



สาขาวิชานิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

การสอนเสริมครั้งที่ 2
หน่วยที่ 8 - 15

เอกสารโสตทัศนศึกษา

15206

ภาษาและทักษะเพื่อการสื่อสาร

Language and Skill for Communication

ฉบับปรับปรุง

สงวนลิขสิทธิ์

เอกสารโสตทัศนชุดวิชา ภาษาและทักษะเพื่อการสื่อสาร การสอนเสริมครั้งที่ 2
จัดทำขึ้นเพื่อเป็นบริการแก่นักศึกษาในการสอนเสริม

จัดทำต้นฉบับ : คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชา

บรรณาธิการ/ออกแบบ : หน่วยผลิตสื่อสอนเสริม ศูนย์โสตทัศนศึกษา
สำนักเทคโนโลยีการศึกษา

จัดพิมพ์ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พิมพ์ที่ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พิมพ์ครั้งที่ 2 ภาค 2/2563 ปรับปรุง

แผนการสอนเสริม

ครั้งที่ 2

การสอนเสริมชุดวิชา ภาษาและทักษะเพื่อการสื่อสาร

การสอนเสริมครั้งที่ 2 หน่วยที่ 8-15

รายชื่อหน่วยที่สอนเสริม

หน่วยที่ 8	ภาษาข่าว
หน่วยที่ 9	ภาษาหนังสือพิมพ์และนิตรสาร
หน่วยที่ 10	ภาษาวิทยุกระจายเสียง
หน่วยที่ 11	ภาษาภาพยนตร์และโทรทัศน์
หน่วยที่ 12	ภาษาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
หน่วยที่ 13	ภาษาในสื่อออนไลน์
หน่วยที่ 14	ภาษาอังกฤษในงานวารสาร
หน่วยที่ 15	การแปลเพื่อการสื่อสาร

วัตถุประสงค์

หลังจากนักศึกษาเข้ารับการสอนเสริมแล้ว นักศึกษาสามารถอธิบายสาระสำคัญประเด็นต่อไปนี้ได้

1. ภาษาข่าว
2. ภาษาหนังสือพิมพ์และนิตรสาร
3. ภาษาวิทยุกระจายเสียง
4. ภาษาภาพยนตร์และโทรทัศน์
5. ภาษาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
6. ภาษาในสื่อออนไลน์
7. ภาษาอังกฤษในงานวารสาร
8. การแปลเพื่อการสื่อสาร

กิจกรรมการสอนเสริม

1. ประเมินผลก่อนการสอนเสริม
2. สรุปสาระสังเขปของประเด็นที่ 8-15
3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาที่เข้ารับการสอนเสริมซักถามปัญหา
4. ประเมินผลหลังการสอนเสริม

แบบประเมินผลตนเองก่อนเข้ารับการสอนเสริม

ครั้งที่ 2

ชุดวิชา 15206 ภาษาและทักษะเพื่อการสื่อสาร

คำสั่ง ขอให้ให้นักศึกษาอ่านคำถามแล้วเขียนวงกลมรอบตัวอักษรหน้าข้อคำตอบที่ถูกต้องที่สุด

1. คุณค่าของข่าวเกิดจากความสัมพันธ์ของตัวแปรหลักๆ 2 ประการ
 - ก. ผลกระทบและอารมณ์
 - ข. ผลกระทบและความโดดเด่น
 - ค. ความแปลกและผลกระทบ
 - ง. ความสำคัญและความน่าสนใจ
 - จ. ความโดดเด่นและความอยากรู้อยากเห็น

2. โครงสร้างข่าวแบบพีระมิดหัวกลับจะให้ความสำคัญกับส่วนใดของข่าวมากที่สุด
 - ก. ส่วนต้น
 - ข. ส่วนกลาง
 - ค. ส่วนเนื้อหา
 - ง. ส่วนท้ายที่เป็นบทสรุป
 - จ. ส่วนต้นและส่วนท้าย

3. การใช้ภาษาทางการค่อนข้างมีแบบแผน ผู้เขียนใช้ภาษาอย่างมีพลัง กระชับ มีน้ำหนัก จัดลำดับความคิดและเรียบเรียงข้อเขียนอย่างเป็นระบบ เป็นลักษณะที่พบในข้อเขียนประเภทใด
 - ก. บทวิจารณ์
 - ข. บทวิเคราะห์
 - ค. บทบรรณาธิการหนังสือพิมพ์
 - ง. รายงานพิเศษในหนังสือพิมพ์
 - จ. ถูกทุกข้อ

4. การใช้ภาษาในบทความของนิตยสารมีลักษณะแบบใด
 - ก. จริงจังตรงไปตรงมา
 - ข. ประชดประชันเสียดสี
 - ค. สนุกสนานเป็นกันเอง
 - ง. แสดงทัศนคติเรียงง่ายชัดเจน
 - จ. ทุกข้อที่กล่าวมา

5. บทความ สารคดี จัดอยู่ในรายการวิทยุกระจายเสียงประเภทใด

- ก. ประเภทข่าว
- ข. ประเภทความรู้
- ค. ประเภทบันเทิง
- ง. ประเภทบริการสาธารณะ
- จ. ไม่มีข้อใดถูก

6. ข้อใดคือหลักการอ่านบทความและสารคดีทางวิทยุกระจายเสียง

- ก. เข้าใจวัตถุประสงค์ของงาน
- ข. รู้จักอารมณ์ของเรื่อง
- ค. มีลีลาการอ่านที่น่าฟัง
- ง. ออกเสียงในลักษณะการเล่าไม่ใช่อ่านหนังสือให้ฟัง
- จ. ถูกทุกข้อ

7. มุมกล้องข้อใดนิยมใช้สื่อความรู้สึกกับผู้ชมว่าคนหรือวัตถุที่ถ่ายมีความสำคัญมากกว่าปกติ น่าเคารพ น่านับถือ หรือน่าเกรงขาม

- ก. มุมเอียง
- ข. มุมต่ำ
- ค. มุมสูง
- ง. มุมมองระดับสายตา
- จ. มุมสูง หรือมุมเอียง

8. รายการโทรทัศน์รูปแบบใดที่มุ่งเน้นนำเสนอความบันเทิง หลายเรื่อง หลายรส โดยใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย และไม่จำเป็นต้องเชื่อมโยงหรือร้อยเรียงแต่ละช่วง แต่ละตอนของรายการให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

- ก. รายการนิตยสาร
- ข. รายการเกมโชว์
- ค. รายการเรียลลิตี้
- ง. รายการปกิณกะ
- จ. รายการสารคดีและทดลอง

9. ข้อใดไม่ใช่ลักษณะสำคัญของภาษาโฆษณา

- ก. สร้างอารมณ์หรือความรู้สึก
- ข. ใช้เทคนิคภาษาที่การโน้มน้าวใจ
- ค. ใช้ถ้อยคำที่สร้างความหมายเพื่อโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมาย
- ง. ใช้ภาษาเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมคล้อยตาม
- จ. ให้ข้อมูล ข่าวสาร ข้อเท็จจริง

10. ข้อใดคือลักษณะสำคัญของภาษาในการประชาสัมพันธ์

- ก. ใช้ภาษาเกินจริงเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ
- ข. ใช้ถ้อยคำที่สร้างความหมายใหม่ ๆ เพื่อโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมาย
- ค. ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายเพื่อถ่ายทอดสารหรือเรื่องราวองค์การ
- ง. ใช้เทคนิคทางภาษาที่แพรวพราว แปลกใหม่
- จ. ใช้ภาษาวัยรุ่นในการสื่อสาร

11. สื่อออนไลน์มีกี่ประเภท

- ก. 2 ประเภท คือ World Wide Web และ Social media
- ข. 2 ประเภท คือ ยูทูป และเฟซบุ๊ก
- ค. 2 ประเภท คือ ยูทูป และไลน์
- ง. 3 ประเภท คือ ยูทูป เฟซบุ๊ก และไลน์
- จ. 3 ประเภท คือ social media, LINE และ IG

12. การใช้สื่อออนไลน์ควรปฏิบัติอย่างไร

- ก. ใช้ภาษาอย่างอิสระ เพราะไม่มีใครรู้ตัวตนที่แท้จริง
- ข. พิมพ์ปลดปล่อยความเครียด บ่นเท็ง และใช้ภาษาตัวเอง
- ค. ไม่ตำหนิ ไม่สร้างความเกลียดชัง การแชร์ข่าวต้องมั่นใจว่าเป็นจริง
- ง. เข้าไปสร้างตัวตนหลายๆ บัญชีในทวีตเตอร์เพื่อความปลอดภัย
- จ. แชร์ข่าวที่ตนเองสนใจ

13. พาดหัวข่าวข่าวภาษาอังกฤษมีลักษณะใด

- ก. ใช้ประโยคปัจจุบันกาล
- ข. ละโครงสร้างบางส่วนของประโยค
- ค. ใช้รูปประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำ
- ง. ใช้คำย่อแทนคำเต็ม
- จ. ทุกข้อที่กล่าวมา

หน่วยที่ 8 ภาษาข่าว

ตอนที่ 8.1 ธรรมชาติของงานข่าว

- เรื่องที่ 8.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับข่าว
- เรื่องที่ 8.1.2 โครงสร้างข่าว
- เรื่องที่ 8.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ภาษาข่าว
- เรื่องที่ 8.1.4 จรรยาบรรณกับการใช้ภาษาข่าว

ตอนที่ 8.2 การใช้ภาษาในงานข่าว

- เรื่องที่ 8.2.1 การใช้ภาษาในพาดหัวข่าว
- เรื่องที่ 8.2.2 การใช้ภาษาในความนำและส่วนเชื่อมของข่าว
- เรื่องที่ 8.2.3 การใช้ภาษาในเนื้อข่าว

โสตทัศน # 8.1.1

ตอนที่ 8.1 ธรรมชาติของงานข่าว

เรื่องที่ 8.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับข่าว

นิยาม

ข่าวเป็นการรายงานเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคมซึ่งเหตุการณ์หรือสถานการณ์นั้นๆ มีความสำคัญและเป็นที่น่าสนใจสำหรับสาธารณชน ทั้งนี้เหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นสังคมไม่อาจเป็นข่าวได้ทุกเหตุการณ์หรือทุกสถานการณ์ ขึ้นอยู่กับว่าเรื่องราวเหล่านั้นมีความสำคัญและน่าสนใจสำหรับสาธารณชนในวงกว้างมากน้อยเพียงใด หากเป็นเรื่องราวที่มีความสำคัญต่อสาธารณชนในวงกว้าง หรือเป็นเรื่องราวที่สาธารณชนส่วนมากสนใจก็จะได้รับการนำเสนอเป็นข่าวเผยแพร่ไปยังสื่อต่างๆ

คุณค่าข่าว

คุณค่าของข่าวเกิดจากความสัมพันธ์ของตัวแปรหลักๆ 2 ประการ กล่าวคือ ข่าวมีคุณค่าสูงเมื่อมีความสำคัญ (significance) และมีความน่าสนใจ (interesting) ซึ่งระดับของความสำคัญและความน่าสนใจของข่าวทราบได้โดยการประเมินคุณค่าของข่าว ส่วนความสำคัญของข่าว พิจารณาได้จากผลกระทบ (impact) ที่มีต่อผู้ชมทั้งในแง่ระดับของผลกระทบ และจำนวนผู้ชมที่ได้รับผลกระทบนั้นๆ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการปกครอง โดยทั่วไปจึงมักถือว่าข่าวที่ดีที่สุด คือ ข่าวที่มีความสำคัญและความน่าสนใจมากที่สุดต่อผู้คนจำนวนมากที่สุดนั่นเอง

โลตทัศน์ # 8.1.1 (ต่อ)

องค์ประกอบข่าว

1. ความรวดเร็ว (Immediacy) หรือความสดใหม่ (Timeliness)
2. ความใกล้ชิด (Proximity)
3. ความโดดเด่นมีชื่อเสียง (Prominence)
4. ผลกระทบกระเทือน (Consequence)
5. ความขัดแย้ง (Conflict)
6. ความมีเงื่อนงำ (Suspense)
7. ความแปลกประหลาด (Oddity or Unusualness)
8. องค์ประกอบเกี่ยวกับเพศ (Sex)
9. ความก้าวหน้า (Progress)
10. ความเป็นปฏุชนวิสัย (Human Interest)

โลตทัศน์ # 8.1.2

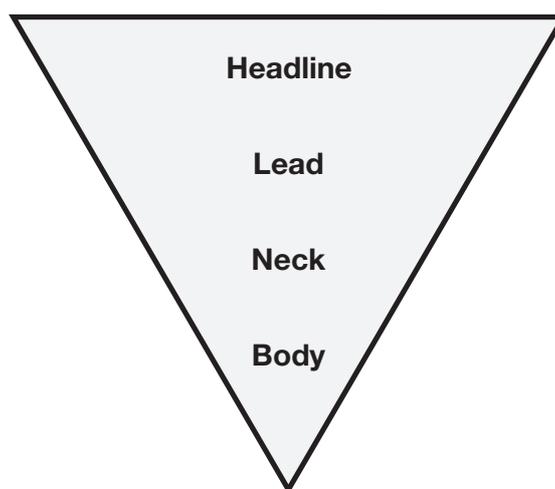
เรื่องที่ 8.1.2 โครงสร้างข่าว

พาดหัวข่าว

ความนำ

ส่วนเชื่อม

เนื้อข่าว



โลตทัศน์ # 8.1.3

เรื่องที่ 8.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ภาษาข่าว

1. ประเภทของสื่อที่นำเสนอข่าว
2. นโยบายหรืออัตลักษณ์ขององค์กรสื่อ
3. ประเภทของข่าว (ข่าวนัก/เบา หรือ ข่าวการเมือง/เศรษฐกิจ/สังคม/กีฬา/บันเทิง/อาชญากรรม)
4. รสนิยมหรือสไตล์ส่วนตัวของผู้สื่อข่าว รีไรท์เตอร์และบรรณาธิการ

โลตทัศน์ # 8.1.4

เรื่องที่ 8.1.4 จรรยาบรรณกับการใช้ภาษาข่าว

ข้อควรระมัดระวังในการเขียนข่าว ได้แก่

- 1) การใช้คำตราหน้าบุคคลที่เป็นข่าว โดยเฉพาะผู้ต้องหา เหี้ยอ สตรี หรือบุคคลข้ามเพศ ผู้พิการ ชนกลุ่มน้อยต่างเชื้อชาติ
- 2) การใช้ภาษาข่าวเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน
- 3) ระมัดระวังในการเคารพสิทธิความเป็นมนุษย์ และสิทธิส่วนบุคคล
- 4) ระมัดระวังประเด็นข่าวเกี่ยวกับความขัดแย้ง
- 5) การใช้ภาพข่าว

โลตทัศน์ # 8.2.1

ตอนที่ 8.2 การใช้ภาษาในงานข่าว

เรื่องที่ 8.2.1 การใช้ภาษาในพาดหัวข่าว

การเขียนพาดหัวข่าวต้องเขียนให้สั้น กระชับ และดึงดูดความสนใจให้ได้มากที่สุด มีลักษณะเฉพาะคือ

- ใช้คำย่อ
- ใช้คำไม่เต็มคำหรือคำกร่อน
- สร้างคำใหม่หรือให้ฉายา
- ละประธานของประโยค และ
- ใช้ภาษาสั้นใช้คำคะนองหรือคำแสลง

โลตทัศน์ # 8.2.2

เรื่องที่ 8.2.2 การใช้ภาษาในความนำและส่วนเชื่อมของข่าว

ความนำข่าว (lead) เป็นการเขียนขยายความพาดหัวข่าว ซึ่งมักขยายความเกี่ยวกับ (1) บุคคล (2) การกระทำ (3) วันเวลา และ นิยมเขียนไม่เกิดหนึ่งย่อหน้า โดยยังคงยึดหลักการ “สั้น กระชับ ชัดเจน” และใช้ภาษา กึ่งทางการ เน้นใช้คำสั้น กระชับ ใช้คำที่มีสีสันหรือใช้ฉายาบ้างต่างลักษณะเนื้อข่าว เช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวกีฬา เป็นต้น

ส่วนเชื่อม (neck) เปรียบเสมือนเป็นข้อความที่เชื่อมโยงระหว่างความนำกับเนื้อข่าว ซึ่งนิยมใช้กับข่าว ประเภทข่าวตามหรือข่าวต่อเนื่อง (follow-up news) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหน้านี้ให้ผู้อ่านได้ทราบความเป็นมาเป็นไปของข่าว

หน่วยที่ 9 ภาษาหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

ตอนที่ 9.1 ภาษาหนังสือพิมพ์

เรื่องที่ 9.1.1 ลักษณะเฉพาะของหนังสือพิมพ์

เรื่องที่ 9.1.2 การใช้ภาษาในหนังสือพิมพ์

ตอนที่ 9.2 ภาษานิตยสาร

เรื่องที่ 9.2.1 ลักษณะเฉพาะของนิตยสาร

เรื่องที่ 9.2.2 การใช้ภาษาในนิตยสาร

ตอนที่ 9.3 ภาษาภาพในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

เรื่องที่ 9.3.1 ลักษณะเฉพาะและประเภทของภาพที่ใช้ในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

เรื่องที่ 9.3.2 การใช้ภาษาภาพในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

โสตทัศน # 9.1.1

ตอนที่ 9.1 ภาษาหนังสือพิมพ์

เรื่องที่ 9.1.1 ลักษณะเฉพาะของหนังสือพิมพ์

ลักษณะเฉพาะของหนังสือพิมพ์

1. ประเภทเนื้อหา (แนวประชานิยม และแนวคุณภาพ)
2. รูปแบบและขนาด (แผ่นกระดาษขนาดใหญ่ หลากๆแผ่นที่พับซ้อนกัน ไม่เข้าเล่มหรือเย็บเล่ม ไม่มีปก หรือแผ่นหุ้มปก หน้าแรกของหนังสือพิมพ์จะเป็นปกในตัว)
3. ระยะเวลาเผยแพร่และจำหน่าย (ส่วนใหญ่เผยแพร่และจำหน่ายเป็นรายวัน มีบ้างเป็นรายสัปดาห์)
4. วัสดุที่ใช้ (กระดาษคุณภาพต่ำ ราคาไม่แพง เพื่อลดต้นทุน กระดาษที่ใช้ส่วนใหญ่จึงเป็นกระดาษรีไซเคิล)
5. บทบาทหน้าที่ (ให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง เป็นสื่อโฆษณาสินค้า)

โลตทัศน์ # 9.1.2

เรื่องที่ 9.1.2 การใช้ภาษาในหนังสือพิมพ์

การใช้ภาษาในหนังสือพิมพ์

1. ภาษาในข่าวหนังสือพิมพ์

- เป็นการรายงานข้อเท็จจริงว่าเกิดอะไรขึ้นในแต่ละวัน มุ่งเสนอข้อเท็จจริงเป็นหลัก
- ภาษาที่ใช้เน้นความกระชับ ลั่น ตรงประเด็น
- เป็นบรรยายมากกว่าการพรรณนาความ
- นิยมใช้ภาษาถึงทางการ

2. ภาษาในบทความแสดงความคิดเห็น

2.1 บทบรรณาธิการ

- ภาษาถึงทางการ
- ใช้ภาษาอย่างมีพลัง กระชับ มีน้ำหนัก
- จัดลำดับความคิดและเรียบเรียงข้อเขียนอย่างเป็นระบบ เข้าใจง่าย
- ไม่ใช่คำแสลง คำหยาบ คำส่อเสียด ไม่ใช่ลีลากระทบกระเทียบ หรือเสียดสีประชดประชัน
- เน้นเนื้อหาสาระ เด่นชัดในประเด็นที่ต้องการนำเสนอ มีความเป็นกลาง และมีความสมบูรณ์ในเนื้อหาและข้อมูล

2.2 บทความวิเคราะห์วิจารณ์

- แสดงทัศนะของผู้เขียนจึงมีอิสระในการแสดงความคิดเห็น
- ระดับภาษา มีความหลากหลาย ทั้งภาษาทางการ ถึงทางการ ภาษาสนทนา และภาษาปาก
- ลีลาการเขียนแสดงทัศนะเชิงเปรียบเทียบ ประชดประชัน หรือเขียนแบบเรื่อยๆ สบายๆ เหมือนชวนเพื่อนสนทนา

2.3 สารคดี

- นิยมใช้ภาษาถึงทางการและภาษาสนทนา
- ไม่นิยมใช้ภาษาหือหาว คำคะนองหรือคำสแลงในงานเขียน
- มีการใช้สำนวนโวหารหลากหลาย ขึ้นอยู่กับเรื่องและอัตลักษณ์ของผู้เขียน

โลตทัศน์ # 9.2.1

ตอนที่ 9.2 ภาษานิตยสาร

เรื่องที่ 9.2.1 ลักษณะเฉพาะของนิตยสาร

ลักษณะเฉพาะของนิตยสาร

- สิ่งพิมพ์ที่รวบรวมเนื้อหาไว้หลากหลาย
- ประเภทนิตยสาร (ทั่วไป และเฉพาะกลุ่มผู้บริโภค)
- มีหลายขนาด (เท่าหนังสือพิมพ์เล็ก ขนาดใหญ่ ขนาดพื้นฐาน และขนาดกระเป๋า)
- ระยะเวลา (รายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน)
- ใช้วัสดุกระดาษในการจัดพิมพ์ที่มีคุณภาพ (กระดาษอาร์ต กระดาษปอนด์)

โลตทัศน์ # 9.2.2

เรื่องที่ 9.2.2 การใช้ภาษาในนิตยสาร

การใช้ภาษาในนิตยสาร

- การใช้ภาษาในนิตยสารมีความหลากหลายแตกต่างกันไปตามเนื้อหาและเอกลักษณ์ของนิตยสาร
- มีระดับการใช้ภาษาที่แตกต่างกันในแต่ละฉบับ หรือแม้แต่ในฉบับเดียวกัน
- ตั้งแต่ระดับภาษาทางการ กึ่งทางการ ไปจนถึงไม่เป็นทางการ (เช่น ภาษาสนทนา คำคะนอง สแลง หรือภาษาเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น)
- มีการเรียกขานนิตยสารว่า เป็นวรรณกรรมพันธุ์ทาง หรือวรรณกรรมลูกผสม

โลตทัศน์ # 9.3.1

ตอนที่ 9.3 ภาษาภาพในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

เรื่องที่ 9.3.1 ลักษณะเฉพาะและประเภทของภาพที่ใช้ในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

ภาพในหนังสือพิมพ์และนิตยสารเป็นส่วนประกอบสำคัญของเนื้อหา รองจากข้อความ มีความสำคัญ ดังนี้

1. สื่อความเป็นจริง
2. เพิ่มสาระให้เนื้อหา
3. เพิ่มความกระจ่างชัดเจน
4. เพิ่มความน่าสนใจ
5. เพิ่มความสวยงาม
6. ช่วยในการออกแบบจัดหน้า
7. ช่วยเพิ่มความทรงจำ

ประเภทของภาพในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

1. ภาพข่าว (ภาพถ่าย)
2. ภาพประกอบเนื้อหาอื่น (ภาพถ่าย ภาพวาดลายเส้น ภาพเขียน ภาพกราฟิก แผนภูมิ แผนที่)

โสตทัศน # 9.3.2

เรื่องที่ 9.3.2 การใช้ภาษาภาพในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

การใช้ภาพช่วยเพิ่มเติมความสมบูรณ์และความกระจำของเนื้อหา และช่วยให้การใช้ภาพบรรลุวัตถุประสงค์ โดยภาพนั้นต้องมีคุณสมบัติในด้าน

- คุณค่าของเนื้อหา (สัมพันธ์กับเนื้อหา ไม่ละเมิดจริยธรรมและกฎหมาย)
- ส่วนประกอบของภาพ
- ความสมดุลของภาพ
- น้ำหนักสี
- คำบรรยายภาพ
- การจัดส่วนภาพ
- ขนาดและตำแหน่งของภาพ

หน่วยที่ 10 ภาษาวิทยุกระจายเสียง

ตอนที่ 10.1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียง

เรื่องที่ 10.1.1 ลักษณะธรรมชาติของวิทยุกระจายเสียงและภาษาวิทยุกระจายเสียง

เรื่องที่ 10.1.2 ลักษณะของผู้ฟังวิทยุกระจายเสียง

เรื่องที่ 10.1.3 ประเภทและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง

ตอนที่ 10.2 การเขียนวิทยุกระจายเสียง

เรื่องที่ 10.2.1 การเขียนบทรายการประเภทข่าว

เรื่องที่ 10.2.2 การเขียนบทรายการประเภทความรู้

เรื่องที่ 10.2.3 การเขียนบทรายการประเภทบันเทิง

ตอนที่ 10.3 การอ่านทางวิทยุกระจายเสียง

เรื่องที่ 10.3.1 หลักการอ่านทางวิทยุกระจายเสียง

เรื่องที่ 10.3.2 ลีลาการอ่านทางวิทยุกระจายเสียง

เรื่องที่ 10.3.3 การอ่านข่าว บทความ และสารคดี

ตอนที่ 10.4 การพูดและการแสดงละครวิทยุกระจายเสียง

เรื่องที่ 10.4.1 หลักการพูดทางวิทยุกระจายเสียง

เรื่องที่ 10.4.2 เทคนิคการพูดและคุณสมบัติของผู้พูดทางวิทยุกระจายเสียง

เรื่องที่ 10.4.3 การพูดในการแสดงละครวิทยุกระจายเสียง

โสตทัศน # 10.1.1

ตอนที่ 10.1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียง

เรื่องที่ 10.1.1 ลักษณะธรรมชาติของวิทยุกระจายเสียงและภาษาวิทยุกระจายเสียง

1. ลักษณะธรรมชาติของวิทยุกระจายเสียง

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ใช้เสียงในการสื่อสารเพียงอย่างเดียว

จุดเด่นของวิทยุกระจายเสียง

- มีความรวดเร็วสามารถรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ทันที
- ผู้รับสารสามารถฟังวิทยุได้ทุกแห่ง ไม่ว่าจะทำกิจกรรมอะไรอยู่
- เป็นสื่อที่เข้าถึงคนเป็นจำนวนมาก และครอบคลุมพื้นที่อย่างกว้างขวาง

จุดด้อยของวิทยุกระจายเสียง

- มีภาวะชั่วคราวไม่ถาวร คือ รายการต่าง ๆ เมื่อออกอากาศไปแล้วไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้อีก
- เป็นการสื่อสารทางเดียว ผู้พูดทางวิทยุกระจายเสียงไม่สามารถมองเห็นปฏิกิริยาตอบกลับจากผู้ฟังได้ในทันทีทันใด

2. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะธรรมชาติของวิทยุกระจายเสียงกับการใช้ภาษา

1. วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่เสียงพูดเป็นหลัก ผู้ฟังได้ยินจากเสียงแล้วนำไปจินตนาการ หรือสร้างภาพขึ้นในสมอง ภาพสร้างขึ้นนั้นจะชัดเจนหรือไม่ขึ้นอยู่กับทางเลือกใช้คำพูดเปรียบเทียบ อธิบายเพื่อให้ผู้ฟังมองเห็นภาพชัดเจน
2. วิทยุกระจายเสียงเข้าถึงคนเป็นจำนวนมากที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน การใช้ภาษาจึงต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมกับผู้ฟังแต่ละกลุ่ม
3. วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่มีความรวดเร็วในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และเข้าถึงประชาชนเป็นจำนวนมาก จึงมีผลกระทบต่อผู้รับสารค่อนข้างมาก
4. วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ไม่ถาวร ฟังผ่านไปแล้วไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้อีก จึงต้องใช้ภาษาที่ฟังแล้วเข้าใจง่าย ชัดเจน ไม่ต้องตีความ โดยใช้ประโยคสั้นๆ ไม่ซับซ้อน วากวน

โสตทัศน # 10.1.2

เรื่องที่ 10.1.2 ลักษณะของผู้ฟังวิทยุกระจายเสียง

ลักษณะทางประชากรและลักษณะทางจิตวิทยาของผู้ฟังวิทยุกระจายเสียง

ลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ สถานภาพทางเศรษฐกิจ เชื้อชาติ ศาสนา ภูมิลำเนา เป็นต้น

- ความแตกต่างของลักษณะทางประชากร ทำให้ผู้ฟังมีความสนใจฟังรายการวิทยุต่างกันและมีความเข้าใจภาษาในระดับที่แตกต่างกัน

ลักษณะทางจิตวิทยา ได้แก่ ความต้องการ ความสนใจ แรงจูงใจ ความคาดหวัง และทัศนคติ เป็นต้น

- ความแตกต่างของลักษณะทางจิตวิทยา ทำให้ผู้ฟังมีพฤติกรรมการฟังวิทยุต่างกัน

โสตทัศน # 10.1.3

เรื่องที่ 10.1.3 ประเภทและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง

1. ประเภทของรายการวิทยุกระจายเสียง

- แบ่งเป็น 3 ประเภทตามบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ได้แก่
 1. รายการประเภทข่าว
 2. รายการประเภทความรู้
 3. รายการประเภทบันเทิง

2. รูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง

หมายถึงเทคนิคการนำเสนอรายการทั้ง 3 ประเภท ให้มีความหลากหลายที่นิยมแบ่งกันมี 13 ประเภท ตัวอย่างเช่น

ประเภทรายการวิทยุ	รูปแบบรายการวิทยุ
รายการประเภทข่าว	ข่าวอ่าน ข่าวประกอบเสียง การรายงานข่าว การเล่าข่าว การวิเคราะห์ข่าว สารคดีเชิงข่าว ฯลฯ
รายการประเภทความรู้	บทความ สารคดี อภิปราย สนทนา สัมภาษณ์ ฯลฯ
รายการประเภทบันเทิง	เพลง ละครวิทยุ ทอล์คโชว์ วาไรตี้ ฯลฯ

โลตทัศน์ # 10.2

ตอนที่ 10.2 การใช้ภาษาเขียนในวิทยุกระจายเสียง

ประเภทของภาษาวิทยุกระจายเสียง

ภาษาวิทยุกระจายเสียงแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1. **วัจนภาษา** หมายถึง ภาษาเขียน และภาษาพูด การใช้ภาษาทางวิทยุกระจายเสียงบางรายการมีทั้ง ภาษาเขียน ต้องมีการเขียนบท หรือสคริปต์ก่อนที่จะนำไปพูด หรือแสดง บางรายการอาจไม่มีการ เขียนบท เช่น รายการเพลง หรือรายการพุดคุย เป็นต้น
2. **อวัจนภาษา** หมายถึง ภาษาที่ไม่ใช่ภาษาเขียนหรือภาษาพูด แต่สามารถสื่อความหมายได้ เช่น เสียงดนตรี เสียงประกอบ รวมถึงน้ำเสียง โทนเสียง ทุ่ม แแหลม ระดับเสียง สูง ต่ำ การเว้นจังหวะวรรคตอน การเน้นเสียง เป็นต้น

โลตทัศน์ # 10.2.1

เรื่องที่ 10.2.1 การเขียนบทรายการประเภทข่าว

ลักษณะของข่าววิทยุกระจายเสียง

เนื้อหาของข่าววิทยุกระจายเสียง จะสั้นกว่าข่าวหนังสือพิมพ์และมีรายละเอียดน้อยกว่า เพราะเป็นการเขียนสำหรับอ่านให้ฟัง องค์ประกอบสำคัญคือ หัวข้อข่าว และเนื้อข่าว ซึ่งประกอบด้วย ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม อย่างไร

การใช้ภาษาในการเขียนข่าววิทยุกระจายเสียง

1. ใช้ภาษาที่กระชับชัดเจน เข้าใจง่าย ควรใช้ประโยคสั้นๆ มีความหมายจบในประโยคนั้น
2. ถอดความและเรียบเรียงข้อความที่ยกคำพูดของผู้อื่นมา เปลี่ยนสรรพนามจากบุรุษที่หนึ่งเป็นสรรพนามบุรุษที่สาม
3. ควรวงเล็บคำอ่านชื่อเฉพาะ ชื่อเฉพาะ หรือศัพท์บางคำที่ไม่คุ้นเคย
4. การเขียนตัวเลขในข่าววิทยุ ถ้าเป็นเลขต่ำกว่า 10 เขียนเป็นตัวหนังสือ ยกเว้น วันที่ เลขที่บ้าน ลำดับที่ เวลา อายุ ส่วนเลขจำนวน 10 ขึ้นไปให้เขียนเป็นตัวเลข สำหรับเลขที่มีจำนวนมาก และมีทศนิยม มักใช้ตัวเลขประมาณแทน
5. หลีกเลี่ยงการใช้คำพูดซ้ำๆ กัน และคำที่มีเสียงคล้ายกัน เพราะจะทำให้ผู้ฟังสับสน
6. การเขียนข่าววิทยุกระจายเสียงไม่ควรใช้คำย่อมากเกินไป ยกเว้นคำย่อที่รู้จักกันแพร่หลาย

โสตทัศน # 10.2.3

เรื่องที่ 10.2.3 การเขียนบทรายการประเภทบันเทิง

ลักษณะของรายการประเภทบันเทิง

- เป็นรายการทำให้เกิดความผ่อนคลายอารมณ์ เกิดความเพลิดเพลิน บันเทิงใจ
- เป็นรายการที่สามารถลบอารมณ์หนึ่งแล้วก่อให้เกิดอารมณ์ใหม่แทนที่ได้
- เป็นรายการที่ชักจูงใจและความรู้สึกให้เกิดอารมณ์อยากติดตามสิ่งที่ได้ฟังแล้วต่อไปอีกโดยไม่เกิดความเบื่อหน่าย

การใช้ภาษาในรายการบันเทิง

- ใช้ภาษาง่ายๆ เป็นภาษาพูด ต้องไม่ใช่คำศัพท์ที่ยาก ฟังแล้วไม่เข้าใจ หรือเป็นภาษาที่ใช้เฉพาะในกลุ่มเล็กๆ
- ใช้คำพูดที่ฟังแล้วสบายอารมณ์ไม่หนักสมอง
- เลือกใช้คำหรือภาษาที่สร้างภาพ เพื่อให้ผู้ฟังเกิดจินตนาการ
- ไม่ควรใช้ภาษาวิบัติและคำคะนอง ถึงแม้การใช้ภาษาในรายการบันเทิงจะไม่เคร่งครัดในหลักภาษา แต่ก็ไม่ควรใช้ภาษาวิบัติหรือคำคะนองที่ใช้เฉพาะกลุ่มจนเกินความจำเป็น
- ใช้คำพูดที่แสดงอารมณ์ ในกรณีการเขียนบทละครวิทยุที่ต้องการให้ผู้แสดงอารมณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง และควรวงเล็บคำสั่งให้แสดงอารมณ์ไว้หน้าบทพูด เช่น (ตวาด) (อ้อนวอน)

โสตทัศน # 10.3.1

ตอนที่ 10.3 การอ่านทางวิทยุกระจายเสียง

เรื่องที่ 10.3.1 หลักการอ่านทางวิทยุกระจายเสียง

การอ่านข่าว บทความ และสารคดี

1. ลักษณะการอ่านข่าว

- ผู้อ่านข่าวต้องเข้าใจอารมณ์ของข่าวแต่ละชิ้น เช่น ข่าวเศร้าไม่ควรอ่านเร็วเกินไป หรือถ้าเป็นเรื่องที่ร้ายแรงก็ไม่ควรอ่านช้าเกินไป
- โดยปกติการอ่านข่าวจะแสดงน้ำเสียงเป็นกลาง ไม่แสดงอารมณ์ความรู้สึกออกมา
- ต้องระลึกไว้เสมอว่า ผู้อ่านข่าวทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวไปสู่ผู้ฟัง เพื่อให้รู้ว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม และอย่างไร เท่านั้น

2. ลักษณะการอ่านบทความ

บทความ หมายถึง ข้อเขียนเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ฟัง มักมีความยาวไม่เกิน 3 นาที และอ่านด้วยเสียงของคนคนเดียว ไม่มีดนตรีประกอบ การอ่านบทความควรมีลักษณะอ่านแบบเล่าเรื่องราวให้ใครคนหนึ่งฟัง ไม่ใช้การอ่านหนังสือ

ไวยากรณ์ # 10.3.1 (ต่อ)

การอ่านข่าว บทความ และสารคดี

3. ลักษณะการอ่านสารคดี

สารคดี มีความยาวมากกว่าบทความ สามารถใช้ผู้อ่านได้หลายคน และใช้ดนตรี เสียงประกอบ การสัมภาษณ์ และอื่นๆ ร่วมด้วย ลักษณะของการอ่านก็เช่นเดียวกับการอ่านบทความ คือ เป็นการบรรยายหรือเล่าเรื่องให้ผู้ฟังได้ฟัง มีความเป็นธรรมชาติ

ไวยากรณ์ # 10.3.2

เรื่องที่ 10.3.2 ลีลาการอ่านทางวิทยุกระจายเสียง

หลักการอ่านบทความและสารคดีทางวิทยุกระจายเสียง

1. ผู้อ่านต้องเข้าใจวัตถุประสงค์ของบทความ หรือสารคดีเรื่องนั้น
2. ต้องรู้จักอารมณ์ของเรื่อง เช่น เศร้า ซึ้ง จริงจัง เบาสมอง
3. ต้องมีลีลาการอ่านให้น่าฟัง สอดคล้องกับอารมณ์ของเรื่อง เช่น ใช้เสียงสูงต่ำ การเน้นเสียง มีจังหวะในการอ่าน ไม่อ่านเร็วหรือช้าเกินไป
4. ต้องระลึกเสมอว่ามีผู้ฟังกำลังฟังเราอยู่ ลีลาการอ่านและการออกเสียงต้องเป็นการเล่า ไม่ใช่การอ่านหนังสือ

ไวยากรณ์ # 10.3.3

เรื่องที่ 10.3.3 การอ่านข่าว บทความ และสารคดี

หลักการอ่านทางวิทยุกระจายเสียง

- อ่านตามอักขรวิธีของภาษาไทย คืออ่านตามวิธีประสมอักษร พันอักษร อักษรควบกล้ำ
- อ่านตามอักขรวิธีของภาษาที่นำมาใช้
- อ่านตามความนิยมและความเคยชิน
- อ่านตามวิธีการประพันธ์หรือฉันทลักษณ์
- อ่านตามวิธีสมาส คือการอ่านออกเสียงสระท้ายของคำหน้า
- อ่านตัวเลขและเครื่องหมายตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้
- อ่านชื่อเฉพาะตามความต้องการของเจ้าของ
- ไม่อ่านตกคำหรือเติมคำ จะทำให้ความหมายผิดไป
- ไม่นิยมอ่านออกเสียงตัวสะกดซึ่งอยู่สุดท้ายของคำ
- ทำเครื่องหมายลงในบทว่า ตอนใดควรหยุด คำใดควรเน้น และคำใดควรทอดจังหวะ

โสตทัศน # 10.4.1

ตอนที่ 10.4 การพูดและการแสดงละครวิทยุกระจายเสียง

เรื่องที่ 10.4.1 หลักการพูดทางวิทยุกระจายเสียง

ประเภทของผู้พูดทางวิทยุกระจายเสียง

1. ผู้ประกาศ (announcer) ทำหน้าที่ประกาศเปิด ปิดสถานี แจ้งรายการ บอกเวลา นำเข้าสู่รายการต่างๆ ตลอดจนประชาสัมพันธ์รายการ ให้เป็นที่รู้จักของผู้ฟัง
2. ผู้ดำเนินรายการ (moderator) ทำหน้าที่ประจำรายการต่างๆ เพื่อให้รายการมีความต่อเนื่องกันไปตั้งแต่ต้นจนจบรายการ
3. ผู้บรรยาย (narrator) ทำหน้าที่บรรยาย ถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้า

โสตทัศน # 10.4.2

เรื่องที่ 10.4.2 เทคนิคการพูดและคุณสมบัติของผู้พูดทางวิทยุกระจายเสียง

คุณสมบัติของผู้พูดทางวิทยุกระจายเสียง

ผู้พูดทั้ง 3 ประเภท คือผู้ประกาศ ผู้ดำเนินรายการ และผู้บรรยาย ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

- มีใจรักในงานวิทยุกระจายเสียง
- เป็นผู้มีเสียงชัดเจน แจ่มใส ไม่แหบแห้ง เป็นเสียงที่มีคุณภาพดี
- เป็นผู้ที่ใฝ่ใจศึกษาหาความรู้และหมั่นฝึกฝนตนเองอยู่เสมอ
- มีอารมณ์แจ่มใส มีสมาธิ สามารถควบคุมอารมณ์ได้ดี
- เสียงที่เปล่งออกมาต้องมีความมั่นใจ ไม่ลังเล ซึ่งจะทำให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อถือ
- มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
- ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่
- เป็นผู้ได้รับบัตรผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์จาก กสทช.

หน่วยที่ 11 ภาษาภาพยนตร์และโทรทัศน์

ตอนที่ 11.1 ธรรมชาติของภาพยนตร์และโทรทัศน์

เรื่องที่ 11.1.1 เอกลักษณ์ของภาพยนตร์และโทรทัศน์

เรื่องที่ 11.1.2 ประเภทของภาพยนตร์

เรื่องที่ 11.1.3 ประเภทของรายการโทรทัศน์

ตอนที่ 11.2 ภาษาภาพ

เรื่องที่ 11.2.1 มุมกล้อง

เรื่องที่ 11.2.2 ขนาดภาพ

เรื่องที่ 11.2.3 การเคลื่อนไหวและความต่อเนื่องของภาพ

ตอนที่ 11.3 ภาษาเสียง

เรื่องที่ 11.3.1 ประเภทของเสียงในภาพยนตร์และโทรทัศน์

เรื่องที่ 11.3.2 การใช้เสียงในภาพยนตร์

เรื่องที่ 11.3.3 การใช้เสียงในรายการโทรทัศน์

ตอนที่ 11.4 ภาษาแสงและสี

เรื่องที่ 11.4.1 ธรรมชาติของแสงและสีในภาพยนตร์และโทรทัศน์

เรื่องที่ 11.4.2 การใช้แสงในภาพยนตร์และโทรทัศน์

เรื่องที่ 11.4.3 การใช้สีในภาพยนตร์และโทรทัศน์

โสตทัศน์ # 11.1.1

ตอนที่ 11.1 ธรรมชาติของภาพยนตร์และโทรทัศน์

เรื่องที่ 11.1.1 เอกลักษณ์ของภาพยนตร์และโทรทัศน์

ภาพยนตร์เป็นทัศนศิลป์ที่รวมศิลปะแขนงต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกันในรูปแบบของภาพเคลื่อนไหว ทั้งวรรณศิลป์ นาฏศิลป์ คีตศิลป์ และสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาพยนตร์สามารถย่อหรือขยายเวลาและสถานที่ และท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่าง ๆ ภายในกรอบภาพได้อย่างไร้ข้อจำกัด

ภาพยนตร์มีลักษณะเด่นกว่าศิลปะแขนงอื่นตรงที่ภาพยนตร์ได้รวมเอาศิลปะทุกแขนงทอสานเข้าด้วยกัน เป็นศิลปะเคลื่อนไหวที่ประกอบด้วย เส้น รูปทรง เงาม ผิว ปริมาตร และสี เสียงที่เหมือนจริง โลกแล่นไปในมิติ เวลาอย่างไม่มีข้อจำกัด

โลตทัศน์ # 11.1.2

เรื่องที่ 11.1.2 ประเภทของภาพยนตร์

การแบ่งประเภทของภาพยนตร์เป็นการจำแนกเพื่อหาคำตอบให้แก่ผู้ดูว่าภาพยนตร์ที่เขาดูนั้นมีลักษณะเนื้อหา ผู้แสดงหรือตัวละครและแก่นของเรื่องเป็นอย่างไร ถ้าลักษณะเนื้อหาตลอดจนแก่นของเรื่องหนักไปด้านใด ด้านหนึ่ง ก็มักจะจัดภาพยนตร์เรื่องนั้นลงในหมวดหมู่ของภาพยนตร์ในแนวนั้น การจัดหมวดหมู่ภาพยนตร์มิใช่จะ แยกจากกันโดยเด็ดขาดลงไปทีเดียว เพราะเนื้อหาสาระของภาพยนตร์บางเรื่องอาจคาบเกี่ยวกันในหลาย ประเภท

หมวดหมู่ภาพยนตร์สามารถจัดแบ่งตามหมวดหมู่ได้ 5 ประเภท

1. ภาพยนตร์ข่าว (newsreel)
2. ภาพยนตร์สารคดี (documentary films)
3. ภาพยนตร์การศึกษา (educational films)
4. ภาพยนตร์ทดลอง ภาพยนตร์ใต้ดิน และภาพยนตร์ศิลปะ (experiment, underground, and art films)
5. ภาพยนตร์บันเทิง (entertainment films or feature films) ซึ่งสามารถจัดเป็นประเภทได้อย่างน้อย 11 ประเภท ได้แก่
 - 5.1 ภาพยนตร์ตลก (comedy films)
 - 5.2 ภาพยนตร์อาชญากรรม (crime films)
 - 5.3 ภาพยนตร์มหากาพย์ (epic films)
 - 5.4 ภาพยนตร์สยองขวัญ (horror films)
 - 5.5 ภาพยนตร์ดนตรี (musical films)
 - 5.6 ภาพยนตร์เกี่ยวกับความรัก (romance films)
 - 5.7 ภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ (science fiction films)
 - 5.8 ภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคม (social impact films)
 - 5.9 ภาพยนตร์ตื่นเต้นเร้าใจ (thriller films)
 - 5.10 ภาพยนตร์สงคราม (war films)
 - 5.11 ภาพยนตร์ตะวันตก/แก๊งสเตอร์ (western, gangster films)

โลตทัศน์ # 11.1.3

เรื่องที่ 11.1.3 ประเภทของรายการโทรทัศน์

รายการวิทยุโทรทัศน์ที่เป็นที่รู้จักและนิยมใช้ในการจัดรายการวิทยุโทรทัศน์กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่

- รายการพูดคุย (Talk program)
- รายการสนทนา (Conversational program)
- รายการอภิปราย (Discussion program)
- รายการสัมภาษณ์ (Interview program)
- รายการสาธิตและทดลอง (Demonstration and experimental program)
- รายการข่าวและวิเคราะห์ข่าว (News and currentaffairs program)
- รายการสารคดี (Documentary program)
- รายการละคร (Drama program)
- รายการสารระละคร (Docudrama program)
- รายการเพลงและดนตรี (Music program)
- รายการนิตยสาร (Magazine program)
- รายการปิกนิกะ (Variety program)
- รายการเกมโชว์ (Game Show program)
- สปอต (Spot program)
- รายการถ่ายทอดสด (Live program)
- รายการเรียลลิตี้ (Reality TV)

โลตทัศน์ # 11.2

ตอนที่ 11.2 ภาษาภาพ

เรื่องที่ 11.2.1 มุมกล้อง

ภาพยนตร์และโทรทัศน์เป็นสื่อที่ใช้ภาพในการเล่าเรื่องและสื่อความหมายกับผู้ดูโดยการใช้ภาพหลาย ๆ ภาพหลาย ๆ ขนาดจากหลาย ๆ มุมกล้อง เริ่มด้วยภาพหนึ่งภาพเรียกว่า **เฟรม (frame)** หลาย ๆ เฟรมต่อกันเรียกว่า **ช็อต (shots)** หลาย ๆ ช็อตต่อกันเรียกว่า **ฉาก หรือซีน (scene)** หลาย ๆ ซีนต่อกันเรียกว่า **ตอน หรือซีควนส์ (sequence)** หลาย ๆ ซีควนส์ต่อกันเป็นหนึ่งเรื่องหรือ **สตอรี่ (story)**

มุมกล้อง หมายถึงทิศทางและระยะห่างของการตั้งกล้องกับวัตถุที่ถ่าย แบ่งเป็น 3 มุม ได้แก่

1. มุมกล้องออบเจกทิฟ (objective camera angle)
2. มุมกล้องซับเจกทิฟ (subjective camera angle)
3. มุมกล้องพอยต์ออฟวิว (point of view camera angle, POV) และ
4. มุมที่ผู้กำกับกำหนดขึ้นเอง (director's interpretative camera angle)

หากแบ่งมุมกล้องตามระดับสูงต่ำกับสิ่งที่ถูกถ่าย แบ่งเป็น 3 มุม

1. มุมสูง คือตั้งกล้องถ่ายจากที่สูงกว่าวัตถุที่ถูกถ่ายภาพ
2. มุมระดับสายตา คือมุมที่ตั้งกล้องในระดับสายตาของผู้ถูกถ่าย
3. มุมต่ำ คือมุมที่ตั้งกล้องถ่ายไว้ในตำแหน่งที่ต่ำกว่าวัตถุที่ถูกถ่าย

โสตทัศน # 11.2.2

เรื่องที่ 11.2.2 ขนาดภาพ

ขนาดภาพ (subject size) หมายถึง บริเวณของภาพที่ถ่ายหรือบันทึกไว้เพื่อนำเสนอในภาพยนตร์และโทรทัศน์ ที่นิยมใช้กันมี 4 ขนาด

1. ภาพไกลมาก เรียกว่า เอกซ์ทรีม ลอง ช็อต (Extreme Long Shot, ELS)
2. ภาพไกล เรียกว่า ลองช็อต (Long Shot, LS)
3. ภาพปานกลาง เรียกว่า มีเดียมช็อต (Medium Shot, MS)
4. ภาพใกล้ เรียกว่า โคลสอัป (Close Up, CU)
5. ภาพใกล้มาก เรียกว่า เอกซ์ทรีม โคลสอัป (Extreme Close Up, ECU)

โสตทัศน # 11.2.3

เรื่องที่ 11.2.3 การเคลื่อนไหวและความต่อเนื่องของภาพ

การเคลื่อนไหวในภาพยนตร์และโทรทัศน์อาจเกิดจากผู้แสดงเคลื่อนไหว กล้องถ่ายเคลื่อนที่ เลนส์กล้องเลื่อนระยะความคมชัด หรือทั้งผู้แสดงและกล้องเคลื่อนที่พร้อม ๆ กัน

การเคลื่อนไหวของภาพยนตร์และโทรทัศน์เป็นการนำเสนอเรื่องราวในลักษณะของความต่อเนื่องของเรื่อง (continuity) ภาษาภาพที่ใช้จึงรวมเทคนิคการนำเสนอทุกประเภทในศิลปะภาพยนตร์และโทรทัศน์ ได้แก่ ขนาดภาพ มุมกล้อง การเคลื่อนที่กล้อง การเคลื่อนที่ผู้แสดง เวลา สถานที่ แสง สี เสียง เข้ามาเกี่ยวข้องทั้งหมด ความสำเร็จในการเล่าเรื่องของภาพยนตร์และโทรทัศน์ขึ้นอยู่กับความต่อเนื่องของภาพ เสียง แสง และสี

ภาษาภาพที่ใช้ในการเคลื่อนที่และความต่อเนื่องของภาพ มีดังนี้

1. **การเคลื่อนไหวและความต่อเนื่องของเวลา (time continuity)** เวลาที่ใช้ในการเล่าเรื่องในภาพยนตร์และโทรทัศน์ มี 4 เวลาด้วยกัน ได้แก่ เวลาในปัจจุบัน (present time) เวลาในอดีต (past time) เวลาในอนาคต (future time) และเวลาที่กำหนดขึ้นเองหรือเวลาสมมติ (conditional time)
2. **การเคลื่อนไหวและความต่อเนื่องด้านสถานที่และระยะทาง (space continuity)**
3. **การเคลื่อนไหวและความต่อเนื่องด้านทิศทางในจอภาพยนตร์และโทรทัศน์ (directional continuity)** ซึ่งแบ่งเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ การเคลื่อนที่ในทิศทางเดียว (constant) การเคลื่อนที่สลับทิศทาง (contrasting) และการเคลื่อนที่ในแนวกลาง (neutral)
4. **การเคลื่อนไหวและความต่อเนื่องโดยใช้เทคนิคภาพผลพิเศษ (special effects)** เทคนิคภาพผลพิเศษที่นิยมใช้มีดังนี้

1) เฟด อิน (Fade In, FI)	2) คัด (Cut)
3) ดิชซอลว์ (Dissolve, Diss.)	4) แพน (pan)
5) ทิลต์ (tilt)	6) ซูม (zoom)

โลตทัศน์ # 11.3.1

ตอนที่ 11.3 ภาษาเสียง

เรื่องที่ 11.3.1 ประเภทของเสียงในภาพยนตร์และโทรทัศน์

เสียงนับเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ภาพยนตร์และโทรทัศน์สมบูรณ์ เพิ่มความสมจริงเสมือนหนึ่งเหตุการณ์นั้นกำลังเกิดขึ้นต่อหน้าผู้ดู ช่วยเพิ่มสีสันยิ่งขึ้น เพิ่มความรู้สึกละเอียด เสียงที่ใช้ในภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์แบ่งได้เป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. **เสียงพูดหรือเสียงสนทนา (dialogue)**
2. **เสียงบรรยาย (narration)**
3. **เสียงดนตรี (music)** มี 2 ลักษณะ เสียงดนตรีที่อยู่ในฉาก (local music) และเสียงดนตรีที่อยู่ฉากนอก (background music)
4. **เสียงบรรยากาศหรือเสียงประกอบ (atmospheric or background sound)**
5. **เสียงพิเศษ (sound effects)**
6. **เสียงเงียบ (silence)**

โลตทัศน์ # 11.3.2

เรื่องที่ 11.3.2 การใช้เสียงในภาพยนตร์

หลักการใช้เสียงประเภทต่าง ๆ ในภาพยนตร์

1. **เสียงพูด (dialogue)** การใช้ภาษาควรให้เหมาะสมกับระดับของผู้แสดง น้ำเสียง ภาษาท่าทาง ควรให้เหมาะสมกับระดับของสถานภาพทางสังคม และสอดคล้องกับอารมณ์ บุคลิกภาพและพฤติกรรมของผู้แสดง
2. **เสียงบรรยาย (narration)** ส่วนใหญ่จะใช้กับภาพยนตร์สารคดี ส่วนใหญ่ใช้เพื่ออธิบายให้ผู้ดูต่างวัฒนธรรมเข้าใจความหมายของภาพที่เสนอ บางครั้งภาพยนตร์ใช้คำบรรยายเน้นความสำคัญและเชื่อมโยงฉากในเรื่องของเวลาและสถานที่
3. **เสียงดนตรี (music)** ใช้ดนตรีนำเข้าสู่เรื่อง เสริมจังหวะการไหลลื่นของเรื่อง บ่งบอกคุณลักษณะของผู้แสดง การใช้ดนตรีประกอบในภาพยนตร์ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับฟอร์มของภาพยนตร์ กับผู้แสดง กับเรื่อง กับอารมณ์โดยรวมของภาพยนตร์แต่ละประเภท
4. **เสียงบรรยากาศหรือเสียงประกอบ (atmospheric or background sound)** ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ดังนี้
 - 1) เพื่อเสริมให้ฉากหรือสถานที่นั้นสมจริงยิ่งขึ้น
 - 2) ใช้บอกเวลาและสถานที่
 - 3) ใช้สร้างอารมณ์ของผู้ดูให้คล้อยตามภาพที่ปรากฏ

โลตทัศน์ # 11.3.2 (ต่อ)

5. เสียงพิเศษ (sound effects) เพื่อให้ฉากนั้น ๆ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เช่น ฉากเดินป่าดงดิบ เสียงประกอบที่เราต้องได้ยินคือเสียงคนเดินเหยียบใบไม้ เสียงลมพัดยอดไม้ เท่านั้น แต่เพื่อให้เห็นว่าในป่าดงดิบอุดมสมบูรณ์ไปด้วยสัตว์ป่า อาจจะใส่เสียงชะนีร้อง เสียงนกดูเหว้าร้อง หรือเสียงอื่น ๆ ประกอบตามแต่ผู้สร้างจะจินตนาการ

เสียงพิเศษยังหมายถึงการสร้างเสียงธรรมชาติให้มีคุณลักษณะพิเศษยิ่งขึ้น เช่น เสียงสุนัขหอนในตอนดึกในคืนเดือนคับ (เดือนมืด) เสียงพิเศษจะทำให้เสียงสุนัขโหยหวนเย็นยะเยือกยิ่งขึ้นมากกว่าเสียงธรรมชาติ เสียงฟ้าร้อง ฟ้าผ่า จะแผดเสียงดังเกินปกติ แต่จะสร้างอารมณ์ ตรึงอารมณ์ผู้ดูทำให้ภาพยนตร์แนวลึกลับน่ากลัวดูน่ากลัวยิ่งขึ้น

6. เสียงเงียบ (silence) การสร้างภาพยนตร์ใช้เสียงเงียบเพื่อ

6.1 ใช้ประกอบฉากให้ดูสมจริง

6.2 ใช้สร้างอารมณ์ตามบทและสะกดอารมณ์ให้จดจ่อกับภาพที่ปรากฏบนจอ

ลักษณะเสียงที่ใช้ในภาพยนตร์จะมีความแตกต่างจากรายการโทรทัศน์ประการหนึ่งก็คือ จะต้องมีความพิถีพิถันและใช้เทคนิคการบันทึกและผสมเสียงที่ก้าวหน้าทันสมัยในหลาย ๆ ระบบ

โลตทัศน์ # 11.3.3

เรื่องที่ 11.3.3 การใช้เสียงในรายการโทรทัศน์

เสียงที่ใช้ในรายการโทรทัศน์จะมีทั้งเสียงพูดหรือเสียงสนทนา เสียงบรรยาย เสียงบรรยายภาค เสียงพิเศษ เสียงดนตรีและ เสียงเงียบเช่นเดียวกับภาพยนตร์ แต่รูปแบบรายการโทรทัศน์จะมีหลากหลายมากกว่า

ลักษณะเสียงที่ใช้ในรายการโทรทัศน์ มีดังนี้

- 1) ดนตรีที่ใช้ประกอบรายการ ดนตรีในรายการโทรทัศน์ใช้เป็นเครื่องหมายของรายการที่เรียกว่าเพลงประจำรายการ เป็นเสมือนตราสัญลักษณ์ของรายการนั้น ๆ
- 2) ดนตรีที่ใช้เปลี่ยนเรื่องราวในแต่ละตอน เพราะว่าละครเสนอทางโทรทัศน์เป็นตอน ๆ แต่ละตอนจะมีดนตรีเชื่อมต่อยุทธการ
- 3) ดนตรีที่ใช้ค้นรายการในช่วงประกาศชื่อผู้อุปถัมภ์รายการโดยใช้ดนตรีประกอบเนื้อร้องสั้น ๆ ที่เรียกว่า จิงเกิ้ล (jingle) มาค้นรายการและใช้ดนตรีปิดท้ายรายการ

โสตทัศน # 11.4.1

ตอนที่ 11.4 ภาษาแสงและสี

เรื่องที่ 11.4.1 ธรรมชาติของแสงและสีในภาพยนตร์และโทรทัศน์

แสงมีความสำคัญในศาสตร์และศิลป์ของภาพยนตร์และโทรทัศน์ เพราะช่วยให้เห็นภาพ ช่วยให้เลนส์กล้องภาพยนตร์และหลอดรับภาพโทรทัศน์ถ่ายภาพได้ ช่วยให้มองเห็นมิติของภาพทั้งในแนวกว้าง แนวลึก เห็นรูปร่าง ลักษณะและรายละเอียดต่าง ๆ ของสิ่งที่ถ่าย

แหล่งกำเนิดแสง แสงมีแหล่งกำเนิดจาก 2 แหล่ง ได้แก่

1. แหล่งแสงธรรมชาติ ดวงอาทิตย์ ซึ่งเป็นแหล่งแสงสว่างและพลังงานที่ทำให้ชีวิตแก่โลกนี้
2. แหล่งแสงประดิษฐ์ คือหลอดไฟฟ้าชนิดต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์ต่างกัน

ธรรมชาติของแสง มีลักษณะที่สำคัญ 3 -ประการ คือ

1. แสงเดินเป็นเส้นตรง มีความเร็วสูง
2. แสงมีความเข้มที่จุดกำเนิดแสง
3. แสงเป็นศูนย์รวมของสี

ธรรมชาติของสี สีหมายถึงลักษณะของแสงสว่างปรากฏแก่ตาให้มองเห็น สีขาว สีแดง เป็นต้น เซอร์ ไอแซก นิวตัน (Sir Isag Newton) ได้แยกแสงที่ส่องผ่านแท่งปริซึมเป็น 7 สีที่แตกต่างกัน เรียกสีที่ได้นี้ว่า **สเปกตรัม (spectrum)** ของสี ได้แก่ ม่วง คราม น้ำเงิน เขียว เหลือง แสด และแดง สี มีศัพท์เฉพาะซึ่งเป็นคำที่เราใช้เรียกในชีวิตประจำวัน ได้แก่

โทนสี (tint) คือ สีที่ได้จากการเติมสีขาวลงในสีเดิม ให้ผลแตกต่างจากสีหลักเพียงเล็กน้อย เช่น สีชมพู ได้จากการเติมสีขาวลงในสีแดงเพียงเล็กน้อย

ค่าของสี (value) คือ ความเข้มของแสงสว่างและความมืดของสีที่สัมพันธ์กับสีอื่น ๆ เช่น สีเหลืองมีค่าสูงกว่าสีเขียว และสีเขียวมีค่าสูงกว่าสีม่วง เป็นต้น

สีตัน (hue) คือ คุณลักษณะที่ใช้แยกความแตกต่างความเข้มของสีในกลุ่มเดียวกัน เช่น กลุ่มสีเขียว มีสีเขียวอ่อน เขียวแก่ ทั้งสองสีเป็นสีเขียวเดียวกัน ต่างกันที่ความเข้ม ที่เรียกว่า hue

เฉดสี (shade) คือ โทนของสีที่ใกล้สีดำมากกว่าบนสเกลค่า (scale) เช่น สีม่วงแดงอ่อนเป็นสีที่อ่อนแต่สีม่วงเข้มมีเฉดสีเข้มขึ้นด้วยสีดำ

พื้นผิว (texture or finish) คือ คุณลักษณะที่มีผลต่อความมืดหรือความสว่างของสีที่ปรากฏให้เห็น สีที่อยู่บนพื้นที่เป็นมันจะดูอ่อนกว่าสีเดียวกันที่อยู่บนผิวที่ด้าน

วรรณะสี (tone) คือ กลุ่มสีที่มีคุณลักษณะให้ความรู้สึกเมื่อได้สัมผัส แบ่งได้เป็น 2 วรรณะ คือ

1. วรรณะสีร้อน (warm tone)
2. วรรณะสีเย็น (cool tone)

โสตทัศน # 11.4.1 (ต่อ)

ต้นกำเนิดวรรณะสี ต้นกำเนิดวรรณะสี มี 3 ระดับ คือ

- 1) สีหลัก (primary color) มี 3 สี คือ แดง (red) เหลือง (yellow) และ น้ำเงิน (blue)
- 2) สีขั้นที่สอง (secondary color) เกิดจากการผสมสีหลัก
- 3) สีขั้นที่สาม (intermediate color) เป็นการผสมสีหลักและสีขั้นที่สอง ผสมกับสีข้างเคียง จะได้สีใหม่อีก 6 สี คือ

แดง	ผสม	ม่วง	ได้	ม่วงแดง
ม่วง	ผสม	น้ำเงิน	ได้	น้ำเงินม่วง
น้ำเงิน	ผสม	เขียว	ได้	น้ำเงินเขียว
เขียว	ผสม	เหลือง	ได้	เขียวเหลือง
เหลือง	ผสม	ส้ม	ได้	เหลืองส้ม
ส้ม	ผสม	แดง	ได้	แดงส้ม

วรรณะของสี มี 2 ประเภท ได้แก่ วรรณะร้อนและวรรณะเย็น ถ้าดูสีใดแล้วเกิดความรู้สึกร้อน จัดสีนั้นไว้ในกลุ่มวรรณะร้อน แต่ถ้าดูสีใดแล้วรู้สึกเย็น จัดสีนั้นอยู่ในกลุ่มวรรณะเย็น

สีมีอิทธิพลต่อมนุษย์สียังเป็นสัญลักษณ์ทางความคิดนามธรรมชาวกรีกโบราณเชื่อว่าโลกประกอบด้วยธาตุทั้ง 4 คือดิน น้ำ ลม ไฟ และใช้สีแทนโลกด้วยสีเขียว แทนลมด้วยสีเหลือง แทนไฟด้วยสีแดง และแทนน้ำด้วยสีฟ้า และยังเชื่อว่าสีของสมุนไพรรักษาโรคได้

การเลือกใช้สีในภาพยนตร์และโทรทัศน์จึงต้องอาศัยศาสตร์ ศิลป์ และจิตวิทยาสีประกอบกันอย่างเหมาะสมกลมกลืน จึงจะทำให้ภาพยนตร์และโทรทัศน์สื่อความหมายได้สมจริง

โลตทัศน์ # 11.4.2

เรื่องที่ 11.4.2 การใช้แสงในภาพยนตร์และโทรทัศน์

แสง มีความจำเป็นและความสำคัญในศาสตร์และศิลป์ของการถ่ายภาพยนตร์และโทรทัศน์ เนื่องจากแสงมีคุณลักษณะเฉพาะ เมื่อนำมาใช้ในการถ่ายภาพยนตร์และโทรทัศน์ ต้องดัดแปลงให้เหมาะกับลักษณะของงานที่เรียกว่า “การให้แสง (lighting)”

ผู้สร้างภาพยนตร์และโทรทัศน์ต้องมีความรู้ในการควบคุมความเข้ม ทิศทาง และคุณลักษณะการกระจายของแสงเพื่อให้สามารถใช้แสงสร้างผลพิเศษทางภาพได้เหมาะสมกับบรรยากาศและอารมณ์ของเรื่อง

การให้แสงในการถ่ายภาพยนตร์และโทรทัศน์ต้องคำนึงถึงคุณลักษณะของแสง 3 ประการ ได้แก่ ความเข้มของแสง ทิศทางของแสง และคุณลักษณะการกระจายของแสง ดังนี้

1. ความเข้มของแสง (density) มีภาษาเรียกความเข้มของแสงในภาพยนตร์อยู่ 2 คำ คือ ไฮคีย์ (high key) และโลว์คีย์ (low key)

2. ทิศทางของแสง (direction) หมายถึง ทิศทางที่แสงส่องมายังบุคคลหรือวัตถุที่ถ่าย การให้แสงชั้นพื้นฐานในแสงธรรมชาติจะให้ผู้แสดงหันหน้าเข้าหาดวงอาทิตย์หรือหันหน้าทำมุมกับดวงอาทิตย์ประมาณ 45 องศา ถ้ามีเงามาก จะใช้แผ่นสะท้อนแสง บังคับแสงอาทิตย์ให้ส่องไปยังจุดที่มีเงามากเพื่อลดหรือลบเงาออก

ถ้าเป็นการให้แสงด้วยแสงประดิษฐ์ ในชั้นพื้นฐานใช้ไฟ 3 ดวง คือ **ไฟหลัก (key light)** **ไฟข้างหรือไฟเสริม (side light, or fill light)** และไฟหลัง หรือคิกเกอร์ (back light, or kicker) ไฟแต่ละดวงจะกำหนดที่ตั้งหรือทิศทางการส่องไปยังบุคคลหรือวัตถุที่ถูกถ่าย

3. คุณลักษณะการกระจายของแสง (diffusion) หมายถึง คุณลักษณะการกระจายของแสงจากดวงไฟที่แตกต่างกัน

กล่าวโดยสรุป การให้แสงที่เหมาะสมกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์จะช่วยทำให้ผู้ดูเกิดอารมณ์ร่วมเสมือนได้เข้าไปเกี่ยวข้องในเหตุการณ์นั้นจริง ๆ แต่นักสร้างภาพยนตร์และโทรทัศน์ ส่วนใหญ่ยอมรับว่า การให้แสงที่เป็นธรรมชาติมากที่สุด เสมือนไม่ได้ใช้แสงอื่นช่วยเลยนั่นแหละเป็นการให้แสงที่ดีที่สุด

เรื่องที่ 11.4.3 การใช้สีในภาพยนตร์และโทรทัศน์

การใช้สีในภาพยนตร์และโทรทัศน์มีความเกี่ยวข้องกับการให้แสง เพราะการที่เราจะเห็นสีได้นั้นต้องให้แสงสว่างพอสมควร ทั้งแสงและสีจึงเข้ามามีส่วนสร้างความสมจริงให้ภาพยนตร์และโทรทัศน์ในแต่ละช็อตแต่ละฉาก

การใช้สีในภาพยนตร์และโทรทัศน์มี 2 ลักษณะ คือ การให้สีฉากในสถานที่ที่เกิดเหตุการณ์ และการใช้สีสำหรับเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับของผู้แสดง

การให้สีฉากจะต้องคำนึงถึงเนื้อหาของเรื่อง ถ้าเป็นภาพยนตร์ลึกลับ ฆาตกรรม จะจัดฉากในแนวสีหนัก ๆ ทึม ๆ และให้แสงแบบโลว์คีย์ ถ้าเป็นภาพยนตร์สนุกสนาน รื่นเริง บันเทิงใจ ภาพยนตร์ท่องเที่ยวไปกับธรรมชาติ ภาพยนตร์เกี่ยวกับความรัก จะจัดฉากให้มีสีสันสดใส สว่างไสว และให้แสงแบบไฮคีย์

การใช้สีในเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับต้องสอดคล้องกับช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ในภาพยนตร์ ภาษาสีที่ใช้ในการแต่งกายและเครื่องประดับของผู้แสดงมักสื่อความหมายตามเนื้อหาในเรื่อง และใช้วรรณะสีเป็นแนวในการแต่งกายโดยมีแนวการใช้สีดังนี้

1. **สีขาว (white)** เป็นสีบริสุทธิ์ สะอาด เรืองรอง จะกำหนดให้ผู้แสดงฝ่ายธรรมะ ความดี ความบริสุทธิ์ ยุติธรรมเป็นฝ่ายแต่งสีขาว แม้ในภาพยนตร์ยุคสีธรรมชาติแล้วก็ยังกำหนดอย่างนั้น
2. **สีดำ (black)** ถือเป็นสัญลักษณ์ของความชั่วร้าย ยุคโบราณ ความเงียบเหงา เจ้าเล่ห์เพทุบาย กำหนดให้ฝ่ายอธรรมเป็นฝ่ายแต่งสีดำ เพราะดูเข้มแข็งและเจ้าเล่ห์สมจริง
3. **สีแดง (red)** เป็นสัญลักษณ์ของโลหิตและชีวิต เป็นสีหลักในวัฒนธรรมโบราณ เช่น จีน ญี่ปุ่น และอินเดีย ในปัจจุบันถือว่า สีแดงเป็นสีแห่งความรัก ความตื่นเต้น เร้าร้อน อันตราย สีแดงไม่เหมาะกับโทรทัศน์ในด้านเทคนิค เพราะสีแดงจะพลัวและล้นไปทับสีอื่น ทำให้ภาพไม่คมชัดเท่าที่ควร
4. **สีเหลือง (yellow)** ในจีนและอียิปต์เป็นสัญลักษณ์แห่งอำนาจ จักรพรรดิจีนเป็นผู้ทรงราชสิทธิ์ในการฉลองพระองค์สีเหลือง ไม่ใช่สีของสามัญชนทั่วไป ต่อมา สีเหลืองได้แปรเปลี่ยนความหมาย เป็นสัญลักษณ์ของการหลอกลวง ความฉลาด รื่นเริง และอบอุ่น เปล่งปลั่งแทนอาทิตย์ขึ้นทางตะวันออก บางครั้งอาจหมายถึงความหวาดกลัว
5. **สีเขียว (green)** แทนความมีชีวิตชีวา ฤดูใบไม้ผลิ ความหวัง
6. **สีน้ำเงิน (blue)** เป็นสัญลักษณ์ของความสุข ความหวัง ความจริง เกียรติยศ ความสงบ บางครั้งหมายถึงความเศร้า ความห่างเหิน อย่างในภาษาอังกฤษว่า I am feeling blue. (ฉันเศร้าเหลือหลาย)

ยังมีสีอื่น ๆ อีกมากมาย ที่ผู้สร้างภาพยนตร์สามารถนำมาใช้ให้เหมาะสมและตรงกับวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้ดูมีความรู้สึกร่วมในเหตุการณ์ที่นำเสนอในภาพยนตร์และโทรทัศน์

หน่วยที่ 12 ภาษาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 12.1 ภาษาโฆษณา

- เรื่องที่ 12.1.1 แนวคิดและแนวโน้มของภาษาโฆษณา
- เรื่องที่ 12.1.2 การใช้คำในภาษาโฆษณา
- เรื่องที่ 12.1.3 การสร้างข้อความโฆษณาโดยประยุกต์ใช้หลักภาษาทั่วไป
- เรื่องที่ 12.1.4 การสร้างข้อความโฆษณาโดยประยุกต์ใช้หลักภาษาเฉพาะ

ตอนที่ 12.2 ภาษาการประชาสัมพันธ์

- เรื่องที่ 12.2.1 แนวคิดของภาษาการประชาสัมพันธ์
- เรื่องที่ 12.2.2 องค์ประกอบของการใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์
- เรื่องที่ 12.2.3 การใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์

โลตทัศน์ # 12.1

ตอนที่ 12.1 ภาษาโฆษณา

การโฆษณา หมายถึง การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจโดยผ่านสื่อโฆษณาที่มีใช้ตัวบุคคล และมีการชำระเงินค่าตอบแทนโฆษณาที่เผยแพร่ในสื่อ นั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าและบริการ เพื่อให้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ และเพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการ ฉะนั้นภาษาที่ใช้ในการโฆษณาต้องการทำให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อหรือใช้สินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้น

โลตทัศน์ # 12.1.1

เรื่องที่ 12.1.1 แนวคิดและแนวโน้มของภาษาโฆษณา

ลักษณะสำคัญของภาษาโฆษณา คือ เป็นภาษาของการชักนำ เพราะวัตถุประสงค์ของการใช้ภาษาได้ถูกกำหนดไว้เป็นการล่วงหน้าโดยผู้สื่อสารแล้วว่า ต้องการขายสินค้าหรือบริการหรือต้องการชักนำไปสู่พฤติกรรมใด พฤติกรรมหนึ่งที่คาดหวังไว้ภาษาเพื่อการโฆษณาที่ 1) สร้างอารมณ์หรือความรู้สึก 2) ใช้เทคนิคการโน้มน้าว และ 3) ใช้ถ้อยคำที่สร้างความหมายเกินเลยไปจากคำจำกัดความทางภาษา หรือไม่ใช่ความหมายตามตัวอักษร

ภาษาเพื่อโฆษณามีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี แนวโน้มของภาษาโฆษณาที่มีการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ การใช้ภาษากึ่งถ้อยคำน้อยลง มีการใช้ภาษาแสดงความเท่าเทียม ใช้ภาษาสากลมากขึ้น สร้างสรรค์ภาษาเฉพาะกลุ่ม และมีการขยายตัวของภาษาสื่อสังคม

ไวยากรณ์ # 12.2.1

เรื่องที่ 12.1.2 การใช้คำในภาษาโฆษณา

การใช้ภาษาโฆษณาต้องการโน้มน้าวชักจูงไปสู่พฤติกรรมที่ผู้ส่งสารต้องการ การเลือกใช้คำในภาษาโฆษณาจึงพยายามทำให้กลุ่มเป้าหมายติดตามต้องใจ เพื่อให้จดจำ สร้างอารมณ์ และปฏิบัติตาม การเลือกใช้คำในภาษาโฆษณาที่สำคัญ ได้แก่

1) คำแสดงสัญลักษณ์ คือ คำที่สื่อถึงคุณสมบัติของสินค้าและบริการที่ผู้โฆษณาได้กำหนดแนวคิดไว้เพื่อสร้างอารมณ์และจดจำง่าย และโดนใจ แบ่งการใช้ได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ใช้คำแทนสัญลักษณ์ และใช้ภาพสัญลักษณ์โดยตรง

2) คำประดิษฐ์ การประดิษฐ์คำใหม่ ๆ ขึ้นมา เพื่อสื่อคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการ ให้เตะตา ต้องใจกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภค การประดิษฐ์คำในการโฆษณานิยมใช้ การตัด หรือเติม หรือเปลี่ยนหน้าที่ของคำที่มีอยู่แล้ว ที่ยังคงเค้าและความหมายเดิมอยู่แต่สร้างความหมายใหม่ตามต้องการได้

3) คำสแลง คือ คำที่ไม่ใช้ในการสื่อสารที่เป็นทางการเพราะเป็นคำที่อาจผิดหลักไวยากรณ์เป็นคำที่รับรู้กันเฉพาะกลุ่ม เป็นไปตามสมัยนิยม และไม่พบในพจนานุกรม โดยวิธีใช้คำสแลงในภาษาโฆษณา ได้แก่

3.1) การแผลงคำ หมายถึง การใช้คำสแลงที่สร้างขึ้นจากการแผลงการสะกดหรือออกเสียงเพื่อเลียนคำที่เป็นทางการ

3.2) ไม่เคร่งหลักไวยากรณ์ เพื่อเรียกร้องความสนใจ

4) คำที่มีหลายความหมาย การเลือกใช้คำ (หรือวลี) ที่ดีความได้มากกว่าหนึ่งความหมาย หลายความหมาย เพื่อสร้างสรรค์ภาษาโฆษณา

ไวยากรณ์ # 12.1.3

เรื่องที่ 12.1.3 การสร้างข้อความโฆษณาโดยประยุกต์ใช้หลักภาษาทั่วไป

การสร้างข้อความในภาษาโฆษณาโดยประยุกต์ใช้หลักภาษาทั่วไปมีเทคนิคที่สำคัญประกอบด้วย

- 1) การใช้ภาษาไม่ซับซ้อน** การใช้ประโยคหรือวลีที่ง่าย กระชับ กลุ่มเป้าหมายสามารถรับสารโฆษณาและเข้าใจทันที ดังนั้น
- 2) การใช้ภาษาปัจจุบันกาล** การโฆษณาต้องการแสดงให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการมีคุณภาพดีเสมอ ภาษาที่เลือกใช้ ก็ต้องเป็นประโยคปัจจุบันกาลซึ่งเป็นการแสดงถึงความจริงที่เกิดขึ้นเสมอ
- 3) การตั้งคำถาม** ประโยคคำถามได้รับความนิยมในการโฆษณาเพราะการตั้งคำถามจะดึงความสนใจลูกค้า/ผู้บริโภคเหมือนกับแสดงเจตนาที่จะสื่อสารกับผู้รับแต่ละคน
- 4) การชี้แนะ** ข้อความที่เป็นคำสั่งหรือชี้แนะให้ผู้รับสาร/ผู้บริโภคปฏิบัติ
- 5) การอุทาน** การใช้ประโยค วลี หรือถ้อยคำอุทาน เช่น คำว่า ว้าว เยี่ยมยอด
- 6) การใช้คำประพันธ์** การใช้ภาษาในรูปแบบของคำประพันธ์ช่วยดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย การสัมผัสอักษรและสระช่วยให้ผู้รับสารจดจำได้ง่ายขึ้น

โลดทัศน์ # 12.1.4

เรื่องที่ 12.1.4 การสร้างข้อความโฆษณาโดยประยุกต์ใช้หลักภาษาเฉพาะ

การสร้างข้อความในภาษาโฆษณาโดยประยุกต์ใช้หลักภาษาเฉพาะมีเทคนิคที่สำคัญ ดังนี้

1) **การเปรียบเทียบ** การใช้ข้อความแสดงการเปรียบเทียบในลักษณะ เช่น ไม่ระบุคู่แข่งของสินค้าหรือบริการ บอกเป็นนัยถึงคู่แข่งที่เปรียบเทียบ สิ่งที่เปรียบเทียบ อาจเป็นราคา คุณภาพ ความนิยม การยอมรับจากองค์กร ฯลฯ

2) **การเทียบเคียง** คือ การเทียบเคียงสินค้าหรือบริการนั้น ๆ กับอะไรบางอย่างที่เป็นที่ปรารถนาของผู้บริโภค ภาษาเทียบเคียงมี 3 แบบ การเทียบเคียงโดยตรง การเทียบเคียงทางอ้อม การเทียบเคียงกับลักษณะหรือพฤติกรรมของมนุษย์

3) **การใช้ภาษาคู่ขนาน** เป็นเทคนิคการโน้มน้าวใจโดยสร้างความเป็นเหตุเป็นผลระหว่างข้อความตั้งต้น และข้อความสรุป

4) **การเว้นหรือทิ้งจังหวะถ้อยคำ** เป็นการละบางถ้อยคำในประโยค แต่ประโยคนั้นก็ยังคงเข้าใจได้ หรืออาจหมายถึง การเว้นระยะหรือทิ้งระยะของถ้อยคำไว้ขณะหนึ่ง ก่อนจะกล่าว (พูดหรือเขียน) ถึงคำที่ละเว้นไว้นั้น ในที่สุด เช่น “ผู้ชนะได้แก่... คุณสมชาย”

5) **การเชื่อมโยงบริบทของภาษา** ภาษาในการโฆษณาที่รวมถึงอวัจนภาษา เช่น ภาพ เสียงที่เชื่อมโยง การรับรู้ทางวัฒนธรรม ภาพลักษณ์ ฯลฯ

6) **การใช้ภาษาขัดแย้ง** เป็นเทคนิคที่แสดงให้เห็นถึงความขัดแย้งของความคิดและความหมายโดยจัดรูปแบบคำ ประโยคย่อย หรือประโยคสมบูรณ์ไว้เคียงกัน เช่น คำขวัญของบริษัทเมืองไทยประกันชีวิตที่ว่า “ยิ้มได้ เมื่อภัยมา” ใช้เทคนิคของความขัดแย้งระหว่าง “การยิ้ม” กับ “ภัยที่จะเกิดขึ้น”

7) **การใช้ภาษาเกินจริง** ภาษาโฆษณาใช้การชี้หน้า ดังนั้นจึงมักจะเป็นภาษาเกินจริงซึ่งการสร้างสรรคโฆษณาที่ใช้ภาษาเกินจริงควรคำนึงถึงจรรยาบรรณโฆษณา

โลตทัศน์ # 12.2.1

ตอนที่ 12.2 ภาษาการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อสื่อสารอย่างมีระบบ มีการวางแผนไว้อย่างรอบคอบ เพื่อให้การติดต่อสื่อสารระหว่างองค์การกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์การตั้งไว้ในด้านความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี การยอมรับ ศรัทธา มีภาพลักษณ์ที่ดี ตลอดจนจนการได้รับความร่วมมือสนับสนุน

เรื่องที่ 12.2.1 แนวคิดของภาษาการประชาสัมพันธ์

การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการขับเคลื่อนอย่างมีระบบ หรือมีการวางแผนเพื่อให้งานประชาสัมพันธ์บรรลุวัตถุประสงค์ องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ “ผู้ส่งสาร” คือองค์การที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์จะทำหน้าที่สร้างหรือผลิต “สาร” ทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษา ผ่าน “ช่องทางการสื่อสาร” หรือสื่อประเภทต่าง ๆ ไปยัง “ผู้รับสาร” หรือกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ โดยคาดหวังให้เกิดผลและปฏิกิริยาตอบกลับจากกลุ่มเป้าหมายในลักษณะการสื่อสารสองทาง ดังนั้น การใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์จะต้องใช้ภาษาทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษา ถ่ายทอดสารหรือเรื่องราวที่เป็นความจริง โดยคำนึงถึงความสนใจและประโยชน์ของกลุ่มเป้าหมาย ขณะเดียวกันจะต้องสอดคล้องกับนโยบายและสนับสนุนการบริหารงานขององค์การด้วย

บทบาทของภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย

- 1) บทบาทที่สนับสนุนการบริหารองค์การ สารเนื้อหาและภาษาเน้นด้านการบริหารองค์การ การทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรกับผู้บริหาร และระหว่างบุคลากรด้วยกัน มีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะสร้างขวัญกำลังใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มคนทุกกลุ่มภายในองค์การ และ
- 2) บทบาทที่สนับสนุนการตลาดขององค์การ มีสารเนื้อหาและภาษาเน้นด้านผลิตภัณฑ์และบริการขององค์การ กิจกรรมทางการตลาด ตราสินค้า เป็นการสื่อสารกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายภายนอกองค์การ ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการ หรือผู้บริโภคสินค้าขององค์การ

โลตทัศน์ # 12.2.2

เรื่องที่ 12.2.2 องค์ประกอบของการใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์

ภาษาเป็นส่วนสำคัญในการออกแบบสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ก่อนที่จะเลือกใช้ภาษาในฐานะสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ควรพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

- (1) วัตถุประสงค์ของการใช้ภาษา การใช้ภาษาในเพื่อการประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นวัจนภาษา หรืออวัจนภาษา มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ การใช้ภาษาเพื่อแจ้งให้ทราบและเพื่อโน้มน้าวใจ
- (2) กลุ่มเป้าหมายของการใช้ภาษา นักประชาสัมพันธ์จะต้องระบุกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง ทั้งภายในหรือภายนอกองค์การ และสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอสารให้ตรงตามความสนใจและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม และ
- (3) ช่องทางการสื่อสารในการใช้ภาษา ต้องเลือกช่องทางการสื่อสาร หรือสื่อที่หลากหลายประเภทให้สนองวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และจะต้องออกแบบสารหรือใช้ข้อความให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท

โลตทัศน์ # 12.2.3

เรื่องที่ 12.2.3 การใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์

หลักการพื้นฐานของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์คือความจริง ซึ่งหลักการนี้เป็นตัวกำกับการออกแบบภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์ การใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์จึงมีเทคนิค 7 ประการ ดังนี้

1) การใช้ภาษาเพื่อทุกคน การใช้ภาษาในการประชาสัมพันธ์ คือ การออกแบบให้เป็นภาษาที่ทุกคนสามารถเข้าใจได้ โดยมีหลักว่า วัจนะและอวัจนภาษาที่ใช้สร้างความไม่เท่าเทียมหรือไม่ เลือกใช้คำที่มีความหมายกลางๆ ที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั่วไป กรณีที่ต้องใช้คำหรือภาษาเฉพาะควรตรวจสอบความเหมาะสมจากเอกสาร บุคคลก่อน

2) การใช้ภาษาเชิงบวก ภาษาในการประชาสัมพันธ์ต้องส่งเสริมให้เกิดการยอมรับสาร นั้น ๆ การใช้ภาษาเชิงบวกจึงช่วยในการโน้มน้าวใจ แต่ต้องไม่ขัดกับข้อเท็จจริงในเรื่องที่กำลังสื่อสาร

3) การใช้ภาษาประจำองค์การ ภาษาประจำองค์การจะสะท้อนอัตลักษณ์ขององค์การ เป็นตัวกำหนด ภาพลักษณ์เฉพาะ สถานะ ระดับความสัมพันธ์ และความคาดหวังที่องค์การต้องการให้เกิดกับกลุ่มเป้าหมาย

4) การใช้ภาษาสร้างสรรค์อารมณ์ นักประชาสัมพันธ์ควรรู้จักเลือกใช้คำและสไตล์หรือลีลาของภาษาที่สามารถสร้างอารมณ์ความรู้สึกให้เกิดการคล้อยตาม

5) การใช้ภาษาที่อ้างหลักฐานสนับสนุน ภาษาในการประชาสัมพันธ์ควรอ้างหลักฐานข้อเท็จจริงในเนื้อสารเพื่อก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในองค์กร

6) การใช้ภาษาสื่อสังคม การใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์ควรจะใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านสื่อสังคมหรือเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ เพื่อให้ให้นักประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว และกว้างขวาง

7) การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สารเพื่อการประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้แจงและให้ข้อมูลข่าวสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพราะฉะนั้นการใช้ภาษาที่กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ง่ายจะทำให้การสื่อสารประชาสัมพันธ์บรรลุวัตถุประสงค์ โดยมีหลักดังนี้ ออกแบบสารที่เป็นเหตุเป็นผล ใช้โครงสร้างภาษาที่ไม่ซับซ้อน สื่อสารด้วยประโยคสมบูรณ์ ใช้ประโยชน์จากเครื่องหมายวรรคตอน และ หลีกเลี่ยงศัพท์ที่ยุ่งยากและตัวย่อ

หน่วยที่ 13 ภาษาในสื่อออนไลน์

ตอนที่ 13.1 คุณลักษณะ ประเภทและรูปแบบการสื่อสารในสื่อออนไลน์

เรื่องที่ 13.1.1 คุณลักษณะและประเภทของสื่อออนไลน์

เรื่องที่ 13.1.2 โครงสร้างและรูปแบบการสื่อสารในสื่อออนไลน์

ตอนที่ 13.2 ลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ภาษาในสื่อออนไลน์

เรื่องที่ 13.2.1 ที่มาและลักษณะของการใช้ภาษาในสื่อออนไลน์

เรื่องที่ 13.2.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ภาษาในสื่อออนไลน์

ตอนที่ 13.3 การใช้ภาษาในสื่อออนไลน์

เรื่องที่ 13.3.1 การใช้ภาษาในสื่อออนไลน์โดยรูปแบบการเขียน

เรื่องที่ 13.3.2 การใช้ภาษาในสื่อออนไลน์โดยรูปแบบแทนการพูด หรือ การสนทนา

เรื่องที่ 13.3.3 จริยธรรมการใช้ภาษาในสื่อออนไลน์

โสตทัศน # 13.1.1

คุณลักษณะของสื่อออนไลน์

1. เป็นสื่อที่อาศัยช่องทางของคอมพิวเตอร์ (digitally) เป็นตัวกลางในการนำเสนอข้อมูล สาร เนื้อหา และการสื่อสาร มีกระบวนการทำงาน การจัดเก็บ โดยการเข้าและแปลงรหัสการแสดงผลจากแหล่งออนไลน์ (online) ต่างๆ

2. เป็นสื่อที่มีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) โดยการเปิดโอกาสหรือเพิ่มช่องทางให้ผู้ใช้ได้โต้ตอบใน 2 ลักษณะ คือ การมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกับตัวสื่อ และ การใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือสำหรับการติดต่อสื่อสารกัน

3. เป็นสื่อที่มีความสามารถในการนำเสนอข้อความหลายชั้น หรือที่เรียกว่า ไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) คือการจัดวางหน้าของเอกสารข้อความต่างๆ ที่อยู่นอกเหนือไปจากหน้าปัจจุบันที่แสดงอยู่ เพื่อขยาย อธิบาย ยกตัวอย่างหรือแสดงความสัมพันธ์ใดๆ ก็ตาม โดยการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายและไม่เป็นไปตามลำดับ

4. เป็นสื่อที่สามารถแพร่กระจาย (Dispersal) ได้กว้างขวางและรวดเร็ว การเขียนบทความ บทวิเคราะห์ ในรูปของแฟ้มข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรืออาจใส่ภาพดิจิทัล เสียง ร่วมกันก็สามารถสื่อผ่านไปยังผู้ให้บริการ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ก็สามารถเชื่อมต่อไปยังแหล่งต่างๆ แพร่กระจายไปยังทั่วโลกได้ในเวลาอันสั้น ไม่ต้องลงทุนมากเหมือนสื่อมวลชนรูปแบบเดิม นอกจากนี้ยังสามารถปรับปรุงข้อมูล การทำสำเนาในราคาที่ถูกกว่าอีกด้วย

โสตทัศน # 13.1.1 (ต่อ)

5. เป็นสื่อที่มีการหลอมรวม (Convergent) สื่อต่างๆ เข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว กราฟิก เสียง ทำให้เกิดการนำเสนอสื่อได้หลายชนิดพร้อมๆ กัน เช่น ดนตรี วิดีทัศน์ ภาพยนตร์

6. เป็นสื่อที่มีความเสมือนจริง (Virtually) ทั้งในแง่ของการนำเสนอ การทำธุรกรรม และการแสดงสินค้า วัฒนธรรม การศึกษา สาธิต จำลองสถานการณ์ กล่าวคือ สื่อออนไลน์สามารถทำให้เกิดการเสมือนจริงได้ เช่น การทำธุรกรรมด้านการเงิน การหักบัญชีค่าบริการซื้อสินค้าต่างๆ ผ่านบัตรเครดิต โดยไม่ต้องใช้ตัวเงินจริง

โสตทัศน # 13.2

ประเภทของสื่อออนไลน์

1. เวิลด์ ไวด์ เว็บ (World Wide Web) เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายคอมพิวเตอร์หรือ ที่เรียกว่า อินเทอร์เน็ต (internet) โดยการเชื่อมต่อระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์หลายๆ เครื่องเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดการสื่อสาร แลกเปลี่ยน แบ่งปัน หรือ การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศร่วมกันจนเกิดเป็นแหล่งข้อมูลที่มีขนาดใหญ่

2. สื่อสังคม (social media) เป็นโปรแกรมประยุกต์ หรือ แอปพลิเคชัน (application) เรียกกันทั่วไปว่า สื่อออนไลน์ หรือ สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งในทางเทคนิคจะหมายถึง โปรแกรมกลุ่มหนึ่งที่ทำงานโดยใช้พื้นฐานและเทคโนโลยีของเว็บตั้งแต่รุ่น 2.0 เช่น บีโอบี มายสเปซ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ วิกีพีเดีย ไฮไฟฟ์ และบล็อกต่าง ๆ ในทางธุรกิจเรียกสื่อสังคมว่า สื่อที่ผู้บริโภคสร้างขึ้น (consumer-generated media หรือ CGM) สำหรับกลุ่มบุคคลผู้ติดต่อสื่อสารกันโดยผ่านสื่อสังคม ซึ่งนอกจากจะส่งข่าวสารข้อมูลแลกเปลี่ยนกันแล้ว ยังอาจทำกิจกรรมที่สนใจร่วมกันด้วย

โลตทัศน์ # 13.3

โครงสร้างการสื่อสารในสื่อออนไลน์

1. โครงสร้างการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบหนึ่งต่อหนึ่งคน (One-to-one) เป็นการสื่อสารที่มีผู้ส่งสารและผู้รับสารฝ่ายละหนึ่งคน ซึ่งการสื่อสารที่ใช้เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การส่งข้อความในโทรศัพท์เคลื่อนที่
2. โครงสร้างการสื่อสารจากหนึ่งคนไปยังหลายคน (One-to-many) เป็นการสื่อสารที่มีผู้ส่งสารหนึ่งคน แต่ส่งสารไปยังผู้รับสารในคราวเดียวกันหลายคน เช่น เซ็นเฟชบุ๊ก ยูทูป เป็นต้น

รูปแบบการสื่อสารในสื่อออนไลน์ ภายใต้โครงสร้างการสื่อสารในสื่อออนไลน์ ทั้ง 2 โครงสร้าง สามารถแบ่งรูปแบบการสื่อสารออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

- 2.1) การสื่อสารแบบไม่ประสานเวลา (Asynchronous) เป็นการสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์แบบไม่ตรงเวลา โดยผู้รับและผู้ส่งสารซึ่งเป็นผู้สื่อสารจะทำการสื่อสารคนละช่วงเวลา เช่น การฝากข้อความไว้แล้วอีกฝ่ายจะทำการตอบสนองภายหลัง
- 2.2) การสื่อสารแบบประสานเวลา (Synchronous) เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งและผู้รับสาร และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันแบบตรงเวลาหรือในเวลาเดียวกัน (real time)

โลตทัศน์ # 13.4

รูปแบบของภาษาพูดและภาษาเขียนออนไลน์ ตามหลักการ CMC

1. การใช้ตัวย่อ (acronyms) หรือ การบัญญัติคำขึ้นใหม่ เช่น GTG ย่อมาจาก 'got to go' หรือ LOL ย่อมาจาก 'laugh out loud'
2. การลดทอนคำ (word reductions) เช่น gd ลดทอนมาจากคำว่า 'good' หรือ hv ลดทอนมาจากคำว่า 'have'
3. การใช้ตัวอักษร หรือ ตัวเลขแทนคำ (letter/number homophones) โดยเป็นการใช้ตัวอักษร หรือ ตัวเลข แทนคำที่ออกเสียงเหมือนกัน เช่น การใช้ตัวอักษร U แทนคำว่า 'you' หรือการใช้เลข 2 แทนคำว่า 'to'
4. การใช้ตัวสะกด หรือ ตัวอักษรบ่งบอกหรือสื่อความหมายของระดับของอารมณ์ (stylized spelling) เช่น คำว่า มีความสุขมากกกกกกกก แสดงถึงการมีความสุขอย่างมาก
5. การใช้สัญลักษณ์สื่อความหมายทางอารมณ์ (emoticons) เช่น การใช้สัญลักษณ์ :-) แทนรอยยิ้ม การใช้สัญลักษณ์ :(แทนเศร้า หรือ เสียใจ
6. การใช้เครื่องหมายวรรคตอนอย่างพิสดารแบบแฟน (unconventional/stylized punctuation) เพื่อสื่อความหมาย เช่น ตกใจมาก สื่อความหมายด้วย '!!!!!!!!!!!!'

นอกจากนี้ การใช้ภาษาออนไลน์ยังเป็นไปตาม **ความแตกต่างและหลากหลายของสังคม และ การใช้ภาษาและแนวคิดด้านภาษาตามคตินิยม**

โสตทัศน # 13.5

การใช้ภาษาในสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะในการเขียนนั้นมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ภาษาหลายประการได้แก่

1. คุณลักษณะของสื่อออนไลน์
2. พฤติกรรมของผู้ใช้สื่อออนไลน์
3. วัตถุประสงค์ของการนำเสนอเนื้อหา
4. ความรับผิดชอบของสื่อ
5. จริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

โสตทัศน # 13.6

การใช้ภาษาในสื่อออนไลน์ในการเขียนระดับคำ

การใช้คำในการเขียนควรมีลักษณะดังนี้

- 1) การใช้คำเท่าที่มีความจำเป็น โดยไม่ใช้คำที่ฟุ่มเฟือย เยิ่นเย้อ
- 2) การหลีกเลี่ยงใช้คำที่มีความยาว หากเป็นไปได้ควรใช้คำที่สั้นกระชับแทน
- 3) การใช้คำที่มีความหมายที่สามารถเข้าใจง่ายมากกว่าคำที่มีความหมายกำกวมต้องตีความ
- 4) การใช้คำที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมที่สามารถสื่อความหมายได้ทันที ควรหลีกเลี่ยงคำที่มีลักษณะเป็นนามธรรมที่ต้องตีความ ซึ่งอาจเป็นเรื่องยากหากผู้อ่านตีความไม่ตรงกันตามที่คุณเขียนต้องการสื่อความหมาย
- 5) การใช้คำที่มีความเฉพาะเจาะจงตรงกับเนื้อหามากกว่าการใช้คำที่มีลักษณะกว้างๆ หรือคำทั่วไป
- 6) การหลีกเลี่ยงใช้คำที่ซ้ำๆ จนเฟื้อ หรือ เยอะจนเกินไปซึ่งอาจทำให้ผู้อ่านเกิดความน่าเบื่อรวมไปถึงการใช้คำเหลวไหล โดยควรใช้คำที่ปกติธรรมดาสามัญที่สามารถอธิบายได้ง่ายๆ
- 7) การอ้างอิง หรือ ยกคำที่เหมาะสม โดยวิธีการสรุปมากกว่าที่จะอ้างอิงคำพูดที่ยังไม่ผ่านการกลั่นกรอง ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลกระทบ เว้นแต่ว่าการอ้างอิงคำพูดนั้นจะเป็นส่วนสำคัญที่คุณเขียนมุ่งจะสื่อให้ผู้อ่านเห็นถึงอารมณ์ หรือ ความรู้สึกของเรื่องราว

โสตทัศน # 13.7

การใช้ภาษาในการเขียนออนไลน์ระดับเรื่อง

1. การเขียนโดยการสรุป หรือ บอกเนื้อหาย่างย่อ (Brief) ซึ่งต้องใช้ภาษาที่ชัดเจนและกระชับ ตัดเนื้อหา ถ้อยคำที่เยิ่นเย้อออก
2. การเขียนที่มีการใช้ภาษาที่ชัดถ้อยชัดคำ เทียงตรง ถูกต้อง (Precise) และตรงตามประเด็นเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร
3. การใช้ภาษาที่ประธานเป็นผู้กระทำมากกว่าการใช้โครงสร้างที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำ
4. การใช้จินตนาการ (Imaginative) การเปรียบเทียบ คำอุปมา เพื่อให้ผู้อ่านเกิดจินตนาการตาม แต่อย่างไรก็ตามการใช้ภาษาในการเปรียบเทียบ
5. การใช้ภาษาที่ตรงไปตรงมา และตรงประเด็น (Direct) ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยคที่มีความกระชับ มีประสิทธิภาพ
6. การใช้ภาษาที่มีความสม่ำเสมอ (Consistent)
7. การสร้างความตระหนัก (Aware) ทั้งนี้การใช้ภาษาและการเขียนมักพบว่ามีปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง
8. การเขียนและใช้คำที่กระชับ (Concise) เพื่อให้เกิดความชัดเจนไม่เยิ่นเย้อซึ่งอาจทำให้เกิดการหลงประเด็น เข้าใจคลาดเคลื่อน

โสตทัศน # 13.8

รูปแบบการใช้ภาษาไทยเน็ตจะไม่เป็นไปตามแบบแผน เพราะมีข้อจำกัดในด้านพื้นที่การพิมพ์ และต้องพิมพ์ด้วยความเร็วและสื่อความหมายเหมือนการพูด จึงมีรูปแบบการใช้ภาษาเขียนแทนการสนทนาใน 6 รูปแบบคือ

1. การแปร (Variation) ด้านการสะกดคำ ประกอบด้วย การแปรด้านการสะกดคำทั่วไป ที่มีการเปลี่ยนรูปเพื่อความรวดเร็วในการพิมพ์ เช่น คำว่า “อยู่” (หมายถึง อยู่) ใช้สระอู แทนสระอุ ซึ่งต้องยกแป้นพิมพ์ซึ่งทำให้เกิดความล่าช้าในการพิมพ์ การใช้ภาษาเพื่อหลีกเลี่ยงคำหยาบ เช่น “สาด” (หมายถึง ลั้ว) การใช้ภาษาเพื่อแสดงบุคลิกของผู้สนทนา เช่น “น่าฉงฉาน” (หมายถึง น่าสงสาร)
2. การพิมพ์แบบพิเศษ ประกอบด้วย การพิมพ์ซ้ำตัวอักษรซึ่งเป็นวิธีการที่เป็นที่นิยมอย่างมาก มีทั้งที่เป็น การพิมพ์ซ้ำตัวอักษรตัวสุดท้าย พิมพ์ซ้ำเครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) เครื่องหมายปรัศนี (?) เครื่องหมายไม้ยมก และตัวเลข 5/5 ผู้ใช้ภาษาสามารถพิมพ์ซ้ำได้โดยไม่จำกัด เพื่อแสดงน้ำเสียง ความดังและยาวนานของเสียง (เลียนเสียง) และยังพบการพิมพ์ซ้ำเพื่อเน้นความหมายอีกด้วย เช่น “กรี๊ดดดดดดด”

โลตทัศน์ # 13.8 (ต่อ)

3. การใช้สัญลักษณ์ (Emoticons) ประกอบด้วย การใช้สัญลักษณ์เดี่ยว และการใช้สัญลักษณ์ประกอบข้อความ โดยการใช้สัญลักษณ์เป็นวิธีการแสดงอารมณ์อย่างหนึ่งของผู้ใช้ เพื่อลดข้อจำกัดของการไม่เห็นหน้าตา กริยา และท่าทางของคู่สนทนา เช่น “พอเปิดมาปั๊บ ก็มิดเทอมเรยทันที!! TT^TT” (หมายถึง การร้องไห้น้ำตาไหลพราก)
4. การสร้างคำใหม่ ประกอบด้วย การใช้คำแสดงเสียง อารมณ์และกิริยาอาการ เช่น หัวเราะเบาๆ จะใช้คำแทนการแสดงเสียงว่า อีอิ คริคริ หึหึ หุๆ เหอะๆ เหอะๆ หรือ การสร้างคำลงในประโยคที่สร้างขึ้นใหม่ อาทิ ในประโยคคำถามมีการใช้คำ อ่า อะ/อะะ งะ เช่น เท่าไหว้อ่าคะ
5. การใช้เครื่องหมายต่างๆ อาทิ การใช้เครื่องหมายปริศนึ (?) ในประโยคคำถามเพื่อให้ผู้รับสารเมื่อเห็นข้อความแล้ว เข้าใจได้โดยทันทีว่าเป็นคำถาม และเพื่อละคำที่เป็นคำถาม เช่น ..เพื่อ??
6. การใช้ภาษาอังกฤษปนภาษาไทย ส่วนใหญ่จะใช้ภาษาอังกฤษในคำทับศัพท์ที่นิยมใช้กันในภาษาพูด เช่น Ok จำ ไม่เคย Fake Thanks จำ กระจิบ Like

โลตทัศน์ # 13.9

จริยธรรมการใช้ภาษาในสื่อออนไลน์ในฐานะส่วนบุคคล

1. ควรใช้ภาษาอย่างสร้างสรรค์ ตรงไปตรงมาในการสื่อความหมายตามหลักการใช้ภาษาที่ถูกต้องแม้ว่าจะเป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการก็ตาม
2. ควรถ่วงถ่วงเนื้อหาและตรวจสอบการใช้ภาษาก่อนที่จะทำการเผยแพร่ ส่งต่อไปยังผู้อื่น
3. ควรหลีกเลี่ยงการใช้ภาษาที่แสดงถึงการใช้ภาษาในการละเมิดคนอื่นในระดับบุคคล ได้แก่ การหมิ่นประมาท การใส่ร้าย การเสแสร้ง ล้อเลียน การบิดเบือน การเผยแพร่ส่งต่อ หรือแม้แต่การขุดคุ้ยข้อมูลส่วนบุคคลมานำเสนอให้เกิดความเสียหายจนได้รับผลกระทบทั้งทางจิตใจและสังคม
4. ควรหลีกเลี่ยงการใช้ภาษาที่แสดงถึงการสร้างการโจมตีเพื่อสร้างความเกลียดชัง หรือ แยกแยะกันในระดับสังคม
5. ควรหลีกเลี่ยงการใช้ภาษาเพื่อสร้างข้อความเท็จ หรือหลอกลวง ตลอดจนการปลอมแปลงข้อความสัญลักษณ์เพื่อทำให้น่าเชื่อถือว่าเป็นเรื่องจริง เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับตนเอง หรือ การสร้างความลับสนในสังคม
6. ควรระวังในการใช้ภาษาเพื่อแสดงความคิดเห็นของตนเองที่มีต่อประเด็นต่างๆ ทางสังคม และการแสดงความรับผิดชอบต่อการแสดงความคิดเห็นนั้นๆ ด้วย ขณะเดียวกันควรเคารพต่อความคิดเห็นหรือ ทักษะของบุคคลที่มีต่อการเผยแพร่ประเด็นเนื้อหาของตนเอง

แนวปฏิบัติของสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ เรื่อง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ. 2562 ระบุเกี่ยวกับจริยธรรมของสื่อมวลชน ในข้อสำคัญ ยกตัวอย่างเช่น

ข้อ 7 ...ต้องไม่เป็นการสร้างความเกลียดชังระหว่างคนในสังคม ไม่ยุ่งให้เกิดความรุนแรง ความแตกแยก จนอาจนำไปสู่ความขัดแย้งและเสียหายรุนแรงขึ้นในชาติ

ข้อ 8 องค์กรสื่อมวลชนต้องให้ความเคารพและยอมรับข้อมูล ข่าวสาร หรือภาพ ที่ผลิตโดยบุคคลอื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การคัดลอก เลียนแบบ ข้อความใด ๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ พึงได้รับการอนุญาตจากเจ้าของข้อความนั้น ๆ ตามแต่กรณี รวมถึงมีกระบวนการเข้าถึงข้อมูลที่โปร่งใสและตรวจสอบได้

ข้อ 9 กรณีจำเป็นเพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือรายงานข่าวในฐานะสื่อมวลชน ต้องอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของข้อความและข่าวสารนั้นโดยรับรู้ถึงสิทธิ หรือลิขสิทธิ์ขององค์กรหรือบุคคลผู้เป็นเจ้าของข้อมูลดังกล่าว และพึงมีช่องทางให้เจ้าของข้อมูลแจ้งสิทธิ

ข้อ 10...พึงจัดระบบ และวิเคราะห์เนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์ อย่างรู้เท่าทันข้อมูล โดยตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับมาหลายแหล่งที่มา และหาต้นทางของข้อมูลให้เจาก่อนนำเสนอข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ พึงระวังในการตรวจสอบข่าวลวง ข่าวปลอม (Fake News) และการตกเป็นเครื่องมือของกลุ่มเคลื่อนไหวหรือข้อมูลที่หวังประโยชน์บางอย่างจากสังคม พึงนำเสนอมุมมองจากทุกฝ่ายในคราวเดียวกัน เพื่อให้ลดความเป็นอคติต่อการรับข้อมูล และเคารพสิทธิของผู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง คำนึงถึงการไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล สิทธิมนุษยชน ด้วยการเลือกใช้คำ ภาษา และรูปแบบการนำเสนอที่ไม่เป็น การเหมารวม เช่น การใช้คำเรียกที่ตัดสิน หรือเหมารวมเป็นกลุ่ม การใช้คำที่กระตุ้นความรู้สึกเกลียดชังขัดแย้ง (Hate Speech)

หน่วยที่ 14 ภาษาอังกฤษในงานวารสารศาสตร์

ตอนที่ 14.1 การใช้ภาษาอังกฤษในงานข่าว

เรื่องที่ 14.1.1 รูปแบบและโครงสร้างข่าวภาษาอังกฤษ

เรื่องที่ 14.1.2 แนวทางการเขียนข่าวภาษาอังกฤษ

ตอนที่ 14.2 การใช้ภาษาอังกฤษสำหรับข่าวเฉพาะด้าน

เรื่องที่ 14.2.1 ศัพท์ที่ใช้ในข่าวการเมือง

เรื่องที่ 14.2.2 ศัพท์ที่ใช้ในข่าวสิ่งแวดล้อมและภัยพิบัติ

เรื่องที่ 14.2.3 ศัพท์ที่ใช้ในข่าวสังคม

ตอนที่ 14.3 การใช้ภาษาอังกฤษในบทความและสารคดี

เรื่องที่ 14.3.1 ลักษณะและโครงสร้างของบทความและสารคดีภาษาอังกฤษ

เรื่องที่ 14.3.2 แนวทางการใช้ภาษาในบทความและสารคดีภาษาอังกฤษ

โสตทัศน # 14.1.1

ตอนที่ 14.1 การใช้ภาษาอังกฤษในงานข่าว

เรื่องที่ 14.1.1 รูปแบบและโครงสร้างข่าวภาษาอังกฤษ

รูปแบบการเขียนข่าวโดยทั่วไปมี 3 รูปแบบคือ

- 1) แบบพีระมิดหัวกลับ
- 2) แบบพีระมิดหัวตั้ง
- 3) แบบผสม

โครงสร้างข่าวภาษาอังกฤษประกอบด้วย พาดหัวข่าว ความนำ และเนื้อเรื่องข่าว

ข่าวภาษาอังกฤษจะมีส่วนที่แตกต่างกับข่าวภาษาไทยคือ การระบุชื่อผู้สื่อข่าวที่รับผิดชอบรายงานข่าวชิ้นนั้นๆ เพื่อให้เครดิตกับผู้สื่อข่าว (by line)

ไวยากรณ์ # 14.1.2

เรื่องที่ 14.1.2 แนวทางการเขียนข่าวภาษาอังกฤษ

แนวทางการเขียนข่าวภาษาอังกฤษ

- อาศัยความรู้ทั้งในเรื่องภาษาและความเข้าใจเกี่ยวกับงานเขียนแบบวารสารศาสตร์
- ข่าวภาษาอังกฤษมีโครงสร้างคล้ายกับข่าวภาษาไทย แต่จะมีแนวทางการใช้คำ สำนวน ภาษาแตกต่างออกไป
- ไวยากรณ์ภาษาไทยจะไม่ปรับเปลี่ยนคำกริยาไปตามกาลเวลาแต่จะใช้คำระบุถึงความเป็นปัจจุบันกาลหรืออดีตกาล (เช่น วานนี้ วันนี้)
- ไวยากรณ์ภาษาอังกฤษจะกำหนดให้ใช้คำกริยาเปลี่ยนไปตามกาลเวลาที่กล่าวถึง เช่นการรายงานเหตุการณ์ที่ผ่านไปแล้วจะใช้รูปแบบประโยคที่แสดงถึงอดีต (Past Tense)
- การพาดหัวข่าวภาษาอังกฤษไม่ได้ใช้ลำดับสำนวน หรือถ้อยคำหรือหยาแบบพาดหัวข่าวภาษาไทย แต่เน้นเขียนให้สั้น กระชับ เน้นประเด็นสำคัญของเรื่อง

ไวยากรณ์ # 14.2.1

ตอนที่ 14.2 การใช้ภาษาอังกฤษสำหรับข่าวเฉพาะด้าน

เรื่องที่ 14.2.1 ศัพท์ที่ใช้ในข่าวการเมือง

ข่าวการเมืองจะครอบคลุมประเด็นหลักๆ ได้แก่

- ความเคลื่อนไหวทางการเมือง
- นโยบายของรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- กิจกรรมทางการเมือง การบริหาร และการปกครอง
- ความขัดแย้งทางการเมือง
- ความไม่โปร่งใสของการดำเนินงานของรัฐ

คำเรียกผู้นำประเทศ

- President = ประธานาธิบดี (เช่น สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส จีน เกาหลี)
- Prime Minister or Premier or PM = นายกรัฐมนตรี (เช่น ไทย มาเลเซีย อินเดีย ญี่ปุ่น)
- Chancellor = นายกรัฐมนตรี (เช่น เยอรมัน)

ตำแหน่งทางการเมืองที่สำคัญ

- Minister = รัฐมนตรีว่าการกระทรวง
- Deputy Minister = รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวง
- Permanent Secretary = ปลัดกระทรวง
- Spokesman / Spokeperson = โฆษกกระทรวง

โสตทัศน # 14.2.1 (ต่อ)

ตำแหน่งทางการเมืองที่สำคัญ

- Speaker of Parliament / Chairman of Parliament = ประธานรัฐสภา
- House Speaker / Speaker of the House = ประธานสภาผู้แทนราษฎร
- President of the Senate = ประธานวุฒิสภา
- Senate = วุฒิสภา Senator = สมาชิกวุฒิสภา
- House of Representatives / The House = สภาผู้แทนราษฎร
- Member of Parliament (MP) = สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
- Cabinet = คณะรัฐมนตรี
- Coalition = รัฐบาลหลายพรรค

คำเฉพาะเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมือง

- No-confidence debate or censure debate = การอภิปรายไม่ไว้วางใจ
- Censure = ลงมติไม่ไว้วางใจ
- Dissolution of Parliament or dismissal of Parliament = ยุบสภา
- Cabinet reshuffle = การปรับคณะรัฐมนตรี
- Impeachment = กระบวนการไต่สวนกล่าวโทษเจ้าหน้าที่รัฐว่ากระทำผิดเพื่อถอดถอนออกจากตำแหน่งเช่น กระบวนการ impeachment ประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกา
- Coup d'etat = รัฐประหาร
- Conflict of interest = ผลประโยชน์ทับซ้อน
- Graft / corruption = การฉ้อโกง/ทุจริต
- Cast a ballot = หย่อนบัตรลงคะแนนเลือกตั้ง ออกเสียงลงคะแนน
- Ballot = บัตรลงคะแนนเลือกตั้ง
- General election = การเลือกตั้งทั่วไป
- By-election = การเลือกตั้งซ่อม

ไสตท์ศน์ # 14.2.2

เรื่องที่ 14.2.2 ศัพท์ที่ใช้ในข่าวสิ่งแวดล้อมและภัยพิบัติ

ประเด็นข่าวสิ่งแวดล้อมและภัยพิบัติส่วนใหญ่จึงครอบคลุม ภัยพิบัติทางธรรมชาติและสภาพแวดล้อม และการกระทำของมนุษย์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ข่าวสิ่งแวดล้อมและภัยพิบัติมักจะมีคำศัพท์เฉพาะทางด้านวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อมมาเกี่ยวข้องด้วยจำนวนมาก อาทิ

Global warming	=	ภาวะโลกร้อน
Greenhouse effect	=	สภาวะเรือนกระจก
Climate change	=	เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
Carbon footprint	=	การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์
Renewable energy	=	พลังงานหมุนเวียน
Solar energy	=	พลังงานแสงอาทิตย์
Toxic waste	=	ของเสียมีพิษ หรือขยะมีพิษ
Emission control	=	การควบคุมการปล่อย (มลพิษ)
Hygienic mask	=	หน้ากากอนามัย
Biodiversity	=	ความหลากหลายทางชีวภาพ
Deforestation	=	ตัดไม้ทำลายป่า
Organic agriculture	=	เกษตรอินทรีย์

ไสตท์ศน์ # 14.2.3

เรื่องที่ 14.2.3 ศัพท์ที่ใช้ในข่าวสังคม

ประเด็นข่าวสังคมครอบคลุมเรื่องราว ดังนี้

- 1) เรื่องที่เกี่ยวกับเด็กและเยาวชน
- 2) เรื่องที่เกี่ยวกับสตรี
- 3) เรื่องเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
- 4) เรื่องที่เกี่ยวกับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ
- 5) เรื่องที่เกี่ยวกับกลุ่มคนชายขอบและผู้ด้อยโอกาส

โสตทัศน # 14.2.3 (ต่อ)

ตัวอย่างการใช้คำศัพท์บางคำที่เกี่ยวข้องกับประเด็นชาวสังคม

Sexist =เหยียดเพศ

LGBTI = กลุ่มคนหลากหลายทางเพศ (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Intersex)

Sexual harassment = การคุกคามทางเพศ

Cyber bullying = การระรานหรือกลั่นแกล้งกันบนออนไลน์

Aging society = สังคมผู้สูงอายุ

Elderly = ผู้สูงวัย ผู้สูงอายุ

Human right = สิทธิมนุษยชน Women right = สิทธิสตรี Gay rights = สิทธิของคนหลากหลายทางเพศ

Teenage pregnancy = ตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร / คุณแม่วัยใส

Same-sex marriage = การแต่งงานของเพศเดียวกัน

โสตทัศน # 14.3.1

ตอนที่ 14.3 การใช้ภาษาอังกฤษในบทความและสารคดี

เรื่องที่ 14.3.1 ลักษณะและโครงสร้างของบทความและสารคดีภาษาอังกฤษ

ลักษณะและโครงสร้างของบทความและสารคดีภาษาอังกฤษ

- บทความหมายถึงข้อเขียนที่มีข้อคิดเห็นเป็นหลักและมีข้อเท็จจริงเป็นส่วนประกอบ ได้แก่ บทความแสดงความคิดเห็น (Commentary) บทความวิเคราะห์ (Analysis) บทความวิจารณ์ (Review) และบทความบรรณาธิการ (Editorial)
- สารคดีเป็นข้อเขียนที่มีข้อเท็จจริงเป็นหลักและมีข้อคิดเห็นเป็นส่วนประกอบ เป็นงานเขียนที่มีเนื้อหาจากเรื่องจริง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้และข้อเท็จจริงแก่ผู้อ่าน ตลอดจนให้ความบันเทิง
- โครงสร้างของบทความและสารคดีประกอบด้วย 4 ส่วนหลัก คือ ชื่อเรื่อง ส่วนนำ เนื้อหา และส่วนสรุป

เรื่องที่ 14.3.2 แนวทางการใช้ภาษาในบทความและสารคดีภาษาอังกฤษ

แนวทางการใช้ภาษาในบทความและสารคดีภาษาอังกฤษ

1. การตั้งชื่อเรื่อง

- ใช้คำหรือวลีง่ายๆ ไม่ใช่ศัพท์สูงหรือศัพท์ยาก
- ใช้คำที่มีพลังเพื่อเรียกร้องความสนใจ
- ใช้ตัวเลขประกอบ
- ตั้งคำถาม
- ใช้คำหรือข้อความที่ขัดแย้งกัน

2. การเขียนส่วนนำ

- บอกเล่าเรื่องราว
- สรุปรูปร่างหรือสถานการณ์
- เริ่มต้นด้วยคำถาม
- พรรณนาความ
- เสนอความคิดหรือสิ่งที่ขัดแย้ง
- ยกคำพูดหรือคำกล่าว
- ใช้บทกวี คำประพันธ์ หรือ คำคม สุภาษิต หรือคำพังเพย
- เล่าเกร็ดขบขัน เรื่องขำขัน นิทาน หรือเรื่องที่เกิดขึ้นจริงในอดีต

3. การเขียนเนื้อเรื่อง

- ลำดับเรื่องราวตามประเด็นของเรื่อง
- ลำดับเรื่องราวตามเวลา
- ลำดับเรื่องราวตามสาเหตุและผลที่เกิดขึ้น

4. การเขียนส่วนสรุป

- สรุปความ
- คลี่คลายประเด็น
- จบแบบไม่จบ
- หักมุม

หน่วย 15 การแปลเพื่อการสื่อสาร

ตอนที่ 15.1 ความหมาย พัฒนาการและวัตถุประสงค์ของการแปล

เรื่องที่ 15.1.1 ความหมายและขอบเขตของการแปล

เรื่องที่ 15.1.2 พัฒนาการของการแปล

เรื่องที่ 15.1.3 วัตถุประสงค์ของการแปล

ตอนที่ 15.2 หลักทั่วไปในการแปล

เรื่องที่ 15.2.1 ขั้นตอนในการแปล

เรื่องที่ 15.2.2 การใช้ภาษาในการแปล

เรื่องที่ 15.2.3 การประเมินผลการแปล

เรื่องที่ 15.2.4 คุณสมบัติและจรรยาบรรณของนักแปล

ตอนที่ 15.3 การแปลเฉพาะด้านในสื่อมวลชน

เรื่องที่ 15.3.1 การแปลข่าว

เรื่องที่ 15.3.2 การแปลสารคดี

เรื่องที่ 15.3.3 การแปลบทความบันเทิงคดี

เรื่องที่ 15.3.4 การแปลโฆษณา

ตอนที่ 15.4 การแปลบันเทิงคดี

เรื่องที่ 15.4.1 การแปลนวนิยายและเรื่องสั้น

เรื่องที่ 15.4.2 การแปลนิทาน นิยาย เรื่องเล่า และการ์ตูน

เรื่องที่ 15.4.3 การแปลบทละครและบทภาพยนตร์

ตอนที่ 15.5 การแปลแบบล่าม

เรื่องที่ 15.5.1 ประเภทต่าง ๆ ของการแปลแบบล่าม

เรื่องที่ 15.5.2 ขั้นตอนการฝึกฝนการแปลแบบล่าม

เรื่องที่ 15.5.3 คุณสมบัติและจรรยาบรรณของล่าม

โสตทัศน # 15.1

ความหมายของการแปล

นักคิดคนสำคัญกล่าวถึงความหมายของการแปล เช่น

ยูจีน เอ ไนดา (Eugene A. Nida, 1964) ผู้เชี่ยวชาญทฤษฎีการแปลชาวอเมริกันกล่าวว่า การแปลมิใช่การถ่ายทอดความหมายของข้อความจากภาษาหนึ่งไปยังอีกภาษาหนึ่งเท่านั้น แต่ต้องรักษารูปแบบของข้อความไว้ให้ตรงกับต้นฉบับ

ดานิกา เซเลสโกวิตซ์ (Danica Seleskovitch, 1986) ผู้เชี่ยวชาญการแปลและการสอนวิทยาการแปลชาวฝรั่งเศสกล่าวว่า สิ่งสำคัญในการแปลมี 3 อย่างที่ต้องคำนึงคือ **ข้อความ ความหมายแฝง และการถ่ายทอดความหมายออกมาเป็นภาษาแปลตามธรรมชาติ**

การแปลในปัจจุบัน คือ การถ่ายทอดข้อความจากภาษาหนึ่งไปยังอีกภาษาหนึ่ง โดยรักษารูปแบบ คุณค่า และความหมายในข้อความเดิมไว้อย่างครบถ้วน รวมทั้งความหมายแฝงซึ่งได้แก่ คติ ความรู้สึก ฯลฯ ข้อความในภาษาต้นฉบับและภาษาแปลต้องมีน้ำหนักเท่ากัน

โสตทัศน # 15.2

ขอบเขตการแปลครอบคลุมในทุกวงการ เช่น ปรัชญาศาสนา มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กฎหมาย ธุรกิจ วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี สหประชาชาติ โดยมีวิธีการแปลสามรูปแบบ

1. แปลตามตัวอักษร (word for word) ตัวอย่าง

ภาษาไป	ภาษามา
สุขกามานิ ภูตานิ โย ทนุเทน วิหิสติ จตุตโน สุขเมसानิ เปจจ โส น ลภเต สุขิ	ผู้ใดแสวงหาสุขเพื่อตน แต่เบียดเบียนสัตว์ ผู้ต้องการสุขด้วยอาชญา ผู้นั้นละไปแล้ว ย่อมไม่ได้สุข
Easy come, easy go	ได้ง่ายก็เสียง่าย

โสตทัศน # 15.2 (ต่อ)

2. แปลแบบตีความ หรือแปลความหมาย (semantic translation หรือ interpretative translation) ตัวอย่าง

ภาษาไป	ภาษามา
<i>How does one begin a book, a description of a human being ? A thousand wices in international literature answer that in all depends.</i>	การเริ่มต้นเขียนหนังสือ เขียนเรื่องหรือเขียนถึงใครสักคน หนึ่ง ควรจะเริ่มอย่างไร คำตอบนับพันที่อยู่ในวรรณคดีของชนิดต่าง ๆ ล้วนแตกต่างกัน ไม่แน่นอนตายตัว
<i>Air France making the sky the best place on earth</i>	แอร์ฟรานซ์เสกสร้างท้องฟ้าให้โลกน่าอยู่
<i>Live and learn</i>	ชีวิตยังอยู่จงเรียนรู้ต่อไป

3. แปลเพื่อสื่อสาร (communicative translation) ตัวอย่าง

ภาษาไป	ภาษามา
<i>France passes bill to protect its language</i> <i>Paris, AFP</i> <i>The National Assembly on Thursday passed a controversial bill that will slap fines on businesses that use non-French words unnecessarily in commerce. Among other things, the Law calls for fines of up to 20,000 francs (\$3,500) on businesses that use a foreign word in commerce when a French equivalent exists.</i>	ประเทศฝรั่งเศสออกกฎหมายคุ้มครองภาษาฝรั่งเศส สำนักข่าวเอเอฟพีจากกรุงปารีสแถลงว่าเมื่อวันพฤหัสบดี สภาผู้แทนราษฎรได้ผ่านร่าง พ.ร.บ. ปรับโทษลงโทษ นักธุรกิจที่ไม่ใช้ภาษาฝรั่งเศส และใช้ภาษาต่างประเทศ ทั้ง ๆ ที่มีคำที่มีความหมายเหมือนกันอยู่แล้วในภาษาฝรั่งเศส โทษปรับไม่เกิน 20,000 แฟรงค์

โสตทัศน # 15.3

หลักการแปลทั่วไป ได้แก่

1. **ภาษา** ผู้ทำงานแปลต้องฝึกฝนและพัฒนาภาษาทั้งสอง คือ ภาษาต้นฉบับ และภาษาในฉบับแปล หรือ ภาษาแปล โดยตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงภาษาเสมอ มีภาษาเขียนสละสลวยเป็นธรรมชาติ ไม่มีกลิ่นนมเนย
2. **ความหมาย** ต้องดูความหมายแฝงของต้นฉบับ และดูบริบทแวดล้อมประกอบ
3. **สารของต้นฉบับและสารของบทแปล** ผู้แปลต้องรักษาน้ำหนักของต้นฉบับและเนื้อหาที่แปลออกมาให้เท่ากัน

ขั้นตอนการแปล

- ขั้นที่ 1 วิเคราะห์เนื้อหา** อ่านสำรวจเนื้อหาซ้ำหลายรอบเพื่อให้เข้าใจต้นฉบับ ว่าเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับอะไร เน้นอะไร ผู้แปลต้องค้นคว้าอะไรเพิ่ม คลุมเครือไม่เข้าใจส่วนไหนต้องหาความรู้เพิ่ม
- ขั้นที่ 2 วิเคราะห์จุดประสงค์** สำรองว่าต้นฉบับที่จะแปลมีจุดประสงค์อะไร เช่น เพื่อให้ความรู้หรือเพื่อโฆษณา และวิเคราะห์ด้วยเขียนเพื่อให้คนกลุ่มใดอ่าน เช่น เพศหรือวัยใด
- ขั้นที่ 3 วิเคราะห์ภาษา** ศึกษาถ้อยคำสำนวนให้เข้าใจถ่องแท้ มีทั้งความหมายทั่วไป (denotation) และความหมายเฉพาะ (connotation)
- ขั้นที่ 4 เลือกใช้วิธีแปลและวิธีเขียนบทแปลให้เหมาะสม** กับงานและผู้อ่าน เช่น จะแปลตามตัวอักษรหรือแปลแบบตีความ หรือแปลเพื่อสื่อสาร โดยพิจารณาจากหลายองค์ประกอบข้างต้น และธรรมชาติของผู้อ่าน

โสตทัศน # 15.4

การใช้ภาษาในการแปล มักมีปัญหาดังนี้

1. การใช้คำกริยาในกาลต่าง ๆ (tense)
2. การแปลศัพท์เฉพาะด้าน ทับศัพท์โดยตรง ทับศัพท์โดยเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย
3. การแปลคำที่มีความหมายใกล้เคียงกัน
4. การใช้ระดับภาษา
5. สำนวน และ วลี

การประเมินผลการแปล

1. **เกณฑ์การประเมินผลงานแปลด้านภาษา** ได้แก่ ความชัดเจน ความเหมาะสม ความเรียบง่าย ความสมเหตุสมผล วัฒนธรรมการใช้ภาษา
2. **เกณฑ์การประเมินผลงานแปลด้านเนื้อหา** ได้แก่ ความสมมูลของความหมาย ความครบถ้วนของความหมาย การแปลผิดความหมาย

โลดทัศน์ # 15.5

คุณสมบัติของนักแปล แบ่งเป็น 4 ประการ

1. คุณสมบัติส่วนตัว ได้แก่ ใจรักงานแปล รักการอ่าน รอบคอบ มั่นใจในตนเองสูง มีจรรยาบรรณ ใจกว้าง
2. มีความสามารถ ได้แก่ ติความภาษาต้นฉบับได้ดี มีจินตนาการ สามารถในการเขียน
3. ประสบการณ์ ได้แก่ ฝึกฝนการแปลอยู่เสมอ มีความเชี่ยวชาญงานหลายสาขา
4. ความรู้ ได้แก่ ความรู้เชิงสหวิทยาการ ชอบการค้นคว้าหาคำตอบสิ่งแปลกใหม่ สะสมคำแปลอย่างมีระบบ มีภูมิหลังด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตต่าง ๆ ที่เป็นเจ้าของภาษาต้นฉบับ

จรรยาบรรณของนักแปล

1. ชื่อสัตย์และชื่อตรงต่อต้นฉบับ
2. เคารพสิทธิของผู้เขียนต้นฉบับ
3. ให้เกียรติผู้เขียนต้นฉบับ

โลดทัศน์ # 15.6

วิธีแปลข่าวและข่าวสาร

1. การแปลข่าวจากหน้าหนังสือพิมพ์

- 1.1 การแปลพาดหัวข่าว ปัญหาการตีความมักเกิดจากวลีที่เป็นรูป past participle, passive voice และ to infinitive
- 1.2 การแปลแหล่งที่มาของข่าว ความน่าเชื่อถือ และเนื้อข่าว การแปลแหล่งที่มาส่วนใหญ่จะแปลด้วยประโยคสมบุรณ์ขยายความ เช่น London, Reuters ในฉบับแปลคือ สำนักข่าวรอยเตอร์รายงานจากลอนดอนว่า

2. การแปลข่าวจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คล้ายกับหนังสือพิมพ์ แต่สั้นกระชับมากกว่า

3. การแปลข่าวจากคลิปวิดีโอ ควรดูภาพประกอบและฟังเสียงไปด้วยในระหว่างที่แปล ควรแปลให้พอดีกับช่วงเวลาของภาพที่นำเสนอ

การแปลข่าว ให้ระวังการพาดหัวที่เป็นกาลปัจจุบัน แต่เนื้อหาข่าวคือเหตุการณ์ในอดีต เพราะพาดหัวข่าวมักจะเรียกความสนใจจากผู้อ่าน

การแปลสารคดี มีขั้นตอนดังนี้

1. อ่านซ้ำหลาย ๆ ครั้ง
2. เขียนบทแปล โดยวิเคราะห์ผู้อ่านว่าเป็นกลุ่มอายุใด เพศใด มีศัพท์เฉพาะอะไร
3. ค้นหาความหมายของภาษาและความรู้ที่เกี่ยวข้อง

การแปลโฆษณา

มีความซับซ้อน ทั้งรูปแบบและความหมาย ที่สำคัญต้องเข้าใจเป้าหมายของการโฆษณา ก่อน เพราะแต่ละโฆษณามีเป้าหมายแตกต่างกัน เช่น เพื่อขายสินค้า เพื่อให้ความรู้ เพื่อสร้างความรู้สึที่ดี เพื่อสร้างพฤติกรรม ความเชื่อถือ ต้องการทดลองใช้และซื้อสินค้าโดยไม่เปลี่ยนแปลง แต่บางชิ้นก็อาจรวมเป้าหมายหลายอย่าง ผู้แปลมีหน้าที่แปลโดยรักษารูปแบบ ความหมายและเป้าหมายไว้อย่างใกล้เคียงและครบถ้วนที่สุดเป็นต้น การแปลต้องถ่ายทอดเป้าหมายให้ครบ เช่น

การแปลสโลแกนหรือคำขวัญของการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ยึดหลักการใช้คำน้อยที่สุดโดยมีความหมายชัดเจนที่สุด ต้องแปลแบบตีความหรือเทียบเคียง ไม่สามารถแปลแบบตรงตัว เช่น

ภาษาไทย	ภาษามา
1. BMW Sheer Driving Pleasure	1. บีเอ็มดับเบิลยู ความสุขสุดขอบของนักขับรถ
2. VOLVO for life	2. วอลโว่ เพื่อชีวิต/ วอลโว่จุดตั้งชีวิต
3. TOYOTA CLASSICS A World of Harmony	3. โตโยต้าคลาสสิก โลกแห่งความกลมกลืน/ พอดี
4. AIR FRANCE making the sky the best place on earth	4. แอร์ฟรานซ์ เสกสร้างท้องฟ้าให้โลกน่าอยู่/เห็นฟ้ากับแอร์ฟรานซ์ เหมือนसानฝันบนโลก
5. Malaysia Truly Asia	5. มาเลเซีย เอเชียที่แท้จริง/ มาเลเซีย ต้องบินมาเลเซีย
6. More Repeat, More Reply in Classified Ads.	6. ยิ่งเห็นบ่อยยิ่งตอบรับบ่อย ในโฆษณาหน้าคลาสสิไฟต์/ ลงโฆษณาหน้าคลาสสิไฟต์ ยิ่งลงซ้ำยิ่งได้ผล
7. Noble Development “Be Different, Be Noble”	7. สูงศักดิ์พัฒนา “หางานใหม่ หาที่สูงศักดิ์”/ โนเบิลดิเวล็อบเมนท์ “คนคิดใหม่ต้องไปที่โนเบิล”
8. BUMRUNGRAD HOSPITAL World Class Medicine... World Class Service	8. โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ การแพทย์ชั้นเยี่ยม บริการชั้นยอด

โลดทะคน์ # 15.8

หลักการแปลบันเทิงคดี

1. การแปลชื่อเรื่องและชื่อบทตอนในหนังสือบันเทิงคดี ชื่อเรื่องมีความสำคัญต่อผู้อ่านมาก ชื่อจะให้ความประทับใจ น่าสนใจ และสามารถดึงดูดใจ มีวิธีแปลชื่อเรื่องหลายวิธีดังนี้

1.1 ไม่แปล ถ้าเป็นชื่อที่สื่อความหมายได้ดีในภาษาไทยแล้ว ก็สามารถใช้ชื่อของต้นฉบับได้โดยเขียนเป็นภาษาไทย ชื่อเดิมซึ่งไม่แปลบางครั้งดึงดูดใจได้ดีกว่าชื่อแปลที่เย็นเยื่อ เช่น

Jaws	- จอว์ส
Popeyes	- ป๊อบอายส์
Doremon	- โดเรมอน
Dracula	- แดร์กคิวล่า

1.2 แปลตรงตัวตามต้นฉบับ ถ้าแปลเป็นภาษาไทยแล้วสื่อความหมายได้ดีก็สามารถแปลตรงตัวได้ เช่น

The Old Man and the Sea	- เฒ่าผจญทะเล (ดร.วิทย์ คีวะศรียานนท์ แปล)
The Ten Commandments	- บัญญัติสิบประการ (สันตสิริ แปล)

1.3 แปลตรงตัวบางส่วน ถ้าไม่สามารถแปลตรงตัวตามต้นฉบับได้ ก็อาจแปลตรงตัวบางส่วนหรือแปลความหมายบางส่วน และให้ความหมายสั้น ๆ ประกอบบางส่วน เช่น

Murder On the Midnight Plane	- ฆาตกรรมกลางเวหา (สุภาวดี ฉิมมณี แปล)
Voyage To The Edge of the World	- พจญภัยสุดขอบฟ้า (ชมรมนักแปลแห่งประเทศไทย รุ่น 2 แปล)

1.4 แปลโดยขยายความกว้างขึ้น ถ้าชื่อต้นฉบับมีลักษณะห้วน ๆ ไม่น่าสนใจเท่าที่ควร ก็อาจเพิ่มถ้อยคำสั้น ๆ เพื่อขยายความให้ชัดเจนและน่าสนใจ เช่น

Little Women	- ลิตเติ้ลวูเมน (อ.สนิทวงศ์ แปล)
Frozen Fire	- พลิก ไฟเย็น (เนื่องน้อย ศรัทธา แปล)

1.5 ตั้งชื่อใหม่ ถ้าไม่สามารถแปลด้วยวิธีทั้งสี่ดังกล่าว ผู้แปลอาจตั้งชื่อเรื่องใหม่ได้โดยยึดเนื้อเรื่องหรือปรัชญาของเรื่อง เช่น

ภาษาไทย	ภาษามา
Gone with the Wind	- วิมานลอย (รอย โรจนานนท์ แปล)
The Best Years of Our Lives	- ชื่นชีวิต (สันตสิริ แปล)
The Other Side of Midnight	- ไฟรัก-ไฟพยาบาล (พล อีราวุธ แปล)
Avalanche	- มหาภัยหิมะถล่มโลก (ชื่อภาพยนตร์)

โลดทัศน # 15.8 (ต่อ)

2. การแปลบทสนทนา ถ้อยคำสนทนาจะมีลักษณะสอดคล้องกับผู้พูดและผู้ที่ถูกพูดด้วย และเป็นไปตามความนิยมของสังคม เด็กเมื่อพูดกับผู้ใหญ่จะใช้คำพูดไม่เหมือนกับเมื่อพูดกับ เด็ก ๆ เสมอกัน ผู้โตบังคับบัญชาเมื่อพูดกับผู้บังคับบัญชาจะใช้ถ้อยคำสุภาพ อ่อนน้อม ยกย่อง ให้เกียรติ ดังนี้ เป็นต้น ดังนั้นผู้แปลก็จำเป็นต้องหาคำแปลที่สอดคล้องกับผู้พูดในต้นฉบับด้วย เช่น การแปลคำทักทาย คำทักทายขึ้นอยู่กับผู้พูดและผู้ที่ถูกพูดด้วย โดยคำนึงถึงวัย ฐานะ และโอกาส

การแปลสำนวน ต้องศึกษาสำนวนใหม่ๆ ทันสมัยไม่ให้เชย ตัวอย่างการแปลสำนวน

● **Did you see the game? - And how!**

คุณดูการแข่งขันนัดนั้นหรือเปล่า (ดูแน่นอน)

● **They agree to buy to house as is.**

พวกเขาตกลงซื้อบ้านโดยไม่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง

โลดทัศน # 15.9

วิธีแปลนิทาน ดำเนินการแปลตามขั้นตอนเช่นเดียวกับการแปลสารคดี คือการอ่านต้นฉบับ และการเขียนบทแปล

1. การอ่านต้นฉบับนิทาน อ่านครั้งแรกอย่างรวดเร็วเพื่อทำความเข้าใจเนื้อเรื่องของนิทาน แล้วตรวจสอบความ เข้าใจเนื้อเรื่องด้วยคำถามทั้ง 5 เช่น นิทานเรื่อง Look Before You Leap ตั้งคำถามดังนี้

ใคร	1. สุนัขจิ้งจอก 2. แพะ
ทำอะไร	1. ตกกลงไปในถังน้ำขึ้นไม่ได้/ปีนเขาแพะขึ้นจากถัง 2. ถูกหลอกให้ลงไปถังน้ำ
ที่ไหน	ไม่ระบุ
เมื่อใด	ไม่ระบุ
ทำไม	เป็นบทเรียนสอนให้ใช้ความคิดรอบคอบก่อนจะทำกิจการใด ๆ

อ่านครั้งต่อไปอย่างช้า ๆ และค้นหาความหมายและคำแปล ทำรายการคำและวลีที่ไม่ทราบความหมาย ค้นหาความหมายในพจนานุกรม

2. การเขียนบทแปล ให้พิจารณาถึงยุคสมัยและบรรยากาศของเรื่องให้ดี เช่น บรรยากาศตลก เสียดสี ลังสอน เบิกบาน เป็นต้น

โลตทัศน์ # 15.9 (ต่อ)

การแปลเรื่องเล่า

เรื่องเล่าแฝงอารมณ์มักจะใช้ถ้อยคำจำกัด กะทัดรัด ถ้ามีความกำกวมก็ เป็นเพราะผู้เขียนตั้งใจ เพราะ ความกำกวมสร้างอารมณ์ขั้นได้ เรื่องเล่ามักจะประกอบด้วยตัวละครสำคัญจำนวนน้อยราว 1-2 ตัว ซึ่งมีความสัมพันธ์กันตามความจำเป็นจะตัดตัวใดตัวหนึ่งออกไม่ได้ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจะกระชั้นชิดแบบรวดเร็วจบ เพื่อให้กระชับ ความต่อนจบมักจะเป็นปมอารมณ์ขั้นที่เป็นจุดเด่นของเรื่อง

การแปลการ์ตูน

การ์ตูนมิได้เป็นวรรณกรรมสำหรับเด็กโดยเฉพาะ ผู้ใหญ่ทั้งชายหญิงได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินผ่อนคลายความเครียดจากการอ่านการ์ตูน หลักการสำคัญในการแปลการ์ตูน คือการใช้คำแปลที่สั้น ชัดเจน เข้าใจได้ หรือสื่อความหมายได้ สามารถ จำกัดจำนวนคำให้อยู่ภายในกรอบคำพูดได้ ภายในบทสนทนาของการ์ตูนมีหลายระดับ ขึ้นอยู่กับตัวละครที่สร้างขึ้น ซึ่งผู้แปลต้องใช้ความสังเกตและความระมัดระวังให้การใช้ภาษาแปลให้มีความสอดคล้องกัน

วิธีแปลการ์ตูน

ดำเนินแปลไปตามขั้นตอนเช่นเดียวกับการแปลเรื่องเล่าคือเริ่มต้นด้วยการอ่านต้นฉบับให้เข้าใจ โดยสังเกตรายละเอียดของภาพด้วย จากนั้นจึงลงมือเขียนบทแปลโดยใช้ถ้อยคำสั้น ๆ สามารถบรรจุลงในกรอบคำพูดได้พอดี

การอ่านและดูภาพการ์ตูน การอ่านครั้งแรก อ่านเร็ว ๆ เพื่อทำความเข้าใจคำพูดและภาพ แล้วตอบคำถามว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อเข้าใจเรื่องราวตลอดแล้ว อ่านซ้ำอีกอย่างละเอียดเพื่อเตรียมการเขียน ถ้ายังเขียนไม่ได้ก็หมายความว่ายังเข้าใจไม่แจ่มแจ้ง เพราะติดศัพท์บางตัว หรือขาดความรู้ภูมิหลัง ซึ่งผู้แปลควรรหาหนังสืออ่านเพิ่มเติม

ข้อควรระวังในการแปลการ์ตูนคือ ความจำกัดของคำในกรอบคำพูด ถ้าใช้คำยาว ๆ เยิ่นเย้อ จะล้นกรอบ ดังนั้นต้องตัดทอนจำนวนคำลงให้พอดีกับกรอบคำพูด

การแปลบทละคร

บทละครในที่นี้คือ ละครโศก (Tragedy) ละครชวนขัน (Comedy) ละครโอเปร่า (Opera) และบทละครสำหรับแสดงบนเวทีหรือบทละครที่เขียนขึ้นเพื่อให้อ่าน

วิธีแปลบทละคร ดำเนินการแปลเช่นเดียวกับการแปลเรื่องสั้น นวนิยาย นิทาน นิยาย คือเริ่มด้วยการอ่านต้นฉบับเพื่อทำความเข้าใจให้ตลอดตั้งแต่ต้นจนจบก่อนคร่าวๆ ตรวจสอบความเข้าใจด้วยการตั้งคำถาม ใครทำอะไร ที่ไหน อย่างไร เมื่อได้อ่านครั้งต่อไปเพื่อค้นหาความหมายของคำและวลีที่ไม่รู้จักโดยใช้พจนานุกรมช่วยและหาความรู้รอบตัวเพิ่มเติมเกี่ยวกับต้นฉบับ

การแปลบทภาพยนตร์

บทภาพยนตร์ที่นำมาแปลจะถ่ายถอดเป็นบทเขียนก่อน นอกจากบางครั้งไม่มีบทเขียน ผู้แปลต้องดูและฟังจากฟิล์ม จุดประสงค์หลักของบทภาพยนตร์แปลมี 2 ประการคือ

- 1) นำบทแปลไปพากย์หรือจัดเสียงในฟิล์ม ผู้ฟังจะได้ยินเสียงนักแสดงพูดภาษาไทย
- 2) นำบทแปลไปเขียนคำบรรยายในฟิล์มดั้งเดิม ผู้ฟังจะได้ยินเสียงเดิมของนักแสดงและได้เห็นคำแปลพร้อมกัน

บทแปลที่นำไปใช้ประโยชน์ตามข้อ 1 ผู้แปลต้องระวังความจำกัดตามจังหวะขยับริมฝีปากของผู้แสดงเท่าที่ ปรากฏให้เห็นในภาพ ข้อดีสำหรับข้อ 2 ก็คือหากมีข้อผิดพลาดก็จะจับไม่ได้ไล่ไม่ทัน

ตามข้อ 2 บทแปลจะถูกจำกัดด้วยเนื้อที่ในฟิล์มให้พอเหมาะกับกรอบภาพและขนาดของตัวอักษรที่ใช้พิมพ์คำบรรยาย ข้อจำกัดอีกอย่างหนึ่งคือ ผู้ชมภาพยนตร์สามารถฝึกแปลได้จากการเปรียบเทียบคำพูดของนักแสดงกับคำแปล กรณีนี้ผู้แปลไม่มีทางหนีรอดไปได้เลย

ข้อควรระวังในการแปลการ์ตูนคือ ความจำกัดของคำในกรอบคำพูด ถ้าใช้คำยาว ๆ เยิ่นเย้อ จะล้นกรอบ ดังนั้นต้องตัดทอนจำนวนคำลงให้พอดีกับกรอบคำพูด

วิธีแปลบทภาพยนตร์มีขั้นตอนดำเนินการเช่นเดียวกับการแปลบทละครและการ์ตูน ซึ่งต้องอ่านทั้งข้อความภาพและฉากพร้อม ๆ กันโดยมีสัมพันธ์ภาพต่อกัน

โสตทัศน # 15.11

การแปลแบบล่าม

1. การฝึกทักษะล่ามเบื้องต้น การสอนล่ามมี 2 ขั้นตอนคือ การฝึกทักษะทั้งสี่ของการใช้ภาษาโดยเฉพาะการฟัง และการฝึกจากการพูดและการอ่าน ดังนี้

1.1 การฝึกทักษะทั้งสี่ของการใช้ภาษา ตามหลักจิตวิทยาของการฝึกทักษะภาษา นักจิตวิทยาได้ให้ความเห็นว่าถ้าฝึกทักษะทั้งสี่ (ฟัง พูด อ่าน เขียน) ควบคู่กันไป รวมทั้งการฝึกทักษะการแปลด้วยผลที่ได้รับจะทำให้ผู้เรียน สามารถใช้ภาษาได้อย่างคล่องแคล่วเป็นอัตโนมัติและไม่ลืมภาษา

1.2 การฝึกจากการพูดและการอ่าน ในขั้นเริ่มแรกนี้ให้ฟังคำพูดสั้นในเรื่องง่าย ๆ ธรรมดา ๆ ตามความเป็นจริง ฟังจนจบให้ตลอดทั้งเรื่องก่อน เพื่อให้เกิดความเข้าใจ แล้วจึงพูดให้แปลทีละประโยค

2. การฝึกทักษะล่ามชั้นกลาง การฝึกทักษะล่ามชั้นกลาง คือการฝึกทักษะฟัง พูด อ่าน เขียน แปล ที่มีความรวดเร็วเพิ่มขึ้นจากการฝึกขั้นต้น และเพิ่มความระมัดระวังในการใช้ภาษาให้สละสลวยขึ้น หัดเลือกถ้อยคำที่หลากหลาย ใช้สำนวนโวหารเล่นคำเล่นความหมายแบบไทย ๆ (ถ้าแปลเป็นภาษาไทย) ไม่แปลแข็ง ๆ ตามต้นฉบับ

3. การฝึกทักษะล่ามขั้นสูง เป็นการฝึกลำดับสุดท้ายเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติจริงในสถานที่จริง คือการฝึกงานล่าม โดยจัดส่งนักศึกษาเข้าห้องแปลของล่ามในการประชุมนานาชาติ หรือฝึกงานกับล่ามประจำตัวของผู้เข้าร่วมประชุม นอกจากนี้อาจเป็นผู้ติดตามผู้เข้าร่วมประชุม เพื่อบริการแปลหลังการประชุม การฝึกฝนในสถานที่จริงนี้ควรมีการอบรมหรือปฐมนิเทศก่อน เช่น อบรมมารยาทของล่าม มนุษย์สัมพันธ์ ความรับผิดชอบ และการบันทึกรายงานการฝึกพูดในที่ประชุมชน

สิ่งที่ไม่ควรทำ

1. ไม่ทำล่ามคนเดียวเพราะจะเหนื่อยมากจนเป็นผลเสียในการทำงาน
2. ล่ามไม่พูดคุยกันเองในขณะที่ยังเปิดไมโครโฟนอยู่ ถ้าจำเป็นต้องกด mute เสียก่อนเพื่อไม่ให้เสียงดังออกไปถึงหูผู้ฟังอื่น ๆ
3. ไม่ทำลายสมาธิเพื่อนล่าม เช่น คั่นหาของวุ่นวาย เคาะปากกา ไอหรือจาม
4. ไม่กระซิบเมื่อเพื่อนล่ามแปลผิด ถ้าจำเป็นเนื่องจากเพื่อนล่ามมีปัญหา ให้เปลี่ยนไมโครโฟนมาที่ตน และทำล่ามต่อไปจนกว่าเพื่อนล่ามพร้อมที่จะทำต่อไปได้ หรือเขียนข้อความที่ถูกต้องใส่กระดาษส่งให้
5. ไม่จับผิดเพื่อนล่ามด้วยกัน ไม่อวดเด่นอวดดัง ชมเพื่อนล่าม แต่ควรมีจิตใจเอื้อเฟื้อเมตตาต่อกัน
6. ไม่พูดแซงขณะที่เพื่อนล่ามกำลังทำงาน แต่ควรให้สัญญาณหยุดพูดแก่เพื่อนล่าม และให้รู้ว่าตนจะขอทำงานแปลต่อเอง
7. ไม่รับประทานอาหารที่จะทำให้ท้องขึ้นหรือท้องเสียก่อนทำงานล่าม

จรรยาบรรณของล่าม

1. มีความซื่อสัตย์และซื่อตรงต่อต้นฉบับ
2. เคารพสิทธิของผู้พูด

แบบประเมินผลตนเองหลังเข้ารับการสอนเสริม

ครั้งที่ 2

ชุดวิชา 15206 ภาษาและทักษะเพื่อการสื่อสาร

คำสั่ง ขอให้นักศึกษาอ่านคำถามแล้วเขียนวงกลมรอบตัวอักษรหน้าข้อคำตอบที่ถูกต้องที่สุด

1. ภาษาที่ใช้ในพาดหัวข่าวจะมีลักษณะเฉพาะบางประการได้แก่ข้อใด
 - ก. ใช้คำย่อ
 - ข. สร้างคำใหม่
 - ค. ให้นายา
 - ง. ละประธานของประโยค
 - จ. ทุกข้อที่กล่าวมา

2. ข้อใดเป็นข้อแนะนำในการใช้ภาษาเขียนเนื้อข่าวที่ไม่ถูกต้อง
 - ก. ภาษาในเนื้อข่าวจะนิยมเขียนย่อหน้ายาวๆ
 - ข. แต่ละย่อหน้าควรระบุแหล่งข่าวทุกย่อหน้า
 - ค. กีฬาและข่าวบันเทิงจะมีลีลาการเขียนและการใช้สำนวนภาษาหวิอหวิ
 - ง. คำให้สัมภาษณ์แหล่งข่าวผู้สื่อข่าวสามารถเขียนสรุปจากการพูดคุยสัมภาษณ์โดยไม่ต้องใช้เครื่องหมายคำพูด
 - จ. ทุกข้อเป็นข้อแนะนำที่ถูกต้อง

3. นิตยสารมักถูกเรียกว่าเป็นวรรณกรรมพันธุ์ทางเพราะอะไร
 - ก. รูปแบบเนื้อหา
 - ข. การใช้ภาษาหลากหลาย
 - ค. ข้อมูลประกอบผสมผสาน
 - ง. ผู้อ่านหลากหลายกลุ่ม
 - จ. ทุกข้อที่กล่าวมา

4. การใช้ภาพในหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีหลายแนวทางยกเว้นข้อใด
 - ก. สัมพันธ์กับข้อความ
 - ข. ไม่หมิ่นเหม่ต่อจริยธรรม
 - ค. ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์
 - ง. เพื่อเติมเนื้อที่ว่าง
 - จ. ทุกข้อคือแนวทางการใช้งาน

5. ละคร จัดอยู่ในรายการวิทยุกระจายเสียงประเภทใด

- ก. ประเภทข่าว
- ข. ประเภทความรู้
- ค. ประเภทบันเทิง
- ง. ประเภทบริการสาธารณะ
- จ. ถูกทุกข้อ

6. ข้อใดคือคุณสมบัติของผู้พูดทางวิทยุกระจายเสียง

- ก. มีใจรักงานวิทยุ
- ข. ใฝ่ใจศึกษาหาความรู้อยู่เสมอ
- ค. สามารถควบคุมอารมณ์ได้ดี
- ง. มีเสียงที่ชัดเจนแจ่มใสไม่แหบแห้ง
- จ. ถูกทุกข้อ

7. มุมกล้องข้อใดที่นิยมใช้ในการเปิดฉาก แนะนำสถานที่ หากเป็นการถ่ายนักแสดงหรือตัวละคร ก็จะเป็นการเสนอให้เห็นว่านักแสดงหรือตัวละครนั้น ๆ เป็นคนด้อยต่ำ เป็นผู้แพ้

- ก. มุมต่ำ
- ข. มุมสูง
- ค. มุมเอียง
- ง. มุมมองระดับสายตา
- จ. มุมสูง หรือมุมมองระดับสายตา

8. รายการโทรทัศน์รูปแบบใดที่เน้นนำเสนอเนื้อหาสาระที่หลากหลาย โดยอาจแบ่งเป็นหลายเรื่องในรายการเดียวกัน แต่ในแต่ละเรื่องจะเป็นแนวเดียวกันหรือต่างแนวกันก็ได้ และใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย

- ก. รายการเกมโชว์
- ข. รายการนิตยสาร
- ค. รายการเรียลลิตี้
- ง. รายการถ่ายทอดสด
- จ. รายการสารคดีและทดลอง

9. การคำประดิษฐ์คำใหม่ ๆ ในภาษาโฆษณาหมายถึงอะไร

- ก. คำที่แสดงสัญลักษณ์ที่สื่อถึงคุณสมบัติของสินค้าและบริการ
- ข. คำที่รับรู้กันเฉพาะกลุ่มตามสมัยนิยม
- ค. คำสแลงที่สร้างขึ้นจากการแผลงการสะกด
- ง. การตัด หรือเติม หรือเปลี่ยนหน้าที่ของคำเพื่อสร้างความหมายใหม่
- จ. วิธีที่ดีความหมายได้มากกว่าหนึ่งความหมาย

10. ข้อใดไม่ใช่เทคนิคการใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์

- ก. การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
- ข. การใช้ภาษาประจำองค์กร
- ค. ภาษาที่อ้างหลักฐานสนับสนุน
- ง. การใช้ภาษาเชิงบวก
- จ. การใช้ภาษาแบบแผลงคำ

11. สื่อสังคมออนไลน์ครอบคลุมอะไรบ้าง

- ก. Social media และ Digital media
- ข. เฟซบุ๊ก อีเมล ทวิตเตอร์ และ อินสตาแกรม
- ค. โทรศัพท์ ยูทูบ และไลน์
- ง. โทรศัพท์ ยูทูบ และเฟซบุ๊ก
- จ. social media, LINE และ Netflix

12. จริยธรรมของการใช้สื่อออนไลน์ของสื่อมวลชน เป็นอย่างไร

- ก. ใช้ภาษาตรง ไม่บิดเบือน ไม่สร้าง hate speech
- ข. พิมพ์ปลดปล่อยความเครียด บ่นเท็ง และใช้ภาษาพูดกันเอง
- ค. ไม่ด่าทอ แชรซ์ข่าวจากแหล่งอื่นที่เป็นประโยชน์เสมอ
- ง. พาดหัวข่าวให้ดึงดูดใจ เร้าใจ
- จ. แชรซ์ข่าวจากผู้อ่านหรือผู้ชมบ่อยๆ

13. Lead ในข่าวภาษาอังกฤษหมายถึงข้อใด

- ก. ย่อหน้าถัดจากพาดหัวข่าว
- ข. ส่วนที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจเรื่องราวได้โดยไม่ต้องอ่านข่าวทั้งหมด
- ค. ส่วนที่รายงานประเด็นที่มีความคืบหน้าล่าสุด
- ง. ตอบคำถามสำคัญของเหตุการณ์ที่ใช้หลัก 5W+H
- จ. ทุกข้อที่กล่าวมา

14. ในข่าวภาษาอังกฤษใช้นิยามคำใดเรียกผู้สูงอายุ

- ก. The elderly
- ข. Old people
- ค. Aging society
- ง. Old age
- จ. ไม่มีข้อใดถูก

15. หลักการแปลที่ถูกต้องตรงกับข้อใด

- ก. การถ่ายทอดภาษาโดยวิเคราะห์เป้าหมายของผู้เขียน ผู้อ่านงานแปล และระดับของภาษา
- ข. การถ่ายทอดภาษาโดยรักษารูปแบบ คุณค่าและความหมายในข้อความเดิมไว้อย่างครบถ้วน
- ค. การถ่ายทอดความหมายแฝงซึ่งได้แก่ คิด ความรู้สึก
- ง. ข้อความในภาษาต้นฉบับและภาษาแปลต้องมีน้ำหนักเท่ากัน
- จ. ถูกทุกข้อ

16. ข้อใดไม่ใช่คุณสมบัติของนักแปลที่ดี

- ก. ใจรักงานแปล รักการอ่าน รอบคอบ มั่นใจในตนเองสูง มีจรรยาบรรณ ใจกว้าง
- ข. ดีความภาษาต้นฉบับได้ดี มีจินตนาการ สามารถในการเขียน
- ค. ฝึกฝนการแปลอยู่เสมอ มีความเชี่ยวชาญงานหลายสาขา
- ง. ค้นคว้าให้ลึกเพียงสาขาเดียวเพื่อให้รู้จริงมากที่สุด
- จ. เคารพสิทธิของผู้เขียน ชื่อตรงกับต้นฉบับ

เฉลยแบบประเมินตนเองก่อนและหลังการสอนเสริม

ครั้งที่ 2

ชุดวิชา 15206 ภาษาและทักษะเพื่อการสื่อสาร

ก่อนรับการสอนเสริม	หลังรับการสอนเสริม
1. ง.	1. จ.
2. ก.	2. ก.
3. ค.	3. จ.
4. จ.	4. ง.
5. ข.	5. ค.
6. จ.	6. จ.
7. ข.	7. ข.
8. ง.	8. ข.
9. จ.	9. ง.
10. ค.	10. จ.
11. ก.	11. ก.
12. ค.	12. ก.
13. จ.	13. จ.
14. ค.	14. ก.
15. จ.	15. จ.
16. ง.	16. ง.