

บทคัดย่อ

| | |
|--------------------------|---|
| ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ | ลักษณะการใช้ภาษาไทยในสื่อยูทูป |
| ชื่อผู้เขียน | ภัทราวรรณ ชัยตั้งจิต |
| ชื่อปริญญา | ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม) |
| ปีการศึกษา | 2563 |

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ในการศึกษา 2 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาลักษณะการใช้ภาษาไทยที่ใช้ในสื่อยูทูป 2) เพื่อหาแนวทางและข้อเสนอแนะในการใช้ภาษาไทยในสื่อออนไลน์ที่เหมาะสม โดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีวิจัยจากการวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) และวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำเสนอผลการวิจัยด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัยคือ ช่องยูทูป (Youtube Channel) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 ตอน จากช่องรายการยูทูป 2 ประเภท 2 ช่อง ได้แก่ ประเภทบุคคลและบล็อกช่อง Kyutae Oppa จำนวน 10 ตอน และประเภทครอบครัว ช่อง Little Monster Family จำนวน 10 ตอน เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคม 2563 - ตุลาคม 2563 โดยวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาพูดและภาษาเขียนของกลุ่มตัวอย่าง ในประเด็นระดับภาษา การใช้ภาษาเพื่อดึงดูดความสนใจ การใช้ภาษาเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และมาตรฐานตามหลักภาษา

ผลการวิจัยสามารถสรุปออกมาเป็นคุณลักษณะของการใช้ภาษาในสื่อยูทูปได้ 4 ประการ ดังนี้ 1) มักใช้ภาษาระดับไม่เป็นทางการและกันเองในการสื่อสาร 2) มักให้ความสำคัญกับอารมณ์ความรู้สึกมากกว่าความถูกต้องตามมาตรฐานหลักภาษา 3) มักใช้ภาษาที่ดึงดูดความสนใจ และ 4) มักใช้ภาษาที่สร้างความน่าเชื่อถือ

คำสำคัญ : การใช้ภาษา, สื่อสังคมออนไลน์, ภาษาในยูทูป, การใช้ภาษาไทยในสื่อออนไลน์, การใช้ภาษาไทยในยูทูป

ABSTRACT

| | |
|----------------------------|---|
| Title of Independent Study | Usage of Thai Language on Youtube |
| Author | Pattrawan Chaitungjit |
| Degree | Master of Arts (Communication and Innovation) |
| Year | 2020 |

The aims of this research are twofold: 1) to study the patterns and characteristics of Thai language on Youtube channels and 2) to get an approach and recommendations for appropriate use of Thai language on social media. The research used Qualitative Research Methods with Document Analysis, Content Analysis and Descriptive Analysis.

The research data consisted of 20 episodes of Youtube channel from 2 categories: personal and blog – Youtube channel “Kyutae Oppa” for 10 episodes, and family – Youtube channel “Little Monster Family” for 10 episodes, by collecting data from August 2020 - October 2020, in which the language usage of both speaking style and writing style from each channel were collected for the researcher to analyze language level, communication for attraction, communication for advertising and the accuracy according to Thai language standards.

The results of the research can be summarized as four features of online language use: 1) informal language was often used for communication 2) The speakers tended to focus on emotional use of language rather than the accuracy according to Thai language standards 3) The speakers often used language that attracted attention and 4) The speakers often used language that built credibility.

Keywords : Language Usage, Social Media, Communication on Youtube, Usage of Thai language on Social Media, Usage of Thai language on Youtube