

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันและการใช้ภาษา ในช่องยูทูป “Ananped” Techniques for Creating Humor and the Language Used on the YouTube Channel 'Ananped'

สุชนันท์ คุณ¹ และอรัทัย สุทธิ²

Suchanan Khunu and Orathai Sutthi

Received: May 27, 2024/ Revised: September 29, 2024/ Accepted: November 19, 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันและการใช้ภาษาในช่องยูทูป “Ananped” โดยคัดเลือกตอนที่มียอดผู้เข้าชมสูงสุด จำนวน 50 คลิปวิดีโอ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2565 สืบหาข้อมูลเมื่อวันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2566 ผลการศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในช่องยูทูป “Ananped” พบกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันทั้งหมด 9 กลวิธี โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ พบกลวิธีการยั่วล้อมากที่สุด รองลงมาพบการหักมุมและพลิกความคาดหมาย การเสแสร้งและเจ้าเล่ห์เพทุบาย การเล่นและทอเย แหกหักทำลาย และทำให้เจ็บตัว การใช้ตรรกวิทยาแบบผิด ๆ การแต่งกายแปลกประหลาด การเข้าใจผิดและเข้าใจคนละทาง การล้อเล่นเกี่ยวกับเรื่องความตาย และพบการทำให้เป็นเรื่องเพศและเรื่องสัปดนน้อยที่สุด ผลการศึกษาการใช้ภาษาในช่องยูทูป “Ananped” พบการใช้ภาษาทั้งหมด 13 ลักษณะ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย

¹ Corresponding author, นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (Bachelor of Arts Program in Thai Language, Faculty of Humanities and Social Sciences, Mahasarakham University) Email: Suchanankhunu@gmail.com

² อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Mahasarakham University) Email: orathai@msu.ac.th

ได้ดังนี้ พบการใช้คำภาษาต่างประเทศมากที่สุด รองลงมาพบการใช้คำรุนแรง การใช้ภาษาที่แสดงน้ำเสียงต่าง ๆ การใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม การใช้จังหวะในการพูด การเล่นคำ การตัดคำ การตั้งสมญานามให้กับบุคคล การใช้คำภาษาถิ่น การสร้างคำและสำนวนขึ้นใหม่ การใช้ภาษาขัดแย้ง การเลี่ยงคำหยาบ และพบการใช้คำผิดแบบแผนน้อยที่สุด

คำสำคัญ: กลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน การใช้ภาษา อารมณ์ขัน มุกตลก ช่องยูทูป “Ananped”

Abstract

This article aimed to study the techniques of creating humor and the language used on the YouTube channel "Ananped" by selecting the top 50 most-viewed video clips from January 1st, 2022 to December 31st, 2022. The data was surveyed on January 14th, 2023. The study found a total of 9 techniques for creating humor were used on the "Ananped" channel, and listed them in descending order of prevalence. The most prevalent technique found is was excessive mockery, followed by subverting expectations and twisting meanings;, impersonation and mimicry;, goofing around, breaking and destroying;, using illogical reasoning;, bizarre costumes;, misinterpretation, and misunderstanding;, teasing about death;, and the least prevalent is was making jokes related to sex and minimal discomfort.

Regarding language used on the "Ananped" channel, the study identified a total of 13 characteristics, and listed them in descending order of prevalence. The most prevalent characteristic found is was the use of foreign words, followed by the use of profanity, expressing various tones, using group-specific language, employing rhythm in speech, wordplay, word cutting, assigning nicknames to individuals, using regional dialects, creating new words and phrases, using conflicting language, avoiding swear words, and the least prevalent was is the use of planned incorrect words.

Keywords: Strategies creating humor, Language used, Humor, Jokes, YouTube channel “Ananped”

บทนำ

อารมณ์ขันเป็นหนึ่งในอารมณ์ที่หลากหลายของมนุษย์ที่สื่อสารผ่านการใช้ “ภาษา” ทั้งภาษาพูด ภาษาภาพ ภาษาเขียน หรือภาษาในรูปสัญลักษณ์อื่น ๆ อารมณ์ขันต้องสื่อสาร โดยมีผู้ส่งสารและผู้รับสารมีทั้งความเป็นสากลและลักษณะเฉพาะ เพราะอารมณ์ขันเป็นผลมาจากปัจจัยทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นเฉพาะเวลาและพื้นที่ ดังนั้นในแต่ละสังคมจึงมีอารมณ์ขันที่มีลักษณะเฉพาะที่คนในสังคมนั้นรับรู้ร่วมกัน (Inthonsin, 2021: 333) จะเห็นได้ว่าอารมณ์ขันหรือความตลกถือเป็นปรากฏการณ์ที่สำคัญของมนุษย์อีกอย่างหนึ่งมีการถ่ายทอดกันมาจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งและยังมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบใหม่ ๆ ผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ย่อมแสดงให้เห็นว่าอารมณ์ขันนั้น มีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคมเป็นอย่างมาก (Siriyuwasak, 1993: 13)

ปัจจุบันยูทูป (YouTube) ปัจจุบันมีอำนาจในการเข้าถึงและมีอิทธิพลต่อผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีผู้ใช้งานในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก สาเหตุที่คนไทยส่วนใหญ่ชอบดูยูทูปมากกว่าทีวี เพราะเนื้อหาที่มีความหลากหลาย โดดเด่น รวบรวมคลิปวิดีโอ เพลง ภาพยนตร์ คอนเทนต์ต่าง ๆ รวมถึงวิธีการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดคนดู และยังสามารถเลือกรับชมในเวลาที่ต้องการได้ (Brown 2015 As cited in Toyaboot et al, 2020) โดยเฉพาะปัจจุบันมักสอดแทรกความบันเทิงหรืออารมณ์ขันเข้าไปในเนื้อหาเพื่อช่วยให้มนุษย์ผ่อนคลายความเครียด มนุษย์จึงนิยมบริโภคสื่อบันเทิงผ่านช่องทางยูทูปเป็นจำนวนมาก

ช่องยูทูป “Ananped” เป็นช่องยูทูปที่นำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ โดยคุณอนันต์เปิดหรือคุณอนันต์ เอกเขง และทีมงาน โดยเนื้อหาเกี่ยวกับคอนเทนต์ที่อยู่ในกระแสสังคมหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาที่มีการแข่งขันเกี่ยวกับการกิน การเสี่ยงทาย การเปรียบเทียบ และการใช้ชีวิตประจำวัน ทั้งนี้เนื้อหาที่นำเสนอเน้นมุ่งเน้นความขบขันให้แก่ผู้รับชม จากเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและการนำเสนอคอนเทนต์ที่หลากหลายในด้านความบันเทิง จึงทำให้ดึงดูดใจผู้คนในสังคมออนไลน์

จากความน่าสนใจของช่องยูทูป “Ananped” ที่สร้างสรรค์เนื้อหาโดยสอดแทรกอารมณ์ขัน เพื่อนำเสนอตัวตนให้ดึงดูดใจผู้คนในสังคมออนไลน์และมีผู้ติดตามเป็นจำนวน

มาก แม้ว่าคุณอนันต์เปิดจะไม่ใช่นักแสดงตลกมืออาชีพ แต่การสร้างสรรค์เนื้อหาที่อารมณ์ขันนั้น ทำให้ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ทำให้ปัจจุบันมียอดผู้ติดตาม (Subscribe) 5,920,000 คน และมีผู้ติดตามช่องยูทูปมากที่สุดเป็นอันดับที่ 44 ของประเทศไทย (Channelranking, 2023) (ข้อมูล ณ วันที่ 5 กันยายน 2023) นอกจากนั้น การใช้ภาษาของช่องยูทูป “Ananped” ยังมีความน่าสนใจและชวนให้ผู้รับชมได้ติดตาม ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาเรื่องกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันและการใช้ภาษาในช่องยูทูป “Ananped”

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในช่องยูทูป “Ananped”
2. เพื่อศึกษาการใช้ภาษาในช่องยูทูป “Ananped”

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเกี่ยวกับกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในช่องยูทูป “Ananped” ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

Thongprasit (2012) กล่าวว่า อารมณ์ขันที่เกิดขึ้นถูกนำเสนอผ่านทาง "สาร" ที่แสดงออกมาโดยอาศัย "ภาษา" เพื่อแสดงออกแทนความรู้ ความคิด อารมณ์ หรือความรู้สึกต่าง ๆ ถูกนำเสนอออกมาตามสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสารหรือหนังสือรูปเล่ม เป็นต้น สื่อที่ไม่ใช่สิ่งพิมพ์ เช่น โทรทัศน์ จะนำเสนอในรูปแบบรายการประเภทบันเทิงคดี ได้แก่ เกมโชว์ ทอล์กโชว์ และละครโทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งการนำเสนอความตลกนั้นจะออกมาในรูปแบบของท่าทางการใช้น้ำเสียง ภาษาและลักษณะของตัวบุคคล ได้ชัดเจน มีทั้งเรื่องเก่าเล่าใหม่ และเรื่องใหม่ ๆ ที่ผู้เล่าคิดแต่งขึ้นจากสภาพการณ์ของสังคมปัจจุบัน นำมาพูดเล่นล้อ เล่นสำนวน เพื่อก่อให้เกิดอารมณ์ขันที่สนุกสนาน เรียกเสียงหัวเราะ

Thongprasit (2012) ศึกษาการใช้ภาษาและกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันไทยในละครตลกสถานการณ์ ผลการศึกษาพบว่า การใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขันไทยในตลกสถานการณ์ พบทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ 1. การใช้คำ พบการใช้คำแสดงนัยกลับมากที่สุด การเล่นคำ การดัดแปลงส่วนประกอบของคำ การพูดโพล่ง ๆ การบรรยายอย่างผิดปกติ การใช้คำภาษาต่างประเทศ และการใช้คำภาษาถิ่นน้อยที่สุด 2. ด้านการใช้สำนวน พบการ

ใช้สำนวนเก่าและการใช้สำนวนใหม่ 3. ด้านการใช้ภาพพจน์ พบการเปรียบเทียบวิเคราะห์มากที่สุด อุปมา สาธก อุปลักษณ์ บุคลาธิษฐาน และการเปรียบเทียบน้อยที่สุด 4. ด้านการใช้โวหาร พบการใช้โวหารประชดประชันมากที่สุด โวหารที่กล่าวเกินจริง และโวหารขัดแย้ง พบน้อยที่สุด ด้านการศึกษาทฤษฎีการสร้างอารมณ์ขันไทยในตลกสถานการณ์ พบทฤษฎีสร้างอารมณ์ขันไทยทั้งหมด 7 ทฤษฎีได้แก่ 1. ทฤษฎีทำให้เกิดความคาดหมายพบมากที่สุด 2. ทฤษฎีการยั่วล้อ 3. ทฤษฎีการสร้างเรื่องสัปดน 4. ทฤษฎีการสร้างความขัดแย้ง 5. ทฤษฎีการสร้างเรื่องเกินจริง 6. ทฤษฎีการล้อสังคม 7. ทฤษฎีการใช้สัญลักษณ์พบน้อยที่สุด

Sanguanphong (2020: 25) ศึกษาอารมณ์ขันในรายการเทยเที่ยวไทยเพื่อศึกษาทฤษฎีการใช้ภาษาและทฤษฎีการสร้างเนื้อหาเพื่อสร้างอารมณ์ขันในรายการเทยเที่ยวไทย ผลการศึกษาวิเคราะห์ทฤษฎีการสร้างอารมณ์ขันในรายการ “เทยเที่ยวไทย” สามารถแบ่งประเด็นการศึกษาได้ 2 ประเด็น คือ ทฤษฎีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขัน ประกอบด้วย 1) การใช้เสียง ได้แก่ การใช้เสียงสัมผัสหรือคำคล้องจอง การใช้สำเนียงภาษาต่างประเทศ การเพี้ยนเสียง 2) การใช้คำ ได้แก่ การใช้คำภาษาต่างประเทศหรือการปนภาษา การใช้คำพ้อง การใช้คำพวน การใช้คำภาษาถิ่น การใช้คำสองแง่สองง่ามและทฤษฎีการสร้างเนื้อหาเพื่อสร้างอารมณ์ขัน ประกอบด้วย 1) การสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับเพศ ได้แก่ การสร้างเนื้อหา เกี่ยวกับพราสี และการสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องสัปดน 2) การสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับหยอกเย้า สามารถแบ่งเป็นประเด็นย่อยได้ 2 ประเด็น คือ 1. การสร้างเนื้อหาเพื่อล้อเลียน ได้แก่ การสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับตัวบุคคล การสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับรูปร่างหน้าตา การสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับวัย และ 2. การสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับการประชดประชันและเหน็บแนม

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ศึกษาดำเนินการศึกษาดำเนินขั้นตอนต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการสร้างอารมณ์ขันและการใช้ภาษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาทฤษฎีสร้างอารมณ์ขันและการใช้ภาษาในช่องยูทูบ

Ananped

2. สืบค้นข้อมูลคลิปที่เผยแพร่ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 ถึง วันที่ 31 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2565 และรวบรวม (ประชากร) คลิปวิดีโอทั้งหมดจากช่องยูทูบ *Ananped* ในระยะเวลา 1 ปี (2565)

3. สุ่มตัวอย่างโดยการคัดเลือกจากคลิปวิดีโอที่มียอดผู้เข้าชมสูงสุด จำนวน 50 คลิปวิดีโอ จากทั้งหมด 156 คลิปวิดีโอ โดยอิงตามข้อมูลยอดเข้าชมที่ปรากฏในวันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2566 จากนั้นเข้าชมและถ่ายทอดข้อมูลระหว่าง วันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2566 ถึงวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2566

4. วิเคราะห์กลวิธีสร้างอารมณ์ขันและการใช้ภาษาในช่องยูทูป *Ananped* นำกรอบแนวคิดมาปรับใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 การศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน ผู้ศึกษาใช้กรอบแนวคิดของ Thongprasit (2012) และ Pantthakernamorn (2016: 160 - 229) มาปรับใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) การยั่วล้อ 2) การเข้าใจผิดและเข้าใจคนละทาง 3) การหักมุม และพลิกความคาดหมาย 4) การทำให้เป็นเรื่องเพศและเรื่องสัปดน 5) การเสแสร้งและเจ้าเล่ห์ เพทุบาย 6) การล้อเล่นเกี่ยวกับเรื่องความตาย 7) การแต่งกายแปลกประหลาด 8) การเล่นเลอะเทอะ แหกหักทำลาย และทำให้เจ็บตัว และ 9) การใช้ตรรกวิทยาแบบผิด ๆ

4.2 การศึกษาการใช้ภาษา ผู้ศึกษาใช้กรอบแนวคิดของ Eiamutama (2008) Chanbanchee (2008) และ Thananet (2009) มาปรับใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) การเล่นคำ โดยแบ่งออกเป็น 1.1) การเล่นคำซ้ำ 1.2) การเล่นคำสัมผัส 1.3) การเล่นคำพ้อง 1.4) การเล่นคำพวน 2) การสร้างคำและสำนวนขึ้นใหม่ 3) การใช้คำผิดแบบแผน 4) การใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม 5) การใช้ปริศนาคำตาย 6) การตัดคำ 7) การตั้งสมญานามให้แก่บุคคล 8) การใช้ภาษาขัดแย้ง 9) การใช้คำรุนแรง 10) การเลียงคำหายาบ 11) การใช้คำภาษาต่างประเทศ 12) การใช้คำภาษาถิ่น 13) การใช้สัญลักษณ์ 14) การใช้จังหวะในการพูด และ 15) การใช้ภาษาที่แสดงน้ำเสียงต่าง ๆ

5. สรุปผลการศึกษาและนำเสนอผลการศึกษาแบบพรรณานาวิเคราะห์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. กลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน หมายถึง วิธีการเขียนและการใช้ถ้อยคำอย่างมีศิลปะในการเสนอเรื่อง โดยใช้เทคนิคหรือวิธีการใดวิธีการหนึ่งนำมาประกอบในการเล่าเรื่อง เพื่อทำให้ผู้รับชมเกิดความขบขัน

2. การใช้ภาษา หมายถึง รูปแบบและลักษณะการใช้ภาษาในการติดต่อทั้งการรับรู้และถ่ายทอดความรู้สึคนึกคิดไปยังผู้รับสาร

3. ช่องยูทูบ Ananped หมายถึง ช่องทางการนำเสนอเนื้อหาความเข้มข้นของ คุณอนันต์ เอกเขวงและทีมงาน โดยมุ่งเน้นให้ผู้รับชมเกิดความสุขสนุกสนานในแพลตฟอร์ม ยูทูบ

ข้อตกลงเบื้องต้น

ข้อมูลที่ได้จากการถ่ายทอดเสียง (transcribe) คลิปวิดีโอในช่องยูทูบ Ananped จำนวน 50 อันดับที่มียอดผู้เข้าชมสูงสุด (จัดอันดับในวันที่ 14 มกราคม 2566) ผู้ศึกษา ถ่ายทอดเสียงในรายการโดยยึดรูปแบบตามลักษณะการพูดและการออกเสียงของนาย อนันต์ เอกเขวง และผู้ร่วมรายการในช่องยูทูบ Ananped

ผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมการสร้างอารมณ์ขึ้นและการใช้ภาษาในช่องยูทูบ “Ananped” ผลการศึกษามี 2 ประเด็น ดังนี้

1. ผลการศึกษากฎวิธีการสร้างอารมณ์ขึ้นในช่องยูทูบ “Ananped”

ผู้ศึกษาพบกฎวิธีการสร้างอารมณ์ขึ้น 9 กฎวิธี สามารถสรุปเป็นตารางได้ดังต่อไปนี้

Table 1 แสดงผลกฎวิธีการสร้างอารมณ์ขึ้นในช่องยูทูบ “Ananped”

ลำดับ	กฎวิธีการสร้างอารมณ์ขึ้นในช่องยูทูบ “Ananped”	จำนวน (ครั้ง)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
1	การยั่วล้อ	143	31.78
2	การหักมุมและพลิกความคาดหมาย	116	25.78
3	การเสแสร้งและเจ้าเล่ห์เพทุบาย	66	14.67
4	การเล่นเลอะเทอะ แตกหักทำลาย และทำให้เจ็บตัว	64	14.22
5	การใช้ตรรกวิทยาแบบผิด ๆ	28	6.22
6	การแต่งกายแปลกประหลาด	13	2.89
7	การเข้าใจผิดและเข้าใจคนละทาง	11	2.44
8	การล้อเล่นเกี่ยวกับเรื่องความตาย	5	1.11
9	การทำให้เป็นเรื่องเพศและเรื่องสัปดน	4	0.89
รวม		450	100

ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในช่องยูทูบ “Ananped” พบ 9 กลวิธี ได้แก่ การยั่วล้อ การเข้าใจผิดและเข้าใจคนละทาง การหักมุมและพลิกความคาดหมาย การทำให้เป็นเรื่องเพศและเรื่องสัปดน การเสแสร้งและเจ้าเล่ห์เพทุบาย การล้อเล่นเกี่ยวกับเรื่องความตาย การแต่งกายแปลกประหลาด การเล่นเลอะเทอะ แตกหัก ทำลาย และทำให้เจ็บตัว และการใช้ตรรกวิทยาแบบผิด ๆ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 การยั่วล้อ

การยั่วล้อ หมายถึง การนำเสนอเรื่องราวที่แฝงไปด้วย การล้อบุคคล การเหน็บแนม การเสียดสี การประชดประชัน และการล้อสังคม เพื่อให้เกิดอารมณ์ขัน โดยการยั่วล้อดังกล่าวจะนับตามความถี่ที่ปรากฏ จากการศึกษาการยั่วล้อของอนันต์เปิดที่ ยั่วล้อทีมงาน และทีมงานยั่วล้อกันเองภายในช่องยูทูบ “Ananped” พบจำนวน 143 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.78 พบการยั่วล้อ 5 ลักษณะ ดังนี้ การล้อบุคคล 36 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8 การเหน็บแนม 38 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.44 การเสียดสี 24 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.33 การประชดประชัน 43 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.56 และการล้อสังคม 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.44 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

สถานการณ์แอร์และเต้ยล้อเลียนอนันต์เปิด

แนน : เต้ยจ่อยเลยเซียงใหม่ ใช้ไม้ค้ำหอกโรงแรมแพง อย่างมาก็นอน
นอนอย่างเดียว แต่นั่งมานานแล้วเมื่อไหร่จะถึงอะ

แอร์ : พี่เปิดต้องหลับทำหน้าแบบนี้แน่เลย (ทำทำนอนหลับปากเบี้ยว)



Figure 1 แอร์ยั่วล้อพฤติกรรมของอนันต์เปิด

ที่มา: Youtube ช่อง Ananped ตอน โรงแรมกลางทะเล ถูก VS แพง คับที่อยู่ได้ คับใจอยู่ยาก (2022)

จากตัวอย่างข้างต้น มีการใช้กลวิธีการยั่วล้อ จากประโยคที่แอร์กล่าวว่า “พี่เปิดต้องหลับทำหน้า แบบนี้แน่เลย” และแอร์ก็ทำหน้าตาล้อเลียนตอนอนันต์เปิดหลับโดยการหลับตาข้างเดียวและทำปากเบี้ยว ซึ่งเป็นการใช้กลวิธีการยั่วล้อโดยล้อเลียนท่าทางและพฤติกรรมของบุคคล เพื่อสร้างอารมณ์ขันให้แก่ผู้รับชม

1.2 การหักมุมและพลิกความคาดหมาย

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันด้วยการหักมุมและพลิกความคาดหมาย หมายถึง เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่จบหรือสิ้นสุดอย่างไม่เป็นไปตามความคิด ความเข้าใจ คาดหมายไว้ล่วงหน้าแต่กลับจบหรือสิ้นสุดแบบพลิกความคาดหมาย (Pantthakernamorn, 2016: 197) จากการศึกษา พบจำนวน 116 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.78 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

สถานการณ์อันนัตเปิดและทีมงานเล่นมุทลกกับคนขายไอศกรีม

แนน : พี่เบียร์ปะว่าไอติมไผ่ทองอะมันไม่เหมือนกันนะคะ

เขาเป็นบริษัทลูกกับบริษัทพ่อไข่ไหมคะ

อนันต์เปิด : อันนี้คือบริษัทพ่อเลยหรอ อ้ออันนี้เขาไม่ได้ขายนะครับ เขาเพิ่งเข้ามา หุ้ยทุกคนครับ ไอติมไผ่ทอง ไฉ่แนนร้านนี้กินแล้วต้องสั่งอีก

แนน : ทำไมอะ อร่อย

อนันต์เปิด : ให้น้อย (หัวเราะ) ล้อเล่นพี่ ๆ เดียวพี่เขากระต๊อบกูเนลเลย



Figure 2 อนันต์เปิดมุทลกหักมุมและพลิกความคาดหมาย

ที่มา: Youtube ช่อง Ananped ตอน กล้องสุมัยักษ์ใหญ่มว้ากกก I แพงสุดในชีวิต (2022)

ตัวอย่างข้างต้นเป็นการสร้างอารมณ์ขันด้วยการหักมุมเรื่องราวที่ไม่เป็นไปตามความคิด คือ อนันต์เปิดและแนนกำลังซื้อไอศกรีมอยู่ อนันต์เปิดกล่าวว่า “ไอ้แนนร้านนี้กินแล้วต้องสั่งอีก” แนนคิดว่าเพราะร้านนี้อร่อยจึงต้องซื้ออีกและถามกลับว่า “ทำไมอะ อร่อยหรอ” แต่อันันต์เปิดมุทลกหักมุมและพลิกความคาดหมายบอกว่า “ให้น้อย” ซึ่งเป็นการพูดสิ่งที่ไม่เป็นไปตามที่แนนคิดและคนทั่วไปคิด โดยเป้าหมายของผู้พูดไม่ได้ทำให้แนนขบขันคนเดียว แต่ต้องเล่นกับการรับรู้ของผู้ชมรายการหรือคนส่วนใหญ่ในวัฒนธรรมนั้น จึงทำให้เกิดอารมณ์ขันแก่ผู้รับชม

1.3 การเสแสร้งและเจ้าเล่ห์เพทุบาย

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันด้วยการเสแสร้งและเจ้าเล่ห์เพทุบาย หมายถึง การพูดหวานล่อมทำให้ คนอื่นคล้อยไปตามกับตน เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใด

อย่างหนึ่งและทำให้เกิดอารมณ์ขัน (Pantthakernamorn, 2016: 204) จากการศึกษาพบจำนวน 66 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.67 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

สถานการณ์อันตเปิดและแนนเป่ายิงฉุบ เพื่อหาคนชนะ

แนน : วัดใจไปเลยปะ หนูบอกเลยว่าหนูออกไร

อนันต์เปิด : มึงจะออกไร

แนน : หนูออกกระดาด

เบ๊บ : เชื่อใจเปล่า

อนันต์เปิด : มึงออกกระดาดหรือ กูก็ออกกระดาดเหมือนกัน

แนน : เป่ายิงฉุบ (ออกกรรไกร) วิ้ายยยยยยยยยยย

อนันต์เปิด : โอ้โห

แนน : สัจจะไม่มีในหมู่วิชา



Figure 3 แแนนใช้ความเจ้าเล่ห์หลอกอนันต์เปิด

ที่มา: Youtube ช่อง Ananped ตอน สุ่มกินตามสี 24 ชั่วโมง | หาไม่ได้ โดนทำโทษ !! (2022)

จากตัวอย่างข้างต้นมีการสร้างอารมณ์ขันด้วยการเสแสร้งและเจ้าเล่ห์เพทุบาย คือ แแนนใช้ความเจ้าเล่ห์เพทุบายวางแผนเอาชนะอนันต์เปิด โดยแนนบอกว่าจะออกกระดาดเพื่อหว่านล้อมให้อนันต์เปิดเชื่อและอนันต์เปิดก็ออกกระดาดตามที่พูด แต่สุดท้ายแนนใช้ความเจ้าเล่ห์ที่วางแผนไว้ออกกรรไกรทำให้แนนเป็นฝ่ายชนะ ซึ่งเป็นการใช้ความเจ้าเล่ห์เพทุบายทำให้เชื่อ จึงทำให้เกิดอารมณ์ขันแก่ผู้รับชม

1.4 การเล่นเกมและตลกๆ แลกกันทำลาย และทำให้เจ็บตัว

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันด้วยการเล่นเกมและตลกๆ แลกกันทำลาย และทำให้เจ็บตัว หมายถึง การพูดเกี่ยวกับสิ่งสกปรกที่ออกมาจากร่างกายประเภทน้ำลาย ปัสสาวะ อุจจาระและผายลม ให้เป็นเรื่องตลก รวมทั้งการล้อเล่นหรือหยอกล้อที่ทำให้เลอะเทอะ แลกกัน ทำลายข้าวของ และทำให้เจ็บตัว (Pantthakernamorn, 2016: 196) จากการศึกษา พบจำนวน 35 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.78 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

สถานการณ์นันต์เปิดและแนนทำโทษเบ๊บ เนื่องจากเบ๊บแพ้เกม

อนันต์เปิด : อะ ๆ อธิฐานก่อน อธิฐานจริงเลย

เบ๊บ : ขอให้คลิปหน้าไม่ใช่กู

แนน : เสร็จแล้วเหรออ

เบ๊บ : เสร็จแล้ว

แนน : เป่าเลย (เอาเค้กโปะหน้า)

อนันต์เปิด : มีความสุขมาก ๆ ครับน้องเบ๊บ



Figure 4 การสร้างอารมณ์ขันด้วยการเล่นเลอะเทอะ

ที่มา: Youtube ช่อง Ananped ตอน กินประหยัด 24 ชั่วโมง I

ชีวิตอย่าอู้ฟู เพราะดูเหมือนจะอยู่ต่อ !? (2022)

จากตัวอย่างข้างต้นมีการใช้กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันโดยการเล่นเลอะเทอะ คือ เบ๊บเป็นคนที่ใช้เงินมากที่สุด ทำให้เบ๊บแพ้การแข่งขันกินประหยัดและโดนลงโทษ อนันต์เปิดและแนนช่วยกันลงโทษเบ๊บ โดยแนนใช้เค้กโปะหน้าเบ๊บและอนันต์เปิดใช้ยาสระผมเทใส่หัวเบ๊บ ซึ่งทำให้เบ๊บเลอะเทอะจึงทำให้ผู้รับชมเกิดอารมณ์ขัน

1.5 การใช้ตรรกวิทยาแบบผิด ๆ

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันด้วยการใช้ตรรกวิทยาแบบผิด ๆ หมายถึง การทำให้สิ่ง ๆ นั้นหรือเรื่องนั้น ๆ ไม่สมเหตุสมผล (Pantthakernamorn, 2016: 192) จากการศึกษา พบจำนวน 28 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.22 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

สถานการณ์นันต์เปิดและทีมงานเปิดกล่องสุ่มผลไม้ราคาแพง

อนันต์เปิด : กิโลละ 3,000 เลยเหรออ อะเดียวลองชิมเปลือก

เต้ย : มันกินได้เหรออเปลือก

อนันต์เปิด : มันแพงอะของแพงกินได้หมดแหละ

เต้ย : เป็นยังไง

อนันต์เปิด : (คายเปลือกทิ้ง) ปีมกินปะ



Figure 5 การใช้ตรรกวิทยาแบบผิด ๆ

ที่มา: Youtube ช่อง Ananped ตอน กล้องส่องผลไม้ 20,000 บาท ! เจอผลไม้ปิศาจ !? (2022)

จากตัวอย่างข้างต้นมีการใช้กลวิธีการสร้างอารมณ์ขึ้นด้วยการใช้ตรรกวิทยาแบบผิด ๆ โดยอนันต์เปิดตกใจว่าส้มราคากิโลละ 3,000 จึงลองชิมเปลือก เตี้ยถามว่า “กินได้หรือเปลือก” เพราะเตี้ยไม่เคยรู้ว่าเปลือกส้มสามารถกินได้ แต่อันันต์เปิดตอบกลับว่า “ของแพงกินได้หมดแหละ” ซึ่งเป็นตรรกวิทยาแบบผิด ๆ ซึ่งไม่สมเหตุผลเพราะเปลือกส้มไม่สามารถกินได้ และเมื่ออนันต์เปิดชิมแล้วจึงคายทิ้งทำให้เกิดอารมณ์ขึ้นแก่ผู้รับชม

1.6 การแต่งกายแปลกประหลาด

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขึ้นด้วยการแต่งกายแปลกประหลาด หมายถึง การแต่งกายของตัวละครที่ไม่เหมือนการแต่งตัวของคนทั่วไป (Pantthakernamorn, 2016: 214) จากการศึกษา พบจำนวน 13 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.89 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

สถานการณ์อนันต์เปิดแต่งตัวเลียนแบบตัวละครในเกม

อนันต์เปิด : ซอร์ดแมน ชายผู้มีมิติไม่ตรึงอยู่ตลอดเวลา

แต่สำหรับ การต่อสู้ก็มีความหนักแน่น ไม่หวั่นไหวอยู่เสมอเช่นกัน
ด้วยวิชาดาบอันแข็งแกร่ง แค่มือเขายูก็ช่วยชีวิตพวกพ้องได้มากมาย
ทีเดียวเชียว

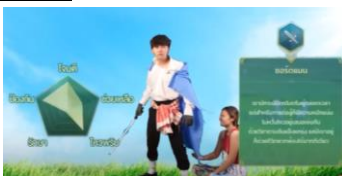


Figure 6 การแต่งกายแปลกประหลาด

ที่มา: Youtube ช่อง Ananped ตอน กินตามวงล้อ 24 ชั่วโมง ! หิวทั้งวัน !! (2022)

จากตัวอย่างข้างต้นมีการใช้กลวิธีการสร้างอารมณ์ขึ้นด้วยการแต่งกายแปลกประหลาด จะเห็นได้ว่าอนันต์เปิดปากขำเสียงและแต่งตัวประหลาดเพื่อเลียนแบบให้เหมือนตัวละครซอร์ดแมน ในเกม Ni no Kuni: Cross Worlds จึงทำให้เกิดอารมณ์ขันแก่ผู้รับชม

1.7 การเข้าใจผิดและเข้าใจคนละทาง

การเข้าใจผิดและเข้าใจคนละทาง หมายถึง การเล่าถึงเรื่องใดเรื่องหนึ่งสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่ผู้ฟังเข้าใจผิดและเข้าใจความหมายไปเป็นอีกสิ่ง (Pantthakernamorn, 2016: 188) จากการศึกษา พบจำนวน 11 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.44 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

สถานการณ์อนันต์เปิดแต่งตัวเป็นผู้หญิง

อนันต์เปิด : ก็ตอนนี้ผมก็ได้แปลงโฉม อันนี้สไตล်ไหนครับเนี่ย

แนน : สาวพัทยา หลงรักสาวพัทยา

อนันต์เปิด : สาวพัทยามีหลายประเภทนะ ประเภทไหน

แนน : สาวพัทยาแบบเรียวอร์ช

อนันต์เปิด : อ้อ ไม่ใช่แบบที่พี่คิดใช่ปะ อ้ออันนี้คือบนเรียวอร์ช

เหมือนปะ เหมือนปะ เอาซึ่งให้กูเท่าไร คะแนน คะแนนความสวย

เบ๊บ : 2,500

อนันต์เปิด : เฮ้ยเฮ้ย ไม่ใช่แหละไม่ใช่แหละ



Figure 7 การพูดเข้าใจผิดและเข้าใจคนละทาง

ที่มา: Youtube ช่อง Ananped ตอน แต่งหญิงเล่น Azar ฉลอง 5,000,000 ซับ

พี่ชาหนูขอเบอร์หน่อย (2022)

จากตัวอย่างข้างต้น มีการเข้าใจผิด คือ คำว่า “2,500” ที่เบ๊บหมายถึงราคา แต่อันันต์เปิดถามเบ๊บว่าให้คะแนนความสวยในการแต่งตัวเป็นสาวพัทยาเท่าไร ทำให้เกิดความเข้าใจผิดและเข้าใจคนละทาง เพราะเบ๊บบอกว่า 2,500 ที่ไม่ใช่คะแนนความสวย แต่หมายถึง ราคาตัว จึงทำให้เกิดอารมณ์ขันแก่ผู้รับชม

1.8 การล้อเล่นเกี่ยวกับเรื่องความตาย

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันด้วยการล้อเล่นเกี่ยวกับเรื่องความตาย หมายถึง การล้อเลียนกับเรื่องเศร้าสลด หดหู่ใจ เรื่องสะเทือนใจ (Pantthakernamorn, 2016: 211) จากการศึกษา พบจำนวน 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.11 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

สถานการณ์เบ๊บนอนหลับไม่รู้ตัว เนื่องจากแข่งขันห้ามนอน 24 ชั่วโมง

อนันต์เปิด : เบ๊ เบ๊ เบ๊ เบ๊ เบ๊ นอนรัก ไอ้เบ๊ไม่น่าเลย กูบอกแล้วว่าเล็ก
เจ้าชูเรื่องผู้หญิงอย่าให้มาหาที่สตู ขาดหน้าเกิดมา กูขอให้มึง
เลิกนิสัยนี้เถอะเบ๊ นี่ครับทุกคนไอ้เบ๊มันหลับจริง



Figure 8 การล้อเล่นเกี่ยวกับเรื่องความตาย

ที่มา: Youtube ช่อง Ananped ตอน ห้ามนอน 1 ชั่วโมง = 1,000 บาท | นอนน้อย แต่นอนนะ (2022)

จากตัวอย่างข้างต้นมีการใช้กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันด้วยการล้อเล่นเกี่ยวกับเรื่องความตาย คือ หลังจากที่เบ๊ไม่ได้นอน 21 ชั่วโมงทำให้เบ๊หลับจนปลุกไม่ตื่น อนันต์เปิดจึงพูดรำล้าเบ๊เหมือนคนตายว่า “เบ๊ เบ๊ เบ๊ เบ๊ เบ๊ นอนรัก ไอ้เบ๊ไม่น่าเลย กูบอกแล้วว่าเล็กเจ้าชูเรื่องผู้หญิงอย่าให้มาหาที่สตู ขาดหน้าเกิดมา กูขอให้มึงเลิกนิสัยนี้เถอะเบ๊” ซึ่งเป็นนำเรื่องความตายมาล้อเล่น เพื่อสร้างอารมณ์ขันแก่ผู้รับชม

1.9 การทำให้เป็นเรื่องเพศและเรื่องสัปดน

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันด้วยการทำให้เป็นเรื่องเพศและเรื่องสัปดน หมายถึง การพูดเกี่ยวกับเรื่องเพศหรือทำให้มีความหมายในเรื่องเพศ (Thongspravit, 2012: 201) จากการศึกษา พบจำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.89 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

สถานการณ์แนนและอนันต์เปิดเล่น Application Azar โดยให้เห็นแค่หน้าอนันต์เปิด แต่ใช้เสียงแนนพูด

แนน : ส่วสั่วคั่ว

คนใน Azar : (เขย่ามีมูรุดขึ้นมูรุดลง)

อนันต์เปิด : (ทำหน้าอึ้ง) มันจะให้เงินกูแล้วมันขอท่าอย่างเงี้ย มันบอกโอเคพยู
มันนี่ ๆ อัยยี่จะเสียตัวแล้วเหรือ

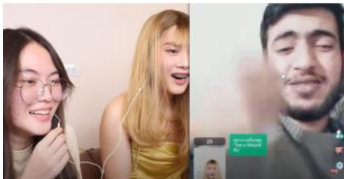


Figure 9 การพูดถึงเรื่องเพศและเรื่องสัปดน

ที่มา: Youtube ช่อง Ananped ตอน แต่งหญิงเล่น Azar ฉลอง 5,000,000 ซับ I
พีชา หนูขอเบอร์หน่อย (2022)

จากตัวอย่างข้างต้นมีการสร้างอารมณ์ขันด้วยการทำให้เป็นเรื่องเพศและเรื่องสัปดน โดยคลิปนี้นอนันต์เปิดได้แต่งตัวเป็นผู้หญิงเพื่อคุยกับผู้ชายในแอปพลิเคชัน Azar นอนันต์เปิดเห็นผู้ชาย ทำท่าทางเขย่าวมุดขึ้นรูตลง แสดงให้เห็นถึงการใช้มือช่วยตัวเองของผู้ชาย ซึ่งสื่อให้เห็นถึงเรื่องเพศ นอนันต์เปิดจึงทำหน้าอึ้ง แล้วพูดว่า “อู๊ยยพี่จะเสียตัวแล้วเหอ” จากนั้นนอนันต์เปิดจึงรีบกดปิด จึงทำให้เกิดอารมณ์ขันแก่ผู้รับชม

2. ผลการศึกษาการใช้ภาษาในช่องยูทูป “Ananped”

ผู้ศึกษาพบการใช้ภาษาทั้งหมด 13 ลักษณะ สรุปดังตารางต่อไปนี้

Table 2 แสดงผลการใช้ภาษาในช่องยูทูป “Ananped”

ลำดับ	การใช้ภาษาในช่องยูทูป “Ananped”	จำนวน (ครั้ง)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
1	การใช้คำภาษาต่างประเทศ	1,018	35.26
2	การใช้คำรุนแรง	661	22.90
3	การใช้ภาษาที่แสดงน้ำเสียงต่าง ๆ	473	16.38
4	การใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม	262	9.08
5	การใช้จังหวะในการพูด	172	5.96
6	การเล่นคำ	127	4.40
7	การตัดคำ	90	3.12
8	การตั้งสมญานามให้กับบุคคล	31	1.07
9	การใช้คำภาษาถิ่น	28	0.97
10	การสร้างคำและสำนวนขึ้นใหม่	21	0.73
11	การใช้ภาษาขัดแย้ง	20	0.69
12	การเลียนคำหยาบ	13	0.45
13	การใช้คำผิดแบบแผน	11	0.38
	รวม	2,887	100

ผลการวิจัยพบว่า ช่องยูทูป “Ananped” มีลักษณะการใช้ภาษาทั้งหมด 13 ลักษณะ ได้แก่ การเล่นคำ การสร้างคำและสำนวนขึ้นใหม่ การใช้คำผิดแบบแผน การใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม การตัดคำ การตั้งสมญานามให้กับบุคคล การใช้ภาษาขัดแย้ง การใช้คำรุนแรง การเลี่ยงคำหยาบ การใช้คำภาษาต่างประเทศ การใช้คำภาษาถิ่น การใช้จังหวะในการพูด และการใช้ภาษาที่แสดงน้ำเสียงต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 การเล่นคำ

การเล่นคำ หมายถึง การนำคำต่าง ๆ มาพลิกแพลงให้เกิดความหมายโดยช่องยูทูป “Ananped” พบการเล่นคำ 127 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.40 พบการเล่นคำ 4 ลักษณะ ได้แก่ การเล่นคำซ้ำ พบจำนวน 25 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.87 การเล่นคำสัมผัส พบจำนวน 48 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.66 การเล่นคำพ้องเสียง พบจำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.07 และการเล่นคำพวน พบจำนวน 12 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.42 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

อนันต์เปิด : อะทุกคนเดิม ๆ ๆ ๆ โห ไอ้พวกนี้กินหมูกระทะไม่เป็น กูว่ากินจริงจังแล้วแหละ ไอ้แฉะอะผมว่าน้ำซุปรองนี้ที่เด็ด ไม่มีใครฟังกูแล้ว
ทุกคนครับขอแก่ คือนี่ 1,000 ดูนีเยอะนะ

เต้ย : เยอะนี่กินได้ตั้งหลายคน

อนันต์เปิด : กินได้หลายคนทุกคน นี่ 1 2 3 4 5 คนละ 200 ไม่แพงนะราคาแบบกำลังเป็นมิตร ไม่ต้องห้าม ๆ ไม่ใช่มีฉะฉะ

[ที่มา: ลองกินหมูกระทะ อร่อยที่สุดในโลก | ไมจิโกบอก, 2022]

จากตัวอย่างข้างต้นพบการใช้คำพ้องเสียง คือ คำว่า “มิตร” กับ “มิจ” ซึ่ง คำว่า “มิตร” หมายถึง เพื่อนรักใคร่คุ้นเคย (Royal Academy, 2011: 398) และ คำว่า “มิจ” หมายถึงการหาเสียงชีวิตในทางผิดหรืออาชีพที่ผิดกฎหมาย (Royal Academy, 2011: 387) ซึ่งทั้ง 2 คำอ่านออกเสียงเหมือนกัน แต่เขียนไม่เหมือนกันและมีความหมายต่างกัน จากประโยคที่อนันต์เปิดกล่าวว่า “ไม่แพงนะราคาแบบกำลังเป็นมิตร ไม่ต้องห้าม ๆ ไม่ใช่มีฉะฉะ” ซึ่งการใช้คำพ้องเสียงนั้นทำให้เกิดความตลกขบขันแก่ผู้รับชม

2.2 การสร้างคำและสำนวนขึ้นใหม่

การสร้างคำและสำนวนขึ้นใหม่ หมายถึง การนำคำที่มีอยู่แล้วหรือใช้กันโดยทั่วไปในภาษาไทย มาประสมสร้างเป็น คำใหม่และใช้ในบริบทต่าง ๆ (Eiamutama, 2008: 112) จากการศึกษา พบจำนวน 21 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.73 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

อนันต์เปิด : เดียววันนี้ครับเราจะมาเอาข้าวราดแกงราคา 10 บาท เปรียบเทียบ
กับข้าวราดแกงในห้างที่มีราคาตั้งแต่ 100 บาทจนไปถึง 200 กว่า
บาทก็มี ไอ้แม่ย้อย

[ที่มา: ข้าวแกงถูก VS แพง... I แต่รถซื้อแกง มันจะไปแรงได้ไง !?, 2022]

จากตัวอย่างข้างต้นพบการสร้างคำใหม่ คือ คำว่า “ไอ้แม่ย้อย” ซึ่งเป็นคำที่ไม่
ปรากฏใช้ในพจนานุกรมและไม่มีใครเคยใช้ เนื่องจากเป็นคำที่อนันต์เปิดสร้างขึ้นใหม่
เพื่อหลีกเลี่ยงการพูดคำหยาบของตัวอนันต์เปิดเอง จึงพูดคำว่า ไอ้แม่ย้อยแทน และคำว่า
“ไอ้แม่ย้อย” กลายเป็นเอกลักษณ์ของอนันต์เปิดที่ทำให้เป็นที่รู้จักเป็นอย่างมาก และมีคน
นำคำว่าไอ้แม่ย้อยไปใช้อย่างแพร่หลาย

2.3 การใช้คำคิดแบบแผน

การใช้คำคิดแบบแผน หมายถึง การนำคำมาใช้ให้ผิดไปจากลักษณะ
ตามมาตรฐานการใช้คำ เช่น การใช้คำผิดความหมาย การใช้คำผิดระดับ การตั้งใจออกเสียง
ผิด เป็นต้น (Eiamutama, 2008: 124) จากการศึกษา พบจำนวน 11 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ
0.38 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

อนันต์เปิด : วันนี้เราจะกลับมาทวงบัลลังก์การเป็นราชานักกลุ่มอันดับ 1 ของ
ประเทศไทยอีกครั้ง เพราะครั้งนี้ผมได้จัดกล่องส้มอภิมหามหา
โคตร (โค-ตะ-ระ) ยักษ์ที่มีราคาสูงถึง 800,000 บาท

[ที่มา: กล่องส้มยักษ์ใหญ่มว้ากกก I แพงสุดในชีวิต !!, 2022]

จากตัวอย่างข้างต้นพบการใช้คำคิดแบบแผน คือ คำว่า “โคตร” โดยอนันต์เปิด
ออกเสียงเป็น โค-ตะ-ระ ซึ่งเป็นการออกเสียงผิดและเป็นการออกเสียงเรียงพยางค์ตามแบบ
การออกเสียงในภาษาต้นทาง บาลี/สันสกฤต อธิบายได้ว่าการออกเสียงเรียงพยางค์แบบนี้
เป็นการเน้นความหมายให้หนักแน่น จึงผิดไปจากแบบแผนการออกเสียงคำนี้ของคนทั่วไป
การออกเสียงผิดอาจไม่ทำให้เข้าใจแต่การออกเสียงผิดเพื่อเน้นความหมายหรือเล่นเสียง เล่น
คำ ทำให้เข้าใจ และคำว่าโคตร จะต้องอ่านออกเสียงเป็น โคต ตามอักขรวิธีไทย แต่อนันต์เปิด
ตั้งใจออกเสียงให้แตกต่างจากอักขรวิธีไทย เพื่อทำให้เกิดอารมณ์ขันแก่ผู้รับชม

2.4 การใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม

การใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม หมายถึง ถ้อยคำหรือสำนวนที่เข้าใจกันเฉพาะ
ในคนบางกลุ่มหรือในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง (Eiamutama, 2008: 133) จากการศึกษา
พบจำนวน 262 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.08 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

อนันต์เปิด : วางก่อน วางเลย แต่อย่าแดกนะ ถ้าไม่กินก็ไม่ต้องดังก์ แล้วถ้ากินล่ะ

แนน : เก็บเลย ทิชชูอะไรอย่างเงี้ย โหใหม่จังร้านนี้ แกะเลย

อนันต์เปิด : นั่นแหละ เขาเซ็ดห่วยคุณแล้ว

[ที่มา: 50 บาท กรุงเทพ VS ต่างจังหวัด I ที่ไหนจะคุ้มกว่ากัน !?, 2022]

จากตัวอย่างข้างต้นพบการใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม คือคำว่า เซ็ดห่วย หมายถึง เขาจ้องจะเล่นคุณ (Pochananukrian, 2023) ซึ่งเป็นคำสแลงที่รู้จักในกลุ่มวัยรุ่น สถานการณ์อนันต์เปิดพูดถึงร้านอาหารว่าถ้าหีบของที่โต๊ะโดยไม่ได้สั่งกับเจ้าของร้าน ร้านจะคิดเงินโดยทันที จึงพูดว่า “นั่นแหละ เขาเซ็ดห่วยคุณแล้ว” หมายถึงร้านอาหารจะคิดเงินเมื่อเราหีบใช้ทิชชูที่วางอยู่บนโต๊ะอาหาร เนื่องจากเป็นทิชชูใหม่ที่ยังไม่แกะใช้และทางร้านอาหารไม่ได้ให้ใช้ฟรี

2.5 การตัดคำ

การตัดคำ หมายถึง การพูดตัดคำในประโยคหรือพยางค์ ซึ่งส่วนมากจะพบในภาษาพูด เพื่อความสะดวกในการออกเสียง (Chanbanchee, 2008: 143) จากการศึกษา พบจำนวน 90 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.12 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

แนน : เชื้อปะความรู้สึกเหมือนตอนรถล้มอะ

ปิม : อ้อแบบเลือดออกเลยนะ

แนน : เออแล้วแบบผ้าพันแผล แบบในโรงพยาบาล (โรงพยาบาล) อะ

[ที่มา: สุ่มกินตามสี่ 24 ชั่วโมง I หาไม่ได้ โดนทำโทษ !!, 2022]

จากตัวอย่างข้างต้นมีการใช้การตัดคำ คือ คำว่าโรงพยาบาล โดยแนนใช้กลวิธีการตัดคำเพื่อความเป็นกันเองและลดระยะห่างระหว่างผู้พูดและผู้ฟัง ถ้าสนิทกันก็กล้าซ้ำ ขำง่าย และซ้ำไวกว่ากับคนที่ไม่สนิท จากคำว่า โรงพยาบาล (โรง-พะ-ยา-บาน) เป็นคำว่า โรงพยาบาล (โรง-บาน)

2.6 การตั้งสมญานามให้กับบุคคล

การตั้งสมญานามให้กับบุคคล หมายถึง ชื่อที่ตั้งให้เพื่อใช้เรียกหรืออ้างถึงบุคคลนั้น ๆ โดยไม่ใช่ชื่อจริงในการเรียก (Chanbanchee, 2008: 146) จากการศึกษา พบจำนวน 31 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.07 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

อนันต์เปิด : วันนี้ผมจะมาพิสูจน์ให้พี่น้องชาวไทยที่น่ารักได้รู้ว่าหากเรามีเงิน 500 บาท เราจะกินหมูกระทะแบบไหนถึงจะคุ้มที่สุด ความจริงมีเพียง 1 เดียวเท่านั้น ถึงตัวจะเป็นเด็กแต่สมองนั้นเป็นผู้ใหญ่เพราะผม คือ ยอดนักสืบโคเปิด ตื้อตื้อตื้อตื้อ ตื้อตื้อตื้อตื้อตื้อตื้อ

[ที่มา: หมูกระทะ 500 บาท ซื้อร้าน VS ทำกินเอง | แบบไหนคุ้มกว่ากัน !? , 2022]

จากตัวอย่างข้างต้นพบการตั้งสมญานามให้กับบุคคล คือ “นักสืบโคเปิด” ซึ่งนำชื่อการ์ตูนโคนันที่เป็นนักสืบ และชื่อของอนันต์เปิดมารวมกัน โดยอนันต์เปิดจะมาพิสูจน์ว่าเมื่อมีเงิน 500 บาทกิน หมูกระทะแบบไหนถึงจะคุ้ม จึงตั้งสมญานามให้กับตัวเองว่าเป็นนักสืบ

2.7 การใช้ภาษาขัดแย้ง

การใช้ภาษาขัดแย้ง หมายถึง การใช้ภาษาที่ไม่เข้ากับพฤติกรรมของตัวละครในสถานการณ์หรือเรียกว่าเป็นการพูดอย่างหนึ่ง แต่ทำอย่างหนึ่ง เป็นการกระทำตรงข้ามกัน (Chanbanchee, 2008: 151) จากการศึกษ พบจำนวน 20 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.69 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เบ๊บ : เออแถวเดียวมันมา แต่ แก่กร่อย

อนันต์เปิด : แก่กร่อยผูกหมักกับมือ รูดกับมือ

เบ๊บ : ฟัใส่ถุงมือปะ

อนันต์เปิด : ใส่ ใส่ ไปดูในคลิปเลย (ไม่ใส่ถุงมือ)



Figure 10 อนันต์เปิดหมักไก่โดยไม่ใส่ถุงมือ

ที่มา: Youtube ช่อง Ananped ตอน ก๋วยเตี๋ยวจิว 50 สตางค์ | ลูกกว่าน กินฟรีเอะครับ (2022)

จากตัวอย่างข้างต้นพบการใช้ภาษาขัดแย้ง คือ อนันต์เปิดกล่าวว่า “ใส่ ๆ ไปดูในคลิปเลย” จากประโยคอนันต์เปิดตอบว่าใส่ถุงมือก่อนหมักไก่ และบอกให้เบ๊บไปดูในคลิปว่าใส่ถุงมือจริง แต่ความจริงคลิปดังกล่าวอนันต์เปิดไม่ได้ใส่ถุงมือตอนหมักไก่ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ขัดแย้งกับคำพูด คือ พูดอีกอย่างแต่กลับทำอีกอย่าง

2.8 การใช้คำรุนแรง

การใช้คำรุนแรง หมายถึง การใช้ภาษาในกลุ่มคู่สนทนาที่มีความสนิทสนมกัน ส่วนใหญ่เป็นคำไม่สุภาพ (Chanbanchee, 2008: 149) จากการศึกษา พบจำนวน 661 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.90 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เบ๊บ : ให้บอกทุกคนเลยปะ

อนันต์เปิด : เออบอกเลยว่าวันนี้ไม่ต้องเข้า เข้ามาทำควายไร ถ่ายไร
นี่คือครั้งแรกเลย

เบ๊บ : ที่พี่โดนเธอ

อนันต์เปิด : คนเหี้ยไรโดนโจรขึ้นบ้านบ่อย ๆ ละ

[ที่มา: ผมโดนโจรบุกปล้นบ้าน I ช่วยด้วยครับ, 2022]

จากตัวอย่างข้างต้นพบการใช้คำรุนแรง คือ คำว่า “ควายไร” และคำว่า “เหี้ยไร” ซึ่งเป็นคำหยาบ อนันต์เปิดพูดเพราะโมโห เนื่องจากของในบ้านหายและกำลังเดินทางไปแจ้งความที่สถานีตำรวจ จึงบอกให้พนักงานทุกคนไม่ต้องมาทำงาน

2.9 การเลียดคำหยาบ

การเลียดคำหยาบ หมายถึง การเว้นคำที่ใช้ออกเสียง โดยการไม่พูดคำเต็ม หรือใช้พยัญชนะอื่นมาแทนการออกเสียงตรง ๆ (Chanbanchee, 2008: 152) จากการศึกษา พบจำนวน 13 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.45 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

แนน : นี่ไฟฟ์เต้ย อันนี้เท่าไรคะ

แม่ค้า : ขายเป็นกิโละคะ

แนน : ขายเป็นโลฉิบ (ฉิบหาย)

[ที่มา: หมูกระทะ 500 บาท ซื้อร้าน VS ทำกินเอง I แบบไหนคุ้มกว่ากัน !??, 2022]

จากตัวอย่างข้างต้นพบการเลียดคำหยาบ คือ คำว่า “ฉิบหาย” หมายถึง สูญหมด เสียหมด หมดเร็ว ป่นปี้ โดยปริยายใช้เป็นคำด่า คำแข่ง (Royal Academy, 2011: 67) โดยในบริบทใช้เป็นคำว่า ฉิบคำเดียว ซึ่งตัดคำว่า “หาย” เป็นการตัดคำเพื่อลดการใช้คำหยาบ

2.10 การใช้คำภาษาต่างประเทศ

การใช้คำภาษาต่างประเทศ หมายถึง การยืมคำอื่นที่ไม่ใช่ภาษาไทยมาใช้ อาจเขียนตรงตามรูปศัพท์เดิม หรือนำมาใช้โดยการทับศัพท์ เป็นการนำเอาภาษาต่างประเทศมาออกเสียงให้เปลี่ยนแปลงไปสำเนียงของภาษาเดิมหรืออาจจะเปลี่ยนแปลงความหมายของ

คำภาษาต่างประเทศนั้น (Chanbanchee, 2008: 155) จากการศึกษา พบจำนวน 1,018 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.26 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

อนันต์เปิด : แต่ถ้าคุณไปซื้อตลาดกลางคืน พวกแบบสตรีตฟู้ด จี๊ ๆ ๆ ตัวแพง
เลยครักรู้ไหม ต่อไปตำมะม่วงมะม่วงก็ 35 บาท โอเค ต่อไป นี้
ไฮไลต์ที่ผมสั่งแล้ว เป็นตำหอยดองอ่า นี่ครับ

[ที่มา: 50 บาท กรุงเทพ VS ต่างจังหวัด | ที่ไหนจะคุ้มกว่ากัน !?, 2022]

จากตัวอย่างข้างต้นพบการใช้คำภาษาต่างประเทศ คือ คำว่า “สตรีตฟู้ด” มาจากคำภาษาอังกฤษคำว่า “street food” หมายถึง อาหารริมทาง (Royal Academy, 2011: 249) และคำว่า “ไฮไลต์” มาจากคำภาษาอังกฤษคำว่า “highlight” หมายถึง เน้น, ทำให้เด่น (Royal Academy, 2011: 306)

2.11 การใช้คำภาษาถิ่น

การใช้คำภาษาถิ่น หมายถึง ภาษาที่ต่างจากภาษามาตรฐานที่ใช้กันในท้องถิ่น ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคอีสาน จากการศึกษาการใช้คำภาษาถิ่นในช่องยูทูบ “Ananped” พบจำนวน 28 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.97 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เบ๊บ : โอเคพ่อแม่พี่น้องมือนี่ อีสานพาสวบนะ อี้มมมมหอย ๆ

[ที่มา: สุ่มกินตามคนข้างหน้า 24 ชั่วโมง | จะได้ของแปลก ๆ ไหม !?, 2022]

จากตัวอย่างข้างต้นพบการใช้ภาษาถิ่น 2 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคอีสาน คือ คำว่า “มือนี่” หมายถึง วันนี้ (Isaan Roi Paet, 2023) และคำว่า “สวบ” หมายถึง กินอย่างตะกละตะกลาม มูมมาม (Isaan Roi Paet, 2023) และภาษาถิ่นภาคใต้ คือ คำว่า “หอย ๆ” หมายถึง อร่อย ๆ (Southern language, 2023) จากตัวอย่างเบ๊บกำลังกินอาหารอีสานจึงพูดว่า “โอเคพ่อแม่พี่น้องมือนี่ อีสานพาสวบนะ” เพื่อให้เข้ากับอาหารอีสาน แต่เบ๊บเป็นคนภาคกลางที่ไม่รู้จักภาษาถิ่นอีสาน จึงพูดคำว่า หอย ๆ ที่เป็นภาษาถิ่นภาคใต้ถึงเบ๊บจะใช้ภาษาอีสานก็ถือว่าป็นภาษาอยู่ดี

2.12 การใช้จังหวะในการพูด

การใช้จังหวะในการพูด หมายถึง การใช้วัจนภาษาโดยการกำหนดช่วงระยะเวลาในการพูด ซึ่งมีการรอจังหวะ การพูดโพล่ง และการเว้นวรรค เพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขัน (Eiamutama, 2008: 167) จากการศึกษา พบจำนวน 172 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.96 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เบ๊บ : เรื่องนี้ผมยืนยันได้ อยู่เนี่ยที่เบ็ดเตล็ดเทียบกับทุกคน
ไม่ว่าจะเป็นพี่เป็นน้อง

อนันต์เบ็ด : กว่าคนจะไม่เชื่อเพราะไอนี้แหละ (พูดโพล่ง ๆ)

เบ๊บ : ไม่ทุกคนต้องเชื่อคำพูดผม

อนันต์เบ็ด : อะโอเคพูดไป ๆ

[ที่มา: กล่องสุ่มผลไม้ 20,000 บาท | เจอผลไม้ปีศาจ !?, 2022]

จากตัวอย่างข้างต้นพบการใช้จังหวะในการพูดคือ “กว่าคนจะไม่เชื่อเพราะไอนี้แหละ” จากประโยคเป็นการใช้จังหวะในการพูดขึ้นมาโพล่ง ๆ ซึ่งเป็นการพูดออกไปทันทีโดยไม่มีการยับยั้งเกิดอารมณ์ขึ้น จากสถานการณ์เบ๊บกำลังอธิบายว่าอนันต์เบ็ดเป็นคนดีปฏิบัติกับทุกคนอย่างเท่าเทียม แต่เบ๊บใช้ท่าทางการพูดที่ไม่จริงจัง ทำให้อนันต์เบ็ดพูดโพล่ง ๆ ขึ้นมาด่าเบ๊บเพราะเบ๊บทำตัวไม่น่าเชื่อถือ จึงทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขึ้น

2.13 การใช้ภาษาที่แสดงน้ำเสียงต่าง ๆ

การใช้ภาษาที่แสดงน้ำเสียงต่าง ๆ หมายถึง การแสดงน้ำเสียง โดยการเน้นเสียง ตื่นเต้น ตกใจ ดีใจ เพื่อให้ดึงดูดความสนใจผู้ฟัง (Eiamutama, 2008: 175) จากการศึกษา พบจำนวน 473 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.38 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

แนน : อะมา ๆ

อนันต์เบ็ด : โกนหัว ๆ ๆ ๆ ๆ

เบ๊บ : เอาแล้วววววว

เต้ย : แนนได้อะไรดีเยวพี่ดูก่อน ฮั้ยยยยยยย กินของหรุ

แนน : ว้ายยยยยยยยยยยยย โย่ว โย่ว โย่ว ขอโทรศัพท์ด้วยคะ

[ที่มา: สุ่มใช้ชีวิต 24 ชั่วโมง (คนบาปต้องโดนลงโทษ!!), 2022]

จากตัวอย่างข้างต้นพบการใช้ภาษาในการแสดงน้ำเสียง คือ เต้ยเปิดกระดากที่แนนสุ่มได้ แล้วเต้ยจึงพูดว่า “ฮั้ยยยยยยย กินของหรุ” เป็นการแสดงน้ำเสียงตื่นเต้นที่เห็นว่าแนนได้กินอาหารหรุ แนนจึงได้ตอบว่า “ว้ายยยยยยยยยยยยย โย่ว โย่ว โย่ว ขอโทรศัพท์ด้วยคะ” โดยแนนขอโทรศัพท์ที่อนันต์เบ็ดมาส่งกุ้งซีฟู้ดชุดใหญ่ ซึ่งน้ำเสียงเยาะเย้ยและอวด คนอื่นว่าตัวเองได้กินอาหารราคาแพง

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาทวิวิธีการสร้างอารมณ์ขันในช่องยูทูบ *Ananped* ผู้ศึกษาพบว่ามีการใช้ทวิวิธีการสร้างอารมณ์ขันทั้งหมด 9 กลวิธี โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ การยั่วล้อ การหักมุมและพลิกความคาดหมาย การเสแสร้งและเจ้าเล่ห์เพทุบาย การเล่นเลอะเทอะ แหกหักทำลาย และการทำให้เจ็บตัว การใช้ตรรกวิทยาแบบผิด ๆ การแต่งกายแปลกประหลาด การเข้าใจผิดและเข้าใจคนละทาง การล้อเล่นเกี่ยวกับเรื่องความตาย และการทำให้เป็นเรื่องเพศและเรื่องสัปดน

ผลการศึกษาดังนี้มีแตกต่างจากงานวิจัยของ Thongprasit (2012) ที่ศึกษาการใช้ภาษาและทวิวิธีการสร้างอารมณ์ขันไทยในตลกสถานการณ์ โดยศึกษาจากละครซิตคอมเรื่อง *เป็นต่อ* ซึ่งพบทวิวิธีการทำให้เกิดความคาดหมายมากที่สุด เนื่องจากละครซิตคอมเรื่อง *เป็นต่อ* เป็นละครตลกสถานการณ์ที่ได้รับความนิยมในสื่อวิทยุโทรทัศน์ และในปัจจุบันมีการเพิ่มช่องทางการรับชมไปยังสื่อออนไลน์ ซึ่งละครเรื่องนี้ได้จำลองสถานการณ์และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของคนวัยทำงาน ผ่านตัวละครหลัก 4 ตัว ได้แก่ เป็นต่อ พี่อู๊ด พี่วอก พี่ยม จึงทำให้คนวัยทำงานชื่นชอบละครเรื่องนี้ เนื่องจากเป็นวัยทำงานเหมือนกัน และมีภาวะความเครียดจากงานที่ต้องการผ่อนคลายเหมือนกัน เมื่อได้รับชมละครซิตคอมเรื่อง *เป็นต่อ* ที่มีเนื้อหาที่นำเสนอชีวิตคนทำงาน และกิจกรรมที่ทำหลังเลิกงานที่สอดแทรกมุขตลก จึงทำให้เกิดความบันเทิง

จากทวิวิธีการสร้างอารมณ์ขันที่นำเสนอผ่านตัวละคร ในเรื่องนี้นิยมใช้ทวิวิธีผิดความคาดหมายจากความคิดและความรู้สึกของผู้ชม จึงทำให้เกิดอารมณ์ขัน และทำให้ผู้รับชมเกิดความผ่อนคลาย ซึ่งแตกต่างจากการสร้างอารมณ์ขันในช่องยูทูบ *Ananped* ที่พบทวิวิธีการยั่วล้อมากที่สุด เนื่องจากเป็นการนำเสนอผ่านช่องทางยูทูบที่เข้าถึงได้ง่ายที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักของรายการเป็นวัยรุ่น ซึ่งช่องยูทูบ *Ananped* นำเสนอเนื้อหาด้วยการยั่วล้อโดยใช้การกลั่นแกล้ง การล้อบุคคล การเสียดสี ประชดประชัน และล้อสังคม ทั้งอนันต์เปิดยั่วล้อทีมงาน และทีมงานยั่วล้อทีมงานด้วยตัวเอง เพื่อสร้างอารมณ์ขันให้แก่ผู้รับชม แม้ว่าละครตลกสถานการณ์เรื่อง *เป็นต่อ* และการสร้างอารมณ์ขันในช่องยูทูบ *Ananped* จะเป็นตลกสถานการณ์เหมือนกัน แต่ทั้งสองรายการมีความแตกต่างกันที่กลุ่มเป้าหมายใน การรับชม ทั้งนี้ละครตลกสถานการณ์เรื่อง *เป็นต่อ* เผยแพร่ทางวิทยุโทรทัศน์ จึงต้องปฏิบัติตามระเบียบและบังคับและข้อกำหนดของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ของประเทศไทย ซึ่งการเผยแพร่

เนื้อหาและภาษาที่ใช้ในสื่อวิทยุโทรทัศน์ต้องสอดคล้องกับกฎหมายและมาตรฐานจริยธรรม จึงทำให้ผลการศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ในช่องยูทูบ *Ananped* และตลกสถานการณ์ เรื่องเป็นต่อแตกต่างกัน

ทั้งนี้การศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขึ้นในช่องยูทูบ *Ananped* สอดคล้องกับ งานวิจัยของ Inthonsin (2021) ได้ศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขึ้นในงานเขียนของ ปินดา โพสยะ พบว่ากลวิธีการสร้างอารมณ์ขึ้นที่ใช้มากที่สุด คือ การยั่วล้อ แม้ว่าจะเป็นงานเขียน แต่ในพ.ศ. 2525 ปินดา โพสยะเป็นนักศึกษาและนักเขียนหน้าใหม่ในยุคที่การศึกษากำลัง เพื่อฟู ทำให้งานเขียนของปินดา โพสยะได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โดยเฉพาะในหมู่ของ นักศึกษามหาวิทยาลัย แม้ว่าจะแตกต่างกันที่รูปแบบการนำเสนอ แต่พบว่ามีกลุ่มเป้าหมาย คือ วัยรุ่น จึงทำให้พบกลวิธีการยั่วล้อเหมือนกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sanguanphong (2020) ซึ่งศึกษาอารมณ์ขึ้นในรายการ *เทยเทียวไทย* โดยเผยแพร่ ทางโทรทัศน์และช่องยูทูบ และรายการ *เทยเทียวไทย* เป็นรายการท่องเที่ยวที่ดำเนิน รายการ โดยพิธีกร LGBT ซึ่งดำเนินรายการด้วยนักแสดงยั่วล้อนักแสดงที่สนิทสนมกัน โดย นำเรื่องราวต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวมาล้อเลียน และทำให้ผู้ชมมีความรู้สึกร่วม จากเรื่องธรรมดา รอบตัวจึงกลายเป็นเรื่องตลกได้

แม้ว่าช่องยูทูบ *Ananped* งานเขียนของ “ปินดา โพสยะ” และรายการ *เทยเทียวไทย* จะมีรูปแบบ ช่องทางการเผยแพร่ และข้อจำกัดที่แตกต่างกัน แต่งานวิจัยทั้ง 3 เรื่องต่างก็พบการใช้กลวิธีสร้างอารมณ์ขึ้นด้วยการยั่วล้อมากที่สุด เนื่องจากการยั่วล้อนั้น สามารถนำสิ่งต่าง ๆ รอบตัวมาล้อเลียนเพื่อให้เกิดอารมณ์ขึ้นได้ เนื่องจากผู้ชมมี ประสบการณ์ร่วมในสถานการณ์นั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความเหนือกว่า ดังที่ Jaroenkiatboworn (2005: 14) อธิบายอารมณ์ขึ้นว่าเกิดขึ้นจากการกดให้บุคคลอื่นมี สถานะที่ต่ำกว่า เพราะมนุษย์จะขำในความด้อยกว่าของผู้อื่นหรือขำต่อเมื่อตัวเองนั้นเป็น ฝ่ายเหนือกว่า ซึ่งคนในสังคมไทยส่วนใหญ่มองว่าการยั่วล้อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างอารมณ์ ขึ้น โดยการยั่วล้อนั้นไม่ได้ส่งผลกระทบต่องูถูกล้อ แต่ใช้กับคนที่สนิทสนมกันและเพื่อสร้าง อารมณ์ขึ้นเท่านั้น ช่องยูทูบ *Ananped* จึงใช้กลวิธีการยั่วล้อ เนื่องจากช่องยูทูบ *Ananped* มีการยั่วล้อโดยอนันต์เปิดยั่วล้อทีมงาน และผู้ร่วมรายการในช่องยั่วล้อกันเอง ซึ่งทุกคนมี ความสนิทสนมกัน และการยั่วล้อนั้นไม่ได้ส่งผลกระทบ แต่เป็นการยั่วล้อเพื่อสร้างอารมณ์ ขึ้นให้แก่ผู้รับชมเท่านั้น

ด้านการศึกษาการใช้ภาษาในช่องยูทูบ *Ananped* ผู้วิจัยได้ศึกษาการใช้ภาษาในการดำเนินรายการทั้งหมดที่ใช้สื่อสารในช่องยูทูบ *Ananped* พบการใช้คำภาษาต่างประเทศมากที่สุด เนื่องจากในปัจจุบันการใช้คำภาษาต่างประเทศมีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก ทั้งคำศัพท์ทั่วไป ศัพท์เทคนิค และศัพท์เฉพาะ ที่นำมาใช้จนเป็นส่วนหนึ่งในการดำรงชีวิต เสมือนเป็นส่วนหนึ่งของการใช้คำศัพท์ภาษาไทย เพื่อสื่อสารให้ผู้รับชมเข้าใจง่าย ทำให้ออนันต์เปิดและผู้ร่วมรายการใช้คำภาษาต่างประเทศมากที่สุด และผลการศึกษาพบการใช้คำผิดแบบแผนน้อยที่สุด เนื่องจากการสื่อสารให้ผู้รับชมเข้าใจนั้นเป็นสิ่งสำคัญ อนันต์เปิดและผู้ร่วมรายการจึงมีการเตรียมความพร้อมก่อนกระบวนการผลิตจนถึงการเผยแพร่คลิปวิดีโอออกมา เพื่อสื่อสารไปยังผู้รับชมอย่างชัดเจน

ทั้งนี้ เป็นที่สังเกตว่าการศึกษาการใช้ภาษาในช่องยูทูบ *Ananped* ไม่พบการใช้ภาษาใน 2 ลักษณะ คือ การใช้ปริศนาคำทายและการใช้สัญลักษณ์ ทั้งนี้ อาจเนื่องจากช่องยูทูบ *Ananped* เป็นช่องที่เน้นนำเสนอเนื้อหาและให้ความสนุกสนานโดยการทำท่ายกการกลั่นแกล้ง และการยั่วล้อกันอย่างตรงไปตรงมาเพื่อสร้างอารมณ์ขัน และมีการใช้คำที่ชัดเจนเพื่อให้ผู้รับชมเข้าใจความหมายผิด จึงไม่พบการใช้ปริศนาคำทายและการใช้สัญลักษณ์

ผลการศึกษาการใช้ภาษาในช่องยูทูบ *Ananped* สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jampa et al. (2016) ที่ศึกษาเนื้อหาและการใช้คำสื่ออารมณ์ขันในรายการ *เทยเทียวไทย* โดยเผยแพร่ทั้งในสถานีโทรทัศน์และช่องทางยูทูบ ซึ่งโดดเด่นในด้านการเล่นกับความหมายของคำเพื่อให้เกิดอารมณ์ขัน ได้แก่ การใช้คำคล้องจอง การใช้คำพ้อง การใช้คำผวน การใช้คำภาษาต่างประเทศ และการใช้คำซ้ำ ผู้ศึกษาได้ศึกษาการใช้ภาษาในช่องยูทูบ *Ananped* นอกจากพบการใช้ภาษาต่างประเทศมากเป็นอันดับที่หนึ่งแล้ว ยังพบการใช้คำเพื่อสร้างอารมณ์ขันแก่ผู้ชม ได้แก่ การเล่นคำ โดยการใช้คำซ้ำ การใช้คำสัมผัสคล้องจอง การใช้คำผวน และการใช้คำพ้อง

ผลการศึกษาข้างต้น กลับมีความแตกต่างจากงานวิจัยของ Chanbanchee (2008) ที่ศึกษากลวิธีการใช้ภาษาในงานเขียนอารมณ์ขันของเกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา ซึ่งพบการใช้ภาษาเสียดสีประชดประชันมากที่สุด เนื่องจากเป็นงานเขียนในคอลัมน์ *Naked* จากนิตยสาร *Hamburger* เกตุเสพย์สวัสดิ์จึงต้องการชี้ให้เห็นถึงสภาพสังคมปัจจุบันว่ามีทั้งด้านดีและด้านไม่ดี จึงใช้คำที่แสดงออกถึงการเสียดสีประชดประชันเพื่อให้เกิดอารมณ์ขัน ความแตกต่างที่เด่นชัดก็คือ การใช้ภาษาในช่องยูทูบ *Ananped* อนันต์เปิด

และผู้ร่วมรายการส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นและกลุ่มเป้าหมาย คือ วัยรุ่น เป็นกลุ่มที่มักใช้คำภาษาต่างประเทศ ที่ได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศมาใช้ในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะคำทับศัพท์ จึงทำให้พบการใช้ภาษาต่างประเทศมากที่สุด

นอกจากนี้ ผลการศึกษาจากงานนี้แตกต่างจากงานวิจัยของ Eiamutama (2008) ซึ่งศึกษากลวิธีและการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขันในละครคั่นรายการวาไรตี้เกมโชว์ *ชิง รอยชิง ลาน* ซึ่งเป็นตลกสถานการณ์ที่เป็นส่วนหนึ่งในรายการเกมโชว์ โดยมีการใช้ภาษาในการท่าย จึงนิยมนำปริศนาคำทายมาใช้เพื่อสร้างอารมณ์ขัน แต่การใช้ภาษาในช่องยูทูบ *Ananped* ดำเนินรายการ โดยอนันต์เปิดและผู้ร่วมรายการ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ชีวิตประจำวันที่สุดตลกอารมณ์ขัน จึงไม่พบการใช้ปริศนาคำทาย ทั้งนี้ยังแตกต่างจากงานวิจัยของ Thongprasit (2012) ที่ศึกษาการใช้ภาษาและกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันไทยในตลกสถานการณ์ ซึ่งพบการใช้สัญลักษณ์เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่สุภาพในการสร้างอารมณ์ขันแต่ช่องยูทูบ *Ananped* มีการใช้ภาษาอย่างตรงไปตรงมาและเพื่อต้องการให้ผู้รับชมเข้าใจความหมายได้โดยไม่ต้องตีความ จึงไม่พบการใช้สัญลักษณ์ แต่พบผลการศึกษาที่แตกต่าง คือ พบการเลี่ยงคำหยาบ โดยมีการละเว้นคำที่ใช้ออกเสียง ไม่พูดคำเต็มและใช้พยัญชนะอื่นมาแทน การออกเสียงตรง ๆ เช่น ไอ้ฉิบ (ฉิบหาย), ไอ้ (ไอ้เหี้ย), ตาย (ตายห่า) เป็นต้น แม้ว่าผลการศึกษาการใช้ภาษาในช่องยูทูบ *Ananped* จะพบการใช้คำรุนแรงมากเป็นอันดับที่ 2 แต่อนันต์เปิดและทีมงานยังมีการใช้การเลี่ยงคำหยาบ เพื่อระมัดระวังในการใช้คำพูด เนื่องจากยูทูบสามารถเข้าถึงได้ง่าย และเข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัย ทั้งนี้การใช้คำรุนแรงนั้นใช้เฉพาะกับคนที่มีความสนิทสนมกันและสร้างอารมณ์ขันให้แก่ผู้รับชม

References

- Chanbanchee, Y. (2008). *The Techniques of Thai Humor in The Prose of Ketsaepasawas Palakawong Na Ayudha*. [in Thai]. Master of Education Field of Study: Linguistics Studies, Srinakharinwirot University.
- Eiamutama, T. (2008). *The Strategies and the Use of Humour Language in the Series Breaks of the Variety Game Show “Ching Roy Ching Laan”*. [in Thai]. N.P.: University of the Thai Chamber of Commerce.

Ekyhaweng, A. (2024). YouTube channel “Ananped”.

<https://www.youtube.com/@Ananped>.

Inthonsin, S. (2021). Strategies Creating Humour in Pinda Phosaya’s Written Pieces. [in Thai]. **Journal of Modern Learning Development**, 6(2), 333-334.

Jaroenkiatboworn, K. (2005). **A Discourse Analysis of Jokes In Thai**. [in Thai]. PhD in Linguistics, Chulalongkorn University.

Jampa, Ph. et al. (2016). The Contents and the Words Expressing Humor in “Toei Tiew Thai” Program. [in Thai]. **Journal of Humanities and Social Sciences, Bansomdejchaopraya Rajabhat University**, 10(1), 18-19.

Isaan Roi Paet. (2023a). **Saep** (Tasty). [in Thai].

<https://esan108.com/dict/#gsc.tab=0>.

Isaan Roi Paet. (2023b). **Mue Ni** (Today). [in Thai].

<https://esan108.com/dict/view/%E0%B9%81%E0%B8%8B%E0%B9%88%E0%B8%9A%E0%B8%AD%E0%B8%B5%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B5>.

Pantthakernamorn, T. (2016). **Humor in Nonfiction Writing: A Constructive Critical Analysis**. [in Thai]. Chulalongkorn University Press.

Pochananukrian. (2023). **Set Yaw** (Looking for taking advantage of you). [in Thai]. <https://pojananukrian.com/%E0%B9%80%E0%B8%8B%E0%B9%87%E0%B8%94%E0%B8%AB%E0%B8%A2%E0%B9%88%E0%B8%AD>.

Royal Academy. (2011). **Royal Institute Dictionary**. [in Thai]. Bangkok: Nammee Books.

Sanguanphong, S. (2020). **The Humor in Toey-Tiew-Thai**. [in Thai]. Master of Arts (Thai Language Major), Silpakorn University.

Siriyuwasak, U. (1993). **Humor in the Mass Media**. [in Thai]. Bangkok: Research and Development Book Project Communication Arts Development.

Southern language. (2023). **Roi Raeng** (Tasty). [in Thai].

<https://shorturl.asia/1M5cn>.

Thananet, P. (2009). **Study of Language Use in the Comic Book**

Ramayana, Ramaavatara Edition. [in Thai]. Master of Arts

Srinakharinwirot University.

Thongprasit, P. (2012). **A Study of Language Usage and Thai Humour**

Techniques in Situation Comedy. [in Thai]. Master of Arts (Thai

Language), Kasetsart University.

Toyaboot, K. et al. (2020). The Strategy of Content Presentation of Youtuber.

Case Study: Chompoo Sangchan's Channel. [in Thai]. **The 8th**

National Academic Conference on Business Administration. 5

February 2021, Faculty of Business Administration, Maejo University.