



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ

งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางนิเทศศาสตร์ ครั้งที่ ๗

The Proceedings of the 7th Research and Creative Communication Conference

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิอภิปรายงานวิจัย



- รองศาสตราจารย์ ชวธร พาณิชย์
- รองศาสตราจารย์ จงศักดิ์พงษ์ แสงอุไร
- รองศาสตราจารย์ นิรพนธ์ อำนวยศิริวงศ์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปณิศา ธนสถิตย์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชวัญวิมล กิติวัฒน์
- รองศาสตราจารย์ สุธี พงษ์พงษ์
- รองศาสตราจารย์ ดร. กวรวรณ กฤตวาทกาญจน์
- รองศาสตราจารย์ ดร. กุลวีดา ชวณวิภินันท์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา มีศิลป์ภิรักษ์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพรหม บิธมาโนชญ์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นภาพรณ จันทร์เวชรกุล
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อดองจิฐ แอมมาลย์ธอมารค
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัชนา ทิมเมือง
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ
- คุณฉกรห์นันท์ ณ สงขลา
- คุณธีรธร เทวณัฏฐิน



วันศุกร์ที่ ๑๔ กรกฎาคม ๒๕๖๐ เวลา ๐๘.๓๐ น. - ๑๖.๓๐ น.

ณ ห้องประชุมนิสิตนิยม ห้องประชุมอธิการบดี ชั้น ๑๙

ห้อง ๑๙-๙๐๖/๑ ห้อง ๑๙-๙๐๖/๒ ห้อง ๑๙-๙๐๔ ชั้น ๙ อาคารเฉลิมพระเกียรติ ๑๙

การใช้รหัสของสติ๊กเกอร์ไลน์ในการสื่อสารระหว่างบุคคล

ศิริชัย ศิริกายะ*
สมเกียรติ ศรีเพ็ชร**

บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดประสงค์เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาเรื่องการใช้รหัสต่าง ๆ ที่ปรากฏในตัวการ์แรคเตอร์ของสติ๊กเกอร์ไลน์สำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยทำการรวบรวมข้อมูลสติ๊กเกอร์ไลน์ในกลุ่ม Creator Market อันดับขายดี (TOP 5) โดย LINE Official Website ประเทศไทยระหว่างเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2559 - 2559 เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลในการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งได้จำนวนทั้งหมด 14 แบบ รวม 544 ตัว

จากผลของการศึกษาพบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์แต่ละตัวถูกสร้างสรรค์ออกมาในรูปแบบของการ์ตูน ซึ่งใช้รหัสการ์ตูนในการสร้างสรรค์ และรหัสการ์ตูนนั้นจะมีรหัสแยกย่อยอีก 2 รหัสคือ 1. รหัสนำเสนอ และ 2. รหัสภาพแทน ซึ่งแต่ละรหัสจะมีรหัสแยกย่อยลงไปอีก อาทิ รหัสของการแสดงสีหน้า, รหัสของการแสดงท่าทาง, รหัสเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย, รหัสของมุขตลก รหัสภาษารหัสเชิงสังคม และสัญลักษณ์เป็นส่วนหลักในการจัดการกับเครื่องหมายต่าง ให้เกิดความหมายจนส่งก่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อสารผ่านไลน์ทั้งทั้งความหมายตรง ความหมายแฝง ทั้งนี้ผู้ใช้จะต้องเข้าใจในการเข้ารหัสและถอดรหัสจากรหัสแบบเดียวกัน ความหมายจึงจะเกิดขึ้นและไม่หนีไปจากที่ควรจะเป็น และความหมายของสติ๊กเกอร์ไลน์แต่ละตัวสามารถผันแปรไปตามบริบทของเรื่องที่เกิดขึ้นระหว่างการสนทนาของส่วนบุคคล

ส่วนท้ายผู้วิจัยได้นำเรื่องวัฒนธรรมเข้ามาผูกโยงกับสติ๊กเกอร์ไลน์เพราะข้อความที่ปรากฏพร้อมการ์แรคเตอร์เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ความหมายเกิด แต่ข้อความเหล่านี้ได้แฝงวัตถุประสงค์ เจตนา หรือวัตถุประสงค์จากฝั่งผู้ส่งที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นข้อความที่แฝงเจตนาให้ผู้รับกระทำตาม หรือแฝงการขอร้อง รวมถึงการแฝงคำสั่งที่แทรกอยู่ในรหัสภาษาเหล่านั้น

Abstract

This article aims to study the code that present in the Line Stickers for communication between the communicants. Line Stickers were collected by Top 5 Creator Market by Link Official Website from July, 2015 until December, 2016 there are 14 sets and 544 characters.

From the study, Line Stickers were presented in cartoon form which using cartoon code to create which compose of two code which are presentational code and representational code—these two sub codes were separated into other codes such as facial code, body language code, clothing code, humorous code, language code, social code and signs which are the main component to conduct the meaning including connotation and denotation. Therefore, the user must have the same encoding and decoding to interpret the same meaning. Also, the meaning of each Line Stickers can be flexible depends on the context between the communicants.

Finally, Speech Acts is related to the Line Stickers because both text and character is main component to conduct the meaning that hidden the purpose and intention such as message that hidden the purpose to expect the receiver to follow, or hidden some requests and including the order that hidden in the text.

บทนำ

การสื่อสารเป็นกิจกรรมทางสัญลักษณ์ที่นำเครื่องหมายต่าง ๆ มาประกอบกันจนเกิดเป็นความหมายและก่อให้เกิดความเข้าใจ (Understanding) ระหว่างบุคคลที่เป็นทำการสื่อสาร นอกจากนี้การสื่อสารยังเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเข้ารหัส

* รองศาสตราจารย์ คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

** นักศึกษาปริญญาโท ตรีนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

(Encode) และถอดรหัส (Decode) ของตัวสาร ส่วนหนึ่งก่อนให้ความหมายเกิดขึ้นคือผู้ทำการสื่อสารใช้รหัสตัวเดียวกัน ซึ่งรหัสนั้นจะมาจากการเรียนรู้ การถ่ายทอดจากสังคม หรือบุคคลต่อบุคคลเองก็ได้ การสร้างเครื่องหมายต่างๆ (Signs) ขึ้นมาเป็นหนึ่งในวิธีการสร้างความหมายเพื่อสื่อสารระหว่างมนุษย์ โดยเครื่องหมายดังกล่าวต้องได้รับการตกลงใช้ร่วมกันในกลุ่ม สังคม และวัฒนธรรม เครื่องหมายที่เป็นเสมือนสัญญาณ (Signs) อันเป็นรากฐานของตัวสารที่ประกอบกันมากกว่าหนึ่งตัวจนเกิดเป็นความหมายที่ถูกถ่ายทอดจากผู้ส่ง (Sender) ไปยังผู้รับ (Receiver) ความสลับซับซ้อนของตัวบทหรือตัวเนื้อหาของความหมายนั้นจำเป็นต้องใช้รหัส (Code) เข้ามาช่วยในการจัดการเพื่อให้เกิดความหมายขึ้น ตัวรหัสจึงจำเป็นต้องมีอยู่ในตัวของผู้ทำการสื่อสารทุกคนเพื่อใช้เป็นตัวประกอบสร้างความหมายที่จะส่ง (ในฝั่งผู้ส่งสาร) และตีความหมายตัวสารที่ได้รับ (ในฝั่งของผู้รับสาร) เพื่อให้ความหมายเกิดขึ้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งรหัสเป็นเสมือนกฎกติกาของการถอดความที่มีการระบุหรือกำหนดไว้อยู่แล้วไม่ว่าจะด้วยข้อตกลงใดๆ ดังนั้นหากยิ่งเข้าใจกฎกติกาอย่างชัดเจนก็จะส่งผลต่อการถอดความนั้นตีมากยิ่งขึ้น หากเข้าใจกฎเกณฑ์ทางภาษา เข้าใจธรรมเนียมปฏิบัติ เข้าใจธรรมเนียมประเพณี และหรือบริบทที่ทำให้เข้าใจความหมาย ในการใช้สติ๊กเกอร์ไลน์เองก็เป็นได้ทั้งสื่อและสารเหมือนแนวคิดเรื่อง “สื่อคือสาร” (Medium is Message) ของ Marshall McLuhan ที่ถูกอ้างอิงในการวิเคราะห์ของธาม เชื้อสถาปนศิริ เกี่ยวกับถอดรหัสนวัตกรรมความสำเร็จไลน์ ทั้งนี้การใช้สติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อสื่อสารกันระหว่างบุคคลกับบุคคลเรื่องของรหัสจึงเป็นเรื่องที่ขาดหายไปไม่ได้เด็ดขาดของการประกอบสร้างจนเกิดเป็นความหมายที่ต่อยอดไปถึงความเข้าใจระหว่างคู่สนทนา ดังนั้นเรื่อง “รหัส” จึงเป็นเสมือนแรงจูงใจทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเรื่องราวดังกล่าวในสติ๊กเกอร์ไลน์ต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับอีโมติคอน (Emoticon)

เนื่องจากตัวสติ๊กเกอร์ไลน์นั้นเป็นเหมือนสิ่งที่ต่อยอดขึ้นมาจากอีโมติคอนที่ใช้ในการแสดงความหมายรวมถึงถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกรวมถึงการเสริมสร้างบรรยากาศในการสนทนา แต่ด้วยขนาดที่ใหญ่กว่าจึงทำให้สามารถแสดงรายละเอียดบนใบหน้าได้มากยิ่งขึ้นและมีส่วนของร่างกายด้วยทำให้ผู้ใช้สามารถรับรู้ความหมายจากตัวการ์เรตเตอร์ที่ปรากฏขึ้นมาได้ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดของอีโมติคอนมาตั้งต้นในการศึกษาดังนี้ คณะกรรมการบัญญัติศัพท์เทคโนโลยีสารสนเทศแห่งราชบัณฑิตยสถานได้นิยามคำว่า emoticon

ว่าหมายถึงอารมณ์และ icon หมายถึงสัญลักษณ์ emoticon จึงเปรียบเสมือนสัญลักษณ์ที่ถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อทดแทนการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึก

สุริลักษณ์ วีระโจง ได้กล่าวถึงเรื่องเกี่ยวกับ “อีโมติคอน” ที่สามารถสรุปพอสังเขปได้ว่า อีโมติคอนเกิดจากการใช้ลึงส์หนังสือพิมพ์ของประเทศอังกฤษโดยการใช้ตัวอักษรแทนหน้าคนที่ยิ้มหรือขมวดคิ้วในแนวตะแคง ปรากฏบนโฆษณาในหนังสือพิมพ์ New York Herald Tribune ฉบับวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2496 หน้า 20 คอลัมน์ 4 ถึง 6 เรื่องประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์เรื่องลิลี (Lili) สำหรับผู้ที่คิดค้นอีโมติคอนรูป :-) และ :- (ถูกเสนอว่ามันสามารถใช้แสดงอารมณ์คือ Scott Fahlman ซึ่งเสนอในกระดานสนทนาของคณะวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์มหาวิทยาลัย คาร์เนกีเมลลอน เมื่อ 19 กันยายน พ.ศ. 2525 เวลา 11.44 น.

อีโมติคอนเปรียบเสมือนภาพศิลปะอย่างหนึ่งในที่ใช้แทนการสื่อสารแทนที่เป็นตัวหนังสือ (Text) สามารถแสดงกิริยาท่าทางหรืออารมณ์ความรู้สึกที่มีความหมายทำให้เห็นภาพเป็นภาษาที่แสดงออกหรือสื่อด้วยร่างกาย (Body Language) เห็นหน้ากันเวลาสื่อสาร ซึ่งสามารถเข้าใจง่ายโดยมีตัวหนังสือและภาพที่ใช้สื่อถึงความหมายที่ใกล้เคียงกัน มีคู่เทียบเคียงสามารถอุปมาอุปมัยได้เสมอซึ่งการก่อกำเนิดขึ้นเป็นสื่อในยุคสมัยใหม่ อีโมติคอนเป็นเหมือนสื่อที่ส่งสารได้อย่างรวดเร็วและเข้าใจได้ทันทีบนอินเทอร์เน็ต อีโมติคอนถูกเปลี่ยนให้ปรากฏในรูปภาพกราฟิกขนาดเล็ก เช่น smiley เป็นต้น (สุริลักษณ์ วีระโจง, 2550)

David Crystal (2002) (อ้างใน ปรรณนา อรัญญิก, 2549 : 6) กล่าวว่าปฏิสัมพันธ์ในโลกออนไลน์นั้นไม่สามารถแสดงสีหน้าและลักษณะท่าทางเพื่อแสดงออกทางความคิดหรือความรู้สึก ดังนั้น emoticon จึงถูก นำมาใช้ในการสื่อสารและสามารถช่วยได้ในหลายเหตุผล เช่น (1) ช่วยในการเน้นลักษณะโทนเสียงในระหว่างที่ติดต่อสื่อสาร (2) ช่วยแสดงอารมณ์และความรู้สึก เช่น เมื่อผู้ส่งสารต้องการบ่นเกี่ยวกับเรื่องการเรียนรู้ จะใช้อีโมติคอน (emoticon) เพื่อช่วยแสดงให้รู้ว่าโกรธหรือเศร้า ผู้รับสารก็สามารถรับรู้ถึงอารมณ์และความรู้สึกนั้น ๆ ได้ และ (3) ช่วยสร้างและทำให้เห็นเด่นชัดในการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกทำให้การอ่านหรือรับรู้ข้อความนั้นสมบูรณ์ขึ้น

2. แนวคิดด้านสัญญาณ (Sign)

ตามที่เราเห็นโดยทั่วไปว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ส่วนมากนั้นมีภาพมาเป็นส่วนประกอบซึ่งภาพเหล่านั้นเองก็เกิดจากการวาดด้วยลายเส้นต่างๆ และใส่เครื่องหมายต่างๆ ที่ให้ความหมายนอกเหนือจากตัวของมันเอง โดยที่ผู้ใช้สามารถตีความหมายจากเครื่องหมายต่างๆ เหล่านี้ได้ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้

แนวคิดเกี่ยวกับสัญลักษณ์จากนักปราชญ์สำคัญทั้งสามท่าน ได้แก่ Ferdinand de Saussure , Charles Sanders Peirce และ Roland Barthes แต่ในบทความนี้ผู้วิจัยขอเสนอแนวคิดของ Peirce ที่ได้แบ่งสัญลักษณ์ออกเป็น 3 ประเภทตามความสัมพันธ์ของสัญลักษณ์กับของจริงที่ถูกแทนที่ได้แก่ 1. สัญลักษณ์ (icon) 2. ดัชนี (Index) และ 3. สัญลักษณ์ (Symbol) ที่ต่างมาปรากฏในภาพสติกเกอร์ไลน์หลากหลายภาพเพื่อให้เกิดความหมายขึ้นมาอธิบายเพิ่มเติมดังนี้ (1) Icon หรือ “รูปเหมือน” คือ สิ่งที่มีรูปร่างลักษณะเหมือนหรือคล้ายกับของจริงนั้นๆ หรือสิ่งที่มีมันบ่งบอกและเป็นที่เข้าใจได้ง่าย ตัวอย่างเช่น ภาพถ่ายแผนที่ ภาพวาดภาพบนป้ายจราจรที่เป็นรูปจำลองของรถยนต์หรือจักรยานยนต์ กระทั่งคำพูดบางคำที่เป็นการเลียนเสียงธรรมชาติ (2) Index/indices หรือ “ดัชนี” เป็นเครื่องหมายที่มีความเชื่อมโยงของจริงแบบเป็นเหตุเป็นผลกัน (causal connection) เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตัวอย่างเช่น ควันทไฟเป็นเครื่องบ่งชี้ว่ามีไฟ รอยเท้าสัตว์บ่งชี้ถึงสัตว์ และ (3) Symbol หรือ “สัญลักษณ์” คือ สิ่ง que แสดงถึงบางสิ่งบางอย่างที่บ่งชี้ความเชื่อมโยงระหว่างสัญลักษณ์กับของจริงที่มันอ้างอิงถึงนั้น ไม่ใช่ความเชื่อมโยงกันตามธรรมชาติแต่เป็นผลมาจากข้อตกลงของสังคม (social convention) และอาศัยการเรียนรู้ ตัวอย่างเช่น ภาษา เครื่องหมายจราจร และเครื่องหมายทางด้านคณิตศาสตร์

3. แนวคิดเรื่องความหมายโดยการกำกับ

(Anchorage)

เนื่องด้วยข้อมูลที่ผู้วิจัยได้รวบรวมมานั้นพบว่า เป็นสติกเกอร์ไลน์ที่มีข้อความ (รหัสภาษา) ควบคู่มา กับภาพด้วย ซึ่งข้อความดังกล่าวต่างทำหน้าที่กำกับและสนับสนุนภาพให้การตีความของผู้ใช้นั้นไม่ผิดเพี้ยนไป

อาริรัตน์ แพทย์นุเคราะห์ ได้กล่าวอ้างถึงบทความ “Rhetoric of the Image” ของ Barthes ถึงความหมายของภาพว่าสัมพันธ์หรือขึ้นอยู่กับตัวบทที่เป็นวัจนภาษา (Verbal text) เสมอ นอกจากเขากล่าวว่าภาพทุกภาพล้วนมีศักยภาพที่จะสื่อความหมายได้หลายความหมาย (Polysemous) และความหมายเหล่านั้นก็เปิดกว้างให้ตีความ ดังนั้น ในการกำกับความหมายของภาพจึงจำเป็นต้องใช้ภาษาเข้ามาช่วย โดย Barthes ได้จำแนกหน้าที่ของข้อความหรือถ้อยคำที่สัมพันธ์กับรูปภาพไว้สองลักษณะได้แก่ Anchorage และ Relay แต่สำหรับงานวิจัยนี้ได้ผู้วิจัยจะเน้นไปในส่วน ของ Anchorage โดย Barthes ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวว่า Anchorage ทำหน้าที่ในการกำกับหรือตัวควบคุมความหมายโดยใช้ตัวบท (text) เป็นตัวชี้ความหมาย ทำให้ผู้อ่านภาพมองข้ามความหมายบางอย่างและเลือกรับความหมายบางอย่างอันเป็นการจัดความหมายอย่างอื่นอย่างแนบเนียน การ

กำกับด้วยภาษาอักษรจะควบคุมผู้รับสารให้ค้นพบความหมายที่ได้รับการเตรียมไว้ล่วงหน้า ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าหน้าที่ในการกำกับความหมายจึงทำหน้าที่ในการเลือกสรรความหมายมาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยเป็นการอธิบายที่เจาะจงใช้กับสัญลักษณ์บางตัวเท่านั้น ภาษาเขียนให้อ่านในการควบคุมภาพแก่คนสร้างภาพ การกำกับความหมายของภาพด้วยภาษาเขียนจึงเป็นการจำกัดศักยภาพในการสื่อความหมายของภาพให้เหลือเพียงส่วนของภาพที่ต้องการใช้

4. แนวคิดด้านรหัส

ถือเป็นแนวคิดที่สำคัญอย่างมากในการศึกษาเรื่องดังกล่าวของผู้วิจัยโดยอ้างอิงจากวิทยานิพนธ์เรื่อง “การใช้รหัสที่ปรากฏในงานของนักเขียนการ์ตูนไทย” ของคุณประสพโชค นวนพันธ์พิพัฒน์ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540) ที่ได้อ้างอิงแนวคิดของ John Fisk (1982) ที่ได้แบ่งประเภทรหัสเป็น 6 ประเภทดังนี้

4.1 Analogue Code หรือ Digital Code เป็นรหัสที่ตัวหมาย (Signifier) และตัวหมายถึง (Signified) แยกออกจากกันได้ยาก มีลักษณะคล้ายคลึงและสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบต่อเนื่องกันไปแต่ไม่สามารถบันทึกได้ ขณะที่รหัสเชิงตรรกะ Digital Code นั้นรหัสที่ตัวหมาย (Signifier) และตัวหมายถึง (Signified) แยกออกจากกันได้ชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ง่าย

4.2 Presentation Code และ Representation Code โดย Representation Code เป็นรหัสที่ทำหน้าที่อ้างอิงถึงสิ่งทีนอกเหนือจากตัวของมันเองและชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างสารกับสิ่งที่อ้างอิงถึง และยังสามารถทำหน้าที่ให้ข่าวสารข้อมูลความคิดเกี่ยวกับสิ่งที่ไม่ได้อยู่ เป็นนามธรรม และสร้างสรรค์ตลอดจนตัวบทที่ไม่ขึ้นต่อผู้ทำการสื่อสารและสถานการณ์ ส่วน Presentation Code เป็นรหัสที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกและแสดงให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

4.3 Elaborated Code และ Restricted Code คือรหัสที่มีโครงสร้างซับซ้อนมีลักษณะเป็นนามธรรมเหมาะที่จะใช้แทนและเน้นสัญลักษณ์ แสดงลักษณะความเป็นปัจเจกมากกว่าบทบาทสถานภาพในกลุ่ม เป็นรหัสที่ไม่ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมท้องถิ่น แต่ขึ้นอยู่กับรหัสภาษาที่คล้ายคลึงกันและการฝึก การเรียนรู้ การศึกษาแบบแผน และ Restricted Code คือรหัสที่มีลักษณะจำกัด อาทิความสัมพันธ์ทางสังคมแบบปิด มักใช้เป็นตัวดำเนินการเป็นเครื่องชี้สถานภาพของผู้ใช้รหัสในกลุ่ม และขึ้นอยู่กับประสบการณ์ความคิดเห็น ข้อสรุป ร่วมกัน ตลอดจนถึงขึ้นอยู่กับลักษณะของวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นรหัสที่แสดงรูปธรรม

ใกล้เคียงกับ Presentation Code

4.4 Broadcast Code และ Narrowcast Code เป็นรหัสที่มวลชนใช้ร่วมกันเพื่อเชื่อมโยงกลุ่มคนเข้าไว้ในสังคม และหน้าที่ในการย้ำเตือนความหมายของความเหมือนกันระหว่างกลุ่ม และ Narrowcast Code เป็นรหัสที่ส่งถึงกลุ่มผู้รับเฉพาะ มักเป็นผู้ที่เรียนรู้รหัสที่เกี่ยวข้องนั้น โดยไม่ต้องอาศัยการมีประสบการณ์ในกลุ่มร่วมกัน หากแต่อาศัยการศึกษาพื้นที่หรือประสบการณ์ทางสติปัญญา มีหน้าที่ย้ำความแตกต่างระหว่างกลุ่ม

4.5 Arbitrary Code (Logical Code) เป็นรหัสเชิงเหตุผลที่มีการตกลงกันไว้อย่างชัดเจนระหว่างผู้ใช้โดยถูกกำหนดความหมายที่มีลักษณะตายตัวไว้แล้ว

4.6 Aesthetic Code เป็นรหัสเชิงสุนทรียะถูกกำหนดความหมายไว้หลวมๆ มีความหลากหลายในการตีความหมาย กระบวนการเข้ารหัสและถอดรหัสมีลักษณะเป็นอัตวิสัยที่ขึ้นกับอารมณ์และความรู้สึกของแต่ละคน

5. แนวคิดเกี่ยวกับรหัสการ์ตูน (Cartoon Code) ประสพโชค นวพันธ์พิพัฒน์ ได้กล่าวถึงรหัสการ์ตูน โดยสรุปว่า รหัสของการ์ตูนนั้นซับซ้อนแต่ก็มีตรรกเหตุผลรองรับ ซึ่งประกอบไปด้วยวิธีการที่นักวาดการ์ตูนได้สร้างสรรค์สัญลักษณ์เฉพาะขึ้นชุดหนึ่งในการทำให้เกิดโลกที่เหนือจริง (Make Believe World) ซึ่งเป็นโลกที่ทุกสิ่งเป็นจริงได้ตามแต่จะจินตนาการ เป็นโลกที่ยังรากลึกถึงการรับรู้ความทรงจำในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์

นอกจากนี้ยังไม่มีกรกล่าวถึงแนวคิดของ Randall P. Harrison (1981) ที่ระบุความสามารถในการหักเหออกจากความเป็นจริง (Reality) ได้ 2 วิธีด้วยกันคือ (1) ความเรียบง่าย เน้นที่เส้นรอบนอก (Outline) ของรูปหรือวัตถุ และ (2) ความเกินจริง (Exaggerates) เส้นสายรอบนอกสามารถบิดเบี่ยงจากความรูปรูปร่างที่แท้จริง โดย Randall P. Harrison ยังกล่าวถึงกลยุทธ์การสร้างตัวการ์ตูน ที่สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ในการสร้างตัวการ์ตูนนั้นรูปร่าง พื้นผิวเงา ล้วนแล้วแต่ใช้เส้นที่เรียบง่ายและใช้เส้นให้น้อยที่สุด องค์ประกอบทุกอย่างจะชัดเจน รูปจะแยกจากพื้นหลังอย่างชัดเจน รายละเอียดจะเลื่อนลงจนสามารถแยกออกเป็น 4 ส่วนได้ด้วยกันคือ (1) การแสดงอารมณ์ผ่านทางศีรษะและรูปร่างของการ์ตูน (2) การสร้างโลก 3 มิติ (3) สัญลักษณ์ใช้แทนความคิด ความรู้สึก การเคลื่อนไหว และองค์ประกอบของภาพ และ (4) รหัสของสี

6. แนวคิดด้านวัจนกรรม (Speech Acts)

อรรถพร ปิณฑิโรวาท (2546) ได้กล่าวถึงแนวคิดทฤษฎีวัจนกรรมว่าเป็นการจัดกลุ่มของความตั้งใจในการสื่อสารอย่างเป็นระบบ และศึกษาว่าความตั้งใจในการสื่อสารเหล่านั้นถูกใส่รหัสอย่างไรในบริบทต่าง ๆ กัน นักปราชญ์ทางการสื่อสารที่ศึกษาทางด้านนี้มี 2 คน คือ John L. Austin (1962) และ John R. Searle (1969) ซึ่งทั้งสองตั้งสมมติฐานว่า การเปล่งข้อความทางภาษาสามารถก่อให้เกิดกิจกรรมทางการสื่อสาร เช่น การถามคำถาม การออกคำสั่ง การขอขมา การขอบคุณ ฯลฯ

เราไม่ได้ใช้ภาษาเพียงเพื่อต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงเรื่องใดเรื่องหนึ่งเท่านั้น แต่ต้องการการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งตามมาด้วย การตีความหมายของภาษาจึงควรคำนึงถึง เจตนาของผู้พูดด้วยว่าบ่งบอกถึงการกระทำ (performative) อย่างไร ซึ่งในแต่ละข้อความจะมีการกระทำ 3 ชนิด (Austin, 1962 อ้างใน นุชนารถ เฟิงสุริยา, 2549, น. 8) คือ

6.1 วัจนกรรมตามคำตรง (Locutionary act) คือ สิ่งที่ถูกพูดขึ้นมา ประกอบด้วย ภาคประธานและภาคแสดง เป็นการกล่าวถ้อยเพื่อสื่อความตามรูปภาษา ผู้พูดต้องการให้ข้อมูล รายละเอียด และบอกเล่าข้อเท็จจริง

6.2 วัจนกรรมปฏิบัติ (Illocutionary act) คือ สิ่งที่ข้อความบอกการกระทำของคนพูด ขึ้นอยู่กับความตั้งใจของคนพูด และผู้ฟังสามารถหาความหมายได้จากบริบทต่าง ๆ ที่น่าจะเป็นไปได้ว่าผู้พูดต้องการสิ่งใด เช่น บ่งบอก ถาม สั่ง สัญญา ฯลฯ วัจนกรรมชนิดนี้คือ สิ่งที่คนพูดกระทำ ในการพูดข้อความนั้น เช่น ครูพูดว่า เปิดหนังสือหน้า 20 สิ่งที่คนพูดทำคือ สั่ง (Directive)

6.3 ผลวัจนกรรม (Perlocutionary act) คือ การแสดงผลของถ้อยคำที่กล่าวออกมาโดยผู้พูดคาดหวังว่าผู้ฟังเข้าใจถึงเจตนาของผู้พูด แล้วกระทำบางอย่างตามเจตนาของผู้พูด เช่น เมื่อผู้พูดกล่าวประโยค “เปิดหนังสือหน้า 20” ผู้พูดคาดหวังว่า ผู้ฟังจะต้องหยิบหนังสือและเปิดไปที่หน้า 20 หากผู้ฟังเปิดหนังสือตามที่ผู้พูดบอกนั้นแสดงว่าถ้อยคำที่ใช้มีพลังผลวัจนกรรม (perlocutionary force)

ทั้งนี้จากแนวคิดและทฤษฎีที่อ้างมาในข้างต้นนั้นผู้วิจัยจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ถึงการใช้รหัสต่างๆ และความหมายที่เกิดขึ้นบนคาร์แรคเตอร์ของสตีกเกอร์ไลน์ รวมถึงการปรากฏของการแสดงสีหน้าท่าทางและเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ต่างๆ จนเกิดเป็นความหมายที่ถ่ายทอดออกไปเพื่อหาข้อสรุปตามที่ได้ตั้งไว้

วิธีดำเนินการวิจัย

แหล่งข้อมูลผลงาน

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมชุดสติ๊กเกอร์ไลน์ที่ได้มีการจัดอันดับ (TOP 5) จากหน้าเว็บไซต์ทางการของไลน์ประเทศไทย (<http://creator-mag.line.me/th/>) โดยรวบรวมได้ทั้งสิ้น 14 ชุด (544 ตัว)

แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ทั้งที่เป็นเจ้าของผลงานสติ๊กเกอร์ไลน์ที่นำมาศึกษาโดยตรงและผู้ที่มีประสบการณ์การสร้างและมีสติ๊กเกอร์ไลน์วางจำหน่าย ซึ่งมีบุคคลดังต่อไปนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลัก	เจ้าของผลงานสติ๊กเกอร์ไลน์
คุณสัญญา เลิศประเสริฐ ภากร (ไอโซโล)	ติตลม The Sky Hunger
คุณคมสัน พักสกุล	BearPlease (หมีขอ)
คุณหมึกกับแก้มดำ (ไม่ประสงค์ออกนาม)	My Husband Only
คุณกิตติ รุจิเรกานุสรณ์	I'm your girlfriend
คุณมนันท์หัตชัย ไพรสินธ์	นายต้นไม้ และเจนนี
คุณกษิธิย์ ประสิทธิ์	คนอะไรเป็นแฟนหมี
คุณแคทลียา แวนแก้ว	Circle Dukdik
คุณวัชรภรณ์ จันทร์หอม	• Her is Wife • Here is Husband
คุณลัทธสิทธิ์ ทวีสุข	เสือน้อย

ผลของการศึกษา

ในส่วนของการอภิปรายผลการศึกษา ผู้วิจัยขอนำคาร์แรคเตอร์สติ๊กเกอร์ไลน์ที่สามารถแสดงออกถึงการใช้รหัสแบบต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจนมาประกอบการอภิปรายผล โดยขอนำคาร์แรคเตอร์สติ๊กเกอร์ไลน์ 5 ใน 14 ชุดอันดับได้แก่

1. แจ๊ส สปุณนิค ปาปิยองกุกกุก (ดูภาพที่ 1)
2. หมีขอ (ดูภาพที่ 2)
3. สายตรวจแซท แจกใบสั่ง (ดูภาพที่ 3)
4. The Circle Dukdik (ดูภาพที่ 4)
5. Her is wife (ดูภาพที่ 5)

ทั้งนี้การอภิปรายผลจะใช้ภาพของสติ๊กเกอร์ไลน์ควบคู่ไปพร้อมกัน และภาพคาร์แรคเตอร์ต่าง ๆ ที่ปรากฏนี้เป็นเพียงการยืมภาพมาประกอบการอภิปรายเท่านั้น มิได้เป็นการอภิปรายจากการวิเคราะห์ภาพโดยตรงแต่อย่างใด



ภาพที่ 1 สติ๊กเกอร์ไลน์ชุดแจ๊ส สปุณนิค ปาปิยองกุกกุก





ภาพที่ 2 สติกเกอร์ไลน์ชุดหมีขอ



ภาพที่ 4 สติกเกอร์ไลน์ชุด The Circle Dukdik



ภาพที่ 3 สติกเกอร์ไลน์ชุดสายตรวจแซ่ แจกใบสั่ง





ภาพที่ 5 สติกเกอร์ไลน์ชุด Her is wife

ผลของการศึกษาพบว่าสติกเกอร์ไลน์แต่ละตัวนั้น อยู่ในรูปแบบของตัวการ์ตูนโดยที่ผู้สร้างใช้รหัสการ์ตูน (Cartoon Code) มาเป็นตัวรหัสในการสร้างสรรค์เพื่อให้มีรูป ลักษณะโดดเด่น แตกต่าง และดึงดูดความสนใจ ทั้งนี้รหัสของการ์ตูนเป็นเหมือนรหัสหลัก (Main Code) ที่ต้องมีรหัสแยกย่อย (Sub Code) ในการประกอบสร้าง และรหัสย่อยเหล่านั้นกลายเป็นส่วนสำคัญในการจัดการกับเครื่องหมายต่าง ๆ จนเกิดความหมายเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจ (Understand) ระหว่างผู้ทำการสื่อสารที่ใช้สติกเกอร์ส่งไปมา นอกจากนี้รหัสแยกย่อยแต่ละตัวยังมีส่วนช่วยในการขยายและกำกับระหว่างรหัสกันเองอีกด้วย กล่าวโดยง่ายคือความหมายจากสติกเกอร์ไลน์จะชัดเจนขึ้นเมื่อผู้ใช้งานสามารถถอดรหัส (Decode) จากรหัสทุก ๆ ที่ถูกเข้ารหัส (Encode) เพื่อแสดงให้เห็นว่าในรหัสของการ์ตูนนั้นจะมีรหัสย่อยลงไปอีกระดับ ผู้วิจัยได้จัดทำตารางที่ 1 ไว้เพื่อให้เห็นการแบ่งแยกย่อยรหัสดังกล่าว

ตารางที่ 1 การแสดงรหัสแยกย่อยของรหัสหลัก

รหัสการ์ตูน (Cartoon Code)							
รหัสนำเสนอ (Presentational Code) (Analogical Code)				รหัสภาพแทน (Representational Code) (Digital Code)			
รหัสของการแสดง สีหน้า (Facial Expres- sion Code)	รหัสการ แสดง ท่าทาง ร่างกาย (Bodily Posture Code)	รหัสเสื้อผ้า และการ แสดงออก (Clothes & Appear- ance Code)	รหัสสมมุข ตลก (Gag Code)	รหัสภาษา (Language Code)	รหัสเชิง สังคม (Social Code)	รหัสเชิงสัญลักษณ์ (Signs Code)	
						(Language Code)	สัญลักษณ์ (Symbol)

เพื่อให้เห็นถึงการใช้รหัสที่มีมากกว่า 1 รหัสในคาร์แรคเตอร์ 1 ตัว รวมถึงการปรากฏของรหัสแยกย่อยต่าง ๆ ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างจากคาร์แรคเตอร์ที่สามารถแสดงการใช้รหัสได้อย่างชัดเจนเพื่อประกอบการอธิบายสรุป ทั้งนี้การอธิบายนั้นจำเป็นต้องนำภาพมาควบคู่เสมอ และภาพที่เห็นนั้นเป็นเพียงส่วนเสริมการอธิบายมิได้เป็นการวิเคราะห์ภาพคาร์แรคเตอร์แต่อย่างใด

 นางฟ้า ซัดๆ ภาพที่ 6	ภาพที่ 6 ผู้สร้างอ้างอิงจากตัวตนแบบที่เป็นบุคคลจริง (แฉัส ขวนขึ้น) โดยใช้ลักษณะเด่นของบุคคลมานำเสนอ อาทิ รอยสัก ไหลหวด การกระเบิดหู มาทำให้อยู่ในรูปแบบของการ์ตูน รวมถึงการใช้รหัสนำเสนอ (Presentational Code) ด้วยรหัสของการแสดงสีหน้า (Facial Expression Code) ซึ่งสามารถสร้างให้หักเหจากความเป็นจริง อย่าง ดวงตากลมโตเป็นประกาย ปาก อ้ากว้าง คิ้วยกสูง รวมทั้งรหัสของการแสดงท่าทาง (Bodily Posture Code) ด้วยการทิ้งตัว รวมถึงรหัสภาพแทน (Representational Code) ที่ใช้รหัสภาษา (Language Code) ตาม ไวยากรณ์ภาษาไทยจัดเรียงพยางค์และสระจนเกิดเป็นข้อความว่า “นางฟ้าซัด ๆ” ข้อความดังกล่าวยังต้องพึ่งพิงรหัสทางสังคม (Social Media) โดยเฉพาะคำว่า “นางฟ้า” ที่สังคมไทยมีมายาคติ (Myth) ว่าต้องเป็นสตรีหน้าตาสวยงามมีการกระทำที่ดีงามยิ่ง นอกจากนี้ยังใช้ดัชนี (Index) เป็นหยดน้ำบริเวณปากให้ผู้ใช้องไปถึง น้ำลายที่ไหลออกมาเมื่อมีอาการตกตะลึงหรือ อยู่ในอาการของความหลงใหล
 ผมไม่ สู้คน ภาพที่ 7	ภาพที่ 7 ยังคงใช้รหัสการ์ตูนเช่นเดิมและยังใช้รหัสของการแสดงสีหน้า (Facial Expression Code) เสนออารมณ์โกรธที่เกินจริงด้วยตำแหน่งของหัวคิ้วต่ำปลาย สูง ปากโค้งคว่ำและกัดฟัน ในภาพนี้ใช้รหัสของมุขตลก (Gag Code) เป็นตัวนำเสนอร่วม โดยใช้ความขัดแย้ง (The Reverse) ทำให้เกิดมุขตลก แต่มุขตลกจะทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อผู้ใช้สามารถถอดรหัส จากระหัสภาพแทน (Representational Code) อย่างรหัสภาษา (Language Code) คำว่า “ผมไม่สู้คน” จึงจะเห็นความขัดแย้งระหว่างภาพที่ปรากฏกับข้อความที่กำกับ นอกจากนี้ยังใช้ รหัสภาพแทนด้วยสัญลักษณ์ (icon) ท่อนไม้ และสัญลักษณ์ (Symbol) เส้นเลือดปูดบนหน้าผาก และเส้นโดยรอบแสดงอาการตัวสั่น
 เค้าเหนื่อย~ ภาพที่ 8	ภาพที่ 8 สำหรับสติ๊กเกอร์ไลน์ชุดนี้ (หมีขอ) ผู้สร้างใช้รหัสนำเสนอ (Presentational Code) ด้วยรหัสของมุขตลก (Gag Code) โดยใช้ลักษณะเหมือนมนุษย์ (Anthropomorphism) ที่นำ พฤติกรรม อารมณ์ต่าง ๆ ของมนุษย์ใส่ลงในสัตว์ (หมี) ผสมกับรหัสของการแสดงสีหน้า (Facial Expression Code) ที่คู่เสริมรวมกับการแสดงท่าทางร่างกาย (Bodily Posture Code) ด้วยการนอนคว่ำทอดกาย และยังใช้รหัสภาพแทน (Representational Code) ด้วยรหัส ภาษา (Language Code) “เค้าเหนื่อย~” และดัชนี (index) ของหยดน้ำบนใบหน้าแทนหยด เหงื่อ เมื่อมองรหัสย่อยต่าง ๆ ประกอบกันจะเข้าใจว่าสารหลักของสติ๊กเกอร์ไลน์นี้กำลังแสดง อาการเหนื่อยล้าโดยอาศัยภาพและข้อความประกอบกัน
 ภาพที่ 9	ภาพที่ 9 ยังคงใช้รหัสนำเสนอ (Presentational Code) ด้วยรหัสการ์ตูนและมุขตลกเหมือน ภาพที่ 4.3 ต่างที่รหัสของการแสดงสีหน้า (Facial Expression Code) ที่เรียบเฉยและใช้รหัส ท่าทาง (Posture Code) การนอนหลับคว่ำคู่กับรหัสภาพแทน (Representational Code) ด้วยสัญลักษณ์ (Symbol) ตัว Zzz ที่ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแทนเสียงกรน และสัญลักษณ์ (icon) หยดน้ำหัวกลับแทนน้ำมูกที่โป่งพองขณะหลับ โดยการถอดรหัสของสติ๊กเกอร์ไลน์ตัวนี้ผู้ใช้ ต้องเข้าใจความหมายของสัญลักษณ์เหล่านี้ร่วมด้วย
 มโนเกินงาม ปรี๊ด 200 บาท ภาพที่ 10	ภาพที่ 10 ผู้สร้างใช้ตัวตนแบบจากอาชีพตำรวจ (จารจร) มาสร้างให้อยู่ในรูปแบบของการ์ตูน โดย อาศัยรหัส (Cartoon Code) และการหักเหจากความจริง ทั้งนี้ยังใช้รหัสนำเสนอ (Presenta- tional Code) ด้วยรหัสของเสื้อผ้าและการปรากฏตัว (Clothes and Appearance Code) ด้วยเครื่องแบบตำรวจ การแสดงสีหน้า (Facial Expression) ที่เสนออารมณ์ ใช้รหัสภาพแทน (Representational Code) ด้วยรหัสภาษา (Language Code) โดยให้ข้อความที่อยู่ในกรอบ บอลลูกคำพูดล้อกับความเป็นการ์ตูน นอกจากนี้ยังและใช้ลายเส้นขยุกขยิกเป็นดัชนี (index) ถึงอารมณ์ที่หงุดหงิด

 ภาพที่ 11	ภาพที่ 11 ภาพนี้ใช้รหัสนำเสนอ (Presentational Code) ด้วยรหัสของเสื้อผ้า (Clothes and Appearance Code) แบ่งระหว่างตำรวจกับชาวบ้านที่สะท้อนสถานภาพในสังคม รวมถึงใช้รหัสของการแสดงท่าทาง (Bodily Posture Code) ด้วยการยกนิ้วชี้ขึ้นเสมือนการขอร้องความคิดเห็น และแสดงท่าทางนี้คือใช้รหัสของมุขตลก (Gag Code) ด้วย “การทำตัวเป็นผู้เชี่ยวชาญ” ด้านกฎหมายที่ขัดกับการแต่งกายแบบชาวบ้าน โดยการถอดรหัสมุขตลกนั้นจะต้องอาศัยรหัสภาพแทน (Representational Code) โดยเฉพาะรหัสภาษา (Language Code) ที่ทำให้เข้าใจถึงมุขตลกด้วย
 ภาพที่ 12	ภาพที่ 12 ผู้สร้างรหัสการ์ตูน (Cartoon Code) ที่ลดทอนความเหมือนจริงบนใบหน้าและสีระของมนุษย์มาสร้างการ์ตูนแร็คเตอร์ และใช้รหัสย่อยของรหัสนำเสนอ (Presentational Code) อย่างรหัสของการแสดงสีหน้า (Facial Expression Code) ที่เห็นได้ชัดจากรูปปาก รวมถึงรหัสของเสื้อผ้า (Clothes and Appearance Code) ที่นำชุดครุยมาสวมใส่ นอกจากนี้ภาพนี้ใช้รหัสของมุขตลก (Gag Code) โดยใช้วิธีการให้เกิดความหมายซ้อน (Double entendre) จากเสื้อผ้า โดยผู้ใช้จะเข้าใจถึงมุขตลกนี้ต่อเมื่อถอดรหัสภาษา (Language Code) ที่ว่า “จบยัง? เราจบแล้วนะ” ที่ไม่ได้มีความหมายถึงการถามเกี่ยวกับด้านการเรียนจบอย่างเดียว แต่มีความหมายของการเสียดสี เย้ยหยันซ้อนเข้าไปด้วย
 ภาพที่ 13	ภาพที่ 13 ใช้รหัสย่อยอย่างรหัสนำเสนอ (Presentational Code) เช่นกัน อาทิ รหัสของการแสดงสีหน้า (Presentational Code) นอกจากนี้ยังนำเสนอด้วยรหัสของมุขตลก (Gag Code) ด้วยวิธีการยึดตามตัวอักษร (Literalism) แต่มุขตลกนั้นจะปรากฏผลต่อเมื่อได้รับการช่วยเหลือจากรหัสของภาพแทน (Representational Code) อย่างรหัสภาษา (Language Code) ด้วยข้อความว่า “ดอกไม้จริงๆ” และการใช้สัญลักษณ์ (icon) ดอกไม้มาเป็นตัวเสริมให้เกิดภาพทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าใจมุขตลกที่เกิดจากการเล่นกับคำที่มีการออกเสียงคล้ายกัน ทั้งนี้ผู้ใช้เองต้องเข้าใจรหัสสังคม (Social Code) ด้วยว่าการออกเสียงคำดังกล่าวจะมีความหมายที่แฝงมาด้วยอย่างไร
 ภาพที่ 14	ภาพที่ 14 รหัสของการการ์ตูน (Cartoon Code) ถูกนำมาประกอบสร้างการ์ตูนแร็คเตอร์สติ๊กเกอร์ไลน์ โดยลดทอนความสมจริงทางสีและใช้รหัสนำเสนอ (Presentational Code) อย่างรหัสการแสดงสีหน้า (Facial Expression Code) ควบคู่ไปกับรหัสการแสดงท่าทาง (Posture Code) และใช้รหัสมุขตลก (Gag Code) ด้วยวิธีการเย้ยหยัน (Satire) แต่รหัสมุขตลกจะทำงานได้ต่อเมื่อมีรหัสภาพแทน (Representational Code) ด้วยรหัสภาษา (Language Code) ว่า “สามีกินปลาเยอะ ๆ นะคะ” และสัญลักษณ์ (icon) ของตัวปลาและกระทะมาเสริมจึงจะเห็นว่าผู้ส่ง (ภรรยา) กำลังเย้ยหยันผู้รับ (สามี) ว่ากินปลาแล้วจะมีสมองที่ฉลาดและความจำที่ดีกว่านี้ ความหมายจากตัวสารในสติ๊กเกอร์ตัวนี้อาจเคลื่อนไปตามการตีความของผู้ใช้แต่ละคนที่ใช้แสดงการต่อว่าหรือเสียดสีก็ได้
 ภาพที่ 15	ภาพที่ 15 ใช้รหัสนำเสนอ (Presentational Code) ด้วยรหัสของการแสดงสีหน้า (Facial Expression) ร่วมกับรหัสท่าทาง (Posture) ที่ใช้นิ้วจิ้มหากัน ประกอบกับดัชนี (index) ของหยดน้ำใหญ่กว่าปกติ (ล้อกับรหัสการ์ตูน) แทนอาการเหงื่อตก ผวนกับรหัสภาพแทน (Representational Code) อย่างรหัสภาษา (Language Code) ด้วยประโยคคำถาม “เงินออกหรือยัง?” การถอดความหมายจากสติ๊กเกอร์ไลน์นี้ผู้ใช้จำเป็นต้องถอดรหัสย่อย ๆ ต่าง ๆ ไปพร้อมกันจึงจะทราบว่าการที่เกิดขึ้นนี้คือ ความลำบากใจ แบ่งรับแบ่งสู้เมื่อถามถึงเรื่องเงินจากคู่สนทนา

ทั้งนี้ผู้วิจัยขอปิดท้ายบทความโดยการนำข้อมูลที่ได้อาจจากการศึกษามาผูกโยงกับเรื่องของวัจนกรรม (Speed Acts) เนื่องจากการวิเคราะห์ผลที่ตามมาทำให้ผู้เห็นเห็นว่าสติกเกอร์ไลน์ไม่ได้ให้เฉพาะข้อมูลหรือเนื้อหา (ตัวสาร) ที่มาพร้อมกับภาพหรือข้อความเพียงอย่างเดียว แต่ได้แฝงการกระทำบางอย่างหรือความคาดหวังของจากผู้ส่งเข้าไปอีกด้วย โดยผู้วิจัยได้นำการแบ่งประเภทวัจนกรรมของ J.L. Austin (1962) 3 แบบได้แก่ 1) วัจนกรรมตามคำตรง (Locutionary Act) 2) วัจนกรรมปฏิบัติ (Illocutionary Act) และ 3) ผลวัจนกรรม (Perlocutionary Act) โดยผู้วิจัยของนำภาพสติกเกอร์ไลน์ต่าง ๆ มาประกอบการผูกโยงกับเรื่องของวัจนกรรมดังต่อไปนี้

วัจนกรรมตามคำตรง (Locutionary Act)

คือการกล่าวถ้อยคำตามรูปภาษาอาจจะหนึ่งหรือหลายประโยคก็ได้ ในภาพที่ 16 จะเห็นว่าข้อความนั้นสื่อความหมายตามรูปของภาษาที่ควบคู่กับคำแรดเตอร์ สติกเกอร์ไลน์แต่ละตัวเป็นการสื่อสารที่ความหมายตรงไปตรงมา และทำหน้าที่เพียงให้ข้อมูลจากผู้ส่งไปยังผู้รับ



ภาพที่ 16 ตัวอย่างสติกเกอร์ไลน์ในกลุ่มวัจนกรรมตามคำตรง

วัจนกรรมปฏิบัติ (Illocutionary Act)

ข้อความที่บอกการกระทำหรือจุดประสงค์ของผู้พูด อาทิ การเสนอแนะ สัญญา ออกคำสั่ง ในภาพที่ 17 จะเห็นว่าผู้ส่งได้แฝงการกระทำบางอย่างเข้าไปโดยผู้รับสามารถตีความภายใต้บริบทหรือสามารถตีความหมายจากความน่าจะเป็นจากการอ่านข้อความได้ อาทิ

“เป็นเมียพี่เถอะ”	ได้บอกการกระทำถึงการขอร้องอ้อนวอน
“สู้ๆ นะ!”	ได้บอกการกระทำถึงการสั่งหรือการเสนอแนะ
“เผือกไปเรื่อย”	ได้บอก การกระทำถึงการต่อว่า ตำหนิ
“ดอกไม้จริง”	ได้บอก การกระทำถึงการด่า
“จะเข็ดมัย”	ได้บอก การกระทำถึงการข่ม



ภาพที่ 17 ตัวอย่างสติกเกอร์ไลน์ในกลุ่มวัจนกรรมปฏิบัติ

ผลวัจนกรรม (Perlocutionary Act)

การแสดงผลของถ้อยคำที่กล่าวออกมาโดยผู้พูดคาดหวังให้ผู้ฟังเข้าใจเจตนาของผู้พูดและกระทำบางอย่างตามที่ผู้พูดหวัง เช่น เมื่อผู้พูดส่งก็มีความคาดหวังว่าผู้ฟังจะทำตามที่ส่ง ในภาพที่ 18 เห็นว่าผู้ส่งได้มีความคาดหวังให้ผู้รับเข้าใจเจตนาที่ตนเองส่งสติกเกอร์ไลน์นี้มาและคาดหวังอีกว่าผู้รับจะทำตามที่ตนเองคาดหวังไว้ อาทิเช่น

“จู้ จู้”	ผู้ส่งคาดหวังให้ผู้รับเข้าใจถึงการขอให้เจียบหรือไม่พูดเรื่องนี้ออกไปและหวังให้ผู้รับทำตาม
“ดั่งหมด”	ผู้ส่งสามารถใช้ในการอ้อนวอนและคาดหวังว่าผู้รับจะให้ความช่วยเหลือในเรื่องเงินหรือเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องค่าใช้จ่าย
“ไม่กระตือรือร้นในการแชร์รูป”	ผู้ส่งมีความคาดหวังให้ผู้สนทนาแชร์รูปภาพต่างๆ มาให้ดู
“ดูเงินเราด้วย” :	ผู้ส่งมีความคาดหวังให้ผู้รับเกิดความสนใจและอาจจะให้การช่วยเหลือหรือสนับสนุนเรื่องการเงิน
“เงินเดือนออกหรือยัง”	ผู้ส่งคาดหวังคำตอบที่มากกว่าคำว่าออกแล้วหรือยังไม้ออก แต่คาดหวังให้ผู้รับเข้าใจเจตนาของตนเองและมีเกิดบทสนทนาในเรื่องเกี่ยวกับการเงินจนถึงการนำเงินที่ออกมามอบให้



ภาพที่ 18 ตัวอย่างสติ๊กเกอร์ไลน์ในกลุ่มผลวจนกรรม

สรุปผลของการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องการใช้รหัสของสติ๊กเกอร์ไลน์ในการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นพบว่าในสติ๊กเกอร์ไลน์แต่ละชุดนั้นผู้สร้างแต่ละคนจะมีรหัสหรือกฎเกณฑ์ในการสร้างผลงานตัวเอง โดยสังเกตได้จากลายเส้น และองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เหมือนหรือคล้ายกันอย่างมากใน 40 แบบ และในแต่ละตัวการ์แรเตอร์ของสติ๊กเกอร์ไลน์จะมีรหัสหลัก คือ รหัสนำเสนอ (Presentational Code) และ รหัสสภาพแทน (Representational Code) ซึ่งรหัสหลักนี้จะประกอบด้วยรหัสย่อยอันหลากหลายที่ผสมผสานและยืดหยุ่น โดยทำ

หน้าที่เป็นตัวจัดการเครื่องหมายต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความหมายถ่ายทอดระหว่างผู้ทำการสื่อสาร นอกจากนั้นรหัสเหล่านี้ไม่ได้แยกกันทำหน้าที่อย่างใด แต่เป็นเหมือนตัวช่วยเสริมตีกรอบและกำกับซึ่งกันและกันเพื่อการเข้ารหัสหรือถอดรหัสของผู้ใช้งานเอง การ์แรเตอร์สติ๊กเกอร์ไลน์อาจสื่อความหมายอย่างสะเปะสะปะหากไม่มีรหัสสภาพแทนอย่างรหัสภาษาข้อความอาจดูไม่มีน้ำหนักหรือความรู้สึกใด ๆ หากไร้รหัสนำเสนออย่างรหัสการ์ตูน โดยมักควบคู่กับรหัสของการแสดงสีหน้าที่เป็นส่วนสำคัญยิ่งของการ์แรเตอร์สติ๊กเกอร์ไลน์ เพราะจะสามารถแสดงอารมณ์หรือความรู้สึกที่เกิดขึ้นระหว่างการสนทนานั้นๆ รวมถึงเสื้อผ้า ท่าทางที่สะท้อนถึงชนชั้นทางสังคม ฐานะ และความเป็นตัวตนของผู้ใช้งาน เช่น สามิ ภรรยา ชาย หญิง เป็นต้น และทุกตัวสาร (Message) ที่ปรากฏบนสติ๊กเกอร์ไลน์ไม่ว่าจะเป็นภาพหรืออักษรที่ถูกส่งไปยังคู่สนทนาจะมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของวัจนกรรมทั้ง 3 แบบ เพราะผู้ส่งเองก็แฝงเจตนาหรือคาดหวังการกระทำบางอย่างที่ต้องการให้ผู้รับกระทำหรือปฏิบัติตามหรือกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดกลับมา โดยที่ผู้ส่งอาศัยการ์แรเตอร์ของสติ๊กเกอร์ไลน์ที่ตนเองคิดว่ามีความเหมาะสมในการสื่อสารและความเป็นตัวตนของผู้ส่งเองสื่อสารออกไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- นุชนารถ เพ็งสุริยา. “การใช้ภาษาเพื่อแสดงการดำเนินของคนไทย” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาศาสตร์ เพื่อการสื่อสาร คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549
- ประสพโชค นวพันธ์พิพัฒน์. “การใช้รหัสที่ปรากฏในงานของนักเขียนการ์ตูนไทย” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540
- ศักดิ์ดา วิมลจันทร์. เข้าใจการ์ตูน. พิมพ์ครั้งที่ 1. เรือนแก้วการพิมพ์, 2548
- อรรธรณ ปิรันธโรวาท. “กรอบวาทกรรมวิเคราะห์กับกรณีศึกษาไทย” ทุนวิจัยงบประมาณแผ่นดิน , 2544

ภาษาอังกฤษ

- Fiske ,J. (1982). Introduction to Communication Studies. 11 New Fetter Lane, London EC4P 4EE 29 West 35th Street, New York, NY 10001 : Methuen & Co. Ltd

ระบบออนไลน์

- ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2558). ถอดรหัส นวัตกรรมความสำเร็จ LINE. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2559 จาก : <http://positioningmag.com/57820>