

การศึกษารูปแบบและกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในเฟซบุ๊กเพจสัตว์โลกอมติน

STUDY OF CONTENT PRESENTATION FORMATS AND STRATEGIES FOR CREATING
HUMOR ON SUDLOKOMTEEN FACEBOOK PAGEทัศนีย์ ระไหวนอก¹, พิชญาวี ทองกลาง²มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา^{1,2}Tassanee Rawainok¹, Phitchayawee Thongklang²Nakhon Ratchasima Rajabhat University^{1,2}Corresponding Author E-mail : Noodaeng8031@gmail.com¹, phitchayawee@gmail.com²

(Received : June 17, 2025; Edit : June 27, 2025; accepted : June 29, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กเพจสัตว์โลกอมติน และเพื่อศึกษาการใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขันในเฟซบุ๊กเพจสัตว์โลกอมติน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการนำเสนอ มี 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพ (ภาพถ่าย ภาพวาดหรือภาพการ์ตูน ภาพอินเทอร์เนตมีม และภาพรวมเป็นอัลบั้ม) รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความสถานะ และรูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่น ซึ่งมีหลายประเภท เช่น การนำเสนอด้วยข้อความประกอบภาพ การนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่นประกอบภาพวาดหรือภาพการ์ตูน การนำเสนอด้วยข้อความ การนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่นประกอบวิดีโอทัศน์ เป็นต้น ด้านวิธีการใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขันในเพจเฟซบุ๊กสัตว์โลกอมติน มีลักษณะการใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขันมี 7 กลวิธีสำคัญ ได้แก่ การใช้ภาษาที่หลากหลาย (คำสแลง คำหยาบ ภาษาถิ่น คำพวน) การใช้เครื่องหมายและสัญลักษณ์ การใช้ภาษาต่างประเทศ การเล่นคำ (การซ้ำคำ การใช้คำพ้อง) การเล่นเสียงสัมผัสสระ การเพี้ยนเสียง และการสลับตำแหน่งพยางค์

คำสำคัญ : กลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน, รูปแบบการนำเสนอ, การใช้ภาษา



Abstract

This study was aimed at investigating the presentation formats of Sudlokomteen Facebook Page and the uses of language to create humor on Sudlokomteen Facebook Page and the use of language to create humor on this platform. The results of the study revealed three main presentation formats: 1. Presentation by image, which is divided into four types: photographs, drawings or cartoons, Internet memes, and albums, 2. Presentation by status, and 3. Presentation by caption, which is divided into five types: messages with images, captions with drawings or cartoons, captions with albums, captions with videos, and captions with Internet memes. There were seven uses of language to create humor on Sudlokomteen Facebook Page: 1. Use of slangs, vulgar words, local dialects, and spoonerisms, 2. Use of signs and symbols, 3. Use of foreign languages, 4. Use of word repetitions and homonyms, 5. Use of vowel sounds, 6. Use of distorting sounds, and 7. Use of alternative consonant positions.

Keywords: Creation of humor, Presentation formats, Uses of language

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคสมัยที่เทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการขยายตัวของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้รูปแบบการสื่อสารของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ โซเชียลมีเดียกลายเป็นพื้นที่หลักในการสื่อสารแสดงความคิดเห็น และสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นผ่านข้อความ ภาพ วิดีโอ หรือสื่อผสมรูปแบบต่าง ๆ เช่น การไลฟ์สด การแชร์อินเทอร์เน็ตมิม และการโพสต์แคปชั่นแนบภาพ (แบรนด์เจจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส, 2567) โดยพบว่าผู้ใช้งานชาวไทยสูงถึง 68.3% ของประชากรทั้งหมด ซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนผ่านจากการสื่อสารแบบทางเดียวในสื่อดั้งเดิม ไปสู่การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและโต้ตอบได้แบบเรียลไทม์ โซเชียลมีเดียจึงมิได้เป็นเพียงพื้นที่เผยแพร่ข้อมูลเท่านั้น หากยังเป็นเวทีในการสร้าง “วาทกรรมร่วมสมัย” ที่แผ่ทั้งความรู้ สารบันเทิง และมุมมองทางสังคม

มุกตลกหรือเนื้อหาสร้างอารมณ์ขันที่มักถูกใช้เป็นกลวิธีในการวิพากษ์ เสียดสี หรือสะท้อนความขัดแย้งในสังคมในรูปแบบที่ผู้รับสารสามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีส่วนร่วม การศึกษาเนื้อหาดังกล่าวจึงไม่เพียงสะท้อนแนวโน้มการใช้ภาษาในยุคดิจิทัล แต่ยังเป็นการเปิดเผยพลวัตของวัฒนธรรมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้คนในสังคมปัจจุบันหนึ่งในประเภทเนื้อหาที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย นอกจากจะมุ่งหวังสร้างความบันเทิงแล้ว ยังแฝงนัยทางสังคม เช่น การล้อเลียน เสียดสี หรือสะท้อนภาพชีวิตประจำวัน

เฟซบุ๊กเพจ “สัตว์โลกอมติน” ซึ่งมีลักษณะเด่นในการนำเสนอเนื้อหาผ่านภาพสัตว์และข้อความที่เล่นกับภาษาในเชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะวลี “รู้มือไร” ที่กลายเป็นวาทกรรมเฉพาะของเพจ และมีบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ของผู้ใช้ รวมถึงเชิญชวนให้ผู้อ่านตีความเนื้อหาในบริบทของตนเอง เพจสัตว์โลกอมตินมีการใช้กลวิธีทางภาษาอย่างหลากหลาย เช่น การเล่นคำ เล่นเสียง การใช้คำพวน คำพ้อง ภาษาถิ่น ภาษาต่างประเทศ และการเพี้ยนเสียง ซึ่งทั้งหมดล้วนเป็นเครื่องมือในการสร้างความขบขัน โดยอาศัยพื้นฐานทางภาษาศาสตร์ สังคมวิทยา และวัฒนธรรมร่วมสมัยมาเป็นองค์ประกอบร่วมกัน ทำให้เนื้อหาของเพจไม่ได้เป็นเพียงมุกตลกธรรมดา หากแต่เป็นการสื่อสารแบบหลายมิติ (multilayered communication) ที่กระตุ้นทั้งอารมณ์ขันและการตีความเชิงวิพากษ์ของผู้รับสาร ผลงานของเพจจึงเป็นตัวอย่างสำคัญที่แสดงให้เห็นว่า “ภาษา” ในสื่อออนไลน์สามารถเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการสร้างอารมณ์ขัน สร้างการมีส่วนร่วม และสะท้อนพลวัตทางสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดดเด่นในการสร้างอารมณ์ขันและได้รับความนิยม ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษารูปแบบการนำเสนอ และกลวิธีการใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขันในเฟซบุ๊กเพจสัตว์โลกอมติน เพื่อทำความเข้าใจกลไกและรูปแบบการสร้างอารมณ์ขัน โดยหวังให้การศึกษาครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการทำความเข้าใจการใช้ภาษาบนสื่อสังคม และการออกแบบเนื้อหาตลกในยุคดิจิทัลอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

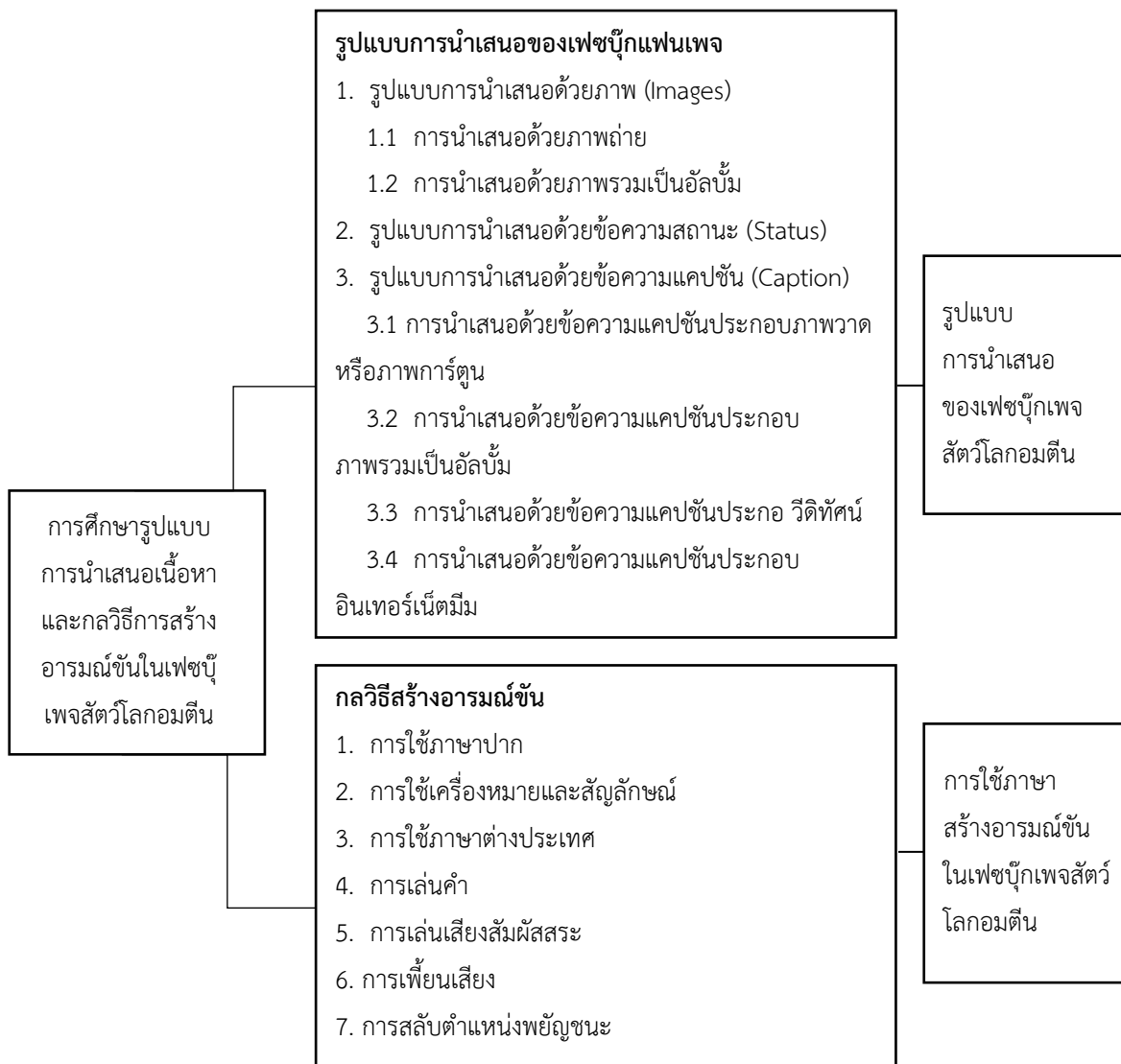
1. เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กเพจสัตว์โลกอมติน
2. เพื่อศึกษาการใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขันในเฟซบุ๊กเพจสัตว์โลกอมติน

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างความขบขัน ในเพจสัตว์โลกอมติน
2. ทำให้ทราบถึงลักษณะการสร้างสรรคและพลิกแพลงภาษาเพื่อตอบสนองความสนใจของผู้อ่านในยุคปัจจุบัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษารูปแบบการนำเสนอในเฟซบุ๊กเพจสัตว์โลกอมตัม ผู้วิจัยวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กตามแนวคิดของ ณัฐพล ไยไพโรจน์ และอารดา ประทีนอักษร (2563, น. 111-178) และวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาสร้างอารมณ์ตามแนวคิดของนภดล จันทรพิชญ์ (2557, น. 39-40) วิเศษ ชาญประโคน (2550, น. 39-88) และสุนันท์ อัญชลีนุกูล (2562, น. 24-203) กำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



กรอบแนวคิดที่ 1

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษารูปแบบและกลวิธีการใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขันในเพจเฟซบุ๊กสัตว์โลกอมตัม ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กเพจสัตว์โลกอมตัม และเพื่อศึกษาการใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขันในเฟซบุ๊กเพจสัตว์โลกอมตัมโดยกำหนดขั้นตอนการวิจัยออกเป็น การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอผลการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การศึกษาวิจัย เรื่องการศึกษารูปแบบและกลวิธีการใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขันในเพจเฟซบุ๊กสัตว์โลกอมตัม ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแฟนเพจเฟซบุ๊กสัตว์โลกอมตัม

2. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 ถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2565 จำนวน 1,370 โพสต์ เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของเฟซบุ๊กเพจสัตว์โลกอมติน

3. ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากโพสต์ในเพจเฟซบุ๊ก “สัตว์โลกอมติน” ทั้งหมดจำนวน 1,370 โพสต์ ก่อนจะคัดเลือกเฉพาะโพสต์ที่มีข้อความใช้ภาษาในการสร้างมุกตลกเพื่อนำมาวิเคราะห์จำนวนทั้งสิ้น 166 โพสต์ โดยไม่รวมโพสต์ที่เน้นการสร้างอารมณ์ขันผ่านภาพเพียงอย่างเดียว โฆษณา หรือวิดีโอ ทั้งนี้ การวิเคราะห์มุ่งเน้นเฉพาะด้านข้อความที่ใช้กลวิธีทางภาษาในการสร้างอารมณ์ขันเท่านั้น

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กเพจสัตว์โลกอมตินตามแนวคิดของ (ณัฐพล ไยไพโรจน์;อาราดา ประทีนอักษร,2563;111-178) พบการนำเสนอเนื้อหาของเฟซบุ๊กเพจสัตว์โลกอมติน แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบคือ 1. รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพ ได้แก่ การนำเสนอด้วยภาพถ่าย และการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม 2. รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความสถานะ 3. รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่นประกอบภาพ ซึ่งภาพที่ทางเพจเฟซบุ๊กสัตว์โลกอมตินนำมาใช้ ได้แก่ ภาพวาดหรือภาพการ์ตูน ภาพอินเทอร์เน็ตมีม และภาพรวมเป็นอัลบั้ม เฟซบุ๊กเพจสัตว์โลกอมตินนำเสนอเนื้อหาที่สะท้อนเอกลักษณ์ และมีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายทำให้ตอบสนองความต้องการของผู้ติดตามได้ ทั้งจากโพสต์ ภาพ ข้อความ วิดีทัศน์ เพื่อสร้างอารมณ์ขันตามวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งเพจสัตว์โลกอมตินดังนี้

1. รูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ

1.1 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพ (Images) เป็นการนำเสนอเรื่องราวผ่านรูปภาพเพียงอย่างเดียวไม่มี ข้อความอธิบายภาพหรือแคปชั่น (Caption) ประกอบ โดยภาพที่ใช้นำเสนอประกอบด้วย ภาพถ่าย ภาพวาดหรือภาพการ์ตูน ภาพอินเทอร์เน็ตมีม และภาพรวมเป็นอัลบั้มตัวอย่างที่ 1 การนำเสนอด้วยภาพถ่าย



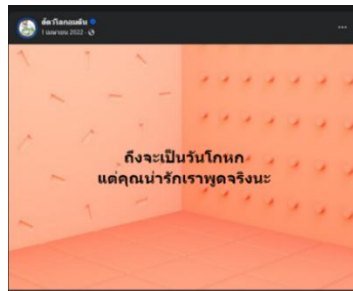
ภาพ 1 วังเหล็ก

ที่มา: เฟซบุ๊กสัตว์โลกอมติน (2565, ออนไลน์)

จากภาพที่ 1 เป็นรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาด้วยข้อความแคปชั่นประกอบ ภาพถ่ายว่า “วังนี้” พร้อมกับภาพป้ายสีแดงมีข้อความว่า “วังเหล็ก” และเบอร์โทรติดต่อ หากอ่านแคปชั่นและข้อความในภาพต่อกันจะได้ข้อความว่า “วังนี้ วังเหล็ก” ซึ่งเป็นการออกเสียงล้อเลียนสำเนียงจีน โดยการเปลี่ยนเสียงตัวสะกด /น/ เป็น /ง/ คำว่า “วัน” จึงออกเสียงว่า “วัง” ส่วนคำว่า “เหล็ก” มาจากคำว่า “เด็ก” จึงอ่านได้ว่า “วันนี่ วันเด็ก” ตรงกับวันที่แอดมินเผยแพร่โพสต์คือวันที่ 8 มกราคม พ.ศ.2565 ซึ่งเป็นวันเด็กแห่งชาติ

1.2 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความสถานะ (Status) เป็นรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาด้วยข้อความ ตัวอักษรเพียงอย่างเดียว ไม่มีรูปภาพหรือสิ่งใด ๆ ประกอบ โดยแอดมินโพสต์แสดงความคิดเห็นหรือความรู้สึก ด้วยตัวเอง

ตัวอย่างที่ 2 การนำเสนอด้วยข้อความสถานะ (Status)



ภาพ 2 วันโกหก

ที่มา: เพจสัตว์โลกอมติน (2565, ออนไลน์)

จากภาพที่ 2 เป็นรูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความสถานะ (Status) ที่โพสต์ว่า “ถึงจะเป็นวันโกหก แต่คุณน่ารัก เราพูดจริงนะ” โพสต์นี้ถูกเผยแพร่ในวันที่ 1 เมษายน เป็นวันเอพริลฟูลส์เดย์ (April Fool’s Day) โดยผู้คนจะเล่นมุกตลก หรือเล่าเรื่องโกหกหลอกลวงกัน ซึ่งความบันเทิงจากการเล่นมุกตลกเกี่ยวกับวันโกหกนี้ ทำให้ได้รับความสนใจ และการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นจากผู้ติดตามเพจ

1.3 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่น (Caption) เป็นการนำเสนอเนื้อหาด้วยข้อความ อธิบายประกอบสิ่งต่าง ๆ เช่น ภาพ (Images) วิดีทัศน์ (Video Clip) ลิงก์ (Link) การแพร่ภาพสด (Live) และการสร้างแบบสำรวจความคิดเห็น (Poll) เพื่ออธิบายให้ผู้รับสารหรือผู้ติดตามเข้าใจสิ่งที่แอดมินโพสต์ หรืออาจเป็นการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวต่อโพสต์ นั้น ๆ โดยการนำเสนอด้วยข้อความ ตัวอย่างที่ 3 การนำเสนอด้วยแคปชั่นประกอบภาพวาดหรือภาพการ์ตูน



ภาพ 3 ภาพ Saint Seiya

ที่มา: เพจสัตว์โลกอมติน (2565, ออนไลน์)

จากตัวอย่างภาพที่ 4.14 แอดมินโพสต์ภาพวาดการ์ตูน Saint Seiya มีข้อความประกอบว่า “มาแล้วลูกจ๋า ชุดโกเซนต์ที่หนูอยากได้” ซึ่งข้อความนี้มาจากการแปลงเนื้อเพลง โกโกวา ของ Tongtang Family เป็นผู้ขับร้อง โดยเนื้อเพลงต้นฉบับขับร้องว่า “มาแล้วลูกจ๋า ชุดโกโกวาที่หนูอยากได้” เป็นการล้อเลียนกระแสเพลงและซีรีส์เรื่อง Squid Game ในฉากตึกตาสังหาร ชุดโกโกวา คือชุดเอี๊ยมสีส้มที่ตึกตาสังหาร “ยองฮี” หนุนยัดในเกมเออีโอโอโยสุวมใส่ ซึ่งต้นแบบของตึกตาสังหารมีมาตั้งแต่ผู้หญิงในตำราเรียนเด็กของเกาหลี โดยก่อนหน้านี้ชุดโกโกวาเคยเป็นกระแสในช่วงแรกที่ซีรีส์ออกฉาย จากนั้นมีคนดัดอย่างลึซ่า BLACKPINK และอีกหลายคนนำมาสวมใส่เลียนแบบในช่วงเทศกาลฮาโลวีน ทำให้ชุดโกโกวาได้รับความนิยมในหมู่เด็ก ๆ จากโพสต์เนื้อเพลงโกโกวาถูกแปลงเป็นชุดโกเซนต์เพราะการ์ตูนเรื่อง Saint Seiya เป็นการ์ตูนที่ตีพิมพ์ ค.ศ. 1986 วาดและแต่งเรื่องโดย มาซามิ คุรุมาตะ มีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับสงครามและการต่อสู้ จึงทำให้ชุดของตัวละครเพิ่มขึ้นตามความเก่งของตัวละคร การวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอ

ของเฟซบุ๊กเพจสัตว์โลกอมตินสามารถสรุปการวิเคราะห์ตามตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปผลการศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของเพจเฟซบุ๊กสัตว์โลกอมติน

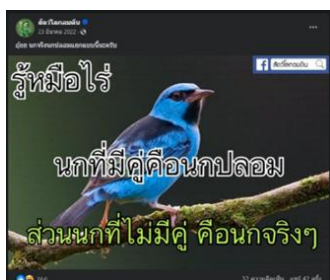
ประเภทการนำเสนอเนื้อหา	ความถี่	ร้อยละ
1. รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพ	39	2.84
2. รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความสถานะ	359	26.20
3. รูปแบบการนำเสนอข้อความแคปชัน	627	45.77
4. อื่น ๆ	345	25.19
รวม	1,370	100

จากตารางที่ 1 พบว่า รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่เฟซบุ๊กเพจ “สัตว์โลกอมติน” ตามแนวคิดของ ญัฐพล ไยไฟโรจน์ และอาราดา ประทินอักษร (2563, น. 111-178) ใช้มากที่สุด คือ รูปแบบการนำเสนอข้อความแคปชัน (caption) จำนวน 627 โพสต์ คิดเป็นร้อยละ 45.77 ของโพสต์ทั้งหมด ลำดับถัดมา คือ การนำเสนอด้วยข้อความสถานะ (status) จำนวน 359 โพสต์ คิดเป็นร้อยละ 26.20 สำหรับเนื้อหาประเภท “อื่น ๆ” ซึ่งได้แก่การแชร์โพสต์จากแหล่งอื่น หรือภาพแคปหน้า จอบทสนทนา มีจำนวน 345 โพสต์ คิดเป็นร้อยละ 25.19 ขณะที่รูปแบบการนำเสนอด้วยรูปภาพเพียงอย่างเดียว โดยไม่มีข้อความ ประกอบ พบเพียง 39 โพสต์ คิดเป็นร้อยละ 2.84

2. การใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขันในเฟซบุ๊กเพจสัตว์โลกอมติน

2.1 การใช้ภาษาปาก หมายถึง ภาษาที่ใช้สื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ ทั้งการพูดและการเขียน

ตัวอย่างที่ 4 คำสแลง



ภาพ 4 ภาพนก

ที่มา: เพจสัตว์โลกอมติน (2565, ออนไลน์)

จากภาพ 4 แอดมินได้นำเสนอภาพนก พร้อมกับข้อความว่า “รู้มือไร นกที่มีคู่คือนกปลอม ส่วนนกที่ไม่มีคู่คือนกจริง” คำว่า “นก” หมายถึง สัตว์มีกระดูกสันหลัง เลือดอุ่น มี 2 เท้า 2 ปีก และมีขนปกคลุมร่างกาย แต่จากข้อความนี้ แอดมินไม่ได้กล่าวถึง “นก” ที่เป็นสัตว์ แต่คำว่า “นก” ที่กล่าวถึง ใช้แทนบุคคลที่ไม่สมหวัง มีความหมายว่า พลาดในสิ่งที่คาดหวังหรือไม่ เป็นไปตามความคาดหมาย จากข้อความข้างต้น “นก” จึงหมายถึง การไม่มีคู่ เป็นการใช้คำสแลงเพื่อสร้างอารมณ์ขัน

2.2 การใช้เครื่องหมายและสัญลักษณ์ หมายถึง เครื่องหมายที่เขียนกำกับ กลุ่มคำ ประโยคหรือข้อความให้มีความเด่นชัด เพื่ออ่านได้อย่างถูกต้องและชัดเจน ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายได้ชัดเจน ตัวอย่างที่ 5 การใช้สัญลักษณ์



ภาพ 5 ภาพอียอร์

ที่มา: เพจสัตว์โลกอมติน (2565, ออนไลน์)

จากภาพ 5 แอดมินได้นำเสนอภาพอียอร์ ตัวห้อย และคนร้องเพลง พร้อมกับข้อความว่า “ อียอร์ อียอร์ เห้.. อียอร์ เห้” คำว่า “อียอร์” เป็นตัวละครตัวหนึ่งในเรื่อง หมีพูห์ หรือ วินนี่-เดอะ-พูห์ (Winnie-the-Pooh) แต่ออกเสียงคล้ายกับ “In your head” ในเนื้อเพลง Zombie ร้องโดย Cranberries พบการใช้เครื่องหมายจุดไข่ปลา ใช้เพื่อให้ผู้อ่านลากเสียงคำว่า “เห้..” ให้ยาวขึ้น ตามทำนองของเพลงต้นฉบับ

2.3 การใช้ภาษาต่างประเทศ หมายถึง เครื่องหมายที่เขียนกำกับ กลุ่มคำ ประโยคหรือข้อความให้มีความเด่นชัด เพื่ออ่านได้อย่างถูกต้องและชัดเจน ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายได้ชัดเจน

ตัวอย่างที่ 6 การใช้ภาษาต่างประเทศ

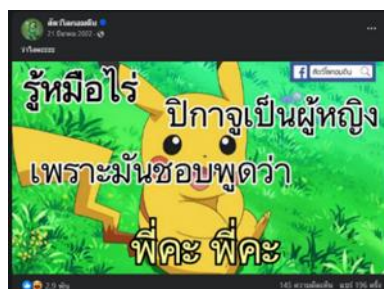


ภาพ 6 ภาพข้าวโพด

ที่มา: เพจสัตว์โลกอมรินทร์ (2565, ออนไลน์)

จากภาพ 6 แอดมินนำเสนอโดยใช้ภาพข้าวโพด พร้อมกับข้อความว่า “รู้หมื่อไร ในญี่ปุ่นข้าวโพดเป็นพืชที่ฮามากที่สุด เพราะคนญี่ปุ่นชอบพูดว่า Corn นิจีวะ” ใช้ภาษาต่างประเทศในการสร้างอารมณ์ขัน คือคำว่า “Corn” แปลว่า ข้าวโพด จากข้อความข้างต้น ข้อความว่า “Corn นิจีวะ” ได้ออกเสียงคล้ายกับคำว่า こんにちは (คอนนิจิวะ) ในภาษาญี่ปุ่น แปลว่าสวัสดีตอนกลางวัน แต่แอดมินใช้คำว่า “จี” เป็นซึ่งเป็นคำสแลง หมายถึง ตลกขบขัน และใช้คำว่า “วะ” เป็นคำลงท้าย “Corn นิจีวะ” จึงแปลว่า ข้าวโพดตลก ซึ่งตรงกับข้อความที่แอดมินต้องการที่จะสื่อสาร ไม่เกี่ยวข้องกับคำทักทายของประเทศญี่ปุ่นแต่อย่างใด

2.4 การเล่นคำคือ การนำคำที่มีรูปหรือเสียงพ้องกันหรือใกล้เคียงกันมาเล่นพลกเพลงให้เกิดความหมายพิเศษและแปลกออกไปจากเดิม ตัวอย่างที่ 7 การซ้ำคำ



ภาพ 7 ภาพปิกาจู

ที่มา: เพจสัตว์โลกอมรินทร์ (2565, ออนไลน์)

ปิกาจู หรือ Pikachu เป็นตัวการ์ตูนจากเรื่อง Pokemon ที่ได้รับความนิยมจากประเทศญี่ปุ่น ลักษณะคล้ายหนูไฟฟ้า เป็นโปเกมอนประเภทไฟฟ้า จูโจมโดยใช้ไฟฟ้าพุ่งใส่คู่ต่อสู้ จากข้อความข้างต้น “รู้หมื่อไร ปิกาจูเป็นผู้หญิง เพราะมันชอบพูดว่า พีคะ พีคะ” มีการใช้คำซ้ำ คือคำว่า “พีคะ พีคะ” คำว่า “คะ” เป็นคำลงท้ายที่ผู้หญิงใช้ต่อคำถามหรือแสดงความสงสัยเพื่อความสุภาพ ออกเสียงคล้ายกับเสียงร้อง “Pika” ของตัวละคร Pikachu

2.5 การเล่นเสียงสัมผัสสระ หมายถึง การใช้คำที่มีเสียงสอดคล้องกันโดยมีเสียงสระและมาตราตัวสะกดเดียวกัน อาจสัมผัสกันในลักษณะอยู่เคียงกันหรือมีคำอื่นมาแทรกตรงกลางก็ได้ ตัวอย่างที่ 8 การเล่นเสียงสัมผัส



ภาพ 8 ภาพแกงจืดมะระยัดไส้

ที่มา: เพจสัตว์โลกอมิติน (2565, ออนไลน์)

ตัวอย่างที่ 8 “หมุยัดไส้ต้องใช้มะระ รักนะคะใช้กะเธอ” แอดมินได้สร้างเนื้อหาที่มีการใช้เสียงสัมผัส วรรคละเจ็ดพยางค์ โดยใช้สระอะ ระหว่างคำว่า “มะระ” กับ “นะคะ” เป็นสัมผัสสระหว่างวรรค ให้มีสัมผัสคล้องจองกัน ทำให้ข้อความมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น และเป็นการเล่นเสียงสัมผัสสระเพื่อให้เกิดอารมณ์ขัน

2.6 การเพี้ยนเสียง การดัดแปลงเสียงของคำ ข้อความหรือประโยค โดยการนำพยัญชนะหรือตัวอักษรมาดัดแปลงหรือสับเปลี่ยนรูปคำไทยหรือคำภาษาอื่นที่มาจากให้ผิดเพี้ยนหรือแตกต่างไปจากเดิม จนกลายเป็นศัพท์ใหม่ และมีความหมายใหม่ หรืออาจคงความหมายเดิม ตัวอย่างที่ 9 การเพี้ยนเสียงพยัญชนะ



ภาพ 9 ภาพสุนัขพิตบูล

ที่มา: เพจสัตว์โลกอมิติน (2565, ออนไลน์)

จากภาพ 9 แอดมินโพสต์ภาพสุนัขพิตบูล และใช้ภาษาในลักษณะของการตั้งคำถามว่า “รู้หมื่อไร” หมาที่สามารถสร้างอันตรายถึงชีวิตได้คือ หมาพิซง” คำว่า “พิซง” หมายถึง สิ่งที่น่าเป็นอันตราย เมื่อเข้าสู่ร่างกายจะทำให้ตาย เจ็บปวดหรือพิการได้ คำว่า “พิซง” นั้นเพี้ยนเสียงมาจากคำว่า “พิตบูล” หรือ “Pitbull” หมายถึง ชื่อเรียกสายพันธุ์สุนัขขนาดกลางถึงใหญ่ กล้ามเนื้อส่วนบนแข็งแรง มีบุคลิกแข็งแรงและพลังงานมาก ทำให้คนส่วนใหญ่เข้าใจว่า “พิตบูล” เป็นสุนัขที่โหดร้าย และอาจสร้างอันตรายถึงชีวิตได้ ดังที่แอดมินกล่าวข้างต้น

2.7 การสลับตำแหน่งพยัญชนะ หมายถึง การนำคำมาวางตำแหน่งพยัญชนะ สระ และวรรณยุกต์ใหม่ ให้แตกต่างไปจากเดิม เมื่อผู้อ่านเรียงตำแหน่งถูกต้อง ก็จะเข้าใจความหมายของคำ

ตัวอย่างที่ 10 การสลับตำแหน่งพยัญชนะ



ภาพ 10 ภาพดาวเสาร์

ที่มา: เพจสัตว์โลกอมิติน (2565, ออนไลน์)

จากภาพ 10 แอดมินโพสต์ภาพดาวเสาร์ พร้อมกับข้อความว่า “ดาวเสาร์ ยาด์เสาร์” คำว่า “ดาวเสาร์” หรือ “Saturn” หมายถึง ดาวเคราะห์ขนาดใหญ่ในระบบสุริยะจักรวาล มีระบบวงแหวนล้อมรอบ มีองค์ประกอบส่วนใหญ่เป็นน้ำแข็ง แต่คำว่า “ดาวเสาร์” ที่แอดมินกล่าวถึงคือ “ดาว” เมื่ออ่านจากหลังมาหน้าคือคำว่า “วาด” คำว่า “ดาวเสาร์” ที่แอดมินนำมาใช้ในภาพแรก จึงหมายถึง ภาพวาดของดาวเสาร์ ส่วนคำว่า “ยาด์” เมื่ออ่านจากหลังมาหน้าคือคำว่า “ถ่าย” หมายถึง บันทึกภาพโดยวิธีให้แสงจากสิ่งที่ถ่ายลงไปบนแผ่นวัสดุใส แอดมินเขียนโดยเริ่มจากตัวสะกด สระพยัญชนะต้นและวรรณยุกต์เมื่ออ่านจากหลังมาหน้า ผู้อ่านจึงเข้าใจความหมาย ในภาพที่สอง “ยาด์เสาร์” จึงหมายถึง ภาพถ่ายของดาวเสาร์

ตาราง 2 สรุปประเภทการใช้ภาษาของเพจบุ๊กเพจสัตว์โลกอมิติน

ประเภทการใช้ภาษา	ความถี่	ร้อยละ
1. ภาษาปาก	15	9.03
2. เครื่องหมายและสัญลักษณ์	3	1.80
3. ภาษาต่างประเทศ	33	19.87
4. การเล่นคำ	19	11.44
5. การเล่นเสียงสัมผัส	3	1.80
6. การเพี้ยนเสียง		
6.1 การเพี้ยนเสียงพยัญชนะ	16	9.36
6.2 การเพี้ยนเสียงสระ	17	10.24
6.3 การเพี้ยนเสียงวรรณยุกต์	10	6.02
6.4 การเพี้ยนเสียงพยัญชนะและสระ	6	3.61
6.5 การเพี้ยนเสียงพยัญชนะและวรรณยุกต์	16	9.63
6.6 การเพี้ยนเสียงสระและวรรณยุกต์	5	3.01
6.7 การเพี้ยนเสียงพยัญชนะ สระ และวรรณยุกต์	12	7.22
7. การสลับตำแหน่งพยัญชนะ	3	1.80
8. อื่น ๆ	8	4.81
รวม	166	100

ตารางที่ 2 พบว่า กลวิธีการใช้ภาษาที่เพชบุ๊กลูกสัตว์โลกอมตินตามแนวคิดของนภดล จันทรเพ็ญ (2557, น. 39-40) วิเศษ ชาญประโคน (2550, น. 39-88) และสุนันท์ อัญชลินกุล (2562, น. 24-203) พบกลวิธีการสร้างอารมณ์ขึ้นทั้งหมด 7 ประเภท โดยกลวิธีที่พบมากที่สุด คือ การเพี้ยนเสียงซึ่งปรากฏจำนวน 82 โฟสต์ คิดเป็นร้อยละ 49.39 กลวิธีที่พบมากเป็นอันดับสอง คือ การใช้ภาษาต่างประเทศ โดยพบจำนวน 33 โฟสต์ คิดเป็นร้อยละ 19.87 ลำดับถัดมาคือ การเล่นคำ ซึ่งปรากฏ 19 โฟสต์ คิดเป็นร้อยละ 11.44 ลำดับถัดมา คือ การใช้ภาษาปาก พบจำนวน 15 โฟสต์ คิดเป็นร้อยละ 9.03 และกลวิธีอื่น ๆ ที่ไม่ปรากฏในเกณฑ์พบจำนวน 8 โฟสต์ คิดเป็นร้อยละ 4.81 ส่วนกลวิธีที่พบต่ำสุด ได้แก่ การใช้เครื่องหมายและสัญลักษณ์ การเล่นเสียงสัมผัส และการสลับตำแหน่งพยางค์ ซึ่งปรากฏเพียง 3 โฟสต์ คิดเป็นร้อยละ 1.80

สรุปผลการวิจัย

การศึกษารูปแบบและกลวิธีการใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขึ้นในเพลงเพชบุ๊กลูกสัตว์โลกอมติน สรุปผลการศึกษาได้ 2 ประเด็นดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. รูปแบบการนำเสนอ

รูปแบบการนำเสนอในเพลงเพชบุ๊กลูกสัตว์โลกอมติน แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ

1) รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1.1) การนำเสนอด้วยภาพถ่าย เพลงเพชบุ๊กลูกสัตว์โลกอมตินนำเสนอโดยใช้เฉพาะภาพถ่ายไม่มีการดัดแปลงหรือต่อเติมภาพ แต่ผู้รับสารสามารถเข้าใจและตีความได้ว่าแอดมินมีเจตนาสื่อสารเรื่องใด

1.2) การนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม เพลงเพชบุ๊กลูกสัตว์โลกอมตินนำเสนอโดยใช้ภาพมากกว่าหนึ่งภาพ ภาพแต่ละภาพจะมีข้อความแทรกอยู่ การสร้างอัลบั้มจะมีเนื้อหาผูกติดอยู่ในเรื่องเดียวกัน

2) รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความสถานะ เป็นรูปแบบที่พบในเพลงสัตว์โลกอมตินคือการที่แอดมินโพสต์สถานะด้วยตนเอง โดยใช้ตัวอักษรเพียงอย่างเดียวไม่มีรูปภาพประกอบ

3) รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่น ในเพลงเพชบุ๊กลูกสัตว์โลกอมตินเป็นการนำเสนอเนื้อหาด้วยข้อความอธิบายประกอบสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ติดตามเพลงเข้าใจสิ่งที่แอดมินโพสต์ หรือข้อความนั้นอาจเป็นความคิดเห็นส่วนตัวของแอดมินเองพบ 4 รูปแบบ ดังนี้

3.1) การนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่นประกอบภาพวาดหรือภาพการ์ตูน

3.2) การนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่นประกอบภาพรวมเป็นอัลบั้ม

3.3) การนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่นประกอบวิดีโอ

3.4) การนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่นประกอบอินเทอร์เน็ทมีม

2. กลวิธีการใช้ภาษา

จากการศึกษาการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขึ้นในเพลงเพชบุ๊กลูกสัตว์โลกอมติน โดยอ้างอิงกรอบแนวคิดด้านภาษาศาสตร์และการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารของนภดล จันทรเพ็ญ (2557), วิเศษ ชาญประโคน (2550) และสุนันท์ อัญชลินกุล (2562) ผู้วิจัยจำแนกกลวิธีการใช้ภาษาออกเป็น 7 กลวิธีหลัก ซึ่งล้วนมีบทบาทสำคัญในการสร้าง “มุกตลก” ที่สอดคล้องกับบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัย ดังนี้

1) การใช้ภาษาปากและภาษาถิ่น เพลงใช้คำสแลง คำหยาบ และคำท้องถิ่นอย่างอีสานและใต้เพื่อสร้างความเป็นกันเอง และเชื่อมโยงกับอารมณ์ของผู้รับสาร เช่น คำสแลงที่สื่ออารมณ์หรือท่าทีประชดประชัน หรือการใช้คำหยาบแบบไม่รุนแรงเพื่อเสริมความขบขันในบริบทไม่เป็นทางการ อีกทั้งยังพบการใช้ภาษาถิ่นที่เสียงใกล้เคียงกับคำในภาษาต่างประเทศ ซึ่งอาศัยการเล่นเสียงและบริบทวัฒนธรรมร่วมเพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมตีความและเกิดอารมณ์ขึ้นจากการ “แปลซ้อน” ระหว่างภาษาถิ่นและภาษาสากล นอกจากนี้ยังพบการใช้ “คำผวน” ซึ่งเป็นเทคนิคทางวาทศิลป์เพื่อหลีกเลี่ยงคำหยาบหรือคำต้องห้าม โดยยังคงคุณลักษณะของอารมณ์ขันไว้ได้อย่างมีชั้นเชิง

2) การใช้เครื่องหมายและสัญลักษณ์ทางภาษา อีโมจิ ตัวอักษรซ้ำ เครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) และจุดไข่ปลา (...) ถูกใช้เพื่อ

กำกับจังหวะอารมณ์ เช่น ความตกใจ การเน้นเสียง หรือการชะงัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง “prosodic writing” ที่สะท้อนเสียงพูดผ่านการพิมพ์ในรูปแบบไม่เป็นทางการ เทคนิคเหล่านี้ช่วยเติมน้ำหนักทางอารมณ์ให้กับมุกตลก และทำให้ข้อความมีลักษณะใกล้เคียงการพูดมากยิ่งขึ้น

3) การใช้ภาษาต่างประเทศ พบการใช้คำจากภาษาอังกฤษและญี่ปุ่น โดยเลือกคำที่ออกเสียงใกล้เคียงกับคำในภาษาไทย หรือใช้แทนคำไทยโดยอิงจากความนิยมในวัฒนธรรมป๊อป ตัวอย่างเช่น การใช้คำอังกฤษที่ผันเสียงแล้วกลายเป็นคำไทยที่มีนัยซับซ้อน เทคนิคนี้สะท้อนพลวัตของภาษาในโลกดิจิทัล ที่ผู้ใช้สามารถสลับรหัส (code-switching) ได้อย่างคล่องแคล่วตามบริบท

4) การเล่นคำ รวมถึงการใช้คำซ้ำเพื่อสร้างจังหวะ หรือการใช้คำพ้องเสียงที่มีความหมายต่างกันเพื่อสร้างความเข้าใจผิด โดยเจตนา เป็นกลวิธีที่พบบ่อยในเนื้อหาโพสต์ของเพจ เช่น คำที่มีเสียงเหมือนกันแต่ต่างความหมาย ถูกนำมาเล่นกับภาพหรือบริบทที่ไม่คาดคิด ส่งผลให้เกิดความตลกจากการตีความคลาดเคลื่อน

5) การเล่นเสียงสัมผัสสระ ผู้สร้างเนื้อหาใช้คำที่มีเสียงสระคล้องจองหรือสัมผัสสระหว่างคำ เพื่อสร้างความไพเราะและจังหวะที่เสริมอารมณ์ขัน องค์ประกอบนี้คล้ายกับฉันทลักษณ์ในบทกวี แต่ถูกประยุกต์ใช้ในบริบทของการสร้างมุกให้เกิดความรู้สึก “ลื่นไหล” และน่าจดจำ

6) การเพี้ยนเสียง พบทั้งการเพี้ยนพยัญชนะ สระ และวรรณยุกต์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดเสียงใหม่ที่มีนัยซ่อนเร้น หรือขัดแย้งกับความคาดหวังของผู้รับสาร ส่งผลให้เกิดความตลกจากความไม่ลงรอย (incongruity) ระหว่างเสียงกับความหมาย อันเป็นพื้นฐานของทฤษฎีอารมณ์ขันหลายสำนัก

7) การสลับตำแหน่งพยัญชนะ เทคนิคการเล่นกับโครงสร้างคำ โดยสลับพยัญชนะต้น ตัวสะกด หรือวรรณยุกต์ เช่น การย้อนอ่านคำจากท้ายไปต้น หรือการดัดแปลงคำจนผู้อ่านต้องใช้ความพยายามในการถอดรหัส เทคนิคนี้กระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาในเชิงปัญญา (cognitive humor) ทำให้รู้สึกสนุกและท้าทายในการตีความ

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิธีการสร้างอารมณ์ขันเพชบุรีเพจสัตว์โลกอมตืน ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจ ได้จำแนกออกเป็นหัวข้อในการอภิปราย ดังนี้

1. การวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในเพชบุรีเพจสัตว์โลกอมตืน จากผลการศึกษาพบว่า เพชบุรีเพจ “สัตว์โลกอมตืน” ใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย อาทิ ข้อความแคปชั่นประกอบภาพ ภาพวาดหรือภาพการ์ตูน ภาพรวมเป็นอัลบั้ม วิดีทัศน์ และอินเทอร์เนตมีม โดยรูปแบบที่ปรากฏมากที่สุดคือการนำเสนอด้วย ข้อความแคปชั่นประกอบภาพ ซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่น คือ การใช้วลีตั้งต้น เช่น “รู้หรือไม่ว่า” เพื่อกระตุ้นให้ผู้อ่านหยุดอ่านข้อความพร้อมตั้งคำถามในใจ และคาดเดาบริบทของมุก ตัวอย่างเช่น

“รู้หรือไม่ว่า... วัวมักเรียกหาแพทยอยู่เสมอ ๆ เพราะมันชอบร้องว่า หมอ หมอ”

ภาพประกอบคือวัวตัวหนึ่งยืนอยู่บริเวณทุ่งหญ้า จะเห็นได้ว่า มุกตลกข้างต้น มีการเล่นกับคำว่า “หมอ” ที่หมายถึง ผู้ตรวจรักษาโรค โดยใช้คำว่า “หมอ” แทนเสียงร้องของวัว ที่ร้องว่า “มอ มอ” มุกตลกนี้จึงเป็นการเล่นเสียงของคำ โดยการนำคำมาใช้ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง เพื่อให้เสียงของคำทำให้เกิดอารมณ์ขัน

รูปแบบนี้สร้างเอกลักษณ์ให้กับเพจ เพราะเป็นการเล่นกับทั้งภาษาและภาพในเวลาเดียวกัน ลักษณะภาพที่ใช้อย่างมากเป็นการ์ตูนหรือภาพตัดต่อที่ออกแบบอย่างสร้างสรรค์ โดยใช้ มาสคอต “สลอต” เป็นตัวแทนหลักของเพจ ซึ่งทำหน้าที่คล้าย “ผู้พูด” หรือ “ผู้ส่งสาร” ที่มีบุคลิกเฉพาะ สร้างความจดจำได้ง่ายในหมู่ผู้ติดตาม เช่น ในโพสต์หนึ่งที่มีข้อความว่า

“รู้หรือไม่ว่า แบร์ หุบร์”

พร้อมภาพการ์ตูนสลอตกับภาพหมีสองภาพ ภาพแรกหมีกำลังนั่งอาอา และภาพที่สองหมีหุบขา ซึ่งคำว่า “หมี” ในภาษาอังกฤษ คือคำว่า “Bear” สร้างความรู้พร้อมความขบขันไปพร้อมกัน

รูปแบบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (ภรภัทร อำมาตย์ณิ, 2563) ที่ระบุว่าสื่อออนไลน์ต้องสามารถออกแบบ

เนื้อหาให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีพฤติกรรมหลากหลาย และผู้ผลิตเนื้อหาต้องรู้จักการเล่าเรื่องให้มีจุดน่าสนใจในแต่ละแพลตฟอร์ม อีกทั้งยังสนับสนุนข้อค้นพบของ (นิมิตา โสสิตสมบุญ, 2559) ที่พบว่า รูปแบบภาพการ์ตูนเป็นประเภทเนื้อหาที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคมากที่สุด เนื่องจากช่วยกระตุ้นการกด Like, Comment และ Share ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวโดยสรุป การเลือกใช้แคปชั่นประกอบภาพ โดยเฉพาะภาพการ์ตูนหรือภาพตัดต่อสัตว์ คือกลยุทธ์หลักที่เพจสัตว์โลกอมรินทร์ใช้ในการสร้างเอกลักษณ์และการมีส่วนร่วมเชิงวาทกรรม (discursive engagement) กับผู้ติดตาม ซึ่งสะท้อนถึงความเข้าใจบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัยของผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียในประเทศไทยได้อย่างลึกซึ้ง

2. จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขันในเพจเฟซบุ๊กสัตว์โลกอมรินทร์ มีลักษณะการใช้ภาษา 7 กลวิธี ได้แก่ 1. การใช้ภาษาปาก พบการใช้ คำสแลง คำหยาบ ภาษาถิ่น คำผวน 2. การใช้เครื่องหมายและสัญลักษณ์ 3. การใช้ภาษาต่างประเทศ 4. การเล่นคำ พบการซ้ำคำ และการใช้คำพ้อง 5. การเล่นเสียงสัมผัสสระ 6. การเพี้ยนเสียง และ 7. การสลับตำแหน่งพยางค์ ซึ่งเนื้อหาที่พบมากที่สุดคือ การเพี้ยนเสียง โดยการใช้ภาษาในลักษณะดังกล่าว ทำให้เพจสัตว์โลกอมรินทร์ได้รับความนิยม สอดคล้องกับงานวิจัยของ (พัชรีย์ จำปา, 2559) ศึกษาเนื้อหาและการใช้คำที่สื่ออารมณ์ขันในรายการ “เทยเทียวไทย” พบว่า รายการ “เทยเทียวไทย” มีความโดดเด่นด้าน การใช้คำต่าง ๆ มาพลิกแพลงเพื่อให้เกิดอารมณ์ขัน แบ่งได้ 7 ชนิด ได้แก่ การใช้คำคล้องจอง การใช้คำพ้อง การใช้คำผวน การใช้คำกำกวม การใช้คำภาษาต่างประเทศ การใช้คำซ้ำ และการใช้คำที่ไม่สัมพันธ์กับบริบท กล่าวได้ว่า เนื้อหาและการใช้คำในรายการ “เทยเทียวไทย” สามารถสื่ออารมณ์ขันได้อย่างสอดคล้อง และลงตัวจึงส่งผลให้รายการนี้ครองใจผู้ชมติดต่อกันมานาน และสอดคล้องกับ (อ้อมทิพย์ มาลีสัย และประณิตา จันทระพันธ์, 2562) ได้ศึกษาพฤติกรรมการสร้างอารมณ์ขันในเพจมุกตลกจอนฟอน มีผลการศึกษาพบว่า กลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการสร้างอารมณ์ขัน ประกอบด้วย ด้านกลวิธีทางภาษาระดับคำ ได้แก่ การเล่นคำพ้องเสียง การลากเข้าความ การใช้คำภาษาอีสาน การเล่นกับหน่วยเสียงภาษาอีสาน การแปลผล และการเล่นคำผวน สอดคล้องกับ (พรพรรณ ฉายปรีชา, 2564) ได้ศึกษาพฤติกรรมการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กเพจ “หนังฝั่งมุก” พบว่า กลวิธีทางภาษาสร้างอารมณ์ขันกลวิธีทางศัพท์ พบ 9 กลวิธี ได้แก่ การใช้คำหยาบ คำต้องห้าม คำสแลง คำพ้อง คำทับศัพท์ การใช้อักษรย่อ การใช้คำภาษาต่างประเทศ การใช้คำเลียนเสียง และการเปลี่ยนเสียงของคำ กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันเหล่านี้ นอกจากจะสร้างความสนุกสนานให้แก่ผู้รับสารแล้ว ยังสะท้อนให้เห็นภาพสังคมในช่วงเวลานั้นรวมทั้งได้เห็นพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของผู้คนในยุคสังคมอินเทอร์เน็ต จากการศึกษาพฤติกรรมการนำเสนอเพจเฟซบุ๊กสัตว์โลกอมรินทร์ พบการนำเสนอเนื้อหาที่นอกเหนือจากสัตว์ คือ เนื้อหาเกี่ยวกับกีฬา ภาพยนตร์ ข่าวสาร และการแชร์โพสต์จากเพจอื่น ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้อาจมีผลช่วยให้ผู้สนใจติดตามเพจมากขึ้น นอกจากนี้เพจยังสร้างกิจกรรมกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม เช่น โพลแสดงความคิดเห็น การตอบคำถามจากลูกเพจ การไลฟ์สด มีการโพสต์เนื้อหาย่างสม่ำเสมอและเลือกช่วงเวลาโพสต์ที่เหมาะสมทำให้ผู้ติดตามเพจเข้าถึงเนื้อหาได้มากยิ่งขึ้น การก่อตั้งเฟซบุ๊กแฟนเพจ สิ่งที่คุณผลิตเนื้อหาควรคำนึงถึงที่สุดคือ การหาตัวตนหรือเอกลักษณ์ของตัวเองให้เจอ ทั้งส่วนการใช้ภาษา การออกแบบเนื้อหา วิธีการนำเสนอเพื่อสร้างความแตกต่างและน่าจดจำ ก็จะส่งผลให้การจัดตั้งเพจประสบความสำเร็จได้

ข้อเสนอแนะ

การศึกษากลวิธีการใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขันในเพจเฟซบุ๊กสัตว์โลกอมรินทร์ ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจและควรศึกษาเพิ่มเติม ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยในครั้งนี้

1.1 การศึกษากลวิธีการใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขันในเพจเฟซบุ๊กสัตว์โลกอมรินทร์เป็นทางเลือกสำหรับผู้สนใจเรื่องขบขันสามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์งานที่เกี่ยวข้องกับมุกตลก

2. ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาการรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาและลักษณะการใช้ภาษาจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น เช่น Twitter Instagram tiktok เพื่อให้เข้าใจรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่อาจแตกต่างออกไปจากการนำเสนอเนื้อหาในครั้งนี้

2.2 การศึกษากลวิธีการใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขันในเพจเฟซบุ๊กสัตว์โลกอมรินทร์ ครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะกลวิธีการใช้

ภาษาโดยคัดเลือกจากโพสต์ที่เกี่ยวกับการใช้ภาษามาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเท่านั้น การนำเสนอเนื้อหาในเพจยังมีความน่าสนใจอีกหลายรูปแบบเพื่อให้เห็นข้อมูลที่กว้างและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ควรที่จะได้มีศึกษาในโอกาสต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐชนันท์ ธรรมสาวิตร. (2559). การวิเคราะห์การสร้างสรรค์โฆษณาผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ: ศึกษาเฉพาะกรณีแฟนเพจสัตว์โลกอมิติน ปริญญาณิพนธ์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐพล ไยไพโรจน์ และอาราดา ประทีนอักษร. (2563). Content Marketing ฝังแน่นในอีเมลสร้างยอดขายได้จริงๆ. นนทบุรี: ไอดีซีพีริเมียร์.
- นภดล จันทรเพ็ญ. (2557). หลักการใช้ภาษา. กรุงเทพฯ: เจเนซิส มีเดียคอม.
- แบรนด์เอง มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส. (2567). พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียของคนไทย. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://www.brandage.com/article/38091>
- พรพรรณ ฉายปรีชา. (2564). กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กเพจ “หนังฝั่งมุก” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พัชรีย์ จำปา. (2559). เนื้อหาและการซ้ำสื่ออารมณ์ขันในรายการ “เทยเทียวไทย”. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 7(1), น. 1-19
- ภรภัทร อำมาตย์มณี. (2563). กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาบนสื่อออนไลน์: กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ปริญญาณิพนธ์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิเศษ ชาญประโคน. (2550). ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: ทริปปี้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- สุนันท์ อัญชลีสกุล. (2562). ระบบคำภาษาไทย (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อ้อมทิพย์ มาลีชัย และประณิตา จันทรประพันธ์. (2563). กลวิธีทางภาษาในการสร้างความขบขันในเพจมุกตลกอีสาน “จอนฟอน”. วารสารมนุษยศาสตร์กับสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 5(2), น. 65-82.