

การวิเคราะห์ระบบทัศนคติของข้อความเกี่ยวกับภาษีบนทวิตเตอร์¹วิชชกานต์ เมธาวีริยะกุล² และเพ็ญนภา คล้ายสิงห์โต³

(Received: November 18, 2022; Revised: February 24, 2023; Accepted: February 27, 2023)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้เป็นการศึกษาหน้าที่ด้านปฏิสัมพันธ์ของภาษาที่ปรากฏในข้อความเกี่ยวกับภาษีของคนไทยบนทวิตเตอร์ และมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ระบบทัศนคติของข้อความเกี่ยวกับภาษีบนทวิตเตอร์ กลุ่มตัวอย่างข้อมูลคือ ข้อความเกี่ยวกับภาษีในระหว่างปี 2562-2563 จำนวน 1,447 ทวิต โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ระบบทัศนคติของ Martin and Rose (2003, 2007) และ Martin and White (2005) ผลการศึกษาพบ “การประเมิน” มากที่สุด จำนวน 704 ถ้อยคำ (ร้อยละ 42) โดยพบการวิจารณ์ความสามารถของเจ้าหน้าที่ของรัฐมากที่สุด อันดับที่สองคือ “อารมณ์” จำนวน 532 ถ้อยคำ (ร้อยละ 32) โดยพบการแสดงความรู้สึกของผู้เขียนข้อความมากที่สุด และอันดับสุดท้ายคือ “ความนิยม” จำนวน 441 ถ้อยคำ (ร้อยละ 26) โดยพบการแสดงท่าทีเชิงลบต่อรัฐบาลมากที่สุด นอกจากนี้ผลการวิจัยได้สะท้อนความคิดเกี่ยวกับภาษี 2 ประการ ได้แก่ 1) ภาษีกับรัฐบาลหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ และ 2) ภาษีกับประชาชน

คำสำคัญ: ระบบทัศนคติ ข้อความ ภาษี ทวิตเตอร์

¹ บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่องการวิเคราะห์สัมพันธสารของข้อคิดเห็นเกี่ยวกับภาษีบนทวิตเตอร์: การศึกษาตามแนวภาษาศาสตร์เชิงระบบและหน้าที่ วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์ประยุกต์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

² นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาภาษาศาสตร์ประยุกต์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
อีเมล witchatkarn.ma@rd.go.th

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

An Attitude System Analysis of Messages about Tax on Twitter

Witchatkarn Maythawiriyakul⁴ and Phennapha Klaisingto⁵

Abstract

This research paper studied the interpersonal metafunction of the language that appears in the messages about tax posted by Thai people on Twitter. The objective of this research was to analyze the system of attitude manifested in the messages about tax on Twitter. The sample consisted of 1,447 tweets about tax between 2019 and 2020. The system of attitude analysis of Martin and Rose (2003, 2007) and Martin and White (2005) was applied in the data analysis of this research. The results showed that “Judgement” occurred at the highest rate, with 704 utterances (42%) mostly criticism of the capacity of the public officials. The second highest frequency was “Affect”, with 532 utterances (32%) mostly unhappiness of the message authors. The lowest frequency was “Appreciation”, with 441 utterances (26%) mostly negative reaction to the government. In addition, the results of the research revealed that there were two main ideas about tax: 1) taxation and government or public officials and 2) taxation and citizen.

Keywords: attitude system, messages, taxation, Twitter

⁴ Ph.D. Student in Applied Linguistics, School of Liberal Arts, University of Phayao

E-mail: witchatkarn.ma@rd.go.th

⁵ Assistant Professor Dr., Department of English, School of Liberal Arts, University of Phayao

บทนำ

ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ได้ระบุหน้าที่ของปวงชนชาวไทยไว้ใน หมวด 4 มาตรา 50 (9) ว่า บุคคลมีหน้าที่เสียภาษีอากรตามที่กฎหมายบัญญัติ (“รัฐธรรมนูญฯ”, 2560) และรัฐบาลไทยยังคงพึ่งพารายได้จากภาษี ซึ่งเป็นรายได้หลักที่มีความสำคัญของรัฐบาล ดังปรากฏในปีงบประมาณ 2562 รัฐบาลมีรายได้จากภาษีสูงถึงจำนวน 2.7 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 88 ของรายได้รวม (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2563) อย่างไรก็ตาม สำนักข่าวออนไลน์ไทยพับลิก้า (2559) รายงานว่า ในปี 2557 มีจำนวนผู้มีงานทำ 38.3 ล้านคน แต่มีผู้ยื่นแบบเสียภาษีเพียงจำนวน 10.3 ล้านคน ซึ่งประกอบไปด้วย 6.3 ล้านคนที่ไม่เสียภาษี (เงินได้ไม่ถึงเกณฑ์เสียภาษี) และมีเพียง 4 ล้านคนที่เสียภาษี จะเห็นว่า ผู้มีงานทำอีกจำนวน 28 ล้านคน (ร้อยละ 73) อยู่นอกระบบภาษี (ไม่ยื่นแบบเสียภาษี) นอกจากนี้ นักวิชาการภาษีส่วนหนึ่งของไทยกล่าวว่า รัฐบาลไทยจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้น้อยกว่าที่ควรจะเป็น (ธร ปีติตล, 2560; อธิภัทร มุทิตาเจริญ, 2561) จากกรณีดังกล่าว อาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ส่งผลให้รายได้ของประเทศไทยไม่เพียงพอ กับงบประมาณรายจ่าย จนทำให้ในปี 2564 รัฐบาลไทยมีความจำเป็นต้องกู้เงินเพิ่มขึ้น โดยปรับสัดส่วนหนี้สาธารณะต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) จากเดิมไม่เกินร้อยละ 60 เพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 70 (“ประกาศคณะกรรมการนโยบายการเงินการคลังของรัฐฯ”, 2564)

จากการทบทวนงานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสียภาษีของประชาชนในศาสตร์ต่าง ๆ เช่น งานวิจัยของพิจิตรา อินคาคกร (2551) พบว่า ความไม่มีประสิทธิภาพในการใช้จ่ายเงินของรัฐบาลและความไม่เป็นธรรมในการเสียภาษีเป็นสาเหตุของการขาดจิตสำนึก และการขาดจิตสำนึกเป็นสาเหตุสำคัญของการหลีกเลี่ยงภาษีหรือการไม่ยอมเสียภาษี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมณฑิรา ลือสระน้อย (2556) ที่พบว่า การขาดความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และความเป็นธรรมในการเก็บภาษีส่งผลต่อการไม่ยื่นแบบเสียภาษี และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของปะการัง ชื่นจิตร (2557) ที่พบว่า คนไทยไม่ไว้วางใจการทำงานของรัฐบาลและข้าราชการ อีกทั้งคนไทยมีพฤติกรรมเสียภาษีไม่ถูกต้อง นอกจากนี้ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ฯลฯ ส่งผลต่อการเสียภาษีของประชาชน (จิตติมา ลัมกระยารส, 2558; มาริณญา นวลสะอาด, 2561; สมรักษ์ มุกดา, 2553) ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของนักวิชาการภาษีอย่าง Bräutigam (2008) ที่กล่าวว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการทำงานของรัฐบาลส่งผลต่อการเสียภาษี และสอดคล้องกับรายงานขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (OECD) ที่พบว่า ประชาชนจะเกิดความไว้วางใจในรัฐบาล ถ้ารัฐบาลมีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชน นอกจากนี้ประชาชนจะมีขวัญและกำลังใจในการเสียภาษี หากประชาชนรับรู้ได้ถึงความเป็นธรรมของระบบภาษี (OECD, 2019a, 2019b)

จากการทบทวนงานวิจัยดังกล่าวสรุปได้ว่า ปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลต่อการเสียภาษีของประชาชนคนไทย เช่น ความไม่ไว้วางใจในการทำงานของรัฐบาลและข้าราชการ ความไม่มีประสิทธิภาพในการใช้จ่ายเงินของรัฐบาล และความไม่เป็นธรรมของระบบภาษีหรือในการเสียภาษี เป็นต้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมาจากการประเมินของประชาชนที่มีต่อรัฐบาล ข้าราชการ หรือระบบภาษี เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่า ท่าที ความรู้สึก ทักษะ หรือความคิดเห็นของประชาชนส่งผลต่อพฤติกรรมการเสียภาษี นอกจากนี้ ในมุมมองภาษาศาสตร์มี

งานวิจัยของวิชกานต์ เมธาวีริยะกุล และเพ็ญภา คล้ายสิงห์โต (อยู่ระหว่างการตีพิมพ์) ได้วิเคราะห์ระบบใจความหลักของข้อความเกี่ยวกับภาษาบนทวิตเตอร์ เพื่อศึกษาหน้าที่ด้านตัวบท พบใจความหลักแสดงเรื่องมากที่สุด และพบความคิดเกี่ยวกับภาษา 3 ประการ คือ การเสียภาษี ภาษีกับรัฐบาล และภาษีกับข้าราชการ

ประเด็นทางสังคมที่ประชาชนให้ความสนใจและได้มีการแสดงความคิดเห็นกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบันคือ ประเด็นเกี่ยวกับ “ภาษี” โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงความคิดเห็นบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างทวิตเตอร์ (Twitter) ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอีกรูปแบบหนึ่งในปัจจุบัน เนื่องจากผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องเปิดเผยตัวตน ทำให้ผู้ใช้สามารถใช้ภาษาเพื่อแสดงความคิดหรือความรู้สึกได้อย่างอิสระและไม่จำกัด (Peddinti et al., 2017; Hutchinson, 2017; Hui, 2020) ดังนั้น การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาษีของประชาชนบนทวิตเตอร์อาจสะท้อนให้เห็นมุมมอง ความคิด ความรู้สึก ท่าที ทศนคติ หรืออุดมการณ์เกี่ยวกับภาษีของประชาชนส่วนหนึ่งได้ และจากการทบทวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับทวิตเตอร์พบว่า ได้มีการศึกษาในหลากหลายประเด็นทางสังคม เช่น ประเด็นทางการเมือง (Zappavigna, 2011; Yaqub, et al., 2017; ชามีมี ประเสริฐดำ, 2562; Masroor, et al., 2019; Abdulmajeed and El-Ibiary, 2020) ประเด็นสิทธิสตรี (Altoaimy, 2018) ประเด็นการเหยียดผิวหรือเชื้อชาติ (Pinckney, et al., 2018) ประเด็นทางการแพทย์ (Shakes & Cashin, 2020; Cherian, et al., 2020; Klaisingto, 2021) ประเด็นทางธุรกิจ (ชนิตา ลิสิริกุล, 2560) ประเด็นทางกฎหมาย (Navarro & Coromina, 2020) ประเด็นทางภาษี (วิชกานต์ เมธาวีริยะกุล และเพ็ญภา คล้ายสิงห์โต, อยู่ระหว่างการตีพิมพ์) เป็นต้น ถึงแม้จะมีผู้วิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับประเด็นทางภาษีไปแล้ว แต่งานวิจัยดังกล่าวไม่ได้ใช้การวิเคราะห์ระบบทศนคติ

ระบบทศนคติเป็นระบบย่อยของทฤษฎีอะเพรเชิล (appraisal theory) ซึ่งเป็นของ Martin and Rose (2003, 2007) และ Martin and White (2005) ที่กล่าวว่า ทฤษฎีอะเพรเชิลเป็นทฤษฎีที่ใช้ศึกษาหน้าที่ด้านปฏิสัมพันธ์ (interpersonal metafunction) ตามแนวคิดภาษาศาสตร์เชิงระบบและหน้าที่ (systemic functional linguistics) โดยทฤษฎีอะเพรเชิลประกอบด้วย 3 ระบบ ได้แก่ ระบบทศนคติ (attitude system) ระบบระดับชั้น (graduation system) และระบบการมีส่วนร่วม (engagement system) และจากการทบทวนงานวิจัยที่ใช้ทฤษฎีอะเพรเชิลพบว่า ได้มีการศึกษาในตัวบทที่หลากหลาย เช่น วาทกรรมทางธุรกิจ (Kheovichai, 2014; Taw et al., 2022) วาทกรรมการเรียนการสอนภาษา (Kheovichai, 2017; Badklang & Srinon, 2018a; Pasaribu, 2020; Pasaribu & Dewi, 2021; Chung et al., 2022) วาทกรรมทางกฎหมาย (Dai & Zhou, 2019; วรัญญา ประพันธ์ และอิศเรศ ดลเพ็ญ, 2563) วาทกรรมด้านความรัก (ปิ่นอนงค์ จำปาเงิน, 2557) วาทกรรมด้านสุขภาพ (ฐิติรัตน์ รักเหล้า, 2559) วาทกรรมข่าว (Arunsirot, 2012; Songsukrujiroad et al., 2015) และวาทกรรมเพลง (Badklang & Srinon, 2018b) เป็นต้น ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวสามารถสะท้อนให้เห็นท่าที มุมมอง หรือความรู้สึกของผู้คนที่โต้ตอบประเด็นใดประเด็นหนึ่งได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาข้อความเกี่ยวกับภาษีของประชาชนคนไทยบนทวิตเตอร์ด้วยแนวคิดการวิเคราะห์ระบบทศนคติ

กล่าวโดยสรุป ประเทศไทยประสบปัญหาหารายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ทำให้รัฐบาลมีความจำเป็นที่จะต้องกู้เงินเพิ่มขึ้น สาเหตุส่วนหนึ่งอาจมาจากรัฐบาลจัดเก็บภาษีได้น้อยกว่าที่ควรจะเป็น เนื่องจากยังมีประชาชนอีกจำนวนมากที่มีรายได้แต่อยู่นอกระบบภาษี ดังนั้น รัฐบาลจึงมีความจำเป็นที่จะต้องหารายได้เพิ่มขึ้น โดยให้ประชาชนที่มีเงินได้ถึงเกณฑ์ยื่นแบบชำระระบบภาษีมากขึ้น จากปัญหาและความจำเป็นดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจวิเคราะห์ข้อความเกี่ยวกับภาษีบนทวิตเตอร์ด้วยแนวคิดการวิเคราะห์ระบบทัศนคติ เพราะแนวคิดดังกล่าวสามารถสะท้อนให้เห็นมุมมอง ความคิด ความรู้สึก ทำที่ ทัศนคติ หรืออุดมการณ์ของประชาชนส่วนหนึ่งที่มีต่อภาษีได้ เพื่อให้รัฐบาลนำผลการวิจัยไปใช้ในการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับประชาชนผู้เสียภาษี โดยมีคำถามวิจัยว่า ประชาชนผู้เขียนข้อความเกี่ยวกับภาษีมีความรู้สึกหรือทำที่ หรือทัศนคติต่อภาษีอย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้วิเคราะห์เฉพาะรูปภาษาที่สะท้อนระบบทัศนคติตามทฤษฎีอะเพอร์เซิลของข้อความเกี่ยวกับภาษีบนทวิตเตอร์เฉพาะทวีตยอดนิยมเท่านั้น

คำจำกัดความหรือนิยามศัพท์เฉพาะ

ถ้อยคำ (utterance) คือ คำพูดหรือลายลักษณ์อักษรของมนุษย์ที่ใช้สื่อความหมายกัน โดยอาจเป็นคำ วลี หรือประโยคก็ได้ ส่วนนิยามศัพท์เฉพาะเกี่ยวกับระบบทัศนคติในงานวิจัยนี้ใช้ตามงานวิจัยของฐิติรัตน์ รักเหล่า (2559)

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ระบบทัศนคติของข้อความเกี่ยวกับภาษีบนทวิตเตอร์ ได้แก่ อารมณ์ การประเมิน และความนิยม

ระเบียบวิธีวิจัย

1. แหล่งข้อมูลและข้อมูล

แหล่งข้อมูลของงานวิจัยนี้คือ เว็บไซต์ของทวิตเตอร์ เพราะผู้วิจัยต้องการวิเคราะห์ข้อความเกี่ยวกับภาษีของประชาชนที่ปรากฏบนเว็บไซต์ของทวิตเตอร์ ส่วนข้อมูลของงานวิจัยนี้ใช้การคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง คือ เลือกข้อความเกี่ยวกับภาษีของประชาชนคนไทยบนทวิตเตอร์ ระหว่างปี พ.ศ. 2562-2563 เนื่องจากเป็นปีก่อนและหลังเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

2. วิธีการเก็บข้อมูล

2.1 ผู้วิจัยใช้คอมพิวเตอร์เข้าเว็บไซต์ของทวิตเตอร์ในหัวข้อค้นหาขั้นสูงที่ URL: <https://twitter.com/search-advanced> ซึ่งเป็นเว็บเพจที่ให้บริการสืบค้นทวิต

2.2 ผู้วิจัยกำหนดค่าในการค้นหาข้อมูลดังนี้ 1) ในหัวข้อ Words > All of these words พิมพ์คำสำคัญที่ใช้ในการค้นหาข้อความเกี่ยวกับภาษาว่า “ภาษา” และ 2) ในหัวข้อ Dates > From (Month-Day-Year) และ To (Month-Day-Year) ระบุวันเดือนปีของข้อมูลที่ต้องการ จำนวน 24 เดือน เช่น ในการเก็บข้อมูลเดือนมกราคม 2562 ระบุว่า From (January-1-2019) To (January-31-2019) เป็นต้น จากนั้นกดปุ่ม Search

2.3 หลังจากที่ได้ดึงข้อมูลทวิต “ยอดนิยม” ที่มีคำว่า “ภาษา” ผู้วิจัยจะคัดเลือกเฉพาะทวิตที่เป็นของประชาชนเท่านั้น โดยไม่วิเคราะห์ทวิตของสำนักข่าว หน่วยงาน หรือองค์กร หรือทวิตที่เกี่ยวกับการขายสินค้าหรือบริการ หลังการคัดเลือกได้ข้อมูลจำนวน 1,447 ทวิต

3. แนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้แนวคิดการวิเคราะห์ระบบทัศนคติ ซึ่งเป็นระบบย่อยของทฤษฎีอะเพรเชิล ของ Martin and Rose (2003, 2007) และ Martin and White (2005) มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวประกอบด้วย 3 ระบบ ได้แก่ ระบบทัศนคติ คือ ท่าทีหรือความรู้สึกของผู้เขียนหรือผู้พูด (Oteiza, 2017) ที่มีต่อผู้คน วัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ต่อมาคือ ระบบระดับชั้น คือ ความเข้มข้นหรือระดับของทัศนคติ และระบบการมีส่วนร่วม คือ แหล่งที่มาของทัศนคติ แต่ในงานวิจัยนี้จะวิเคราะห์เฉพาะระบบทัศนคติ เพราะเป็นระบบหลัก (the core systems) ของทฤษฎีดังกล่าว (Thompson, 2008) ดังนั้นจะอธิบายเฉพาะระบบดังกล่าว ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) **อารมณ์ (affect)** เป็นการแสดงอารมณ์หรือความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบของผู้เขียนข้อความ โดยอารมณ์แบ่งได้ 3 ประเภท ได้แก่

1.1) ความสุข (happiness) หรือเชิงบวก ตัวอย่างเช่นคำว่า cheerful, buoyant, jubilant, like, love, adore เป็นต้น ส่วนความทุกข์ (unhappiness) หรือเชิงลบ ตัวอย่างเช่นคำว่า sad, cut-up, heart-broken, sorrowful, joyless, cheerless, depressed เป็นต้น

1.2) ความปลอดภัย (security) หรือเชิงบวก ตัวอย่างเช่นคำว่า together, confident, assured, comfortable, confident, trusting เป็นต้น ส่วนความไม่ปลอดภัย (insecurity) หรือเชิงลบ ตัวอย่างเช่นคำว่า uneasy, anxious, freaked out, startled, surprised, astonished เป็นต้น

1.3) ความพอใจ (satisfaction) หรือเชิงบวก ตัวอย่างเช่นคำว่า involved, absorbed, engrossed, satisfied, pleased, chuffed, impressed, charmed, thrilled เป็นต้น ส่วนความไม่พอใจ (dissatisfaction) ตัวอย่างเช่นคำว่า flat, stale, jaded, cross, angry, furious, bored with, sick of, fed up with เป็นต้น

2) **การประเมิน (judgement)** เป็นการประเมินพฤติกรรมของผู้คนตามบรรทัดฐานทางสังคม ซึ่งประกอบด้วย 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่

2.1) การยกย่องทางสังคม (social esteem) หรือการประเมินบุคคล (personal judgements) โดยแบ่งเป็นเชิงบวกหรือการชื่นชม (admiration) และเชิงลบหรือการวิจารณ์ (criticism) ซึ่งประกอบด้วย 3 ประเภทย่อย ได้แก่

2.1.1) ความปกติ (normality) เป็นการประเมินพฤติกรรมของผู้อื่นว่าพิเศษแค่ไหน (how special?) ผู้อื่นไม่ปกติอย่างไร (how unusual someone is) (Martin & White, 2005) ผู้อื่นพิเศษแค่ไหน (how special someone is) (Oteiza, 2017) หรือผู้อื่นไม่ปกติ/ปกติอย่างไร (how un/usual a person is) (Hood, 2019) เชิงบวกหรือชื่นชม ตัวอย่างเช่นคำว่า lucky, fortunate, charmed, normal, natural, familiar, cool, stable, predictable, in, fashionable, avant garde, celebrated, unsung เป็นต้น ส่วนเชิงลบหรือวิจารณ์ ตัวอย่างเช่นคำว่า unlucky, hapless, star-crossed, odd, peculiar, eccentric, erratic, unpredictable, dated, daggy, retrograde, obscure, also-ran เป็นต้น

2.1.2) ความสามารถ (capacity) เป็นการประเมินพฤติกรรมของผู้อื่นว่า เก่งแค่ไหน (how capable?) พวกเขามีความสามารถแค่ไหน (how capable they are) (Martin & White, 2005) ผู้อื่นมีความสามารถแค่ไหน (how capable someone is) (Oteiza, 2017) และพวกเขาไม่มีความสามารถ/มีความสามารถแค่ไหน (how in/capable they are) (Hood, 2019) เชิงบวกหรือชื่นชม ตัวอย่างเช่นคำว่า powerful, vigorous, robust, sound, healthy, fit, adult, mature, experienced, witty, humorous, droll, insightful, clever, gifted, balanced, together, sane, sensible, expert, shrewd, literate, educated, learned, competent, accomplished, successful, productive เป็นต้น ส่วนเชิงลบหรือวิจารณ์ ตัวอย่างเช่นคำว่า mild, weak, whimpy, unsound, sick, crippled, immature, childish, helpless, dull, dreary, grave, slow, stupid, thick, flaky, neurotic, insane, naive, inexpert, foolish, illiterate, uneducated, ignorant, incompetent, unaccomplished, unsuccessful, unproductive เป็นต้น

2.1.3) การถือถื (tenacity) เป็นการประเมินพฤติกรรมของผู้อื่นว่า เชื่อถือได้แค่ไหน (how dependable?) พวกเขาความมุ่งมั่นหรือเด็ดเดี่ยวแค่ไหน (how resolute they are) (Martin & White, 2005) เป็นคนที่เด็ดเดี่ยวแค่ไหน (how resolute someone is) (Oteiza, 2017) พวกเขาไม่มีความมุ่งมั่น/มีความมุ่งมั่นแค่ไหน (How ir/resolute they are) (Hood, 2019) เชิงบวกหรือชื่นชม ตัวอย่างเช่นคำว่า plucky, brave, heroic, cautious, wary, patient, careful, thorough, meticulous tireless, persevering, resolute, reliable, dependable, faithful, loyal, constant, flexible, adaptable, accommodating เป็นต้น ส่วนเชิงลบหรือวิจารณ์ ตัวอย่างเช่นคำว่า timid, cowardly, gutless, rash, impatient, impetuous, hasty, capricious, reckless, weak, distracted, despondent, unreliable, undependable, unfaithful, disloyal, inconstant, stubborn, obstinate, wilful เป็นต้น

2.2) ข้อบังคับทางสังคม (social sanction) หรือการประเมินด้านศีลธรรม (moral judgements) โดยแบ่งเป็นเชิงบวกหรือการยกย่อง (praise) และเชิงลบหรือการประณาม (condemnation) ซึ่งประกอบด้วย 2 ประเภทย่อย ได้แก่

2.2.1) ความสัตย์จริง (veracity) เป็นการประเมินพฤติกรรมของผู้อื่นว่า ซื่อสัตย์แค่ไหน (how honest?) ผู้คนจริงใจแค่ไหน (how truthful someone is) (Martin & White, 2005; Oteiza, 2017) ผู้คนไม่จริงใจ/จริงใจแค่ไหน (how un/truthful a person is) (Hood, 2019) เชิงบวกหรือยกย่อง ตัวอย่างเช่นคำว่า truthful, honest, credible, frank, candid, direct, discrete, tactful เป็นต้น ส่วนเชิงลบหรือประณาม ตัวอย่างเช่นคำว่า dishonest, deceitful, lying, deceptive, manipulative, devious, blunt, blabbermouth เป็นต้น

2.2.2) ความถูกต้องเหมาะสม (propriety) เป็นการประเมินพฤติกรรมของผู้อื่นว่า มีจริยธรรมแค่ไหน (how ethical someone is) (Martin & White, 2005; Oteiza, 2017) พวกเขาไร้จริยธรรม/มีจริยธรรมแค่ไหน (how un/ethical they are) (Hood, 2019) เชิงบวกหรือยกย่อง ตัวอย่างเช่นคำว่า good, moral, ethical, law abiding, fair, just, sensitive, kind, caring, unassuming, modest, humble, polite, respectful, reverent, altruistic, generous, charitable เป็นต้น ส่วนเชิงลบหรือประณาม ตัวอย่างเช่นคำว่า bad, immoral, evil, corrupt, unfair, unjust, insensitive, mean, cruel, vain, snobby, arrogant, rude, discourteous, irreverent, selfish, greedy, avaricious เป็นต้น

3) ความนิยม (appreciation) เป็นการประเมินสิ่งต่าง ๆ หรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ โดยแบ่งเป็นเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งประกอบด้วย 3 ประเภท ได้แก่

3.1) ทำที่ (reaction) เป็นการประเมินสิ่งต่าง ๆ ว่า ดึงดูดความสนใจหรือไม่ (did it grab me? หรือ do they catch our attention?) หรือฉันชอบมันไหม (did I like it?) หรือทำให้พอใจหรือไม่ (do they please us?) (Martin & White, 2005) ตัวอย่างเชิงบวก เช่นคำว่า arresting, captivating, engaging, fascinating, exciting, moving, lively, dramatic, intense, remarkable, notable, sensational, okay, fine, good, lovely, beautiful, splendid, appealing, enchanting, welcome เป็นต้น ส่วนตัวอย่างเชิงลบ เช่นคำว่า dull, boring, tedious, dry, ascetic, uninviting, flat, predictable, monotonous, unremarkable, pedestrian, bad, yuk, nasty, plain, ugly, grotesque, repulsive, revolting, off-putting เป็นต้น

3.2) องค์ประกอบ (composition) เป็นการประเมินสิ่งต่าง ๆ ว่า ไปด้วยกันได้หรือไม่ (did it hang together?) หรือติดตามยากไหม (was it hard to follow?) (Martin and White, 2005) ตัวอย่างเชิงบวก เช่นคำว่า balanced, harmonious, unified, symmetrical, proportioned, consistent, considered, logical, shapely, curvaceous, willowy, simple, pure, elegant, lucid, clear, precise, intricate, rich, detailed, precise เป็นต้น ส่วนตัวอย่างเชิงลบ เช่นคำว่า unbalanced, discordant, irregular, uneven, flawed, contradictory, disorganized, shapeless, amorphous, distorted, ornate, extravagant, byzantine, arcane, unclear, woolly, plain, monolithic, simplistic เป็นต้น

3.3) คุณค่า (valuation) เป็นการประเมินสิ่งต่าง ๆ ว่า คื้มีค่าหรือไม่ (was it worthwhile?) (Martin & White, 2005) ตัวอย่างเชิงบวก เช่นคำว่า penetrating, profound, deep, innovative, original,

creative, timely, long awaited, landmark, inimitable, exceptional, unique, authentic, real, genuine, valuable, priceless, worthwhile, appropriate, helpful, effective เป็นต้น ส่วนเชิงลบ เช่นคำว่า shallow, reductive, insignificant, derivative, conventional, prosaic, dated, overdue, untimely, dime-a-dozen, everyday, common, fake, bogus, glitzy, worthless, shoddy, pricey, ineffective, useless, write-off เป็นต้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อความเกี่ยวกับภาษาของประชาชนคนไทยที่ปรากฏบนทวิตเตอร์ด้วยแนวคิดการวิเคราะห์ระบบทัศนคติของ Martin and Rose (2003, 2007) และ Martin and White (2005) โดยวิเคราะห์ความหมายของภาษาที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนตามรูปภาพ (inscribed) หรือแสดงโดยนัย (invoked) และนับจำนวนการปรากฏของถ้อยคำที่ได้จากการวิเคราะห์ ส่วนตัวอย่างการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังนี้

4.1 การวิเคราะห์อารมณ์ความรู้สึกของผู้เขียนข้อความ ตัวอย่างการวิเคราะห์ปรากฏดังนี้

ตัวอย่างที่ 1 ผมเสียใจและขอโทษที่ "ภาษาของผม" ไม่สามารถซื้อความปลอดภัยให้กับคนที่ทำงาน... (ทวิตที่ 62.604) “62” คือ ปี พ.ศ. ที่เก็บข้อมูล ส่วน “604” คือ ลำดับทวิตของปี 2562

จากตัวอย่างที่ 1 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความได้ใช้คำกริยา “เสียใจ” และ “ขอโทษ” ซึ่งเป็นการแสดงความหมายของภาษาที่ชัดเจนตามรูปภาพ จำนวน 2 ถ้อยคำ เพื่อใช้ในการแสดงอารมณ์เชิงลบหรือความทุกข์ของตัวเองต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม

4.2 การวิเคราะห์การประเมินพฤติกรรมของผู้คน ตัวอย่างการวิเคราะห์ปรากฏดังนี้

ตัวอย่างที่ 2 ดุคลิปประยุทธ์แล้วปวดหัว ไม่ฉลาดแล้วยังจัดการอารมณ์ไม่เป็นอีก นักข่าวเขากลมดี ๆ ทำไม่ไม่ตอบดี ๆ นี่ฉันเสียภาษีเพื่อได้คนแบบนี้มาบริหารประเทศ ? (ทวิตที่ 63.23)

จากตัวอย่างที่ 2 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความได้ใช้คำวิเศษณ์ “ไม่ฉลาด” และกริยาวิเศษณ์ “จัดการอารมณ์ไม่เป็น” ซึ่งเป็นการแสดงความหมายของภาษาที่ชัดเจนตามรูปภาพ จำนวน 2 ถ้อยคำ เพื่อใช้ในการประเมินความสามารถเชิงลบ หรือวิจารณ์พฤติกรรมของผู้อื่น

4.3 การวิเคราะห์ความนิยมของสิ่งต่าง ๆ ตัวอย่างการวิเคราะห์ปรากฏดังนี้

ตัวอย่างที่ 3 รัฐบาลเฮงชวย ไม่มีปัญญาหาเงินเข้ารัฐ ดีแต่ผลาญเงินแผ่นดิน... (ทวิตที่ 62.555)

จากตัวอย่างที่ 3 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความได้ใช้คำวิเศษณ์ “เฮงชวย” กริยาวิเศษณ์ “ไม่มีปัญญาหาเงิน” และวิเศษณ์วลี “ดีแต่ผลาญเงินแผ่นดิน” ซึ่งเป็นการแสดงความหมายของภาษาที่ชัดเจนตามรูปภาพ จำนวน 3 ถ้อยคำ เพื่อใช้ในการแสดงท่าทีด้านลบต่อรัฐบาล ซึ่งเป็นองค์กรปกครองประเทศ

5. สถิติที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่และอัตราส่วนร้อยละแต่ละประเภทของทัศนคติ

6. การนำเสนอผลการวิจัย

7. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้วิเคราะห์ระบบทัศนคติที่ปรากฏในข้อความเกี่ยวกับภาษาบนทวิตเตอร์ เพื่อสะท้อนให้เห็นท่าที หรือความรู้สึก หรือมุมมองเกี่ยวกับภาษาว่า ประชาชนส่วนหนึ่งมีมุมมอง ความรู้สึก ทัศนคติเกี่ยวกับภาษาอย่างไร ผลการวิเคราะห์ พบทัศนคติประเภทต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 1 ความถี่และอัตราส่วนร้อยละของประเภทของทัศนคติ

ประเภทของทัศนคติ	จำนวน (ถ้อยคำ)	ร้อยละ
การประเมิน	704	42
อารมณ์	532	32
ความนิยม	441	26
รวม	1,677	100

จากตารางที่ 1 พบประเภทของทัศนคติประเภทการประเมินมากที่สุด จำนวน 704 ถ้อยคำ (ร้อยละ 42) อันดับที่สองคือ อารมณ์ จำนวน 532 ถ้อยคำ (ร้อยละ 32) และอันดับสุดท้ายคือ ความนิยม จำนวน 441 ถ้อยคำ (ร้อยละ 26) จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความมีการแสดงทัศนคติเกี่ยวกับภาษาโดยการประเมินพฤติกรรมของผู้คนที่เกี่ยวกับภาษามากที่สุด รองลงมาคือ การแสดงอารมณ์ความรู้สึกของตนเอง และสุดท้ายคือ การแสดงความนิยมต่อสิ่งต่าง ๆ จากข้อความสะท้อนให้เห็นว่า ข้อความส่วนใหญ่ใช้ภาษาแสดงทัศนคติที่ชี้ให้เห็นว่าการเสียภาษีสวนหนึ่งที่น่ามาใช้บริการประเทศโดยนักการเมือง ส่วนรายละเอียดของผลการวิเคราะห์แต่ละประเภทของทัศนคติ ปรากฏดังนี้

ตารางที่ 2 ความถี่และอัตราส่วนร้อยละของประเภทของการประเมิน

ประเภทของการประเมิน	จำนวน (ถ้อยคำ)	ร้อยละ
การยกย่องทางสังคม		
ความปกติ	10	1
ความสามารถ	283	40
การถือทฤษฏี	61	9
ข้อบังคับทางสังคม		
ความสัตย์จริง	105	15
ความถูกต้องเหมาะสม	245	35
รวม	704	100

1. การประเมิน จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ประเภทการประเมินที่พบมากที่สุดคือ ความสามารถ จำนวน 283 ถ้อยคำ (ร้อยละ 40) อันดับที่สองคือ ความถูกต้องเหมาะสม จำนวน 245 ถ้อยคำ (ร้อยละ 35) อันดับที่สามคือ ความสัตย์จริง จำนวน 105 ถ้อยคำ (ร้อยละ 15) อันดับที่สุดคือ การถือสิทธิ จำนวน 61 ถ้อยคำ (ร้อยละ 9) และอันดับสุดท้ายคือ ความปกติ จำนวน 10 ถ้อยคำ (ร้อยละ 1) จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความมีการแสดงทัศนคติเกี่ยวกับภาษีโดยการประเมิน “ความสามารถ” ของบุคคลมากที่สุด รายละเอียดปรากฏดังนี้

1.1 การยกย่องทางสังคม

1.1.1 ความปกติ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงบวก (ชื่นชม) จำนวน 3 ถ้อยคำ เช่น **น่ารักมาก** เป็นต้น และถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงลบ (วิจารณ์) จำนวน 7 ถ้อยคำ เช่น **แปลก** เป็นต้น ตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่างที่ 4 วันนี้แวะไปปรึกษาเรื่องภาษีที่สำนักงานสรรพากรที่ตึกใหม่แสดควร์มา พบว่าเจ้าหน้าที่น่ารักมาก แนะนำอย่างใจเย็น ช่วยสอนช่วยคิดเป็นขั้นตอน ให้เบอร์ตรงให้ติดต่อโทรถามได้ด้วย เข้าใจว่าฮอตไลน์ทำงานหนัก ดีใจมากได้เจอเจ้าหน้าที่รัฐใจดีบ้าง เต็มที่ เต็มใจ ให้ประชาชนตามสโลแกนสุด (ทวีตที่ 62.185)

จากตัวอย่างที่ 4 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นวิเศษณ์วลี “น่ารักมาก” กริยาวลี “แนะนำอย่างใจเย็น” และ “ช่วยสอนช่วยคิดเป็นขั้นตอน” เพื่อแสดงความหมายเชิงบวก (ชื่นชม) กับเจ้าหน้าที่สรรพากร

ตัวอย่างที่ 5 แปลกแทนที่จะด่ารัฐบาลฝากความหวังไว้กับรัฐบาล หรือตัวเราเอง ดันฝากความหวังไว้กับดารา คนมีชื่อเสียง ซึ่งจะอ้างว่าสื่อจับจ้องก็ไม่ได้ เพราะมันคืองานเค้า เค้าก็คือประชาชนคนหนึ่งที่เสียภาษีเหมือน ๆ กันกับเรา เออถ้ารัฐบาลสัญญา พูด ประกาศว่าจะทำ แล้วไม่ทำก็ว่าไปอย่าง เพราะมันเป็นคนบกพร่อง (ทวีตที่ 63.87)

จากตัวอย่างที่ 5 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นคำวิเศษณ์ “แปลก” เพื่อแสดงความหมายเชิงลบ (วิจารณ์) กับคนที่ฝากความหวังไว้กับดารา หรือคนที่มีชื่อเสียง

1.1.2 ความสามารถ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงบวก (ชื่นชม) จำนวน 18 ถ้อยคำ เช่น **ขยันทำมาหากิน, ฉลาดมาก** เป็นต้น และถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงลบ (วิจารณ์) จำนวน 265 ถ้อยคำ เช่น **โง่, ผลาญภาษี, ไม่มีสมอง, ตอบคำถามโง่ ๆ** เป็นต้น ตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่างที่ 6 ผู้นำจีนฉลาดมาก ลดค่าเงินเพื่อให้ส่งออกอยู่ได้เหมือนเดิม ทำทันทีเร่งด่วน ไม่เหมือนไทย ค่าเงินแข็ง ส่งออกจะตายกันหมด ทองเที่ยวจะตายกันหมด แต่ไม่คิดทำอะไรเลย ขายของไม่ได้ ก็ขึ้นภาษีอย่างเดียว เงินไทยแข็งก็ซื้อของนอกส่งเงินออกนอกประเทศ อีกไม่นานคงก็เจ๊ง (ทวีตที่ 62.546)

จากตัวอย่างที่ 6 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นวิเศษณ์วลี “ฉลาดมาก” เพื่อแสดงความหมายเชิงบวก (ชื่นชม) กับผู้นำจีน

ตัวอย่างที่ 7 ผู้บริหารประเทศ นอกจากจะไม่ได้มาจากการเลือกของประชาชนแล้ว ยังเข้ามา **ผลาญภาษี** ด้วยการซื้อของที่ไม่จำเป็นเข้ากระทรวงตัวเอง แจกเงิน แจกของเพื่อหาเสียงให้ตัวเอง **ไม่มีสมอง** ในการแก้ปัญหา เลื่อนเลือกตั้งไปเรื่อย ๆ หน้าที่ยัง**ตอบคำถามโง่ ๆ** อีก นอกจากเลวแล้วยังโง่อีก (ทวีตที่ 62.34)

จากตัวอย่างที่ 7 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นกริยวลี “ผลาญภาษี” “ไม่มีสมอง” และ “ตอบคำถามโง่ ๆ” เพื่อแสดงความหมายเชิงลบ (วิจารณ์) กับผู้บริหารประเทศ

1.1.3 การถือทฤษฎี ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงบวก (ชื่นชม) จำนวน 10 ถ้อยคำ เช่น **ทน** เป็นต้น และถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงลบ (วิจารณ์) จำนวน 51 ถ้อยคำ เช่น **ตรวจสอบไม่ได้, ไม่ยอมเปิดเผย, หลอกลวง** เป็นต้น ตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่างที่ 8 ไอ้ฮ้วนเบาหวานมันเอาเงินภาษีพวกมึง ๆๆ ไปซื้อข้าวเหนียวมะม่วงให้คนจีนแตก เหตุเพราะความปากหมาของมันเอง สลิม**ทน**ไม่ค้าได้ยังงั้นวะ (ทวีตที่ 62.23)

จากตัวอย่างที่ 8 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นคำกริยา “ทน” เพื่อแสดงความหมายเชิงบวก (ชื่นชม) กับสลิมในเชิงประชดประชัน

ตัวอย่างที่ 9 คนใช้งบประมาณภาษีโดย**ตรวจสอบไม่ได้**แสดงท่าทีซึ่งขัดตรวจสอบคนยังไม่ได้ ใช้งบประมาณภาษี... (ทวีตที่ 62.248)

จากตัวอย่างที่ 9 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นกริยวลี “ตรวจสอบไม่ได้” เพื่อแสดงความหมายเชิงลบ (วิจารณ์) กับผู้ใช้งบประมาณภาษี

1.2 ข้อบังคับทางสังคมหรือการประเมินด้านศีลธรรม

1.2.1 ความสัตย์จริง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงบวก (ยกย่อง) จำนวน 7 ถ้อยคำ เช่น **ไม่โกงกิน** เป็นต้น และถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงลบ (ประณาม) จำนวน 98 ถ้อยคำ เช่น **โกงกิน, โกงภาษี, เลี่ยงภาษี, หนีภาษี** เป็นต้น ตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่างที่ 10 ประยุทธ์แม่งโง่ มีอำนาจแล้ว**ไม่โกงกิน** หัดฉลาดเหมือนตระกูลชินบ้าง แม่งกินทุกโครงการที่ขวางหน้าไม่เว้นแม้กระทั่งภาษีชาวนา (ทวีตที่ 62.788)

จากตัวอย่างที่ 10 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นกริยวลี “ไม่โกงกิน” เพื่อแสดงความหมายเชิงบวก (ยกย่อง) กับประยุทธ์

ตัวอย่างที่ 11 ตอนนี้อายุก็มากแล้ว ตอนสาว ๆ เคยโง่โง่แฉว่าตัวเอง**โกงภาษี**กลางวงสัมภาษณ์ ตอนนี้อยู่แล้วเต็มตัวก็ไม่แปลกใจหรอก (ทวีตที่ 63.72)

จากตัวอย่างที่ 11 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นกริยาวลี “โก่งภาษี” เพื่อแสดงความหมายเชิงลบ (ประณาม) กับผู้อื่น

1.2.2 ความถูกต้องเหมาะสม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงบวก (ยกย่อง) จำนวน 20 ถ้อยคำ เช่น **เสียภาษีถูกต้อง** เป็นต้น และถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงลบ (ประณาม) จำนวน 225 ถ้อยคำ เช่น **ไม่เข้าระบบภาษี, ไม่จ่ายภาษี, ไม่เสียภาษี** เป็นต้น ตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่างที่ 12 การที่รัฐออกมาบอกว่า..อาจะ..เียวยากลุ่มผู้เสียหายจากแชร์แม่เมณี อันนี้ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง การช่วยเหลือโดยการนำเงินภาษีไปช่วยคนที่เห็นแก่ได้..คนที่เสียหายเพราะความโลภมันถูกต้องแล้วหรือ ที่ประชาชนที่**เสียภาษีถูกต้อง** ทำมาหากินสุจริต จะต้องมาร่วมรับผิดชอบ ถ้าจริง..มวย (ทวีตที่ 62.803)

จากตัวอย่างที่ 12 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นกริยาวลี “เสียภาษีถูกต้อง” เพื่อแสดงความหมายเชิงบวก (ยกย่อง) กับประชาชน

ตัวอย่างที่ 13 ตามหลักเศรษฐศาสตร์ ประเทศที่เจริญแล้ว จะมีสัดส่วนรายได้จากภาษีบุคคลมากกว่า vat ประเทศที่เก็บ vat ได้มากกว่าภาษีบุคคล เป็นประเทศที่ยังด้อยพัฒนา คน**ไม่เข้าระบบเสียภาษี** รายได้รัฐก็น้อย ดังนั้น ไม่ควรภูมิใจว่าประเทศเรามีรายได้จาก vat มาก ควรให้คนเข้าระบบภาษีเงินได้มากกว่า (ทวีตที่ 62.112)

จากตัวอย่างที่ 13 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นกริยาวลี “ไม่เข้าระบบเสียภาษี” เพื่อแสดงความหมายเชิงลบ (ประณาม) กับผู้อื่น

ตารางที่ 3 ความถี่และอัตราส่วนร้อยละของประเภทของอารมณ์

ประเภทของอารมณ์	จำนวน (ถ้อยคำ)	ร้อยละ
ความสุข/ความทุกข์	233	44
ความปลอดภัย/ความไม่ปลอดภัย	117	22
ความพอใจ/ความไม่พอใจ	182	34
รวม	532	100

2. อารมณ์ จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ประเภทอารมณ์ที่พบมากที่สุดคือ ความสุข/ความทุกข์ จำนวน 233 ถ้อยคำ (ร้อยละ 44) อันดับที่สองคือ ความพอใจ/ความไม่พอใจ จำนวน 182 ถ้อยคำ (ร้อยละ 34) และอันดับสุดท้ายคือ ความปลอดภัย/ความไม่ปลอดภัย จำนวน 117 ถ้อยคำ (ร้อยละ 22) จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความมีการแสดงทัศนคติเกี่ยวกับภาษีโดยการแสดงอารมณ์ในด้าน “ความสุข/ความทุกข์” มากที่สุด รายละเอียดปรากฏดังนี้

2.1 ความสุข/ความทุกข์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงบวก (ความสุข) จำนวน 30 ถ้อยคำ เช่น **ไม่รู้สึกเสียตายภาษี** เป็นต้น และถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงลบ (ความทุกข์) จำนวน 203 ถ้อยคำ เช่น **เกลียด, เบื่อ, เสียตาย, เหนื่อย** เป็นต้น ตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่างที่ 14 **ไม่รู้สึกลีลาตายภาษี**เลยที่เลือก สส.ฝ่ายค้านไปทำงานในสภา #ประชุมสภา (ทวีตที่ 62.459)

จากตัวอย่างที่ 14 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นกริยาวิเศษณ์ “ไม่รู้สึกลีลาตายภาษี” เพื่อแสดงความหมายเชิงบวก (ความสุข) กับการเสียภาษี

ตัวอย่างที่ 15 เรา**เบื่อ**กับการที่คนบางกลุ่ม เอาคำว่า “ภาษีกู” ไปใช้อยู่ฝ่ายเดียวอะ คือเราไม่ใช่ประชาชนหรือ #เบื่อ #เบื่อบีบกับกับ (ทวีตที่ 62.523)

จากตัวอย่างที่ 15 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นคำกริยา “เบื่อ” เพื่อแสดงความหมายเชิงลบ (ความทุกข์) กับคนบางกลุ่ม

2.2 ความปลอดภัย/ความไม่ปลอดภัย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงบวก (ปลอดภัย) จำนวน 30 ถ้อยคำ เช่น **มีสิทธิ, อยู่ดีกินดี** เป็นต้น และถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงลบ (ไม่ปลอดภัย) จำนวน 87 ถ้อยคำ เช่น **ไม่มีสิทธิ, อดมื้อกินมื้อ, ไม่พอใช้** เป็นต้น ตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่างที่ 16 ประชาชนทุกคน**มีสิทธิ**วิจารณ์การ #ตั้งรัฐบาล ได้ครับ เพราะนอกจากเรื่องหลักการแล้ว ยังเป็นเรื่องของผลประโยชน์ที่พวกคุณกำลังตกลงกัน มันคือเงินภาษีของพวกเราทุกคน เรามี**สิทธิ**ติดตามและจับตาว่าเงินภาษีของเรา จะถูกนำไปใช้ในทางที่เกิดประโยชน์กับส่วนรวม หรือผลประโยชน์ส่วนตนมากกว่ากัน (ทวีตที่ 62.317)

จากตัวอย่างที่ 16 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นกริยาวิเศษณ์ “มีสิทธิ” เพื่อแสดงความหมายเชิงบวก (ปลอดภัย) กับการมีสิทธิวิจารณ์การตั้งรัฐบาล และมีสิทธิติดตามการใช้เงินภาษี

ตัวอย่างที่ 17 ปชช. อีกมากที่ต้อง**อดมื้อกินมื้อ** เงินแทบจะ**ไม่พอใช้**วันต่อวัน ลูกจะได้เรียนหรือเปล่ายังไม่รู้ เจ็บป่วยก็รักษาแบบอนาถา แต่ดูคนได้เงินเดือนเป็นแสน จากภาษีของเราประพฤติตัวลีคลูกข้าวให้หมาจรจัดกิน ยังคุ้มค่าเงินกว่าเอาไปจ้างคนแบบนี้มาทำงานนะ (ทวีตที่ 63.31)

จากตัวอย่างที่ 17 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นคำกริยา “อดมื้อกินมื้อ” เพื่อแสดงความหมายเชิงลบ (ไม่ปลอดภัย) กับความเป็นอยู่ของประชาชน

2.3 ความพอใจ/ความไม่พอใจ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงบวก (พอใจ) จำนวน 43 ถ้อยคำ เช่น **พอใจ, เห็นด้วย** เป็นต้น และถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงลบ (ไม่พอใจ) จำนวน 139 ถ้อยคำ เช่น **โกรธ, ท้อ, ไม่เห็นด้วย, ไม่อยากจ่ายภาษี, อยากให้มี** เป็นต้น ตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่างที่ 18 ไซ้เรา**เห็นด้วย**กับภาษีประชาชนก็ควรบริการให้ดีขึ้นหน่อย แะยั้งยังทำไม่ได้เลยเหนื่อยใจกับระบบราชการไทย (ทวีตที่ 62.39)

จากตัวอย่างที่ 18 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นกริยาวิเศษณ์ “เห็นด้วย” เพื่อแสดงความหมายเชิงบวก (พอใจ) กับข้อความของผู้อื่นที่ว่า ข้าราชการบริการประชาชนไม่ดี

ตัวอย่างที่ 19 เหนื่อยอะอึอึอึ มึงดูอย่างเรื่องน้ำท่วมดิ พุดออกมาแต่ละที ทั้งเลี้ยงปลา ทั้งไปเรียกคนอยู่เมื่อนอกมาช่วยอะ มีสมอม่ยวะ ? มึงต้องรู้ตัวเองหน่อยดิวะ มึงมีหน้าที่ ไม่ใช่ว่าจะเอาแต่ตำแหน่งอำนาจ นั่งกินเงินภาษีประชาชนไปเรื่อย ๆ ทุท้อแล้ววว #ประยุทธ์ออกไป #ประชุมสภา (ทวิตที่ 62.625)

จากตัวอย่างที่ 19 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นคำกริยา “ท้อ” เพื่อแสดงความหมายเชิงลบ (ไม่พอใจ) กับผู้บริหารประเทศ

ตารางที่ 4 ความถี่และอัตราส่วนร้อยละของประเภทของความนิยม

ประเภทของความนิยม	จำนวน (ถ้อยคำ)	ร้อยละ
ท่าที	334	76
องค์ประกอบ	10	2
คุณค่า	97	22
รวม	441	100

3. ความนิยม จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ประเภทความนิยมที่พบมากที่สุดคือ ท่าที จำนวน 334 ถ้อยคำ (ร้อยละ 76) อันดับที่สองคือ คุณค่า จำนวน 97 ถ้อยคำ (ร้อยละ 22) และอันดับสุดท้ายคือ องค์ประกอบ จำนวน 10 ถ้อยคำ (ร้อยละ 2) จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความมีการแสดงทัศนคติเกี่ยวกับภาษีโดยการแสดง “ท่าที” ที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ มากที่สุด รายละเอียดปรากฏดังนี้

3.1 ท่าที ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงบวก จำนวน 53 ถ้อยคำ เช่น เจริญ, ดี, มั่นคง เป็นต้น และถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงลบ จำนวน 281 ถ้อยคำ เช่น ขูดรีด, ถังแตก, ผลาญ, พัง, ไม่ดี, ไม่เจริญ, แย่ เป็นต้น ตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่างที่ 20 ประเทศไทยนี้ตื่นะครับ ไม่ว่ายุคไหน สมัยไหน เผด็จการ ประชาธิปไตย รัฐจะช่วยเหลือเยียวยา โดยไม่ที่สนว่า ประชากรคนนั้นได้เสียภาษีจากเงินได้หรือไม่ (ทวิตที่ 63.208)

จากตัวอย่างที่ 20 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นคำวิเศษณ์ “ดี” เพื่อแสดงความหมายเชิงบวกกับประเทศไทยในเชิงประชดประชัน

ตัวอย่างที่ 21 เมื่อวานตกลงมาก เรื่องดอกเบี้ยเงินฝาก ที่บรรดากระบือแดงกระบือส้มพยายามปั่นกระแสว่าเพราะรัฐถังแตกบ้าง เศรษฐกิจแย่นานเงินฝืด เลยต้องรีดภาษี ว่าเป็นจริงคือมโนล้วน ๆ (ทวิตที่ 62.272)

จากตัวอย่างที่ 21 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นคำนาม “ถังแตก” และกริยาวิเศษณ์ “รีดภาษี” เพื่อแสดงความหมายเชิงลบต่อรัฐบาล และใช้ถ้อยคำที่เป็นคำวิเศษณ์ “แย่” เพื่อแสดงความหมายเชิงลบกับเศรษฐกิจ

3.2 องค์ประกอบ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงบวก จำนวน 1 ถ้อยคำ คือ เป็นทำเลดีที่สุด และถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงลบ จำนวน 9 ถ้อยคำ เช่น โครงสร้างห่วย ๆ, เงื่อนไขเยอะเยอะ เป็นต้น ตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่างที่ 22 และแล้วภาษีพวกเราก็จะถูกหักเพิ่มขึ้นไปอีก อีกหน่อยคงมีภาษีอาชีพ ภาษีอากาศ กระมัง ทั้งที่ประเทศเรา**เป็นทำเลดีที่สุด**คนผ่านเข้าออก แทนที่จะบริหารดี ๆ ให้เจริญ ๆ แต่นี่มันผูกขาดโกงกินกระจุกกันแต่กลุ่มเดียวพอเสียผลประโยชน์ก็โวยวายป้ายสีคนโน้นนี่ให้เค้ากลายเป็นผู้ร้าย เสียมาให้คนเป็นบ้า (ทวิตที่ 62.310)

จากตัวอย่างที่ 22 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นกริยาวลี “**เป็นทำเลดีที่สุด**” เพื่อแสดงความหมายเชิงบวกกับประเทศไทย

ตัวอย่างที่ 23 แทนที่จะ**ดำโครงสร้างห่วย ๆ** ของรัฐ ที่ไม่รู้จักเก็บภาษีคนรวยให้มีประสิทธิภาพ การใช้ภาษีให้ถูกที่ถูกทาง เอามาพัฒนาสวัสดิการให้กับทุกคนเท่ากัน จะได้คุ้มกับภาษีที่เสียไป ดันเลี้ยวมาด่าคนจน สารยายความลำบากแบบชนชั้นกลาง น่าสงสารมาก ๆ ที่ขนาดเรียนเยอะแล้วยังคิดไม่ได้ อีก ว่ามันผิดที่ใคร (ทวิตที่ 62.473)

จากตัวอย่างที่ 23 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นนามวลี “**โครงสร้างห่วย ๆ**” เพื่อแสดงความหมายเชิงลบกับโครงสร้างของรัฐบาล

3.2 คุณค่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงบวก จำนวน 17 ถ้อยคำ เช่น **คุ้มกว่า, คุ้มภาษี** เป็นต้น และถ้อยคำที่แสดงความหมายเชิงลบ จำนวน 80 ถ้อยคำ เช่น **เจ๊ง, สูญเสีย, เปลา่ประโยชน์** เป็นต้น ตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่างที่ 24 ใครขายของออนไลน์ขายดีแล้วยังรับรายได้ในนามบุคคลเก็บเงินไว้จ่ายภาษีด้วยนะครับ คำแนะนำคือ จดเป็นนิติบุคคล เสียค่าทำบัญชีน่าจะ**คุ้มกว่า** (ทวิตที่ 62.154)

จากตัวอย่างที่ 24 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นกริยาวลี “**คุ้มกว่า**” เพื่อแสดงความหมายเชิงบวกกับการจดเป็นนิติบุคคล

ตัวอย่างที่ 25 อีกหนึ่งผลงานของคณะลุงฉุน ที่บริหารงานแบบขอไปที ภูหน้าปะจุมก ใน 5 ปีผ่านมา ทุกโครงการที่ริเริ่มคำว่า พลังประชารัฐ ก็ค่อย ๆ **เจ๊ง**ไปทีละโครงการ สุดท้ายก็**สูญเสีย**งบประมาณที่เป็นภาษีของประชาชนโดย**ปาวประโยชน์!!!!!!** (ทวิตที่ 62.197)

จากตัวอย่างที่ 25 จะเห็นว่า ผู้เขียนข้อความใช้ถ้อยคำที่เป็นคำกริยา “**เจ๊ง**” เพื่อแสดงความหมายเชิงลบกับโครงการของรัฐบาล ใช้คำกริยา “**สูญเสีย**” เพื่อแสดงความหมายเชิงลบกับงบประมาณภาษี และใช้วิเศษณ์วลี “**เปลา่ประโยชน์**” เพื่อแสดงความหมายเชิงลบกับภาษีของประชาชน

สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ระบบทัศนคติ ได้แก่ อารมณ์ การประเมิน และความนิยมของข้อความเกี่ยวกับภาษีของประชาชนคนไทย “ส่วนหนึ่ง” บนทวิตเตอร์ระหว่างปี พ.ศ. 2562-2563 จำนวน 1,447 ทวิต โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ระบบทัศนคติของ Martin and Rose (2003, 2007) และ Martin and White (2005) เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล

จากผลการวิเคราะห์ระบบทัศนคติพบว่า ผู้เขียนข้อความมี “การประเมิน” พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับภาษีมากที่สุด อันดับที่สองคือ ผู้เขียนข้อความมีการแสดง “อารมณ์” ที่มีต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับภาษี และอันดับสุดท้ายคือ ผู้เขียนข้อความแสดง “ความนิยม” ต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาษี ดังนี้

1) การประเมิน จากผลการวิจัยพบการประเมินประเภท “ความสามารถ” มากที่สุด และเมื่อพิจารณาบุคคลที่ถูกตัดสินพบว่า ผู้เขียนข้อความได้มีการประเมินความสามารถเชิงลบ (วิจารณ์) ของข้าราชการการเมือง และข้าราชการประจำมากที่สุด เนื่องจากผู้เขียนข้อความมองว่า ข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐไม่มีความสามารถในการนำเงินภาษีของประชาชนไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) อารมณ์ จากผลการวิจัยพบอารมณ์ประเภท “ความสุข/ความทุกข์” มากที่สุด และเมื่อพิจารณาขั้วภาษา (polarity) พบการแสดงอารมณ์เชิงลบ (ความทุกข์) มากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้เขียนข้อความได้มีการแสดงอารมณ์เชิงลบ (ความทุกข์) ภายในจิตใจที่มีต่อบุคคล หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ในสังคม โดยเฉพาะการทำงานของรัฐบาล

3) ความนิยม จากผลการวิจัยพบความนิยมประเภท “ทำที่” มากที่สุด เมื่อพิจารณาขั้วภาษาพบการแสดงท่าที่ “เชิงลบ” มากที่สุด และเมื่อพิจารณาส่งต่าง ๆ ที่ผู้เขียนข้อความได้แสดงท่าที่เชิงลบพบว่าการแสดงท่าที่เชิงลบกับสิ่งต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ, รัฐบาล, การจัดเก็บภาษี, การใช้ภาษีของรัฐบาล เป็นต้น

จากผลการวิจัยนี้จะเห็นว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kheovichai (2017), Badklang and Srinon (2018a) และ Dai and Zhou (2019) ที่พบ “การประเมิน” มากที่สุด เนื่องจากตัวบทดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการบปาทหรือพฤติกรรมของผู้คน อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาผลการวิจัยของ Pasaribu (2020), Pasaribu and Dewi (2021), Chung et al. (2022), ปิ่นอนงค์ จำปาเงิน (2557) และ ฐิติรัตน์ รักเหล่า (2559) พบ “อารมณ์” มากที่สุด เนื่องจากตัวบทดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการแสดงอารมณ์และความรู้สึก เช่น ความรัก สุขภาพ เป็นต้น จะเห็นว่า ผลการวิจัยจะแตกต่างกันไปตามประเภทของตัวบทที่ศึกษา

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ระบบทัศนคติ ได้สะท้อนให้เห็นท่าที่ ความคิด ความรู้สึก หรือทัศนคติของประชาชน “ส่วนหนึ่ง” ที่เกี่ยวข้องกับภาษี 2 ประเด็น ดังนี้

1) **ภาษีกับรัฐบาลหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ** จากผลการวิจัยผู้เขียนข้อความมองว่า รัฐบาลนำเงินภาษีไปใช้ในการบริหารประเทศอย่างไม่สมเหตุสมผล หรือไปใช้อย่างไม่เหมาะสม โดยการใช้ถ้อยคำที่แสดงท่าที่เชิงลบต่อรัฐบาล เช่น *เฮงซวย, ทำอะไรไม่เป็น, ห่วย, ผลาญเล่น* เป็นต้น นอกจากนี้ผู้เขียนข้อความมองว่า เจ้าหน้าที่ของรัฐไม่มีความสามารถในการนำเงินภาษีของประชาชนไปใช้ในการบริหารประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการใช้ถ้อยคำที่ประเมินความสามารถเชิงลบหรือวิจารณ์ เช่น *บริหารไม่ดี, บริหารไม่ได้, ห่วย, ไร้ประสิทธิภาพ, ไร้ความสามารถ* เป็นต้น ซึ่งเป็นการใช้ถ้อยคำที่แสดงความหมายชัดเจนตามรูปภาษา ตัวอย่างที่ปรากฏดังนี้

ตัวอย่างที่ 26 แปลกแต่จริง จะอดตายกันอยู่แล้วแต่ภูมิใจจังกับรัฐบาลเฮงซวยทำอะไรไม่เป็นหาแตก... กับรีดภาษีประช. วนวนกับการซื้ออาวุธ แจกเงินเพื่อซื้อใจคนจน... (ทวีตที่ 62.776)

ตัวอย่างที่ 27 ถ้ารัฐบาลมันช่วยในฐานะประชาชนผู้เสียภาษีให้รัฐบาลช่วย ๆ ไปผลาญเล่นก็มีสิทธิที่จะถูกโกง ? ไม่อยากให้ถูกก็ทำตัวให้มันคุ้มภาษีสิ อีกอย่างชาติไม่ใช่รัฐบาลนะ ชาติคือประชาชน (ทวีตที่ 62.847)

ตัวอย่างที่ 28 ...แล้วทำไมต้องโทษตัวเองก็เมื่อบริหารประเทศไม่ดี บริหารไม่ได้ ดีแต่แตกภาษีไปวัน ๆ ก็ต้องโทษคนบริหารประเทศใหม่อะ ในเมื่อตอนนี้ไทย การศึกษา การขนส่ง การเมือง ผู้นำมันช่วย ก็ไม่ผิดที่คนเค้าจะโทษ... (ทวีตที่ 62.552)

ตัวอย่างที่ 29 ประชุมสภาไม่ตกลงเลยเอาจริง ๆ มันเหี้ยอะ มันกาก โง่ ดื้อด้าน หนัด้าน ดูไปก็คิดว่าบ้านเมืองเราต้องมีพวกไร้ประสิทธิภาพ ไร้ความสามารถในการพัฒนาชาติแบบนี้มาดูแลเธอ ห่า บางคนเหมือนเก็บหมามาสูบบุหรี่พวกเรามา ดูแล้วเศร้า (ทวีตที่ 62.460)

2) **ภาษีกับประชาชน** จากผลการวิจัยผู้เขียนข้อความมองว่า เสียหายเงินภาษี และไม่ยอมเสียภาษี เพราะรัฐบาลหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐนำเงินภาษีไปใช้อย่างไม่สมเหตุผล หรือไม่มีประสิทธิภาพ โดยการใช้ถ้อยคำที่แสดงอารมณ์ “เชิงลบ หรือความทุกข์” เช่น เสียหายภาษี, ทำงานเหนื่อย เป็นต้น ซึ่งเป็นการใช้ถ้อยคำที่แสดงความหมายชัดเจนตามรูปภาษา ตัวอย่างทวีตปรากฏดังนี้

ตัวอย่างที่ 30 เสียหายภาษี ที่เอาไปจัดรายการเดินหน้าประเทศไทย ตอนละ 5 หมื่น เสียหายภาษีที่เอาไปจัดการลากตั้ง ส.ว. 1.3 พันล้าน เสียหายภาษีที่เอาไปจัดการเลือกตั้ง ส.ส. 5.8 พันล้าน เสียหายภาษีที่ให้กองทัพเอาไปสร้างความปรองดอง 500 ล้าน เสียหายภาษีที่ซื้อป้อมเช่าเหมาลำ บินไปฮาวาย 20 กว่าล้าน (ทวีตที่ 62.144)

ตัวอย่างที่ 31 ...อนุทินมาตอบแล้ว ฟรี รัฐบาลไทยใช้ภาษีประชาชนคนไทยคะ พวกเราทำงานเหนื่อยเอาเงินไปเสียภาษีให้พวกมันผลาญอะ แม่่ง #รัฐบาลเอ็งชวย #ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (ทวีตที่ 63.10)

สรุปจากผลการวิเคราะห์ระบบทัศนคติสะท้อนให้เห็นมุมมอง ความคิด ความรู้สึก หรือทัศนคติของประชาชนส่วนหนึ่งที่มีต่อภาษี โดยประชาชนส่วนหนึ่งรู้สึกเสียภาษีและไม่ยอมเสียภาษีอีกต่อไป เพราะไม่เห็นประเทศชาติได้รับการพัฒนา นอกจากนี้ ประชาชนส่วนหนึ่งมองว่า รัฐบาลหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐไม่มีความสามารถ หรือไม่มีประสิทธิภาพในการนำเงินภาษีไปใช้ในการบริหารประเทศ หรือนำเงินภาษีไปใช้ในการบริหารประเทศอย่างไม่สมเหตุผล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิจิตรา อินคาค (2551), ปะการัง ชื่นจิตร (2557), OECD (2019a, 2019b), วิชชกานต์ เมธาวิริยะกุล และเพ็ญนภา คล้ายสิงห์โต (อยู่ระหว่างการตีพิมพ์) ที่พบว่า ความไม่มีประสิทธิภาพในการใช้เงินภาษีของรัฐบาล ความไม่ไว้วางใจในการทำงานของข้าราชการและรัฐบาล ความเป็นธรรมของระบบภาษี และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของประชาชน ส่งผลต่อพฤติกรรมหรือขวัญและกำลังใจในการเสียภาษีของประชาชน

จากมุมมองหรือความคิดดังกล่าวเป็นการสร้างอุดมการณ์ “เชิงลบ” ต่อการเสียภาษี ซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญของประชาชนคนไทย นอกจากนี้ อุดมการณ์ดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวคิดอุดมการณ์ของ van Dijk (1998) ที่กล่าวว่า อุดมการณ์ คือ ความคิด มุมมอง ทักษะคติ หรือความเชื่อ ฯลฯ ของกลุ่มคนในสังคมที่มีร่วมกัน และส่งผลต่อวิถีปฏิบัติและวาทกรรมของคนในสังคม กล่าวคือ เมื่อประชาชน “ส่วนหนึ่ง” ที่มีอุดมการณ์เชิงลบต่อการเสียภาษีด้วยเหตุผลต่าง ๆ ร่วมกันผลิตและตอกย้ำอุดมการณ์ดังกล่าวบนทวิตเตอร์ อาจทำให้ประชาชนคนอื่นยอมรับอุดมการณ์ดังกล่าว จนกระทั่งนำไปสู่การยินยอมพร้อมใจไม่เสียภาษีให้ถูกต้อง ซึ่งเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย และการกระทำดังกล่าวส่งผลเสียต่อประเทศชาติด้วย อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยไม่ได้กล่าวว่า ผู้เขียนข้อความดังกล่าวไม่ได้เสียภาษี เพราะบุคคลดังกล่าวอาจเสียภาษีถูกต้อง หากเพียงแต่ต้องการแสดงมุมมอง ความคิด ความรู้สึกที่มีต่อภาษีบนทวิตเตอร์ ซึ่งเป็นข้อความของประชาชนส่วนหนึ่งเท่านั้น

การนำผลการวิจัยไปใช้

เป็นแนวทางในการศึกษาข้อความของตัวบทประเภทอื่น หรือตัวบทอื่นในสื่อสังคมออนไลน์ตามแนวทางการวิเคราะห์ระบบทัศนคติในภาษาไทย

ข้อเสนอแนะ

เห็นควรวิเคราะห์ตัวบทจากการสัมภาษณ์ประชาชนผู้เสียภาษีที่ไปรับบริการที่สำนักงานสรรพากร เพื่อศึกษาความแตกต่างหรือความเหมือนระหว่างตัวบทจากการสัมภาษณ์กับตัวบทจากสื่อออนไลน์

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณพระเจ้าสำหรับทุกสิ่งทุกอย่าง ขอบพระคุณมหาวิทยาลัยพะเยา ที่ให้ทุนอุดหนุนในการทำวิทยานิพนธ์ และขอบพระคุณคณะกรรมการหลักสูตรและคณาจารย์สาขาวิชาภาษาศาสตร์ประยุกต์ทุกท่าน นอกจากนี้ขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญภา คล้ายสิงห์โต ที่เมตตากรุณาและอดทนต่อผู้วิจัย ขอบพระเจ้าววยพรให้อาจารย์มีสุขภาพแข็งแรงและมีสันติสุขของพระเจ้าในชีวิตทุกคืนวัน

I would like to express my deepest gratitude to Randy J. LaPolla, Professor of Linguistics, for his editing support of the abstract. Moreover, for his kindness, encouragement, and continued support in the study of my Ph.D. and for making me proud to be a Lahu person. May God continually bless you with good health. I alone am responsible for any errors in the article.

เอกสารอ้างอิง

- จิตติมา ลิมกระยารส. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีเงินได้. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ], จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนิตา ลิสิริกุล. (2560). ระบบวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อธุรกิจด้วยการทำเหมืองข้อมูลบนทวิตเตอร์. [ปัญหาพิเศษปริญญาโทบริหารธุรกิจ], มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ชา มีมี ประเสริฐดำ. (2562). การออกแบบพัฒนาวิธีวิเคราะห์ข้อมูลทวิตเตอร์เพื่อศึกษาพฤติกรรม การตลาดทางการเมืองและกลุ่มผู้บริโภคผ่านการเลือกตั้งในประเทศไทยปี พ.ศ. 2562. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ], จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตติรัตน์ รักเหล่า. (2559). การประเมินค่าตนเองและผู้อื่น: การมีส่วนร่วมในการรักษาของผู้ย้ายถิ่นที่ติดเชื้อเอชไอวี และบุคลากรทางด้านสุขภาพ. วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, 11(พิเศษ), 44-61.
- ไทยพับลิก้า. (2559). เปิดฐานผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาล่าสุดปี'57 คนไทย 66 ล้านคน ยื่นภาษี 10 ล้านคน มีแคมเปญเงินเดือน 4 ล้านคนจ่าย เก็บได้ 3 แสนล้านบาท. <https://thaipublica.org/2016/01/personal-income-tax-structure-29/>
- ธร ปิตติล. (2560). เปลี่ยนแปลงอนาคตประเทศไทยด้วยการปฏิรูปภาษี. <https://www.the101.world/tax-reform-proposal/>
- ประกาศคณะกรรมการนโยบายการเงินการคลังของรัฐ เรื่อง กำหนดกรอบในการบริหารหนี้สาธารณะ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2564. (2564, 28 กันยายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 138 ตอนที่ 232 ง. หน้า 1.
- ปะการัง ชื่นจิต. (2557). วัฒนธรรมในระบบภาษีของไทย. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ], จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิ่นอนงค์ จำปาเงิน. (2557). การแสดงความหมายของการใช้ถ้อยคำในการให้คำแนะนำเรื่องความรักใน รายการวิทยุ “คลับฟรายเดย์”. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ], มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พิจิตรา อินคาคร. (2551). มูลเหตุของการไม่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา: กรณีศึกษาผู้เสียภาษีที่อยู่ใน เขตท้องที่ความรับผิดชอบของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 10. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ], มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มณฑิรา ลือสระน้อย. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของ ผู้มีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีในอำเภอเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ. [การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ], มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มาริญา นวลสะอาด. (2561). ปัญหาการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจากสินค้าจำเป็นต้องไม่ได้ทางพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ], มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560. (2560, 6 เมษายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 134 ตอนที่ 40 ก. หน้า 1-90.

วรัญญา ประพันธ์ และอิศเรศ ดลเพ็ญ. (2563). การแสดงความหมายของการใช้ถ้อยคำเขียนคำฟ้องและคำให้การในคดีทางการแพทย์. *วารสารมนุษยศาสตร์กับสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 6(1), 27-42.

วิชชกานต์ เมธาวิริยะกุล และเพ็ญภา คล้ายสิงห์โต. (อยู่ระหว่างการตีพิมพ์). การวิเคราะห์ระบบใจความหลักของข้อความเกี่ยวกับภาษีบนทวิตเตอร์. *วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*.

สมรักษ์ มุกดา. (2553). *การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต*. [ภาคนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ], มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2563). *ผลการจัดเก็บรายได้รัฐบาล*. <http://www.fpo.go.th/main/Statistic-Database.aspx>

อธิภัทร มหิตาเจริญ. (2561). มองย้อน ‘ภาษีไทย’ จากข่าวฟ่าน ปิงปิง. <https://www.chula.ac.th/cuinside/13686/>

Abdulmajeed, M., & El-Ibiary, R. (2020). Analyzing the communicative strategies of Egyptian political influencers: Content and discourse analyses of Twitter accounts. *Communication & Society*, 33(2), 295-311.

Altoaimy, L. (2018). Driving change on Twitter: A corpus-assisted discourse analysis of the Twitter debates on the Saudi Ban on women driving. *Social Sciences*, 7(5), 1-14.

Arunsirot, S. (2012). The use of appraisal theory to analyze Thai newspaper commentaries. *MANUSYA: Journal of Humanities Regular*, 15(1), 70-89.

Badklang, C., & Srinon, U. (2018a). Analysis of attitudinal resources in an EFL university classroom talk in the deep south of Thailand: An appraisal perspective. *The New English Teacher*, 12(2), 106-128.

Badklang, C., & Srinon, U. (2018b). The construal of attitudinal resources in the discourse of the song titled “Returning happiness to the people” by Gen. Prayuth Chan-ocha: An appraisal analysis. *The Journal of Humanities*, 10(1), 251-257.

Bräutigam, D. A. (2008). Introduction: Taxation and state-building in developing countries. In Bräutigam, D. A., Fjeldstad, O. H. and Moore, M. (Eds.), *Taxation and state-building in developing countries: Capacity and consent* (pp. 1-33): Cambridge University Press.

- Cherian, R., Le, G., Whall, J., Gomez, S., & Sarkar, U. (2020). Content shared on social media for national cancer survivors day 2018. *PLoS ONE*, 15(1), 1-16.
- Chung, T. T., Bui, L. T., & Crosthwaite, P. (2022). Evaluative stance in Vietnamese and English writing by the same authors: A corpus-informed appraisal study. *Research in Corpus Linguistics*, 10(1), 1-30.
- Dai, X., & Zhou, J. (2019). Analysis of criminal court discourse on Steven Avery case from the perspective of appraisal theory. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 329, 1917-1922.
- Hood, S. (2019). Appraisal. In Thompson, G., Bowcher, W. L., Fontaine, L. and Schöenthal, D. (Eds.), *The Cambridge handbook of systemic functional linguistics* (pp. 382-409): Cambridge University Press.
- Hui, M. (2020). *People in Thailand distrustful of Twitter are flocking to a crypto social network instead*. <https://qz.com/1860804/thai-users-ditch-twitter-for-crypto-social-network-minds/>
- Hutchinson, L. (2017). Writing to have no face: The orientation of anonymity in Twitter. In Walls, D. M. and Vie, S. (Eds.), *Social writing/social media: Publics, presentations, and pedagogies* (pp. 179-207). University Press of Colorado.
- Khaisingto, P. (2021). A transitivity analysis of the experience of depression as expressed on Thai Twitter. *Journal of Liberal Arts, Prince of Songkla University*, 13(1), 188-215.
- Kheovichai, B. (2014). Evaluative language in online product advertising discourse. *Veridian E-Journal*, 7(5), 1-13.
- Kheovichai, B. (2017). A corpus-based analysis of be + being + adjective in English from the appraisal framework perspective. *Silpakorn University Journal of Social Sciences, Humanities, and Arts*, 17(2), 97-132.
- Martin, J. R., & Rose, D. (2003). *Working with discourse: Meaning beyond the clause*. Continuum.
- Martin, J. R., & Rose, D. (2007). *Working with discourse: Meaning beyond the clause* (2nd ed). Continuum.
- Martin, J. R., & White, P. R. R. (2005). *The language of evaluation: Appraisal in English*. Palgrave Macmillan.

- Masroor, F., Khan, Q. N., Aib, I., & Ali, Z. (2019). Polarization and ideological weaving in Twitter discourse of politicians. *Social Media + Society*, 5(4), 1-14.
- Navarro, C., & Coromina, Ò. (2020). Discussion and mediation of social outrage on Twitter: The reaction to the judicial sentence of La Manada. *Communication & Society*, 33(1), 93-106.
- OECD. (2019a). *Public comments on the discussion draft on what is driving tax morale?*
<https://www.oecd.org/tax/tax-global/compilation-public-comments-what-is-driving-tax-morale.pdf>
- OECD. (2019b). *Tax morale: What drives people and businesses to pay tax?* <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/f3d8ea10-en/index.html?itemId=/content/publication/f3d8ea10-en>
- Oteíza, T. (2017). The appraisal framework and discourse analysis. In Bartlett, T. and O'Grady, G. (Eds.), *The Routledge handbook of systemic functional linguistics* (pp. 457-472). Routledge.
- Pasaribu, T. A. (2020). Appraisal framework in analyzing learners' attitudinal resources on performing of mice and men. *Indonesian Journal of EFL and Linguistics*, 5(1), 161-173.
- Pasaribu, T. A., & Dewi, N. (2021). Indonesian EFL students' voices on online learning during COVID-19 through appraisal analysis. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network*, 14(1), 399-426.
- Peddinti, S. T., Ross, K. W., & Cappos, J. (2017). User anonymity on Twitter. *IEEE Security & Privacy*, 15(3), 84-87.
- Pinckney, H. P., Mowatt, R. A., Outley, C., Brown, A., Floyd, M. F., & Black, K. L. (2018). Black spaces/white spaces: Black lives, leisure, and life politics. *Leisure Sciences*, 40(4), 267-287.
- Shakes, P., & Cashin, A. (2020). An analysis of Twitter discourse regarding identifying language for people on the autism spectrum. *Issues in Mental Health Nursing*, 41(3), 221-228.
- Songsukrujiroad, S., Chaiyasuk, T., & Praphan, P. (2015). Appraisal analysis: Thailand in the view of Phnom Penh post on the Preah Vihear issue. *Thammasat Review*, 18(2), 96-115.
- Taw, L. W., Libert, A. R., & Paramasivam, S. (2022). Building virtual rapport with emotion expressions: Hotel responses to positive online reviews. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network*, 15(2), 80-103.

- Thompson, G. (2008). Appraising glances: Evaluating Martin's model of APPRAISAL. *Word*, 59(2), 169-187.
- van Dijk, T. A. (1998) *Ideology: A multidisciplinary approach*. Sage.
- Yaqub, U., Chun, S. A., Atluri, V., & Vaidya, J. (2017). Analysis of political discourse on Twitter in the context of the 2016 US presidential elections. *Government Information Quarterly*, 34(4), 613-626.
- Zappavigna, M. (2011). Ambient affiliation: A linguistic perspective on Twitter. *New Media & Society*, 13(5), 788-806.