


การสื่อสารความหมายจากสัญรูปแสดงอารมณ์และความรู้สึก  
ผ่านการใช้โปรแกรม INSTANT MESSAGING



นางสาวปรารถนา อรัญญิก

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2549

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

EMOTICON COMMUNICATION VIA INSTANT MESSAGING PROGRAM



Miss Prathana Arunyig

สถาบันวิทยบริการ

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Journalism

Department of Journalism

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2006

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การสื่อสารความหมายจากสัญลักษณ์และความรู้สึกผ่านการ  
ใช้โปรแกรม INSTANT MESSAGING

โดย

นางสาวปรารธนา อรัญญิก

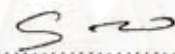
สาขาวิชา

วารสารสนเทศ


อาจารย์ที่ปรึกษา


ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณรงค์ ขำวิจิตร

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับนี้เป็นส่วน  
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

  
..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(ศาสตราจารย์สุกัญญา สุตบรรทัด)

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณรงค์ ขำวิจิตร)

  
..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์รจิตลักษณ์ แสงอุไร)

ปรารภณา อรรถฎีก : การสื่อสารความหมายจากสัญลักษณ์รูปแสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านการ  
ใช้โปรแกรม INSTANT MESSAGING. (EMOTICON COMMUNICATION VIA INSTANT  
MESSAGING PROGRAM) อ. ที่ปรึกษา : ผศ.ณรงค์ ขำวิจิตร, 179 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาถึงวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้  
emoticon ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ emoticon ลักษณะการตีความหมายต่อ emoticon การแสดงออกทางอารมณ์  
และความรู้สึกผ่านการใช้ emoticon รวมไปถึงอิทธิพลของ emoticon ที่มีต่อประสิทธิภาพทางการสื่อสารและความ  
คิดเห็นของผู้สื่อสารต่อ emoticon ประเภทต่าง ๆ โดยอาศัยแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บข้อมูล

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าวัตถุประสงค์ที่สำคัญสุดในการเลือกใช้ emoticon คือ เพื่อแสดงออกทาง  
อารมณ์และความรู้สึกให้ผู้สนทนารับทราบ ซึ่งวัตถุประสงค์ดังกล่าวสอดคล้องกับปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้  
emoticon กล่าวคือ อารมณ์และความรู้สึกของผู้สนทนาในขณะนั้น ๆ ในส่วนของการตีความหมาย emoticon นั้น  
ผลการวิจัยพบว่าแต่ละบุคคลจะตีความหมายและเลือกใช้ emoticon แตกต่างกันไปในแต่ละกรณี emoticon ที่ได้รับ  
การเลือกใช้มากที่สุด คือ "มีความสุข" อิทธิพลของ emoticon มีความสำคัญและมีประสิทธิภาพทางการสื่อสารโดย  
ผู้สื่อสารต้องพิจารณาถึงปัจจัยแวดล้อม และสามารถนำไปใช้ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม สำหรับความคิดเห็นของ  
ผู้สื่อสารที่มีต่อ emoticon ประเภทต่าง ๆ พบว่า emoticon ที่นิยมเลือกใช้มากที่สุด คือ emoticon แบบเคลื่อนไหว  
เนื่องจากสามารถเพิ่มอรรถรสในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามสิ่งสำคัญในการใช้ emoticon คือ ต้อง  
คำนึงถึงกรอบวัฒนธรรมและบริบทแวดล้อมในขณะที่สนทนาเป็นหลัก และจากการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์โดย  
อาศัย emoticon เข้ามาช่วยนั้น สามารถทำให้การสื่อสารมีความสมบูรณ์มากขึ้นและเป็นการทดแทนการสื่อสารทาง  
คอมพิวเตอร์แบบดั้งเดิมซึ่งไม่สามารถทำได้

นอกจากนี้ผลการวิจัย พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้ emoticon แตกต่างกัน โดย  
เพศชายใช้ emoticon เพื่อลดความเป็นทางการในการสื่อสารมากกว่าเพศหญิง ในขณะที่ไม่พบความแตกต่าง  
ระหว่างนิสิตนักศึกษา กับคนวัยทำงาน และเพศที่แตกต่างกันมีการเลือกใช้ emoticon แตกต่างกันโดยเพศชายใช้  
อารมณ์และความรู้สึก "มีความสุข" มากกว่าเพศหญิง ในขณะที่นิสิตนักศึกษาใช้อารมณ์และความรู้สึก "มีความสุข"  
และ "อับอาย" มากกว่าคนวัยทำงานและคนวัยทำงานมีการใช้อารมณ์และความรู้สึก "เครียด" มากกว่านิสิตนักศึกษา

ภาควิชาวารสารสนเทศ  
สาขาวิชาวารสารสนเทศ  
ปีการศึกษา 2549

ลายมือชื่อนิสิต..... ปสาวภา อรรถฎีก  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



## 4785087428 : MAJOR JOURNALISM

KEY WORD: EMOTICON / INSTANT MESSAGING / EMOTIONS AND FEELINGS

PRATHANA ARUNYIG : EMOTICON COMMUNICATION VIA INSTANT MESSAGING PROGRAM THESIS ADVISOR : ASST.PROF. NARONG KHAMWIJIT, 179 pp.

This research was conducted, both quantitatively and qualitatively, in order to study the objectives of employing emoticons, factors that are involved in choice of employing emoticons, ways of interpreting emoticons, expressing emotions and feelings through the use of emoticons, the influence of emoticons on the effectiveness of communication, and the communicators' opinions towards different types of emoticons. Data has been collected through surveys and in-depth interviews.

The research results indicate that the most important objective of employing emoticon is for expressing emotions and feelings to the conversation partner. This matches the most important factor in the choice of employing emoticons, which is the communicator's current emotions and feelings. As for the interpretations of emoticon, the research suggests that each individual would interpret and choose to use emoticons differently according to different circumstances. The most frequently employed emoticon is "happy." The influence of emoticons is significant. They could contribute to the effectiveness of communication if the communicator is aware of the context and is able to employ emoticons appropriately. In terms of communicators' opinion towards different types of emoticon, research results indicate that animated emoticons are most popularly used because they make the communication livelier. However, an important aspect of employing emoticons is to give serious consideration to cultural boundaries and the context of the conversation. The use of emoticons in computer-mediated communication makes each communication more complete. It has come to replace the old way of the communication through computers, which could not be done in the same way.

Moreover, the research has found that users of different genders tend to have different objectives for their employment of emoticons. Male users, more so than their female counterparts, tend to employ emoticons as a way of decreasing the formality of the communication. No such difference was found between sample groups of university students and working people. Choices of emoticon also vary according to gender differences. Male users tend to use the "happy" emoticon more than female users. University students also tend to use the "happy" and "embarrassed" emoticons more frequently than people of working age, and working people tend to employ the "stressed" emoticon more often than students.

Department Journalism  
Field of study Journalism  
Academic year 2006

Student's signature..... Prathana Arunyig..  
Advisor's signature..... N. Khamwjit.....  
Co-advisor's signature..... -.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงเป็นรูปเล่มที่สมบูรณ์ได้ด้วยความเมตตา และการช่วยเหลือจากผู้มีพระคุณหลาย ๆ ท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ณรงค์ ขำวิจิตร อาจารย์ที่ปรึกษาผู้คอยเอาใจใส่และให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ตลอดการทำวิทยานิพนธ์ ขอกราบขอบพระคุณศาสตราจารย์สุกัญญา สุตบรรทัด ประธานกรรมการ และรองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร กรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ สำหรับคำแนะนำที่ดีเพื่อปรับปรุงให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์และกลุ่มตัวอย่างที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการสัมภาษณ์ และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณเพื่อน ๆ โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย เพื่อน ๆ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และเพื่อน ๆ JR จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยสำหรับความช่วยเหลือและกำลังใจที่มีให้แก่นักเสมอมา ขอขอบคุณพี่นายและพี่โธสำหรับความเป็นห่วงและความช่วยเหลือในเรื่องการเรียน

ท้ายสุดนี้ขอกราบขอบพระคุณคุณยาย คุณพ่อ และคุณแม่ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญที่สุดในชีวิต สำหรับความรัก ความเอาใจใส่ เป็นกำลังใจ เป็นแรงบันดาลใจ และเป็นแรงผลักดันให้ผู้วิจัยมีวันนี้ ขอขอบคุณสำหรับความเป็นห่วงและกำลังใจที่ดีของญาติพี่น้องทุกท่าน ขอขอบคุณพี่เอ็ม พี่ปอนด์ และน้องทั้งสองที่อยู่เคียงข้างเสมอมาตลอดการทำวิทยานิพนธ์ ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นมุมมองชีวิตใหม่เพิ่มขึ้น ทำให้มีความอดทน รู้จักการให้กำลังใจตัวเอง และผู้วิจัยจะเก็บบรรยากาศต่าง ๆ ที่ได้จากทำวิทยานิพนธ์ไว้ในความทรงจำตลอดไป

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	๗

## บทที่

1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	9
ปัญหาคำถามการวิจัย.....	9
ขอบเขตการวิจัย.....	9
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
ทฤษฎีการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์.....	13
ทฤษฎีที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี.....	17
ทฤษฎีสัญญาวิทยา.....	23
ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล.....	29
ทฤษฎีอารมณ์ และการแสดงออกทางอารมณ์.....	33
แนวคิดเกี่ยวกับสังคม และวัฒนธรรม.....	42
แนวคิดเกี่ยวกับรหัสของการ์ตูน.....	46
แนวคิด Visual communication.....	60
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	64
สมมติฐานในการวิจัย.....	66

3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	67
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	67
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	68
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	70
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	70
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
4. ผลการวิจัย.....	72
การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม.....	72
การสัมภาษณ์เชิงลึก.....	135
5. สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	152
สรุปและอภิปรายผลการวิจัย.....	152
ข้อเสนอแนะ.....	164
รายการอ้างอิง.....	165
ภาคผนวก.....	169
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	179



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงการเปรียบเทียบการสื่อสารแบบระหว่างบุคคลกับการสื่อสารแบบใหม่.....	20
2 แสดงจำนวนและร้อยละตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง.....	72
3 แสดงจำนวนและร้อยละตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง.....	73
4 แสดงจำนวนและร้อยละตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง.....	73
5 แสดงจำนวนและร้อยละตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง.....	74
6 แสดงจำนวนและร้อยละตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่างวัยทำงาน.....	74
7 แสดงจำนวนและร้อยละตามสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง.....	75
8 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการใช้บริการจากอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวัน ของกลุ่มตัวอย่าง.....	75
9 แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้บริการจากอินเทอร์เน็ต ของกลุ่มตัวอย่าง.....	76
10 แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้โปรแกรม instant messaging ของกลุ่มตัวอย่าง.....	78
11 แสดงจำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการสื่อสารโดยใช้โปรแกรม instant messaging ของกลุ่มตัวอย่าง.....	78
12 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาการใช้โปรแกรม instant messaging โดยเฉลี่ยต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง.....	79
13 แสดงค่าเฉลี่ยของวัตถุประสงค์การใช้โปรแกรม instant messaging ของกลุ่มตัวอย่าง.....	79
14 แสดงร้อยละของการใช้ instant messaging ในการติดต่อระหว่างบุคคล ของกลุ่มตัวอย่าง.....	80
15 แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้ emoticon ประกอบการสนทนาในโปรแกรม instant messaging ของกลุ่มตัวอย่าง.....	81
16 แสดงจำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการใช้ emoticon ประกอบการสนทนา ในโปรแกรม instant messaging ของกลุ่มตัวอย่าง.....	81
17 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในส่วนของความบ่อยครั้งในการใช้ emoticon ประกอบการสนทนาในโปรแกรม instant messaging.....	82

18	แสดงจำนวนและร้อยละของการหา emoticon เพิ่มเติมจากที่มีอยู่ในโปรแกรมของกลุ่มตัวอย่าง.....	82
19	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในส่วนของความบ่อยครั้งในการหา emoticon ประกอบการสนทนาในโปรแกรม .....	83
20	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ไม่ได้หา emoticon เพิ่มเติมจากที่มีอยู่ในโปรแกรมของกลุ่มตัวอย่าง.....	83
21	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในส่วนของเหตุผลที่ไม่ได้หา emoticon เพิ่มเติมจากที่มีอยู่ในโปรแกรม.....	84
22	แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่ใช้หา emoticon เพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่าง.....	85
23	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในส่วนของแหล่งที่ใช้หา emoticon เพิ่มเติม.....	85
24	แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบ emoticon ที่ได้รับการเลือกใช้มากที่สุด เพื่อประกอบการสนทนาของกลุ่มตัวอย่าง.....	86
25	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในส่วนของรูปแบบ emoticon ที่ได้รับการเลือกใช้มากที่สุดเพื่อประกอบการสนทนา.....	86
26	แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้ emoticon ในช่องทางต่าง ๆ นอกจากใน instant messaging.....	87
27	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในส่วนของการใช้ emoticon ในช่องทางต่าง ๆ นอกจากใน instant messaging.....	88
28	แสดงค่าเฉลี่ยของลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon ที่มีการเลือกใช้ บ่อยที่สุดของกลุ่มตัวอย่าง.....	89
29	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและและหญิงในส่วนของค่าเฉลี่ยของลักษณะอารมณ์ และความรู้สึกของ emoticon ที่มีการเลือกใช้บ่อยที่สุด.....	90

30	แสดงค่าเฉลี่ยของวัตถุประสงค์การใช้ emoticon ของกลุ่มตัวอย่าง.....	92
31	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในส่วนของวัตถุประสงค์การใช้ emoticon .....	93
32	แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้ emoticon ต่อบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	95
33	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในส่วนของการใช้ emoticon ต่อบุคคล.....	95
34	แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการใช้ emoticon ของกลุ่มตัวอย่าง.....	97
35	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในส่วนของปัจจัยการใช้ emoticon.....	99
36	แสดงจำนวนและร้อยละของความเพียงพอของ emoticon ที่มีต่อความต้องการ ในการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่าง.....	100
37	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในส่วนของ การแสดงออกทางอารมณ์และ ความรู้สึก.....	100
38	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะอารมณ์และความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่าง ต้องการให้มีเพิ่มเติม.....	101
39	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในส่วนของลักษณะอารมณ์และความรู้สึก ที่ต้องการให้มีเพิ่มเติม.....	103
40	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสียจากการใช้ emoticon ของกลุ่มตัวอย่าง.....	105
41	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในส่วนของข้อเสียจากการใช้ emoticon.....	105
42	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นต่อข้อเสียจากการใช้ emoticon ของกลุ่มตัวอย่าง.....	106
43	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในส่วนของความคิดเห็นต่อข้อเสีย จากการใช้ emoticon ของกลุ่มตัวอย่าง.....	107

44	แสดงจำนวนและร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป 🍎 ของกลุ่มตัวอย่าง.....	110
45	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในการตีความหมาย emoticon รูป 🍎.....	110
46	แสดงจำนวนและร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป 🎁 ของกลุ่มตัวอย่าง.....	111
47	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในการตีความหมาย emoticon รูป 🎁.....	112
48	แสดงจำนวนและร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป 🚫 ของกลุ่มตัวอย่าง.....	113
49	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในการตีความหมาย emoticon รูป 🚫.....	114
50	แสดงจำนวนและร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป 👍 ของกลุ่มตัวอย่าง.....	115
51	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในการตีความหมาย emoticon รูป 👍.....	116
52	แสดงจำนวนและร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป 🌈 ของกลุ่มตัวอย่าง.....	117
53	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในการตีความหมาย emoticon รูป 🌈.....	118
54	แสดงจำนวนและร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป 📞 ของกลุ่มตัวอย่าง.....	119
55	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในการตีความหมาย emoticon รูป 📞.....	119
56	แสดงจำนวนและร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป 🗨️ ของกลุ่มตัวอย่าง.....	120
57	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในการตีความหมาย emoticon รูป 🗨️.....	121

58	แสดงจำนวนและร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป 🌸 ของกลุ่มตัวอย่าง.....	122
59	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในการตีความหมาย emoticon รูป 🌸.....	123
60	แสดงจำนวนและร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป ❤️ ของกลุ่มตัวอย่าง.....	124
61	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในการตีความหมาย emoticon รูป ❤️.....	125
62	แสดงจำนวนและร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป 📦 ของกลุ่มตัวอย่าง.....	126
63	แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิงในการตีความหมาย emoticon รูป 📦.....	126
64	แสดงร้อยละในการตีความหมาย emoticon ของกลุ่มตัวอย่าง.....	128
65	เปรียบเทียบความความแตกต่างระหว่างเพศกับวัตถุประสงค์ในการใช้ emoticon.....	131
66	เปรียบเทียบความความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับวัตถุประสงค์ในการใช้ emoticon.....	132
67	เปรียบเทียบความความแตกต่างระหว่างเพศกับการเลือกใช้ลักษณะอารมณ์ และความรู้สึกของ emoticon.....	133
68	เปรียบเทียบความความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับการเลือกใช้ลักษณะอารมณ์ และความรู้สึกของ emoticon.....	134



## สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงการสนทนาผ่านโปรแกรม instant messaging โดยใช้ emoticon ประกอบ	8
2 แสดงการสนทนาผ่านโปรแกรม instant messaging โดยใช้ emoticon ประกอบ	8
3 แสดงแบบจำลองแนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยี.....	17
4 แสดงลักษณะอารมณืที่ใช้ในการวิจัยข้ามวัฒนธรรม (cross-cultural research).....	37
5 แสดงการเกิดอารมณ์ตามทฤษฎีของ James-Lange.....	39
6 แสดงการเกิดอารมณ์ตามทฤษฎีของ Cannon-Bard.....	40
7 แสดงการเกิดอารมณ์ตามทฤษฎีของ Lazarus.....	41



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการพัฒนาความคิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เทคโนโลยีได้กลายเป็นปัจจัยพื้นฐานสำหรับมนุษย์ในปัจจุบัน สำหรับด้านการสื่อสารเองก็เช่นกัน ปฏิเสธไม่ได้ว่าสิ่งหนึ่งที่มีส่วนช่วยในการติดต่อสื่อสารนั้นมาจากการพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศที่รุดหน้าไปไกล

วัฒนธรรมการสื่อสารของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงแตกต่างกันไปในแต่ละยุคสมัย โดยสามารถแบ่งยุคของวัฒนธรรมการสื่อสารออกได้เป็น 4 ยุค ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2544: 82 - 87)

1. ยุคของวัฒนธรรมการสื่อสารแบบมุขปาฐะ (oral culture)
2. ยุคของวัฒนธรรมการสื่อสารแบบการเขียน (writing culture)
3. ยุคของวัฒนธรรมการสื่อสารแบบการพิมพ์ (print culture)
4. ยุคของวัฒนธรรมการสื่อสารแบบอิเล็กทรอนิกส์ (electronic culture)

ในยุคแรกการสื่อสารของมนุษย์อยู่ในรูปแบบวัฒนธรรมมุขปาฐะซึ่งใช้เสียง (sound) เป็นสื่อเดียวในการสื่อสาร โดยที่มนุษย์สามารถรับรู้ได้ในขณะที่เสียงถูกเปล่งและดังก้อง แต่เมื่อมีเสียงใหม่ขึ้นมา ก็จะเข้ามาแทนที่เสียงซึ่งเกิดขึ้นก่อนหน้านี้ ดังนั้นเสียงจึงเป็นสิ่งที่ไม่จีรัง คนในสมัยก่อนจึงต้องอาศัยความจดจำที่ดีมาช่วยในการสนทนาระหว่างกัน ทั้งนี้เพราะไม่สามารถจดบันทึกสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้เนื่องจากยังไม่มีภาษาเขียน การสื่อสารในสมัยนั้นเป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากัน (face-to-face communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลที่สามารถเห็นถึงการแสดงท่าทาง สีหน้า สายตา น้ำเสียง ประกอบในการสนทนา ทำให้ผู้ส่งสาร (sender) และผู้รับสาร (receiver) สามารถเห็นถึงปฏิริยาและสามารถแสดงปฏิริยาตอบโต้กันได้ ในระหว่างที่สื่อสาร

จากภาษาพูดได้วิวัฒนาการมาเป็นวัฒนธรรมภาษาเขียน ซึ่งหากเทียบกันแล้วจะเห็นได้ว่าการพูดกับการเขียนมีความแตกต่างกัน การเขียนสามารถทำให้เจ้าของความคิดนั้นสามารถคิดทบทวนความทรงจำ ตรวจสอบความคิดของตนได้ และได้เปลี่ยนจากการอาศัยหลักการจดจำโดยระบบความจำของตัวเองมาเป็นการจดจำแบบถ้อยคำ (verbatim memory)

การเขียนสามารถแยกตัวตนออกมาจากชุมชนได้ เนื่องจากการเขียนสามารถสื่อสารกันได้ในข้ามเวลา (time) และพื้นที่ (space) การสื่อสารโดยการเขียนนี้ เป็นเหมือนจุดกำเนิดของวัฒนธรรมการพิมพ์ที่ทำให้มนุษย์รับสื่อทางสายตามากกว่าสื่อประสาทอื่น ๆ ซึ่งการพิมพ์ทำให้ความสัมพันธ์ทางตากับตัวหนังสือสัมพันธ์กันมากขึ้น และสามารถเชื่อมโยงความคิดหนึ่งไปยังอีกความคิดหนึ่งได้

ในยุคปัจจุบันโลกเราก้าวเข้าสู่วัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเต็มไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัยมากมาย เทคโนโลยีสารสนเทศได้พัฒนารูปแบบการสื่อสารให้ง่ายและสะดวกขึ้น โดยที่ไม่ต้องเห็นหน้าค่าตากันระหว่างผู้สื่อสาร จากเดิมที่ต้องติดต่อสื่อสารกันผ่านทางจดหมาย โทรเลข โทรศัพท์ โทรศัพท์มือถือ และพัฒนาเรื่อยมาจนเกิดเป็นระบบอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ต (internet) เป็นช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยมและแพร่หลายอย่างมาก เนื่องจากมีศักยภาพในการติดต่อสื่อสารและสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว นอกจากนี้ระบบอินเทอร์เน็ตยังทำให้คอมพิวเตอร์ทุกเครื่อง ทุกระบบสามารถติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้ โดยเชื่อมต่อผ่านทางสายโทรศัพท์

การบริการทางอินเทอร์เน็ตมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นการบริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail), การโอนถ่ายแฟ้มข้อมูลระหว่างคอมพิวเตอร์ (FTP: File Transfer Protocol), telnet, การบริการข้อมูลผ่านทาง WWW. (World Wide Web), การสนทนาผ่านทางห้องสนทนา (chatting), การส่งข้อความเร่งด่วนทางคอมพิวเตอร์ (instant messaging) เป็นต้น

สำหรับการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (computer-mediated communication) นั้นมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นตัวช่วยในการเชื่อมโยงทำให้ผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถติดต่อกันได้หลายทิศทาง (multi-user dimension) และสามารถติดต่อถึงกันได้ทันทีทันใด (synchronous communication)

ในปัจจุบันการสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์แบบหนึ่งซึ่งได้รับความนิยมมากนั้นคือ การส่งข้อความเร่งด่วนทางคอมพิวเตอร์ (instant messaging) ซึ่งงานวิจัยของ Eulynn Shiu และ Amanda Lenhart ในเรื่อง “How Americans use instant messaging” จาก Pew Internet พบว่า

1. คนอเมริกันจำนวน 53 ล้านคน นิยมใช้โปรแกรม instant messaging และมีแนวโน้มว่าคนจะสนใจเทคโนโลยีมากขึ้น
2. ถึงแม้ว่าคนอเมริกันใช้ e-mail บ่อยกว่า instant messaging ก็ตาม แต่จากการสำรวจพบว่าคนเริ่มหันมาใช้ instant messaging กันมากขึ้นเช่นกัน แสดงให้เห็นว่า instant messaging กำลังเข้าสู่สังคมอเมริกันและมีแนวโน้มว่าจะเป็นที่แพร่หลายอย่างกว้างขวาง
3. วัยรุ่นนิยมใช้ instant messaging มากกว่าผู้ใหญ่

ข้อมูลจาก Pew Internet & American Life Project Tracking Survey พบว่า ช่วงอายุของคนอเมริกันที่มีพฤติกรรมการใช้ instant messaging มากที่สุด คือ Generation Y (ผู้ที่เกิดในช่วงปี ค.ศ.1977-1986) คิดเป็น 62% รองลงมาคือ Generation X (ผู้ที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1965-1976) คิดเป็น 37% และ trailing boomers (ผู้ที่เกิดในช่วงปี ค.ศ.1946-1964) คิดเป็น 33% ตามลำดับ

สำหรับในประเทศไทยนั้น พบว่า คนไทยส่วนใหญ่นิยมใช้โปรแกรม instant messaging จากบริการของ MSN messenger มากที่สุด โดยคาดว่าจำนวนผู้ใช้ MSN messenger ในประเทศไทยน่าจะไม่ต่ำกว่า 90% หรืออาจจะสูงถึง 95% ซึ่งมีมากจนทำให้เกิดการเปิด [www.msn.co.th](http://www.msn.co.th) ภาคราชการขึ้นมา รองลงมา คือ การใช้บริการของ ICQ ซึ่งมักจะเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรุ่นเก่าในยุคแรก ๆ ตามมาด้วย Yahoo messenger และ AOL

Instant messaging เป็นบริการเชื่อมโยงเพื่อใช้ในการบริการรับส่งข้อความ ซึ่งแตกต่างจาก e-mail เพราะการสนทนาหรือรับส่งข้อความนี้ จะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน (real time) และมีลักษณะพิเศษ คือ เป็นโปรแกรมที่ผู้สื่อสารสามารถติดต่อสื่อสารได้หลายทิศทางพร้อม ๆ กัน (multi-user synchronous communication) ข้อมูลจาก Pew Internet & American Life Project Tracking Survey พบว่าในระหว่างที่คนอเมริกันสนทนากับเพื่อนในโปรแกรม instant messaging อยู่ก็สามารถใช้งานอย่างอื่นไปในขณะที่สนทนาได้ อาทิเช่น ส่งเว็บไซต์ หรือบทความต่าง ๆ ที่น่าสนใจระหว่างกัน คิดเป็น 35%, ส่งรูปภาพ และเอกสาร คิดเป็น 39%, ใช้ไมโครโฟน และวิดีโอประกอบในขณะที่สนทนา คิดเป็น 21% ส่งไฟล์เพลง และไฟล์วิดีโอ คิดเป็น 11% ตามลำดับ

นอกจากนี้ instant messaging ยังสามารถใช้งานอื่น ๆ ประกอบด้วย ไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมโยงไปสู่การเช็ค e-mail, search engine, games, SMS (Short Message Service) และที่สำคัญยังมีองค์ประกอบที่โดดเด่น คือ มี emoticon หลากหลายรูปแบบให้เลือกใช้ และเลือกดาวโหลด เพื่อใช้ประกอบในการสนทนา และสำหรับโปรแกรม instant messaging ที่เป็นที่ยอมรับมาก ได้แก่ AOL, Yahoo messenger, MSN messenger เป็นต้น

งานวิจัยของ นาริรัตน์ สุวรรณวาริ (2543) พบว่า ลักษณะการสื่อสารแบบผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นั้นขึ้นอยู่กับข้อความที่ใช้ในการสื่อสาร (text-base communication) ซึ่งปราศจากอารมณ์ (socioemotional) ไม่มีความเป็นส่วนตัว (impersonal) ขาดอภัยยศยไมตรี (sociable) ขาดความเป็นกันเอง (friendly) เป็นต้น แต่ในปัจจุบันผู้วิจัยเห็นว่ารูปแบบของการสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์นั้นได้เปลี่ยนแปลงไป และไม่ได้ถูกจำกัดการสื่อสารอยู่เพียงเท่านั้นอีกต่อไป

ในการสื่อสารระหว่างมนุษย์ในชีวิตประจำวัน ผู้สื่อสารสามารถรับรู้อารมณ์และความรู้สึกระหว่างกันได้จากการแสดงสีหน้า (facial expression) ท่าทาง อิริยาบถ ลักษณะ โทนเสียง ฯลฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จัดเป็นการสื่อสารแบบอวัจนภาษา

อวัจนภาษา (non-verbal communication) หมายถึง การสื่อความหมายโดยใช้ภาษากาย ภาษาเขียน ภาษามือ การแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง กิริยาอาการต่าง ๆ การใช้รูปภาพ สัญลักษณ์ต่าง ๆ การสั่งการด้วยตัวหนังสือ เป็นต้น

การติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวัน ผู้สื่อสารสามารถใช้การแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง อากาหร น้ำเสียง ฯลฯ เป็นตัวช่วยในการสื่อความหมายกับคู่สนทนาดังที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่การสื่อสารในโลกออนไลน์หรือโลกดิจิทัล ผู้สื่อสารจะสามารถรับรู้ถึงอารมณ์และความรู้สึกของอีกฝ่ายได้อย่างไร ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้มนุษย์พยายามหาวิธีที่จะช่วยให้การสื่อสารนั้นมีความใกล้เคียงกับการสนทนาในชีวิตประจำวันมากที่สุด โดยได้มีการคิดค้นรูปแบบการสื่อความหมายให้สามารถทดแทนสิ่งที่ขาดหายไปในการสนทนา

มนุษย์ได้คิดค้นการสร้างคำหรือการประกอบข้อความในรูปแบบใหม่ขึ้นมาใช้ประกอบการสนทนา เพื่อให้สามารถแสดงอารมณ์และความรู้สึกระหว่างกันได้รวมไปถึงการสร้างสัญลักษณ์ (sign) ขึ้นมาเพื่อช่วยในการสนทนาให้ใกล้เคียงกับการสนทนาในชีวิตจริงมากที่สุด จากงานวิจัยของศุณิสสา ทดลา (2542) พบว่า ในการสนทนาผ่านคอมพิวเตอร์นั้น มีการใช้อักษรแทนคำพูดเพื่อ



แสดงถึงอารมณ์ และความรู้สึกของผู้สนทนา โดยอาจเป็นการพิมพ์อักษรซ้ำ ๆ เช่น เบื่ออออออ  
เหงาาาาามากกกก โอียยยย หรือมีกำหนดข้อความขึ้นมาเพื่อให้เกิดความหมายแทนการ  
แสดงอารมณ์และความรู้สึก เช่น โอื่อ... โอื่อหา... 55555 (แทนการหัวเราะของคนไทย) เป็นต้น

สำหรับสัญลักษณ์ที่แพร่หลายในอินเทอร์เน็ตและการส่งข้อความผ่านทางมือถืออันก็คือ ศิลปะ  
อักษรแอสกี (ASCII) ที่เข้ามาช่วยทำให้การสนทนาดูมีสีสัน สามารถสื่ออารมณ์และความรู้สึก  
ได้มากยิ่งขึ้น






ASCII ย่อมาจาก American Standard Code for Information Interchange ได้มีการ  
พัฒนาในช่วงปี ค.ศ. 1970 ซึ่งแอสกีเป็นรหัสขนาด 7 บิต รองรับตัวอักษร (A - Z ทั้งตัวพิมพ์เล็ก  
และตัวพิมพ์ใหญ่) ตัวเลข (0 - 9) และสัญลักษณ์พิเศษต่างๆ ได้ 128 รหัส (code point)

ตัวอย่างของศิลปะอักษรแอสกีที่นำมาใช้ในการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึก เช่น

- :-) เป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึกยิ้ม
- :-P เป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึกล้อเล่น (ยิ้มแยม)
- ;-) เป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึกยิ้มแยม (ขยิบตา)
- :-( เป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึกเศร้าใจไม่มีความสุข
- :-t เป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึกขุ่นเคือง
- :-D เป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึกหัวเราะ ร่าเริง

จากศิลปะตัวอักษรแบบแอสกีนี้ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาการสื่อสารทางอารมณ์และ  
ความรู้สึกให้มีรูปแบบที่หลากหลาย และสวยงามมากขึ้น จนเกิดมาเป็น smiley หรือที่รู้จักกันดี  
ในนาม “emoticon” ซึ่งคณะกรรมการบัญญัติศัพท์เทคโนโลยีสารสนเทศแห่งราชบัณฑิตยสถานได้นิยาม  
คำว่า emoticon ไว้ว่า emotion หมายถึง อารมณ์ และ icon หมายถึง สัญลักษณ์ ดังนั้น emoticon จึง  
เปรียบเสมือนสัญลักษณ์ที่ถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อทดแทนการแสดงออกทางอารมณ์และ  
ความรู้สึก

ตัวอย่างของ emoticon ที่นำมาใช้ในการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึก เช่น

-  เป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึกมีความสุข
-  เป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึกโกรธ
-  เป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึกสับสน
-  เป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึกสงสัย
-  เป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึกเศร้า

ตัวอย่าง emoticon ที่ไม่มีลักษณะเด่นชัดทางด้านอารมณ์และความรู้สึก แต่สามารถช่วยประกอบบริบทได้ เช่น       

David Crystal (2002) กล่าวว่า ปฏิสัมพันธ์ในโลกออนไลน์นั้น ไม่สามารถแสดงสีหน้าและลักษณะท่าทางเพื่อแสดงออกทางความคิดหรือความรู้สึก ดังนั้น emoticon จึงถูกนำมาใช้ในการสื่อสาร และสามารถช่วยได้ในหลายเหตุผล เช่น

1. ช่วยในการเน้นลักษณะโทนเสียงในระหว่างที่ติดต่อสื่อสาร
2. ช่วยแสดงอารมณ์และความรู้สึก เช่น เมื่อผู้ส่งสารต้องการบ่นเกี่ยวกับเรื่องการเรียนรู้ จะใช้ emoticon เพื่อช่วยแสดงให้รู้ว่าโกรธหรือเศร้าผู้รับสารก็สามารถรับรู้ถึงอารมณ์และความรู้สึกนั้น ๆ ได้
3. ช่วยสร้างและทำให้เห็นเด่นชัดในการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึก ทำให้การอ่านหรือรับรู้ข้อความนั้นสมบูรณ์ขึ้น

การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้นได้นำ emoticon เข้ามาใช้ช่วยในการแสดงอารมณ์และความรู้สึกประกอบการส่งข้อความกันมากขึ้น สังเกตจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่มีบริการดาวน์โหลด emoticon โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ให้เลือกใช้กันอย่างหลากหลาย และมีการพัฒนารูปแบบ emoticon ให้สามารถเคลื่อนไหวได้ (animated emoticon) เพื่อให้ผู้สื่อสารมีทางเลือกในการเลือกใช้มากขึ้น

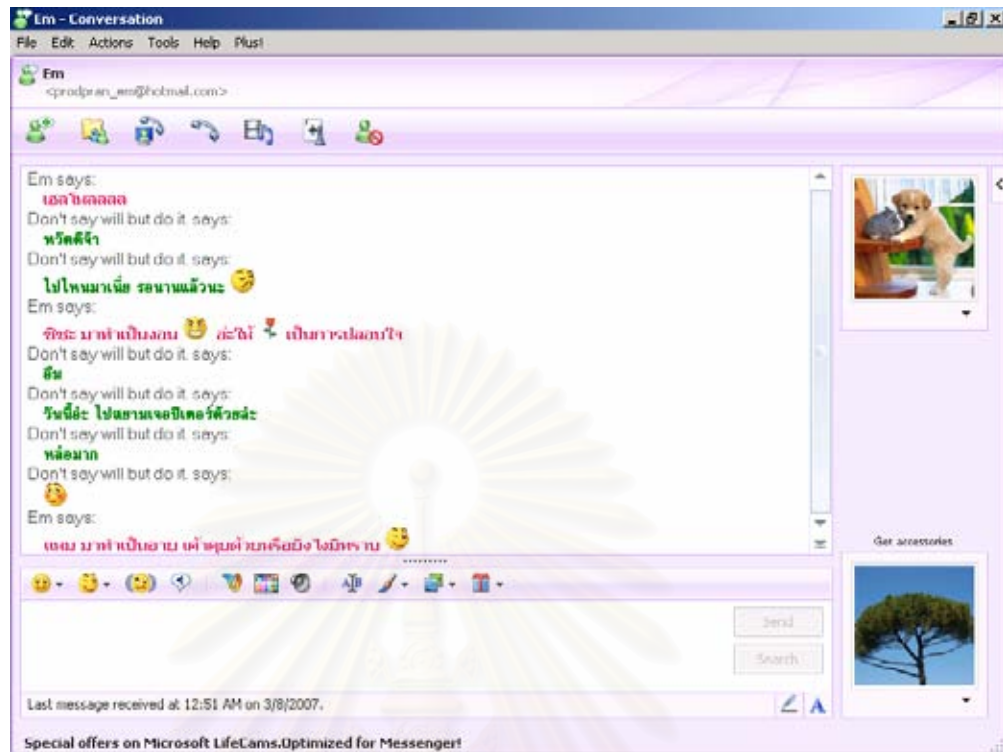
การสื่อสารโดยใช้โปรแกรม instant messaging ที่มี emoticon เข้ามาช่วยในการแสดงอารมณ์และความรู้สึกประกอบการสนทนา ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาว่า emoticon ที่ใช้กันอยู่จะสามารถแสดงออกหรือบ่งบอกถึงลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของตัวผู้สื่อสารได้อย่างถูกต้อง

หรือไม่ เนื่องจากลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของมนุษย์แบ่งได้หลากหลายประเภท อีกทั้งในแต่ละสังคมก็มีลักษณะการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกที่ปลีกย่อยแตกต่างกันไป ดังนั้นหากผู้รับสารตีความ emoticon ผิดพลาดไปจากที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อก็อาจเกิดปัญหาในการสื่อสารตามมาได้ นอกจากนี้ยังสนใจศึกษาถึงวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้ emoticon รวมไปถึงการเลือกใช้ emoticon ประกอบการสนทนาของผู้สื่อสารว่าขึ้นอยู่กับปัจจัยใดบ้าง ทั้งนี้ต้องการศึกษาถึงการใช้อ emoticon ระหว่างผู้ใช้ที่ต่างเพศและต่างสถานภาพกัน โดยเห็นว่าน่าจะมีลักษณะอารมณ์และความรู้สึกที่ปรากฏในระหว่างการสนทนา รวมไปถึงลักษณะการตีความหมายต่อ emoticon แตกต่างกัน

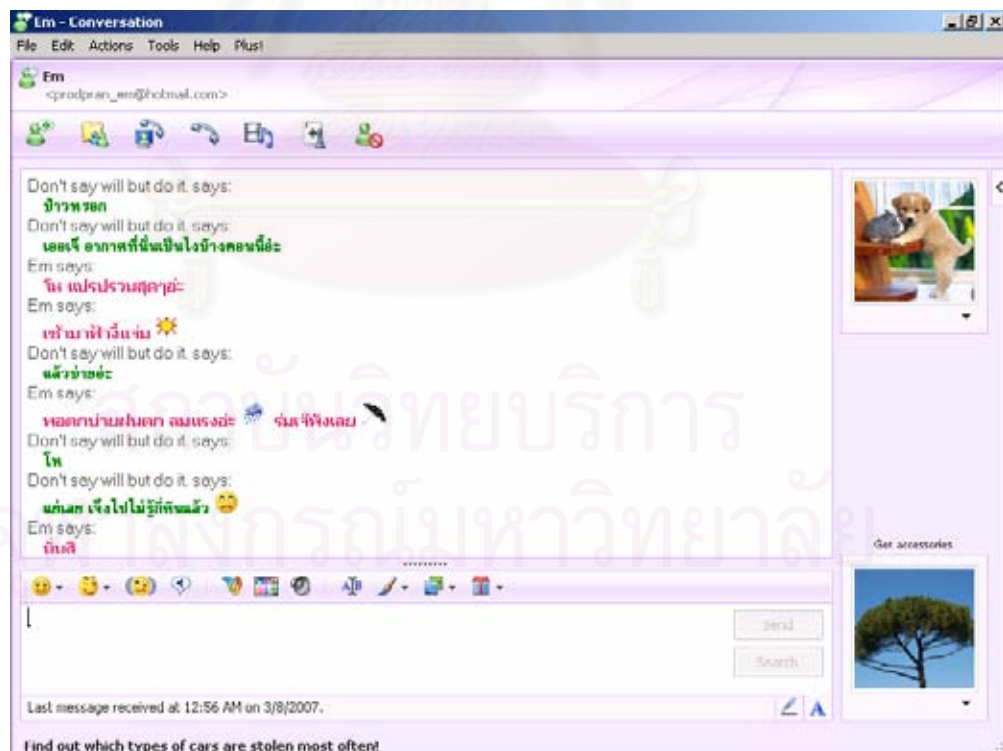


สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตัวอย่างการสนทนาผ่านโปรแกรม instant messaging



รูปที่ 1 แสดงการสนทนาผ่านโปรแกรม instant messaging โดยใช้ emoticon ประกอบ



รูปที่ 2 แสดงการสนทนาผ่านโปรแกรม instant messaging โดยใช้ emoticon ประกอบ

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่ออธิบายถึงวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกใช้ emoticon ของผู้สื่อสาร
2. เพื่ออธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ emoticon ของผู้สื่อสาร
3. เพื่อศึกษาถึงลักษณะการตีความหมายต่อ emoticon เพื่อช่วยเสริมในการแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกผ่านช่องทางการสื่อสาร instant messaging
4. เพื่อแสดงให้เห็นถึงการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกของผู้สื่อสารผ่านการใช้ emoticon
5. เพื่ออธิบายถึงอิทธิพลของ emoticon ที่มีต่อการประสิทธิผลการสื่อสาร
6. เพื่ออธิบายถึงประเภทของ emoticon ที่ส่งผลต่อผู้สื่อสาร

## ปัญหานำการวิจัย

1. วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกใช้ emoticon ของผู้สื่อสารเป็นอย่างไร
2. การใช้ emoticon ของผู้สื่อสารขึ้นอยู่กับปัจจัยใดบ้าง
3. การตีความหมายต่อ emoticon ของผู้สื่อสารเป็นอย่างไร
4. ผู้สื่อสารใช้ emoticon ในลักษณะอารมณ์ และความรู้สึกใดผ่านการสื่อสารโปรแกรม instant messaging มากที่สุด
5. การสื่อสารความหมายจากการใช้ emoticon ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้นหรือไม่อย่างไร
6. ประเภทของ emoticon ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อผู้สื่อสารอย่างไร

## ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็นนิสิตนักศึกษาและประชากรที่อยู่ในวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น เนื่องจากเป็นเขตที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศมากที่สุด

ผู้วิจัยต้องการศึกษารูปแบบการใช้ emoticon แทนการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกระหว่างผู้สื่อสารผ่านการสื่อสารทางคอมพิวเตอร์ โดยเลือกการสื่อสารผ่านโปรแกรม instant messaging และในส่วนของ emoticon ที่นำมาศึกษานั้นมาจากโปรแกรม MSN messenger ซึ่งเป็นโปรแกรมการสื่อสารทางคอมพิวเตอร์ที่ใช้งานได้สะดวก รวดเร็ว และได้รับ



ความนิยมอย่างมากในประเทศไทย อีกทั้งยังมีรูปแบบ emoticon ให้เลือกใช้ได้หลากหลาย รวมทั้งสามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อดาวน์โหลด emoticon เพิ่มเติม

### คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

Emoticon หมายถึง สัญลักษณ์แสดงอารมณ์และความรู้สึกแทนหรือประกอบการพิมพ์ข้อความผ่านช่องทางการสื่อสาร instant messaging โดยใช้โปรแกรม MSN messenger เพื่อแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และจากผู้รับสารไปยังผู้ส่งสาร โดยแบ่ง emoticon ที่ศึกษาไว้ทั้งหมด 3 ประเภท ดังนี้

- Emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านทางหน้าตาของรูปการ์ตูน
- Emoticon ที่ไม่มีลักษณะเด่นชัดทางด้านอารมณ์และความรู้สึก แต่สามารถใช้ประกอบบริบทได้ เช่น รูปการ์ตูนที่ใช้แทนสัตว์ หรือ สิ่งของ เป็นต้น
- Emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกแบบเคลื่อนไหวได้ (animated emoticon)

Instant messaging หมายถึง โปรแกรมส่งข้อความเร่งด่วน ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบพร้อมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารทางคอมพิวเตอร์

อารมณ์และความรู้สึก หมายถึง ปฏิกริยาที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งจะแสดงออกมาให้อีกฝ่ายรับรู้หรือไม่นั้นก็ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล

การแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึก หมายถึง การแสดงออกเมื่อบุคคลนั้นมีปฏิกริยาตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งจะแสดงออกผ่านการกระทำ ท่าทาง น้ำเสียง และการแสดงออกทางสีหน้า เพื่อให้คู่สนทนารับรู้

ความผูกพันระหว่างบุคคล หมายถึง ความผูกพัน ความสนิทสนม ความใกล้ชิดกันระหว่างผู้สื่อสาร

ปัจจัย หมายถึง องค์ประกอบที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้ emoticon สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แบ่งปัจจัยออกเป็น 2 ประการ ดังนี้

- ปัจจัยภายใน หมายถึง อารมณ์และความรู้สึกของผู้สื่อสาร ซึ่งต้องการแสดงให้คู่สนทนารับรู้ผ่านทางการใช้ emoticon
- ปัจจัยภายนอก หมายถึง ความสัมพันธ์กับสิ่งภายนอก ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับคู่สนทนา เช่น ระดับความผูกพันระหว่างคู่สนทนา ข้อความที่แวดล้อมระหว่างรับส่ง emoticon (เช่น เรื่องการงานหรือเรื่องการเรียนรู้ และเรื่องส่วนตัว) และความเหมาะสมของ emoticon นั้น

สถานภาพ หมายถึง ตำแหน่งทางสังคมของคนกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แบ่งสถานภาพออกเป็น 2 ประการ ดังนี้

- สถานภาพเรียน หมายถึง นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี
- สถานภาพทำงาน หมายถึง คนที่กำลังอยู่ในวัยทำงาน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ emoticon ของผู้สื่อสาร
2. ทำให้ทราบถึงข้อจำกัดของ emoticon ที่ส่งผลกระทบต่อการใช้สื่อสาร
3. ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปเป็นประโยชน์สำหรับผู้ออกแบบ emoticon เพื่อให้เกิดการพัฒนาการออกแบบลักษณะใหม่ ๆ เพื่อใช้เป็นตัวแทนในการส่งผ่านอารมณ์และความรู้สึก อีกทั้งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับบริบทสังคมไทย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์ผ่านการใช้โปรแกรม instant messaging นั้น ได้อาศัย emoticon เพื่อเข้ามาช่วยในการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งการนำ emoticon เข้ามาช่วยนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยใดบ้าง และจากการนำมาใช้นั้นทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้นหรือไม่อย่างไร

แนวคิดทฤษฎีที่ผู้วิจัยนำมาใช้วิเคราะห์ประกอบงานวิจัยนี้มี 8 แนวคิดทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์  
(Computer-mediated communication)
2. ทฤษฎีที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี  
ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Communication technology determinism)  
ทฤษฎีสังคมเป็นตัวกำหนดเทคโนโลยี (Social shaping of technology)
3. ทฤษฎีสัญญาวิทยา  
(Semiology)
4. ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล  
(Interpersonal communication)
5. ทฤษฎีอารมณ์ และการแสดงออกทางอารมณ์  
(Emotion and emotional expression)
6. แนวคิดสังคมและวัฒนธรรม  
(Society and culture)
7. แนวคิดเกี่ยวกับรหัสของการ์ตูน  
(Cartoon code)
8. แนวคิด Visual communication

## 1. การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer-mediated communication)

สิ่งสำคัญที่เป็นองค์ประกอบสำหรับการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ คือ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นตัวช่วยในการเชื่อมโยงและลำเลียงข้อมูลข่าวสารที่ถูกใส่รหัสจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

Joseph B. Walther (1992) (กิตติ กัณภัย, 2543:101) ให้ความหมายถึง การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ หรือ CMC ว่าเป็นการประชุมโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ (computer conferencing) และการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic mail) ซึ่งเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน (synchronous) หรือต่างเวลา (asynchronous) โดยที่ผู้ส่งสารใส่รหัส (encode) ลงไปในเนื้อหาสาร (text messages) ซึ่งจะถูกลำเลียง (relayed) จากคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปสู่คอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร

Kerr และ Hiltz (1982) (ศุภนิศา เกษมสันต์, 2546) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ไว้ว่า

1. ปัจจัยสำคัญในกระบวนการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ได้แก่ ซอฟต์แวร์ที่นำมาใช้ในการควบคุมระบบ ซึ่งซอฟต์แวร์นั้นต้องสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ได้ เช่น ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล การประมวลผล และความสามารถในการโต้ตอบ นอกจากนี้ได้กำหนดให้คุณสมบัติในการสร้างปฏิสัมพันธ์ด้านการแสดงความคิดเห็นกลับ (feed back) ในรูปของข้อความ (text base communication) ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน

2. ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้คอมพิวเตอร์ในระบบการสื่อสารต่อพฤติกรรมของบุคคล เป็นการเข้าไปเกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตของการทำงานและการตัดสินใจ และการเพิ่มโอกาสใหม่ ๆ ในการดำเนินชีวิต เช่น การมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น หรือมีทางเลือกและเวลาในการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น เพลิดเพลินกับการทำงานมากขึ้น ประหยัดเวลาในการเดินทางมากขึ้น เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันก็อาจก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในด้านของกิจกรรมยามว่างเปลี่ยนแปลงวิธีการจัดเก็บข้อมูลจากเดิมที่เป็นเอกสารจำนวนมาก

3. กระบวนการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นั้นผู้ส่งสารจะทำการเข้ารหัสสาร (encoding) ในรูปแบบของข้อความ (text) ส่งผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปยังคอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร ซึ่งในยุคแรกเริ่ม การสื่อสารทางคอมพิวเตอร์จะเป็นการสื่อสารกันด้วยข้อความโดยปราศจากภาพ เสียง หรือภาพเคลื่อนไหวอย่างในปัจจุบัน จากจุดนี้เมื่อ WWW. ได้ถูกคิดค้นขึ้น ทำให้สามารถใช้คอมพิวเตอร์เครือข่ายในการสื่อสารได้ทั้งข้อความ เสียง แม้แต่ภาพเคลื่อนไหว และพัฒนาไปสู่ความเป็นปฏิสัมพันธ์ โดยการใช้กระบวนการสื่อสารในลักษณะโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์

ลักษณะเฉพาะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นั้นสรุปได้ดังนี้ คือ (กิตติ กั้นภัย, 2543:102) เป็นสื่อที่สามารถจะใช้เมื่อไหร่ก็ได้ (transient) กระจายตัวเองอยู่ทั่วไป (widely distributed) มีความหลากหลายในแง่เส้นทางหรือช่องทาง (multi-model) ผู้สื่อสารสามารถกระทำการใด ๆ กับเนื้อหาสารได้ (manipulation of content) และยังเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะเป็นสากล (universal medium) โดยเป็นทั้งเครื่องรับ และลำเลียงข่าวสาร (information processing machine) สามารถจัดการ (transformations) กับข้อมูลที่ถูกสื่อสารอย่างเป็นสากล

Donna L. Hoffman และ Thomas P. Novak (เพ็ญทิพย์ จิรพินธุสรณ์, 2539) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านตัวตัวกลางคอมพิวเตอร์และนิยามอย่างไม่เป็นทางการเกี่ยวกับ hyper media CMC ว่าเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์สำหรับการแจกจ่ายข่าวสารเพื่อให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และมีข้อมูลหลากหลาย การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เป็นสิ่งใหม่ในสังคมที่ต้องอาศัยการเรียนรู้ (socially oriented) ความไม่เจาะจงในการสื่อสารในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่า การสื่อสารที่ไม่เจาะจงผู้รับสาร หรือปราศจากอารมณ์ในการสื่อสาร (socioemotional) ไม่เหมือนกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (face-to-face communication) นอกจากนั้นการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เป็นการสื่อสารที่ไม่เป็นกันเอง ไม่เร้าอารมณ์ และไม่เจาะจงผู้รับสาร ผู้ร่วมสื่อสารแบบ การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ต้องปรับสภาพตัวเองให้เข้ากับการสื่อสารมากกว่าการสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบเผชิญหน้า

อินเทอร์เน็ตเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ผู้สื่อสารสามารถบริโภคข้อมูลรวดเร็วตามที่ตนต้องการ (รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์, 2542) อีกทั้งเป็นระบบที่เติบโตเร็วที่สุดในประวัติศาสตร์ เร็วยิ่งกว่าการสื่อสารหลาย ๆ ชนิด เช่น การเขียน การพิมพ์ หรือแม้แต่การใช้โทรศัพท์ ข้อมูลข่าวสารในอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข่าวสารที่ใหญ่ที่สุด ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลก และสามารถกระทำได้ในเวลาอันรวดเร็ว การใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมอย่างมาก คือ



การค้นหาไฟล์ และฐานข้อมูลแบบเครือข่ายใยแมงมุม (WWW.) ซึ่งมีข้อมูลมากมายปรากฏบนเครือข่ายในรูปแบบ multi media ผู้ใช้สามารถใช้งานได้ง่าย สามารถเรียกข้อมูล รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว และเสียงประกอบ ลักษณะของข้อมูลมีลักษณะไม่จำกัดแหล่งข้อมูลและสามารถเชื่อมต่อไปยังข้อมูลอื่น ๆ ได้ (hyper text) ในปัจจุบันมีผู้ใช้งานระบบ WWW. มากที่สุด เพราะสามารถครอบคลุมการบริการแบบอื่น ๆ ได้ เช่น การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) การสืบค้นข้อมูล การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการดาวน์โหลดข้อมูล (download) การให้บริการแบบ WWW. ขององค์กรต่าง ๆ สามารถบรรลุกลุ่มเป้าหมายได้โดยไม่จำกัดเวลา สถานที่และเรื่องราวการนำเสนอ

การสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตมีหลายแบบต่างกันไป ซึ่ง Morris และ Ogan (1996) ได้แบ่งประเภทของการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตไว้ด้วยกัน 4 แบบ ดังนี้

1. One-to-one asynchronous communication เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่เห็นหน้า ได้แก่ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)
2. Many-to-many asynchronous communication เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่พร้อมหน้า ได้แก่ usenet, electronic bulletin boards และ listservers ซึ่งผู้รับสารต้องลงชื่อก่อนเข้าระบบ
3. Synchronous communication เป็นการสื่อสารแบบพร้อมหน้าในแบบ one-to-one หรือ one-to-many โดยสามารถคุยกันได้ในหลากหลายหัวข้อที่ต้องการ ได้แก่ chat
4. Asynchronous communication เป็นการสื่อสารแบบไม่เห็นหน้าระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร ซึ่งโดยทั่วไปแล้วมีลักษณะที่ผู้รับสารต้องการที่จะค้นหา site เพื่อที่จะเข้าไปดูข้อมูลข่าวสาร ซึ่งอาจจะเป็นการสื่อสารแบบ many-to-one , one-to-one หรือ one-to-many ได้แก่ web site, gopher และ FTP sites

การติดต่อสื่อสารทางคอมพิวเตอร์นั้นต้องอาศัยการพิมพ์ (teletype-written computer) (กิตติ กันภัย, 2543:107,129 - 139) เพื่อใช้ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคม แต่พบว่ามีข้อจำกัดในการสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์เช่นกัน กล่าวคือ ผู้สื่อสารจะหมดโอกาสในการแสดงอวัจนภาษา (nonverbal cues) ผู้สื่อสารจะไม่สามารถเห็นการแสดงออกทางสีหน้า ท่าทางอื่น ๆ ของคู่สื่อสาร ไม่สามารถใช้อัจฉริยะในการพูด (vocal cues) ไม่สามารถเห็นร่องรอยเกี่ยวกับบุคลิกภาพ (personality clues) ทำให้ผู้สื่อสารหมดโอกาสที่จะเข้าใจความหมายทางสังคม (social meanings) ที่แฝงในน้ำเสียง ระดับเสียง และคุณภาพของเสียงของผู้สื่อสารอีกด้วย

จึงกล่าวได้ว่า การสื่อสารด้วยการพิมพ์ผ่านทางคอมพิวเตอร์นั้นจัดเป็นการสื่อสารที่ไม่สมบูรณ์ เมื่อเปรียบเทียบกับ การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากัน (face-to-face communication) โดยการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นั้น เป็นการสื่อสารมิติใหม่ที่เกิดรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ชนิดใหม่ให้เกิดขึ้นมา

สื่อคอมพิวเตอร์สามารถนำไปสู่การสร้างรูปแบบการแสดงออกด้วยการสื่อสารใหม่ ๆ โดย Bakhtin (1986) เสนอว่าในขณะที่กลุ่มมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา กลุ่มก็จะสร้างความหมายเฉพาะกลุ่ม (group-specific meanings) ขึ้นมาด้วย และในที่สุดรูปแบบใหม่ของการใช้ถ้อยคำ (forms of speech) หรือประเภทของการใช้ถ้อยคำสื่อสาร (genres) ก็จะมีลักษณะเฉพาะตัว เป็นคุณสมบัติเฉพาะของชุมชนหรือกลุ่มนั้น

รูปแบบใหม่ของการใช้ภาษาและถ้อยคำสื่อสารมีมากมาย ได้แก่ การแสดงความหมายในเชิงอวัจนภาษา (nonverbal information) ผ่านทางตัวอักษร เช่น การใช้ตัวอักษรที่เป็นตัวพิมพ์ใหญ่ (ในภาษาอังกฤษ) และเครื่องหมายดอกจันเพื่อเน้นย้ำความสำคัญ ใช้ตัวย่อของอักษรเพื่อแสดงความรู้สึกเช่น ROFL (Rolling On the Floor Laughing) เป็นต้น หรือจะเป็นการประกอบสร้างจากการใช้ graphic icons ที่เป็นเครื่องหมายวรรคตอนการแสดงหน้ายิ้ม เป็นการแสดงออกชนิดใหม่ที่รู้จักกันดี ซึ่งถ้อยคำหรือเครื่องหมายที่แสดงความหมายเฉพาะซึ่งใช้ศัพท์เฉพาะเรียกกันโดยทั่วไปว่า "emoticon" ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในชุมชนหรือกลุ่มเฉพาะจะเลือกสรรและเรียนรู้การใช้โดยการถอดรหัส เพื่อทำความเข้าใจระหว่างการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการแสดงออกทางการสื่อสาร สัญลักษณ์แสดงความหมายในลักษณะต่าง ๆ จะถูกใช้หมุนเวียนผ่านการปฏิสัมพันธ์กันในหมู่ผู้ใช้ และเป็นเครื่องชี้ว่าผู้ใช้ตระหนักรู้ว่าผู้ที่อยู่ในกลุ่ม หรือชุมชนเดียวกันเท่านั้นที่จะสามารถถอดรหัส (codification) เพื่อเข้าใจความหมายที่ถูกซ่อนไว้ในสัญลักษณ์ emoticon ในลักษณะต่าง ๆ

รูปแบบการแสดงออกผ่านทางคอมพิวเตอร์นั้นผู้สื่อสารสามารถสร้างความหมายและผลิตรหัส (codify) เพื่อให้เกิดความเข้าใจกันในกลุ่มได้ อีกทั้งยังสามารถปรับเปลี่ยนได้ไม่ตายตัว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมของกลุ่มด้วย

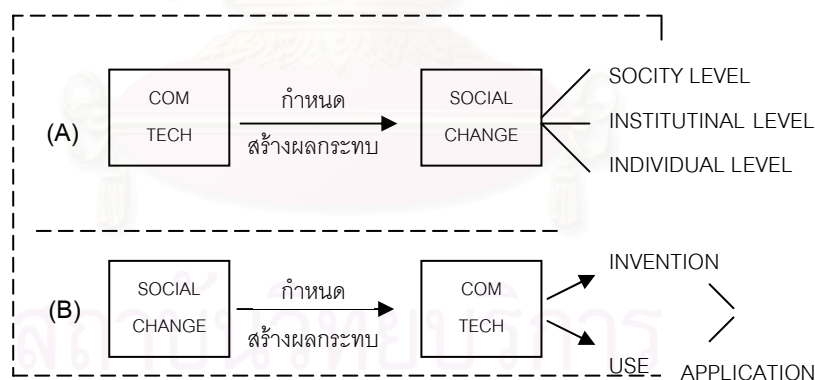
จากแนวคิดนี้ สามารถนำมาวิเคราะห์ถึงลักษณะการติดต่อสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์ซึ่งไม่ได้ถูกจำกัดในเรื่องของการแสดงอารมณ์และความรู้สึกเหมือนในอดีต กล่าวคือ แม้ว่าจะมีประสิทธิภาพในการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกได้ไม่เทียบเท่าหรือไม่ดีเท่ากับการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากัน (face-to-face communication) แต่จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีใน

ปัจจุบันได้พัฒนาให้การติดต่อสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นั้นมีความใกล้เคียงกับการสนทนาในชีวิตประจำวันมากที่สุด

ผู้ที่สื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์ ได้คิดค้นรูปแบบการสนทนาที่แปลกใหม่จากการพิมพ์ข้อความธรรมดา มาเป็นการพิมพ์ในลักษณะที่แตกต่างออกไปจากรูปแบบเดิม ๆ ไม่ว่าจะเป็นการพิมพ์ในรูปแบบของข้อความ (text) เพื่อแสดงอารมณ์และความรู้สึก การใช้ข้อความแบบอาศัยตัวย่อของอักษร (acronyms) การใช้ตัวอักษรแอสกี (ASCII) มาประกอบกันให้มีความหมาย จนพัฒนามาเป็นสัญลักษณ์แสดงอารมณ์และความรู้สึก (emoticon) ในที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสาร สามารถแสดงอารมณ์และความรู้สึกระหว่างกันได้ และทำให้การสนทนามีความสมจริงมากยิ่งขึ้น

## 2. ทฤษฎีที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี

สังคมและเทคโนโลยีการสื่อสารนั้นมีความสัมพันธ์กันมากในปัจจุบันมีแนวคิดที่แพร่หลายเพื่อนำมาใช้ในการอธิบายถึงความสัมพันธ์ ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีมาใช้ 2 แนวคิดด้วยกัน ดังนี้



รูปที่ 3 แสดงแบบจำลองแนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยี

แนวคิดในแบบจำลอง (A) นั้นจะตั้งคำถามว่า เมื่อเทคโนโลยีทางการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไป จะสร้างผลกระทบอะไรให้เกิดขึ้นกับระดับสังคม สถาบัน และปัจเจกบุคคลบ้าง แนวคิดนี้เป็นพื้นฐานของกลุ่ม technology determinism โดยแท้ เพราะมีความเชื่อว่าเทคโนโลยีเป็นตัวสาเหตุหลัก (prime mover) ในการขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับส่วนอื่น ๆ

ส่วนแนวคิดในแบบจำลอง (B) จะตั้งคำถามในทางกลับกันว่า ภายใต้เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอะไรบ้างที่จะเป็นตัวให้กำเนิดแก่ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีแบบต่าง ๆ ซึ่งแนวคิดนี้มองว่าเงื่อนไขสังคมนั้นเป็นตัวสาเหตุหลัก ส่วนการพัฒนาจะกลายเป็นผลลัพธ์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2545 : 113-115)

## 2.1 ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด

### (Communication technology determinism)

แนวคิดพื้นฐานของ McLuhan แห่งสำนัก Toronto ต่อเทคโนโลยีสื่อสารที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของมนุษย์ก็คือ สื่อทุกชนิด (media) คือ การขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ (extension of experience) เริ่มตั้งแต่จดหมายที่ทำให้เราสามารถคุยกับคนที่อยู่ห่างไกลในรูปแบบสื่ออักษร จนกระทั่งมาเป็นโทรศัพท์ที่ทำให้พูดคุยได้ในรูปแบบเสียง โทรศัพท์ทำให้มองเห็นได้ยิน (และเกือบจะสัมผัส) กับเรื่องราวที่อยู่ไกลตัว McLuhan กล่าวว่าโดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นได้ขยายประสบการณ์ของมนุษย์ออกไปอย่างมากมายจนราวกับว่า ทำให้คนจำนวนมากสามารถจะไปรู้เรื่องที่ไหนก็ได้ (space) ภายในเวลาที่รวดเร็วยิ่ง (time) การเกิดขึ้นของการถ่ายทอดผ่านดาวเทียม ทำให้คนที่อยู่ห่างจากเหตุการณ์เป็นหมื่น ๆ ไมล์ (space) ได้เห็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในเวลาจริง (real time) อย่างแทบไม่น่าเชื่อ พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ทำให้อุปสรรคด้านระยะทาง และกาลเวลากลายเป็นเรื่องที่ไร้ความหมาย เพราะไม่อาจจะปิดกั้นประสบการณ์ของมนุษย์ได้อีกต่อไปแล้ว (กาญจนา แก้วเทพ, 2545 : 118-119)

Everett Rogers นักคิดกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดแบบอ่อน ๆ ได้ศึกษาถึงคุณลักษณะของสื่อแบบใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบันและได้ชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะสำคัญ ๆ ของสื่อแบบใหม่ที่จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมนั้นมีอยู่ 3 ประการ คือ (กาญจนา แก้วเทพ, 2545 : 122-124)

1. ลักษณะ interactivity ของสื่อ แต่เดิมนั้นคุณสมบัติที่จะตอบโต้การสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่ายนั้น จะมีอยู่แต่เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น (face-to-face communication) หากเริ่มมีการใช้สื่อกลางแบบใดเข้ามาเกี่ยวข้อง ลักษณะ “ตอบโต้อย่างฉับพลันทันที” จะสูญหายไป แต่ในสื่อสมัยใหม่ เช่น การใช้ e-mail หรือ computer-conference

จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้อย่างฉับพลันทันทีอันจะทำให้มิติด้านกาล และเทศะของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปมาก

2. ลักษณะ individualize/demassified แต่เดิมนั้นรูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชนจะสร้างกลุ่มผู้รับสารแบบเป็น “มวลชน” (massified) ขึ้นมาทุกคนจะดูรายการทุกอย่าง ๆ เหมือน ๆ กันในช่วงเวลาเดียวกัน แต่ถึงนับวันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารจะทำให้ผู้ใช้สารสามารถเลือกใช้ตามกาล และเทศะที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น ตัวอย่างง่าย ๆ เช่น เครื่องอัดวีดีโอเทป การดูรายการเคเบิลทีวีแบบเสียเงินที่เลือกดูรายการได้เอง (pay per view) แม้แต่ระบบการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์แบบที่ผู้เรียนเลือกเรียนด้วยตัวเอง ในเวลาใดก็ได้ ณ สถานที่ไหนก็ได้ เป็นต้น

3. ลักษณะ asynchronous nature of new communication คุณลักษณะประการหนึ่งของสื่อแบบใหม่ คือ สามารถจะแบ่งแยกกันเป็นส่วน ๆ ได้ (asynchronize) โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียว ตัวอย่างเช่น การใช้ข่าวสารจะไม่มาเป็นข่าวที่ต่อเนื่องกันยาว ๆ ที่เดียว แต่จะมาแบบแยกเป็นส่วน ๆ เช่น ข่าวสั้นทุกชั่วโมง โดยที่ผู้รับสารจะต้องมาประกอบเอาเอง ลักษณะ hardware ของคอมพิวเตอร์ก็เช่นเดียวกัน สามารถจะแยกชิ้นเป็นส่วน ๆ แล้วค่อย ๆ มาประกอบมาเพิ่มภายหลังได้ นอกจากนี้ยังหมายความว่าถึงศักยภาพของสื่อที่สามารถจะเก็บรักษาข่าวสารข้อมูลเอาไว้ด้วย และวิธีการเก็บข่าวสารก็ยังสามารถแยกไว้ในที่ต่าง ๆ ได้ด้วย

นอกจากนี้ Everett Rogers ได้เปรียบเทียบลักษณะของสื่อประเภทต่าง ๆ โดยในที่นี้ผู้วิจัยได้เลือกมาเฉพาะการเปรียบเทียบการสื่อสารแบบระหว่างบุคคลกับการสื่อสารแบบใหม่(สื่อระหว่างบุคคลมีเครื่องมือช่วย) ดังตารางดังนี้

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบการสื่อสารแบบระหว่างบุคคลกับการสื่อสารแบบใหม่

ลักษณะช่องทางของสื่อ	การสื่อสารแบบระหว่างบุคคล	การสื่อสารแบบใหม่ (สื่อระหว่างบุคคลมีเครื่องมือช่วย)
1. การไหลของข่าวสาร	จากผู้ส่งคนเดียวสู่ผู้รับ 2 – 3 คน	จากผู้ส่งหลายคนสู่ผู้รับหลายคน
2. ความรู้ที่แหล่งผู้ส่งมีต่อผู้รับสาร	ผู้ส่งมีความรู้ต่อผู้รับสารใน ฐานะปัจเจกคนหนึ่ง	ผู้ส่งสารมีความรู้อย่างมากต่อผู้รับ สารเนื่องจากระบบ interactive
3. การแบ่งประเภทผู้รับสาร	สูงมาก (เป็นรายบุคคล)	สูงมาก (เป็นรายบุคคล)
4. ระดับของการตอบโต้ (interactivity)	สูง	สูง
5. ปฏิกริยาป้อนกลับ	มีมาก และฉับพลัน	มีบ้างแต่ยังมีข้อจำกัด อาจจะฉับพลัน หรือต้องรอ
6. ศักยภาพที่จะเก็บรักษาข่าวสาร	ต่ำ	ส่วนใหญ่จะสูงมาก
7. ประเภทของเนื้อหา	เน้นหนักไปทางเรื่อง สังคม-อารมณ์	ไม่ค่อยเน้นหนักไปทางเรื่อง สังคม-อารมณ์ แต่จะเน้นเรื่อง การงาน
8. ลักษณะของวิจนาภาษา	มีการใช้วิจนาภาษาอย่างมาก	สื่อใหม่บางชนิดจะจัดให้มีการใช้ วิจนาภาษาค่อนข้างมาก
9. การควบคุมการไหลของการสื่อสาร	ผู้สื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายสามารถ ควบคุมการสื่อสาร ได้เท่าเทียมกัน	ผู้สื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายสามารถ ควบคุมการสื่อสาร ได้เท่าเทียมกัน
10. ลักษณะความเป็นส่วนตัว	ต่ำ	ตามปกติต่ำ

## 2.2 สังคมเป็นตัวกำหนดเทคโนโลยี (Social shaping of technology) หรือ SST

เทคโนโลยีเป็นสิ่งที่มิเติบโตอย่างเป็นลำดับขั้นและเป็นวัฏจักร และเทคโนโลยีนั้นมีการผสมรวม, โอนถ่าย และมีวิวัฒนาการอยู่ตลอดเวลา นอกจากเทคโนโลยีจะประกอบด้วยเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ แล้ว ยังประกอบด้วยความรู้, การฝึกฝน และการปรับตัวทางสังคมที่เกิดขึ้นรอบ ๆ สิ่งเหล่านั้นด้วย

Lenert (2004) อธิบายว่า สังคมเป็นตัวกำหนดเทคโนโลยี เป็นแนวคิดที่ปฏิเสธการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับสังคมอย่างสุดขั้ว ซึ่งแนวคิดนี้เป็นเสมือนแนวคิดทางสายกลางที่เกิดจากการนำเอาการอธิบายเหตุผลโดยการผนวกหลายปัจจัย เช่น สังคม สถาบัน เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้มีผลกระทบต่อนวัตกรรมหนึ่ง ๆ รูปแบบและเนื้อหาของเทคโนโลยี รวมถึงวิธีการใช้งานและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีต่อกลุ่มคนหลากหลายกลุ่มในสังคม แนวคิดนี้พิจารณาว่าการวิเคราะห์เพียงความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการอธิบายถึงพัฒนาการของเทคโนโลยีหนึ่ง ๆ โดยเฉพาะในช่วงก่อนที่เทคโนโลยีจะถูกทำให้กลายเป็นสินค้า และผนวกเข้ากับระบบการผลิตแบบทุนนิยม การกระจายสินค้า และการบริโภค

Rammert (1992) อธิบายว่า เทคโนโลยีคือความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางรูปธรรมและนามธรรม อีกทั้งเป็นการผสมผสานขององค์ประกอบทางเทคนิคและทางสังคม ดังนั้นเทคโนโลยีของสื่อสมัยใหม่ จึงเกิดขึ้นท่ามกลางสิ่งแวดล้อมที่ผันแปรอยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานในระดับต่าง ๆ

ทฤษฎีสังคมเป็นตัวกำหนดเทคโนโลยี เน้นหนักในด้านความสำคัญของทางเลือกต่าง ๆ ของมนุษย์ รวมไปถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีมากกว่าที่จะมองว่าเทคโนโลยีเป็นแค่เสียง พลังงานอิสระที่มีตรรกะและแรงขับเคลื่อนของตนเอง หรือเหมือนกับกล่องดำที่ไม่สามารถนำมาวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมได้

ในช่วงปี 1960 นักวิจารณ์หลายคนได้เริ่มตั้งคำถามข้อสรุปที่ว่า เทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมนั้นจริงหรือไม่ และพยายามที่จะล้มล้างแนวคิด determinism แต่อย่างไรก็ตามตลอด 30 ปีที่ผ่านมา ระเบียบวิธีวิจัยของทฤษฎีสังคมเป็นตัวกำหนดเทคโนโลยีก็

ยังคงมีผลกระทบโดยตรงต่อสังคมสมัยใหม่ (popular culture) ในยุคที่เทคโนโลยีก้าวหน้าขึ้นเรื่อย ๆ

จากศึกษาในด้านผลกระทบของสังคมที่มีต่อเทคโนโลยี เช่น ทฤษฎีสังคมเป็นตัวกำหนดเทคโนโลยีได้พยายามเข้าถึงความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนของสังคมและเทคโนโลยีด้วยการใช้ “วิธีเดียว” หรือมุมมองที่เป็นเหตุเป็นผลของสังคมและเทคโนโลยีในการอธิบายว่าความสัมพันธ์เหล่านั้นจะไม่สามารถย้อนกลับได้ อย่างไรก็ตามในช่วงที่ผ่านมาผู้ที่นิยมทฤษฎีสังคมเป็นตัวกำหนดเทคโนโลยีได้พบว่าถึงแม้จะทดลองกลับทิศทางของความเป็นเหตุเป็นผล แต่สมมติฐานที่ว่าสังคมปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีนั้นก็ยังคงเป็นการอธิบายในด้านที่เป็นเหตุเป็นผลกับสิ่งที่ก่อให้เกิดขึ้น

จากทฤษฎีที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีทั้งสองทฤษฎี สามารถสรุปได้ว่า ทฤษฎีเป็นตัวกำหนดสังคม (communication technology determinism) และทฤษฎีสังคมเป็นตัวกำหนดเทคโนโลยี (social shaping of technology) เป็นแนวความคิดที่โดดเด่นที่สุดในความเป็นสมัยใหม่และความก้าวหน้าทางสังคม ซึ่งแนวคิดนี้ได้ปรากฏเด่นชัดในวลีหนึ่งในงาน Chicago world fair ในปี 1963 ว่า “วิทยาศาสตร์เป็นตัวค้นพบ อุตสาหกรรมเป็นตัวนำไปใช้ และมนุษย์เป็นคนรวบรวมทั้งหมดเข้าด้วยกัน”

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีทั้งสองมาใช้เป็นกรอบในงานวิจัย เนื่องจากในการใช้ emoticon มาเป็นตัวช่วยในการแสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านการสื่อสารทาง instant messaging นั้น อาจมีแนวทาง หรือที่มาในการเลือกใช้ที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 แนวทาง ดังนี้ คือ อาจเป็นเพราะความต้องการที่ไม่หยุดยั้งของมนุษย์ในการแสวงหาสิ่งที่ขาดหายไปในระหว่างที่สนทนา ซึ่งหมายถึงการ แสดงออกทางอวัจนภาษา ไม่ว่าจะเป็นการแสดงอารมณ์และความรู้สึกและอีกแนวทางหนึ่ง อาจเป็นเพราะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ก้าวไกลจึงได้ผลิตผลงานต่าง ๆ ออกมาทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบการสื่อสารให้ทันสมัยเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและยุคสมัย

### 3. ทฤษฎีสัญญาวิทยา

(Semiology)

สัญญาวิทยา (semiology หรือ semiotics) (กาญจนา แก้วเทพ 2543: 2 - 3) เริ่มต้นในฐานะการวิเคราะห์ถึงเรื่องของภาษา แต่ปัจจุบันได้ถูกนำมาใช้วิเคราะห์การทำงานของเครื่องหมายต่าง ๆ มีผู้ให้ความหมาย และจำแนกประเภทของสัญญาไว้หลากหลายความหมาย ซึ่งโดยสรุปแล้วคุณสมบัติที่สำคัญของ “สัญญาะ” สรุปได้ 3 ประการ ดังนี้

1. ต้องเป็นรูปธรรม หรือมีลักษณะทางกายภาพ ซึ่งอาจจะเป็น ภาพ เสียง อักษร หรือวัตถุ หรืออื่น ๆ
2. มีความหมายมากกว่าตัวมันเอง
3. ผู้ใช้สัญญาต้องตระหนักว่า รูปธรรมดังกล่าวนั้นเป็นสัญญาะ

สัญญาะไม่ใช่เป็นสิ่งที่จำกัดอยู่ที่องค์ประกอบ (elements/material) กล่าวคือ ตัววัตถุนั้นจะเป็นอะไรก็ได้ แต่คุณสมบัติที่สำคัญ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ (relation) โดยเฉพาะตัวบุคคล (subject) กับวัตถุ (object)

Ferdinand de Saussure (ศิริชัย ศิริภายะ และกาญจนา แก้วเทพ 2531 :183–184) อธิบายความหมายของสัญญาะไว้ว่า สัญญาะเป็นสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยอายตนะ (ประสาทรับสัมผัส ทั้ง 5 ) และเป็นสิ่งที่คนกลุ่มหนึ่งตกลงใช้สิ่งนั้นเป็นเครื่องหมาย (mark) ถึงอีกสิ่งหนึ่งที่ไม่ได้ปรากฏในสัญญาะนั้น เช่น เวลาเราเขียนอักษรว่า “ม้า” โดยที่เราหมายถึง “ตัวม้าจริง ๆ” ส่วนที่เป็นเครื่องหมาย (ตัวอักษรเขียนคำว่า “ม้า”) นี้ เรียกว่า “ตัวหมาย” (signifier) ส่วนตัวม้าจริง ๆ เรียกว่า “ตัวหมายถึง” (Signified) กระบวนการทั้งหมดนี้เรียกว่า “การสร้างความหมาย” (signification)

สัญญาวิทยาเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องอยู่กับ 3 เรื่อง คือ

1. ตัวสัญญาะ (sign) เป็นการศึกษาประเภทต่าง ๆ ของสัญญาะนับตั้งแต่เรื่องภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาภาพ ภาษาเสียง ไปจนถึงอาการของโรค อาหาร รูปร่าง เสื้อผ้า ฯลฯ โดยจะสนใจวิธี สืบทอดความหมาย (meaning) ของสัญญาะเหล่านี้ รวมทั้งวิธีการที่สัญญาะเหล่านี้เข้ามาเกี่ยวพัน หรือเชื่อมโยงกับผู้ใช้สัญญาะ จากข้อเท็จจริงที่ว่าสัญญาะเป็นผลผลิตทางความคิดของ

มนุษย์เกิดมาจากการประกอบสร้าง (construct) ของมนุษย์ ดังนั้นการที่จะทำความเข้าใจกับสัญญาะ จึงจำเป็นต้องเข้าใจตัวมนุษย์ผู้สร้างสัญญาะนั้นด้วย

2. รหัส/ระบบ (code/system) การใช้สัญญาะเป็นการจัดทำขึ้นอย่างเป็นระบบ ซึ่งระบบที่นำเอาสัญญาะมาประกอบเข้าด้วยกัน เรียกว่า รหัส (code) ซึ่งมีหลายประเภท แต่ละประเภทมีคุณสมบัติต่างกัน เช่น บางประเภทระบุชัดเจน บางประเภทแฝงไว้ซ่อนเร้น เป็นต้น

3. วัฒนธรรม (culture) สัญญาะเป็นผลผลิตจากมนุษย์ (man made) ดังนั้นจึงเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรม ทั้งสัญญาะและรหัสจึงถูกใช้ภายใต้บริบทของวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ เท่านั้น หากเปลี่ยนบริบทไป ความหมายของสัญญาะ และรหัสนั้นจะเปลี่ยนแปลงความหมายไปด้วย

Charles Peirce เป็นอีกคนที่สนใจในเรื่องของสัญญาะวิทยา Saussure และ Peirce นั้นมีความสนใจในเรื่องสัญญาะ และได้มองเห็นรอยแยกระหว่างสิ่งที่เรียกว่า “ตัวหมาย/รูปสัญญาะ” (signifier) ได้แก่ ภาพ เสียงที่ถูกนำมาใช้แทนความหมายที่เป็น “ตัวหมายถึง/ความหมายสัญญาะ” (signified) ได้แก่ แนวความคิดต่างๆ (concepts) เช่น แหวน (signifier) ที่เป็นสัญญาะแสดงความหมายแทนความผูกพัน (signified)

Peirce อธิบายว่ากระบวนการสร้างสัญญาะต้องมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน คือ sign, user – interpretant , object-external reality ซึ่งแต่ละตัวนั้นจะเชื่อมโยงกันและกัน การที่จะทำความเข้าใจองค์ประกอบย่อยตัวหนึ่งนั้น จะต้องพิจารณาให้สัมพันธ์กับองค์ประกอบย่อยตัวอื่นๆ เช่น เมื่อผู้ใช้คนแรกเขียนจดหมายเล่าถึง “โรงเรียน” ภายในความคิด (mental Concept) ในหัวสมองของผู้ใช้คนแรกนี้ย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์จริงเกี่ยวกับโรงเรียนที่เขาได้ประสบมา และเมื่อจดหมายดังกล่าวไปถึงมือผู้รับซึ่งเป็นผู้ใช้สัญญาะคนที่สอง ภาพในความคิดเกี่ยวกับโรงเรียนของเขาก็ย่อมอยู่กับประสบการณ์ของจริงเกี่ยวกับโรงเรียนเขาเช่นกัน

Peirce ให้ความสนใจพิจารณาถึงความสัมพันธ์กับความสัมพันธ์ระหว่างตัวสัญญาะ (sign) กับวัตถุที่มีอยู่จริง (object-external reality) โดยได้แบ่งประเภทของสัญญาะออกเป็น 3 รูปแบบตามระยะใกล้/ห่างระหว่างสัญญาะกับวัตถุที่มีจริง ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 :18-22)



Icon เป็นสัญลักษณ์ที่มีรูปร่างหน้าตาคล้ายหรือเหมือนกับวัตถุที่มีจริงอย่างมากที่สุด เช่น ภาพถ่าย (เหมือนจริง) รูปปั้นอนุสาวรีย์ รูปวาด ฯลฯ การถอดรหัสของ icon นั้น เพียงแค่ได้เห็นก็จะถอดรหัสถึง object ได้แล้ว

Index เป็นสัญลักษณ์ที่มีความเกี่ยวพันโดยตรงกับวัตถุที่มีอยู่จริง เช่น คิวไฟเป็น index ของการจุดไฟ เนื่องจากคิวไฟมีความเกี่ยวพันโดยตรงกับการจุดไฟ รอยเท้าของสัตว์เป็น index ของการเดินผ่านมาของสัตว์ การถอดรหัสของ index นั้น จะใช้การคิดหาเหตุผลเชื่อมโยงหาความสัมพันธ์เชิงเหตุ – ผลระหว่าง index กับ object

Symbol เป็นสัญลักษณ์ที่ไม่มีความเกี่ยวพันเชื่อมโยงอันใดระหว่างตัวสัญลักษณ์กับวัตถุที่มีอยู่จริง หากแต่ความเกี่ยวพันที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากข้อตกลงร่วมกันระหว่าง users เช่น คนไทยตกลงว่าตัว “กา” จะเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึง “สัตว์ชนิดหนึ่ง” โดยที่รูปตัวอักษร “กา” นั้นไม่มีความคล้ายคลึง (เช่น icon) หรือไม่มีเหตุผลเชื่อมโยง (เช่น index) อันใดเลยระหว่างสัญลักษณ์กับสัตว์ชนิดนั้น การถอดรหัสของ symbol นั้นจำเป็นต้องอาศัยการเรียนรู้ของผู้ใช้สัญลักษณ์นั้นเพียงอย่างเดียว

ผลของการแบ่งประเภทสัญลักษณ์ของ Peiree นี้ สามารถนำมาเป็นข้อคิดในการใช้สัญลักษณ์ได้ ดังนี้ คือ

1. แม้ว่าจะมีการแบ่งแยกสัญลักษณ์ออกเป็นประเภทต่าง ๆ แต่สัญลักษณ์ทั้ง 3 ประเภทนั้นก็มักจะไม่ได้แยกขาดออกจากกันจริง ๆ ในทางปฏิบัติ ในสัญลักษณ์หนึ่ง ๆ อาจจะมีการนำเอาประเภทย่อย ๆ ของทั้ง 3 สัญลักษณ์มาใช้ เช่น ป้ายสัญลักษณ์การจราจร ที่เขียนว่า “ลดความเร็ว” พร้อมทั้งมีการวาดรูปเหมือนของทางโค้งประกอบด้วย เป็นต้น

2. เนื่องจากความยากง่ายในการถอดรหัสทั้ง 3 ประเภทนั้นแตกต่างกัน โดย icon จะถูกถอดได้ง่ายที่สุด และ symbol จะเรียกร้องความสามารถของผู้ถอดรหัสมากที่สุด ดังนั้นเราจึงมักพบพัฒนาการในการใช้สัญลักษณ์ทั้ง 3 ประเภท ที่มักเรียงลำดับไปตามความยากง่ายของประเภทสัญลักษณ์ ตัวอย่างเช่น ภาพโฆษณาบ้านจัดสรรที่ต้องการจะบอกว่า ได้มีการจัดหาบริการพิเศษอะไรไว้ให้บ้าง ในยุคเริ่มแรกที่ผู้ซื้อบ้านยังไม่มีแนวคิดเกี่ยวกับบริการต่าง ๆ ของบ้านจัดสรร เราจะพบว่าในภาพโฆษณามักจะต้องใช้ภาพถ่ายสระว่ายน้ำ หรือสนามเทนนิส หรือร้านค้า ฯลฯ มาเป็นสัญลักษณ์บอกความหมาย (icon) แต่เมื่อคนในสังคมเริ่มก่อร่างแนวคิดเกี่ยวกับบริการต่าง ๆ

ของบ้านจัดสรรแล้ว สัญลักษณ์ที่ใช้ในโฆษณาจะเริ่มจะพัฒนาระดับมาเป็น index เช่น สระว่ายนํ้า ก็จะถูกแทนที่ด้วยภาพเขียนกราฟฟิกที่เป็นรูปคนใส่ชุดว่ายนํ้า นั่งอยู่ใต้นํ้าด้วยกันแดด เช่นเดียวกับเครื่องหมายหน้าห้องนํ้าหญิงชายที่มีเพียงรูปวาดร่างเป็นผู้หญิงผู้ชายเท่านั้น หรือในการแข่งขันกีฬาประเภทต่าง ๆ ก็อาจจะใช้ภาพกราฟฟิกแสดงประเภทของกีฬาต่าง ๆ ที่เข้าแข่งขัน เป็นต้น

3. Motivation ของสัญลักษณ์ประเภทต่าง ๆ การจัดแบ่งประเภทของสัญลักษณ์ทั้ง 3 ยังมีผลเชื่อมโยงไปถึงเรื่องแรงกระตุ้น (motivation) ที่เกิดจากสัญลักษณ์แบบต่าง ๆ คำว่า “motivation” นั้นมีความหมายว่า เมื่อผู้ใช้ได้พบเห็น “สัญลักษณ์” ในส่วนที่เป็นตัวหมาย/รูปสัญลักษณ์ (signifiers) ตัวหมาย/รูปสัญลักษณ์นั้นสามารถกระตุ้นให้เกิดภาพในใจ/ตัวหมายถึงหรือความหมายสัญลักษณ์ (signified) ได้มากน้อยเพียงใด และตามหลักทั่วไป สัญลักษณ์ที่เป็น icon มักจะมีแรงกระตุ้นสูงกว่า index และ symbol ในขณะที่ index ก็จะมีแรงกระตุ้นสูงกว่า symbol เช่นกัน ตัวอย่างเช่น “ภาพของคนที่ถูกรถชนตาย” ย่อมกระตุ้นให้นึกถึง “อันตรายจากการขับรถอย่างประมาท” ได้มากกว่า “ภาพหัวกระโหลก” แต่ “ภาพหัวกระโหลก” ก็ยังชวนให้สยดสยองได้มากกว่า “ตัวอักษรที่เขียนคำว่าอันตราย” ตามลำดับ

การวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการใช้รหัสนั้น มีนักคิดหลายท่านที่ศึกษา และให้คำนิยามที่แตกต่างกันไป ได้แก่

John Fiske (1982) (ประสพโชค นวพันธุ์พิพัฒน, 2540) กล่าวว่า รหัส (code) คือ กระบวนการที่ใช้ในการสร้างความหมายขึ้นมา ซึ่งระบบสัญลักษณ์หรือรหัสนี้ ถูกสร้างขึ้นมาจากสมาชิกของสังคมที่ใช้รหัสนั้น ดังนั้น การศึกษารหัสก็ย่อมหมายถึงการศึกษามุมมองต่าง ๆ ของสังคมด้วย และรหัส คือ ระบบของการให้ความหมายร่วมกันของสมาชิกในกลุ่มวัฒนธรรมเดียวกัน ซึ่งประกอบไปด้วยสัญลักษณ์ และกฎเกณฑ์ หรือระเบียบแบบแผนว่าด้วยการใช้ และการเชื่อมโยงสัญลักษณ์ให้สัมพันธ์กับการพัฒนาที่ซับซ้อนในวัฒนธรรมนั้น ๆ ได้อย่างไร และในบริบทใด

Peter Hartley (1993) กล่าวว่า รหัส คือ คำจำกัดความทั่วไปของระบบการรวบรวม และจัดการเกี่ยวกับสัญลักษณ์ ภายใต้ความยินยอมเห็นชอบร่วมกัน หรือ รหัสเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับร่วมกันเป็นปกติจากความหมายหนึ่งสู่อีกความหมายหนึ่ง และยังสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งข่าวสาร (message) สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงจากสัญลักษณ์รูปแบบหนึ่งไปสู่รูปแบบอื่น ๆ ได้

Arthur Asa Berger (1991) กล่าวว่า รหัส คือ ระบบที่ซับซ้อนของความสัมพันธ์ที่เราเรียนรู้จากสังคม และวัฒนธรรม รหัสเหล่านี้ (หรือ “โครงสร้างลับ ๆ” ในจิตสำนึกของเรา) มีผลต่อวิธีที่เราใช้อธิบาย “สัญญาณ” และ “สัญลักษณ์” ที่พบในสื่อ และวิถีชีวิตของเรา

Eco (Berger 1991) กล่าวว่า “การถอดรหัสดูที่คาดเคลื่อน เป็นกฎเกณฑ์ของการสื่อสารมวลชน ทั้งนี้เพราะมนุษย์ใช้รหัส และการอธิบายความหมายที่แตกต่างกันในการถอดรหัสดูข่าวสารที่ได้รับ” “รหัสและรหัสน้อยประยุกต์เข้ากับตัวสารภายใต้กรอบทั่วไปของการอ้างอิงวัฒนธรรม ซึ่งประกอบขึ้นจากความรู้ดั้งเดิม มโนคติ จริยธรรม ศาสนา ทักษะคติทางจิตวิทยา รสนิยม และระบบคุณค่าของตัวผู้รับสาร”

John Fiske (1982) (รังสรรค์ เจริญพันธ์วิสิณ, 2543) ได้แบ่งประเภทของรหัสเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

1. Representational code คือ รหัสที่แสดงความหมายด้วยสิ่งอื่นนอกเหนือจากตัวของมันเอง รหัสประเภทนี้ผู้รับสารต้องถอดรหัสโดยการอาศัยการตีความจากประสบการณ์การเรียนรู้ทางสังคม และวัฒนธรรมเพื่อที่จะได้เข้าใจความหมายที่แท้จริงที่แฝงอยู่ในสารได้
2. Presentational code คือ รหัสที่แสดงความหมายด้วยตัวของมันเองในทันทีที่เป็นรหัสที่เป็นเสมือนดัชนี (indexical) ที่สามารถตีความหมายได้โดยตรง โดยไม่จำเป็นต้องแบ่งแยกความหมายอื่นออกจากตัวเองหรือถอดรหัสใด ๆ อีกต่อไป

มนุษย์แต่ละคนนั้นมีความรู้ในเรื่องของสัญลักษณ์แตกต่างหรือไม่เท่าเทียมกัน จึงทำให้เกิดปัญหาในการตีความหมาย (decoding) ในเนื้อหา ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งการตีความใน แต่ละครั้งจะประสบความสำเร็จมากน้อยขนาดไหน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณความสัมพันธ์ระหว่างประเภทรหัส และสัญลักษณ์ของผู้ส่งสาร กับประสบการณ์ทางสัญลักษณ์ของผู้รับสารด้วย

สุรีย์ ศิริพัฒน์ (2531: 48 – 50) ได้แบ่งการตีความ หรือถอดความถึงประสบการณ์ด้านสัญลักษณ์ศาสตร์ไว้ 2 ประเภท คือ

1. ประสบการณ์เชิงรับรู้ หรือเข้าใจ เป็นประสบการณ์ที่เราจะถูกบังคับให้ยอมรับในความหมายของสิ่งนั้น มีลักษณะที่ชัดเจน เป็นวัตถุวิสัย ต้องทำความเข้าใจ และสนใจ
2. ประสบการณ์เชิงอารมณ์ หรือความรู้สึก นำเอาค่านิยม ความเชื่อ หรือทัศนคติส่วนตัวมาเป็นบรรทัดฐานในการคิด หรือตีความสารต่าง ๆ นั้น

Roland Barthes (1967) ได้แบ่งประเภทของความหมายที่บรรจุอยู่ในสัญลักษณ์ทุกอย่างว่ามี 2 ความหมายด้วยกัน คือ

**ความหมายโดยอรรถ (denotative meaning)** นักวิชาการบางท่านระบุศัพท์เป็นไทยว่า “ความหมายตรง” เป็นตัวหมายถึง (signified) ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมาอย่างภววิสัย (objective) เป็นความหมายที่เข้าใจกันตามตัวอักษรเป็นความหมายที่เข้าใจตรงกันเป็นส่วนใหญ่ และมักจะยอมรับกันโดยทั่วไป ตัวอย่างที่เห็นชัดที่สุดคือ ความหมายที่ระบุในพจนานุกรม เช่น แม่คือสตรีผู้ให้กำเนิดลูก หมี่เป็นสัตว์ 4 เท้า (2 มือ 2 เท้า) ประเภทหนึ่ง โดยทั่วไปความหมายโดยอรรถนี้เป็นความหมายชั้นแรกที่เราอาจถือได้ว่าเป็นสามัญโดยทั่วไปที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น ในกรณีของภาพถ่ายถนนในเมืองและมีข้อความเขียนว่า “ถนนในเมือง” ทั้งภาพและข้อความนั้น จะถูกอ่านความหมายโดยอรรถว่า “นี่เป็นถนนสายหนึ่งในเมือง”

**ความหมายโดยนัย (connotative meaning)** นักวิชาการบางท่านระบุคำศัพท์เป็นไทยว่า “ความหมายแฝง” คำว่า ‘ความหมายโดยนัย’ นั้น เป็นตัวหมายถึงที่ประกอบสร้างอย่างตรงข้ามกับตัวหมายถึงโดยอรรถ กล่าวคือ ถูกประกอบสร้างขึ้นมาอย่างเป็นอัตวิสัย (subjective) ไม่ว่าจะ เป็นอัตวิสัยในระดับบุคคล เช่น ประสบการณ์ส่วนตัวหรืออารมณ์ความรู้สึกของคนแต่ละคนที่มีต่อแม่ ก็จะทำให้คิดถึงแม่ในแง่ ความเจ็บปวดที่ทิ้งลูกไปตั้งแต่ยังเล็ก ความดู ความเข้มงวด ความอบอุ่น ฯลฯ หรือเป็นอัตวิสัยในระดับสังคม เช่น ในสังคมไทย สังคมจีน สังคมอินเดีย สังคมอเมริกัน ให้ความหมายโดยนัยที่มีต่อ “แม่” อย่างแตกต่างกันที่เรียกว่า “ค่านิยมของแต่ละสังคม” Barthes เรียกความหมายโดยนัยนี้ว่า เป็นความหมายชั้นที่สอง (second order of signification)

หากจะกล่าวโดยสรุปแล้ว ความหมายโดยอรรถ หมายถึง การใช้ภาษาหรือสัญลักษณ์ให้หมายความถึงสิ่งที่พูดหรือเขียน ส่วนความหมายโดยนัย หมายถึงการใช้ภาษาหรือสัญลักษณ์ให้หมายความให้มากกว่าสิ่งที่พูดหรือเขียน

เนื่องจากงานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับสื่อใหม่ ซึ่งลักษณะเฉพาะของสื่อใหม่นั้น คือ เป็นการติดต่อสื่อสารที่ต้องอาศัยความสั้น กระชับ และรวดเร็วในการรับส่งข้อมูลข่าวสาร ะหว่างกัน ดังนั้นจากทฤษฎีนี้สามารถแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารโดยการใช้ สัญลักษณ์เข้ามาช่วยการสนทนา ซึ่งจะทำให้การสนทนาเป็นไปอย่างสั้น กระชับ รวดเร็วฉบับไวมากยิ่งขึ้น

ในการศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง emoticon ซึ่งเปรียบเสมือนสัญลักษณ์ที่ช่วยต่อเติม และแต่งเติม ให้การสนทนาผ่านคอมพิวเตอร์เป็นไปอย่างมีสีสัน และเป็นรูปธรรมมากขึ้น emoticon ที่นำมาศึกษานั้น มีทั้ง emoticon ที่เป็นสัญลักษณ์แทนอารมณ์ และความรู้สึกของมนุษย์ในการแสดงออก ทางสีหน้าในอารมณ์ และความรู้สึกที่แตกต่างกันไป รวมถึงสัญลักษณ์ที่ผู้สื่อสารต้องการ กล่าวถึงหรือสื่อความหมายถึง การนำ emoticon เข้ามาใช้ร่วมในการสนทนานั้น ต้องอาศัยการ รับรู้ ความเข้าใจในความหมายของสัญลักษณ์นั้นร่วมกัน ภายใต้กรอบความรู้ ประสบการณ์เดิม ความเชื่อ ทักษะคติ วัฒนธรรม ฯลฯ ซึ่งผู้ส่งสาร และผู้รับสารอาจมีความสามารถในการ ถอดรหัส และตีความที่แตกต่าง กันไป

#### 4. ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล

(Interpersonal communication)

การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ถ่ายทอด ข้อมูล ข่าวสาร ความคิด อารมณ์และความรู้สึก ฯลฯ จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ในที่นี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงการสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งมีลักษณะเด่น ที่แตกต่างจากการสื่อสารในลักษณะอื่น ๆ และได้มีผู้ให้คำนิยามของการสื่อสารระหว่างบุคคลไว้ ดังนี้

Joseph A. Devito (1995) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การสื่อสารที่เกิดขึ้น ระหว่างบุคคล 2 คนที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน เช่น พ่อแม่กับลูก นายจ้างกับลูกจ้าง ครูกับนักเรียน คู่รัก เพื่อน-เพื่อน ฯลฯ

Sarah Trenholm และ Arthur Jensen (1991) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลสองคน มีการแลกเปลี่ยนบทบาทในการเป็นผู้รับ และผู้ส่งสาร เพื่อ การติดต่อซึ่งกัน และกันผ่านทางกิจกรรมซึ่งมีความหมาย



ถึรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ (2526) กล่าว่าว่ การสื่อสารระหว่งบุคคล หมายถึง การถ่ายทอดความคิด ความรู้สึกร และความต้องการของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และเกิดปฏิกริยาตอบสนอง ซึ่งโดยปกติแล้วจะเป็นการสื่อสารโดยผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ปรากฏตัวต่อหน้ากัน และเป็นการสื่อสารแบบสองทาง

องค์ประกอบของการสื่อสารระหว่งบุคคล มี 5 องค์ประกอบหลัก ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (sender) ผู้ที่กำลังแสดงบทบาทในการสื่อความหมาย ความคิด ความรู้สึกร หรือการตอบกลับการสื่อสารไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง อาจจะช่วยคำพูด การแสดงกริยา ท่าทาง สายตา หรือการแสดงสัญลักษณ์ต่าง ๆ เป็นต้น บทบาทผู้ส่งสารเป็นบทบาทที่ไม่ตายตัว เพราะบางครั้งต้องสลับไปเป็นผู้รับสารด้วย

2. ผู้รับสาร (receiver) ผู้ที่กำลังแสดงบทบาทเป็นผู้ฟัง ผู้สังเกต และตีความสารที่ได้ยินสังเกตได้ และรู้สึกได้จากความหมายของผู้ส่งสาร ซึ่งสารที่ส่งอาจเป็นสารที่เจตนา และไม่เจตนา ผู้รับจะนำมาประมวล และแปลความหมายตามสภาวะของตนเอง ผู้รับสารสามารถแสดงความรู้สึกนึกของตนเองได้โดยการใช้วัจนภาษา หรือ อวัจนภาษา

3. สาร (message) ผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึกร ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตนที่ปรากฏในรูปของรหัส (code)

4. สื่อ (channel) ช่องทางที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

5. บริบท/สภาพแวดล้อมในการสื่อสาร (context/environment) คือ สิ่งที่มีผลหรือมีอิทธิพลต่อการสื่อสารไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

5.1 บริบทหรือสภาพแวดล้อมในการสื่อสาร ได้แก่ ระบบสังคม วัฒนธรรม ศาสนา ความคิด ความเชื่อ ประกอบกับประสบการณ์ของแต่ละคน รวมถึงสิ่งรบกวนต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นขณะสื่อสาร

5.2 สิ่งรบกวน (noise) คือ อุปสรรคที่เป็นตัวสกัดส่งผลให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพลดลง ในที่นี้แบ่งได้ 2 ประเภทด้วยกัน คือ

5.2.1 สิ่งรบกวนทางกายภาพ ได้แก่ ความสามารถในการพูด การเจ็บไข้ได้ป่วย เสียงแทรกซ้อน ฯลฯ

5.2.2 สิ่งรบกวนทางจิตวิทยา ได้แก่ ความเชื่อ ทศนคติ ความตั้งใจ ความเบื่อหน่าย ความวิตกกังวล ฯลฯ

เมตตา กฤตวิทย์ (2532) (กมลณัฐ พลวัน, 2535) ได้แบ่งประเภทการสื่อสารระหว่างบุคคลตามสื่อที่ใช้ไว้ดังนี้

1. การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบผ่านสื่อหรือสิ่งคั่นกลางระหว่างผู้สื่อสาร (mediated interpersonal communication) เช่น การเขียนจดหมาย การพูดผ่านโทรศัพท์ภายใน (intercom) การพูดทางโทรศัพท์ การติดต่อผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ต่างล้วนเป็นสื่อที่นำสารจากผู้สื่อสารคนหนึ่งไปยังผู้สื่อสารอีกคนหนึ่ง ทั้งนี้ผู้ส่งสารอาจได้รับปฏิกิริยาตอบสนองจากผู้รับสารในทันที

2. การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่ผ่านสื่อใด ๆ (non-mediated interpersonal communication) หรือแบบเห็นหน้ากันโดยตรง เช่น ในการพูดคุยกับคนอื่น หรือในการสัมภาษณ์ ผู้สื่อสารจะปฏิสัมพันธ์กันโดยตรง ฉะนั้นจึงสามารถแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่าง ๆ ได้ในทันทีและทันควัน และเป็นปฏิกิริยาตอบสนองที่เราสามารถรับรู้ได้โดยผ่านประสาทรับรู้ทั้งห้ามากกว่าประเภทแรก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารในแต่ละครั้งนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่างประกอบกัน ดังนี้

1. ปัจจัยด้านตัวผู้สื่อสาร หรือ ปัจจัยภายใน ได้แก่
  - 1.1 มีสภาพร่างกายที่พร้อมสมบูรณ์ต่อการสื่อสาร
  - 1.2 มีทักษะ และความสามารถในการสื่อสาร
  - 1.3 มีทัศนคติที่ดีต่อการสื่อสาร คู่สื่อสาร และเรื่องราวที่สื่อสารกันอยู่
  - 1.4 มีสภาพอารมณ์ และสภาพจิตใจที่พร้อมจะรับสาร
  - 1.5 มีกรอบประสบการณ์ที่กว้างขวาง
2. ปัจจัยด้านบริบทแวดล้อมในการสื่อสาร หรือปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อความคิด ความรู้สึก และการกระทำของผู้สื่อสาร (ทั้งผู้ส่งและผู้รับสาร) ได้แก่

2.1 กรอบสังคม แต่ละสังคมจะมีกฎเกณฑ์และแต่ละคนที่อยู่ในสังคมจะถูกกำหนดบทบาท สถานภาพที่แตกต่างกันออกไป และต้องแสดงบทบาทของตัวเองให้เหมาะสมตามที่สังคมกำหนดและคาดหวัง สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดสัมพันธภาพในการสื่อสารระหว่างกันด้วย ซึ่งสามารถแบ่งได้ 2 แบบกว้าง ๆ ดังนี้ (กมลณัฐ พลวัน , 2535)

2.1.1 แบบประกอบกัน และแบบสมมาตร (complementary and symmetrical) แบบประกอบกัน ได้แก่ ลักษณะการสื่อสารที่แสดงถึงความสัมพันธ์ที่ฝ่ายหนึ่งอยู่ในฐานะที่สูงกว่า เช่น พ่อแม่กับลูก นายจ้างกับลูกจ้าง หมอกับคนไข้ เป็นต้น และแบบสมมาตร ได้แก่ ลักษณะการสื่อสารที่แสดงถึงความสัมพันธ์อย่างเท่าเทียมกัน เช่น เพื่อนกับเพื่อน

2.1.2 แบบแข่งขันและแบบร่วมมือกัน (competitive and cooperative) แบบแข่งขัน ได้แก่ ลักษณะการสื่อสารที่ฝ่ายหนึ่งพยายามจะเอาชนะอีกฝ่ายหนึ่ง และแบบร่วมมือ ได้แก่ ลักษณะการสื่อสารที่ต่างฝ่ายต่างให้ความร่วมมือและปรองดอง

2.2 วัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดมารยาท หรือธรรมเนียมปฏิบัติ (manner) ของในสังคมซึ่งมีผลต่อลักษณะความสัมพันธ์ในการสื่อสารของบุคคล

2.3 สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมมีอิทธิพลต่อการแสดงออกด้านความสัมพันธ์ในการสื่อสาร เช่น ถ้าสถานะคล้ายคลึงกัน หรือใกล้เคียงกัน จะเข้าใจกันได้ง่าย แต่ถ้าสถานะต่างกัน ก็จะทำให้ความคิดเห็น ความรู้สึกแตกต่างกันด้วย

ในการสื่อสารระหว่างบุคคล นอกจากจะต้องใช้ถ้อยคำในการพูดจาโต้ตอบกันแล้ว ยังต้องใช้สิ่งอื่นที่ไม่ใช่ถ้อยคำอีกด้วย เช่น การใช้น้ำเสียงในการแสดงออกความรู้สึกต่าง ๆ ใช้ท่ากิริยา การแสดงออกทางใบหน้า ฯลฯ ประกอบด้วยลักษณะที่ใช้ประกอบเหล่านี้ เรียกว่า การสื่อสารเชิงอวัจนภาษา (non-verbal communication) ซึ่งล้วนแต่มีความสำคัญต่อการสื่อสารของคนเรา

Mead (1972) (ศุณิสา ทดลา, 2542) กล่าวว่า อิทธิพลของการสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) บนพื้นฐานระดับปัจเจกบุคคล จะมีพัฒนาการมาจากประสบการณ์ทางสังคม และกิจกรรมทางสังคม ไม่ใช่มาจากกำเนิด โดยบุคคลจะเรียนรู้พฤติกรรม การสื่อสารระหว่างบุคคลจากการเรียนรู้ จากสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยตนเอง หรือจากการเรียนรู้ในสถานศึกษา ไม่ใช่ว่าพฤติกรรมในการสื่อสารระหว่างบุคคลจะเกิดขึ้นมาเองโดยสัญชาตญาณ

จากทฤษฎีนี้สามารถนำมาใช้เป็นกรอบในงานวิจัยได้ กล่าวคือ ลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบผ่านสื่อหรือสิ่งคั่นกลางระหว่างผู้สื่อสาร คือ คอมพิวเตอร์นั้น ต้องคำนึงถึง

ปัจจัยหลายอย่างประกอบกันไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก การนำทฤษฎีนี้มาช่วย จะทำให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อสารได้ชัดเจน

## 5. ทฤษฎีอารมณ์ และการแสดงออกทางอารมณ์

(Emotion and emotional expression)

การให้คำนิยามของคำว่าอารมณ์เป็นเรื่องยุ่งยาก เพราะไม่มีความแตกต่างระหว่าง พฤติกรรมที่มีอารมณ์ และพฤติกรรมที่ไม่มีอารมณ์อย่างเด่นชัด รวมไปถึงวิธีการแสดงออกก็ไม่มี การแบ่งแยกให้ชัดเจน การแบ่งลักษณะของอารมณ์นั้นขึ้นอยู่กับผู้ศึกษาแต่ละคน ซึ่งมีวิธีการ นิยามศัพท์ และวิธีการแบ่งลักษณะของอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไป

James (1884) นิยามไว้ว่า อารมณ์ คือ ความรู้สึกที่เปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลง ทางร่างกาย นั่น คือ จะเกิดการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายขึ้นก่อน เช่น การเพิ่มขึ้นของอัตราการเต้น หัวใจ การเพิ่มขึ้นของความดันโลหิต การเพิ่มขึ้นของปริมาณน้ำตาลในโลหิตแล้วจึงเกิดความรู้สึก ของอารมณ์ขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น

Watson (1924) นิยามไว้ว่า อารมณ์เป็นผลของรูปแบบการตอบสนองที่เกี่ยวข้องกับกลไก การเปลี่ยนแปลงทางร่างกายทั้งหมดนั่นคือ รูปแบบการตอบสนองทางกายที่แตกต่างกัน ทำให้เกิด อารมณ์ที่แตกต่างกัน

Plutchick (1984 อ้างถึง Carl and Hatfield, 1992) นิยามไว้ว่า อารมณ์เป็นลำดับขั้นที่ ซับซ้อนของการตอบสนองต่อสิ่งเร้าและรวมถึงการประเมินทางปัญญา การเปลี่ยนแปลงที่เป็น อัตนัย การเร้าระบบประสาทอัตโนมัติ การกระตุ้นพฤติกรรม โดยทั้งหมดจะขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดลำดับขั้นที่ซับซ้อนนี้

จากคำนิยามต่าง ๆ สามารถสรุปได้ว่าอารมณ์และความรู้สึกที่เกิดขึ้นนั้น เป็นปฏิกิริยาที่ ตอบสนองต่อสิ่งเร้าโดยทางตรงหรือทางอ้อม

อารมณ์มีความสัมพันธ์กระบวนการคิดการเข้าใจ สุนทรী โคมิน (1975) ได้เสนอแนวคิดไว้ ว่า มีองค์ประกอบเชิงการคิดการเข้าใจอยู่ 3 องค์ประกอบด้วยกัน ดังนี้

1. การคิดการเข้าใจชนิดที่ 1 เป็นองค์ประกอบเกี่ยวกับการประเมินซึ่งเกิดขึ้นก่อนที่อารมณ์จะเกิดขึ้น ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ ได้แก่ องค์ประกอบเกี่ยวกับการรับรู้การประเมินที่เกิดขึ้นโดยตนเอง ความจำ และการประเมินการกระทำ

2. การคิดการเข้าใจชนิดที่ 2 เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการเข้าของการเกิด และแสดงอารมณ์ ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับค่านิยมเชิงวัฒนธรรมบางอย่างที่บุคคลได้รับไว้เป็นของตนตั้งแต่เล็ก เช่น ในวัฒนธรรมไทยก็มีค่านิยมเกี่ยวกับการสัมพันธ์กับบุคคล กล่าวคือ จะคำนึงถึงความเหนือกว่า และต่ำกว่าในด้านต่าง ๆ เช่น อายุ และสถานภาพของบุคคล การหลีกเลี่ยงที่จะขัดแย้งกับผู้อื่น การเคารพผู้อาวุโส ฯลฯ

3. การคิดการเข้าใจชนิดที่ 3 เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการประเมินซ้ำในอารมณ์ที่ได้รู้สึกและการแสดงอารมณ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับกฎเกณฑ์การแสดงอารมณ์ด้วยว่าควรจะแสดงอารมณ์อย่างไร การรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นและการแสดงอารมณ์ออกมาเชิงพฤติกรรมภายนอกจะเกิดขึ้นหลังจากที่ได้มีการประเมินซ้ำแล้ว

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่ามีความแตกต่างกันในการเกิด และการแสดงอารมณ์ระหว่างบุคคลต่างวัฒนธรรม เพราะมนุษย์ในแต่ละวัฒนธรรมย่อมมีการเรียนรู้เกี่ยวกับค่านิยมของวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

Lindesmith และ Strauss (1963) ได้วิเคราะห์การเกิดและการแสดงอารมณ์ออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. สิ่งเร้า หรือสภาพการณ์ต่าง ๆ ได้ถูกให้ความหมายและแปลความ
2. การตอบสนองภายในต่อสภาพการณ์ที่ได้ให้ความหมาย ซึ่งเกี่ยวข้องทั้งกระบวนการเชิงสรีระ และสัญลักษณ์ (psychological and symbolic process)
3. การแสดงอารมณ์ออกมาทางร่างกายภายนอก โดยการใช้อำพุด ท่าทาง และการแสดงออกสีหน้า เป็นต้น ซึ่งทำให้คนอื่นรู้ว่ากำลังเกิดอารมณ์อะไร

นักวิจัยที่มุ่งศึกษาการแสดงอารมณ์ทางสีหน้า เช่น Tomkins (1992) และ Izard (1971) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมเกี่ยวกับการแสดงออกทางอารมณ์นั้นคล้ายกับพฤติกรรมอื่น ๆ ในแง่ที่ว่าได้รับอิทธิพลทั้งจากพันธุกรรม และสิ่งแวดล้อม



Ekman และ Izard ได้เสนอข้อสรุปเกี่ยวกับการศึกษาด้านนี้ โดยเห็นว่า มีการศึกษาอย่างกว้างขวาง ถึงอิทธิพลของพันธุกรรมที่มีต่อการแสดงอารมณ์ โดยเฉพาะการแสดงอารมณ์ทางสีหน้า ส่วนการแสดงอารมณ์ที่ได้รับอิทธิพลจากการเรียนรู้ โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับตัวแปรทางสังคม และวัฒนธรรมยังมีการศึกษาน้อย แม้ว่านักทฤษฎีเกี่ยวกับการแสดงอารมณ์ได้ยอมรับอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อการแสดงอารมณ์ ตัวอย่าง เช่น

Izard กล่าวว่า อารมณ์ต่าง ๆ ได้รับอิทธิพลทั้งจากการสืบทอด (innate) และสิ่งแวดล้อมองค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมที่มีต่ออารมณ์ได้แก่ เกณฑ์มาตรฐานเชิงวัฒนธรรม (cultural norms) และการปฏิบัติด้านสังคมประภคิต (socialization) ซึ่งก่อให้เกิดการเก็บกด (suppression) เก็บซ่อน (inhibition) หรือการปิดเบือนการแสดงสีหน้าที่สังเกตได้

Paul Ekman ทำการวิจัยเกี่ยวกับธรรมชาติการแสดงออกทางสีหน้า พบว่าทุกคนสามารถพูด และเข้าใจภาษาที่แสดงออกทางสีหน้าเหมือนกันได้ (Ekman, 1984; Ekman และ Friesen, 1975) สำหรับ Charles Darwin เสนอไว้ว่าการแสดงออกในขณะที่เกิดอารมณ์จะเป็นสิ่งเดียวกัน กล่าวคือเป็นลักษณะที่เป็นสากล (universal) ไม่ว่าจะเป็นคนเผ่าพันธุ์ใด เพราะส่วนประกอบของกรรมพันธุ์นั้นมีวิวัฒนาการมานานแล้ว

อิทธิพลของวัฒนธรรมต่ออารมณ์เป็นอย่างไร วัฒนธรรมจะแสดงบทบาทในการแสดงอารมณ์ โดยกำหนดกฎเกณฑ์ว่า เมื่อใดจะแสดงอารมณ์บางอย่างได้ และเพื่อความเหมาะสมทางสังคมที่จะให้คนบางคนแสดงอารมณ์บางอย่างในสถานการณ์หนึ่ง อย่างไรก็ตามมนุษย์จากทั่วโลก ถ้าไม่คำนึงถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม เชื้อชาติ เพศ หรือการศึกษา จะแสดงอารมณ์พื้นฐานในแบบเดียวกันและสามารถบอกลักษณะอารมณ์ที่คนหนึ่งกำลังประสบอยู่ได้โดยการอ่านจากสีหน้าที่แสดงออกมา

การศึกษาทางวิทยาศาสตร์ในเรื่อง การแสดงออกทางสีหน้าของอารมณ์ เริ่มโดย Charles Darwin (1872) ซึ่งศึกษาในเรื่อง The Expression of Emotions in Man and Animals ได้สังเกตว่าเวลาที่มนุษย์แสดงความเสียใจนั้น จะเกิดการหดกล้ามเนื้อบริเวณหน้า เวลาโกรธจะแน่นฝีปาก ฟันจะขบกันแน่น ส่วนการเขินหรืออายก็จะหันศีรษะ หรือปิดหน้า เป็นต้น

มนุษย์จะแสดงอารมณ์ออกมาทางหน้าตา (Ekman และ Tomkins, 1984) สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมโดยเฉพาะลิงและมนุษย์จะมีลักษณะของกล้ามเนื้อที่ซับซ้อน ทำให้การแสดงออกมาทาง

หน้ามากมาย ส่วนกล้ามเนื้อบริเวณใบหน้าของสัตว์อื่น ๆ ส่วนใหญ่จะไม่ทำอะไรเพียงแค่เปิดปิดปากและตาเท่านั้น

คำว่าอารมณ์ หรือ emotion มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน ซึ่งมีความหมายว่า การเคลื่อนไหวที่ (movement) อารมณ์เป็นทั้งตัวนำ และตัวเร่งให้เกิดพฤติกรรม อารมณ์ของมนุษย์นั้น ซับซ้อนมากกว่าสัตว์อื่น ๆ มนุษย์จะหัวเราะเมื่อเกิดความสุข และร้องไห้เมื่อเศร้า เป็นต้น

อารมณ์สามารถกระตุ้น และช่วยรวบรวมประสบการณ์นำไปสู่การกระทำ และการสื่อสารถึงการกระทำ (Frijda, 1989) ดังนี้

1. เป็นตัวเร่งให้เกิดพฤติกรรม (arousal) เหมือนเป็นการให้สัญญาณว่าจะมีบางอย่างที่สำคัญเกิดขึ้นตัวอย่างเช่น สัตว์ที่ตกใจกลัวหรือตื่นเต้นเมื่อมีคนเข้ามาใกล้มันก็จะเตรียมตัวได้ตอบ เพื่อเป็นการป้องกันตัวมันเอง ทำให้มีชีวิตรอด และสำหรับคน เมื่อคนมีอารมณ์โกรธ จะทำให้ร่างกายมีความพร้อมที่จะกระทำทันทีทันใดได้

2. เป็นตัวรวบรวมอารมณ์ จะทำให้การรับรู้ของเรามีสีสันกับตัวเราและคนอื่น อีกทั้งยังทำให้รวบรวมความคิดเป็นระบบที่รู้สึกได้ (Bower, 1981) เช่น ถ้าเรากำลังอารมณ์ดี ทุกสิ่งทุกอย่างก็จะดีเหมือนคนที่มองผ่านแว่นตาสีกุหลาบ แต่ถ้าอารมณ์ไม่ดี ทุกสิ่งทุกอย่างก็จะเป็นไปในด้านลบ ฉะนั้นความรู้สึกที่เราตัว จะเป็นตัวที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

3. เป็นตัวนำ และเป็นตัวสนับสนุนให้มีการกระทำต่อไป ตัวอย่างเช่น เมื่อสัตว์โกรธ สัตว์จะต่อสู้ แต่ถ้าเป็นคนเมื่อก้าวจะหาทางหนี สามารถวิ่งได้นานขึ้น และเร็วขึ้นกว่าตอนที่เราเบื่อ

4. การสื่อสาร ถ้าเป็นสัตว์จะแสดงออกทางสัญญาณต่าง ๆ เช่น กลิ่น ท่าทาง การแสดงออกทางหน้าตา สิ่งต่าง ๆ นี้เป็นการสื่อข้อความหรือพฤติกรรมกับสัตว์อื่น สัญญาณและท่าทางนี้เป็นสัญญาณสื่อสารทางสังคมด้วย ตัวอย่างเช่น สุนัขพูดไม่ได้ว่า “ออกไปให้พ้น” แต่มันก็สามารถทำเสียงขู่ได้ ทำให้เราได้ข้อความที่สื่อว่ามันไม่ชอบ สัญญาณของอารมณ์ก็เหมือนกับการแสดงออกทางสีหน้า เสียง ลักษณะของ รูปร่าง ซึ่งมีความหมายในระดับหนึ่งได้ ตัวอย่างเช่น คนหนึ่งอาจจะพูดออกมาว่าเขาสนใจในเรื่องที่อีกคนหนึ่งพูด ถ้าคนฟังนั้นไม่มองคนพูด แต่ทว่าเขานั้นก็สื่อให้เห็นว่าคนฟังนั้นเบื่อก่อนที่จะฟัง

ลักษณะการเกิดอารมณ์นอกจากจะสังเกตจากการเปลี่ยนแปลงทางสรีระแล้ว ยังสามารถสังเกตได้จากพฤติกรรมการแสดงออกของแต่ละบุคคลได้ด้วย ดังนี้

การแสดงออกทางสีหน้า (facial expression) นักจิตวิทยาพบว่า การแสดงออกทางสีหน้า เป็นสิ่งที่มีความหมายสากล แต่ละวัฒนธรรมจะมีการรับรู้อารมณ์ที่ปรากฏทางสีหน้าได้ใกล้เคียงกัน เช่น การทดลองของ Ekman และ Friesen โดยให้กลุ่มตัวอย่างจาก 5 วัฒนธรรม ได้แก่ สหรัฐอเมริกา บราซิล ชิลี อาร์เจนตินา และญี่ปุ่น ดูภาพถ่ายของการแสดงออกทางสีหน้าของอารมณ์ดีใจ โกรธ เศร้า ขยะแขยง กลัว และประหลาดใจ ผลของการทดลองพบว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถระบุอารมณ์ที่ปรากฏทางสีหน้าได้ใกล้เคียงกัน นอกจากนี้เมื่อทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชนพื้นเมืองในนิวกินี ซึ่งไม่เคยติดต่อหรือรับรู้วัฒนธรรมของชาวตะวันตก ผลของการทดลองที่ออกมา นั้นสอดคล้องกับการทดลองครั้งแรก โดยพบว่าชนพื้นเมืองสามารถตัดสินอารมณ์ที่ปรากฏทางสีหน้าได้ถูกต้อง

รูปข้างล่างนี้เป็น รูปลักษณะอารมณ์ที่ Ekman, Sorenson และ Friesen, 1969 ใช้ในการวิจัยข้ามวัฒนธรรม (cross cultural research)



รูปที่ 4 แสดงลักษณะอารมณ์ที่ใช้ในการวิจัยข้ามวัฒนธรรม (cross-cultural research)

## อารมณ์พื้นฐานของมนุษย์

อารมณ์พื้นฐานของมนุษย์มีลักษณะการแบ่งที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้กำหนด แยกหมวดหมู่ ซึ่งจะเป็นการแบ่งลักษณะอารมณ์พื้นฐานของผู้ศึกษาแต่ละคน ดังนี้

Tomkins (1962,1963) แบ่งลักษณะอารมณ์เป็น 9 ประเภท คือ กลัว (fear) โกรธ (anger) เพลิดเพลิน (enjoyment) สนใจ (interest) ขยะแขยง (disgust) ประหลาดใจ (surprise) อาย (shame) ดูถูก (contempt) เป็นทุกข์ (distress)

Plutchik (1962,1980) แบ่งลักษณะอารมณ์เป็น 8 ประเภท คือ กลัว (fear) โกรธ (anger) เศร้า (sadness) สนุก (joy) ยอมรับ (acceptance) ขยะแขยง (disgust) คาดการณ์ (anticipation) ประหลาดใจ (surprise)

Osgood (1966) แบ่งลักษณะอารมณ์เป็น 9 ประเภท คือ กลัว (fear) โกรธ (anger) วิตกกังวล – เศร้า (anxiety/sorrow) สนุก (joy) พอใจเจียบ ๆ (quite pleasure) สนใจ/คาดหวัง (interest/expectancy) ความตื่นใจ (amazement) เบื่อ (boredom) ขยะแขยง (disgust)

Ekman (1973) แบ่งลักษณะอารมณ์เป็น 6 ประเภท คือ กลัว (fear) โกรธ (anger) เศร้า (sadness) มีความสุข (happiness) ขยะแขยง (disgust) ประหลาดใจ (surprise)

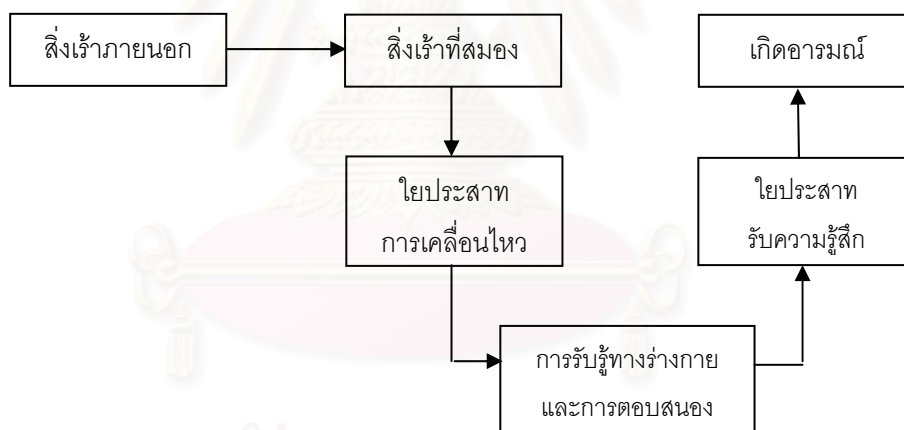
Gross และ Levenson (1993) แบ่งลักษณะอารมณ์เป็น 16 ประเภท คือ ขบขัน (amusement) โกรธ (anger) ตื่นตัว (arousal) สับสน (confusion) ดูถูก (contempt) พึงพอใจ (contentment) ขยะแขยง (disgust) อับอาย (embarrassment) กลัว (fear) มีความสุข (happiness) สนใจ (interest) เจ็บปวด (pain) โล่งใจ (relief) เศร้า (sadness) ประหลาดใจ (surprise) เครียด (tension)

อารมณ์พื้นฐาน และการแสดงออกของมนุษย์ มีหลายแบบ แต่การแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกของแต่ละชาติใช้ว่าจะเหมือนกัน ทั้งนี้ต้องพิจารณาไปถึงการใช้ภาษาด้วยว่าจะตัดสินใจใช้คำว่าอะไรในการเรียกชื่ออารมณ์ต่าง ๆ เช่น Levy ได้ศึกษาถึงประเด็นนี้ ซึ่งพบว่า คนในตาฮิตินั้นไม่มีความคิดแบบชาวตะวันตกในเรื่องความเศร้า แต่เขาจะใช้คำว่า เจ็บป่วยแทน เป็นต้น

ทฤษฎีที่สำคัญเกี่ยวกับอารมณ์เสนอโดย William James ในปี 1884 James ได้ตั้งข้อสันนิษฐานว่า สิ่งเร้าของสภาพแวดล้อมเป็นตัวที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสรีระ ซึ่งจะเป็นตัวเร้าประสาททอวิวะสัมผัส ซึ่งจะนำมาจากอวัยวะ และส่วนอื่นของร่างกายไปยังสมอง จากข้อมูลนี้ทำให้รู้ว่าเป็นอารมณ์ ฉะนั้นคนไม่ได้ร้องไห้เพราะว่าเขาเศร้า แต่ตรงกันข้ามมักจะพูดว่าเขารู้สึกเศร้าเพราะว่าเขากำลังร้องไห้ เช่นเดียวกัน เขาไม่ได้ตัวสั่นเพราะว่ากลัว แต่พูดว่าเขารู้สึกกลัวเพราะว่าเขาตัวสั่น (James, 1890)

ข้อสังเกตของทฤษฎีนี้ คือ การเปลี่ยนแปลงทางสรีระมาก่อน แล้วจึงจะเกิดอารมณ์เป็นการย้อนกลับของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ในเวลาเดียวกันได้มีนักวิทยาศาสตร์ชาวเดนมาร์กที่เห็นด้วยกับทฤษฎีนี้คือ Carl Lange จึงทำให้เกิดเป็นทฤษฎี James – Lange เกี่ยวกับอารมณ์ สิ่งที่ยุงยากของทฤษฎีนี้คือการยากที่จะจับคู่สภาพการเปลี่ยนแปลงของร่างกายกับลักษณะของอารมณ์ได้

#### ทฤษฎีของ James – Lange



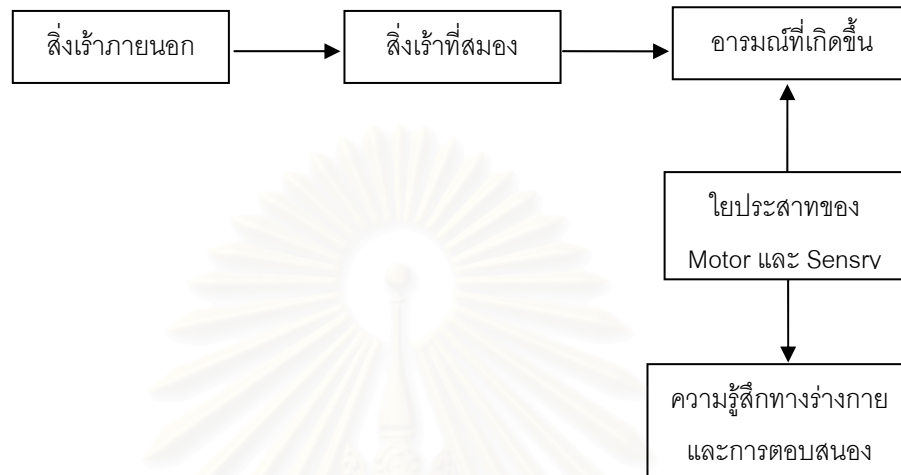
รูปที่ 5 แสดงการเกิดอารมณ์ ตามทฤษฎีของ James – Lange

ในปี 1927 Walter Cannon และ Bard ไม่เห็นด้วยกับขั้นตอนการเกิดอารมณ์ของทฤษฎี James – Lange ดังนั้นจึงมีการทดลองเกิดขึ้น ในชื่อว่า ทฤษฎี Cannon – Bard ซึ่งได้เสนอว่าอารมณ์ เป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นตลอดช่วงระยะเวลาหนึ่งของบุคคล ทั้งนี้ประสบการณ์ของอารมณ์จะถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าภายนอกไปสู่ระบบความรู้สึก (sensory system) และขณะเดียวกันนั้นระบบประสาทอัตโนมัติก็ถูกกระตุ้นอย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน ทำให้เกิดการตอบสนองทางร่างกายขึ้น ดังนั้นอารมณ์จึงเป็นสิ่งที่เกิดจากการตอบสนองของร่างกายกับประสบการณ์ของอารมณ์ในช่วงเวลาเดียวกัน หรือเป็นการรวมกันระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสรีระของ



ร่างกาย และข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ที่กระตุ้นอารมณ์นั้น ข้อมูลที่ประกอบกันขึ้นมาได้อย่างต่อเนื่อง และยังเป็นตัวกำหนดธรรมชาติ และระดับความเข้มของอารมณ์ที่เกิดขึ้นด้วย

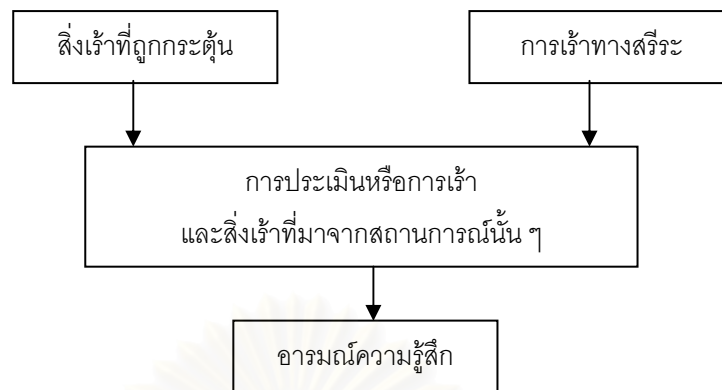
### ทฤษฎีของ Cannon – Bard



รูปที่ 6 แสดงการเกิดอารมณ์ ตามทฤษฎีของ Cannon – Bard

Richard Lazarus เป็นผู้นำทางด้านการศึกษาที่เห็นว่าประสบการณ์ทางด้านอารมณ์จะไม่สามารถเข้าใจจากสิ่งที่เกิดขึ้นในสมองมนุษย์ แต่เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อมที่ประเมินออกมา ทฤษฎีนี้เรียกว่า ทฤษฎีการรู้คิด (cognitive theory) ซึ่งเน้นประสบการณ์แบบรู้ตัว เช่น กระบวนการทางสมองที่ทำให้เกิดความรู้สึกยินดี โกรธ และกลัวมากกว่าการเปลี่ยนแปลงแบบไม่รู้สึกรู้ตัว (Lazarus 1982) มีหลายสาเหตุที่ทำให้เกิดประสบการณ์ สิ่งแรกคือข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสภาพแวดล้อมที่ส่งมาจากเปลือกสมองที่รับผิดชอบอวัยวะสัมผัส อีกส่วนหนึ่งมาจากความสามารถของสมองที่จะเก็บข้อมูลต่าง ๆ ในอดีต ซึ่งจะมามีส่วนในการตัดสินใจและตีความหมายสถานการณ์ใหม่ อีกส่วนหนึ่งก็คือแบบฉบับของกระแสประสาทที่ hypothalamus และส่วน limbic system ในสมองจะทำงานอย่างอัตโนมัติที่ต่อม pituitary ก็จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสรีระอารมณ์ และยังมีการป้อนกลับที่ cortex ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสรีระในช่วงท้อง และกล้ามเนื้อในร่างกาย และที่หน้า ส่วนประกอบต่าง ๆ นี้จะปะทะกัน และทำให้เกิดอารมณ์ที่เราารู้สึก และบางครั้งก็จะทำให้เกิดพฤติกรรมอารมณ์โดยการเพิ่มการแสดงออก ถ้าเป็นอารมณ์ที่เราชอบ และจะช่วยให้หนีออกจากสถานการณ์ที่เราไม่ชอบได้

## ทฤษฎีของ Lazarus



รูปที่ 7 แสดงการเกิดอารมณ์ ตามทฤษฎีของ Lazarus

โดยสรุปแล้วอารมณ์เป็นภาวะที่เกิดจากการรวมกันขององค์ประกอบ 3 ประการด้วยกัน ได้แก่

1. องค์ประกอบด้านสิ่งเร้าภายนอก (stimulus factors) ที่ส่งผลต่อระบบความรู้สึกของบุคคล
2. องค์ประกอบด้านสรีระ (physiological factors) ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายของบุคคล
3. องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (cognitive factors) เกี่ยวกับความจำและประสบการณ์ในอดีตของบุคคล ซึ่งมีผลต่อการประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

จะเห็นได้ว่าการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคน ทุกชาติ ทุกภาษามี แต่ลักษณะการเรียกถึงอารมณ์ และความรู้สึกนั้น ๆ อาจแตกต่างกัน ซึ่งแต่ละสังคมจะเป็นผู้กำหนดคำเรียกของอารมณ์ และความรู้สึกเหล่านั้น

การแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกนั้นเกิดจากเมื่อมนุษย์ได้รับสิ่งเร้าเข้ามากกระตุ้นทำให้เกิดเป็นอารมณ์ขึ้นมา อารมณ์แต่ละประเภทก็มีการเกิดที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับกระบวนการตอบสนองของแต่ละบุคคล ในการติดต่อสื่อสารระหว่างมนุษย์นั้น มนุษย์สามารถแสดงออกในสิ่งที่ตนรู้สึกผ่านทางน้ำเสียง การใช้ท่าทาง การแสดงสีหน้าเพื่อแสดงถึงอารมณ์และความรู้สึก ทำให้ผู้รับสารสามารถทราบว่าคู่สนทนาของตนกำลังรู้สึกอย่างไร ในชีวิตจริงเมื่อเรารู้สึกอย่างไร เราก็มักจะแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึก สีหน้า ท่าทาง แต่ในโลกของการติดต่อสื่อสารผ่าน

คอมพิวเตอร์ เราก็สามารถเลือกใช้ emoticon ในการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึก เนื่องจากเป็นการแสดงอารมณ์ ให้คู่สนทนาประทับใจ แต่การสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์นั้น ผู้สนทนามีโอกาสที่จะสรรหา emoticon หลากหลายอารมณ์และความรู้สึก เพื่อช่วยในการสื่อสาร หรืออาจจะไม่ได้ใช้เลยก็เป็นได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าเลือกที่ต้องการจะแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกหรือว่าต้องการที่จะเก็บ หรือปิดบังความรู้สึกของตนไว้

ในโลกของความเป็นจริงบางครั้งเราไม่อาจแสดงออกว่าเรากำลังรู้สึกโกรธหรือโมโหมาก ๆ แต่ในโลกของการสื่อสารของคอมพิวเตอร์นั้น ผู้สนทนาสามารถเลือกใช้ emoticon ที่แสดงอาการโกรธจัด โกรธจนหน้าแดง หรือโกรธจนตัวสั่นได้ ซึ่งถือเป็นคุณสมบัติอีกประการหนึ่งของการใช้ emoticon เข้ามาช่วยในการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึก

## 6. แนวคิดเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม

(Society and culture)

วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ การสร้างสม การสืบต่อและการถ่ายทอด วัฒนธรรมโดยมีการเกิดการเจริญเติบโต การเปลี่ยนแปลง และการเสื่อมสลาย ซึ่งเกิดจากการกระทำของมนุษย์ ในแต่ละสังคมนั้นต่างก็มีวัฒนธรรมของตนเอง อาจแตกต่างหรือเหมือนกันก็ได้ แต่โดยทั่วไปสังคมที่อยู่ใกล้เคียงกัน มักจะมีวัฒนธรรมเป็นอย่างเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันและสามารถเข้าใจซึ่งกันและกันได้ง่ายกว่าและดีกว่าสังคมที่อยู่ห่างไกลออกไป

คำว่า “วัฒนธรรม” มาจากคำว่า “culture” ในภาษาอังกฤษ ซึ่งมีความหมายว่าการเพาะปลูกและบำรุงให้เจริญงอกงาม มีผู้ให้คำนิยามถึงคำว่าวัฒนธรรมไว้ ดังนี้

Tylor (1871) นิยามไว้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง ส่วนรวมที่ซับซ้อนซึ่งรวมถึงความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ ศีลธรรม กฎหมาย ประเพณี ความสามารถ และนิสัยที่มนุษย์ได้รับมาในฐานะเป็นสมาชิกของสังคม

Linton (1940) นิยามไว้ว่า วัฒนธรรมเป็นส่วนรวมทั้งสิ้นของความรู้ ทักษะคติและแบบแผนความประพฤติที่เป็นนิสัยที่สมาชิกในสังคมหนึ่งสังคมใดมีส่วนร่วมกันและถ่ายทอดสู่กันและกัน

ลักษณะพื้นฐานที่สำคัญของวัฒนธรรมสามารถสรุปได้ 6 ประการ ดังนี้ (ยศ สันตสมบัติ , 2544 : 11 –12)

1. วัฒนธรรมเป็นความคิดร่วม (shared ideas)
2. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์เรียนรู้ (learned)
3. วัฒนธรรมมีพื้นฐานมาจากการใช้สัญลักษณ์ (symbol)
4. วัฒนธรรมเป็นองค์รวมของความรู้และภูมิปัญญา
5. วัฒนธรรม คือ กระบวนการที่มนุษย์กำหนดนิยามความหมายให้กับชีวิต
6. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่ง

นักวิชาการได้แบ่งประเภทของวัฒนธรรมไว้ต่าง ๆ กัน ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

#### 1. วัฒนธรรมทางด้านวัตถุและไม่ใช้วัตถุ

1.1 วัฒนธรรมด้านที่เกี่ยวข้องกับทางวัตถุ (material cultural) ได้แก่ สิ่งของหรือวัตถุที่มนุษย์สร้างขึ้น

1.2 วัฒนธรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับทางด้านวัตถุ (non-material cultural) เป็นวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม (abstract) ได้แก่ ภาษา ถ้อยคำที่ใช้พูด ความคิด ค่านิยม ประเพณี เป็นต้น

#### 2. วัฒนธรรมแบบพหุนิยมหรือแบบหลากหลาย (cultural pluralism) และวัฒนธรรมแบบเดี่ยว (cultural homogenization)

วัฒนธรรมแบบพหุนิยมเป็นสังคมที่ประกอบไปด้วยคนต่างชาติ ต่างเผ่าพันธุ์ อาจใช้ภาษาหลายภาษา ซึ่งทำให้เกิดความเล็งสูงในการสื่อสารที่ขาดประสิทธิภาพ ส่วนวัฒนธรรมแบบเดี่ยว คือ สังคมที่มีเพียงสังคมเดียว ใช้ภาษาร่วมกันภาษาเดียว มีวัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม และทัศนคติในทิศทางเดียวกัน

#### 3. วัฒนธรรมแบบอิงบริบทสูง (high-context culture) และแบบอิงบริบทต่ำ (low-context culture) โดย Edward T.Hall ได้แบ่งวัฒนธรรมโดยพิจารณาจากความหมายเน้นที่ตัวสารหรือตัวบริบท โดยแบ่งได้ดังนี้

3.1 วัฒนธรรมแบบอิงบริบทสูง ซึ่งเชื่อว่าคำพูดเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้เราตีความหมายสารได้ทั้งหมด ต้องดูความหมายจากท่าทางการแสดงออกและบริบทแวดล้อมต่าง ๆ ประกอบ เช่น ประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ ในทวีปเอเชียที่มีลักษณะการพูดที่มักอ้อมค้อม ไม่

ยอมพูดตรงหากการพูดนั้นจะนำไปสู่ความขัดแย้งหรือกระทบความสัมพันธ์ มักหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง เน้นการรักษาความสัมพันธ์ โดยดูความเหมาะสมกับบุคคล กาลเทศะและโอกาส

3.2 วัฒนธรรมแบบอิงบริบทต่ำ มีความชัดเจนในสาร (message) ที่ต้องการจะสื่อ ความหมายที่ปรากฏเป็นความหมายตรงที่ต้องการสื่อจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และมีการแสดงออกอย่างเปิดเผย

Hall & Hall (1987) กล่าวว่า สังคมแบบ high-context culture จะให้ความสำคัญต่อการรักษาหน้า (face – saving) เพื่อหลีกเลี่ยงการโต้แย้งที่อาจทำให้เกิดการขายนหน้า ถือว่าการตำหนิเป็นเรื่องน่าอับอาย ไม่ชอบการกล่าวปฏิเสธ กลัวการต่อต้าน เป็นต้น ทำให้คนในสังคม low-context culture อาจตีความว่านั่นคือ การลึงเลที่ จะพูดความจริง ถือเป็นความอ่อนแอหรือความไม่เต็มใจในการเผชิญหน้ากับความจริง และ low-context culture มักใช้ข้อโต้แย้งในการถกเถียงเพื่อให้ตนชนะ เป็นต้น

4. วัฒนธรรมที่ใช้การสัมผัสมาก (contact culture) และไม่นิยมการสัมผัส (non contact culture)

ในแต่ละสังคมมีระดับการใช้การสัมผัสในการติดต่อสื่อสารมากน้อยแตกต่างกันไป โดยบางกลุ่มสังคมถือว่าการแสดงออกทางการสัมผัสเป็นเรื่องปกติ แต่ในบางกลุ่มสังคมไม่แสดงออกทางการสัมผัสระหว่างบุคคลหรือมีแต่น้อยมาก เช่น วัฒนธรรมอเมริกันจัดเป็น contact culture มากกว่าเมื่อเทียบกับวัฒนธรรมเอเชีย ซึ่งเป็น non contact culture เป็นต้น

นักมานุษยวิทยาสนใจอย่างมากถึงความหลากหลายของมนุษย์และพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมวัฒนธรรมต่าง ๆ จึงเกิดการศึกษในเรื่องของวัฒนธรรมและบุคลิกภาพ (culture and personality) ซึ่งได้เริ่มขึ้นที่สหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ. 1920 โดย Franz Boas บุคลิกภาพมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ค่านิยม ความเชื่อ ที่มนุษย์ได้รับการเรียนรู้จากสังคมรวมทั้งประสบการณ์ที่อาจแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล สำหรับ ลักษณะบุคลิกภาพของคนไทยสามารถสรุปได้ดังนี้

Klausner (1997) กล่าวว่า รูปแบบการอยู่อาศัยของคนไทยในอดีตมีความใกล้ชิดกันและพึ่งพิงกัน ดังนั้นทำให้คนไม่สามารถแสดงความรู้สึกโกรธออกมาได้ เพราะจะทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างกันในกลุ่ม คนไทยจึงชอบเก็บอารมณ์และความรู้สึกโกรธไว้ และไม่ชอบแสดงออกต่อหน้าคนอื่นหากไม่พอใจ แต่เมื่อสังคมไทยเริ่มเปลี่ยนไปเป็นสังคมอุตสาหกรรมมากขึ้นก็ทำให้คนเริ่มแสดงความรู้สึกโกรธมากขึ้น โดยเฉพาะเวลาที่ถูกรบกวนอย่างไม่ยุติธรรม



Gardiner (1968) (กฤตยา อารยะศิริ, 2523) ได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตที่กำลังศึกษาจิตวิทยา ณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้มีการเลือกคำว่า “ความเป็นมิตร รักความสงบสุภาพ และกรุณา” บ่อยที่สุดเพื่อแทนลักษณะของคนในชาติ อย่างไรก็ตาม Gardiner ยังพบว่าที่จริงแล้วกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษานั้นมีอารมณ์ต่อต้านสังคมและความก้าวร้าวอยู่ใน แม้อารมณ์เหล่านี้สังคมไทยถือว่าไม่เหมาะสม และแสดงออกอย่างเปิดเผย แต่ยังคงเป็นอารมณ์ที่เกิดกับคนไทย

วีรยุทธ วิเชียรโชติ และคณะ (กฤตยา อารยะศิริ, 2523) กล่าวว่า คนไทยถูกคาดหวังให้รักษาบรรยากาศในการติดต่อสัมพันธ์ให้ดำเนินไปอย่างราบรื่น ซึ่งส่งผลให้บุคคลมีการปิดบังเก็บกด หรือบิดเบือนความต้องการและการแสดงพฤติกรรมหรือความรู้สึกที่แท้จริงออกมา ทั้งนี้เพื่อต้องการรักษาหน้าของตนและผู้อื่น และเสริมสร้างความราบรื่นในไมตรีสัมพันธ์ ค่านิยมดังกล่าวนี้เรียกว่า “ความเกรงใจ”

บทบาทความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันในแต่ละวัฒนธรรมนั้น Gudykunst and Kim (1996) ได้แบ่งออกเป็น 4 มิติ ดังนี้

1. ระดับของความเป็นบุคคลและความเป็นส่วนตัว (degree of personalness) ความเป็นส่วนตัวครอบคลุมถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมากกว่าการเน้นในเรื่องงานหรือหน้าที่ รวมไปถึงการแสดงความเป็นตัวเองอย่างตรงไปตรงมา เน้น personal self มากกว่าคำนึงถึงบทบาทสถานภาพของตนและคู่สื่อสาร หรือเน้น social self รวมไปถึงระดับความเป็นส่วนตัวหรือเป็นทางการในการสื่อสารระหว่างบุคคล

2. ระดับความเป็นทางการ (degree of formality) วัฒนธรรมที่แตกต่างกันมีความคาดหวังระดับความเป็นทางการในความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีบทบาท และสถานภาพเดียวกันต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจน เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างครูและนักเรียนไทยจะมีระดับความเป็นทางการสูงกว่าความสัมพันธ์ระหว่างครูและนักเรียนชาวอเมริกัน เป็นต้น

3. ระดับความเหลื่อมล้ำระหว่างบุคคลหรือระดับการมีลำดับในสังคม (degree of hierarchy) แต่ละสังคมต่างก็มีลำดับชั้นที่แตกต่างกันไป บางสังคมนิยมความเท่าเทียมกัน และยอมรับซึ่งกันและกัน ระหว่างผู้ใหญ่กับผู้ย่อย ผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา ในขณะที่

บางสังคมจะนิยมระบบอาวุโส การให้ลำดับชั้นที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความคาดหวังในการแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกันตามมา และเมื่อความคาดหวังต่างกันก็ย่อมทำให้ไม่สามารถแสดงพฤติกรรมที่คู่สนทนาต้องการได้อย่างถูกต้อง

4. ระดับการอนุโลมให้เบี่ยงเบนไปจากมาตรฐาน (degree of deviation allowed) Mosel (1973) กล่าวว่า วัฒนธรรมที่ผ่อนปรนเป็นสังคมที่มีโครงสร้างหลวม (loosely structured society) เช่น ไทย ในขณะที่วัฒนธรรมที่ไม่ผ่อนปรนมากนักจะเป็นสังคมที่มีโครงสร้างแน่น (tightly structured society) ได้แก่ ญี่ปุ่น

จากแนวคิดนี้ เห็นได้ว่า วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคล อย่างที่กล่าวไปแล้วว่า บุคคลแต่ละกลุ่มสังคมจะมีลักษณะสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป ดังนั้นจากแนวคิดนี้สามารถนำมาใช้เป็นกรอบในงานวิจัยได้ เนื่องจาก ลักษณะสังคมและวัฒนธรรมถือเป็นส่วนสำคัญหนึ่งที่เกี่ยวข้องต่อการตีความ emoticon

## 7. แนวคิดเกี่ยวกับรหัสของการ์ตูน

(Cartoon code)

เนื่องจาก emoticon เป็นเสมือนสัญญาณในการแสดงอารมณ์และความรู้สึก ระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับรหัสของการ์ตูนมาใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของการเขียนรูปการ์ตูน และรูปแบบในการออกแบบรูปการ์ตูน เพื่อใช้ในการแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึก อันเป็นปัจจัยสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารโดยอาศัย emoticon ประกอบ

รูปการ์ตูนนั้น แท้จริงแล้วก็เปรียบเสมือนการจำลองชีวิตจริงของมนุษย์ ซึ่งมีทั้งการแสดงออกทางด้านอารมณ์ต่าง ๆ เช่น ดีใจ เสียใจ โกรธ โมโห หัวเราะ ร้องไห้ ฯลฯ การสื่อสารโดยการแสดงอารมณ์ และความรู้สึกจะปรากฏผ่านทางรูปเส้นลักษณะต่าง ๆ บนใบหน้า สีที่บอกถึงลักษณะของอารมณ์ เช่น หน้าแดง หน้าเขียว หน้าคล้ำ ซึ่งสีเหล่านี้ล้วนมีบทบาทในการสื่อผ่านความหมายด้วยเช่นกัน

โดยปกติแล้วการถ่ายทอดลักษณะอารมณ์ต่าง ๆ ผ่านรูปการ์ตูน จะมีวิธีคล้ายคลึงกันทั่วโลก ทั้งนี้เพราะการแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกของมนุษย์โดยพื้นฐานแล้วจะใกล้เคียงกัน แต่ในบางเชื้อชาติอาจมีการแสดงออกที่ละเอียดและซับซ้อนกว่า เช่น การแสดงออกของคนไทยที่มีความเกรงอกเกรงใจ ไม่ก้าวร้าว รักสงบ รักการยิ้ม ฯลฯ เป็นต้น

วนิดา จิ่งประสิทธิ์ (โสตทัศนศึกษา: 137 – 145) (ประสพโชค นวพันธุ์พิพัฒน์, 2540) ได้กล่าวถึงหลักของการเขียนการ์ตูน ดังนี้

1. ศึกษารูปร่างลักษณะของสิ่งที่จะเขียน ต้องมีความรู้ทางด้านสรีระวิทยาด้วย โดยรู้ถึงลักษณะที่สำคัญเพียงบางส่วนที่ประกอบกันเป็นตัวตนหรือสัตว์
2. ต้องสังเกตอัตราส่วนของรูปร่างที่จะเขียน ใช้เส้นยาวบ้าง สั้นบ้าง เพื่อแสดงความสูงต่ำ อ้วน ผอม ทำให้จำได้ว่าเป็นสุนัข แมว หรือคน และหากจะวาดให้บิดเบือนจากความเป็นจริงให้ตกลงขบขัน ก็ให้ใช้อัตราส่วนที่ผิดปกติไปเสีย
3. ต้องสังเกตการแสดงออกของอารมณ์บนใบหน้า เพื่อให้ภาพการ์ตูนแสดงความรู้สึกออกมา ซึ่งเราสามารถทำได้โดยดัดแปลงรูปปาก และตา ให้เป็นไปตามความรู้สึกนั้น

การถ่ายทอดอารมณ์และความรู้สึกของมนุษย์ผ่านทางรูปการ์ตูนนั้น จะแสดงออกทางหน้าตาและท่าทางเป็นส่วนสำคัญ Spitz และ Wolf (1946) เชื่อว่าการตอบสนองทางใบหน้าของคนต่ออารมณ์ต่าง ๆ นั้นเป็นมาตั้งแต่กำเนิด (inner reaction) โดยสามารถแบ่งรายละเอียดปลีกย่อยได้ดังนี้

1. การจัดรูปทรงของใบหน้า จะขึ้นอยู่กับสัดส่วนขององค์ประกอบระหว่างรูป และพื้น (figure and ground)
2. ใบหน้าของผู้ใหญ่นั้น ตาจะอยู่กึ่งกลางใบหน้า ขณะที่ปากมีความยาวเท่ากับความห่างของตา
3. เมื่อคนเราเพิ่งเกิด องค์ประกอบต่าง ๆ บนใบหน้าจะมีขนาดเล็กและอยู่ในตำแหน่งด้านล่างของใบหน้า ศีรษะจะโต ตาจะโตเมื่อเทียบกับปาก สัดส่วนเหล่านี้ นักเขียนการ์ตูนจะนำมาใช้เมื่อต้องการสร้างบุคลิกตัวการ์ตูนผู้ใหญ่ให้น่ารักเหมือนเด็ก
4. ตำแหน่ง ๆ ของตา และปากตลอดจนคิ้ว จะแสดงองค์ประกอบของใบหน้าในการสร้างสรรค์เกี่ยวกับอายุ ความสุข ความเศร้า ความโกรธ แปลกใจ ความกลัว ความน่ารังเกียจ และ

อื่น ๆ นักเขียนการ์ตูนสามารถสร้างการแสดงออกทางอารมณ์เหล่านี้ได้เพียงแค่การขยับปาก ตา และคิ้ว อันเป็นองค์ประกอบที่เคลื่อนไหวได้ ซึ่งมนุษย์เรามักจะให้ความสำคัญกับตาและปากในขณะทำการสื่อสาร บางส่วนของการแสดงออกนี้จะซับซ้อนยุ่งยาก แต่นักเขียนการ์ตูนก็จะนำหลักของความเรียบง่าย ความชัดเจนและเกินจริงมาแก้ปัญหาในการสร้างการแสดงออกทางสีหน้าของตัวการ์ตูนนั้น โดยวิธีการเลียนแบบจากธรรมชาติวิธีหนึ่งที่นักเขียนการ์ตูนจะวาดขึ้นมาได้ คืออาศัยการเลียนแบบจากหน้าตาของตนเองที่แสดงออกในอารมณ์ต่าง ๆ ผ่านกระจกเงา ตัวอย่างบางส่วน มีดังนี้ (Roy Paul Nelson, 1975) (ประสพโชค นวพันธุ์พิพัฒน์, 2540)

## รูปแบบอารมณ์

## ลักษณะ

โกรธ	หัวคิ้วจะกดลงเข้าหากันและเข้าใกล้กับตาปลายริมฝีปากจะม้วนลง เมื่อโกรธมาก ๆ ใบหน้าจะมีสีแดงเรื่อ ๆ ปากที่แะลงเผยออกขึ้นจนเห็นฟันและปรากฏกับอาการทางร่างกาย เช่น การกำหมัด สำหรับการตูนอาจทำให้เกินจริงมากขึ้น เช่น การกำหมัดที่กำอยู่เป็นการสะกดอารมณ์
เบื่อหน่าย	ตาปริ้อ หรือหลับ มื่อยกขึ้นบังปากที่กำลังหาว
เก็บกด	ไหล่ห่อ มือตกลงตรง ๆ แบบมือออก ใบหน้าแสดงความกังวล
ความอับอาย	ยิ้มอาย ๆ มองเห็นฟัน หัวคิ้วขมวดขึ้น ตายิ้ม
เจ้าเล่ห์	มุมปากกดลงขณะยิ้ม หัวคิ้วกดลงคล้ายขณะกำลังโกรธ ตาเหลือบมองด้านบน ลักษณะนี้มักไม่ปรากฏในชีวิตจริง แต่พบเสมอในโลกของการ์ตูน
ความกลัว	หัวคิ้วชิดกัน และยกขึ้น ตาเบิกกว้าง ผมตั้ง ปากเปิด และโค้งลง
มีนง	ตาปิดหรือหมุนควงเป็นวงกลม ปากหยักซิกแซก หัวคิ้วชิดกัน และชี้ขึ้น
อารมณ์ดี	ตาปิดคว่ำลง ปากยิ้มหรือหัวเราะ ศีรษะหงายไปด้านหลัง หัวคิ้วชี้ขึ้น อาจมีน้ำตาหยดหรือสองหยดเป็นอาการหัวเราะจนน้ำตาไหล

## รูปแบบอารมณ์

## ลักษณะ

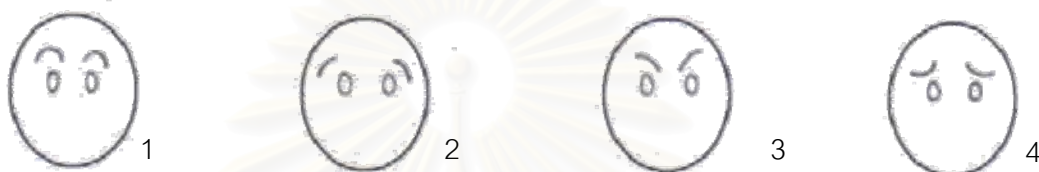
เศร้า	ยกมือขึ้นกุมหน้าผาก ไหล่ห่อ ไบหน้าท่าทางกังวล อาจมีน้ำตา ถ้าเศร้ามากจนถึงกับร้องไห้ ศีรษะจะหงายไปด้านหลัง ตาปิด คิ้วาลง ปากเปิดกว้าง และคิ้วาลง
รัก	มีรูปหัวใจลอยอยู่เหนือศีรษะ หรือลูกศรปักทะลุหัวใจ 2 ดวง และมีการแสดงอารมณ์ออกทางไบหน้าอย่างมีความสุข
ทุกข์	การแสดงออกทางไบหน้าเป็นการผสมผสานกันระหว่างความกังวล และความเศร้า
เจ็บปวดหรือบาดเจ็บ	มีดาวปรากฏในตำแหน่งปลายเส้นที่ตัวมาจากจุดที่เจ็บ อาจจะมีกากบาทหรือพลาสติกไขว้กันปรากฏอยู่ด้วย อาจวาดตาของการตุ๋นด้วยกากบาทก็ได้
งุนงง	มีเครื่องหมายขยุกขยิก หรือเครื่องหมายคำถามลอยอยู่เหนือศีรษะ หรือมีเส้นวงกลมหมุนอยู่โดยรอบพร้อมกับดวงดาว ไบหน้าแสดงความกังวล
แสดงความพึงพอใจ	ดวงตาปิดหงายขึ้น คิ้วเขิดขึ้น เผอปากและยิ้มที่มุมปาก เขิดศีรษะเล็กน้อย ลำคอยาว
แสดงความโง่	ตาปิดลงครึ่งหนึ่งหรือตาปรือ คางสั้น พันย่น อ้าปากหวนหน้าผากต่ำ
แปลกใจ	คิ้วโก่งสูง อ้าปากหวน ตาโต ถ้าต้องการแสดงอาการแปลกใจมาก อาจเน้นด้วยคำอุทานที่ลอยอยู่เหนือศีรษะ
เขินอาย	ใสนิ้วเข้าไปในปาก (กัดเล็บ) หรือให้จ้องมองไปที่เท้าขณะที่สีหน้าดูกังวล บางทีอาจจะเพิ่มรอยยิ้มน้อย ๆ บนไบหน้าได้
กังวล	ขมวดคิ้วสูง (หัวคิ้วยกสูง ปลายคิ้วต่ำ) หน้าผากย่น ปากแบะลง นิ้วตึงคอปกเสื่อออกจากลำคอ



ส่วนประกอบที่สำคัญ ที่ช่วยในการแสดงออกอารมณ์ และความรู้สึกของมนุษย์นั้น สามารถประมวลได้ ดังนี้

1. ใบหน้า โดยการอาศัย คิ้ว ตา ปาก ซึ่งล้วนเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการแสดงความรู้สึกผ่านทางใบหน้าของมนุษย์

คิ้ว แบ่งได้ 4 ลักษณะ



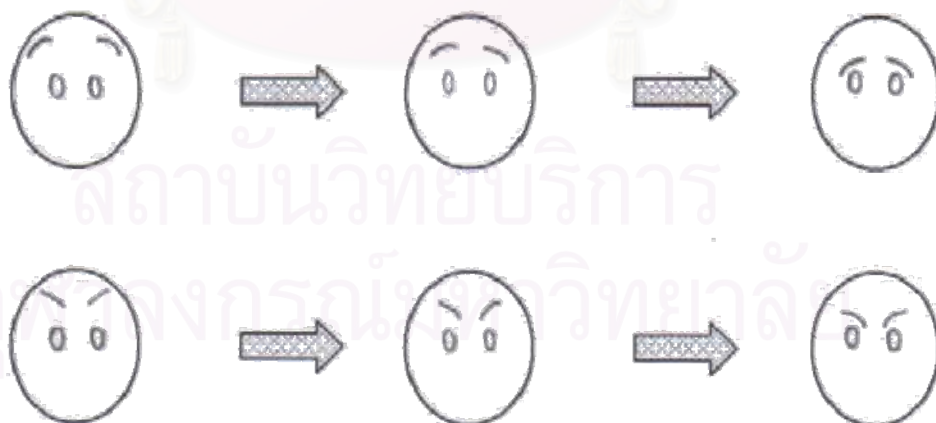
ลักษณะคิ้วแบบที่ 1 แสดง ความรู้สึกปกติ

ลักษณะคิ้วแบบที่ 2 แสดง ความรู้สึกเศร้า ผ่อนคลาย

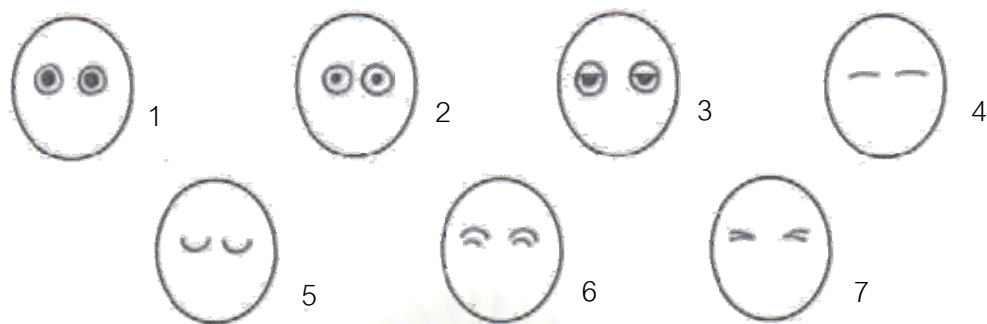
ลักษณะคิ้วแบบที่ 3 แสดง ความรู้สึกโมโห โกรธ ใช้ความคิด

ลักษณะคิ้วแบบที่ 4 แสดง ความรู้สึกลังเล ต่อมตน ไม่เชื่อมั่น

การเน้นอารมณ์ของคิ้ว อารมณ์ยิ่งแรง คิ้วยิ่งจะอยู่ใกล้ตามากขึ้น



## ตา แบ่งได้ 7 ลักษณะ



- ลักษณะตาแบบที่ 1 แสดง ความรู้สึกปกติ  
 ลักษณะตาแบบที่ 2 แสดง ความรู้สึกตื่นเต้น ตกใจ  
 ลักษณะตาแบบที่ 3 แสดง ความรู้สึกกังวลเหงา มึนงง เปื่อหน่าย  
 ลักษณะตาแบบที่ 4 แสดง ความรู้สึกเฉยชา ใจเย็น  
 ลักษณะตาแบบที่ 5 แสดง ความรู้สึกหลับ  
 ลักษณะตาแบบที่ 6 แสดง ความรู้สึกขี้ม เหนื่อยมอาย  
 ลักษณะตาแบบที่ 7 แสดง ความรู้สึกเจ็บปวด กดดัน

## การเน้นอารมณ์ของตา



ตายิ่งโต ยิ่งแสดงอารมณ์รุนแรง

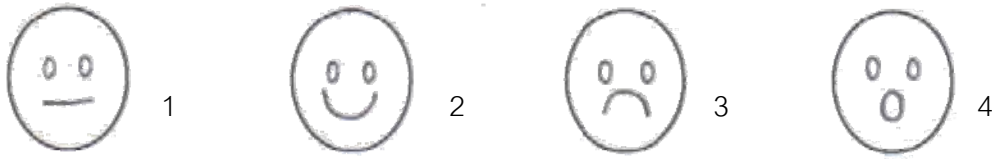


การเน้นอารมณ์ที่เส้นสายตาให้รู้สึกกดดันมากยิ่งขึ้น



การเน้นอารมณ์ที่เปื่อหน่าย มึนงง

ปาก การแสดงลักษณะอารมณ์ของปาก มี 4 ลักษณะ



ลักษณะปากแบบที่ 1 แสดง อารมณ์ปกติ

ลักษณะปากแบบที่ 2 แสดง อารมณ์ในทางที่ดี

ลักษณะปากแบบที่ 3 แสดง อารมณ์ในทางที่ร้าย ไม่ดี

ลักษณะปากแบบที่ 4 แสดง อารมณ์ตกใจ แปลกใจ อุทาน

การเน้นอารมณ์ของปาก ยิ่งกว้างขึ้นยิ่งแสดงอารมณ์ชัดเจนขึ้น



การแสดงอารมณ์ของปากแบบต่าง ๆ ร่วมกับส่วนประกอบอื่น ๆ



ปากในแนวปกติ



ปากในแนวทางดี



ปากในแนวทางร้าย ไม่ดี



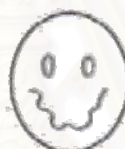
ปากยึงฟัน แสดงความรู้สึกเก็บกด อटकั๊น



ปากแลบลิ้นลง แสดงความรู้สึกพลังพลาด



ปากแลบลิ้นขึ้นแสดงความรู้สึกอระอัย อาหารถูกปาก



ปากสั้นแสดงความรู้สึกกลัว ประหม่า ถูกกระทบกระเทือน

ลักษณะรูปการตุนั้น สามารถอาศัยการประกอบเข้าด้วยกันของส่วนประกอบต่าง ๆ เพื่อให้สามารถแสดงอารมณ์ได้หลากหลายออกไป ดังนี้

ความรู้สึกในทางดี พอใจ ดีใจ



ความพอใจธรรมดา



ความพอใจอย่างหน้าขึ้นตาบาน

ความรู้สึกในทางที่ร้าย ไม่ดี



ความไม่พอใจอย่างเคียดแค้น



ความโมโห หรือเจ็บปวดที่อดกลั้น



ความรู้สึกคิดร้าย หรือเคียดแค้นอย่างมีเลศนัย

แสดงความเสียใจ



ความกล้ากลืนในข่าวร้าย



ความตื่นตระหนกในข่าวร้าย



ความหงอยเหงา เศร้าซึม

ความกลัว



ความหวาดหวั่น กลัวเกรง



ความกลัว แบบใจดีสู้เสือ







ความกลัวแบบหวาดผวาระทสะท้าน



ความกลัวแบบอ้าปากค้าง

ความเคลือบแคลงใจ หวั่นวิตก น่าสงสาร



ความกังวลใจ เหงาเศร้า น่าสงสาร ว้าเหว่



ความหวาดวิตกพร้อมเปล่งเสียง



ความว้าวุ่นใจ พุดอย่างข่มใจ หรือสงสัย

ความเคลือบแคลงใจ หวั่นวิตก น่าสงสาร



ความเศร้าสร้อย หงอยเหงา โดดเดี่ยว อ้างว้าง

ความอ่อนเพลีย ละเหยใจ



ความมีนงจากอาหาร เครื่องดื่ม



ความเบื่ออาหาร ไม่สนใจ



ความอ่อนเพลีย เหนื่อยอ่อน ง่วงนอน



ความอดกลั้นจากเรื่องน่าเบื่อ หรืออดกลั้นต่อความมีนง

นอกจากส่วนประกอบอย่างตา คิ้ว และปากแล้ว ยังมีส่วนประกอบอื่นที่ช่วยเน้นอารมณ์ และความรู้สึกในรูปการ์ตูนได้อีก โดยแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ

#### 1. ส่วนประกอบบนใบหน้า



ผมตั้ง แสดง อากาจรตกใจสุดขีด



ยกคิ้ว แสดง อากาจรหลก่ล่อ ทะเล่่น



ตากระตุก แสดง อากาจรโกรธข้่ง



ตาโรยข้่า แสดง อากาจรอ่อนเพลียอดโรย



แก้มแดง แสดงอาการเขินอาย



ดาวประกายบริเวณขมับ แสดงความไม่พอใจจนสุดฤทธิ์  
หรือใช้แทนการแตกระเบิด



หยดน้ำบริเวณหน้าผากแทนเหงื่อ แสดงความเหนื่อย ตกใจ



หยดน้ำบริเวณตาแทนน้ำตา แสดงอาการร้องไห้



หยดน้ำบริเวณปากแทนน้ำลาย แสดงอาการพุดมาก

## 2. ส่วนประกอบนอกใบหน้า



นำหยดน้ำมาใช้เพื่อแสดงอารมณ์ที่รุนแรงขึ้น กลั้วสุดขีด



ร้องไห้เสียใจอย่างหนัก



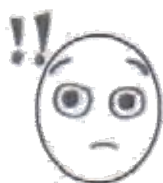
พูดมากจนน้ำลายแตกฟอง



ควั่น อยู่บริเวณข้างหรือเหนือศีรษะแสดงอาการโกรธ ชุนเฉียว



ดวงไฟ บริเวณข้างเหนือศีรษะแสดงอาการคิดได้จับพลงัน  
หรือมีความคิด แผนการเกิดขึ้น



เครื่องหมายอัศเจรีย์ แสดงอาการตกใจ แปลกใจ



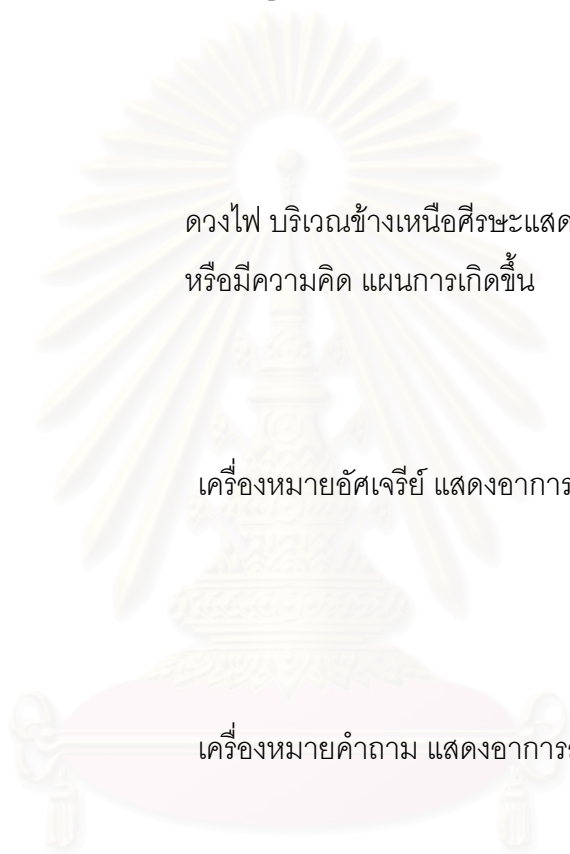
เครื่องหมายคำถาม แสดงอาการสงสัยแปลกใจ



เครื่องหมาย Z แสดงอาการร่งวงหรือกำลังหลับ



หัวใจ แสดงอาการเกิดความรัก มรััก



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นอกจากการแสดงออกทางสีหน้าผ่านส่วนประกอบต่าง ๆ ของใบหน้าในลักษณะที่แตกต่างกันจะช่วยในการสื่อสารเพื่อให้เข้าใจถึงอารมณ์ และความรู้สึกแล้ว ยังมีองค์ประกอบที่อื่นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยคือ รูปสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้สื่อแทนความคิด ความรู้สึกของผู้สื่อสาร

นักวาดการ์ตูนได้สร้างสัญลักษณ์ที่เป็นรูปเฉพาะขึ้นมาชุดหนึ่งสำหรับผู้อ่านการ์ตูนซึ่งเป็นกลุ่มสัญลักษณ์ที่มีความหมายสามารถเข้าใจร่วมกันได้เช่นเดียวกับความเข้าใจร่วมกันในตัวอักษร โดยเลียนแบบจากสิ่งที่เราเห็นและไม่เห็นในโลกแห่งความเป็นจริง (ประสพโชค นวพันธุ์พิพัฒน์, 2540)

ตัวอย่างของสัญลักษณ์ มีดังนี้ (โบโอะ นูมาตะ, 1970) (ประสพโชค นวพันธุ์พิพัฒน์, 2540)

<u>หยดเหงื่อ</u>	แทน ความกังวลใจ ยุ่งยากใจ ร่างกายเหนื่อยล้า
<u>หัวใจ</u>	แทน ความรัก มิตรภาพ
<u>หลอดไฟ</u>	แทน ประกายความคิด
<u>ZZ</u>	แทน อาการกรน นอนหลับสนิท
<u>ถุงเงินหรือเครื่องหมายเงิน</u>	แทน เงิน ความโลภ
<u>เครื่องหมายตกใจ</u>	แทน การเน้นสัญลักษณ์อื่น ๆ ให้มีน้ำหนักมากขึ้น
<u>สัญลักษณ์ที่แตกออก</u>	แทน ความสูญเสียจากความหมายเดิมของสัญลักษณ์นั้น เช่น หัวใจแตกออกแสดงถึงการอกหัก โน้ตเพลงแตกออกแสดงถึงการร้องเพลงผิดโน้ต หลอดไฟแตกออกแสดงถึงความคิดที่ดับหายไป ฯลฯ

รูปแบบ และลักษณะของ emoticon ที่ใช้ในงานวิจัยนี้จะมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะการออกแบบริปูภาพ และสัญลักษณ์แล้ว ยังเกี่ยวข้องกับรหัสของสีด้วย กล่าวคือ บุคคลจะมีความรู้สึกต่อสีต่าง ๆ ตามพื้นฐานทางวัฒนธรรมและความรู้สึกส่วนตัวเนื่องจากวัย เพศ อายุ พื้นฐานทางการศึกษาและประสบการณ์ (ปิยานันต์ ประสารราชกิจ, 2543)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับรหัสของการ์ตูนมาใช้เป็นกรอบในการวิจัย เนื่องจากพื้นฐานการรหัสของการ์ตูนนั้น ส่งผลให้มีการสรรค์สร้าง และพัฒนามาเป็น emoticon เพื่อใช้ในการสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นเสมือนอีกทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ผู้สื่อสารได้มีโอกาสในการแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึก หรือกล่าวถึงสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารได้มากขึ้นและสะดวกขึ้น



แต่ทั้งนี้การถอดรหัสตีความถึงรูปสัญลักษณ์นั้น ๆ ต้องอาศัยความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้สื่อสารทั้งสองฝ่ายด้วย การสื่อสารนั้นถึงจะบรรลุตามวัตถุประสงค์

## 8. แนวคิด Visual communication

ทฤษฎีนี้เกี่ยวข้องกับในเรื่องของการรับรู้ทางการเห็นของมนุษย์ รวมไปถึงลักษณะการออกแบบเครื่องหมาย สัญลักษณ์ รูปภาพ ฯลฯ ทั้งนี้ต้องอาศัยกระบวนการออกแบบนิเทศศิลป์ ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการรับรู้ทางการเห็นของมนุษย์

ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์ (2543) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ทางการเห็นไว้ว่า เป็นกระบวนการการเห็นปรากฏการณ์ต่าง ๆ รอบตัวเรา โดยเลือกสรรสิ่งที่เห็นมาเป็นข้อมูลของการรับรู้ แล้วป้อนเข้าข้อมูลที่เห็นสู่ระบบประสาท เพื่อตีความว่าสิ่งที่เห็นนั้นเป็นอะไรหรือหมายถึงอะไร

การรับรู้ทางการเห็นมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. อวัยวะรับสัมผัส (sensory organ) ได้แก่ ตา (eye) ซึ่งทำหน้าที่รับสิ่งเร้าและส่งกระแสประสาทไปยังเขตแดนของการเห็น (visual area) ซึ่งอยู่ที่สมองตอนท้าย และเป็นส่วนที่ทำหน้าที่รวบรวมจัด เห็น และรู้สึกต่อสิ่งเร้า นั้น ๆ โดยสามารถทำให้มนุษย์เรามองเห็นแสง สี ภาพ และวัตถุต่าง ๆ ได้ทั้งในความสว่าง และความมืด ทั้งในระยะใกล้ และระยะไกล
2. แสง และสี (light & color) ได้แก่ ความมืด ความสว่างของแสง ความเข้มหรือความจางของสีเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้มนุษย์สามารถมองเห็นภาพและเห็นสีได้ ซึ่งโดยปกตินิยน์ตาของมนุษย์สามารถมองเห็นสีได้ตามลักษณะช่วงคลื่นของแสง (wave light) และลักษณะของสีที่มนุษย์มองเห็นคือ สีต่าง ๆ ที่ปรากฏในแท่งแก้วปริซึมเมื่อแสงส่องผ่านหรือเหมือนสีรุ้งกินน้ำนั่นเอง อันได้แก่ สีม่วง สีคราม สีน้ำเงิน สีเขียว สีเหลือง สีส้ม และสีแดง
3. วัตถุ (object) ได้แก่ สรรพสิ่งต่าง ๆ เช่น มนุษย์ พืช สัตว์ สิ่งของ ที่สายตามนุษย์มองเห็นในการสัมผัส โดยมีแสงเป็นตัวกำหนดความชัดเจน กล่าวคือ วัตถุที่มีแสงส่องกระทบมาก

ความสามารถในการมองเห็นวัตถุของมนุษย์จะมีมากขึ้น หากมีแสงน้อยหรือไม่มีแสงมากกระทบวัตถุ การมองเห็นวัตถุนั้นอาจจะไม่ชัดเจนหรืออาจมองไม่เห็นว่ามีรูปร่างลักษณะอย่างไร

เนื่องจากงานวิจัยนี้ มีการศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง emoticon ซึ่งช่วยในการส่งผ่านความหมายทางอารมณ์และความรู้สึกจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร นอกจากนี้จะศึกษาถึงรูปร่าง ลักษณะการวาดภาพแล้วนั้น สีก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่สำคัญต่อการมองเห็นรับรู้ของผู้สื่อสารด้วย

ภาษาของสี เกิดจากการรับรู้โดยการมองเห็นสีของมนุษย์แล้วแปลความหมายของสีต่าง ๆ ออกมาตามอารมณ์และความรู้สึก รวมทั้งประสบการณ์สั่งสมของแต่ละบุคคลออกมา เช่น สีเย็น สีร้อน สีกลมกลืน สีตัดกัน ซึ่งความหมายของแต่ละสีจะเป็นเสมือนภาษาที่ถ่ายทอดหรือสื่อสารให้รู้ว่าสีนั้น ๆ ให้ความหมายว่าอย่างไร

สีในลักษณะของการรับรู้ทางการเห็น หมายถึง ความเข้มของแสงที่ส่องกระทบวัตถุแล้วสะท้อนเข้าตาของผู้รับรู้ โดยปริมาณความเข้มของแสงมีมากการมองเห็นสีจะมีความชัดเจนเจิดจ้ามากขึ้นและหากปริมาณของแสงมีน้อยกว่า การมองเห็นสีก็จะลดลง สีจะหม่นลง หรือหากไม่มีแสงการมองเห็นสีหรือแยกแยะชนิดของสีก็จะทำได้ยากขึ้น หรืออาจทำไม่ได้

วิรุณ ตั้งเจริญ (2535) ได้กล่าวถึงจิตวิทยาเกี่ยวกับสีไว้ว่า นักจิตวิทยาผู้ดีว่าสีต่าง ๆ แต่ละสีมีพลังปลุกเร้า และการตอบสนองของอารมณ์ (emotional response) นอกจากคุณภาพด้านอื่น ๆ แล้ว สีที่มีอุณหภูมิเชิงจิตวิทยา (psychological temperature) อยู่ในตัวของมันเอง เช่น สีแดง สีส้ม สีเหลือง ให้ความรู้สึกอบอุ่น และสัมพันธ์กับแสงอาทิตย์ หรือไฟ สีน้ำเงิน หรือสีเขียว สัมพันธ์กับป่า น้ำ ท้องฟ้า จะให้ความรู้สึกเย็น โดยทั่วไปสีอุ่นจะปลุกเร้า (to stimulate) และสีเย็นจะผ่อนคลาย (to relax)

สีอุ่น และสีเย็น (warm tone & cool tone)

สีอุ่น หมายถึง สีที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น กระปรี้กระเปร่า คึกคัก เร้าใจ หรือรู้สึกตื่นเต้น สีที่จัดเป็นประเภทสีอุ่น ได้แก่ สีม่วง สีม่วงแดง สีแดง สีแสด และสีเหลือง

สีเย็น หมายถึง สีที่ให้ความรู้สึกเยือกเย็น สงบ พักผ่อน ผ่อนคลาย สีที่จัดเป็นประเภทสีเย็น ได้แก่ สีม่วงน้ำเงิน สีน้ำเงิน สีเขียวน้ำเงิน สีเขียว และสีเหลือง

นอกจากงานวิจัยนี้จะศึกษาถึง emoticon ที่ใช้ในการแสดงอารมณ์ และความรู้สึกแล้วนั้น ยังศึกษารวมไปถึง emoticon ที่สามารถขยับหรือเคลื่อนไหวได้อีกด้วย ซึ่งการเคลื่อนไหว หมายถึง ความรู้สึกเคลื่อนไหวของสิ่งต่าง ๆ โดยอาจจะเกิดจากการเคลื่อนไหวจริงในลักษณะของการเคลื่อนไหวตัวไปทิศทางต่าง ๆ ของวัตถุสิ่งของ เช่น การเคลื่อนไหวที่เกิดจากแรงลม การเคลื่อนไหวที่เกิดจากกระแสไฟฟ้า กระบวนการทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การเคลื่อนไหวของตัวอักษร หรือป้ายอักษรไฟฟ้าที่เป็นตัววิ่ง เป็นต้น และการเคลื่อนไหวในลักษณะหนึ่ง คือ ความรู้สึกเคลื่อนไหว เช่น ความรู้สึกเคลื่อนไหวของสีและของภาพ เป็นต้น

ความเคลื่อนไหวเป็นการสร้างความดึงดูดใจของผู้รับรู้ ในลักษณะการติดตามการรับรู้จากตำแหน่งหนึ่ง ซึ่งสภาวะดังกล่าวจะเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติของกระบวนการรับรู้ และในการออกแบบทางนิเทศศิลป์นั้น ผู้ออกแบบสามารถออกแบบให้ผลงานรู้สึกเคลื่อนไหวได้มากมาย เช่น ความรู้สึกเคลื่อนไหวของเส้นในลักษณะต่าง ๆ เช่น เส้นเฉียงจะรู้สึกเคลื่อนไหวและมั่นคง หรือการเคลื่อนไหวจากการนำสีตัดกัน หรือตรงข้ามกันมาอยู่ชิดกันหรือใกล้กัน เป็นต้น

การออกแบบทางนิเทศศิลป์มีส่วนช่วยในการสื่อสารระหว่างมนุษย์ โดยการออกแบบนั้นสามารถทำให้สื่อและสารได้แสดงเอกลักษณ์ของความเป็นประโยชน์ในการใช้สอย อีกทั้งแสดงเอกลักษณ์ของความงาม เป็นประโยชน์ในด้านการตอบสนองต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้รับสารได้อีกด้วย

ภาษาสัญลักษณ์ เป็นสิ่งที่มนุษย์คิดค้นสร้างสรรค์ขึ้นโดยกำหนดให้ปรากฏเป็นรูปแบบต่าง ๆ ที่ใช้แทนสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือรวมทั้งสามารถสื่อสารให้มีความเข้าใจที่ตรงกัน โดยภาษาสัญลักษณ์อาจแสดงออกในลักษณะของสีต่าง ๆ เช่น เส้น สี รูปว่าง รูปทรง ฯลฯ

ฉลอง สุนทรนนท์ (2547) ได้แบ่งวัตถุประสงค์ในการออกแบบเครื่องหมายและสัญลักษณ์ไว้ดังนี้

1. เพื่อนำเสนอรูปลักษณะแทนสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นรูปธรรม สิ่งต่าง ๆ ที่พบเห็นอยู่นั้น มีทั้งที่เกิดจากธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น ซึ่งต่างมีความแตกต่างกันไม่ว่าจะเป็น รูปว่าง รูปทรง ส่วนตัด ลักษณะผิว และสี เป็นต้น ซึ่งความแตกต่างนี้ ได้นำไปสู่แนวความคิดในการออกแบบให้เป็นรูปลักษณะในลักษณะเครื่องหมายและสัญลักษณ์แทนสิ่งนั้น ๆ เพื่อสามารถนำเสนอให้ผู้รับมีความเข้าใจตรงกัน

2. เพื่อนำเสนอรูปลักษณะแทนสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นนามธรรม เช่น ความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ ความเชื่อถือศรัทธา ความรู้สึกเปล็ดเพลินสนุกสนาน ฯลฯ มนุษย์จึงได้นำมาออกแบบเป็นเครื่องหมายและสัญลักษณ์ เช่น การออกแบบรูปหัวใจไว้สื่อความหมายแทนความรัก
3. เพื่อนำเสนอรูปลักษณะแทนสิ่งที่มีมนุษย์มีความเชื่อถือ และมีความศรัทธา เช่น เทวดา ฟาดิน ภูตผี ปีศาจ เห็นได้จากในแต่ละศาสนาได้มีการออกแบบเครื่องหมายและสัญลักษณ์ เช่น การออกแบบเครื่องหมายและสัญลักษณ์พระธรรมจักร แทนพุทธศาสนา การออกแบบเครื่องหมายและสัญลักษณ์ไม้กางเขน แทนคริสต์ศาสนา ฯลฯ
4. เพื่อนำเสนอรูปลักษณะแทนองค์กรต่าง ๆ เพื่อสื่อความหมายให้ผู้รับสารเข้าใจตรงกัน หรือเพื่อการเผยแพร่องค์กรให้เป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย
5. เพื่อนำเสนอรูปลักษณะแทนผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อใช้ในทางการค้า หรือการโฆษณา เพื่อให้เป็นที่จดจำได้ง่ายของลูกค้าและยังบ่งบอกถึงความเป็นเจ้าของ หรือเป็นเครื่องหมายทางการค้า รวมทั้งส่งผลให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางความน่าเชื่อถือและมีความงาม
6. เพื่อนำเสนอรูปลักษณะเพื่อปฏิบัติร่วมกันในสังคม เช่น การออกแบบเครื่องหมาย และสัญลักษณ์ในด้านการจราจร เพื่อปฏิบัติร่วมกัน
7. เพื่อนำเสนอรูปลักษณะเพื่อสร้างสำนึกร่วมกัน โดยเฉพาะการรณรงค์เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมและมีจิตสำนึกทั้งต่อตนเอง สังคมและประเทศชาติ เช่น เครื่องหมายสัญลักษณ์ เมาไม่ขับ การรักษาความสะอาด การงดสูบบุหรี่ ฯลฯ
8. เพื่อนำเสนอรูปลักษณะเฉพาะกิจเป็นการออกแบบเพื่อใช้ในกิจการงานต่าง ๆ เช่น การออกแบบเครื่องหมายและสัญลักษณ์ในวาระครบ 200 ปีของกรุงรัตนโกสินทร์

จากทฤษฎีนี้สามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการวิจัยได้ กล่าวคือจะเห็นได้ว่าการนำสัญลักษณ์เข้ามาช่วยในการสื่อสารนั้น ทำให้มนุษย์เรามีทางเลือกที่จะเข้าใจถึงสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการกล่าวถึงได้เป็นรูปเป็นร่างมากขึ้น บางครั้งเราไม่ต้องเสียเวลาพิมพ์ถ้อยคำหรือข้อความให้เยิ่นเยว เพียงแค่ใส่หรือใช้สัญลักษณ์มาแทนก็สามารถทำให้คู่สนทนาเข้าใจความหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น แต่การออกแบบสัญลักษณ์ให้เป็นที่ยอมรับ เป็นที่เข้าใจร่วมกัน หรือเป็นสากลนั้น ย่อมต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐานต่อการมองเห็นของมนุษย์อันจะส่งผลไปถึงประสิทธิภาพการรับรู้ของมนุษย์แต่ละคนด้วย ดังนั้นสิ่งที่มีความสำคัญในการออกแบบสัญลักษณ์ ผู้ออกแบบต้องศึกษาและทำความเข้าใจให้ดี ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ส่งสารสามารถเลือกใช้สัญลักษณ์นั้น ๆ ได้อย่างถูกความหมาย หรือไปในแนวทางความหมายที่ใกล้เคียงกันมากที่สุด

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**ศุณิสา ทดลา (2542)** ทำการศึกษา และวิจัยในหัวข้อเรื่องรูปแบบพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในห้องสนทนาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยเพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของผู้สนทนาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต รวมถึงปัจจัยในการแสดงออกของพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบพฤติกรรมของผู้สนทนานั้นแตกต่างกัน และคล้ายคลึงกับการสนทนาในชีวิตจริง เปิดโอกาสให้ ผู้สนทนามีอิสระในการแสดงออกอย่างไร้ขอบเขต และสามารถใช้อนุรักษ์ในการแสดงออกถึงอารมณ์ และความรู้สึกในการสนทนา รวมไปถึงการสร้างคำ และรูปประโยคใหม่ ๆ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์

**สุนมา อุษณีย์มาศ (2543)** ทำการศึกษาและวิจัยในหัวข้อเรื่องสัญญาณทางเพศในห้องสนทนาทางคอมพิวเตอร์ในกรอบจิตวิทยายุคหลังสมัยใหม่ของ IRC.WEBMASTER.COM เพื่อศึกษาถึงลักษณะของสัญญาณทางเพศ และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลในการสร้างและใช้สัญญาณทางเพศ ผลการวิจัยพบว่า พบสัญญาณทางเพศเพียง symbol เท่านั้น ซึ่งระดับธรรมดา ได้แก่ ภาษาและระดับลึก ได้แก่ สัญลักษณ์ หรือลักษณะพิเศษ และแบบแผนในการนำเสนอสัญญาณทางเพศพบ 4 แบบ ได้แก่ การแสดงจุดประสงค์หรือความต้องการ การแสดงอารมณ์หรือความรู้สึก การแจกแจงคุณสมบัติของตนเอง และการกระทำ อีกทั้งยังพบว่ามีการใช้ความหมายโดยนัยมากกว่าความหมายโดยอรรถ

**วิทวัส เกื่อนทอ (2543)** ทำการศึกษาและวิจัยในหัวข้อเรื่องรูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏในบทสนทนาเครือข่ายไออาร์ซี เพื่อศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ โดยเลือกสังเกตการณ์ และบันทึกบทสนทนาจากห้องสนทนาที่มีผู้เข้าร่วมสนทนามากที่สุด 5 อันดับแรกจากแม่ข่ายไออาร์ซี ผลการวิจัยนอกจากจะทราบถึงโครงสร้างการสื่อสารที่ปรากฏในบทสนทนา วัตถุประสงค์ในการสื่อสารแล้ว ยังพบว่ามีการใช้คำ และการสะกด ระดับภาษาที่ใช้ การสื่อความหมาย การใช้สัญลักษณ์ และการควบคุมการใช้ภาษา และการสื่อสาร

**กมลวรรณ พรหมพิทักษ์ (2545)** ทำการศึกษาและวิจัยในหัวข้อเรื่อง การใช้สัญญาณและรหัสในการสื่อความหมายของบริการข้อความสั้นจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการประกอบสร้างความหมายของข้อความสั้นในการสื่อสารด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ในแต่ละวาระโอกาส ผลการวิจัยพบว่า การประกอบสร้างความหมายของสัญญาณ สัญลักษณ์และรหัสภาษาที่เป็นภาพนั้นเป็นการนำคุณลักษณะร่วมบางประการของแบบแผนจากประสบการณ์จริง มาประกอบสร้างเป็น



ภาพการ์ตูน ใช้ตัวอักษร และเครื่องหมายในโทรศัพท์เคลื่อนที่มาประกอบกัน ซึ่งเมื่อนำภาพ และข้อความที่ได้มาเข้ารหัสในการสื่อสารแล้ว พบว่ามีการใช้ภาพและข้อความร่วมกันได้

Ylva Hård af Segerstad (1998) ทำการศึกษาและวิจัยในหัวข้อเรื่อง emoticon – ยุทธวิธีในการสร้างรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ด้วยการเขียนผ่านคอมพิวเตอร์ (Emoticons - A Strategy in Attempt at Multimodality for Computer Mediated Written Communication) ซึ่งจุดประสงค์ของงานวิจัยนี้ คือ ต้องการค้นหาว่า emoticon และสื่อที่เป็นรหัสพิเศษต่าง ๆ ช่วยขจัดข้อบกพร่อง และเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารด้วยภาษาเขียนแบบดั้งเดิมอย่างไรบ้าง ซึ่งมีประเด็นอภิปรายสำคัญ คือ ความจำเป็นในด้านการใช้งานนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงของภาษา นอกจากนี้ ยังมีการอภิปรายในประเด็นที่ว่า การสื่อสารด้วยภาษาเขียนโดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางนั้น สามารถใช้ภาษาเขียนในการโต้ตอบกันได้ทันที (เหมือนภาษาพูด)

จากการบันทึกกิจกรรมที่เกิดขึ้นในห้องสนทนาทางอินเทอร์เน็ตแห่งหนึ่ง โดยใช้ระยะเวลา 24 ชั่วโมงแล้วนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลเกี่ยวกับ emoticon ที่เก็บรวบรวมมาจากเว็บไซต์ต่างๆ ในอินเทอร์เน็ต ได้ข้อสรุปว่าการใช้ emoticon ในทางทฤษฎีและทางปฏิบัติมีความแตกต่างกันอย่างมาก กล่าวคือ การจะใช้ emoticon ให้สัมฤทธิ์ผลนั้น กลุ่มผู้ใช้จะต้องคำนึงถึงความรู้พื้นฐานที่มีร่วมกันในระดับหนึ่ง ดังนั้น emoticon ที่ถูกนำมาใช้บ่อยที่สุดก็คือ emoticon ที่มีความซับซ้อนน้อยที่สุดนั่นเอง ยุทธวิธีอื่นๆ เช่น การใช้ตัวย่อ เครื่องหมายอัศเจรีย์ และสัญลักษณ์อื่น ๆ ที่มักใช้ในภาษาเขียนตามปกติมักถูกนำมาใช้แทนการใช้ emoticon เพื่อแสดงอารมณ์ความรู้สึกที่ซับซ้อนและภาษาที่ใช้ก็ราวกับว่า กลุ่มผู้ส่งสารกำลังส่งบทสนทนาที่เป็นคำพูดแต่ถ่ายทอดออกมาเป็นข้อความตัวหนังสือให้ผู้รับสาร

Alecia Wolf (2000) ทำการศึกษาและวิจัยในหัวข้อเรื่อง การแสดงออกทางอารมณ์ออนไลน์: ความแตกต่างระหว่างเพศในการใช้ emoticon) Emotional Expression Online: Gender Differences in Emoticon Use (จุดประสงค์ของงานวิจัยนี้ คือ การวิเคราะห์ถึงการใช้ emoticon ในห้องแลกเปลี่ยนข่าวสารออนไลน์จะสนับสนุนความเข้าใจดั้งเดิมที่ว่าเพศหญิงเป็นเพศเจ้าอารมณ์และเพศชายเป็นเพศที่ไม่ค่อยแสดงออกทางอารมณ์หรือไม่ ผลการวิจัย พบว่ามีรูปแบบความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้ emoticon ทั้งเพศชายและเพศหญิงย้ายจากห้องสนทนาระหว่างคนเพศเดียวกันไปสู่ห้องสนทนาที่มีผู้สนทนาทั้งสองเพศสนทนาร่วมกันอยู่กล่าวคือ แทนที่การแสดงออกทางอารมณ์ของเพศหญิงจะถูกกลบด้วยการใช้ emoticon แบบผู้ชาย กลับกลายเป็นว่า ฝ่ายชายมีแนวโน้มจะใช้มาตรฐานของเพศหญิงในการแสดงอารมณ์ของตนเองมากขึ้น นอกจากนี้ผู้หญิงยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมิติในการใช้ emoticon เช่น ความเป็นอันหนึ่ง

อันเดียวกัน การให้กำลังใจ การแสดงความรู้สึกด้านบวกต่าง ๆ และการขอบคุณ ซึ่งเป็นกลุ่มความหมายที่ไม่มีอยู่ในกลุ่ม emoticon ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการสนทนาระหว่างเพศชายด้วยกันเอง

Osman Taner Yigit (2005) ทำการศึกษาและวิจัยในหัวข้อเรื่องการใช้ emoticon ในการสื่อความหมายเพื่อให้บรรลุผลในการทำงาน และในบริบททางด้านการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในกระดานสนทนาออนไลน์ (Emoticon Usage in Task-Oriented and Socio-Emotional Context in Discussion Boards) ซึ่งวัตถุประสงค์ในการศึกษาเรื่องนี้เพื่อให้เข้าใจถึงความถี่ในการใช้ emoticon ซึ่งเป็นการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (CMC) ผ่านทางกระดานสนทนาต่าง ๆ และยังทำให้ เข้าใจถึงบริบททางด้านการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึก กับบริบทที่ยืดการใช้งานเป็นหลัก ซึ่งมีการใช้ emoticon ที่แตกต่างกัน และจะทำให้เข้าใจถึงการใช้ emoticon ผ่านกระดานสนทนาซึ่งจะช่วยให้ผู้สื่อสารสามารถแลกเปลี่ยนอารมณ์ และความรู้สึกว่าช่วยเพิ่มเนื้อหาในการสนทนาได้มากขึ้นหรือไม่ ผลการวิจัยพบว่าผู้ร่วมสนทนานั้นจะใช้ emoticon มากกว่าในกรณีที่มี emoticon อยู่ในโปรแกรมที่ใช้ กลุ่มตัวอย่างจะใช้ emoticon ที่อยู่ในกลุ่มบริบทการสนทนาที่ใช้อารมณ์ และความรู้สึกในการสื่อสารมากกว่าใช้เพื่อให้ยึดหลักการทำงาน และบรรลุผลในการทำงานจริง ๆ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างในบริบทการแสดงอารมณ์ และความรู้สึกใช้ emoticon เพื่อช่วยในการแสดงออกทางความคิดเห็น และสามารถเข้าใจความคิดของผู้อื่น

### สมมติฐานในการวิจัย

1. เพศและสถานภาพที่แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการใช้ emoticon แตกต่างกัน
2. เพศและสถานภาพที่แตกต่างกันมีการเลือกใช้ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon แตกต่างกัน

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารความหมายจากสัญลักษณ์และความรู้สึกผ่านการใช้โปรแกรม instant messaging” ประกอบด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยมีแบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview)

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นิสิตนักศึกษาและคนวัยทำงานที่ใช้โปรแกรม instant messaging และมีคุณสมบัติประการหนึ่งที่คล้ายกัน คือ เป็นผู้ที่มีประสบการณ์การใช้ emoticon

**ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงสำรวจ** ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยสุ่มจากนิสิตนักศึกษาสถาบันต่าง ๆ และคนวัยทำงานจำนวน 200 คน ทั้งนี้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งดังนี้ คือ

กลุ่มตัวอย่าง	นิสิตนักศึกษา	คนวัยทำงาน
เพศชาย	50	50
เพศหญิง	50	50

**ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก** ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์นักวิชาการ เช่น อาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารเทคโนโลยีการสื่อสาร การสื่อสารความหมายด้วยภาพ จำนวน 8 คน ดังนี้

- 1.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต อดิชาภาวณิช ภาควิชาวารสารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 1.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ กั้นภัย ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- 1.3 อาจารย์บุญประพันธ์ หนึ่งสวัสดิ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ  
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- 1.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลเย็น หงส์ไพศาลวิวัฒน์ ภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์  
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 1.5 อาจารย์ ดร.สุกรี สิ้นธุฎิญา ภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์  
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 1.6 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ แจนนิช เอ็ม วงศ์สุรวัฒน์ ภาควิชาทฤษฎีศิลป์  
คณะจิตรกรรม ประติมากรรมและภาพพิมพ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- 1.7 อาจารย์ศิริวัฒน์ แสนเสริม ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์  
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- 1.8 อาจารย์ กังสดาล เขารวิวัฒน์กุล ภาควิชาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา  
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์ผู้ใช้งาน emoticon ที่มีความคุ้นเคยหรือใช้งาน emoticon เป็นประจำ จำนวน 8 คน ดังนี้

- 2.1 คุณณัฐพร เดชะ
- 2.2 คุณเปรม ฤกษ์เปรมปรี
- 2.3 คุณวาสนา วงศ์สุรวัฒน์
- 2.4 คุณจินตหรา นิवासประภฤติ
- 2.5 คุณแจษฎา เจนพิทักษ์ชาติ
- 2.6 คุณเพชร วงศ์สุข
- 2.7 คุณธำปณัจฉร์ ชุนภักดี
- 2.8 คุณอัศวิน เหลืองเรณู

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลจำแนกตามวิธีวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. การวิจัยเชิงสำรวจ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (questionnaire) โดยประกอบด้วยคำถามปลายปิด (close-ended question) และคำถามปลายเปิด (open-ended question) ซึ่งรายละเอียดของคำถามมีดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต และบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานโปรแกรม instant messaging ได้แก่ โปรแกรม instant messaging ที่ใช้งานบ่อยที่สุด ความถี่ในการใช้โปรแกรม ระยะเวลาในการใช้ วัตถุประสงค์ในการใช้ instant messaging เป็นต้น

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ emoticon ประกอบในการสนทนา ได้แก่ ความถี่ในการใช้ emoticon รูปแบบการใช้ emoticon วัตถุประสงค์ในการใช้ emoticon เป็นต้น

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้อ emoticon ประกอบในการสนทนา

ส่วนที่ 6 ความเข้าใจในการตีความหมายของ emoticon

2. **การสัมภาษณ์เชิงลึก** โดยกำหนดแนวคำถามเป็นหัวข้อกว้าง ๆ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด ดังนี้

2.1 การสื่อสารผ่าน emoticon นั้นมีความสำคัญอย่างไร และทำให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้นหรือไม่อย่างไร

2.2 การสื่อสารความหมายด้วยภาพอย่าง emoticon นั้นมีความเป็นสากลหรือไม่อย่างไร

2.3 Emoticon ที่คนไทยดาวน์โหลดนั้น ส่วนใหญ่มาจากเว็บไซต์ต่างประเทศ จะสามารถเป็นตัวแทนที่ดีในการสื่อสารผ่านอารมณ์และความรู้สึกของคนไทยหรือไม่อย่างไร

2.4 ข้อดี และข้อเสียของการใช้อ emoticon มาช่วยในการสนทนาเป็นอย่างไร

2.5 ลักษณะของ emoticon ทั้ง 3 ประเภท คือ emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึก , emoticon ที่ไม่ได้แสดงอารมณ์และความรู้สึกโดยตรง และ animated emoticon มีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

2.6 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ



## ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรในการวิจัยประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ตามสมมติฐาน มีดังนี้

### สมมติฐานข้อที่ 1

เพศและสถานภาพที่แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการใช้ emoticon ต่างกัน

ตัวแปรอิสระ (independent variables) คือ เพศและสถานภาพ

ตัวแปรตาม (dependent variables) คือ วัตถุประสงค์ในการใช้ emoticon

### สมมติฐานข้อที่ 2

เพศและสถานภาพที่แตกต่างกันมีการเลือกใช้ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ Emoticon ที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ (independent variables) คือ เพศและสถานภาพ

ตัวแปรตาม (dependent variables) คือ การเลือกใช้ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon

## การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. นำแบบสอบถามดังกล่าวไปทดสอบความเที่ยงตรง (validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) และความเหมาะสมของภาษา (wording)

2. นำแบบสอบถามไปทดสอบ (pre-test) กับกลุ่มประชากรจำนวน 20 คน เพื่อพิจารณาว่าแบบทดสอบมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา การใช้ภาษา จำนวนคำถามและคำตอบที่ได้ออกมาเป็นอย่างไร ก่อนจะนำเครื่องมือนี้ไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในงานวิจัยนี้ แบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมด 200 ชุด ซึ่งผู้วิจัยจะเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง (self-administered questionnaire) แล้วนำมาลงรหัสข้อมูลเพื่อประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

## ขั้นตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึกนักวิชาการและผู้ใช้งาน emoticon เป็นประจำ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ จำแนกตามการตอบคำถาม โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) โดยใช้สถิติร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ย (mean) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต พฤติกรรมการใช้งานโปรแกรม instant messaging พฤติกรรมการใช้ emoticon ประกอบในการสนทนาทัศนคติต่อการใช้ emoticon ประกอบในการสนทนา เป็นต้น

2. สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1

เพศและสถานภาพที่แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการใช้ emoticon แตกต่างกัน ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 2 ตัวแปร โดยเลือกใช้สถิติ t-test โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2

เพศและสถานภาพที่แตกต่างกันมีการเลือกใช้ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon ที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 2 ตัวแปร โดยเลือกใช้สถิติ t-test โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารความหมายผ่านสัญลักษณ์และความรู้สึกผ่านโปรแกรม instant messaging” ในครั้งนี้ได้ใช้วิธีการวิจัย 2 วิธี ได้แก่

- การวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire)
- การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview)

#### การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด ซึ่งรายละเอียดทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะดังต่อไปนี้

#### ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

#### ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	100	50
หญิง	100	50
รวม	200	100

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 100 คน คิดเป็นอัตรา ร้อยละ 50 และเพศหญิง จำนวน 100 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 50

**ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง**

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
18-20	93	46.5
23-27	78	39
28-32	23	11.5
33-37	6	3
มากกว่า 37	-	-
รวม	200	100

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-20 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 46.5 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 23-27 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 39 และอายุระหว่าง 28-32 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 11.5

**ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง**

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมต้น	-	-
มัธยมต้น	-	-
มัธยมปลาย	-	-
อนุปริญญาหรือปวส.	4	2
กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี	100	50
ปริญญาตรี	50	25
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	46	23
รวม	200	100

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 100 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 50 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 25 รองลงมา คือ จบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 46 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 23 และจบการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. จำนวน 4 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 2

**ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง**

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
นิสิตนักศึกษา	100	50
ทำงาน	100	50
รวม	200	100

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตนักศึกษา จำนวน 100 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 50 กลุ่มตัวอย่างที่ทำงาน จำนวน 100 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 50

**ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่างวัยทำงาน**

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ หรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ	22	22
พนักงานบริษัทเอกชน	57	57
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	13	13
อื่นๆ	8	8
รวม	100	100

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนวัยทำงานส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 57 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 57 รองลงมา คือ ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 22 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 22 และประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 13 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 13

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

### ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละตามสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน/หอพัก	134	67
ที่ทำงาน	52	28.5
สถานศึกษา	7	3.5
ร้านอินเทอร์เน็ต	7	3.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้าน/หอพัก จำนวน 134 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 67 รองลงมา คือ ที่ทำงาน จำนวน 52 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 28.5 สถานศึกษา จำนวน 7 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 3.5 และร้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 7 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 3.5

### ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการใช้บริการจากอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลา (ต่อวัน)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	2	1
30 นาที-1 ชั่วโมง	43	21.5
2-3 ชั่วโมง	79	39.5
4-5 ชั่วโมง	32	16
มากกว่า 5 ชั่วโมง	44	22.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการใช้บริการจากอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวัน 2-3 ชั่วโมง จำนวน 79 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 39.5 รองลงมา คือ มากกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 44 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 22.5 และ 30 นาที-1 ชั่วโมง จำนวน 43 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 21.5



**ตารางที่ 9 แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้บริการจากอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง**

บริการในอินเทอร์เน็ต	ปริมาณการใช้					$\bar{X}$	SD.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
1. การติดตามข่าวสารจาก WWW.	23.5	46	27	3	0.5	3.89	.813
2. ค้นหาข้อมูลโดยใช้ search engine	25.5	48	21.5	4	1	3.93	.848
3. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	41.5	40	14.5	4	-	4.19	.829
4. สนทนาทางห้องสนทนา	19.5	16.5	18	17	29	2.81	1.499
5. โปรแกรมส่งข้อความเร่งด่วน	31.5	22	24	14	8.5	3.54	1.295
6. อ่าน/แสดงความคิดเห็นตามกระทู้	11.5	20.5	34	20.5	13.5	2.96	1.190
7. ดูหนังหรือฟังเพลง	14.5	23	33.5	21	8	3.15	1.151
8. การดาวน์โหลดต่าง ๆ	19	29.5	35	12	4.5	3.47	1.070
9. อ่านหรือเขียน web blog	5	10	28	25.5	31.5	2.32	1.163
10. พาณิชนิยอิเล็กทรอนิกส์	0.5	5.5	11.5	24.5	58	1.66	.921

\* ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) คำนวณจากผลรวมของคะแนน ในแต่ละข้อหารด้วยจำนวนข้อ

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า การใช้บริการในอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

การให้บริการในอินเทอร์เน็ตที่มีการเลือกใช้ในระดั้มากที่สุด คือ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) คิดเป็นอัตราร้อยละ 41.5 รองลงมา คือ โปรแกรมส่งข้อความเร่งด่วน (instant messaging) คิดเป็นอัตราร้อยละ 31.5 และ search engine คิดเป็นอัตราร้อยละ 25.5

การให้บริการในอินเทอร์เน็ตที่มีการเลือกใช้ในระดั้มากคือ search engine คิดเป็นอัตราร้อยละ 48 รองลงมา คือ ติดตามข่าวสารจาก www. คิดเป็นอัตราร้อยละ 46 และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) คิดเป็นอัตราร้อยละ 40

การให้บริการในอินเทอร์เน็ตที่มีการเลือกใช้ในระดั้มากคือ การดาวน์โหลดต่าง ๆ คิดเป็นอัตราร้อยละ 35 รองลงมา คือ อ่านหรือแสดงความคิดเห็นตามกระทู้ (web board) คิดเป็นอัตราร้อยละ 34 และดูหนังหรือฟังเพลง คิดเป็นอัตราร้อยละ 33.5

การใช้บริการในอินเทอร์เน็ตที่มีการเลือกใช้ในระดับน้อย คือ การอ่านหรือเขียน web blog คิดเป็นอัตราร้อยละ 25.5 รองลงมา คือ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นอัตราร้อยละ 24.5 และดูหนังหรือฟังเพลง คิดเป็นอัตราร้อยละ 21

การใช้บริการในอินเทอร์เน็ตที่มีการเลือกใช้ในระดับน้อยที่สุด คือ การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นอัตราร้อยละ 58 รองลงมา คือ อ่านหรือเขียน web blog คิดเป็นอัตราร้อยละ 31.5 และการสนทนาทางห้องสนทนา (chat room) คิดเป็นอัตราร้อยละ 29

สรุปกลุ่มตัวอย่างส่วนมากใช้บริการจากอินเทอร์เน็ต ดังนี้

1. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)
2. การค้นหาข้อมูลโดยใช้ search engine
3. การติดตามข่าวสารจาก www.



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้งานโปรแกรม instant messaging

**ตารางที่ 10** แสดงจำนวนและร้อยละการให้บริการโปรแกรม instant messaging ของกลุ่มตัวอย่าง

การใช้โปรแกรม instant messaging	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	200	100
ไม่ใช้	-	-
รวม	200	100

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างใช้โปรแกรม instant messaging จำนวน 200 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100

**ตารางที่ 11** แสดงจำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการติดต่อสื่อสารโดยใช้โปรแกรม instant messaging ของกลุ่มตัวอย่าง

ความบ่อยในการใช้โปรแกรม instant messaging (ต่อสัปดาห์)	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ครั้ง	30	15
3-4 ครั้ง	48	24
5-6 ครั้ง	27	13.5
7-8 ครั้ง	29	14.5
8 ครั้งขึ้นไป	66	33
รวม	200	100

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้โปรแกรม instant messaging 8 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ จำนวน 66 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 33 รองลงมา คือ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 48 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 24 และ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 30 คน คิดเป็นอัตรา ร้อยละ 15

**ตารางที่ 12** แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาการใช้โปรแกรม instant messaging โดยเฉลี่ยต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลาในการใช้โปรแกรม instant messaging (ต่อวัน)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	16	8
30 นาที -1 ชั่วโมง	63	31.5
2-3 ชั่วโมง	65	32.5
4-5 ชั่วโมง	20	10
มากกว่า 5 ชั่วโมง	36	18
รวม	200	100

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้โปรแกรม instant messaging 2-3 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 65 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 32.5 รองลงมา คือ 30 นาที-1 ชั่วโมง จำนวน 63 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 31.5 และมากกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 36 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 18

**ตารางที่ 13** แสดงค่าเฉลี่ยของวัตถุประสงค์การใช้โปรแกรม instant messaging ของกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์	ค่าเฉลี่ย
สะดวกในการติดต่อสื่อสาร	3.86
รวดเร็วทันใจ	3.00
ประหยัดค่าใช้จ่าย	2.22
สามารถทำงานอย่างอื่นควบคู่ไปได้ในขณะที่สนทนา	2.04
เป็นที่นิยมในปัจจุบัน	1.33
มีบริการเสริมที่น่าสนใจ เช่น สามารถรับและส่งไฟล์ระหว่างคู่สนทนาสามารถเชื่อมโยงเพื่อเข้าสู่บริการเช็ค e-mail เป็นต้น	1.29
สามารถเลือกใช้ emoticon ประกอบการสนทนา	0.83
มีความกล้าที่จะคุยกับคู่สนทนาในบางเรื่องที่ไม่สามารถคุยกันแบบเผชิญหน้า หรือทางโทรศัพท์	0.46

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้โปรแกรม instant messaging ตามลำดับ 1-5 ดังนี้ คือ

อันดับ 1 คือ สะดวกในการติดต่อสื่อสาร (คะแนนเฉลี่ย 3.86)

อันดับ 2 คือ รวดเร็วทันใจ (คะแนนเฉลี่ย 3.00)

อันดับ 3 คือ ประหยัดค่าใช้จ่าย (คะแนนเฉลี่ย 2.22)

อันดับ 4 คือ สามารถทำงานอย่างอื่นควบคู่ไปได้ในขณะที่สนทนา (คะแนนเฉลี่ย 2.04)

อันดับ 5 คือ เป็นที่นิยมในปัจจุบัน (คะแนนเฉลี่ย 1.33)

**ตารางที่ 14 แสดงร้อยละของการใช้ instant messaging ในการติดต่อระหว่างบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง**

บุคคล	จำนวน	ร้อยละ
พ่อ-แม่	15	7.5
พี่-น้อง	81	40.5
เพื่อน	197	98.5
แฟน-คนรัก	77	38.5
อาจารย์	12	6
หัวหน้า	14	7
เพื่อนที่รู้จักทางอินเทอร์เน็ต	88	44

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ instant messaging ในการติดต่อกับเพื่อน จำนวน 197 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 98.5 รองลงมา คือ ใช้ในการติดต่อกับเพื่อนที่รู้จักทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 88 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 44 และใช้ในการติดต่อกับพี่-น้อง จำนวน 81 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 40.5



#### ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ emoticon ประกอบในการสนทนา

**ตารางที่ 15** แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้ emoticon ประกอบการสนทนาในโปรแกรม instant messaging ของกลุ่มตัวอย่าง

การใช้ emoticon	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	200	100
ไม่ใช้	-	-
รวม	200	100

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ emoticon ประกอบการสนทนาในโปรแกรม instant messaging จำนวน 200 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100

**ตารางที่ 16** แสดงจำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการใช้ emoticon ประกอบการสนทนาในโปรแกรม instant messaging ของกลุ่มตัวอย่าง

ความบ่อยครั้งในการใช้ emoticon	จำนวน	ร้อยละ
ทุกครั้ง	61	30.5
เกือบทุกครั้ง	66	33
บางครั้ง	60	30
นาน ๆ ครั้ง	12	6
แทบไม่ใช้เลย	1	0.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ emoticon เกือบทุกครั้ง จำนวน 66 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 33 รองลงมา คือ ใช้ทุกครั้ง จำนวน 61 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 30.5 และใช้บางครั้ง จำนวน 60 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 30

ตารางที่ 17 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในส่วนของความบ่อยครั้งในการใช้ emoticon ประกอบการสนทนาในโปรแกรม instant messaging

ความบ่อยครั้ง ในการใช้ emoticon	นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
	เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกครั้ง	12	24	15	30	12	24	22	44
เกือบทุกครั้ง	11	22	16	32	22	44	17	34
บางครั้ง	20	40	17	34	13	26	10	20
นาน ๆ ครั้ง	6	12	2	4	3	6	1	2
แทบไม่ใช้เลย	1	2	-	-	-	-	-	-
รวม	50	100	50	100	50	100	50	100

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ใช้ emoticon ในบางครั้ง จำนวน 20 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 40 รองลงมา คือ ใช้ทุกครั้ง จำนวน 12 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 24 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้ emoticon ในบางครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 34 รองลงมา คือ ใช้เกือบทุกครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 32 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่ใช้เกือบทุกครั้ง จำนวน 22 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 44 รองลงมา คือ ใช้บางครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 26 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้ emoticon ทุกครั้ง จำนวน 22 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 44 รองลงมา คือ ใช้เกือบทุกครั้งจำนวน 17 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 34

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของการหา emoticon เพิ่มเติมจากที่มีอยู่ในโปรแกรมของกลุ่มตัวอย่าง

การหา emoticon	จำนวน	ร้อยละ
หาเพิ่ม	168	84
ไม่ได้หาเพิ่ม	32	16
รวม	200	100

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้หา emoticon เพิ่มเติมจากที่มีอยู่ในโปรแกรม จำนวน 168 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 84 และไม่ได้หาเพิ่มเติม จำนวน 32 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 16

ตารางที่ 19 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในการหา emoticon เพิ่มเติมจากที่มีอยู่ในโปรแกรม

การหา emoticon	นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
	เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หาเพิ่ม	39	78	44	88	44	88	41	82
ไม่ได้หาเพิ่ม	11	22	6	12	6	12	9	18
รวม	50	100	50	100	50	100	50	100

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ได้หา emoticon เพิ่มเติมจำนวน 39 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 78 และไม่ได้หาเพิ่มเติม จำนวน 11 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 22 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ได้หาเพิ่มเติม จำนวน 44 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 88 และไม่ได้หาเพิ่มเติม จำนวน 6 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 12 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่หาเพิ่มเติมจำนวน 44 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 88 และไม่ได้หาเพิ่มเติม จำนวน 6 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 12 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่หาเพิ่มเติม จำนวน 41 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 82 และไม่ได้หาเพิ่มเติม จำนวน 9 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 18

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ไม่ได้หา emoticon เพิ่มจากที่มีอยู่ในโปรแกรมของกลุ่มตัวอย่าง

เหตุผลที่ไม่ได้หา emoticon เพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ
ทำไม่เป็น	5	15.6
ขี้เกียจหา	14	43.8
ไม่ได้สำคัญอะไรมาก	3	9.4
ไม่รู้จักรที่ดาวน์โหลด	6	18.7
ยุ่งยากเกินไป	1	3.1
ที่มีอยู่ก็เพียงพอแล้ว	3	9.4
รวม	32	100

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้หา emoticon เพิ่มจากที่มีอยู่ในโปรแกรมเนื่องจาก ขี้เกียจหา จำนวน 14 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 43.8 รองลงมา คือ ไม่รู้จักรที่

ดาวนโหลด จำนวน 6 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 18.7 และทำไม่เป็น จำนวน 5 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 15.6

**ตารางที่ 21** แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในส่วนของเหตุผลที่ไม่ได้หา emoticon เพิ่มจากที่มีอยู่ในโปรแกรม

เหตุผลที่ไม่ได้หา emoticon เพิ่มเติม	นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
	เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำไม่เป็น	1	9.1	1	16.7	1	16.7	2	22.2
ซีเกียจหา	5	45.4	1	16.7	5	83.3	3	33.3
ไม่ได้สำคัญอะไรมาก	2	18.2	-	-	-	-	1	11.1
ไม่รู้จักระดานโหลด	1	9.1	3	50	-	-	2	22.2
ยุ่งยากเกินไป	1	9.1	-	-	-	-	-	-
ที่มีอยู่ก็เพียงพอแล้ว	1	9.1	1	16.7	-	-	1	11.1
รวม	11	100	6	100	6	100	9	100

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ไม่ได้หา emoticon เพิ่มเติม เนื่องจากซีเกียจหา จำนวน 5 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 45.4 รองลงมา คือ ไม่ได้สำคัญอะไรมาก จำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 18.2 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ไม่ได้หา emoticon เพิ่มเติมเนื่องจากไม่รู้จักระดานโหลด จำนวน 3 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 50 รองลงมา คือ ทำไม่เป็น จำนวน 1 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 16.7 ซีเกียจหา จำนวน 1 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 16.7 และที่มีอยู่ก็เพียงพอแล้ว จำนวน 1 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 16.7 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่ไม่ได้หา emoticon เพิ่มเติม เนื่องจากเนื่องจากซีเกียจหา จำนวน 5 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 83.3 รองลงมา คือ ทำไม่เป็น 1 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 16.7 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่ไม่ได้หา emoticon เพิ่มเติม เนื่องจากซีเกียจหา จำนวน 3 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ ทำไม่เป็น จำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 22.2 และไม่รู้จักระดานโหลด จำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 22.2

**ตารางที่ 22** แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่ใช้หา emoticon เพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่าง

การหา emoticon	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับจากเพื่อน	147	73.5
ดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ต่าง ๆ	69	34.5
สร้างเอง	8	4

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้หา emoticon เพิ่มเติม โดยได้รับจากเพื่อนมากที่สุด จำนวน 147 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 73.5 รองลงมา คือ ดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ต่าง ๆ จำนวน 69 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 34.5 และสร้างขึ้นเองจากโปรแกรมการสร้าง emoticon จำนวน 8 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 4.0

**ตารางที่ 23** แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชาย และเพศหญิง ในส่วนของแหล่งที่ใช้หา emoticon เพิ่มเติม

การหา emoticon	นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
	เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับจากเพื่อน	30	15	41	20.5	39	19.5	37	18.5
ดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ต่าง ๆ	20	10	15	7.5	19	9.5	15	7.5
สร้างเอง	-	-	1	0.5	4	2	3	1.5

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ได้หา emoticon เพิ่มเติม โดยได้รับจากเพื่อน จำนวน 30 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 15 รองลงมา คือ ดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ต่าง ๆ จำนวน 20 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 10 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ได้หาเพิ่มเติมโดยได้รับจากเพื่อน จำนวน 41 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 20.5 รองลงมา คือ ดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ต่าง ๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 7.5 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่ได้หาเพิ่มเติม โดยได้รับจากเพื่อน จำนวน 39 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 19.5 รองลงมา คือ ดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ต่าง ๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 9.5 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่ได้หาเพิ่มเติม โดยได้รับจากเพื่อน จำนวน 37 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 18.5 รองลงมา คือ ดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ต่าง ๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 7.5



**ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบ emoticon ที่ได้รับการเลือกใช้มากที่สุด เพื่อประกอบการสนทนาของกลุ่มตัวอย่าง**

รูปแบบ emoticon	จำนวน	ร้อยละ
ตัวอักษรแอสกี	29	14.5
emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านทางหน้าตาของรูปการ์ตูน	181	90.5
emoticon ที่ไม่มีลักษณะเด่นชัดทางอารมณ์และความรู้สึก แต่ใช้ประกอบบริบท	73	36.5
emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกแบบเคลื่อนไหว	138	69

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้ emoticon แบบที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านทางหน้าตาของรูปการ์ตูน จำนวน 181 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 90.5 รองลงมา คือ emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกแบบเคลื่อนไหว (animated emoticon) จำนวน 138 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 69 และ emoticon ที่ไม่มีลักษณะเด่นชัดทางอารมณ์และความรู้สึก แต่สามารถประกอบบริบทได้ จำนวน 73 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 36.5

**ตารางที่ 25 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในส่วนของรูปแบบ emoticon ที่ได้รับการเลือกใช้มากที่สุดเพื่อประกอบการสนทนา**

รูปแบบ emoticon	นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
	เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวอักษรแอสกี	6	3	5	2.5	10	5	8	4
emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านทางหน้าตาของรูปการ์ตูน	49	24.5	44	22	46	22.5	42	21
emoticon ที่ไม่มีลักษณะเด่นชัดทางอารมณ์และความรู้สึก แต่ใช้ประกอบบริบท	18	9	17	8.5	18	9	20	10
emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกแบบเคลื่อนไหว	30	15	33	16.5	34	17	41	20.5

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ใช้ emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านทางหน้าตาของรูปการ์ตูนมากที่สุด จำนวน 49 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 24.5 รองลงมา คือ emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกแบบเคลื่อนไหว จำนวน 30 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 15 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้ emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านทางหน้าตาของรูปการ์ตูนมากที่สุด จำนวน 44 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 22 รองลงมา คือ emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกแบบเคลื่อนไหว จำนวน 33 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 16.5 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่ใช้ emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านทางหน้าตาของรูปการ์ตูนมากที่สุดจำนวน 46 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 23 รองลงมา คือ emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกแบบเคลื่อนไหว จำนวน 34 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 17 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้ emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านทางหน้าตาของรูปการ์ตูนมากที่สุด จำนวน 42 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 21 รองลงมา คือ emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกแบบเคลื่อนไหว จำนวน 41 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 20.5

**ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้ emoticon ในช่องทางต่าง ๆ นอกจากใน instant messaging ของกลุ่มตัวอย่าง**

ช่องทาง	จำนวน	ร้อยละ
e-mail	140	70
SMS/MMS	79	39.5
web board	81	40.5
web blog	35	17.5
อื่น ๆ	7	3.5

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ emoticon ในช่องทาง e-mail มากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 70 รองลงมา คือ web board จำนวน 81 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 40.5 และ SMS/MMS จำนวน 79 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 39.5

ตารางที่ 27 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชาย และเพศหญิง ในส่วนของการใช้ emoticon ในช่องทางต่าง ๆ นอกจากใน instant messaging

ช่องทาง	นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
	เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
e-mail	34	17	30	15	35	17.5	41	20.5
SMS/MMS	18	9	21	10.5	22	11	18	9
web board	23	11.5	19	9.5	21	10.5	18	9
web blog	3	1.5	13	6.5	11	5.5	8	4
อื่น ๆ	-	-	1	0.5	5	2.5	1	0.5

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่า นอกจากโปรแกรม instant messaging แล้ว นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ใช้ emoticon ใน e-mail มากที่สุด จำนวน 34 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 17 รองลงมา คือ web board จำนวน 23 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 11.5 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้ใน e-mail มากที่สุด จำนวน 30 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 15 รองลงมา คือ SMS/MMS จำนวน 21 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 10.5 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่ใช้ใน e-mail มากที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 17.5 รองลงมา คือ SMS/MMS จำนวน 22 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 11 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้ใน e-mail มากที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 20.5 รองลงมา คือ SMS/MMS จำนวน 18 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 9 และ web board จำนวน 18 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 9

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยของลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon ที่มีการเลือกใช้บ่อยที่สุดของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon	ค่าเฉลี่ย
มีความสุข	4.01
โกรธ	1.67
ตื่นตัว	0.54
ขบขัน	2.69
สับสน	0.40
ดุฎก	0.03
พึงพอใจ	1.06
ขยะแหยง	0.03
อับอาย	0.91
กลัว	0.15
สนใจ	0.54
เจ็บปวด	0.06
โล่งใจ	0.17
เศร้า	1.23
ประหลาดใจ	1.20
เครียด	0.37

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่มีการเลือกใช้อารมณ์และความรู้สึกของ emoticon บ่อยที่สุดตามลำดับ 1-5 ดังนี้ คือ

อันดับ 1 คือ มีความสุข (คะแนนเฉลี่ย 4.01)

อันดับ 2 คือ ขบขัน (คะแนนเฉลี่ย 2.69)

อันดับ 3 คือ โกรธ (คะแนนเฉลี่ย 1.67)

อันดับ 4 คือ เศร้า (คะแนนเฉลี่ย 1.23)

อันดับ 5 คือ ประหลาดใจ (คะแนนเฉลี่ย 1.20)

ตารางที่ 29 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในส่วนของค่าเฉลี่ยลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon ที่มีการเลือกใช้บ่อยที่สุด

ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของemoticon	นิสิตนักศึกษา		คนวัยทำงาน	
	เพศชาย	เพศหญิง	เพศชาย	เพศหญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
มีความสุข	4.16	3.80	4.26	3.80
โกรธ	1.74	1.80	1.52	1.60
ตื่นตัว	0.42	0.74	0.54	0.44
ขบขัน	2.58	2.16	2.90	3.10
สับสน	0.36	0.52	0.54	0.18
ดูถูก	0.04	0.02	0.02	0.02
พึงพอใจ	0.86	1.08	1.08	1.20
ขยะแขยง	0.02	0.08	0.02	-
อับอาย	1.16	1.04	0.56	0.86
กลัว	0.20	0.16	0.10	0.12
สนใจ	0.86	0.52	0.42	0.34
เจ็บปวด	0.12	0.40	0.04	0.04
โล่งใจ	0.26	0.10	0.10	0.22
เศร้า	0.98	0.94	1.28	1.34
ประหลาดใจ	0.98	1.36	1.10	1.34
เครียด	0.26	0.28	0.52	0.40

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon ที่นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่เลือกใช้บ่อยที่สุดตามลำดับ 1-5 ดังนี้

อันดับ 1 คือ มีความสุข (คะแนนเฉลี่ย 4.16)

อันดับ 2 คือ ขบขัน (คะแนนเฉลี่ย 2.58)

อันดับ 3 คือ โกรธ (คะแนนเฉลี่ย 1.74)

อันดับ 4 คือ อับอาย (คะแนนเฉลี่ย 1.16)

อันดับ 5 คือ เศร้า และประหลาดใจ (คะแนนเฉลี่ย 0.98)

ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon ที่นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่เลือกใช้  
บ่อยที่สุดตามลำดับ 1-5 ดังนี้ คือ

- อันดับ 1 คือ มีความสุข (คะแนนเฉลี่ย 3.80)
- อันดับ 2 คือ ขบขัน (คะแนนเฉลี่ย 2.16)
- อันดับ 3 คือ โกรธ (คะแนนเฉลี่ย 1.80)
- อันดับ 4 คือ ประหลาดใจ (คะแนนเฉลี่ย 1.36)
- อันดับ 5 คือ พึงพอใจ (คะแนนเฉลี่ย 1.08)

ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon ที่คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่เลือกใช้  
บ่อยที่สุดตามลำดับ 1-5 ดังนี้ คือ

- อันดับ 1 คือ มีความสุข (คะแนนเฉลี่ย 4.26)
- อันดับ 2 คือ ขบขัน (คะแนนเฉลี่ย 2.90)
- อันดับ 3 คือ โกรธ (คะแนนเฉลี่ย 1.60)
- อันดับ 4 คือ เศร้า (คะแนนเฉลี่ย 1.28)
- อันดับ 5 คือ ประหลาดใจ (คะแนนเฉลี่ย 1.10)

ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon ที่คนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่เลือกใช้  
บ่อยที่สุดตามลำดับ 1-5 ดังนี้ คือ

- อันดับ 1 คือ มีความสุข (คะแนนเฉลี่ย 3.80)
- อันดับ 2 คือ ขบขัน (คะแนนเฉลี่ย 3.10)
- อันดับ 3 คือ โกรธ (คะแนนเฉลี่ย 1.52)
- อันดับ 4 คือ เศร้า และประหลาดใจ (คะแนนเฉลี่ย 1.34)
- อันดับ 5 คือ พึงพอใจ (คะแนนเฉลี่ย 1.20)



**ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยของวัตถุประสงค์การใช้ emoticon ของกลุ่มตัวอย่าง**

วัตถุประสงค์	ค่าเฉลี่ย
เพื่อใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกของตนเองให้คู่สนทนาประทับใจ	3.99
เพื่อใช้ประกอบกับข้อความแวดล้อม (context) ขณะที่สนทนา	2.13
ความสะดวกในการใช้งาน	1.27
ประหยัดเวลาในการสนทนา	0.99
ลดความเป็นทางการในการสื่อสาร	1.27
สื่อความหมายได้มากกว่าการพิมพ์ข้อความ (เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น)	1.79
ความสวยงาม และความน่ารักของ emoticon	1.78
ทำให้การสนทนาไม่น่าเบื่อหน่าย	1.44
เพื่อฆ่าเวลาในกรณีที่การสนทนาขาดช่วงไป	0.37

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การใช้ emoticon ตามลำดับ 1-5 ดังนี้ คือ

อันดับ 1 คือ เพื่อใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกของตนเองให้คู่สนทนาประทับใจ (คะแนนเฉลี่ย 3.99)

อันดับ 2 คือ เพื่อใช้ประกอบกับข้อความแวดล้อม(context) ขณะที่สนทนา (คะแนนเฉลี่ย 2.13)

อันดับ 3 คือ สื่อความหมายได้มากกว่าการพิมพ์ข้อความ (เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น) (คะแนนเฉลี่ย 1.79)

อันดับ 4 คือ ความสวยงาม และความน่ารักของ emoticon (คะแนนเฉลี่ย 1.78)

อันดับ 5 คือ ทำให้การสนทนาไม่น่าเบื่อหน่าย (คะแนนเฉลี่ย 1.44)

**ตารางที่ 31 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในส่วนของวัตถุประสงค์การใช้ emoticon**

วัตถุประสงค์	นิสิตนักศึกษา		คนวัยทำงาน	
	เพศชาย	เพศหญิง	เพศชาย	เพศหญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
เพื่อใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกของตนเองให้คู่สนทนารับทราบ	3.72	3.96	4.24	4.04
เพื่อใช้ประกอบกับข้อความแวดล้อม (context) ขณะที่สนทนา	2.00	2.32	2.16	2.02
ความสะดวกในการใช้งาน	1.46	1.18	1.20	1.24
ประหยัดเวลาในการสนทนา	0.88	1.04	0.88	1.14
ลดความเป็นทางการในการสื่อสาร	1.88	0.96	1.36	0.86
สื่อความหมายได้มากกว่าการพิมพ์ข้อความ (เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น)	1.74	1.76	1.58	2.06
ความสวยงามและความน่ารักของ emoticon	1.88	1.66	1.62	1.94
ทำให้การสนทนาไม่น่าเบื่อหน่าย	1.18	1.62	1.62	1.34
เพื่อฆ่าเวลาในกรณีที่การสนทนาขาดช่วงไป	0.26	0.50	0.34	0.36

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นวัตถุประสงค์การใช้ emoticon ที่นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่เลือกใช้บ่อยที่สุดตามลำดับ 1-5 ดังนี้ คือ

อันดับ 1 คือ เพื่อใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกของตนเองให้คู่สนทนารับทราบ (คะแนนเฉลี่ย 3.72)

อันดับ 2 คือ เพื่อใช้ประกอบกับข้อความแวดล้อม (context) ขณะที่สนทนา (คะแนนเฉลี่ย 2.00)

อันดับ 3 คือ ลดความเป็นทางการในการสื่อสาร และความสวยงามและความน่ารักของ emoticon (คะแนนเฉลี่ย 1.88)

อันดับ 4 คือ สื่อความหมายได้มากกว่าการพิมพ์ข้อความ (เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น) (คะแนนเฉลี่ย 1.74)

อันดับ 5 คือ ความสะดวกในการใช้งาน (คะแนนเฉลี่ย 1.46)

ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon ที่นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่เลือกใช้ บ่อยที่สุดตามลำดับ 1-5 ดังนี้ คือ

อันดับ 1 คือ เพื่อใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกของตนเองให้คู่สนทนาประทับใจ (คะแนนเฉลี่ย 3.96)

อันดับ 2 คือ เพื่อใช้ประกอบกับข้อความแวดล้อม (context) ขณะที่สนทนา (คะแนนเฉลี่ย 2.32)

อันดับ 3 คือ สื่อความหมายได้มากกว่าการพิมพ์ข้อความ (เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น) (คะแนนเฉลี่ย 1.76)

อันดับ 4 คือ ความสวยงาม และความน่ารักของ emoticon (คะแนนเฉลี่ย 1.66)

อันดับ 5 คือ ทำให้การสนทนาไม่น่าเบื่อหน่าย (คะแนนเฉลี่ย 1.62)

ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon ที่คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่เลือกใช้ บ่อยที่สุดตามลำดับ 1-5 ดังนี้ คือ

อันดับ 1 คือ เพื่อใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกของตนเองให้คู่สนทนาประทับใจ (คะแนนเฉลี่ย 4.24)

อันดับ 2 คือ เพื่อใช้ประกอบกับข้อความแวดล้อม (context) ขณะที่สนทนา (คะแนนเฉลี่ย 2.16)

อันดับ 3 คือ ความสวยงามและความน่ารักของ emoticon และทำให้การสนทนาไม่น่าเบื่อหน่าย (คะแนนเฉลี่ย 1.62)

อันดับ 4 คือ สื่อความหมายได้มากกว่าการพิมพ์ข้อความ (เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น) (คะแนนเฉลี่ย 1.58)

อันดับ 5 คือ ลดความเป็นทางการในการสื่อสาร (คะแนนเฉลี่ย 1.36)

ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon ที่คนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่เลือกใช้ บ่อยที่สุดตามลำดับ 1-5 ดังนี้ คือ

อันดับ 1 คือ เพื่อใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกของตนเองให้คู่สนทนาประทับใจ (คะแนนเฉลี่ย 4.02)

อันดับ 2 คือ สื่อความหมายได้มากกว่าการพิมพ์ข้อความ (เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น) (คะแนนเฉลี่ย 1.26)

อันดับ 3 คือ เพื่อใช้ประกอบกับข้อความแวดล้อม (context) ขณะที่สนทนา (คะแนนเฉลี่ย 2.02)

อันดับ 4 คือ ความสวยงาม และความน่ารักของ emoticon (คะแนนเฉลี่ย 1.94)

อันดับ 5 คือ ทำให้การสนทนาไม่น่าเบื่อหน่าย (คะแนนเฉลี่ย 1.34)

### ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้ emoticon ต่อบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

บุคคล	จำนวน	ร้อยละ
พ่อ-แม่	7	3.5
พี่-น้อง	74	37
เพื่อน	197	98.5
แฟน-คนรัก	78	39
อาจารย์	5	2.5
หัวหน้า	2	1
เพื่อนที่รู้จักทางอินเทอร์เน็ต	74	37.

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ emoticon กับเพื่อน จำนวน 197 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 98.5 รองลงมา คือ ใช้กับแฟน-คนรัก จำนวน 78 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 39 ใช้กับพี่-น้อง จำนวน 74 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 37 และเพื่อนที่รู้จักทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 74 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 37

### ตารางที่ 33 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชาย และเพศหญิง ในส่วนของการใช้ emoticon ต่อบุคคล

บุคคล	นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
	เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พ่อ-แม่	2	4	2	4	2	4	1	2
พี่-น้อง	23	46	19	38	12	24	20	40
เพื่อน	50	100	50	100	48	96	49	98
แฟน-คนรัก	25	50	16	32	23	46	14	28
อาจารย์	1	2	2	4	-	-	2	4
หัวหน้า	-	-	-	-	1	2	1	2
เพื่อนที่รู้จักทางอินเทอร์เน็ต	20	40	17	34	22	44	15	30

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ใช้ emoticon กับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 รองลงมา คือ ใช้กับแฟน-คนรัก จำนวน 25 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 50 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้กับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 รองลงมา คือ ใช้กับพี่-น้อง จำนวน 19 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 38 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่ใช้กับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 48 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 96 รองลงมา คือ ใช้กับแฟน-คนรัก จำนวน 23 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 46 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้กับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 49 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 98 รองลงมา คือ ใช้กับพี่-น้อง จำนวน 20 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 40



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ส่วนที่ 5 ทศนคติต่อการใช้ emoticon ประกอบในการสนทนา

ตารางที่ 34 แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการใช้ emoticon ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยในการใช้ emoticon	ปริมาณการใช้					$\bar{X}$	SD.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
1. ระดับความผูกพันระหว่างท่านกับคู่สนทนา	26.5	40.5	24.5	6	2.5	3.83	.974
2. เรื่องที่กำลังสนทนากับคู่สนทนาเป็นเรื่องการงานหรือการเรียน	13.0	39.5	37.0	7.5	3	3.52	.919
3. เรื่องที่กำลังสนทนากับคู่สนทนาเป็นเรื่องส่วนตัว	12.5	47.5	28.0	9	3	3.58	.927
4. ความเหมาะสมของ emoticon ที่เลือกใช้	30	53.5	12.5	3	1	4.09	.794
5. อารมณ์และความรู้สึกในขณะนั้น	38.5	47.5	10.5	1.5	2	4.19	.835

\* ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) คำนวณจากผลรวมของคะแนน ในแต่ละข้อหารด้วยจำนวนข้อ

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยในการใช้ emoticon ของกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

ปัจจัยในการใช้ emoticon ในระดับมากที่สุด คือ คำนึงถึงอารมณ์และความรู้สึกในขณะนั้น คิดเป็นอัตราร้อยละ 38.5 รองลงมา คือ ความเหมาะสมของ emoticon ที่เลือกใช้ คิดเป็นอัตราร้อยละ 30 และระดับความผูกพันระหว่างคู่สนทนา คิดเป็นอัตราร้อยละ 26.5

ปัจจัยในการใช้ emoticon ในระดับมาก คือ คำนึงถึงความเหมาะสมของ emoticon ที่เลือกใช้ คิดเป็นอัตราร้อยละ 53.5 รองลงมา คือ เรื่องที่กำลังสนทนากับคู่สนทนาเป็นเรื่องส่วนตัว คิดเป็นอัตราร้อยละ 47.5 อารมณ์และความรู้สึกในขณะนั้น คิดเป็นอัตราร้อยละ 47.5 และระดับความผูกพันระหว่างคู่สนทนา คิดเป็นอัตราร้อยละ 40.5

ปัจจัยในการใช้ emoticon ในระดับปานกลาง คือ คำนึงถึงเรื่องที่กำลังสนทนากับคู่สนทนาเป็นเรื่องการงานหรือการเรียน คิดเป็นอัตราร้อยละ 37 รองลงมา คือ เรื่องที่กำลังสนทนา



กับคู่สนทนาเป็นเรื่องส่วนตัว คิดเป็นอัตราร้อยละ 28 และระดับความผูกพันระหว่างคู่สนทนา คิดเป็นอัตราร้อยละ 24.5

ปัจจัยในการใช้ emoticon ในระดับน้อย คือ คำนี้ถึงเรื่องที่กำลังสนทนากับคู่สนทนาเป็นเรื่องส่วนตัว คิดเป็นอัตราร้อยละ 9 รองลงมา คือ เรื่องที่กำลังสนทนากับคู่สนทนาเป็นเรื่องการทำงานหรือการเรียน คิดเป็นอัตราร้อยละ 7.5 และระดับความผูกพันระหว่างคู่สนทนา คิดเป็นอัตราร้อยละ 6

ปัจจัยในการใช้ emoticon ในระดับน้อยที่สุด คือ คำนี้ถึงเรื่องที่กำลังสนทนากับคู่สนทนาเป็นเรื่องการทำงานหรือการเรียน คิดเป็นอัตราร้อยละ 3 และ เรื่องที่กำลังสนทนากับคู่สนทนาเป็นเรื่องส่วนตัว คิดเป็นอัตราร้อยละ 3 รองลงมา คือ ระดับความผูกพันระหว่างคู่สนทนา คิดเป็นอัตราร้อยละ 2.5 อารมณ์และความรู้สึกในขณะนั้น คิดเป็นอัตราร้อยละ 2

สรุปปัจจัยในการใช้ emoticon ของกลุ่มตัวอย่าง

1. อารมณ์และความรู้สึกในขณะนั้น
2. ความเหมาะสมของ emoticon ที่เลือกใช้
3. ระดับความผูกพันระหว่างท่านกับคู่สนทนา

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 35 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในปัจจัยในการใช้ emoticon**

บุคคล	นิสิตนักศึกษา		คนวัยทำงาน	
	เพศชาย	เพศหญิง	เพศชาย	เพศหญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
1. ระดับความผูกพันระหว่างท่านกับคู่สนทนา	3.88	3.66	3.90	3.86
2. เรื่องที่กำลังสนทนากับคู่สนทนา เป็นเรื่องการทำงานหรือการเรียน	3.46	3.62	3.32	3.68
3. เรื่องที่กำลังสนทนากับคู่สนทนา เป็นเรื่องส่วนตัว	3.70	3.46	3.48	3.66
4. ความเหมาะสมของ emoticon ที่เลือกใช้	4.12	4.06	4.00	4.16
5. อารมณ์และความรู้สึกในขณะนั้น	4.28	3.90	4.16	4.42

จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่มีปัจจัยในการเลือกใช้ emoticon โดยคำนึงถึงอารมณ์และความรู้สึกในขณะนั้น ค่าเฉลี่ย 4.28 รองลงมา คือ ความเหมาะสมของ emoticon ที่เลือกใช้ ค่าเฉลี่ย 4.12 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่มีปัจจัยในการเลือกใช้ emoticon โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของ emoticon ที่เลือกใช้ ค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมา คือ อารมณ์และความรู้สึกในขณะนั้น ค่าเฉลี่ย 3.90 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่มีปัจจัยในการเลือกใช้ emoticon โดยคำนึงถึงอารมณ์และความรู้สึกในขณะนั้น ค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมา คือ ความเหมาะสมของ emoticon ที่เลือกใช้ ค่าเฉลี่ย 4.00 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่มีปัจจัยในการเลือกใช้ emoticon โดยคำนึงถึงอารมณ์และความรู้สึกในขณะนั้น ค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมา คือ ความเหมาะสมของ emoticon ที่เลือกใช้ ค่าเฉลี่ย 4.16

**ตารางที่ 36** แสดงจำนวนและร้อยละของความเพียงพอของ emoticon ที่มีต่อความต้องการในการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่าง

emoticon	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอ	138	69
ไม่เพียงพอ	62	31
รวม	200	100

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า emoticon ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันทางอินเทอร์เน็ตมีเพียงพอ จำนวน 138 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 69 และเห็นว่าไม่เพียงพอ จำนวน 62 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 31

**ตารางที่ 37** แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในส่วนของความต้องการในการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึก

emoticon	นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
	เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอ	35	70	40	80	33	66	30	60
ไม่เพียงพอ	15	30	10	20	17	34	20	40
รวม	50	100	50	100	50	100	50	100

จากตารางที่ 37 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่เห็นว่า emoticon ที่ใช้ในปัจจุบันนั้นมีเพียงพอ จำนวน 35 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 70 และเห็นว่าไม่เพียงพอ จำนวน 15 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 30 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่เห็นว่า emoticon ที่ใช้ในปัจจุบันนั้นมีเพียงพอ จำนวน 40 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 80 และเห็นว่าไม่เพียงพอ จำนวน 10 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 20 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่เห็นว่า emoticon ที่ใช้ในปัจจุบันนั้นมีเพียงพอ จำนวน 33 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 66 และเห็นว่าไม่เพียงพอ จำนวน 17 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 34 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่เห็นว่า emoticon ที่ใช้ในปัจจุบันนั้นมีเพียงพอ จำนวน 30 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 60 และเห็นว่าไม่เพียงพอ จำนวน 20 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 40

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน และร้อยละของลักษณะอารมณ์และความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่าง ต้องการให้มีเพิ่มเติม

ลักษณะอารมณ์และความรู้สึก	จำนวน	ร้อยละ
1. ตลก ๆ	6	9.7
2. สนุกสนาน	5	8.1
3. ครุ่นคิด	4	6.5
4. กวน ๆ	3	4.8
5. คิดไม่ออก	3	4.8
6. อยากให้มีเสียงพูดประกอบท่าทางด้วย	3	4.8
7. หยอกล้อ	3	4.8
8. เหงา	2	3.2
9. หิว	2	3.2
10. ทานข้าว	2	3.2
11. อาบน้ำ	2	3.2
12. sex, sexy	2	3.2
13. เจ้าเล่ห์	1	1.6
14. หงุดหงิด	1	1.6
15. เสียใจมาก	1	1.6
16. เสียว	1	1.6
17. เฉย ๆ	1	1.6
18. สะใจ	1	1.6
19. บ้าคลั่ง	1	1.6
20. กรีด	1	1.6
21. การทักทายโดยใช้วัฒนธรรมชนบทรวมนิยมประเพณีไทย	1	1.6
22. แทนอารมณ์ chill chill และ just hanging	1	1.6
23. แสดงอาการต่อเนืองไม่วางกลับเดิมตอนแรก	1	1.6
24. เมา	1	1.6
25. แสดงความห่วงใย	1	1.6
26. แสดงความรักมาก ๆ	1	1.6
27. ความสงบ ร่มเย็น บรรลุธรรม	1	1.6
28. เกรงใจ	1	1.6
29. เปื้อน	1	1.6
30. ท้อแท้	1	1.6

ลักษณะอารมณ์และความรู้สึก	จำนวน	ร้อยละ
31. หื่น	1	1.6
32. อร่อย	1	1.6
33. อ่อนหวาน	1	1.6
34. อัจฉรา	1	1.6
35. งง	1	1.6
36. หัวเราะ ร้องไห้ ยิ้ม หน้าแดง โกรธ ในขณะเดียวกัน	1	1.6
37. งอน	1	1.6
รวม	62	100

จากตารางที่ 38 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มี emoticon เพิ่มเติมในลักษณะอารมณ์และความรู้สึกตลกๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 9.7 รองลงมา คือ สนุกสนาน จำนวน 5 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 8.1 และครุ่นคิด จำนวน 4 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 6.5





ลักษณะอารมณ์ และความรู้สึก	นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
	เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
24. เม่า	1	6.7	-	-	-	-	-	-
25. แสดงความห่วงใย	-	-	-	-	-	-	1	5
26. แสดงความรักมาก ๆ	-	-	1	10	-	-	-	-
27. ความสงบ ร่มเย็น บรรลุลัทธรม	-	-	-	-	-	-	1	5
28. เกรงใจ	-	-	-	-	-	-	1	5
29. เบื่อ	-	-	-	-	1	5.8	-	-
30. ท้อแท้	-	-	-	-	-	-	1	5
31. หื่น	-	-	-	-	1	5.8	-	-
32. อร่อย	1	6.7	-	-	-	-	-	-
33. อ่อนหวาน	-	-	-	-	1	5.8	-	-
34. อัจฉา	-	-	-	-	-	-	1	5
35. งง	-	-	-	-	1	5.8	-	-
36. หัวเราะ ร้องไห้ ยิ้ม หน้าแดง โกรธ ในขณะเดียวกัน	-	-	-	-	-	-	1	5
37. งอน	-	-	-	-	-	-	1	5
รวม	15	100	10	100	17	100	20	100

จากตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ต้องการให้มี emoticon เพิ่มเติมในลักษณะอารมณ์และความรู้สึกสนุกสนานมากที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 13.3 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ต้องการให้มี emoticon เพิ่มเติมโดยมีเสียงพูดประกอบท่าทางการแสดงอารมณ์และความรู้สึกด้วยมากที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 20 คนวัยทำงานเพศชาย ส่วนใหญ่ต้องการให้มี emoticon เพิ่มเติมในลักษณะอารมณ์และความรู้สึกตลก ๆ มากที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 11.8 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่ต้องการให้มี emoticon เพิ่มเติมในลักษณะอารมณ์และความรู้สึกตลก ๆ มากที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 10

**ตารางที่ 40** แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสียจากการใช้ emoticon ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อเสีย	จำนวน	ร้อยละ
มี	64	32
ไม่มี	136	68
รวม	200	100

จากตารางที่ 40 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า emoticon ไม่มีข้อเสีย จำนวน 136 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 68 และเห็นว่า มีข้อเสีย จำนวน 64 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 32

**ตารางที่ 41** แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในส่วนของข้อเสียจากการใช้ emoticon

ข้อเสีย	นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
	เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	12	24	9	18	22	44	21	42
ไม่มี	38	76	41	82	28	56	29	58
รวม	50	100	50	100	50	100	50	100

จากตารางที่ 41 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่เห็นว่า emoticon ไม่มีข้อเสีย จำนวน 38 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 76 และไม่มีข้อเสีย จำนวน 12 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 24 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่เห็นว่า emoticon ไม่มีข้อเสีย จำนวน 41 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 82 และไม่มีข้อเสีย จำนวน 9 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 18 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่เห็นว่า emoticon ไม่มีข้อเสีย จำนวน 28 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 56 และไม่มีข้อเสีย จำนวน 22 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 44 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่เห็นว่า emoticon ไม่มีข้อเสีย จำนวน 29 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 58 และไม่มีข้อเสีย จำนวน 21 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 42

**ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละความคิดเห็นต่อข้อเสียจากการการใช้ emoticon ของกลุ่มตัวอย่าง**

ความคิดเห็นต่อข้อเสียของ emoticon	จำนวน	ร้อยละ
1. การตีความหมายผิดจะส่งผลให้การสื่อสารนั้นผิดพลาดไป	34	53.1
2. ไม่แน่ใจความหมายของ emoticon นั้น ๆ	6	9.4
3. Emoticon ซ้ำซ้ำทำให้การสนทนาไม่ต่อเนื่อง	3	4.7
4. ทำให้คนมักง่ายโดยสื่อสารด้วยภาพมากเกินไป จนเสียความสามารถทางการสื่อสารด้วยวาจา และการพิมพ์ไประดับหนึ่ง	3	4.7
5. Emoticon ที่มีให้เลือกใช้นั้นไม่ตรงกับอารมณ์และความรู้สึกจริง ๆ	2	3.1
6. Emoticon บางรูปไม่สุภาพ เช่น มีโชว์นินกลาง	2	3.1
7. ทำให้สับสนในการตีความเพราะ emoticon บางรูปดูไม่รู้เรื่อง (ไม่ชัดเจน)	2	3.1
8. ไม่มีตำราบอกความหมายที่แน่ชัด ทำให้ผู้สนทนาต้องมาเดาความหมายเอง	2	3.1
9. ถ้าใช้ผิดกาลเทศะอาจไม่เหมาะสม	2	3.1
10. ไม่สามารถบอกความรู้สึกที่เป็นปลึกย่อยได้	1	1.6
11. ทำให้การสนทนาดูตลกเกินไป	1	1.6
12. บางครั้งทำให้รู้สึกรำคาญ และเสียเวลาในการสื่อสาร	1	1.6
13. บางครั้งทำให้เกิดความมึนงงในการสื่อสาร	1	1.6
14. มี emoticon ให้เลือกใช้น้อย (อารมณ์และความรู้สึกแบบซ้ำ ๆ กัน)	1	1.6
15. ทำให้กล้าแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกมากเกินไป	1	1.6
16. บางครั้งไม่เข้าใจพวก ASCII ที่ผู้สนทนาส่งมา	1	1.6
17. บางครั้งก็เป็นการแสดงออกโดยไม่ได้มีอารมณ์และความรู้สึกตรงกับ emoticon ที่ใช้ นับว่าเป็นการเสแสร้งได้	1	1.6
รวม	64	100

จากตารางที่ 42 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าข้อเสียของ emoticon ทำให้การตีความหมายของ emoticon ผิดและส่งผลให้การสื่อสารนั้นผิดพลาดไป จำนวน 34 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 53.1 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจความหมายของ emoticon นั้น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 9.4 และทำให้คนมักง่ายโดยสื่อสารด้วยภาพมากเกินไปจนเสียความสามารถทางการสื่อสารด้วยวาจาและ การพิมพ์ไประดับหนึ่ง จำนวน 3 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 4.7

ตารางที่ 43 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในส่วนความคิดเห็นต่อข้อเสียจากการใช้ emoticon

ความคิดเห็นต่อข้อเสีย ของ emoticon	นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
	เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การตีความหมาย ผิด จะส่งผลให้การสื่อสาร นั้นผิดพลาดไป	6	50	5	55.5	11	50	12	57.1
2. ไม่แน่ใจความหมาย ของ emoticon นั้น ๆ	1	8.3	2	22.2	1	4.5	2	9.5
3. Emoticon ขึ้นซ้ำทำ ให้การสนทนาไม่ต่อ เนื่อง	1	8.3	-	-	1	4.5	1	4.8
4. ทำให้คนมักง่ายโดย สื่อสารด้วยภาพมาก เกินไปจนเสียความ สามารถทางการสื่อสาร ด้วยวาจาและการพิมพ์ ไประดับหนึ่ง	-	-	-	-	1	4.5	2	9.5
5. emoticon ที่มีให้ เลือกใช้นั้นไม่ตรงกับ อารมณ์และความรู้สึก จริง ๆ	-	-	-	-	2	9.1	-	-
6. Emoticon บางรูป ไม่ สุภาพ เช่น มีโชว์นิ้วกลาง	-	-	1	11.1	-	-	1	4.8
7. ทำให้สับสนในการ ตีความเพราะ emoticon บางรูปดูไม่รู้เรื่อง (ไม่ ชัดเจน)	-	-	-	-	2	9.1	-	-
8. ไม่มีคำอธิบาย ความหมาย ที่แน่ชัด ทำ ให้ผู้สนทนาต้องมาเดา ความหมายเอง	1	8.3	-	-	1	4.5	-	-

ความคิดเห็นต่อข้อเสีย ของ emoticon	นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
	เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9. ถ้าใช้ผิดกาลเทศะอาจ ไม่เหมาะสม	1	8.3	-	-	-	-	1	4.8
10. ไม่สามารถบอก ความรู้สึกที่เป็นปฏิกิริยา ได้	-	-	-	-	-	-	1	4.8
11. ทำให้การสนทนา ดูตลกเกินไป	-	-	-	-	1	4.5	-	-
12. บางครั้งทำให้รู้สึก รำคาญ และเสียเวลาใน การสื่อสาร	1	8.3	-	-	-	-	-	-
13. บางครั้งทำให้เกิด ความมึนงงในการ สื่อสาร	-	-	-	-	-	-	1	4.8
14. มี emoticon ให้ เลือกใช้น้อย (อารมณ์ และความรู้สึกแบบซ้ำๆ กัน)	-	-	1	11.1	-	-	-	-
15. ทำให้กล้าแสดง ออก ทางอารมณ์และ ความรู้สึกมากเกินไป	1	8.3	-	-	-	-	-	-
16. บางครั้งไม่เข้าใจ พวก ASCII ที่คู่สนทนา ส่งมา	-	-	-	-	1	4.5	-	-
17. บางครั้งก็เป็นการ แสดงออกโดยไม่ได้มี อารมณ์และความรู้สึก ตรงกับ emoticon ที่ใช้ นับว่าเป็นการเสแสร้งได้	-	-	-	-	1	4.5	-	-
รวม	12	100	9	100	22	100	21	100

จากตารางที่ 43 แสดงให้เห็นว่านิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่เห็นว่าข้อเสียของ emoticon ทำให้การตีความหมายผิดจะส่งผลให้การสื่อสารนั้นผิดพลาดไป จำนวน 6 คน คิดเป็น อัตราร้อยละ 50 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่เห็นว่าข้อเสียของ emoticon ทำให้การตีความหมายของ emoticon ผิดและส่งผลให้การสื่อสารนั้นผิดพลาดไป จำนวน 5 คน คิดเป็น อัตราร้อยละ 55.5 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจความหมายของ emoticon นั้น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็น อัตราร้อยละ 2.2 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่เห็นว่าข้อเสียของ emoticon ทำให้การตีความหมายของ emoticon ผิดและส่งผลให้การสื่อสารนั้นผิดพลาดไป จำนวน 11 คน คิดเป็น อัตราร้อยละ 50 รองลงมา คือ emoticon ที่มีให้เลือกใช้นั้นไม่ตรงกับอารมณ์และความรู้สึกจริง ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 9.1 และทำให้สับสนในการตีความเพราะ emoticon บางตัวดูไม่รู้เรื่อง (ไม่ชัดเจน) จำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 9.1 คนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่เห็นว่า ข้อเสียของ emoticon ทำให้การตีความหมายของ emoticon ผิดและส่งผลให้การสื่อสารนั้นผิดพลาดไป จำนวน 12 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 57.1 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจความหมายของ emoticon นั้น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 9.5 และทำให้คนมักง่ายโดยสื่อสารด้วยภาพมากเกินไป จนเสียความสามารถทางการสื่อสารด้วยวาจาและการพิมพ์ไประดับหนึ่ง จำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 9.5



## ส่วนที่ 6 ความเข้าใจในการตีความหมายของ emoticon

**ตารางที่ 44** แสดงจำนวนและร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป 🍒 ของกลุ่มตัวอย่าง


emoticon รูป 🍒		จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	ยา	200	100
กรณีที่ใช้	ให้กินยา	52	26
	ให้ไปหาหมอ	1	0.5
	ป่วย	131	65.5
	ให้ดูแลตัวเอง	8	4
	พูดถึงเกี่ยวกับยา	8	4

จากตารางที่ 44 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ยา จำนวน 200 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีป่วยมากที่สุด จำนวน 131 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 65.5 รองลงมา คือ ให้กินยา จำนวน 52 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 26 ให้ดูแลตัวเอง จำนวน 8 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 4 และพูดถึงเกี่ยวกับยา จำนวน 8 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 4

**ตารางที่ 45** แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในการตีความหมาย emoticon รูป 🍒

emoticon รูป 🍒		นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
		เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	ยา	50	100	50	100	50	100	50	100
	ให้กินยา	19	38	11	22	11	22	11	22
	ให้ไปหาหมอ	-	-	-	-	1	2	-	-
	ป่วย	27	54	37	74	32	64	35	70
	ให้ดูแลตัวเอง	1	2	1	2	2	4	4	8
กรณีที่ใช้	พูดถึงเกี่ยวกับยา	3	6	1	2	4	8	-	-

จากตารางที่ 45 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ยา จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีป่วยมากที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 54 รองลงมา คือ ให้ไปกินยา จำนวน 19 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 38 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ยา จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีป่วยมากที่สุด จำนวน 37 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 70 รองลงมา คือ ให้ไปกินยา จำนวน 11 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 22 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ยา จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีป่วยมากที่สุด จำนวน 32 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 64 รองลงมา คือ ให้ไปกินยา จำนวน 11 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 22 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ยา จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีป่วยมากที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 70 รองลงมา คือ ให้ไปกินยา จำนวน 11 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 22

**ตารางที่ 46 แสดงจำนวน และร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป  ของกลุ่มตัวอย่าง**


emoticon รูป 		จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	ของขวัญ	200	100
กรณีที่ใช้	สุขสันต์วันเกิด	118	59
	แสดงความยินดี	23	11.5
	ให้ของขวัญ	53	26.5
	ขอบคุณ	1	0.5
	ส่งความรู้สึกดี ๆ ไปให้	5	2.5


จากตารางที่ 46 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ของขวัญ จำนวน 200 คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีสุขสันต์วันเกิดมากที่สุด จำนวน 118 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 59 รองลงมา คือ ให้ของขวัญ จำนวน 53 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 26.5 และแสดงความยินดี จำนวน 23 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 11.5

ตารางที่ 47 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในการตีความหมาย emoticon รูป 🎁

emoticon รูป 🎁		นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
		เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	ของขวัญ	50	100	50	100	50	100	50	100
กรณีที่ใช้	สุขสันต์วันเกิด	28	56	40	80	20	40	30	60
	แสดงความยินดี	8	16	-	-	7	14	8	16
	ให้ของขวัญ	11	22	10	20	22	44	10	20
	ขอบคุณ	1	2	-	-	-	-	-	-
	ส่งความรู้สึกดี ๆ ไปให้	2	4	-	-	1	2	2	4

จากตารางที่ 47 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ของขวัญ จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีสุขสันต์วันเกิดมากที่สุด จำนวน 28 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 56 รองลงมา คือ ให้ของขวัญ จำนวน 11 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 22 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ของขวัญ จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีสุขสันต์วันเกิดมากที่สุด จำนวน 40 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 80 รองลงมา คือ ให้ของขวัญ จำนวน 10 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 20 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ของขวัญ จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีให้ของขวัญมากที่สุด จำนวน 22 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 40 รองลงมา คือ สุขสันต์วันเกิด จำนวน 20 คน คิดเป็นอัตรา ร้อยละ 40 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ของขวัญ จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีสุขสันต์วันเกิดมากที่สุด จำนวน 30 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 60 รองลงมา คือ ให้ของขวัญ จำนวน 10 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 20

**ตารางที่ 48** แสดงจำนวนและร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป  ของกลุ่มตัวอย่าง

emoticon รูป 		จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	นาฬิกา	158	79
	เวลา	42	21
กรณีที่ใช้	นัดเวลา	28	14
	บอกเวลา	28	14
	ตรงเวลา	2	1
	ถามเวลา	66	33
	ดีกแล้ว	11	5.5
	หมดเวลา	9	4.5
	ง่วง	3	1.5
	ต้องไปแล้ว	34	17
	ว่าง	5	2.5
	ไม่ว่าง	14	7

จากตารางที่ 48 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง นาฬิกา จำนวน 158 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 79 และเวลา จำนวน 42 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 21 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีถามเวลามากที่สุด จำนวน 66 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 33 รองลงมา คือ ต้องไปแล้ว จำนวน 34 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 17 นัดเวลา จำนวน 28 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 14 และบอกเวลา จำนวน 28 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 14

ตารางที่ 49 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในการตีความหมาย emoticon รูป 🤔

emoticon รูป 🤔		นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
		เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	นาฬิกา	41	82	41	82	38	76	38	76
	เวลา	9	18	9	18	12	24	12	24
กรณีที่ใช้	นัดเวลา	3	6	4	8	7	14	14	28
	บอกเวลา	9	18	5	10	7	14	7	14
	ตรงเวลา	1	2	1	2	-	-	-	-
	ถามเวลา	20	40	14	28	18	36	14	28
	ดีอยู่แล้ว	5	10	1	2	1	2	4	8
	หมดเวลา	4	8	4	8	-	-	1	2
	ง่วง	1	2	2	4	-	-	-	-
	ต้องไปแล้ว	3	6	14	28	10	20	7	14
	ว่าง	1	2	-	-	2	4	-	-
	ไม่ว่าง	3	6	5	10	5	10	3	6

จากตารางที่ 49 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง นาฬิกามากที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 82 รองลงมา คือ เวลา จำนวน 9 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 18 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีถามเวลา จำนวน 20 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 40 รองลงมา คือ บอกเวลา จำนวน 9 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 18 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง นาฬิกา จำนวน 41 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 52 รองลงมา คือ เวลา จำนวน 9 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 18 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีถามเวลามากที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 28 และต้องไปแล้ว มากที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 28 รองลงมา คือบอกเวลา จำนวน 5 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 2.5 และไม่ว่าง จำนวน 5 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 2.5 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง นาฬิกา จำนวน 38 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 76 รองลงมา คือ เวลา จำนวน 12 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 24 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีถามเวลามากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 36 รองลงมา คือ บอกเวลา จำนวน 10 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 20 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง นาฬิกา จำนวน 38 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 76 รองลงมา คือ เวลา จำนวน 12 คน

คิดเป็นอัตราร้อยละ 24 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีนัดเวลามากที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 28 ตามเวลามากที่สุดจำนวน 14 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 28 รองลงมา คือ บอกเวลา จำนวน 7 คิดเป็นอัตราร้อยละ 14 และต้องไปแล้ว จำนวน 7 คิดเป็นอัตราร้อยละ 14

**ตารางที่ 50** แสดงจำนวนและร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป 🍑 ของ กลุ่มตัวอย่าง

emoticon รูป 🍑		จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	ยกนิ้วมือ	102	51
	ยอดเยี่ยม, สุดยอด	97	48.5
	ความเป็นมิตร	1	0.5
กรณีที่ใช้	ชื่นชม, ยอดเยี่ยม, สุดยอด	183	91.5
	แสดงความยินดีที่ได้รู้จัก	3	1.5
	ความคิดดี	10	5
	โป้ง, โกรธ	4	2

จากตารางที่ 50 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ยกนิ้วมือ จำนวน 102 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 51 รองลงมา คือ ยอดเยี่ยม, สุดยอด จำนวน 97 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 48.5 และความเป็นมิตร จำนวน 1 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 0.5 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีชื่นชม, ยอดเยี่ยม, สุดยอด จำนวน 183 คน คิดเป็นอัตรา ร้อยละ 91.5 รองลงมา คือ ความคิดดี จำนวน 10 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 5 และโป้ง, โกรธ จำนวน 4 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 2

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**ตารางที่ 51 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในการตีความหมาย emoticon รูป 🍌**

emoticon รูป 🍌		นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
		เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	ยกนิ้วมือ	16	32	38	74	27	54	21	42
	ยอดเยี่ยม, สูดยอด	33	66	12	24	23	46	29	58
	ความเป็นมิตร	1	2	-	-	-	-	-	-
กรณีที่ใช้	ชื่นชม, ยอดเยี่ยม, สูดยอด	43	86	48	96	46	92	46	92
	แสดงความยินดีที่ได้รู้จัก	2	4	-	-	-	-	1	2
	ความคิดดี	3	6	1	2	3	6	3	6
	โป้ง, โกรธ	2	4	1	2	1	2	-	-

จากตารางที่ 51 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ยอดเยี่ยม, สูดยอด จำนวน 33 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 66 รองลงมา คือ ยกนิ้วมือ จำนวน 16 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 32 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีชื่นชม, ยอดเยี่ยม, สูดยอดมากที่สุดมากที่สุด จำนวน 43 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 86 รองลงมา คือ ความคิดดี จำนวน 3 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 6 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ยกนิ้วมือ จำนวน 38 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 76 รองลงมา คือ ยอดเยี่ยม, สูดยอด จำนวน 12 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 24 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีชื่นชม, ยอดเยี่ยม, สูดยอดมากที่สุดมากที่สุด จำนวน 48 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 96 รองลงมา คือ ความคิดดี จำนวน 1 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 2 และโป้ง, โกรธ จำนวน 1 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 2 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ยกนิ้วมือ จำนวน 27 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 54 รองลงมา คือ ยอดเยี่ยม, สูดยอด จำนวน 23 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 46 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีชื่นชม, ยอดเยี่ยม, สูดยอดมากที่สุดมากที่สุด จำนวน 46 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 92 และความคิดดี จำนวน 3 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 6 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ยอดเยี่ยม, สูดยอด จำนวน 29 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 58 รองลงมา คือ ยกนิ้วมือ จำนวน 21 คน คิดเป็นอัตรา

ร้อยละ 42 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีชื่นชม, ยอดเยี่ยม, สุดยอดมากที่สุดมากที่สุด จำนวน 46 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 92 รองลงมา คือ ความคิดดี จำนวน 3 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 6

**ตารางที่ 52** แสดงจำนวนและร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป 🌈 ของกลุ่มตัวอย่าง

emoticon รูป 🌈		จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	สายรุ้ง	199	99.5
	สภาพอากาศ	1	0.5
กรณีที่ใช้	สดใส, แจ่มใส	78	39
	ถามเรื่องสภาพอากาศ	4	2
	อากาศดี	39	19.5
	อารมณ์ดี	26	13
	หลังฝนตก	23	11.5
	ชวนไปเที่ยว	3	1.5
	มีความสุข	18	9
	ความหลากหลาย	1	0.5
	ใช้กับเกย์	3	1.5
	ความสวยงาม	5	2.5

จากตารางที่ 52 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง สายรุ้ง จำนวน 199 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 99.5 รองลงมา คือ สภาพอากาศ จำนวน 1 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 0.5 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีสดใส, แจ่มใส จำนวน 78 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 39 รองลงมา คือ อากาศดี จำนวน 39 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 19.5 และอารมณ์ดี จำนวน 26 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 13

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 53 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในการตีความหมาย emoticon รูป 🌈

emoticon รูป 🌈		นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
		เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	สายรุ้ง	49	98	50	100	50	100	50	100
	สภาพอากาศ	1	2	-	-	-	-	-	-
กรณีที่ใช้	สดใส,แจ่มใส	18	36	25	50	17	34	18	36
	ถามเรื่องสภาพอากาศ	2	4	1	2	1	2	-	-
	อากาศดี	7	14	9	18	11	22	12	24
	อารมณ์ดี	8	16	5	10	10	20	3	6
	หลังฝนตก	6	12	2	4	10	20	5	10
	ชวนไปเที่ยว	1	2	1	2	-	-	1	2
	มีความสุข	6	12	6	12	1	2	5	10
	ความหลากหลาย	1	2	-	-	-	-	-	-
	ใช้กับเกย์	1	2	1	2	-	-	1	2
	ความสวยงาม	-	-	-	-	-	-	5	10

จากตารางที่ 53 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง สายรุ้ง มากที่สุด จำนวน 49 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 1 รองลงมา คือ สภาพอากาศ จำนวน 1 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 2.0 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีสดใส,แจ่มใส มากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 32 รองลงมา คือ อารมณ์ดี จำนวน 8 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 16 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง สายรุ้ง จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีสดใส,แจ่มใส มากที่สุด จำนวน 25คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 50 รองลงมา คือ อากาศดี จำนวน 9 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 18 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง สายรุ้ง จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีสดใส,แจ่มใส มากที่สุด จำนวน 17 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 34 รองลงมา คือ อากาศดี จำนวน 11 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 22 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง สายรุ้ง จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีสดใส,แจ่มใส

มากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 36 รองลงมา คือ อากาศดี จำนวน 12 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 24

**ตารางที่ 54** แสดงจำนวน และร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป 🍌 ของกลุ่มตัวอย่าง

emoticon รูป 🍌		จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	โทรศัพท์	200	100
กรณีที่ใช้	ติดสายอยู่	125	62.5
	จะโทรไปหา,อยากคุยด้วย	62	31
	ขอเบอร์โทรศัพท์	13	6.5


จากตารางที่ 54 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง โทรศัพท์ จำนวน 200 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีติดสายอยู่ จำนวน 125 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 62.5 รองลงมา คือ จะโทรไปหา,อยากคุยด้วย จำนวน 62 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 31 และขอเบอร์โทรศัพท์ จำนวน 13 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 6.5

**ตารางที่ 55** แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชาย และเพศหญิง ในการตีความหมาย emoticon รูป 🍌

emoticon รูป 🍌		นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
		เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	โทรศัพท์	50	100	50	100	50	100	50	100
กรณีที่ใช้	ติดสายอยู่	26	52	37	74	34	68	28	56
	จะโทรไปหา,อยากคุยด้วย	17	34	11	22	15	30	19	38
	ขอเบอร์โทรศัพท์	7	14	2	4	1	2	3	6


จากตารางที่ 55 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง โทรศัพท์ จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีติดสายอยู่ จำนวน 26 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 52 รองลงมา คือ จะโทรไปหา,

อยากคุยด้วย จำนวน 17 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 34 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง โทรศัพท์ จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณี ติดสายอยู่ จำนวน 37 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 74 รองลงมา คือ จะโทรไปหา, อยากคุยด้วย จำนวน 11คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 22 คน วิทยาลัยเกษตรศาสตร์ส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง โทรศัพท์ จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีติดสายอยู่ จำนวน 34 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 68 รองลงมา คือ จะโทรไปหา, อยากคุยด้วย จำนวน 15 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 30 และคนวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง หมายถึง โทรศัพท์ จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีติดสายอยู่ จำนวน 28 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 56 รองลงมา คือ จะโทรไปหา, อยากคุยด้วย จำนวน 19 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 38 คน

**ตารางที่ 56 แสดงจำนวน และร้อยละของการตีความหมาย emoticon รูป  ของกลุ่มตัวอย่าง**

emoticon รูป 		จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	จูบ	165	82.5
	ปาก	35	17.5
กรณีที่ใช้	จูบ	72	36
	รัก, ให้กับคนรัก	60	30
	คิดถึง	15	7.5
	บอกลา	21	10.5
	ราตรีสวัสดิ์	6	3
	บอกความรู้สึกที่ดี	23	11.5
	กินข้าว	1	0.5
	พูดดีเป็นศรีแก่ปาก, พูดดี	2	1

จากตารางที่ 56 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง จูบ จำนวน 165 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 82.5 รองลงมา คือ ปาก จำนวน 35 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 17.5 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีจูบมากที่สุด จำนวน 72 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 36 รองลงมา คือ รัก, ให้กับคนรัก จำนวน 60 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 30 และบอกความรู้สึกที่ดี จำนวน 23 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 11.5

ตารางที่ 57 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในการตีความหมาย emoticon รูป 

emoticon รูป 		นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
		เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	จูบ	36	72	41	82	47	94	41	82
	ปาก	14	28	9	18	3	6	9	18
กรณีที่ใช้	จูบ	14	28	18	36	22	44	18	36
	รัก,ให้กับคนรัก	19	38	12	24	14	28	15	30
	คิดถึง	7	14	4	8	2	4	2	4
	บอกลา	3	6	6	12	5	10	7	14
	ราตรีสวัสดิ์	4	8	1	2	-	-	1	2
	บอกความรู้สึกที่ดี	2	4	8	16	6	12	7	14
	กินข้าว	1	2	-	-	-	-	-	-
	พูดดีเป็นศรีแก่ปาก,พูดดี	-	-	1	2	1	2	-	-

จากตารางที่ 57 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง จูบ มากที่สุดจำนวน 36 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 72 รองลงมา คือ ปาก จำนวน 14 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 28 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีรัก,ให้กับคนรักมากที่สุด จำนวน 19 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 38 รองลงมา คือ จูบ จำนวน 14 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 28 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง จูบมากที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 82 รองลงมา คือ ปาก จำนวน 9 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 18 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีจูบมากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 36 รองลงมา คือ รัก,ให้กับคนรัก จำนวน 12 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 24 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง จูบ มากที่สุด จำนวน 47 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 94 รองลงมา คือ ปาก จำนวน 3 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 6 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีจูบมากที่สุด จำนวน 22 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 44 รองลงมา คือ รัก,ให้กับคนรัก จำนวน 14 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 28 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง จูบมากที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 82 รองลงมา คือ ปาก จำนวน 9 คน



คิดเป็นอัตราร้อยละ 18 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีชอบมากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 36 รองลงมา คือ รัก,ให้กับคนรัก จำนวน 15 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 30

**ตารางที่ 58** แสดงจำนวนและร้อยละของการตีความหมายรูป emoticon 🌸 ของกลุ่มตัวอย่าง

emoticon รูป 🌸		จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	ดอกไม้	158	79
	ดอกกุหลาบ	42	21
กรณีที่ใช้	วันสำคัญ	4	2
	รัก,ให้กับคนรัก	77	38.5
	ให้ดอกไม้	48	24
	เพื่อมิตรภาพ	13	6.5
	ง้อ,ขอคืนดีกับแฟน	8	4
	สดชื่น	9	4.5
	คิดถึง	3	1.5
	ให้กำลังใจ	24	12
	ขอบคุณ	9	4.5
	แสดงความยินดี	5	2.5

จากตารางที่ 58 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ดอกไม้ จำนวน 158 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 79 รองลงมา คือ ดอกกุหลาบ คิดเป็นอัตราจำนวน 42 คน ร้อยละ 21 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีรัก,ให้กับคนรักมากที่สุด จำนวน 77 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 38.5 รองลงมา คือ ให้ดอกไม้ จำนวน 48 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 24 และให้กำลังใจ จำนวน 24 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 12


จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 59 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในการตีความหมาย emoticon รูป 🌺

emoticon รูป 🌺		นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
		เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	ดอกไม้	34	68	43	86	37	74	44	88
	ดอกกุหลาบ	16.0	32	7	14	13	26	6	12
กรณีที่ใช้	วันสำคัญ	3	6	-	-	1	2	-	-
	รัก,ให้กับคนรัก	24	48	22	44	18	36	13	26
	ให้ดอกไม้	11	22	12	24	13	26	12	24
	เพื่อมิตรภาพ	1	2	2	4	6	12	4	8
	ง้อ,ขอคืนดีกับแฟน	2	4	1	2	4	8	1	2
	สดชื่น	3	6	3	6	1	2	2	4
	คิดถึง	1	2	2	4	-	-	-	-
	ให้กำลังใจ	2	4	5	10	4	8	13	26
	ขอบคุณ	2	4	1	2	2	4	4	8
	แสดงความยินดี	1	2	2	4	1	2	1	2

จากตารางที่ 59 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ดอกไม้ มากที่สุด จำนวน 34 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 68 รองลงมา คือ ดอกกุหลาบ จำนวน 16 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 32 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีรัก, ให้กับคนรักมากที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 48 รองลงมา คือ ให้ดอกไม้ จำนวน 11 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 22 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ดอกไม้ มากที่สุด จำนวน 43 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 86 รองลงมา คือ ดอกกุหลาบ จำนวน 7 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 14 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีรัก, ให้กับคนรักมากที่สุด จำนวน 22 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 44 รองลงมา คือ ให้ดอกไม้ จำนวน 12 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 24 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ดอกไม้ มากที่สุด จำนวน 37 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 74 รองลงมา คือ ดอกกุหลาบ จำนวน 13 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 26 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีรัก, ให้กับคนรักมากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 36 รองลงมา คือ ให้ดอกไม้ จำนวน 13 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 26 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง ดอกไม้ มากที่สุด


จำนวน 44 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 88 รองลงมา คือ ดอกกุหลาบ จำนวน 6 คน คิดเป็นอัตรา ร้อยละ 12 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีรัก, ให้กับคนรักมากที่สุด จำนวน 13 คน คิดเป็น อัตราร้อยละ 26 ให้กำลังใจ จำนวน 13 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 26 รองลงมา คือ ให้ดอกไม้ จำนวน 12 คน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 24


**ตารางที่ 60** แสดงจำนวน และร้อยละของการตีความหมายรูป emoticon  ของ กลุ่มตัวอย่าง

emoticon รูป 		ร้อยละ	ร้อยละ
ความหมาย	หัวใจ	184	92
	ความรัก	16	8
กรณีที่ใช้	มีความสุข	5	2.5
	รัก, ให้กับคนรัก	179	89.5
	อารมณ์ดี	3	1.5
	วันวาเลนไทน์	3	1.5
	เป็นห่วง	8	4
	ให้กำลังใจ	2	1


จากตารางที่ 60 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง หัวใจ จำนวน 184 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 92 รองลงมา คือ ความรัก จำนวน 16 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 8 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีรัก, ให้กับคนรักมากที่สุด จำนวน 179 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 89.5 รองลงมา คือ เป็นห่วง จำนวน 8 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 4 และ มีความสุข จำนวน 5 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 2.5

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 61 แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในการตีความหมาย emoticon รูป **


emoticon รูป 		นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
		เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	หัวใจ	44	88	46	92	46	92	48	96
	ความรัก	6	12	4	8	4	8	2	4
กรณีที่ใช้	มีความสุข	1	2	1	2	2	4	1	2
	รัก, ให้กับคนรัก	45	90	44	88	41	82	49	98
	อารมณ์ดี	2	4	1	2	-	-	-	-
	วันวาเลนไทน์	1	2	1	2	1	2	-	-
	เป็นห่วง	-	-	2	4	6	12	-	-
	ให้กำลังใจ	1	2	1	2	-	-	-	-

จากตารางที่ 61 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง หัวใจ จำนวน 44 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 88 รองลงมา คือ ความรัก จำนวน 6 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 12 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีรัก, ให้กับคนรักมากที่สุด จำนวน 45 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 90 รองลงมา คือ อารมณ์ดี จำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 4 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง หัวใจ จำนวน 46 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 92 รองลงมา คือ ความรัก จำนวน 4 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 8 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีรัก, ให้กับคนรักมากที่สุด จำนวน 44 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 88 รองลงมา คือ เป็นห่วง จำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 4 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง หัวใจ จำนวน 46 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 92 รองลงมา คือ ความรัก จำนวน 4 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 8 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีรัก, ให้กับคนรักมากที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 82 รองลงมา คือ เป็นห่วง จำนวน 6 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 12 และคนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง หัวใจ จำนวน 48 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 96 รองลงมา คือ ความรัก จำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 4 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีรัก, ให้กับคนรักมากที่สุด จำนวน 49 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 98 รองลงมา คือ มีความสุข จำนวน 1 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 2

**ตารางที่ 62** แสดงจำนวนและร้อยละของการตีความหมาย emoticon  ของกลุ่มตัวอย่าง

emoticon รูป 		จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	เตียง	200	100
กรณีที่ใช้	ง่วงนอน	86	43
	จะไปนอนแล้ว	104	52
	ราตรีสวัสดิ์	3	1.5
	อยากมีเซ็กส์	2	1
	ป่วย	5	2.5

จากตารางที่ 62 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง เตียง จำนวน 200 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีบอกว่าจะไปนอนแล้วมากที่สุด จำนวน 104 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 52 รองลงมา คือ ง่วงนอน จำนวน 86 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 43 และป่วย จำนวน 5 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 2.5

**ตารางที่ 63** แสดงอัตราเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง คนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ในการตีความหมาย emoticon รูป 

emoticon รูป 		นิสิตนักศึกษา				คนวัยทำงาน			
		เพศชาย		เพศหญิง		เพศชาย		เพศหญิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหมาย	เตียง	50	100	50	100	50	100	50	100
กรณีที่ใช้	ง่วงนอน	20	40	19	38	30	60	17	34
	จะไปนอนแล้ว	28	56	29	58	19	38	28	56
	ราตรีสวัสดิ์	1	2	2	4	-	-	-	-
	อยากมีเซ็กส์	1	2	-	-	1	2	-	-
	ป่วย	-	-	-	-	-	-	5	10

จากตารางที่ 63 แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง เตียง จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีจะไปนอนแล้ว มากที่สุด จำนวน 28 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 56 รองลงมา คือ ง่วงนอน จำนวน 20 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 40 นิสิตนักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ

emoticon นี้ว่า หมายถึง เตี้ยง จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีจะไปนอนแล้ว มากที่สุด จำนวน 29 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 58 รองลงมา คือ ง่วงนอน จำนวน 19 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 38 คนวัยทำงานเพศชายส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง เตี้ยง จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีง่วงนอน จำนวน 30 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 60 รองลงมา คือ จะไปนอนแล้ว จำนวน 19 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 38 คนวัยทำงานเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความหมายของ emoticon นี้ว่า หมายถึง เตี้ยง จำนวน 50 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 และเห็นว่าใช้ emoticon นี้ในกรณีจะไปนอนแล้ว มากที่สุด จำนวน 28 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 56 รองลงมา คือ ง่วงนอน จำนวน 17 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 34



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย










จากตารางที่ 64 แสดงให้เห็นว่า ลักษณะการตีความหมาย emoticon ของกลุ่มตัวอย่าง มีความเหมือนและแตกต่างกันไป ในที่นี้ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มลักษณะอารมณ์และความรู้สึกที่ใกล้เคียงกันไว้เป็นหมวดหมู่ชัดเจน


สำหรับ emoticon ที่กลุ่มตัวอย่างตีความหมายไปในลักษณะอารมณ์และความรู้สึกในทิศทางเดียวกัน ได้แก่

 ตีความหมายไปในกลุ่มลักษณะอารมณ์และความรู้สึก มีความสุข ขบขัน พึงพอใจ โล่งใจ เป็นต้น (คิดเป็นอัตราร้อยละ 98.5)


 ตีความหมายไปในกลุ่มลักษณะอารมณ์และความรู้สึก เจ็บปวด เศร้า ป่วย น้อยใจ (คิดเป็นอัตราร้อยละ 97)

 ตีความหมายไปในกลุ่มลักษณะอารมณ์และความรู้สึก โกรธ ดุถูก ขยะแขยง เหม็น (คิดเป็นอัตราร้อยละ 97.5)

นอกจาก emoticon ที่มีการตีความหมายไปในลักษณะอารมณ์และความรู้สึกในทิศทางเดียวกันแล้ว ยังมี emoticon ที่มีความหลากหลายในการตีความ ได้แก่

 ตีความหมายไปในกลุ่มลักษณะอารมณ์และความรู้สึก

- อับอาย กลัว เครียด ครุ่นคิด กลุ่มใจ สำนึกผิด สับสน (คิดเป็นอัตราร้อยละ 40)
- โกรธ ดุถูก ขยะแขยง เหม็น (คิดเป็นอัตราร้อยละ 22.5)
- เจ็บ เศร้า ป่วย น้อยใจ (คิดเป็นอัตราร้อยละ 14.5)

 ตีความหมายไปในกลุ่มลักษณะอารมณ์และความรู้สึก

- อับอาย กลัว เครียด ครุ่นคิด กลุ่มใจ สำนึกผิด สับสน (คิดเป็นอัตราร้อยละ 67.5)
- โกรธ ดุถูก ขยะแขยง เหม็น (คิดเป็นอัตราร้อยละ 13)
- ตื่นตัว ตกใจ สนใจ ประหลาดใจ สงสัย (คิดเป็นอัตราร้อยละ 11)

 ตีความหมายไปในกลุ่มลักษณะอารมณ์และความรู้สึก

- เหนื่อย เบื่อ เซ็ง ง่วง (คิดเป็นอัตราร้อยละ 31.5)
- เจ็บ เศร้า ป่วย น้อยใจ (คิดเป็นอัตราร้อยละ 22)
- มีความสุข ขบขัน พึงพอใจ โล่งใจ เป็นต้น (คิดเป็นอัตราร้อยละ 16.5)
- อับอาย กลัว เครียด ครุ่นคิด กลุ่มใจ สำนึกผิด สับสน (คิดเป็นอัตราร้อยละ 16.5)

## การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

### สมมติฐานข้อที่ 1

เพศและสถานภาพที่แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการใช้ emoticon แตกต่างกัน

### ตารางที่ 65 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับวัตถุประสงค์ในการใช้ emoticon

วัตถุประสงค์ในการใช้ emoticon	เพศชาย		เพศหญิง		ค่า t-test	ค่า Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
เพื่อใช้แสดงอารมณ์ และความรู้สึกของตนเองให้คู่สนทนาประทับใจ	3.91	1.67	4.01	1.68	-0.42	0.67
เพื่อใช้ประกอบกับข้อความแวดล้อม (context) ขณะสนทนา	2.07	1.96	2.05	1.87	0.07	0.94
ความสะดวกในการใช้งาน	1.31	1.73	1.18	1.70	0.54	0.59
ประหยัดเวลาในการสนทนา	0.88	1.49	1.18	1.61	-1.37	0.17
ลดความเป็นทางการในการสื่อสาร	1.62	1.50	0.91	1.28	3.61	0.00*
สื่อความหมายได้มากกว่าการพิมพ์ข้อความ (เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น)	1.65	1.60	1.88	1.67	-0.99	0.32
ความสวยงาม และความน่ารักของ emoticon	1.79	1.65	1.74	1.64	0.21	0.83
ทำให้การสนทนาไม่น่าเบื่อหน่าย	1.32	1.48	1.49	1.45	-0.82	0.41
เพื่อฆ่าเวลาในกรณีที่การสนทนาขาดช่วงไป	0.30	0.80	0.46	1.02	-1.24	0.22

\*p<0.05

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า เพศชายและเพศหญิงมีวัตถุประสงค์การเลือกใช้ emoticon แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ เพศชายมีวัตถุประสงค์การเลือกใช้ emoticon โดยใช้เพื่อลดความเป็นทางการในการสื่อสาร มากกว่าเพศหญิง โดยค่า  $t = 0.00$  ( $P < 0.05$ )

**ตารางที่ 66** เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับวัตถุประสงค์ในการใช้ emoticon

วัตถุประสงค์ในการใช้ emoticon	นิสิตนักศึกษา		คนวัยทำงาน		ค่า t-test	ค่า Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
เพื่อใช้แสดงอารมณ์ และความรู้สึกของตนเองให้คู่สนทนาประทับใจ	3.82	1.76	4.10	1.57	-119	0.24
เพื่อใช้ประกอบกับข้อความแวดล้อม (context) ขณะสนทนา	2.09	1.88	2.03	1.95	0.22	0.82
ความสะดวกในการใช้งาน	1.30	1.80	1.19	1.64	0.45	0.65
ประหยัดเวลาในการสนทนา	1.01	1.55	1.05	1.57	-0.18	0.86
ลดความเป็นทางการในการสื่อสาร	1.42	1.46	1.11	1.39	1.53	0.13
สื่อความหมายได้มากกว่าการพิมพ์ข้อความ (เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น)	1.74	1.63	1.79	1.65	-0.22	0.83
ความสวยงาม และความน่ารักของ emoticon	1.70	1.65	1.83	1.63	-0.56	0.58
ทำให้การสนทนาไม่น่าเบื่อหน่าย	1.39	1.54	1.42	1.39	-0.14	0.89
เพื่อฆ่าเวลาในกรณีที่การสนทนาขาดช่วงไป	0.41	1.00	0.35	0.83	0.46	0.64

\* $p < 0.05$

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าไม่พบความแตกต่างของวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้ emoticon ระหว่างนิสิตนักศึกษากับคนวัยทำงาน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สมมติฐานข้อที่ 2

เพศและสถานภาพที่แตกต่างกันมีการเลือกใช้ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon แตกต่างกัน

ตารางที่ 67 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับการเลือกใช้ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon

ลักษณะอารมณ์และความรู้สึก	เพศชาย		เพศหญิง		ค่า t-test	ค่า Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
มีความสุข	4.17	1.41	3.30	2.01	3.54	0.00*
โกรธ	1.64	1.67	1.64	1.70	0.00	1.00
ตื่นตัว	0.48	1.09	0.65	1.26	-1.02	0.31
ขบขัน	2.69	1.88	2.27	2.04	1.51	0.13
สับสน	0.49	1.02	0.41	1.06	0.54	0.59
ดุถูก	0.06	0.4	0.19	0.81	-1.47	0.14
พึงพอใจ	0.94	1.51	1.16	1.62	-0.99	0.32
ขยะเขยง	0.02	0.14	0.13	0.63	-170	0.09
อับอาย	0.87	1.43	0.93	1.51	-0.29	0.77
กลัว	0.15	0.59	0.27	0.87	-1.14	0.26
สนใจ	0.64	1.29	0.61	1.30	0.16	0.87
เจ็บปวด	0.08	0.37	0.15	0.70	-0.88	0.38
โล่งใจ	0.18	0.70	0.28	0.90	-0.88	0.38
เศร้า	1.13	1.38	1.21	1.56	-0.38	0.70
ประหลาดใจ	1.04	1.43	1.29	1.60	-1.16	0.25
เครียด	0.38	1.00	1.11	1.11	-0.87	0.39

\* $p < 0.05$

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า เพศชาย และเพศหญิง มีการเลือกใช้ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ เพศชายมีการใช้อารมณ์และความรู้สึก "มีความสุข" มากกว่าเพศหญิง โดยค่า  $t = 0.00$  ( $P < 0.05$ )



ตารางที่ 68 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับการเลือกใช้ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon

ลักษณะอารมณ์และความรู้สึก	นิสิตนักศึกษา		คนวัยทำงาน		ค่า t-test	ค่า Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
มีความสุข	3.98	1.60	3.49	1.94	1.95	0.05*
โกรธ	1.78	1.73	1.50	1.63	1.18	0.24
ตื่นตัว	0.58	1.25	0.55	1.10	0.18	0.86
ขบขัน	2.36	1.88	2.60	2.05	-0.86	0.39
สับสน	0.48	1.17	0.42	0.90	0.41	0.68
ดูถูก	0.06	0.34	0.19	0.81	-1.47	0.14
พึงพอใจ	0.94	1.50	1.16	1.63	-0.99	0.32
ขยะแขยง	0.05	0.30	0.10	0.58	-0.77	0.44
อับอาย	1.10	1.60	0.70	1.30	1.94	0.05*
กลัว	0.18	0.76	0.24	0.74	-0.57	0.57
สนใจ	0.69	1.32	0.56	1.27	0.71	0.48
เจ็บปวด	0.08	0.34	0.15	0.72	-0.88	0.38
โล่งใจ	0.18	0.69	0.28	0.91	-0.88	0.38
เศร้า	1.10	1.52	1.24	1.42	-0.67	0.50
ประหลาดใจ	1.17	1.42	1.16	1.62	0.05	0.96
เครียด	0.27	0.75	0.62	1.28	-2.36	0.02*

\*p<0.05

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาและคนวัยทำงานมีการเลือกใช้ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ นิสิตนักศึกษามีการใช้อารมณ์และความรู้สึก“มีความสุข”มากกว่าคนวัยทำงานโดยค่า  $t = 0.05$  ( $P < 0.05$ ) นิสิตนักศึกษามีการใช้อารมณ์และความรู้สึก“อับอาย”มากกว่าคนวัยทำงานโดยค่า  $t = 0.05$  ( $P < 0.05$ ) และคนวัยทำงานมีการใช้อารมณ์และความรู้สึก“เครียด”มากกว่านิสิตนักศึกษาโดยค่า  $t = 0.05$  ( $P < 0.05$ )

## การสัมภาษณ์เชิงลึก

การวิเคราะห์ในส่วนนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการใช้ emoticon ประกอบการสนทนาผ่านโปรแกรม instant messaging เพิ่มเติมจากส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งการผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก ออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. นักวิชาการ ซึ่งมีหลายสาขาวิชา เช่น นิเทศศาสตร์ ศิลปกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
2. ผู้ใช้งานโปรแกรม instant messaging และใช้ emoticon เป็นประจำ

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สามารถแสดงรายละเอียดตามแต่ละประเด็น ได้ ดังนี้

### ประเด็นที่ 1 ความสำคัญและประสิทธิภาพของ emoticon ที่มีต่อการสื่อสาร

การนำ emoticon มาใช้ประกอบการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นั้น ส่วนหนึ่งแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ต้องการความเร็วฉับไวในการสื่อสาร เช่น การสื่อสารผ่านโปรแกรม instant messaging ซึ่งเป็นการสื่อสารในลักษณะตอบแบบฉับพลันทันที จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้ นักวิชาการและผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ใช้ emoticon ประกอบการสื่อสารส่วนใหญ่เห็นว่า emoticon มีความสำคัญ โดยกล่าวได้ว่า emoticon เป็นเหมือนกับอวัจนภาษาอย่างหนึ่งที่สามารถแสดงสีหน้า ลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของมนุษย์ผ่านทางลักษณะของรูปภาพตัวการ์ตูน ซึ่งเป็นเหมือนตัวช่วยเสริมให้เกิดความเข้าใจทางด้านอารมณ์และความรู้สึกของผู้สื่อสารได้มากกว่าการพิมพ์ข้อความเพื่อแสดงถึงอารมณ์และความรู้สึกของผู้สื่อสารในขณะนั้น เนื่องจากอารมณ์และความรู้สึกบางอย่างไม่อาจอธิบายได้ง่ายด้วยภาษาเขียนหรือคำพูด (ไม่เห็นภาพชัดเจน) นอกจากนี้ emoticon ยังทำให้บรรยากาศในการสนทนาไม่น่าเบื่อ และมีความคล้ายคลึงกับการสนทนายาระหว่างบุคคลในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น

“คิดว่าการใช้ emoticon สามารถเป็นตัวแทนหรือเป็นสัญลักษณ์ที่ถ้าผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าใจตรงกันแล้ว จะมีประโยชน์ในแง่ที่ว่าเป็นการสื่อสารทางอารมณ์และความรู้สึกมากกว่าการใช้ข้อความโดยตรง กล่าวคือ สามารถเป็นตัวแทนที่ดีกว่าข้อความในการสื่อสารทางอารมณ์ ในบางครั้งเราใช้ emoticon เพื่อให้การสื่อสารนั้นดูเบาลง (soft) และดูไม่เป็นทางการมากนัก เช่น

เวลาที่ได้รับ e-mail แล้วมี emoticon รูปยิ้มแฉ่งมาด้วยจะให้ความรู้สึกเหมือนกับการคุยโทรศัพท์ที่เราจะได้รับน้ำเสียงหัวเราะพ่วงมาด้วยแต่ในที่นี้เป็นการใช้รูปภาพอย่าง emoticon แทน”

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลเย็น หงส์ไพศาลวิวัฒน์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2549)

“emoticon นั้นทำให้การสื่อความหมายทางอารมณ์บางอย่างลดความรุนแรงลง เช่น การใช้ภาพหน้าร้องไห้ประกอบการเล่าเรื่องทาง MSN messenger อาจทำให้ผู้อ่านรู้สึกสะเทือนใจน้อยลงกว่าที่จะอ่านแต่ตัวหนังสือและใช้จินตนาการคิดเองว่าเรื่องที่เกิดขึ้นนั้นมันน่าเศร้าสลดขนาดไหน”

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์แจนนิช เอ็ม วงศ์สุรวิวัฒน์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2549)

“การสื่อสารโดยปกติแล้ว เราสามารถรับรู้อารมณ์และความรู้สึกได้จากสีหน้า ท่าทางหรือถ้าเป็นทางโทรศัพท์นั้น เราก็สามารถรับรู้และพิจารณาจากน้ำเสียงที่แสดงออก แต่ถ้าเป็นการสื่อสารแบบ instant messaging อย่าง MSN , ICQ ซึ่งเป็นการสื่อสารโดยอาศัยการพิมพ์แล้วนั้น คิดว่าการในการสื่อสารที่จะสามารถแสดงอารมณ์ได้ดีจึงต้องอาศัยทั้งภาพและเสียงประกอบกัน”

(อาจารย์ ดร.สุกรี ลินฤกัญญา สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2549)

“Emoticon ช่วยทำให้การสื่อสารผ่านตัวหนังสือบนหน้าจอแบบฉับพลันทันทีที่มีความสมจริงมากขึ้น เพราะสามารถสื่ออวัจนภาษาต่าง ๆ เช่น สีหน้า อารมณ์ ความรู้สึก ฯลฯ ออกมาได้ ทำให้มีความรู้สึกเหมือนคุยกันตัวต่อตัวมากขึ้น นับได้ว่าช่วยให้สื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น”

(คุณวาสนา วงศ์สุรวิวัฒน์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2549)

“Emoticon ช่วยให้การสื่อสารมีสีสันและน่าสนใจ ซึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้การสนทนายาวนานขึ้นเพราะ การโต้ตอบโดยใช้รูปภาพอย่าง emoticon ทำให้การสนทนาไม่น่าเบื่อ และสามารถขดเขยการสนทนาแบบ face- to- face ได้ในระดับหนึ่ง”

(คุณณัฐพร เดชะ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2549)



"Emoticon"ถือได้ว่ามีส่วนช่วยเสริมสร้างบรรยากาศในการสนทนาให้สนุกและมีสีสันมากขึ้น เนื่องจากความสวยงามน่ารักของ emoticon ทำให้นำมาใช้และได้รับความนิยมแพร่หลายอย่างรวดเร็ว"

(คุณเพชร วงศ์สุข สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2549)

Emoticon ยังมีความสำคัญในแง่ของเวลา เนื่องจากการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตต้องอาศัยความรวดเร็วฉับไว emoticon จึงมีความสำคัญอยู่ไม่น้อย ดังที่นักวิชาการทางด้านศิลปกรรมศาสตร์ ท่านหนึ่งได้แสดงทัศนะต่อประเด็นดังกล่าว ไว้ว่า

"Emoticon ช่วยทำให้การสื่อสารกันผ่านทาง MSN messenger มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างจากการสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ และ emoticon เป็นการแสดงอารมณ์และความรู้สึกแบบขี้เล่น นำเอ็นดูที่สามารถใช้ได้ง่าย และรวดเร็วกว่าวิธีอื่น ๆ มาก"

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์แจนนิช เอ็ม วงศ์สุวรรณ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2549)

นอกจากนี้ emoticon มีความสำคัญโดยเป็นเหมือนตัวที่ช่วยต่อยอดความคิด และคำพูดของผู้สื่อสาร ดังที่นักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์ ท่านหนึ่งได้แสดงทัศนะต่อประเด็นดังกล่าว ไว้ว่า

"ในเชิงวารสารศาสตร์ punch line หมายถึง ประโยคหรือวลีเด็ด ๆ ที่ใช้สำหรับต่อยอดประเด็นที่กำลังกล่าวถึง ในที่นี้รู้สึกว่าคุณสมัยใหม่นิยมการสื่อสารกันด้วยประโยคที่สั้น ๆ ดังนั้นความต่อเนื่องจึงไม่ค่อยมี emoticon จึงเป็นเหมือนกับ punch line อย่างหนึ่งที่ช่วยในการสื่อสารนั่นเอง"

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทิรกร รามสูต อดณะนันท์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 กันยายน 2549)

สำหรับประสิทธิภาพของ emoticon ที่มีต่อการสื่อสารนั้น นักวิชาการและผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ใช้ emoticon เห็นว่า emoticon นั้นช่วยทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพก็จริง แต่ทั้งนี้ผู้สื่อสารก็จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย เช่น การตีความหมายของ emoticon

เพราะหากผู้ส่งสารและผู้รับสารถอดรหัสหรือตีความหมาย emoticon ไม่ตรงกันหรือคลาดเคลื่อนไปก็จะทำให้การสื่อสารครั้งนั้นเกิดปัญหาขึ้นได้

“สัญลักษณ์เหมือนกันหรือแบบเดียวกันแต่เมื่อถูกกรอบวัฒนธรรมคนละกรอบมาจับ ในการตีความความหมาย (meaning) ที่ออกมาจะไม่เท่ากัน เหมือนดังที่ทฤษฎีสัญญะวิทยา (semiology) กล่าวไว้อย่างชัดเจน”

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติ กันภัย สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2549)

“Emoticon เป็นส่วนหนึ่งของชุดเครื่องหมายที่สามารถเลือกใช้ในการสื่อสารได้ แต่ไม่มีชุดความหมายหรือคู่มือการใช้ emoticon ที่เป็นบรรทัดฐานชัดเจนให้ผู้ที่ใช้โปรแกรม MSN messenger ได้อ่าน ดังนั้นก็มีบ่อยครั้งที่ผู้ใช้ emoticon ไม่อาจแน่ใจได้ว่าผู้รับสารนั้นเข้าใจความหมายของ emoticon ที่ส่งไปตรงกับที่ตัวเองตั้งใจจะสื่อหรือไม่ เช่น หลาย ๆ ครั้งดิฉันไม่อาจแน่ใจได้ว่าเวลาที่ดิฉันใส่รูปสายรุ้งที่ท้ายประโยคนั้น ผู้ที่ดิฉันกำลังคุยด้วยทาง MSN messenger จะตีความสายรุ้งนั้นไปในทิศทางใด บางครั้ง emoticon จึงเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีความคลุมเครืออยู่มากพอสมควรและอาจเกิดการเข้าใจคลาดเคลื่อนกันได้ง่ายระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร”

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ แจนนิช เอ็ม วงศ์สุวรรณ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2549)

“ต้องดูด้วยว่า emoticon ที่ส่งไปพร้อม ๆ กับข้อความนั้น ขึ้นพร้อม ๆ กันหรือไม่ หากไม่ก็จะทำให้การสนทนานั้นไม่ต่อเนื่อง เพราะผู้รับสารต้องรอว่ารูป emoticon ที่หายไปนั้นคืออะไร อาจทำให้การสนทนาน่าเบื่อลงทันที”

(คุณเปรม ฤกษ์เปรมปรี สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2549)

อย่างไรก็ดี จากการสัมภาษณ์จะเห็นได้ว่า นักวิชาการและผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีทัศนคติเกี่ยวกับ emoticon ในประเด็นนี้ไปในทิศทางเดียวกัน แต่ก็มีผู้ให้สัมภาษณ์บางท่าน ได้แสดงทัศนะเพิ่มเติมโดยเห็นว่า

“ช่วยให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะปกติเราใช้แค่ข้อความ (text) ก็จะอธิบายได้ในระดับหนึ่ง แต่ที่นี้มี emoticon หรือภาษาภาพเข้ามาช่วย ก็สามารถช่วยเติมและขยายความรวมทั้งเติมความคิดได้มากขึ้น ดังที่โบราณกล่าวว่า สิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น ในสถานการณ์จริงเรา



สามารถเห็น สีหน้า อากาการ การสัมผัสต่างๆ แต่การเห็นจาก *emoticon* นั้นเป็นการถูกเห็นนั้นถูก ออกแบบมาแล้ว เช่น น้ำตาไหล น้ำตาพรุ้งพรู กล่าวคือ มันถูกออกแบบผ่านทางความคิดมาขึ้น หนึ่งแล้ว มันอาจจะใช้แทนได้แต่ไม่ทั้งหมด แต่ถ้าใช้ในสถานการณ์นั้น บางทีอาจจะอธิบายทาง ข้อความได้มากกว่า แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับคนที่ส่งกับคนที่รับด้วยเช่นกัน บางทีวัยรุ่นอาจสนุกกับการ ใช้ *emoticon* มากกว่า แต่ผู้ใหญ่อาจคิดว่าการเรียบเรียงผ่านความคิด การพรรณนานั้นสำคัญ กว่า”

(อาจารย์ศิริวัฒน์ แสนเสริม สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2549)

“*Emoticon* เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้นก็จริง แต่ลำพัง การใช้ *emoticon* เพียงอย่างเดียวก็ไม่สามารถสื่อได้ถึงใจความสำคัญของสาระโดยตรง จึงจำเป็นต้องอาศัยถ้อยคำเป็นหลักเสียมากกว่า”

(คุณแจษฎา เจนพิทักษ์ชาติ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2549 )

## ประเด็นที่ 2 ความเป็นสากลของ *emoticon*

*Emoticon* มีความเป็นสากลหรือไม่นั้น จากการสัมภาษณ์นักวิชาการและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้ *emoticon* ประกอบการสื่อสาร เห็นว่า *emoticon* มีความเป็นสากลแต่เพียงในระดับหนึ่ง เท่านั้น กล่าวคือ ถ้าเป็น *emoticon* ที่ไม่ต้องอาศัยการตีความมากนัก หรือเป็นพวกอารมณ์พื้นฐาน ของมนุษย์แล้วก็จะเข้าใจไม่ว่าจะต่างชาติต่างภาษาก็ตาม แต่สิ่งหนึ่งที่ผู้ให้สัมภาษณ์เห็น ตรงกัน คือ เห็นว่า มี *emoticon* บางส่วนซึ่งสามารถสื่อความหมายแตกต่างกันไปในสังคมและ วัฒนธรรมที่ต่างกัน ดังนั้นสิ่งสำคัญที่จะต้องพิจารณาควบคู่ไปกับการเป็นสากลของ *emoticon* จึงจำเป็นต้องพิจารณาถึงการตีความหมายระหว่างสังคมและวัฒนธรรมระหว่างผู้สื่อสารประกอบ ด้วย

“การใช้ *emoticon* มีความเป็นสากลเล็กน้อย เช่น ภาพหน้ายิ้มก่อนข้างจะมีความหมาย ที่เข้าใจกันได้เป็นสากล เนื่องจากสื่อต่างๆ นำมาใช้กันอย่างแพร่หลายทั้งทางโทรทัศน์และใน ภาพยนตร์ จึงอาจกล่าวได้ว่า *emoticon* ที่มีความเรียบง่าย และไม่ซับซ้อนมักจะสื่อความหมายที่ เป็นสากลได้มากกว่า *Emoticon* ที่มีความสลับซับซ้อนมาก”

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์แจนนิช เอ็ม วงศ์สุวรรณ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2549)



"คิดว่ามีความเป็นสากลได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น เพราะมีอุปสรรคด้านวัฒนธรรมจึงทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ได้เสมอไป"

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติ กั้นภัย สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2549)

"การสื่อสารความหมายด้วยภาพอย่าง emoticon นั้นค่อนข้างมีความเป็นสากล แต่ต้องพิจารณาดูว่า ถ้าคนที่ถ้าคนที่อยู่ในกรอบวัฒนธรรมประเพณีเดียวกัน การตีความคงไม่แตกต่าง แต่ความหมายของแต่ละประเทศไม่เหมือนกันแต่ถ้าสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเมื่อไหร่ก็อาจจะเกิดการเข้าใจผิดกันได้"

(อาจารย์ ดร.สุกรี สินธุภิญโญ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2549)

"Emoticon ในความหมายของคนชาติหนึ่งอาจไม่เหมือนกับอีกชาติหนึ่ง ฉะนั้นถ้าถามว่า emoticon สากลหรือไม่นั้น จึงคิดว่าที่จริงแล้วภาพจะเป็นการสื่อความหมายตรง ๆ อย่างสากลก็ได้ แต่การตีความต่อจากนั้น ก็แล้วแต่วัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ มากกว่า อีกทั้งการตีความต่อจากนั้นที่เป็นนัยยะแฝงของแต่ละชาติคงไม่เหมือนกันและคงยากที่จะเป็นสากล เช่น การหาตะวันตกจะเข้าใจแล้วว่า ง่วงแล้ว จะต้องไปนอนแล้ว แต่คนไทยอาจตีความว่าการเบื่อก็ได้ เพราะว่า วัฒนธรรมของต่างชาตินั้นจะมีความตรงตรงไปตรงมา มีความเกรงใจกันน้อย แต่ว่าคนไทยจะเป็นคนขี้เกรงใจ ทำให้ไม่กล้าบอกตรง ๆ"

(อาจารย์กังสดาล เขาวีวัฒนกุล สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2549)

"มีความเป็นสากล เนื่องจากการแสดงสีหน้า อารมณ์และความรู้สึกพื้นฐานของคน เช่น ความรู้สึกดีใจ เสียใจ ผิดหวัง หัวเราะ โกรธ จะเหมือนกันแม้ว่าจะต่างชาติต่างภาษากัน แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากในปัจจุบันมี emoticon ที่ค่อนข้างหลากหลายและสามารถสื่อได้หลายอารมณ์ บางครั้งอาจทำให้ผู้ใช้ emoticon แปลความหมายของ emoticon นั้น ๆ แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และวัฒนธรรมของคน ๆ นั้น"

(คุณณัฐพร เตชะ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2549)

"น่าจะเป็นสากล เพราะเคยส่ง emoticon หลาย ๆ รูปให้กับชาวต่างชาติ พวกเขาสามารถเข้าใจ และสามารถใช้ emoticon ได้กลับได้เช่นกัน เว้นแต่บางรูป เช่น การไหว้ของไทย อาจเป็นไหว้ขอบคุณ ไหว้เพื่อทักทาย หรือ ไหว้เพื่ออำลากก็ได้ ซึ่งพวกเขาอาจสับสนว่าเราต้องการสื่ออะไร สรุปว่าต้องขึ้นอยู่กับความรู้ทางวัฒนธรรมทั้งสองฝ่ายด้วย แต่ถ้าเป็น emoticon เช่น หัวใจแทนความรัก อันนี้ก็เข้าใจกันอยู่แล้ว ไม่มีปัญหา"

(คุณเปรม ฤกษ์เปรมปรี สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2549)

“การใช้ emoticon ในการสื่อสาร อาจสามารถมองได้ว่าเป็นสื่อสากล แต่ก็เพียงในระดับหนึ่ง เพราะหากพิจารณาความแตกต่างทางวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ emoticon บางภาพอาจเป็นที่เข้าใจกันอย่างดีในผู้ใช้ชาวตะวันตก แต่ไม่เป็นที่เข้าใจในผู้ใช้ชาวตะวันตก และในทางตรงกันข้าม หรือบางรูปภาพ เช่น ภาพหน้ายิ้ม ร้องไห้ หรือหัวเราะ ซึ่งมีอยู่ในทุกวัฒนธรรม ให้ความหมายอย่างเดียวกัน ก็สามารถเรียกว่าเป็นสื่อสากลได้ นอกจากนี้เรายังต้องพิจารณาองค์ประกอบอื่นร่วมด้วย เช่น ทักษะหรือความสามารถในการตีความรูปภาพทั้งหลายของผู้ใช้แต่ละคน เพื่อนำมาตัดสินความเป็นสื่อสากลของ emoticon”

(คุณฐาปนัชนี ชุนภักดี สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2549)

“คิดว่าได้ในระดับหนึ่ง ขึ้นอยู่กับการนำไปใช้งานของผู้สื่อสารมากกว่า”

(คุณจินตหรา นิवासประภคิตี สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2549)

สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์อีกส่วนหนึ่งก็คิดว่าไม่มีความเป็นสื่อสากลเนื่องจาก เห็นว่า

“คนบางคนชอบยิ้มเยาะเวลาโกรธ คนบางคนยิ้มเพื่อปกปิดความผิดหวัง คนบางคนยิ้มเพื่อดึงดูดเพศตรงข้าม ความหมายของ “ยิ้ม” นั้นมีมากมายร้อยแปดอย่าง หากความเป็นสื่ออันใดไม่ได้ emoticon ก็ไม่มีความเป็นสื่อสากลในตัวเองเดียวกัน”

(คุณวาสนา วงศ์สุรวัฒน์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2549)

“โดยส่วนตัวคิดว่าการใช้สื่อสารด้วย emoticon นั้นไม่เป็นสื่อ เพียงแต่เข้าใจกันและกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเท่านั้น”

(คุณอัศวิน เหลืองเรณู สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2549)

“ไม่ถือว่ามีความเป็นสื่อ เนื่องจากต่างชาติ ต่างภาษาและต่างวัฒนธรรม ในการตีความหมายรูปภาพบางครั้งอาจไม่ตรงกัน ซึ่งมีผลต่อ ความเข้าใจสารที่ผิด ๆ ดังนั้นการใช้ emoticon นั้น จำเป็นต้องใช้ระหว่างบุคคลหรือระหว่างกลุ่มที่มีความเข้าใจในความหมายของรูปภาพไปในทางเดียวกัน การสื่อสารจึงถือว่ามีความสมบูรณ์ได้”

(คุณเจษฎา เจนพิทักษ์ชาติ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2549)



### ประเด็นที่ 3 การเป็นตัวแทนทิวทัศน์ในการสื่อสารผ่านอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon ที่คนไทยดาวน์โหลดมาจากเว็บไซต์ต่างประเทศ

จากประเด็นนี้ กลุ่มนักวิชาการและผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งเป็นผู้ใช้ emoticon ประกอบการสื่อสารมีความคิดเห็นว่า emoticon ที่คนไทยดาวน์โหลดมาจากเว็บไซต์ต่างประเทศ สามารถเป็นตัวแทนที่ดีในการแสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ แต่ไม่สมบูรณ์หรือเปราะบางถึงแม้ว่าปัจจุบันคนไทยก็ได้รับอิทธิพลหลายอย่างจากต่างประเทศก็ตาม แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าคนไทยจะสามารถเข้าใจถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่รับเข้ามา emoticon เองก็เช่นกัน โดยปัจจุบันมี emoticon ที่เพิ่มขึ้นมาหลายรูปแบบและหลากหลายอารมณ์และความรู้สึก ดังนั้นจำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจทางวัฒนธรรมระหว่างผู้สื่อสารมาประกอบการตีความด้วย

"Emoticon เป็นเพียงตัวอย่างหนึ่งในหลาย ๆ อย่างที่กำลังเกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน วัฒนธรรม พฤติกรรม ตลอดจนระบบต่าง ๆ ของชาวตะวันตกที่ถูกนำเข้ามาใช้ในสังคมไทย ล้วนแล้วแต่มีจุดกำเนิดจากวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมไทยจึงมีความเป็นไปได้อย่างยิ่งที่สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะถูกตีความหมายในสังคมไทยในทิศทางที่แตกต่างไปจากความหมายดั้งเดิมที่เคยมีในสังคมที่เป็นจุดกำเนิด emoticon ที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นโดยชาวต่างประเทศในต่างประเทศก็เช่นกันอาจจะเปลี่ยนแปลงความหมายไปเมื่อถูกนำมาประยุกต์ใช้ในสถานการณ์การสนทนาของคนไทย และคิดว่า emoticon ที่ออกแบบโดยคนไทยน่าจะสื่อสารความหมายด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยได้ดีซึ่งกว่า emoticon ที่ออกแบบโดยชาวต่างชาติที่ไม่ค่อยเข้าใจวัฒนธรรมด้านอวัจนภาษาของสังคมไทย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ แจนนิช เอ็ม วงศ์สุรวัฒน์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2549)

"ก็ต้องมีอะไรที่เป็นสากลอยู่ เช่น ยิ้ม ร้องไห้ ทำหน้าเจ้าเล่ห์ มนุษย์ก็มีสิ่งที่เป็นสากล อารมณ์และความรู้สึกก็เป็นสิ่งสากลที่แสดงร่วมกัน แต่ก็อาจสื่อในวัฒนธรรมไทยได้ไม่สมบูรณ์นัก เพราะมันข้ามมาจากวัฒนธรรมตะวันตก ดังนั้นจึงสะท้อนลักษณะวัฒนธรรมที่หายไปทางตะวันตก หรือเป็นพันธุ์ทางไปแล้ว ส่วนตัวแล้วมอง emoticon ว่าเหมือนเป็นตัวแทนของโลกาภิวัตน์ทางสัญญาณ คือ เรามองโลกาภิวัตน์ว่าเป็นเหมือนจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม สัญญาณ คือ ส่วนสำคัญที่สะท้อนวัฒนธรรม กล่าวคือ มีสัญญาณเป็นตัวสื่อความหมาย เมื่อก่อนตามทฤษฎีทางวัฒนธรรมจะมองว่า โลกมีศูนย์กลางอยู่ทางตะวันตกในเชิงวัฒนธรรม อะไรก็ตามก็จะมาจากทางตะวันตก กล่าวคือลูกศรมาจากทางตะวันตกฝ่ายเดียว แต่ในทางโลกาภิวัตน์ซึ่งเป็นทฤษฎีใหม่ไม่ได้มองอิทธิพลทางวัฒนธรรมว่าจะต้องมาจากทางตะวันตกทางเดียว ลูกศร

สามารถไปได้ทุกทิศทาง คือ โลกทั้งโลกโลกาภิวัตน์กันหมด เห็นว่า emoticon มีความเป็นสากล อยู่ แต่ก็มี emoticon บางอันที่อาจดูเป็นฝรั่ง และในปัจจุบันน่าจะมี emoticon ที่มาจากหลายพ่อพันธุ์แม่ ถ้ายังมีลักษณะ (character) ที่โดดเด่นก็จะยิ่ง unique ยิ่งมี emoticon ใหม่ ๆ เกิดขึ้น คนจะยิ่งอยากดาวน์โหลดและเอามาใช้กันมากขึ้น"

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เมื่อวันที่ 14 กันยายน 2549)

"สังคมไทยเป็นสังคมที่ชอบลอกเลียน จึงหยิบของต่างประเทศมาใช้ ซึ่งไม่เห็นจำเป็นต้องไปนำของสากลมาใช้ เพราะหากนำมาใช้แล้ว อาจใช้ได้ไม่เนียน ไม่สนิท เพราะแต่ละวัฒนธรรมก็มีความหมายใช้กันในวัฒนธรรมของเขา ดังนั้นจะดีมากหากคนไทยจะประดิษฐ์ emoticon ขึ้นมาใช้เอง"

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติ กัญภัย สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2549)

"คิดว่า สามารถเป็นตัวแทนดีได้ เพราะจากประสบการณ์การใช้ emoticon จากต่างประเทศก็รู้สึกได้ว่า สามารถสื่ออารมณ์ของตนเองได้ดี ทั้งนี้เพราะเชื่อว่า อารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ไม่ว่าจะชาติใด ภาษาใดก็แสดงออกมาในลักษณะที่คล้ายกัน อาจแตกต่างกันในรายละเอียดเล็กน้อย ที่สำคัญถึงแม้ว่า คนไทยจะได้ชื่อว่าเป็นคนขี้อายและแสดงออกความรู้สึกไม่เท่ากับคนชาติอื่น ๆ แต่เมื่ออยู่ในสถานการณ์ของการสนทนาออนไลน์ ความไม่เชื่อมั่นในการแสดงออกอารมณ์และความรู้สึกของตัวเองก็หายไป ทำให้สามารถใช้ emoticon ที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกที่เด่นชัด หรือรุนแรงได้มากขึ้น จึงสามารถใช้ emoticon ที่มาจากชาติอื่นได้"

(คุณณัฐพร เตชะ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2549)

"Emoticon ที่คนไทยที่ดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ต่างประเทศนั้นมีความสวยงาม และมีให้เลือกใช้มากมาย ดังนั้นเมื่อเราตัดสินใจจะดาวน์โหลดรูปใดรูปหนึ่ง ผู้ที่ดาวน์โหลดก็ต้องมีความเข้าใจว่า รูปนั้นมีความหมายอะไร และตัวเองต้องการจะสื่ออะไรผ่านรูปนั้นอยู่แล้ว อีกประการหนึ่งก็คือ คนไทยได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมต่างชาติในรูปแบบต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันอยู่ก่อนแล้ว เช่น จากภาพยนตร์ อาหาร และโฆษณา เป็นต้น ทำให้คนไทยพอจะมีพื้นฐานทางด้านวัฒนธรรมของต่างชาติไม่ว่าจะตะวันตกและตะวันออกอยู่พอสมควร จึงคิดว่าที่ดาวน์โหลดมาใช้ไม่น่ามีปัญหาอะไร"

(คุณเปรม ฤกษ์เปรมปรี สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2549)



“เราสามารถที่จะนำ *em ticon* ที่เป็นของต่างชาติมาใช้ในการแสดงอารมณ์และความรู้สึกได้ แต่ไม่อาจถือได้ว่าเป็นตัวแทนในการสื่อสารที่ดีได้ทั้งหมด เนื่องมาจากวัฒนธรรมของแต่ละชนชาติต่างกัน ภาพที่ใช้ในการสื่อสารบางภาพอาจจะแสดงอารมณ์และความรู้สึกให้เข้าใจได้แต่ว่าอาจจะไม่เหมาะสมกับคนอีกกลุ่มหนึ่งได้”

(คุณพร วงศ์สุข สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2549)

“*Emoticon* จะเป็นตัวแทนที่ดีในการสื่ออารมณ์ของคนได้ก็ต่อเมื่อคนคนนั้นนำมาใช้อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอและใช้แทน *emoticon* เดิมแสดงความรู้สึกเดิมจนคนที่คุยด้วยทาง MSN messenger จำได้และเข้าใจเป็นมาตรฐานเฉพาะของคนนั้นนั่น ดังนั้นถ้าคนไทยนำ *emoticon* จากต่างประเทศมาใช้อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอและมีมาตรฐานที่ชัดเจนของตัวเองก็น่าจะสามารถใช้สื่อความรู้สึกได้เช่นเดียวกัน”

(คุณวาสนา วงศ์สุววัฒน์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2549)

ต่อประเด็นดังกล่าวมีนักวิชาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีท่านหนึ่งเห็นว่า แท้จริงแล้ว *Emoticon* สามารถเป็นตัวแทนที่ใช้ได้ ไม่ได้มีปัญหากับการสื่อสารหรือการตีความแต่อย่างใด หากแต่ปัญหาที่แท้จริง ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของแต่ละคนต่อ *emoticon* นั้น ๆ มากกว่า

“คนไทยเองได้พยายามสื่อสารกันรู้เรื่องมากขนาดไหน กล่าวคือ จะมีสักกี่คนที่เข้าใจว่า *emoticon* อันนี้แทนอะไร อย่างที่เขาต้องการสื่อจริง ๆ เช่น ภาพยิ้ม แค่นี้ก็เป็นปัญหาแล้ว เพราะมีสัญลักษณ์มากมายที่แทนถึงความสุข ผู้ส่งสารต้องการจะส่งภาพยิ้มให้ แต่ผู้รับอาจจะคิดไปด้านลบก็ได้ว่าทำไมถึงส่งรูปยิ้มมา ต้องการบอกอะไรหรือเปล่า เพราะฉะนั้นสัญลักษณ์ที่ใช้ไม่น่ามีผลอะไรในด้านของวัฒนธรรม แต่ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของแต่ละคนว่าภาพ ๆ นั้นหมายถึงอะไร”

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชลยีน หงส์ไพศาลวิวัฒน์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2549)

นักวิชาการผู้ให้สัมภาษณ์ได้มีข้อเสนอแนะต่อประเด็นนี้เพิ่มเติมไปในทิศทางเดียวกัน โดยกล่าวได้ว่า คนไทยเองควรมีการคิดค้นประดิษฐ์ *emoticon* เพื่อไว้ใช้ในกลุ่มคนไทย อาทิเช่น การไหว้ (สวัสดี) เกรงใจ ฯลฯ เพราะจะทำให้การสนทนาระหว่างกลุ่มคนไทยด้วยกันมีความสนุกและมีสีสันมากขึ้น และถ้าหากมีโอกาสได้ใช้กับชาวต่างชาติก็เสมือนเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยไปในตัวด้วย

#### ประเด็นที่ 4 ข้อดี และข้อเสีย ของการใช้ emoticon มาช่วยในการสนทนา

สำหรับประเด็นนี้ผู้วิจัยเห็นว่าทั้งนักวิชาการ และกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ใช้ emoticon ประกอบการสื่อสารมีทัศนคติต่อข้อดีและข้อเสีย ไปในแนวทางเดียวกัน ซึ่งสามารถสรุปเป็นข้อเพื่อ ความชัดเจนได้ ดังนี้

##### ข้อดี

1. ช่วยในการสื่ออารมณ์และความรู้สึกของผู้สนทนาได้ชัดเจนมากกว่าการใช้เพียงการ พิมพ์ข้อความ
2. ช่วยทำให้ความจริงเสมือนกับโลกของความเป็นจริงมีความใกล้ชิดกันมากขึ้น
3. ช่วยทำให้สร้างความหมายอีกความหมายหนึ่งขึ้นมา โดยที่ไม่ต้องอธิบายอะไรมาก
4. ช่วยสร้างความเข้าใจในเนื้อหาที่ต้องการสื่อมากขึ้นกว่าการส่งข้อความหากันเพียง อย่างเดียว
5. ทำให้ข้อความที่ดูห้วนกระชับ มีความนุ่มนวลมากขึ้น
6. ทำให้การสื่อสารไม่เป็นทางการมาก สามารถสร้างความเป็นกันเองได้ โดยอาศัย emoticon
7. ช่วยลดความตึงเครียดในการสื่อสารได้
8. ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้สนทนามีความใกล้ชิดกันมากขึ้น
9. ทำให้สะดวกต่อการใช้งาน
10. ช่วยประหยัดเวลาในการสนทนา ทำให้การสื่อสารมีความง่ายและรวดเร็วขึ้น
11. ทำให้การสนทนาทาง instant messaging มีสีสันและชีวิตชีวามากขึ้น
12. เป็นการเพิ่มอรรถรสในการสื่อสาร กล่าวคือ ช่วยสร้างบรรยากาศของการสนทนาให้มี สีสัน มีชีวิตชีวามากขึ้น เนื่องจากรูปแบบของ emoticon ส่วนใหญ่มีสีสันสวยงาม มี emoticon ที่น่ารักและตลกอยู่ไม่น้อย ซึ่งสามารถเรียกรอยยิ้มและเสียงหัวเราะจากคู่ สนทนาได้

##### ข้อเสีย

1. ทำให้เกิดความผิดพลาดในการสื่อสารเนื่องจากการตีความหมายของ emoticon ที่ แตกต่างกันไประหว่างผู้สนทนาในกรณีที่มีผู้สื่อสารอยู่ต่างวัฒนธรรม
2. ไม่ได้สื่อความหมายได้ตรงตามที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อเสมอไป ดังนั้นหากต้องการ สื่อความหมายตรง ๆ และชัดเจน ควรใช้ข้อความจะดีกว่า



3. หากใช้ emoticon ทดแทนข้อความไปเรื่อย ๆ จะทำให้ความสามารถในการสื่อสารโดยใช้ภาษาน้อยลงเรื่อย ๆ เช่นกัน
4. ผู้รับสารไม่สามารถทราบได้เลยว่า ลักษณะ emoticon ที่ผู้ส่งสารส่งมานั้นตรงกับอารมณ์และความรู้สึกของเขาจริง ๆ หรือไม่เพราะบางครั้งผู้ส่งสารอาจใช้ emoticon เพื่อกลบเกลื่อนอารมณ์และความรู้สึกที่แท้จริง
5. ทำให้ผู้รับสารรำคาญได้ ในกรณีเมื่อใช้ emoticon มากเกินไป
6. ทำให้ความสามารถในการใช้ภาษาของผู้สื่อสารลดลง เนื่องจากจะใช้ emoticon หรือรูปภาพแทนความคิดตลอดเวลา
7. ทำให้เสียเวลาในการสนทนา ในที่นี้แบ่งได้เป็น 2 ประเด็น คือ
  - เนื่องจากตัวผู้สื่อสารเอง เพราะต้องเสียเวลาไปหา emoticon ที่ต้องการใช้มาประกอบการสนทนา
  - เนื่องจากความล่าช้าของระบบอินเทอร์เน็ต ในกรณีที่ emoticon แสดงขึ้นมาช้า ซึ่งทำให้การสนทนาไม่ต่อเนื่อง และสร้างความเบื่อหน่ายให้กับคู่สนทนา

#### ประเด็นที่ 5 ความเหมือนหรือแตกต่างของลักษณะ emoticon ทั้ง 3 ลักษณะ เช่น

1. พวก emoticon ธรรมดาที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านทางหน้าตาของรูปการ์ตูน (เช่น 😊 😞 😏 😂 😘 😜 😝 😚 😛)
2. Emoticon ที่ไม่ได้แสดงอารมณ์และความรู้สึกโดยตรง (เช่น 🌈 🍷 🍷 🍷 🍷 🍷 🍷)
3. Animated emoticon (เช่น 🤔 🤖 🤪 🤩)

นักวิชาการและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้ emoticon ประกอบการสื่อสาร มีทัศนคติต่อ emoticon ทั้ง 3 ลักษณะ ดังนี้

" Emoticon ทั้ง 3 ลักษณะ ต้องอาศัยการตีความของแต่ละคน เพราะฉะนั้นต้องดูถึงการรับรู้ และสื่อสารให้เข้าใจตรงกัน ถ้าเป็นอารมณ์พื้นฐาน คนจะเข้าใจในแนวทางเดียวกัน แต่ถ้าเป็นสัญลักษณ์หัวใจ จะตีความอย่างไร ก็ขึ้นอยู่กับบริบทสนทนาว่ากำลังสนทนากันเรื่องอะไรอยู่รูปเดียวกัน แต่บทสนทนาต่างกัน การตีความอาจต่างกันก็ได้ ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับบริบทในการสนทนา ต้องดูว่าการสนทนานั้นเป็นกลุ่มสากล หรือกลุ่มเฉพาะ สำหรับ emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกกับ animated emoticon เห็นว่าไม่ต่างกัน แต่คิดว่า animated emoticon นั้นเกิดจากการพัฒนา โดยเราต้องรู้ว่าจุดประสงค์เขาต้องการอะไร ทำไมต้องเป็นภาพเคลื่อนไหว

ต้องดูว่าเกี่ยวกับการรับรู้ของคนหรือไม่ ที่สำคัญคือดูในบริบทประกอบ ขึ้นอยู่กับการตีความระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ว่าสามารถสื่อสารกันได้ตรงหรือไม่มากกว่า เช่น คนส่งรูปร้องไห้น้ำตาไหลพราก ๆ ผู้รับสารอาจคิดได้ว่า จะร้องไห้อะไรหนักหนา แต่ถ้าส่งรูปให้เป็นน้ำตาสองหยด ผู้รับสารอาจคิดว่า ร้องไห้นิดเดียว ทั้งนี้เราต้องดูว่ามันเพิ่มระดับ (degree) ของการรับรู้หรือไม่ สัญญะนั้นค่อนข้างสำคัญเพราะมันไม่ได้เป็น mass แต่เป็น interpersonal ฉะนั้นต้องดูให้ดีว่าผู้ส่งสารและผู้รับสาร เข้าใจตรงกันหรือไม่ ต้องดูอารมณ์ความรู้สึก การรับรู้ของคน ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น คนเพิ่งรู้จักกัน เพื่อนกับเพื่อน แฟนกับแฟน พ่อแม่กับลูก ดังนั้นต้องพิจารณาหลายอย่างประกอบกัน emoticon ไม่ใช่แค่สัญญาณในเชิงการสื่อสารอย่างเดียว แต่เป็นสัญญาณในเชิงจิตวิทยาด้วย นั่นคือ การรับรู้ (perception)"

(อาจารย์บุญประพันธ์ หนึ่งสวัสดิ์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2549)

"Emoticon ที่ไม่ได้แสดงอารมณ์และความรู้สึกโดยตรงทำให้เกิดความหลากหลายในการตีความมาก หากผู้ส่งสารส่งรหัสไปแบบหนึ่งแต่ผู้รับถอดรหัสอีกแบบหนึ่ง ตัวอย่างเช่น emoticon ตัวเดียวกัน แต่คนตีความแตกต่างกัน เช่น "รูปเดียว" บางคนบอกว่ายกย่องแล้ว บางคนบอกว่ายกย่องไม่สบายอยู่ แต่บางคนบอกว่ายกย่องการมีเซ็กส์ มันขึ้นอยู่กับว่าคนนั้นอยู่ในวัฒนธรรมกลุ่มย่อย (sub culture) ไດ เช่น ถ้าเป็นพวกที่เล่นโปรแกรม Pirch IRC ส่วนใหญ่เป็นพวกที่เล่นเพื่อหาแฟน (sexual relationship) เขาจึงต้องใช้ความหมาย (meaning) ที่เขาใช้ร่วมกัน และสำหรับ animated emoticon นั้นก็ขึ้นอยู่กับความหมาย ไม่ใช่เราจะผลิตแต่ emoticon ที่เคลื่อนไหวไปทั้งหมด โดยต้องขึ้นอยู่กับแต่ละกรณีไป และต้องขึ้นอยู่กับว่าต้องการไปแทนความหมายอะไร ถ้าเคลื่อนไหวแล้วสามารถแทนความหมายได้ดีได้สมบูรณ์ อันนี้ควรจะเคลื่อนไหว คือ มนุษย์ก็ต้องมานั่งคิดพิจารณาสร้างสรรค์ว่าจะไปหยิบสัญญาณอะไรมาแทนความหมาย เพราะฉะนั้นต้องดูว่าความหมายที่แท้จริงคืออะไร ถ้าหยิบสัญลักษณ์อะไรมาจะสามารถแทนได้เนียนและดีแค่ไหน"

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ กัญภัย สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2549)

"Emoticon ที่ไม่ได้แสดงอารมณ์และความรู้สึกโดยตรง เช่น รูปสิ่งของ หรือสัตว์จะใช้เมื่อคุยเล่นกันมากกว่า ใช้เพื่อความสนุกสนาน จะใช้ในแง่ของสัญลักษณ์มากกว่า เช่น วันเกิดของคู่สนทนา ผู้ส่งสารก็จะส่งรูปของขวัญ หรือขนมเค้กไปยังผู้รับสาร และเห็นว่า emoticon ลักษณะนี้จะใช้แสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกได้ไม่มากนัก สำหรับ emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึก และ animated emoticon นั้น ถ้าเทียบแล้วไม่แตกต่างกันมาก การเคลื่อนไหว ถือว่าดีในระดับหนึ่ง คือ ให้ความรู้สึกและเห็นภาพมากกว่าภาพนิ่ง เช่น อารมณ์ที่ตีใจสุดขีด แล้วมีการกระโดดโลดเต้น จะเห็นภาพได้ชัดเจนมากกว่า โดยปกติแล้วความรู้สึกของมนุษย์



นั้น ยิ้มก็หมายถึงยิ้ม ตีใจก็หมายถึงตีใจ ตีใจแล้วกระโดดมันก็ถือว่าเป็นการเพิ่มการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกอีกระดับหนึ่ง กล่าวคือ คิดว่าระดับอารมณ์ก็มีผล แต่ถ้าเป็นรูปเคลื่อนไหว บางอันที่ไม่ได้เกี่ยวกับอารมณ์ก็ไม่เห็นว่ามันจะเป็นตัวแทนแสดงออกอะไรได้เท่าใดนัก เช่น ภาพเครื่องบิน บินไปก็บินมาเท่านั้น”

(อาจารย์ ดร. สุกรี สินธุภิญโญ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2549)

“โดยส่วนตัวคิดว่าไม่ต่างกัน สำหรับ *animated emoticon* ร้องให้มีน้ำตาไหลเต็มไปหมด จะดูเหมือนการตูนมากเกินไป ไม่เหมือนร้องไห้จริง ดูขบขันไป ดูว่าเป็นการตูนมากกว่าจะเป็นตัวแทนที่ดี แต่ถ้าเป็นภาพหัวเราะหรือขำ ๆ มันจะสื่ออารมณ์ได้สนุกสนานมากกว่า เพราะถ้าการตูนทำให้ตลก ดูสอดคล้องกันมากกว่า แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับภาพ *emoticon* นั้นๆ ด้วยว่ามีลักษณะอย่างไร *emoticon* ที่ไม่ได้แสดงอารมณ์และความรู้สึกโดยตรง เช่น รูปสายรุ้ง คิดว่า วัยรุ่นน่าจะใช้กันเพื่อเพิ่มอรรถรสในการสื่อสารมากขึ้น โดยใช้ประกอบกับข้อความ ซึ่งจะเป็นตัวเน้นมากขึ้น เพราะลำพังการดูจากภาพเฉย ๆ ก็อาจจะสื่อสารได้ไม่ครบทั้งหมด แต่อย่างน้อยก็สื่ออารมณ์ได้เหมือนกัน”

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชลเย็น หงส์ไพศาลวิวัฒน์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2549)

“*Emoticon* ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึก หรือ *smiley* สามารถใช้ได้เรื่อย ๆ แต่ถ้าเป็น *emoticon* แบบไม่ได้แสดงอารมณ์ เช่น สายรุ้ง ด้วยกาแฟ อาจจะไม่ได้ใช้ทุกครั้ง ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ คือ บางจังหวัดจะส่งอันนี้เข้าไป เนื่องจากบางครั้งที่เกี่ยวข้องอธิบาย ก็จะส่งภาพไปแทน ซึ่งพวกนี้สามารถสื่อทางอารมณ์ได้บ้าง แต่ในระดับกลาง ๆ ขึ้นอยู่กับการศึกษาของผู้รับสารด้วย สำหรับ *emoticon* ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกกับ *animated emoticon* เห็นว่ามีความแตกต่างกัน คือ *animated emoticon* จะได้อารมณ์มากขึ้น แต่ต้องอยู่ในจังหวะที่เหมาะสมกับการใช้ด้วย”

(อาจารย์ศิริวิวัฒน์ แสนเสริม สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2549)

“ดิฉันมักใช้ *emoticon* ที่ไม่ได้แสดงอารมณ์และความรู้สึกโดยตรง (ยกเว้นรูปหัวแม่มือชี้ลง) ลงท้ายประโยคหรือข้อความ เพราะรู้สึกว่าน่ารักกว่าการลงท้ายจดหมายด้วยสัญลักษณ์ “xoxo” หรือ “xxoo” ที่คนสมัยก่อนมักใช้แทนการสวมกอดหรือการจูบ การใช้ *emoticon* ประเภทนี้ดูสวย เป็นมิตร อ่อนหวาน แสดงความหวังดีและสื่อความรู้สึกอบอุ่นได้มากกว่าตัวหนังสือ เช่น การลงท้ายประโยคด้วยรูปดอกไม้ให้ความรู้สึกเหมือนเรายื่นดอกไม้ให้คู่สนทนา และสำหรับ *animated emoticon* รู้สึกว่าเป็น *emoticon* ที่น่ารักและทำให้บทสนทนาสนุกและมีชีวิตชีวาขึ้นมาก แต่ก็ทราบมาว่ามีการประดิษฐ์ *emoticon* ประเภทนี้เพื่อสื่อความหมายในแง่ลบด้วย

เช่นเดียวกัน เป็นไปได้ว่าความรู้สึกในแง่ลบที่แสดงออกผ่านทาง *animated emoticon* เช่น การเยาะเย้ยดากดาง การดูถูกเหยียดหยาม หรือการสบประมาทด้วยท่าทางลามกต่างๆ คงจะสื่อออกมาได้รุนแรงกว่า *emoticon* ประเภทอื่น ๆ "

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ แจนนิช เอ็ม วงศ์สุวรรณ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2549)

"ถ้าเป็นพวก *emoticon* ธรรมดาที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึก คิดว่าเป็นสากลมากที่สุด ใน 3 ลักษณะนี้แล้ว คือ มันเรียบง่าย ไม่ต้องอาศัยการตีความมากมาย หรือต้องใช้ประสบการณ์เยาะ แต่อย่าง *emoticon* ที่ไม่ได้แสดงอารมณ์และความรู้สึกโดยตรง ต้องใช้การตีความเยาะ เช่น รูปดอกไม้ มันมีความหมายมาก คนแต่ละชาติก็จะตีความไม่เหมือนกัน ในชาติเดียวกันแต่แต่ละคนก็มีความแตกต่างกันไปอีก ต้องขึ้นอยู่กับแต่ละคนและแต่ละเหตุการณ์ และอาจจะเกิดปัญหาในการสื่อสารมาก แบบ *animated emoticon* เหมาะกับส่งเล่น ๆ ในหมู่เพื่อน *animation emoticon* จะใช้ *graphic* มาก ๆ อาจมีปัญหาทางเทคนิค เช่น ภาพขึ้นช้า และความเห็นส่วนตัวเห็นว่า เวลาสนทนาเราจะมีสมาธิอยู่กับเรื่องที่สนทนากันอยู่ แต่เมื่อเห็นภาพแบบนี้เยาะ ๆ มันดูเหมือนเล่นมากกว่า ให้ความสำคัญกับการดูพวกนี้มากกว่า เนื้อเรื่องที่กำลังสนทนาอยู่ และคิดว่าการส่ง *emoticon* ทำให้รู้สึกว่ามีผู้ส่งมานั้นมีความเป็นเด็กอยู่มาก"

(อาจารย์กังสดาล เขารวีวัฒนกุล สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2549)

"มองว่า *emoticon* ที่ไม่ได้แสดงอารมณ์และความรู้สึกโดยตรงเป็นเหมือนสัญลักษณ์ในเชิงสัญลักษณ์ เช่น ดอกไม้ หัวใจ พวก *emoticon* ธรรมดาที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านทางหน้าตาของรูปการ์ตูนเหมือนเป็นพวกอุปสรรค และในส่วนของ *animation emoticon* เห็นว่าดูคึกคักเร้าอารมณ์มากกว่า"

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต รัตนันท์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 กันยายน 2549)

"เห็นว่า *emoticon* ทั้ง 3 ประเภท มีความแตกต่างกัน เพราะ *emoticon* ที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกไม่น่าสนใจ และไม่น่าใช้เท่ากับแบบ *animated emoticon* เพราะมีการเคลื่อนไหวและให้อารมณ์ที่เด่นชัดและรุนแรงกว่า ในขณะที่ *emoticon* ที่ใช้น้อยที่สุดคือ *emoticon* ที่ไม่ได้แสดงความรู้สึกเพราะเห็นว่าไม่มีประโยชน์ต่อการสื่อสาร"

(คุณณัฐพร เดชะ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2549)



"เห็นว่าทั้ง 3 ประเภท ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของการใช้งาน แต่จะแตกต่างกันในเรื่องวัตถุประสงค์ในการใช้ เช่น ใช้แสดงอารมณ์ กับใช้แทนคำพูดถึงสิ่งของ ส่วน emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์ทั้งแบบธรรมดา และ animated emoticon นั้นก็เช่นกัน เพียงแต่ animated emoticon ทำให้ข้อความนั้นดูเด่นและน่าสนใจยิ่งขึ้นเนื่องจากเป็นภาพเคลื่อนไหว ทำให้การสนทนาดูมีสีสันและสนุกยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นภาพที่มีความต่อเนื่อง แสดงอารมณ์ที่ต่อเนื่องกันเป็นช่วงสั้นๆ แต่การสื่อความหมายสามารถสื่อความหมายได้เหมือนกัน และสามารถทดแทนกันได้"

(คุณจินตหรา นิवासประภฤติ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2549)

"คิดว่า animated emoticon ให้ความรู้สึกคล้ายจริงมากกว่าแบบอื่น ๆ ทำให้ผู้ใช้เกิดอารมณ์ร่วมเหมือนกำลังมีการสนทนาเกิดขึ้นจริงๆ นอกจากนี้ยังทำให้ผู้รับได้เข้าถึงความรู้สึกนั้นๆ ได้มากขึ้นด้วย ยิ่งมีความซับซ้อนมากก็สามารถแสดงระดับความลึกซึ้งของอารมณ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเศร้า ขบขัน ขบขี้ และอื่น ๆ ได้มากขึ้น ในขณะที่เดียวกัน emoticon แบบอื่น ๆ ก็สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนเช่นเดียวกันเพราะไม่ได้เกี่ยวกับอารมณ์ แต่เป็นสิ่งที่ชัดเจนถึงรูปธรรมถึงนามธรรม เช่น ของขวัญ ความรัก ดอกไม้ แต่เหล่านี้ก็ขึ้นอยู่กับการตีความของผู้ใช้ เช่น ดอกไม้ อาจใช้เพื่อแสดงความยินดี หรือใช้เพื่อแสดงความเสียใจ ขอโทษ เป็นต้น จึงต้องดูว่า ความเข้าใจระหว่างผู้ให้กับผู้รับจะตรงกันหรือไม่ โดยสรุปแล้ว emoticon ทุกอย่างมีข้อคล้ายคลึงกันในการพยายามสื่อความหมายออกมา แต่ก็แตกต่างกันในระดับความสามารถในการสื่อความหมายขึ้นอยู่กับระดับความซับซ้อนและความตั้งใจในการออกแบบรูป emoticon แต่ละรูป"

(คุณฐาปนัจักร ชุนภักดี สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2549)

จากการสัมภาษณ์นักวิชาการและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้ emoticon ประกอบการสื่อสารในประเด็นนี้ พบว่าทั้ง 3 ลักษณะมีความเห็นเหมือนกันตรงที่ต้องอาศัยการตีความของผู้ใช้ ทั้งตัวผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยต้องคำนึงถึงกรอบวัฒนธรรมและบริบทแวดล้อม

ต่อประเด็นดังกล่าว สามารถสรุปให้เห็นถึง emoticon ทั้ง 3 ลักษณะ ดังนี้

Emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึก เป็นการแสดงอารมณ์และความรู้สึกของมนุษย์ที่สามารถหยิบมาใช้ประกอบการสนทนาได้เรื่อย ๆ แต่ควรระวังอย่าให้เกิดการตีความหมายที่ผิดพลาดต้องอาศัยความเข้าใจกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ประกอบกับวัฒนธรรมของทั้งสองฝ่ายด้วย



Emoticon ที่ไม่ได้แสดงอารมณ์และความรู้สึกโดยตรง คล้ายคลึงกับการใช้สัญลักษณ์ ซึ่งใช้แทนรูปธรรมและนามธรรม และต้องอาศัยการตีความมาก โดยจะตีความอย่างไรนั้นควรพิจารณาจากบริบทแวดล้อม ซึ่งนอกจากบริบททางวัฒนธรรมแล้ว ควรพิจารณาถึงบริบทในเรื่องที่กำลังสนทนากันอยู่ อีกทั้งควรพิจารณาถึงบริบทของกลุ่มที่สนทนาอยู่ว่าเป็นการสื่อสารเฉพาะกลุ่มหรือไม่ เพราะการสื่อสารเฉพาะกลุ่มนั้นจะมีลักษณะการตีความที่ค่อนข้างเฉพาะ และเห็นว่าการใช้ emoticon ลักษณะนี้จำเป็นอย่างมากที่ต้องอาศัยบริบทของเรื่องที่พูดประกอบ ไม่เช่นนั้นจะทำให้การสื่อสารขาดความชัดเจน

Animated emoticon ซึ่งเป็นลักษณะแบบเคลื่อนไหวนั้น สามารถสื่อทางอารมณ์และความรู้สึกได้มากกว่าและช่วยเพิ่มอรรถรสในการสื่อสารมากขึ้น กล่าวคือ มีลักษณะที่เป็นรูปภาพแสดงการเคลื่อนไหวที่ต่อเนื่องกันเป็นช่วงสั้น ๆ ทำให้การสื่อสารน่าสนใจและมีสีสันมากขึ้น ซึ่งจากการเคลื่อนไหวในการแสดงอารมณ์และความรู้สึกนั้นทำให้คล้ายกับการสนทนาในชีวิตจริง ส่งผลให้คู่สนทนาสามารถเกิดอารมณ์และความรู้สึกร่วมไปกับ emoticon ที่สื่อสารออกมา

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารความหมายจากสัญลักษณ์รูปแสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านการใช้งานโปรแกรม instant messaging” ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณ คือ การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม และเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลในภาพกว้างและแนวลึกเกี่ยวกับการสื่อสารความหมายจากสัญลักษณ์รูปแสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านการใช้งานโปรแกรม instant messaging เพื่อตอบปัญหานำวิจัยดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกใช้ emoticon ของผู้สื่อสารเป็นอย่างไร
2. การใช้ emoticon ของผู้สื่อสารขึ้นอยู่กับปัจจัยใดบ้าง
3. การตีความหมายต่อ emoticon ของผู้สื่อสารเป็นอย่างไร
4. ผู้สื่อสารใช้ emoticon ในลักษณะอารมณ์และความรู้สึกใดผ่านการสื่อสาร โปรแกรม instant messaging มากที่สุด
5. การสื่อสารความหมายจากการใช้ emoticon ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร
6. ประเภทของ emoticon ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อผู้สื่อสารอย่างไร

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

#### วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้ Emoticon ของผู้สื่อสาร

ในด้านจุดประสงค์ในการเลือกใช้ emoticon ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบว่า เลือกใช้ emoticon เพื่อแสดงอารมณ์ และความรู้สึกของตนเองให้คู่สนทนาได้รับทราบ เป็นวัตถุประสงค์ที่สำคัญมากที่สุด ส่วนวัตถุประสงค์อันดับรองลงมา ได้แก่ ใช้ emoticon เพื่อประกอบกับข้อความแวดล้อม (context) ขณะที่สนทนา เช่น การบอกรักกันระหว่างคู่สนทนา โดยแทรก emoticon รูปหัวใจ เสริมเข้าไปด้วย , emoticon ช่วยสื่อความหมายได้มากกว่าการพิมพ์ข้อความ (เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น), ความสวยงามและความน่ารักของ emoticon, การใช้ emoticon ทำให้การสนทนาไม่น่าเบื่อหน่าย, ความสะดวกในการใช้งานของ emoticon เช่น เพียงแค่คลิกไปที่ปุ่มเครื่องมือ emoticon ก็จะสามารถเลือก emoticon หลายรูปแบบให้เลือกใช้ ,emoticon ช่วยลดความ

เป็นทางการในการสื่อสาร, emoticon ช่วยประหยัดเวลาในการสนทนา และวัตถุประสงค์ลำดับสุดท้าย คือ ใช้ emoticon เพื่อฆ่าเวลาในกรณีที่การสนทนาขาดช่วงไป

จากผลวิจัยในส่วนของ วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้ emoticon นั้น สามารถอธิบายได้ว่า วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้ที่สำคัญที่สุด คือ เลือกใช้ emoticon เพื่อแสดงอารมณ์ และความรู้สึกของตนเองให้คู่สนทนาทราบ ดังนั้นผลการวิจัยนี้ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของอินเทอร์เน็ตในฐานะเป็นสื่อกลางโดยอาศัย emoticon เข้ามาช่วยส่งผ่านอารมณ์และความรู้สึกระหว่างผู้สื่อสาร และแสดงให้เห็นว่า emoticon ทำให้รูปแบบการสื่อสารแบบใหม่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้การแสดงออกอารมณ์และความรู้สึกของผู้สื่อสารเปลี่ยนแปลงไปด้วย กล่าวคือ ในโลกของความเป็นจริงแล้ว การแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไป บางคนอาจเป็นคนเปิดเผย เช่น รู้สึกอย่างไรก็แสดงออกไปให้คู่สนทนาทราบเลย ในขณะที่เดียวกันก็มีบางคนที่ต้องการปิดบัง หรือเก็บซ่อนอารมณ์และความรู้สึกของตัวเองไว้ จึงทำให้ไม่สามารถคาดเดาได้เลยว่าคู่สนทนาของเรานั้นกำลังอยู่ในห้วงอารมณ์และความรู้สึกอย่างไร แต่สำหรับการสนทนาในโลกอินเทอร์เน็ตนั้น ได้สะท้อนให้เห็นถึงความจริงเสมือน (virtual reality) โดยพบว่าผู้สื่อสารได้มีการใช้หรือการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกมากขึ้นผ่านการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต เหมือนกับการเกิดอีกโลกหนึ่งขึ้น ซึ่งเป็นโลกที่ผู้สื่อสารสามารถสื่อสารกันได้ ไม่ว่าจะมามีอารมณ์และความรู้สึก รัก ชอบ โกรธ เกลียด หรืออารมณ์และความรู้สึกอื่น ๆ ที่มีนัยยะแฝงไว้มากมายก็ตาม

จากการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ ซึ่งปราศจากการเห็นหน้าค่าตา การแสดงออกทางน้ำเสียง การแสดงออกทางกริยาท่าทาง การแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกระหว่างคู่สนทาก็ไม่ได้เป็นปัญหาต่อการสื่อสาร เพราะมนุษย์เห็นว่า การสื่อสารยังต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดมาช่วยเติมเต็มให้การสนทนา มีความคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกับการสนทนาในชีวิตจริงมากขึ้น เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่าในระยะแรกของการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ การสื่อสารจะอยู่ในรูปแบบวัจนภาษาหรือข้อความ (text) เป็นหลัก ซึ่งการสื่อสารโดยอาศัยข้อความเพียงอย่างเดียว นั้น อาจไม่สนองต่อการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกของผู้สื่อสารได้ครบถ้วน เนื่องจากในขณะที่สื่อสารกันสิ่งหนึ่งที่จะเกิดขึ้นในขณะนั้น คือ อารมณ์และความรู้สึกของผู้สื่อสาร และจากจุดนี้เองทำให้ผู้สื่อสารพยายามหาทางออกในการแสดงซึ่งอารมณ์และความรู้สึกผ่านทางคอมพิวเตอร์ในรูปแบบที่แตกต่างกันไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภิสรา ทดลา (2542) ที่กล่าวว่า ผู้สนทนาจะหาวิธีการสื่อสารอารมณ์และความรู้สึกต่าง ๆ ของตัวเองออกมาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น

- ใช้อักษรซ้ำ แทนการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกของผู้สื่อสาร เช่น  
เหงาาาามากกกก
- การใช้ข้อความแสดงอารมณ์และความรู้สึก เช่น ออิ คิกคิก เอ๊กเอ๊ก เป็นต้น
- การใช้เครื่องหมาย เช่น “?” แทนความรู้สึกสงสัย , “!” แทนความรู้สึกตื่นเต้น  
หรือแปลกใจในเรื่องที่สนทนา
- การนำเอาอักษรแอสกี เช่น :- ) @^\_^@ มาใช้ เป็นต้น

สำหรับ emoticon เองก็เช่นกันถือได้ว่าเกิดจากการคิดค้น และพัฒนารูปแบบการแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกของมนุษย์ผ่านการสื่อสารทางคอมพิวเตอร์ได้อีกระดับหนึ่ง จากงานวิจัยนี้จึงพบว่า การที่ผู้สื่อสารสื่อสารผ่านโปรแกรม instant messaging ก็สามารถสื่อสารอารมณ์และความรู้สึกจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารได้เช่นกัน แม้จะไม่ใช่การสื่อสารอารมณ์และความความรู้สึกแบบเผชิญหน้าก็ตาม แต่ก็นับว่าสามารถช่วยทดแทนการแสดงออกของผู้สื่อสารได้ไม่มากนักน้อย ซึ่งสอดคล้องกับที่ David Crystal (2002) กล่าวไว้ว่า ในโลกของการสื่อสารแบบออนไลน์นั้น ไม่สามารถแสดงสีหน้า ลักษณะท่าทางเพื่อแสดงออกทางความคิด หรือความรู้สึกได้ ดังนั้น emoticon จึงสามารถช่วยได้ในหลายเหตุผล เช่น

1. ช่วยในการเน้นลักษณะโทนเสียงในระหว่างที่ติดต่อสื่อสาร
2. ช่วยแสดงอารมณ์ และความรู้สึก เช่น เมื่อผู้ส่งสารต้องการบ่นเกี่ยวกับเรื่องการเรียนรู้ จะใช้ emoticon เพื่อช่วยแสดงให้รู้ว่าโกรธ, เศร้า ผู้รับสารก็สามารถรับรู้ถึงอารมณ์และความรู้สึกนั้น ๆ ได้
3. ช่วยสร้าง และทำให้เห็นเด่นชัดในการแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึก ทำให้การอ่านหรือรับรู้ข้อความนั้นสมบูรณ์ขึ้น

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยยังเห็นว่างานวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับ งานวิจัยของ Donna L. Hoffman และ Thomas P. Novak ที่พบว่าการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นั้นเป็นการสื่อสารที่ไม่เจาะจงผู้รับสาร หรือปราศจากอารมณ์ในการสื่อสาร (socioemotional) ไม่เหมือนกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (face-to-face communication) นอกจากนั้นการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เป็นการสื่อสารที่ไม่เป็นกันเอง ไม่ไว้อารมณ์ และไม่เจาะจงผู้รับสาร ผู้ร่วมสื่อสารแบบการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ต้องปรับสภาพตัวเองให้เข้ากับการสื่อสารมากกว่าการสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบเผชิญหน้า ซึ่งจากประเด็นนี้ก็สามารถแสดงให้เห็นแล้วว่า วัตถุประสงค์ที่ผู้สื่อสารต้องการเลือกใช้ emoticon มากที่สุด คือ ต้องการที่จะแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกของ

ตัวเองออกมา และยังเห็นว่า emoticon สามารถเข้ามาช่วยการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกของผู้สื่อสารออกมาไม่มากนักน้อย ดังนั้นจากที่กล่าวว่าการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นั้นปราศจากอารมณ์ในการสื่อสารคงไม่เป็นความจริงอีกต่อไป

### ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ emoticon ของผู้สื่อสาร

การเลือกใช้ emoticon ในแต่ละครั้ง ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างด้วยกัน สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ emoticon ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นั้น พบว่า อารมณ์และความรู้สึกในขณะนั้นของผู้สนทนา เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด ปัจจัยที่สำคัญอันดับรองลงมา ได้แก่ ความเหมาะสมของ emoticon ที่เลือกใช้ ,ระดับความผูกพันระหว่างคู่สนทนา, เรื่องที่กำลังสนทนากับคู่สนทนาเป็นเรื่องส่วนตัว และปัจจัยที่สำคัญเป็นอันดับสุดท้าย คือ เรื่องที่กำลังสนทนากับคู่สนทนาอยู่นั้นเป็นเรื่องการงานหรือการเรียน จะมีการเลือกใช้ emoticon น้อยที่สุด

จากผลการวิจัย สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีส่วนสำคัญมากที่สุดในการเลือกใช้ emoticon ได้แก่ อารมณ์และความรู้สึกในขณะนั้นของผู้สนทนา ซึ่งกล่าวได้ว่า ในขณะที่สื่อสารระหว่างกันนั้น หากผู้สื่อสารรู้สึกอย่างไรก็จะเลือกสรร emoticon ที่มีความใกล้เคียงกับอารมณ์และความรู้สึกของตนเองมากที่สุดส่งไปยังคู่สนทนา เพื่อให้คู่สนทนาสามารถรับรู้และเข้าใจได้ว่าตนเองกำลังอยู่ในภาวะอารมณ์และความรู้สึกอย่างไร อารมณ์และความรู้สึกของมนุษย์สามารถเกิดได้ทุกเมื่อทุกขณะไม่ว่าเห็นแต่การสื่อสารโดยไม่เห็นหน้าค่าตากันก็ตาม ซึ่งอารมณ์และความรู้สึกที่เกิดขึ้นในระหว่างที่มีการสื่อสารกันนั้น สอดคล้องกับที่ Lindesmith และ Strauss (1963) ซึ่งได้วิเคราะห์การเกิด และการแสดงอารมณ์ว่า อารมณ์และความรู้สึกสามารถเกิดขึ้นเมื่อตัวผู้สื่อสารนั้นได้รับสิ่งเร้าหรือสภาพการณ์ต่าง ๆ ได้ถูกให้ความหมาย และแปลความ ส่งผลให้มีการตอบสนองภายในต่อสภาพการณ์ที่ได้ให้ความหมาย ที่มีความเกี่ยวข้องทั้งกระบวนการเชิงสรีระและสัญลักษณ์ (psychological and symbolic process) และการแสดงอารมณ์ออกมาทางร่างกายภายนอก โดยการใช้คำพูด ท่าทาง และการแสดงสีหน้า เป็นต้น ซึ่งทำให้คนอื่นรู้ว่ากำลังเกิดอารมณ์อะไร การสื่อสารทาง instant messaging ก็เช่นกัน ผู้สื่อสารย่อมต้องเกิดอารมณ์และความรู้สึกในระหว่างที่อ่านข้อความที่รับส่งระหว่างกัน ซึ่งก็ได้อาศัย emoticon นี้เองที่เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกของตัวเองให้ผู้รับสารรับทราบไม่มากนักน้อยว่าขณะนั้นตัวผู้ส่งสารกำลังรู้สึกอย่างไรอยู่ เป็นต้น



ในเรื่องปัจจัยนี้ถือได้ว่าเป็นเรื่องทีละเยียดอ่อน เพราะการตัดสินใจเลือกใช้นั้น ต้องอาศัย ปัจจัยหลายประการร่วมกันพิจารณา ยกตัวอย่างเช่น ในเรื่องของความเหมาะสมของ emoticon อาจกล่าวได้ว่า เมื่อผู้สื่อสารต้องการนำมาใช้ประกอบการสนทนา ก็ควรจะพิจารณาร่วมกับปัจจัย อื่น ๆ ด้วย เช่น ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ในวัฒนธรรมไทยบางรูปอาจไม่เหมาะสมหากจะส่ง ให้กับคู่สนทนาที่มีอายุต่ำกว่า เพราะจะเป็นการแสดงความไม่สุภาพ หรือการสนทนายาระหว่าง อาจารย์กับลูกศิษย์อาจจะมีเรื่องของคุณธรรมจริยธรรมมาเกี่ยวข้องทำให้ไม่สามารถใช้ emoticon บางรูปได้ เช่น หัวใจ เป็นต้น หรือบางรูปอาจดูทะเล้ง ทะเล้นเกินกว่าที่จะส่งให้คู่สนทนาซึ่งเป็น เยาวชน ดังนั้นเมื่อต้องการเลือกใช้แล้วควรคำนึงถึงความเหมาะสมของ emoticon แล้วก็ต้อง คำนึงถึงความเหมาะสมของผู้ที่กำลังสนทนาประกอบด้วย

นอกจากนี้ยังพบข้อสังเกตที่ได้จากงานวิจัยนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Osmar Taner Yigit (2005) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะใช้ emoticon ประกอบกับการสนทนาในบริบทที่สามารถ แสดงอารมณ์และความรู้สึกของตนมากกว่าจะใช้เพื่อให้บรรลุผลในการทำงาน ตรงกับผลวิจัยที่ พบว่า หากเรื่องที่กำลังสนทนากับคู่สนทนาอยู่นั้นเป็นเรื่องการงาน, การเรียน จะมีการเลือกใช้ emoticon น้อยที่สุด

### การตีความหมายต่อ emoticon ของผู้สื่อสาร

ลักษณะการตีความหมาย emoticon เพื่อช่วยเสริมในการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกผ่านช่องทางการสื่อสาร instant messaging ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ พบว่า แต่ละ บุคคล หรือกลุ่มคนแต่ละกลุ่มต่างมีลักษณะการตีความที่เหมือนกันและแตกต่างกันไป จาก ประเด็นนี้กล่าวได้ว่า emoticon ถือเป็นศิลปะที่เกิดขึ้นในยุคหลังสมัยใหม่ (postmodernism) และยังสะท้อนภาพของสังคมหลังสมัยใหม่ซึ่งมีลักษณะเด่น คือ คนจะมีความคิดและความเชื่อที่ ตรงกันข้ามกับแนวคิดและความเชื่อแบบเก่าๆ ที่มีลักษณะซ้ำซากและน่าเบื่อ ซึ่ง postmodernism ถือเป็น การเปิดกว้างทางความคิดและวิถีปฏิบัติโดยไม่ยึดติดกับกฎระเบียบแบบแผน ไม่ยึดติดอยู่กับความคิดอย่างใดอย่างหนึ่ง ไม่มีลำดับขั้นและมาตรฐานอีกต่อไป เน้นทุกสิ่งที่มีลักษณะ ฉาบฉวย มีความแตกต่าง เน้นอารมณ์และความรู้สึกมากกว่าเหตุผล อีกทั้งส่งเสริมความเป็น ปัจจุบันบุคคลมากขึ้น ไม่กำหนดข้อผิดถูกอย่างชัดเจน สนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่าง ไร้ขอบเขตหรือขัดแย้งกับแนวคิดเดิมโดยสิ้นเชิง และสามารถแสดงออกทางความคิดออกมาได้ใน ทุกเวลาและสถานที่ postmodernism ถือว่าศิลปะเป็นการสื่อความหมายจากความหลากหลาย

ของแหล่งวัฒนธรรม หรือ multicultural ที่ต้องการแสดงออกทางความคิดที่มีความขัดแย้งกับความเชื่อของคนส่วนใหญ่ ปฏิเสธและตอบโต้กฎเกณฑ์ระเบียบแบบแผนที่เคร่งครัดทางสังคม

ดังนั้น แต่ละคนจึงนำ emoticon มาใช้ให้เกิดความหมายใหม่และความแปลกใหม่ ทำให้ emoticon มีความหมายมากกว่าหนึ่ง และไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิม ๆ แต่ขึ้นอยู่กับการนำไปใช้ของแต่ละบุคคลมากกว่า อาจกล่าวได้ว่าการตีความถึง emoticon นั้นเป็นการตีความหมายที่ไร้จุดจบ และจากผลการวิจัยนี้ยังทำให้เห็นภาพชัดเจนขึ้นถึงลักษณะการตีความที่แตกต่างและหลากหลายของกลุ่มตัวอย่าง และด้วยความแตกต่างนี้เอง อาจก่อให้เกิดความผิดพลาดในการสื่อสารได้ ทั้งนี้เมื่อผู้สื่อสารจะทำความเข้าใจต่อสิ่งหนึ่งให้ตรงกันหรือเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันนั้น จำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่างที่จะเข้ามาช่วยในการตีความต่อสิ่งนั้น โดยผู้วิจัยได้สรุปถึงการตีความของผู้สื่อสารรวมถึงองค์ประกอบ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับ การตีความของกลุ่มตัวอย่าง โดยแยกเป็นประเด็นไว้ ดังนี้

- **วัฒนธรรมระหว่างผู้สื่อสาร** ผู้สื่อสารที่มาจากกลุ่มสังคมที่แตกต่างกัน ก็จะมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป บางกลุ่มสังคมอาจมีวัฒนธรรมเหมือนหรือคล้ายคลึงกัน แต่บางกลุ่มสังคมอาจมีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ดังนั้นเมื่อมีการสื่อสารกับผู้สื่อสารที่อยู่ต่างวัฒนธรรมแล้ว จึงก่อให้เกิดความเข้าใจผิดกันอยู่เสมอ ส่งผลให้การตีความต่อสิ่งที่ต้องการจะสื่อผิดพลาดไป ดังนั้นเมื่อผู้สื่อสารต้องการที่จะถอดรหัสหรือตีความถึงสิ่งหนึ่งสิ่งใด ก็ต้องทำความเข้าใจถึงวัฒนธรรมของคู่สนทนาประกอบด้วย เพื่อไม่ให้เกิดความคลุมเครือ หรือความผิดพลาดในการสื่อสารระหว่างกัน ดังที่ John Fiske (1982) กล่าวไว้ว่า รหัส (Code) คือ กระบวนการที่ใช้ในการสร้างความหมายขึ้นมา ซึ่งระบบสัญลักษณ์หรือรหัสนี้ ถูกสร้างขึ้นมาจากสมาชิกของสังคมที่ใช้รหัสนั้น ดังนั้น การศึกษารหัสก็ย่อมหมายถึงการศึกษามุมมองต่าง ๆ ของสังคมด้วย และรหัส คือ ระบบของการให้ความหมายร่วมกันของสมาชิกในกลุ่มวัฒนธรรมเดียวกัน ซึ่งประกอบไปด้วยสัญลักษณ์ และกฎเกณฑ์ หรือระเบียบแบบแผนว่าด้วยการใช้ และการเชื่อมโยงสัญลักษณ์ให้สัมพันธ์กับการพัฒนาที่ซับซ้อนในวัฒนธรรมนั้น ๆ ได้อย่างไร และในบริบทใด

Jude Burgoon (1986) กล่าวถึงลักษณะการสื่อสารแบบอวัจนภาษาไว้ว่า อวัจนภาษาไม่สามารถระบุตายตัวได้ว่าการกระทำนั้นหมายความว่าอะไร แต่เราจะต้องดูว่าเขาใช้อวัจนภาษานั้น ๆ ในวัฒนธรรมใด รวมไปถึงสถานที่ เวลา และบุคคลที่สื่อสารด้วย

- **การรับรู้ทางการเห็นของผู้สื่อสาร** ต้องคำนึงถึงลักษณะหรือรูปแบบของ emoticon ที่ใช้ในการสื่อสารด้วย กล่าวคือเมื่อผู้รับสารเห็น emoticon ที่ผู้ส่งสารส่งไปแล้วนั้น จะสามารถช่วยให้เข้าใจความหมาย อารมณ์และความรู้สึกที่ต้องการจะสื่อสารได้อย่างถูกต้อง เช่น ต้องการแสดงให้เห็นว่ากำลังความเสียใจ ก็เลือกใช้ emoticon ที่เป็นรูปคนกำลังร้องไห้หรือมีสีหน้าหม่นหมอง เป็นต้น นอกจากนี้สีของ emoticon ก็มีมีส่วนช่วยในการแสดงออกถึงอารมณ์หรือบรรยากาศในการสนทนาได้อีกด้วยเช่น emoticon ที่แสดงออกถึงความยินดี ความสดชื่นแจ่มใส ก็จะมีสีสันที่เข้ม อุดมชาติ เช่น แดง น้ำเงิน เขียว เป็นต้น ส่วนสีที่แสดงออกถึงความเศร้า หรือหม่นหมอง เช่น สีเทา สีดำ หรือสีที่มีโทนสีอ่อน ดูซีด เป็นต้น

ดังที่ วิรุณ ตั้งเจริญ (2535) ได้กล่าวถึงจิตวิทยาเกี่ยวกับสีไว้ว่า แต่ละสีมีพลังปลุกเร้า และการตอบสนองของอารมณ์ (emotional response) นอกจากคุณภาพด้าน อื่น ๆ แล้ว สีที่มีอุณหภูมิเชิงจิตวิทยา (psychological temperature) อยู่ในตัวของมันเอง เช่น สีแดง สีส้ม สีเหลือง ให้ความรู้สึกอบอุ่น และสัมพันธ์กับแสงอาทิตย์ หรือไฟ สีน้ำเงิน หรือสีเขียว สัมพันธ์กับน้ำ น้ำท่วมฟ้า และให้ความรู้สึกเย็น โดยทั่วไปสีอุ่นจะปลุกเร้า (to stimulate) และสีเย็นจะผ่อนคลาย (to relax)

- **บริบทในขณะที่สนทนา** การส่ง emoticon ระหว่างกันเพียงอย่างเดียวนั้น อาจทำให้การสื่อสารไม่สมบูรณ์นัก กล่าวได้ว่า การตีความถึง emoticon ต้องอาศัยบริบทแวดล้อมในขณะที่สนทนา ต้องดูว่าระหว่างผู้สนทนาทั้งสองฝ่ายกำลังพูดคุยกันถึงเรื่องใดอยู่ แล้วนำเรื่องนั้นมาโยงกับ emoticon ที่มีการรับส่งระหว่างกัน จะช่วยให้ตีความ emoticon ได้ชัดเจนมากขึ้น

- **กรอบความรู้หรือประสบการณ์ที่มีมาในอดีต** การตีความต่อ emoticon นั้น มีความเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่สั่งสมมาแต่อดีต ดังที่ Mead (1972) กล่าวว่า อิทธิพลของการสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) บนพื้นฐานระดับปัจเจกบุคคล จะมีพัฒนาการมาจาก ประสบการณ์ทางสังคม และกิจกรรมทางสังคม ไม่ใช่มาจากกำเนิด โดยบุคคลจะเรียนรู้พฤติกรรมสื่อสารระหว่างบุคคลจากการเรียนรู้ จากสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยตนเอง หรือจากการเรียนรู้ในสถานศึกษา ไม่ใช่ว่าพฤติกรรมในการสื่อสารระหว่างบุคคลจะเกิดขึ้นมาเองโดยสัญชาตญาณ สอดคล้องกับที่ Peirce กล่าวไว้ว่า กระบวนการสร้างสัญลักษณ์ต้องมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน คือ sign , user – interpretant , object–external reality ซึ่งแต่ละตัวนั้นจะเชื่อมโยงกันและกัน การที่จะทำความเข้าใจองค์ประกอบย่อยตัวหนึ่งนั้น จะต้องพิจารณาให้สัมพันธ์กับองค์ประกอบย่อยตัวอื่นๆ เช่น เมื่อผู้ใช้คนแรกเขียนจดหมายเล่าถึง

“โรงเรียน” ภายใต้อารมณ์ (mental concept) ในหัวสมองของผู้ใช้คนแรกนี้ย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์จริงเกี่ยวกับโรงเรียนที่เขาได้ประสบมา และเมื่อจดหมายดังกล่าวไปถึงมือผู้รับซึ่งเป็นผู้ใช้สัญญาณคนที่สอง ภาพในความคิดเกี่ยวกับโรงเรียนของเขาก็ย่อมอยู่กับประสบการณ์ของจริงเกี่ยวกับโรงเรียนเขาเช่นกัน

### การแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกของผู้สื่อสารผ่านการใช้ emoticon

จากอารมณ์และความรู้สึกทั้ง 16 แบบที่ได้แบ่งตามหลักของ Gross และ Levenson ซึ่งแบ่งลักษณะอารมณ์และความรู้สึกไว้เป็น 16 ประเภท คือ ขบขัน โกรธ ตื่นตัว สับสน ดุ๊ก ฟังพอใจ ขยะแขยง อับอาย กลัว มีความสุข สนใจ เจ็บปวด โลงใจ เศร้า ประหลาดใจ และเครียด จากการวิจัยพบว่า อารมณ์และความรู้สึกที่กลุ่มส่วนใหญ่เลือกใช้มากที่สุด คือ มีความสุข ส่วนอารมณ์และความรู้สึกลำดับรองลงมา ได้แก่ ขบขัน โกรธ เศร้า ประหลาดใจ ในขณะที่อารมณ์และความรู้สึกที่มีการเลือกใช้ลำดับท้าย ๆ ของกลุ่มนิสิตนักศึกษา ได้แก่ เจ็บปวด ขยะแขยง ดุ๊ก

จากผลวิจัยนี้ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของกมลวรรณ พรหมพิทักษ์ ในเรื่องการใช้สัญญาณและรหัสในการสื่อความหมายของบริการข้อความสั้นจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งพบว่าสัญญาณและรหัสภาษาที่ใช้แทนอารมณ์และสีหน้าของมนุษย์ในลักษณะอารมณ์ต่าง ๆ ที่นิยมมากที่สุด คือ :-) หมายถึง ยิ้มอย่างมีความสุข และเนื่องจากการเลือกใช้ emoticon ในการแสดงออกทางลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มนั้น มีความคล้ายคลึงกันจึงสามารถนำมาอภิปรายได้ว่า การแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างได้เลือกใช้นั้นมีความเกี่ยวข้องในด้านวัฒนธรรม และบุคลิกภาพของคนไทย ซึ่งมีลักษณะเฉพาะ โดยกล่าวได้ดังนี้

- คนไทยเป็นคนรักสนุก ชอบการสังสรรค์ ชอบกิจกรรมที่ก่อให้เกิดมิตรภาพ และเน้นความบันเทิง (เสวภา ไททยวัฒน์. 2538: 72 –73)

- คนไทยมีจิตใจอ่อนโยน ยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาไพเราะ ใจเย็น ไม่ชอบแสดงออกซึ่งความโกรธและความรุนแรง หลีกเลี่ยงการใช้อารมณ์ หลีกเลี่ยงความขัดแย้งและการเผชิญหน้ากับผู้อื่น โดย Klausner (1997) กล่าวว่า คนไทยจึงชอบเก็บอารมณ์และความรู้สึกโกรธไว้ และไม่ชอบแสดงออกต่อหน้าคนอื่นหากไม่พอใจ แต่เมื่อสังคมไทยเริ่มเปลี่ยนไปเป็นสังคมอุตสาหกรรมมากขึ้นก็ทำให้คนเริ่มแสดงความโกรธมากขึ้น โดยเฉพาะเวลาที่ถูกรบกวนอย่างไม่ยุติธรรม

ข้อสังเกตประการหนึ่งที่ได้จากการเลือกใช้ emoticon นี้ อาจกล่าวได้ว่า เรื่องราวที่พูดคุยในระหว่างที่สนทนา น่าจะเป็นเรื่องในแง่บวก (positive) และเป็นเรื่องที่ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีระหว่างผู้สื่อสาร การแสดงอารมณ์และความรู้สึกจึงออกมาในลักษณะนั้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับลักษณะนิสัย และบุคลิกของคนไทย ดังที่กล่าวไปแล้ว

สำหรับลักษณะอารมณ์และความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ เช่น โกรธ ในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในชีวิตประจำวันนั้น บางครั้งผู้สื่อสารจำเป็นต้องเก็บการแสดงออกในส่วนนี้ไว้ อาจเป็นเพราะไม่อยากมีปัญหาหรือหลีกเลี่ยงความขัดแย้งระหว่างคู่สนทนา ดังที่ Klausner ได้กล่าวไว้ แต่เมื่อมาอยู่ในโลกไร้พรมแดนอย่างอินเทอร์เน็ต บางครั้งผู้สื่อสารก็สามารถแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในสิ่งที่ตนไม่เคยใช้ในชีวิตประจำวันมาก่อนเลยก็เป็นได้ และจากลักษณะของตัว emoticon เอง ซึ่งอยู่ในลักษณะของรูปการ์ตูน สีฉ่ำสวยงาม จึงดูเป็นการแสดงออกที่ไม่จริงจังเท่าใดนัก แต่อย่างน้อยก็สามารถทำให้คู่สนทนารับรู้ความรู้สึกของผู้ส่งสารได้ไม่มากนัก

อย่างไรก็ตามอารมณ์และความรู้สึกที่ถูกเลือกใช้ในระดับท้าย ๆ นั้น เช่น เจ็บปวด ถูกขยี้ขย้าง นั้นสามารถสรุปได้ว่าเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้กันน้อย อาจเป็นเพราะขึ้นอยู่กับสถานการณ์ความเหมาะสมของนิสัยของคนไทยที่ไม่ค่อยกล้าแสดงออก ยิ่งเป็นการแสดงออกที่ทำให้คู่สนทนาารู้สึกไม่ดี ก็จะไม่หลีกเลี่ยงเพราะไม่เช่นนั้นอาจจะเกิดความเข้าใจผิดและมีปัญหาระหว่างกันได้

เมื่อพูดถึงเรื่องอารมณ์และความรู้สึก สามารถสรุปได้ว่าอารมณ์และความรู้สึกเป็นปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าไม่ทางตรงก็ทางอ้อม โดยลักษณะการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกของมนุษย์แต่ละสังคม แต่ละวัฒนธรรมอาจมีความเหมือนหรือคล้ายคลึง หรือแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง เนื่องจากแต่ละบุคคลถูกบ่มเพาะเกี่ยวกับค่านิยมของวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป โดยวัฒนธรรมจะเป็นตัวกำหนดกฎเกณฑ์ว่า เมื่อใดที่จะแสดงอารมณ์และความรู้สึกบางอย่างได้ และเมื่อใดที่ไม่ควรแสดงอารมณ์และความรู้สึกออกมา โดยต้องดูความเหมาะสมของสังคมนั้น ๆ

การแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกที่สามารถเห็นได้ชัด คือ การแสดงออกทางสีหน้า (facial expression) ซึ่งการแสดงออกทางสีหน้าบางอย่างจะมีลักษณะเป็นสากล เช่น หัวเราะ ยิ้ม ร้องไห้ ขมวดคิ้ว ฯลฯ แต่อิทธิพลที่มีผลอย่างมากต่อการแสดงออกนี้ ถือเป็นบรรทัดฐานของ



วัฒนธรรม ในแต่ละสังคม ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดว่า ควรแสดงออกทางสีหน้า เพื่ออะไร เมื่อไหร่ และกับใคร บางคนอาจแสดงออกทางสีหน้าตามอารมณ์และความรู้สึกของตนจริง ๆ แต่ก็ยังมีบางคนแสดงออกไปในทางตรงกันข้ามกับความรู้สึกก็มี

### ความสำคัญ และประสิทธิภาพของ emoticon ที่มีต่อการสื่อสาร

จากการสัมภาษณ์นักวิชาการ 4 สาขาวิชา ได้แก่ นิเทศศาสตร์ ศิลปกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อีกทั้งและกลุ่มผู้ใช้ emoticon ประกอบการสนทนาเป็นประจำ สามารถสรุปได้ว่า emoticon นั้นสามารถช่วยทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดย emoticon สามารถช่วยได้มากในแง่ของการลดระยะเวลาในการสื่อสาร ช่วยในการขยายความและสามารถทำให้คู่สนทนาเข้าใจในสิ่งที่ต้องการจะสื่อมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยลดความเป็นทางการในการสื่อสาร โดยไม่ทำให้ข้อความที่ต้องการสื่อออกไปดูห้วนกระชับจนเกินไป

นอกจากจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพแล้วในกรณีอาจจะทำให้การสื่อสารขาดประสิทธิภาพได้ด้วยเช่นกัน เช่น ถ้าหากผู้สนทนา นำ emoticon มาใช้อย่างเดียวโดยไม่พิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความเหมาะสม วัฒนธรรม หรือรูปแบบของ emoticon เป็นต้น อาจจะทำให้คู่สนทนาตีความหมายผิดพลาดได้ และการสื่อสารก็อาจไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นเมื่อตัดสินใจนำใช้ emoticon ก็ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ประกอบกันด้วยเช่นกันจึงจะทำให้การสื่อสารครั้งนั้น ๆ มีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง โดยสิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึง คือ วัฒนธรรมและความเหมาะสม ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้ผู้สัมภาษณ์เห็นว่ามีความสำคัญมาก เนื่องจาก emoticon เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสัญญา ดังนั้นแต่ละวัฒนธรรมจะมีการกำหนดความหมายของสัญญานั้น ๆ ซึ่งผู้ส่งสารจำเป็นต้องเข้าใจถึงพื้นฐานต่อการรับรู้ของผู้รับสาร กรอบวัฒนธรรมร่วมกันระหว่างตัวผู้ส่งสารและผู้รับสารให้ตรงกัน การสื่อสารในครั้งนั้นจึงจะประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงความสามารถในการตีความของคู่สนทนา เพราะคู่สนทนาแต่ละคนก็มีการรับรู้ต่อสัญญาแตกต่างกันไป ดังนั้นการตีความถึง emoticon จึงมีหลากหลาย

จากผลวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ylva Hård af Segerstad ในเรื่อง emoticon – ยุทธวิธีในการสร้างรูปแบบการสื่อสารใหม่ด้วยการเขียนผ่านคอมพิวเตอร์ ซึ่งพบว่าการจะใช้ emoticon ให้สัมฤทธิ์ผลนั้น กลุ่มผู้ใช้จะต้องคำนึงถึงความรู้พื้นฐานที่มีร่วมกันในระดับหนึ่ง ดังนั้น emoticon ที่ถูกนำมาใช้บ่อยที่สุดก็คือ emoticon ที่มีความซับซ้อนน้อยที่สุด สำหรับยุทธวิธีอื่น ๆ เช่น การใช้อักษรย่อ เครื่องหมายอัศเจรีย์ และสัญลักษณ์อื่น ๆ ที่มักใช้ในภาษา

เขียนตามปกติมักถูกนำมาใช้แทนการใช้ emoticon เพื่อแสดงอารมณ์ความรู้สึกที่ซับซ้อนได้เช่นกัน

โดยสรุปแล้ว emoticon สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารได้ หากผู้ที่นำไปใช้มีการพิจารณาถึงปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ และสามารถนำไปใช้ได้ถูกต้องและเหมาะสม

### ประเภทของ emoticon ที่ส่งผลต่อผู้สื่อสาร

ผู้วิจัยได้สรุปผลการสัมภาษณ์ของนักวิชาการและกลุ่มผู้ใช้ emoticon ประกอบการสนทนาเป็นประจำ โดยแบ่งตามประเภทของ emoticon ไว้ดังนี้

1. Emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านหน้าตาของรูปการ์ตูน จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้สื่อสารต้องคำนึงถึงเรื่องการตีความเป็นสำคัญ หากเป็น emoticon ที่เป็นอารมณ์และความรู้สึกพื้นฐานของมนุษย์ ก็ไม่ยากต่อการตีความหมายมากนัก แต่หากเป็นและความรู้สึกที่เป็นปลีกย่อยของแต่ละกลุ่มสังคม อาจต้องอาศัยการตีความที่มากกว่า เนื่องจากคู่สนทนาที่มีความแตกต่างกันทางกลุ่มสังคมและวัฒนธรรม ก็จะมีลักษณะเฉพาะในการแสดงอารมณ์และความรู้สึกที่แตกต่างกันไป นอกจากนี้ยังเห็นว่า emoticon ลักษณะนี้ไม่น่าสนใจและดึงดูดในการใช้มากเท่ากับ animated emoticon

2. Emoticon ที่ไม่มีลักษณะเด่นชัดทางด้านอารมณ์และความรู้สึก แต่สามารถใช้ประกอบบริบทได้ จากการสัมภาษณ์นักวิชาการและกลุ่มผู้ใช้ emoticon ประกอบการสนทนาเป็นประจำ เห็นว่า emoticon ประเภทนี้เป็นเหมือนสัญลักษณ์ที่ใช้แทนความหมายประกอบสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารออกไป ซึ่ง emoticon ถือว่าต้องอาศัยการตีความมากที่สุด โดยดูจากบริบทของเรื่องที่กำลังสนทนาประกอบ อีกทั้งดูจากวัฒนธรรมของคู่สนทนาและยังเห็นว่าการใช้ emoticon ลักษณะนี้จะเหมาะกับการใช้สนทนาเฉพาะกลุ่มมากกว่า เนื่องจากจะสามารถเข้าใจในการตีความระหว่างกันได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม emoticon ในลักษณะนี้ อาจก่อให้เกิดความผิดพลาดในการสื่อสารได้มากที่สุด ดังนั้น ผู้สนทนาควรมีความระมัดระวัง และต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ และความเหมาะสมก่อนที่จะนำไปใช้ เพื่อให้คู่สนทนาเข้าใจตรงกับความหมายที่ต้องการสื่อออกไปให้ได้มากที่สุด

### 3. Emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกแบบเคลื่อนไหวได้ (animated emoticon)

ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า emoticon ลักษณะนี้มีความน่าสนใจ เนื่องจากสามารถเพิ่มอรรถรสในการสื่อสารระหว่างกันได้เป็นอย่างดี ด้วยความที่เป็นภาพเคลื่อนไหวต่อเนื่องกันเป็นช่วงสั้นๆ ทำให้ผู้สนทนาเข้าใจความหมาย และรู้สึกว่ามีความจริงคล้ายกับการแสดงออกอารมณ์และความรู้สึกในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น อีกทั้งทำให้คู่สื่อสารสามารถเกิดอารมณ์ร่วมไปกับลักษณะการแสดงออกมาด้วย

โดยสรุปแล้ว จากการผลการวิจัยในประเด็นนี้ พบว่า emoticon ทั้ง 3 ลักษณะนี้ มีความเหมือนกันในส่วนที่ต้องอาศัยการตีความของผู้สื่อสาร กล่าวคือ เมื่อมีการนำ emoticon เหล่านี้มาใช้แล้ว ตัวผู้สื่อสารต้องคำนึงถึงกรอบวัฒนธรรมของฝ่ายคู่สนทนาอีกทั้งบริบทแวดล้อมในขณะที่สนทนาเป็นหลัก และอาจกล่าวได้ว่า emoticon ซึ่งนำมาใช้ในการสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์ อย่าง instant messaging สามารถช่วยในการถ่ายทอดลักษณะอารมณ์และความรู้สึกระหว่างผู้สื่อสารได้เป็นอย่างดี โดยเห็นว่าลักษณะการออกแบบของ emoticon นั้น ก็คือ การนำภาพการ์ตูนมาใช้เป็นสัญลักษณ์สื่อสารอารมณ์และความรู้สึก โดยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับรหัสของการ์ตูน (cartoon code) มาใช้ให้เป็นประโยชน์

รูปการ์ตูนก็เหมือนกับการจำลองชีวิตมนุษย์ที่มีการแสดงออกทางด้านอารมณ์และความรู้สึกต่าง ๆ เช่น ดีใจ เสียใจ โกรธ ฯลฯ ซึ่งการถ่ายทอดอารมณ์ และความรู้สึกของมนุษย์ผ่านทางรูปการ์ตูนนั้น จะแสดงออกที่หน้าตา และท่าทาง เป็นส่วนสำคัญ และการสื่อสารเหล่านี้ก็สามารถสื่อสารออกมาได้ โดยผ่านทางรูปลักษณ์ลักษณะต่าง ๆ บนใบหน้า สีที่ใช้บอกถึงลักษณะอารมณ์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนมีบทบาทในการสร้างความหมายด้วยเช่นกัน นอกจากนี้แล้ว ลักษณะการ์ตูนแบบเคลื่อนไหว ยังมีลักษณะเฉพาะ กล่าวได้ว่า ความเคลื่อนไหวเป็นการสร้างความดึงดูดใจของผู้รับรู้ในลักษณะการติดตามการรับรู้จากตำแหน่งหนึ่ง ซึ่งสภาวะดังกล่าวจะเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติของกระบวนการรับรู้ตนเอง

### ข้อเสนอแนะสำหรับการใช้ emoticon

1. เนื่องจากการตีความหมายของ emoticon มีทั้งเหมือนและแตกต่างกันไป ดังนั้นอาจเป็นการดี หากมีการรวบรวมลักษณะอารมณ์และความรู้สึกของ emoticon ไว้ เหมือนพจนานุกรม พร้อมทั้งมีคำนิยามไว้ชัดเจน

2. ควรมีการพัฒนารูปแบบของ emoticon ให้สามารถใช้เข้ากับบริบทสังคมไทยได้มากขึ้น เพื่อให้การสนทนา มีความสมบูรณ์ และสร้างอารมณ์ได้ดีมากกว่าเดิม

3. เนื่องจากผู้ใช้งานบางกลุ่ม อาจติดกับปัญหาการค้นหา emoticon เพิ่มเติมเพื่อนำมาใช้งานให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้พัฒนาการออกแบบ emoticon ควรจะเพิ่มช่องทางในการที่จะให้ผู้ใช้งานสามารถค้นหาใช้งานให้เพิ่มและง่ายมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ในทำการวิจัยครั้งต่อไป ควรจะมีการติดตามดูว่าแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งาน emoticon ว่ามีการพัฒนา รูปแบบ emoticon และมีทิศทางอย่างไร เช่น เพิ่มมากขึ้นหรือว่าลดลง และควรติดตามดูว่าในอนาคตจะมีการใช้งานในรูปแบบอื่น ๆ เข้ามาทดแทนอีกหรือไม่

2. ในทำการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงการใช้อ emoticon ข้ามวัฒนธรรมระหว่างคนไทยกับคนต่างชาติ เพื่อที่จะได้ดูข้อมูลในเชิงลึก ว่ามีความเข้าใจต่อ emoticon ที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างกันอย่างไร

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กมลฉัตร พลวัน. การเปิดรับสื่อมวลชนและการสื่อสารระหว่างบุคคลเกี่ยวกับความรู้เรื่องโรค  
เอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในสถาบันการศึกษาของรัฐ เขตอำเภอเมือง  
จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศ  
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

กมลวรรณ พรหมพิทักษ์. การใช้สัญญาณและรหัสในการสื่อความหมายของบริการข้อความสั้นจาก  
โทรศัพท์เคลื่อนที่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน  
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

กฤตยา อารยะศิริ. การแสดงอารมณ์ตามการคาดคิดของนักศึกษาไทยและอเมริกันในการปะทะ  
สัมพันธ์กับบุคคลต่างสถานภาพและต่างสภาพการณ์ทางสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
ดุุษฎีบัณฑิต ภาควิชาจิตวิทยา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน ทฤษฎี และแนวทางการศึกษา. 2,000 เล่ม. พิมพ์ครั้งที่ 3.  
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ศาลาแดง จำกัด, 2545.

กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ ก้นภัย, ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. มองสื่อใหม่มองสังคมใหม่.  
2,000 เล่ม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด, 2543.

จันทร์เพ็ญ โภคาชัยพัฒน์. การสร้างสัญญาณผ่านโฆษณาทางสื่อมวลชน เพื่อกำหนดสถานภาพ  
ของสินค้า กรณีศึกษาเครื่องใช้ไฟฟ้าชาร์ป. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชา  
การสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

ฉลอง สุนทรนนท์. การออกแบบนิเทศศิลป์ 1. พระนครศรีอยุธยา : คณะมนุษยศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏ, 2547.

ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์. การวิจัยทางศิลปะ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่ง  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.



- ประสพโชค นวพันธุ์พัฒนา. การใช้รหัสที่ปรากฏในงานของนักเขียนการ์ตูนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ จังหวัดบุรีรัมย์, 2540.
- ปิยานันต์ ประสารราชกิจ. ทฤษฎีสื่อและการออกแบบตกแต่งภายใน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัท พรักหวาน กราฟฟิค จำกัด, 2543.
- เพ็ญทิพย์ จิรพินธุสรณ์. พฤติกรรมแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ จังหวัดบุรีรัมย์, 2539.
- เมตตา วิวัฒน์านุกูล (กฤตวิทย์). การสื่อสารต่างวัฒนธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์. มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ กรณีศึกษา [www.pantip.com](http://www.pantip.com) และ [www.sanook.com](http://www.sanook.com). วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ จังหวัดบุรีรัมย์, 2542.
- รังสรรค์ เจริญพันธ์วิสิน. การเปลี่ยนแปลงสัญญาณและรหัสของสถาปัตยกรรม และศิลปกรรมทางพุทธศาสนาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ จังหวัดบุรีรัมย์, 2543.
- วันวิสาข์ ดำเนินสวัสดิ์. ผลของการแสดงอารมณ์และการควบคุมอารมณ์ที่มีต่อการเกิดความรู้สึกเศร้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- วิทวัส เกื้อนทอ. รูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏในบทสนทนาบนเครือข่ายไออาร์ซี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาและสื่อสารการสังคม คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- วิภาดา แซ่ตั้ง. การแสดงออกทางอารมณ์ในสถานการณ์ที่แตกต่างกันของนักเรียนมัธยมศึกษาตามการรับรู้ของตนเอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.

วิรุณ ตั้งเจริญ. ทฤษฎีสี่เพื่อนสร้างสรรค์ศิลปะ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2535.

ศุภนิสา ทดลา. รูปแบบพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในห้องสนทนาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ศุภนิสา เกษมสันต์. บทบาทของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์กับการสร้างความสัมพันธ์แบบชุมชนเสมือนของผู้สูงอายุสมาชิก Oppy Club. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

สุนนา อุษณีย์มาศ . สัญญาทางเพศในห้องสนทนาทางคอมพิวเตอร์ ในกรอบจิตวิทยายุคหลังสมัยใหม่ของ IRC.WEBMASTER.COM. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

สุรีย์ ศิริพัฒน์ . สัญญาลัทธิวิทยา . มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์.10 (1) (2531) : 45 – 56.

โสภา ชูพิกุลชัย. ความรู้เบื้องต้นทางจิตวิทยา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สุตราไพศาล, 2528.

อ้อมเดือน สดมณี . วัฒนธรรมกับพฤติกรรมของคนไทย .วารสารพฤติกรรมศาสตร์ (1) (2541) : 1 – 14.

เอกสารอบรมการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การ์ตูนสื่ออัจฉริยะ (ใจ) . การ์ตูน : วันเดอร์ฟูลมีเดีย . คณะวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ วิทยาลัยครูอุบลราชธานี สหวิทยาลัยอีสานใต้, 2532.

#### ภาษาอังกฤษ

Alecia Wolf . Emotional Expression Online : Gender Differences in Emoticon Use . CyberPsychology & Behavior 3 (5) (2000) : 827 – 833.

Alfred R. Lindesmith and L. Anselm Strauss . Social Psychology . New York : Holt, Rinehart and Winston, 1968.

David Crystal. Language and the Internet . Cambridge : Cambridge University Press, 2001.

Izard, C.E. The Face of Emotion . New York : Appleton – Century – Crofts, 1971.

Joseph A Devito. The Interpersonal Communication Book . New York : Harper Collins College, 1995.

Leah A. Lievrouw and Sonia Livingstone . Determination and Contingency in New Media Development : Diffusion of Innovations and Social Shaping of Technology Perspectives , The Handbook of New Media Social Shaping Consequence of ICTs , 183 – 195 . London : Sage Publication, 2002.

Osman Taner Yigit . Emoticon Usage in Task-Oriented and Socio-Emotional Context in Discussion Boards . Master of Science The Florida State University, 2005.

Peter Hartley . Interpersonal Communication, London : Routledge , 1993.

Roy Paul Nelson. Cartooning . Chicago : Contemporary Books, 1975.

Suntaree Komin . The Relationships between Emotions and Cultural Values . Doctoral Dissertation Department of Psychology University of Hawaii, 1975.

Trenholm, Sarah & Arthur Jensen. Interpersonal Communication. Belmont, California : Wadsworth Publishing , 1996.

William J. Klausner . Thai Culture in Transition . Bangkok : The Siam Society, 1997.

Ylva Hård af Segerstad . Emoticons - A Strategy in Attempt at Multimodality for Computer Mediated Written Communication . (1998) Available from <http://www.lucs.lu.se/Multimodal/Abstracts/Hard.html>

[www.pewinternet.org](http://www.pewinternet.org)

[www.positioningmag.com](http://www.positioningmag.com)



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

5. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตจากที่ใดบ่อยที่สุด ( ) บ้าน/หอพัก ( ) ที่ทำงาน  
( ) สถานศึกษา ( ) ร้านอินเทอร์เน็ต

6. ระยะเวลาการใช้บริการจากอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวัน  
( ) น้อยกว่า 30 นาที ( ) 30 นาที- 1 ชั่วโมง  
( ) 2-3 ชั่วโมง ( ) 4-5 ชั่วโมง  
( ) มากกว่า 5 ชั่วโมง

7. ท่านใช้บริการเหล่านี้ในอินเทอร์เน็ตบ่อยเพียงใด

บริการในอินเทอร์เน็ต	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7.1 การติดตามข่าวสารจาก world wide web					
7.2 ค้นหาข้อมูลโดยใช้ search engine					
7.3 ใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)					
7.4 สนทนาทางห้องสนทนา (chat room)					
7.5 ใช้โปรแกรมส่งข้อความเร่งด่วน (instant messaging)					
7.6 อ่าน/แสดงความคิดเห็นตามกระทู้ต่างๆ (web board)					
7.7 ดูหนัง / ฟังเพลง					
7.8 การดาวน์โหลดต่าง ๆ					
7.9 อ่าน/เขียน weblog					
7.10 ใช้ในเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น ซื้อสินค้า ประมูลสินค้า					

### ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้งานโปรแกรม instant messaging

8. ท่านใช้โปรแกรม instant messaging หรือไม่

- ( ) ใช่  
 ( ) ไม่ใช่ เพราะ..... (ฉบับแบบสอบถาม)

9. ท่านใช้โปรแกรม instant messaging โดยบ่อยที่สุด

- ( ) ICQ ( ) AOL  
 ( ) Yahoo Messenger ( ) MSN Messenger  
 ( ) อื่น ๆ .....

10. ท่านใช้โปรแกรม instant messaging ในการติดต่อสื่อสารบ่อยครั้งเพียงใด

- ( ) 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ( ) 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์  
 ( ) 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ ( ) 7-8 ครั้งต่อสัปดาห์  
 ( ) 8 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์

11. ระยะเวลาในการใช้โปรแกรม instant messaging โดยเฉลี่ยต่อวัน

- ( ) น้อยกว่า 30 นาที ( ) 30 นาที- 1 ชั่วโมง  
 ( ) 2-3 ชั่วโมง ( ) 4- 5 ชั่วโมง  
 ( ) มากกว่า 5 ชั่วโมง

12. ท่านเลือกใช้โปรแกรม instant messaging เนื่องจากจุดประสงค์ใด (ตอบโดยการเรียงลำดับความสำคัญของจุดประสงค์ของท่าน โดยใช้ตัวเลข 1 แทนมากที่สุด จนถึง 5 แทนน้อยที่สุด)

- ( ) สะดวกในการติดต่อสื่อสาร  
 ( ) รวดเร็วทันใจ  
 ( ) ประหยัดค่าใช้จ่าย  
 ( ) เป็นที่นิยมในปัจจุบัน  
 ( ) สามารถเลือกใช้ emoticon ประกอบการสนทนา  
 ( ) สามารถทำงานอย่างอื่นควบคู่ไปได้ในขณะที่สนทนา  
 ( ) มีบริการเสริมที่น่าสนใจ เช่น สามารถรับ - ส่งไฟล์ระหว่างคู่สนทนา สามารถลิงค์เพื่อเข้าสู่บริการเช็ค e-mail เป็นต้น  
 ( ) มีความกล้าที่จะคุยกับคู่สนทนาในบางเรื่องที่ไม่สามารถคุยกันแบบเผชิญหน้า หรือทางโทรศัพท์

13. ท่านใช้โปรแกรม instant messaging ในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) พ่อ - แม่                      ( ) พี่ - น้อง                      ( ) เพื่อน  
 ( ) แฟน - คนรัก                      ( ) อาจารย์                      ( ) หัวหน้า  
 ( ) เพื่อนที่รู้จักทางอินเทอร์เน็ต

#### ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ emoticon ประกอบในการสนทนา

14. ท่านใช้ emoticon ประกอบการสนทนาในโปรแกรม instant messaging หรือไม่

- ( ) ใช่  
 ( ) ไม่ใช่ เพราะ .....(จบแบบสอบถาม)

15. ท่านใช้ emoticon ประกอบการสนทนาอย่างไรในแต่ละครั้ง

- ( ) ทุกครั้ง                      ( ) เกือบทุกครั้ง                      ( ) บางครั้ง  
 ( ) นาน ๆ ครั้ง                      ( ) แทบไม่ใช้เลย

16. นอกจาก emoticon ที่มีอยู่ในโปรแกรม instant messaging แล้ว ท่านได้หา emoticon เพิ่มเติมจากที่มีอยู่เดิมบ้างหรือไม่

- ( ) ได้หาเพิ่มเติม  
 ( ) ไม่ได้หาเพิ่มเติม เพราะ.....(ข้ามไปข้อ 18)

17. ท่านได้หา emoticon เพิ่มเติมจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ได้รับจากเพื่อนที่ส่งต่อกันมา  
 ( ) คาวมโหลดเองจากเว็บไซต์ต่าง ๆ  
 ( ) สร้าง emoticon ขึ้นเองจากโปรแกรมการสร้าง Emoticon

18. ท่านเลือกใช้ emoticon ในรูปแบบใดมากที่สุด เพื่อประกอบการสนทนา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ตัวอักษรแอสกี (ASCII) เช่น :-) :-P :-D :-( :-O  
 ( ) Emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านทางหน้าตาของรูปการ์ตูน  
 เช่น 🙄 🤔 😏 😬 😊

- ( ) Emoticon ที่ไม่มีลักษณะเด่นชัดทางด้านอารมณ์และความรู้สึก แต่สามารถ  
ใช้ประกอบบริบทได้ เช่น รูปการ์ตูนซึ่งใช้ แทนสัตว์ หรือ สิ่งของ เช่น



- ( ) Emoticon ที่ใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึก แบบเคลื่อนไหวได้ (animated  
emoticon) เช่น 

19. นอกจากใช้ emoticon ที่มีอยู่ในโปรแกรม instant messaging แล้ว ท่านเคยใช้ในโปรแกรม  
ได้อีกบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)      ( ) SMS/MMS  
( ) web board                                      ( ) web blog  
( ) อื่น ๆ .....

20. ท่านใช้ emoticon ในการสื่อลักษณะอารมณ์และความรู้สึกได้บ่อยครั้งที่สุด (ตอบโดยการ  
เรียงลำดับลักษณะอารมณ์และความรู้สึกที่ใช้บ่อยที่สุด โดยใช้ตัวเลข 1 แทนมากที่สุด จนถึง 5  
แทนน้อยที่สุด)

- ( ) มีความสุข      ( ) โกรธ      ( ) ตื่นตัว      ( ) ขบขัน  
( ) สับสน      ( ) दुถูก      ( ) ฟังพอใจ      ( ) ขยะแขยง  
( ) อับอาย      ( ) กลัว      ( ) สนใจ      ( ) เจ็บปวด  
( ) โล่งใจ      ( ) เศร้า      ( ) ประหลาดใจ      ( ) เครียด

21. ท่านเลือกใช้ emoticon เนื่องจากวัตถุประสงค์ใด (ตอบโดยการเรียงลำดับความสำคัญของ  
วัตถุประสงค์ของท่าน โดยใช้ตัวเลข 1 แทนมากที่สุด จนถึง 5 แทนน้อยที่สุด)

- ( ) เพื่อใช้แสดงอารมณ์และความรู้สึกของตนเองให้คู่สนทนาทราบ  
( ) เพื่อใช้ประกอบกับข้อความแวดล้อม (Context) ขณะที่สนทนา  
( ) ความสะดวกในการใช้งาน  
( ) ประหยัดเวลาในการสนทนา  
( ) ลดความเป็นทางการในการสื่อสาร  
( ) สื่อความหมายได้มากกว่าการพิมพ์ข้อความ (เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น)  
( ) ความสวยงาม และความน่ารักของ emoticon  
( ) ทำให้การสนทนาไม่น่าเบื่อหน่าย  
( ) เพื่อฆ่าเวลาในกรณีที่การสนทนาขาดช่วงไป

22. ท่านใช้ emoticon กับบุคคลใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) พ่อ - แม่                      ( ) พี่ - น้อง                      ( ) เพื่อน  
 ( ) แฟน - คนรัก                      ( ) อาจารย์                      ( ) หัวหน้า  
 ( ) เพื่อนที่รู้จักทางอินเทอร์เน็ต

### ส่วนที่ 5 ทศนคติต่อการใช้ emoticon ประกอบในการสนทนา

23. การใช้ emoticon ของท่านขึ้นอยู่กับปัจจัยใดบ้าง

ปัจจัย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
23.1 ระดับความผูกพันระหว่างท่านกับคู่สนทนา					
23.2 เรื่องที่ท่านกับคู่สนทนากำลังสนทนากันอยู่เป็นเรื่องการทำงาน, การเรียน					
23.3 เรื่องที่ท่านกับคู่สนทนากำลังสนทนากันอยู่เป็นเรื่องส่วนตัว					
23.4 ความเหมาะสมของ emoticon ที่เลือกใช้					
23.5 อารมณ์ และความรู้สึกของท่านในขณะนั้น					

24. ท่านคิดว่า emoticon ที่ใช้อยู่ปัจจุบันทางอินเทอร์เน็ตนั้น มีเพียงพอตรงกับความต้องการในการแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกของท่านหรือไม่

- ( ) เพียงพอ                      ( ) ไม่เพียงพอ

25. ท่านอยากให้ emoticon ลักษณะอารมณ์ และความรู้สึกใดเพิ่มเติม

.....

26. ท่านคิดว่า การสื่อสารโดยอาศัย emoticon นั้น มีข้อเสียบ้างหรือไม่อย่างไร

- ( ) มี คือ.....  
 ( ) ไม่มี


















**ส่วนที่ 6 ความเข้าใจในการตีความหมายของ emoticon**
















27. ทำนตีความหมาย emoticon เหล่านี้อย่างไร

Emoticon	รายละเอียดการตีความหมาย	
	หมายถึงอะไร	ใช้ในกรณีใด
27.1 		
27.2 		
27.3 		
27.4 		
27.5 		
27.6 		
27.7 		
27.8 		
27.9 		
27.10 		

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

28. ให้ทำเครื่องหมาย(✓) ลงในช่องที่ต้องการเลือก (เลือกได้คำตอบ

รูปแบบ emoticon	ลักษณะอารมณ์และความรู้สึก																
	มีความสุข	โกรธ	ตื่นตัว	ขบขัน	ตบสน	ตูดก	พิงพอใจ	ขยะแฆง	อับอาย	กลัว	สนใจ	เจ็บปวด	โง่งใจ	เศร้า	ประหลาดใจ	เครียด	อื่น ๆ (โปรดระบุ)
28.1 																	
28.2 																	
28.3 																	
28.4 																	
28.5 																	
28.6 																	
28.7 																	
28.8 																	
28.9 																	
28.10 																	
28.11 																	
28.12 																	
28.13 																	
28.14 																	
28.15 																	

รูปแบบ emoticon	ลักษณะอารมณ์และความรู้สึก																
	มีความสุข	โกรธ	ตื่นตัว	ขบขัน	สับสน	ตลก	ทิ้งพอใจ	ขณะแข่ง	ลำบาก	กลัว	สนใจ	เจ็บปวด	โล่งใจ	เศร้า	ประหลาดใจ	เครียด	อื่น ๆ (โปรดระบุ)
28.16 																	
28.17 																	
28.18 																	
28.19 																	
28.20 																	
28.21 																	
28.22 																	
28.23 																	
28.24 																	
28.25 																	
28.26 																	
28.27 																	
28.28 																	
29.29 																	
28.30 																	

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวปรารถนา อรัญญิก เกิดวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2522 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร จากคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในปี พ.ศ. 2544 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2547



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย