

ปัจจัยและการเปลี่ยนแปลงลักษณะการใช้ภาษาไทยในสื่อสังคมออนไลน์แห่งยุควิถีใหม่ Factors and Changes of the Thai Language Usage in Social Media in the New Normal

วันารัตน์ เดชวิลัย^{*1} โสพิตา สุขช่วย² สรินดา โอศิริ³
Wancharat Dechwilai^{*1} Sophita Sukchuay² Sirinda Osiri³

wancharat.d@phuket.psu.ac.th*

ส่งบทความ 6 พฤศจิกายน 2566 แก้ไข 2 มกราคม 2567 ตอบรับ 4 มกราคม 2567
Received: November,6 2023 Revised: January,2 2024 Accepted: January,4 2024

บทคัดย่อ

ภาษาสัมพันธ์กับสังคม และมนุษย์เรียนรู้การใช้ภาษาตามบริบทของสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยและการเปลี่ยนแปลงลักษณะการใช้ภาษาไทยในสื่อสังคมออนไลน์แห่งยุควิถีใหม่ ซึ่งศึกษาและเก็บข้อมูลของคำในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ตั้งแต่ เดือนมกราคม 2563-ธันวาคม 2565 โดยนำแนวคิดการเปลี่ยนแปลงของภาษาตามตัวแปรเชิงภาษาศาสตร์สังคมมาเป็นกรอบการวิเคราะห์ ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของภาษามี 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยภายใน (ผู้ใช้ภาษา) ได้แก่ การออกเสียงตามสะดวก การใช้ภาษาตามความรู้สึกของผู้พูด และการใช้ภาษาตามฐานะและสถานภาพของผู้ใช้ภาษา 2) ปัจจัยภายนอก (สังคม) ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ ความเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและวัฒนธรรม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ภาษาไทยในสื่อสังคมออนไลน์ของคนยุควิถีใหม่ 3 ด้าน คือ 1) ด้านเสียง ได้แก่ การกลมกลืนเสียง การเพิ่มเสียง การสูญเสียเสียง การเปลี่ยนเสียง และการเปลี่ยนรูปวรรณยุกต์ 2) ด้านคำ ได้แก่ คำประสม คำซ้ำ คำซ้อน การรวมคำ การตัดคำ และการยืมทับศัพท์ 3) ด้านความหมาย ได้แก่ ความหมายกว้างขึ้น และความหมายแคบลง อันสอดคล้องกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และสะท้อนให้เห็นถึงพลวัตของวิวัฒนาการทางภาษาที่มีการเลื่อนไหลไปตามสภาวะของสังคม ระหว่างการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 ความท้าทายในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในสังคมแห่งยุควิถีใหม่ คือ ผู้ใช้ภาษาต้องมีศักยภาพในการสื่อสาร คือ การใช้ภาษาอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งด้านเนื้อหาและวิธีการใช้ภาษา ทั้งด้านเนื้อหาและวิธีการใช้ภาษา

คำสำคัญ: การใช้ภาษาไทย; สื่อสังคมออนไลน์; ยุควิถีใหม่: การเปลี่ยนแปลงของภาษา

*ผู้ประสานงาน (corresponding author)

¹⁻³ อาจารย์ประจำสาขาเอเชียศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต

¹⁻³ Lecturer of Asian Studies, Faculty of International Studies, Prince of Songkla University, Phuket Campus

Abstract

Languages are related to social society norms of communication in which humans learn how to use a language within different sociocultural contexts through communication. This article then proposes to analyze the factors and changes of Thai language usage in social media in the New Normal, by collecting the data and sample words used during January 2020 - December 2022 observations. This article will demonstrate the ‘concept of language change’ within a sociolinguistic analytical framework. It was found that there were two factors affecting the change of language usages: 1) internal factors (with language users)-namely convenient pronunciation, language usage according to the speaker’s feelings, and language usage according to the speaker’s social status. 2) an external factor (within a society)-namely the progress of academic advances, socio-cultural changes, and technological advances in globalization. These factors affected the change of language usage in social media in the ‘new normal’ in three aspects: 1) phonological change - namely assimilation, sound insertion, ‘sound loss’, phonemic changes and with tonal form changes. 2) lexical change - namely usage of compound words, ‘re-duplication’, synonymous compound words, word combinations, word deletions, and transcription within transliteration. 3) semantic change - namely having a broader meaning or narrower meaning in contexts. This article was complied with up-dated technological advancements and reflects the dynamics of ‘language evolution’ according to the social situations that occurred during the COVID-19 pandemic. The challenge of language usage for communication in the New Normal is that the language users must have communicative competence or effective language usage, both in contents and methods.

Keyword: Thai Language Usage; Social Media; New normal: Language Change

.....

บทนำ

สังคมแห่งยุควิถีใหม่ ซึ่งราชบัณฑิตยสภา (2563) ได้อธิบายว่า “New normal” หรือทับศัพท์ “นิวนอร์มัล” แปลว่า ความปกติใหม่ ฐานวิถีชีวิตใหม่ เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้และการดำเนินชีวิตที่แตกต่างไปจากเดิม หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นความปกติในรูปแบบใหม่ที่มุ่งเน้นให้ชีวิตมีคุณภาพ รู้จักป้องกันตนเองและผู้อื่น อันเกิดจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด-19 (COVID-19) ที่สามารถแพร่ระบาดจากคนสู่คนด้วยการสัมผัสหรือการอยู่ใกล้ชิดกัน ด้วยเหตุนี้รัฐบาลจึงมีการกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อการป้องกันและควบคุมสถานการณ์ ได้แก่ การกำหนดพื้นที่เสี่ยง การปิดตำบลในพื้นที่สีแดง การกักตัว (quarantine) และการเว้นระยะห่างทางสังคม (social distancing) ซึ่งผลจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้สังคมมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการดำเนินชีวิตมากขึ้น ดังที่กรมสุขภาพจิต (2563) กล่าวว่า “การใช้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทกับการใช้ชีวิตมากขึ้น ที่จากเดิมมีมากอยู่แล้ว แต่ในสังคมยุค New Normal สิ่งเหล่านี้จะเข้าไปอยู่ในแทบทุกจังหวะชีวิต ไม่ว่าจะเป็นการเรียนออนไลน์ การทำงานที่บ้าน การประชุมออนไลน์ การซื้อสินค้าออนไลน์ การทำธุรกรรม และการเอ็นเตอร์เทนชีวิตรูปแบบต่าง ๆ อย่างดูหนัง ฟังเพลง ... และ การใช้เทคโนโลยีเข้ามา ก็มีมีส่วนช่วยในการสื่อสารและการใช้ชีวิต” ด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือสื่อสารเพื่อเว้นระยะห่างทางสังคม

ช่องทางการสื่อสารออนไลน์หรือ “แพลตฟอร์ม” (Platform) เป็นพื้นที่ที่ให้คนในสังคมโดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาติดต่อสื่อสารกัน ซึ่งแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในประเทศไทย เช่น ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ดิกต็อก (TikTok) ทวิตเตอร์ หรือ เอ็กซ์ (X) โดยแต่ละแพลตฟอร์มมีวัตถุประสงค์การสื่อสารแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ในช่วงสังคมแห่งยุควิถีใหม่ (New Normal) การติดต่อสื่อสารและการนำเสนอข่าวสารผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ มีความเคลื่อนไหวและการเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งพบว่า การใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ มีความเกี่ยวข้องกับสภาวะสังคมแห่งยุควิถีใหม่ ได้แก่ คำศัพท์ที่บัญญัติขึ้นมาใหม่ เช่น การกักตัว กลุ่มเสี่ยง การทับศัพท์ เช่น ไทม์ไลน์ แมสก์ การ์ด นิวนอร์มอล การสร้างคำสแลง เช่น เทียวทิพย์ การ์ดตก และภาษาแซท เช่น WFH, ATK เป็นต้น

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยและการเปลี่ยนแปลงลักษณะการใช้ภาษาไทยในสื่อสังคมออนไลน์แห่งยุควิถีใหม่ โดยศึกษาและเก็บข้อมูลในช่วงเวลาการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตั้งแต่เดือนมกราคม 2563- ธันวาคม 2565 และนำแนวคิดภาษาศาสตร์สังคมเกี่ยวกับการแปรและการเปลี่ยนแปลงของภาษาตามตัวแปรสังคมเป็นกรอบการวิเคราะห์ เพื่อสะท้อนให้เห็นว่า ภาษาสัมพันธ์กับสังคมและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา ตามที่ซาเพียร์ (Sapir; อ้างถึงใน อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2548) ได้กล่าวไว้ว่า “ภาษาทุกภาษาในโลกจะเปลี่ยนแปลงเสมอเมื่อกาลเวลาผ่านไป การเปลี่ยนแปลงนี้ เรียกว่า drift หรือ การเลื่อนไหลของภาษา ภาษาใดภาษาหนึ่งในปัจจุบันย่อมต่างจากเมื่อ 100 ปีก่อน” โดยหวังว่าผู้ใช้ภาษาได้ตระหนักถึงธรรมชาติภาษาและมีทัศนคติในการเรียนรู้การใช้ภาษาตามหน้าที่ของภาษาในบริบทของสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมากขึ้น

1. สื่อสังคมออนไลน์และกระบวนการทัศน์ของคนไทยในยุควิถีใหม่

เทคโนโลยีการสื่อสารด้านดิจิทัลมีบทบาทต่อคนในสังคมแห่งยุควิถีใหม่ ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงการติดต่อสื่อสารโดยตรงในระยะที่ใกล้ชิดกัน สอดรับกับผลสำรวจพฤติกรรมคนใช้อินเทอร์เน็ตปี 65 คนกรุงเทพมหานคร 10 ชั่วโมง (2565) สรุปได้ว่า คน Gen Y (ช่วงอายุ 22-41 ปี) ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 8 ชั่วโมง 55 นาทีต่อวัน คน Gen Z (อายุน้อยกว่า 22 ปี) ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ในลำดับ 2 คือ 8 ชั่วโมง 24 นาทีต่อวัน ตามด้วยคน Gen X (ช่วงอายุ 42-57 ปี) ใช้อินเทอร์เน็ต 5 ชั่วโมง 52 นาทีต่อวัน และคนยุค Baby Boomers ขึ้นไป (ช่วงอายุ 58 ปีขึ้นไป) ใช้อินเทอร์เน็ต 3 ชั่วโมง 21 นาทีต่อวันตามลำดับ และกิจกรรมที่นิยม 10 กิจกรรม ได้แก่ ปรัชญาและรับบริการทางการแพทย์

(จองคิวหรือปรึกษาแพทย์) มากที่สุดร้อยละ 86.16 รองลงมาคือ เพื่อติดต่อสื่อสาร ร้อยละ 65.70 ดูรายการโทรทัศน์ คลิป ดูหนัง ฟังเพลง ร้อยละ 41.51 ดูถ่ายทอดสดเพื่อซื้อสินค้าและบริการ (Live Commerce) ร้อยละ 34.10 ทำธุรกรรมทางการเงินร้อยละ 31.29 อ่านโพสต์ ข่าว บทความ หนังสือออนไลน์ร้อยละ 29.51 รับ-ส่งอีเมลร้อยละ 26.62 ขอบปั้งออนไลน์ร้อยละ 24.55 ทำงาน ประชุมออนไลน์ ร้อยละ 20.67 และเล่นเกมออนไลน์ ร้อยละ 18.75 ตามลำดับ ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า การใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อคนในสังคมในสังคมแห่งยุควิถีใหม่เป็นอันมาก โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Y และ Gen Z ที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 8 ชั่วโมงต่อวัน

พฤติกรรมของกลุ่ม Gen Y และ Gen Z ที่อยู่ในช่วงอายุน้อยกว่า 22-41 ปี มีกระบวนการทัศนและบรรทัดฐาน การดำเนินชีวิตที่ต่างจากคนในกลุ่มสังคมอื่น วรวิไล สนเจริญ ผู้อำนวยการแผนกวางแผนกลยุทธ์ มีเดียคอม (ประเทศไทย) ได้กล่าวถึงผลการวิจัยเชิงสำรวจเกี่ยวกับคุณลักษณะของคนไทยในยุค “New Normal” ไว้ โดยทำการสำรวจประชากรไทย ที่นิยมใช้ Social Media ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ได้แก่ กลุ่มอายุ 20-29 ปี และกลุ่มอายุ 30-39 ปี พบว่า สังคมไทย-คนไทย มี 13 ลักษณะ คือ 1) นิยามความสำเร็จ “คนรุ่นใหม่” ไม่ใช่ค่อยเป็นค่อยไป แต่ต้องสำเร็จเร็ว 2) การทำงานยุคนี้ ไม่ใช่ “อาชีพ” แต่คือ “จ๊อบส์” ที่มีมากกว่า 1 งาน 3) Role Model คนรุ่นใหม่ยุคนี้ คือคนธรรมดาที่ประสบความสำเร็จ ไม่ใช่เจ้าสัวมหาเศรษฐี 4) Iconic ความสำเร็จ ไม่ใช่บ้าน-รถ-ครอบครัวอบอุ่น แต่คือ อิสรภาพ-การมีเวลาคุณภาพ-มีโอกาสดูแสวงหาประสบการณ์ชีวิต 5) คนเฉลิมฉลองความสำเร็จบน Social Media และเลือกโพสต์คอนเทนต์-แพลตฟอร์ม 6) แปรนตินิยมใช้ Influencer เพื่อดึงความสนใจ แต่ผู้บริโภคไม่เชื่อใน Influencer 7) ผู้บริโภคต้องการ Verify ข้อมูลจากผู้ใช้จริง 8) ผู้บริโภคยินดีจะเขียนรีวิว เพื่อแบ่งปันข้อมูลร่วมกัน 9) “Live ขายของ” เป็น Impulse Purchase กระตุ้นให้คนแข่งกันซื้อ! 10) “ความเชื่อถือ” เป็นสิ่งสำคัญใน Social Commerce และ e-Commerce 11) แนวโน้มโฆษณาแบบเดิม ๆ น่าเบื่อ จะได้รับความสนใจน้อยลง และผู้บริโภคพร้อมกด Skip ทันที 12) “Branded Content” ถ้ามีประโยชน์ต่อผู้บริโภค จะยอมดู โดยไม่สนว่า คอนเทนต์นั้นมาจากแบรนด์ตัวเอง 13) “Never Turn Back” พฤติกรรม เปลี่ยนไปหาสิ่งใหม่ และไม่หันกลับมาใช้สิ่งเก่า ผลการสำรวจดังกล่าวพบว่า อัตลักษณ์ของคนในสังคมแห่งยุควิถีใหม่ (New normal) คือ คุณลักษณะบุคคลที่มีความสามารถในการปรับตัวท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงสู่ความปกติใหม่ (New Normal) โดยมีศักยภาพในการใช้เครื่องมือการสื่อสารด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่ส่งผลให้ เทคโนโลยีสารสนเทศดิจิทัลกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตและเป็นเครื่องมือการสื่อสารและการแข่งขันในการประกอบอาชีพ (NEW NORMAL : ผ่า 8 พฤติกรรมใหม่ จับใจผู้บริโภคยุคเสฟติดโซเชียล, 2561)

สรุปได้ว่าคนในสังคมแห่งยุควิถีใหม่มีความคิดทันสมัย สร้างสรรค์ มีทักษะการสื่อสารที่รวดเร็ว ชอบดัดแปลง และประยุกต์ภาษาให้เหมาะสมกับตนเองและกลุ่ม ปัจจัยดังกล่าวทำให้ภาษามีการเปลี่ยนแปลง มีความหลากหลายและแตกต่างไปตามกลุ่มสังคม จึงอาจกล่าวได้ว่า อัตลักษณ์ของคนในยุควิถีใหม่มีทักษะการสื่อสารที่รวดเร็ว และชอบดัดแปลง ประยุกต์ภาษาให้เหมาะสมกับตนเองและกลุ่ม อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลักษณะภาษาไทยมีความหลากหลายและมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกลุ่มของสังคม

2. ภาษาและปัจจัยที่ทำให้ภาษาไทยมีการเปลี่ยนแปลง

ภาษาไทยมาตรฐานเป็นภาษาที่คนในสังคมนำไปใช้หลายบทบาทหน้าที่ จึงเป็นเรื่องปกติที่ภาษาไทยมาตรฐาน อาจมีรูปภาษาที่เบี่ยงเบนไปจากรูปมาตรฐานเดิม สอดรับกับแนวคิดของ Aitchison (วชิรา บุญเกื้อ, 2553) อธิบายว่า “การเปลี่ยนแปลงของภาษา หมายถึง การที่ภาษาต่างยุคต่างสมัยกันมีรูปภาษาที่แตกต่างกัน โดยมีการพัฒนามาจากการแปรของภาษา จะเกิดขึ้นเมื่อคนกลุ่มหนึ่ง อาจตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม ถือเอารูปแบบภาษาของอีกกลุ่มหนึ่งเป็นตัวอย่าง และนำมาใช้จนเป็นที่แพร่หลาย รวมทั้งเผยแพร่ต่อไปยังคนกลุ่มอื่น ๆ” ปราณี กุลละวณิช และคณะ (2540) ได้อธิบายว่า การเปลี่ยนแปลงของภาษา หมายถึง “การวิวัฒนาการของภาษาจากสมัยหนึ่งมาสู่อีกสมัยหนึ่ง โดยภาษาสามารถ

เปลี่ยนแปลงได้ในรูปของคำ ด้านเสียง และด้านไวยากรณ์” ดังนั้น สภาวะการใช้ภาษาในสังคมไทยย่อมมีการเปลี่ยนแปลงตามพัฒนาการสังคม ซึ่งสาเหตุการเปลี่ยนแปลงภาษามี 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ดังนี้

1.) ปัจจัยภายในที่มาจากตัวผู้พูด

1.1) การออกเสียงตามความสะดวก หมายถึง การเคลื่อนไหวอวัยวะในการออกเสียงโดยไม่ได้ระมัดระวังหรือไม่สามารถควบคุมการพูดให้ถูกต้องได้ อันเนื่องจากมนุษย์จะปรับระบบการออกเสียงให้ง่ายแก่การออกเสียงด้วยการลดเพิ่ม และเปลี่ยนแปลงเสียงไปตามธรรมชาติในการสื่อสาร การออกเสียงตามความสะดวกทำให้รูปภาษาและความหมายเปลี่ยนแปลงไปได้ เช่น คลินิก เป็น คลินิก ไม่กวาด เป็น ไม่ฟาด กลาง เป็น กาง นก เป็น น็อค (ภาษาถิ่นใต้) หรือ ส้ม เป็น ซ่อม เป็นต้น

1.2) การใช้ภาษาตามความรู้สึกของผู้พูด หมายถึง ใช้ภาษาสื่ออารมณ์ของผู้พูด ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ เพื่อต้องการสื่อความหมายทางอารมณ์ให้ชัดเจน ซึ่งอาจทำให้คำหรือความหมายมีการเปลี่ยนแปลง เช่น เขาแต่งชุดนี้สวยมาก เป็นการสื่อสารที่ฟังแล้วปกติ แต่ถ้าหากกล่าวว่า “เขาแต่งชุดนี้ปังมาก” คำว่า ปัง หมายถึง อลังการ ดีเด่น ก็จะสร้างอารมณ์เชิงบวกให้ผู้รับสาร

1.3) การใช้ภาษาตามฐานะหรือสถานภาพผู้ใช้ภาษา เช่น ความแตกต่างระหว่างบุคคล เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์การใช้ภาษา เป็นต้น ปัจจัยดังกล่าวทำให้ภาษาที่มีความเปลี่ยนแปลงได้ เช่น คำบางคำ ผู้มีประสบการณ์ในการใช้ภาษาน้อย ก็อาจทำให้อ่านออกเสียงไม่ถูกต้อง เช่น คำว่า ศรินครินทร์วิโรฒ อ่านเป็น สี-นะ-คะ-ริน-ทะ-ระ-วิ-โรด (คำอ่านที่ถูกต้อง คือ สี-นะ-คะ-ริน-วิ-โรด) (จันทน์ ทองประเสริฐ, 2558) หรือโฆษณา อ่านเป็น โค-สะ-นา (คำอ่านที่ถูกต้อง โคด-สะ-นา) ทั้ง 3 ปัจจัยข้างต้นเป็นคุณสมบัติของผู้พูดที่มีอิทธิพลต่อการใช้ภาษา ซึ่งผลต่อรูปภาษา ทั้งคงที่ สุนทรีย หรือเลิกใช้ได้ หากคำใดคำหนึ่งในสังคมมีบทบาทการสื่อสารลดลงหรือใช้ภาษาอย่างไม่ระมัดระวังในบริบทการสื่อสาร

2.) ปัจจัยภายนอกที่มาจากสังคม

2.1) ความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ มีการสร้างคำศัพท์ใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับพัฒนาการของสังคม เช่น คำว่า พลเมืองดิจิทัล (Digital Citizenship) หมายถึง พลเมืองผู้ใช้งานสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าใจบรรทัดฐานของการปฏิบัติตัวให้เหมาะสมและมีความรับผิดชอบในการใช้เทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารในยุคดิจิทัล เป็นการสื่อสารที่ไร้พรมแดน (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2564)

2.2) ความเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ การแพร่กระจายทางวัฒนธรรม การผสมผสานทางวัฒนธรรม หรือการรับวัฒนธรรมใหม่เข้ามาอาจทำให้โครงสร้างทางสังคมเปลี่ยนไป อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2544) ได้อธิบายการเปลี่ยนแปลงภาษาอันมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมไว้ว่า การอพยพย้ายถิ่นฐาน การค้าขาย หรือ การได้รับอิทธิพลจากตะวันตก ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการแทรกแซงจากเจ้าของภาษาอื่นได้ด้วย หรือมีการคิดคำขึ้นมาใหม่เพื่อรองรับความเจริญก้าวหน้าของสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งการปรับเปลี่ยนนี้ เรียกว่า ‘การปรับเปลี่ยนเป็นสมัยใหม่ของภาษา ตรงกับภาษาอังกฤษว่า language modernization’ หมายถึง การที่ภาษาใดภาษาหนึ่งพัฒนาจนถึงขั้นที่มีแนวการใช้ภาษาที่สอดคล้องหรือคล้ายคลึงกับการพูดในภาษาของโลกอุตสาหกรรม ดังปรากฏในภาษาสังคมแห่งยุควิถีใหม่ ได้แก่ คำยืม ATK, WFH การทับศัพท์ ไทมีไลน์ แมส นิวนอร์มอล

2.3) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในยุคโลกาภิวัตน์ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของภาษา เนื่องจากเทคโนโลยีเป็นสื่อกลางที่ผู้คนได้มีส่วนร่วมในการแสดงออกและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์หรือผ่านแพลตฟอร์ม (Platform) ที่เกี่ยวข้องกับโซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่าง ๆ อาทิ ทวิตเตอร์ หรือ เอ็กซ์ (X) ดิกต็อก (TikTok) เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) เป็นต้น

ปัจจัยดังกล่าว ส่งผลให้รูปแบบหรือลักษณะของภาษาที่ใช้ต่างกันตามตัวแปรทางสังคม เช่น ภาษาโฆษณา ภาษาหนังสือพิมพ์ ภาษาวัยรุ่น อันส่งผลให้ภาษาเกิดการเปลี่ยนแปลงได้ ดังที่ ชาริมา นอรอเอ และคณะ (2561) อธิบายไว้สรุปได้ว่า วัยรุ่นในปัจจุบันนี้นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้ เป็นเพราะสื่อเหล่านี้มีความรวดเร็วในการติดต่อ อย่างไรก็ตามการสื่อสารแบบพิมพ์บนสมาร์ตโฟนที่มีขนาดเล็กอาจทำให้เกิดความลำบากในการพิมพ์ตัวอักษร หรือการสื่อสารแบบรวดเร็ว ส่งผลให้กลุ่มคนที่ใช้สื่อเหล่านี้ ตัดคำให้สั้นลงเพื่อความสะดวกรวดเร็ว สื่อสังคมออนไลน์เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความหลากหลายของภาษาที่ผิดไปจากมาตรฐาน เช่น คำว่า “ว่ว?” ซึ่งเป็นประโยคทักทายที่มักพบเจอในการสื่อสารผ่านทางออนไลน์ แต่เดิมคำว่า “ว่ว?” นั้นสามารถเป็นคำที่ทำได้หลายหน้าที่ อาทิ สามารถเป็นตัวนำ ส่วนเติมเต็ม (Complementizer) ในอนุประโยคหลัก หรือสามารถทำหน้าที่เป็นคำกริยาที่แปลว่า “พูด” อย่างไรก็ตามในปัจจุบันนิยมใช้คำว่า “ว่ว?” เป็นคำทักทายที่ใช้กับคนที่สนิทกัน ซึ่งมาจากประโยคที่ว่า “ว่วยังงี้”

ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงภาษา ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี สะท้อนให้เห็นว่า อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่ทำให้ภาษาในสังคมมีการขยายตัวตาม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวทำให้ภาษาเกิดการปรับเปลี่ยนกลายเป็นภาษาสมัยใหม่เพื่อสอดคล้องกับสภาวะสังคม

3. ลักษณะการใช้ภาษาไทยในสื่อสังคมออนไลน์ของคนในยุควิถีใหม่

ลักษณะการใช้ภาษาไทยในสื่อสังคมออนไลน์ของคนในยุควิถีใหม่ หมายถึง รูปแบบและพฤติกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงการใช้ภาษาไทยภายใต้พื้นฐานการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมในยุควิถีใหม่ ทำให้คนรุ่นใหม่มีพฤติกรรมการใช้ภาษาในการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป ดังที่ ยืน ภู่วรรณ (2561) อธิบายคือ ประการที่หนึ่ง ชอบทำงานหลายอย่างในเวลาเดียวกัน มีความคิดแบบขนาน (Parallelism) ทั้งนี้ เพราะใช้คอมพิวเตอร์ (Computer) แบบหลายหน้าจอพร้อมกัน ประการที่สอง คือ การอ่านแบบใช้การมอง (Visualize) ไม่ชอบอ่านหนังสือที่เป็นเล่ม (Complete Story) แต่อ่านเป็นส่วน (Fragment) เช่น การอ่านการ์ตูนที่มีรูปภาพ จินตนาการเรื่องราวดี มีการสร้างตัวตนในโลกไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) เช่น การเล่นเกมส์ สามารถเล่นบทบาทในอวตารได้ (Avatar) ประการที่สาม คือ มีการเชื่อมต่อ (Connectives) สื่อสารไปหาผู้อื่นได้ดี ทำให้มีเพื่อนในสังคมแบบเครือข่าย (Social Network) และสามารถสื่อสารถึงกัน การสื่อสารด้วยตัวอักษรจะส่งอารมณ์ความรู้สึกด้วยภาษาที่สื่ออารมณ์ เช่น อีอิ 555 เป็นต้น หรือใช้สัญลักษณ์รูปอารมณ์ (Emoticon) เป็นรูปต่าง ๆ มีสติ๊กเกอร์ แทนความหมาย ประการที่สี่ คือ อยู่กับข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก สื่อสารเร็ว รับรู้เร็ว จึงทำให้มีความอดทนต่ำ สมาธิสั้น ทนต่อการรอคอยไม่ได้ เนื่องจากไม่สามารถจดจ่อตรงจุดใดจุดหนึ่ง เพราะมีตัวเบี่ยงเบนความสนใจได้ง่าย ด้วยเหตุที่บริบทของสื่อดิจิทัลที่เอื้อต่อสถานการณ์ จึงทำให้คนรุ่นใหม่มีอัตลักษณ์การใช้ภาษาที่ทันสมัย แปลกใหม่ และโดดเด่น เพื่อสร้างตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นที่ยอมรับของสังคม อาทิ คำว่า สับ ๆ แต่เดิมนั้นคำว่า สับ นั้นเป็นคำกริยา มีความหมายว่า เอาของมีคม เช่น มีดหรือขวานฟันลงไปโดยแรงหรือขยี้ ๆ แต่ในปัจจุบันนั้น มีการซ้ำคำและนำไปใช้ในความหมาย และหน้าที่ของคำที่เปลี่ยนไป คำว่าสับ ๆ ในปัจจุบันเป็นคำสแลง หมายถึง เลิศเลอ ดีมาก โดยนำไปใช้เป็นคำวิเศษณ์ขยายคำกริยาหรือคุณศัพท์ ตัวอย่างเช่น “วันนี้แมนดาสวยสับ ๆ มาก” ในประโยคตัวอย่าง ‘สับ ๆ’ ทำหน้าที่เป็นคำวิเศษณ์ขยายคำคุณศัพท์ ‘สวย’ ในประโยคนี้นี้นำ ‘สับ ๆ’ ไปขยายคำว่า ‘สวย’ หมายถึง สวยเลิศเลอ สวยมาก

การใช้ภาษาและรูปแบบการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์ของคนยุควิถีใหม่ที่มีความหลากหลายและมีลักษณะเปลี่ยนแปลงไปนี้ กล่าวได้ว่าเป็นการแปรภาษาตามปัจจัยทางสังคม ดังที่ อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2544) กล่าวว่า “ลักษณะการเปลี่ยนแปลงที่กำลังดำเนินอยู่อาจเรียกว่า การแปรภาษาไทยก็ถูกต้อง เช่น การออกเสียงควบกล้ำ รล,ว,ไม่ชัดเจน หรือไม่เต็มที การออกเสียง ร เป็น ล การใช้เสียงวรรณยุกต์ของคนรุ่นใหม่ต่างไปจากคนรุ่นเก่า การใช้

คำสั่งแลง การใช้คำต่างประเทศเข้ามาปนในภาษาไทย และการใช้ประโยคที่ต่างไปจากแบบแผนที่คนรุ่นเก่าเคยใช้มา” ลักษณะการเปลี่ยนแปลงของการใช้ภาษาไทยในสื่อสังคมออนไลน์แห่งยุควิฤติใหม่ จึงเป็นการแปรและเปลี่ยนแปลงรูปภาษาที่เป็นไปตามธรรมชาติของสังคมยุคใหม่ที่ต้องการสื่อสารอย่างรวดเร็ว ชอบคิดคำแปลกใหม่เพื่อสร้างอัตลักษณ์กลุ่ม ชอบอิสระและมีความอดทนน้อย จึงทำให้ภาษามีการแปรและเปลี่ยนแปลงรูปคำ เสียง และไวยากรณ์ สอดรับกับแนวคิด การเปลี่ยนแปลงของภาษาของ ปราณี กุลละวณิช และคนอื่นๆ (2540) ซึ่งอธิบายว่า “การเปลี่ยนแปลงของภาษา หมายถึง การวิวัฒนาการของภาษาจากสมัยหนึ่งมาสู่อีกสมัยหนึ่ง โดยภาษาสามารถเปลี่ยนแปลงได้ในรูปของคำ ด้านเสียง และด้านไวยากรณ์” ในการนี้ จึงนำแนวคิดดังกล่าวมาอธิบายการเปลี่ยนแปลงภาษาไทยในสื่อสังคมออนไลน์ของคนยุควิฤติใหม่ (New normal) ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงด้านเสียง หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดกับเสียงในคำของภาษา ซึ่งมีกระบวนการเปลี่ยนแปลงเสียง (Sound Change) ได้แก่ การกลมกลืนเสียง เพิ่มเสียง การสูญเสียเสียง ดังนี้

1.1 การกลมกลืนเสียง (assimilation) หมายถึง คุณสมบัติของเสียงที่อยู่ในตำแหน่งการออกเสียง ใกล้กันจะได้เชื่อมเสียงเข้าหากัน เช่น แมมึง เป็น แม่ง น่ารัก เป็น นั๊ว พ่อมึง เป็น พ่อง เป็นต้น

ตัวอย่างเช่น คำว่า แม่ง เป็นคำอุทานที่ใช้แสดงออกเมื่อไม่พอใจหรืออารมณ์เสีย เช่น “ช่วงแม่ง” คำพูดที่ช่วยทำให้เราก้าวข้ามอุปสรรค และเดินทางไปสู่ความก้าวหน้าได้ (ม.ป.ป.)

1.2 การเพิ่มเสียง (Sound insertion) คือ การเติมเสียงพยัญชนะหน้าหรือพยัญชนะกลางหนึ่งพยัญชนะ เช่น กะทันหัน เป็น กระทันหัน กะเทย เป็น กระเทย ค่ะ เป็น คร่า คุณพี่ เป็น คุณพรี เป็นต้น

ตัวอย่างเช่น “...ดูคูลิปมึงผิดเต็ม ๆ เลี้ยวกระทันหันไม่เปิดไฟเลี้ยว” (2565)

1.3 การสูญเสียเสียง (Sound loss) คือ การเน้นเสียงของพยัญชนะไม่ถูกต้อง หรือคำสองพยัญชนะมีพยัญชนะหนึ่งฟังเสียงเบากว่าอีกพยัญชนะหนึ่ง ซึ่งถ้าเราไม่ลงเสียงเน้นให้ถูกต้องอาจจะทำให้การรับสารมีความผิดพลาดได้ ดังที่ นิตยา กาญจนะวรรณ และคณะ (2535) กล่าวว่า การลงเสียงเน้นถึงแม้ว่าจะไม่ได้กำหนดอยู่ในลักษณะภาษาไทยหรือภาษาคำโดดอื่น ๆ แต่ก็มีมีความสำคัญ เพราะถ้าเราไม่ลงเสียงหนักให้ถูกที่ อาจจะฟังไม่เป็นภาษาไทยก็ได้ เช่น ถ้าใครออกเสียงว่า มะ-นาว เราต้องสงสัยเอาไว้ก่อนว่า อาจจะไม่ใช่คนไทยพูดเพราะเราไม่เคยออกเสียงคำว่า “มะ-นาว” ว่า “มะ-นาว” มี แต่ “มนาว” คือไม่เน้นที่ “มะ” ในปัจจุบันการออกเสียงที่ไม่เน้นเสียงพยัญชนะให้ถูกต้องมีอยู่ในชีวิตประจำวันและสื่อสังคมออนไลน์เป็นอันมาก เช่น สตางค์ เป็น ดังค์ ตาม เป็น ตำ (การซื้อ การได้ครอบครอง) เตรียม เป็น เกียม (เตรียมตัว) เป็นต้น

ตัวอย่างเช่น “เครื่องลำอาจออกใหม่ ...เฮอรีบไปตำกันด่วน ๆ” (“ตำ” คืออะไรกันแน่??? แอดมีคำตอบมาบอก. (2563)

1.4 การเปลี่ยนเสียงสระ หมายถึง การเปลี่ยนเสียงสระ หรือทำให้เสียงวรรณยุกต์เปลี่ยนไป ซึ่งอาจทำให้มีการสื่ออารมณ์ ความหมายที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น รัก เป็น ร้ากก ว้าย เป็น ว้าย แม่ เป็น แม่ ยาย เป็น ยัย เป็นต้น

ตัวอย่างเช่น ซ่อนิยายออนไลน์ “Switch! รักเปลี่ยนหัวใจยัยตัวป่วน” ((ม.ป.ป.)

1.5 การเปลี่ยนรูปวรรณยุกต์ ในปัจจุบันในสื่อสังคมออนไลน์มีการเปลี่ยนรูปวรรณยุกต์ให้กับหน่วยคำพ่วงท้ายที่แสดงถึงความรู้สึกของเพศหญิง เพื่อแสดงถึงการประชดประชันและให้ความหมายตรงกันข้ามกับสิ่งที่พูด

ตัวอย่างเช่น คำว่า นะคะ เปลี่ยนรูปวรรณยุกต์โดยการใส่ไม้เอกที่หน่วยคำพ่วงท้ายที่แสดงถึงความสุภาพ “คะ” เปลี่ยนเป็น “นะะคะ” เมื่อนำหน่วยคำเหล่านี้พ่วงท้ายคำกริยาวิเศษณ์จะให้ความหมายในเชิงตรงกันข้ามทันที เช่น “สวยนะะคะ” เป็นคำชมแบบประชดประชัน แปลว่า ไม่สวย

สรุปได้ว่ารูปแบบและพฤติกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงการใช้ภาษาภายใต้พื้นฐานการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมในยุควิถีใหม่ มีการแปรและการเปลี่ยนแปลงรูปคำ เสียง และไวยากรณ์ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงด้านเสียง ได้แก่ การกลมกลืนเสียง การเพิ่มเสียง การสูญเสียเสียง การเปลี่ยนเสียงสระ การเปลี่ยนรูปวรรณยุกต์

2. การเปลี่ยนแปลงด้านคำ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงด้วยการเพิ่มคำ หรือการเปลี่ยนแปลงด้านตัวสะกด และความหมายคำตามบริบทของสังคมวัฒนธรรมที่ใช้ภาษาในการสื่อสาร คำจึงเป็นส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งคำที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ในยุควิถีใหม่ มีการสร้างคำศัพท์ด้วยวิธีการประสมคำ คำซ้ำ คำซ้อน การรวมคำ การตัดคำ การยืมคำ ดังนี้

2.1 คำประสม คือ การสร้างคำใหม่ด้วยการนำคำตั้งแต่ 2 คำขึ้นไปมาประกอบคำเพื่อให้มีความหมายใหม่ ซึ่งคำที่คนรุ่นใหม่ใช้สื่อสารในสังคมดิจิทัลของยุควิถีใหม่มีหลายคำ เช่น ยืนหนึ่ง (โดดเด่น อันดับหนึ่ง) ใจบาง (จิตใจอ่อนไหว) เยว่รุ้น (มาจากการประสมคำเยว่+รุ้น ด้วยการตัดคำ “ชนและวัย” หมายถึง วัยรุ่น) เมืองทิพย์ (มาจากเมือง+ทิพย์ หมายถึง เมืองที่สมมุติขึ้น) บ้าพลัง (มาจากคำว่า บ้า หมายถึง เสียสติ วิกลจริต จิตฟั่นเฟือน หลงใหล หรือมัวเมาในสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากเกินไป + พลัง หมายถึง แรง พลัง หมายถึง การทำงานที่มากกว่าคนปกติ) นำมาใช้ในความหมายเชิงลบเพื่อเปรียบเทียบการทำงานที่ทำมากเกินไป แก๊งแครอท แปลว่า พระสงฆ์ มนุษย์ป่า (มาจากคำว่า มนุษย์+ป่า หมายถึง สตรีสูงวัยที่มีพฤติกรรมที่ทำให้ผู้อื่นหรือสังคมเดือดร้อน)

ตัวอย่าง ‘มนุษย์ป่า’ กับ ‘เด็กสมัยนี้’ เพราะเราอยู่ในโลกคนละใบ (กฤษฎา ศุภวรรณกุล, 2565)

2.2 คำซ้ำ คือ การนำคำเดียวกันหรือคำเดิมมากล่าวซ้ำสองครั้งโดยใช้เครื่องหมายไ้มยมากำกับ เพื่อเน้นความหมาย เช่น ครี ๆ จุฟ ๆ สวย ๆ ฟิล ๆ เล่น ๆ เจารั้ว ๆ จุก ๆ ยั่ว ๆ เป็นต้น

ตัวอย่าง ต่ำแครอทแหลมอน ยั่ว ๆ จั่ว (2564)

2.3 คำซ้อน คือ การนำคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันหรือความหมายตรงกันซ้ำมาซ้อนกัน เพื่อให้ความหมายหนักแน่นหรืออาจให้ความหมายตรงกันข้าม เช่น “คำพูดคำจา” “พ.ร.ก.ฉุกเฉิน” เป็นต้น

ตัวอย่าง ‘ทิพานัน’ แฉนายกฯ ลงพื้นที่เรื่องปกติ ดึงฝ่ายค้านอย่าระแวง สร้างเงื่อนไขขัดแย้งขัดขา (2565) ซึ่ง ขัดแย้งขัดขา หมายถึง จงใจขัดขวางเพื่อไม่ให้ทำได้สะดวก

2.4 การรวมคำ คือ การสร้างคำโดยนำคำ 2 คำมารวมกันและมีการตัดบางส่วนของคำหรือกลมกลืนเสียงด้วยการรวบเสียงพยัญชนะ สระ หรือวรรณยุกต์ เข้าด้วยกัน เช่น มั่นหน้า (หมายถึงมีความมั่นใจจึงกล้าแสดงออกด้วยหน้าตา มาจากคำว่า มั่นใจ+หน้าตา) คำว่า “เงา” มาจาก “จะ+เอา”

ตัวอย่าง “เห้ย คอมใหม่ เจาๆๆๆๆๆๆ (จะเอาๆๆๆๆๆๆ)” (พจนานุกรมเกรียน, 2565)

“ภัยความมั่น (หน้า)” เรื่องอันตรายในที่ทำงาน” (2565)

2.5 การตัดคำ คือ การสร้างคำด้วยการทำให้คำสั้นลง โดยตัดพยางค์ใดพยางค์หนึ่งของคำออก และใช้คำย่อ หรือใส่เครื่องหมายแทนคำที่ต้องการสื่อสาร เพื่อให้สะดวกในการออกเสียงหรือการพิมพ์ เช่น ชะ? มาจาก ใช้ไหม ลูกคุณ มาจาก ลูกคุณหนู พส. มาจาก พระสงฆ์ เพื่อนสาว พี่สาว เป็นต้น

ตัวอย่าง “จีวรสีสวยมากคะ พส ! (พระสงฆ์)” (รวม 8 คำศัพท์วัยรุ่นยุคใหม่ ที่ชาวนักเขียนรู้ตัวตัวไว้ ไม่มีตกเทรนด์! (2564,)

2.6 คำยืมทับศัพท์ หมายถึง การนำคำภาษาต่างประเทศเข้ามาใช้ในภาษาไทยด้วยการดัดแปลงเสียงไวยากรณ์ หรือความหมายอย่างใดอย่างหนึ่งหรือมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้ แต่ส่วนใหญ่เป็นการเปลี่ยนแปลงทางเสียงให้เข้ากับระบบเสียงของภาษาผู้ยืม ซึ่งมี 3 ลักษณะ ได้แก่ การทับศัพท์ การแปล และการบัญญัติศัพท์ (ปราวณีย์ กุลละวณิชและคณะ, 2540)

2.6.1 การทับศัพท์ หมายถึง การยืมคำภาษาต่างประเทศมาใช้อยู่ด้วยการถ่ายเสียงและถอดตัวอักษรเพื่อเป็นการเทียบเสียงให้ตรงกับภาษาไทย ซึ่งคำที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ เช่น โควิด-19 COVID-19 บล็อก-(Block) บลูทูธ-Bluetooth ชิพ-chip คลิปบอร์ด-clipboard ดิจิทัล-digital ดาวน์โหลด-download ฟील-Feel ฟीलลิ่ง-Feeling ไวรัล-Viral

ตัวอย่างเช่น “โควิด-19” มาจากคำว่า COVID-19 ตามการประกาศชื่ออย่างเป็นทางการที่ใช้เรียกโรคทางเดินหายใจที่เกิดจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ขององค์การอนามัยโลก (กองโรคติดต่อทั่วไป, 2564)

ตัวอย่างเช่น “ซ็อดฟีล: สำนวนว่าด้วยการเบรกอารมณ์” (อิทธิพงษ์ อมรวงษ์ศิริ, 2565) ซ็อดฟีลมาจาก คำว่า “Feel” ซึ่งแปลว่า ความรู้สึก ใช้เพื่อสื่อความหมายการขัดจังหวะอารมณ์ หรือความสนุก

2.6.2 การแปลเป็นภาษาไทย เป็นการยืมความหมายแต่ใช้วิธีการสร้างคำภาษาไทยขึ้นมาใหม่เพื่อให้มีความหมายตรงกับคำเดิม เช่น “Social Distancing” (การรักษาระยะห่างทางสังคม) quarantine-การกักตัว Outbreak-การเกิดขึ้นหรือการปะทุขึ้นอย่างฉับพลันและรุนแรง (โรงพยาบาลสิรินธร, 2563)

ตัวอย่างเช่น โปรดอยู่บ้าน มีระยะห่างทางสังคม (เลี้ยงลูกเชิงบวก, 2563)

2.6.3 การบัญญัติศัพท์ใหม่ เป็นการสร้างคำหรือกำหนดคำขึ้นมาใหม่จากภาษาใดภาษาหนึ่งเพื่อให้มีความหมายเหมือนกับคำในภาษาต่างประเทศ และเพื่อใช้แทนคำในภาษาต่างประเทศคำนั้น (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2548) เช่น ความปกติใหม่ มาจาก New normal จักรวาลนิมิต มาจาก Metaverse หมายถึง “นวัตกรรมที่สร้างและผสมผสานสภาพแวดล้อมของโลกจริงที่เราอยู่เข้ากับโลกเสมือนจริง จนกลายเป็นชุมชนโลกเสมือนจริง โดยการนำเทคโนโลยี AR (Augmented Reality) และ VR (Virtual Reality) ในการเชื่อมต่อโลกเสมือนจริงนี้” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2565) อย่างไรก็ตามคำศัพท์ใหม่ที่บัญญัติเป็นภาษาไทยไม่ได้รับความนิยมมากนัก ส่วนมากผู้ใช้จะนิยมใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ

กล่าวโดยสรุปคือ การเปลี่ยนแปลงด้านคำ คือ การเปลี่ยนแปลงรูปคำศัพท์ด้วยการเพิ่มคำ การเปลี่ยนแปลงตัวสะกดโดยมีการสร้างคำศัพท์ด้วยวิธีการประสมคำ คำซ้ำ คำซ้อน การรวมคำ การตัดคำ การยืมคำ จึงพบว่า รูปคำศัพท์มี 3 ลักษณะ คือ คำเลิกใช้ คำที่เกิดขึ้นใหม่ และคำร่วมสมัย

3. การเปลี่ยนแปลงด้านความหมายของคำ หมายถึง ความหมายของคำเดิมมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม ซึ่งมีทั้งความหมายกว้างขึ้น ความหมายแคบลง ดังนี้

3.1 ความหมายกว้างขึ้น คือ การขยายความหมายคำศัพท์ให้มากขึ้นกว่าความหมายเดิม โดยพบการเปลี่ยนแปลง 2 ลักษณะ ได้แก่

3.1.1 การเปลี่ยนแปลงคำที่มีความหมายกว้างขึ้น โดยเปลี่ยนจากประเภทของคำนามไปเป็นคำกริยา เช่น แกง (คำนาม) ความหมายเดิม หมายถึง กับข้าวรสเผ็ดที่เป็นน้ำ แต่คนรุ่นใหม่นำมาใช้ หมายถึง แก่ลง ทำให้อบอวย (คำกริยา)

ตัวอย่างเช่น “เธอโดนแกงหม้อใหญ่มาก ใครเค้าให้ใส่เสื้อสีดำมา!” (รวม 8 คำศัพท์วัยรุ่นยุคใหม่ที่ชาวนักเขียนรู้ติดตัวไว้ไม่มีตกเทรนด์!, 2564,)

แกงเทโพ (คำนาม) หมายถึง แกงไทยประเภทหนึ่ง ความหมายใหม่ คือ การแกล้งตำรวจ หลอกตำรวจ ปฏิบัติการสืบหาหลอกตำรวจ (คำกริยา) ซึ่งมาจาก แกง (แกล้ง) + เท (ทั้ง) + โพ (โปลิส (Police) ตำรวจ)

ตัวอย่างเช่น เด็กเสิร์ฟ “แกงเทโพ” ตำรวจ!! (2563)

3.1.2 การเปลี่ยนแปลงคำที่มีความหมายกว้างขึ้น โดยยังคงประเภทของคำเดิมเอาไว้ เช่น เท (กริยา) เดิม หมายถึง การคว่ำหรือเอียงภาชนะเพื่อให้สิ่งที่อยู่ภายในไหลออกไป ความหมายใหม่ คือ การโดนทั้ง (ใช้ในเชิงขู่ว่า) หรือหมายถึงการผิมนัด (คำกริยา)

ตัวอย่างเช่น “การโดนเทแบบไม่บอกกล่าวมักจะเจ็บปวดเสมอ” (2565)

บุต (กริยา) เดิม หมายถึง เสีย มีรสเปรี้ยวและกลืนเหม็นเปรี้ยว มักใช้อธิบายกับอาหาร ความหมายใหม่คือ ไม่ดี ไม่เลิศ (คำกริยา) มักใช้อธิบายคู่กับการแสดงต่าง ๆ

ตัวอย่าง “บุต=พัง ไม่เร็ด ไม่เก้ แดกไม่ได้ เหม็น และเพะ #ก็บุตไปเลยสิคะเธอ” (2564)

กลืนสับนกแก้ว (นามวลี) เดิม หมายถึง กลืนของสบู่อ่อนกแก้ว ความหมายใหม่ คือ ผู้ชายแท้ (คำนาม)

ตัวอย่าง มึงงง คนนี้กลืนสับนกแก้วมากกก (ค้นหาศัพท์แสลง ศัพท์วัยรุ่น ศัพท์วงใน. (ม.ป.ป.)

3.2 ความหมายแคบลง คือ การใช้ภาษาในความหมายที่จำกัดลงไปทางที่ดีและไม่ดี รวมถึงการให้ความหมายเดียวซึ่งเดิมอาจมีหลายความหมาย (ทองสุข เกตุโรจน์, 2534) เช่น คำว่า หวาน (วิเศษณ์) คำเดิมแปลว่า มีรสอย่างรสน้ำตาลหรือหมายถึง เพราะ ไพเราะ หรือเสียงหวาน แต่ปัจจุบัน คำว่า หวาน หมายถึง การพูดโกหก พูดไม่จริง เช่น หวานเจี๊ยบหรือคำว่า ปัง (คำวิเศษณ์) หมายถึง เสียงดังอย่างเสียงยิงปืน หรือเดินหนัก ๆ บนพื้นไม้ แต่ปัจจุบัน ปัง ความหมายแคบลงหมายถึง ดีมาก สุดยอด

3.2.1 ความหมายเชิงลบ คือ การใช้ภาษาเพื่อต้องการเลียดคำไม่สุภาพ หรือคำหยาบ เช่น การใช้คำพวน สัญลักษณ์ หรืออักษรย่อ เช่น

สตอเบอร์รี่ (คำนาม) เดิมหมายถึง ผลไม้รสเปรี้ยวชนิดหนึ่ง ความหมายที่แคบลง ได้นำมาใช้แทนคำไม่สุภาพ คำว่า ตอแหล

แสง (คำนาม) เดิมมีความหมายว่า ความสว่างจากดวงอาทิตย์ ไฟฟ้า ปัจจุบันมักนำมาใช้คู่กับคำกริยาหิว หรือ หา “หิวแสง” “หาแสง” โดยมีความหมายในทางลบ แปลว่า ความต้องการเป็นจุดสนใจ

ตัวอย่าง “หิวแสง คืออะไร” (2564)

ค. เป็นอีกหนึ่งคำที่นิยมแพร่หลายในโลกออนไลน์ ณ ปัจจุบัน มาจากกลวิธีเปลี่ยนคำเป็นตัวอักษรย่อเพื่อเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นไม่สุภาพโดยตรง ไม่ให้ผิด พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ในสื่อสังคมออนไลน์ ค. มาจากคำว่า ควยที่แปลว่าอวยวะเพศชาย โดยโลกออนไลน์นำคำย่อนี้มาใช้ในการแสดงอารมณ์โกรธหรือไม่พอใจในประเด็นต่าง ๆ ในสื่อออนไลน์

3.2.2 ความหมายเชิงบวก คือ คำที่แต่เดิมความหมายธรรมดาหรือเป็นไปในทางลบ แต่ในปัจจุบันถูกนำมาใช้สื่อความหมายในทางที่ดี (สมทรง บุรุษพัฒน์, 2560) เช่น

ตัวแม่ หรือ ตัวมารดา เกิดจากการนำคำลักษณะนาม “ตัว” มารวมกับคำนาม “แม่” หรือ “มารดา” ปัจจุบันมักใช้อธิบายบุคคลที่มีจุดยืนของตนเองอย่างมั่นคง จนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ยืนหนึ่ง หมายถึง การดำรงอยู่หรือยืนอยู่ในตำแหน่งที่หนึ่ง

ตัวอย่างเช่น “ตัวแม่ ยืนหนึ่ง คำศัพท์โซเชียลยอดฮิตแห่งปี 2022” (2565)

การเปลี่ยนแปลงด้านความหมายของคำ คือ ความหมายของคำศัพท์เดิมมีการเปลี่ยนแปลงไปตามความนิยมและบริบทของสังคม โดยมีทั้งความหมายกว้างขึ้น ความหมายแคบลง ซึ่งพบว่า การเปลี่ยนแปลงความหมายของคำศัพท์ในช่วงก่อนยุควิไลใหม่และช่วงยุควิไลใหม่ คำศัพท์คำเดียวกันแต่ต่างช่วงเวลานี้ นักความหมายของคำจะมีความหมาย ไม่เท่ากัน นอกจากนี้ยังพบว่า ความหมายของคำมีลักษณะย้ายที่ คือ เดิมมีความหมายอย่างหนึ่ง แต่เมื่อนำมาใช้จะเปลี่ยนแปลงไปจากความหมายเดิม สะท้อนให้เห็นว่า ภาษาวิวัฒนาการ โดยสามารถสร้างขึ้นใหม่หรือให้ความหมายใหม่ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับบริบทและพลวัตของสังคม

4. ความท้าทายการและแนวทางการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารในยุควิไลใหม่

4.1 ความท้าทายในการใช้ภาษาไทย

การดำเนินชีวิตของคนในสังคมแห่งยุควิไลใหม่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือ อยู่บนพื้นฐานความปลอดภัยเพื่อปกป้องชีวิตให้พ้นจากสถานการณ์โควิด-19 จึงทำให้กิจกรรมการสื่อสารเน้นรูปแบบ

ออนไลน์โดยมีแอปพลิเคชันหลายรูปแบบที่ช่วยอำนวยความสะดวก อาทิ การสนทนาทางเมสเซนเจอร์ (Messenger) ระบบไลน์ (Line) ทวิตเตอร์ หรือ เอ็กซ์ (X) อินสตาแกรม (Instagram) เป็นต้น ส่งผลให้การใช้ภาษาไทยของคนในสังคมแห่งยุควิฤติใหม่มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้านเทคโนโลยีดิจิทัล โดยมีลักษณะการใช้คำที่เน้นเฉพาะกลุ่ม เป็นคำสั้น ๆ กระทัดรัด เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการสื่อสาร สอดรับกับศิวาพร พิรอด (2562) ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของภาษาไทยจากการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีชั้นปีที่ 1-5 ที่มีอายุอยู่ในช่วง 18-22 ปี พบว่า การใช้ภาษาไทยมาตรฐานมีการเปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ การใช้คำสแลง เช่น แอ๊บ (บุคลิกภาพที่ไม่แสดงให้เห็นตัวตนที่แท้จริง) แกลบ (เปรียบเทียบสถานภาพการเงินที่มีจำกัด) การใช้ภาษาพูดในภาษาเขียน เช่น การเลียนเสียงของเด็กที่พูดไม่ชัด เช่น “จูดยอด” มาจากคำว่า สูดยอด หรือการตัดคำ มีการตัดคำทั้งคำภาษาไทยและคำภาษาต่างประเทศ เช่น “ปีใหม่นี้คอลล์ข้ามปีจ้า” คำว่า “คอลล์” เกิดจากการตัดคำว่า วิดีโอคอล (video call) การสะกดคำผิด เช่น “ไว้พากูไปเที่ยวอิกนะ!” คำว่า “กู” มาจากคำว่า กู นะคะ เป็น นะค้า เธอ เป็น เทอ หรือการใช้คำผิดหน้าที่ เช่น “ลืมนะไรก็เขามา เดี่ยวเคอรี่ไปให้” ซึ่ง คำว่า “เคอรี่” (Kerry) เป็นบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน คำวิสามานยนาม แต่ผู้ใช้นำมาเปลี่ยนเป็นคำกริยา เป็นต้น

ความท้าทายในการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารในยุควิฤติใหม่จึงอยู่ที่ผู้ใช้ภาษาต้องรู้จักใช้ภาษาให้เหมาะสมกับบริบท อันรวมถึงการใช้คำได้ถูกต้อง ตรงความหมาย สอดรับกับวัฒนธรรมการใช้ภาษาของสังคม ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

4.2 แนวทางการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารในยุควิฤติใหม่

ภาษาไทยมีพัฒนาการและมีการใช้ภาษาแนวใหม่ตามสภาวะสังคมมากขึ้น แต่สิ่งสำคัญคือ ผู้ใช้ภาษาต้องรู้จักเลือกใช้ถ้อยคำให้เหมาะสมกับบริบททางสังคม เพื่อแสดงให้ทราบว่าเป็นผู้มีความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร (สามัคติยะ: communicative competence) ดังที่ ไฮม์ส (Hymes อ้างถึงใน อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2548) นักภาษาศาสตร์ อธิบายทฤษฎีการใช้ภาษาที่สมบูรณ์ต้องคำนึงถึงหลัก 4 ประการ ได้แก่ 1) รู้ว่าภาษารูปใดเป็นทางการ (formally possible) หมายถึง รู้ว่ารูปแบบใดในภาษาถูกไวยากรณ์ 2) รู้ว่าภาษาแบบใดใช้ได้ คือ เป็นที่ยอมรับและรูปภาษาแบบใดที่อาจไม่ถูกไวยากรณ์แต่เป็นที่ยอมรับ 3) รู้ว่าภาษาแบบใดเหมาะสมหรือไม่ และใช้อย่างไรเหมาะสมซึ่งผู้ต้องใช้ความรู้เกี่ยวกับบริบทสังคมทุกชนิดที่เกี่ยวข้อง 4) รู้ว่ารูปแบบใดที่ใช้กันจริง ๆ คือ ได้มีผู้ใช้ไปแล้วหรือรู้ว่าใช้อย่างไร

จากการศึกษาพบว่า ภาษาสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะสังคมซึ่งการเปลี่ยนแปลงภาษาอาจเกิดขึ้นได้ทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ โดยสามารถแปรและเปลี่ยนแปลงไปได้ ทั้งด้านเสียง ด้านคำ ด้านความหมาย ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของสังคมที่ส่งผลต่อผู้ใช้ภาษา ดังนั้น การวิเคราะห์ปัจจัยและการเปลี่ยนแปลงลักษณะการใช้ภาษาไทยในสื่อสังคมออนไลน์แห่งยุควิฤติใหม่จึงช่วยให้เข้าใจธรรมชาติของการเปลี่ยนแปลงภาษาและการใช้ภาษาได้เหมาะสมกับบริบทของการสื่อสาร แต่อย่างไรก็ดี การใช้ภาษาในบริบทต่าง ๆ ควรระมัดระวังการสะกดคำเพราะการใช้คำหรือการใช้ภาษาสามารถสะท้อนศักยภาพผู้ใช้ภาษาได้เป็นอย่างดี ซึ่งวันจรัตน์ เดชวิสัย และเรวดี คงสุวรรณ (2565) ได้เสนอเทคนิคการจำ: สะทอนการเรียนรู้การสะกดคำในภาษาไทยไว้ 5 วิธี ได้แก่ 1. คำแกน (The Keyword Method) เช่น ลายเซ็น จำว่า ลายเซ็น-เน้นคน, เพอร์เซ็นต์ จำว่า เพอร์เซ็นต์-ตัวเลข 2. การแยกคำเป็นส่วนย่อย เช่น ประราธนา จำว่า ประ-ราธ-นา, สามารถ จำว่า สา-มา-รถ 3. การแปลงตัวอักษรในคำทุกตัวให้มีความหมาย เช่น มหรรสพ จำว่า มาหาเราสิเพื่อน, จลาจล จำว่า เจอะลิงจะล้ม 4. การซ่อนความหมาย เช่น ประสูติการ จำว่า ประสูติการ-การเกิด, ประสูติกาล จำว่า ประสูติกาล-เวลาเกิด 5. การสร้างเสียงสัมผัส เช่น กริยา จำว่า กริยา-อาการ, กริยา จำว่า กริยา-มารยาท ซึ่งเทคนิคการจำดังกล่าวเป็นกระบวนการเรียนรู้ทางภาษาที่สอดคล้องทฤษฎี ไฮม์ส โดยเฉพาะที่กล่าวว่า “รู้ว่ารูปแบบใดในภาษาถูกไวยากรณ์หรือไม่ถูกไวยากรณ์” ทั้งนี้เพื่อเป็นการยกระดับการใช้ภาษาของผู้ใช้ โดยสะท้อนให้เห็นว่า รู้ทั้งเนื้อหาและรู้ทั้งวิธีการเลือกสรรคำมาใช้ท่ามกลางการเลื่อนไหลของภาษาและการปรับตัวได้ภายใต้การเปลี่ยนแปลงกระแสวัฒนธรรมโลกปัจจุบัน

สรุปและอภิปราย

การดำเนินชีวิตของคนในสังคมแห่งยุควิถีใหม่เป็นพลวัตที่เป็นผลสืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้สังคมมีลักษณะความปรกติในรูปแบบใหม่โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการดำเนินชีวิตมากขึ้น ปัจจัยดังกล่าวจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและรูปแบบการใช้ภาษาของสังคมแห่งยุควิถีใหม่ ดังนั้น การศึกษาปัจจัยและการเปลี่ยนแปลงลักษณะการใช้ภาษาไทยในสื่อสังคมออนไลน์แห่งยุควิถีใหม่ ในช่วงเวลาการแพร่ระบาดของ COVID-19 ตั้งแต่เดือนมกราคม 2563-ธันวาคม 2565 พบว่า พฤติกรรมและรูปแบบการใช้ภาษาภายใต้พื้นฐานการสื่อสารในสื่อสังคมดิจิทัลแห่งยุควิถีใหม่ มีการเปลี่ยนแปลง 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) ด้านเสียง ได้แก่ การกลืนเสียง การเพิ่มเสียง การสูญเสียเสียง การเปลี่ยนเสียงสระ การเปลี่ยนรูป 2) ด้านคำ ได้แก่ คำประสม คำซ้ำ คำซ้อน การรวมคำ การตัดคำ คำยืมทับศัพท์ ซึ่งสังเกตเห็นว่า รูปแบบของคำมี 3 ลักษณะ คือ คำเลิกใช้ คำที่เกิดขึ้นใหม่ และคำร่วมสมัย (คำในอดีตและปัจจุบันก็ยังคงใช้อยู่) และ 3) ด้านความหมาย ได้แก่ ความหมายกว้างขึ้น และความหมายแคบลง พบว่า การเปลี่ยนแปลงความหมายของคำศัพท์ในช่วงก่อนยุควิถีใหม่และช่วงยุควิถีใหม่ คำศัพท์คำเดียวกันแต่ต่างช่วงเวลา น้ำหนักความหมายของคำจะมีความหมายไม่เท่ากัน

จากการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า ภาษาวิวัฒนาการ สามารถสร้างขึ้นใหม่ หรือให้ความหมายใหม่ได้ตลอดเวลา ซึ่งมีปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ 1) ปัจจัยภายในจากตัวผู้พูดหรือคุณสมบัติของผู้พูด ได้แก่ ความสะดวกในการออกเสียง การใช้ภาษาตามความรู้สึก ฐานะหรือสถานภาพผู้ใช้ภาษา และ 2) ปัจจัยภายนอกที่มาจากสังคม ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ การเปลี่ยนแปลงด้านสังคมและวัฒนธรรม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในยุคโลกาภิวัตน์ ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงทางภาษาสามารถเกิดขึ้นได้ตามกาลเวลา ซึ่งเป็นธรรมชาติของภาษา เนื่องจากภาษาต้องปรับเปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม สอดคล้องกับ พระมหานพรัตน์ ขนธิธมโม และคณะ (2563) กล่าวว่า การใช้ภาษาในอินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกว่า “ภาษาไทยเน็ต (ThaiNet)” เป็นการสร้างสรรค์ทางภาษารูปแบบหนึ่ง สำหรับคนรุ่นใหม่ เพื่อใช้สื่อสารในโลกออนไลน์ นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างพื้นที่ทางสังคมด้านภาษาและสัญลักษณ์ของสังคมวินวอร์มอล โดยปัจจัยส่วนหนึ่งอาจมาจากการพัฒนาของเทคโนโลยีที่มีการสนทนาด้วยแป้นพิมพ์และโต้ตอบกันอย่างฉับพลันทันที (นิตยา กาญจนะวรรณ, 2554)

ความท้าทายในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในสังคมแห่งยุควิถีใหม่ คือ ผู้ใช้ภาษาต้องมีสามัคติยะหรือศักยภาพในการสื่อสาร หมายถึง การใช้ภาษาอย่างมีประสิทธิภาพ ดังที่ ไฮม์ส (Hymes อ้างถึงใน อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2548) นักภาษาศาสตร์ได้กล่าวว่า “การใช้ภาษานั้นผู้พูดต้องมีความรู้ 4 ประการ ได้แก่ ความถูกต้องตามไวยากรณ์ ความยอมรับได้ ความเหมาะสม และการที่รู้ภาษานั้น ถูกใจมาแล้วหรือเรียกว่าสามัคติยะสื่อสาร (Communication competence) คือ มีความรู้ความเข้าใจภาษาเพื่อการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ รู้ทั้งเนื้อหา (คือรู้ อะไรเกี่ยวกับตัวภาษา) และ รู้วิธีการ (รู้ว่าใช้ อย่างไร ด้วย)” ทั้งนี้ นอกจากประสิทธิภาพในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารของผู้ใช้ภาษาเอง ความร่วมมือจากสถาบันต่าง ๆ ได้แก่ สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา และสถาบันสื่อยังมีส่วนในการส่งเสริมการใช้ภาษาอย่างถูกต้องและเหมาะสมกับกาลเทศะอีกด้วย

ดังนั้น แม้ภาษาจะแปรและเปลี่ยนแปลงไปตามพลวัตสังคม แต่ปัจจัยสำคัญคือ การรู้จักใช้ภาษาให้เหมาะสมกับบริบทของการสื่อสาร ผู้ใช้ภาษาต้องมีทักษะความรู้ทั้งไวยากรณ์และรู้จักเลือกคำมาใช้ให้ถูกต้องตรงความหมาย สามารถรับรู้ได้ว่ารูปแบบใดควรยกเว้นและรูปแบบใดควรใช้ให้เหมาะสมกับบริบทและสถานการณ์ที่แตกต่างกัน จึงนับว่าเป็นผู้มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพในสังคมแห่งยุควิถีใหม่

.....

เอกสารอ้างอิง

- กรมสุขภาพจิต. (2563, 27 พฤษภาคม). *New Normal ชีวิตวิถีใหม่*. <https://dmh.go.th/news/view.asp?id=2288>
- กฤษฎา สุวรรณระณกุล. (2565, 11 มกราคม). ‘มนุษย์ป่า’ กับ ‘เด็กสมัยนี้’ เพราะเราอยู่ในโลกคนละใบ. ประชาไท. <https://prachatai.com/journal/2023/01/102236>
- กองโรคติดต่อทั่วไป. (ม.ป.ป.). *โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019*. <https://ddc.moph.go.th/uploads/files/2426720220330084652.pdf>
- ค้นหาศัพท์แสลง ศัพท์วัยรุ่น ศัพท์วงใน. (ม.ป.ป.) <https://slang.in.th/>
- จำนงค์ ทองประเสริฐ. (ม.ป.ป.). *การอ่านตามหลักกับการอ่านตามความนิยม*. <http://legacy.orst.go.th/?knowledges=การอ่านตามหลักกับการอ่าน>
- ช่วงแม่ง คำพูดที่ช่วยให้เราก้าวข้ามอุปสรรค และเดินทางไปสู่ความก้าวหน้าได้. (ม.ป.ป.). The Practical. <https://thepractical.co/%E0%B8%8A%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B9%81%E0%B8%A1%E0%B9%88%E0%B8%87/>
- ชาลีณา นอระเอ และคณะ. (2561). *ลักษณะการใช้ภาษาบนสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นไทยในปัจจุบัน*. ในการประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 9 ประจำปี 2561. (940-952).
- เด็กเลิร์ฟ “แกงเทโพ” ตำรวจ!! (2563, 19 ตุลาคม). 9 MCOT. <https://www.facebook.com/watch/?v=2703016896629177>
- ดูจากคลิปมึงผิดเต็ม ๆ เลี้ยวกระทันหันไม่เปิดไฟเลี้ยว. (2565, 20 เมษายน). อีเจียบ เลียบด่วน. <https://www.facebook.com/ejeab>
- ตัวแม่มาแรง 20 คัพโซเซียล คำฮิต 2022 พร้อมเปิดที่มาและความหมาย. (2565, 21 ธันวาคม). ไทยรัฐออนไลน์. <https://www.thairath.co.th/lifestyle/life/2583216>
- “ตัวแม่” ยืนหนึ่ง คำศัพท์โซเซียลยอดฮิตแห่งปี 2022. (2564, 22 ธันวาคม). Thai PBS. <https://www.thaipbs.or.th/news/content/322824>
- “ดำ” คืออะไรกันแน่??? แอดมีคำตอบมาบอก. (2563, 2 กุมภาพันธ์). One31Playground. https://www.facebook.com/One31Playground/posts/160445242055219/?locale=th_TH
- ดำแครอทแซลมอน ยั่ว ๆ จร้า. (2564, 31 ตุลาคม). โอซซี่ กิณยั่ว. <https://www.facebook.com/watch/?v=3190196247868015>
- ทองสุก เกตุโรจน์. (2534). *ภาษาต่างประเทศในภาษาไทย*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- “ทิพานัน”แจงนายกฯลงพื้นที่เรื่องปกติติดย้ายบ้านอย่าเร่งสร้างเงื่อนไขขัดแย้งชัดๆ. (2565, 2 เมษายน). ผู้จัดการออนไลน์. <https://mgronline.com/politics/detail/9650000031961>
- นิตยา กาญจนวรรณ. (2554). ภาษาของโลกไร้สาย: จัดการอย่างไรดี. *เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง “นโยบายภาษาต่างประเทศ : ภาวะวิกฤตที่ต้องแก้”*. วันที่ 29-30 สิงหาคม 2554 ณ ศูนย์ประชุมบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ กรุงเทพมหานคร.
- นิตยา กาญจนวรรณ, เสาวลักษณ์ อนันตสานต์ และทิพย์สุนทร อนันบุตร. (2535). *ลักษณะและการใช้ภาษาไทย*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บูด = พัง ไม่เร็ด ไม่เก้ แดกไม่ได้ เหม็น เละเทะ # ก็บูดไปเลยสิคะเออ. (2564, 21 พฤษภาคม). เพจฉันชอบดูนางงาม. <https://www.facebook.com/315749459070863/posts/818218818823922/>
- ปราณี กุลละวณิช และคณะ. (2540). *ภาษาทศนา* (พิมพ์ครั้งที่ 4). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- เปิดพฤติกรรมคนใช้อินเตอร์เน็ตปี 65 คนกรุงเทพวันละ 10 ชั่วโมง (2565, 24 ส.ค.) Thairath Money.
https://www.thairath.co.th/money/economics/thailand_econ/2480711
- พจนานุกรมเกรียน. (ม.ป.ป.). เจา มั่นย่อมาจาก จะเอา นั่นเอง ที่มาจากคนซื้อเจา. <https://pojnanukrian.com/%E0%B9%80%E0%B8%88%E0%B8%B2>
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. (ม.ป.ป.). ศัพท์บัญญัติ. สำนักงานราชบัณฑิตยสภา.
<https://dictionary.orst.go.th/>
- พระมหานพรัตน์ ขนติธมโม (ศิลากุล), เกษฏา จันทนาภรณ์ และไกรเทพ ผลจันทร์. (2563). เหลียวหลัง - แลหน้า
การใช้ภาษาไทยวิบัติในสังคมยุคนิวนอร์มอล. วารสารศึกษาศาสตร์ มมร, 8(2), 132-145.
<http://202.29.86.169/index.php/edj/article/view/1144/845>
- ภัทรกรณ์ สุ่มมาตย์. (2564, 14 ธันวาคม). แพลตฟอร์ม (platform). พิพิธภัณฑ์เทคโนโลยีสารสนเทศองค์การพิพิธภัณฑ์
วิทยาศาสตร์แห่งชาติ. <https://www.nsm.or.th/nsm/th/node/5722>
- “ภัยความมัน (หน้า)” เรื่องอันตรายในที่ทำงาน. (2565, 4 กันยายน). สนุก (sanook) <https://www.sanook.com/campus/1411148/>
- ยีน ภู่วรรณ. (2561, 27 มิถุนายน). คนรุ่นใหม่กับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล. <https://www.okmd.or.th/okmd-opportunity/FutureLearningPlatform/1127/>
- รวม 8 คำศัพท์วัยรุ่นยุคใหม่ ที่ชาวนักเขียนรู้ดีแต่ตัวไว้ไม่มีติดเทรนด์!. (2564, 10 กันยายน) Avocado book.
<https://avocabooks.co/trends/thai-slang-2021/>
- รับมือกับการโดนเท. (2565, มีนาคม). Wikihow. https://www.facebook.com/wikihow.th/posts/2620416791573323/?locale=es_LA
- ราชบัณฑิตยสภา. (2563, 13 พฤษภาคม). ราชบัณฑิตยบัญญัติศัพท์ คำว่า “New normal” <https://royalsociety.go.th/%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%8D%E0%B8%8D%E0>
- โรงพยาบาลสิรินธร. (2563, 19 สิงหาคม). “Social Distancing” (การรักษาระยะห่างทางสังคม). <http://www.sirinhornhosp.go.th/>
- เลี้ยงลูกเชิงบวก. (2563, 17 กรกฎาคม). เพจหมอเสาวภา. <https://www.facebook.com/PositiveparentingDr.saowapa/>
- วชิรา บุญเกื้อ. (2553). การศึกษาการเปลี่ยนแปลงสำนวนภาษาไทยถิ่นอีสาน. การศึกษามหาบัณฑิต. [วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Ed_Lin/Wachira_B.pdf
- วันจันทร์ เดชวิสัย และเรวดี คงสุวรรณ (2566). เทคนิคการจำ: สะท้อนการเรียนรู้การสะกดคำในภาษาไทย.
ในการประชุมวิชาการระดับชาติ “นอร์ทเทิร์นวิจัย ครั้งที่ 9” (365–380). มหาวิทยาลัยนอร์ทเทิร์น จังหวัดตาก.
- ศัพท์วัยรุ่น ศัพท์ใหม่ สแลงไทย หาความหมาย. (2564, ธันวาคม). slang.in.th. <https://slang.in.th/>
- ศิวาพร พิรอด. (2562) การเปลี่ยนแปลงของภาษาไทยจากการใช้เฟซบุ๊ก. วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์, 21(1). 147-159.
- สมทรง บุรุษพัฒน์. (2560). ภาษาศาสตร์เชิงประวัติ (พิมพ์ครั้งที่ 2). สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- หิวแสง คืออะไร. (2564, 9 พฤษภาคม). สัพเพเหระ/แต่มีสาระ. <https://www.blockdit.com/posts/6097722f5181b90c4e48cf23>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ. (2564, 17 พฤศจิกายน). พลเมืองดิจิทัล (Digital Citizenship).
<https://www.thaihealth.or.th/>
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2548). ภาษาในสังคมไทย (พิมพ์ครั้งที่ 4). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2544). ภาษาศาสตร์สังคมไทย (พิมพ์ครั้งที่ 4). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อธิพงษ์ อมรวงศ์ปิติ. (2565, 11 กันยายน). ซ็อดฟีล: สำนวนว่าด้วยการเบรกอารมณ์. THE MOMENTUM.
<https://themomentum.co/wordodyssey-buzzkill/>
NEW NORMAL : ฝ่า 8 พฤติกรรมใหม่ จับใจผู้บริโภคยุคเสพติดโซเชียล. (2561, 22 กันยายน) Brandbuffe,
<https://www.brandbuffet.in.th/2018/09/the-new-normal-consumer-mediacom/>
Switch! รักเปลี่ยนหัวใจยัยตัวป่วน. (ม.ป.ป.). นายอินทร์. <https://www.naiin.com/product/detail/5829>

.....