

ภาพสะท้อนภาษาไทยถิ่นในสื่อมวลชน

อรรวี บุณนาค

เก้ แดงสกุล

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประมวล วิเคราะห์ และตั้งข้อสังเกตการใช้ภาษาไทยถิ่นที่ปรากฏผ่านสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ได้แก่ ละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ สื่อโฆษณา และสื่อหนังสือพิมพ์ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของสื่อมวลชนในการอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่น อีกทั้งแสดงว่าภาษาไทยถิ่นอยู่ในสถานะใดในสื่อมวลชน สื่อมวลชนได้เลือกใช้ภาษาไทยถิ่นเป็นเครื่องมือในการสื่อสารในรูปแบบใดบ้าง และมีส่วนสำคัญในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของผู้ใช้ภาษาไทยถิ่นอย่างไร

จากการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนมีวัตถุประสงค์ในการใช้ภาษาไทยถิ่น 6 ประการ คือ เพื่อการตลาด เพื่อสร้างความสมจริงของการนำเสนอสาร เพื่อเป็นจุดขายหรือสร้างความโดดเด่นในการนำเสนอสารของสื่อมวลชน เพื่อสร้างความสนุกหรือตลกขบขัน เพื่อสะท้อนความหมายแฝงในการตีความแนวคิดหลักในการนำเสนอสาร และเพื่อการอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่นให้คงอยู่คู่กับสังคมไทย

เมื่อพิจารณาในประเด็นภาพสะท้อนภาษาไทยถิ่นและการสร้างอัตลักษณ์ พบว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญต่อการนำเสนอภาพสะท้อนภาษาไทยถิ่นไปพร้อมกับการสร้างอัตลักษณ์ของคนในท้องถิ่น ผู้ใช้ภาษาไทยถิ่นนั้น ๆ เห็นการผลิตซ้ำวาทกรรมชุดเก่าในลักษณะการกดทับภาษาไทยถิ่นและผู้ใช้ภาษาไทยถิ่น สังเกตได้จากเนื้อหาสารที่นำเสนอผ่านภาษาไทยถิ่น เช่น การสร้างความตลกขบขันจากความแปลกแยกแตกต่าง และการประเมินค่าภาษาไทยถิ่นว่ามีศักดิ์ศรีน้อยกว่าภาษาไทยมาตรฐาน ส่งผลต่ออัตลักษณ์ของภาษาไทยถิ่นและผู้ใช้ในด้านต่าง ๆ ทั้งความแปลกแยก ความเป็นที่นับขบขัน ไม่น่าภาคภูมิใจ และความด้อยค่า

แต่อีกนัยหนึ่งภาษาไทยถิ่นในสื่อมวลชนก็ได้ปรากฏเพียงแต่ภาพด้านลบเท่านั้น บ่อยครั้งที่สื่อพยายามสร้างวาทกรรมชุดใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการยกระดับและการเชิดชูภาษาไทยถิ่น ผ่านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่างๆ การนำเสนอ

แนวทางการใช้ภาษาไทยถิ่นที่ถูกต้อง การนำเสนอความรู้เกี่ยวกับภาษาไทยถิ่นรวมไปถึงการใช้บุคคลผู้มีชื่อเสียงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในวงการบันเทิงเป็นต้นแบบการใช้ภาษาไทยถิ่นให้กลุ่มคนในท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเยาวชน ได้ตระหนักถึงความสำคัญและหันมาใช้ภาษาถิ่นในการสื่อสารในชีวิตประจำวันโดยไม่ขัดเงิน และไม่ดูถูกภาษาไทยถิ่นของตนเอง อาจกล่าวได้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการเชิดชูวัฒนธรรมทางภาษา โดยเฉพาะภาษาไทยถิ่นให้ยังคงอยู่คู่สังคมไทยสืบไป

Reflection of Thai Dialects in Mass Media

**Orawee Bunnag
Kae Dangsakul**

Abstract

This study aims to collect and analyze the use of Thai dialects in the media including television soap operas, films, advertisements, and newspapers, and draw some important implications in order to provide insight to the role of mass media in the preservation of Thai dialects, their stance and modes of representation in the media, and their essential contribution to the construction of the identity of their speakers.

The results show six purposes for the use of Thai dialects in the media: for 1) marketing purposes, 2) authenticity of communication, 3) distinctive representation, 4) entertainment or humor, 5) implication in interpretation of the main messages, and 6) preservation of Thai dialects in society.

Regarding the reflection of Thai dialects and construction of identity, the media plays a crucial role in reflecting Thai dialects as well as creating of the identity of the local people who speak them. On the one hand, one can see the reproduction of the traditional discourse, which downgrades Thai dialects and their speakers through the caricature of Thai dialects for their otherness in order to produce comic effects. Similarly, the media also regard Thai dialects as lesser in dignity to the standard Thai language. Consequently, the identity of speakers of Thai dialects appears to be alienated, ridiculed, disgraced, and inferior.

On the other hand, there is not only negative reflection of Thai dialects in the media. The data shows that the media has often tried to create a new discourse to elevate the status of Thai dialects and to honor them through such means as public relations by various government offices, guidelines on how to use Thai dialects correctly, and educate about Thai dialects. This includes the reflection

of celebrities (especially those in the entertainment industry) as role models for local speakers of Thai dialects (particularly youths) so that the speakers realize the importance of Thai dialects, communicate through them with pride, and not regard their own dialects with contempt. In summary, it can be said that the media play a significant role in upholding and preserving the cultural heritage of local Thai dialects in society.

บทบาทของสื่อมวลชนในการนำเสนอภาพภาษาไทยถิ่น

สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างเจตคติของคนในสังคม สื่อมวลชนไม่เพียงแต่เป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวสารสู่สาธารณชนในลักษณะการแจ้งเพื่อทราบหรือโน้มน้าวใจตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ของการสื่อสารครั้งนั้น ๆ เท่านั้น แต่เนื้อหาและภาษาที่สื่อมวลชนนำเสนอปรากฏว่าทรมานที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ให้สิ่งใด ๆ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลด้วย กล่าวคือสื่อมวลชนมีบทบาทและอำนาจในการสร้างความหมาย เพื่อแสดงถึงสิ่งมีตัวตนที่สื่อมวลชนกล่าวถึงผ่านการนำเสนอสารและการใช้ถ้อยคำภาษา จัดเป็นการสร้างความหมายทางสังคมและถ่ายทอดชุดความคิดนั้น ๆ ไปสู่สาธารณชน ดังนั้นจึงปฏิเสธไม่ได้ว่า “สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการสร้างความเชื่อและเจตคติของสาธารณชนและมีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม” (Happer & Philo, 2013, p. 321)

ภาษาไทยถิ่นที่ปรากฏผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบและช่องทางต่าง ๆ ล้วนส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของคนจากท้องถิ่นนั้น เมื่อสื่อมวลชนนำเสนอภาพคนไทยในแต่ละท้องถิ่น โดยนำเสนอการใช้ภาษาไทยถิ่นของบุคคลในท้องถิ่นเพื่อแสดงตัวตนของบุคคล เนื่องจากภาษาไทยถิ่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มทางสังคม เป็นภาษาย่อยที่แสดงความแตกต่างของบุคคลตามตัวแปรด้านท้องถิ่นที่ผู้พูดนั้นอาศัยอยู่ ดังนั้นวิธีการนำเสนอภาษาไทยถิ่นพร้อม ๆ กับการนำเสนอภาพของคนจากท้องถิ่นผ่านสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ย่อมเป็นการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของคนในท้องถิ่นด้วย

ประเด็นเรื่องการนำเสนอสารและวาทกรรมเกี่ยวกับคนชายขอบผ่านสื่อมวลชนเป็นประเด็นที่นักวิชาการด้านภาษาศาสตร์ ด้านสื่อสารมวลชน และด้านสังคมศาสตร์ต่างให้ความสนใจ “คนชายขอบ หมายถึง กลุ่มคนที่มีสถานะเป็นรองในความสัมพันธ์เชิงอำนาจ มุมมองหนึ่งของการศึกษาเรื่องคนชายขอบในสังคมไทยคือการมุ่งความสนใจความเป็นชายขอบในทางพื้นที่ คือคนที่อยู่ในชนบทห่างไกลศูนย์กลาง ทำให้ คนชายขอบอยู่ในสถานะเป็น ‘คนอื่น’ ในสังคม” (กุลภา วณะสาระ, 2555, น. 23-24) แม้ว่าในปัจจุบัน ความเจริญก้าวหน้าในด้านเทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวก และการศึกษาจะแพร่กระจายไปทั่วทุกภูมิภาคของสังคมไทยมากขึ้นตามยุคสมัย ทำให้คนที่อยู่ในท้องถิ่นที่ไม่ใช่เมืองหลวงส่วนหนึ่งหลุดพ้นจากสภาพความเป็นคนชายขอบของสังคมไทย แต่อย่างไรก็ตามไม่สามารถกล่าวได้อย่าง “เต็มปาก” ว่าคนในท้องถิ่นต่าง ๆ ได้รับความเท่าเทียมเทียบเท่ากับคนในเมืองหลวง ดังจะเห็นได้จากคนในท้องถิ่นยังประสบปัญหาเรื่องความยากจน ส่วนหนึ่งก็เนื่องมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจในเมืองกับท้องถิ่นที่ยังไม่เท่าเทียมกัน ส่งผลให้เด็กที่อยู่ในท้องถิ่นยังต้องเผชิญกับปัญหาเรื่อง

ความไม่เสมอภาคในด้านโอกาสทางการศึกษา เมื่อเข้าสู่วัยทำงานก็ต้องเผชิญกับปัญหาเรื่องตลาดแรงงาน การได้รับบริการด้านสุขภาพ รวมไปถึงชีวิตความเป็นอยู่ในด้านอื่น ๆ สภาพความไม่เท่าเทียมดังกล่าวส่งผลไปถึงทัศนคติต่อตัวภาษาถิ่นและผู้พูดในท้องถิ่นต่าง ๆ อีกด้วย

ประคอง นิมมานเหมินท์ (2547, น. 16-17) ได้กล่าวถึงวิกฤตการณ์ของภาษาไทยถิ่นไว้ดังนี้

คนในท้องถิ่นพูดและมีความรู้ในภาษาถิ่นของตนน้อยลง จากการศึกษาวิจัยของนักวิชาการทางภาษาศาสตร์ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่าคนรุ่นใหม่ในหลายถิ่นทั้งภาคใต้ ภาคอีสาน ภาคเหนือและภาคกลาง พูดภาษาถิ่นของตนโดยใช้สำเนียงท้องถิ่น แต่ใช้คำภาษากลาง นอกจากนั้นคนรุ่นใหม่อีกเป็นจำนวนมากที่ถูกสอนให้พูดแต่ภาษากลาง ตั้งแต่เด็ก จึงพูดแต่ภาษากลาง ทั้งที่บ้านและที่โรงเรียนจนไม่กล้าพูดภาษาถิ่น เพราะเกรงว่าจะพูดแปร่ง ทั้งนี้ น่าจะเนื่องมาจากทัศนคติที่เกิดขึ้นในสังคมท้องถิ่นดังนี้

1. มีความคิดความเข้าใจว่าภาษาที่ไพเราะและสำคัญคือภาษากลาง ซึ่งเป็นภาษาเมืองหลวงเท่านั้น เพราะเป็นภาษาที่ใช้ในทางราชการ ในการศึกษา ตลอดจนสื่อสารมวลชนทั่วไป ทำให้ขาดความภาคภูมิใจและเห็นว่าไม่มีความจำเป็นต้องใช้ภาษาถิ่นของตน
2. สืบเนื่องมาจากข้อ 1 ทำให้เกิดความคิดที่ว่า ถ้าเด็กพูดภาษาถิ่นตั้งแต่เล็ก ๆ จะพูดภาษากลางได้ไม่ถูกต้อง ไม่ชัดถ้อยชัดคำจะมีผลทำให้การเรียนวิชาภาษาไทยและวิชาอื่น ๆ ไม่ดีจนสอบเข้ามหาวิทยาลัยไม่ได้

ทัศนคติต่อภาษาไทยถิ่นที่กล่าวมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าผู้พูดชาวไทยให้ความสำคัญต่อภาษาไทยกรุงเทพฯ มากกว่าภาษาไทยถิ่น หรือสามารถกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่าวิกฤตการณ์ของภาษาไทยถิ่นส่วนหนึ่งเกิดจากทัศนคติที่ว่าภาษาไทยถิ่นเป็นรูปภาษาที่มีศักดิ์ศรีน้อยกว่าภาษาเมืองหลวงอย่างภาษาไทยถิ่นกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นภาษามาตรฐาน

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2544, น. 46) ได้กล่าวถึงรูปภาษาที่มีศักดิ์ศรี (prestige) ไว้ว่า

รูปภาษาที่มีศักดิ์ศรี (prestige) หมายถึง รูปภาษาที่ทำให้ผู้พูดมีศักดิ์ศรีทางสังคม กล่าวคือได้รับความนิยมชมชอบจากสังคม ได้รับการมองในแง่ดี สูงส่ง หรือถูกต้อง รูปภาษาที่มีศักดิ์ศรีมักเป็นรูปภาษามาตรฐาน หมายถึงรูปที่เป็นที่ยอมรับของสังคมว่าถูกต้องและใช้ในกิจการสำคัญระดับชาติ เช่น ในแวดวงราชการ การศึกษาและสื่อสารมวลชน

เมื่อนำมุมมองทางภาษาศาสตร์สังคมดังกล่าวมาวิเคราะห์ทัศนคติต่อภาษาไทยถิ่นของผู้พูดภาษาไทยนั้นแสดงให้เห็นว่าแม้ว่าภาษาไทยถิ่นกรุงเทพฯ เป็นภาษาไทยถิ่นหนึ่งที่จัดเป็นภาษาย่อยของภาษาไทยก็ตาม แต่ภาษาไทยถิ่นกรุงเทพฯ ก็ได้รับการยอมรับในฐานะเป็นภาษาราชการและภาษามาตรฐาน จึงได้รับความนิยมจากผู้ใช้ภาษาไทย และอาจจะมีผู้มองว่าภาษาไทยถิ่นกรุงเทพฯ เป็นรูปภาษาที่มีศักดิ์ศรีเหนือกว่าภาษาไทยถิ่นอื่นๆ

นอกจากนี้ยังปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อมวลชนเองก็มีส่วนสำคัญในการผลิตซ้ำวาทกรรมศักดิ์ศรีภาษาไทยถิ่นและคนในท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของภาษา ภาพของภาษาไทยถิ่นที่ปรากฏผ่านสื่อมวลชนจึงปรากฏลักษณะการตีตราประทับย้ำให้คนในสังคมมองเห็นถึงความแตกต่างในลักษณะด้อยกว่าของคนที่ใช้ภาษาไทยถิ่นในพื้นที่ต่างๆ ผ่านวิธีการนำเสนอในสื่อมวลชนหลากหลายประเภท

อีกมุมมองหนึ่งภาษาไทยถิ่นก็ถูกนำมาใช้ประโยชน์ในทางธุรกิจผ่านสื่อมวลชน โดยใช้ความสำคัญของภาษาไทยถิ่นในด้านการแสดงความเป็นพวกพ้องเดียวกันมาสร้างประโยชน์ในการดึงดูดความสนใจหรือ โน้มน้าวคนในท้องถิ่น ทั้งประโยชน์ทางการค้าหรือการสร้างกระแสนิยมในการบริโภคสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ปัจจุบันจึงปรากฏการนำภาษาไทยถิ่นมาใช้อย่างแพร่หลายผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น แม้จะมีหนึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการ “ยกระดับ” ภาษาไทยถิ่น แต่ก็อีกมุมมองหนึ่งก็เป็นที่น่าสนใจว่าการผลิตวาทกรรมที่เสนอภาพการใช้ภาษาไทยถิ่นของคนในท้องถิ่นหรือการใช้ภาษาไทยถิ่นโดยผู้ผลิตสื่อมวลชนเองนั้นเป็นการประกอบสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของผู้ใช้ภาษาไทยถิ่นหรือยังคงตอกย้ำความไม่เท่าเทียมกันและลดรอนศักดิ์ศรีของภาษาไทยถิ่นดังวาทกรรมชุดเดิมที่มีมา

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประมวล วิเคราะห์ และตั้งข้อสังเกตการใช้ภาษาไทยถิ่นที่ปรากฏในสื่อมวลชนแขนงต่างๆ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของสื่อมวลชนในการอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่น อีกทั้งให้ภาพสะท้อนว่าภาษาไทยถิ่นอยู่ในสถานะใดในสื่อมวลชน สื่อมวลชนใช้ภาษาถิ่นเป็นเครื่องมือในการสื่อสารในลักษณะใดบ้าง และมีส่วนสำคัญในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของผู้ใช้ภาษาไทยถิ่นได้อย่างไร

สื่อมวลชนกับการอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่น

นักวิชาการด้านภาษาศาสตร์และสื่อสารมวลชนต่างตระหนักถึงความสำคัญของบทบาทสื่อมวลชนในการอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่น ราวรี ธันวารธร (2549, น. 226-229) เสนอแนวคิดที่ว่า

ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับสื่อบันเทิงก็ควรจะมึบทบาทที่จะบันทึกภาษาถิ่นออกมาเป็นเพลง เป็นการสื่อสารวัฒนธรรมไทยถิ่นแท้ๆ ผ่านภาษาในเพลง หรือให้ศิลปินที่เป็นชนชาวท้องถิ่นต่างๆ นำวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเองมาถ่ายทอด เช่นเดียวกับการสร้างภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์จะกำหนดให้ตัวละครพูดภาษาไทยถิ่น เมื่อมีการสัมภาษณ์คนถิ่นต่างๆ จะพูดภาษาถิ่น และมีตัววิ่งอักษรไทยกลางตามคำพูดของเขาเหล่านั้น ศิลปินเพลงและผู้ประพันธ์เพลงร่วมสมัยสามารถประพันธ์เนื้อร้องโดยประยุกต์ภาษาไทยกลาง ภาษาไทยถิ่นเหนือ ภาษาไทยถิ่นอีสาน และภาษาไทยถิ่นใต้ การขับบทเพลงเป็นการประชาสัมพันธ์ภาษาไทยถิ่นต่างๆ ให้เกิดความเข้าใจและความนิยมของประชาชนทั่วไปเป็นอย่างดี นับเป็นการเรียนรู้และรักษาภาษาไทยถิ่นได้อย่างแนบเนียนวิธีหนึ่ง

เจียรชัย อิศรเดช (2555, น. 16) นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ได้กล่าวถึงคุณูปการของสื่อมวลชนต่อภาษาไทยถิ่นไว้ว่า

หลายเวทีของการสนทนาเรื่องภาษาถิ่นมักปรากฏความวิตกกังวลร่วมกันว่า สื่อมวลชนเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้ภาษาถิ่นหดหาย โดยมากจะกล่าวถึงผลกระทบต่อเยาวชน ความภาคภูมิใจของเยาวชนเจ้าของภาษาที่จะใช้ภาษาของตนเอง การกล่อมเกล่าในแบบต่อเนื่อง เน้นนาน และแนบเนียนในกลวิธีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ หรือ cultivation theory ซ้ำยังเป็นต้นแบบการใช้ภาษาของสื่อให้กับเยาวชนในท้องถิ่น รวมถึงอิทธิพลสื่อที่นำเสนอภาษาไทยกลางเป็นหลักทุกเข้าค่าทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ แต่ไม่ให้เห็นพื้นที่ของภาษาถิ่นที่มองว่ามีปัญหาเรื่องความหลากหลาย (variation) หากแต่อีกมุมหนึ่งสื่อเองก็มีคุณูปการต่อภาษาถิ่นด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้เจียรชัย อิศรเดช (2555, น.17) ได้ยกตัวอย่างการนำเสนอภาษาไทยถิ่นในสื่อมวลชนรูปแบบต่างๆ ที่มีผลต่อการอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่น เช่น การฟื้นตัวของเพลงเหนือ เพลงใต้ เพลงอีสาน ช่วยดึงคำพื้นถิ่นให้มีชีวิตอีกครั้ง การที่รายการตลกหรือแม้แต่รายการละครไม่อาจหลีกเลี่ยงไปจากการเล่นกับความเป็น “บ้านนอก” ได้อาจเป็นเพราะรหัสความบันเทิงนั้นมักมาจากสังคมชั้นล่างมากกว่า มนุษย์รู้สึกขบขันคนที่ต่ำต้อยกว่า ความตลกแบบท้องถิ่นเป็นรหัสเฉพาะของวัฒนธรรมนั้นๆ ซึ่งคนเมืองย่อมไม่ซาบซึ้งเท่าเจ้าของวัฒนธรรม การรับความขบขันแบบท้องถิ่นจึงต้องถ่างหูตารับรู้สุนทรียภาพของท้องถิ่นไปด้วย จากมุมมองรู้สึกตลกในภาษาและท่าทีของคนบ้านๆ ในทางกลับกันการที่ผู้ชมติดตามก็เท่ากับการตกอยู่ในอำนาจของสุนทรียภาพท้องถิ่นไปพร้อมๆ กัน

อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสนใจว่า ภาษาไทยถิ่นที่ปรากฏอยู่ในสื่อมวลชนปัจจุบันซึ่งมองว่าเป็นวิธีการอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่นในลักษณะของการเผยแพร่การใช้ภาษาไทยถิ่นออกสู่มวลชนนั้นสะท้อนภาพและสถานภาพของภาษาไทยถิ่นในลักษณะใดบ้าง

ภาพสะท้อนภาษาไทยถิ่นในสื่อแขนงต่างๆ

ภาษาไทยถิ่นที่ปรากฏใช้ผ่านสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ มีลักษณะและวัตถุประสงค์การสื่อสารที่แตกต่างกันตามบริบทของการสื่อสาร ด้วยเหตุผลทั้งด้านนโยบายการดำเนินงานของผู้ผลิตสื่อเหล่านั้น ๆ หรือเหตุผลจากแผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์จึงทำให้ภาพภาษาไทยถิ่นที่มาพร้อมกับอัตลักษณ์ของคนในท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของภาษามีความแตกต่างกันไป ในที่นี้ผู้เขียนขอยกตัวอย่างภาพสะท้อนภาษาไทยถิ่นที่ปรากฏผ่านสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ดังนี้

1. ภาษาไทยถิ่นในสื่อละครโทรทัศน์ไทยและภาพยนตร์ไทย

ละครโทรทัศน์และภาพยนตร์จัดเป็นสื่อมวลชนประเภทสื่อบันเทิง ภาษาถิ่นที่ปรากฏผ่านสื่อทั้ง 2 ประเภทดังกล่าวจะปรากฏในรูปแบบการใช้ภาษาไทยถิ่นในการสื่อสารของตัวละคร จากการสำรวจและการตั้งข้อสังเกตของผู้เขียนบทความในเบื้องต้นพบว่า ภาษาไทยถิ่นในสื่อละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ไทยปรากฏทั้งการผลิตซ้ำวาทกรรมชุดเก่าของภาษาถิ่นและผู้ใช้ภาษาถิ่น แสดงอัตลักษณ์ในด้าน “ความเป็นบ้านนอก” “ความซื่อ” “ความไม่ทันคนในสังคมเมือง” “ความตลก” เช่น ละครเรื่อง “มนต์รักแม่หนู” นำเสนอภาษาไทยถิ่นอีสานผ่านละครโทรทัศน์ แม้ว่าผู้ผลิตจะมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสืบสานวัฒนธรรมทางภาษา แต่สารที่นำเสนอผ่านละครคือเนื้อหาของบทละครได้สะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์ของชาวอีสานผ่านตัวละครในเรื่องที่ใช้ภาษาไทยถิ่นอีสานในการสื่อสาร ได้แก่ ความยากจนในชนบท การต่อสู้กับระบบทุนนิยมจากสังคมเมือง บุคลิกซื่อสัตย์ของคนอีสานซึ่งบางครั้งนำไปสู่ความไม่ทันคนและการถูกเอารัดเอาเปรียบได้ ละครจึงเป็นการผลิตซ้ำวาทกรรมเก่าของภาษาถิ่นอีสานและผู้ใช้ภาษาถิ่นอีสานไปโดยปริยาย

อีกตัวอย่างหนึ่งคือ ภาพยนตร์ไทยเรื่อง “แหยมยโสธร” ซึ่งเป็นภาพยนตร์ไทยเรื่องแรกที่ตัวละครส่วนใหญ่ในเรื่องใช้ภาษาถิ่นอีสานเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร ควบคู่กับคำบรรยายตัววิ่งเป็นภาษาไทยมาตรฐานตลอดทั้งเรื่อง ภาพยนตร์ดังกล่าวนี้ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ดังจะเห็นได้จากการสร้างภาคต่อถึง 3 ภาค การใช้ภาษา

ไทยถิ่นอีสานจัดเป็น “จุดขาย” ในการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์เรื่องนี้ เนื่องจากผู้ผลิตภาพยนตร์และนักแสดงนำซึ่งก็คือ คุณเพชรทาย วงษ์คำเหลา หรือ หม่า จักมก เป็นคนอีสาน จึงตั้งใจที่จะใช้ภาษาไทยถิ่นอีสานตลอดทั้งเรื่อง และจะปรากฏการใช้ภาษาอีสานเช่นนี้ในภาพยนตร์ทุกภาค ทั้งนี้ก็เพื่อต้องการสร้างเสน่ห์ให้แก่ภาพยนตร์เรื่องนี้

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเนื้อหาและแก่นสำคัญของภาพยนตร์เรื่องนี้ ซึ่งจัดอยู่ในประเภทภาพยนตร์ตลกก็สะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์ของภาษาถิ่นอีสานในด้านความตลกขบขัน เช่น มุกตลก หรือคำบริภาษในภาษาถิ่นอีสาน เช่น บักหู่ชี่ หรือ บักหู่ด่าง แปลว่า ไอ้ตูดหมึกหรือไอ้ตูดหมา ความตลกที่เกิดขึ้นเกิดจากความแปลกใหม่ ความไม่คุ้นชินของผู้ชมต่างท้องถิ่นนั่นเอง นอกจากนี้ภาพลักษณ์ของคนอีสานที่น่าเสนอผ่านตัวละครที่ใช้ภาษาถิ่นอีสาน ยังแสดงให้เห็นถึงความตลกในเชิง “ความแปลกแยก” เช่น การแต่งกายสีสันสดใสเกินปกติ ความเซซ หรือประเด็นเรื่องเพลงประกอบภาพยนตร์ “แหยมยโสธร ภาค 3” ชื่อเพลง “สี่คน” ซึ่งพ้องกับวลีในภาษาไทยถิ่นอีสาน หมายถึง การมีเพศสัมพันธ์ แม้ว่าจะเป็นการเล่นกับภาษา แต่ก็ทำให้เกิดกระแสวิจารณ์ผ่านสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มผู้รู้ภาษาไทยถิ่นอีสานว่าเป็นภาษาที่ไม่เหมาะสมในเชิงสองแง่สองง่าม อย่างไรก็ตามการใช้ภาษาไทยถิ่นในตัวอย่างดังกล่าวก็ยังคงเป็นที่ยอมรับของผู้ชม ส่วนหนึ่งเนื่องจากผู้ชมกลุ่มนี้พิจารณาภาษาในบริบทของภาพยนตร์ประเภทตลกขบขัน ซึ่งมีจุดประสงค์หลักเพื่อความบันเทิง

นอกจากการผลิตซ้ำวาทกรรมชุดเก่าแล้ว ในอีกด้านหนึ่งจะพบว่าปัจจุบันละครและภาพยนตร์ไทยส่วนหนึ่งใช้ภาษาถิ่นเพิ่มมากขึ้น โดยเน้นอัตลักษณ์ของภาษาไทยถิ่นในด้าน “ความประณีต ความมีเอกลักษณ์และสวยงามของวัฒนธรรมทางภาษา” ผ่านวาทกรรม “การอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่น” ที่ปรากฏในละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ไทย โดยผู้ผลิตละครโทรทัศน์มุ่งเน้นการใช้ประโยชน์จากภาษาไทยถิ่นใน 2 ด้าน คือ เพื่อความสมจริงของละคร กรณีที่ตัวบทละครต้องการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับคนในท้องถิ่นจึงจำเป็นต้องสร้างความสมจริงในการใช้ภาษาของตัวละคร และอีกวัตถุประสงค์หนึ่งคือเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด กล่าวคือผู้ผลิตละครและภาพยนตร์ต้องการใช้ภาษาไทยถิ่นเป็นเครื่องมือสำคัญในการดึงดูดกลุ่มผู้ชมผู้ใช้ภาษาไทยถิ่นเช่นเดียวกับตัวละครในละครหรือภาพยนตร์นั้นๆ อย่างไรก็ตามการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะดังกล่าวก็ทำให้เกิดการ “จับตา” ดูความสามารถในการใช้ภาษาไทยถิ่นของนักแสดงผู้ถ่ายทอดภาษาไทยถิ่นผ่านบทสนทนาต่างๆ หากนักแสดงเป็นเจ้าของภาษาผู้ใช้ภาษาไทยถิ่นนั้นๆ อยู่แล้วอาจไม่เกิดปัญหาในการสื่อสารด้วยภาษาไทยถิ่นเท่ากับนักแสดงนอกภูมิ

ลำเำนัน ๆ อย่งไรก็ตมหลกนักรแสดงซึ่งไมได้อยู่ในภูมิลำเำนงพื้ที่ที่ใช้ภษไทย
 ถิ่นตมบทภทที่รับร แต่ถ้หลกเรียนรู้และพัฒนทกษะการู้ภษไทยถิ่นสือสรฟ่าน
 ละครหรือภพยนตร้อย่างดียั้ นักรแสดงด่งกล่วย้อมได้รับกระแสดงรับอันดี ส่ผลให้
 ละครหรือภพยนตรั้ันได้รับควมนิยม ในทงตรงกันข้มหลกนักรแสดงใช้ภษไทย
 ถิ่นหรือออกเสียงส้เนยงภษไทยถิ่นผิดผกต่งกต่างไปจกส้เนยงที่ใช้จริงในภษ
 ไทยถิ่นนั้ ๆ ย้อมเกิดกระแสวิพกษัวจจรณในเชิงลบ ส่ผลกระทบต่อควมสมจรงและ
 กระแควมนิยมของละครหรือภพยนตรั้ สะท่อนให้เห่นควมส้คัญของการู้ภษ
 ไทยถิ่นในสือละครและภพยนตรั้ ด่งนั้นนักรแสดงผู้รับบทภทเป็นค่นในท่งถิ่นจ้เป็น
 ต้องพัฒนศกภพการู้ภษไทยถิ่น ตัวผู้ผลิตสือเองก็จ้เป็นต้องเรียนรู้และเข้ใจ
 ภษไทยถิ่นที่ใช้จริงในท่งถิ่นนั้ ๆ จึงจะสามารถเจะกล่มเป้าหมายผู้ชมในท่งถิ่น
 นั้ ๆ ได้อย่างสมถธิ์ผล

ผู้เขียนขอยกตัวอย่างการู้ภษไทยถิ่นในละครโทรทัศน์ 2 เรื่อง คือ
 “รอยไหม” ซึ่งนำเสนภษไทยถิ่นเหนือ และ “คุณขยรัชชานนท” ที่นำเสนภษ
 ถิ่นอีสาน ซึ่งละคร 2 เรื่องนี้ ผลิตโดยผู้ผลิตและผู้ก้กับค่นเดียวกัน คือ คุณพงษ์พัฒน์
 วชิรบรรจ ออกอากตทงโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในปี 2554 และ 2556 ตมลำดับ
 กระแสดงรับของผู้ชมที่มีต่อการู้ภษไทยถิ่นในละครมีความต่งกต่างกัน กล่วคือ
 ละครเรื่อง “รอยไหม” ได้รับคำวจจรณฟ่านสือมวลชนและสือสังคมออนไลน์ว้ยง
 ใช้คำศัพทในภษไทยถิ่นเหนือปนกับคำไทยยงไม่ถูกต้อง หรือการที่ตัวละครออก
 เสียงภษไทยถิ่นเหนือผิดเพี้ยนโดยที่ไม่มีผู้รู้ให้คำแนะนำท้ให้กลุ่มผู้ชมที่ใช้ภษไทย
 ถิ่นเหนือหรือผู้รู้ภษไทยถิ่นเหนือวจจรณถึงเรื่องควมไม่สมจรงและท้ให้เสียอรรถรส
 ในการชมละคร ส่วนละครเรื่อง “คุณขยรัชชานนท” ซึ่งปรกฏการู้ภษไทยถิ่นอีสาน
 ในบทละครเป็นจ้ำนวนมกนั้ ได้มีกระแสวิชชมทกษะควมสมารถของนักรแสดงใน
 เรื่องโดยเฉพะนักรแสดงนำหญิงของเรื่องคือ คุณณฐพร เตมีรักษ์ ซึ่งแม้ว้จะไม่ได้เป็น
 ผู้ใช้ภษไทยถิ่นอีสานในชีวิตประจำวัน แต่มีความสมารถในการู้ภษไทยถิ่นอีสาน
 ได้ใกล้เคียงเจ้าของภษ ด่งตัวอย่างต่อไปนี้

ชื่นชมคุณแ้ว ณฐพร ในการเว้าอีสาน ในคุณขยรัชชานนท

สถานีโทรทัศน์ช่อง 3

นักแสดงหญิง

ละครโทรทัศน์

ไม่ผิดหวังจรง ๆ ที่รอคอยคุณขยรัชชานนท

ต้องขอชื่นชมคุณแ้วอย่างมาก ถึงแม้ว้จะไม่เต็ม 100%

แต่ก็ใกล้เคียงมากที่สุด ถือว้ทำภษบ้านมดีมกครับ

คำว่า 100% สำหรับแล้ว ตอนนี้
ไม่ใช่ก็ใกล้เคียงแล้วละ
ต้องยกให้ตัวจริงๆละ งานนี้
กระหึ้นด้วยเช่นกัน ยกให้แล้ว เกือบ 100% <http://pantip.com/topic/30526351>

เราเป็นคนอีสาน ยังแปลกใจพูดได้สำเนียงขนาดนี้เลยเธอ.....แสดงว่าหากำบ้านนาดีมาก

เราเป็นคนอีสานที่เกิดและโตกรุงเทพฯ ยังพูดไม่ได้ขนาดนี้เลยละ เห็นคนกว่า 55555 พังออกอย่างเดียว

น้องผู้ชายที่รับบทกับกับคือคนป็นะละ น้องเป็นคนอีสานไปคำ แต่คำใช้ไม่เจาะป็นเหมือนน้องคนที่เป็นเจ้าของ ส่วนเขาเขียนไว้ว่าพี่เป็นคนเหนือไปคำละ

(กระหึ้นจากเว็บไซต์พันทิป/, 2556)

จากตัวอย่างละครโทรทัศน์ทั้งสองเรื่องดังกล่าวแสดงถึงการปรับปรุงและการเพิ่มความพิถีพิถันในการใช้ภาษาไทยถิ่นในละครโทรทัศน์ของผู้ผลิตและผู้กำกับละคร และทักษะความสามารถในการใช้ภาษาไทยถิ่นของนักแสดงซึ่งล้วนส่งผลต่ออรรถรสในการรับชมและกระแสมความนิยมของละครอีกด้วย

จากการศึกษาการเลือกใช้ภาษาไทยถิ่นในสื่อภาพยนตร์ นอกจากจะมีภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะให้ตัวละครใช้ภาษาไทยถิ่นเป็นหลักในการสื่อสารควบคู่กับคำบรรยายตัววิ่งเป็นภาษาไทยมาตรฐาน อย่างเรื่อง “แหยมยโสธร” แล้ว ในปัจจุบันพบว่า ภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่ประเทศไทยรับเข้ามาฉายในประเทศ นอกจากจะพากย์ด้วยภาษาไทยถิ่นมาตรฐานหรือภาษาไทยถิ่นกรุงเทพฯ แล้วยังมีการพากย์ด้วยเสียงภาษาไทยถิ่นอีสานด้วย ดังจะเห็นได้จากเมเจอร์ ซีนีเพล็กซ์ (Major Cineplex) ได้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ว่าจะนำภาพยนตร์เรื่อง “Now You See Me 2” มาพากย์ด้วยเสียงภาษาไทยถิ่นอีสานเป็นครั้งแรก แต่จะเข้าฉายเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือเท่านั้น ดังตัวอย่าง

ม่วนหลาย! เมเจอร์เอาจริง ฉาย “Now You See Me 2” ปากยี่เสียงอีสาน เฉพาะภาคอีสาน



หลังทำเซอร์ไพรส์โปรโมทด้วยการปล่อยตัวอย่างเวอร์ชันเสียงอีสาน ทำเอาแฟน ๆ หนึ่ง “Now You See Me 2” ฮือฮากับความเก๋ไปแล้ว แต่ก็ยังไม่มีประกาศชัดเจนว่าจะมีการฉายเวอร์ชันนี้หรือไม่ ล่าสุดทางค่ายเมเจอร์ได้ออกมาคอนเฟิร์มแล้วว่า จะมีการเข้าฉาย “Now You See Me 2” ปากยี่เสียงอีสานให้หมู่เฮาได้ม่วนหลายกันพร้อมหน้า โดยปากยี่เสียงอีสานจะเข้าฉายเฉพาะภาคอีสานเท่านั้น รวมถึงปากยี่ไทยและชาวด์แพร่ปกติ สำหรับใครที่อยากลอง ไปชมตัวอย่างเป็นการเรียกน้ำย่อยกันเลย (เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2559)

จากตัวอย่างการนำเสนอข่าวภาพยนตร์เรื่อง “Now You See Me 2” ปากยี่ด้วยเสียงอีสาน นับเป็นการสร้างความสนใจให้แก่ผู้เข้าชมในแถบภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมไปถึงทำให้ผู้ชมในท้องถิ่นตะวันออกเฉียงเหนือเข้าใจเรื่องราวในภาพยนตร์มากขึ้น ช่วยสร้างอรรถรสในการเสพภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างปรากฏการณ์ใหม่ของธุรกิจภาพยนตร์ไทยที่ปากยี่เสียงภาพยนตร์ฮอลลีวูดด้วยเสียงภาษาไทยถิ่นอีสาน อาจกล่าวได้ว่า วงการธุรกิจภาพยนตร์ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของภาษาไทยถิ่นมากขึ้น นอกจากจะช่วยกระตุ้นเตือนให้คนในแต่ละท้องถิ่นเห็นความสำคัญ เกิดความภาคภูมิใจในภาษาไทยถิ่นของตนแล้ว ยังช่วยสร้างจุดขายและเปิดตลาดภาพยนตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้เป็นอย่างดี

2. ภาษาไทยถิ่นในสื่อโฆษณา

“การโฆษณาเป็นการสื่อสารเพื่อการจูงใจ ให้ความรู้ความเข้าใจและแนวคิดเกี่ยวกับสินค้าและบริการแก่ประชาชนเพื่อสร้างกำไรหรือยอดขายและต้องมีการบอกผู้อุปถัมภ์ในการโฆษณา” (ธัญญา จันทรตรง, 2558, น. 8) การโฆษณาเป็นกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่อาศัยสื่อมวลชนเป็นช่องทางการสื่อสาร เช่น โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ อย่างหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โฆษณาในโทรทัศน์ โฆษณาในเว็บไซต์ของสื่อมวลชนต่างๆ เป็นต้น

ลักษณะเด่นของการใช้ภาษาไทยถิ่นที่ปรากฏในสื่อมวลชนได้สะท้อนภาพการอาศัยประโยชน์และความสำคัญของภาษาไทยถิ่นในด้านการแสดงความเป็นพวกพ้องเดียวกันของคนในท้องถิ่น การกระตุ้นความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนในท้องถิ่นหรือเป็นผู้ร่วมใช้ภาษาไทยถิ่นนั้นๆ เช่นเดียวกันกับสื่อมวลชนผู้ส่งสารซึ่งปรากฏทั้งการส่งสารโดยใช้ตัวแทนของผลิตภัณฑ์ (presenter) ซึ่งส่วนมากมักจะเป็นบุคคลสาธารณะที่มีชื่อเสียงในวงการต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวงการบันเทิง อีกลักษณะหนึ่งคือการปรากฏของภาษาไทยถิ่นด้วยข้อความที่ถ่ายทอดเป็นภาษาถิ่นทั้งการพูดและการเขียนอยู่ในองค์ประกอบอื่นๆ ของโฆษณา โดยไม่อาศัยบุคคลผู้มีชื่อเสียง

การใช้ตัวแทนสินค้าโดยบุคคลผู้มีชื่อเสียงผ่านการใช้ภาษาไทยถิ่นในการสื่อสารในสื่อประชาสัมพันธ์เป็นลักษณะการคัดเลือกตัวแทนสินค้าหรือที่เรียกกันติดปากในวงการโฆษณาว่า “พรีเซ็นเตอร์” หรือ “แบรนด์แอมบาสเดอร์” ที่มีพื้นเพมาจากคนในท้องถิ่นนั้นๆ ทั้งนี้ก็เพื่อต้องการโน้มน้าวใจผู้ใช้สินค้าหรือบริการในแต่ละท้องถิ่นแสดงความเป็นพวกพ้องเดียวกัน โดยใช้ภาษาไทยถิ่นเป็นสื่อกลางในการรวมกลุ่มการลดระยะห่างระหว่างบุคคลผู้มีชื่อเสียงและประชาชนกลุ่มเป้าหมายในท้องถิ่น ทั้งนี้หากผู้ผลิตโฆษณาดังกล่าวสามารถใช้ภาษาไทยถิ่นเป็นเครื่องมือหลักในการเชื่อมโยงเนื้อหาในสารโฆษณาได้อย่างกลมกลืน ย่อมแสดงถึงประสิทธิผลของการโฆษณาที่เหนือกว่า ตัวอย่างเช่น

แอร์เอเชียทำเซอร์ไพรส์ ส่ง “ณเดชน์” เป็นสจ๊วต โปรโมทเที่ยวบิน ขอนแก่น



แอร์เอเชียจัดให้..ลูกเรือ “ณเดชน์” เซอร์ไพรส์ให้บริการบนเครื่องบิน เชิญชวนทุกคนเที่ยว บ้านเกิดที่ขอนแก่น สะดวกถึง 4 เที่ยวบินต่อวัน

“ณเดชน์ คุภิมยะ” เอาใจแฟนคลับแอร์เอเชีย หลังปล่อยโฆษณาชุดใหม่ “บินคุ้ม คุณภาพครบ” ทางหน้าจอทีวี แพลงโคมเป็นลูกเรือสุดหล่อสุดเซอร์ไพรส์ ประกาศต้อนรับเป็นภาษาอีสานและทักทายผู้โดยสารบนเครื่องบินแอร์เอเชีย เส้นทางดอนเมือง-ขอนแก่น เที่ยวบิน FD3254 เวลา 12.30-13.20 น. ในวันที่ 19 กันยายน เชิญชวนทุกคนเที่ยวบ้านเกิดที่ขอนแก่น สะดวกถึง 4 เที่ยวบินต่อวัน พร้อมร่วมกิจกรรมมอบหนังสือแก่เด็ก ๆ ในโครงการ “ความรู้บินได้” กับแอร์เอเชีย ที่โรงเรียนบัวใหญ่พิทยาคม

(เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์, 2557)



(เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์, 2557)

จากตัวอย่างสื่อโฆษณาของสายการบินแอร์เอเชียเพื่อโฆษณาเส้นทางการบินในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยโดยใช้ภาษาไทยถิ่นเป็นสื่อโฆษณาปรากฏในรูปแบบ

ย่อยหลายรูปแบบ ได้แก่ การใช้คำภาษาไทยถิ่นเป็นคำขวัญ ชื่อกิจกรรมพิเศษ (special events) และเนื้อหาโฆษณา การคัดเลือกฟรีเซ็นเตอร์ที่มีภูมิลำเนาจากภูมิภาคหรือจังหวัดที่เปิดเส้นทางสายการบินใหม่ เช่น การเลือกคุณณเดชน์ คุมิยะ นักแสดงผู้มีชื่อเสียงโด่งดังในปัจจุบันมาเป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์หลักของธุรกิจสายการบินดังกล่าวในประเทศไทย และโฆษณาการเปิดเส้นทางการบินเส้นทางใหม่คือจังหวัดขอนแก่น โดยให้คุณณเดชน์ผู้มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดขอนแก่นเป็นตัวแทนในการโฆษณา และกำหนดให้ใช้ภาษาไทยถิ่นในการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อเปิดตัวเส้นทางการบินดังกล่าว เพื่อเผยแพร่ชื่อโฆษณาและข่าวการโฆษณาผ่านสื่อมวลชน

จะเห็นได้ว่าการเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่นหรือภาพลักษณ์ของบุคคลที่มีชื่อเสียงซึ่งเป็นสื่อบุคคลในการโฆษณาผ่านการใช้ภาษาไทยถิ่นและตัวเนื้อหาสินค้าหรือการบริการนั้นเป็นการใช้ภาษาไทยถิ่นในลักษณะ “การยกระดับ” เนื่องจากในสังคมไทยจัดให้บุคคลผู้มีชื่อเสียง โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลในวงการบันเทิงเป็นผู้ที่มีสถานภาพสูงในสังคม โดยวัดจากรายได้และการได้รับการยกย่องในสังคมปรากฏชัดเจนผ่านคำเรียกผู้มีชื่อเสียงในวงการบันเทิงโดยรวมว่า “ดารา” เมื่อพิจารณาลักษณะการใช้ภาษาไทยถิ่นของ “ดารา” ผ่านสื่อโฆษณานั้นนอกจากสะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจใช้ประโยชน์จากภาษาไทยถิ่นในทางพาณิชย์แล้ว ในทางภาษาศาสตร์สังคมยังเป็นการเพิ่มศักดิ์ศรีให้ภาษาไทยถิ่น เป็นผลมาจากการถ่ายโอนสถานภาพของผู้มีชื่อเสียงจากดารานักแสดง ซึ่งได้รับการยกย่องว่ามีสถานภาพสูงในสังคมไทยไปสู่ตัวภาษาถิ่นซึ่งถูกมองว่าเป็นรูปภาษาที่มีศักดิ์ศรีน้อยกว่าและมีแนวโน้มการใช้บ่อยลงในกลุ่มคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้การกำหนดให้ดารานักแสดงใช้ภาษาไทยถิ่นในโฆษณายังสะท้อนว่าการใช้ภาษาไทยถิ่นไม่ใช่เรื่องน่าอับอายหรือเป็นเรื่องน่ารังเกียจแต่อย่างใดในเมื่อบุคคลผู้มีชื่อเสียงยังคงใช้ภาษาไทยถิ่นผ่านสื่อมวลชน

อาจกล่าวได้ว่า การที่หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะภาคเอกชนเริ่มที่จะนำภาษาไทยถิ่นมาถ่ายทอดผ่านสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ รวมไปถึงนำเสนอผ่านการใช้ภาษาไทยถิ่นของบุคคลที่มีชื่อเสียงในท้องถิ่นต่าง ๆ นับเป็นแนวทางสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่น โดยโน้มน้าวให้คนในท้องถิ่นโดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนรุ่นใหม่ได้เห็นถึงความสำคัญของภาษาไทย หันมาใช้ภาษาไทยถิ่นของตนเองมากขึ้น เริ่มที่จะเปลี่ยนมุมมองของผู้ใช้ภาษาไทยถิ่นจากเดิมที่มองว่าการใช้ภาษาไทยถิ่นเป็นเรื่อง น่าอับอาย เปลี่ยนเป็นมองว่าการเลือกใช้ภาษาไทยถิ่นในชีวิตประจำวันนอกจากจะช่วยอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่นให้คงอยู่แล้วยังช่วยเสริมสร้าง

เสนอให้มีการสื่อสารอย่างหนึ่งอีกด้วย หากหน่วยงานต่างๆ นำเสนอโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับภาษาไทยถิ่นมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เยาวชนจะได้เห็นแบบอย่างการใช้ภาษาไทยถิ่นของแต่ละท้องถิ่นในทางที่ถูกต้องเหมาะสม ก็จะเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่นให้ยังคงอยู่ในสังคมไทยได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ภาษาไทยถิ่นยังนำมาใช้เป็นจุดขายที่โดดเด่นของโฆษณาดังตัวอย่างโฆษณาที่เผยแพร่ผ่านสื่อใหม่อย่างยูทูบ (YouTube) ซึ่งเป็นเครือข่ายของคลิปวิดีโอที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกและเป็นสื่อใหม่ที้องค์กรต่างๆ เลือกใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่คลิปวิดีโอชุดโฆษณา โดยองค์กรไม่จำเป็นต้องจำกัดงบประมาณตามความยาวของเวลาในการเผยแพร่และช่วงเวลาที่เผยแพร่เหมือนสื่อโทรทัศน์ ตัวอย่างการใช้ภาษาไทยถิ่นผ่านสื่อโฆษณาในยูทูบ เช่น

“ครั้งแรกของประเทศ! กับ โฆษณาที่พากย์ตามภาษา ท้องถิ่น” แคมเปญสนุกจาก “ธนาชาติ ประกันภัย”



จะเป็นอย่างไร หากโฆษณาที่คุณได้รับชมนั้นมีให้เลือกชมได้จากภาษาท้องถิ่นที่คุณคุ้นเคย คลิปวิดีโอที่ชื่อ “ตอบใจหทัย ตรงใจ จัดให้ทุกความต้องการ” นั้นได้เปลี่ยนวิธีการดูโฆษณาเดิมๆ ที่ให้ทั้งความสนุก และสามารถเข้าถึงผู้คนแต่ละภาคได้อย่างสนิทสนมด้วยความเป็น “ท้องถิ่น” ที่ยังมีความน่ารัก ขี้เล่นแบบเป็นกันเอง ผ่านเรื่องราวของคู่รักที่ตัดสินใจเลือกประกันรถยนต์ให้เหมาะสมกับความต้องการ โดยคลิปทั้งหมดจะประกอบด้วยคลิปสำหรับภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคอีสาน และภาคใต้ ซึ่งใช้ภาษาที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ซึ่งคุณสามารถสัมผัสถึงความสนุกได้ทันทีจากเพียงแค่อ่านชื่อ เช่น

ภาคอีสาน มีชื่อคลิปว่า “ตอบโจทย์ เกิกใจ จัดให้ ทุกสู่ทุกคน” ภาคใต้ในชื่อ “ตอบโจทย์ เกิกใจ ก็จัดให้ทั้งเพ” และภาคเหนือในชื่อ “ตอบโจทย์ ตรงใจ จัดหือทุกความต้องการกัน” ซึ่งจะทำให้คุณอินยิ่งขึ้น หากคุณเข้าใจภาษานั้น ๆ

ทั้งนี้นอกจากมุมมองที่ต้องการนำเสนอคลิปที่ให้ความสนุกและสามารถเข้าถึงคนในท้องถิ่นได้ง่ายแล้ว สิ่งที่ชนชาติประกันภัยต้องการสื่อเป็นความหมายแฝงผ่านคลิปที่ใช้ภาษาของแต่ละท้องถิ่นคือ “ไม่ว่าคุณจะพูด ภาษาใด หรือมีความต้องการแบบไหน เราเข้าใจคุณ” สามารถรับชมคลิปทั้ง 4 ภาษาได้ที่ ภาษากลาง <https://youtu.be/tlpf-9qrUEE> ภาษาอีสาน <https://youtu.be/KjSXgKCLoNE> ภาษาใต้ <https://youtu.be/LG2DLXzvQ2w> และภาษาเหนือ <https://youtu.be/hH7b0Qca5yk>

(เว็บไซต์ catmint, 2559)

จากตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นถึงวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ ในการใช้ภาษาไทยถิ่นในโฆษณา ได้แก่ การสร้างแนวคิดหลัก (theme) ในการสื่อสารของการโฆษณา คือการเข้าใจความแตกต่างของผู้บริโภค สะท้อนผ่านความแตกต่างด้านท้องถิ่นและการใช้ภาษาไทยถิ่นที่ต่างกัน สื่อให้เห็นว่าตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งในที่นี้คือ บริษัทประกันภัยสามารถเข้าใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ดังที่ระบุอย่างชัดเจนในข่าวประชาสัมพันธ์ข้างต้นขององค์กรว่า “ไม่ว่าคุณจะพูดภาษาใด หรือมีความต้องการแบบไหน เราเข้าใจคุณ”

วัตถุประสงค์หลักประการที่ 2 ของสื่อโฆษณาชุดดังกล่าวนี้คือ “ความสนุก” ซึ่งเป็นจุดขายสำคัญของสื่อโฆษณา ดังที่ปรากฏชัดเจนในพาดหัวข่าวประชาสัมพันธ์ว่า “แคมเปญสนุก” และในเนื้อข่าวประชาสัมพันธ์ว่า “ให้ทั้งความสนุก . . .” สะท้อนภาพการใช้ภาษาไทยถิ่นในสื่อโฆษณาว่า ภาษาไทยถิ่นเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่ทำให้เกิดความสนุกจากการใช้ภาษา กล่าวคือ ผู้รับสารได้รับความสนุกจากการรับสารโฆษณา ซึ่งความสนุกที่เกิดขึ้นมาจากความแปลกใหม่จากการใช้ภาษาโฆษณาที่แตกต่างไปจากเดิม อย่างไรก็ตามสามารถวิเคราะห์ประเด็นดังกล่าวนี้ได้เป็น 2 มุมมอง กล่าวคือ มุมมองแรกแสดงให้เห็นว่า “ความสนุก” ที่เกิดจากการใช้ภาษาไทยถิ่นก็ยิ่งแสดงให้เห็นความไม่เท่าเทียมกันของภาษาและผู้ใช้ภาษา ระหว่างภาษาไทยมาตรฐานและภาษาไทยถิ่น แม้ว่าความสนุกจะเป็นการสร้างอารมณ์ความรู้สึกในด้านบวก แต่ก็เป็นการลดความรู้สึกที่เกิดจากทัศนคติในเรื่องความแตกต่างและความไม่เท่าเทียมกันของภาษา คือผู้ส่งสารตั้งใจให้เกิดความสนุกและผู้รับสารเกิดความสนุกจากการรับสารเป็นผลมาจาก

การประเมินค่าว่าการพูดภาษาถิ่นต่าง ๆ นั้น “น่าขบขัน” “แปลกแยก” จากภาษาไทยมาตรฐานที่มีศักดิ์ศรีสูงกว่า แสดงให้เห็นถึงลักษณะการกดทับภาษาถิ่นโดยทางอ้อม กล่าวคือหากพิจารณาตามทฤษฎีอารมณ์ขัน ลักษณะความตลกขบขันดังกล่าวจะจัดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีความเหนือกว่าและการทำให้ด้อยลง (Superiority and Degradation) ทฤษฎีกลุ่มนี้มองว่าความตลกขบขันเกิดจากการที่เรารู้สึกว่าตนเองเหนือกว่าผู้อื่นและผู้อื่นด้อยหรือบกพร่องกว่าเรา (Blistein, 1985, p. 563) นั่นเอง อีกมุมมองหนึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ว่าผู้สร้างโฆษณาเข้าใจความแตกต่างของสังคมไทยว่ามีความหลากหลายของภาษาตามภูมิภาค และเปิดรับความแตกต่างนั้น จึงเลือกทำโฆษณาแบบเจาะกลุ่มภาษาตามภูมิภาค จึงให้ภาษาไทยถิ่นเป็นสื่อกลางในการสร้างความสนุกในชุดโฆษณาดังกล่าว

3. ภาษาไทยถิ่นในสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์

โลกของการสื่อสารในปัจจุบันกลายเป็นยุคหลอมรวมกันของสื่อ (Media Convergence) ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงและการเปลี่ยนผ่านของเทคโนโลยี การสื่อสาร ทั้งการเกิดสื่อทางเลือกชนิดใหม่แทนการผูกขาดจากสื่อกระแสหลัก การปรับตัวขององค์กรสื่อต่าง ๆ ให้ทันสมัยและทันความก้าวหน้าของเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับตัวของสื่อเก่าซึ่งเป็นสื่อกระแสหลักอย่างหนังสือพิมพ์ เช่น การนำเสนอข่าวเดียวกันในหลากหลายช่องทางทางการสื่อสาร เพื่อให้เข้าถึงผู้รับสารได้รวดเร็วและทั่วถึงมากขึ้น ปัจจุบันสื่อหนังสือพิมพ์หลายแห่งจึงปรากฏทั้งในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อใหม่ในรูปแบบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้งในเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์และในโปรแกรมประยุกต์ (Applications)

ในที่นี้ผู้เขียนขอนำเสนอการปรากฏของภาษาถิ่นในสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยแบ่งตามประเภทพื้นที่ของการเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ ดังนี้

3.1 ภาษาไทยถิ่นในสื่อหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง

3.1.1 สถานภาพของภาษาไทยถิ่นในสื่อหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง

สถานภาพของภาษาไทยถิ่นที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ส่วนกลางส่วนมากมักเป็นการใช้คำในภาษาไทยถิ่นต่าง ๆ ในบริบทแวดล้อมของคำในภาษาไทยมาตรฐาน ความนิยมของการใช้ภาษาไทยถิ่นในสื่อหนังสือพิมพ์ส่วนมากปรากฏในลักษณะการใช้คำภาษาไทยถิ่นเป็นคำสแลงต่าง ๆ ในการนำเสนอข่าวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนพาดหัวข่าว เพื่อแสดงโน้ตให้เห็นภาพและสื่ออารมณ์ ตัวอย่างเช่น

หนุ่มอังกฤษอารมณ์เสียอย่างแรง แฉงจับ “แมว” ฐานขโมยกินเบคอน

(เว็บไซต์หนังสือพิมพ์แนวหน้า, 2558)

“คิมเบอร์ลี่” ควง “หมาก” เทียววันหยุด โพสต์ภาพพอดหุ่นแซ่บ

(เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ข่าวสด, 2558)

จากตัวอย่างพาดหัวข่าวที่ยกมาข้างต้นปรากฏวลี “อย่างแรง” โดยวลีดังกล่าวเป็นวลีที่มาจากภาษาไทยถิ่นใต้ที่ใช้ขยายความหมายถึง เป็นอย่างมาก และคำว่า “แซ่บ” ซึ่งเป็นคำจากภาษาไทยถิ่นอีสาน หมายถึง มีความหมายตรงว่า “อร่อย” แต่ในที่นี้สื่อมวลชนนำมาใช้เป็นคำสแลงในความหมายว่าลักษณะที่เผ็ดร้อน วลีและคำจากภาษาถิ่นดังกล่าวได้รับความนิยมและปรากฏใช้เป็นจำนวนมากในสื่อมวลชน จนกลายเป็นวลีและคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในบริบทภาษาไทยมาตรฐานในปัจจุบัน ปรากฏการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการผสมกลมกลืนภาษาถิ่นต่างๆ เข้ากับภาษามาตรฐาน เป็นการยอมรับว่าภาษาถิ่นมีความสำคัญต่อการสื่อสารในภาษาไทย ทำให้เห็นภาพและสื่ออารมณ์ได้อย่างชัดเจน เกิดอรรถรสในการสื่อสารได้ดียิ่งขึ้น กรณีนี้เป็นการยอมรับว่าภาษาถิ่นก็มีศักดิ์ศรีเช่นกัน ทำนองเดียวกันกับกรณีของคนไทยพูดคำภาษาอังกฤษปนคำไทย

3.1.2 สื่อหนังสือพิมพ์ส่วนกลางในฐานะสื่อกลางประชาสัมพันธ์การอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่น

สื่อหนังสือพิมพ์ส่วนกลางจัดเป็นสื่อสำคัญที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่นด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารโครงการหรือกิจกรรมการอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่นของหน่วยงานต่างๆ สื่อหนังสือพิมพ์จะทำหน้าที่เผยแพร่ภาพข่าวและเนื้อหาข่าว ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ห่วงภาษาถิ่นภาคใต้ใกล้ตายแล้ว



ราชบัณฑิตยสถานเดินสายสัญจรภาคใต้เปิดเวทีรับฟังความเห็นการอนุรักษ์ภาษาถิ่น รองผู้ว่าฯ สงขลาปลุกทุกภาคส่วนตื่นตัวช่วยกันอนุรักษ์ภาษาถิ่น ด้านประธานกรรมการจัดทำเนื้อหาวิชาการด้านภาษาไทยถิ่นภาคใต้ห่วงภาษาถิ่นภาคใต้น่าจะตายไปแล้ว เพราะทุกวันนี้มีแต่คนพูดสำเนียงใต้แต่ใช้ศัพท์ภาคกลาง ทำให้เด็กรุ่นใหม่ไม่รู้จักษศัพท์ดั้งเดิมถิ่นได้แล้ว

รองผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลา กล่าวในระหว่างเป็นประธานเปิดการเสวนาว่า . . . หากไม่ช่วยกันอนุรักษ์ภาษาถิ่นก็เชื่อว่าจะค่อยๆ สูญหายไป ซึ่งคงเป็นเรื่องที่น่าเสียดาย เพราะภาษาถิ่นมีความสำคัญ สะท้อนให้เห็นถึงรากเหง้าและวิถีชีวิตวัฒนธรรมในอดีต ตนจึงอยากให้ทุกภาคส่วนตระหนักเห็นถึงความสำคัญและมาช่วยกันอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่น . . .

รศ.ประพนธ์ เรืองณรงค์ ประธานคณะกรรมการจัดทำเนื้อหาวิชาการด้านภาษาไทยถิ่นภาคใต้ ราชบัณฑิตยสถานกล่าวว่า การอนุรักษ์ภาษาถิ่นต้องเริ่มจากการสอนให้เด็กรุ่นใหม่อย่ารังเกียจภาษาถิ่นของเราเอง การใช้ภาษาถิ่นไม่ใช่เรื่องน่าอาย ซึ่งตนเห็นว่าภาระจะอนุรักษ์ภาษาถิ่นให้คงอยู่ต้องทำใน 4 เรื่องสำคัญคือ 1. สื่อสารมวลชนทุกแขนงต้องมีบทบาทส่งเสริมสนับสนุนให้ภาษาถิ่นเข้าไปอยู่ในชีวิตของชาวบ้าน ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะสื่อพื้นบ้าน เช่น หนังสือ เพลงบอกที่เข้าถึงชาวบ้านได้ง่าย 2. แพร่ผลประจักษ์ คือ การส่งเสริมเผยแพร่ผลงานที่มีการใช้ภาษาถิ่น เช่น หนังสือที่เขียนด้วยภาษาถิ่น 3. หลักสูตรสัมพันธ คือควรมีการเปิดสอนวิชาภาษาถิ่นในโรงเรียนตั้งแต่ระดับประถมถึงมัธยมศึกษา และ 4. ช่วยกันสร้างสรรค์ คือ การที่ทุกภาคส่วนช่วยกันส่งเสริมสนับสนุนการใช้ภาษาถิ่นให้แพร่หลาย เช่น การตั้งชื่อร้านค้าเป็นภาษาถิ่น การจัดงานสัปดาห์ส่งเสริมภาษาถิ่นได้ หรือการจัดประกวดคำขวัญภาษาถิ่น เป็นต้น

“การคงอยู่ของภาษาถิ่นคือการที่เรายังใช้ภาษาถิ่นอยู่ในชีวิตประจำวัน แต่หากคนในท้องถิ่นไม่ช่วยกันอนุรักษ์ ภาษาถิ่นก็คงจะสูญหายไปและกลายเป็นแค่ตัวหนังสือเท่านั้น . . .” รศ.ประพนธ์กล่าว

(เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เดลินิวส์, 2557)

จากตัวอย่างข่าวในหนังสือพิมพ์ข้างต้น แสดงถึงการทำหน้าที่ของสื่อหนังสือพิมพ์ในฐานะสื่อกลางในการถ่ายทอดและประชาสัมพันธ์สภาพการใช้ภาษาไทยถิ่นในปัจจุบันซึ่งตกอยู่ในภาวะวิกฤต และเสนอแนวทาง การอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่นจากทุกภาคส่วน ทั้งเริ่มต้นจากประชาชนในพื้นที่ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และสถาบันสื่อมวลชน การประชาสัมพันธ์ข่าวสารและแนวทางการอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่นผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ในช่องทางสื่อเก่าและสื่อใหม่ดังกล่าวย่อมแพร่กระจายข้อมูลไปสู่ประชาชนได้อย่างกว้างขวาง อันเป็นคุณลักษณะสำคัญของสื่อมวลชน

นอกจากนี้คอลัมน์สดในสื่อหนังสือพิมพ์ยังทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงในการเรียกร้องให้คนในสังคมเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ภาษาถิ่นในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม ตัวอย่างคอลัมน์จากสื่อหนังสือพิมพ์ส่วนกลางที่น่าเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาษาไทยถิ่น เช่น

คอลัมน์: บังอบายเบิกฟ้า: ภาษาถิ่นในวิกฤตการณ์

รายงานข่าวเรื่องน้ำท่วมจากสื่อวิทยุหรือวิทยุโทรทัศน์ที่ได้ยินเสียงนักข่าวและเสียงชาวบ้านที่ให้ข่าว ทำให้ผู้เขียนนึกอะไรบางอย่างขึ้นมา นั่นคือ ภาษาถิ่น บางทีโทร.มาขอความช่วยเหลือต่อสื่อ ทางสื่อผู้รับสายโทรศัพท์ก็เข้าใจบ้างไม่เข้าใจบ้าง ผู้เขียนชื่นชมต่อรายการข่าวของทีวีไทยพีบีเอส ที่รายงานข่าวน้ำท่วมปักษ์ใต้เมื่อคืนวันพุธปลายเดือนก่อน นอกจากผู้รายงานข่าวสองรายแล้ว เพลารับสายร้องเรียนจากคนที่ถูกน้ำท่วมซึ่งเป็นคนใต้ ทางรายการได้มอบให้คุณดวงดาว อิศรสूरียะ มารับสายด้วยการแหล่งได้ (พูดภาษาใต้)

ภาษาถิ่น คือ ภาษาที่ใช้เฉพาะท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง เป็นอัตลักษณ์โดยเฉพาะ . . . ซึ่งภาษาไทยโดยภาษากลางหรือภาษาถิ่นมีความต่างกันไม่มากนัก

สำหรับภาษาอีสานของคนไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อาจจะเป็นปัญหาอยู่บ้างที่เป็นปัญหาทับซ้อนกับภาษาลาว เพราะโดยลักษณะประวัติศาสตร์ร่วมกันกับภาษามลายวนาน . . . แต่ปัญหาไม่เพียงเท่านั้น ยังเกิดความเข้าใจผิดระหว่างประเทศ

อีกด้วย ดังกลายเป็น “ภาษาสื่อมวลชนไทยที่หมางใจลาว” ทั้งนี้ได้จากงานวิจัยเรื่อง ผลกระทบสัญญาณวิทยุและโทรทัศน์ข้ามพรมแดนระหว่างไทย-ลาว ของอาจารย์วิชา อุดมฉันท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลับมาพูดถึงภาษาถิ่นที่อาจจะเป็นปัญหาในการสื่อสารของคนไทยด้วยกันเอง ภาษาถิ่นสุพรรณฯ ก็พอจะเดาความได้ ภาษาสุพรรณฯ ต่างจากภาษากลางเพียงสำเนียงที่เป็นเสียงเหนือ ภาษาถิ่นเพชรบุรีก็เหนือแบบตน และอาจจะมีศัพท์ท้องถิ่นบางคำไม่ถึงกับเป็นอุปสรรคนัก

แต่ภาษาเหนือมีศัพท์สำเนียงที่ต่างจากภาษากลางอยู่มาก เว้นไว้เพียงภาษาเหนือเดิวนี้อาจหายไป เพราะคนเหนือนิยมพูดภาษากลางในสำเนียงเหนือแทน ไม่เช่นนั้นแล้ว ถ้าต้องการพูดว่าไปดูเขาชกมวย ก็จะต้องพูดว่าไปดูเขาตีลูกกุย

. . .

ส่วนภาษาถิ่นบักขี้ได้เป็นเรื่องดีมากๆ ที่คนใต้ไม่มีปมด้อยและมีลักษณะท้องถิ่นนิยม พบคนใต้ด้วยกันย่อมจะต้องหลงได้ (พูดได้) . . . เรื่องที่นำพาให้พอจะรู้ภาษาถิ่นได้กับเขาบ้าง ก็คราวที่มีชีวิตอยู่ในท่ามกลางคนใต้ ฟัง สังเกตและจำ จนดูหนึ่งตะลุงกับละครโนราห์เรื่องนั้นแหละ ใหม่ ๆ มีเรื่องนำขำอยู่มากได้ยีนว่า “ดับผ้าพรรคนั้น เดียวฉิบหายเหม็ด” ปรับอ่าบตีในใจว่าพูดไม่ไพเราะเช่นกับคำฉิบหาย แต่ไฟลุกผ้าหรือจึงต้องดับ ข้อเท็จจริงดับผ้าคือเก็บผ้า ฉิบหายใช้ในความหมายว่าเสียหายเป็นปกติ คนงูหนุมมา ถามว่าจะเอาไปไหน ได้รับคำตอบว่าจะพาไปรักษา ถามต่อไปว่าหนุมไม่สลายหรือจึงรับคำตอบว่า พาไปรักษาแปลว่าพาไปเลี้ยง . . .

(เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์, 2554)

จากตัวอย่างคอลัมน์ที่ปรากฏผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ข้างต้น เป็นการถ่ายทอดประสบการณ์ของผู้เขียนเกี่ยวกับตัวอย่างการใช้ภาษาไทยถิ่นในบริบทต่างๆ สะท้อนความไม่เข้าใจกันทางภาษาระหว่างผู้ใช้ภาษาไทยมาตรฐานและผู้ใช้ภาษาไทยถิ่น นอกจากนี้ยังสะท้อนสภาพวิกฤตการณ์ของภาษาไทยถิ่นที่มีผู้ใช้ลดน้อยลงด้วยอิทธิพลของความนิยมการใช้ภาษาไทยกลางแทน ลักษณะการนำเสนอสารในคอลัมน์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของผู้ผลิตและผู้ประกอบอาชีพสื่อมวลชน

เมื่อพิจารณาจากข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังมีการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับภาษาไทยถิ่นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะข่าวที่เป็นกระแสในโลกออนไลน์ ทั้งนี้ก็เพื่อต้องการกระตุ้นให้คนในสังคมที่ชอบเสพข่าวผ่านสื่อออนไลน์ได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญของการใช้ภาษาไทยถิ่นในชีวิตประจำวัน ดังจะยกตัวอย่างข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่นำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาษาไทยถิ่น เช่น

แจ้งครูใช้ภาษาท้องถิ่น ปัมตรายางให้คะแนนเด็ก

“ครูกว” ครูประจำวิชาเคมี รร.เพชรพิทยาคม สุดเจ๋ง ปัมตรายางตรวจงานให้นักเรียนด้วยภาษาท้องถิ่น



จากกรณีที่ทวิตเตอร์ส่วนตัวของ @ju_du_dui ได้โพสต์ภาพตราชายปัมงาน “ครูกว” ครูประจำวิชาเคมี โรงเรียนเพชรพิทยาคม จ.เพชรบูรณ์ ปัมตรวจงานให้นักเรียนชั้นม. 5 และถูกทวิตต่อกันเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้โลกออนไลน์ต่างชื่นชมในไอเดียสุดเก๋ของคุณครูคนดังกล่าวกันอย่างมากมาย

ล่าสุดผู้สื่อข่าวเดลินิวส์ออนไลน์ได้ติดต่อสัมภาษณ์นางสาวรสนภา ราสุ หรือ “ครูกว” เจ้าของตราชายสุดเจ๋งที่นำมาตรวจงานให้นักเรียน โดยที่มาที่ไปของการทำตราชายนี้ “ครูกว” เล่าว่าเห็นร้านในเฟซบุ๊กทำขายแล้วรู้สึกน่าสนใจและมีความแปลกตาดี คาดว่าน่าจะสร้างสีสันให้กับนักเรียนได้ไม่มากนักน้อย ตนรู้สึกตกใจหลังจากเด็ก

นักเรียนเดินมาบอกว่า ครูวาดังแล้ว และไม่คาดคิดว่าจะมีคนนำเรื่องนี้ไม่เผยแพร่ในโลกออนไลน์ อีกทั้งตนยังได้ส่งสมุดคืนให้เด็กนักเรียนไปเมื่อวานเท่านั้นเอง โดยในความหมายของตารางระบุเป็นภาษาอีสานว่า เบ็งแล้ว หมายถึง ตรวจแล้ว, คักโพิด หมายถึง เยี่ยมมาก, คักอยู่ หมายถึง เยี่ยม, บ่ปานได้ หมายถึง พอใช้, บ่เป็นตา หมายถึง ปรับปรุง

(เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์, 2559)

จากตัวอย่างที่ยกมาข้างต้นจะเห็นว่า หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์ที่ได้นำเสนอข่าวครูที่ใช้ตารางภาษาไทยถิ่นตรวจงานให้คะแนนนักเรียนที่จังหวัดเพชรบูรณ์ ภายในตารางจะประกอบด้วยใบหน้าครูและยังมีชื่อระดับคะแนนเป็นภาษาไทยถิ่นอีสาน เช่น “เบ็งแล้ว” หมายถึง ตรวจแล้ว “คักโพิด” หมายถึง เยี่ยมมาก “คักอยู่” หมายถึง เยี่ยม “บ่ปานได้” หมายถึง พอใช้ “บ่เป็นตา” หมายถึง ปรับปรุง เป็นต้น นับว่าการที่ครูสร้างตารางตรวจงานเป็นภาษาไทยถิ่นอีสาน นอกจากจะแสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ของครูผู้สอนที่ต้องการสร้างความแปลกใหม่ให้แก่ผู้เรียนแล้ว ยังเป็นการช่วยอนุรักษ์และถ่ายทอดภาษาไทยถิ่นอีสานให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางจนกลายเป็นกระแสโด่งดังในโลกสังคมออนไลน์อีกด้วย ขาวดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจของสื่อมวลชนในการเลือกประเด็นข่าวมาเผยแพร่ โดยคำนึงถึงคุณสมบัติสำคัญประการหนึ่งของข่าวคือ ความแปลกใหม่เป็นสำคัญในการสื่อข่าวและนำเสนอข่าว ภาษาไทยถิ่นจึงอยู่ในฐานะการสร้างความแปลกใหม่ในบริบทตามขาวดังกล่าวนั่นเอง

3.2 ภาษาไทยถิ่นในสื่อหนังสือพิมพ์ภูมิภาคและหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

3.2.1 สถานภาพของภาษาไทยถิ่นในสื่อหนังสือพิมพ์ภูมิภาคและหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยนำเสนอข่าวสารจากส่วนกลางและข่าวในภูมิภาคหรือในท้องถิ่นด้วยภาษาไทยมาตรฐานทั้งฉบับซึ่งเป็นภาษาหลักในการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน ดังตัวอย่างข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ภูมิภาคและหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ดังต่อไปนี้



เชียงใหม่นิวส์



ดาวใต้



คนอีสาน

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นการใช้ภาษาไทยมาตรฐานซึ่งเป็นภาษาที่ใช้ในสื่อมวลชนทั่วไป แม้ว่าหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะเผยแพร่ในท้องถิ่นที่ใช้ภาษาถิ่นก็ตาม จากการที่ผู้เขียนได้สำรวจข้อมูลเบื้องต้นจากนักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและคนในท้องถิ่น พบสาเหตุสำคัญของการไม่ใช้ภาษาไทยถิ่นในหนังสือพิมพ์ระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่นด้วยเหตุผลตรงกัน 2 ประการคือ คนในท้องถิ่นเองโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ไม่มีความรู้ความเข้าใจภาษาถิ่นของตน และลักษณะการใช้ภาษาไทยถิ่นในปัจจุบันอยู่ในรูปแบบการใช้สำเนียงภาษาถิ่น แต่เลือกใช้คำศัพท์ในภาษาไทยมาตรฐานเป็นส่วนใหญ่ ตลอดจนการใช้ภาษาไทยถิ่นส่วนมากจะปรากฏในรูปการใช้ภาษาถิ่นในการพูดมากกว่าการเขียน ดังนั้นการนำเสนอข่าวสารด้วยภาษาไทยมาตรฐานจึงเป็นการสื่อสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ที่มีประสิทธิผลในการสื่อสารมากกว่า

3.2.2 สื่อหนังสือพิมพ์ส่วนท้องถิ่นและส่วนภูมิภาคในฐานะสื่อกลางประชาสัมพันธ์การอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่น

แม้ว่าสื่อหนังสือพิมพ์ส่วนท้องถิ่นและส่วนภูมิภาคจะใช้ภาษาไทยมาตรฐานในการสื่อสารเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง แต่สื่อหนังสือพิมพ์ส่วนท้องถิ่นและส่วนภูมิภาคก็มีบทบาทสำคัญในการสืบสาน ภาษาไทยถิ่นให้คนรุ่นใหม่ในท้องถิ่นได้ใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการเรียนรู้รากเหง้าทางภาษาและวัฒนธรรมที่มาควบคู่กับการใช้ภาษาไทยถิ่น เช่น การอธิบายความเป็นมาของคำเรียกชื่อประเพณี ชื่อสิ่งของหายากในท้องถิ่น ผ่านถ้อยคำในภาษาถิ่น จัดเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่กลุ่มผู้รับสาร โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ในท้องถิ่นนั้นๆ ที่จะใช้เป็นแหล่งเพิ่มพูนความรู้ซึ่งบางครั้งอาจไม่สามารถหาได้จากครอบครัวหรือสถาบันการศึกษา ตัวอย่างเช่น

“ตานก้วยสลาก” เมืองลำพูน

“ตานก้วยสลาก” เมืองลำพูน เมื่อกระแสนการท่องเที่ยว กลืนกินรากเหง้าวัฒนธรรมแห่งศรัทธา . . . ประเพณีทานสลาก คือ การทำบุญสลากภัตในล้านนาไทย มีชื่อเรียกแตกต่างกันไปตามท้องถิ่น บางแห่งว่า “กินก้วยสลาก” บางแห่งเรียก “กินสลาก” “ตานก้วยสลาก” ในความหมายเป็นอย่างเดียวกัน สำหรับวิธีการทำบุญมีแตกต่างกันไปตามความนิยมในท้องถิ่นของตน ประเพณีกินก้วยสลาก หรือทานสลากนี้เป็นประเพณีเก่าแก่ที่เกิดขึ้นในพระพุทธศาสนา ตั้งแต่พุทธสมัยที่พระสัมมาสัมพุทธเจ้ายังทรงพระชนม์อยู่ ปรากฏในพระธรรมบทขุททกนิกาย . . .

(เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เชียงใหม่นิวส์, 2558)

จากตัวอย่างข้างต้น แสดงให้เห็นถึงการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับประเพณีท้องถิ่นภาคเหนือที่เชื่อมโยงแนวคิดความเชื่อทางพระพุทธศาสนา ด้วยการอธิบายชื่อเรียกประเพณีท้องถิ่นด้วยภาษาถิ่น แสดงให้เห็นถึงบทบาทของสื่อมวลชนท้องถิ่นในการเผยแพร่และถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านวัฒนธรรมทางภาษา

บทสรุป

ภาพสะท้อนภาษาไทยถิ่นที่ปรากฏผ่านสื่อมวลชนแขนงต่างๆ แสดงให้เห็นตัวอย่างและลักษณะการใช้ภาษาไทยถิ่นในสื่อมวลชน โดยในที่นี้ผู้เขียนบทความได้ยกตัวอย่างการวิเคราะห์ภาพสะท้อนภาษาไทยถิ่นที่ปรากฏในสื่อมวลชนประเภทละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ สื่อโฆษณา และสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งปัจจุบันไม่ได้จำกัดอยู่ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์เท่านั้น แต่ยังเผยแพร่ในรูปแบบสื่อใหม่อย่างเว็บไซต์ด้วย จากการวิเคราะห์ตัวอย่างข้อมูลสะท้อนให้เห็นบทบาทของสื่อมวลชนที่ส่งผลต่อการนำเสนอภาพสะท้อนภาษาไทยถิ่นไปพร้อมๆ กับอัตลักษณ์ของคนในท้องถิ่นผู้ใช้ภาษาไทยถิ่นนั้นๆ

วัตถุประสงค์ของการใช้ภาษาไทยถิ่นในสื่อมวลชนมีความแตกต่างหลากหลายประการแรก คือ **วัตถุประสงค์ทางการตลาด**ที่ต้องการใช้ประโยชน์จากภาษาไทยถิ่นในด้านการแสดงความเป็นพวกพ้องเดียวกัน ดังที่เห็นได้ชัดในสื่อละครโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ และสื่อโฆษณา แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มในท้องถิ่นซึ่งเป็นผู้รับสารจากสื่อมวลชนย่อมคาดหวังให้สื่อมวลชนใช้ภาษาไทยถิ่นให้ถูกต้อง โดยเฉพาะสำเนียงการออกเสียงภาษาไทยถิ่น ดังที่ปรากฏในการแสดงความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อการใช้ภาษาไทยถิ่นในละครโทรทัศน์ กล่าวคือหากนักแสดงใช้ภาษาไทยถิ่นได้

ใกล้เคียงกับเจ้าของภาษามากที่สุด ละครเรื่องนั้นย่อมได้รับกระแสนตอบรับที่ดี ในทางตรงกันข้ามหากนักแสดงใช้ภาษาไทยถิ่นผิดเพี้ยนไป อาจจะทำให้กลุ่มผู้บริโภคนักใช้ภาษาไทยถิ่นดังกล่าวเลือกไม่รับชมละครเรื่องนั้น ๆ วัตถุประสงค์ประการที่สองของการใช้ภาษาไทยถิ่นในสื่อมวลชน คือ **ความจริงของการนำเสนอสาร** โดยเฉพาะอย่างยิ่งในละครและภาพยนตร์ เมื่อเนื้อหาของบทละครหรือภาพยนตร์ นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับคนในท้องถิ่น วัตถุประสงค์ประการที่สาม คือ **การใช้ภาษาไทยถิ่นเป็นจุดขายหรือสร้างความโดดเด่นในการนำเสนอสารของสื่อมวลชน** เพื่อสร้างความแปลกใหม่แตกต่างจากสื่ออื่น ๆ ดังที่ปรากฏในละคร ภาพยนตร์ และสื่อโฆษณา วัตถุประสงค์ต่อมา คือ **การใช้ภาษาไทยถิ่นเพื่อสร้างความสนุกหรือตลกขบขัน**ซึ่งในบทความนี้ปรากฏให้เห็นในสื่อภาพยนตร์ สื่อโฆษณา วัตถุประสงค์อีกประการหนึ่ง คือ **การใช้ภาษาไทยถิ่นเพื่อสะท้อนความหมายแฝงในการตีความแนวคิดหลักในการนำเสนอสาร** กล่าวคือการผลิตโฆษณาเป็นภาษาไทยถิ่นต่าง ๆ นั้นเกิดขึ้นจากผู้ผลิตโฆษณาต้องการสื่อเป็นความหมายแฝงว่า “ไม่ว่าลูกค้าจะพูดภาษาใด เราเข้าใจความต้องการของลูกค้าเสมอ” สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ผลิตโฆษณาเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างของผู้บริโภค และวัตถุประสงค์ประการสุดท้ายที่พบจากตัวอย่างในบทความนี้ คือ **การอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่น**ให้คงอยู่คู่กับสังคมไทย ภาพสะท้อนการใช้ภาษาไทยถิ่นในสื่อมวลชนปัจจุบันแสดงให้เห็นสถานภาพของภาษาไทยถิ่นและการสร้างอัตลักษณ์ให้ภาษาไทยถิ่นและผู้ใช้ภาษาไทยถิ่น จากบทความนี้สะท้อนให้เห็นการผลิตซ้ำวาทกรรมชุดเก่าในลักษณะการกตัญญูภาษาไทยถิ่นและผู้ใช้ภาษาไทยถิ่น สังเกตได้จากเนื้อหาสารที่นำเสนอ ผ่านภาษาไทยถิ่น เช่น การสร้างความตลกขบขันจากความแปลกแยกแตกต่าง และการประเมินค่าภาษาไทยถิ่น ว่ามีศักดิ์ศรีน้อยกว่าภาษาไทยมาตรฐาน ส่งผลต่ออัตลักษณ์ของภาษาไทยถิ่น และผู้ใช้ในด้านต่าง ๆ ทั้ง ความแปลกแยก ความเป็นที่ไม่น่าขบขัน ไม่น่าภาคภูมิใจ และความด้อยค่า

แต่อีกนัยหนึ่งภาษาถิ่นในสื่อมวลชนก็ได้ปรากฏเพียงแต่ภาพด้านลบเท่านั้น แต่บ่อยครั้งที่สื่อพยายามสร้างวาทกรรมชุดใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง**การยกระดับและการเชิดชูภาษาไทยถิ่น** ทั้งในลักษณะที่เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ การอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่นของหน่วยงานต่าง ๆ การรายงานปัญหาการใช้ภาษาไทยถิ่นเพื่อให้ทุกภาคส่วนตระหนักถึงความสำคัญของภาษาไทยถิ่น การนำเสนอแนวทางการอนุรักษ์ภาษาไทยถิ่นตามแนวคิดของสื่อมวลชนเอง การผลิตสารผ่านการนำเสนอด้วยภาษาไทย

ถิ่นที่ถูกต้อง และนำเสนอความรู้เกี่ยวกับภาษาไทยถิ่น เพื่อเชิดชูวัฒนธรรมทางภาษา นอกจากนี้การใช้ภาษาไทยถิ่นของบุคคลผู้มีชื่อเสียงย่อมเป็นการยกระดับภาษาไทยถิ่นได้อีกแนวทางหนึ่ง เนื่องจากเกิดการถ่ายโอนสถานภาพของบุคคลผู้มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในสังคม การใช้บุคคลผู้มีชื่อเสียงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในวงการบันเทิง เป็นต้นแบบการใช้ภาษาไทยถิ่นให้กลุ่มคนในท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเยาวชนให้หันมาใช้ภาษาไทยถิ่นในการสื่อสารในชีวิตประจำวันโดยไม่ขัดเงิน และไม่ดูถูกภาษาไทยถิ่นของตนเอง ตลอดจนเกิดความภาคภูมิใจในการใช้ภาษาไทยถิ่นซึ่งจะเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่นของตนต่อไป

บรรณานุกรม

หนังสือ และบทความในวารสารภาษาไทย

- กุลภา วจนะสาระ. (2555). มองหาความเป็นธรรมในสังคมไทยผ่านคนชายขอบ. ใน กุลภา วจนะสา และกฤตยา อาชวนิจกุล (บรรณาธิการ). *ประชากรชายขอบ และความเป็นธรรมในสังคมไทย* (น. 17-36). กรุงเทพฯ: ประชากรและสังคม สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ัญญา จันทรตรง. (2548). “โฆษณาประชาสัมพันธ์ความแตกต่าง . . . สู่ความลงตัว”. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์*, 1: 2, 7-12.
- เจียรชัย อิศรเดช. (2555). “ภาษาไทยถิ่นในสื่อมวลชน”. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 16: 1, 9-22.
- ประคอง นิมมานเหมินท์. (2547). *มองภาษา*. กรุงเทพฯ: แม่คำฝาง.
- ราตรี ธนวรรธ. (2549). “ภาษาถิ่น: วิธีเรียนรู้และรักษา”. *วารสารวรรณวิทัศน์*, 7, 217-230.
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). *ภาษาศาสตร์สังคม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

หนังสือภาษาอังกฤษ

- Blistein, Elmer M. (1985). Theories of Humor. *Encyclopedia Americana*. Vol.14 (pp. 563-564). Connecticut: Danbury.
- Happer, C., & Philo, G. (2013). The role of the media in the construction of public belief and social change. *Journal of Social and Political Psychology*, 1: 1, 321-336.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- ครั้งแรกของประเทศ! กับ โฆษณาที่พากย์ตามภาษา ท้องถิ่น. (31 ตุลาคม 2558). *แคมเปญสนุกจาก “ธนาชาติ ประกันภัย”*. สืบค้นจาก <http://catmint.in.th/thanachart-insurance-4/>
- “คิมเบอร์ลี่” คง “หมาก” เทียววันหยุด โพสต์ภาพอวดหุ่นแซ่บ. (25 ตุลาคม 2558). *ข่าวสดออนไลน์*. สืบค้นจาก http://www.khaosod.co.th/view_newsonline.php?newsid=1445756022

- จักรพงษ์ คำบุญเรือง. (19 กันยายน 2558). “ตานก้วยสลาก” เมืองลำพูน. *เชียงใหม่/นิวส์*. สืบค้นจาก <http://www.chiangmainews.co.th/page/archives/422251>
- แจ้งครูใช้ภาษาท้องถิ่น ป้มทราย่างให้คะแนนเด็ก. (1 มิถุนายน 2559). *เดลินิวส์*. สืบค้นจาก <http://www.dailynews.co.th/regional/400997>
- ชื่นชมคุณแก้ว ฐพร ในการว่าอีสาน ในคุณชายรัชชานนท์. (26 พฤษภาคม 2556). *พันทิป*. สืบค้นจาก <http://pantip.com/topic/30531508>
- ‘แก้ว’ ปลื้มคนชมพูดอีสานเนียนใน ‘คุณชายรัชชานนท์’, (7 มิถุนายน 2556). *ไทยรัฐออนไลน์*. สืบค้นจาก <http://www.thairath.co.th/content/349752>
- ม่วนหลาย! เมเจอร์เอาจริง ฉาย “Now You See Me 2” พากย์เสียงอีสาน เฉพาะภาคอีสาน. (8 มิถุนายน 2559). *ประชาชาติธุรกิจออนไลน์*. สืบค้นจาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1465370465
- สันต์ สะตอแมน. (29 ตุลาคม 2558). เสน่ห์ภาษาถิ่น ในคอลัมน์วิสามันต์บันเทิง. สืบค้นจาก <http://www.ryt9.com/s/tpd/1712972>
- หนุ่มอังกฤษอารมณ์เสียอย่างแรง แจ้งจับแมวฐานขโมยกินเบคอน!. (2 สิงหาคม 2558). *แนวหน้า*. สืบค้นจาก <http://www.naewna.com/inter/171748>
- ห้วงภาษาถิ่นใต้ใกล้ตายแล้ว. (16 ธันวาคม 2557). *เดลินิวส์*. สืบค้นจาก <http://www.dailynews.co.th/education/287948>
- แอร์เอเชียทำเซอร์ไพรส์ ส่ง “ณเดชน์” เป็นสจ๊วต โปรโมทเที่ยวบินขอนแก่น. (19 กันยายน 2557). *ผู้จัดการออนไลน์*. สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9570000108055>