

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของการวิจัย

ในสังคมไทยยุคการสื่อสารไร้พรมแดนนี้ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจด้านเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคมได้เข้ามามีบทบาทในการประดิษฐ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่ช่วยส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคมทางหนึ่ง นั่นก็คือ การสื่อสารผ่านสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ให้บริการให้สามารถสื่อสารเข้าใจเจตนากันได้ในทุกขณะเวลาและสถานที่โดยไม่ต้องพบหน้ากัน

เมื่อการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคมอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ การสื่อสารจึงกลายเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการสื่อสารโทรคมนาคม และพันธมิตรทางธุรกิจ โดยเริ่มจากการพัฒนาระบบของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งช่วงแรกเปิดให้บริการเฉพาะการสื่อสารด้วยสัญญาณเสียง (Voice) ต่อมาจึงได้เปิดให้บริการการสื่อสารด้วยตัวอักษร (Text) และเสนอแนวคิดการสื่อสารไร้เสียง (Non-voice) รูปแบบใหม่ที่เรียกว่า บริการรับส่งข้อความสั้น (SMS) โดยให้การสื่อสารการตลาด¹ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ได้แก่ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ รวมถึงการเสนอบริการ ณ จุดขาย เช่น แผ่นพับที่บรรจุข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) และมีคำอธิบายการใช้บริการที่ง่ายสะดวกสบายใจให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทดลองใช้ และเกิดการยอมรับบริการเสริมที่ช่วยเพิ่มประโยชน์ให้สอยให้แก่การสื่อสารผ่านสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่อีกทางหนึ่ง

การให้บริการเสริมรับส่งข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) นี้ ประสบความสำเร็จอย่างมาก เห็นได้จากจำนวนยอดการใช้บริการที่จำนวน 80 ล้านข้อความต่อเดือน และมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สาเหตุประการหนึ่งน่าจะมาจากความสามารถในการให้บริการข้อมูลที่สามารถ

¹ การสื่อสารการตลาด หมายถึง วิธีการสื่อสารข้อมูลทุกประเภทเกี่ยวกับการรับส่งข้อความสั้น (SMS) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ได้แก่ 1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต 2. การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบปปลิว แผ่นพับ 3. การทำการตลาดทางตรง เช่น ส่งเอกสารทางไปรษณีย์ 4. การสื่อสารในกลุ่มเพื่อน 5. พนักงานขายของศูนย์ผู้ให้บริการโทรศัพท์ 6.การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น งานแถลงข่าวเปิดตัวโครงการประกวดต่าง ๆ

ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างทันทั่วทั้งที่ และสามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหาไปตามโอกาสในสังคม อีกทั้งยังใกล้เคียงกับพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด ตามแนวคิดเรื่องการจัดการสารของบริการเสริมรับส่งข้อความสั้นที่ เสาวนีย์ ศรีทับทิม (2545,น.2) กล่าวว่าผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการสร้างบริการเสริม (Value-Added Service) นี้ เพื่อช่วยเพิ่มปริมาณการใช้งานในโทรศัพท์เคลื่อนที่

แนวคิดข้างต้นนี้ อาจกล่าวได้ว่าบริการรับส่งข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) นั้น เป็นการสร้างสรรค์ภาษาที่มุ่งประสิทธิผลทางธุรกิจรูปแบบหนึ่ง กล่าวคือ กลุ่มผู้ผลิตพยายามสร้างข้อความให้มีความหลากหลายเพื่อต้องการให้สะท้อนความสนใจของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และหากกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เกิดความพึงพอใจข้อความสำเร็จรูปแล้ว ก็จะนำข้อความดังกล่าวไปใช้สื่อสารกัน อันเป็นเป้าหมายหลักของการผลิตบริการเสริมรับส่งข้อความสั้นสำเร็จรูป และทำให้ผู้ประกอบการพันธมิตรทางธุรกิจมีรายได้อย่างมหาศาลเช่นเดียวกับการผลิตโฆษณาที่ต้องการให้สารในโฆษณานั้น ๆ สามารถสร้างความพึงพอใจและโน้มน้าวให้ผู้รับสารเกิดการบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ

จากการสังเกตตัวอย่างข้อความสั้นสำเร็จรูป พบว่า ผู้ผลิตข้อความสั้นสำเร็จรูป (content provider) ได้จำลองสถานการณ์การสื่อสารของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไว้อย่างสิ้น ๆ และมีความหลากหลายใกล้เคียงกับภาษาที่ใช้ในการสนทนาของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่อาศัยการสื่อสารด้วยตัวอักษรแทนการสื่อสารด้วยเสียงพูด นอกจากนี้ การรับส่งข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ยังช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถสื่อสารกันได้ทุกเวลาและทุกสถานที่ เป็นวิธีการสื่อสารที่ช่วยส่งเสริมให้มีการแสดงปฏิสัมพันธ์ในสังคมยุคการสื่อสารไร้พรมแดน เหล่านี้อาจเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยอมรับและเลือกใช้ข้อความสำเร็จรูปแทนการสื่อสารด้วยการสนทนาผ่านโทรศัพท์เพียงอย่างเดียว อาจกล่าวได้ว่าข้อความสั้นสำเร็จรูปเป็นการสร้างสรรค์ภาษาที่สืบเนื่องมาจากการสื่อสารผ่านสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งเป็นสื่อที่ช่วยอำนวยความสะดวกในด้านการสื่อสารของคนในสังคมปัจจุบัน ทำให้บริการเสริมรับส่งข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) สามารถเข้าถึงผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ง่ายและเป็นวิธีการสื่อสารที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง

หากจะพิจารณาการศึกษาภาษาในระยะสามปีที่ผ่านมา จะพบว่าผู้สนใจศึกษาภาษาที่ใช้ในสื่ออิเล็กทรอนิกส์หลายประเภท เช่น ภาษาที่ใช้ในวิทยุติดตามตัว (เพจเจอร์) ของวันดี พิงศรีสุวรรณ (2544) ลักษณะภาษาชาวในวิทยุติดตามตัวของโรจนา ถัดทะพงษ์ (2545) การใช้ภาษาในห้องสนทนาของชัชวดี ศรีลัมพ์ (2544) ภาษาที่ใช้ในห้องสนทนาของญาดานุช เตมียศิริปิ่น (2546) และลักษณะภาษาของข้อความสั้นภาษาไทยที่กลุ่มวัยรุ่นใช้ทางโทรศัพท์มือถือของเจตนา

จันทร์มน (2546) งานวิจัยเหล่านี้มุ่งศึกษาภาษาร่วมกับสังคม เช่น เพศ อายุ วัตถุประสงค์ของการสื่อสารและสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการสื่อสาร เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีส่วนทำให้ลักษณะภาษามีรูปแบบเฉพาะและแตกต่างกันออกไป ซึ่งทำให้เข้าใจรูปแบบวิธีการสื่อสารที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการด้านความสะดวกสบายในการปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และทำให้เข้าใจความเป็นพลวัตของภาษามากยิ่งขึ้น

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจจะศึกษาลักษณะภาษาของข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อให้เข้าใจลักษณะเฉพาะของการสื่อสารรูปแบบหนึ่งในสังคมยุคการสื่อสารไร้พรมแดน ซึ่งมีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะภาษาของข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ภาษาไทยที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านคำ สำนวน และภาพพจน์
2. เพื่อศึกษารูปประโยคที่ใช้แสดงวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ภาษาไทยที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.3 สมมุติฐานของการวิจัย

ลักษณะภาษาของข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ภาษาไทยที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่มีลักษณะสัมพันธ์กับบริบททางสังคม ที่ว่าลักษณะการใช้ภาษาของข้อความสั้นสำเร็จรูปได้รับอิทธิพลจากสังคม และในขณะเดียวกันข้อความสั้นสำเร็จรูปก็มีอิทธิพลต่อสังคมด้วย

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูลในการวิจัย

ผู้วิจัยจะศึกษาข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) เฉพาะที่เป็นภาษาไทย โดยนำข้อมูลมาจากแผ่นพับแจกที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นบริการเสริมในโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่านั้น

2. สถานที่เก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลตามร้านค้าที่จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ณ ห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง ชั้น 4 เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

- | | |
|----------------|-----------------|
| 1. TELEWIZ | 2. @ Phone |
| 3. MOBILE ZONE | 4. CHERRY SHOP |
| 5. D ไมโคร | 6. MASTER PHONE |
| 7. Magic Phone | 8. HUTCH |
| 9. i-Mobile | 10. BLISS @ TEL |

สาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลจากแหล่งดังกล่าว เนื่องจากห้างสรรพสินค้ามาบุญครองเป็นแหล่งศูนย์รวมของผู้จำหน่ายและผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้น กลุ่มผู้ผลิตจึงได้มีการเสนอบริการเสริมข้อความสั้นสำเร็จรูป ณ จุดขายเป็นจำนวนมาก ตามหลักที่ว่า การเสนอบริการที่เหมาะสมในสถานที่เหมาะสมย่อมเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจเทคโนโลยีการสื่อสารได้โดยตรงและคุณค่าการลงทุนที่สุด ผู้วิจัยจึงเลือกเก็บบริการเสริมข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) จากแหล่งดังกล่าว

3. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูล โดยเริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม 2546 จนถึงเดือนมิถุนายน 2547

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการวิเคราะห์ตัวอย่างข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

การวิเคราะห์รูปประโยคที่ใช้แสดงวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) นั้น ผู้วิจัยจะตีความจากบริบทภาษาที่ปรากฏในแต่ละข้อความเท่านั้น โดยไม่นำบริบทสถานการณ์การสื่อสาร เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสาร ทักษะคติ ความเชื่อ สีนัยท่าทาง มาประกอบการตีความรูปประโยค เนื่องจากข้อความสั้นสำเร็จรูปดังกล่าวเป็นข้อความที่ผู้ผลิตจำลองการสื่อสารของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และสื่อด้วยตัวอักษร (Text) เพื่อให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้ตามความต้องการ อีกทั้งข้อความเดียวกันอาจตีความแตกต่างกันได้ หากปรากฏในบริบทสถานการณ์ที่ต่างกัน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดของนววรรณ พันธุเมธา (2527) ที่แบ่งรูปประโยคตามเจตนาออกเป็น 3 ชนิด ได้แก่ ประโยคแจ้งให้ทราบ ประโยคถามให้ตอบ และประโยคบอกให้ทำ และผู้วิจัยจะเรียกประโยคดังกล่าวว่าประโยคบอกเล่า ประโยคคำถาม และประโยคคำสั่งตามลำดับ ดังจะแสดงผลการศึกษาไว้ในบทที่ 4 ต่อไป

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์ลักษณะภาษาของข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ภาษาไทย ที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น มีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังนี้

1. เก็บรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัย
2. เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้เป็นตัวอย่างในการวิเคราะห์ ดังนี้

ผู้วิจัยได้กำหนดวันในการเก็บรวบรวมข้อมูล เลือกเก็บข้อมูลทุกวันเสาร์ของแต่ละเดือน รวมเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 78 ครั้ง จากนั้นได้คัดข้อความที่ซ้ำกันออกไปได้ข้อมูลทั้งสิ้น 1,050 ข้อความ

3. วิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยและเสนอผลการศึกษา
4. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

1.6 คำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย

1. ข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) หมายถึง ข้อความที่กลุ่มผู้ผลิตข้อความ (content provider) ได้สมมติเรื่องราวอย่างสั้น และอาศัยการสื่อด้วยอักษร (text) ที่มีขนาดไม่เกิน 160 ตัวอักษร เพื่อให้ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เลือกใช้สื่อสารปฏิสัมพันธ์กัน โดยแต่ละข้อความจะมีรหัสกำหนดไว้ เพื่อประโยชน์ในจัดส่งและจัดเก็บค่าบริการผ่านเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ

2. โทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง ช่องทางในการส่งสารที่เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ไร้สายที่มีความสามารถในการรับส่งสารประเภทสัญญาณเสียง ข้อความ และรูปภาพตามความสามารถของโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นนั้น ๆ

3. กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด หมายถึง ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งมีเครื่องรองรับการรับส่งสารที่เป็นข้อความ (text)

4. ปัจจัยด้านสื่อ หมายถึง ความสามารถหรือข้อจำกัดในด้านการบรรจุสาร ในที่นี้คือความจำกัดในด้านพื้นที่ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่สามารถรับส่งข้อความได้ไม่เกิน 160 ตัวอักษร

5. นวัตกรรม หมายถึง ความคิดใหม่ การปฏิบัติใหม่ หรือสิ่งใหม่ ที่สมาชิกในสังคมเห็นว่าเป็นของใหม่ เช่น การรับส่งข้อความสั้นสำเร็จรูปผ่านสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เข้าใจลักษณะการสร้างสรรค์ภาษาของข้อความสั้น (SMS) ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งในด้านการสร้างสรรค์คำ สำนวน ภาพพจน์ และการใช้รูปประโยคต่าง ๆ เพื่อแสดงวัตถุประสงค์ ในการสื่อสารของข้อความสั้นสำเร็จรูป
2. เป็นแนวทางให้แก่ผู้สนใจศึกษาภาษาศาสตร์สังคมและภาษาเฉพาะวงการอื่น ๆ ที่สร้างขึ้นใหม่เพื่อใช้สื่อสารทำความเข้าใจกันในสังคม ซึ่งจะทำให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่าง ภาษาและบริบททางสังคมมากยิ่งขึ้น

1.8 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

๘ หมายถึง รูปภาษาที่ละไว้ในฐานที่เข้าใจ อันเนื่องมาจากการแสดงความสัมพันธ์ ที่เกิดจากการแทนที่รูปภาษาหนึ่งด้วยการไม่ปรากฏรูปภาษาใด ๆ