อความภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกรียน – Troll Football ประเทศไทย

7.6 นำเสนอผลการศึกษาแบบพรรณนาวิเคราะห์

8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในเรื่องนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจการสื่อสารรูปแบบใหม่ผ่าน Social media อันจะนำมาประยุกต์ใช้กับการสร้างเพจ Facebook เพื่อเผยแพร่ความรู้และความบันเทิงต่อไป

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา เรื่อง การสื่อความหมายของรูปภาพและคำบรรยายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ผู้ศึกษาได้ศึกษาและค้นคว้าเอกสาร แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media

1.1 ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media

1.2 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media

1.3 Facebook

1.4 เพจ Facebook

1.5 ข้อดีของเพจ Facebook

1.6 เพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย

2. ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสาร

3. ความรู้เกี่ยวกับรูปภาพ

3.1 ขนาดภาพ

3.2 มุมกล้อง

4. ความรู้เกี่ยวกับการใช้ภาษา

4.1 การใช้คำ

4.2 การใช้สำนวน

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media

1.1 ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media

สื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media เกิดมาจากการต้องการของมนุษย์ที่ต้องการจะติดต่อสื่อสาร ได้ตอบ และมีปฏิสัมพันธ์กัน โดยมีผู้ที่ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media ไว้ดังนี้

Safko (2010: 3) ให้ความหมายของ Social media คือ การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารหรือติดต่อไปยังผู้อื่น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ แบ่งปันในแง่ของความคิดเห็น ความรู้สึกเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน จนพัฒนาเป็นความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้ในสังคมออนไลน์นั้น ๆ

Ryan และ Jones (2011: 152) กล่าวถึงความหมายของ Social media ไว้ว่า เป็นซอฟต์แวร์และให้บริการผ่านเว็บ ที่ให้ผู้ใช้ได้เข้ามาพูดคุย แลกเปลี่ยนข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ ทางสังคม การพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นดังกล่าวอาจเป็นรูปแบบของข้อความ รูปภาพ เสียง วิดีโอ และสื่ออื่น ๆ ที่ทำให้เกิดเนื้อหาใหม่ ๆ

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงอาจสรุปความหมายของสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media ได้ว่า เป็นการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารหรือติดต่อไปยังผู้อื่น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้สึกเกี่ยวกับเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ข้อความ รูปภาพ เสียง วิดีโอ เป็นต้น

1.2 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media

Mayfield (2008: 6) ได้แบ่งสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media ออกเป็น 6 ประเภท ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้

1.2.1 Blog เป็นชื่อเรียกที่มาจากคำว่า Weblog เป็นระบบการจัดการเนื้อหาและข้อมูลต่าง ๆ ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเขียนบทความหรือเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอและทำการเผยแพร่ได้โดยง่าย ซึ่งการเรียงลำดับของเนื้อหาที่ปรากฏบน Blog จะเรียงจากเนื้อหาที่ใหม่ที่สุดและจากนั้นก็ลดหลั่นลงไปตามลำดับของเวลาที่ผู้ใช้งานทำการเผยแพร่ ผู้ใช้งาน Blog สามารถที่จะเขียนเรื่องราวหรือบทความต่าง ๆ ได้อย่างอิสระ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิด Blog ขึ้นมาจำนวนมากมาย และเพิ่มเนื้อหาให้โลกออนไลน์ได้เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ Blog ยังมีเครื่องมือที่สำคัญทำให้เกิดลักษณะของ Social คือ การเปิดให้บุคคลอื่นสามารถเข้ามาแสดงความเห็นในบทความหรือเรื่องราวที่ผู้เขียนเผยแพร่ได้ โดยในปัจจุบันมีเว็บไซต์ที่ให้บริการ Blog ที่มีชื่อเสียง เช่น blogger.com, skypream.com

1.2.2 Twitter และ Microblog อื่นๆ เป็นรูปแบบหนึ่งของ Blog ที่จำกัดขนาดของการพิมพ์ข้อความในแต่ละครั้งไว้ที่ 140 ตัวอักษร แรกเริ่มผู้ออกแบบ Twitter ต้องการให้ผู้ใช้เขียนเรื่องราวว่า “กำลังทำอะไร” แต่ผู้ใช้ส่วนมากกลับนำ Twitter ไปใช้ในทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างจุดเด่นเพื่อเพิ่มยอดขาย การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า และยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์บทความและเรื่องราวใหม่ ๆ บน Blog ของผู้ใช้ได้อีกด้วย Twitter นั้นเป็นนิยมขึ้นมาอย่างรวดเร็ว จนทำให้เว็บไซต์ประเภท Social Network ต่าง ๆ เพิ่ม Feature ที่ให้ผู้ใช้สามารถบอกได้ว่าขณะนี้กำลังทำอะไร นั่นก็คือการนำ Microblog เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของเว็บไซต์ด้วยนั่นเอง

1.2.3 Social Networking เป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงผู้ใช้กับกับคนอื่น ๆ เข้าด้วยกัน จนเกิดเป็นสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่ ทั้งนี้ผู้ใช้งานจะเริ่มต้นสร้างตัวตนของตนเองขึ้นในส่วนของ Profile ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลส่วนตัวต่าง ๆ เช่น รูปภาพประจำตัว การจดบันทึก หรือการใส่วิดีโอ และอื่น ๆ นอกจากนี้ Social Networking ยังมีเครื่องมือสำคัญในการสร้างจำนวนเพื่อนให้มากขึ้น ด้วยการเชิญเพื่อนและการค้นหาเพื่อน รวมไปถึงการค้นหาเพื่อนจากเพื่อนของเพื่อนอีกด้วย เว็บไซต์ที่มีลักษณะของ Social Networking สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ประเภทแรกจะสนใจในการสร้างเครือข่ายระหว่างเพื่อน ๆ หรือครอบครัว เช่น Facebook, Hi5 หรือ Myspace และอีกประเภทคือสนใจในการสร้างเครือข่ายในเชิงธุรกิจ โดยเปิดให้ใส่ข้อมูลทางการศึกษา ข้อมูลเชิงอาชีพต่าง ๆ เช่น LinkedIn หรือ Plaxo เป็นต้น

1.2.4 Media Sharing เป็นเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถอัปโหลดรูปภาพหรือวิดีโอเพื่อแบ่งปันให้กับครอบครัว เพื่อน ๆ หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งเว็บไซต์ประเภทนี้สามารถทำให้เกิดการบอกต่อหรือที่คนทั่วไปรู้จักกันในคำว่า “แชร์” ได้อย่างแพร่หลาย โดยเว็บไซต์ที่มีลักษณะเป็น Media Sharing ในปัจจุบันนี้มีอยู่หลากหลาย เช่น YouTube ที่สามารถถ่ายทอดความคิดออกมาในรูปแบบวิดีโอ หรือในกรณีผู้ใช้งานทำธุรกิจขายสินค้าที่เน้นการออกแบบที่สวยงามก็อาจจะถ่ายรูปสินค้าของตนเองแล้วนำขึ้นไปสู่เว็บไซต์อย่าง Flickr เพื่อให้ลูกค้าได้รับชม หรืออาจจะใช้เป็นเครื่องมือในการนำชมโรงงาน หรือบรรยากาศในการทำงานของธุรกิจ เป็นต้น หรืออย่างกรณีของ Multiply ซึ่งคนไทยนิยมนำรูปภาพที่ตนเองถ่ายมาแสดง ทำให้ผู้ว่าจ้างได้เห็นฝีมือก่อนที่จะทำการจ้างงาน

1.2.5 Social News and Bookmarking เป็นเว็บไซต์กลุ่มข่าวสารที่เชื่อมโยงไปยังบทความหรือเนื้อหาต่าง ๆ ในอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้เป็นผู้ส่งและเปิดโอกาสให้คะแนนและโหวตได้เหมือนเครื่องมือที่ช่วยกันกรองว่าบทความหรือเนื้อหาใดนั้นเป็นที่น่าสนใจที่สุด ในส่วนของ Social Bookmarking นั้น เป็นการที่เปิดโอกาสให้สามารถทำการ Bookmark เนื้อหาหรือเว็บไซต์ที่ชื่นชอบ

โดยไม่ขึ้นอยู่กับคอมพิวเตอร์เครื่องใดเครื่องหนึ่ง แต่สามารถทำผ่านออนไลน์ และเนื้อหาในส่วนที่ทำ Bookmark ไว้ สามารถที่จะแบ่งปันให้คนอื่น ๆ ได้ด้วย เช่น digg.com, reddit.com เป็นต้น

1.2.6 Online Forums เป็นรูปแบบของ Social Media ที่เก่าแก่ที่สุด เป็นเหมือนสถานที่ที่ให้ผู้คนเข้ามาพูดคุยในหัวข้อที่พวกเขาสนใจ ซึ่งอาจจะเป็นเรื่อง เพลง ภาพยนตร์ การเมือง กีฬา สุขภาพ หนังสือ การลงทุน และอื่น ๆ อีกมากมาย เพื่อทำการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสดงข้อมูล ข่าวสาร ตลอดจนถึงการแนะนำสินค้าหรือบริการต่าง ๆ นักการตลาดควรจะสนใจเนื้อหาที่พูดคุยใน Forums เหล่านี้ เพราะบางครั้งอาจจะเป็นคำวิจารณ์เกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการ ซึ่งสามารถเข้าไปทำความเข้าใจ แก้ไขปัญหา ตลอดจนถึงใช้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เว็บไซต์ประเภท Forums อาจจะเป็นเว็บไซต์ที่เปิดให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันโดยเฉพาะ หรืออาจจะเป็นส่วนหนึ่งในเว็บไซต์เนื้อหาต่าง ๆ เช่น warriorforum.com, digitalpoint.com, minecraftforum.net เป็นต้น

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ผู้ศึกษาจะเน้นศึกษาและค้นคว้าเกี่ยวกับ Facebook ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media ที่เป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้

1.3 Facebook

Facebook เป็น Social Networking สำหรับการสร้างเครือข่ายระหว่างเพื่อน ๆ หรือครอบครัวซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน โดยมีผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ Facebook ไว้ดังนี้

Croft (2007: 1) กล่าวว่า Facebook ก่อตั้งเมื่อปี วันที่ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 โดย มาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก เขาก่อตั้ง Facebook ร่วมกับเพื่อนอีก 4 คน ขณะกำลังศึกษาที่มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด จนถึงปี 2549 บุคคลที่อายุเกิน 13 ปี และมีที่อยู่อีเมลที่ถูกต้องสามารถเข้าร่วม Facebook ได้

Melville (2012: 6) ได้อธิบายว่า Facebook คือ เว็บไซต์สังคมออนไลน์ เป็นสถานที่ที่ติดต่อกันของเพื่อน ที่ระบุชื่อ ไม่แกล้งทำ ไม่คาดหวังเรื่องของวันและเวลา สมาชิกที่มาอยู่ด้วยกันเป็นสมาชิกที่มีความชอบ ความคิด ความสนุกสนาน และสนใจในเรื่องที่เหมือนกัน ด้วยการแบ่งปันกันหรือตั้งกลุ่มความสนใจพิเศษ เช่น การทำอาหาร การอ่านหนังสือ รวมถึงจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การพบปะสังสรรค์บุคคลอื่น ๆ

Golden (2011: 210) อธิบายถึงเครื่องมือต่าง ๆ บน Facebook ไว้ดังต่อไปนี้

1. Messages ข้อมูลที่ส่งไปยังกลุ่มอื่น
2. Event ใส่ข้อมูลกิจกรรมพิเศษที่กำลังจะมาถึง
3. Photo สามารถอัปโหลดรูปภาพของตัวเองได้
4. Friends สามารถค้นหาและเชิญเพื่อนได้
5. Applications/Games สามารถสร้าง Applications หรือ เล่นเกมผ่าน Facebook
6. Ads and Pages เสนอการโฆษณาผ่านหน้า Facebook
7. Groups การสร้างหรือเข้าร่วมกิจกรรมกับกลุ่มอื่น ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน
8. Videos สามารถอัปโหลดวิดีโอได้

1.4 เพจ Facebook

เพจ Facebook หรือที่กันว่า แฟนเพจ (Fan Page) นั้นเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งของ Facebook เป็นการสร้างหน้าเพจใหม่ขึ้นมา เพื่อรวบรวมคนที่ชอบคิดหรือชอบทำอะไรเหมือน ๆ กัน โดยการออกแบบข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการของตนเอง แล้วนำข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ออกสู่สาธารณะผ่านเครื่องมือสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ในเพจ เช่น กระดานข้อความ รูปภาพ วิดีโอ คลิปเสียง เกม หรือแคมเปญร่วมสนุก เป็นต้น

1.5 ข้อดีของเพจ Facebook

Frasco (2013: online) ได้กล่าวถึง ข้อดีของเพจ Facebook ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1.5.1 มีเพื่อนได้ไม่จำกัด เพจ Facebook นั้นสามารถมีเพื่อนได้ไม่จำกัดเพียงแค่กดติดตามหรือกดไลค์เพจที่ตนเองสนใจเอาไว้ ก็สามารถเป็นเพื่อนกับเพจนั้นได้

1.5.2 มีทางเลือกในการรักษาความเป็นส่วนตัวไว้ ในการสร้างหน้าเพจ Facebook ขึ้นมา จะทำให้หน้า Facebook ส่วนตัวแยกออกจากหน้าเพจ Facebook ที่สร้างขึ้นโดยไม่เชื่อมต่อกัน กล่าวคือ หน้า Facebook ส่วนตัวนั้นผู้ใช้อาจจะใช้เพื่อพูดคุยและสร้างความสัมพันธ์ในเรื่องส่วนตัว

กับเพื่อน ๆ ที่ผู้ใช้รู้จัก แต่เพจ Facebook นั้นใช้เพื่อพูดคุย แสดงความคิดเห็น และสร้างความสัมพันธ์ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องเฉพาะเจาะจงกับเพื่อน ๆ ที่ผู้ใช้อาจจะรู้จักหรือไม่รู้จักก็ได้

1.5.3 มีข้อมูลเชิงสถิติ เพจ Facebook มีการวิเคราะห์ที่ข้อมูลของจำนวนของคนที่ได้เข้ามา แสดงความคิดเห็น หรือในการโพสต์แต่ละครั้งว่ามีจำนวนผู้ที่แชร์โพสต์นั้นเท่าไร

1.5.4 การเชื่อมต่อกับผู้ดูแลระบบ เพจ Facebook ที่สร้างขึ้นมานั้นสามารถมีผู้ดูแลระบบ หรือที่เรียกกันว่า แอดมิน (Admin) ย่อมาจาก Administrator ได้มากกว่า 1 คน โดยที่ผู้สร้างเพจ สามารถอนุญาตให้ผู้ใช้บางคนเข้าถึงหน้าเพจได้โดยไม่ต้องให้รหัสผ่านแก่บุคคลหลาย ๆ คน โดยการตั้งให้ผู้ใช้คนอื่น ๆ เป็นแอดมินของเพจ ผู้สร้างเพจสามารถเลือกได้ว่าจะให้สิทธิ์อะไรกับผู้ใช้คน และ สิ่งที่พวกเขาสามารถทำได้ภายในเพจ Facebook

1.6 เพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย

เพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย สร้างขึ้นมาเมื่อวันที่ 10 เมษายน พ.ศ.2556 เป็นเพจที่นำเสนอเรื่องราวของกีฬาฟุตบอลทั่วโลกสำหรับแฟนบอลที่ติดตามรับชมกีฬาฟุตบอล มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความสุขและอารมณ์ในการรับชมกีฬาฟุตบอล มีผู้ติดตามหรือกดถูกใจประมาณ 3 แสนคน ณ วันที่ 27 มิถุนายน พ.ศ. 2559 ลักษณะการนำเสนอข้อมูลภายในเพจนั้นในช่วงแรกเป็นการโพสต์คลิปวิดีโอไฮไลท์การแข่งขันฟุตบอลทั่วโลก และต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนเป็นการใช้รูปภาพประกอบคำบรรยาย ซึ่งจะมีลักษณะคล้ายโปสเตอร์แต่ตัดทอนส่วนที่ไม่จำเป็นออกให้เหลือแต่รูปภาพและคำบรรยายสั้น ๆ โดยเพจจะโพสต์รูปภาพประมาณวันละ 4-5 รูปและจะเพิ่มจำนวนของการโพสต์มากขึ้นในช่วงที่มีการแข่งขันฟุตบอลลีกของประเทศต่าง ๆ ซึ่งจะมีทั้งการให้ข่าวสารและสร้างความบันเทิงด้วยการเสียดสีถึงเรื่องราวและเหตุการณ์ในวงการฟุตบอล เป็นการนำเสนอที่ทำให้ผู้ที่ติดตามดูฟุตบอลหรือผู้รับสารนั้นเข้าใจง่าย กระชับ และเห็นภาพได้ชัดเจน เช่น



รูปภาพที่ 1 ตัวอย่างรูปภาพในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกรียน – Troll Football ประเทศไทย

ที่มา: facebook.com. ฟุตบอลซูเปอร์เกรียน – Troll Football ประเทศไทย. เข้าถึงเมื่อ 28 กรกฎาคม 2559. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/FootballSuperGreen/photos/a.349933645111438.1073741828.349793505125452/763870673717731/>

เพจนี้การนำเสนอเรื่องราวและเหตุการณ์ผ่านทางรูปภาพและคำบรรยายทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ทันทีโดยจากรูปภาพข้างต้นเป็นการกล่าวถึง นักฟุตบอลที่ชื่อว่า เมซุต โอซิล ซึ่งเขามีส่วนกับ 13 ประตูที่ทีมอาร์เซนอลทำได้ จากการลงแข่งขัน 12 นัดล่าสุด ซึ่งผู้ที่ติดตามดูฟุตบอลก็จะสามารถตีความและเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็ว เพราะทั้งรูปภาพและคำบรรยายนั้นสามารถสื่อความออกมาได้อย่างชัดเจน



รูปภาพที่ 2 ตัวอย่างรูปภาพในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกรียน – Troll Football ประเทศไทย

ที่มา: facebook.com. ฟุตบอลซูเปอร์เกรียน – Troll Football ประเทศไทย. เข้าถึงเมื่อ 28 กรกฎาคม 2559. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/FootballSuperGreen/photos/a.349933645111438.1073741828.349793505125452/768138343290964/?type=3&theater>

นอกจากนั้นเพจนี้ยังมุ่งเสียดสีถึงนักฟุตบอลหรือทีมฟุตบอลต่าง ๆ โดยนำจุดอ่อนหรือจุดบกพร่องของนักฟุตบอลหรือทีมฟุตบอลที่เป็นฝ่ายพ่ายแพ้การแข่งขัน มาสร้างเป็นรูปภาพและคำ

บรรยายเพื่อเสียดสีถึงนักฟุตบอลหรือทีมฟุตบอลที่ต้องการ ดังรูปภาพตัวอย่างข้างต้นเป็นการเสียดสีถึงจุดอ่อนของนักฟุตบอลคนหนึ่งที่ว่า แดเนียล สเตอร์ริจ ซึ่งเป็นนักฟุตบอลที่มักจะมีอาการบาดเจ็บรบกวนอยู่ตลอดเวลา เมื่อหายเจ็บกลับมาลงเล่นได้ไม่กี่นัดก็กลับไปบาดเจ็บอีกครั้ง การเสียดสีดังกล่าวสำหรับคนที่ติดตามดูฟุตบอลอยู่เป็นประจำก็จะสามารถตีความและเข้าใจได้ แต่สำหรับคนที่ไม่ได้ติดตามดูฟุตบอลมากนักก็อาจจะไม่สามารถตีความและเข้าใจถึงความหมายของเรื่องราวดังกล่าวได้

ดังนั้นในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าทางเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย นั้นเลือกใช้รูปภาพที่มีคำบรรยายหรือข้อความประกอบในการนำเสนอเรื่องราว เพราะว่ารูปภาพและคำบรรยายต่างก็ช่วยให้เรื่องราวที่นำเสนอมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยที่รูปภาพสามารถอธิบายความหมายของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้เห็นเป็นรูปธรรมแม้แต่คนที่ไม่สามารถอ่านออกเขียนได้ก็ยังสามารถเข้าใจได้ ในส่วนของคำบรรยายก็ช่วยอธิบายรายละเอียดที่ภาพไม่สามารถสื่อความหมายได้ เช่น บุคคลในภาพทำอะไร เรื่องราวเกิดขึ้นเมื่อใด รูปภาพและข้อความจึงมีส่วนช่วยให้การสื่อความหมายนั้นมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ยิ่งข้อความมีความหมายเป็นไปในทางเดียวกันกับรูปภาพจะยิ่งทำให้รูปภาพนั้น ๆ มีความกระชับชัดเจน เนื่องจากข้อความสามารถที่จะช่วยอธิบายความหมายของรูปภาพที่ต้องการจะสื่อให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เพราะ มนุษย์จำเป็นต้องอาศัยและพึ่งพาซึ่งกันและกัน การสื่อสารจึงเป็นกระบวนการที่มนุษย์จะต้องใช้ในการติดต่อและทำความเข้าใจกับผู้อื่น เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการดำรงชีวิตทั้งกับตนเอง ผู้อื่น และสังคม โดยมีผู้กล่าวถึงและให้ความหมายของการสื่อสารไว้ ดังนี้

ปรมะ สตะเวทิน (2540: 7) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสาร คือ การกระบวนการในการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2542: 3) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือช่องทางต่าง ๆ เพื่อโน้มน้าวจิตใจให้เกิดผลในการรับรู้ เปลี่ยนทัศนคติ หรือให้เปลี่ยนพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (2552: 17) อธิบายว่า การสื่อสาร คือ การติดต่อสัมพันธ์กันระหว่างมนุษย์ โดยอาศัยกระบวนการถ่ายทอดสาร แลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ ประสพการณ์ จากบุคคลสู่บุคคล กลุ่มบุคคล หรือสาธารณชน เพื่อให้เกิดผลตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้

สรุปได้ว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ หรือ ประสพการณ์ ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารโดยใช้สื่อหรือช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้เกิดผลตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งการสื่อสารจะประสบผลสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (sender) หรือ แหล่งสาร (source) ในกระบวนการสื่อสารแหล่งข่าวสารหรือผู้ส่งสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่ง ที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ (อภิสิทธิ์พร เกตุชูชื่น, 2545: 45) กล่าวคือ บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งสาร ได้แก่ ภาษาอังกฤษ อากัปกริยาต่าง ๆ เพื่อสื่อสารความคิด ความรู้สึก ข่าวสาร ความต้องการและวัตถุประสงค์ของตนไปยังผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารควรคำนึงถึงความถูกต้องและวิธีการถ่ายทอดสารที่เหมาะสมตรงกับความ ต้องการของผู้รับสาร

2. สาร (message) ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความคิดต่าง ๆ หรือชุดของสัญลักษณ์ที่ผู้ส่งสารต้องการจะนำเสนอหรือสื่อความหมายไปยังผู้รับสารโดยมีเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง (สุมาลี เล็กประยูร, 2551: 103) ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลหรือความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการส่งไปยังผู้รับสาร โดยที่อาจเป็นข้อความที่เป็นภาษาพูดหรือข้อความที่ไม่เป็นภาษา ใช้การพูด การเขียน รูปภาพ หรือใช้สัญลักษณ์ก็ได้ และปรับเปลี่ยนข้อความให้อยู่ในรูปที่เหมาะสมสำหรับช่องทางการสื่อสารที่จะใช้

3. สื่อ หรือช่องทาง (media or channel) การเลือกใช้ช่องทางข่าวสารหรือช่องทางการสื่อสารนั้นเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยให้ข้อมูลข่าวสารส่งถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว ซึ่งผู้ส่งสารต้องพิจารณาว่า ข่าวสารและกลุ่มเป้าหมายนั้นต้องใช้ช่องทางการสื่อสารใดเป็นหลัก (อรวรรณ พิรันธนโสภา, 2549: 150)

4. ผู้รับสาร (receiver) ผู้ที่ทำหน้าที่รับสารที่ผู้ส่งสารผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ และแสดงปฏิกิริยาตอบกลับต่อผู้ส่งสาร หรือส่งสารต่อไปถึงผู้รับสารคนอื่น ๆ ตามจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร ซึ่งการที่จะให้ข่าวสารที่เหมาะสมกับผู้รับสาร ต้องเข้าใจในความต้องการข่าวสารของผู้รับสาร (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2546: 290)

ในกระบวนการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารในระดับใดก็ตาม ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ต่างมีวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารที่เหมือนกันหรือต่างกันก็ได้ วัตถุประสงค์ของการสื่อสารสามารถแยกได้เป็นวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารกับวัตถุประสงค์ของผู้รับสาร ถ้าวัตถุประสงค์ของทั้งสองฝ่าย

เหมือนกัน หรือสอดคล้องกัน ผลของการสื่อสารในครั้งนั้น ๆ จะเกิดผลสำเร็จได้ง่าย ในทางตรงกันข้ามถ้าวัตถุประสงค์ของทั้งสองฝ่ายไม่ตรงกันผู้รับสารอาจมีปฏิกิริยาต่อสารผิดไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร ซึ่งจะทำให้การสื่อสารไม่บรรลุเป้าหมาย โดย ธนวดี บุญลือ (2546 : 16) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ซึ่งพอจะสรุปได้ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของผู้รับสารในการสื่อสารแต่ละครั้งประกอบด้วย

1. **เพื่อแจ้งให้ทราบ (inform)** ในการทำการสื่อสาร ผู้ทำการสื่อสารควรมีความ ต้องการที่จะบอกกล่าวหรือชี้แจงข่าวสาร เรื่องราว เหตุการณ์ หรือสิ่งอื่นใดให้ผู้รับสารได้รับทราบ
2. **เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (teach or education)** ผู้ทำการสื่อสารอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อจะ ถ่ายทอดวิชาความรู้ หรือเรื่องราวเชิงวิชาการ เพื่อให้ผู้รับสารได้มีโอกาสพัฒนาความรู้ให้เพิ่มพูนยิ่งขึ้น
3. **เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (please of entertain)** ผู้ทำการสื่อสารอาจใช้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจ หรือให้ความบันเทิงแก่ผู้รับสาร โดยอาศัยสารที่ตนเองส่งออกไป ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของการพูด การเขียน หรือการแสดงกิริยาต่าง ๆ
4. **เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (propose or persuade)** ผู้ทำการสื่อสารอาจใช้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อให้ข้อเสนอแนะ หรือชักจูงใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อผู้รับสาร และอาจชักจูงใจให้ผู้รับสารมีความคิดคล้อยตาม หรือยอมปฏิบัติตามการเสนอแนะของตน

โดยทั่วไปผู้รับสารจะมีวัตถุประสงค์หลัก ๆ ในการสื่อสาร ดังนี้

1. **เพื่อทราบ (understand)** ผู้รับสารมีความต้องการที่จะทราบเรื่องราวข่าวสาร เหตุการณ์ ข้อมูล หากข่าวสารที่ได้รับทราบนั้นเป็นของใหม่ก็ทำให้ผู้รับสารได้ข่าวสารเพิ่มเติม หากข่าวสารเป็นสิ่งที่เคยทราบมาก่อน ก็เป็นการยืนยันความถูกต้องของข่าวสารที่มีอยู่ให้เกิดความมั่นใจยิ่งขึ้น
2. **เพื่อเรียนรู้ (learn)** เป็นการแสวงหาความรู้ของผู้รับสารจากการสื่อสาร ลักษณะของสารในกรณีนี้มักเป็นสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้
3. **เพื่อความพอใจ (enjoy)** ในบางสถานการณ์ผู้รับสารอาจมีความต้องการที่จะแสวงหาสิ่งที่สามารถสร้างความขบขัน บันเทิง และความสบายใจให้แก่ตนเอง
4. **เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (dispose or decide)** การตัดสินใจของคนมักได้รับการเสนอแนะ หรือชักจูงให้กระทำจากบุคคลอื่นอยู่เสมอ ดังนั้นทางเลือกในการตัดสินใจจึงขึ้นอยู่กับ

ข้อเสนอ ว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่ รวมทั้งอาศัยความรู้จากข้อมูลข่าวสารและความเชื่อมั่นที่สั่งสมมาเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ

3. ความรู้เกี่ยวกับรูปภาพ

รูปภาพสามารถสร้างความชัดเจน โดดเด่น และทำให้เกิดความน่าสนใจ หากว่ารูปภาพที่ถูกนำไปใช้มีความชัดเจนก็จะสามารถสร้างความเข้าใจให้กับผู้รับสารได้อย่างรวดเร็ว ผู้ศึกษาจึงศึกษาเอกสารและแนวคิดเกี่ยวกับรูปภาพ ดังนี้

3.1 ขนาดภาพ

อัตราส่วนความสัมพันธ์ระหว่างกรอบภาพกับวัตถุภายในภาพ แสดงให้เห็นว่าวัตถุที่อยู่ในกรอบภาพมีขนาดเล็กหรือใหญ่มากน้อยเพียงใด (ธำรงค์ศักดิ์ นิมนุสรณ์กุล, 2554: 71) ซึ่งพอจะสรุปได้ ดังนี้

1. **ระยะใกล้มาก (Extreme Close-Up, ECU)** เป็นขนาดภาพที่เห็นในมุมมองที่แคบมาก เช่น บางส่วนของวัตถุ ใช้เพื่อขยายความให้เห็นรายละเอียดอย่างชัดเจนเพื่อเล่าเรื่องราวให้ได้อรรรถสมมากยิ่งขึ้น
2. **ระยะใกล้ (Close-up, CU)** เป็นขนาดภาพที่เห็นในมุมมองแคบแต่กว้างกว่า Extreme Close-Up โดยมองเห็นได้ตั้งแต่ไหล่หรือศีรษะของตัวละคร มักใช้เพื่อนำรายละเอียด เช่น สีหน้าของตัวละคร
3. **ระยะหน้าอก (Close shot, CS)** เป็นขนาดภาพที่เห็นตั้งแต่ระยะหน้าอกขึ้นไป ทำให้เห็นสีหน้าของตัวละครได้ค่อนข้างชัดเจน
4. **ระยะกลาง (Medium Shot, MS)** เป็นขนาดภาพที่เห็นตั้งแต่ช่วงสะโพกหรือเอวขึ้นไป มักใช้เพื่อแสดงให้เห็นถึงท่าทางของตัวละคร
5. **ระยะไกลปานกลาง (Medium Full Shot, MFS)** เป็นขนาดภาพที่ครอบคลุมตั้งแต่หน้าแข้งหรือหัวเข่าขึ้นไป ทำให้เห็นทั้งท่าทางของตัวละครและฉากมากขึ้น
6. **ระยะเต็มตัว (Full shot, FS)** เป็นขนาดภาพที่เห็นร่างกายเต็มตัวของมนุษย์ แสดงให้เห็นท่าทางและฉากได้อย่างชัดเจน

7. **ระยะไกล (Long shot, LS)** เป็นขนาดภาพที่มีการตีความค่อนข้างกว้างในเรื่องระยะของภาพ โดยจะเห็นภาพรวมของฉากมากขึ้นในระยะไกลออกมาและตัวละครที่เล็กลง ทำให้เห็นฉากเหตุการณ์ และการกระทำของตัวละครโดยรวม

8. **ระยะไกลมาก (Extreme Long shot, ELS)** เป็นขนาดภาพที่เห็นระยะไกลมาก ทำให้เห็นภาพรวมของฉากทั้งหมด

3.2 มุมกล้อง

มุมกล้องเป็นสิ่งแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกล้องที่จับภาพไปยังวัตถุในกรอบภาพ มุมกล้องสามารถใช้ในการบอกสถานที่ การเปิดเผยหรือปิดบังตัวละคร ทำให้เกิดความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี (ธำรงค์ศักดิ์ นิมอนุสรณ์กุล, 2554: 81) โดยมุมกล้องสามารถแบ่งได้เป็น 3 ชนิด ดังนี้

1. **มุมสูง** เป็นมุมที่ถ่ายโดยกล้องอยู่สูงกว่าวัตถุหรือตัวละคร เพื่อให้เห็นภาพรวมของฉาก นอกจากนี้ยังสื่อความหมายถึงความต้อยต่ำ ไร้ศักดิ์ศรี ไม่มีความสำคัญ
2. **มุมระดับสายตา** เป็นมุมมองที่มีความสูงระดับเท่าสายตาของตัวละคร หรือระดับเดียวกับกล้องที่วางไว้บนไหล่ของตากล้อง สามารถสื่อสารกับคนดูได้ง่ายเพราะเป็นมุมที่คุ้นเคยดีในชีวิตประจำวัน จึงเป็นมุมพื้นฐานในการเล่าเรื่องปกติ
3. **มุมต่ำ** เป็นมุมที่กล้องตั้งอยู่ต่ำกว่าวัตถุและถ่ายเงยขึ้นไป ให้ความรู้สึกมั่นคง ยิ่งใหญ่ น่าเกรงขาม

4. ความรู้เกี่ยวกับการใช้ภาษา

การใช้ภาษาภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูปเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย มีการใช้ภาษาที่มีลักษณะเฉพาะตัว โดดเด่น และทำให้เกิดความน่าสนใจ ผู้ศึกษาจึงศึกษาเอกสารและแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ภาษา ดังนี้

4.1 การใช้คำ

คำ คือ เสียงที่เป็นเครื่องหมายและแสดงออกมาเป็นความมุ่งหมายต่าง ๆ แต่ ขอบเขตของความหมายนั้นไม่คงที่ตายตัว อาจจะกว้าง แคบ หรือเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา (พรทิพย์ ภัทรนาวิก, 2521: 4) นอกจากนี้คำยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่ผู้สื่อสารใช้เพื่อถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็น การ

แสดงความรู้สึก หรือประสบการณ์ออกมาเป็นเรื่องราวให้ผู้รับสารทราบ ดังนั้นผู้ส่งสารจึงต้องมีทักษะ และเลือกสรรคำมาใช้ให้เหมาะสม เพื่อจะได้สื่อความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งลักษณะ ของคำตามการนำไปใช้ ดังนี้

1. **คำสมญานาม** หมายถึง นามที่เป็นคำ กลุ่มคำหรือข้อความที่ใช้เป็นชื่อเรียกหรืออ้างถึง บุคคล สิ่งของ ไม่ใช่ชื่อจริง ตั้งขึ้นจากรูปลักษณะ พฤติกรรม หรือเหตุการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือ มากกว่าหนึ่งประกอบกัน ซึ่งเป็นที่หมายรู้กันในหมู่คณะ เพื่อให้แตกต่างไปจากชื่อเดิมหรือชื่อจริง (จัน จิรา ทาวิชา, 2547: 27) เพื่อทำให้ข้อความมีความกระชับ น่าสนใจ และเข้าใจง่าย

2. **คำทับศัพท์** หมายถึง การยืมคำจากภาษาหนึ่งแล้วนำไปใช้ในอีกภาษาหนึ่งโดยตรงไม่มีการเปลี่ยนแปลงรูป คือ พยายามรักษาลักษณะเด่นของภาษาเดิมเอาไว้ (พรทิพย์ ภัทรนาวิก, 2517: 14) การใช้คำทับศัพท์เป็นวิธีการใช้คำที่ทำให้ข้อความมีความกระชับและสามารถช่วยประหยัดเนื้อที่ ของข้อความได้ เนื่องจากคำทับศัพท์บางคำสั้นกว่าคำศัพท์บัญญัติและเป็นคำที่ผู้รับสารส่วนใหญ่รู้จัก และเข้าใจกันเป็นอย่างดีอยู่แล้ว

3. **คำศัพท์เฉพาะวงการกีฬา** หมายถึง คำที่ใช้ในการเล่นกีฬาประเภทต่าง ๆ เช่น ฟุตบอล มวย กอล์ฟ เทนนิส เป็นต้น (จันจิรา ทาวิชา, 2547: 71) เป็นคำที่ใช้กันในวงการกีฬา และมักจะ เข้าใจกันในวงการกีฬานั้น ๆ ซึ่งคนทั่วไปอาจจะไม่เข้าใจและไม่ทราบถึงความหมาย

4. **คำตัด** หมายถึง การตัดหรือลดรูปของคำให้เหลือน้อยกว่าเดิม เพื่อให้พยางค์สั้นเข้า แต่ ความหมายเท่าเดิม โดยทั่วไปจะเป็นประโยชน์ในกรณีที่ต้องใช้คำเต็มบ่อย ๆ และเพื่อหลีกเลี่ยงการ พุดซ้ำคำเดิม (ปรีชา ช่างขวัญยืน, 2525: 188-189) เป็นวิธีการใช้คำเพื่อดึงดูดความสนใจ ประหยัด เนื้อที่ของข้อความในการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ และช่วยในการสื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว

5. **อักษรย่อ** หมายถึง การใช้ตัวอักษรตัดใดตัวหนึ่งของคำเต็ม ๆ ตามปกติ เป็นการพูดสั้น ๆ ละส่วนเหลือไว้ในฐานที่เข้าใจ อักษรย่อมักเป็นตัวอักษรตัวแรกของคำและอาจจะมีเครื่องหมาย หักพยางค์ (.) กำกับ (ศศิธร ทศนัยนา, 2535: 196) เป็นวิธีการใช้คำเพื่อประหยัดเวลาและเนื้อที่ของ ข้อความในการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ และช่วยในการสื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว

6. **คำอุทาน** หมายถึง การนำคำที่แสดงถึงการเปล่งเสียงออกมาเมื่อเกิดอารมณ์หรือ ความรู้สึกต่าง ๆ เช่น แสดงอารมณ์ความรู้สึกไม่แน่ใจ ประหลาดใจ ตกใจ เสียใจ (นววรรณ พันธุ์เมธา, 2527: 91) โดยคำอุทานมักจะอยู่หน้าประโยคและอาจจะมีหรือไม่มีเครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) กำกับ หลังคำอุทานนั้น ๆ ใช้เพื่อช่วยในการสื่อสภาวะอารมณ์ต่าง ๆ

7. **คำที่สะกดแปลกไปจากปกติ** หมายถึง การเขียนคำที่ผิดไปจากพจนานุกรมไทย ตั้งแต่การสะกดพยัญชนะ สระ หรือวรรณยุกต์ตามรูปแบบของภาษามาตรฐาน เพื่อต้องการใช้รูปเขียนดังกล่าวในการถ่ายทอดเสียงที่ต้องการสื่อความหมายให้ใกล้เคียงกับภาษาพูดมากที่สุด (วลัยพร วิหคมาตย์, 2549: 23)

8. **คำซ้ำ** หมายถึง คำคำเดียวกันนำมากล่าว 2 ครั้ง ทำให้มีความหมายเน้นหนักหรือบางครั้งความหมายก็ต่างกับคำเดียวเพียงคำเดียว และเพื่อให้รู้ว่าคำที่กล่าวนั้นเป็นคำซ้ำ ไม่ใช่คำเดียวเรียงกันซึ่งต้องคิดเครื่องหมายกำกับไว้ ในภาษาไทยใช้เครื่องหมายไม้ยมกแทนคำท้ายที่ซ้ำกับคำต้น (บรรจบ พันธเมธา, 2520: 103) เพื่อเน้นความให้หนักแน่นมากยิ่งขึ้น หรือใช้เพื่อเน้นในด้านจำนวนที่ไม่สามารถบอกค่าเฉพาะเจาะจงได้

9. **คำสแลง** หมายถึง ถ้อยคำหรือสำนวนที่ใช้กันเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ไม่ใช่ภาษาที่ยอมรับว่าถูกต้องตามหลักภาษา มีความหมายผิดไปจากพจนานุกรม คำสแลงจะเปลี่ยนแปลงไปตามความเปลี่ยนแปลงของสังคม เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะใช้กันอยู่ระยะหนึ่งก็อาจหายไป (สิทธา พิณีภูวตล, 2526: 23) การใช้คำสแลงเป็นวิธีการใช้คำเพื่อก่อให้เกิดความสนุกสนาน ร่าเริง และแสดงถึงความทันสมัย

10. **คำไม่สุภาพ** หมายถึง คำที่ใช้พูดกับบุคคลที่คุ้นเคยสนิทสนม ไม่นิยมเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร (สิทธา พิณีภูวตล, 2526: 23) การใช้คำไม่สุภาพเป็นวิธีการใช้คำเพื่อความสมจริงและเป็นธรรมชาติของข้อความ

4.2 การใช้สำนวน

สำนวน หมายถึง ถ้อยคำที่เรียบเรียง โวหาร บางทีก็ใช้ว่าสำนวนโวหาร เช่น สารคดีเรื่องนี้โวหารดี ความเรื่องนี้โวหารลุ่ม ๆ ดอน ๆ เป็นถ้อยคำหรือข้อความที่กล่าวสืบต่อกันมาช้านาน มีความหมายไม่ตรงตามตัวหรือมีความหมายอื่นแอบแฝงอยู่ เช่น สอนจระเข้ให้ว่ายน้ำ ร้าไม่ดีโทษपीโทษกลอง

ดิเรกชัย มหัทธนะสิน (2529: 11-13) ได้ให้ความหมายของสำนวนไว้ 2 ประการ ดังนี้

1. ถ้อยคำประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเปรียบเทียบ หรือสรรคำในโครงสร้างทางความหมาย อันได้แก่ สำนวน ภาษิต คติพจน์ พังเพย คำคม คำขวัญ

2. ถ้อยคำประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเปรียบเทียบ ความหมายที่เกิดขึ้นนั้นไม่สามารถแปลตามตัวอักษรได้ อีกทั้งยังมีจุดมุ่งหมายของการใช้เพื่อให้เกิดการตีความแบบแปลความหมาย อาจเกิดจากการนำธรรมชาติมาเป็นสำนวน และบางสำนวนกลายเป็นคำสรรพนาม

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวกับการใช้ภาษาและการสื่อความหมายในสื่อออนไลน์

วลัยพร วิหคมาตย์ (2549) ได้ศึกษา “การวิเคราะห์ลักษณะภาษาของข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ภาษาไทย ที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่”

ผลการศึกษาพบว่า การซ้ำและการละเป็นลักษณะเฉพาะของข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยพบการซ้ำเสียงมากที่สุดถึงร้อยละ 83.61 นอกจากนี้ยังพบ การละประธาน การใช้คำลงท้าย การใช้คำภาษาต่างประเทศ การใช้คำที่สะกดแปลกไปจากปกติ การใช้อักษรย่อ การใช้คำสแลง การใช้คำอุทาน และการใช้คำที่ไม่ปรากฏร่วมกัน ในด้านการใช้สำนวนที่พบในข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) คิดเป็นร้อยละ 0.46 ของลักษณะการใช้ภาษาทั้งหมด โดยพบทั้งการใช้สำนวนดั้งเดิมและสำนวนใหม่

ณฐาภพ โกมลตรี (2557) ได้ศึกษา “ข่าวสั้นในโปรแกรมประยุกต์สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ “กระปุกดอตคอม”” โดยศึกษาจากข่าวสั้นในโปรแกรมประยุกต์สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ “กระปุกดอตคอม” จำนวน 1,410 ข่าว เป็นเวลา 1 เดือน

ผลการศึกษาในด้านของการใช้ภาษาพบว่า ใช้ภาษาไม่เป็นทางการ เนื่องจากการใช้คำมีการใช้คำเรียกบุคคลในข่าว อักษรย่อ การย่อคำหรือคำย่อ การใช้คำยืมจากภาษาต่างประเทศ การใช้ลักษณะนาม ด้านการใช้สำนวนมี 2 ลักษณะ ได้แก่ การใช้สำนวนที่ปรากฏตามความหมายในพจนานุกรมและสำนวนใหม่ ด้านการใช้เครื่องหมายวรรคตอนนิยมใช้เครื่องหมายวรรคตอน ได้แก่ มหัพภาค จุลภาค ยัติภังค์ อัศเจรีย์ ไปยาลน้อย ทับ ทวิภาค และนชลิขิต ไม่เคร่งครัดตามหลักการใช้

วสนันท์ อธิธิมิชัย (2557) ได้ศึกษา “ภาษาและการสื่อความหมายในมิวสิควิดีโอของปาน ธนพร แวกประยูร” โดยวิเคราะห์จากบทเพลงของ ปาน ธนพร แวกประยูร เฉพาะอัลบั้มเดี่ยว 10 อัลบั้ม

ผลการศึกษาพบว่า ด้านเนื้อหาของบทเพลง สามารถจำแนกเนื้อหาได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับความรัก เนื้อหาเกี่ยวกับลักษณะนิสัยและความใส่ใจของผู้หญิงที่มีความรัก เนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต เนื้อหาเกี่ยวกับการให้กำลังใจ และเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติโดย

เนื้อหาประเภทที่พบมากที่สุดคือเนื้อหาเกี่ยวกับความรัก ซึ่งเนื้อหาเกี่ยวกับความรักสามารถแบ่งเนื้อหาย่อยได้ 4 ประเภท ได้แก่ ความต้องการมีคนรัก ความรักที่สมหวัง ความรักที่มีปัญหา และความรักที่ไม่สมหวัง ในส่วนการใช้ภาษาในบทเพลง พบว่า บทเพลงของธนพร แวกประยูร มีการใช้กลวิธีทางภาษา 3 ด้าน คือ 1.ด้านการใช้เสียง จำแนกได้เป็นการสัมผัสสระและการสัมผัสอักษร 2. ด้านการใช้คำ จำแนกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ การใช้คำเพื่อสื่อความหมายและการใช้คำเพื่อสื่อความหมายตามสถานภาพหรือสถานการณ์ 3.ด้านการใช้ภาพพจน์และสำนวน มีการใช้ภาพพจน์จำแนกได้ 6 ประเภท ได้แก่อุปมา อุปลักษณ์ บุคลาธิษฐาน อติพจน์ ปฏิทรรศน์และปฏิบัติญา และมีการใช้สำนวน 3 ชนิด ได้แก่ สำนวนดั้งเดิมหรือสำนวนโบราณ สำนวนใหม่และสำนวนดัดแปลง

ผลการศึกษาด้านเนื้อหาของมิวสิกวิดีโอ พบว่า มิวสิกวิดีโอของธนพร แวกประยูร สามารถแบ่งรูปแบบของเนื้อหาได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ มิวสิกวิดีโอที่มีเรื่องราวประกอบและมิวสิกวิดีโอที่ไม่มีเรื่องราวประกอบ ด้านวิธีการนำเสนอมิวสิกวิดีโอเพลงของธนพร แวกประยูร แบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ คือ การนำเสนอมิวสิกวิดีโอโดยเน้นเรื่องราว การนำเสนอมิวสิกวิดีโอโดยเน้นผู้ร้อง และการนำเสนอมิวสิกวิดีโอโดยการตัดต่อภาพ

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อความหมายของเนื้อหาบทเพลงกับมิวสิกวิดีโอ ผลการศึกษาพบว่า มีทั้งการสื่อความหมายที่สอดคล้องกัน โดยจะแบ่งเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ เนื้อหาของมิวสิกวิดีโอเสริมบทเพลงให้ชัดเจนมากขึ้น เนื้อหาของมิวสิกวิดีโอจำกัดเนื้อหาของบทเพลงให้แคบลง และเนื้อหาของมิวสิกวิดีโอทำให้ความหมายของบทเพลงกว้างขึ้น สำหรับการสื่อความหมายที่ไม่สอดคล้องกัน แบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ เนื้อหาของมิวสิกวิดีโอสร้างความหมายใหม่ให้กับบทเพลงและเนื้อหาของมิวสิกวิดีโอไม่มีความเกี่ยวข้องกับบทเพลง

สิริัญญา สุขสวัสดิ์ (2558) ได้ศึกษา ลักษณะภาษาและกลวิธีการใช้ภาษาตามแนววจนปฏิบัติศาสตร์ในหน้าแฟนเพจ “ข้อความโดนๆ” โดยเก็บข้อมูลจาก www.facebook.com/korkwamdondon ตั้งแต่เดือนมกราคม 2555 ถึงเดือนมิถุนายน 2555 ได้ข้อมูลทั้งสิ้น 132 ข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า มีลักษณะการใช้คำ ได้แก่ การใช้คำภาษาพูด การคำสแลง การใช้คำภาษาถิ่น การใช้คำบริภาษ การใช้คำอุทาน การใช้คำสัมผัส การใช้คำกำกวม การใช้คำซ้ำ การใช้คำภาษาต่างประเทศและการใช้คำที่สะกดผิดไปจากแบบแผน โดยพบการใช้คำภาษาพูดมากที่สุดและรองลงมาคือการใช้คำสัมผัส ในด้านการใช้สำนวน พบว่า มีการใช้สำนวนสุภาษิตไทยที่นำมาดัดแปลงในหลายข้อความ ส่วนลักษณะการใช้รูปภาพพบการใช้รูปภาพที่มีความเกี่ยวเนื่องและสอดคล้องกับบริบทของข้อความ

จากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ในสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media มีการใช้ภาษาที่มีความหลากหลายทั้งภาษาที่เป็นรูปภาพและภาษาที่เป็นถ้อยคำ โดยเฉพาะใน Facebook ซึ่งได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เพราะว่าเป็นช่องทางในการสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็ว จากการศึกษาทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่างานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการสื่อความหมายในเพจ Facebook มีจำนวนไม่มากนัก ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิธีการสื่อความหมายของเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ผ่านภาษาภาพและภาษาถ้อยคำ ทั้งภาษาที่เป็นรูปภาพและภาษาที่เป็นถ้อยคำ โดยผู้ศึกษาจะนำเอกสารและวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้



บทที่ 3

การใช้รูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย

ภาษารูปภาพนั้นเป็นภาษาสากลที่สามารถสื่อความหมายได้ดีและรวดเร็ว เป็นสิ่งที่จะเสริมหรือขยายความ ตลอดจนสร้างความเข้าใจเพิ่มเติมจากภาษาถ้อยคำ โดยที่รูปภาพสามารถอธิบายความคิด ความรู้สึก และสิ่งใด ๆ ที่เป็นนามธรรม ซึ่งยากที่จะอธิบายด้วยภาษาถ้อยคำหรือภาษาเขียน ซึ่งการใช้ภาษาถ้อยคำในการสื่อความหมายจะสามารถเข้าใจและสื่อสารกันได้ต่อเมื่อผู้ที่สื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายนั้นเข้าใจและพูดภาษาเดียวกัน ภาษาเขียนก็เช่นกัน ผู้สื่อสารจะต้องรู้และเข้าใจภาษาเขียนนั้น ๆ แต่สำหรับการใช้รูปภาพคนส่วนใหญ่ไม่ว่าชนชาติใดก็ตามจะสามารถรับรู้และเข้าใจความหมายได้

ในปัจจุบันการใช้รูปภาพเพื่อสื่อความหมายนั้นเป็นที่นิยมอย่างมากในสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media ซึ่งการสร้างสรรครูปภาพนั้นอาจนำเทคนิคและวิธีการต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้เข้าด้วยกัน เช่น การนำรูปภาพมาตัดทอน ต่อเติม และผสมผสานเข้าด้วยกัน เป็นต้น เพื่อสร้างรูปภาพในรูปแบบที่แปลกตาออกไป เป็นการช่วยให้รูปภาพที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นมีความสะดุดตา น่าติดตาม และดึงดูดความสนใจได้มากยิ่งขึ้น โดยการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาจะศึกษาในเรื่องของส่วนประกอบของรูปภาพและการสื่อความหมายของรูปภาพ

1. ส่วนประกอบของรูปภาพ

รูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย เกิดจากการนำรูปภาพประเภทต่าง ๆ มาประกอบเข้าด้วยกันจนเป็นรูปภาพที่ต้องการนำเสนอ โดยมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ การใช้รูปภาพใหญ่เพียงรูปเดียวในการนำเสนอและการใช้รูปภาพประเภทต่าง ๆ มาประกอบเข้าด้วยกันให้เป็นรูปภาพใหญ่เพื่อนำเสนอ มีการใช้รูปภาพอยู่ทั้งหมด 4 ประเภท คือ รูปภาพคน รูปภาพสัตว์ รูปภาพสิ่งของ และรูปภาพสถานที่ ดังนี้

รูปภาพคน รูปภาพคนที่พบภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ได้แก่ รูปภาพของนักฟุตบอล ผู้จัดการทีมฟุตบอล แฟนบอล นักแสดง และตัวการ์ตูน

รูปภาพสิ่งของ รูปภาพสิ่งของที่พบภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ได้แก่ ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ วัตถุต่าง ๆ ที่สื่อถึงเรื่องที่ต้องการนำเสนอ เช่น เรือ ถ้วยแชมป์พรีเมียร์ลีก ปีบ เป็นต้น

รูปภาพสถานที่ รูปภาพสถานที่ที่พบภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ได้แก่ สนามฟุตบอลของทีมฟุตบอลต่าง ๆ สถานที่ที่สื่อถึงเรื่องที่ต้องการนำเสนอ เช่น ถ้ำ ป่า ทะเล เป็นต้น

รูปภาพสัตว์ รูปภาพสัตว์ที่พบภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย เป็นรูปภาพสัตว์ที่นำมาจากฉายาหรือสัญลักษณ์ของทีมฟุตบอลต่าง ๆ

จากการศึกษาพบว่าทางเพจมีการใช้รูปภาพทั้ง 4 ประเภท เพื่อสร้างสรรค์และนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ในวงการฟุตบอล ทั้งหมด 11 รูปแบบ ดังนี้

1.1 รูปภาพคน

1.1.1 คน 1 คน

1.1.2 คนหลายคน

1.1.2.1 ทีมฟุตบอล

1.1.2.2 ผู้ชม

1.2 รูปภาพสิ่งของ

1.2.1 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ

1.2.1.1 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ รูปเดียว

1.2.1.2 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ หลายรูป

1.2.2 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + สิ่งของอื่น ๆ

1.2.2.1 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ปีบ

1.2.2.2 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ถ้วยรางวัล

1.2.3 ถ้วยรางวัล

1.2.4 เสื้อทีมฟุตบอล

1.3 รูปภาพสถานที่

1.4 รูปภาพสัตว์และสิ่งของ

1.5 รูปภาพคนและสิ่งของ

1.5.1 คน 1 คน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ

1.5.2 คน 1 คน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + สิ่งของอื่น ๆ

1.5.3 คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ

1.5.4 คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + สิ่งของอื่น ๆ

1.5.4.1 คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ถูขนม

1.5.4.2 คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ถ้วยรางวัล

1.5.5 คนหลายคน + สิ่งของอื่น ๆ

1.6 รูปภาพคน สิ่งของ และสถานที่

1.6.1 คนหลายคน + สิ่งของ (ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ) + ถ้ำ

1.6.2 คนหลายคน + สิ่งของ (ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ) + เวทีมวยปล้ำ

1.6.3 คน 1 คน + สิ่งของ (กล้องส่องทางไกล + บันได) + ที่สูง

1.7 รูปภาพคน สถานที่ และเวลา

1.8 รูปภาพคนและสถานที่

1.9 รูปภาพคนและสัตว์

1.10 รูปภาพสิ่งของและสถานที่

1.10.1 ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ + ทางแยก

1.10.2 ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ + สนามฟุตบอล

1.10.3 ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ + สิ่งของอื่น ๆ (เรือสำราญ) + ทะเล

1.11 รูปภาพตัวอักษร

1.1 รูปภาพคน

จากการศึกษาส่วนประกอบของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูปเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ผู้ศึกษาพบว่าทางเพจได้มีการใช้รูปภาพคนเป็นส่วนประกอบในการนำเสนอ ซึ่งในส่วนนี้เป็นการใช้รูปภาพคนที่มีลักษณะที่เป็นรูปภาพใหญ่เพียงรูปเดียว โดยมีทั้งรูปภาพคน 1 คน และมากกว่า 1 คนขึ้นไป เพื่อที่จะสื่อเรื่องราวและเหตุการณ์ของบุคคลหรือทีมฟุตบอลที่คนคนนั้นสังกัดอยู่ ดังนี้

1.1.1 คน 1 คน

รูปภาพคน 1 คน เป็นการใช้รูปภาพคนที่มีลักษณะที่เป็นรูปภาพใหญ่เพียงรูปเดียว โดยคนในภาพจะมีความโดดเด่น สามารถเห็นหน้าและท่าทางของคนนั้นได้อย่างชัดเจน ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 3 คน 1 คน

การใช้รูปภาพของหลุยส์ ฟาน กัล อดีตผู้จัดการทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ขณะกำลังยกแก้วไวน์ขึ้น ซึ่งหลุยส์ ฟาน กัล นั้นเป็นผู้จัดการทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดในขณะนั้นกำลังยกแก้วไวน์ขึ้น ทำให้ผู้รับสารรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของหลุยส์ ฟาน กัล และทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ซึ่งน่าจะเป็นเรื่องราวที่เป็นไปในทิศทางที่ดี จากรูปภาพที่หลุยส์ ฟาน กัล กำลังยกแก้วไวน์ขึ้นแสดงให้เห็นถึงเรื่องที่น่ายินดี เพราะ การทุ่มไวน์ส่วนใหญ่นั้นจะทุ่มเพื่อเฉลิมฉลองหรือแสดงความยินดีมากกว่าที่จะเป็นเรื่องเลวร้าย



รูปภาพที่ 4 คน 1 คน

การใช้รูปภาพของมานูเอล ลานซินี นักฟุตบอลของทีมเวสต์แฮม ยูไนเต็ต ขณะสไลด์ตัวไปกับพื้น แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่น่ายินดีของมานูเอล ลานซินี และทีมเวสต์แฮม ยูไนเต็ต เพราะ จากรูปภาพของมานูเอล ลานซินี ที่กำลังสไลด์ตัวไปกับพื้น เป็นการแสดงออกถึงความดีใจและพอใจของนักฟุตบอลหลังจากการทำประตูได้



รูปภาพที่ 5 คน 1 คน

การใช้รูปภาพของสตีเว่น เจอร์ราร์ด อดีตนักฟุตบอลทีมลิเวอร์พูล ซึ่งปัจจุบันเล่นให้กับทีมแอลเอ แกล็คซี่ ในประเทศสหรัฐอเมริกา สามารถทำให้ผู้รับสารรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของสตีเว่น เจอร์ราร์ด ซึ่งอาจจะมีความเกี่ยวข้องกับทีมแอลเอ แกล็คซี่หรือทีมลิเวอร์พูล

1.1.2 คนหลายคน

รูปภาพคนหลายคน เป็นการใช้อุปภาพคนที่มีมากกว่า 2 คนขึ้นไปในลักษณะทั้งที่เป็นรูปภาพใหญ่เพียงรูปเดียวและการนำรูปภาพมาตัดต่อผสมผสานให้เป็นรูปภาพใหม่ แต่ยังสามารถเห็นหรือองค์ประกอบต่าง ๆ ได้ครบถ้วน เช่น หน้าตา ท่าทาง เสื้อผ้า เป็นต้น โดยพบทั้งที่เป็นทีมฟุตบอลและผู้ชมหรือกลุ่มแฟนบอล ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1.1.2.1 ทีมฟุตบอล



รูปภาพที่ 6 ทีมฟุตบอล

การใช้รูปภาพของนักฟุตบอลของทีมอาร์เซนอล แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาหรือเรื่องราวที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเหตุการณ์ที่น่าผิดหวังของทีมอาร์เซนอล เห็นได้จากสีหน้าและท่าทางของนักฟุตบอลทีมอาร์เซนอล ซึ่งมีสีหน้าที่ดูไม่สบอารมณ์เท่าไรนัก รวมถึงท่าทางการก้มตัวลงไปที่พื้น การยกมือขึ้นมาทักหน้าผาก เป็นการแสดงออกถึงความทุกข์ใจและความผิดหวังอย่างชัดเจน

1.1.2.2 ผู้ชม



รูปภาพที่ 7 ผู้ชม

การใช้รูปภาพของกลุ่มแฟนบอลที่ใส่เสื้อทีมอาร์เซนอล แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการลงทำการแข่งขันฟุตบอลของทีมอาร์เซนอล เห็นได้จากท่าทางของกลุ่มคนที่มีการยกมือและตะโกนโห่ร้องและถอดเสื้อผ้าเพื่อเชียร์ทีมของตัวเอง ซึ่งเป็นเรื่องที่ได้เห็นได้เป็นปกติในการเชียร์ฟุตบอล

1.2 รูปภาพสิ่งของ

จากการศึกษาส่วนประกอบของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูปเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ผู้ศึกษาพบว่าทางเพจได้มีการใช้รูปภาพสิ่งของเป็นส่วนประกอบในการนำเสนอ ซึ่งมีทั้งที่เป็นรูปภาพใหญ่เพียงรูปเดียวและการนำรูปภาพสิ่งของหลาย ๆ ชนิดมาประกอบเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นรูปใหม่ เพื่อที่จะสื่อเรื่องราวและเหตุการณ์ของทีมฟุตบอลหรือสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นในวงการฟุตบอลปัจจุบัน ดังนี้

1.2.1 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ

ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ เป็นสัญลักษณ์ที่ใช้ในการกล่าวถึงทีมฟุตบอลหรือการแข่งขันฟุตบอลรายการต่าง ๆ เพื่อที่จะนำเสนอเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้เกิดความชัดเจนและเข้าใจได้ง่ายมากที่สุด โดยจากการศึกษาพบทั้งการใช้ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ เพียงรูปเดียวและการใช้ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ หลายรูป ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1.2.1.1 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ รูปเดียว



รูปภาพที่ 8 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ รูปเดียว

การใช้รูปภาพตราสโมสรฟุตบอลของทีมเลสเตอร์ ซิตี้ แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับทีมเลสเตอร์ ซิตี้



รูปภาพที่ 9 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ รูปเดียว

การใช้รูปภาพตราสโมสรฟุตบอลของทีมเชลซี แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับทีมเชลซี

1.2.1.2 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ หลายรูป



รูปภาพที่ 10 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ หลายรูป

การใช้รูปภาพโลโก้ของพรีเมียร์ลีกซึ่งเป็นการแข่งขันฟุตบอลลีกในระดับสูงสุดของประเทศอังกฤษ และตราสโมสรฟุตบอลของทีมฟุตบอลต่าง ๆ จำนวน 20 ทีมที่ทำการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีก แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับทีมฟุตบอลที่ทำการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีก

1.2.2 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + สิ่งของอื่น ๆ

เป็นการสร้างสรรค์รูปภาพโดยใช้ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ มาประกอบเข้ากับรูปภาพสิ่งของชนิดอื่น ๆ เพื่อที่จะนำเสนอเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้มีความน่าสนใจมาก

ยิ่งขึ้น โดยจากการศึกษาพบทั้งการใช้ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ กับสิ่งของอื่น ๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1.2.2.1 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ป๊อป



รูปภาพที่ 11 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ป๊อป

การใช้รูปภาพของป๊อปที่มีการตัดต่อนำตราสโมสรฟุตบอลของทีมลิเวอร์พูล เซลซีย์ และแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ต มาวางไว้บนป๊อป แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับความอับอาย ซึ่งใช้ป๊อปเป็นสิ่งที่แสดงถึงความผิดหวังและความอับอายจากผลการแข่งขันฟุตบอลของทั้ง 3 ทีม จนต้องซื้อป๊อปไปคลุมหัวเพื่อหลบหนีจากความอับอาย

1.2.2.2 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ถ้วยรางวัล



รูปภาพที่ 12 ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ถ้วยรางวัล

การใช้รูปภาพของตราสโมสรฟุตบอลของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด เซลซี อาร์เซนอล แมนเชสเตอร์ ซิตี้ แบล็คเบิร์น โรเวอร์ส และเลสเตอร์ ซิตี้ โดยทางด้านขวาของตราสโมสรฟุตบอลทีมต่าง ๆ มีรูปถ้วยแชมป์พรีเมียร์ลีกวางเรียงกันตามจำนวนครั้งที่ทีมนั้นทำได้ แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับจำนวนแชมป์พรีเมียร์ลีกของทีมฟุตบอลต่าง ๆ ที่เคยทำได้

1.2.3 ถ้วยรางวัล

การใช้รูปภาพสิ่งของที่เป็นถ้วยรางวัลเพื่อที่จะกล่าวถึงเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันฟุตบอลในรายการต่าง ๆ ที่จะทำให้ได้มาซึ่งถ้วยรางวัลนั้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 13 ถ้วยรางวัล

การใช้รูปภาพถ้วยแชมป์พรีเมียร์ลีก แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการคว้าแชมป์พรีเมียร์ลีกหรือการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของประเทศอังกฤษ

1.2.4 เสื้อทีมฟุตบอล

การใช้รูปภาพสิ่งของที่เป็นรูปเสื้อทีมฟุตบอลเพื่อที่จะกล่าวถึงเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับทีมฟุตบอลนั้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 14 เสื้อทีมฟุตบอล

การใช้รูปภาพเสื้อทีมฟุตบอลเชลซีที่มีการขยายรูปภาพในส่วนของลวดลายที่เป็นรูปถ้วยแชมป์พรีเมียร์ลีก แสดงให้เห็นว่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเกี่ยวข้องกับทีมเชลซีและการเป็นแชมป์พรีเมียร์ลีกในฤดูกาล 2014/2015

1.3 รูปภาพสถานที่

จากการศึกษาส่วนประกอบของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ผู้ศึกษาพบว่าทางเพจได้มีการใช้รูปภาพสถานที่เป็นส่วนประกอบในการนำเสนอ โดยรูปภาพที่พบมีลักษณะที่เป็นรูปภาพใหญ่เพียงรูปเดียว ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 15 สถานที่

การใช้รูปภาพของสนามแอนฟิลด์ซึ่งเป็นสนามเหย้าของทีมลิเวอร์พูล แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับทีมลิเวอร์พูลและสนามแอนฟิลด์



รูปภาพที่ 16 สถานที่

การใช้รูปภาพของสนามโอลด์ แทรฟฟอร์ดซึ่งเป็นสนามเหย้าของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดและสนามโอลด์ แทรฟฟอร์ด

1.4 รูปภาพสัตว์และสิ่งของ (ตราสโมสรฟุตบอล)

จากการศึกษาส่วนประกอบของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกียรติน – Troll Football ประเทศไทย ผู้ศึกษาพบว่าทางเพจได้มีการใช้รูปภาพสัตว์ในการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งใช้รูปภาพสัตว์ร่วมกับรูปภาพสิ่งของที่เป็นตราสโมสรฟุตบอลของทีมฟุตบอลต่าง ๆ ในการนำเสนอ โดยไม่พบการใช้รูปภาพสัตว์ในลักษณะที่เป็นรูปภาพใหญ่เพียงรูปเดียวในการนำเสนอ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 17 สัตว์และสิ่งของ

การใช้รูปภาพตราสโมสรฟุตบอลทีมลิเวอร์พูลโดยนำไปวางไว้บนตัวของเป็ด แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับด้านที่ไม่ดีและไม่น่าจดจำของลิเวอร์พูล เพราะว่า สัญลักษณ์ของทีมลิเวอร์พูลนั้นคือนกซึ่งสามารถบินได้สูงและไปได้ไกลแต่ผลงานของทีมลิเวอร์พูลกลับไม่ได้บินสูงและไกลเหมือนนก จึงกลายเป็นว่าผลงานของทีมนั้นไม่ดีนักจึงถูกแฟนบอลนำมาเปรียบเทียบกับเป็ด ซึ่งเป็ดนั้นเป็นสัตว์ที่บินได้แต่ก็ไม่สูงมากและไม่สามารถบินได้ไกล



รูปภาพที่ 18 สัตว์และสิ่งของ

การใช้รูปภาพตราสโมสรฟุตบอลของทีมเลสเตอร์ ซิตี้ โดยนำไปวางไว้บนส่วนใบหน้าของสุนัขจิ้งจอกซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของทีมเลสเตอร์ ซิตี้ แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่น่ายินดีและน่าเกรงขามของทีมเลสเตอร์ ซิตี้ เห็นได้จากแววตาของสุนัขจิ้งจอกแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นและจริงจังเหมือนกับเวลาที่ทีมเลสเตอร์ ซิตี้ ลงทำการแข่งขัน

1.5 รูปภาพคนและสิ่งของ

จากการศึกษาส่วนประกอบของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ผู้ศึกษาพบว่าทางเพจได้มีการใช้รูปภาพคนและสิ่งของ โดยการนำรูปภาพคนและสิ่งของมาประกอบเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นรูปใหม่ เพื่อที่จะสื่อเรื่องราวและเหตุการณ์ของทีมฟุตบอลหรือสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นในวงการฟุตบอลปัจจุบัน ดังนี้

1.5.1 คน 1 คน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ

การใช้รูปภาพคน 1 คนกับตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ มาประกอบเข้าด้วยกันเป็นรูปภาพ เพื่อกล่าวถึงเรื่องราวและเหตุการณ์ที่มีความเกี่ยวข้องกันของทั้งคนคนนั้นและทีมฟุตบอลหรือการแข่งขันฟุตบอลรายการต่าง ๆ ที่นำตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ มาประกอบในภาพ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 19 คน 1 คน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ

การใช้รูปภาพของเป๊ป กวาร์ดิโอล่า และตราสโมสรฟุตบอลของทีมแมนเชสเตอร์ ซิตี้ ขณะกำลังขึ้นเวทีที่ตราสโมสรฟุตบอลของทีมแมนเชสเตอร์ ซิตี้ แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเป๊ป กวาร์ดิโอล่า และทีมแมนเชสเตอร์ ซิตี้



รูปภาพที่ 20 คน 1 คน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ

การใช้รูปภาพของเมมฟิส เดปาย นักฟุตบอลของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด และตราสโมสรฟุตบอลของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่น่ายินดีของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด การนำรูปภาพของเมมฟิส เดปาย มาตัดต่อสวมใส่ชุดซูเปอร์แมน ซึ่งเป็นซูเปอร์ฮีโร่ที่ช่วยเหลือผู้คน ทำให้เข้าใจได้ว่าเมมฟิส เดปาย นั้นเป็นวีรบุรุษที่ช่วยให้เกิดเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่น่ายินดีของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด

1.5.2 คน 1 คน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + สิ่งของอื่น ๆ

การใช้รูปภาพคน 1 คนกับตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ และสิ่งของอื่น ๆ มาประกอบเข้าด้วยกันเป็นรูปภาพ เพื่อสร้างหรือบอกกล่าวถึงเรื่องราวและเหตุการณ์ให้เกิดความแปลกใหม่และสนุกสนานมากยิ่งขึ้น จากการศึกษาพบว่าทางเพจใช้รูปภาพคนคนเดียวร่วมกับตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ และถูงนอน ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 21 คน 1 คน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + สิ่งของอื่น ๆ

การใช้รูปภาพของเด็กที่อยู่ในถูงนอนซึ่งมีตราสโมสรฟุตบอลของทีมลิเวอร์พูลวางไว้บนถูงนอน แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับทีมลิเวอร์พูล กล่าวคือ การใช้รูปภาพของเด็กขณะกำลังอยู่ในถูงนอนเพื่อบอกถึงแฟนบอลของทีมลิเวอร์พูลที่ควรเตรียมตัวไปนอนได้แล้วเพราะว่าในวันดังกล่าวทีมลิเวอร์พูลนั้นไม่ได้ลงทำการแข่งขัน

1.5.3 คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ

การใช้รูปภาพคนหลายคนกับตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ มาประกอบเข้าด้วยกันเป็นรูปภาพ เพื่อบอกกล่าวถึงเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับทีมฟุตบอลทีมใดทีมหนึ่งหรือการแข่งขันฟุตบอลรายการใดรายการหนึ่ง ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 22 คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ

การใช้รูปภาพของแบทแมนที่มีตราสโมสรของทีมเวสต์แฮม ยูไนเต็ดถูกวางอยู่บริเวณหัวไหล่ ขณะกำลังตบหน้าซูเปอร์แมนที่มีตราสโมสรของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดวางอยู่บริเวณส่วนหัว แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันฟุตบอลของทีมเวสต์แฮม ยูไนเต็ดและแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ซึ่งเปรียบเป็นการต่อสู้กันของแบทแมนและซูเปอร์แมน โดยจากการที่แบทแมนกำลังตบหน้าซูเปอร์แมนทำให้พอจะคาดเดาได้ว่าทีมเวสต์แฮม ยูไนเต็ด สามารถทำผลงานได้ดีกว่าทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด

1.5.4 คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + สิ่งของอื่น ๆ

การใช้รูปภาพคนหลายคนกับตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ มาประกอบกับรูปภาพสิ่งของชนิดอื่น ๆ เพื่อบอกกล่าวถึงเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทีมฟุตบอลทีมใดทีมหนึ่งหรือการแข่งขันฟุตบอลรายการใดรายการหนึ่ง ทำให้เกิดความแปลกใหม่และสะดุดตาเมื่อพบเห็น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1.5.4.1 คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ถุงขนม



รูปภาพที่ 23 คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ถุงขนม

การใช้รูปภาพนักฟุตบอลทีมเลสเตอร์ ซิตี้ขณะกำลังดีใจและมีตราสโมสรของทีมประกอบอยู่ ด้านบน ทั้งหมดถูกตัดต่อขึ้นมาใหม่และนำไปวางไว้บนถุงขนมโดยเปลี่ยนยี่ห้อขนมเป็น WINNERS หมายถึง ผู้ชนะ แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการได้รับแชมป์ของทีมเลสเตอร์ซิตี

1.5.4.2 คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ถ้วยรางวัล



รูปภาพที่ 24 คนหลายคน + ตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ + ถ้วยรางวัล

การใช้รูปภาพที่เป็นรูปของชายหญิงคู่หนึ่งตัดต่อโดยนำเอาตราสโมสรเชลซีไปวางไว้บนร่างกายของผู้ชายขณะมอบถ้วยแชมป์พรีเมียร์ลีกให้กับผู้หญิงที่มีตราสโมสรเลสเตอร์ ซิตี้ อยู่บนร่างกาย แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่เพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับทีมเชลซีที่เป็นฝ่ายมอบแชมป์พรีเมียร์ลีกให้แก่ทีมเลสเตอร์ ซิตี้ ซึ่งเป็นการสร้างเรื่องราวจากการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ซึ่งทีมเชลซีทำได้เพียงเสมอกับทีมคู่แข่ง ทำให้เลสเตอร์ ซิตี้ ได้ตำแหน่งแชมป์พรีเมียร์ลีกในทันที เหมือนกับการยกแชมป์พรีเมียร์ลีกให้กับเลสเตอร์ ซิตี้

1.5.5 คนหลายคน + สิ่งของอื่น ๆ

การใช้รูปภาพคนหลายคนกับสิ่งของอื่น ๆ มาประกอบเข้าด้วยกันเป็นรูปภาพ เพื่อบอกกล่าวถึงเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากการแข่งขันฟุตบอล ทำให้เกิดความแปลกใหม่และสนุกสนาน จากการศึกษาพบว่าทางเพจใช้รูปภาพคนหลายคนมาประกอบกับรูปป๊อบหลายใบ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 25 คนหลายคน + สิ่งของอื่น ๆ

การใช้รูปภาพของนักฟุตบอลทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ต โดยตัดต่อนำป๊อบมาวางไว้บริเวณส่วนศีรษะของนักฟุตบอล แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่น่าผิดหวังและอับอายของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ต จากการตัดต่อนำป๊อบมาคลุมบริเวณส่วนศีรษะของนักฟุตบอลนั้น เพื่อแสดงถึงความอับอายจนไม่กล้าสู้หน้าใคร จากผลการแข่งขันฟุตบอลที่น่าผิดหวัง

1.6 รูปภาพคน สิ่งของ และสถานที่

จากการศึกษาส่วนประกอบของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกรียน – Troll Football ประเทศไทย ผู้ศึกษาพบว่าทางเพจได้มีการใช้รูปภาพคนทั้งในแบบที่เป็นคนคนเดียวและคนหลายคน สิ่งของที่เป็นตราสโมสรและสิ่งของอื่น ๆ และสถานที่ เช่น ถ้ำ เวทีมวยปล้ำ และที่สูงมาประกอบเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นรูปใหม่ เพื่อที่จะสื่อเรื่องราวและเหตุการณ์ของทีมฟุตบอลทีมใดทีมหนึ่ง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1.6.1 คนหลายคน + สิ่งของ (ตราสโมสรและโลโก้ต่าง ๆ) + ถ้ำ



รูปภาพที่ 26 คนหลายคน + สิ่งของ (ตราสโมสรและโลโก้ต่าง ๆ) + ถ้ำ

การใช้ใช้รูปภาพของกลุ่มคนที่อยู่ในถ้ำ โดยมีตราสโมสรฟุตบอลของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ที่ถูกตัดต่อนำมาวางไว้ที่กลุ่มคนดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอ จะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่น่าอัศจรรย์ของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด โดยใช้รูปภาพกลุ่มแฟนบอลของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดขณะที่กำลังรวมตัวกันอยู่ภายในถ้ำ ซึ่งการใช้รูปภาพสถานที่ที่เป็นถ้ำเพื่อจะแสดงถึงการหลบซ่อนจากความอับอายและความผิดหวังของผลการแข่งขันฟุตบอลของทีมที่ออกมาไม่เป็นที่น่าพอใจ

1.6.2 คนหลายคน + สิ่งของ (ตราสโมสรและโลโก้ต่าง ๆ) + เวทีมวยปล้ำ



รูปภาพที่ 27 คนหลายคน + สิ่งของ (ตราสโมสรและโลโก้ต่าง ๆ) + เวทีมวยปล้ำ

การใช้รูปภาพของนักมวยปล้ำที่อยู่บนเวทีกำลังยืนเผชิญหน้ากัน โดยมีตราสโมสรฟุตบอลของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ยูไนเต็ต เวสต์แฮม ยูไนเต็ด และบอร์นมัธ ถูกตัดต่อนำมาวางไว้ที่นักมวยปล้ำแต่ละคน ซึ่งใช้เป็นตัวแทนของทีมฟุตบอลแต่ละทีม แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอ จะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันฟุตบอลซึ่งเปรียบเสมือนการต่อสู้ โดยเป็นการพบกันของทีมฟุตบอล 3 ทีมข้างต้น

1.6.3 คน 1 คน + สิ่งของ (กล้องส่องทางไกล + บันได) + ที่สูง



รูปภาพที่ 28 คน 1 คน + สิ่งของ (กล้องส่องทางไกล + บันได) + ที่สูง

การใช้รูปภาพคนกำลังใช้กล้องส่องทางไกลขณะยืนอยู่บนบันไดซึ่งอยู่ในที่สูง แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการขึ้นไปบนที่สูง เพื่อมองหาอะไรบางอย่าง แต่ยังไม่สามารถระบุได้แน่ชัดว่าเป็นการมองหาสิ่งใด

1.7 รูปภาพคน สถานที่ และเวลา

จากการศึกษาส่วนประกอบของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ผู้ศึกษาพบว่าทางเพจได้มีการใช้รูปภาพคน สถานที่ และเวลา โดยรูปภาพที่พบมีลักษณะที่เป็นรูปภาพใหญ่เพียงรูปเดียว ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 29 คน สถานที่ และเวลา

การใช้รูปภาพกลุ่มคนที่กำลังถือไฟฉายอยู่ภายในป่าตอนกลางคืน แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาบางสิ่งบางอย่างในความมืดมน

1.8 รูปภาพคนและสถานที่

จากการศึกษาส่วนประกอบของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกรียน – Troll Football ประเทศไทย ผู้ศึกษาพบว่าทางเพจได้มีการใช้รูปภาพคนและสถานที่ โดยรูปภาพที่พบมีลักษณะที่เป็นรูปภาพใหญ่เพียงรูปเดียว และเป็นรูปภาพที่ต้องอาศัยการตีความเพื่อจะเข้าใจเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ทางเพจต้องการนำเสนอ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 30 คนและสถานที่

การใช้รูปภาพคนขณะที่กำลังนั่งมองกำแพง แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความน่าเบื่อและไม่มีอะไรจะทำ เพราะการนั่งมองกำแพงนั้นไม่ก่อให้เกิดความสนุกหรือตื่นเต้นในทางกลับกันกลับดูน่าเบื่อและไม่รู้ว่าจะทำอะไรต่อไป

1.9 รูปภาพคนและสัตว์

จากการศึกษาส่วนประกอบของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกรียน – Troll Football ประเทศไทย ผู้ศึกษาพบว่าทางเพจได้มีการใช้รูปภาพคนและสัตว์ โดยการนำรูปภาพคนและสัตว์มาประกอบเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นรูปใหม่ ซึ่งสามารถสร้างความแปลกใหม่และสดุดตาได้เป็นอย่างดี ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 31 คนและสัตว์

การใช้รูปภาพของก้อตซิลล่าโดยตัดต่อส่วนหัวให้เป็นรูปใบหน้าของซานติ กาสอร์ล่า นักฟุตบอลของทีมอาร์เซนอล แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับซานติ กาสอร์ล่า ซึ่งน่าจะเป็นการกล่าวถึงความยิ่งใหญ่และน่าเกรงขามของนักฟุตบอลคนดังกล่าวเพราะก้อตซิลล่านั้นเป็นสัตว์ที่ตัวใหญ่และน่าเกรงขาม

1.10 รูปภาพสิ่งของและสถานที่

จากการศึกษาส่วนประกอบของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกียร์น – Troll Football ประเทศไทย ผู้ศึกษาพบว่าทางเพจได้มีการใช้รูปภาพสิ่งของและสถานที่ โดยการนำรูปภาพสิ่งของและสถานที่มาประกอบเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นรูปใหม่ เพื่อที่จะสื่อเรื่องราวและเหตุการณ์ของทีมฟุตบอลทีมใดทีมหนึ่ง ซึ่งมีทั้งที่น่ายินดีและน่าผิดหวัง ดังนี้

1.10.1 ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ + ทางแยก

การสร้างสรรครูปภาพโดยนำตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ มาใช้ร่วมกับรูปภาพทางแยก เพื่อที่จะนำเสนอเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้มีความแปลกใหม่และน่าสนใจ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 32 ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ + ทางแยก

การใช้รูปภาพตราสโมสรฟุตบอลของทีมอาร์เซน่อลวางไว้บนรถที่กำลังขับไปตามถนนที่เป็นทางแยก โดยที่ทางแยกมีโลโก้ของการแข่งขันฟุตบอลยูฟ่า แชมเปียนส์ลีก และยูฟ่า ยูโรปาลีก วางไว้ที่ทางแยกทั้ง 2 ทาง แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับทีมอาร์เซน่อลในการแข่งขันฟุตบอลฟุตบอลยูฟ่า แชมเปียนส์ลีก และยูฟ่า ยูโรปาลีก โดยในภาพรถกำลังเลี้ยวไปทางโลโก้ของการแข่งขันฟุตบอลยูฟ่า ยูโรปาลีก หมายถึงทีมอาร์เซน่อลนั้นเลือกที่จะไปแข่งขันฟุตบอลยูฟ่า ยูโรปาลีก

1.10.2 ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ + สนามฟุตบอล

การใช้รูปภาพโดยนำตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ มาใช้ร่วมรูปภาพสนามฟุตบอล เป็นการสร้างสรรค์รูปภาพให้เกิดความสะดุดตา เพื่อที่จะนำเสนอเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งทำให้ทราบถึงทางเพจต้องการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับทีมฟุตบอลทีมใด ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 33 ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ + สนามฟุตบอล

การใช้รูปภาพตราสโมสรฟุตบอลของทีมลิเวอร์พูลและสนามแอนฟิลด์ซึ่งเป็นสนามเหย้าของทีมลิเวอร์พูล แสดงให้เห็นถึงความน่าตื่นเต้น สนุกสนานและความน่าเกรงขามของสนามแอนฟิลด์ ขณะที่ลิเวอร์พูลลงทำการแข่งขันฟุตบอลที่สนามแห่งนี้

1.10.3 ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ + สิ่งของอื่น ๆ (เรือสำราญ) + ทะเล

การใช้รูปภาพตราสโมสรฟุตบอลหรือโลโก้ต่าง ๆ มาประกอบเข้ากับรูปภาพสิ่งของชนิดอื่น ๆ และรูปภาพทะเล โดยรูปภาพสิ่งของชนิดอื่นที่พบ คือ รูปภาพเรือสำราญ เพื่อที่จะนำเสนอเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวงการฟุตบอล ทำให้ทราบว่าทางเพจต้องการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับทีมฟุตบอลทีมใดและเป็นเรื่องที่น่ายินดีหรือน่าผิดหวังสำหรับผู้รับสาร ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 34 ตราสโมสรฟุตบอลและโลโก้ต่าง ๆ + สิ่งของอื่น ๆ (เรือสำราญ) + ทะเล

การใช้รูปภาพตราสโมสรฟุตบอลของแมนเชสเตอร์ ซิตี้ วางไว้บนเรือสำราญที่กำลังจะจมลงในทะเล การเลือกใช้รูปภาพเรือสำราญที่กำลังจะจมเป็นส่วนประกอบ เพราะว่า ทีมแมนเชสเตอร์ ซิตี้ มีฉายาว่า เรือใบสีฟ้า รวมถึงผลการแข่งขันฟุตบอลที่ออกมาที่น่าผิดหวัง จึงใช้รูปภาพเรือสำราญที่กำลังจะจมลงในทะเล หมายถึง ทีมแมนเชสเตอร์ ซิตี้ที่พ่ายแพ้การแข่งขันฟุตบอลเหมือนกับเรือที่กำลังจะจมลงไปในทะเล

1.11 รูปภาพตัวอักษร

นอกจากนี้ยังผู้ศึกษายังพบว่าภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกียรณ – Troll Football ประเทศไทย มีการนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยการใช้รูปภาพตัวอักษร

รูปภาพในลักษณะนี้จะให้ความสำคัญกับข้อความตัวอักษรเป็นหลัก กล่าวคือ รูปภาพตัวอักษรเป็นรูปภาพที่จะพบแต่ข้อความที่เป็นตัวอักษร โดยอยู่บนพื้นหลังของรูปภาพที่เป็นสีต่าง ๆ และไม่มีรูปภาพประเภทอื่น ๆ ประกอบอยู่ด้วย ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 35 รูปภาพตัวอักษร

จากข้อความ “อะไรเอ๋ย 5 นาที 3 ลูก” เป็นการนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ผ่านทางข้อความตัวอักษรทั้งหมด โดยที่ไม่มีการใช้รูปภาพประกอบ กล่าวถึงการล้อเลียนทีมแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด ที่เสียประตูให้คู่แข่งไปถึง 3 ประตู ภายในระยะเวลาเพียง 5 นาที ซึ่งผู้รับสารอาจจะต้องใช้การตีความและมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ดังกล่าวมาก่อน จึงจะสามารถเข้าใจได้ว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับทีมแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด



รูปภาพที่ 36 รูปภาพตัวอักษร

จากข้อความ “ไม่จำเป็นต้องชนะเพื่อเป็นจ่าฝูง เก็บแรงไว้ ชนะนัดต่อไป #ปรัชญาภัล” กล่าวถึงแผนการเล่นของหลุยส์ ฟาน กัล อดีตผู้จัดการทีมแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด ที่เน้นการครองบอลแต่ไม่เน้นการยิงประตูซึ่งทำให้ทีมไม่สามารถเก็บชัยชนะเพื่อขึ้นเป็นจ่าฝูงได้ ผู้รับสารอาจจะต้องใช้

การตีความและมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ดังกล่าวมาก่อน จึงจะสามารถเข้าใจได้ว่า เนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอจะต้องเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนการใช้รูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย

การใช้รูปภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1.1 รูปภาพคน	555	65.98
1.1 รูปภาพสิ่งของ	200	23.78
1.3 รูปภาพสถานที่	2	0.24
1.4 รูปภาพสัตว์และสิ่งของ	3	0.36
1.5 รูปภาพคนและสิ่งของ	59	7.02
1.6 รูปภาพคน สิ่งของ และสถานที่	11	1.31
1.7 รูปภาพคน สถานที่ และเวลา	2	0.24
1.8 รูปภาพคนและสถานที่	1	0.12
1.9 รูปภาพคนและสัตว์	1	0.12
1.10 รูปภาพสิ่งของและสถานที่	5	0.59
1.11 รูปภาพตัวอักษร	2	0.24
รวม	841	100

2. ขนาดของรูปภาพ

ขนาดของรูปภาพเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยแสดงให้เห็นว่าตัวละครหรือวัตถุที่อยู่ในรูปภาพมีขนาดเล็กหรือใหญ่มากน้อยเพียงใด ทำให้ผู้รับสารสามารถเห็นรายละเอียดภายในรูปภาพได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังนั้นรูปภาพที่นำมาใช้ต้องมีขนาดของรูปภาพที่เหมาะสมและมีความชัดเจน จากการศึกษาผู้ศึกษาพบว่าขนาดของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย สามารถแบ่งได้เป็น 6 ประเภท ดังนี้

2.1 ระยะใกล้ (Close-up, CU)

2.2 ระยะหน้าอก (Close shot, CS)

2.3 ระยะกลาง (Medium Shot, MS)

2.4 ระยะไกลปานกลาง (Medium Full Shot, MFS)

2.5 ระยะเต็มตัว (Full shot, FS)

2.6 ระยะไกล (Long shot, LS)

ขนาดของรูปภาพทั้ง 6 ประเภท มีรายละเอียดที่จะกล่าวถึง ดังต่อไปนี้

2.1 ระยะใกล้ (Close-up, CU)

รูปภาพระยะใกล้ เป็นขนาดภาพที่เห็นในมุมมองแคบ โดยมองเห็นได้ตั้งแต่ไหล่หรือศีรษะของตัวละคร ใช้เพื่อเน้นรายละเอียดของตัวละครหรือวัตถุ



รูปภาพที่ 37 ขนาดภาพระยะใกล้

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้ขนาดภาพระยะใกล้ ได้แก่ รูปภาพของ หลุยส์ ฟาน กัล อดีตผู้จัดการทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด แสดงให้เห็นถึงสีหน้าของ หลุยส์ ฟาน กัล ที่กำลังยิ้มแย้ม ทำให้ผู้รับสารรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของ หลุยส์ ฟาน กัล และทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ซึ่งน่าจะเป็นเรื่องราวที่น่ายินดี



รูปภาพที่ 38 ขนาดภาพพระยะใกล้

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้ขนาดภาพพระยะใกล้ ได้แก่ รูปภาพของผู้ชายกำลังนั่งกุมมือตัวเอง โดยมีตราสโมสรฟุตบอลของทีมลิเวอร์พูลวางไว้บริเวณหน้าผาก แสดงให้เห็นถึงสีหน้าของผู้ชายคนดังกล่าวซึ่งกำลังซึมเศร้าและผิดหวัง ทำให้ผู้รับสารพอที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของทีมลิเวอร์พูลที่ทำผลงานได้ไม่ดีนัก จนแฟนบอลต้องซึมเศร้าและผิดหวังกับผลงานของทีม



รูปภาพที่ 39 ขนาดภาพพระยะใกล้

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้ขนาดภาพพระยะใกล้ ได้แก่ รูปภาพของ รอย คีน อดีตนักฟุตบอลของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด แสดงให้เห็นสีหน้าที่เคร่งเครียดและเอาจริงเอาจัง ทำให้ผู้รับสารพอที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด

2.2 ระยะหน้าอก (Close shot, CS)

รูปภาพพระยะหน้าอก เป็นขนาดภาพที่เห็นตั้งแต่ระยะหน้าอกขึ้นไป ทำให้เห็นสีหน้าของตัวละครหรือลักษณะของวัตถุได้ค่อนข้างชัดเจน



รูปภาพที่ 40 ขนาดภาพพระยะหน้าอก

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้ขนาดภาพพระยะหน้าอก ได้แก่ รูปภาพของ ขวน มาต้า นักฟุตบอลของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด แสดงให้เห็นสีหน้าและท่าทางที่มีความมั่นใจและเอาจริงเอาจัง ทำให้ผู้รับสารพอที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของ ขวน มาต้า และทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด



รูปภาพที่ 41 ขนาดภาพพระยะหน้าอก

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้ขนาดภาพพระยะหน้าอก ได้แก่ รูปภาพของ เจอร์เก้น คล็อปป์ ผู้จัดการทีมลิเวอร์พูล แสดงให้เห็นสีหน้าและท่าทางที่กำลังหัวเราะเพื่อแสดงอาการดีใจ ขณะกำลังให้สัมภาษณ์นักข่าว ทำให้ผู้รับสารพอที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของ เจอร์เก้น คล็อปป์ และทีมลิเวอร์พูล

2.3 ระยะกลาง (Medium Shot, MS)

รูปภาพระยะกลาง เป็นขนาดภาพที่เห็นตั้งแต่ช่วงสะโพกหรือเอวขึ้นไป ใช้เพื่อแสดงให้เห็นถึงท่าทางของตัวละครหรือลักษณะของวัตถุ อีกทั้งยังสามารถมองเห็นฉากหลังหรือพื้นหลังบางส่วนจากรูปภาพได้



รูปภาพที่ 42 ขนาดภาพระยะกลาง

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้ขนาดภาพระยะกลาง ได้แก่ รูปภาพตราสโมสรของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ทำให้ผู้รับสารพอที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด



รูปภาพที่ 43 ขนาดภาพระยะกลาง

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้ขนาดภาพระยะกลาง ได้แก่ รูปภาพของ เมซุต โอซิล นักฟุตบอลของทีมอาร์เซน่อล แสดงให้เห็นท่าทางขณะที่เขากำลังวิ่งกางแขนเพื่อแสดงอาการดีใจ ทำให้ผู้รับสารพอที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวที่น่ายินดีของ เมซุต โอซิล และทีมอาร์เซน่อล



รูปภาพที่ 44 ขนาดภาพระยะกลาง

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้ขนาดภาพระยะกลาง ได้แก่ รูปภาพของ หลุยส์ ฟาน กัล อดีตผู้จัดการทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด แสดงให้เห็นถึงสีหน้าและท่าทางของ หลุยส์ ฟาน กัล ที่กำลังยกแขนเพื่อชูมือแสดงอาการสะใจ ทำให้ผู้รับสารรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของ หลุยส์ ฟาน กัล และทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ซึ่งน่าจะเป็นเรื่องราวน่ายินดี

2.4 ระยะไกลปานกลาง (Medium Full Shot, MFS)

รูปภาพระยะไกลปานกลาง เป็นขนาดภาพที่ครอบคลุมตั้งแต่หน้าแข้งหรือหัวเข่าของตัวละครขึ้นไป ทำให้เห็นทั้งท่าทางของตัวละครและฉากมากขึ้น



รูปภาพที่ 45 ขนาดภาพระยะไกลปานกลาง

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้ขนาดภาพระยะไกลปานกลาง ได้แก่ รูปภาพของ อเล็กซิส ซานเชซ นักฟุตบอลของทีมอาร์เซนอล แสดงให้เห็นสีหน้าที่ยิ้มแย้มและท่าทางขณะที่เขากำลังวิ่ง

กางแขนเพื่อแสดงอาการดีใจ ทำให้ผู้รับสารพื่อที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวที่น่ายินดีของ อเล็กซิส ซานเชซ และทีมอาร์เซน่อล



รูปภาพที่ 46 ขนาดภาพพระยะไกลปานกลาง

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้ขนาดภาพพระยะไกลปานกลาง ได้แก่ รูปภาพของ ฟิลิปเป้ คูตินโญ่ อดีตนักฟุตบอลของทีมลิเวอร์พูล แสดงให้เห็นสีหน้าและท่าทางที่แสดงออกถึงความสะใจและดีใจ ทำให้ผู้รับสารพื่อที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวที่น่ายินดีของ ฟิลิปเป้ คูตินโญ่ และทีมลิเวอร์พูล



รูปภาพที่ 47 ขนาดภาพพระยะไกลปานกลาง

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้ขนาดภาพพระยะไกลปานกลาง ได้แก่ รูปภาพของนักฟุตบอลทีมเชลซี แสดงให้เห็นถึงท่าทางขณะที่พวกเขากำลังกอดกัน ทำให้ผู้รับสารพื่อที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวที่ของ ทีมเชลซี

2.5 ระยะเต็มตัว (Full shot, FS)

รูปภาพระยะเต็มตัว เป็นขนาดภาพที่เห็นร่างกายเต็มตัวของตัวละคร แสดงให้เห็นท่าทาง และฉากได้อย่างชัดเจน เป็นการเน้นให้เห็นถึงการกระทำของตัวละครหรือสิ่งที่เกิดขึ้นกับวัตถุ



รูปภาพที่ 48 ขนาดภาพระยะเต็มตัว

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้ขนาดภาพระยะเต็มตัว ได้แก่ รูปภาพของนักฟุตบอลทีม เลสเตอร์ ซิตี้ แสดงให้เห็นถึงท่าทางขณะที่พวกเขากำลังกอดกันเพื่อแสดงความดีใจ ทำให้ผู้รับสาร พอที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวที่น่ายินดีของทีมเลสเตอร์ ซิตี้



รูปภาพที่ 49 ขนาดภาพระยะเต็มตัว

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้ขนาดภาพระยะเต็มตัว ได้แก่ รูปภาพของนักฟุตบอลทีม เลสเตอร์ ซิตี้ จำนวน 4 คน แสดงให้เห็นถึงท่าทางขณะที่ทั้ง 4 คน กำลังยืนโพสท่าเพื่อถ่ายรูป ทำให้ ผู้รับสารพอที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของทีมเลสเตอร์ ซิตี้



รูปภาพที่ 50 ขนาดภาพระยะเต็มตัว

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้ขนาดภาพระยะเต็มตัว ได้แก่ รูปภาพของเรือสำราญที่กำลังจะจมลงไปในทะเล โดยมีตราสโมสรของทีมแมนเชสเตอร์ ซิตี้ วางอยู่กับเรือลำดังกล่าว เป็นการกล่าวทีมแมนเชสเตอร์ ซิตี้ ซึ่งมีสมญานามว่า เรือใบสีฟ้า ที่น่าจะทำผลงานในการแข่งขันฟุตบอลได้ไม่ดีและน่าผิดหวัง จากการสร้างสรรค์รูปภาพโดยใช้รูปภาพเรือสำราญซึ่งได้มาจากสมญานามของทีมขณะกำลังจะจมลงในทะเลมาประกอบกับตราสโมสรของทีมแมนเชสเตอร์ ซิตี้ หมายถึง ทีมแมนเชสเตอร์ ซิตี้ ที่พ่ายแพ้การแข่งขันฟุตบอลเหมือนกับเรือสำราญที่กำลังจะจมลงไปในทะเล ซึ่งจากรูปภาพตัวอย่างสามารถมองเห็นองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในรูปภาพได้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้รับสารสามารถตีความและเข้าใจความหมายได้ง่ายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

2.6 ระยะไกล (Long shot, LS)

รูปภาพระยะไกล เป็นขนาดภาพที่จะเห็นภาพรวมของฉากมากขึ้นในระยะไกลออกมาและตัวละครที่เล็กลง ทำให้เห็นฉาก เหตุการณ์ และการกระทำของตัวละครโดยรวม



รูปภาพที่ 51 ขนาดภาพระยะไกล

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้ขนาดภาพระยะไกล ได้แก่ รูปภาพของทีมงานและนักฟุตบอล ทีมเลสเตอร์ ซิตี้ ขณะกำลังยืนถึงป้ายที่มีข้อความแสดงให้เห็นว่าทีมเลสเตอร์ ซิตี้ เป็นแชมป์พรีเมียร์ลีก ลีกประจำฤดูกาล 2015/2016 ซึ่งจากรูปภาพตัวอย่างสามารถมองเห็นองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในรูปภาพได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะป้ายที่แสดงให้เห็นว่าทีมเลสเตอร์ ซิตี้ เป็นแชมป์พรีเมียร์ลีกประจำ ฤดูกาล 2015/2016 ทำให้ผู้รับสารพอที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวที่น่ายินดีของ ทีมเลสเตอร์ ซิตี้



รูปภาพที่ 52 ขนาดภาพระยะไกล

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้ขนาดภาพระยะไกล ได้แก่ รูปภาพของ โซเซ่ มูรินโญ่ อดีตผู้จัดการทีมเชลซี (ในวงกลมสีเหลือง) ขณะกำลังยืนชมการแข่งขันฟุตบอลอยู่บนอัฒจันทร์ ท่ามกลางกลุ่มแฟนบอล ซึ่งจากรูปภาพจะเห็นได้ว่ากลุ่มแฟนบอลนั้นต่างชูมือและโห่ร้องเพื่อแสดงอาการดีใจ ในขณะที่ โซเซ่ มูรินโญ่ มีท่าทางที่นิ่งเฉย ทำให้ผู้รับสารพอที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของ โซเซ่ มูรินโญ่ และทีมเชลซี ซึ่งน่าจะเป็นเรื่องที่น่าผิดหวัง

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนการใช้ขนาดของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย

การใช้ขนาดของรูปภาพ	จำนวน	ร้อยละ
2.1 ระยะใกล้ (Close-up, CU)	51	6.06
2.1 ระยะหน้าอก (Close shot, CS)	189	22.48
2.3 ระยะกลาง (Medium Shot, MS)	400	47.56
2.4 ระยะไกลปานกลาง (Medium Full Shot, MFS)	38	4.52
2.5 ระยะเต็มตัว (Full shot, FS)	151	17.95
2.6 ระยะไกล (Long shot, LS)	12	1.43
รวม	841	100

3. มุมกล้อง

มุมกล้องเป็นการกำหนดตำแหน่งที่ตั้งของกล้องขณะจับภาพไปยังวัตถุในกรอบภาพ มุมกล้องสามารถใช้ในการบอกสถานที่ การเปิดเผยหรือปิดบังตัวละคร การใช้รูปภาพที่มีมุมกล้องที่แตกต่างกันจะทำให้เกิดความน่าสนใจและดึงดูดผู้รับสารได้ดี อีกทั้งยังสามารถใช้เพื่อนำอารมณ์และความหมายที่ต้องการจะสื่อสารได้ จากการศึกษาผู้ศึกษาพบว่าขนาดของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย พบการใช้รูปภาพที่มีมุมกล้องทั้งหมด 3 ประเภท ดังนี้

3.1 รูปภาพมุมสูง

3.2 รูปภาพมุมระดับสายตา

3.3 รูปภาพมุมต่ำ

มุมกล้องของรูปภาพทั้ง 3 ประเภท มีรายละเอียดที่จะกล่าวถึง ดังต่อไปนี้

3.1 รูปภาพมุมสูง

รูปภาพมุมสูง เป็นมุมที่ถ่ายโดยกล้องอยู่สูงกว่าวัตถุหรือตัวละคร เพื่อให้เห็นภาพรวมของฉาก นอกจากนี้ยังสื่อความหมายถึงความต้อยต่ำและไม่มีความสำคัญ



รูปภาพที่ 53 รูปภาพมุมมองสูง

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้รูปภาพมุมมองสูง ได้แก่ รูปภาพตราสโมสรฟุตบอลของทีมเชลซี ซึ่งในแนวลึกสามารถมองเห็นตราสัญลักษณ์ของการแข่งขันฟุตบอลรายการยูฟ่า แชมเปียนส์ลีก รวมถึงฉากหลังที่เป็นสนามฟุตบอล ทำให้ผู้รับสารรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของทีมเชลซีที่ลงทำการแข่งขันฟุตบอลรายการยูฟ่า แชมเปียนส์ลีก อีกทั้งการใช้รูปภาพมุมมองสูงยังสื่อความหมายถึงความตกต่ำ ทำให้ผู้รับสารพอจะเข้าใจและเดาได้ว่าทีมเชลซีน่าจะทำผลงานได้น่าผิดหวัง



รูปภาพที่ 54 รูปภาพมุมมองสูง

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้รูปภาพมุมมองสูง ได้แก่ รูปภาพของเด็กผู้ชายที่กำลังนอนอยู่ในถุงนอน ซึ่งมีตราสโมสรฟุตบอลของทีมลิเวอร์พูลวางอยู่บนถุงนอน สามารถสื่อความหมายถึงการไม่มีความสำคัญ ทำให้ผู้รับสารพอที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของแฟนบอลทีมลิเวอร์พูลที่กำลังจะนอน เพราะทีมลิเวอร์พูลไม่ได้ลงแข่งขันฟุตบอลในวันดังกล่าว กล่าวคือ ในวันดังกล่าว นั้นแฟนบอลลิเวอร์พูลไม่มีความสำคัญและให้ไปนอนพักได้ เนื่องจากทีมฟุตบอลที่ตนเองเชียร์ไม่ได้ลงทำการแข่งขัน



รูปภาพที่ 55 รูปภาพมุกสูง

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้รูปภาพมุกสูง ได้แก่ รูปภาพผู้ชายและผู้หญิงที่กำลังหลบอยู่ภายในรอยแยกของพื้น ซึ่งมีตราสโมสรฟุตบอลของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด วางอยู่บนร่างกายของทั้งคู่ สามารถสื่อความหมายถึงการหลบซ่อนและความตกต่ำจากความพ่ายแพ้ ทำให้ผู้รับสารพอที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของแฟนบอลแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ที่กำลังหลบซ่อนจากความอับอายจากการที่ทีมพ่ายแพ้การแข่งขัน

3.2 มุมระดับสายตา

เป็นมุมมองที่มีความสูงระดับเท่าสายตาของตัวละคร หรือระดับเดียวกับกล้องที่วางไว้บนไหล่ของตากล้อง สามารถสื่อสารกับผู้รับสารได้ง่าย เพราะเป็นมุมมองที่ให้รายละเอียดค่อนข้างครบถ้วน และคุ้นเคยดีในชีวิตประจำวัน



รูปภาพที่ 56 รูปภาพมุมระดับสายตา

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้รูปภาพมุ่มระดับสายตา ได้แก่ รูปภาพของ หลุยส์ ฟาน กัล อดีตผู้จัดการทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ต แสดงให้เห็นถึงสีหน้าและท่าทางของ หลุยส์ ฟาน กัล ที่กำลัง เคียดแค้นและแสดงออกถึงความกังวล ทำให้ผู้รับสารรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของ หลุยส์ ฟาน กัล และทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ต



รูปภาพที่ 57 รูปภาพมุ่มระดับสายตา

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้รูปภาพมุ่มระดับสายตา ได้แก่ รูปภาพของ เวย์น รูนีย์ อดีต นักฟุตบอลทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ต แสดงให้เห็นถึงสีหน้าที่ยิ้มแย้มและท่าทางของการแสดงความ ดีใจ ทำให้ผู้รับสารรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวที่น่ายินดีของ เวย์น รูนีย์ และทีม แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ต



รูปภาพที่ 58 รูปภาพมุ่มระดับสายตา

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้รูปภาพมุ่มระดับสายตา ได้แก่ รูปภาพของ ไรอัน กิกส์ อดีต ผู้ช่วยผู้จัดการทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ต แสดงให้เห็นถึงสีหน้าที่เคร่งขรึม ทำให้ผู้รับสารรู้ว่าทางเพจ ต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของ ไรอัน กิกส์ และทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ต

3.3 มุมต่ำ

เป็นมุมที่กล้องตั้งอยู่ต่ำกว่าวัตถุและถ่ายเงยกล้องขึ้นไป ทำให้เกิดองค์ประกอบเป็นรูปสามเหลี่ยม แสดงถึงความเหนือกว่า ให้ความรู้สึกมั่นคง ยิ่งใหญ่ น่าเกรงขาม มีพลัง มีอำนาจ หรือบอกขนาดที่ต่างกันของตัวละคร



รูปภาพที่ 59 รูปภาพมุมต่ำ

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้รูปภาพมุมต่ำ ได้แก่ รูปภาพของ หลุยส์ ฟาน กัล อดีตผู้จัดการทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด แสดงให้เห็นถึงสีหน้าและท่าทางของ หลุยส์ ฟาน กัล ที่เคร่งขรึมและนิ่งเฉย จากรูปภาพที่เป็นมุมต่ำสามารถสื่อความหมายถึงความยิ่งใหญ่และน่าเกรงขาม ทำให้ผู้รับสารรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวที่ยิ่งใหญ่ของ หลุยส์ ฟาน กัล และทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด



รูปภาพที่ 60 รูปภาพมุมต่ำ

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้รูปภาพมุดำ ได้แก่ รูปภาพของ เจมี วาร์ดี นักฟุตบอลของทีมเลสเตอร์ ซิตี้ ขณะกำลังแสดงอาการดีใจ จากรูปภาพที่เป็นมุดำสามารถสื่อความหมายถึงความยิ่งใหญ่และน่าชื่นชม ทำให้ผู้รับสารพอที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวที่น่าชื่นชมของ เจมี วาร์ดี



รูปภาพที่ 61 รูปภาพมุดำ

จากรูปภาพตัวอย่างเป็นการใช้รูปภาพมุดำ ได้แก่ รูปภาพของ โซเซ่ มูรินโญ่ และ อาร์แซน เวนเกอร์ อดีตผู้จัดการทีมเชลซีและอาร์เซนอล ขณะกำลังชกมวย จากรูปภาพที่เป็นมุดำสามารถสื่อความหมายถึงความยิ่งใหญ่และความสำคัญของการชกมวยในครั้งนี้ โดยแสดงให้เห็นถึงความเหนือกว่าของ อาร์แซน เวนเกอร์ ที่กำลังยืนอย่างแข็งแกร่ง ในขณะที่ โซเซ่ มูรินโญ่ กำลังนั่งเหมือนนักมวยที่กำลังหมดแรง ทำให้ผู้รับสารพอที่จะรู้ว่าทางเพจต้องการที่จะนำเสนอเรื่องราวของการแข่งขันฟุตบอลของทีมเชลซีและอาร์เซนอลที่มีความสำคัญมากต่อทั้ง 2 ทีม โดยทีมอาร์เซนอลกำลังได้เปรียบและทำผลงานได้ดีกว่าทีมเชลซี

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนการใช้มุดำของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย

การใช้มุดำของรูปภาพ	จำนวน	ร้อยละ
3.1 รูปภาพมุดำสูง	25	2.97
3.1 รูปภาพมุดำระดับสายตา	781	92.87
3.3 รูปภาพมุดำต่ำ	35	4.16
รวม	841	100

จากการศึกษาส่วนประกอบรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ทางเพจมีการใช้รูปภาพอยู่ทั้งหมด 4 ประเภท คือ รูปภาพคน รูปภาพสัตว์ รูปภาพสิ่งของ และรูปภาพสถานที่ เพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบในการนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ในวงการฟุตบอล

รูปภาพทั้ง 4 ประเภท ถูกนำมาสร้างสรรค์และนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ในวงการฟุตบอล ทั้งหมด 11 รูปแบบ ได้แก่ รูปภาพคน, รูปภาพสิ่งของ, รูปภาพสถานที่, รูปภาพสัตว์ และสิ่งของ, รูปภาพคนและสิ่งของ, รูปภาพคน สิ่งของและสถานที่, รูปภาพคน สถานที่และเวลา, รูปภาพคนและสถานที่, รูปภาพคนและสัตว์, รูปภาพสิ่งของและสถานที่, รูปภาพตัวอักษร ซึ่งจากการศึกษา พบว่า รูปภาพคนเป็นรูปแบบที่ทางเพจนิยมใช้เพื่อสร้างสรรค์และนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ มากที่สุด จำนวน 555 รูปภาพ คิดเป็นร้อยละ 65.98 โดยรูปภาพคนและสถานที่, รูปภาพคนและสัตว์ เป็นรูปแบบที่ถูกนำมาสร้างสรรค์และนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ น้อยที่สุด

ส่วนการศึกษาขนาดของรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย พบว่า สามารถแบ่งขนาดของรูปภาพได้ทั้งหมด 6 ประเภท คือ ระยะเวลาใกล้ ระยะเวลาหน้าอก ระยะเวลากลาง ระยะเวลาไกลปานกลาง ระยะเวลาเต็มตัว และระยะเวลาไกล โดยพบการใช้ขนาดของรูปภาพระยะเวลากลางมากถึง 400 รูปภาพ คิดเป็นร้อยละ 47.56 และพบการใช้ขนาดของรูปภาพระยะเวลาหน้าอกและระยะเวลาเต็มตัวรองลงมาในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

ในด้านการใช้มุกกล้อ้ง พบว่า เพจใช้รูปภาพที่มีมุกกล้อ้งทั้งหมด 3 ประเภท คือ รูปภาพมุกสูง รูปภาพมุกระดับสายตา และรูปภาพมุกต่ำ โดยใช้รูปภาพมุกระดับสายตามากถึง 781 รูปภาพ คิดเป็นร้อยละ 92.87 รูปภาพมุกระดับสายตาส่งสารให้ผู้รับสารเข้าใจได้ง่าย ด้วยความที่มุกกล้อ้งให้รายละเอียดค่อนข้างครบถ้วน ชัดเจน และพบเห็นได้บ่อยในชีวิตประจำวัน

การใช้รูปภาพนั้นจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและสะดุดตาให้กับผู้รับสารได้มากกว่าการพิมพ์ข้อความและโพสต์ลงไปทีหน้าเพจเพียงอย่างเดียว ซึ่งจากการศึกษาพบว่าการใช้รูปภาพเพียงอย่างเดียวจะสามารถบอกได้ว่าเนื้อหาที่เพจต้องการนำเสนอ นั้นเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับนักฟุตบอลคนใดหรือทีมฟุตบอลทีมใด เป็นเรื่องราวที่น่ายินดีหรือน่าผิดหวัง แต่ยังไม่สามารถที่จะบอกถึงรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจนเพียงพอ จึงต้องมีภาษาข้อความเพื่อให้ความกระจ่างชัดต่อเรื่องที่น่าเสนอ ซึ่งผู้ศึกษาจะได้วิเคราะห์และรายงานผลการศึกษาในบทต่อไป

บทที่ 4

การใช้ภาษาของข้อความภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย

ภาษาเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ที่ช่วยให้กระบวนการสื่อสารดำเนินไปได้อย่างสมบูรณ์ ทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยเฉพาะการสร้างสรรคข้อความเพื่อนำไปใช้ในเพจ Facebook ผู้ส่งสารจะต้องมีความคิดสร้างสรรค์และคำนึงถึงปัจจัยในหลาย ๆ ด้าน เช่น เนื้อหาหรือเรื่องราวที่น่าเสนอภายในเพจ กลุ่มเป้าหมาย ประสบการณ์ของผู้รับสาร เป็นต้น

การศึกษาคำนี้มามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาของข้อความภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ข้อความภายในเพจที่พบเป็นข้อความที่สร้างสรรค์ขึ้นและถูกนำไปใช้ร่วมกับรูปภาพ ซึ่งทำให้มีพื้นที่จำกัดในการวางข้อความ ดังนั้นการใช้ภาษาภายในเพจนั้นผู้ส่งสารควรเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสมกับรูปแบบของเพจและพื้นที่ของรูปภาพ เพื่อให้ผู้รับสารรับรู้และเข้าใจเรื่องราวได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน

ในบทนี้ผู้ศึกษาจะศึกษาเรื่อง “การศึกษาการใช้ภาษาของข้อความภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย” ในเรื่องของการใช้คำ การใช้สำนวน การใช้บทเพลง และการสื่อความหมายของภาษาล้อคำ ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. การใช้คำ

คำ คือ เสียงที่เป็นเครื่องหมายและแสดงออกมาเป็นความมุ่งหมายต่าง ๆ แต่ ขอบเขตของความหมายนั้นไม่คงที่ตายตัว อาจจะกว้าง แคบ หรือเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา (พรทิพย์ ภัทรนาวิก, 2521: 4-5) นอกจากนี้คำยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่ผู้ส่งสารใช้เพื่อถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็น การแสดงความรู้สึก หรือประสบการณ์ออกมาเป็นเรื่องราวให้ผู้รับสารทราบ ดังนั้นผู้ส่งสารรู้คำมากเท่าใดก็จะสามารถสื่อสารงานออกมาได้มากและน่าสนใจเท่านั้น

การใช้คำภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ผู้ส่งสารเน้นการใช้คำที่ไม่เป็นทางการเป็นหลักในการสื่อสาร กล่าวคือ คำที่ใช้กันในภาษาที่ไม่เป็นแบบแผน คำเหล่านี้ส่วนใหญ่ใช้ในการพูดหรือการเขียนอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อความกระชับ โดดเด่น เข้าใจง่าย ก่อให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกและความเพลิดเพลินให้แก่ผู้รับสารได้ดีกว่าภาษาที่เป็นทางการ

เมื่อพิจารณาการใช้คำที่ปรากฏในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย พบว่ามีการใช้คำที่น่าสนใจและมีรูปแบบเฉพาะตัว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 การใช้คำสมญานาม

คำสมญานาม หมายถึง นามที่เป็นคำ กลุ่มคำหรือข้อความที่ใช้เป็นชื่อเรียกหรืออ้างถึงบุคคล สิ่งของ ไม่ใช่ชื่อจริง ตั้งขึ้นจากรูปลักษณะ พฤติกรรม หรือเหตุการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือมากกว่า หนึ่งประกอบกัน ซึ่งเป็นที่หมายรู้กันในหมู่คณะ เพื่อให้แตกต่างไปจากชื่อเดิมหรือชื่อจริง (จันจิรา หาวิชา, 2547: 27) การใช้คำสมญานามเป็นวิธีการใช้คำที่ทำให้ข้อความมีความกระชับ น่าสนใจ เข้าใจง่ายและสามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

เฟลโลนี่ ป.ประมุข

เฟลโลนี่ ป.ประมุข เป็นสมญานามของ มารูยาน เฟลโลนี่ นักฟุตบอลของทีมแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด ตั้งขึ้นตามพฤติกรรมเด่นของมารูยาน เฟลโลนี่ ซึ่งเป็นคนที่มีรูปร่างสูงใหญ่เวลากระโดดโหม่งบอลหรือเข้าปะทะกับผู้เล่นฝั่งตรงข้ามเจ้าตัวมักจะกางศอกออกมาทำให้ผู้เล่นฝั่งตรงข้ามได้รับบาดเจ็บอยู่เสมอ เหมือนกับจะมาต่อมวยมากกว่าเล่นฟุตบอล ทั้งนี้ ป.ประมุข เป็นชื่อของค่ายมวยไทย ตั้งอยู่ที่อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยชื่อ ป.ประมุข มักจะถูกนำมาต่อท้ายชื่อของนักมวยโดยมีนักมวยที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก เช่น บัวขาว ป.ประมุข คมพยัคฆ์ ป.ประมุข เป็นต้น

ตัวอย่างที่ 2

บีกแมตซ์ พรีเมียร์ลีก คีนี่ ตี 2.00 น. สดทาง CTH STADIUM 2 หงส์แดง กต 1 สิงห์บูล

กต 2

หงส์แดงเป็นสมญานามของทีมฟุตบอลลิเวอร์พูล และ สิงห์บูลเป็นสมญานามของทีมฟุตบอลเชลซี ตั้งขึ้นตามตราสัญลักษณ์และสีประจำทีม เช่น ตราสัญลักษณ์ของทีมฟุตบอลเชลซีเป็นรูปสิงห์ และสีประจำทีมคือสีน้ำเงิน

ตัวอย่างที่ 3

พีบ่าวคมจริงๆ

พีบ่าว เป็นสมญานามของ เซร์คิโอ อเกวโร่ นักฟุตบอลของทีมแมนเชสเตอร์ ซิตี้ ตั้งขึ้นตามลักษณะหน้าตาของ เซร์คิโอ อเกวโร่ ที่มีความคล้ายกับบาววีศิลป์เพลงลูกทุ่งเพื่อชีวิตของประเทศไทย โดยบาววีมีผลงานเพลงที่เป็นที่รู้จัก เช่น ขอนไม้กับเรือ ใจออกอาการ ไม่มีประโยชน์ เป็นต้น

ตัวอย่างที่ 4

ฮัลโหล..ใช่ครับ ผมมอยส์ กำลังพูดครับ ออ เสี่ยหมี เหรอครับ มีอะไรครับ...

เสี่ยหมี เป็นสมญานามของ โรมัน อับราโมวิช เจ้าของทีมฟุตบอลของทีมฟุตบอล ตั้งขึ้นตามหน้าตาและความร่ำรวยของโรมัน อับราโมวิช โดยที่ โรมัน อับราโมวิช นั้นชอบไว้เคราจนหน้าตาคล้ายกับหมีและยังร่ำรวยจนติดอันดับโลก

ตัวอย่างที่ 5

1-1 รถบัส ไม่ทำงาน!

รถบัส เป็นสมญานามของทีมฟุตบอลเชลซี ตั้งตามรูปแบบและวิธีการเล่นในขณะนั้นที่เน้นการตั้งรับเป็นหลักมากกว่าการที่จะทำเกมบุกใส่คู่แข่ง โดยการใช้ผู้เล่นทั้ง 11 คนลงไปตั้งรับอยู่ในแดนของตัวเองเหมือนกับการเอารถบัสมาจอดขวางหน้าประตูเพื่อไม่ให้คู่แข่งนั้นทำประตูได้

ตัวอย่างที่ 6

คีนนี้อาจจะเป็นเกมสุดท้ายของ **อ้วนรองทรง**

อ้วนรองทรง เป็นสมญานามของ หลุยส์ ฟานกัล อดีตผู้จัดการทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ตั้งตามลักษณะเด่นของร่างกายที่เป็นคนอ้วนและไว้ผมรองทรงตลอดเวลา

1.2 การใช้คำทับศัพท์

คำทับศัพท์ หมายถึง การยืมคำจากภาษาหนึ่งแล้วนำไปใช้ในอีกภาษาหนึ่งโดยตรงไม่มี การเปลี่ยนแปลงรูป คือ พยายามรักษาลักษณะเด่นของภาษาเดิมเอาไว้ (พรทิพย์ ภัทธนาวิก, 2517: 14) การใช้คำทับศัพท์เป็นวิธีการใช้คำที่ทำให้ข้อความมีความกระชับและสามารถช่วยประหยัดเนื้อที่ของข้อความได้ เนื่องจากคำทับศัพท์บางคำสั้นกว่าคำศัพท์บัญญัติและเป็นคำที่ผู้รับสารส่วนใหญ่รู้จักและเข้าใจกันเป็นอย่างดีอยู่แล้ว ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

เอฟเอ คัพ คีนนี้จะพบกับทีม ชูว์สบิวรี ทีมที่มาจากดิวิชั่นที่ต่ำที่สุดในรอบนี้

ดิวิชั่น มาจากคำภาษาอังกฤษ division หมายถึง การแบ่ง, แบ่งส่วน, ส่วนแบ่ง, ชั้น ในที่นี้หมายถึง การแบ่งชั้นหรือระดับของการแข่งขัน

ตัวอย่างที่ 2

พวกเขาได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่า ไม่จำเป็นต้องทุ่มเงินจำนวนมหาศาล ไม่จำเป็นต้องมี**สตาร์**ดังเต็มทีม ก็สามารถก้าวสู่ระดับที่จะเป็น**แชมป์**ได้

สตาร์ มาจากคำภาษาอังกฤษ star หมายถึง ตัวเอก, บุคคลที่ช่วงโชติ โดยในที่นี้หมายถึง นักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงและมีฝีเท้าเก่งกาจ

แชมป์ มาจากคำภาษาอังกฤษ champ หมายถึง ผู้ชนะเลิศ

ตัวอย่างที่ 3

ผมจะไม่เปลี่ยนสไตล์การเล่นเพราะมันเป็นเพียงความเห็นของคนอื่น

สไตล์ มาจากคำภาษาอังกฤษ style หมายถึง รูปแบบ, ลักษณะ, ท่าทาง ในที่นี้หมายถึง รูปแบบและวิธีการเล่นฟุตบอล

ตัวอย่างที่ 4

ใช้เวลาออกกำลังกายเต็มโควต้า 120 นาที

โควต้า มาจากคำภาษาอังกฤษ quota หมายถึง ส่วนที่กำหนดให้

ตัวอย่างที่ 5

บิ๊กแมตช์ คีนี่ สิงห์ กต 1 ฟี กต 2

บิ๊กแมตช์ มาจากคำภาษาอังกฤษ big match หมายถึง การแข่งขันระหว่างคู่แข่งชั้นที่มีความสามารถและมีชื่อเสียง ในที่นี้หมายถึง การแข่งขันระหว่างทีมฟุตบอลที่มีความสามารถ ยิ่งใหญ่ และมีชื่อเสียง

ตัวอย่างที่ 6

สิงห์ปิดดีลคว้า ปาโต้ ด้วยสัญญา 6 เดือน พร้อมมอบขั้นซื้อขาด

ดีล มาจากคำภาษาอังกฤษ deal หมายถึง การซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน

อุปสรรค มาจากคำภาษาอังกฤษ option หมายถึง ทางเลือก, ตัวเลือก, การเลือก

1.3 การใช้คำศัพท์เฉพาะวงการกีฬา

คำศัพท์เฉพาะวงการกีฬา หมายถึง คำที่ใช้ในการเล่นกีฬาประเภทต่าง ๆ เช่น ฟุตบอล มวย กอล์ฟ เทนนิส เป็นต้น (จันจิรา หาวิชา, 2547 :71) เป็นคำที่ใช้กันในวงการกีฬา และมักจะเข้าใจกันในวงการกีฬานั้น ๆ ซึ่งคนทั่วไปอาจจะไม่เข้าใจและไม่ทราบถึงความหมาย การใช้คำศัพท์เฉพาะวงการกีฬาเป็นวิธีการใช้คำที่ทำให้ข้อความมีความเฉพาะเจาะจงในเรื่องราวที่น่าเสนอ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

กามาหลายนัดพอหายกากซ์ด **“แอตทริก”**

แอตทริก เป็นคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในวงการฟุตบอล หมายถึง การที่นักฟุตบอลคนใดคนหนึ่งยิงประตูได้ 3 ประตู ภายในการแข่งขันนัดเดียว

ตัวอย่างที่ 2

3 แต้ม **อันล้ำหน้า** เห้ย!! ล้ำค่า

ล้ำหน้า เป็นกติกาที่ใช้ในวงการฟุตบอล เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการทำประตูง่ายเกินไป เป็นการป้องกันการผ่านบอลข้ามกองหลังของอีกฝ่ายหนึ่งเพื่อไปยังประตูของฝ่ายตรงข้าม กติกานี้มีข้อกำหนดว่า ผู้ที่จะทำประตูของฝ่ายรุกจะต้องอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เกินผู้เล่นคนสุดท้ายของฝ่ายรับในขณะที่ลูกบอลถูกส่งมา

ตัวอย่างที่ 3

นำ**ดาวซัลโว**และเป็น**จ่าฝูง**!

ดาวซัลโว เป็นคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในวงการฟุตบอล หมายถึง นักฟุตบอลที่ทำประตูได้มากที่สุด อาจจะนับจากการแข่งขันครั้งหนึ่ง หรือนับสะสมไปเรื่อย ๆ ตลอดฤดูกาล หรือตลอดชีวิตของนักฟุตบอล

จ่าฝูง เป็นคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในวงการฟุตบอล หมายถึง ทีมฟุตบอลที่มีคะแนนนำเป็นอันดับ 1 ของตารางคะแนน มีที่มาจากลักษณะของสัตว์ที่อยู่เป็นฝูง ตัวที่จะเป็นจ่าฝูงได้ต้องแข็งแกร่งที่สุด

ตัวอย่างที่ 4

จงใส่สกอร์ที่ถูกต้อง เวสบอร์ม ___ VS ___ เซลซี

สกอร์ เป็นคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในหลายวงการกีฬา เช่น ฟุตบอล อเมริกันฟุตบอล บาสเกตบอล หมายถึง ผลการแข่งขันหรือผลคะแนนที่ทำได้

ตัวอย่างที่ 5

แดงเดือดที่ไม่มี สตีเวน เจอร์ราร์ด

แดงเดือด เป็นคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในวงการฟุตบอล หมายถึง การแข่งขันฟุตบอลระหว่างทีมลิเวอร์พูลและทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด

1.4 การใช้คำตัด

คำตัด หมายถึง การตัดหรือลดรูปของคำให้เหลือน้อยกว่าเดิม เพื่อให้พยางค์สั้นเข้า แต่ความหมายเท่าเดิม โดยทั่วไปจะเป็นประโยชน์ในกรณีที่ต้องใช้คำเต็มบ่อย ๆ และเพื่อหลีกเลี่ยงการพูดซ้ำคำเดิม (ปรีชา ช่างขวัญยืน, 2525: 188-189) การใช้คำตัดเป็นวิธีการใช้คำเพื่อดึงดูดความสนใจ ประหยัดเนื้อที่ของข้อความในการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ และช่วยในการสื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว การใช้คำตัดที่พบจะเป็นคำตัดที่ผู้รับสารส่วนใหญ่เข้าใจและรู้จักกันเป็นอย่างดีอยู่แล้ว ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

แมนยู แชมป์ เอฟเอ คัพ แชมป์ สมัยที่ 12!

แมนยู ย่อมาจากคำเต็มว่า แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด เป็นชื่อของทีมฟุตบอลในประเทศอังกฤษ

ตัวอย่างที่ 2

กูจะไป ยูฟ่า กูไม่ให้ไป!

ยูฟ่า ในที่นี้ย่อมาจากคำเต็มว่า ยูฟ่าแชมเปียนส์ลีก เป็นชื่อของการแข่งขันฟุตบอลรายการ

หนึ่ง

ตัวอย่างที่ 3

นักเตะยอดเยี่ยมแห่งฤดูกาล 15/16

15/16 ในที่นี้ย่อมาจากคำเต็มว่า 2015/2016

ตัวอย่างที่ 4

ตามหลังเลสเตอร์ 5 แต้ม

เลสเตอร์ ย่อมาจากคำเต็มว่า เลสเตอร์ ซิตี้ เป็นชื่อของทีมฟุตบอลในประเทศอังกฤษ

ตัวอย่างที่ 5

ปารีส เคยติดต่อเข้ามาและเราคุยกันเล็กน้อย แต่ผมตัดสินใจย้ายมาแมนฯซิตี เพราะคือ

ตัวเลือกที่ดีกว่า -เควิน เดอ บรอยน์-

ปารีส ย่อมาจากคำเต็มว่า ปารีส แซงต์-แชร์กแมง เป็นชื่อของทีมฟุตบอลในประเทศฝรั่งเศส
แมนฯซิตี ย่อมาจากคำเต็มว่า แมนเชสเตอร์ ซิตี้ เป็นชื่อของทีมฟุตบอลในประเทศอังกฤษ

ตัวอย่างที่ 6

เด็กผี เด็กหงส์ ไม่ต้องเถียงกัน พฤษภานี้ รู้เรื่อง!

พฤษภา ย่อมาจากคำเต็มว่า พฤษภาสบดี

1.5 การใช้ตัวย่อ

ตัวย่อ หมายถึง การใช้ตัวอักษรเขียนย่อคำยาว ๆ ให้สั้นลง โดยใช้ตัวอักษรแทนเสียงของคำเต็มเต็ม โดยอาจจะเป็นคำที่รู้จักกันทั่วไป หรือเป็นตัวย่อเฉพาะที่ต้องอาศัยบริบทในข้อความช่วยบอกความหมาย อาจใส่จุดหรือไมใส่จุดด้านหลังอักษรนั้น ๆ (ศศิธร ทัศนัยนา, 2535: 196) ตัวย่อเป็นวิธีการใช้คำเพื่อประหยัดเวลาและเนื้อที่ของข้อความในการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ และช่วยในการสื่อความหมายได้อย่างรวดเร็วเช่นเดียวกับคำย่อ การใช้ตัวย่อที่พบมีทั้งที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1.5.1 การใช้ตัวย่อที่เป็นภาษาไทย

จากการศึกษาครั้งนี้ ปรากฏการใช้ตัวย่อที่เป็นภาษาไทยภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ดังนี้

ตัวอย่างที่ 1

2 บิ๊กแมตช์ พรีเมียร์ลีก สัปดาห์นี้! 19.45 น. 6 ก.พ. 59 23.00 น. 7 ก.พ. 59

น. เป็นตัวย่อของคำว่า นาฬิกา

ก.พ. เป็นตัวย่อของคำว่า กุมภาพันธ์

ตัวอย่างที่ 2

ทบ.1 ผลัด 1

ทบ.1 เป็นอักษรย่อของคำว่า ทหารบก ผลัด 1

ตัวอย่างที่ 3

รียาด มาร์ทเรช นักเตะยอดเยี่ยม แห่งปี **พีเอฟเอ** ตุลาคม 2015/2016

พีเอฟเอ เป็นอักษรย่อของคำว่า Professional Footballers' Association หมายถึง สมาคมนักฟุตบอลอาชีพของอังกฤษ

1.5.2 การใช้อักษรย่อที่เป็นภาษาอังกฤษ

จากการศึกษาครั้งนี้ ปรากฏการใช้อักษรย่อที่เป็นภาษาอังกฤษภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ดังนี้

ตัวอย่างที่ 4

FT แวสต์แฮม 2-0 ลิเวอร์พูล คล็อบบี้ นะไม่ใช่ซิมาที่ ลิเวอร์พูล ได้มาแล้วจะหายาก

FT เป็นอักษรย่อของคำว่า Full Time หมายถึง หมดเวลาการแข่งขัน

ตัวอย่างที่ 5

ไปยูโรป้า ไป **UCL**

UCL เป็นอักษรย่อของคำว่า UEFA Champions League เป็นชื่อของการแข่งขันฟุตบอลรายการหนึ่ง

ตัวอย่างที่ 6

สภาพคนที่กำลังดู นิวคาสเซิล **VS** ลิเวอร์พูล

VS เป็นอักษรย่อของคำว่า versus หมายถึง การเจอกัน, การต่อสู้กัน, ระหว่าง...กับ... ซึ่งในที่นี้ใช้เพื่อบอกโปรแกรมการแข่งขันฟุตบอลว่าเป็นการแข่งขันฟุตบอลระหว่างทีมใดพบกับทีมใด

ตัวอย่างที่ 7

ผมน้ำหนักเบาที่สุดแล้วครับ เพราะผมคือ แอนดี้ แคลโล (1Kg)

Kg เป็นอักษรย่อของคำว่า kilogram ซึ่งเป็นหน่วยน้ำหนักตามมาตราเมตริก

1.6 การใช้คำอุทาน

คำอุทาน หมายถึง การนำคำที่แสดงถึงการเปล่งเสียงออกมาเมื่อเกิดอารมณ์หรือความรู้สึกต่าง ๆ เช่น แสดงอารมณ์ความรู้สึกไม่แน่ใจ ประหลาดใจ ตกใจ เสียใจ มาใช้ประกอบในข้อความเพื่อช่วยในการสื่อสภาวะอารมณ์ต่าง ๆ (นวรรธณ พันธุมธธา, 2527: 91) โดยคำอุทานมักจะอยู่หน้าประโยคและอาจจะมีหรือไม่มีเครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) กำกับหลังคำอุทานนั้น ๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

ว้าย! ตายแล้ว แบบนี้ เจ้ รับไม่ได้!

ว้าย เป็นคำอุทานแสดงความรู้สึกตกใจ เพื่อกระตุ้นให้ผู้รับสารได้ติดตามและขยายเนื้อความให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ตัวอย่างที่ 2

เราครองบอลเยอะกว่า โอกาสยิงก็เยอะกว่า เอ้า ฉลอง!!

เอ้า เป็นคำอุทานแสดงความรู้สึกเรียกร้องซึ่งหลังจากคำอุทานจะเป็นเนื้อความของการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในที่นี้เป็นการเล่น ซึ่ง เป็นผลมาจากเนื้อความด้านหน้าที่ว่า “เราครองบอลเยอะกว่า โอกาสยิงก็เยอะกว่า”

ตัวอย่างที่ 3

เย่ๆๆๆ เรากลับมาอยู่ที่ 4 แล้ว!!

เย่ เป็นคำอุทานแสดงความรู้สึกดีใจ เพื่อกระตุ้นให้ผู้รับสารรู้ถึงความรู้สึกของผู้ส่งสารและขยายเนื้อความให้ทราบถึงสาเหตุของความรู้สึกดีใจดังกล่าว

ตัวอย่างที่ 4

วะวะว้าวววว เสียบสามเหลี่ยม!

วะวะว้าวววว เป็นคำอุทานแสดงความรู้สึกประหลาดใจและตกตะลึง เพื่อกระตุ้นให้ผู้รับสารรู้ถึงความน่าประหลาดใจและน่าตกตะลึงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในที่นี้คือ “เสียบสามเหลี่ยม” หมายถึง การยิงประตูเข้าไปที่บริเวณมุมบนระหว่างเสาและคานประตูพอดีซึ่งเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้ยากมากในการยิงประตู

ตัวอย่างที่ 5

โห้โห้!!!! ลอดดากไปเลย 55

โอ้โห เป็นคำอุทานแสดงความรู้สึกประหลาดใจและตกตะลึง เพื่อกระตุ้นให้ผู้รับสารรู้สึกถึงความน่าประหลาดใจและน่าตกตะลึงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในที่นี้ คือ “ลอดดากไปเลย” หมายถึง การเตะลูกฟุตบอลลอดระหว่างขาของคู่แข่งได้สำเร็จ

1.7 การใช้คำที่สะกดแปลกไปจากปกติ

คำที่สะกดแปลกไปจากปกติ หมายถึง การเขียนคำที่ผิดไปจากพจนานุกรมไทย ตั้งแต่การสะกดพยัญชนะ สระ หรือวรรณยุกต์ตามรูปแบบของภาษามาตรฐาน เพื่อต้องการใช้รูปเขียนดังกล่าวในการถ่ายทอดเสียงที่ต้องการสื่อความหมายให้ใกล้เคียงกับภาษาพูดมากที่สุด (วลัยพร วิหคมาตย์, 2549: 23)

ตัวอย่างที่ 1

เราครองบอลได้เยอะกว่ามากๆ เอ้า **ฉลองงงง!**

ฉลองงงง เป็นการใช้คำที่มีพยัญชนะสะกดมากกว่าปกติ โดยเพิ่มพยัญชนะตัวสะกด “ง” ต่อท้ายคำเดิม เพื่อต้องการให้ออกเสียงคำดังกล่าวยาวขึ้น

ตัวอย่างที่ 2

คนหมดใจรั้งให้ตาย ก้อ**ปัยยุดี**

ปัย เป็นการใช้คำที่มีรูปสระแปลกไปจากปกติ ซึ่งเปลี่ยนรูปสระจากคำว่า “ไป” มาเป็น “ปัย”

ยุ เป็นการใช้คำที่มีรูปสระแปลกไปจากปกติ ซึ่งเปลี่ยนรูปสระจากคำว่า “อยู่” มาเป็น “ยุ” ทำให้รูปและเสียงของคำดังกล่าวสั้นลง

ตัวอย่างที่ 3

คิดถึงกันมี้แมนยู!

มี้ เป็นการใช้คำที่มีรูปวรรณยุกต์แปลกไปจากปกติ ซึ่งเปลี่ยนรูปวรรณยุกต์จากคำว่า “มี้” ซึ่งเป็นภาษาพูดของคำว่า “ไหม” มาเป็น “มี้” ทำให้ได้เสียงที่ใกล้เคียงกับน้ำเสียงเชิงประชดประชันผ่านรูปคำดังกล่าว

ตัวอย่างที่ 4

ว่าไงครัช ปีนฉีคน้ำ โขก 1 วอลเลย์ 1

ครัช เป็นการใช้คำที่ตัวสะกดแปลกไปจากปกติ โดยเปลี่ยนพยัญชนะตัวสะกดจากคำว่า “ครับ” ซึ่งสะกดด้วย “บ” มาเป็น “ช” ทำให้การออกเสียงของคำดังกล่าวเปลี่ยนไปแต่วัตถุประสงค์การใช้งานยังเหมือนเดิม เพื่อต้องการสร้างความแปลกใหม่ให้กับข้อความ

1.8 การใช้คำซ้ำ

คำซ้ำ หมายถึง คำคำเดียวกันนำมากล่าว 2 ครั้ง ทำให้มีความหมายเน้นหนักหรือบางครั้งความหมายก็ต่างกับคำเดียวเพียงคำเดียว และเพื่อให้รู้ว่าคำที่กล่าวนั้นเป็นคำซ้ำ ไม่ใช่คำเดียวเรียงกันซึ่งต้องคิดเครื่องหมายกำกับไว้ ในภาษาไทยใช้เครื่องหมายไม้ยมกแทนคำท้ายที่ซ้ำกับคำต้น (บรรจบ พันธุมธรา, 2520: 103) การใช้คำซ้ำที่พบเป็นวิธีการใช้คำเพื่อเน้นความให้หนักแน่นมากยิ่งขึ้น หรือใช้เพื่อเน้นในด้านจำนวนที่ไม่สามารถบอกค่าเฉพาะเจาะจงได้ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

เราครองบอลได้เยอะกว่ามาก ๆ เอ้า ฉลองงงง!

มาก ๆ เป็นการใช้คำซ้ำเพื่อเน้นให้ความหมายมีความหนักแน่นมากยิ่งขึ้น ทำให้ทราบว่าทีมฟุตบอลที่ถูกล่าถ่วงถึงนั้นครองบอลได้เยอะกว่าทีมคู่แข่งมาก ๆ

ตัวอย่างที่ 2

"มานะ" ไม่มา แน่ๆ!

แน่ๆ เป็นการใช้คำซ้ำเพื่อเน้นให้ความหมายมีความหนักแน่นมากยิ่งขึ้น จากข้อความตัวอย่างกล่าวถึงนักฟุตบอลที่ชื่อ มานะ ที่จะไม่ย้ายทีมอย่างแน่นอน โดยคำว่า ไม่มา ในที่นี้นั้นหมายถึงการไม่ย้ายทีม

ตัวอย่างที่ 3

3-1 พุดเบาๆก็เจ็บ

เบาๆ เป็นการใช้คำซ้ำเพื่อเน้นให้ความหมายมีความเบาลงกว่าปกติ

ตัวอย่างที่ 4

"อเล็กซิส อยู่เย็น" พิตๆๆๆให้ทัน!

พิตๆๆๆ เป็นการใช้คำซ้ำเพื่อเน้นให้ความหมายมีความหนักแน่นมากยิ่งขึ้น จากข้อความตัวอย่างกล่าวถึงนักฟุตบอลที่ชื่อ อเล็กซิส ที่ได้รับการฝึกซ้อมอย่างหนักเพื่อให้พร้อมสำหรับการแข่งขันฟุตบอลนัดถัดไป

ตัวอย่างที่ 5

เหนียวจริงๆ

จริงๆ เป็นการใช้คำซ้ำเพื่อเน้นให้ความหมายมีความหนักแน่นมากยิ่งขึ้น จากข้อความตัวอย่างกล่าวถึงผู้รักษาประตูที่มีฝีมือดีและสามารถป้องกันลูกยิงได้ทุกรูปแบบ

ตัวอย่างที่ 6

ฟานกัล วางแผนคุม แมนยู ยาวๆ จนหมดสัญญา

ยาวๆ เป็นการใช้คำซ้ำเพื่อเน้นให้ความหมายมีความหนักแน่นมากยิ่งขึ้น จากข้อความตัวอย่างกล่าวถึงหลุยส์ ฟานกัล ผู้จัดการทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ที่วางแผนจะคุมทีมไปอีกเป็นระยะเวลา นาน โดยที่ ยาวๆ ในที่นี้นั้นหมายถึง ระยะเวลาที่ยาวนานมาก

1.9 การใช้คำสแลง

คำสแลง หมายถึง ถ้อยคำหรือสำนวนที่ใช้กันเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ไม่ใช่ภาษาที่ยอมรับว่าถูกต้องตามหลักภาษา มีความหมายผิดไปจากความหมายปกติ คำสแลงจะเปลี่ยนไปตามความเปลี่ยนแปลงของสังคม เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะใช้กันอยู่ระยะหนึ่งก็อาจหายไป (สิทธา พินิจภูวดล, 2526: 23) การใช้คำสแลงที่พบเป็นวิธีการใช้คำเพื่อก่อให้เกิดความสนุกสนาน เร้าใจ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

ทีมอื่นก็ว่าว แต่ทำไมกูโดนเยอะกว่าเพื่อน

ว่าว เป็นคำสแลงที่เปลี่ยนความหมายจากเดิมซึ่งหมายถึง เครื่องเล่นอย่างหนึ่ง มีไม้ไผ่เป็นต้นผูกเป็นโครงรูปต่าง ๆ แล้วปิดด้วยกระดาษหรือผ้าบาง ๆ มีสายเชือกสำหรับชักให้ลอยตามลมสูงขึ้นไปในอากาศ ในที่นี้ “ว่าว” หมายถึง การที่ไม่ได้ในสิ่งที่หวังเหมือนกับว่าวที่เชือกขาดและหลุดลอยไปตามลม

ตัวอย่างที่ 2

จอห์น ลีธแฮม นักเรียนวัย 15 ปี ของ ฮันดิงสันสกูลในประเทศอังกฤษ ได้ตัดทรงผมหล่อ เพี้ยวของ ดาบิด เต เคอา และโดนคุณครูคุมประพฤติ ข้อหา ตัดผมสั้นเกินไป

เพี้ยว เป็นคำสแลงหมายถึง โดดเด่นและเป็นที่น่าสนใจ

ตัวอย่างที่ 3

ยอมรับเถอะว่า ชายคนนี้ จะพา ลิเวอร์พูล **บินสูง**

บินสูง เป็นคำสแลงที่เปลี่ยนความหมายจากเดิมซึ่งหมายถึง การบินสูงขึ้นไปในอากาศ ในที่นี้ “บินสูง” หมายถึง การทำผลงานได้ดีจนมีลุ้นคว้าแชมป์ได้และกลับมายิ่งใหญ่อีกครั้ง

1.10 การใช้คำไม่สุภาพ

คำไม่สุภาพ หมายถึง คำที่ใช้พูดกับบุคคลที่คุ้นเคยสนิทสนม เช่น คำหยาบ คำต่ำ คำด่า ไม่นิยมเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร (สิทธา พินิจภูวดล, 2526: 23) การใช้คำไม่สุภาพที่พบเป็นวิธีการใช้คำเพื่อความสมจริงและเป็นธรรมชาติของข้อความ ช่วยให้เกิดความสนุกสนานและช่วยสร้างสีสันให้แก่เรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

ไอ้มูนันโดนปลดฟ้าผ่า **กู**นี่เสียวาบเลย!

ไอ้ เป็นคำไม่สุภาพ ใช้ประกอบหน้าคำบางคำเพื่อเน้นในการกล่าวถึงใครบางคน จากตัวอย่างข้อความเป็นการใช้นำหน้าคำนาม “มูนัน” ซึ่งเป็นสมญานามของ โจเซ่ มูรินโญ่

กู เป็นคำไม่สุภาพ ใช้แทนตัวผู้พูด เป็นสรรพนามบุรุษที่ 1

ตัวอย่างที่ 2

พอกูกลับมา พวก**มึง**โดนนำเลยนะ

มึง เป็นคำไม่สุภาพ ใช้แทนผู้ที่เราพูดด้วย เป็นสรรพนามบุรุษที่ 2

ตัวอย่างที่ 3

#โคตรRespect! ได้รับข้อเสนอจำนวนมหาศาลจากเวทีมวยราชดำเนิน และ K1 แต่ยังไม่เลือกที่จะเล่นให้กับทีม เซลซี

โคตร เป็นคำไม่สุภาพ หมายถึง มากอย่างยิ่ง ในที่นี้ใช้ประกอบหน้าหรือหลังคำบางคำเพื่อบอกปริมาณ

ตัวอย่างที่ 4

ไอโห!!!! ลอดดากไปแล้ว 55

ดาก เป็นคำไม่สุภาพ หมายถึง ปลายลำไส้ใหญ่ที่พวยร่น, ก้น, ตูด

ตัวอย่างที่ 5

ไอเหี้ยเปโคตรรรรรรรรร

ไอเหี้ย เป็นคำด่า ใช้ด่าผู้ที่เราไม่พอใจ โดยการเปรียบเทียบผู้ที่ถูกด่าเป็นสัตว์เลื้อยคลาน

2. การใช้สำนวน

สำนวน หมายถึง ถ้อยคำที่เรียบเรียง โวหาร บางทีก็ใช้ว่าสำนวนโวหาร เป็นถ้อยคำหรือข้อความที่กล่าวสืบต่อกันมาช้านาน มีความหมายไม่ตรงตามตัวหรือมีความหมายอื่นแอบแฝงอยู่ การใช้สำนวนที่พบในที่นี้จึงหมายถึง ถ้อยคำหรือข้อความที่มีความหมายไม่ตรงตามตัวหรือมีความหมายอื่นแอบแฝงอยู่ โดยมีทั้งการใช้สำนวนเดิมซึ่งเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย และการนำสำนวนมาดัดแปลงให้เกิดความแปลกใหม่ เพื่อให้ข้อความมีความหมายที่คมคาย ดึงดูดความสนใจ และเห็นภาพได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.1 การใช้สำนวนดั้งเดิม

การใช้สำนวนเดิม หมายถึง การใช้สำนวนไทยที่มีในภาษาไทยมานานแล้ว และใช้สืบทอดกันมาโดยที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงถ้อยคำหรือเนื้อความใด ๆ ในสำนวน อีกทั้งยังมีความหมายตรงตามสำนวนเดิมที่นำมาใช้ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง

คบเด็กสร้างบ้าน

คบเด็กสร้างบ้าน หมายถึง ทำงานใหญ่ร่วมกับเด็กมักไม่เป็นผล ในที่นี้ผู้ส่งสารต้องกล่าวถึงถึงผลงานของทีมฟุตบอลบางทีมที่ส่งทีมชุดสำรองลงแข่งและทำผลงานได้ไม่ดี

2.2 การใช้สำนวนที่สร้างขึ้นใหม่

สำนวนที่สร้างขึ้นใหม่ หมายถึง การนำสำนวนในกลุ่มสำนวนเดิมมาดัดแปลงด้วยการเติมคำตัดคำ หรือเปลี่ยนแปลงคำ เพื่อสื่อความหมายให้มีความลึกซึ้งและเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น (วีระฉัตรวรรณดี, 2540: 48) โดยพบทั้งสำนวนใหม่ที่ดัดแปลงมาจากกรุปสำนวนเดิมและสำนวนที่สร้างขึ้นใหม่โดยไม่คงเค้าสำนวนเดิม

2.2.1 สำนวนใหม่ที่ดัดแปลงมาจากกรุปสำนวนเดิม

สำนวนใหม่ที่ดัดแปลงมาจากกรุปสำนวนเดิม เป็นการนำสำนวนมาใช้โดยการดัดแปลงรูปบางส่วนด้วยการเติมคำ ตัดคำ เปลี่ยนแปลงคำหรือวลีบางส่วน

ตัวอย่างที่ 1

แพ้เป็นพระ ชนะเป็นแล้ว

แพ้เป็นพระ ชนะเป็นแล้ว ดัดแปลงมาจากสำนวน แพ้เป็นพระ ชนะเป็นมาร ที่มีความหมายว่า การยอมสงบดีกว่าจะเอาชนะต่อเรื่องให้ลุกลามไป โดยในที่นี้สำนวนดังกล่าวถูกนำมาใช้เพื่อแสดงความความรู้สึกปลดปล่อยและจิตใจที่ทีมฟุตบอลทีมดังกล่าวได้พบกับชัยชนะสักทีหลังจากแพ้มามากมายนัดติดต่อกัน

ตัวอย่างที่ 2

เปิดน้อยทำเล่าแต่พอตัว

เปิดน้อยทำเล่าแต่พอตัว ดัดแปลงมาจากสำนวน นกน้อยทำรังแต่พอตัว ที่หมายความว่า การจะกระทำการใด ๆ ควรทำให้พอเหมาะ พอสมควรแก่ฐานะและความสามารถของตน ไม่ควรทำอะไรเกินตัว โดยในที่นี้สำนวนดังกล่าวถูกนำมาใช้เพื่อกล่าวถึงผลงานของทีมฟุตบอลลิเวอร์พูล ซึ่งมักจะถูกเรียกว่า “เปิด” ในเวลาที่ทีมทำผลงานได้ยอดเยี่ยมแต่ก็ยังไม่มีการปรับเปลี่ยนอะไรเหมือนกับพอใจกับผลการแข่งขันที่เป็นอยู่ และเปลี่ยนจาก “รัง” ที่เป็นที่อยู่ของนกเป็น “เล่า” ซึ่งมักจะถูกสร้างขึ้นเพื่อเลี้ยงเปิด

2.2.2 สำนวนที่สร้างใหม่โดยไม่คงเค้าสำนวนเดิม

สำนวนที่สร้างใหม่โดยไม่คงเค้าสำนวนเดิม เป็นสำนวนที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน มักจะเป็นถ้อยคำหรือข้อความที่สร้างขึ้นใหม่ ใช้สื่อความหมายเฉพาะ อาจจะเป็นคำเพียงคำเดียวก็ได้

ตัวอย่างที่ 1

จำฝูงหนาวมากกกก! (อย่างน้อย 2 ชั่วโมง)

จำฝูงหนาวมากกกก เป็นการสร้างสำนวนขึ้นมาใหม่ จากเหตุการณ์ในการแสดงเดี่ยวไมโครโฟนครั้งที่ 7 ของอูตม แต่พานิช ซึ่งมีช่วงหนึ่งของการแสดงที่กล่าวถึงข้อความ SMS ที่ถูกส่งไปยังรายการโทรทัศน์ว่า ลำปางหนาวมาก โดยกล่าวติดตลกว่าจะส่งข้อความดังกล่าวไปเพื่ออะไรทั้งที่ไม่มีใครอยากรู้เลย จนกลายเป็นคำที่นิยมใช้กันในโลกโซเชียล โดยสำนวน “จำฝูงหนาวมากกกก” ถูกสร้างขึ้นมาจากการดัดแปลงคำว่า “ลำปาง” เป็น “จำฝูง” โดยนำไปเปรียบเทียบกับลักษณะภูมิประเทศ

คือ ยิ่งพื้นที่ที่มีความสูงมากอากาศจะยิ่งเย็นและหนาวมากขึ้น หมายถึง ทีมที่อยู่อันดับ 1 ของตารางคะแนนนั้นอยู่สูงกว่าทีมอื่นจึงมีโอกาสได้สัมผัสอากาศอากาศที่หนาวเย็น

นอกจากการใช้คำในลักษณะต่าง ๆ และการใช้สำนวนที่พบแล้ว ผู้ศึกษายังพบว่าทางเพจได้มีการนำบทเพลงมาใช้ เพื่อสร้างสรรค์ข้อความให้เกิดความน่าสนใจและความสนุกสนานให้แก่ผู้รับสาร ดังนี้

3. การใช้บทเพลง

การใช้บทเพลงที่พบในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย หมายถึง การนำส่วนหนึ่งของเนื้อเพลงมาสร้างเป็นข้อความเพื่อสื่อถึงอารมณ์ความรู้สึกหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสารต้องการนำเสนอ ตามความหมายของเนื้อเพลงนั้น ๆ ซึ่งเลือกใช้เนื้อเพลงที่เป็นที่รู้จัก ความหมายเข้าใจง่ายตรงตามเนื้อเพลงและไม่ซับซ้อน โดยพบทั้งเนื้อเพลงที่เป็นปกติและเนื้อเพลงที่ได้รับการดัดแปลง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

ไม่ทันได้เตรียมใจเมื่อเห็นเธอเดินจากไป

ไม่ทันได้เตรียมใจเมื่อเห็นเธอเดินจากไป เป็นการยกส่วนหนึ่งของเนื้อเพลงมาเป็นข้อความ “...ไม่ทันได้เตรียมใจ เมื่อเห็นเธอเดินจากไป และตัวฉันคงทำได้ แค่เพียงต้องยอมรับความจริง...” มาจากเพลงที่ชื่อว่า แผลก ของศิลปิน ชีซันไฟว์

ตัวอย่างที่ 2

จะขอยืนอยู่ตรงนี้ トラบที่ฉันหายใจ

จะขอยืนอยู่ตรงนี้ トラバที่ฉันทายใจ เป็นการยกส่วนหนึ่งของเนื้อเพลงมาเป็นข้อความ “...จะขอยืนอยู่ตรงนี้ トラバที่ฉันทายใจ จะขอยืนอยู่ตรงนี้ ดูแลเธอเรื่อยไป...” มาจากเพลงที่ชื่อว่า จะอยู่ตรงนี้นั้นวันสุดท้าย ของศิลปิน AB Normal

ตัวอย่างที่ 3

ไม่มีอะไรที่เป็นไปไม่ได้ สำหรับฉัน

ไม่มีอะไรที่เป็นไปไม่ได้ สำหรับฉัน เป็นการยกส่วนหนึ่งของเนื้อเพลงมาเป็นข้อความ “...ไม่มีอะไรที่เป็นไปไม่ได้สำหรับฉัน เธออาจได้เจอกับคนที่เธอไม่คาดฝัน...” มาจากเพลงที่ชื่อว่า ไม่มีอะไรที่เป็นไปไม่ได้ ของศิลปิน ลุลา

ตัวอย่างที่ 4

เปิดจำ ได้ยินใหม่ว่าเสียงใคร

เปิดจำ ได้ยินใหม่ว่าเสียงใคร ตัดแปลงมาจากเนื้อเพลงเดิมคือ ใก่จำได้ยินใหม่ว่าเสียงใคร จากเพลง ใก่จำ ของศิลปิน สายัณห์ สัญญา โดยเปลี่ยนเนื้อเพลงจาก “ใก่” มาเป็น “เปิด” เพื่อกล่าวถึงทีมฟุตบอลลิเวอร์พูล

ตัวอย่างที่ 5

เราจะทำตามสัญญาขอเวลาอีก 4 ปี แล้วแชมป์ลีกที่รอมานานจะคืนกลับมา

เราจะทำตามสัญญาขอเวลาอีก 4 ปี แล้วแชมป์ลีกที่รอมานานจะคืนกลับมา ตัดแปลงมาจากเนื้อเพลงเดิมคือ เราจะทำตามสัญญา ขอเวลาอีกไม่นาน แล้วแผ่นดินที่งดงามจะคืนกลับมา จากเพลง คืนความสุขให้ประเทศไทย ของศิลปิน อัสนีและวสันต์ โชติกุล โดยเปลี่ยนเนื้อเพลงจาก “ขอเวลาอีกไม่นาน” มาเป็น “ขอเวลาอีก 4 ปี” และ “แล้วแผ่นดินที่งดงามจะคืนกลับมา” มาเป็น “แล้วแชมป์

ลึกที่รอมานานจะคืนกลับมา” เพื่อกล่าวถึงการทำตามคำสัญญาที่จะพาทีมคว้าแชมป์พรีเมียร์ลีกให้ได้ ภายในเวลา 4 ปี แสดงให้เห็นถึงความรอบรู้ ทันสมัยและทันต่อสถานการณ์ในการนำเสนอเรื่องราว ผ่านทางบทเพลง

4. การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำ

ภาษาถ้อยคำสามารถถ่ายทอดข้อมูล ความคิดเห็นและอารมณ์ความรู้สึกจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ภาษาถ้อยคำจึงมีความสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารดำเนินไปได้ การที่ผู้รับสารจะเข้าใจเรื่องราวและความหมายของผู้ส่งสารได้อย่างชัดเจน ผู้ส่งสารจะต้องรู้จักเลือกใช้และสร้างสรรค์ข้อความให้เป็นไปอย่างถูกต้อง เหมาะสม และทันสมัย โดยเฉพาะการสร้างสรรค์ข้อความเพื่อนำไปใช้ในสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social media จำเป็นต้องมีความดึงดูด น่าสนใจ กระชับ และเข้าใจความหมายได้ง่าย

ภาษาถ้อยคำภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ส่วนมากเป็นข้อความสั้น ๆ ไม่ยาวจนเกินไป เพื่อให้ผู้รับสารสามารถที่จะเข้าใจเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่ทางเพจต้องการนำเสนอได้อย่างรวดเร็ว มีการใช้ข้อความที่ให้ทั้งข้อมูล ความคิดเห็น และการแสดงความรู้สึกร่วมด้วย แต่บางข้อความก็จำเป็นต้องใช้ความรู้หรือภูมิหลังของเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นในอดีตเข้ามาประกอบเพื่อที่จะเข้าใจเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่ทางเพจต้องการนำเสนอ

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้จำแนกประเภทของการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

4.1 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูล

- 4.1.1 การให้ข้อมูลแบบชัดเจน
- 4.1.2 การให้ข้อมูลแบบไม่ชัดเจน

4.2 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิง

- 4.2.1 การสร้างเรื่องให้เกินจริง
- 4.2.2 การทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย
- 4.2.3 การยั่วล้อ

- 4.2.4 การเสียดสี
- 4.2.5 การสร้างคำขึ้นมาใหม่
- 4.2.6 การดัดแปลงถ้อยคำ สำนวน และบทเพลง
- 4.2.7 การใช้ปริศนาคำทายสมัยใหม่
- 4.2.8 การผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันเข้าด้วยกัน
- 4.2.9 การใช้ความเปรียบ

การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำทั้ง 2 ประเภท มีรายละเอียดที่จะกล่าวถึง ดังต่อไปนี้

4.1 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูล

การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูล เป็นการสื่อความหมายที่มุ่งบอกเล่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ในวงการฟุตบอล ที่ผู้ส่งสารต้องการบอกกล่าว อธิบาย หรือขยายความข้อเท็จจริง เรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ดังกล่าวนั้นสามารถพิสูจน์ให้เห็นจริงและมีหลักฐานสนับสนุนยืนยันได้ เจตนาสำคัญของการสื่อความหมายในลักษณะนี้ เพื่อให้ผู้รับสารทราบว่า ใครทำอะไร เกิดอะไรขึ้น ที่ไหน กับใคร เมื่อไหร่ โดยจำแนกเป็นการสื่อความหมายแบบชัดเจนและไม่ชัดเจน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

4.1.1 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบชัดเจน

ภาษาถ้อยคำภายในเพลงที่สามารถสื่อความหมายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลแบบชัดเจน มีลักษณะสำคัญ คือ สามารถบ่งบอกเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และทำให้ผู้รับสารทราบถึงเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น รวมถึงเข้าใจความหมายได้ทันทีที่อ่านข้อความ โดยไม่จำเป็นต้องดูรูปภาพประกอบ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



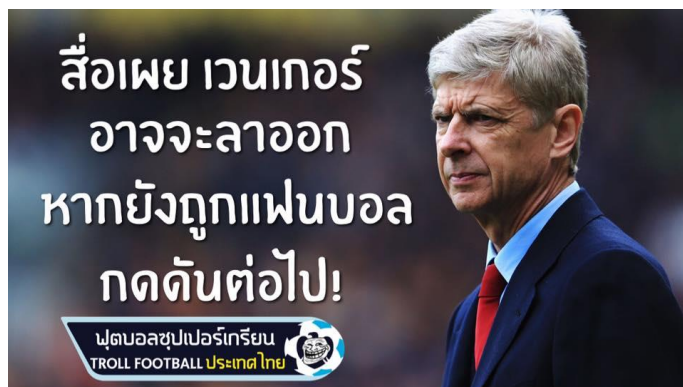
รูปภาพที่ 62 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบชัดเจน

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “เทพปรี๊ด & ชายเล็ก ชักคนละลูก” เป็นการบอกให้ทราบถึงผลงานการทำประตูของนักฟุตบอล 2 คน ได้แก่ เมซุต โอซิล ที่มีฉายาว่า เทพปรี๊ด และ อเล็กซิส ซานเชซ ที่มีฉายาว่า ชายเล็ก โดยทั้ง 2 ดังกล่าวช่วยกันทำประตูได้คนละ 1 ประตู



รูปภาพที่ 63 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบชัดเจน

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “หงส์คอนเฟิร์ม เซ็น 'โจเอล มาติป'” เป็นการบอกให้ทราบว่าทีมฟุตบอลลิเวอร์พูลนั้นได้ทำการเซ็นสัญญากับโจเอล มาติป เรียบร้อยแล้ว โดยหงส์ในที่นี้หมายถึงทีมลิเวอร์พูลซึ่งมีฉายาว่าหงส์แดง



รูปภาพที่ 64 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบชัดเจน

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “สื่อเผย เวนเกอร์ อาจจะลาออกหากยังถูกแฟนบอลกดดันต่อไป!” เป็นการบอกให้ทราบถึงสถานการณ์ของอาร์เซน เวนเกอร์ ผู้จัดการทีมอาร์เซน่อล ที่อาจจะลาออกจากตำแหน่งหากยังถูกแฟนบอลกดดันต่อไป



รูปภาพที่ 65 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบชัดเจน

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “ผมไม่คิดว่า...การเปลี่ยนผู้จัดการทีมจะเปลี่ยนสถานการณ์ต่างๆได้” -หลุยส์ ฟานกัล-” เป็นการบอกให้ทราบถึงคำพูดของหลุยส์ ฟานกัล ผู้จัดการทีมฟุตบอลแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ที่กล่าวแสดงความเห็นถึงเรื่องการเปลี่ยนตัวผู้จัดการทีม

4.1.2 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบไม่ชัดเจน

ภาษาถ้อยคำภายในเพจที่สามารถสื่อความหมายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลแบบไม่ชัดเจน เป็นการ
ใช้ภาษาที่ไม่อาจบ่งบอกได้ถึงเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างครบถ้วน ทำให้ผู้รับสารทราบถึง
เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงบางส่วน เช่น ทราบว่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นเป็น
อย่างไร แต่ไม่ทราบว่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นเกี่ยวกับใคร ทีมฟุตบอลทีมใด ดังนั้นจึง
จำเป็นต้องอาศัยการดูรูปภาพประกอบเพื่อทำความเข้าใจ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 66 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบไม่ชัดเจน

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “ศึกชิงจ่าฝูง 00.30 น. สดทาง Stadium 1” เป็นการบอกให้
ทราบถึงเวลาและช่องโทรทัศน์ที่จะถ่ายทอดสดฟุตบอล โดยการแข่งขันฟุตบอลคู่นี้เป็นการแข่งขันกัน
เพื่อแย่งชิงการขึ้นเป็นจ่าฝูงหรืออันดับ 1 ของตารางคะแนน แต่ไม่ได้บอกว่าเป็นการแข่งขันระหว่าง
ทีมฟุตบอลทีมใด



รูปภาพที่ 67 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบไม่ชัดเจน

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “ทีมแรกในพรีเมียร์ลีกที่ยิงได้ 1,000 ลูกในบ้าน!” เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการทำประตูของทีมฟุตบอลทีมหนึ่ง โดยที่ทีมฟุตบอลทีมดังกล่าวเป็นทีมแรกในการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกที่สามารถยิงประตูจากการลงเล่นในบ้านของตัวเองได้ถึง 1,000 ประตู แต่ไม่ได้บอกว่าเป็นทีมฟุตบอลทีมใด



รูปภาพที่ 68 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลแบบไม่ชัดเจน

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “ได้คุมทีมต่อ และบอร์ดพร้อมทุ่มงบให้ซื้อนักเตะใหม่” เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ผู้จัดการทีมนั้นได้คุมทีมฟุตบอลต่อไปและบอร์ดบริหารของทีมฟุตบอลนั้นพร้อมทุ่มงบให้บุคคลดังกล่าวไปซื้อนักเตะใหม่ แต่ไม่สามารถบอกได้ว่าข้อความข้างต้นนั้นกล่าวถึงผู้จัดการทีมคนใดหรือทีมฟุตบอลทีมใด

4.2 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิง

การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิง เป็นการสื่อความหมายด้วยข้อความที่สามารถทำให้ผู้รับสารเกิดจินตนาการ ช่วยสร้างความเพลิดเพลิน ขบขัน และช่วยกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกของผู้รับสาร เป็นการสื่อความหมายที่ไม่เน้นเรื่องข้อเท็จจริง จากการศึกษาการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกียร์น – Troll Football ประเทศไทย พบว่า ทางเพจเน้นสร้างความบันเทิงผ่านการใช้ข้อความที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความสุขสนุกสนาน มีอารมณ์ขัน และสร้างความรู้สึกรื่นเริงในเวลาเดียวกัน กล่าวคือ ผู้รับสารที่ได้รับประโยชน์จากการที่ทีมฟุตบอลที่ตนเองเชียร์ได้รับชัยชนะหรือทำผลงานได้ดีก็จะเกิดอารมณ์ขันและมีความสุขเมื่อได้อ่านข้อความ แต่ผู้รับสารที่เสียผลประโยชน์จากการที่ทีมฟุตบอลที่ตนเองเชียร์

พ่ายแพ้หรือทำผลงานได้ไม่ดีก็จะเกิดความเจ็บช้ำใจ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงศึกษาการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิง โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างอารมณ์ขันเป็นหลักในการศึกษาในครั้งนี้

Ross (1998: 1) ได้กล่าวว่า อารมณ์ขัน คือ สิ่งที่ทำให้คนหัวเราะหรือยิ้มได้ ซึ่งสอดคล้องกันกับ ทศนีย์ กระต่ายอินทร์ (2512: 11) ให้คำจำกัดความของอารมณ์ขันไว้ว่า เป็นความรู้สึกทางอารมณ์ของผู้รับสารที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจจะเป็นบุคคล เหตุการณ์และเรื่องราวต่าง ๆ จะแสดงออกมาในรูปของการหัวเราะ อย่างไรก็ตาม การหัวเราะไม่ได้เป็นพฤติกรรมจากอารมณ์ขันเพียงอย่างเดียว การหัวเราะอาจเกิดมาจากความรู้สึกเย้ยหยัน ความแค้น หรือความเศร้าก็ได้เช่นกัน

ดังนั้นจึงพอจะสรุปได้ว่า อารมณ์ความรู้สึกขำขัน เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความขำขันสามารถทำให้ผู้รับสารสามารถหัวเราะหรือยิ้มได้ เกิดจากความรู้สึกทางอารมณ์ของผู้รับสารที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจจะเป็นบุคคล เหตุการณ์และเรื่องราวต่าง ๆ การหัวเราะอาจเกิดมาจากความรู้สึกเย้ยหยัน ความแค้น หรือความเศร้าก็ได้

ธิดา โมสิกรัตน์ (2526: 427-438) ได้กล่าวถึง วิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขัน ซึ่งพอจะสรุปได้ 8 วิธี ดังนี้

1. ยั่วล้อ เป็นการนำเสนอเรื่องราวที่แฝงด้วยการเสียดสี เหน็บแนม ประชด ประชัน
2. สร้างเรื่องให้เกินจริงหรือเรื่องที่ไม่น่าเป็นไปได้ คือ การใช้ถ้อยคำที่เหลือเชื่อหรือสร้างเรื่องที่ไม่น่าจะเกิดขึ้นได้ เพื่อเน้นให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น
3. ทำให้เป็นเรื่องสัปดน คือ ใช้วิธีสัปดนแต่พองามและให้แง่คิดที่ทำให้ผู้อ่านคิดจาก คำข้อความ และเนื้อเรื่อง ผู้เขียนต้องระมัดระวังไม่ให้เรื่องส่อเจตนาไปในทางลามกและอนาจาร
4. ล้อวรรณคดี คือ การเขียนล้อเนื้อเรื่อง ล้อบุคลิกพฤติกรรมของตัวละคร ล้อการใช้ภาษา และล้อธรรมเนียมนิยมการแต่งเรื่องในวรรณคดี
5. ใช้สัญลักษณ์เป็นสื่อแทนความคิด เช่น การใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่ออารมณ์ขัน สื่อคามหมาย และบอกลักษณะบางอย่างที่ผู้เขียนต้องการให้ผู้อ่านเข้าใจ ถ้าผู้อ่านมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับเรื่องและผู้แต่งเขียน ผู้อ่านจะสามารถตีความสัญลักษณ์ได้อย่างถูกต้องและเกิดความขบขัน
6. สร้างความขัดแย้ง คือ การเขียนให้ตัวละครหรือบุคคลในเรื่องแสดงพฤติกรรมที่ขัดแย้งอย่างที่ผู้อ่านคาดไม่ถึง หรือในทำนองที่ไม่น่าจะเป็นไปได้

7. ทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย เป็นการสร้างเรื่องให้เป็นปกติตามปกติในตอนแรก ทำให้ผู้อ่านคาดเดาล่วงหน้าได้ว่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์จะเป็นเช่นไร แต่ในตอนจบผู้เขียนจะเปลี่ยนทิศทางของเรื่องราวหรือเหตุการณ์ให้จบลงอย่างพลิกความคาดหมาย

8. ใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขัน ผู้เขียนมักเลือกใช้คำที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความขำขัน เช่น การใช้ภาษาต่างประเทศ ใช้ภาษาถิ่น ใช้คำที่ทำให้เกิดภาพพจน์ ใช้คำหรือตัวเลขแทนเสียง เป็นต้น

พงศ์พันธ์ อ้นตะวิกานนท์ (2544: 63-65) กล่าวถึงยุทธวิธีสร้างอารมณ์ขันสำหรับผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ซึ่งเพิ่มเติมจาก ธิดา โมสิกรัตน์ อีก 6 วิธี สรุปได้ดังนี้

1. ผิดแปลกพิสดาร เป็นยุทธวิธีที่ผิดแปลกจากปกติที่ควรจะเป็นทั้งที่เป็นธรรมชาติและที่ถูกปรุงแต่งขึ้นมีหลายลักษณะ เช่น รูปร่าง หน้าตา สีลา ท่าทาง อุปกรณ์ประกอบที่ผิดไปจากธรรมดาที่ควรจะเป็น

2. เจาะใจจี้ใจ เป็นการนำเสนอข้อมูลที่เข้าถึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้รับสารอย่างแท้จริง เช่น เรื่องใกล้ตัว เรื่องครอบครัว เรื่องที่กำลังเป็นที่สนใจในสังคมขณะนั้น

3. ไหวพริบปฏิภาณ เป็นการโต้ตอบ รับลูกเล่น รับมุขตลก หรือต่อคำต่อความกันได้ในที่ที่ทันใด โดยแสดงให้เห็นถึงไหวพริบปฏิภาณที่ฉับไวเท่าทันกัน

4. เสียดสี เป็นการนำเสนอในลักษณะการประชดประชันหรือว่ากล่าวกันอย่างอ้อม ๆ เรื่องที่นำมาเสียดสีสร้างอารมณ์ได้ดี เช่น เรื่องเสียดสีสังคม การเมือง ประสบการณ์ด้านต่าง ๆ ที่พบเห็นได้บ่อย ๆ ในชีวิตประจำวัน

5. ทีเล่นทีจริง เป็นการนำเสนอในลักษณะเปิดเผยเบื้องหลัง หรือพูดถึงอุปนิสัยบางส่วนของบุคคลที่มีเค้าความจริง แต่ผสมอารมณ์เป็นการแซวหรือหยิกแกลมหยอก

6. ยกตัวอย่างตนเอง เป็นการนำเสนอเรื่องราวหรือประสบการณ์จริง ไม่ว่าจะเป็ความผิดพลาด ความเจ็บปวด จุดอ่อน ความเขย ความโง่ ทั้งในอดีตและปัจจุบันมาเล่าให้ฟัง เพราะโดยลักษณะทางจิตวิทยาผู้รับสารจะรู้สึกอยากฟังเรื่องราว ๆ ของผู้อื่น

จากการศึกษาการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกียรียน – Troll Football ประเทศไทย สามารถจำแนกวิธีการสร้างสรรค์ข้อความเพื่อความบันเทิงได้เป็น 9 ประเภท ดังนี้

4.2.1 การสร้างเรื่องให้เกินจริง

การสร้างเรื่องให้เกินจริง เป็นการนำเรื่องราวที่น่าสนใจหรือมีความโดดเด่นมาสร้างเป็นข้อความโดยการขยายข้อเท็จจริงเพิ่มเติมให้เกินกว่าความเป็นจริง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถเกิดขึ้นได้จริงในชีวิตประจำวัน เพื่อเสียดสีถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทำให้เกิดความสนุกสนานและสร้างความขบขัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 69 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงโดยสร้างเรื่องให้เกินจริง

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “วันนี้ใช้โควต้าเดือน มกราคม กลุ่มคู่แข่งละเตะ 3 ลูก ถ้าอยากเห็นแบบนี้ก็ต้องอดใจรอเดือนกุมภาพันธ์” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงโดยสร้างเรื่องให้เกินจริง กล่าวถึงผลงานของทีมฟุตบอลทีมหนึ่งที่กำลังอยู่ในช่วงที่ทำผลงานได้ไม่ดี โดยเปรียบเทียบการเอาชนะคู่แข่งอย่างขาดลอยด้วยการยิงประตูได้ถึง 3 ประตู ว่าเป็นโควตาที่ใช้ได้เดือนละครึ่ง ในเดือนมกราคมนั้นได้ใช้โควตาไปแล้ว หมายความว่าภายในเดือนมกราคมจะไม่มีทางได้ชัยชนะอีกแล้ว หากปรารถนาจะเห็นทีมฟุตบอลทีมดังกล่าวเอาชนะคู่แข่งได้ขาดลอยแบบนี้ก็ต้องรอให้ถึงเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งในความเป็นจริงเป็นไปได้ยากมาก เนื่องจากความสามารถที่จำกัดของทีมในช่วงเวลาดังกล่าว ดังนั้นการขอให้อดทนรอชัยชนะในเดือนกุมภาพันธ์จึงเป็นเรื่องที่ไม่มีวันเป็นไปได้



รูปภาพที่ 70 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยสร้างเรื่องให้เกินจริง

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “#โคตรRespect! ได้รับข้อเสนอจำนวนมหาศาลจากเวทีมวยราชดำเนิน และ K1 แต่ยังไม่เลือกที่จะเล่นให้กับทีม เชลซี” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยสร้างเรื่องให้เกินจริง กล่าวคือ ลักษณะนิสัยของนักฟุตบอลคนหนึ่ง นิสัยส่วนตัวของนักฟุตบอลคนดังกล่าวเป็นคนที่มึนสัຍชอบก่อเรื่องและชกต่อยกับผู้เล่นฝั่งตรงข้ามอยู่เป็นประจำ จึงทำให้ได้รับข้อเสนอจากเวทีมวยราชดำเนิน และ K1 ให้ไปชกมวย ตามปกตินักฟุตบอลจะได้รับข้อเสนอในเรื่องการย้ายทีมฟุตบอลไม่ใช่การย้ายอาชีพ การที่ข้อความสื่อความดังกล่าวจึงถือเป็นการสร้างเรื่องเกินจริง เพราะ ในความเป็นจริงทั้งเวทีมวยราชดำเนิน และ K1 ไม่มีทางยื่นข้อเสนอให้กับนักฟุตบอลคนดังกล่าวด้วยเหตุผลเพียงเพราะเขามีนิสัยชอบชกต่อยกับผู้เล่นฝั่งตรงข้าม



รูปภาพที่ 71 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยสร้างเรื่องให้เกินจริง

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “แมนยู ยังมีโอกาสไป UCL โดยลุ้นให้ แมนซิตี แพ้ สวอนซี ถ้าเสมอ แมนยู แค่ยึง บอร์นมัธ 19 ลูก ก็ได้ไปแล้ว!” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยสร้างเรื่องให้เกินจริง กล่าวถึงทีมฟุตบอลแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด เกี่ยวกับวิธีการที่ทีม

จะได้ไปเล่นฟุตบอลบอลลายการยูฟ่าแชมเปียนส์ลีก โดยต้องลุ้นให้ แมนซิตี แพ้ สวอนซี แต่ถ้าทั้ง 2 ทีมเสมอกัน แมนยูต้องยิงประตูบอร์นมัธให้ได้ 19 ประตู ก็จะสามารถได้ไปเล่นฟุตบอลบอลลายการยูฟ่าแชมเปียนส์ลีก ซึ่งในความเป็นจริงแทบจะเป็นไปไม่ได้เลยที่แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด จะยิงประตูบอร์นมัธให้ได้ 19 ประตูในหนึ่งนัด

4.2.2 การทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย

การทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย เป็นการสร้างเรื่องให้เป็นปกติตามปกติในตอนแรก ทำให้ผู้รับสารสามารถคาดล่วงหน้าได้ว่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์จะเป็นเช่นไรและจบลงเช่นไร แต่สุดท้ายผู้ส่งสารจะเปลี่ยนทิศทางของเรื่องราวหรือเหตุการณ์ให้จบลงอย่างพลิกความคาดหมาย กล่าวคือ ข้อความในตอนแรกเหมือนจะเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ดีแต่สุดท้ายกลับเป็นเรื่องที่น่าผิดหวัง จากการศึกษาพบว่าภายในเพจมีการใช้ข้อความเสียดสีโดยการทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 72 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “กำลังจะเป็นคนแรกที่ยิงในฤดูกาลใหม่ โดนคู่แข่งแย่งยิง!” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย ข้อความกล่าวถึงเรื่องที่กำลังจะมีใครบางคนทำประตูแรกได้ในการเริ่มต้นการแข่งขันฟุตบอลในฤดูกาลใหม่ซึ่งเป็นเรื่องที่น่ายินดี แต่สุดท้ายกลับถูกคู่แข่งแย่งการทำประตูแรกนั้นไปจึงกลับกลายเป็นเรื่องที่น่าผิดหวัง มีผลให้ผู้รับสารเกิดความสนุกสนานและสร้างอารมณ์ขัน



รูปภาพที่ 73 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “ทำไมต้องเสียตายดีล โอตาเมนต์ ในเมื่อเรามี แบล็คเบิร์ด และ อีแวนส์!” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย ข้อความกล่าวถึงถึงทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดที่พลาดการซื้อตัวนิโคลัส โอตาเมนต์ ซึ่งในตอนแรกของข้อความที่บอกว่า “ทำไมต้องเสียตายดีล โอตาเมนต์” ทำให้เกิดความรู้สึกว่าไม่จำเป็นต้องไปเสียตายนักฟุตบอลคนดังกล่าวเพราะว่าทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดน่าจะมียักษ์เตะที่ดีกว่าอยู่ในทีม แต่ข้อความในตอนหลังที่ว่า “ในเมื่อเรามี แบล็คเบิร์ด และ อีแวนส์!” ทำให้เรื่องนั้นผิดความคาดหมายไป เพราะในความเป็นจริงทั้งแบล็คเบิร์ดและอีแวนส์นั้นเป็นนักฟุตบอลของทีมที่มักจะสร้างความผิดพลาดเสมอเวลาลงแข่งขัน



รูปภาพที่ 74 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “กลับมาฟอร์มโหดอีกครั้ง ยันเสมอ เลสเตอร์ เอาไว้ได้ #Respect” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการทำให้เรื่องจบแบบผิด

ความคาดหมาย ข้อความกล่าวถึงทีมฟุตบอลทีมหนึ่ง ข้อความในตอนแรกบอกว่า “กลับมาฟอร์มโหดอีกครั้ง” หมายถึงทีมฟุตบอลทีมดังกล่าวน่าจะสามารถเอาชนะคู่แข่งได้แบบขาดลอย แต่ข้อความในตอนท้ายกลับบอกว่า “ยื่นเสมอ เลสเตอร์ เอาไว้ได้ #Respect” ทำให้เรื่องนั้นผิดความคาดหมายไป เพราะ ฟอร์มโหดนั้นหมายถึงการเอาชนะคู่แข่งแบบขาดลอยไม่ใช่การยื่นเสมอทีมเลสเตอร์ ซิตี



รูปภาพที่ 75 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงโดยการทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “ชนคาน 1 ชนเส้า 1 เอา ฉลอง!” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงโดยการทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย ข้อความกล่าวถึงแผนการเล่นของทีมฟุตบอลทีมหนึ่ง ซึ่งในระหว่างการแข่งขันมีการยิงชนคาน 1 ครั้ง ยิงชนเส้า 1 ครั้ง ซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่มีความประโยชน์และไม่น่ายินดีเท่าไรนัก เพราะการแข่งขันฟุตบอลวัดกันที่จำนวนประตู ไม่ใช่จำนวนครั้งในการยิง แต่ข้อความในตอนสุดท้ายกลับเชิญชวนให้มาร่วมฉลองกัน

4.2.3 การยั่วล้อ

การยั่วล้อ เป็นข้อความที่แฝงถึงการเสียดสี ประชดประชัน เหน็บแนม และเยาะเย้ย โดยการสร้างข้อความที่ไม่ได้มีความหมายตามรูปภาพ คือ การกล่าวถึงอย่างหนึ่งแต่ความหมายตรงกันข้าม ซึ่งเป็นการเหน็บแนมบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง เพื่อชี้ให้เห็นข้อผิดพลาดบางอย่าง ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 76 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการยั่วล้อ

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “ผมพูดแค่ 3 คำกับลูกทีมของผม เปิด” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยใช้การยั่วล้อ เป็นการกล่าวถึงผลงานของทีมฟุตบอลลิเวอร์พูลที่มีสมญานามว่าหงส์แดง แต่เมื่อทีมทำผลงานได้ไม่ดีหรือน่าผิดหวัง “เปิด” จะเป็นสัตว์ที่จะถูกนำมาเสียดสีและล้อเลียนทีมลิเวอร์พูล เพราะหงส์เป็นสัตว์ที่สง่างามและบินได้ไกลแต่เปิดนั้นถึงจะบินได้แต่ก็บินได้ไม่นานเหมือนกับผลงานของทีมฟุตบอลลิเวอร์พูลที่ไม่สม่ำเสมอแม้จะทำผลงานได้ดีแต่ไม่สามารถยืนระยะได้



รูปภาพที่ 77 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการยั่วล้อ

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “ทำไมวันนี้เจียบจ้ง แฟน ลิเวอร์พูล หายไปไหนหมด” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยใช้การยั่วล้อ เป็นการใช้คำถามว่า “ทำไมวันนี้เจียบจ้ง” และ “แฟน ลิเวอร์พูล หายไปไหนหมด” เพื่อเหน็บแนมถึงแฟนบอลลิเวอร์พูลที่มักจะหายเจียบไปหลังจากที่ทีมลิเวอร์พูลทำผลงานได้ไม่ดีหรือพ่ายแพ้การแข่งขัน ก่อให้เกิดความรู้สึกเจ็บใจแก่แฟนบอลทีมลิเวอร์พูล และสร้างอารมณ์ขันให้กับแฟนบอลฝั่งตรงข้าม



รูปภาพที่ 78 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการยั่วล้อ

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “มีใครเห็นเด็กผีแถวนี่ไหม?” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยใช้การยั่วล้อ การใช้คำถามว่า “มีใครเห็นเด็กผีแถวนี่ไหม?” ถือเป็นการเหน็บแนมแฟนบอลทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ที่มักจะหายเงียบไปหลังจากที่ทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ทำผลงานได้ไม่ดีหรือพ่ายแพ้การแข่งขัน แตกต่างกับก่อนการแข่งขันที่แฟนบอลมักจะออกมาแสดงความมั่นใจว่าทีมของตัวเองสามารถเอาชนะคู่แข่งได้อย่างแน่นอน

4.2.4 การเสียดสี

การเสียดสี เป็นข้อความที่มีการกล่าวกระทบกระเทียบ เปรียบเปรย เหน็บแนมบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง โดยใช้ลักษณะเด่นและองค์ประกอบสำคัญของบุคคลหรือเหตุการณ์ที่ถูกกล่าวถึงมาสร้างเป็นข้อความ เพื่อชี้ให้เห็นถึงข้อบกพร่อง โดยไม่วิเคราะห์วิจารณ์หรือกล่าวตำหนิโดยตรง



รูปภาพที่ 79 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการเสียดสี

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “ใครว่า MK ทีมเล็ก ผมได้ยินมาแว่วๆว่า พวกเขาเคยถล่มทีมหนึ่งในพรีเมียร์ลีกไป 4-0” เป็นการเสียดสีโดยกล่าวถึงทีมฟุตบอลทีมหนึ่งในพรีเมียร์ลีกที่เคยพ่ายแพ้ให้กับทีม MK Dons (มิลตันคีนส์ดอนส์) ซึ่งเล่นอยู่ลีกที่ต่ำกว่าไปถึง 4 ประตูดต่อ 0 กล่าวคือ จะบอกว่าทีม MK Dons เป็นทีมเล็กนั้นไม่ได้ เพราะเคยเอาชนะทีมที่เล่นอยู่ในลีกระดับสูงสุดของประเทศไปถึง 4 ประตูดต่อ 0



รูปภาพที่ 80 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงโดยการเสียดสี

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “คีนนั้นอนเร็ว คีนนั้นอนตึก” เป็นการเสียดสีถึงพฤติกรรมการติดตามรับชมและเชียร์ฟุตบอลของแฟนบอล ซึ่งแฟนบอลส่วนใหญ่ในวันที่ทีมที่ตนเองเชียร์ไม่มีโปรแกรมลงแข่งขันมักจะเข้าอนเร็ว แต่ในวันที่ทีมที่ตนเองเชียร์มีโปรแกรมลงแข่งขันมักจะนอนตึกเพื่อรอรับชมการแข่งขันฟุตบอล



รูปภาพที่ 81 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงโดยการเสียดสี

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “ใช้เวลาออกกำลังกายเต็มโควต้า 120 นาที” เป็นการเสียดสีถึงรูปแบบการเล่นของทีมฟุตบอลลิเวอร์พูล ซึ่งมักถูกมองว่าเล่นไม่เต็มที่เวลาลงแข่งขันเหมือนกับมาออกกำลังกายมากกว่ามาแข่งขันเพื่อชัยชนะ จากข้อความ “ใช้เวลาออกกำลังกายเต็มโควต้า 120 นาที” หมายถึง การที่ทีมลิเวอร์พูลลงแข่งขันฟุตบอลทั้งในช่วงเวลาปกติ 90 นาที และช่วงต่อเวลาพิเศษอีก 30 นาที แต่ก็ยังไม่สามารถเอาชนะทีมคู่แข่งได้

4.2.5 การสร้างคำขึ้นมาใหม่

การสร้างคำขึ้นมาใหม่ เป็นการนำคำหรือข้อความมาประกอบกันในลักษณะต่าง ๆ โดยอาจจะมีการบิดพลิบบางส่วนของคำหรือข้อความ (ฐานิตย์ เอี่ยมอุตมะ, 2551: 158) เพื่อให้มีคำใหม่ ข้อความใหม่ หรือความหมายใหม่ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 82 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงโดยการสร้างคำขึ้นมาใหม่

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “แพ้ 3-0 นัดแรก #SAVEKlopp” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงโดยการสร้างคำขึ้นมาใหม่ คำว่า “#SAVEKlopp” เป็นการสร้างคำขึ้นมาใหม่โดยการนำคำว่า SAVE ที่แปลว่าการรักษา ช่วยเหลือ และ “Klopp” คือ ชื่อของผู้จัดการทีมลิเวอร์พูลเจอเกนส์ คล็อบป์ มาประกอบกัน มีความหมายว่า ให้ช่วยกันรักษาตำแหน่งผู้จัดการทีมของเจอเกนส์ คล็อบป์ เอาไว้ให้ได้ เป็นผลจากการคุมทีมนัดแรกของเจอเกนส์ คล็อบป์ ที่แพ้แก่คู่แข่ง อาจจะทำให้ผู้บริหารของทีมไม่พอใจ จึงทำให้ต้องช่วยกันรักษาตำแหน่งของผู้จัดการทีมคนนี้อาไว้ เพื่อให้ทีมลิเวอร์พูลแพ้ตลอดไป



รูปภาพที่ 83 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการสร้างคำขึ้นมาใหม่

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “แบ่งคะแนนความกากไปทีมละ 1 แต้ม” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการสร้างสำนวนขึ้นมาใหม่ สำนวน “แบ่งคะแนนความกาก” หมายถึง การแข่งขันฟุตบอลระหว่างทีม 2 ทีมที่เล่นกันอย่างน่าผิดหวัง ขาดความสนุกสนาน หรือที่เรียกว่า “กาก” เป็นคำสแลงหมายถึง ความไม่ได้เรื่อง และสุดท้ายก็เสมอกันไปแทนที่จะใช้ ข้อความว่า “แบ่งคะแนนไปทีมละ 1 แต้ม” ผู้ส่งสารจึงสร้างข้อความใหม่เป็น “แบ่งคะแนนความกากไปทีมละ 1 แต้ม” เพื่อให้ผู้รับสารทราบถึงผลงานของทีมฟุตบอลทั้ง 2 ทีมไปในตัว

4.2.6 การดัดแปลงถ้อยคำ สำนวน และบทเพลง

การดัดแปลงถ้อยคำ สำนวน และบทเพลง เป็นการนำถ้อยคำ สำนวน และบทเพลงเดิมที่มีอยู่แล้ว มาดัดแปลงโดยการเพิ่มเติมถ้อยคำอื่น ๆ เข้าไปในถ้อยคำ สำนวน และบทเพลงเดิม เพื่อให้ถ้อยคำ สำนวน และบทเพลงเดิม มีความแปลกใหม่และน่าสนใจ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 84 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการดัดแปลงถ้อยคำ สำนวน และบทเพลง

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “คาบ้าน” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการดัดแปลงสำนวน “คาบ้าน” ซึ่งมักพบเห็นตามการพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์ หมายถึง การถูกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งภายในบ้านของตนเอง แต่ “คาบ้าน” ในที่นี้หมายถึง การแพ้การแข่งขันทั้งทีลงแข่งขันในบ้านของตัวเอง เป็นการดัดแปลงความหมายสำนวนเพื่อความแปลกใหม่ ทำให้ผู้รับสารเกิดความเจ็บช้ำใจจากความพ่ายแพ้ของทีมที่ตัวเองติดตามเชียร์



รูปภาพที่ 85 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการดัดแปลงถ้อยคำสำนวน และบทเพลง

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “3-1 พุดเบาาก็เจ็บ” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการดัดแปลงจากชื่อเพลง “คำว่าจบพุดเบาๆ ก็เจ็บ” ของศิลปิน เอิร์น สุรัตน์ติกานต์ โดยใส่ผลการแข่งขันเข้าไปด้านหน้าเพื่อสร้างอารมณ์ขันให้กับผู้รับสาร



รูปภาพที่ 86 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการดัดแปลงถ้อยคำสำนวน และบทเพลง

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “มู พงษ์สิทธิ์ อันดับ 16 ผ่านไป ท้ายตาราง แชมเปียนชิพ ค่อยๆผ่านไป” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยดัดแปลงบทเพลง เป็นการดัดแปลงเนื้อเพลง “มือปืน” ของศิลปิน พงษ์สิทธิ์ คำภีร์ ที่ว่า “ศพแรกผ่านไป ศพสองศพสาม ค่อยๆผ่านไป” มาเป็น “อันดับ 16 ผ่านไป ท้ายตาราง แชมเปียนชิพ ค่อยๆผ่านไป” และยังมี การเติมชื่อของศิลปินต่อท้าย “มู” ซึ่งเป็นฉายาของโซเซ่ มูรินโญ่ กลายเป็น “มู พงษ์สิทธิ์” เพื่อกล่าวถึง โซเซ่ มูรินโญ่ และทีมเชลซี ที่ทำผลงานได้อย่างตกต่ำมากจนลงไปอยู่อันดับ 16 และมีแนวโน้มว่าจะ ตกชั้น

4.2.7 การใช้ปริศนาคำทายสมัยใหม่

การใช้ปริศนาคำทายสมัยใหม่ เป็นการใช้คำถามเพื่อทายปัญหา โดยที่คำตอบไม่ยึดติดอยู่กับ ข้อเท็จจริง แต่ถามไปเพื่อหวังผลในการสร้างอารมณ์ขันและความสนุกสนาน (ฐานิตย์ เอี่ยมอุตุมะ, 2551: 151) โดยใช้การดัดแปลงชื่อของนักฟุตบอลมาเป็นคำตอบของคำถาม ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 87 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยใช้ปริศนาคำทายสมัยใหม่

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “นักบอลคนไหนเปิดร้านอาหาร อดัม ร้านราดหน้า” เป็นการ สื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยใช้ปริศนาคำทายสมัยใหม่ “นักบอลคนไหน เปิดร้านอาหาร” เป็นส่วนของคำถาม และ “อดัม ร้านราดหน้า” เป็นส่วนของคำตอบ โดยคำตอบนั้น เป็นการดัดแปลงชื่อของ “อดัม ลัลลาน่า” มาเป็น “อดัม ร้านราดหน้า”



รูปภาพที่ 88 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงโดยใช้ปริศนาคำทายสมัยใหม่

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “นักบอลคนไหนไม่ใช้ยาสระผมรีจอยล์ เมซุส ซัลซิล” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงโดยใช้ปริศนาคำทายสมัยใหม่ “นักบอลคนไหนไม่ใช้ยาสระผมรีจอยล์” เป็นส่วนของคำถาม และ “เมซุส ซัลซิล” เป็นส่วนของคำตอบ โดยคำตอบนั้นเป็นการดัดแปลงชื่อของ “เมซุต โอซิล” มาเป็น “เมซุส ซัลซิล” ซึ่งรีจอยล์และซัลซิลนั้นเป็นชื่อยี่ห้อของยาสระผม

4.2.8 การผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันเข้าด้วยกัน

การผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันเข้าด้วยกัน เป็นการใช้เหตุการณ์หรือเรื่องราวซึ่งโดยปกติแล้วไม่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันมาผูกกรรมกัน จากการผูกเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่ไม่เกี่ยวข้องกันเข้าด้วยกันก่อให้เกิดความไม่เข้ากันระหว่างเหตุการณ์หรือเรื่องราวเหล่านั้น (ศิริพร ภักดีผาสุข, 2549: 96) ทำให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขันและสนุกสนาน ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 89 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิงโดยการผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันเข้าด้วยกัน

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “แมนยู ซื่อนี้รับประกันความง่วง!” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยใช้การผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันเข้าด้วยกัน ข้อความกล่าวถึงเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกัน 3 เรื่อง ได้แก่ ทีมฟุตบอลแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด การรับประกัน และความง่วง โดยเรื่องทั้ง 3 เรื่องถูกผูกเข้าด้วยกันเป็นข้อความทำให้เกิดความไม่เข้ากัน คือ ทีมฟุตบอลแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ในอดีตนั้นเป็นทีมฟุตบอลที่เน้นเกมบุกทำให้เกิดความสนุกสนานตื่นเต้นเมื่อได้รับชม แต่ในปัจจุบันกลับเน้นการครองบอลและส่งบอลไปมา ทำให้เกิดความน่าเบื่อ ไม่สนุกสนานและตื่นเต้นเหมือนแต่ก่อน ส่วนเรื่องการรับประกันนั้น เป็นการให้ความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการต่าง ๆ ในเรื่องของความมีคุณภาพและมีลักษณะที่ดี ด้านความง่วงเป็นเรื่องที่ไม่ต้องรับประกัน แต่จากการที่ทีมฟุตบอลทีมดังกล่าวเล่นฟุตบอลได้น่าเบื่อ จนนำมาซึ่งความง่วงทุกครั้งที่ได้รับชมการแข่งขันของทีมนี้ เมื่อนำการรับประกันซึ่งใช้กับของคุณภาพดีไปรับประกันเรื่องความง่วงซึ่งเป็นเรื่องน่าเบื่อ จึงสามารถสร้างอารมณ์ขันแก่ผู้รับสารได้

4.2.9 การใช้ความเปรียบ

การใช้ความเปรียบ เป็นการสร้างข้อความที่มีการนำสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากล่าวเปรียบเทียบกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ผู้ส่งสารต้องการนำเสนอ เป็นการเปรียบเทียบที่ไม่กล่าวถึงตรง ๆ ใช้การกล่าวเป็นนัยให้ผู้รับสารตีความเอง เป็นการเปรียบเทียบโดยนำเอาลักษณะสำคัญของสิ่งที่ต้องการเปรียบเทียบมาเปรียบเทียบกับทันทีโดยไม่ต้องมีคำเชื่อมโยง ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 90 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการใช้ความเปรียบ

จากตัวอย่างข้อความข้างต้น “พอลู่ พอกิน รู้จักพอ เราจะพบความสุขที่แท้จริง #เจ้เชื่อในความพอดี” เป็นการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิงโดยการให้ความเปรียบ ข้อความกล่าวถึงลักษณะของความพอเพียง ได้แก่ พอลู่ พอกิน รู้จักพอ โดยเปรียบเทียบความพอเพียงกับวิธีการบริหารและจัดการทีมอาร์เซนอลของอาร์แซน เวนเกอร์ ผู้จัดการทีมอาร์เซนอล ที่เชื่อในความสมดุลของทีมมากกว่าการพึ่งพาใครคนใดคนหนึ่ง และมักจะเน้นการใช้นักเตะเยาวชนมากกว่าการทุ่มเงินซื้อนักเตะฝีเท้าดี ทำให้ทีมไม่ค่อยประสบความสำเร็จเท่าที่ควร โดยแนวคิดเรื่องความพอเพียงนั้น ใช้กับการดำเนินชีวิตที่สมถะ แต่เมื่อถูกนำมาใช้ในเรื่องของการแข่งขันฟุตบอลซึ่งเป็นเรื่องของการเอาชนะและความท้าทาย จึงทำให้เกิดอารมณ์ขัน

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย

การสื่อความหมาย	จำนวน	ร้อยละ
4.1 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูล		
4.1.1 การให้ข้อมูลแบบชัดเจน	147	17.48
4.1.2 การให้ข้อมูลแบบไม่ชัดเจน	277	32.94
	423	50.42
4.2 การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อความบันเทิง		
4.2.1 การสร้างเรื่องให้เกินจริง	19	2.26
4.2.2 การทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย	22	2.62
4.2.3 การยั่วล้อ	100	11.89
4.2.4 การเสียดสี	212	25.21
4.2.5 การสร้างคำขึ้นมาใหม่	5	0.59
4.2.6 การดัดแปลงถ้อยคำ สำนวน และบทเพลง	29	3.45
4.2.7 การใช้ปริศนาคำทายสมัยใหม่	17	2.02
4.2.8 การผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันเข้าด้วยกัน	5	0.59
4.2.9 การใช้ความเปรียบ	8	0.95
	417	49.58
รวม	841	100

จากการศึกษาการใช้ภาษาของข้อความภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ผู้ศึกษาพบว่า ผู้ส่งสารได้เลือกใช้คำลักษณะต่าง ๆ มาช่วยในการสร้างสรรค์ข้อความให้มีความน่าสนใจ ทั้งนี้อาจจะสรุปได้ว่า การใช้คำภายในเพจนั้นเพื่อให้ข้อความมีความสั้น กระชับ และเข้าใจง่าย การใช้คำสมญานาม คำตัด อักษรย่อ คำทับศัพท์ สามารถช่วยในการประหยัดพื้นที่ในการสื่อสารที่มีอยู่อย่างจำกัดได้ การใช้คำอุทานเพื่อช่วยแสดงอารมณ์ความรู้สึกต่าง ๆ ของผู้ส่งสาร การใช้คำที่สะกดแปลกไปจากปกติช่วยให้การถ่ายทอดเสียงของคำต่าง ๆ ทำให้มีความใกล้เคียงกับภาษาพูดที่ใช้กันเป็นปกติในชีวิตประจำวัน การใช้คำศัพท์เฉพาะวงการกีฬาเพื่อสื่อสารเฉพาะกลุ่มทำให้ผู้รับสารเข้าใจเรื่องราวได้อย่างรวดเร็ว การใช้คำสแลงและคำไม่สุภาพทำให้ข้อความมีความแปลกใหม่ สะดุดตา ก่อให้เกิดอารมณ์ ความรู้สึกและดึงดูดความสนใจจากผู้รับสารได้ดี ส่วนการใช้สำนวนและบทเพลง ผู้ส่งสารเลือกใช้สำนวนและบทเพลงที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน รวมทั้งมีการดัดแปลงสำนวนและบทเพลงทำให้ข้อความเกิดความน่าสนใจและเห็นภาพชัดเจนมากยิ่งขึ้น แสดงให้เห็นถึงความรอบรู้ ทันสมัยและทันต่อสถานการณ์ ทั้งหมดนี้เป็นการใช้คำเพื่อสร้างสรรค์ข้อความให้เหมาะสมกับวิธีการหรือช่องทางในการสื่อสาร ทำให้ผู้รับสารได้รับความรู้และเข้าใจเรื่องราวและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสารต้องการนำเสนอได้อย่างรวดเร็ว

ในด้านการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำ พบว่า การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำภายในเพจนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลและเพื่อให้ความบันเทิง ในด้านการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูล พบว่า เพจนี้เน้นการสร้างสรรค์ข้อความเพื่อให้ข้อมูลแบบไม่ชัดเจน ซึ่งพบมากถึง 276 ข้อความ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 32.82 ส่วนการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิง เพจได้สร้างสรรค์ข้อความเพื่อสร้างความบันเทิงโดยข้อความจะเน้นไปที่การเสียดสีถึงบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง เพื่อให้ผู้รับสารที่ได้ผลประโยชน์เกิดความสนุกสนาน มีอารมณ์ขัน และสร้างความเจ็บใจให้แก่ผู้รับสารที่เสียผลประโยชน์

การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำทั้ง 2 ประเภท ข้อความสามารถบอกกล่าว อธิบาย และขยายความเกี่ยวกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ แต่กลับไม่สามารถบอกได้ว่าข้อความนั้นกล่าวถึงผู้จัดการทีมคนใดหรือทีมฟุตบอลทีมใด อีกทั้งข้อความบางข้อความยังต้องอาศัยทั้งความรู้และภูมิหลังของเหตุการณ์และเรื่องราวในอดีตเข้ามาช่วยในการทำความเข้าใจเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น หากผู้รับสารไม่มีความรู้และภูมิหลังเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ ก็อาจจะทำให้เกิดความสับสนและไม่สามารถเข้าใจเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้จากการอ่านข้อความเพียงอย่างเดียว

บทที่ 5

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปภาพและข้อความภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย

จากการศึกษาเรื่องการใช้รูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย พบว่า ทางเพจใช้รูปภาพทั้งหมด 4 ประเภท คือ รูปภาพคน รูปภาพสัตว์ รูปภาพสิ่งของ และรูปภาพสถานที่ มาประกอบสร้างสรรค์เรื่องราวและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดในวงการฟุตบอล เพื่อสื่อความหมายในด้านต่าง ๆ การใช้รูปภาพนั้นสามารถเพิ่มความน่าสนใจและสะดุดตาให้กับผู้รับสารได้มากกว่าการพิมพ์ข้อความธรรมดา ซึ่งการใช้รูปภาพยังไม่สามารถบอกรายละเอียดของเรื่องราวและเหตุการณ์ที่ทางเพจต้องการนำเสนอได้ครบถ้วน เพียงแต่บอกได้ว่าเรื่องราวและเหตุการณ์ที่ทางเพจต้องการนำเสนอ นั้นเกี่ยวข้องกับใครหรือทีมฟุตบอลทีมไหน และเป็นเรื่องที่น่ายินดีหรือเรื่องที่น่าผิดหวัง

ส่วนการใช้ภาษาของข้อความภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย พบว่า ทางเพจมีการเลือกใช้คำในลักษณะต่าง ๆ ที่หลากหลาย เพื่อช่วยให้ข้อความน่าสนใจ กระชับ อีกทั้งยังมีการใช้สำนวนและบทเพลงเข้ามาช่วยทำให้ข้อความมีความแปลกใหม่มากยิ่งขึ้น ในด้านการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำภายในเพจนั้นพบอยู่ 2 ประเภท คือ การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลและเพื่อให้ความบันเทิง ข้อความที่ใช้ในการสื่อความหมายส่วนมากยังไม่สามารถบอกได้ว่าข้อความนั้นกล่าวถึงใครหรือทีมฟุตบอลทีมใด อีกทั้งข้อความบางข้อความยังต้องอาศัยทั้งความรู้และภูมิหลังของเหตุการณ์และเรื่องราวในอดีตเข้ามาช่วยในการทำความเข้าใจเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

ด้วยเหตุนี้จึงพบว่ารูปภาพและข้อความนั้นมีความสัมพันธ์กัน รูปภาพสามารถบอกได้ว่าเรื่องราวและเหตุการณ์ที่ทางเพจต้องการนำเสนอ นั้นเกี่ยวข้องกับใครหรือทีมฟุตบอลทีมไหน ส่วนข้อความสามารถบอกรายละเอียดของเรื่องราวและเหตุการณ์เหล่านั้นได้ ทำให้การสื่อความหมายนั้นมีความชัดเจนและครบถ้วน ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ในบทนี้ผู้ศึกษาจะศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างรูปภาพและข้อความภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย” ว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่อย่างไร โดยผู้ศึกษาจำแนก ความสัมพันธ์ระหว่างรูปภาพและการใช้ภาษาออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน

2. รูปภาพและภาษามีความสำคัญไม่เท่ากัน

2.1 ภาษาข้อความมีความสำคัญมากกว่ารูปภาพ

2.2 รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ

ความสัมพันธ์ของรูปภาพและข้อความทั้ง 2 ประเภท มีรายละเอียดที่จะกล่าวถึง ดังต่อไปนี้

1. รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน

รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน เป็นความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษาข้อความมีความเท่าเทียมกัน เมื่อรูปภาพและข้อความถูกนำมาประกอบอยู่ด้วยกันต่างส่งเสริมซึ่งกันและกัน โดยที่หากขาดส่วนใดส่วนหนึ่งไปจะทำให้ไม่สามารถสื่อความได้อย่างครบถ้วนและชัดเจน กล่าวคือ หากรูปภาพสามารถบอกได้เพียงว่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่น่าเสนอนั้นเกี่ยวข้องกับใครหรือทีมฟุตบอลทีมไหน ภาษาข้อความที่สร้างขึ้นก็จะช่วยในการบอกรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับรูปภาพนั้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้



รูปภาพที่ 91 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน

จากรูปภาพตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่ารูปภาพที่ทางเพจเลือกใช้เป็นรูปของนักฟุตบอลทีมเชลซี ซึ่งจากรูปภาพสามารถบอกได้ว่าเรื่องราวที่ทางเพจจะกล่าวถึงนั้นเกี่ยวข้องกับทีมเชลซี และจากข้อความที่ว่า “ชนะเลิศทุกนัดที่ลงแข่งในปี 2016” ซึ่งบอกให้ทราบถึงผลงานของทีมฟุตบอลทีมหนึ่งแต่ไม่ทราบว่าทีมใด จะเห็นได้ว่าทั้งรูปภาพและข้อความข้างต้นนั้นมีความสำคัญเท่ากัน

ไม่สามารถขาดส่วนใดส่วนหนึ่งไปได้ เพื่อเป็นการบอกให้ทราบถึงผลการแข่งขันฟุตบอลของทีมเชลซีที่สามารถเก็บชัยชนะได้ทุกนัดที่ลงทำการแข่งขันภายในปี 2016 ทำให้ผู้รับสารเข้าใจเรื่องราวและความหมายของรูปภาพได้อย่างครบถ้วนและชัดเจน



รูปภาพที่ 92 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน

จากรูปภาพตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่ารูปภาพที่ทางเพจเลือกใช้เป็นรูปของ เซร์คิโอ อเกวโร่ นักฟุตบอลของทีมแมนเชสเตอร์ ซิตี้ จากรูปภาพสามารถบอกได้ว่าเรื่องราวที่ทางเพจจะกล่าวถึงนั้นเกี่ยวข้องกับ เซร์คิโอ อเกวโร่ และจากข้อความที่ว่า “ผมไม่เคยบอกว่ายากร่วมงานกับ เป๊ป” ซึ่งบอกให้ทราบถึงส่วนหนึ่งของบทสัมภาษณ์ที่ เซร์คิโอ อเกวโร่ กล่าวถึง เป๊ป กวาร์ดิโอลา ผู้จัดการทีมที่กำลังจะเข้ามาคุมทีมแมนเชสเตอร์ ซิตี้ หากว่าจากรูปภาพหรือข้อความเพียงอย่างเดียวก็ไม่สามารถรู้ได้ว่ารูปของ เซร์คิโอ อเกวโร่ นั้นจะสื่ออะไร หรือข้อความดังกล่าวนั้นเกี่ยวข้องกับใครบ้าง ใครเป็นกล่าว แต่เมื่อนำทั้ง 2 ส่วนมาประกอบเข้าด้วยกันทั้งรูปภาพและข้อความต่างส่งเสริมซึ่งกันและกัน ทำให้รู้ว่า เซร์คิโอ อเกวโร่ ให้สัมภาษณ์ถึง เป๊ป กวาร์ดิโอลา ผู้ที่จะมาเป็นผู้จัดการทีมคนใหม่ว่าอย่างไร ช่วยเพิ่มความชัดเจนและครบถ้วนให้กับเรื่องราวที่น่าเสนอได้



รูปภาพที่ 93 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน

จากรูปภาพตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่ารูปภาพที่ทางเพจเลือกใช้เป็นรูปของ ดาบิด เด เคอา ผู้รักษาประตูของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด จากรูปภาพสามารถบอกได้ว่าเรื่องราวที่ทางเพจจะกล่าวถึงนั้นเกี่ยวข้องกับ ดาบิด เด เคอา และจากข้อความที่ว่า “ผู้เล่นคนเดียวของ แมนยู ในฤดูกาลนี้ที่ยังไม่เคย ส่งบอลคืนหลัง!” ซึ่งเป็นการเสียดสีถึง ดาบิด เด เคอา และแผนการเล่นของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดในขณะนั้นที่นักฟุตบอลของทีมทุกคนเน้นการส่งบอลคืนหลังมากกว่าการส่งบอลขึ้นไปด้านหน้าเพื่อการทำประตู ซึ่ง ดาบิด เด เคอา นั้นก็เป็นคนเดียวที่ไม่เคยส่งบอลคืนหลัง เพราะผู้รักษาประตูนั้นเป็นนักฟุตบอลคนสุดท้ายก่อนถึงประตู ถ้าเขาส่งบอลคืนหลังก็เท่ากับว่าเขาส่งบอลเข้าประตูตัวเอง เขาจึงไม่เคยส่งบอลคืนหลังเหมือนกับนักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในทีม หากว่าดูจากรูปภาพหรือข้อความเพียงอย่างเดียวก็ไม่สามารถรู้ได้ว่ารูปของ ดาบิด เด เคอา นั้นจะถูกนำมาใช้เพื่อสื่อความหมายอะไร หรือข้อความดังกล่าวนั้นเสียดสีถึงนักฟุตบอลแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดคนใด แต่เมื่อนำทั้ง 2 ส่วนมาประกอบเข้าด้วยกันทั้งรูปภาพและข้อความต่างส่งเสริมซึ่งกันและกัน ช่วยเพิ่มความชัดเจนและความสนุกสนานให้กับเรื่องราวที่น่าเสนอได้



รูปภาพที่ 94 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน

จากรูปภาพตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่ารูปภาพที่ทางเพจเลือกใช้เป็นรูปของ แดเนียล สเตอร์ริตซ์ นักฟุตบอลของทีมลิเวอร์พูล จากรูปภาพสามารถบอกได้ว่าเรื่องราวที่ทางเพจจะกล่าวถึงนั้นเกี่ยวข้องกับ แดเนียล สเตอร์ริตซ์ และจากข้อความที่ว่า “ใจจะเด็กผี” เป็นการถามคำถามเพื่อยั่วล้อถึงแฟนบอลทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด หลังจากทีมที่ตัวเองเชียร์เสียประตูให้กับทีมคู่แข่ง โดยทั้งรูปภาพและข้อความต่างมีความสำคัญเท่ากัน รูปภาพของ แดเนียล สเตอร์ริตซ์ ทำให้รู้ว่าเขาเป็นผู้ทำประตูแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดได้ และข้อความที่เป็นคำถามดังกล่าวก็ไม่ได้ต้องการคำตอบ แต่การใช้รูปภาพของนักฟุตบอลที่ทำประตูทีมที่ตนเองเชียร์ได้และข้อความคำถามในรูปแบบดังกล่าวก็เพื่อตอก

ย้าถึงความอับอายและความเจ็บช้ำใจของแฟนบอลทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด หากว่าพบเห็นแต่รูปของ แดเนี่ยล สเตอร์ริตจ์ โดยไม่มีข้อความประกอบ ผู้รับสารก็จะไม่สามารถเข้าใจความหมายของผู้ส่งสารได้ และถ้าอ่านแต่ข้อความโดยไม่มีรูปภาพประกอบผู้รับสารก็จะไม่สามารถทราบได้ว่าข้อความดังกล่าวจะสื่อความหมายอะไรหรือกล่าวถึงเหตุการณ์ไหน



รูปภาพที่ 95 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน

จากรูปภาพตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่ารูปภาพที่ทางเพจเลือกใช้เป็นรูปของตราสโมสรทีมอาร์เซนอล จากรูปภาพสามารถบอกได้ว่าเรื่องราวที่ทางเพจจะกล่าวถึงนั้นเกี่ยวข้องกับทีมอาร์เซนอล และจากข้อความ “มีแว่วจะคาบ้าน!” เป็นการคาดคะเนถึงความพ่ายแพ้ของทีมฟุตบอลทีมหนึ่งที่ตั้งเล่นในบ้านของตัวเอง หากมองจากรูปภาพหรือข้อความเพียงอย่างเดียวจะไม่สามารถรู้ได้ว่าทางเพจนั้นจะนำเสนอเรื่องราวอะไรที่เกี่ยวข้องกับทีมอาร์เซนอลหรือการคาดคะเนดังกล่าวเป็นการคาดคะเนถึงทีมฟุตบอลทีมใด แต่เมื่อนำทั้ง 2 ส่วนมาประกอบเข้าด้วยกันทั้งรูปภาพและข้อความต่างส่งเสริมซึ่งกันและกัน ทำให้รู้ว่าทางเพจคาดคะเนถึงความพ่ายแพ้ของทีมอาร์เซนอลทั้งที่ลงทำการแข่งขันในบ้านของตัวเอง ช่วยเพิ่มความชัดเจนและทำให้ผู้รับสารเข้าใจเรื่องราวที่นำเสนอได้ดีมากขึ้น



รูปภาพที่ 96 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน

จากรูปภาพตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่ารูปภาพที่ทางเพจเลือกใช้เป็นรูปของ อ็องโตนี มาร์กซิยาล นักฟุตบอลทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด จากรูปภาพสามารถบอกได้ว่าเรื่องราวที่ทางเพจจะกล่าวถึงนั้นเกี่ยวข้องกับ อ็องโตนี มาร์กซิยาล แต่ไม่สามารถบอกได้ว่าเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับอะไร และจากข้อความ “2 นัด 3 ลูก!!” เป็นการบอกให้ทราบถึงผลงานการทำประตูของนักฟุตบอลคนหนึ่งซึ่งไม่ทราบว่าเป็นใคร เมื่อนำทั้ง 2 ส่วนมาประกอบเข้าด้วยกันทั้งรูปภาพและข้อความต่างส่งเสริมซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นการบอกให้ทราบถึงผลงานการทำประตูของ อ็องโตนี มาร์กซิยาล ที่ลงสนามไปแล้ว 2 นัด และทำไป 3 ประตู



รูปภาพที่ 97 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน

จากรูปภาพตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่ารูปภาพที่ทางเพจเลือกใช้เป็นรูปของตราสโมสรทีมเลสเตอร์ ซิตี้ และ ทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด จากรูปภาพสามารถบอกได้ว่าเรื่องราวที่ทางเพจจะกล่าวถึงนั้นเกี่ยวข้องกับทีมฟุตบอลทั้ง 2 ทีม แต่ไม่สามารถบอกได้ว่าเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับอะไร และจากข้อความ “ศึกชิงจ่าฝูง 00.30 น. สดทาง Stadium 1” เป็นการบอกให้ทราบถึงรายละเอียดของการถ่ายทอดสดฟุตบอลแต่ไม่ทราบว่าระหว่างทีมใดกับทีมใด เมื่อนำทั้ง 2 ส่วนมาประกอบเข้าด้วยกันทั้งรูปภาพและข้อความต่างส่งเสริมซึ่งกันและกัน เพื่อบอกให้ทราบถึงการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลระหว่างทีมเลสเตอร์ ซิตี้ และ ทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด โดยระยะเวลาและช่องถ่ายทอดสดไว้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้รับสารเข้าใจเรื่องราวที่น่าเสนอได้ง่ายและรวดเร็ว

2. รูปภาพและภาษามีความสำคัญไม่เท่ากัน

รูปภาพและภาษามีความสำคัญไม่เท่ากัน เป็นความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษาข้อความมีความไม่เท่าเทียมกัน โดยที่หากขาดส่วนใดส่วนหนึ่งไปก็ยิ่งพอที่จะสื่อความหมายได้ โดยแบ่งได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

2.1 ภาษาข้อความมีความสำคัญมากกว่ารูปภาพ

ผู้ส่งสารเลือกใช้ภาษาข้อความที่มีความครบถ้วน สามารถทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายได้ ส่วนรูปภาพเพียงช่วยเสริมให้ผู้รับสารเห็นภาพชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยหากขาดรูปภาพไปข้อความก็ยังสามารถสื่อความหมายได้ แต่หากมีแต่รูปภาพไม่มีข้อความรูปภาพนั้นจะไม่สามารถสื่อความหมายได้



รูปภาพที่ 98 แสดงความสัมพันธ์ที่ภาษาข้อความมีความสำคัญมากกว่ารูปภาพ

จากรูปภาพตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าข้อความ “สเปอริส ไม่เคยจบด้วยอันดับสูงกว่า อาร์เซนอล ตั้งแต่ปี 1995” เป็นการบอกให้ทราบถึงผลงานและสถิติของทีมที่อตแนม ฮีทสเปอร์และทีมอาร์เซนอล ตั้งแต่ปี 1995 โดยจากข้อความดังกล่าวก็สามารถเข้าใจความหมายของผู้ส่งสารได้อย่างครบถ้วน รูปภาพที่เป็นรูปตราสโมสรอาร์เซนอลที่มีเงาทอดยาวไปด้านหลังและมีตราสโมสรที่อตแนม ฮีทสเปอร์ อยู่ภายใต้เงานั้น เป็นการทำให้ผู้รับสารเห็นภาพของการที่ทีมที่อตแนม ฮีทสเปอร์ ไม่เคยจบด้วยอันดับสูงกว่าทีมอาร์เซนอลได้เลย เหมือนอยู่ภายใต้เงาของทีมอาร์เซนอลมาโดยตลอด



รูปภาพที่ 99 แสดงความสัมพันธ์ที่ภาษาข้อความมีความสำคัญมากกว่ารูปภาพ

จากรูปภาพตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าข้อความ “อาซาร์ ฤดูกาลนี้ 23 นัด 1 ประตู” เป็นการบอกให้ทราบถึงผลงาน เอเด็น อาซาร์ นักฟุตบอลทีมเชลซี ที่ฤดูกาลนี้เขาลงเล่นไป 23 นัด และทำได้ 1 ประตู โดยจากข้อความดังกล่าวก็สามารถเข้าใจความหมายของผู้ส่งสารได้อย่างครบถ้วน รูปภาพของเจ้าตัวที่นำมาประกอบทำให้ผู้รับสารทราบว่า เอเด็น อาซาร์ นั้นหน้าตาเป็นอย่างไร แต่สำหรับผู้ติดตามรับชมฟุตบอลอยู่เป็นประจำก็จะทราบอยู่แล้วว่า เอเด็น อาซาร์ นั้นหน้าตาเป็นอย่างไร

2.2 รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ

ผู้ส่งสารใช้รูปภาพมีความชัดเจนในการสื่อความหมาย สามารถทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายได้เพียงแค่อ่านรูปภาพ โดยไม่ต้องอ่านข้อความประกอบ ส่วนข้อความเพียงช่วยเสริมให้ผู้รับสารทราบรายละเอียดของรูปภาพมากขึ้น โดยหากขาดข้อความไปรูปภาพก็ยังสามารถสื่อความหมายได้ แต่หากมีแต่ข้อความไม่มีรูปภาพจะทำให้รูปภาพนั้นไม่สามารถสื่อความหมายได้



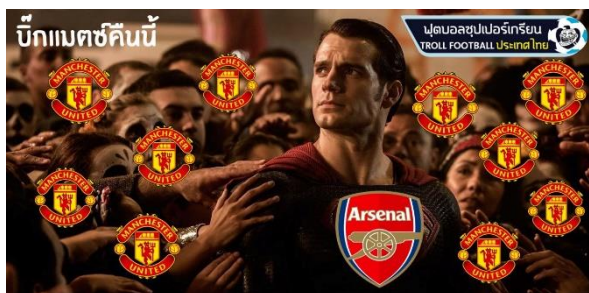
รูปภาพที่ 100 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ

จากรูปภาพตัวอย่างข้างต้น เป็นรูปภาพของตราสโมสรทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ซึ่งถูกตัดต่อในส่วนของตัวการ์ตูนที่คล้ายปีศาจตรงกลางตราสโมสรเป็นรูปต่าง ๆ 3 แบบ ได้แก่ รูปปีศาจ ปีศาจน้อย และรถบัส เป็นการเสียดสีถึงวิถีและแผนการเล่นของแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ในแบบต่าง ๆ โดยรูปทางด้านซ้ายเป็นรูปของตราสโมสรแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดที่แท้จริง สื่อถึงการเล่นที่ดุเดือดและน่าเกรงขามสมกับเป็นแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด รูปตรงกลางเป็นรูปปีศาจน้อยดูน่ารัก ไม่น่าเกรงขาม สื่อถึงการเล่นที่ไม่ดุเดือด ไม่น่าเกรงขาม รูปด้านขวาเป็นรูปรถบัส สื่อถึงการเล่นที่เน้นการตั้งรับเหมือนกับการเอารถบัสมาจอดขวางหน้าประตู และจากข้อความ “ยุคเซอร์อเล็ก ยุคมอยส์ & ฟานกัล ยุคมูรินโญ่” เป็นชื่อผู้จัดการทีมของแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด 4 คน ซึ่งถูกวางไว้บนรูปภาพตราสโมสรของทีม เป็นการให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับแผนการเล่น ทำให้ทราบว่าแผนการเล่นในแบบต่าง ๆ ที่ถูกนำมาเสียดสีนั้นเกิดขึ้นในยุคของผู้จัดการทีมคนใด



รูปภาพที่ 101 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ

จากรูปภาพตัวอย่างข้างต้น เป็นรูปของผู้ชายที่มีการตัดต่อนำเอาตราสโมสรเชลซีไปวางไว้บนร่างกายขณะกำลังมอบถ้วยแชมป์พรีเมียร์ลีกให้กับผู้หญิงที่มีการตัดต่อนำเอาตราสโมสรเลสเตอร์ ซิตี้ มาวางไว้บนร่างกาย เป็นการเสียดสีถึงทีมเชลซีที่ทำได้แค่เสมอกับทีมคู่แข่งทำให้เลสเตอร์ ซิตี้ ได้ตำแหน่งแชมป์พรีเมียร์ลีกไปในทันที เหมือนกับการยกแชมป์พรีเมียร์ลีกให้กับเลสเตอร์ ซิตี้ โดยที่เลสเตอร์ ซิตี้ ไม่ต้องลงแข่งขัน โดยที่หากดูแต่รูปภาพก็พอที่จะเข้าใจความหมายได้โดยไม่ต้องอ่านข้อความประกอบ



รูปภาพที่ 102 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ

จากรูปภาพตัวอย่างข้างต้น เป็นรูปของซูเปอร์แมนที่มีการตัดต่อนำเอาตราสโมสรอาร์เซนอลมาวางไว้บนตัว และเหล่าฝูงชนที่กำลังตะโกนไปที่ตัวของซูเปอร์แมนเพื่อขอความช่วยเหลือโดยมีการตัดต่อนำเอาตราสโมสรแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด มาวางไว้ที่ฝูงชนแต่ละคน เป็นการเสียดสีถึงทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ที่ต้องการอาศัยความช่วยเหลือจากทีมอาร์เซนอลในการเอาชนะคู่แข่งเพื่อผลประโยชน์ของทีมตนเอง ข้อความ “บิกแมตช์คืนนี้” เป็นการบอกให้ทราบว่าคืนนี้มีการแข่งขันฟุตบอลระหว่าง 2 ทีมที่มีชื่อเสียง โดยหากดูแต่รูปภาพอย่างเดียวก็สามารถเข้าใจความหมายของผู้ส่งสารได้โดยไม่ต้องอ่านข้อความประกอบ



รูปภาพที่ 103 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ

จากรูปภาพตัวอย่างข้างต้น เป็นรูปของนักฟุตบอลทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ที่มีการตัดต่อ นำใบหน้าของ ดาบิด เด เคอา ผู้รักษาประตูของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด มาวางไว้บริเวณศีรษะของนักฟุตบอลทุกคน เป็นการเสียดสีถึงผลงานของทีมที่นักเตะของทีมทุกคนนั้นผลงานตกต่ำจนไม่เป็นที่น่าจดจำ ยกเว้น ดาบิด เด เคอา ที่ช่วยป้องกันประตูช่วยทีมจากความพ่ายแพ้มาหลายครั้งจนแทบจะเป็นทุกสิ่งทุกอย่างของทีมและถูกกล่าวถึงมากที่สุดในช่วงเวลาดังกล่าว โดยข้อความ “แมนยู ฤดูกาลนี้” ช่วยบอกถึงช่วงเวลาที่เกิดเรื่องราวว่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นนั้นเกิดขึ้นเมื่อไหร่ ซึ่งจะเห็นได้ว่าหากดูแต่

รูปภาพก็สามารถเข้าใจได้ว่า ดาบิด เด เคอา นั้นเป็นทุกสิ่งทุกอย่างของทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด โดยที่ไม่จำเป็นต้องอ่านก็ความประกอบ



รูปภาพที่ 104 แสดงความสัมพันธ์ที่รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ

จากรูปภาพตัวอย่างข้างต้น รูปของนักฟุตบอลทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ซึ่งมีการตัดต่อนำ ป๊อบมาวางไว้บริเวณส่วนหัว เป็นการเสียดสีถึงทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ที่พ่ายแพ้การแข่งขัน สร้างความอับอายจนต้องนำป๊อบมาคลุมหัว โดยหากดูแต่รูปภาพก็สามารถเข้าใจความหมายและเรื่องราวที่เกิดขึ้นกับทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ได้อย่างชัดเจน ส่วนข้อความ “3-0” เป็นบอกถึงผลการแข่งขันที่เกิดขึ้น

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ของรูปภาพและการใช้ภาษาภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกียรียน – Troll Football ประเทศไทย พบว่า รูปภาพและการใช้ภาษามีความสัมพันธ์กันอยู่ 2 ลักษณะ คือ ความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากัน และ ความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญไม่เท่ากัน โดยในส่วนของความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญเท่ากันนั้น ทั้งรูปภาพและข้อความจะมีความสำคัญเท่าเทียมกัน รูปภาพและข้อความจะส่งเสริมซึ่งกันและกัน จากการศึกษาข้างต้น พบว่า รูปภาพจะทำหน้าที่เพื่อบอกว่าทางเพจต้องการจะนำเสนอเรื่องราวและเหตุการณ์ของใคร ทีมฟุตบอลทีมไหน หรือสถานที่ใด ส่วนข้อความจะทำหน้าที่บอกรายละเอียดของเรื่องราวและเหตุการณ์นั้น ซึ่งจะป็นรายละเอียดที่กระชับและเข้าใจง่าย ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจความหมายได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว

ส่วนความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษามีความสำคัญไม่เท่ากัน เป็นความสัมพันธ์ที่รูปภาพและข้อความไม่เท่าเทียมกัน มีส่วนใดส่วนหนึ่งที่สำคัญมากกว่า ซึ่งพบทั้ง ความสัมพันธ์ที่ภาษาข้อความมีความสำคัญมากกว่ารูปภาพ และ ความสัมพันธ์ที่รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ จากการศึกษา พบว่า ความสัมพันธ์ที่ภาษาข้อความมีความสำคัญมากกว่ารูปภาพ ภาษาข้อความจะมีความครบถ้วน สามารถทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายและเรื่องราวได้ รูปภาพเพียงช่วยเสริมให้ผู้รับสารเห็นภาพชัดเจนมากยิ่งขึ้น ส่วนความสัมพันธ์ที่รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ รูปภาพจะมีความชัดเจนในการสื่อความหมาย สามารถทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายได้โดยไม่ต้องอ่านข้อความประกอบ ข้อความเพียงช่วยเสริมให้ผู้รับสารทราบรายละเอียดของรูปภาพมากขึ้น



บทที่ 6

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา “การสื่อความหมายของรูปภาพและคำบรรยายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย” ศึกษาจากรูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2558 – 31 พฤษภาคม พ.ศ.2559 จำนวน 841 รูปภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ 1. เพื่อวิเคราะห์การใช้รูปภาพภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย 2. เพื่อวิเคราะห์การใช้ภาษาของข้อความภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย 3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปภาพและข้อความภายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

ด้านการใช้รูปภาพ จากการศึกษารูปภาพทั้งหมดจำนวน 841 รูปภาพ พบว่า การใช้รูปภาพนั้นมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ การใช้รูปภาพใหญ่เพียงรูปเดียวและการใช้รูปภาพประเภทต่าง ๆ มาผสมกันเป็นรูปภาพใหญ่ สามารถแบ่งประเภทของรูปภาพที่ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นส่วนประกอบในการนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ในวงการฟุตบอลได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ รูปภาพคน รูปภาพสัตว์ รูปภาพสิ่งของ และรูปภาพสถานที่ รูปภาพประเภทต่าง ๆ ถูกนำมาสร้างสรรค์และนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ในวงการฟุตบอล ทั้งหมด 11 รูปแบบ ได้แก่ รูปภาพคน, รูปภาพสิ่งของ, รูปภาพสถานที่, รูปภาพสัตว์และสิ่งของ, รูปภาพคนและสิ่งของ, รูปภาพคน สิ่งของและสถานที่, รูปภาพคน สถานที่และเวลา, รูปภาพคนและสถานที่, รูปภาพคนและสัตว์, รูปภาพสิ่งของและสถานที่, รูปภาพตัวอักษร ซึ่งเพจใช้รูปภาพคนเป็นส่วนประกอบในการสร้างสรรค์เรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ มากที่สุด ทั้งนี้รูปภาพคนนั้นสามารถที่จะสื่อความหมายให้ผู้รับสารเข้าใจได้ง่าย เพราะรูปภาพคนสามารถที่จะสื่อความหมายได้ทั้งตัวบุคคลและทีมฟุตบอลที่ตัวบุคคลนั้นสังกัดอยู่ได้ในคราวเดียวกัน

ส่วนการศึกษาขนาดของรูปภาพ พบว่า สามารถแบ่งขนาดของรูปภาพได้ทั้งหมด 6 ประเภท คือ ระยะเวลาใกล้ ระยะเวลาหน้าอก ระยะเวลากลาง ระยะเวลาไกลปานกลาง ระยะเวลาเต็มตัว และระยะเวลาไกล ผู้ศึกษาพบการใช้ขนาดของรูปภาพระยะกลางมากที่สุด และพบการใช้ขนาดของรูปภาพระยะหน้าอกและระยะเต็มตัวรองลงมา การที่เพจใช้รูปภาพระยะกลางเป็นส่วนมากในการนำเสนอเรื่องราว เพราะ รูปภาพระยะกลางนั้นสามารถทำให้ผู้รับสารเห็นถึงส่วนประกอบของรูปภาพได้อย่างชัดเจน ซึ่งทำให้ผู้รับสารพอจะรู้ว่ารูปภาพที่เห็นนั้นกล่าวถึงบุคคลใดหรือสิ่งของชนิดไหน

ในด้านการใช้มุกกลิ้ง พบว่าเพจใช้รูปภาพที่มีมุกกลิ้งทั้งหมด 3 ประเภท คือ รูปภาพมุกสูง รูปภาพมุกระดับสายตา และรูปภาพมุกต่ำ มุกกลิ้งที่พบมากที่สุดคือรูปภาพมุกระดับสายตา เนื่องจากรูปภาพมุกระดับสายตาสามารถสื่อสารให้ผู้รับสารเข้าใจได้ง่าย ให้ความละเอียดค่อนข้างครบถ้วน ชัดเจน และพบเห็นได้เป็นประจำในชีวิตประจำวัน

การใช้รูปภาพนั้นจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและสะดุดตาให้กับผู้รับสารได้มากกว่าการพิมพ์ข้อความและโพสต์ลงไปที่หน้าเพจเพียงอย่างเดียว แม้การใช้รูปภาพเพียงอย่างเดียวจะสามารถบอกได้ว่าเนื้อหาที่ทางเพจต้องการนำเสนอ นั้นเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับนักฟุตบอลคนไหน หรือทีมฟุตบอลทีมใด เป็นเรื่องราวที่น่ายินดีหรือน่าผิดหวัง แต่ยังไม่สามารถที่จะบอกถึงรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ ดังนั้นจึงต้องพึ่งพาข้อความที่สร้างสรรค์ประกอบด้วย

ด้านการใช้ภาษา จากการศึกษาข้อความภายใต้ทางเพจสร้างสรรค์ขึ้น พบว่า เพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกรียน – Troll Football ประเทศไทย ใช้คำลักษณะต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย ได้แก่ คำสมญานาม คำทับศัพท์ คำศัพท์เฉพาะวงการกีฬา คำตัด อักษรย่อ คำอุทาน คำที่สะกดแปลกไปจากปกติ คำซ้ำ คำสแลง คำไม่สุภาพ และการใช้ภาษาพูดมากกว่าภาษาเขียนที่เป็นทางการ ทั้งนี้เพื่อช่วยในการสร้างสรรค์ข้อความให้มีความกระชับ น่าสนใจ แปลกใหม่ และดึงดูดความสนใจจากผู้รับสาร อีกทั้งยังสามารถช่วยในการประหยัดพื้นที่ในการสื่อสารที่มีอยู่อย่างจำกัดได้ ส่วนการใช้สำนวนและบทเพลง ผู้ส่งสารเลือกใช้สำนวนและบทเพลงที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน รวมทั้งมีการดัดแปลงสำนวนและบทเพลงทำให้ข้อความเกิดความน่าสนใจและเห็นภาพชัดเจนมากยิ่งขึ้น แสดงให้เห็นถึงความรอบรู้ ทันสมัยและทันต่อสถานการณ์

ในด้านการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำ พบว่า การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำภายในเพจนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูลและเพื่อให้ความบันเทิง การสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ข้อมูล สามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ แบบชัดเจนและแบบไม่ชัดเจน ส่วนใหญ่เพจเน้นการสื่อความหมายด้วยการให้ข้อมูลแบบไม่ชัดเจน ส่วนของการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำเพื่อให้ความบันเทิง สามารถจำแนกวิธีการสร้างสรรค์ข้อความเพื่อให้ความบันเทิงได้เป็น 9 ประเภท คือ การสร้างเรื่องให้เกินจริง การทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย การยั่วล้อ การเสียดสี การสร้างคำขึ้นมาใหม่ การดัดแปลงถ้อยคำสำนวนและบทเพลง การใช้ปริศนาคำทายสมัยใหม่ การผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันเข้าด้วยกัน และการใช้ความเปรียบ ซึ่งเพจเน้นสร้างสรรค์ข้อความเพื่อเสียดสีเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในวงการฟุตบอล ทำให้ผู้รับสารเกิดทั้งความสนุกสนานและความรู้สึกเจ็บช้ำใจในเวลาเดียวกัน

การสื่อความหมายของภาษาล้อยคำทั้ง 2 ประเภท ภาษาข้อความสามารถบอกกล่าว อธิบาย และขยายความเกี่ยวกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ แต่กลับไม่สามารถบอกได้ว่าข้อความนั้น กล่าวถึงผู้จัดการทีมคนใดหรือทีมฟุตบอลทีมใด ทำให้ยากที่จะเข้าใจความหมายจากการอ่านแต่ข้อความเพียงอย่างเดียว

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างรูปภาพและการใช้ภาษา พบว่า รูปภาพและการใช้ภาษา มีความสัมพันธ์กันอยู่ 2 ลักษณะ คือ ความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษาที่มีความสำคัญเท่ากัน และ ความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษาที่มีความสำคัญไม่เท่ากัน โดยในส่วนของความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษาที่มีความสำคัญเท่ากันนั้น ทั้งรูปภาพและข้อความจะมีความสำคัญเท่าเทียมกัน รูปภาพจะทำหน้าที่เปิดประเด็นว่าเพจต้องการจะนำเสนอเรื่องราวและเหตุการณ์ของใคร ทีมฟุตบอลทีมใด หรือสถานที่ใด ส่วนข้อความจะทำหน้าที่บอกรายละเอียดของเรื่องราวและเหตุการณ์นั้น ซึ่งจะ เป็นรายละเอียดที่กระชับและเข้าใจง่าย ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจความหมายได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว

ส่วนความสัมพันธ์ที่รูปภาพและภาษาที่มีความสำคัญไม่เท่ากัน พบอยู่ 2 ลักษณะ คือ ความสัมพันธ์ที่ภาษาข้อความมีความสำคัญมากกว่ารูปภาพ และ ความสัมพันธ์ที่รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ ความสัมพันธ์ที่ภาษาข้อความมีความสำคัญมากกว่ารูปภาพ ภาษาข้อความจะมีความครบถ้วน สามารถทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายและเรื่องราวได้ รูปภาพเพียงช่วยเสริมให้ผู้รับสารเห็นภาพชัดเจนมากยิ่งขึ้น ส่วนความสัมพันธ์ที่รูปภาพมีความสำคัญมากกว่าภาษาข้อความ รูปภาพจะมีความชัดเจนในการสื่อความหมาย สามารถทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายได้โดยไม่ต้องอ่านข้อความประกอบ ข้อความเพียงช่วยเสริมให้ผู้รับสารทราบรายละเอียดของรูปภาพมากขึ้น

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา “การสื่อความหมายของรูปภาพและคำบรรยายในเพจ Facebook ฟุตบอล ชูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย” พบว่า มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ผู้ศึกษาได้ ตั้งไว้ในตอนต้น คือ การสื่อความหมายของรูปภาพและคำบรรยายในเพจ Facebook ฟุตบอล ชูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ทั้งรูปภาพและคำบรรยายต่างส่งเสริมซึ่งกันและกัน เนื่องจาก ความสัมพันธ์ของรูปภาพและการใช้ภาษาภายในเพจ Facebook ฟุตบอลชูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย ที่พบทั้ง 2 ลักษณะนั้น ทั้งรูปภาพและข้อความต่างก็ส่งเสริมซึ่งกันและ

กัน ไม่ว่าจะรูปภาพหรือข้อความจะมีความสำคัญเท่ากันหรือไม่ เพื่อให้การสื่อความหมายนั้นมีความชัดเจน น่าสนใจ และเข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

ในด้านของการสื่อความหมายของภาษาถ้อยคำ พบว่า จำนวนของข้อความที่ใช้สื่อความหมายเพื่อให้ข้อมูลและเพื่อให้ความบันเทิงนั้นมีจำนวนใกล้เคียงกัน ซึ่งพอจะบอกได้ว่าเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย เน้นทั้งการให้ข้อมูลข่าวสารและสร้างความบันเทิง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของเพจที่ช่วยให้แฟนบอลเกิดความสนุกสนานและเพิ่มอรรถรสในการรับชมกีฬาฟุตบอลทั้งก่อนและหลังการแข่งขัน

คำว่า เกเรียน ตามพจนานุกรม หมายถึง สั้นเกือบติดหนังหัว ผิวหนัง หรือพื้นที่ เช่น ผมเกเรียน หมากขนเกเรียน หล้าเกเรียน แต่อีกความหมายหนึ่งนั้นเป็นคำสแลง ใช้แทนบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีพฤติกรรมก้าวร้าว ก่อวุ่น ไร้เหตุผล หรือคิดว่าตัวเองเป็นศูนย์กลางของสังคมอินเทอร์เน็ต บุคคลกลุ่มนี้จะใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผลหรือการวิเคราะห์ที่ตรง ซึ่งจะเห็นได้ว่าในสังคมออนไลน์นั้นคำว่า เกเรียน มีความหมายไปในทางที่ไม่ดี แต่จากการศึกษาการสื่อความหมายของรูปภาพและคำบรรยายในเพจ Facebook ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน – Troll Football ประเทศไทย พบว่า แม้ชื่อเพจจะบอกว่า ฟุตบอลซูเปอร์เกเรียน แต่การสื่อความหมายภายในเพจทั้งรูปภาพและการใช้ภาษาก็ไม่ได้เป็นไปในทิศทางที่ไม่ดี รูปภาพประกอบคำบรรยายที่ทางเพจสร้างสรรค์ขึ้นมานั้นมีทั้งแฟนบอลที่สนุกสนาน ชอบใจ เพราะ เป็นการเสียดสีและล้อเลียนถึงทีมฟุตบอลหรือกลุ่มแฟนบอลทีมคู่แข่งของตนเอง ในทางตรงข้ามกับแฟนบอลกลุ่มที่ถูกเสียดสี ล้อเลียน ก็ต้องเกิดไม่ชอบใจหรือเจ็บช้ำใจ เพราะ ตนเองและทีมฟุตบอลที่ตนเองเชียร์นั้นถูกเสียดและล้อเลียน แต่เพจก็ไม่ได้มีเจตนาที่จะสร้างความก้าวร้าวหรือก่อวุ่นให้เกิดความขัดแย้ง เพียงแต่เป็นการสร้างความบันเทิง ความสนุกสนาน และช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างกลุ่มแฟนบอลในสื่อสังคมออนไลน์

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าในงานวิจัยของ ญฐาภพ โกมลตรี (2557) เรื่อง ชาวสั้นในโปรแกรมประยุกต์สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ “กระปุกดอตคอม” มีความสอดคล้องกับการศึกษาคำนี้ในเรื่องของการใช้ภาษาถ้อยคำ ผลการศึกษาของ ญฐาภพ โกมลตรี พบว่า ใช้ภาษาไม่เป็นทางการ เนื่องจากการใช้คำมีการใช้คำเรียกบุคคลในข่าว อักษรย่อ การย่อคำหรือคำย่อ การใช้คำยืมจากภาษาต่างประเทศ ด้านการใช้สำนวนมี 2 ลักษณะ ได้แก่ การใช้สำนวนที่ปรากฏตามความหมายในพจนานุกรมและสำนวนใหม่ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวมีความคล้ายกับผลการศึกษาที่พบในการศึกษาครั้งนี้ จึงพอจะกล่าวได้ว่า การใช้คำไม่เป็นทางการ ไม่ว่าจะเป็น อักษรย่อ คำย่อ การยืมคำจากภาษาต่างประเทศ คำสมญานาม รวมถึงการใช้สำนวนที่ปรากฏตามความหมายในพจนานุกรม

และสำนวนใหม่โดยการดัดแปลงจากสำนวนเดิม นั้นนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในสื่อสังคมออนไลน์ เพราะ ทำให้ข้อความหรือข่าวนั้นมีความกระชับ สั้น แต่ได้ใจความครบถ้วน

สิ่งที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้ที่พบ คือ ในปัจจุบันการใช้รูปภาพประกอบคำบรรยายในการนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์บางสิ่งบางอย่างผ่านทางเพจ Facebook นั้นกำลังเป็นที่นิยมมากกว่าการพิมพ์ข้อความและโพสต์ลงไปที่หน้าเพจแต่เพียงอย่างเดียว เพราะ การพิมพ์ข้อความและโพสต์ลงไปที่หน้าเพจนั้นไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้ดีเท่าการใช้รูปภาพประกอบคำบรรยาย ทั้งนี้การใช้รูปภาพประกอบคำบรรยายในการนำเสนอเรื่องราวผ่านหน้าเพจยังเป็นการตอบสนองต่อการใช้ชีวิตของคนส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ซึ่งสามารถเข้าถึงเพจต่าง ๆ ที่ตนเองสนใจผ่านทางอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้หลายช่องทาง อีกทั้งยังเหมาะสำหรับลักษณะการใช้ Facebook ของคนในปัจจุบันที่สามารถเลือกดูเฉพาะในสิ่งที่ตนเองสนใจหรือดึงดูดใจและไม่จดจ่ออยู่กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นเวลานาน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาการสื่อความหมายของรูปภาพและคำบรรยายในหน้าแฟนเพจ Facebook ประเภทอื่น เช่น ข่าวสาร ธุรกิจ บ้านเทิง หรืออาจจะเป็นโซเชียลมีเดียอื่น ๆ เช่น Line Twitter Instagram เป็นต้น
2. ควรศึกษาการสื่อความหมายของวิดีโอในหน้าแฟนเพจ Facebook ประเภทต่าง ๆ เพราะการโพสต์วิดีโอก็เป็นอีกวิธีการที่กำลังนิยมในการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

รายการอ้างอิง

- Croft, C., & Brown, S. (2007). *A Brief History of The Facebook*. Retrieved from <https://charlenegagnon.files.wordpress.com/2008/02/a-brief-history-of-the-facebook.pdf>
- facebook. (2004). *ฟุตบอลซูเปอร์เกียร์ – Troll Football ประเทศไทย*. Retrieved from <https://www.facebook.com/FootballSuperGreen/>
- Fitz Gerald, G. (1971). *The Satiric Stories: The Impropriety Principle*. Illionis: Scott: Foresman and Company.
- Frasco, S. (2013). *15 Benefits Of Having A Fan Page Over A Personal Page on Facebook*. Retrieved from <https://www.convertwithcontent.com/15-benefits-fan-page-personal-page-facebook/>
- Golden, M. (2011). *Social Media Strategies for Professionals and Their Firms*. New Jersey: NJ: John Wiley & Sons.
- it24hrs. (2016). *สรุปสถิติผู้ใช้ Social Media ในไทยจากงาน Thailand Zocial Awards 2016*. Retrieved from <https://www.it24hrs.com/2016/stat-social-media-thai-populations/>
- Mayfield, A. (2008). *What is Social Media? An e-book by Antony Mayfield from iCrossing*. Retrieved from http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf
- Melville, J. (2012). *Introducing Facebook*. Retrieved from <http://seniorsonlinetoday.com/wp-content/uploads/2012/04/Introduction-to-Facebook-PPTSlides1.pdf>
- Ross, A. (1998). *The language of humour*. London: Routledge.
- Ryan, D., & Jones, C. (2011). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (2nd ed ed.). Croydon: UK: Kogan Page.
- Safko, L. (2010). *The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success*. Hoboken: NJ: John Wiley & Sons.

- เมธา เกரியงปริญญากิจ. (2553). *Marketing on Facebook*. นนทบุรี: บริษัท ธิงค์ ปียอนด์ บุ๊คส์ จำกัด.
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2552). *ผลการประเมินแผนการสื่อสารในการป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ 2009 ภาคประชาชน*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์กองสุขศึกษา.
- จันจิรา ทาวิชา. (2547). *วิเคราะห์เปรียบเทียบการใช้ภาษาในคอลัมน์ข่าวกีฬาของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยปีพุทธศักราช 2545*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ญาติา ชาญบัญชา. (2551). *กลวิธีการใช้ภาษาในงานเขียนอารมณ์ขันของ เกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณอยุธยา*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตรการศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฐานิตย์ เอี่ยมอุดมมะ. (2551). *กลวิธีและการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขันในละครคั่นรายการวาไรตี้เกมโชว์ “ชิงร้อยชิงล้าน”*. สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ณัฐภาพ โกมลตรี. (2557). *ข่าวสั้นในโปรแกรมประยุกต์สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ “กระปุกดอตคอม”*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อพัฒนาอาชีพ ภาควิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2549). *คอลัมน์ซุบซิบคัทลียาจีซ่า: เนื้อหาและกลวิธีทางภาษา*. กรุงเทพฯ: โครงการวิจัยของศูนย์วิจัยภาษาและวรรณคดีไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดิเรกชัย มัทธนะสิน. (2529). *ถ้อยคำสำนวน: แนวคิดเชิงภาษาศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สุกัญญา.
- ทัศนีย์ กระจ่างอินทร์. (2521). *อารมณ์ขันในวรรณกรรม ร้อยแก้วของไทยระหว่าง พ.ศ. 2453-2516*. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต สาขาภาษาไทย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธนวัต บัญลือ. (2546). *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ธำรงค์ศักดิ์ นิมอนุสรณ์สกุล. (2554). *การเขียนสตอรี่บอร์ด (Storyboarding)*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์.
- ธิดา โมสิกรัตน์. (2526). *เอกสารการสอนชุดวิชาภาษาไทย 4 วรรณคดีในหน่วยที่ 1-7. In วรรณคดีสี่อารมณ์ขัน (พิมพ์ครั้งที่ 2 ed.)*. กรุงเทพฯ: ฝ่ายการพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2542). *การสื่อสารรณรงค์เชิงยุทธศาสตร์เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์ เน้นการเจาะกลุ่ม*. เชียงใหม่: ไร่เขียว.
- นวรรธ พันธุมธา. (2527). *ไวยากรณ์ภาษาไทย (พิมพ์ครั้งที่ 5 ed.)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์อักษรสัมพันธ์.
- บรรจบ พันธุมธา. (2520). *ลักษณะภาษาไทย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ประมะ สตะเวทิน. (2540). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ปรีชา ช่างขวัญยืน. (2525). *ศิลปะการเขียนชุดพื้นฐานของการใช้ภาษา 2*. กรุงเทพฯ: วิชาการ.
- พงศ์พันธ์ อันตะริกานนท์. (2544). *อารมณ์ขันเป็นยาชูกำลังสำหรับผู้ฟังและผู้นำเสนอ*. สุขศึกษา.
- พรทิพย์ ภัทรนาวิก. (2517). *การใช้ภาษา*. กรุงเทพฯ: บริษัทสยามปริทัศน์.
- พรทิพย์ ภัทรนาวิก. (2521). *การใช้ภาษา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เคล็ดไทย.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2546). *หลักการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์*. In *กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วัลย์พร วิหคมาตย์. (2549). *การวิเคราะห์ลักษณะภาษาของข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ภาษาไทยที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่*. ปริญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วสนันท์ อธิธิมิชัย. (2557). *ภาษาและการสื่อความหมายในมิวสิกวิดีโอเพลงของ ธนพร แวกประยูร*. ปริญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อพัฒนาอาชีพ ภาควิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วีรฉัตร วรรณดี. (2540). *ภาษากับการสื่อสาร*. In *ความรู้เกี่ยวกับสำนวน* (pp. 48). นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศศิธร ทศนัยนา. (2535). *การศึกษาลักษณะภาษาของข่าวบันเทิงในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ปี พ.ศ. 2531*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพร ภัคดีผาสุก. (2549). *วารสารภาษาและวรรณคดีไทย*. In *อารมณ์ขันในการ์ตูนการเมืองไทย* (pp. 86-143).
- สวณิต ยมาภัย. (2533). *เอกสารการสอนชุดวิชา การใช้ภาษาไทย หน่วยที่ 1-8*. In *การสื่อสารด้วยภาษา* (pp. 50-51). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สิทธา พินิจภูวดล. (2526). *ภาษาไทยวรรณคดี*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุมาลี เล็กประยูร. (2551). *กระบวนการสื่อสารทางการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- อภิสรรา เกิดชูชื่น. (2545). *รูปแบบการสื่อสารของเครือข่ายวิทยุสมัครเล่นในภาวะวิกฤต*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรวรรณ ปิลาณนีโอวาท. (2549). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นันทิพัฒน์ จังคนานันท์
วัน เดือน ปี เกิด	10 มีนาคม 2535
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	ระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการออกแบบ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	81/58 เดอะเอสเตทท่าพระคอนโด ซอยจรัญสนิทวงศ์ 6 ตำบลวัดท่าพระ อำเภอบางกอกใหญ่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10600

