บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะภาษาของข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ภาษาไทยที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านการใช้คำ สำนวน ภาพพจน์ และการใช้รูปประโยคแสดงวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของข้อความสั้นสำเร็จรูป(SMS)

ข้อมูลการวิจัย ได้มาจากแผ่นพับแจกที่บรรจุข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ซึ่งสร้างขึ้นเพื่อเป็นบริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเก็บข้อมูลตามร้านค้าที่จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ณ ห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2546 จนถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 รวมจำนวนข้อมูลทั้งสิ้น 1050 ข้อความ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การใช้คำที่ปรากฏในข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ การซ้ำคำ การละ การใช้คำภาษาต่างประเทศ การใช้คำลงท้าย การใช้คำที่สะกดแปลกไปจากปกติ การใช้คำกริยาวิเศษณ์ การใช้อักษรย่อ การใช้คำสแลง การใช้คำอุทาน และการใช้คำที่ปกติไม่ปรากฏร่วมกัน ดังนี้

การซ้ำคำ เป็นลักษณะภาษาที่ปรากฏตัวอย่างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.62 นิยมการซ้ำเสียงร้อยละ 83.61 โดยเป็นการซ้ำเสียงสระร้อยละ 64.94 และซ้ำเสียงพยัญชนะร้อยละ 18.67 รองลงมาคือการซ้ำคำปรากฏร้อยละ 11.83 ซ้ำโครงสร้างปรากฏร้อยละ 4.41 และการซ้ำความหมายปรากฏน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 0.15

การละ เป็นลักษณะการใช้ภาษาที่ปรากฏตัวอย่างรองลงมาจากการซ้ำ คิดเป็นร้อยละ 22.85 ของลักษณะการใช้ภาษาทั้งหมด พบว่ามีการละประธานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.64 และการละกรรมปรากฏเป็นจำนวนร้อยละ 18.39 แต่ไม่ปรากฏตัวอย่างการละในตำแหน่งกริยา

การใช้คำลงท้าย เป็นลักษณะการใช้ภาษาที่ปรากฏตัวอย่างรองลงมาจากการซ้ำและการละปรากฏการใช้ร้อยละ 6.92 ของลักษณะการใช้ภาษาทั้งหมด คำเหล่านี้ช่วยบ่งบอกอารมณ์ความรู้สึก น้ำเสียง เจตนาของข้อความให้ชัดเจนยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยแสดงความสุภาพให้แก่ข้อความและช่วยทำให้ผู้รับสารได้บรรยากาศเสมือนการสนทนาจริง

การใช้คำภาษาต่างประเทศ ปรากฏการใช้ร้อยละ 6.66 ของลักษณะการใช้ภาษาทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นคำในวงศัพท์ รู้จักและเข้าใจความหมายกันทั่วไป หรือเป็นชื่อเฉพาะของสิ่งที่กำลังได้รับความสนใจในขณะนั้น โดยนำมาใช้ทั้งในรูปประโยค คำเต็ม และคำย่อ

การใช้คำที่สะกดแปลกไปจากปกติ ปรากฏการใช้ร้อยละ 4.05 ของลักษณะการใช้ภาษาทั้งหมด โดยปรากฏการกลมกลืนเสียงคำมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 49.18 รองลงมา คือ การใช้สระแปลกจากปกติปรากฏร้อยละ 31.15 การใช้พยัญชนะแปลกจากปกติปรากฏร้อยละ 14.21 การใช้วรรณยุกต์แปลกจากปกติปรากฏร้อยละ 4.37 และการใช้พยัญชนะสะกดมากกว่าปกติปรากฏร้อยละ 1.09 โดยการเลือกใช้คำลักษณะนี้อาจมีส่วนช่วยให้เกิดความสมจริงในเรื่องการถ่ายทอดเสียงของคำต่าง ๆ ให้ใกล้เคียงกับการออกเสียงตามสภาวะอารมณ์ในการสนทนาจริง

การใช้คำกริยาวิเศษณ์ ปรากฏการใช้ร้อยละ 2.35 ของลักษณะการใช้ภาษาทั้งหมด โดยใช้คำนี้เพื่อช่วยขยายกริยาให้มีน้ำหนักยิ่งขึ้น มีนัยเชิงปริมาณว่ามากเป็นพิเศษ ซึ่งช่วยส่งผลในทางความรู้สึกให้มากขึ้นเช่นเดียวกัน

การใช้อักษรย่อ ปรากฏการใช้ร้อยละ 2.06 ของลักษณะการใช้ภาษาทั้งหมด เป็นการใช้อักษรย่อคำในภาษาอังกฤษร้อยละ 95.70 ส่วนการใช้อักษรย่อคำในภาษาไทยปรากฏร้อยละ 4.30

การใช้คำสแลง ปรากฏการใช้ร้อยละ 1.95 ของลักษณะการใช้ภาษาทั้งหมด เป็นคำสแลงที่เปลี่ยนความหมายจากเดิมร้อยละ 71.59 รองลงมาคือคำสแลงที่มาจากภาษาต่างประเทศร้อยละ 25.00 คำสแลงที่เกิดจากการผวนคำร้อยละ 2.27 และคำสแลงที่เปลี่ยนเสียงไปจากเดิมชนิดออกเสียงเน้นร้อยละ 1.14 ของลักษณะการใช้คำสแลงทั้งหมด

การใช้คำอุทาน ปรากฏการใช้ร้อยละ 0.66 ของลักษณะการใช้ภาษาทั้งหมด โดยการใช้คำลักษณะนี้ก็เพื่อต้องการแสดงน้ำเสียงของสภาวอารมณ์อย่างใดอย่างหนึ่งให้ใกล้เคียงกับการสื่ออารมณ์ในการสนทนาจริง

การใช้คำที่ปกติไม่ปรากฏร่วมกัน ปรากฏการใช้ร้อยละ 0.46 ของลักษณะการใช้ภาษาทั้งหมด โดยการนำคำลักษณะนี้มาใช้ก็เพื่อต้องการสร้างความแปลกให้แก่ข้อความ และช่วยทำให้เข้าใจสภาพอารมณ์ได้ชัดเจนขึ้น เมื่อนำไปเชื่อมโยงกับความหมายประจำคำของคำที่รู้จักกันโดยทั่วไป

ส่วนการใช้สำนวนที่ปรากฏในข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ปรากฏการใช้ร้อยละ 0.46 ของลักษณะการใช้ภาษาทั้งหมด แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การใช้สำนวนเดิม และการใช้สำนวนใหม่ ดังนี้

การใช้สำนวนใหม่ ปรากฏการใช้ร้อยละ 52.38 ของลักษณะการใช้สำนวนทั้งหมด โดยเกิดขึ้นจากการดัดแปลงสำนวนเดิมและสร้างสำนวนใหม่โดยนำความหมายมาจากสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมมาเป็นข้อมูลในการสร้างสรรค์

การใช้สำนวนเดิม ปรากฏการใช้ร้อยละ 47.62 ของลักษณะการใช้สำนวนทั้งหมดโดยเป็นการนำคำที่มีความหมายเชิงเปรียบที่เป็นที่รู้จักดีมาใช้แทนสื่อความหมายของความรู้สึกเจตนาต่าง ๆ

สำหรับการใช้ภาพพจน์ที่ปรากฏในข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ครั้งนี้ ปรากฏร้อยละ 5.95 ของลักษณะการใช้ภาษาทั้งหมด ดังนี้

ปฏิปุจฉา เป็นลักษณะการใช้ภาพพจน์ที่ปรากฏมากที่สุด ปรากฏการใช้ร้อยละ 62.45 ของการใช้ภาพพจน์ทั้งหมด เป็นการใช้คำถามที่ไม่ต้องการคำตอบ แต่ถามเพื่อเรียกร้องความสนใจหรือกระตุ้นให้ผู้รับสารคิด

อธิพจน์ ปรากฏการใช้คิดเป็นร้อยละ 17.84 ของการใช้ภาพพจน์ทั้งหมด เป็นการกล่าวความรู้สึกเกินจริง ทำให้เจตนาของข้อความมีน้ำหนักยิ่งขึ้น และช่วยก่อให้เกิดผลทางด้านจิตใจมากกว่าสื่อเจตนาตามปกติ

อุปมา ปรากฏการใช้ร้อยละ 8.55 ของการใช้ภาพพจน์ทั้งหมด เป็นการนำเอาเรื่องราวหรือสิ่งที่ใกล้ตัวไปเปรียบเทียบกับเจตนาที่ต้องการสื่อสารให้ผู้รับสารทราบ เพื่อช่วยทำให้เกิดภาพในจินตนาการและเกิดความกระจ่างในความหมายของข้อความชัดเจน

อุปลักษณ์ ปรากฏการใช้ร้อยละ 4.83 ของการใช้ภาพพจน์ทั้งหมด เป็นการนำสิ่งที่มีลักษณะเหมือนกันหรือคล้ายกับเจตนาที่ต้องการสื่อความหมายเทียบ เพื่อช่วยสร้างจินตนาการให้แก่ผู้รับสาร

การกล่าวเท้าความ ปรากฏการใช้ร้อยละ 4.09 ของการใช้ภาพพจน์ทั้งหมด เป็นการกล่าวอ้างถึงชื่อบุคคล เหตุการณ์ หรือสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในขณะนั้น ๆ เพื่อนำมาช่วยสื่ออาการ อารมณ์ความรู้สึกให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพราะสามารถเชื่อมโยงกับลักษณะและความหมายของสิ่งที่กล่าวเท้าความในข้อความเดียวกัน

บุคลาธิษฐาน ปรากฏการใช้ร้อยละ 1.86 ของการใช้ภาพพจน์ทั้งหมด เป็นการสมมุติให้สิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์ เช่น สัตว์และสิ่งของต่าง ๆ ให้กระทำกิริยาอาการเช่นเดียวกับมนุษย์เพื่อสร้างจินตนาการให้แก่ผู้รับสาร

ปฏิทรรศน์ ปรากฏการใช้ร้อยละ 0.37 ของการใช้ภาพพจน์ทั้งหมด เป็นการสร้างเนื้อความสองเนื้อความให้มีลักษณะตรงข้ามกัน เพื่อทำให้เนื้อความทั้งสองเกิดความขัดแย้งกัน ซึ่งจะส่งเสริมให้ใจความสำคัญเด่นยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผู้ผลิตข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ใช้รูปประโยคเพื่อแสดงวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร 2 ลักษณะคือ เลือกใช้รูปประโยคตรงตามวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร และใช้รูปประโยคไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร โดยผู้ผลิตใช้รูปประโยคบอกเล่าเพื่อแสดงวัตถุประสงค์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 63.71 รองลงมาคือการใช้รูปประโยคคำถามคิดเป็นร้อยละ 22.86 และใช้รูปประโยคคำสั่งจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 13.43 โดยข้อความสั้นสำเร็จรูปมีวัตถุประสงค์เพื่อการหยอกล้อมากที่สุด รองลงมาคือการแจ้งให้ทราบ เสียดสีประชดประชัน อวยพร ขอร้อง สอนเตือน ชักชวน ปลอบใจให้กำลังใจ ถามให้ตอบ ขอโทษ สัญญา ยินดี ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาตัวอย่างข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ภาษาไทยที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ในบทที่ 3 และบทที่ 4 จะเห็นได้ว่า ข้อความสั้นสำเร็จรูปมีความหลากหลายและมีรูปแบบเฉพาะในการเลือกใช้ถ้อยคำสำนวนและรูปประโยคเพื่อแสดงวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าลักษณะภาษาดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านวิธีการสื่อสารหรือสื่อและปริบททางสังคมบางประการ ดังนี้

5.2.1 วิธีการสื่อสารหรือสื่อ

จากตัวอย่างผลการศึกษาลักษณะภาษาเรื่องการละที่ปรากฏในข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ครั้งนี้ พบว่ามีการละประธานและกรรมเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าการละมีความสัมพันธ์กับวิธีการสื่อสารหรือสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารของการรับส่งข้อความสั้นสำเร็จรูป กล่าวคือ โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นสื่อที่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่การสื่อสาร[1] ดังนั้น ผู้ผลิตจึงต้องเลือกรายละเอียดที่สำคัญและยังต้องสามารถสื่อเรื่องราวให้ผู้รับสารทราบได้อีกด้วย แม้ว่าการละ

---

[1] ส่วนใหญ่โทรศัพท์เคลื่อนที่จะมีเนื้อที่ในการรับส่งข้อมูลที่เป็นตัวอักษร (Text) ภาษาไทย ตัวเลข และสัญลักษณ์ต่าง ๆ ได้ไม่เกิน 160 ตัวอักษร

ประธานและกรรมในแต่ละข้อความจะทำให้ประโยคขาดความสมบูรณ์และไม่ถูกต้องตามโครงสร้างไวยากรณ์ในภาษาเขียน แต่อย่างไรก็ตามการละที่ใช้ในข้อความสั้นสำเร็จรูปนั้นก็ไม่ได้ทำให้การสื่อความเสียไป และยังช่วยประหยัดพื้นที่ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากวิธีการสื่อสารของโทรศัพท์เคลื่อนที่มีลักษณะเป็นการสื่อสารที่มีปริบทเฉพาะสถานการณ์ระหว่างคู่สื่อสารแต่ละคู่ ดังนั้น ผู้รับส่งข้อความสั้นจึงทราบดีว่าประธานและกรรมที่ละไว้ก็คือผู้ส่งสารและผู้รับสาร เหล่านี้น่าจะเป็นสาเหตุให้มีการละเป็นจำนวนมาก จนอาจกล่าวได้ว่าการละเป็นลักษณะภาษาเฉพาะประการหนึ่งของการสร้างสรรค์ข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ อีกทั้งผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าผลจากการละประธานและกรรมทำให้ข้อความสั้นสำเร็จรูปส่วนใหญ่มีโครงสร้างการเริ่มต้นประโยคด้วยคำกริยา และแม้ว่าพื้นที่ในการสื่อสารจะมีอยู่จำกัดแต่ก็ไม่ปรากฏการละคำกริยาในการศึกษาครั้งนี้ เพราะเป็นที่ทราบกันดีว่าคำกริยาเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการสร้างประโยคและข้อความ โดยคำกริยาต่าง ๆ มักจะเป็นใจความและรายละเอียดที่ผู้ผลิตข้อความสั้นสมมุติขึ้นเพื่อแสดงวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ในการสื่อสารเรื่องราวอารมณ์และความรู้สึกไปยังผู้รับสารนั่นเอง

สำหรับการใช้อักษรย่อในข้อความสั้นสำเร็จรูป ผู้วิจัยพบว่าการใช้อักษรย่อคำในภาษาอังกฤษมีส่วนช่วยในการประหยัดพื้นที่การสื่อสารทางหนึ่ง โดยผู้ผลิตข้อความจะย่อคำในภาษาอังกฤษที่รู้จักกันโดยทั่วไป และอักษรย่อดังกล่าวมักมีปริบทภาษาแวดล้อมจึงทำให้เข้าใจความหมายของอักษรย่อนั้นได้ ในขณะที่การใช้อักษรย่อคำในภาษาไทยบางคำไม่มีความสัมพันธ์กับสื่อที่มีเนื้อที่จำกัด เพราะอักษรย่อคำภาษาไทยที่ปรากฏในการศึกษานี้ เป็นอักษรย่อที่ผู้ผลิตข้อความคิดขึ้นใหม่และมีความหมายเฉพาะในข้อความนั้น ไม่ใช่อักษรย่อที่รู้จักกันทั่วไป ดังนั้น อักษรย่อคำในภาษาไทยที่พบในข้อความสั้นจึงมักมีคำขยายความร่วมอยู่ด้วย เพื่อช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของอักษรย่อนั้น จึงกล่าวได้ว่าการใช้อักษรย่อคำในภาษาไทยลักษณะดังกล่าวไม่มีส่วนช่วยในการประหยัดพื้นที่การสื่อสาร แต่ทำหน้าที่เป็นเพียงกลวิธีหนึ่งในการนำเสนอข้อความเท่านั้น

นอกจากนี้ การใช้สำนวนและภาพพจน์ที่ปรากฏในข้อความสั้นสำเร็จรูปมีส่วนช่วยให้การนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ มีความสั้นกระชับ ทั้งยังสามารถสื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ให้ผู้รับสารเข้าใจและเห็นภาพได้อย่างชัดเจน โดยไม่ต้องอธิบายขยายความให้เยิ่นเย้อ อาจกล่าวได้ว่าผู้ผลิตข้อความเลือกใช้สำนวนและภาพพจน์เป็นกลวิธีหนึ่งในการสร้างเนื้อหาเพื่อให้เหมาะสมกับสื่อที่มีเนื้อที่จำกัดอย่างโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรืออีกนัยหนึ่งวิธีการสื่อสารหรือสื่อมีส่วนในการกำหนดลักษณะภาษานั่นเอง

ในส่วนของผลการศึกษาเรื่องการใช้รูปประโยคแสดงวัตถุประสงค์ในการสื่อสารครั้งนี้ พบว่ามีความสัมพันธ์กับวิธีการสื่อสารหรือสื่อบางประการ ซึ่งเห็นได้จากการเปรียบเทียบการใช้รูปประโยคแสดงวัตถุประสงค์แบบตรงและแบบอ้อม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 13

การใช้รูปประโยคแสดงวัตถุประสงค์แบบตรงและแบบอ้อมของข้อความสั้นสำเร็จรูป

การสื่อวัตถุประสงค์	ประโยคบอกเล่า	ประโยคคำถาม	ประโยคคำสั่ง	จำนวน	ร้อยละ
สื่อแบบตรง	319	23	13	355	33.81
สื่อแบบอ้อม	350	217	128	695	66.19
รวม	669	240	141	1050	100

จากตารางจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตข้อความเลือกใช้รูปประโยคทั้ง 3 ชนิด เพื่อสื่อวัตถุประสงค์แบบอ้อมคิดเป็นร้อยละ 66.19 และสื่อวัตถุประสงค์แบบตรงไปตรงมาคิดเป็นร้อยละ 33.81 เท่านั้น กล่าวคือ ผู้ผลิตเลือกใช้รูปประโยคสื่อวัตถุประสงค์แบบตรง เพื่อช่วยทำให้ผู้รับสารเข้าใจได้ทันที โดยไม่ต้องอธิบายให้เยิ่นเย้อ ซึ่งสอดคล้องกับวิธีการสื่อสารหรือสื่อที่มีพื้นที่บรรจุเนื้อหาค่อนข้างจำกัด แต่จากการเปรียบเทียบสัดส่วนของการใช้รูปประโยคในข้อความสั้นสำเร็จรูปครั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ผลิตกลับเลือกใช้รูปประโยคเพื่อสื่อวัตถุประสงค์แบบอ้อมมากที่สุด อาจเป็นเพราะการสื่อแบบอ้อมช่วยให้การบอกกล่าวเรื่องราวหรือความรู้สึกต่าง ๆ มีความหลากหลายขึ้น บางข้อความช่วยลดความหยาบคายและช่วยสร้างอารมณ์ขันให้แก่ผู้รับสาร อีกทั้งบางข้อความอาจช่วยป้องกันการเสียหน้าให้แก่ผู้ส่งสารหากผู้รับสารไม่ตอบสนองในสิ่งที่ถาม ข้อดีเหล่านี้อาจจะทำให้ผู้ผลิตเลือกใช้รูปประโยคแสดงวัตถุประสงค์แบบอ้อมเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ วิธีการสื่อสารยังมีส่วนในการกำหนดให้ข้อความสั้นสำเร็จรูปมุ่งแสดงการบอกเล่าเรื่องราวความรู้สึกของผู้ส่งสารมากกว่ามุ่งเร้าปฏิสัมพันธ์จากผู้รับสาร กล่าวคือ แม้ว่าผลการศึกษาจะมีจำนวนการใช้รูปประโยคคำถามและการใช้ประโยคคำสั่งสื่อแบบอ้อมมากกว่าการใช้รูปประโยคบอกเล่า แต่วัตถุประสงค์ของการถามและสั่งแบบอ้อมในการศึกษาครั้งนี้ แท้ที่จริงมุ่งแสดงการบอกกล่าวเรื่องราวและความรู้สึกของผู้ส่งสารในสถานการณ์ต่าง ๆ นั่นเอง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบริการเสริมดังกล่าวใช้สื่อสารในสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้ใช้โทรศัพท์สามารถซักถามความคิดเห็นกันได้ทันท่วงทีทำให้ผู้ผลิตไม่นิยมผลิตข้อความที่มุ่งแสดงการถามให้ตอบมากนัก

ตามปกติวิธีการสื่อสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีข้อจำกัดด้านปริบทสถานการณ์และมีความแตกต่างจากการสนทนาทั่วไป กล่าวคือ การสนทนาตามปกติเป็นการสื่อสารที่มีปริบทสถานการณ์ชัดเจนคู่สื่อสารสามารถนำสีหน้าท่าทางในขณะนั้น ๆ มาช่วยประกอบการทำความเข้าใจเจตนาที่คู่สื่อสารต้องการสื่อได้ชัดเจนขึ้น ส่วนการสนทนาผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่ได้เผชิญหน้ากันจึงทำให้ไม่สามารถเห็นสีหน้าท่าทางของคู่สื่อสารได้จะได้ยินเสียงหรือน้ำเสียงเท่านั้น เช่นเดียวกับการรับส่งข้อความสั้นสำเร็จรูปซึ่งเป็นบริการเสริมที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็มีข้อจำกัดดังกล่าวมาเช่นกัน แต่ทว่าข้อความสั้นสำเร็จรูปนั้นไม่ได้อาศัยการสื่อด้วยเสียงแต่อาศัยการสื่อด้วยตัวอักษรหรือตัวเขียน ดังนั้น ข้อจำกัดด้านวิธีการสื่อสารที่กล่าวมาอาจจะเป็นสาเหตุให้ผู้ผลิตข้อความสั้นสำเร็จรูปเลือกใช้ถ้อยคำ สำนวนต่าง ๆ ที่จะช่วยลดข้อจำกัดเกี่ยวกับปริบทสถานการณ์ เพื่อทำให้ข้อความสั้นสำเร็จรูปมีความใกล้เคียงกับการสนทนาของผู้ใช้โทรศัพท์มากที่สุด เห็นได้จาก การศึกษาครั้งนี้พบว่ามีการใช้คำที่มักไม่ปรากฏในภาษาเขียนหลายลักษณะเพื่อช่วยในการถ่ายทอดเสียงของคำให้คล้ายกับเสียงในการสนทนาตามปกติ เช่น การใช้คำที่สะกดแปลกไปจากปกติ การใช้คำอุทาน และการใช้คำลงท้ายต่าง ๆ โดยผู้รับสารจะสามารถได้ยินเสียงหรือน้ำเสียงของคำได้จากการอ่านคำในข้อความ นัยหนึ่งอาจต้องการให้ผู้ใช้บริการเกิดการยอมรับและรู้สึกคุ้นเคยเหมือนเป็นการสนทนาทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ตามปกติ และเลือกนำข้อความสั้นสำเร็จรูปที่กลุ่มผู้ผลิตสร้างสรรค์ขึ้นไปใช้สื่อสารกัน สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการจัดการสารของบริการเสริมรับส่งข้อความสั้นของเสาวนีย์ ศรีทับทิม (2545) ที่ต้องการให้บริการเสริมข้อความสั้นสำเร็จรูปเป็นบริการที่ช่วยเพิ่มมูลค่าและปริมาณการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทางหนึ่ง

5.2.2 <u>วัตถุประสงค์ของการผลิต</u>

การผลิตข้อความสั้นสำเร็จรูปนั้นมีวัตถุประสงค์หลักคือต้องการให้ข้อความดังกล่าวสามารถแทนการสื่อสารด้วยเสียงพูดของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งสามารถนำไปใช้สื่อสารทำความเข้าใจกันในสถานการณ์ที่ไม่ต้องการหรือไม่สามารถสื่อสารด้วยเสียงพูดได้ ทั้งนี้บริการเสริมดังกล่าวต้องการเพิ่มประโยชน์ใช้สอยให้แก่โทรศัพท์เคลื่อนที่ และช่วยอำนวยความสะดวกด้านการสื่อสารให้แก่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ให้สามารถสื่อสารกันได้ในทุกเวลาและทุกสถานที่นั่นเอง สอดคล้องกับผลการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่ามีการสร้างข้อความให้มีลักษณะคล้ายพฤติกรรมในการสื่อสารของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ แม้ว่าจะอาศัยสื่อด้วยตัวอักษรแทนการสื่อด้วยเสียงพูด

โดยภาพรวมของการศึกษาพบว่าข้อความสั้นสำเร็จรูปคล้ายภาษาพูดที่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้สนทนาอย่างมาก เห็นได้ชัดในเรื่องคำ สำนวน ภาพพจน์ที่ปรากฏในการศึกษาบทที่ 3 และวัตถุประสงค์หลากหลายของข้อความในการศึกษาบทที่ 4 ในที่นี้ผู้วิจัยจะพิจารณาว่าข้อความดังกล่าวมีความเป็นภาษาพูดมากน้อยเพียงใด โดยอาศัยแนวคิดเรื่องความเป็นภาษาพูดของสุดาพร ลักษณียนาวิน (2537) ที่กล่าวถึงความเป็นภาษาพูดว่ามีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีความไม่สมบูรณ์ (incompleteness)
2. มีความไม่ชัดเจน (inexplicitness)
3. มีการเบนเบี่ยงสูง (high proportion of errors)
4. มีการซ้ำ (repetition)
5. มีการแสดงออกทางอารมณ์อย่างชัดเจน (expressive)
6. มีการเสนอความแยกเป็นส่วน ๆ และสั้น ๆ (shorter units of information)

จากคุณสมบัติของภาษาพูดข้างต้น เราสามารถพิจารณาลักษณะของข้อความสั้นสำเร็จรูปว่ามีความเป็นภาษาพูดอย่างมาก กล่าวคือ ข้อความสั้นสำเร็จรูปมีความไม่ชัดเจนไม่สมบูรณ์ มีการเบนเบี่ยงสูง มีการซ้ำมาก และมีการแสดงออกทางอารมณ์อย่างชัดเจนโดยแสดงออกด้วยรูปภาษาต่าง ๆ กัน คือความไม่สมบูรณ์แสดงออกด้วยการละโครงสร้างของประโยคบางส่วนไว้ เช่น ละประธานและละกรรม เนื่องจากวิธีการสื่อสารดังกล่าวมีปริบทสถานการณ์การสื่อสารชัดเจนและเฉพาะเจาะจง โดยผู้ส่งสารและผู้รับสารจะผลัดกันเป็นผู้ทำกริยาหรือเป็นผู้ที่ถูกกล่าวถึงอย่างใดอย่างหนึ่ง จึงทำให้มีการละประธานและกรรมในข้อความดังกล่าวเป็นจำนวนมาก ส่วนความไม่ชัดเจนอาจแสดงด้วยรูปภาษาการย่อ โดยคำที่ถูกย่อจะไม่สามารถปรากฏตามลำพังได้ เพราะหากขาดปริบทก็จะทำให้ผู้รับสารไม่สามารถเข้าใจอักษรย่อได้ และการใช้อักษรย่อเป็นลักษณะภาษาที่พบในภาษาพูดเท่านั้น ส่วนการซ้ำเป็นลักษณะที่จะพบในภาษาพูดเนื่องจากการพูดมีความเป็นพลวัตเกิดขึ้นและจบอย่างรวดเร็วและการซ้ำเป็นกลวิธีในการช่วยจดจำสารอีกด้วย ลักษณะการซ้ำนี้ปรากฏในข้อความสั้นสำเร็จรูปเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการซ้ำเสียงซึ่งทำให้ข้อความสั้นสำเร็จรูปมีลักษณะเป็นร้อยแก้วที่มีเสียงสัมผัสคล้ายร้อยกรอง แต่ไม่เคร่งครัดสัมผัส จนอาจกล่าวได้ว่าการซ้ำเป็นลักษณะเฉพาะอย่างหนึ่งของข้อความสั้นสำเร็จรูป ส่วนการเบนเบี่ยงที่ปรากฏในการศึกษาครั้งนี้คือการใช้คำสะกดแตกต่างไปจากคำในภาษาเขียนหรือภาษามาตรฐาน โดยพบว่าข้อความสั้นสำเร็จรูปใช้การสะกดคำแปลกไปจากปกติเพื่อช่วยถ่ายทอดเสียงของคำให้ใกล้เคียงกับเสียงที่ใช้ในการสนทนา และใช้คำที่มักไม่ปรากฏร่วมกันเพื่อทำให้ข้อความมีความแปลก และสะดุดความสนใจผู้รับสาร

นอกจากนี้ ยังพบว่าข้อความสั้นสำเร็จรูปมีการแสดงออกทางอารมณ์สูงมาก เห็นได้จากผู้ผลิตข้อความเลือกใช้คำลงท้าย คำอุทาน คำกริยาวิเศษณ์ คำสแลง และสะกดคำให้มีเสียงใกล้เคียงกับเสียงหรือน้ำเสียงที่ใช้ในปริบทสถานการณ์ที่ต้องการให้ผู้รับสารได้ยินในปริบทการสื่อสารนั้น ๆ เพื่อช่วยให้ผู้รับสารรู้สึกคุ้นเคยกับข้อความเสมือนเป็นการสนทนาที่ใช้ในชีวิตประจำวันนั่นเอง จากลักษณะที่กล่าวมาทำให้สรุปได้ว่า ลักษณะของข้อความสั้นสำเร็จรูปมีความเป็นภาษาพูด แม้ว่าจะอาศัยสื่อด้วยตัวอักษรแทนการสื่อด้วยเสียงพูด สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการผลิตข้อความที่ต้องการให้ข้อความสั้นสำเร็จรูปแทนการสื่อสารที่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สื่อสารกัน โดยลักษณะภาษาทั้งหมดนี้ทำให้ข้อความสั้นสำเร็จรูปมีขนาดสั้น กระชับ เป็นข้อความที่เน้นการแสดงอารมณ์ของผู้สื่อสารเป็นสำคัญ เป็นข้อความที่มีการเบี่ยงเบนสูง เป็นข้อความที่มีการซ้ำเพื่อช่วยให้จดจำง่าย อีกทั้งมีการละส่วนประกอบในประโยคที่ทำให้ข้อความสั้นสำเร็จรูปเป็นข้อความที่มีโครงสร้างการเริ่มต้นด้วยคำกริยาปอยครั้งด้วย

5.2.3 <u>ปริบทสถานการณ์การสื่อสาร</u>

การรับส่งข้อความสั้นสำเร็จรูปที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ช่วยทำให้ผู้ใช้บริการสามารถสื่อสารกันได้ทุกเวลาและทุกสถานที่ แต่การสื่อสารรูปแบบดังกล่าวก็มีข้อจำกัดด้านปริบทสถานการณ์การสื่อสาร กล่าวคือ คู่สื่อสารไม่สามารถเห็นสีหน้าท่าทีของกันและกัน จึงไม่มีปริบทที่ช่วยทำความเข้าใจเจตนาที่แท้จริงของคู่สื่อสาร จากตัวอย่างการศึกษาครั้งนี้พบว่าข้อความสั้นสำเร็จรูปบางข้อความสามารถตีความได้มากกว่าหนึ่งอย่าง เมื่อคู่สื่อสารมีระดับความสัมพันธ์ ทัศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์แตกต่างกัน ดังนั้น การตัดสินว่าข้อความสั้นสำเร็จรูปหนึ่งจะสื่อวัตถุประสงค์หรือเจตนาอย่างใดอย่างหนึ่งนั้นขึ้นอยู่กับคู่สื่อสารที่นำข้อความดังกล่าวไปใช้ โดยผู้ผลิตข้อความไม่ได้กำหนดตายตัวว่าข้อความใดจะต้องนำไปใช้สื่อสารในสถานการณ์ใดบ้าง

5.2.4 <u>ปริบทวัฒนธรรม</u>

ภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารที่คนในสังคมใช้สื่อสารทำความเข้าใจกัน และภาษาก็เป็นเครื่องมือที่สะท้อนวัฒนธรรมอย่างหนึ่งในสังคมด้วย เห็นได้จากตัวอย่างการศึกษาภาษาในข้อความสำเร็จรูปที่ช่วยสะท้อนวัฒนธรรมหลายด้าน เช่น ข้อความสั้นที่มีการนำคำภาษาต่างประเทศมาใช้ในปริบทที่ต้องการสื่อถึงวัฒนธรรมการทักทาย การกิน การแสดงความรู้สึก

และอื่น ๆ ที่เรารับมาจากชาวตะวันตกและใช้สื่อสารปนกับภาษาไทยทั้งในรูปของคำ สำนวน และประโยค โดยผู้ผลิตข้อความจงใจนำคำภาษาต่างประเทศมาใช้ทั้งรูปคำและความหมายเดิม เนื่องจากเห็นว่าคำเหล่านี้เป็นคำที่สื่อถึงสิ่งที่เรารับมาใช้ได้ชัดเจนที่สุด และคำต่าง ๆ นี้เป็นที่รู้จักของคนในสังคม และใช้คำภาษาต่างประเทศร่วมกับคำภาษาไทยในแต่ละข้อความเพื่อช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ที่ผู้ผลิตต้องการสื่อได้ทันที โดยไม่ต้องขยายความให้เยิ่นเย้อ เหล่านี้ทำให้เกิดการปนภาษาในการสื่อสารด้วยข้อความสั้นสำเร็จรูปเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าปริบทวัฒนธรรมยังมีส่วนในการกำหนดการใช้รูปประโยคเพื่อแสดงวัตถุประสงค์ของข้อความสั้นสำเร็จรูปอีกด้วย เห็นได้จากผู้ผลิตข้อความเลือกใช้รูปประโยคสื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ แบบอ้อมมากกว่าสื่อแบบตรงไปตรงมา โดยประโยชน์ของการสื่อแบบอ้อมช่วยป้องกันการเสียหน้าให้แก่ผู้ส่งสารในกรณีที่ผู้รับสารตอบสนองไม่ตรงตามที่ผู้ส่งสารคาดไว้ อีกทั้งยังช่วยลดความไม่สุภาพ ความหยาบคาย และแสดงการให้เกียรติแก่ผู้รับสารด้วย เหล่านี้อาจจะเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีทัศนคติที่ดีต่อข้อความสั้นและเลือกใช้ข้อความสั้นสำเร็จรูปเป็นวิธีการสื่อสารอย่างหนึ่ง

นอกจากนี้ การนิยมสร้างข้อความสั้นสำเร็จรูปให้มีสัมผัสคล้ายร้อยกรองด้วยการสัมผัสเสียงสระและอักษรนั้น น่าจะมีความเกี่ยวข้องกับปริบทวัฒนธรรมของสังคมไทยด้วย กล่าวคือ คนไทยได้เรียนรู้และสั่งสมความเป็นคนเจ้าบทเจ้ากลอนจากการอ่านบทกวีและวรรณคดีต่าง ๆ ที่เขียนสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากการส่งสัมผัสของเสียงและคำตามแบบร้อยกรองช่วย ทำให้เกิดเสียงไพเราะ และทำให้คำต่าง ๆ มีจังหวะน่าฟัง อีกทั้งการซ้ำเสียงหรือซ้ำคำยังช่วยให้สามารถจดจำเรื่องราวได้เป็นอย่างดี โดยผู้ผลิตเลือกนำลักษณะดังกล่าวมาใช้และปรับเปลี่ยนให้เหมาะกับยุคสมัยซึ่งทำให้ข้อความสั้นสำเร็จรูปมีลักษณะเป็นร้อยแก้วที่มีเสียงสัมผัสคล้ายร้อยกรอง แต่จะไม่เคร่งครัดสัมผัสเท่ากับวรรณคดีหรือร้อยกรองมากนัก จนอาจกล่าวได้ว่าข้อความสั้นสำเร็จรูปเป็นวรรณกรรมร่วมสมัยขนาดสั้นที่ทำให้วัยรุ่นได้สัมผัสกับงานเขียนที่มีสัมผัสอย่างง่าย ๆ คล้ายวรรณกรรมร้อยกรองและสามารถนำไปใช้สื่อสารได้จริงด้วย

นอกจากนี้ ข้อความสำเร็จรูปจำนวนหนึ่งเลือกใช้ภาพพจน์ต่าง ๆ ที่มักปรากฏในงานเขียนร้อยกรองมาใช้เป็นกลวิธีที่ช่วยทำให้ผู้รับสารเข้าใจข้อความและเห็นภาพของสิ่งที่ต้องการสื่อดีขึ้น โดยปรับเปลี่ยนสิ่งที่นำมาเปรียบและสิ่งที่อ้างถึงให้เข้ากับยุคสมัย เพื่อช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจง่าย เช่น การกล่าวถึงดาราหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในยุคเดียวกับผู้รับสารเพื่อเชื่อมโยงไปสู่สาระของข้อความ โดยการใช้ภาพพจน์ในข้อความสั้นสำเร็จรูปนี้เป็นตัวอย่างการใช้ภาษาที่เปลี่ยนแปลงไปตามปริบทวัฒนธรรมที่ทำให้เข้าใจภาษากับสังคมว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่เสมอ

5.2.5 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายเป็นปัจจัยทางสังคมประการหนึ่งที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ข้อความสั้นสำเร็จรูป เห็นได้จากการจัดการสารข้อความสั้นสำเร็จรูปของเสาวนีย์ ศรีทับทิม (2545) ที่กล่าวถึงกลุ่มที่ยอมรับนวัตกรรมและเรียนรู้นวัตกรรมได้ง่ายก็คือกลุ่มวัยรุ่น สอดคล้องกับผลการศึกษาครั้งนี้ โดยพบว่าวัตถุประสงค์ของข้อความสั้นสำเร็จรูปมุ่งเน้นการหยอกล้อมากที่สุด รองลงมาคือการบอกกล่าวความรู้สึก และอื่น ๆ ซึ่งเห็นได้จากการศึกษารูปประโยคในบทที่ 4 และการใช้คำสำนวน ภาพพจน์ให้แปลก หรือผิดไปจากภาษามาตรฐานเป็นจำนวนมาก กอปรกับเรื่องราวที่สมมุติขึ้นส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเนื้อหาที่อยู่ในความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นอย่างชัดเจน เช่น เนื้อหาที่กล่าวอ้างถึงภาพยนตร์ ตัวละคร เพลง นักร้อง นักแสดง หรือเหตุการณ์บันเทิงที่นิยมอยู่ขณะนั้น นอกจากนี้ ยังพบว่าข้อความสั้นสำเร็จรูปปรับเปลี่ยนไปตามโอกาสหรือเทศกาลต่าง ๆ ในสังคมอยู่เสมอ เช่น เทศกาลปีใหม่ วาเลนไทน์ คริสต์มาส เป็นต้น ทั้งหมดนี้ย่อมสนับสนุนว่าข้อความสั้นสำเร็จรูปเป็นข้อความที่มุ่งดึงดูดและสร้างความพอใจให้แก่กลุ่มวัยรุ่นมากกว่ากลุ่มเป้าหมายวัยอื่น ๆ แต่ปัจจุบันมีผู้สนใจสร้างเนื้อหาที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายทุกเพศทุกวัยและมุ่งเน้นการเสนอเนื้อหาที่มีประโยชน์ทางจรรโลงจิตใจให้ดีขึ้น เช่น เนื้อหาคติคำคม คำสอนทางศาสนา และข้อเตือนใจ เพื่อสร้างความต้องการให้ผู้ใช้บริการได้ซึมซับหลักคำสอนดี ๆ โดยเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยการเสนอเป็นบริการรับส่งข้อความสั้นสำเร็จรูปผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งเป็นสื่อที่มีบทบาทกับคนในสังคมปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่าเป็นวิธีการปลูกฝังทัศนคติที่ดีให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่ปรับเปลี่ยนให้เหมาะกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปนั่นเอง

5.2.6 ข้อสังเกตอื่น ๆ

จากการศึกษาลักษณะภาษาของข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่ามีข้อสังเกตที่น่าสนใจเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ข้อความที่ทำให้ข้อความสั้นมีรูปแบบเฉพาะ ดังนี้

1. การศึกษาครั้งนี้พบว่ามีการนำเครื่องหมายวรรคตอนมาใช้ในข้อความ ซึ่งมีหน้าที่แตกต่างไปจากหน้าที่ของเครื่องหมายเดิม เช่น การใช้เครื่องหมายจุดไข่ปลา (...) เพื่อช่วยลากเสียงของคำที่อยู่ข้างหน้าเครื่องหมายให้ยาวออกไป (รัก.....แร้เหม็น) หรือนำเครื่องหมายยมก (ๆ) มาใช้แสดงการซ้ำมากกว่าหนึ่งครั้ง (รัก ๆๆๆๆๆ) เช่นเดียวกับนำเครื่องหมายอัศเจรีย์มาใช้

เน้นการแสดงอารมณ์ความรู้สึกต่าง ๆ มากกว่าหนึ่งครั้ง (โอ๊ย !!!) และเลือกใช้เครื่องหมายปรัศนีย์ (?) เพื่อช่วยแสดงการถามหรือแสดงความสงสัย นอกจากนี้มีการประดิษฐ์สัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมายหลายอย่าง :) สื่อความหมายเชิงพอใจ :P เพื่อสื่อความหมายเชิงหยอกล้อ ทั้งนี้ผู้ผลิตข้อความอาจต้องการให้เครื่องหมายดังกล่าวช่วยแสดงวัตถุประสงค์ของข้อความให้ชัดเจนขึ้น เนื่องจากวิธีการสื่อสารด้วยข้อความสั้นสำเร็จรูปไม่มีปริบทสถานการณ์การสื่อสารที่ชัดเจนเท่าการสนทนาโดยตรง ดังนั้น จึงอาศัยเครื่องหมายวรรคตอนและสัญลักษณ์ดังกล่าวมาช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจเจตนาของผู้ส่งสารดีขึ้น

2. ข้อความสั้นสำเร็จรูปมีลักษณะคล้ายภาษาที่ใช้สื่อสารในวิทยุติดตามตัว (เพจเจอร์) แต่อาจต่างกันที่ข้อความสั้นสำเร็จรูปเป็นการสื่อสารผ่านสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสามารถในการโต้ตอบกลับได้ทันที ในขณะที่ข้อความในวิทยุติดตามตัวมีข้อจำกัดคือไม่สามารถโต้ตอบหรือสอบถามข้อสงสัยได้ทันที เนื่องจากการสื่อสารผ่านวิทยุติดตามตัวต้องผ่านศูนย์ข้อมูลก่อนแล้วจึงส่งต่อทำให้การสื่อสารล่าช้า ซึ่งน่าจะเป็นเหตุให้การสื่อสารผ่านวิทยุติดตามตัวไม่ได้รับความนิยมนัก และทำให้ผู้ใช้หันมานิยมสื่อสารผ่านสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถรับส่งข้อความที่เป็นตัวอักษรได้เช่นเดียวกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาการใช้รูปประโยคแสดงวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของข้อความสั้นสำเร็จรูป (SMS) ที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยพิจารณาจากรูปภาษาเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ซึ่งสมควรจะได้มีการศึกษาเพิ่มเติมโดยพิจารณาปริบทแวดล้อมของผู้นำข้อความไปใช้ด้วย เช่น ศึกษาระดับความสัมพันธ์ของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทัศนคติ ความเชื่อ ประสบการณ์ และสถานการณ์การสื่อสารว่ามีส่วนทำให้การตีความหมายของข้อความหนึ่งเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ เนื่องจากผู้วิจัยพบว่าข้อความสั้นสำเร็จรูปบางข้อความตีความได้มากกว่าหนึ่งประการ

2. ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาโครงสร้างทางความหมายเพิ่มเติม เช่น การเริ่มต้นของข้อความ การนำเสนอเนื้อหา การจบการนำเสนอ และกระบวนการแสดงความสัมพันธ์ทางความหมายของข้อความสั้นสำเร็จรูป เพื่อให้เข้าใจกลไกการสร้างสรรค์ภาษาในระดับข้อความของการสื่อสารรูปแบบดังกล่าว และอาจทำให้เห็นความเหมือนหรือความแตกต่างระหว่างข้อความสั้นสำเร็จรูปที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่กับข้อความทั่วไป ๆ ด้วย