

Research Article

การศึกษาการใช้สแลงของแฟนนางงามไทยในเฟซบุ๊กแฟนเพจการประกวดนางงาม THE STUDY OF SLANGS USAGE IN BEAUTY PAGEANT FACEBOOK FAN PAGES AMONG THAI FANS

ศิตา เยี่ยมขันติถาวร^{1*} อรรถพล ม่วงสวัสดิ์² และ ธนะโรจน์ สิทธิธารีระวัฒน์³

¹สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

²สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน วิทยาลัยการท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต

³คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Sita Yiemkuntitavorn^{1*}, Attapol Mounsawad² and Thanaroht Sitthatheerawat³

¹School of Educational Studies, Sukhothai Thammathirat Open University

²College of Tourism, Hospitality and Sports, Rangsit University

³Faculty of Communication Arts Panyapiwat Institute of Management

*E-mail: sita_1383@hotmail.com

Received: 2023-02-02

Revised: 2023-03-07

Accepted: 2023-03-31

บทคัดย่อ

สแลงเป็นถ้อยคำหรือสำนวนที่นิยมใช้กันอย่างไม่เป็นทางการ มักใช้สื่อสารทางการพูดและการเขียน โดยส่วนใหญ่สแลงจะเข้าใจได้เฉพาะกลุ่มคนที่ทำงานในสายงานเดียวกัน หรือในกลุ่มผู้ที่มีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกันในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง งานวิจัยนี้จึงมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการใช้สแลงของแฟนนางงามไทยในเฟซบุ๊กแฟนเพจการประกวดนางงาม โดยเก็บข้อมูลจากการสังเกตการใช้สแลงของแฟนนางงามไทยในกลุ่มนางงามที่มีผู้เข้าร่วมในกลุ่มระหว่างปี พ.ศ. 2564 - 2565 มากกว่าห้าหมื่นคน จากนั้นจึงนำสแลงที่ได้ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบซึ่งประกอบด้วย ผู้ดูแลแฟนเพจ 1 คน ผู้ใช้สแลง 2 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาไทย 1 คน ผลการวิจัยพบสแลงจำนวน 63 สแลง สามารถแยกแยะสแลงได้ 2 รูปแบบ คือ คำ จำนวน 30 คำ และวลี จำนวน 32 วลี โดยคำสามารถแยกย่อยออกเป็นคำนาม 11 คำ คำกริยา 8 คำ คำคุณศัพท์ 9 คำ และ คำวิเศษณ์ 2 คำ แต่ไม่พบสแลงที่เป็นคำสรรพนาม คำบุพบท และคำสันธาน

คำสำคัญ: สแลง เฟซบุ๊กแฟนเพจการประกวดนางงาม คำ วลี

ABSTRACT

Slang is an informal language for both written and spoken conversation. Slang can be understood among groups of people who work together or have a common interest. They are also used for a particular time period. The purpose of this research is to study slangs used in beauty pageant groups on Facebook. The data were collected from beauty pageant groups on Facebook with 50,000+ followers between the year 2021 – 2022 and then these slangs were certified by the experts; 1 fan page administrator, 2 slang users, and 1 Thai language expert. The result found that a total of 62 slangs were gathered from three groups of beauty pageant Facebook fan pages from 2021-2022. Results revealed that the word classes of slang found in the beauty pageant Facebook fan pages consisted of 30 words and 32 phrases. Words could be classified into 11 nouns, 8 verbs, 9 adjectives, and 2 adverbs. Pronouns, prepositions, and transitions were not found in the study.

Keywords: Slangs, beauty pageant Facebook fan page, words, phrases

บทนำ

การสื่อสารของมนุษย์นับแต่อดีตถึงปัจจุบัน ทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน ล้วนมีความสำคัญ ต่อการใช้ชีวิตประจำวัน การศึกษา การทำงาน รวมทั้งการเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ตนเองในโลก ยุคดิจิทัลที่ผู้คนสามารถรับชมความบันเทิงผ่านสื่อ ออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือ สื่อสังคม (Social media) ซึ่งนอกจากจะเป็น ผู้รับชมแล้ว โลกยุคดิจิทัลยังมอบบทบาทของการเป็นผู้รับสารที่สามารถสร้างและเผยแพร่เนื้อหา สารผ่านสื่อออนไลน์ได้ด้วยตนเอง หรือที่เรียกว่า User-Generated Content (UGC) บทบาท ดังกล่าวส่งผลให้การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ เกิดการขยายตัว อีกทั้งยังเกิดการรวมตัวของผู้ที่ สนใจในเรื่องเดียวกันจนเกิดเป็นเครือข่ายสังคม (Social networking) Kayanan (2011) กล่าวว่า

เครือข่ายสังคมที่เชื่อมโยงกลุ่มผู้ใช้งานที่มีความสนใจในสิ่งเดียวกันให้ได้ติดต่อสื่อสารกัน และช่วยให้บุคคลได้มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ดี ต่อกันอีกด้วย

เครือข่ายสังคมที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ในประเทศไทย ได้แก่ เฟซบุ๊ก โดยมีจำนวนผู้ใช้ มากถึง 44 ล้านคน กลุ่มผู้ใช้หลักมีอายุตั้งแต่ 18- 44 ปี และใช้เพื่ออัปเดตข้อมูลข่าวสาร (Brand Buffet, 2023) ความนิยมดังกล่าวมาสู่การจัดตั้ง เฟซบุ๊กแฟนเพจอันเป็นพื้นที่สำหรับผู้สนใจในเรื่อง เดียวกันได้รวมกลุ่มเพื่อสื่อสารเรื่องราวหรือประเด็น ที่มีความสนใจร่วมกัน เช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจ การประกวดนางงามที่รวมกลุ่มผู้ชื่นชอบการประกวด นางงามได้มีพื้นที่ในการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร รวมทั้งแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนางงาม

และการประกวดนางงาม ปัจจุบันมีเฟชบุ๊กแฟนเพจ การประกวดนางงามที่ก่อตั้งโดยผู้ชื่นชอบการประกวดนางงามชาวไทยมากกว่า 20 เพจ โดยเพจที่ได้รับความนิยม ได้แก่ Pageant Insider T-Pageant Club จี้อกจีอกนางงาม มงกุฎนางงาม และ GossipMiss Thailand เป็นต้น

การสื่อสารของกลุ่มแฟนนางงามหรือผู้ชื่นชอบการประกวดนางงามในเฟชบุ๊กแฟนเพจมักนิยมใช้สแลงที่เข้าใจกันในกลุ่มแทรกในบทสนทนาและการแสดงความคิดเห็น (คอมเมนต์) เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ผู้อยู่นอกกลุ่ม หรือผู้เข้าร่วมกลุ่มใหม่ (Newbie/new comer) ไม่เข้าใจสแลงที่อยู่ในบทสนทนา หรือการแสดงความคิดเห็น เพื่อสร้างความรู้สึกร่วม และความเข้าใจที่ตรงกันในกลุ่ม ความเข้าใจในสแลงจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะสแลงที่ใช้เป็นประจำในกลุ่มจน กลายเป็นคำที่เข้าใจกันเอง เฉพาะผู้ที่อยู่ในกลุ่ม เมื่อผู้เข้าร่วมกลุ่มใหม่ได้ทำความเข้าใจในสแลงนั้น ๆ แล้ว จะทราบถึงที่มาที่ไป ความหมาย และใช้สแลงนั้นเพื่อการสื่อสาร เฉพาะกลุ่มได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังได้เห็นความเปลี่ยนแปลงของภาษาเฉพาะกลุ่ม และได้ศึกษาภาษาที่ใช้ในบริบทเฉพาะอีกด้วย ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาบทสนทนาและการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มแฟนนางงามไทยผ่านเฟชบุ๊กแฟนเพจ การประกวดนางงามที่มีการใช้สแลงที่หลากหลาย และเข้าใจได้ยาก เพื่อทำการเก็บข้อมูล ศึกษาความหมาย และวิธีการใช้ ซึ่งการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของภาษา และความหลากหลายทางภาษาที่ใช้ในการสื่อสารในสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการใช้สแลงของแฟนนางงามไทยในเฟชบุ๊กแฟนเพจการประกวดนางงาม

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

ทำให้ทราบถึงการใช้สแลงของแฟนนางงามไทยในเฟชบุ๊กแฟนเพจการประกวดนางงาม

ขอบเขตของการวิจัย

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาจากการสังเกตการใช้สแลงของแฟนนางงามไทยในกลุ่มนางงามที่มีผู้เข้าร่วมในกลุ่มระหว่างปี พ.ศ. 2564 - 2565 มากกว่าห้าหมื่นคนขึ้นไป

ทบทวนแนวคิด

สแลง

Office of the royal society (2011) ให้ความหมายของคำว่า คำ ว่าหมายถึง เสียงพูด เสียงที่เปล่งออกมาครั้งหนึ่ง ๆ เสียงพูดหรือลายลักษณ์อักษรที่เขียนหรือพิมพ์ขึ้นเพื่อแสดงความคิด โดยปรกติถือว่าเป็นหน่วยที่เล็กที่สุดซึ่งมีความหมายในตัว และ ให้ความหมายของคำว่า วลี ว่าเป็นกลุ่มคำที่เรียงติดต่อกันเป็นระเบียบและมีกระแสความหมายที่หมายรู้กันได้ แต่ยังไม่เป็นประโยคสมบูรณ์ และให้ความหมายคำว่า สแลง (สะ-แลง) เป็นคำที่ยืมมาจากภาษาอังกฤษว่า Slang หมายถึง คำพิเศษที่ใช้เฉพาะกลุ่มหรือคำพิเศษที่นิยมใช้ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง สแลงอาจมีลักษณะเป็นคำ วลี หรือประโยคที่มักใช้เมื่อพูดคุยเพื่อไม่ให้คนที่อยู่นอกกลุ่มของตนเข้าใจ และ พจนานุกรมฉบับภาษาอังกฤษของ Longman

(Longman, 2023) ให้ความหมายคำว่า สแลงไว้ว่าเป็นคำที่ใช้อย่างไม่เป็นทางการ อาจเป็นคำที่ไม่สุภาพนัก และมักใช้สื่อสารกันในกลุ่มเฉพาะ นอกจากนี้สแลงเปรียบเสมือนกรอบอุดมการณ์ (Ideological framework) ที่ใช้การเบี่ยงเบนทางภาษาเพื่อสื่อความหมายให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ร่วมกันของกลุ่ม ทั้งนี้ความหมายของสแลงอาจแตกต่างกันไปจากความหมายของคำศัพท์ต้นฉบับอย่างสิ้นเชิง และมีเพียงคนภายในกลุ่มหรือสังคมเท่านั้นที่เข้าใจความหมายของสแลง (Agha, 2015; Saputra & Marlina, 2019) ภาษาของมนุษยชาติมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเนื่องจากภาษาเป็นส่วนหนึ่งของสังคม จึงมีปัจจัยทางสังคมหลายประการ เช่น การดำเนินชีวิตของคนในสังคมและความต้องการการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในสังคมมนุษย์ส่งผลต่อการพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงของภาษาในช่วงเวลาต่าง ๆ และเมื่อกลุ่มคนในสังคมมีความเห็นพ้องกันว่าภาษาหรือคำศัพท์ที่ได้รับการพัฒนามีประโยชน์ในการสื่อสารและสามารถสร้างความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างสมาชิกของกลุ่มหรือสังคม ภาษาและคำศัพท์เหล่านั้นจะได้รับการยอมรับเพื่อใช้ในการสื่อสารร่วมกันในกลุ่มและสังคมของตนไปจนเกิดคำศัพท์ใหม่ ลำนวนใหม่ รวมถึงสแลงใหม่ สแลงมักมีการใช้เพื่อการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการโดยเฉพาะการพูดในกลุ่มสังคมใดสังคมหนึ่งที่สมาชิกในสังคมมักมีสถานภาพทางสังคม พื้นฐานทางสังคม และความสนใจที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน (Alawiyah, Zuriyati, & Lustyantje, 2021)

วัฒนธรรมย่อย

Tuntimala (2013) กล่าวว่า วัฒนธรรมย่อย (Subculture) เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มของคนในสังคมที่นอกจากต้องปฏิบัติตามวัฒนธรรมของสังคมที่ตนอาศัยอยู่แล้วนั้น กลุ่มคนเหล่านี้ยังต้องปฏิบัติตามวิถี แนวคิด และความเชื่อของวัฒนธรรมย่อยที่ตนอาศัยอยู่หรือมีกิจกรรมร่วมกันอีกด้วย Hodkinson (2002) และ Schiffman & Kanuk (1991) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมย่อยหรือวัฒนธรรมกลุ่มย่อยว่าประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) อัตลักษณ์ (Identity) 2) ความตั้งใจมุ่งมั่นและผูกพัน (Commitment) และ 3) ความมีอิสระในตนเอง (Autonomy) โดยสมาชิกร่วมวัฒนธรรมย่อยจะมีบรรทัดฐานที่เป็นลักษณะเฉพาะ ความเชื่อ คุณค่า อุปนิสัย ความสนใจที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน รวมถึงการใช้ภาษาเฉพาะกลุ่มหรือเฉพาะวงการ คำศัพท์ สแลง และสัญลักษณ์ที่ใช้กันเฉพาะในวัฒนธรรมย่อยหรือกลุ่มสังคมของตนโดยที่บุคคลที่ไม่ได้ร่วมวัฒนธรรมหรือเป็นผู้อยู่นอกกลุ่มสังคมนั้น ๆ ไม่อาจเข้าใจในความหมายได้

อัตลักษณ์ทางสังคม

Goffman (1963), Hogg & Terry (2000) และ Jenkins (2000) กล่าวถึงอัตลักษณ์ทางสังคม (Social identity) อย่างสอดคล้องกันว่า อัตลักษณ์ทางสังคมเป็นพฤติกรรมร่วมของปัจเจกบุคคลที่อยู่ร่วมหรือมีกิจกรรมร่วมกันในสังคมเดียวกันที่บ่งบอกให้คนภายนอกสังคมนั้นรู้ว่าสมาชิกในกลุ่มสังคมเป็นสมาชิกของสังคมกลุ่มใด เมื่อกลุ่มคน

ในสังคมใดสังคมหนึ่งได้ตัดสินใจร่วมกันว่าสิ่งใดมีคุณค่าต่อกลุ่มของตน สมาชิกในกลุ่มหรือสังคมนั้น ๆ จะยอมรับและนำไปปฏิบัติร่วมกัน จนกลายเป็นอัตลักษณ์ที่แสดงออกของปัจเจกบุคคลในกลุ่มหรือสังคม และเป็นแนวทางให้ปัจเจกบุคคลในกลุ่มหรือสังคมปฏิบัติตามจนเป็นสิ่งที่แยกปัจเจกบุคคลในกลุ่มหรือสังคมให้มีความแตกต่างจากกลุ่มหรือสังคมอื่นอย่างเด่นชัด ภาษาจัดเป็นสิ่งที่สามารถบ่งชี้อัตลักษณ์ทางสังคมที่มีหน้าตาเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างกลุ่มคนในสังคม Tuntimala (2013) ระบุว่าในปัจจุบันการสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ได้รับความนิยมในกลุ่มคนทุกกลุ่มในสังคม ส่งผลให้การสื่อสารและการใช้ภาษาเป็นพลวัต (Dynamic) เทคโนโลยีดังกล่าวถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการรวมกลุ่มผู้ที่มีความชื่นชอบเพื่อร่วมกันเพื่อพูดคุย แสดงความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ รวมถึงแสดงความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยสมาชิกของกลุ่มมักยอมรับและปฏิบัติตามค่านิยมอย่างเดียวกัน มีการกำหนดและใช้สแลงเพื่อใช้ในกลุ่มหรือวงการของตนเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ (Adams, 2009) รวมถึงการใช้สแลงเพื่อแสดงออกถึงอารมณ์และเพิ่มอรรถรสในการสื่อสารกันในกลุ่มสังคมจนสแลงเหล่านั้นกลายเป็นคำทั่วไปที่ใช้ในชีวิตประจำวันทั้งในกลุ่มและนอกกลุ่มของตน และยังพบได้ว่าสื่อมวลชนมีการนำสแลงที่ใช้กันเฉพาะกลุ่มมาใช้รายงานข่าวหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มสังคมนั้น ๆ อีกด้วย

แฟนนางงามไทย

Chaithaisong (2019) และ Chaithaisong & Hinviman (2020) กล่าวถึงการสร้างตัวตนและการสื่อสารอัตลักษณ์ทางเพศของแฟนนางงามและพัฒนาการการรวมกลุ่มของแฟนคลับนางงามไว้ว่าแฟนนางงามไทยส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลางมีการตีความลักษณะผู้หญิงที่คู่ควรกับการเป็นนางงามว่าเป็นผู้หญิงที่เป็นตัวแทนของตนและตัวแทนของชาติจนบางครั้งนางงามและการประกวดนางงามกลายเป็นสงครามตัวแทนระหว่างตนและแฟนนางงามชาติอื่นหรือแฟนนางงามที่สนับสนุนเวทีการประกวดอื่นที่ตนไม่ชื่นชอบ รวมถึงมีความต้องการถือบทบาททางเพศแบบ “ผู้หญิงเหนือจินตนาการ” แฟนนางงามบางคนยังมีอากัปกริยา การแต่งกาย และบุคลิกตามแบบนางงามที่ตนชื่นชอบ ทั้งยังมีการรวมกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบการประกวดนางงาม มีอารมณ์ร่วมและมีการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่มที่ชื่นชอบการประกวดนางงามผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจการประกวดนางงามจนกลายเป็น “วัฒนธรรมย่อย”

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินงานโดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยศึกษา ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เป็นพื้นฐานในการวิจัย รวมถึงทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพลวัตภาษา แนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสแลง

2. ผู้วิจัยคัดเลือกกรายชื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจการประกวดนางงามจากเฟซบุ๊กแฟนเพจที่มีจำนวนผู้ติดตาม (Follower) มากกว่าห้าหมื่นคน เนื่องจากจำนวนดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจดังกล่าวมีการเคลื่อนไหวอยู่อย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งยังส่งผลให้การเผยแพร่ข้อความเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงผู้คนได้เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยไม่ได้กำหนดปัจจัยทางสังคม เช่น เพศ อายุ อาชีพ และการศึกษา เนื่องจากในเฟซบุ๊กแฟนเพจเหล่านั้น ผู้ใช้บางคนไม่ระบุปัจจัยเหล่านี้ และผู้ใช้งานสามารถสร้างตัวตนหรือข้อมูลส่วนตัวให้แตกต่างจากความเป็นจริงได้ ซึ่งยากต่อการได้ข้อมูลที่แท้จริง

3. ผู้วิจัยสำรวจสแลงที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กกลุ่มนางงามที่มีผู้ติดตามห้าหมื่นคนขึ้นไป โดยสำรวจวิธีการใช้และความหมายของสแลงที่มีการใช้ภายในกลุ่ม โดยเกณฑ์ของสแลงคือคำหรือข้อความเฉพาะที่ไม่เป็นมาตรฐานและใช้ในภาษาแบบไม่ทางการตามปรากฏในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานฉบับพ.ศ. 2554 โดยผู้วิจัยสำรวจสแลงที่ใช้ในช่วงปี พ.ศ. 2021- 2022

4. เมื่อได้สแลง ความหมาย และตัวอย่างการใช้แล้ว ผู้วิจัยส่งข้อมูลดังกล่าวให้ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งได้แก่ ผู้ดูแลแฟนเพจ 1 คน และ ผู้ใช้คำศัพท์ที่อยู่ในกลุ่มนางงาม 2 คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านภาษาไทย 1 คน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและความหมาย

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ผลการใช้สแลงของแฟนนางงามไทยในเฟซบุ๊กแฟนเพจการประกวดนางงาม

คำ	ความหมาย	ประเภทของคำ	ตัวอย่างการใช้ที่พบในเพจ
บั้ง	ไม่สวย ไม่สมเหตุสมผล	คำวิเศษณ์	ชุดบั้งแต่จรีตพาชุดรอด
ต๊ับ	การตรกรอบในเวทีประกวดนางงาม	คำกริยา	Top 6 ทิฟฟานี จะมาต๊ับ ศาลตายายไม่ได้
เปิดประตู	นางงามผู้เข้ารอบในเวทีประกวด โดยเฉพาะการเข้ารอบสิบคนสุดท้าย เรียกว่าผู้เปิดประตู ให้ประเทศ	วลี	สองเพื่อนบ้าน ลาว แคม ปีนี้ ใครจะเปิดประตู
ปิดประตู	นางงามผู้ตรกรอบในเวทีประกวด เรียกผู้้นั้นว่า ผู้ปิดประตูของประเทศ ใช้ในกรณีที่นางงามของประเทศนั้น เข้ารอบมาตลอด	วลี	แบบนี้ถือว่าปิดประตูไทยแลนด์ ไหมคะ
ปัก	ให้หยุดการกระทำนั้น	คำกริยา	ผ้าไหมไทยเนียนมันไม่ใช่ผ้าที่ว่า จะใส่แล้วสวย ปักได้ปักค่ะ
ม่ง	ชนะการประกวด “ม่ง” มาจากคำว่า มงกุฏ	คำกริยา	ประเทศไหนที่ถ้าม่งแล้วจะส่งผลดี ในแง่ของธุรกิจมากที่สุด
ม่งคาบ้าน	นางงามตัวแทนจากประเทศเจ้าภาพ ในการจัดประกวดได้รับตำแหน่ง ชนะเลิศในปีนั้น	วลี	ถึงหล่อนจะเคยม่งคาบ้านฉัน แต่ตอนนี้ฉันซื้อลิขสิทธิ์มาตบ หน้าหล่อนค่ะ
โยนมง	กองประกวดตั้งใจให้นางงามคนนั้น ชนะการประกวด	วลี	กองใหญ่โยนมงให้ไม่รับ ตอบไม่ดี เข้าเพราะโหวต
เขวี้ยงมง	นางงามที่ดีทุกอย่าง ทั้งรูปร่าง ความสวย และการเดิน แต่อาจทำ สิ่งใดผิดพลาดทำให้ไม่ชนะ การประกวด	วลี	นางเขวี้ยงมงทั้งที่ปีนี้นางมีสิทธิ์ มงสูงมาก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คำ	ความหมาย	ประเภทของคำ	ตัวอย่างการใช้ที่พบในเพลง
ลือค้มง	เลือกผู้ชนะไว้ล่วงหน้า ก่อนการประกวด	วลี	ผู้จัดการการประกวดกล่าวว่า เวทีนี้เลือกผู้ชนะตามความสวย และความสามารถ ไม่มี การลือค้มงแน่นอน
เมียง	มีลักษณะเซย ไม่ทันสมัย	คำคุณศัพท์	เธอเปรียบเสมือน ...เมียง ในหมู่ดาว เมียงทุกกลีลา เมียงทุกท่าทาง เมียงทุก ๆ อย่าง
อ่อม	เนือย ๆ ไม่สดใส น่าเบื่อ	คำคุณศัพท์	เป็น Crowning Moment ที่อ่อมมาก
ม่วน ๆ จอย ๆ	มีลักษณะสนุก	คำคุณศัพท์	ม่วน ๆ จอย ๆ ตามสไตล์โคลัมเบีย
ตัวจืด	นางงามที่ไม่สามารถมองข้ามไปได้ อาจมีลักษณะเด่นที่แสดงออกมา ในแต่ละรอบ	คำนาม	ชนพริกขี้หนุตัวจืดมาเสิร์ฟ
ตัวตึง	นางงามตัวเต็งของเวทีการประกวด	คำนาม	นี่ก็เลิกไม่หยุดไม่หย่อนเลย ตัวตึง เวียตนาม
นางปาด/นางงามม้ามิด	นางงามที่ไม่ได้เป็นตัวเต็งแต่เข้ารอบ การประกวด ถ้านางงามผู้นั้นเป็น ผู้ชนะ เราเรียกว่า ปาดมง	คำนาม	แต่วันจริง เราต้องเผื่อตำแหน่ง ให้นางงามม้ามิดหรือนางปาด ไว้ด้วย
นางชุกนางซ้อน	นางงามที่ไม่เป็นตัวเต็งของเวที การประกวด	คำนาม	ปีนี้ตัวตึงมีไม่กี่คน แต่ก็ต้องรอดู นางชุกนางซ้อนอีกทีนี้
จريتเวเน	กริยาและท่าทางนางงาม จากเวเนซุเอลา ใช้อธิบายลักษณะ ของนางงามประเทศอื่นที่มีการเดิน ที่ดีเหมือนนางงามที่มาจากประเทศ เวเนซุเอลา	วลี	จะให้ถูกใจกรรมการ นางงามต้อง จريتเวเน คือต้องเยอะเกินจริง

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คำ	ความหมาย	ประเภทของคำ	ตัวอย่างการใช้ที่พบในเพลง
จรีตเอ็กอ้าก	ร่าเริงในทุกขณะ พุดหรือเดิน ยิ้มกว้างไปหัวเราะไป	วลี	ซี speech ด้วยศัพท์พื้น ๆ ไม่เวอร์วัง แต่ซีเน้นอินเนอร์ เน้นจรีตเอ็กอ้ากเอา คือรอด
หน้าผมข่มเอง	นางงามทำผมและแต่งหน้า ด้วยตนเอง	วลี	Look4 ลงเครื่อง หน้าผมข่มเอง
ตึงนางรอง	ผู้ที่เป็นแฟนคลับของนางงามที่ได้ ตำแหน่งรองชนะเลิศ	วลี	จากใจตึงนางรอง การประกวด จบแล้วเราควรแพ้ให้เป็น น้ำใจ นักกีฬาต้องมี
จำฝูงแห่งเอเชีย	นางงามจากประเทศแถบเอเชีย ที่มีความสวย หรือความเด่นที่สุด ในการประกวด	วลี	เรามั่นจำฝูงแห่งเอเชีย จะแค้นเพื่อ
กายหยาบ	การได้เจอนางงามตัวจริง หรือ รูปร่าง หน้าตาของนางงามภายนอก	คำนาม	นี่ก็อยากได้นางงามที่กายหยาบ หรือเข้าหน้าฟ้าประทาน แบบปัง ๆ เหมือนกัน
สวยประจักษ์	สวยเป็นที่ประจักษ์ต่อสายผู้ชม ทุกคน	วลี	สวยประจักษ์ไม่ค่านายตาตั้งแต่ เข้ากองช่วงแรก ๆ
สะกดจิต	นางงามที่ไม่ค่อยสวย แต่แฟนคลับ ช่วยกันเฝ้ายอมภายในกลุ่ม	คำกริยา	มีงานก๊อสูของน้ำตาลมาก แต่เริ่ม ก็สวย สวยแบบไม่ต้องสะกดจิต สวยจริง
แบกชุด	ชุดที่นางงามสวมใส่ไม่เหมาะสม กับตัวนางงาม หรือ ชุดที่นางงาม สวมใส่ไม่สวย ทำให้นางงามต้องรับ ภาระในการแสดงออก เพื่อให้ชุดนั้น เหมาะสมกับตน หรือสวยงามขึ้น	วลี	แพรวทำดีมาก เอาอยู่สุด แบกชุด แบบหลังหัก ถ้าไม่ใช่แพรวคือ จิต (ตาย) แน่ ๆ
อูยอะยะ	ชุดที่รุ่งรังมีผ้าระบาย เป็นจำนวนมาก	คำคุณศัพท์	ชุดสวย ละเอียด ส่งหน้า ส่งหุ่น ใส่แล้วสวย ไม่แบกหาม ไม่อูยอะยะ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คำ	ความหมาย	ประเภทของคำ	ตัวอย่างการใช้ที่พบในเพลง
ไม่ตายละติน	นางงามที่สวยงาม หุ่นดี สู้นางงามจากประเทศแถบละตินได้	วลี	นางแบบเดินดีเวอร์สูง 175 ซม. ไม่จมน้ำไม่หาย ไม่ตายละติน
จมน้ำ	นางงามรูปร่างเล็กที่ต้องไปยืนกับนางงามที่มีรูปร่างสูงใหญ่ จึงถูกบังจนมองไม่เห็น	คำกริยา	นางงาม จมน้ำ บ้าง ไม่สวยบ้างเดินไม่ดีบ้าง
ลักขู	มาจากคำว่า luxury ในภาษาอังกฤษ แปลว่า หูหรา	คำคุณศัพท์	นางสาวแบบคุณหนู ขนตาองปังไม่ไหว มีความ ลักขู
พื้แรงมาก	นางงามที่ไม่ความโดดเด่นในรอบการประกวดก่อนหน้านี้ แล้วกลับมีความสวยงามโดดเด่นขึ้นมาในการประกวดรอบต่อไป	วลี	พื้แรงมาก ลูกสาว ผีก็ต่ออย่าหยุดอินเนอร์จิตมาแล้ว
ตื้นยัง	นางงามที่เคยมีคนพูดถึงแต่ยังไม่แสดงความโดดเด่นออกมา จึงมักจะถูกถามด้วยคำถามว่า ตื้นยังหรือ ตื้นหรือยัง	วลี	ล่าสุด ฟลิปปินส์ ตื้นแล้วไทยแลนด์ ตื้นยัง อะ
สับ	ลักษณะการเดินเข้าจังหวะดนตรีที่ใช้ในการประกวดอย่างกระฉับกระเฉงและมั่นใจ มักเป็นดนตรีที่มีจังหวะเร็ว และสนุกสนานที่ใช้ประกอบการเดินในรอบชุดว่ายน้ำ	คำวิเศษณ์	นางเดิน สับ มาก แต่ล้มตอนสุดท้ายแอบเสียดาย
สวยสับไม่หลับใน	นางงามที่สวยงามและเดินดีมาก	วลี	คุณแม่นั่ง สวยสับไม่หลับใน
จับมือ	นางงามที่เข้ารอบสองคนสุดท้าย	วลี	คู่ จับมือ !! สวยประจักษ์ สปีซได้ภาษาดี
ไม่เผื่อใจ	เชียร์นางงามคนนั้นแบบไม่ลังเล	วลี	ทีมอายุถ้อย 100% ไม่เผื่อใจ แล้ว
ใจแม่มา	นางงามที่กองเชียร์สนับสนุนทำผลงานได้ดีจนสร้างขวัญ กำลังใจและความหวังให้แก่กองเชียร์	วลี	เราไม่ห่วงน้องเลยตอนนี้ยัง ใจแม่มา ใจแม่ต่างคนต่างเชียร์พอร์ตนางงามตัวเองนะคะ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คำ	ความหมาย	ประเภทของคำ	ตัวอย่างการใช้ที่พบในเพลง
ใจ	คำสร้อยที่เอาไว้พูดต่อคำท้าย ชื่อนางงาม	คำนาม (คำสร้อย)	สวยจึ้งมันดีมาก แต่งกว่าแต่งใจ
ฟาด	สวย สู้นางงามคนอื่นได้	คำกริยา	เรื่อย ๆ มาเรียง ๆ แต่ฟาดมงใหญ่ไป 2 เว ภายในระยะเวลา 6 ปี
ฉ่ำ	สวย	คำคุณศัพท์	ฟาร่าห์สูงเท่า ในตำนาน ฉ่ำรับมง ม้วนเดียวจบ
ปัง	ดังมาก	คำคุณศัพท์	ปังไม่หยุด ปังแบบไม่มีอะไรมาถ่วง
ออว่า	เปล่งประกายความงามออกมา	คำคุณศัพท์	ลืมคล เสริมออว่า เอาใจ สปอนเซอร์
ฝิกะเลียหน้า	ฝิกะเป็นฝีพื้นบ้านภาคเหนือ มีลักษณะคล้ายฝีปอบ นักแสดง มักบูชาเพราะเชื่อว่าฝิกะที่ตน เลี้ยงไว้จะมาเลียใบหน้าทำให้ผู้แสดง มีใบหน้าที่สวยงาม หล่อ และมีเสน่ห์ คำว่าฝิกะเลียหน้า คือ นางงาม มีความสวยขึ้นมากอย่างผิดหูผิดตา จากเมื่อก่อน	วลี	ปีนี้ว่าสุด ฝิกะเลียหน้านางสุด จนสมตำแหน่ง Top 5
ฝิกะติดตม.	สืบเนื่องจากคำว่าฝิกะเลียหน้า ตม. มาจากคำว่าตรวจคนเข้าเมือง วลีนี้ จะใช้เมื่อ นางงามไปประกวดในต่าง ประเทศ แล้วไม่สวยเหมือนประกวด ในบ้าน เปรียบเสมือนกับฝิกะที่ไม่ ผ่านด่านตรวจคนเข้าเมือง จึงไม่ สามารถตามไปเลียหน้านางงามได้	วลี	ลูกสาวสร้างตำนานฝิกะติด ตม. เข้ากองไม่ได้
แพงมาก ซื่อไม่ไหว	นางงามที่สวยงาม และสวมใส่ชุด และเครื่องประดับที่หรูหรา มีราคาแพง	วลี	แพงมาก ซื่อไม่ไหว ราชินีกุลสุด ๆ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คำ	ความหมาย	ประเภทของคำ	ตัวอย่างการใช้ที่พบในเพลง
ลูกคุณหนู	นางงามที่มีลักษณะ รวมถึง การแต่งกายที่ดีมีฐานะ	วลี	ชาวผ่องอร่ามลูกคุณหนูสุด ๆ
ปลดล็อก	นางงามที่เคยมีลักษณะกังวลมาก่อน แต่กลับมาสดใสร่าเริงในการประกวด	คำกริยา	ยิ้มกว้าง ดูปลดล็อกดี ไม่มีกังวล สู้เค้า
เวเน	นางงาม หรือแฟนคลับ ชาวเวเนซุเอลา	คำนาม	เพลงนางงามยักษ์ใหญ่ของเวเน ประกาศโพล่าสุดออกมาแล้ว
ผิน	นางงาม หรือแฟนคลับชาวฟิลิปปินส์	คำนาม	บินสู่นิวออร์ลีน ในชุดเอกลักษณ์ ผิน แชนยก
เวียด	นางงาม หรือแฟนคลับชาวเวียดนาม	คำนาม	น้องเงาะ MU เวียด บินหลัง แอนนาหนึ่งวัน
แคม	นางงาม หรือแฟนคลับชาวกัมพูชา	คำนาม	ปีนี้แคมเชียร์นางงามบ้านนาง สุด ๆ เลย
ดองตา	นางงามที่ไม่ลบเครื่องสำอาง บริเวณดวงตาออก และทิ้งไว้ข้ามคืน	วลี	นางแต่งหน้าเอง แต่ดองตาไว้ แต่เมื่อวาน
ฟาร์มผม	นางงามที่มีผมหนามาก หรือสวมวิก ให้ผมแลดูหนาขึ้น	คำนาม	ชิกเนเจอร์อีกอย่างของเวเนคือ ต้นตำรับเรามีฟาร์มผม จริตเวเน เอาฟาร่าอยู่หมัด
ฉิดยา	การเียนยอยอย่างหนัก	คำนาม	กองเชียร์แอนนาฉิดยาเก่งมาก เชียร์เก่งบ๊วกเก่ง
ไม่ตายไมค์	นางงามที่ตอบคำถามได้ดี ไม่มี การสะดุด มีทักษะในการแก้ปัญหา ในการตอบคำถามเฉพาะหน้า	วลี	การฟิลด์ No. 31 คือ ดีมาก ไม่ตายไมค์ทุก ๆ คำถาม
ซ็อตไมค์	นางงามที่ตอบคำถามไม่ได้	วลี	ยายเดนมาร์ก ซ็อตไมค์ ตอบคำถามไม่ได้ จบด้วย See you next time
B2B	มาจากคำภาษาอังกฤษ Back to back แปลว่า ติดต่อกัน	คำคุณศัพท์	ตำนาน Miss International Venezuela ที่เกือบ B2B มา 3 ครั้ง

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คำ	ความหมาย	ประเภทของคำ	ตัวอย่างการใช้ที่พบในเพลง
แกง/แกงหม้อใหญ่	มาจากคำว่า “แก้ง” เมื่อรวมกับ “หม้อใหญ่” หมายถึง กลั่นแก้งหรือหลอกลวงครั้งใหญ่	วลี	ไทยแลนด์จะโดนช่างหน้าช่างผมแกงหรือไม่ คอยดูกันต่อไป
เยี้ยว	มาจากคำว่าเปรี้ยว หมายถึง สวยเปรี้ยว มีอีกนัยยะหนึ่ง คือ ตื่นเต้นในความสวยงามขั้นสุด จนไม่สามารถกลั้นปัสสาวะได้	คำนาม	ถ้าพรั่งนี้ Prelim มาลู่นี้กะเทยเยี้ยวแน่
เลิกดู/เลิกตาม	เป็นการพูดประชดประชันเนื่องจากนางงามที่ตนชื่นชอบไม่เข้ารอบหรือไม่ได้รับตำแหน่ง แต่แท้จริงยังคงชมและติดตามการประกวดเป็นประจำหลังจากนั้น	วลี	ถ้า (มาตรฐาน) ต่ำกว่านี้จะเลิกดูนางงามแน่นอน
ได้อยู่/สวยอยู่	กล่าวถึงนางงามที่ตนเชียร์ด้วยความเกรงใจแต่ในใจจริงหมายถึงไม่สวย	วลี	คือ ได้อยู่ค่ะ แต่ไม่ได้ทักใจอะไรเบอร์นั้น
กินรอบวง	นางงามสวยที่สุดในนางงามที่ถ่ายรูปร่วมกัน	วลี	ชุดไทยวันนี้กินรอบวง
แพแวด	ออกไปเดินข้างนอกห้องนอน หรือนอกสถานที่เก็บตัว	คำกริยา	น้องแต่งหน้าเสร็จ เตรียมตัวไปแพแวดแล้วค่ะ
ไม่ตายใคร	นางงามสามารถสู้นางงามคนอื่นได้	วลี	ปีนี้เวียดนามไม่ตายใครนะ

ภาษาที่ใช้สื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เฉพาะกลุ่ม เช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจ มักมีการสะกดคำ และมีความหมายของคำที่แตกต่างจากภาษาทางการตามหลักภาษา ความหมายที่บัญญัติโดยราชบัณฑิตสภา และพจนานุกรม มักใช้กันในกลุ่มในช่วงระยะเวลาหนึ่ง โดยอาจมีการสร้างคำใหม่ คำย่อ หรือคำที่มีความหมายเพี้ยนมาจาก

คำอื่น ลักษณะดังกล่าวตรงกับ สแลงตามที่สำนักงานราชบัณฑิตยสถาน ระบุว่า สแลง คือ ถ้อยคำหรือสำนวนที่ใช้เข้าใจกันเฉพาะกลุ่มหรือชั่วระยะเวลาหนึ่ง ไม่ใช่ภาษาที่ยอมรับกันว่าถูกต้อง (Office of the royal society, 2011) สอดคล้องกับ Crystal (2001) Agha (2015) และ Saputra & Marlina (2019) ที่ระบุว่า ภาษาที่ใช้สื่อสาร

ผ่านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นภาษาพูด ผ่านการพิมพ์ มีคำศัพท์ที่มีความหมายแตกต่างจาก ตันฉบับอย่างสิ้นเชิง และมีเพียงคนภายในกลุ่ม หรือสังคมเท่านั้นที่เข้าใจความหมายของสแลงนั้น โดยสาเหตุที่ทำให้ภาษามีลักษณะดังกล่าวนี้ อาจเป็นผลมาจากภาษาพูดที่ถูกสร้างขึ้นมาใช้กัน เฉพาะกลุ่ม แล้วนำมาใช้ในกลุ่มเฟซบุ๊กแฟนเพจ เพื่อให้ยังคงความรู้สึก อารมณ์ น้ำเสียงของผู้พูด ยามเผชิญหน้ากัน เพื่อคงบรรทัดหรือเพิ่มบรรทัด ในการสื่อสารผ่านตัวอักษร ทั้งนี้ภาษาที่ใช้ เฉพาะกลุ่มมักมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การศึกษาภาษาในลักษณะนี้จึงควรมีการเก็บข้อมูล อย่างสม่ำเสมอ ท้ายนี้คณะผู้วิจัยหวังว่าการศึกษา การใช้และการนำเสนอความหมายของสแลง ในเฟซบุ๊กแฟนเพจการประกวดนางงามจะเป็น ประโยชน์ต่อการศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง ของภาษา ความหลากหลายของการใช้ภาษา เพื่อการสื่อสารในสังคม และช่วยให้เกิดความเข้าใจ และยอมรับในพลวัตของภาษายิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

นอกจากการศึกษาความหมาย การใช้สแลง และคำตามที่ได้กล่าวมาแล้วในบทความ ควรมี การศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรศึกษาที่มาของสแลงที่ใช้กันในกลุ่ม นางงามเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากยังมีสแลง เกิดใหม่ที่ต้องระบุที่มาที่ไปของความหมายเพื่อให้

เกิดความเข้าใจที่ชัดเจน เช่น แดงไหน ป้าสาย เอกชัยเวน แก๊งพลังไบ แก๊งมันม่วง ฯลฯ ดังเห็นได้ จากการที่ผู้เข้ามาในกลุ่มสอบถามความหมาย ของสแลงเกิดใหม่ และเหตุใดจึงใช้สแลงดังกล่าว เป็นต้น

2. ควรศึกษาที่มาของสแลง กระบวนการ สร้างคำ ความหมาย และความสัมพันธ์ทาง ความหมาย จากสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่าง ๆ

3. ควรจัดเก็บสแลงในรูปสารสนเทศ เพื่อศึกษาคำที่เกิดขึ้นใหม่อย่างต่อเนื่อง อันจะเป็น ประโยชน์ต่อการศึกษาการเปลี่ยนแปลงและ วิวัฒนาการของภาษาต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณसानิจ ชันธทอง ผู้ดูแล แฟนเพจมงกุฎนางงาม คุณฐิติพงศ์ เหลืองสุวรรณ และคุณวารุณ มาละแซม จำปาทอง ผู้ใช้สแลง ที่อยู่ในกลุ่มแฟนเพจการประกวดนางงาม รวมถึง ผู้ทรงคุณวุฒิด้านภาษาไทยจากแขนงวิชาหลักสูตร และการสอน สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณี ยะหะกร สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณ แฟนนางงามไทยทุกท่านที่ทำให้การเชียร์นางงาม ทุกเวทีมีสีสันจากการใช้สแลงในบทสนทนา และการแสดงความคิดเห็นที่น่าสนใจและมีเอกลักษณ์ เฉพาะกลุ่ม

REFERENCES

- Adams, M. (2009). **Slang: The people's poetry**. New York: Oxford university press.
- Agha, A. (2015). Tropes of slang. **Signs and Society**, 3(2), 306-330.
- Alawiyah, S., Zuriyati, & Lustyantje, N. (2021). Slang language as representatives of social culture identity in film step up 2 the streets. **International Journal of Language Education and Cultural Review**, 7(2), 204-213.
- Brand Buffet. (2023). **10 Trends must know, 2023 marketing guide for business advantage**. Retrieved from <https://www.brandbuffet.in.th/2023/01/2023-hand-book-post-pandemic-study-by-mi-group/> [2023, 4 Jan.]
- Chaithaisong, S. (2019). Gender identity communication of beauty queen fan club: a case study of homosexual fan club toward Miss Universe Thailand pageant. **Chandrakasemsarn**, 26(2), 264-278.
- Chaithaisong, S. & Hinviman, S. (2020). Nationalism Identity Communication of Beauty Queen Fan Club: A Case Study of Homosexual Fan Club toward Miss Universe Thailand Pageant. **MFU Connexion: Journal of Humanities and Social Sciences**, 9(1), 123-148.
- Crystal, D. (2001). **Language and the Internet**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Goffman, E. (1963). **Stigma: Notes on the management of spoiled identity**. New York: Prentice-Hall.
- Hodkinson, P. (2002). **Goth: Identity style and subculture**. New York: Oxford university press.
- Hogg, M. A., & Terry, D. J. (2000). Social identity and self-categorization processes in organizational contexts. **The Academy of Management Review**, 25(1), 121-140.
- Jenkins, R. (2000). Categorization: Identity, Social Process and Epistemology. **Current Sociology**, 48(3), 7-25.
- Kayanan, J. (2011). **Behavior and the Impact of Using Social Network Site: www.facebook.com**. (Master degree individual study). Thammasat University, Bangkok.
- Longman. (2023). **Slang**. Retrieved from <https://www.ldoceonline.com/dictionary/slang> [2023, 6 Mar.]

- Office of the royal society. (2011). **The royal institute dictionary. The official and prescriptive dictionary of Thai language.** Bangkok: Nanmee Publishing.
- Saputra, L., & Marlina, L. (2019). An analysis of slang words used by Instagram account Plesbol. **E-Journal of English Language and Literature**, 8(3), 329-339.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1991). **Consumer behavior.** New York: Prentice-Hall.
- Tuntimala, C. (2013). Skoy Language: Incident Culture. **Institute of Culture and Arts Journal**, 14(2), 122-131.
-