



ลวัตของสำนวน สุภาษิตไทย

ในยุควัฒนธรรมสมัยนิยม

The Dynamic of Idioms and Thai Proverbs in the Popular Culture Period

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรมาภรณ์ ลิ้มปิเลศเสถียร

- สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร

- คณะมนุษยศาสตร์และประยุกต์ศิลป์

- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

-

- **Assistant Professor Paramaporn Limlertsathien**

- Department of Thai Language for Communication

- School of Humanities and Applied Arts

- University of the Thai Chamber of Commerce

- E-mail: L.porama@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งศึกษาสำนวน สุภาษิตไทยสมัยใหม่ในสื่ออินเทอร์เน็ตที่พลวัตไปตามสภาพสังคมปัจจุบัน ปัจจัยสำคัญที่ทำให้สำนวน สุภาษิตไทยเกิดการเปลี่ยนแปลง คือ ภาครัฐต้องการเปลี่ยนสำนวนไทย “รักวัวให้ผูก รักลูกให้ตี” เป็น “รักวัวให้ผูก รักลูกให้กอด” คนในสังคมออนไลน์ จึงสร้างกระแสตัดแปลงสำนวน สุภาษิตไทยใส่ทวิตเตอร์ ภายใต้แท็ก “# เปลี่ยนสุภาษิตเพื่อสังคมที่ดีขึ้น” โดยตัดคำ เพิ่มเติมคำ หรือสร้างประโยคต่อท้ายสำนวนเดิม เพื่อใช้ล้อเลียน เสียดสีการเมือง สังคม และนักแสดง สำนวนสุภาษิตไทยที่ถูกดัดแปลงแม้จะมีเนื้อหาโดยภาพรวมเพื่อสร้างอารมณ์ขันให้แก่ผู้อ่านเป็นส่วนใหญ่ก็ตาม แต่หากพิจารณาบริบททางสังคมก็จะพบว่า สำนวนสุภาษิตไทยดังกล่าวได้สะท้อนวัฒนธรรมสมัยนิยมไว้หลายประการ ดังเช่น ด้านการบริโภคนิยม ด้านเพศวิถีทางเลือกที่เปลี่ยนแปลงไปตามความหลากหลายทางเพศ ด้านการบูชาความงาม ด้านความนิยมวัฒนธรรมข้ามชาติ ด้านความ

นิยมในการใช้เทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น แม้จะเป็นกระแสการเล่นสนุกกับภาษา ในช่วงเวลาสั้น ๆ ที่ไม่อาจทำให้ความหมายดั้งเดิมของสำนวน สุภาษิตไทยต้องเปลี่ยนไปก็ตาม แต่ได้สะท้อนให้เห็นว่า คนรุ่นใหม่สามารถนำวัฒนธรรมสมัยนิยมที่มาพร้อมกับกระแสโลกาภิวัตน์ มาปรับประยุกต์ให้เข้ากับวัฒนธรรมทางภาษาได้อย่างสร้างสรรค์

คำสำคัญ: พลวัต สำนวน สุภาษิตไทย วัฒนธรรมสมัยนิยม

Abstract

This article focuses on the study of modernized Thai idioms and proverbs on the Internet that have been changed by the attitude of society at the present time. The important factors that cause Thai idioms and proverbs to be changed originate from the government sector that would like to change the meaning of the proverb “Spare the rod, spoil the child” in Thai. This proverb means “if you love your children, punish them when they do things wrong”. The government sector would like to adapt the meaning to “if you love your children, hug them”. Consequently, people in the online society create a trend of adapting Thai idioms and proverbs on Twitter under the tag “adapting proverbs for a better society” by adding words, eliminating words or adding new sentences at the end of those idioms and proverbs. The purpose is to be sarcastic, or parodying politics, society, and celebrities. Most meanings of these adapted Thai idioms and proverbs are to create a sense of humor for readers. However, if we consider the social contexts, we find that these Thai idioms and proverbs reflect much on the popular culture, such as, consumerism, alternative sexuality, beauty worship, the popularity of cross cultural assimilation, and the popularity of the usage of modernized communication technology. A short trend of this phenomenon of playing with language, however, does not change the original meaning of Thai idioms and proverbs. They reflect that the new generation can creatively apply popular culture and globalization trends to the culture of language.

Keywords: Dynamic, Idioms, Thai Proverbs, Popular Culture

บทนำ

ภาษานับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญอีกประการหนึ่งที่มนุษย์ใช้สื่อสาร ภาษาประกอบด้วยอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดของผู้ส่งสารที่ส่งไปยังผู้รับสาร และสังคม นอกจากนั้น ภาษายังทำหน้าที่ถ่ายทอดประสบการณ์จากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง เพื่อสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ ภาษายังเป็นส่วนหนึ่งของการสืบทอดวัฒนธรรมในด้านต่าง ๆ ทั้งยังเป็นเครื่องแสดงภูมิปัญญาของคนในแต่ละยุคสมัย ไม่ว่าจะเป็นการสะท้อนองค์ความรู้ผ่านเพลงพื้นบ้าน เพลงกล่อมเด็ก คำสอน นิทานพื้นบ้าน บทละคร ความเชื่อ ตลอดจนสำนวน สุภาษิต คำพังเพย ฯลฯ

สำนวน สุภาษิตไทยถือเป็นภูมิปัญญาในการใช้ภาษาไทยอีกรูปแบบหนึ่ง ที่เป็นเครื่องชี้ให้เห็นความสามารถทางภาษา ทั้งนี้เพราะ “สำนวน” เป็นถ้อยคำที่ได้มีความหมายตรงไปตรงมาตามตัวอักษร หรือแปลตามรากศัพท์ แต่เป็นถ้อยคำที่มีความหมายเป็นอย่างอื่น คือ เป็นชั้นเชิง ชวนให้คิด ซึ่งอาจจะเป็นในเชิงเปรียบเทียบหรืออุปมาอุปไมย (ไซลิริ ปราโมช ณ อยุธยา, 2526: 4) โดยมีรูปแบบการใช้ภาษาที่ต้องผ่านการเรียบเรียงถ้อยคำ การรวมข้อความยาว ๆ ให้สั้น โดยนำถ้อยคำเพียงไม่กี่คำมาเรียงร้อย ใส่สัมผัสให้ไพเราะ สละสลวย อาจใช้เป็นเครื่องเหนี่ยวรั้ง สะกิดเตือนใจให้คนเรามีความระลึกรอบคอบว่าทำอะไร ให้ผลเป็นอย่างไร ใครควรดูแลอย่างรอบคอบแล้ว หากว่าสำนวนภาษิตติดอยู่ในใจ คำเหล่านี้จะเป็นเครื่องชี้ทางให้ทำสิ่งถูกต้องสถานเดียว เป็นคำสอนที่รู้หน้าที่ รู้กาลเวลา รู้จักตนและวางตน รู้จักสังคม และเป็นเครื่องชี้แนวการปฏิบัติตนต่อผู้มีอุปการคุณ ผู้ใหญ่และผู้มีอาวุโสทั่วไป เป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นวิถีการดำเนินชีวิตในอดีต (บุญเกิด

รัตนแสง, 2536: 25)

สำนวน สุภาษิตไทยจึงเป็นวัฒนธรรมทางภาษาที่มีคุณค่า ในฐานะเป็นภูมิปัญญาที่มุ่งสอนมนุษย์ให้รู้จักน้อมนำธรรมชาติและสรรพสิ่งรอบตัว มาเป็นเครื่องมือขัดเกลาพฤติกรรมต่าง ๆ ของตนได้อย่างแยบยล อย่างไรก็ตาม ทุกภาษาที่ใช้สื่อสารในโลกย่อมมีลักษณะร่วมที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ภาษาย่อมเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือพลวัตไปตามมิติของสังคมเสมอ ทั้งนี้เพราะ “มนุษย์เราใช้ภาษาควบคู่ไปกับการดำรงชีวิต ภาษาจึงอาจรับผลจากความเจริญหรือความเสื่อมของมนุษย์ด้วย” (กาญจนา นาคสกุล, 2545: 12) การใช้สำนวน สุภาษิตไทย เป็นวัฒนธรรมทางภาษาอย่างหนึ่ง จึงย่อมมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ดังจะเห็นได้จากคำกล่าวของ ไซลิริ ปราโมช ณ อยุธยา (2526: 1) ที่ได้กล่าวไว้ในผลงานวิจัยเรื่อง “การเปลี่ยนแปลงของถ้อยคำและความหมายของสำนวนไทย” ไว้ว่า “สาเหตุที่ทำให้เราไม่เข้าใจความหมายของสำนวน หรือใช้สำนวนผิดอาจมีหลายสาเหตุด้วยกัน แต่สาเหตุสำคัญอย่างหนึ่งก็คือ มีการเปลี่ยนแปลงถ้อยคำและความหมายของสำนวนเก่า ทั้งนี้เนื่องจากเวลาผ่านไป สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เปลี่ยนไป คนรุ่นใหม่จึงใช้สำนวนตามความเข้าใจของตนซึ่งผิดไปจากสำนวนเดิม”

การเปลี่ยนแปลงของสำนวน สุภาษิตไทย ในสมัยปัจจุบัน จะสังเกตได้ว่ามีหลายสำนวนที่ถูกดัดแปลงไปจากสำนวนเดิม ทั้งในด้านรูปแบบและความหมาย ดังเช่น สำนวนไทยในสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต หากพิจารณาความหมายใหม่ที่ปรากฏพบว่า ไม่เพียงแต่จะแสดงให้เห็นธรรมชาติและลักษณะเฉพาะของภาษาไทยที่สามารถนำมา “เล่น” เพื่อเสียดสีหรือล้อเลียนสังคมได้เท่านั้น แต่ในมิติของ

“ภาษา” กลับมีข้อเท็จจริงของสังคมบางประการแฝงอยู่ นั่นก็คือ ภาพสะท้อนของวัฒนธรรมสมัยนิยมหรือวัฒนธรรมประชานิยม

จากปรากฏการณ์ดังกล่าว จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจศึกษาว่า พลวัตของสำนวน สุภาษิตไทยสมัยใหม่ในสื่ออินเทอร์เน็ต ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมสมัยนิยมอย่างไร และกระแสโลกาภิวัตน์สามารถผสมผสานภูมิปัญญาไทยสมัยเก่า ให้เข้ากับกระแสวัฒนธรรมโลกสมัยใหม่ได้อย่างผสมกลมกลืนหรือไม่

กระแสการเปลี่ยนสำนวน “รักวัวให้ผูก รักลูกให้กอด” กับพลวัตของสำนวนไทยในสื่อออนไลน์

สำนวน สุภาษิตไทย ถือเป็นภูมิปัญญาไทยอีกประเภทหนึ่ง หากจะศึกษาตามกรอบของทฤษฎีคติชนสมัยใหม่ (Modern Folklore) ก็พบว่า สามารถพลวัตไปตามกระแสสังคม ซึ่งไม่ต่างไปจากข้อมูลคติชนอีกหลายประเภท ดังที่ ศิราพร ณ ถลาง (2548: 408-409) ได้กล่าวไว้ ดังนี้

ในบริบทของยุคเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน (อย่างน้อยก็สองทศวรรษมานี้) เราจะเห็นว่าข้อมูลคติชนหลายประเภท โดยเฉพาะเรื่องเล่าปริศนาคำทาย การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ของเด็ก สามารถปรับเปลี่ยนตัวเองและก้าวไปในกระแสสมัยใหม่ได้อย่างน่าสนใจ สะท้อนให้เห็นว่าคติชนสามารถ “รับใช้” folk ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ที่เล่นอินเทอร์เน็ต หรืออาจกล่าวได้ว่าเทคโนโลยีสมัยใหม่ และคนรุ่นใหม่ก็ได้ช่วยถ่ายทอดคติชน โดยใช้สื่อสมัยใหม่ผ่านทางเว็บไซต์ต่าง ๆ นอกจากนี้ ปัจจุบันนี้ คนที่เล่นอินเทอร์เน็ตทั้งไทยและเทศนิยมส่งต่อข้อมูลข่าวสารผ่านอีเมล ทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า Email Folklore หรือ Forwarded Email

และสิ่งที่มักส่งต่อให้อ่านกันก็เป็นข้อมูลคติชนอยู่เป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเล่าสมัยใหม่ ทั้งเรื่องผี เรื่องข่าชยัน ปริศนาคำทาย ความเชื่อต่าง ๆ ดังนั้น ผู้เขียนจึงเห็นว่า คติชนในอินเทอร์เน็ต (Internet Folklore หรือ Netlore) จึงเป็นกลุ่มข้อมูลคติชนสมัยใหม่ที่นักคติชนวิทยาควรสนใจศึกษาวิเคราะห์ เพื่อให้เข้าใจความคิด ความรู้สึกและจินตนาการของ Folk ในปัจจุบันนี้

สาเหตุสำคัญที่ทำให้สำนวน สุภาษิตไทยในสื่ออินเทอร์เน็ตมีการเปลี่ยนแปลงอย่างกว้างขวาง เกิดจากกรณีที่คณะกรรมการศึกษาปฐมวัยแห่งชาติได้เสนอให้เปลี่ยนสุภาษิตไทยจาก “รักวัวให้ผูก รักลูกให้ตี” เป็น “รักวัวให้ผูก รักลูกให้กอด” การสร้างวาทกรรมใหม่ให้กับสำนวนนี้ ภาครัฐได้ให้เหตุผลว่าเป็นการเปลี่ยนเพื่อให้เกิดค่านิยมใหม่ ที่จะช่วยเติมเต็มความอบอุ่นในครอบครัวมากขึ้น และเพื่อใช้เป็นนโยบายยุทธศาสตร์การศึกษาปฐมวัย และคาดว่าจะใช้ดำเนินการในปีการศึกษา 2556

ข้อเสนอดังกล่าวได้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ไปในวงกว้าง และมีนักวิชาการหลายท่านได้เสนอมุมมองต่อกรณีนี้อย่างหลากหลาย เช่น ศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา นาคสกุล ราชบัณฑิตด้านภาษาไทย สำนักศิลปกรรม ราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้ความเห็นว่า เป็นเรื่องประหลาด สุภาษิต คำพังเพยเป็นคำโบราณที่มีมานานแล้ว ซึ่งเห็นว่าของเก่าดีอยู่แล้ว ไม่ควรเปลี่ยน แต่ควรสร้างคำใหม่ และที่เด็กไทยปัจจุบันมีความประพฤติไม่ดี ส่วนตัวเห็นว่าเพราะผู้ใหญ่ไม่ดีเด็ก ส่วนการกอดก็สามารถทำได้แต่ไม่ใช่ทุกกรณี

ข่าวการเสนอเปลี่ยนสำนวน สุภาษิตไทย จึงเป็นเหตุให้ชุมชนออนไลน์อย่างทวิตเตอร์ ได้มีการตั้ง HashTag # (เรื่องหรือประเด็นที่คนพูดถึงบ่อย ๆ) ว่า “เปลี่ยนสุภาษิตเพื่อสังคมที่ดีขึ้น” ส่งผลให้มีคน

จำนวนมากในสังคมออนไลน์ส่งข้อความตัดแปด เช่น ข้อมูลสำนวนไทยสมัยใหม่ที่ลงเผยแพร่ในเว็บไซต์
สำนวน สุภาษิต มาแลกเปลี่ยนกันอย่างสนุกสนาน ดัง กระจุกดอกคอม ดังต่อไปนี้

@pangSberry	น้ำขึ้นให้รีบตัก น้ำหมักต้องบ้าแข็ง
@iSinguto	ความรู้ท่วมหัว หาหัวไม่ได้
@the_bunz	คัพชื้อยู่ได้ คัพเออชื้อยาก
@3ew3ew	มีทองเท่าหัว ไม่ต้องมีตัวก็ได้
@prem_sapan	ว่าแต่ดีแท้ค เทรุมฟูเป็นเอง
@kannakab	จับแมวชนมาร์ค
@ViewCUD	อ่านสคริปเป็นต่อ รูปหล่อเป็นฝ่ายค่าน
@nicotines	ชื้อยู่คองอด คดกินได้นาน
@Se7eN_JeD	เพื่อนกินหาง่าย เพื่อนจ่ายหายาก
@ikoppys	ที่ใดมีรับ ที่นั่นมีรุก
@OnionPenzz	ปั้นน้ำเป็นเงิน
@FilMyTT	จับเงินชนทอง
@OngChayAsuji	มือไม่พิมพ์ เอาเมาส์ลากก็อป
@OngChayAsuji	สำเนียงส่อภาษา กริยามี 3 ช่อง
@pannathidar	คารมเป็นต่อ รูปหล่อเป็นเกย์
@namnotepeace	น้ำมันขึ้นให้รีบชื้อรถ
@Graf_law	อย่าไว้ใจทาง อย่าวางใจแมว
@OngChayAsuji	ชาติเสือต้องไว้ลาย ชาติชายได้กันเอง
@leedongeye98	มีทองท่วมหัว ไม่เท่ามีตัวเป็นชื้อวน
@TearsFate :	ผู้ชายท่วมหัว เอาเป็นตัวไม่ได้
@iTooN_O :	มีหนี่ท่วมหัว ดีกว่ามีตัวเป็นเกย์
@teukkiez_TeenGa	ตำแทบเลต ละลายแม่น้ำ
@mrbt_Yoseob :	รักวัวให้ผูก รักลูกให้ไอแพด
@ViewCUD :	สำเนียงส่อภาษา กริยามี 3 ช่อง
@jeansbb :	ชาติเสือต้องไว้ลาย ชาติชายได้กันเอง
@Protozoa_zoa	ไก่อามเพราะชน คนงามเพราะไฟโต้ชอป
@powpukka_gs	ไก่อามเพราะชน คนงามเพราะ camera 360
@Chaypetch :	ไก่อามเพราะชน คนงามเพราะโบทีอกซ์
@TheIKnot	โจรปล้น 10 ครั้งไม่เท่าสรรพากรย้อนภาษีครั้งเดียว
@nungning4 :	พูดไปสองไพเบี้ย นิ่งเสียเถอะพลอยเหมอมาลัย

@vwiriya	อยู่บ้านท่านอย่านั่งดูตาย สอนกังนัมสโตลีให้ลูกท่านเดิน
@GeekJuggler	อยู่สภาย่านั่งดูตาย บั่นไอเดียควาย ๆ ให้เราฮาเล่น
@joeyen80 :	มีทองท่วมหัว ไม่เท่าเสียผิวให้กระเทย
@NongMc	อยู่บ้านท่านอย่านั่งดูตาย ขโมยไวไฟท่านมานั่งเล่น
@Baby_Bbounce	เอาหูไปนา เอาตาไปพารากอน
@anotherdaystk	อย่าไว้ใจทาง อย่าวางใจสาว
@gudamung	น้ำร้อนปลาเป็น น้ำเย็นปลาหนาว
@NIRKAS	ปลาหมอตายเพราะป่วย
@NIRKAS	เพื่อนเก่งหาง่าย เพื่อนชายหายาก

เมื่อพิจารณาข้อความในสำนวน สุภาษิตไทย สามารถนำมาจัดประเภทแนวคิดหลักได้ ดังตัวอย่าง
สมัยใหม่ที่ถูกนำมาดัดแปลง แต่งเติม พบว่า ส่วนใหญ่ ต่อไปนี้
นำมาจากกระแสสังคมในหลากหลายประเด็น ซึ่ง

สำนวนเก่า	สำนวนใหม่	แนวคิดหลัก
คารมเป็นต่อ รูปหล่อเป็นรอง	อ่านสคริปเป็นต่อ รูปหล่อเป็นฝ่ายค้าน	ด้านการเมือง
จับแพะชนแกะ	จับแมวชนมาร์ค	ด้านการเมือง
อย่าไว้ใจทาง อย่าวางใจคน	อย่าไว้ใจทาง อย่าวางใจแมว	ด้านการเมือง
ยุงร้ายกว่าเสือ	นักการเมือง ร้ายกว่าเสือ	ด้านการเมือง
อยู่บ้านท่านอย่านั่งดูตาย บั่นวับบั่นควายให้ลูกท่านเล่น	อยู่สภาย่านั่งดูตาย บั่นโครงการควาย ๆ ให้เราฮาเล่น	ด้านการเมือง
โจรปล้น 10 ครั้ง ไม่เท่าไฟไหม้แค่ครั้งเดียว	โจรปล้น 10 ครั้ง ไม่เท่าสรรพากรย้อนภาษีครั้งเดียว	เสียดสีสังคม
ชื้อกินไม่หมด คดกินไม่นาน	ชื้อยั้งคงอด คดกินไต้หวัน	เสียดสีสังคม
เพื่อนกินหาง่าย เพื่อนตายหายาก	เพื่อนกินหาง่าย เพื่อนจ่ายหายาก	เสียดสีสังคม
พูดไปสองไพเบี้ย นิ่งเสียตำลึงทอง	พูดไปสองไพเบี้ย นิ่งเสียเถอะ พลอยเหมอมาลัย	เสียดสีดารา
ปลาหมอตายเพราะปาก	ปลาหมอตายเพราะป่วย	ตลกขบขัน
น้ำร้อนปลาเป็น น้ำเย็นปลาตาย	น้ำร้อนปลาเป็น น้ำเย็นปลาหนาว	ตลกขบขัน
กำซี้ดีกว่ากำตด	กำซี้ดีกว่ากำตด แต่กำซี้สด ๆ กำตดจะดีกว่า	ตลกขบขัน
ทำผิดเป็นครู	ทำผิดเป็นครู แต่ถ้าผิดอย่างถูกเป็นคนบดี	ตลกขบขัน
แพ้เป็นพระ ชนะเป็นมาร	แพ้เป็นพระ ชนะเป็นเจ้าอาวาส	ตลกขบขัน

นอกจากนี้ ยังมีการนำสำนวน สุภาษิตไทย ดัดแปลงมาร้อยเรียงเป็นบทกลอน เพื่อนำเสนอ

หยิบสำนวนไทยแท้มาแก้ต่าง
 สุภาษิต คิดซ้ำซ้ำ ไม่ธรรมดา
 เลี้ยงนกเขาเข้าประกวดตำรวจไล่
 วัวหายก็แจ้งความ ติดตามที่
 คบคนพาล พาลพาไปหาผิด
 คบคนให้ดูฐานะ จะรุ่งเรือง
 หวานเป็นลม ชมช่วยพาไปหาหมอ
 พอน้ำขึ้นให้รีบอวปโรตทราบกัน
 มือไม่พาย เรือไม่ไป จริตใหม่พี่
 ยุ่งเหมือนนักเรียนตีกันไม่บรรเทา
 ไม้ล้มข้ามได้เขาไม่ว่า
 ใก้เห็นตีนงู อย่างรู้ใจ
 ทำดี ได้ดี หรือมีหัว
 ชื่อกินเร็วหมดจะอดขม

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ในปัจจุบันถือเป็นยุคสังคมข่าวสาร (Information Society) ผู้คนสามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น การบริโภคข้อมูล ข่าวสารทาง อินเทอร์เน็ต หรือ การค้นคว้าหาความรู้ต่าง ๆ ผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ต ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต เพราะ อินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่มีคุณสมบัติเข้าถึงมวลชนกลุ่ม ใหญ่ในสังคมได้อย่างสะดวกง่ายดาย สอดคล้องกับ ผลการวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจ และพฤติกรรมการใช้ อินเทอร์เน็ตของเยาวชนไทย” ของ วิภาดา พรสกุล- วานิช (2550: 29) ที่สรุปว่า “ปัจจัยที่เยาวชนไทยใช้ อินเทอร์เน็ต เมื่อเรียงตามลำดับเหตุผลสำคัญที่สุด มีดังนี้ 1. เพื่อค้นหาข้อมูล 2. เพื่อการผ่อนคลายและ ความบันเทิง 3. เพื่อหาเพื่อนคุย 4. เพื่อการสื่อสาร และเข้ากลุ่ม”

เนื้อหาในหลากหลายมิติของสังคมอีกด้วย ดังเช่น ข้อมูลที่เผยแพร่ในบล็อกไอเคเนชั่น ดังนี้

คำพังเพยเอ่ยอ้างช่างสรรหา
 แต่งเสริมคำ ให้ฮาป่วนแบบยวนยี
 เพราะมีไชนกเรา นกเขานี้
 รำไม่ดีหมูไม่กินจึงสิ้นเปลือง
 คบบัณฑิต บัณฑิตพาไปหาเรื่อง
 ชื่อผ้าเหลือง ดูเสื้อแดง พวกแม่งมัน
 คารมเป็นต่อ รูปหล่อเป็นเกย์ จึงเห็น
 ประปานั้น จะรื้อทอ ไม่รอเรา
 รักฟัวให้ผูก รักลูกให้ตี ไม่มีเหงา
 เสียทองเท่ากับหัว...เอาหัวไป
 ถ้าแม้วมาล้มคะมา ตีบ้ำข้าไหม
 งูเห็นนมไก่ ได้อารมณ์
 แต่ทำชั่วได้ดีนั้นมึม
 คดสะสมกินล้างผลาญได้นานเอย

การดัดแปลงสำนวน สุภาษิตไทยดังกล่าว ได้สะท้อน ให้เห็นว่า ภาษามีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอย่าง ใกล้ชิดจนไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ในขณะที่ เดียวกันเมื่อเรามองว่าภาษาเป็นส่วนหนึ่งของ วัฒนธรรม คุณสมบัติใดที่วัฒนธรรมร่วมสมัยมี ภาษาย่อมมีตามไปด้วย ดังข้อสรุปของนักวิชาการด้าน วัฒนธรรมศึกษาที่กล่าวถึงความสำคัญของวัฒนธรรม ว่าสามารถเป็นตัวกลางช่วยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ของผู้คนในบริบททางสังคมและวัฒนธรรมนั้น ๆ ไว้ว่า

“เมื่อมองดูสังคมใด ๆ เราอาจจะเห็นคุณค่า ลักษณะต่าง ๆ หรืออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมใน สังคมนั้นๆ ซึ่งอาจจำแนกได้สองทาง คือ

1) ปรากฏการณ์ที่สังเกตเห็นได้ เช่น ความ ประพฤติ ผลผลิต รูปแบบการปฏิบัติงาน (Behavior, Products, Interaction Patterns) รวมทั้งภาษา ขนบธรรมเนียมต่าง ๆ

2) ปรากฏการณ์ที่สังเกตเห็นไม่ได้ เช่น ความคิด ความเชื่อ ความต้องการ จุดมุ่งหมายของปัจเจกบุคคล ระบบค่านิยม คุณค่าในสังคม เป็นต้น” (จุฑาพรรณี ผดุงชีวิต, 2550: 10)

สำนวน สุภาษิตไทยออนไลน์ในสื่ออินเทอร์เน็ต หากพิจารณาในเชิงโครงสร้างด้านภาษาศาสตร์ พบว่ามีลักษณะการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านถ้อยคำและความหมาย กล่าวคือ มีทั้งการเพิ่มคำ ตัดคำ และลำดับคำใหม่ (ไชลิริ ปราโมช ณ อยุธยา, 2526: 4) เช่น เพื่อนเก่งหาง่าย เพื่อนชายหายาก, อย่าไว้ใจทางอย่าวางใจสาว, ปลายทางตายเพราะป่วย, รักวัวให้ผูก รักลูกให้ไอแพด, คารมเป็นต่อ รูปหล่อเป็นเกย์ ความรู้ท่วมหัว หาตัวไม่ได้ ฯลฯ

การศึกษาพลวัตของสำนวนไทยในสื่ออินเทอร์เน็ตในบทความนี้ มุ่งศึกษาในมิติแนวคิดทางมานุษยวิทยาร่วมสมัยและวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) เพื่อที่จะชี้ให้เห็นว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมมีอิทธิพลต่อการพลวัตของสำนวน สุภาษิตไทยในโลกออนไลน์อย่างไร และปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นครั้งนี้ ผู้คนในสังคมร่วมสมัยสามารถนำภูมิปัญญาทางภาษา มาปรับประยุกต์ให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันได้สร้างสรรค์มากน้อยเพียงใด

วัฒนธรรมสมัยนิยมกับสำนวน สุภาษิตไทยออนไลน์ในสื่ออินเทอร์เน็ต

การศึกษาเกี่ยวกับ “วัฒนธรรมสมัยนิยม” ในปัจจุบันกำลังได้รับความสนใจจากนักวิชาการในวงกว้าง มีหลายสถาบันได้จัดอภิปราย บรรยาย เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยมกันอย่างแพร่หลาย ดังเช่น ในปี พ.ศ. 2557 สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล ร่วมกับศูนย์วิจัยพหุลักษณะสังคมลุ่มแม่น้ำโขง คณะ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้จัดการประชุมวิชาการระดับชาติในหัวข้อ “ภาษาและวัฒนธรรม 2557” โดยมุ่งประเด็นศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมสมัยนิยมหรือวัฒนธรรมกระแสหลักจากมุมมองของศาสตร์ต่าง ๆ อาทิ วัฒนธรรมดนตรี วัฒนธรรมบนสื่อออนไลน์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ วัฒนธรรมสมัยนิยมกับการเมือง การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สื่อสาธารณะ แฟชั่น วัฒนธรรมสมัยนิยมในอาเซียน และวัฒนธรรมนิยมกับการศึกษา ทั้งนี้ ในหลักการและเหตุผลของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติในครั้งนั้น ได้ให้นิยาม “วัฒนธรรมสมัยนิยม” ไว้ดังนี้

วัฒนธรรมสมัยนิยม (Popular culture) เดิมทีคำว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมถูกใช้กับวัฒนธรรมของชนชั้นล่างซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของสังคม วัฒนธรรมสมัยนิยมเกิดขึ้นในเวลาไล่เลี่ยกับแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมศึกษา (Cultural studies) แต่มาเป็นที่รู้จักในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 ในยุคที่สื่อสาธารณะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิต การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนในสังคม ในขณะที่วัฒนธรรมศึกษาสนใจสร้างทฤษฎีเพื่ออธิบายอำนาจ และการสร้างความหมายจากแนวคิดทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ ที่มีผลต่อวิถีชีวิตหรือวัฒนธรรม วัฒนธรรมสมัยนิยมก็ถูกเข้าใจตรงกันว่า สนใจสิ่งที่เป็นแฟชั่น สิ่งเป็นเรื่องร่วม หรือเรื่องที่คนส่วนใหญ่ในสังคมมีความคุ้นเคย ซึ่งแสดงออกในทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นอาหาร การแต่งกาย สื่อ วรรณกรรม ความคิด ทักษะคิด ฯลฯ ความที่ไม่ใช่วัฒนธรรมชั้นสูงทำให้วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นสิ่งที่จับต้องเข้าถึงได้ง่าย และเป็นสิ่งที่ถูกยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมกระแสหลักของสังคม (มหาวิทยาลัยมหิดล, สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย, 2556)

เมื่อพิจารณาสำนวน สุภาษิตไทยในสื่อ อินเทอร์เน็ต ปรากฏว่ามีการเปลี่ยนแปลงทั้งถ้อยคำ และความหมาย ซึ่งมีที่มาจากเรื่องราวอันหลากหลาย

ในสังคมปัจจุบัน และได้สะท้อนให้เห็นอิทธิพลของ วัฒนธรรมสมัยนิยมในหลายประเด็น ดังจะอธิบาย แต่ละประเด็น ต่อไปนี้

สำนวน สุภาษิตไทยสมัยใหม่ที่สะท้อนวัฒนธรรมสมัยนิยมด้านบริโภคนิยม

สำนวนเก่า	สำนวนใหม่
เอาหูไปนา เอาตาไปไร่	เอาหูไปนา เอาตาไปพาราگون
รักวัวให้ผูก รักลูกให้ตี	รักวัวให้ผูก รักลูกให้ไอแพด
ตำน้ำพริกละลายแม่น้ำ	ตำแทบเลต ละลายแม่น้ำ
ปั้นน้ำเป็นตัว	ปั้นน้ำเป็นเงิน
จับแพะชนแกะ	จับเงินชนทอง
น้ำขึ้นให้รีบตัก	น้ำขึ้นให้รีบตัก น้ำหมักต้องป่าเซ็ง
เสียทองเท่าหัว ไม่ยอมเสียผ้าให้ใคร	เสียทองเท่าหัว ตูยยอมเล็กกับผ้าดีกว่า มีทองเท่าหัว ไม่ต้องมีผ้าก็ได้

บริโภคนิยม (Consumerism) เป็นผลผลิต ที่เกิดขึ้นในวิถีการผลิตแบบทุนนิยมสมัยใหม่ โดยมี วัตถุประสงค์หลัก เพื่อให้มนุษย์ต้องการบริโภคมากขึ้น วัฒนธรรมบริโภคนิยมจึงเป็นปรากฏการณ์ทางสังคม และวัฒนธรรมร่วมสมัย ซึ่งแผ่ขยายออกไปอย่าง กว้างขวางในคนกลุ่มต่าง ๆ โดยมีสื่อเป็นตัวกลางใน การกระตุ้น ชักจูง หรือโน้มน้าวให้มนุษย์มีความรู้สึก คล้อยตาม ต้องการบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ ใน ชีวิตประจำวัน ดังจะเห็นได้ว่า วาทกรรมบริโภคนิยม ที่ปรากฏในสำนวนไทยสมัยใหม่ สื่อให้เห็นค่านิยม การบูชาวัตถุ สังคมไทยยังให้ความสำคัญกับเรื่อง “เงิน ๆ ทอง ๆ” ซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์ของความมั่งคั่ง ร่ำรวย หรือการกล่าวถึงห้างพาราگون ไอแพด แทบเลต ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นวัตถุ สินค้า ซึ่งอยู่ใน กระแสวัฒนธรรมสมัยนิยม โดยการบริโภควัตถุ ต่าง ๆ เหล่านี้ ผู้บริโภคจะไม่ได้มุ่งเน้นคุณค่าของวัตถุ ในแง่ของประโยชน์การใช้สอยเป็นหลัก หากเป็นการ บริโภคเชิงสัญลักษณ์มากกว่า และสัญลักษณ์ที่ว่านี้ ก็หมายถึง ความทันสมัย นั่นเอง การดัดแปลงสำนวน สุภาษิต

ไทยสมัยใหม่ ในประเด็นนี้ จึงชี้ให้เห็นว่า คนร่วม สมัยเกิดการเรียนรู้เท่าทันกระแสโลก สามารถปรับ ตัวให้เท่าทันความเปลี่ยนแปลง อีกทั้งยังสามารถนำ วัฒนธรรมบริโภคนิยมของคนร่วมสมัยมา “เล่น” ผสม ผสานกับภูมิปัญญาไทยได้อย่างสร้างสรรค์

สำนวน สุภาษิตไทยสมัยใหม่ ที่สะท้อน วัฒนธรรมสมัยนิยม ด้านเพศวิถีทางเลือกที่ เปลี่ยนไปตามความหลากหลายทางเพศ

กฤตยา อาชวนิจกุล (2554: 45) ได้กล่าวถึง เพศวิถีที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปในสังคมไทย (Sexuality Transition in Thai Society) ว่า

การเติบโตของยุคไอทีและสื่อสารสนเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ได้ส่งผลต่อการ เปลี่ยนแปลงเพศวิถี ลิทธิและเสรีภาพทางเพศ ของปัจเจกบุคคลเป็นอย่างมาก และเพศวิถี มิใช่เรื่องหยุดนิ่ง แต่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ในแง่ปัจเจกบุคคล เพศวิถีจึงเป็นกระบวนการชีวิตที่ยาวนานของคน ๆ หนึ่ง มีการเติบโต

และเปลี่ยนแปลงเพื่อที่จะตอบโต้หรือยอมตามต่อกรอบกติกา เรื่องเพศที่ปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น และสัมพันธ์กับเหตุการณ์ต่าง ๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ในแง่ระบบสังคม เพศวิถีจึงมีที่ทางอยู่บนกฎเกณฑ์ของการเมือง ศีลธรรมและแนวปฏิบัติเรื่องเพศ หรือวัฒนธรรมทางเพศในแต่ละสังคม ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา

ในสำนวน สุภาษิตไทยสมัยใหม่ ได้มีการดัดแปลงเนื้อหาให้สอดคล้องกับปรากฏการณ์ความหลากหลายทางเพศ (Sexual Diversities) กล่าวคือ จะมีการกล่าวถึงกลุ่มบุคคลที่เป็นเพศวิถีทางเลือก ดังเช่น กลุ่มชายรักชาย กระเทย เกย์ ตู๊ด หรือที่สังคมเรียกว่า “เพศที่สาม” ไว้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสำนวนที่กล่าวถึง “เกย์”, “ตู๊ด” หรือ “กระเทย” ดังตัวอย่าง ต่อไปนี้

สำนวนเก่า	สำนวนใหม่
คารมเป็นต่อ รูปหล่อเป็นรอง	คารมเป็นต่อ รูปหล่อเป็นเกย์
ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว	ในน้ำมีปลา ในบาร์มีตู๊ด
เหนือฟ้ายังมีฟ้า	เหนือชายยังมีชาย
มีฟ้าผิดคิดจนตัวตาย	เล่นเพศผิดคิดจนตัวตาย
ชาติเสือต้องไวลาย ชาติชายต้องไวชื่อ	ชาติเสือต้องไวลาย ชาติชายได้กันเอง ชาติเสือต้องไวลาย ชาติชายต้องได้เกย์
เสียทองเท่าหัว ไม่ยอมเสียหัวให้ใคร	มีทองท่วมหัว ไม่เท่าเสียหัวให้กระเทย มีหนี้ท่วมหัว ดีกว่ามีหัวเป็นเกย์ มีผู้ชายท่วมหัว ทำเป็นหัวไม่ได้

การดัดแปลงสำนวน สุภาษิตไทยในตัวอย่างข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า สังคมไทยมีกลุ่มคนเพศที่สามปะปนอยู่ในเพศกระแสหลักเพิ่มมากขึ้น จากเดิมที่เคยถูกสังคมตั้งข้อรังเกียจ เพราะในระบบสังคมไทยถูกตรึงแน่นไว้ด้วยวิถีคิดแบบอนุรักษนิยมและอำนาจนิยม มีการแบ่งแยกความเป็นเพศสภาพออกเป็นเพศชาย และเพศหญิง ซึ่งเป็นการให้ความหมายแก่สรรพสิ่งแบบคู่ตรงข้าม ฉะนั้นสิ่งใดก็ตามที่ไม่สามารถจัดอยู่ในระบบคู่ตรงข้ามได้ จะถือว่าสิ่งนั้นคือ “ความเป็นอื่น” (Otherness) กลุ่มคนเพศที่สามจึงถูกผลักให้กลายเป็นกลุ่มคนชายขอบ วาทกรรมที่กล่าวถึงเพศที่สามจึงเป็นการแสดงทัศนคติในเชิงลบ

หากการสร้างวาทกรรมเรื่องเพศที่สามในสำนวนไทยสมัยใหม่ กลับมีลักษณะที่แตกต่างไป

จากเดิม ดังเช่น “ชาติเสือต้องไวลาย ชาติชายได้กันเอง” กล่าวคือ คนร่วมสมัยกล้านำ “ความภาคภูมิใจ” ของเพศชาย มา “เล่นล้อ” กับ “เกย์” ได้โดยตรงไปตรงมา หรือสำนวน “คารมเป็นต่อ รูปหล่อเป็นเกย์” ซึ่งถือเป็นการนำเสนอเนื้อหาใหม่ ที่แสดงตัวตนของเพศที่สามได้อย่างเป็นรูปธรรม การดัดแปลงสำนวนไทยสมัยใหม่นี้ “ชี้ให้เห็นว่าในช่วง 5 ทศวรรษที่ผ่านมา กลุ่มเพศนอกกรอบที่ประกอบด้วยกลุ่มคนข้ามเพศ และคนรักเพศเดียวกันได้ต่อรองเชิงอำนาจกับสังคมอย่างต่อเนื่อง พวกเขาไม่ได้เป็นฝ่ายถูกกระทำหรือถูกกดทับจากสังคมแบบไร้ชีวิตชีวา หากแต่พวกเขาได้ใช้โอกาสทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมบริโภคเพื่อที่จะสร้างอัตลักษณ์ สร้างแบบแผนการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมของตนเอง” (นฤพนธ์

ด้วงวิเศษ, 2555: 141) ทั้งนี้เพราะพวกเขานั้นล้วนเป็นบุคคลที่มีสิทธิในความเป็นมนุษย์โดยเท่าเทียมกับเพศชาย หญิง ที่เป็นเพศกระแสหลักของสังคมไทย

การนำเรื่องเพศที่สามมาดัดแปลงเป็นส่วนนวนสุภาพสตรีไทย แม้จะเป็นการใช้มิติทางภาษามา “เล่นล้อ” โดยมีได้มุ่งหวังสร้างนิยามความหมายใหม่ตรงตามรูปประโยค หากปรากฏการณ์ดังกล่าวได้เชื่อมโยงให้เห็นว่า สังคมปัจจุบันได้เปิดกว้างยอมรับกลุ่มคนเพศที่สามมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากศูนย์สำรวจความคิดเห็นของ “นิด้าโพล” ได้เปิดเผยผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเรื่อง “สังคมไทยคิดอย่างไรกับเพศที่ 3” โดยสำรวจเมื่อกลางปี พ.ศ. 2556 เก็บข้อมูลจากประชาชนทั่วประเทศ จำนวน 1,252 ตัวอย่าง ซึ่งกระจายทุกระดับการศึกษาและอาชีพ ผลสำรวจพบว่า ประชาชนร้อยละ 88.49 ยอมรับได้หากมีเพื่อน หรือเพื่อนร่วมงานในองค์กรเป็นเพศที่ 3 เพราะไม่ได้สร้างความเดือดร้อนให้ใคร เพียงแต่ขอให้เป็นคนดีของสังคมเท่านั้น

สำนวน สุภาพสตรีไทยสมัยใหม่ ที่สะท้อนวัฒนธรรมสมัยนิยม ด้านการบูชาความงาม

กระบวนการของโลกาภิวัตน์สามารถทำให้ทุกที่เป็นวัฒนธรรมโลก และได้ก่อให้เกิดลัทธิบริโภคนิยม

นิยม บนความแตกต่างหลากหลาย เช่นเดียวกับระบบการผลิตแบบทุนนิยมด้านธุรกิจความงาม เรามีอาจปฏิเสธว่า ปัจจุบันธุรกิจความงามได้เติบโตอยู่ในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นอย่างมาก และจากอิทธิพลความคิดของวัฒนธรรมตะวันตก ที่ต่างบูชาความงาม เกลียดกลัวความแก่ ความอ้วน สามารถผลักดันให้มนุษย์คิดนอกกรอบว่า ความงามของตนนั้นไม่ใช่สิ่งที่ได้มาจากพันธุกรรม หรือบุญทำกรรมแต่ง เหมือนอย่างที่ปรากฏในเนื้อเพลง “นางฟ้าจำแลง” ท่อนหนึ่งที่กล่าวว่า “หรือว่าชาติก่อน นางได้รับพรของใคร คงสร้างผลบุญยิ่งใหญ่ จึงได้วิไลงามตา” อีกต่อไป

หากความงามในโลกปัจจุบัน มนุษย์ต่างมีอำนาจเหนือเรือนกายของตน สามารถที่จะปรุงแต่งร่างกายให้กลายเป็น “นางฟ้าจำแลง” ได้ด้วยวิทยาการทางแพทย์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ “การสร้างบริการในรูปแบบธุรกิจความงาม และสถานบริการ/โรงพยาบาลด้านศัลยกรรมตกแต่งความงามจึงไม่ใช่เรื่อง “ไร้สาระ” อย่างที่หลาย ๆ คนมักจะเอ่ยถึง” (ชีวลิทธิ บุญเกียรติ, 2549: 1)

วาทกรรมความงามในสำนวนไทยร่วมสมัย ได้สะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมสมัยนิยมไว้อย่างน่าสนใจ ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

สำนวนเก่า	สำนวนใหม่
โก่งงามเพราะชน คนงามเพราะแต่ง	โก่งงามเพราะชน คนงามเพราะโบทอกซ์
คนจะงาม งามน้ำใจ ไซ้ไบหน้า	โก่งงามเพราะชน คนงามเพราะไฟโต้ชอบ
คนจะสวย สวยจรรยา ไซ้ตาหวาน	โก่งงามเพราะชน คนงามเพราะ App
คนจะแก่ แก่ความรู้ ไซ้อยู่นาน	โก่งงามเพราะชน คนงามเพราะ camera 360
คนจะรวย รวยศีลทาน ไซ้บ้านโต	คนจะงาม งามบ๊ิกอาย ไซ้ไบหน้า
	คนจะสวย ดิตชนตา ให้ดูหวาน
	งามแบบไทย ฉีดโบทอกซ์ ให้คมคราม
	กลูต้าตาม ซิลิโคนต่อ...อย่าได้แคร์

เมื่อพิจารณาความหมายของวาทกรรมความงามในสำนวนไทยที่ถูกดัดแปลง ถือได้ว่าคนรุ่นใหม่ช่วย “เสริม” และ “สร้าง” ความหมาย “คนงามเพราะแต่ง” ให้เห็นเป็นรูปธรรมได้เด่นชัดยิ่งขึ้น หากเป็น “การแต่ง” ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย คืองามได้ด้วยเทคโนโลยีและวิทยาการทางการแพทย์ เช่น ฉีดโบทอกซ์ กลูต้า ซิลิโคน เสริมบิกอวย หรือจะสวยได้ด้วยกล้อง camera 360 จากนั้นก็สามารถใช้ App และโปรแกรมโฟโต้ชอป มาช่วยตกแต่งภาพเป็นต้น ขณะเดียวกันการใช้ภาษาต่างประเทศที่เป็นศัพท์ทางวิทยาศาสตร์ มาประกอบสร้างเป็นวาทกรรมความงามดังกล่าว นอกจากจะทำให้ดูทันสมัยแล้วยังสามารถก่อให้เกิดมายาคติด้านความงาม ที่พลวัตไปตามวัฒนธรรมสมัยนิยมได้อย่างกลมกลืน

สำนวน สุภาษิตไทยสมัยใหม่ ที่สะท้อนวัฒนธรรมสมัยนิยม ด้านการคลังโคลัวัฒนธรรมต่างชาติ

เนื่องจากในปัจจุบันโลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้เกิดการเชื่อมต่อของวัฒนธรรมโลกในหลากหลายมิติ และถือเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่ทำให้เกิดการครอบงำทางวัฒนธรรม โดยผู้ที่มีวัฒนธรรมที่แข็งแกร่ง ก็จะส่งผ่านวัฒนธรรมนั้นเข้ามาสู่วัฒนธรรมกระแสหลัก (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550: 38) ดังเช่น ปรากฏการณ์ของวัฒนธรรมเกาหลีที่ได้รุกคืบเข้าสู่สังคมไทยเมื่อทศวรรษที่ผ่านมา

ประภัสสร เสวิกุล (2556) ได้กล่าวถึงวัฒนธรรมบริโภคนิยมกับการบริโภคนิยมทางวัฒนธรรม ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งได้แผ่อิทธิพลไปทั่วโลกไว้ว่า

เกาหลี มีกองทุนสนับสนุนหลักคือกระทรวงวัฒนธรรมเกาหลีใต้ ได้กำหนดแผนที่ชื่อว่า Korean 2010: Cultural Creativity and Content ส่งเสริมให้เอกชนลงทุนด้านการจัดการศึกษา วัฒนธรรมและอุตสาหกรรมวัฒนธรรม เพื่อสร้างองค์ความรู้และบุคลากรรองรับความเติบโตของธุรกิจบันเทิง ต่อมาในปี 2545 เกาหลีใต้ได้ตั้งสำนักงาน Korea Culture and Content Agency เพื่อส่งเสริมการส่งออกสินค้าวัฒนธรรม ทั้งภาพยนตร์ แอนิเมชัน การ์ตูน เกมส์ ละครโทรทัศน์ ดนตรี การแสดง กระแสเกาหลีได้ก่อให้เกิดความนิยมในตัวดาราดาราภาพยนตร์ ดาราละครโทรทัศน์ และนักร้อง นักแสดงเกาหลี ได้ลุกลามไปทั่วโลก

ในปัจจุบันเราจะเห็นได้ว่า วัฒนธรรมเกาหลีได้แพร่กระจายเข้าสู่สังคมไทยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเกาหลีได้ใช้ดารานักแสดง นักร้องของเกาหลี ที่อยู่ในแวดวงธุรกิจบันเทิงเป็นตัวสินค้า เพื่อให้เกิดการบริโภคทางวัฒนธรรม จากการใช้กลยุทธ์ดังกล่าว นับว่าประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง นอกจากนี้ การนิยมชมชอบศิลปินดารานักร้อง ในวัฒนธรรมเกาหลี ยังสะท้อนให้เห็นความเชื่อของมนุษย์ที่มีต่อภาพตัวแทนมายาคติในสังคมนั้น ๆ ทั้งนี้เพราะดารานักร้องตามสื่อบันเทิงต่าง ๆ นั้น เป็นเพียงภาพมายาคติที่ช่วยสร้างความสุขทางใจ ช่วยเสริมสร้างจินตนาการ สร้างฝันให้บรรเจิด ในขณะที่ความจริงอีกด้านหนึ่ง คือ ภาพที่ได้พบเห็นนั้นล้วนเป็นธุรกิจบันเทิง ในระบบการผลิตแบบทุนนิยม ซึ่งผู้สร้างได้อาศัยการประกอบสร้างผ่านกระบวนการทางศิลปะ ส่วนการคลังโคลัศิลปินดารานักร้อง ข้ามวัฒนธรรมนั้น ในอีกมิติหนึ่งชี้ให้เห็นว่า “สังคมไทยหรือวัฒนธรรมไทยมีความยืดหยุ่น เปิดกว้าง และปรับตัวตามสถานการณ์ได้ค่อนข้างเหมาะสม โดยเฉพาะการผสมผสานความแตกต่างหลากหลาย เพื่อสร้างวัฒนธรรมลูกผสม

(Cultural Hybridity) นี้คือลักษณะสำคัญอย่างหนึ่งของอัตลักษณ์ไทยหรือความเป็นไทย” (พัฒนากิตติอาษา, 2546: 173)

วัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลี (Korean Pop Culture) ได้แทรกซึม ผสมผสานในสังคมไทย ดังจะเห็นได้จากสำนวนไทยสมัยใหม่ ที่นำกระแสวัฒนธรรมเกาหลีมาดัดแปลงต่อท้ายสำนวนไทยดั้งเดิม ดังต่อไปนี้

สำนวนเก่า	สำนวนใหม่
อยู่บ้านท่านอย่านั่งดูตาย ปั่นวุ้นปั่นควายให้ลูกท่านเดิน	อยู่บ้านท่านอย่านั่งดูตาย เปิดกั๊กนมสโตร์ให้ลูกท่านเดิน ดูโอปอป่าอย่านั่งดูตาย เก็บไปจ๊วนวายให้พินเล่น
เสียทองท่วมหัว ไม่ยอมเสียหัวให้ใคร	มีทองท่วมหัว ไม่เท่ามีหัวเป็นชิวอน

จากสำนวน สุภาษิตไทยดั้งเดิม ที่มุ่งสอนให้ผู้ที่ไปอาศัยเรือนผู้อื่นอยู่อย่าได้ “นั่งดูตาย” หากควรตอบแทนบุญคุณด้วยการ “ปั่นวุ้นปั่นควายให้ลูกท่านเล่น” แต่ในสมัยนี้การสร้างความสุขสนุกสนานเพลิดเพลินให้แก่ “ลูกท่าน” ได้กลับกลายเป็น “เปิดกั๊กนมสโตร์ให้ลูกท่านเดิน” การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของบทเพลง “กั๊กนมสโตร์” ที่มีท่วงทำนองและลีลาทำนองซึ่งได้รับความสนใจไปทั่วโลก เช่นเดียวกับการอ้างถึง “โอปอป่า” หรือนักแสดงชายระดับซูเปอร์สตาร์อย่าง “ชิวอน” ว่ามีค่ายิ่งกว่า “มีทองท่วมหัว” จึงนับเป็นการผสมผสานวัฒนธรรมเกาหลีให้เข้ากับภูมิปัญญาไทยได้อย่างสร้างสรรค์

สำนวนสุภาษิตไทยสมัยใหม่ ที่สะท้อนวัฒนธรรมสมัยนิยม ด้านการใช้เทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่

ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการคมนาคมในระบบทุนนิยม ถือเป็นหัวใจ

สำคัญของโลกาภิวัตน์ กระแสการเปลี่ยนแปลงของวิทยาการการสื่อสารสมัยใหม่ได้ก่อให้เกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ค่านิยมและระบบคุณค่าต่าง ๆ โดยเฉพาะเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคมกำลังได้รับความสนใจอย่างยิ่ง การสื่อสารเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ประเทศที่พัฒนาแล้วจะมีระบบสื่อสารโทรคมนาคมที่ทันสมัย ขณะเดียวกันพัฒนาการทางเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมก็ได้ก้าวหน้าขึ้นไปอีกมาก มีการให้บริการระบบสื่อสารสมัยใหม่อยู่มากมาย เทคโนโลยีเหล่านี้จึงถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมสมัยนิยมอย่างแท้จริง

เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้มีผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มขึ้นทุกวัน และได้กลายเป็นส่วนหนึ่งที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตของคนร่วมสมัย ดังจะเห็นได้จากการดัดแปลงสำนวนไทยที่เกิดขึ้น ยังได้หยิบยกเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำนำสมัยเหล่านี้มากล่าวไว้ ดังนี้

สำนวนเก่า	สำนวนใหม่
ว่าแต่เขา อีเหนาเป็นเอง	ว่าแต่ดีแท้ค ทรูมูฟเป็นเอง
อยู่บ้านท่านอย่านั่งดูตาย บัน่วบ้านควายให้ลูกท่านเล่น	อยู่ออฟฟิศอย่านั่งดูตาย โหลดบิทมากมายเอาไว้ดูเล่น อยู่บ้านท่านอย่านั่งดูตาย เปิด wifi ให้เพื่อนบ้านเล่น อยู่บ้านท่านอย่านั่งดูตาย ชโมยไวไฟท่านมานั่งเล่น
มือไม่พาย เอาตีนราน้ำ	มือไม่พิมพ์ เอาเมาส์ลากก็อป
น้ำขึ้นให้รีบตัก	น้ำขึ้นให้รีบถ่ายรูปลงเฟส

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่าการนำเรื่องราวเกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่มาดัดแปลงให้เข้ากับสำนวน สุภาษิตไทย เช่น การตำหนิโครงข่ายบริการสื่อสารร่วมระบบดิจิทัลของค่าย “ทรูมูฟ” โดยใช้สำนวนเดิมคือ “ว่าแต่เขาอีเหนาเป็นเอง” มาเป็นภาพเปรียบเทียบ เพื่อสะท้อนให้เห็นประสิทธิภาพการให้บริการสัญญาณเครือข่ายโทรศัพท์ของค่ายนี้ว่ายังขาดศักยภาพด้านการรับส่งข้อมูล ซึ่งไม่แตกต่างไปจากค่าย “ดีแทค” หรือการกล่าวถึงการใช้ “เมาส์ลากก็อป” ซึ่งไม่จำเป็นต้อง “พิมพ์” ข้อความอีกต่อไป ก็สะท้อนให้เห็นวิทยาการด้านคอมพิวเตอร์ หรือการกล่าวถึงความนิยมในการใช้ระบบสื่อสารแบบไร้สายหรือที่เรียกว่า Wifi ตลอดจนความนิยมในการถ่ายรูปลง Facebook สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเหล่านี้ สะท้อนให้เห็นค่านิยมของคนร่วมสมัยที่ตกอยู่ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน และเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมอย่างแท้จริง

สรุป

การพลวัตของสำนวน สุภาษิตไทยในสื่ออินเทอร์เน็ตดังที่ปรากฏ อาจกล่าวได้ว่ามีพลสืบเนื่องจากแนวคิดหลังสมัยใหม่ที่ทุกสิ่งทุกอย่างย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสวัฒนธรรม ยุคสมัย หรือแม้แต่ความพอใจของแต่ละบุคคล ความรู้ต่าง ๆ

จึงล้วนเปรียบเทียบกันไม่ได้ มีการอ้างอิงหรือยืนยันได้ก็แต่เฉพาะในบริบททางวาทกรรม (Discourse) ของตนเท่านั้น (ธีระ นุชเปียม, 2541: 291) และผลกระทบนี้ยังมีอิทธิพลต่อโลกทัศน์และชีวิตทัศน์ของคนรุ่นใหม่อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังคำกล่าว ดังนี้

การเกิดขึ้นแบบภาวะแบบหลังสมัยใหม่นั้น อาจพิจารณาได้จากนัยของคำว่า “หลัง (Post) ประการแรก คือ การมองคำว่า “หลัง” ในนัยที่ว่า ยุคสมัยใหม่ได้จบสิ้นลงแล้ว ส่งผลให้โลกก้าวเข้าสู่อีกยุคสมัยหนึ่งที่เราเรียกว่า “ยุคหลังสมัยใหม่” (Postmodern Era) อันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางกระบวนทัศน์ (Paradigm Shift) อันได้แก่ เกิดความแปรปรวนในระบบคุณค่า ผู้คนเริ่มหันมาทบทวนหลักการ ความเชื่อ วิถีคิด ทฤษฎี มโนทัศน์ และค่านิยมต่าง ๆ ที่เคยเชื่อถือและนิยม แต่ตอนนี้กลับถูกสั่นคลอนและทำลายเป็นอย่างมาก รวมทั้งมองหารูปแบบและแนวทางใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในปัจจุบันพร้อม ๆ กันไปด้วย (ศาสตราจารย์ ชัยวรพร, 2552: 58-59)

สำนวน สุภาษิตไทย ถือเป็นวาทกรรมอีกประเภทหนึ่ง ที่มุ่งชี้แนะ ว่ากล่าว ตักเตือน เพื่อให้ผู้รับสารปฏิบัติตามคติคำสอนนั้น ๆ ขณะเดียวกันหากพิจารณาสำนวน สุภาษิตไทย ในมิติของภาษากับสังคม ก็จะทำให้มองเห็นความเป็นพลวัต (Dynamic) ของภาษาที่มีความหลากหลาย (Different) อยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพราะสำนวน สุภาษิตไทยจัดเป็นส่วนหนึ่ง

ของวัฒนธรรมทางภาษา ดังนั้น “วัฒนธรรมใดที่ไม่มี การแลกเปลี่ยนถ่ายถอดกับวัฒนธรรมอื่น ก็ประดิษฐ์ แต่งงาน้ำที่ไม่มีมีการไหลถ่ายเท ย่อมจะกลายเป็น แองน้ำที่เหือดแห้งไปในที่สุด ถ้าจะเปรียบกับภาษา ก็เหมือนภาษาที่ตายแล้วเพราะไม่มีผู้ใช้” (พระยา อนุমানราชธน อ่างถึงใน อัจฉรา ชีวพันธ์, 2547: 5)

การปรับประยุกต์สำนวน สุภาษิตไทย ให้ สอดคล้องกับวัฒนธรรมสมัยนิยม จึงถือเป็นการใช้ อำนาจของภาษา ซึ่งเป็นวิธีคิดแบบหลังโครงสร้าง นิยม (Post Structuralism) ที่มีมุมมองว่า ภาษาคือ ระบบสัญลักษณ์ (Sign) ความหมายของสิ่งต่าง ๆ ที่ปรากฏ ในสังคม มิใช่เป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับระบบหรือโครงสร้าง ที่มนุษย์สร้างขึ้น แต่เป็นสิ่งที่สามารถจะรื้อสร้างใหม่ ได้โดยอาศัยการตีความที่หลากหลาย (กฤษดาพรรณ หงศ์ลดารมภ์ และจันทิมา เอี่ยมมานนท์, 2549: 8)

ลักษณะความเป็นพลวัต (Dynamic) ของสำนวน สุภาษิตไทยที่ปรากฏ จึงเป็นเครื่องแสดงให้เห็นว่า ภาษาไม่ได้มีหน้าที่เพียงแคเป็นเครื่องมือสื่อสาร ความคิดนึกของมนุษย์เท่านั้น หากวาทกรรมซึ่งมี ถ้อยคำ และเนื้อหาที่แปลกแตกต่างไปจากเดิม ยังสื่อ ให้เห็นความคิดของคนรุ่นใหม่ที่สามารถ “รื้อถอน” โครงสร้างความคิด ความเชื่อต่าง ๆ ในสังคมเก่า ที่ กำหนดนิยามความหมายว่าสิ่งใดดี สิ่งใดไม่ดี เพื่อให้คนในสังคมประพฤติ ปฏิบัติตาม ได้อย่างแยบยล จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอาจเรียกได้ว่าเป็นกระบวนการ ต่อสู้ดิ้นรน หรือแสวงหาความเป็นตัวตนทาง วัฒนธรรมของคนร่วมสมัย คนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ไทยยุคดิจิทัล กำลังต่อสู้ ดิ้นรน ชัดขึ้น และแสวงหา ต้นสังกัด หรือรากเหง้าทางวัฒนธรรมของตัวเอง เพราะพวกเขาตกอยู่ในสงครามวาทกรรม พวกเขา ตกเป็นฝ่ายตั้งรับและกระทำมายาวนาน พวกเขา กำลังตอบโต้ ต่อรอง และช่วงชิงพื้นที่เพื่อนำเสนอ ความเป็นตัวของตัวเอง ในท่ามกลางกระแสสังคม

เต็มไปด้วยความหลากหลาย และการเปลี่ยนแปลง (ไชยรัตน์ เจริญลินโอฬาร, 2543: 330)

การเผยแพร่สำนวน สุภาษิตไทยที่ถูกดัดแปลง ผ่านทวิตเตอร์ จึงถือได้ว่าคนรุ่นใหม่ใช้อำนาจทาง ภาษา มาตอบโต้ ต่อรองกับภาครัฐ ด้วยการ สร้างสรรค์วัฒนธรรมทางภาษาในรูปแบบของตน อนึ่ง เป็นที่น่าสังเกตว่า ภาษาที่ปรากฏในสำนวน สุภาษิต ไทยสมัยใหม่ มีการสร้างศัพท์ใหม่เป็นจำนวนมาก ซึ่ง จะไม่ใช่ถ้อยคำที่เป็นภาษาไทยมาตรฐาน (Standard Thai) แต่เป็นการใช้ศัพท์สแลงมาผสมกับคำยืมต่าง ประเทศ เพื่อสื่อถึงความเป็นภาษาเฉพาะกลุ่ม ฉะนั้น ภาษาในสำนวน สุภาษิตไทยสมัยใหม่ที่ถูกดัดแปลง จึงแสดงอัตลักษณ์ (Identity) ของคนร่วมสมัยที่ ต้องการมีตัวตน มีพื้นที่ในกระแสสังคมปัจจุบันได้ ในอีกมิติหนึ่ง

การพลวัตของสำนวน สุภาษิตไทยในสื่อ อินเทอร์เน็ต นอกจากจะชี้ให้เห็นการผสมผสาน ระหว่างวัฒนธรรมทางภาษากับเทคโนโลยีและสื่อ สมัยใหม่ ซึ่งทำให้เกิดเป็นวัฒนธรรมผสม (Cultural Hybridity) ยังสะท้อนให้เห็นว่า คนร่วมสมัยในสื่อ ออนไลน์มีความเข้าใจเรื่องภาษาไทยเป็นอย่างดี สามารถเพิ่มคำ ตัดคำ หรือสร้างประโยคใหม่ต่อท้าย สำนวน สุภาษิตเดิม เพื่อสื่อความหมายใหม่ได้อย่าง คล่องจอง อีกทั้งยังนำธรรมชาติและลักษณะเฉพาะ ของภาษาไทย “เล่น” ให้เข้ากับเหตุการณ์ต่าง ๆ ใน สังคมปัจจุบันได้อย่างกลมกลืน นอกจากนี้ วัฒนธรรม สมัยนิยมที่ปรากฏในสำนวน สุภาษิตไทยที่ถูกนำมา ดัดแปลงในสื่ออินเทอร์เน็ตยังชี้ให้เห็นว่า วัฒนธรรม ทางภาษาหรือภูมิปัญญาไทยสามารถนำมาปรับ ประยุกต์ให้เข้ากับกระแสโลกาภิวัตน์ได้อย่างน่าสนใจ และถือว่าเป็นการผสมผสานสิ่งเก่าให้เข้ากับสิ่งใหม่ ได้อย่างสร้างสรรค์

บรรณานุกรม

Archavanitkul, Kritaya. 2011. **Sexuality Transition in Thai Society**. Nakornprathom: Institute for Population and Social Research, Mahidol University. (in Thai).

กฤตยา อาชวนิจกุล. 2554. **เพศวิถีที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปในสังคมไทย**. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

Boonyakiat, Chewasit. 2006. "The Advertisement of Products and Services for Beauty Message Medium Significance and Meaning." **The Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (public organization)** 42, 8: 1-65. (in Thai).

ชีวลลิตี บุญยเกียรติ. 2549. "โฆษณาสินค้าและบริการเพื่อความงาม สาร สื่อ นัยและความหมาย." **วารสารวิชาการ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน)** 42, 8: 1-65.

Chaiworrapond, Sart. 2009. "Post Modern Idea and the Study of International Relations by Richard K. Ashley." **Rattasartsarn Journal** 30, 1: 58-112. (in Thai).

ศาสตราจารย์ ชัยวรพร. 2552. "แนวคิดหลังสมัยใหม่กับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ: ศึกษา งานของ ริชาร์ด เค แอชลีย์." **รัฐศาสตร์สาร** 30, 1: 58-112.

Charernsin-olan, Chaiyarat. 2000. **Discourse Development: Power Knowledge Truth Uniqueness and Otherness**. 2nd ed. Bangkok: Wipasa Press. (in Thai).

ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. 2543. **วาทกรรมการพัฒนา: อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณะ**

และความเป็นอื่น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: วิชาษา.

Chiwapan, Atchara. 2004. **Pasapasorn: Interesting Knowledge for Thai Language Instructors**. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai).

อัจฉรา ชิวพันธ์. 2547. **ภาษาพาสอน เรื่องน่ารู้สำหรับครูภาษาไทย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Duangwisate, Narupon. 2012. "The Study of Gay in Thai Society Five Decades of Knowledge Building." **Sexuality Studies Journal** 2, 2: 141-155. (in Thai).

นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ. 2555. "การศึกษาเกย์ในสังคมไทย 5 ทศวรรษของการสร้างความรู้." **วารสารเพศวิถีศึกษา** 2, 2: 141-155.

Hongsladaromp, Krissadawan, and Iamanon, Janthima. 2006. **Studies Society Through Discourse**. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai).

กฤษดาวรรณ หงศ์ลดารมภ์ และจันทิมา เอี่ยมมานนท์. 2549. **มองสังคมผ่านวาทกรรม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Kitiarsa, Pattana. 2003. **Pop Culture Man: Thai in Popular Culture**. Bangkok: The Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (Public Organization). (in Thai).

พัฒนา กิติอาษา. 2546. **คนพันธุ์ป๊อป: ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

- Mahidol University. Research Institute for Languages and Cultures of Asia. 2014. **Popular Culture**. Supplementary Sheet for National Academic Seminar 28 July 2557 at Language and Culture Building Research Institute for Languages and Cultures of Asia Mahidol University Salaya. (in Thai).
- มหาวิทยาลัยมหิดล. สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย. 2557. **วัฒนธรรมสมัยนิยม**. เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการระดับชาติ 28 กรกฎาคม 2557 ณ อาคารภาษาและวัฒนธรรมสยามบรมราชกุมารี สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา.
- Naksakul, Kanjana. 2002. **Norm of Thai Language**. Vol 1. Bangkok: Thai Language Institution, Department of Curriculum and Instruction Development, Ministry of Education. (in Thai).
- กาญจนา นาคสกุล. 2545. **บรรทัดฐานภาษาไทย**. เล่ม 1. กรุงเทพมหานคร: สถาบันภาษาศาสตร์และการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Nathalang, Siraporn. 2005. **Theory of Folklore: Study of Mythology and Folktale**. Bangkok: Academic Paper Dissemination Project, Faculty of Arts, Chulalongkorn University. (in Thai).
- ศิริพร ณ ถลาง. 2548. **ทฤษฎีคติชนวิทยาวิธีวิทยาในการวิเคราะห์ ตำนาน - นิทานพื้นบ้าน**. กรุงเทพมหานคร: โครงการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- New Trend: Internet Searcher Adapt Proverbs and Post on Twitter** [Online]. 2013. Available: <http://highlight.kapook.com/view/75605> (in Thai).
- เทรนด์ใหม่ชาวเน็ต แปลงสุภาษิต (ฮา) โพสต์ลงทวิตเตอร์** [ออนไลน์]. 2556. เข้าถึงจาก: <http://highlight.kapook.com/view/75605>
- Nutpiem, Theera. 1998. **Post Modern Politics**. Khanlongthai II. Bangkok: Silsiam Packaging and Press. (in Thai).
- ธีระ นุชเปี่ยม. 2541. **การเมืองโลกหลังสมัยใหม่**. ชุดครรลองไทย. เล่มที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ศิลป์สยามบรรจุกุณธ์และการพิมพ์.
- Padungchewit, Juthapat. 2007. **Culture, Communication, and Identity**. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai).
- จุฑาพรรณี (จามจุรี) ผดุงชีวิต. 2550. **วัฒนธรรมการสื่อสารและอัตลักษณ์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Poll Shows that Society Accept Transgender and Support to Register a Marriage Certificate** [Online]. Available: <http://www.thairat.co.th/content/edu/345365> (in Thai).
- โพลชี้สังคมเปิดใจรับเพศที่สาม หนุนจดทะเบียนสมรส** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.thairath.co.th/content/edu/345365>
- Pondsakulwanit, Wikanda. 2007. "Incentive and Behavior in Internet Searching of Thai Youth." **Academic Journal University of the Thai Chamber of Commerce** 27, 2: 29-37. (in Thai).
- วิกานดา พรสกุลวานิช. 2550. "แรงจูงใจและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของเยาวชนไทย."

- วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
27, 2: 29-37.
- Pramoj Na Ayudhaya, Khaisiri. 1983. **The Change of Words and the Meaning of Thai Proverbs**. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai).
- ไซสิริ ปราโมช ณ อยุธยา. 2526. **การเปลี่ยนแปลงถ้อยคำและความหมายของสำนวนไทย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Ratanasaeng, Boonkerd. 1993. **Local Literature**. Bangkok: Odient Store. (in Thai).
- บุญเกิด รัตนแสง. 2536. **วรรณกรรมท้องถิ่น**. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- Sewikool, Prapassorn. 2013. **Consumption Culture and Culture Consumption** [Online]. Available: <http://www.komchadluek.net/detail/20121226/148066> (in Thai).
- ประภัสสร เสวิกุล. 2556. **วัฒนธรรมการบริโภคกับการบริโภควัฒนธรรม** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.komchadluek.net/detail/20121226/148066>
- Siriyuvasak, Ubolrat, ed. 2007. **Introduction to Mass Communication: Media, Culture and Society**. 2nd ed. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai).
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, บรรณาธิการ. 2550. **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรมและสังคม**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Supasit Thai Tae Kae Guan Guan [Online]. 2013. Available: <http://www.okanation.net/blog/print.php?id=533088> (in Thai).
- สุภาสิตไทยแท้แก้ว กวน กวน [ออนไลน์]. 2556. เข้าถึงจาก: <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=533088>



Assistant Professor Paramaporn Limlertsathian received her Master of Arts in Thai from Chulalongkorn University. She is currently working as a lecturer at the Department of Thai Language for Communication, School of Humanities and Applied Arts, University of the Thai Chamber of Commerce. Her main interests are in Thai language and literature, especially poetry.