Journal of Liberal Arts, Thammasat University
วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Journal homepage: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/liberalarts/index

“โสดเป็นเรื่องน่าเศร้า” : กลวิธีทางภาษาและนัยแฝงจากมุกตลกออนไลน์ไทย[1]

อรวี บุนนาค*
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ประเทศไทย

“Being Single is Sad”: Linguistic Strategies and the Hidden Meaning of Thai Online Jokes

Orawee Bunnag*
Faculty of Liberal Arts, Mahidol University, Thailand

Article Info

Research Article

Article History:
Received 9 October 2024
Revised 12 November 2024
Accepted 17 November 2024

คำสำคัญ
โสด
กลวิธีทางภาษา
มุกตลกออนไลน์
อารมณ์ขัน

* Corresponding author
E-mail address:
orawee.bun@mahidol.edu

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาและนัยแฝงจากมุกตลกออนไลน์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับคนโสด เก็บข้อมูลจากเฟซบุ๊กอารมณ์ขัน โดยจากตัวบทอารมณ์ขัน 100 เรื่อง พบมุกตลกเกี่ยวกับคนโสดจำนวนถึง 30 เรื่อง แสดงให้เห็นว่าคนโสดกลายเป็นเป้าหลักของอารมณ์ขัน ผลการวิจัยพบกลวิธีทางภาษา 8 กลวิธี ได้แก่ (1) การเย้ยหยัน (2) การเล่นคำโดยการละเมิดกฎความคู่ขนาน (3) การใช้สหบท (4) การหักมุม (5) การกล่าวถ้อยคำนัยผกผัน (6) การใช้มูลบททางวัจนปฏิบัติศาสตร์ (7) การล้อเลียน และ (8) การเสียดสี นอกจากนี้ยังพบนัยแฝง 6 ประเด็น ได้แก่ (1) คนโสดคือคนที่ไม่เป็นที่ต้องการ (2) คนโสดคือคนน่าสงสาร (3) คนโสดคือคนขี้อิจฉาหรือคนพาล (4) คนโสดคือคนเหงา (5) คนโสดคือคนหน้าตาไม่ดี และ (6) คนโสดคือคนที่ผิดหวังในความรัก นัยแฝงเหล่านี้สร้างชุดความคิดในลักษณะการตีตราประทับเหมารวมที่แสดงให้เห็นว่า “โสดเป็นเรื่องน่าเศร้า” นำไปสู่การตอกย้ำค่านิยมในสังคมไทยด้านการกดดันให้มีคู่ครอง

[1] บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “อารมณ์ขันในสื่อสังคมออนไลน์: การวิเคราะห์กลวิธีทางภาษา ค่านิยมและการรู้เท่าทันสื่อ” ทุนอุดหนุนการวิจัย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

Keywords:
being single,
linguistic strategies,
online jokes,
humor

Abstract

This research aims to analyze the linguistic strategies and the hidden meaning of online jokes that feature single people. Data were collected from humor-related posts from a Facebook page. 30 jokes from the collection of 100 humorous posts are about being single, which indicates that single people are the main target of humor. The research findings are that 8 linguistic strategies have been used as follows: (1) ridicule, (2) pun with violation of the parallelism rule, (3) intertextuality, (4) twist ending, (5) verbal irony, (6) pragmatic presupposition, (7) mock, and (8) satire. Moreover, there are also 6 hidden meanings of the jokes: (1) single people are unwanted people; (2) single people are pitiful people; (3) single people are a jealous people; (4) single people are lonely people; (5) single people are people with bad looks; and (6) single people are people disappointed in love. These hidden meanings create a stereotypic mindset that shows that “being single is sad” and has led to the reinforcement of values in Thai society regarding pressure to be a couple.

1. บทนำ

อารมณ์ขันปรากฏอยู่ในทุกสังคมวัฒนธรรม เป็นการสื่อสารด้วยวิธีการทางภาษาผ่านการตีความ และแสดงออกเป็นพฤติกรรมอย่างการยิ้มหรือหัวเราะ การศึกษาอารมณ์ขันเป็นหัวข้อที่นักวิชาการแขนงต่าง ๆ ให้ความสนใจศึกษาวิเคราะห์ เช่น มุมมองทางจิตวิทยามองว่าอารมณ์ขันช่วยปลดปล่อยจิตใจให้เป็นอิสระและเป็นเครื่องมือผ่อนคลายความเครียด มุมมองทางการสื่อสารเห็นว่าอารมณ์ขันช่วยกระชับความสัมพันธ์ ลดช่องว่างระหว่างคู่สนทนา มุมมองทางการตลาดและโฆษณาเห็นว่าการใช้อารมณ์ขันเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้ผู้บริโภคจดจำและรู้สึกดีต่อตราสินค้า และยังมีการศึกษาอารมณ์ขันตามแนวคิดทางวรรณกรรม วัฒนธรรมภาษาศาสตร์ ดังนั้นการศึกษาอารมณ์ขันจึงเป็นการศึกษาในเชิงสหสาขาวิชา

เนื่องจากอารมณ์ขันถ่ายทอดด้วยวิธีการทางภาษาภายใต้การตีความโดยอาศัยบริบททางสังคมวัฒนธรรม การศึกษาเกี่ยวกับอารมณ์ขันจึงเป็นหัวข้อที่นักภาษาศาสตร์ให้ความสนใจโดยมองว่าการใช้อารมณ์ขันจัดเป็นการละเล่นทางภาษา (linguistic play, verbal play, language play) (Attardo, 1994; Chiaro, 1992; Wangsomchok, 2016) ถ้อยคำที่สื่อสารอยู่ในกรอบของการเล่น (playful frame) (Stankić, 2023, p. 23) เพื่อความสนุกสนาน ผู้ฟังจึงมักไม่ถือโทษโกรธผู้พูด เพราะยอมรับว่าสิ่งที่ผู้พูดพูดไม่มีความจริงจัง (จันทิมา หวังสมโชค, 2549, น. 125) การศึกษาอารมณ์ขันตามแนวคิดทางภาษาศาสตร์จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่ทำให้เกิดอารมณ์ขัน ตั้งแต่ระดับคำ ความหมายประจำรูปคำ เช่น อารมณ์ขันที่เกิดจากคำหลายความหมาย แนวคิดทฤษฎีที่สำคัญทางภาษาศาสตร์ที่ใช้ในการวิเคราะห์อารมณ์ขัน ได้แก่ แนวคิดทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ ซึ่งศึกษาการใช้ภาษาในบริบททางสังคมโดยเน้นเจตนาของผู้ใช้ภาษาเป็นสำคัญ ความหมายของถ้อยคำ (utterance) จะแตกต่างไปตามเจตนาของผู้พูด และอาจเป็นความหมายที่เพิ่มขึ้นจากความหมายของคำ (lexical meaning) และความหมายของประโยค (sentence meaning) (ราชบัณฑิตยสภา, 2560, น. 343) การวิเคราะห์อารมณ์ขันตามวัจนปฏิบัติจะศึกษาวิธีการนำภาษามาพลิกแพลงจากปกติจนทำให้เกิดอารมณ์ขัน ศึกษาวิธีการเกิดอารมณ์ขันโดยอธิบายถึงความไม่สอดคล้องกันระหว่างสิ่งที่ผู้รับสารคิดกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง เช่น มุกตลกหักมุม หรือลวงให้เกิดความเข้าใจผิด ตลอดจนมุ่งศึกษาเจตนาแฝงการตีความบริบท เพื่อนำไปสู่การเกิดอารมณ์ขันด้วย

นอกจากการศึกษากลวิธีทางภาษาแล้ว การศึกษาอารมณ์ขันยังสามารถศึกษาในมุมมองสังคมวัฒนธรรม เพราะแม้ว่าบางอารมณ์ขันจะมีความเป็นสากลซึ่งทุกสังคมวัฒนธรรมรู้สึกขบขัน แต่อารมณ์ขันส่วนใหญ่มักเป็นลักษณะเฉพาะทางสังคมวัฒนธรรมของแต่ละชาติแต่ละภาษา “การแสดงอารมณ์ขันจะแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรม ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละชาติ ขึ้นอยู่กับเอกลักษณ์ของชาตินั้น” (เถกิง พันธุ์เถกิงอมร, 2559, น. 7) เช่น คนไทยอาจไม่ขบขันกับมุกตลกของชาวตะวันตก เนื่องจากไม่เข้าใจภูมิหลังหรือบริบท

วัฒนธรรม และเมื่อภาษาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม ตัวอย่างนี้ก็สามารถอธิบายได้โดยใช้แนวคิดทางภาษาศาสตร์เกี่ยวกับสามัตถิยะภาษา (linguistic competence) ที่มองว่าอารมณ์ขันเป็นความสามารถของเจ้าของภาษา กล่าวคือเมื่อเจ้าของภาษาสามารถตัดสินได้ว่าประโยคใดถูกต้องหรือไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ เจ้าของภาษาก็สามารถตัดสินได้ว่าข้อความนั้น ๆ ตลกหรือไม่ตลก (Raskin, 1985, น. 49, 51)

แม้ว่าบทบาทหน้าที่หลักของอารมณ์ขันคือช่วยลดความเคร่งเครียด ความวิตกกังวล ความไม่พึงพอใจ ช่วยเยียวยาจิตใจ คลี่คลายหรือแก้ไขสถานการณ์ (เถกิง พันธุ์เถกิงอมร, 2559, น. 69) แต่บางครั้งพบว่าอารมณ์ขันแฝงไปด้วยความหมายบางประการซ่อนอยู่ นักวิชาการที่ศึกษาอารมณ์ขันเรียกความหมายแฝงดังกล่าวด้วยคำเรียกที่แตกต่างกัน เช่น ลักษณะทางสังคมที่แฝงอยู่ในเรื่องตลก (กาญจนา เจริญเกียรติบวร, 2548) ค่านิยม (ภาวดี สายสุวรรณ, 2553) หรือนัยแฝง (นันทวรรณ ทองเตี่ยง, 2563) อารมณ์ขันยังมุ่งให้ความหมายเชิงดูถูกเหยียดหยามหรือเยาะเย้ยต่อพฤติกรรมของผู้ถูกล้อเลียน เสียดสี ถูกตีความว่าเป็นพฤติกรรมไม่เหมาะสม ไม่ถูกต้อง (เถกิง พันธุ์เถกิงอมร, 2559, น. 67)

นันทวรรณ ทองเตี่ยง (2563, น. 79-80) ได้กล่าวถึงความคิดความเชื่อที่แฝงมากับอารมณ์ขันไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

> “สังคมไทยเป็นสังคมที่วัฒนธรรมอารมณ์ขันมีพลังในการวิพากษ์วิจารณ์ หรือตำหนิ ติเตียนโดยไม่ต้องเผชิญหน้าโดยตรง ทำให้ความขัดแย้งไม่รุนแรงทั้งยังใช้อารมณ์ขันช่วยผ่อนคลายความเครียดยามเผชิญกับวิกฤต นอกจากนั้นความคิดและความเชื่อเดิมทางวัฒนธรรมบางอย่างได้ฝังลึกลงไปในวิถีคิดและวิธีปฏิบัติ ส่งผลให้ความคิด และความเชื่อทางวัฒนธรรมนั้นถูกนำเสนอ และส่งต่อออกไปทั้งโดยรู้ตัวและไม่รู้ตัว ซึ่งเป็นการตอกย้ำและตรึงชุดความคิดเดิมให้อยู่กับสังคมนั้นต่อไป”

ผู้วิจัยสนใจศึกษาอารมณ์ขันจากเฟซบุ๊ก เนื่องจากเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่คนไทยใช้มากเป็นอันดับแรก (93.3%) (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, ศูนย์วิเคราะห์ข้อมูล, 2565, น. 28) เป็นพื้นที่ออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้สมาชิกได้เผยแพร่ (post) และแบ่งปัน (share) มุกตลกต่าง ๆ โดยปรากฏตัวบทอารมณ์ขันจำนวนมากทั้งจากที่สมาชิกกลุ่มเป็นผู้คิดขึ้นเอง หรือนำมาจากแหล่งข้อมูลอื่น ทั้งนี้จากการสำรวจข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า มุกตลกเกี่ยวกับคนโสดเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในโลกออนไลน์ เป็นเนื้อหาที่โดดเด่น ในลักษณะการนำเรื่องความโสดมาล้อเล่นล้อเลียนในเชิงตลกขบขัน

อีกนัยหนึ่งสามารถกล่าวได้ว่าคนโสดกลายเป็นเป้าของอารมณ์ขันหรือถูกทำให้กลายเป็นตัวตลกในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจุบันประเทศไทยกลายเป็น “สังคมคนโสด” ตามที่สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2567, น. 4-5) ได้นำเสนอเรื่องภาวะสังคมไทยในปี 2567 พบว่า คนไทยครองตัวเป็นโสดมากขึ้น (23.9%) โดยช่วงวัยเจริญพันธุ์จะมีสัดส่วนมากถึง 40.5% สูงกว่าภาพรวมประเทศเกือบเท่าตัว จึงได้เสนอ “แนวทางสนับสนุนให้คนมีคู่” หรือที่สื่อมวลชนได้รายงานข่าวนี้โดยใช้ว่า “แนวทางและวิธีการแก้ไขปัญหาการเป็นโสด” “วิธีที่จะทำให้คนโสดมีจำนวนน้อยลง” (“คนโสด 2567 ในประเทศไทย,” 2567) เช่น การสนับสนุนเครื่องมือ Matching คนโสด ส่งเสริมให้คนโสดมีโอกาสสร้างสัมพันธ์ใหม่ อันจะเป็นผลดีต่อสังคมประเทศ จากนโยบายระดับประเทศนี้แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยยังคงสนับสนุนค่านิยมเรื่องการมีคู่ครองเนื่องจากเป็นมาตรการสำคัญในการเพิ่มจำนวนประชากรเพื่อขับเคลื่อนประเทศ

นโยบายดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า แม้ว่าคนไทยในปัจจุบันจะนิยมครองสถานภาพโสดมากขึ้น แต่ชุดความคิดหลักเกี่ยวกับความโสดก็ยังปรากฏลักษณะการมองความโสดเป็น “ปัญหา” ที่ต้องได้รับการ “แก้ไข” และต้องสนับสนุนให้มีคู่ครอง ประเด็นนี้ปรากฏผ่านตัวบทอารมณ์ขันในสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กเพจอารมณ์ขัน ซึ่งแม้จะเป็นเพจที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างความบันเทิงให้ผู้รับสาร แต่ก็มีความหมายแฝงบางประการที่ประกอบสร้างชุดความคิดเกี่ยวกับคนโสดในสังคมไทยผ่านกลวิธีทางภาษาต่าง ๆ

นอกจากนี้จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นในสื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยพบว่า แม้ว่าอารมณ์ขันที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความโสดจะสร้างเสียงหัวเราะให้ผู้รับสารบางกลุ่มได้ แต่ในทางตรงกันข้ามก็พบผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่ขบขันมุกตลกกลุ่มนี้ ตัวอย่างเช่น

> “พวกที่ไม่มีแฟนไปรับไปส่ง เค้าเดินทางกันยังไงคะ”
>
> (สมาชิกพันทิปหมายเลข 7066278, 2565)

> “ข่มคนโสดเก่งมากกก (ยอมรับค่ะว่ารู้สึกไม่ชอบที่ล้อคนโสด จิกกัดคนโสด เพราะตอนนี้เราโสด เลยรู้สึกไม่โอเคกับอะไรแบบนี้มาก ๆ)”
>
> (สมาชิกพันทิปหมายเลข 6923986, 2565)

ข้อความแสดงความคิดเห็นนี้สะท้อนว่ามุกตลกล้อเลียนหรือเสียดสีคนโสดทำให้ตัวคนโสดบางคนไม่ได้รู้สึกขบขัน แต่เกิดความรู้สึกในด้านลบ ทั้งเห็นว่าเป็นการ “ข่ม” ซึ่งหมายถึงการแสดงกิริยาวาจาให้เห็นว่าเหนือกว่า หรือทำให้อีกฝ่ายหนึ่งรู้สึกว่าด้อยกว่า (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556, น. 169) ไม่ชอบการ “จิกกัด” ซึ่งเข้าข่ายลักษณะการพูดแบบโขกสับหาเรื่องคนโสด ความคิดเห็นนี้สอดคล้องกับทฤษฎีอารมณ์ขันกลุ่มทฤษฎีความเหนือกว่าที่มีสาระสำคัญว่า

มนุษย์จะรู้สึกขำในความด้อยกว่าของผู้อื่นหรือขำเมื่อตนเป็นฝ่ายเหนือกว่า แสดงให้เห็นว่าบุคคลที่ตกเป็นเป้าของอารมณ์ขันมักจะเป็นกลุ่มที่ถูกกดให้ต่ำกว่ากลุ่มบุคคลอื่นในสังคม

ในบทความนี้ผู้วิจัยจะมุ่งศึกษาตัวบทอารมณ์ขันเกี่ยวกับคนโสดผ่านสื่อสังคมออนไลน์คือเฟซบุ๊กอารมณ์ขัน โดยวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาตามแนวคิดทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ คือ เน้นการวิเคราะห์อารมณ์ขันในลักษณะการตีความจากบริบท เจตนาของผู้กล่าวอารมณ์ขัน และวิเคราะห์นัยแฝงเกี่ยวกับความโสดหรือคนโสดในแง่มุมต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นบทบาทประการสำคัญของอารมณ์ขันในด้านที่สามารถสะท้อนหรือผลิตซ้ำค่านิยมบางประการได้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาสื่ออารมณ์ขันในมุกตลกคนโสดในสื่อสังคมออนไลน์

2.2 เพื่อวิเคราะห์นัยแฝงเกี่ยวกับคนโสดจากตัวบทอารมณ์ขันในสื่อสังคมออนไลน์

3. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดทฤษฎีอารมณ์ขัน

ทฤษฎีอารมณ์ขันสากลแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม (Classification of Modern Theories of Humor) (Attardo, 1994, pp. 47-53) ได้แก่ ทฤษฎีความเหนือกว่า ทฤษฎีความไม่เข้ากัน และทฤษฎีปลดปล่อย มีหลักการสำคัญดังนี้

3.1.1 ทฤษฎีความไม่เข้ากัน (Incongruity Theory)

คานท์ (Kant, 1724-1804, อ้างถึงใน Attardo, 1994, p. 47) เป็นต้นกำเนิดของการศึกษาอารมณ์ขันตามทฤษฎีความไม่เข้ากัน มีแนวคิดว่าเสียงหัวเราะหรือความขบขันเกิดจากความไม่คาดคิด ความผิดหวังจากสิ่งที่คาดหวัง เกิดจากการรับรู้ถึงความไม่เข้ากันหรือความไม่ลงรอยกัน เกิดจากความไม่สอดคล้อง ขัดแย้งหรือไม่สัมพันธ์กันระหว่างสิ่งที่คิดกับความเป็นจริง (Attardo, 1994, p. 48)

3.1.2 ทฤษฎีความเหนือกว่า (Hostility/Superiority Theory)

ฮ็อบส์ (Hobbes, 1588-1679, อ้างถึงใน Attardo, 1994, pp. 49-50) มีแนวคิดว่าสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการหัวเราะคือความรู้สึกเหนือกว่าผู้อื่น โดยฮ็อบส์เรียกว่า “sudden glory” ซึ่งหมายถึงความรู้สึกถึงชัยชนะในทันทีเมื่อเป็นผู้หัวเราะ อารมณ์ขันในกลุ่มทฤษฎีความเหนือกว่ามีแนวคิดว่ามนุษย์จะขบขันเมื่อเห็นความด้อยกว่าของผู้อื่น หรือจะขำเมื่อรู้สึกว่าตนเป็นฝ่ายเหนือกว่า ส่วนผู้ถูกหัวเราะจะมีตำแหน่งหรือฐานะที่ต่ำกว่า

3.1.3 ทฤษฎีปลดปล่อย (Release Theory)

ฟรอยด์ (Freud, 1905, อ้างถึงใน Attardo, 1994, p. 50) มีแนวคิดว่าอารมณ์ขันหรือเสียงหัวเราะช่วยปลดปล่อยความตึงเครียด จิตใต้สำนึก ช่วยปลดปล่อยเราจากความยับยั้งชั่งใจขนบธรรมเนียม และกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ส่วนด้านพฤติกรรมทางภาษา ทฤษฎีนี้มองว่าอารมณ์ขันเป็นการปลดปล่อยจากกฎเกณฑ์ของภาษา ซึ่งมักพบในการเล่นคำและอารมณ์ขันโดยทั่วไป นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับการละเมิดหลักการความร่วมมือของไกรซ์ (Grice, 1975) ด้วย

ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีอารมณ์ขัน 3 กลุ่มเป็นแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล โดยสามารถนำไปประกอบการวิเคราะห์ในประเด็นด้านเป้าของอารมณ์ขัน การวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาและนัยแฝงจากตัวบทอารมณ์ขันประเภทมุกตลกคนโสดในสื่อออนไลน์

3.2 แนวคิดทฤษฎีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์

กาญจนา เจริญเกียรติบวร (2544-2545, น. 72-99) ประมวลแนวคิดอารมณ์ขันในมุมมองวัจนปฏิบัติศาสตร์ไว้ว่า อารมณ์ขันเป็นการเล่นกับกฎเกณฑ์การสนทนา (rules of conversation) บางมุกตลกไม่สามารถอธิบายได้ในระดับคำศัพท์หรือกฎทางเสียง แต่ต้องอาศัยหลักการทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ เช่น มุกตลกที่เล่นระหว่างความหมายตามเจตนา (force) กับความหมายตามรูปศัพท์ (sense) รวมถึงการตีความเจตนาผู้พูดในสถานการณ์อารมณ์ขัน บางครั้งอารมณ์ขันยังต้องอาศัยหลักความสุภาพในทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ (politeness) ซึ่งต่างจากความสุภาพในแง่ความเคารพ (deference) นักภาษาศาสตร์จึงสนใจศึกษามุกตลกที่เล่นกับหลักการสื่อสารและความหมายของผู้ใช้ภาษา ซึ่งเกี่ยวกับบริบทการใช้ภาษา ไม่ใช่แค่กฎเกณฑ์ในตัวภาษาเอง ผู้วิจัยนำแนวคิดทฤษฎีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ต่าง ๆ มาใช้ประกอบการวิเคราะห์และอธิบายกลวิธีทางภาษาสื่ออารมณ์ขันประเภทมุกตลกคนโสดในสื่อสังคมออนไลน์ ในที่นี้ผู้วิจัยขอยกแนวคิดหลักการความร่วมมือในการสนทนาและความหมายเป็นนัยสนทนา (The Cooperative Principle and Conversational Implicature) และแนวคิดการละเมิดกฎวัจนปฏิบัติศาสตร์โดยจงใจสร้างความกำกวมเพื่อให้เกิดอารมณ์ขัน ดังนี้

(1) หลักการความร่วมมือในการสนทนาและความหมายเป็นนัยสนทนา (The Cooperative Principle and conversational Implicature)

ไกรซ์ (Grice, 1975, pp. 45-47) มีแนวคิดว่าในการสนทนานั้นผู้ร่วมสนทนาจะยอมรับร่วมกันเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และทิศทางในดำเนินการสนทนา เรียกว่าหลักการความร่วมมือในการสนทนา (Cooperative Principle) ประกอบด้วยหลัก 4 ข้อ ดังนี้

หลักปริมาณ (quantity maxim) เกี่ยวข้องกับปริมาณของข้อมูล โดยปฏิบัติตามหลักการ ได้แก่ 1) ให้ข้อมูลตรงตามที่ต้องการ (โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการสนทนาครั้งนั้น) และ 2) อย่าให้ข้อมูลเกินกว่าที่ต้องการ

หลักคุณภาพ (quality maxim) คือพยายามให้ข้อมูลตามความเป็นจริง ได้แก่ 1) ไม่พูดสิ่งที่เชื่อว่าเป็นเท็จ และ 2) ไม่พูดในสิ่งที่ขาดหลักฐานสนับสนุนที่เพียงพอ

หลักสัมพันธ์ (relation maxim) คือพูดแต่สิ่งที่เกี่ยวข้อง

หลักคุณลักษณ์ (manner maxim) คือ พูดให้ชัดเจน ได้แก่ 1) หลีกเลี่ยงการแสดงความคลุมเครือ 2) หลีกเลี่ยงความกำกวม 3) กระชับ (หลีกเลี่ยงความยืดยาวโดยไม่จำเป็นหรือเลี่ยงภาษาฟุ่มเฟือย) และ 4) เรียบเรียงอย่างเป็นระเบียบแบบแผน

ไกรซ์ (Grice, 1975, p. 49) ยังกล่าวถึงการไม่เคารพหลักการความร่วมมือในการสนทนา ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยขอยก 2 ลักษณะที่ใช้อธิบายกลวิธีทางภาษาสื่ออารมณ์ขันในงานวิจัยนี้ ได้แก่ *การละเมิดหลักการ* (violating a maxim) คือการที่ผู้ร่วมสนทนาละเมิดหลักการข้อใดข้อหนึ่ง เช่น ในกรณีที่โกหก ทำให้เกิดความเข้าใจผิด และ*การไม่เคารพหลักการเพื่อสื่อความหมายเป็นนัยสนทนา* (flouting a maxim) คือการที่ผู้พูดใช้ประโยชน์ (exploiting) จากการไม่เคารพหลักการเพื่อจุดประสงค์การสื่อสารบางประการ โดยผู้พูดไม่ได้หมายความตามรูปภาษา แต่ต้องการสื่อความหมายเป็นนัยสนทนา (conversational implicature) บางอย่าง

อัตทาร์โด (Attardo, 1993) นำหลักการความร่วมมือในการสนทนามาวิเคราะห์อารมณ์ขัน ในบทความเรื่อง “Violation of conversation maxims and cooperation: The case of jokes” และหนังสือเรื่อง “Linguistic Theories of Humor” (Attardo, 1994) โดยเห็นว่าอารมณ์ขันเกิดจากการละเมิดหลักการความร่วมมือในการสนทนาแบบลวงให้ผู้อื่นเข้าใจผิด (Jokes as the Violation of Grices’s Maxims) ได้แก่ การละเมิดหลักปริมาณคืออารมณ์ขันที่ให้ข้อมูลไม่เพียงพอหรือมากไป การละเมิดหลักสัมพันธ์คืออารมณ์ขันประเภทตอบไม่ตรงคำถาม การละเมิดหลักคุณลักษณ์คืออารมณ์ขันที่ใช้ความกำกวมทางภาษาอย่างการเล่นคำ และการละเมิดหลักคุณภาพคืออารมณ์ขันแบบตั้งใจพูดเรื่องเท็จเพื่อสร้างความขบขัน

ทั้งนี้อารมณ์ขันสามารถเกิดจากการใช้การไม่เคารพหลักการเพื่อสื่อความหมายเป็นนัยสนทนาจนทำให้เกิดความขบขันก็ได้ ซึ่งมักจะเป็นอารมณ์ขันที่ต้องอาศัยการตีความ (จันทิมา หวังสมโชค, 2549; วิยะดา ศิริชนะทรัพย์ และ วิชาติ บูรณะประเสริฐสุข, 2559)

(2) การละเมิดกฎวัจนปฏิบัติศาสตร์โดยจงใจสร้างความกำกวมเพื่อเกิดอารมณ์ขัน

เวเนอร์ (Weiner, 1996, pp. 139-151) เสนอกลวิธีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์เพื่อสร้างความกำกวมในตัวบทอารมณ์ขันด้วยการละเมิดกฎทางวัจนปฏิบัติศาสตร์บางประการ (Violation of pragmatic knowledge) ในการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาสื่ออารมณ์ขันในมุกตลกคนโสด ผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องการละเมิดกฎความคู่ขนาน (Violation of parallelism) เป็นแนวทางวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาคือการเล่นคำ ซึ่งกฎความคู่ขนานคือการรักษาความสัมพันธ์หรือความสอดคล้องในทางเดียวกัน เพื่อให้ไม่ออกนอกเรื่อง แต่การละเมิดกฎความคู่ขนานไม่ได้ปฏิบัติตามนั้น เพราะกลับกล่าวถึงหรือใช้คำสื่อสิ่งอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง ไม่คาดคิด ทำให้เกิดความขบขัน

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

4.1 การคัดเลือกและการเก็บข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลเอกสาร (Documentary Analysis) โดยการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลตัวบทอารมณ์ขันจากเฟซบุ๊กอารมณ์ขันจำนวน 1 แหล่ง ซึ่งเป็นชุมชนออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้สมาชิกของเฟซบุ๊กกลุ่มได้เผยแพร่ หรือแบ่งปันมุกตลกต่าง ๆ ตามเกณฑ์การคัดเลือกข้อมูล โดยปกปิดข้อมูล (Blind) ไม่ระบุชื่อเฟซบุ๊กในงานวิจัย เพื่อเป็นไปตามแนวทางจริยธรรมการวิจัยในคนที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลตัวบทอารมณ์ขันที่เผยแพร่ระหว่างวันที่ 1 กันยายน 2564 ถึง 30 กันยายน 2566 โดยคัดเลือกตัวบทอารมณ์ขันเฉพาะที่เป็นข้อความตัวอักษร ไม่ใช้ตัวบทในรูปแบบคลิปวิดีโอ คัดเลือกจากตัวบทอารมณ์ขันที่มีผู้กดถูกใจมากที่สุด 4 อันดับแรกของเดือน จะได้ตัวบทอารมณ์ขันทั้งสิ้น 100 ตัวบท

ทั้งนี้ในการพิจารณาคัดเลือกตัวบทอารมณ์ขันที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับคนโสด ผู้วิจัยใช้วิธีการพิจารณาจากตัวบทที่ปรากฏการใช้คำหรือการสื่อความหมายที่บ่งชี้ถึงความโสดหรือคนโสด เช่น โสด ไม่มีแฟน ไม่มีคนรัก ไม่มีเนื้อคู่ ไม่มีใครเอา ขึ้นคาน ฯลฯ โดยจากการวิเคราะห์ตัวบทอารมณ์ขันพบเนื้อหาเกี่ยวกับคนโสดมากถึงร้อยละ 30 ผู้วิจัยจึงนำตัวบททั้ง 30 ตัวบทนี้ มาวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาและนัยแฝงที่ปรากฏจากมุกตลกคนโสด

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกลวิธีทางภาษาตามมุมมองทางวัจนปฏิบัติศาสตร์เป็นแนวทางวิเคราะห์และอธิบายกลวิธีทางภาษาที่พบ ส่วนการวิเคราะห์นัยแฝงจากอารมณ์ขัน ผู้วิจัยใช้แนวทางการวิเคราะห์จากการนำเสนอเนื้อหาของตัวบทอารมณ์ขัน เชื่อมโยงกับแนวคิดด้านค่านิยม บรรทัดฐานด้านสังคมวัฒนธรรม โดยในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะมุ่งวิเคราะห์วัจนภาษาเป็นหลัก นอกจากนี้ผู้วิจัยยังวิเคราะห์การใช้อวัจนภาษาประกอบด้วย เช่น รูปภาพ สัญรูป เพื่อเป็นประโยชน์ในการตีความตัวบทอารมณ์ขัน

5. ผลการวิจัย

5.1 กลวิธีทางภาษาสื่ออารมณ์ขันในมุกตลกคนโสดในสื่อสังคมออนไลน์

5.1.1 การเย้ยหยัน

อารมณ์ขันที่ใช้กลวิธีการเย้ยหยัน หมายถึง อารมณ์ขันที่ทำให้อีกฝ่ายได้อาย เจ็บช้ำน้ำใจ และโกรธ โดยย้ำความเสียเปรียบ ความด้อยกว่า หรือความผิดพลาดบกพร่องของอีกฝ่ายหนึ่ง (เถกิง พันธุ์เถกิงอมร, 2559, น. 177) จากการวิเคราะห์มุกตลกคนโสดใน

งานวิจัยนี้พบกลวิธีเย้ยหยันในลักษณะเหยียดหยาม ดูถูกหรือเยาะเย้ย ทำให้บุคคลที่เป็นเป้าของอารมณ์ขันคือคนโสดรู้สึกอับอาย โกรธ หรือถูกดูถูก โดยคิดเป็นร้อยละ 20 ตัวอย่างเช่น

(1) ตบปากอีผี
ผีในห้องถาม จะปีใหม่อีกแล้ว มึงยังโสดอยู่อีกหรอ

ตัวอย่างนี้ใช้การเย้ยหยัน ทำให้คนโสดตกเป็นเป้าของอารมณ์ขัน ผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันแต่งเรื่องผีที่อาศัยอยู่ในห้องให้ตั้งคำถามเย้ยหยันเกี่ยวกับความโสด ปรากฏคำว่า “อีกแล้ว” ทำให้เห็นว่าเจ้าของห้องมีสถานภาพโสดเป็นเวลานาน ตัวอย่างนี้ผู้โพสต์ได้แบ่งปัน (share) ข้อความอารมณ์ขัน พร้อมสร้างคำบรรยาย (caption) ว่า “ตบปากอีผี” แสดงให้เห็นว่าผู้โพสต์เป็นตัวแทนของผู้มีสถานภาพโสด และรู้สึกโกรธหรือเจ็บช้ำน้ำใจจากการถูกเย้ยหยัน ความขบขันจึงเกิดขึ้นจากทั้งตัวบทอารมณ์ขันที่แบ่งปันมาและจากคำบรรยายด้วย

(2)



ตัวอย่างนี้เย้ยหยันคนโสด โดยเริ่มต้นจากการขอความช่วยเหลือว่าถูกเพื่อน unfriend คือการยกเลิกความเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊ก โดยระบุว่ามีสาเหตุมาจากการบอกเพื่อนว่า “มึงยังเหมือนเดิม” และขยายความต่อว่า “ยังไม่มีผัวเหมือนเดิม” ผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันยังใช้คำว่า “แค่นี้เอง” เพื่อแสดงให้เห็นว่าเป็นเรื่องเล็กน้อย แต่ใช้อวัจนภาษาคือ ภาพพื้นหลังเป็นสัญรูป (emoji) หัวเราะจนน้ำตาไหล แสดงให้เห็นว่ารู้สึกขบขันกับความโสดของเพื่อน ถ้อยคำ “ไม่มีผัวเหมือนเดิม” เป็นกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันด้วยการเย้ยหยันเพื่อให้คนโสดรู้สึกเจ็บช้ำน้ำใจ

การเย้ยหยันเป็นกลวิธีสื่ออารมณ์ขันที่สอดคล้องกับทฤษฎีความเหนือกว่า ซึ่งมองว่าผู้ตกเป็นเป้าของความขบขันคือคนโสดอยู่ในสถานะที่ต่ำกว่า ความขบขันเกิดจากการที่ผู้หัวเราะรู้สึกว่าตนอยู่เหนือกว่าคนโสด และเมื่อพิจารณาตามทฤษฎีปลดปล่อยยังแสดงว่าการเย้ยหยันเป็นการใช้อารมณ์ขันเพื่อปลดปล่อยความเครียด เป็นอิสระจากการสะกดกลั้นความรู้สึกนึกคิดต้องห้าม โดยการเย้ยหยันเป็นการแสดงออกที่ไม่พึงกระทำ แต่เมื่อเป็นกลวิธีหนึ่งในการสื่ออารมณ์ขันก็สามารถเป็นเครื่องมือปลดปล่อยหรือระบายสิ่งที่ไม่พึงกระทำได้

5.1.2 การเล่นคำโดยการละเมิดกฎความคู่ขนาน

การเล่นคำ หมายถึง การใช้คำพ้องเสียงเพื่อให้ตีความได้ต่างออกไป ส่วนใหญ่เป็นการเล่นคำเพื่อสร้างอารมณ์ขัน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2545, น. 345) ตรงกับคำในภาษาอังกฤษ คือ “pun” หมายถึง “a humorous use of a word or phrase that has several meanings or that sounds like another word” (Cambridge dictionary, n.d.) คือ การใช้คำหรือวลีที่มีความหมายหลายความหมายแบบตลกขบขันหรือการใช้คำที่มีเสียงคล้ายคำอื่น

ผู้วิจัยนำแนวคิดการละเมิดกฎวัจนปฏิบัติศาสตร์โดยจงใจสร้างความกำกวมเพื่อให้เกิดอารมณ์ขันตามแนวคิดของเวเนอร์ (Weiner, 1996) คือ การละเมิดกฎความคู่ขนานมาวิเคราะห์กลวิธีการเล่นคำ กฎความคู่ขนานหมายถึงการกล่าวถึงสิ่งที่สอดคล้องและสัมพันธ์ไปในทางเดียวกันเพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจเรื่องและไม่เข้าใจนอกเรื่อง แต่กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันวิธีหนึ่งคือการจงใจละเมิดโครงสร้างความคู่ขนานเพื่อให้เกิดความตลก และใช้วิธีการเล่นคำเป็นกลวิธีสำคัญที่ทำให้ผู้อ่านพิจารณาความคู่ขนานที่ปรากฏในตัวบทอารมณ์ขัน แต่ความขบขันจะเกิดขึ้นจากการละเมิดกฎความคู่ขนาน เนื่องจากในตอนท้าย ผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันจงใจออกนอกเรื่องไปสู่เรื่องที่ไม่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความขบขัน พบกลวิธีเล่นคำโดยการละเมิดกฎความคู่ขนาน ร้อยละ 16.67 ตัวอย่างเช่น

(3)



โดยทั่วไปแล้วผู้อ่านจะอ่านข้อความอารมณ์ขันนี้โดยคำนึงถึงความคู่ขนานจากการใช้คำต่าง ๆ คือการพิจารณาความคู่ขนานของคำว่า “สระ” ในคำว่า “สระอะ” “สระอา” ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางความหมายโดยเป็นชนิดของหน่วยทางภาษาเช่นเดียวกัน จึงเป็นการเรียงข้อมูลแบบคู่ขนาน ทำให้ผู้อ่านเข้าใจว่า ในลำดับต่อไปก็จะกล่าวถึง “สระ” ชนิดอื่นอีก แต่ผู้สร้างอารมณ์ขันกลับจงใจละเมิดกฎความคู่ขนานดังกล่าว โดยการเล่นคำจากการเลือกใช้คำเสียงคล้าย (paraphony) คือคำว่า “สละ” มีความหมายว่า “ละทิ้ง” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556, น. 1179) ซึ่งเมื่อประกอบเป็นคำว่า “สละโสด” จะหมายถึงการละทิ้งความโสด คือ การแต่งงาน การจงใจละเมิดกฎความคู่ขนานในลักษณะนี้จึงสร้างอารมณ์ขันได้

(4)



ตัวอย่างนี้เล่นคำโดยใช้คำเสียงคล้ายคือคำว่า “ยาง” และ “ยัง” ข้อความและภาพสองภาพแรกกล่าวถึง “ยาง” ในความหมายว่า “เรียกสิ่งบางอย่างที่ทำจากยางพาราเป็นต้น” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556, น. 948) ในที่นี้ ได้แก่ ยางยืดและยางลบ เมื่อผู้อ่านคำนึงถึงกฎความคู่ขนานย่อมคาดหวังว่าข้อความในภาพสุดท้ายน่าจะเป็นชนิดของยางเช่นเดียวกัน แต่ผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันกลับออกนอกเรื่องโดยเจตนาละเมิดกฎความคู่ขนาน ด้วยการเล่นคำว่า “ยาง” โดยสื่อความหมายถึงคำเสียงคล้ายคือ “ยัง” ประกอบกับคำว่า “โสด” และมีภาพตัวการ์ตูนผู้ชายชี้ที่ตัวเอง สื่อความหมายว่าตนยังไม่มีคู่รักหรือยังไม่ได้แต่งงาน การละเมิดกฎความคู่ขนานจึงทำให้เกิดอารมณ์ขันขึ้น

เมื่อพิจารณากลวิธีการเล่นคำโดยการละเมิดกฎวัจนปฏิบัติศาสตร์ด้านความคู่ขนาน พบว่า สอดคล้องกับทฤษฎีอารมณ์ขันคือทฤษฎีความไม่เข้ากัน ซึ่งเชื่อว่าอารมณ์ขันเกิดจากความผิดหวังจากสิ่งที่คาดหวัง ความไม่เชื่อมโยงกันของความคิดหนึ่งกับอีกความคิด โดยความขบขันจะเกิดเมื่อผู้อ่านรู้สึกผิดคาดจากสิ่งที่คาดเดา เช่น คิดว่าข้อความต่อไปในอารมณ์ขันจะเป็นข้อความหนึ่ง แต่ผู้สร้างอารมณ์ขันกลับเลือกใช้หรือเฉลยว่าเป็นอีกข้อความหนึ่ง จึงเกิดความไม่สัมพันธ์กันของข้อความที่ผู้อ่านคาดเดากับข้อความในส่วนสุดท้ายของตัวบท

5.1.3 การใช้สหบท

สหบท (Intertextuality) หมายถึง การเชื่อมโยง อ้างอิงหรือแทรกตัวบทอื่นเข้ามาในตัวบทปัจจุบันที่กำลังกล่าวถึง เกิดเป็นความสัมพันธ์ภายนอกต่าง ๆ ระหว่างตัวบท เช่น การกล่าวอ้างหรือยกคำพูดของผู้อื่น การรายงานข่าว ข้อความที่รวมอยู่ในข้อความอื่น สหบทจึงเป็นแหล่งรวมของที่มาและเนื้อหาหลากหลายที่ปรากฏอยู่ด้วยการอ้างอิงถึงตัวบทอื่น (Fairclough,1992a, pp. 102-105; Fairclough,1992b, pp. 269-293)

การใช้สหบทพบร้อยละ 16.67 ในลักษณะการนำตัวบทอื่น เช่น รายงานข่าว ผลวิจัย สถิติ มาแบ่งปันเป็นข้อความใหม่ภายใต้บริบทในการสร้างอารมณ์ขันและมุ่งเป้าถึงคนโสด เช่น

(5)



ตัวอย่างนี้ใช้สหบทแบบอ้างอิงการรายงานข่าว ผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันนำพาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มาแบ่งปันในสื่ออารมณ์ขันออนไลน์ เพื่อสร้างความตลกขบขัน แม้ว่าตัวบทนี้จะเป็นการรายงานข้อมูลทางการแพทย์ที่เตือนภัยเกี่ยวกับโรคร้าย แต่ผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันก็นำมาใช้โดยสร้างคำบรรยาย (caption) ว่า “คนโสดว้าวุ่นเลยทีนี้” พร้อมสัญรูป 😂😂 หัวเราะจนน้ำตาไหล แสดงถึงความขบขัน

5.1.4 การหักมุม

กลวิธีการหักมุม หมายถึง การทำให้เรื่องจบอย่างไม่เป็นไปตามความคาดหมายของผู้อ่าน บิดประเด็นไปจากทิศทางที่ผู้อ่านน่าจะคาดการณ์ไว้ เป็นอารมณ์ขันที่จบอย่างไม่เป็นไปตามความคิดความเข้าใจหรือคาดการณ์ไว้ล่วงหน้า แต่กลับจบแบบพลิกความคาดหมาย (เถกิง พันธุ์เถกิงอมร, 2559, น. 197) พบกลวิธีการหักมุมคิดเป็นร้อยละ 13.33 เช่น

(6) ปีนี้ไม่ทะเลาะกับแฟนเลย
โกรธ งอน น้อยใจอะไรกันก็ไม่มีเลย
#เพราะไม่มีแฟน

ตัวอย่างนี้ใช้กลวิธีการหักมุมเพื่อสร้างความขบขัน โดยเริ่มต้นจากการกล่าวถึงความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงความราบรื่น ทั้งการไม่ทะเลาะกับแฟน ไม่โกรธ งอนหรือน้อยใจ

ซึ่งเป็นปัญหาของคู่รัก จึงลวงให้ผู้อ่านเข้าใจตั้งแต่ต้นว่า การที่ผู้พูดบอกว่า ไม่มีปัญหาใด ๆ กับแฟนก็ย่อมหมายถึงตัวผู้พูดมีแฟน แต่มีความสัมพันธ์อันดีกับแฟนตลอดทั้งปี แต่ในตอนจบผู้สร้างอารมณ์ขันกลับหักมุมโดยใช้ข้อความแฮชแท็ก (#) แสดงการกล่าวเน้นถึงเหตุผลว่า “#เพราะไม่มีแฟน” อารมณ์ขันนี้จึงเป็นการพลิกความคาดหมายจากสิ่งที่ผู้อ่านคาดคิด และยังพบความไม่สอดคล้องกันระหว่างข้อความตอนต้นที่ผู้พูดกล่าวถึงการไม่มีปัญหากับแฟน กับสภาพความเป็นจริงของผู้พูดที่เฉลยไว้ในข้อความในตอนท้ายอีกด้วย

กลวิธีการหักมุมเป็นการละเมิดหลักการความร่วมมือในการสนทนาด้านหลักสัมพันธ์โดยตัวบทอารมณ์ขันในส่วนต้นและส่วนท้ายแสดงความไม่สัมพันธ์กัน ซึ่งเกิดจากการลวงหรือจงใจให้ผู้อ่านเข้าใจผิดจนเกิดเป็นความตลกขบขันขึ้น ทั้งนี้การหักมุมเป็นกลวิธีแสดงอารมณ์ขันที่สอดคล้องกับทฤษฎีอารมณ์ขันในกลุ่มทฤษฎีความไม่เข้ากัน ซึ่งเชื่อว่าอารมณ์ขันเกิดจากความผิดหวังจากสิ่งที่คาดหวัง และความไม่เชื่อมโยงกันของความคิดหนึ่งกับอีกความคิดหนึ่ง

5.1.5 การกล่าวถ้อยคำนัยผกผัน

การกล่าวถ้อยคำนัยผกผัน (verbal irony) ตามแนวคิดทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ หมายถึงถ้อยคำที่มีความหมายตรงข้ามกับความหมายตามรูป หรือกล่าวถ้อยคำหนึ่งแต่สื่อความหมายไปในทางอื่น ตรงข้ามหรือไม่ตรงตามความหมายมูลบทหรือความหมายเป็นนัย ดังนั้นผู้ฟังจำเป็นต้องทราบมูลบท ตีความมูลบท ความหมายเป็นนัย หรือความหมายจากอุปลักษณ์ก่อนแล้วจึงพลิกกลับเป็นไปในตรงกันข้าม จึงจะสามารถเข้าใจความหมายที่ผู้พูดต้องการสื่อจากถ้อยคำนัยผกผันนั้นได้ (Panpothong, 1996, pp. 11-16) การพิจารณาความหมายของถ้อยคำนัยผกผันต้องอาศัยการตีความเป็นสำคัญ โดยการตีความนั้นจะต้องพิจารณาความสัมพันธ์ที่ตรงข้ามกันของสิ่งที่กล่าวถึงและไม่ได้กล่าวถึงในถ้อยคำนั้นอีกด้วย (Hutcheon, 1995, p. 61)

เมื่อพิจารณาการกล่าวถ้อยคำนัยผกผันตามแนวคิดหลักการความร่วมมือในการสนทนา (Grice, 1975) พบว่า การกล่าวถ้อยคำนัยผกผันเป็นกลวิธีที่ไม่เคารพหลักความร่วมมือในการสนทนา (flouting a maxim) เพื่อสื่อความหมายเป็นนัยบางประการ โดยผู้รับสารต้องตีความโดยอนุมานความหมายจากบริบทและความรู้ที่มีร่วมกันระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร

ถ้อยคำนัยผกผันสัมพันธ์กับการสร้างอารมณ์ขัน กล่าวคือ มีแนวคิดและงานวิจัยหลายเรื่องที่นำเสนอว่า ถ้อยคำนัยผกผันมีหน้าที่สำคัญประการหนึ่งคือ เพื่อสร้างอารมณ์ขัน (Panpothong, 1996) เพื่อแสดงความสนุกสนาน (ludic) โดยการทำให้เกิดความตลกขบขัน (humorous) ในลักษณะล้อเล่นหรือแสดงความขี้เล่นของผู้กล่าวถ้อยคำ (playful) (Hutcheon, 1995, pp. 47-56) ใช้ถ้อยคำนัยผกผันเพื่อหยอกล้อ (playful irony) (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2555, น.119; Myers, 1976, อ้างถึงใน Panpothong, 1996, pp. 93-94) ถ้อยคำนัยผกผันเป็นการใช้ถ้อยคำตรงกันข้ามกับสิ่งที่ต้องการจะสื่อ เพื่อให้เกิดความตลกขบขัน (Cambridge dictionary, n.d.) กลวิธีสร้างอารมณ์ขันด้วยการกล่าวถ้อยคำนัยผกผันสอดคล้องกับทฤษฎี

อารมณ์ขันในกลุ่มความไม่เข้ากัน โดยถ้อยคำที่ใช้สื่อความหมายจะผกผันหรือตรงข้ามกับความหมายประจำรูป (เกริกเกียรติ กุลวิสุทธิ์ และ วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ, 2567, น. 8)

ในงานวิจัยนี้ พบการใช้กลวิธีการกล่าวถ้อยคำนัยผกผันเพื่อสร้างอารมณ์ขัน ผู้รับสารต้องตีความจึงจะเข้าใจความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อและทำให้เกิดอารมณ์ขันได้ ปรากฏการกล่าวถ้อยคำนัยผกผันตามแนวคิดความหมายเป็นนัยสนทนาในลักษณะการกล่าวเกินจริง โดยกล่าวเน้นให้ดูเกินจริงอย่างมาก ให้ข้อมูลที่ไม่ใช่ข้อเท็จจริงในลักษณะเกินกว่าความเป็นจริงไปมาก เพื่อเกิดความหมายแบบเน้นย้ำ และสามารถสื่ออารมณ์ในการสื่อสาร จัดเป็นการไม่เคารพหลักคุณภาพตามแนวคิดหลักการความร่วมมือในการสนทนาของไกรซ์ (Grice, 1975) เพราะผู้พูดจงใจกล่าวในสิ่งที่เกินความเป็นจริง (Panpothong, 1996, pp. 38-39) โดยพบการกล่าวถ้อยคำนัยผกผัน คิดเป็นร้อยละ 13.33 ตัวอย่างเช่น

(7) ลอยกระทงคนเดียวมันไม่ตายหรอก ถ้าเราไม่ลงไปลอยในบ่อจระเข้

ตัวบทอารมณ์ขันนี้เผยแพร่ในช่วงวันลอยกระทง ซึ่งเป็นวันที่คู่รักมักชวนกันไปลอยกระทง ทำให้คนโสดอาจจะขาดคู่ลอยกระทง ผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันใช้วิธีการกล่าวถ้อยคำนัยผกผันในลักษณะการกล่าวเกินจริงด้วยน้ำเสียงประชดประชัน กล่าวคือ การลงไปลอยกระทงในบ่อจระเข้เป็นเรื่องเกินจริงอย่างมาก แต่กล่าวถ้อยคำนัยผกผัน ให้ตีความว่าคนโสดก็สามารถลอยกระทงคนเดียวได้

อารมณ์ขันนี้เป็นการกล่าวถ้อยคำนัยผกผันที่ต้องอาศัยการทำความเข้าใจและตีความถ้อยคำนัยผกผันตามวิธีการที่ฮัตเชียน (Hutcheon, 1995, p. 64) ได้กล่าวไว้วิธีหนึ่งคือ กลวิธีตีความหลายชั้น (differential strategy) กล่าวคือ ในการตีความถ้อยคำนัยผกผันต้องวิเคราะห์อุปลักษณ์ในข้อความให้เข้าใจก่อน และตีความการเปรียบเทียบคุณสมบัติของสิ่งที่กล่าวถึงและสิ่งที่ไม่ได้กล่าวถึงในข้อความนั้น ทั้งนี้การตีความอุปลักษณ์จะแสดงถึงการสื่อความหมายเป็นนัยสนทนา ดังนั้นผู้รับสารจึงต้องตีความหลายชั้นจึงจะเข้าใจเจตนาของถ้อยคำนัยผกผัน

ในตัวอย่างนี้ผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันใช้อุปลักษณ์โดยมีสิ่งที่ถูกเปรียบ (target domain) คือความอันตรายหรือความตาย และมีแบบเปรียบ (source domain) คือบ่อจระเข้ ซึ่งเป็นที่อยู่ของสัตว์ที่มีความดุร้าย แบบเปรียบนี้จึงมีคุณสมบัติคือ ความอันตรายและอาจจะเกิดอันตรายจนถึงแก่ชีวิตได้ ในที่นี้ผู้กล่าวถ้อยคำนัยผกผันต้องการสื่อความหมายว่า ถ้าเราไม่ลงไปลอยกระทงในที่อันตรายก็ย่อมไม่เสียชีวิต อย่างไรก็ตามการที่คนจะลงไปลอยกระทงในบ่อจระเข้ย่อมเป็นเรื่องเกินจริง ดังนั้นเมื่อผู้รับสารตีความได้ก็จะทราบว่าตัวบทอารมณ์ขันนี้สร้างความขบขันจากการประชดประชันคนโสดที่อาจจะเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีเมื่อไม่มีคู่ลอยกระทง

5.1.6 การใช้มูลบททางวัจนปฏิบัติศาสตร์

มูลบทเป็นกลวิธีที่ผู้ส่งสารแสดงนัยความหมายได้โดยไม่ต้องระบุอย่างชัดแจ้งหรือนำเสนอสิ่งต่าง ๆ อย่างแน่วแน่ ทั้งที่ความจริงสิ่งเหล่านั้นอาจโต้แย้งได้และแสดงอุดมการณ์ (Machin & Mayr, 2012, p. 137) มูลบทตามแนวคิดวัจนปฏิบัติศาสตร์เป็นความรู้เบื้องหลังที่ผู้ร่วมสนทนามีร่วมกัน เป็นความคิดความเชื่อที่มีมาอยู่ก่อน หรือหมายถึงสมมติฐานเบื้องหลังถ้อยคำที่กล่าว ไม่ใช่ความหมายตามรูปภาษา แต่เป็นประเภทหนึ่งของการแนะความ (implication) (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556, น. 83-84)

งานวิจัยนี้ปรากฏกลวิธีการใช้มูลบททางวัจนปฏิบัติศาสตร์ในลักษณะการเล่นมุกตลกที่ต้องตีความมูลบท โดยอาศัยการตีความจากความรู้ ความคิด ความเชื่อที่ผู้สร้างและผู้รับสารตัวบทอารมณ์ขันมีร่วมกัน ซึ่งเป็นความคิดความเชื่อของคนสังคม และเมื่อพิจารณาตามแนวคิดการเกิดอารมณ์ขันจะพบว่าความขบขันส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากที่ผู้รับสารมีประสบการณ์ร่วมกับเนื้อหาอารมณ์ขันนั้น ๆ หรือสามารถตีความเกี่ยวกับความคิดความเชื่อที่รับรู้ร่วมกันได้ งานวิจัยนี้พบกลวิธีการใช้มูลบทคิดเป็นร้อยละ 10 มีตัวอย่าง ดังนี้

(8) ไม่ต้องโพสต์โสดหรอก สังเกตจากหน้าตา เขาก็จะรู้อยู่หรอก

ตัวอย่างนี้ใช้มูลบทด้านความคิดความเชื่อหรือค่านิยมที่มีอยู่ก่อน ซึ่งเป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่ในสังคมรับรู้ร่วมกัน มีทัศนคติเดียวกัน จากตัวอย่างสื่อมูลบทว่า คนหน้าตาไม่ดีมักจะเป็นคนโสด ตัวบทนี้ไม่ได้บอกอย่างตรงไปตรงมา แต่ผู้รับสารสามารถตีความจากการแนะความได้ว่า คนที่โพสต์ว่าตนมีสถานภาพโสดนั้น เป็นผู้ที่มีหน้าตาไม่ดี กล่าวคือไม่จำเป็นต้องโพสต์บอกสถานภาพของตนเอง แต่สังเกตจากหน้าตาของคนโพสต์ ก็จะทำให้ผู้อื่นทราบได้ว่า คนโพสต์เป็นคนโสด ค่านิยมที่สะท้อนผ่านการตีความมูลบทดังกล่าวทำให้ทั้งคนโสดและคนหน้าตาไม่ดี ไม่เป็นไปตามพิมพ์นิยมของคนในสังคม กลายเป็นเป้าของความตลกขบขันได้ นอกจากนี้จากตัวอย่างยังแสดงความหมายเป็นนัยสนทนาโดยไม่เคารพหลักคุณลักษณ์ตามแนวคิดหลักการความร่วมมือในการสนทนาของไกรซ์ (Grice, 1975) โดยผู้สร้างอารมณ์ขันใช้ความไม่ชัดเจนเพื่อสื่อความหมายเป็นนัยบางประการ ให้ผู้รับสารตีความเพื่อเกิดความขบขัน

5.1.7 การล้อเลียน

ล้อเลียน หมายถึง อารมณ์ขันลักษณะเอาอย่างเพื่อยั่วเล่น เช่น พูดทำเสียงล้อเลียนคนติดอ่างหรือคนพูดไม่ชัด แสดงกิริยาเดินขากะเผลกล้อเลียนคนขาเป๋ (เถกิง พันธุ์เถกิงอมร, 2559, น. 131; ราชบัณฑิตยสถาน, 2556, น. 1040) การสร้างอารมณ์ขันด้วยกลวิธีการล้อเลียน

สอดคล้องกับทฤษฎีอารมณ์ขันในกลุ่มทฤษฎีปลดปล่อย เนื่องจากประเด็นที่นำมาล้อเลียนเพื่อสร้างความตลกมักเป็นเรื่องที่ไม่พึงประสงค์

อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้พบว่า มุกตลกคนโสดใช้กลวิธีการล้อเลียนในลักษณะการล้อเลียนตนเอง โดยคิดเป็นร้อยละ 6.67 การล้อเลียนตนเองเป็นกลวิธีทางภาษาที่นำลักษณะด้อยหรือสิ่งที่เป็นปัญหาของตนมากล่าวเพื่อสร้างความตลกขบขัน เมื่อพิจารณาตามแนวคิดเรื่องกลวิธีความสุภาพเพื่อรักษาหน้าตนเอง (Chen, 2001, p. 100) จะพบว่า กลวิธีที่ผู้พูดกล่าวโดยการทำให้เป็นเรื่องตลก เป็นกลวิธีหนึ่งที่ผู้พูดใช้เพื่อช่วยบรรเทาการเสียหน้าของตนเอง หลีกเลี่ยงการถูกวิจารณ์จากผู้อื่น และเมื่อพิจารณาจากมุมมองผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันจะพบว่าการล้อเลียนตนเองเป็นการลดทอนน้ำหนักความรุนแรงของการคุกคามหรือโจมตีบุคคลผู้ตกเป็นเป้าของอารมณ์ขันคือคนโสดคนอื่น โดยใช้วิธีการล้อเลียนพฤติกรรมหรือข้อด้อยของผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันในฐานะเป็นผู้ที่มีสถานภาพคนโสดแทน ตัวอย่างเช่น

(9)



ตัวอย่างนี้เป็นการล้อเลียนความโสดของตนเอง สื่อความหมายว่าตนรอคอยคนที่ใช่หรือคนรักเป็นระยะเวลายาวนาน จากภาพตนเองเป็นผู้หญิงในวัยสาว กลายเป็นหญิงชรา และในท้ายที่สุดก็เสียชีวิตกลายเป็นรูปปั้นให้คนสักการะบูชา ตัวบทนี้ยังมีข้อความล้อเลียนตนเองว่า “โสดเพื่อเป็นปูชนียบุคคล” ซึ่งหมายถึงคนที่น่านับถือบูชา ผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันเลือกใช้คำสรรพนามบุรุษที่ 1 ได้แก่ คำว่า “กู” ซึ่งนอกจากจะแสดงการเอ่ยถึงตนเองแล้ว ยังทำให้ผู้อ่านเกิดประสบการณ์ร่วมจากการแทนตัวเองเข้าไปในตัวบทอารมณ์ขัน เช่นผู้อ่านเองก็เป็นคนโสดและกำลังรอคอยคู่รักเช่นเดียวกันกับสถานการณ์ในตัวบทอารมณ์ขัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือการใช้คำสรรพนามบุรุษที่ 1 ทำให้ผู้อ่านที่มีประสบการณ์ร่วมดังกล่าวรู้สึกขบขัน นอกจากนี้การใช้คำสรรพนาม “กู” ยังสามารถใช้แทนตัวผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันด้วย จึงสามารถลดน้ำหนักความรุนแรงในการโจมตีบุคคลที่ตกเป็นเป้าของอารมณ์ขันอย่างคนโสดโดยตรง แต่ใช้การนำเสนอว่าเป็นการล้อเลียนตัวผู้สร้างอารมณ์ขันเอง ไม่ใช่ล้อเลียนคนอื่น

5.1.8 การเสียดสี

เสียดสี คือ อาการที่ว่ากระทบกระเทียบเหน็บแนมด้วยความอิจฉา เป็นต้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556, น. 1265) มีเจตนาก่อให้เกิดความรู้สึกเชิงลบต่อบุคคล เป็นอารมณ์ขันที่แฝงความมุ่งหมายในเชิงวิพากษ์วิจารณ์บุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผู้เสียดสีเห็นว่ามีพฤติกรรมไม่เหมาะสม ไม่ถูกต้อง สมควรแก้ไข (เถกิง พันธุ์เถกิงอมร, 2559, น. 162) พบกลวิธีการเสียดสีคิดเป็นร้อยละ 3.33 ปรากฏตัวอย่างดังนี้

(10)



ตัวอย่างนี้ผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันใช้ภาพจากฉากภาพยนตร์ฮอลลิวูดเรื่อง Captian America: Civil War โดยสร้างบทสนทนาขึ้นมาใหม่ให้ตัวละครชายถามเพื่อนในกลุ่มว่า รู้หรือไม่ว่าสาเหตุจริง ๆ ที่ทำให้ผู้หญิงไทยไม่มีลูกเพราะอะไร และสร้างบทสนทนาให้ตัวละครอื่นตอบคำถาม โดยการถามกลับว่าเป็นเหตุผลทางด้านเศรษฐกิจที่ไม่ดี รัฐบาลไม่มีเงิน (ถังแตก) คนตกงาน ทำให้ไม่อยากเลี้ยงลูกใช่หรือไม่ แต่สุดท้ายผู้ถามกลับเฉลยว่าเป็นเพราะ “ไม่มีใครเอาทำเมีย” กลวิธีดังกล่าวเป็นการสร้างอารมณ์ขันด้วยกลวิธีการเสียดสี มีเป้าของการเสียดสีไปที่ผู้หญิง โดยระบุชี้ชัดว่าเป็นผู้หญิงไทย การเสียดสีดังกล่าวมีลักษณะล่วงเกินผู้หญิงไทยผ่านคำพูด ก่อให้เกิดความรู้สึกลบต่อผู้หญิงไทย โดยใช้คำที่แสดงการวิพากษ์จากการตีความข้อความ “ไม่มีใครเอาทำเมีย” สื่อความหมายได้ว่าผู้หญิงไทยมีคุณลักษณะหรือพฤติกรรมทางด้านลบ เป็นสาเหตุให้ไม่มีใครรับเป็นภรรยา จึงไม่สามารถมีลูกได้

การเสียดสีเป็นกลวิธีสื่ออารมณ์ขันที่สอดคล้องกับทฤษฎีความเหนือกว่า ผู้เสียดสีเห็นว่าตนอยู่ในฐานะเหนือกว่า จึงวิจารณ์ผู้อื่นในด้านลบ เช่นจากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่าผู้หัวเราะรู้สึกขบขันผู้หญิงโสดซึ่งเป็นเป้าของอารมณ์ขัน กลวิธีสื่ออารมณ์ขันด้วยการเสียดสียังล่วงเกินผู้อื่นผ่านคำพูด ซึ่งสะท้อนถึงความก้าวร้าวและการได้ระบายความก้าวร้าวของผู้พูด ซึ่งเป็นที่มาของอารมณ์ขันตามทฤษฎีปลดปล่อยด้วย (จันทิมา หวังสมโชค, 2549, น. 116-117)

5.2 นัยแฝงเกี่ยวกับคนโสดจากตัวบทอารมณ์ขันในสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจุบันแม้ว่าทัศนคติของคนไทยจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมคือ การตั้งใจอยู่เป็นโสดโดยไม่มีพันธะและข้อผูกมัดใด ๆ มีสถานภาพโสดแบบมีความสุขกับชีวิตซึ่งหมายถึง พึงพอใจที่อยู่เป็นโสด (สิริญญา สุขสวัสดิ์, 2558, น. 72) แต่จากการเก็บข้อมูลตัวบทอารมณ์ขันก็ยังพบค่านิยมในลักษณะการกดดันให้มีคนรักหรือมีคู่ครอง โดยทำให้คนโสดกลายเป็นเป้าของความตลกขบขัน ปรากฏนัยแฝงต่าง ๆ ที่สามารถประกอบสร้างชุดความคิดที่มีต่อคนโสดได้ ซึ่งล้วนเป็นนัยแฝงด้านลบที่แสดงภาพรวมให้เห็นว่า “ความโสดเป็นเรื่องน่าเศร้า” มีรายละเอียดดังนี้

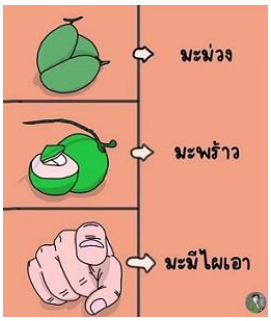
5.2.1 คนโสดคือคนที่ไม่เป็นที่ต้องการ

มุกตลกเกี่ยวกับคนโสดประกอบสร้างชุดความคิดด้านลบที่มีต่อคนโสดหรือสะท้อนทัศนคติด้านลบของคนในสังคมที่มีต่อคนโสดผ่านนัยแฝงที่ว่า คนโสดคือคนที่ไม่เป็นที่ต้องการปรากฏมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40 ทั้งนี้จากการเก็บข้อมูลพบถ้อยคำคือ “ไม่มีใครเอา” ซึ่งปรากฏซ้ำ ๆ ในตัวบทอารมณ์ขันหลายตัวบท ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(11) อย่าไปคิดว่าคนโสดคือคนที่ไม่มีใครเอา
ความจริงคือไม่มีใครเอาจริง ๆ นั่นแหละ...
แต่อย่าไปคิด

ตัวอย่างนี้ปรากฏนัยแฝงด้านลบต่อคนโสดอย่างชัดเจนจากถ้อยคำที่ว่า “ไม่มีใครเอา” ซึ่งหมายถึงไม่เป็นที่ต้องการของใคร ผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันเปิดเรื่องด้วยประโยคในลักษณะเหมือนจะให้กำลังใจคนโสด โดยบอกผู้อ่านว่า “อย่าไปคิดว่าโสดคือคนที่ไม่มีใครเอา” ซึ่งผู้อ่านมักจะเข้าใจว่าผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันต้องการจะกล่าวแย้งในเชิงปฏิเสธความคิดว่า คนโสดไม่ได้เป็นคนที่ไม่เป็นที่ต้องการ และผู้อ่านมักคาดว่าผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันน่าจะกล่าวต่อไปด้วยเนื้อความที่มีความหมายเชิงบวกต่อคนโสด เพื่อทำให้คนโสดรู้สึกดี แต่ผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันกลับหักมุมโดยอาศัยความกำกวมของประโยค ในลักษณะกล่าวย้ำคำนิยามของคนโสดว่าคือ “คนที่ไม่มีใครเอาจริง ๆ” เพียงแต่อย่าไปคิด นัยแฝงเกี่ยวกับคนโสดในตัวอย่างนี้จึงเป็นการย้ำหรือผลิตซ้ำชุดความคิดของคนในสังคมที่มีทัศนคติด้านลบต่อคนโสดได้

(12)



ตัวอย่างนี้ปรากฏนัยแฝงเกี่ยวกับคนโสดว่า เป็นคนที่ไม่เป็นที่ต้องการเช่นเดียวกัน โดยใช้ถ้อยคำว่า “มะมีไผเอา” ซึ่งคำว่า “มะ” แปลงเสียงหรือกร่อนเสียงมาจากคำว่า “ไม่” ส่วนคำว่า “ไผ” เป็นคำภาษาถิ่นเหนือและอีสานแปลว่า “ใคร” ถ้อยคำนี้จึงหมายถึง “ไม่มีใครเอา” โดยใช้ภาพประกอบเป็นนิ้วมือที่ชี้มาที่ผู้อ่านแสดงนัยความหมายว่า หมายถึงผู้อ่านที่เป็นโสด คือคนที่ไม่เป็นที่ต้องการ

5.2.2 คนโสดคือคนน่าสงสาร

“สงสาร” หมายถึง ความรู้สึกเห็นใจในความเดือดร้อนหรือความทุกข์ของผู้อื่น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556, น. 1156) งานวิจัยนี้พบนัยแฝงจากอารมณ์ขันในลักษณะการประกอบสร้างให้เห็นภาพของคนโสดว่าคนโสดคือคนที่น่าสงสาร น่าเห็นใจ เนื่องจากคนโสดมักจะประสบกับเหตุการณ์ที่ทำให้เดือดร้อนหรือเป็นทุกข์ คิดเป็นร้อยละ 16.67 ตัวอย่างเช่น

(13) น่าสงสารพวกไม่มีแฟนเนาะ Messenger ล่ม ก็ไม่รู้เรื่อง 55555

ตัวอย่างนี้ผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันกล่าวถึงคนโสดโดยใช้คำว่า “พวกไม่มีแฟน” โดยปรากฏคำแสดงให้เห็นว่าคนโสดน่าสงสารหรือน่าเห็นอกเห็นใจ ซึ่งผู้พูดอาจจะไม่ได้รู้สึกสงสารคนโสดจริง ๆ ก็ได้ เพราะปรากฏการใช้เลข “55555” กำกับด้านท้ายข้อความแสดงถึงเสียงหัวเราะ จึงสื่อได้ว่าผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันนี้ไม่ได้รู้สึกเห็นใจคนโสด

จากตัวอย่างผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันสร้างภาพให้คนโสดเป็นคนน่าสงสารจากเหตุการณ์ระบบโปรแกรมสนทนา Messenger ล่มหรือขัดข้อง แต่คนโสดก็ไม่ทราบถึงปัญหานี้ ผู้สร้างอารมณ์ขันจงใจละเมิดหลักปริมาณตามหลักการความร่วมมือในการสนทนา โดยให้ข้อมูลน้อยและไม่ครบถ้วน เพราะไม่ได้บอกว่าเพราะเหตุใดคนโสดจึงไม่สามารถทราบถึงปัญหานี้ได้ แต่ผู้อ่านก็สามารถตีความหมายเป็นนัยสนทนาได้ว่าเป็นเพราะคนโสดไม่มีแฟน จึงไม่ต้องใช้

โปรแกรมสนทนา Messenger เพื่อพูดคุยกับแฟน ทำให้คนโสดกลายเป็นตัวตลก โดยประกอบสร้างภาพคนโสดว่าเป็นคนน่าสงสาร

5.2.3 คนโสดคือคนขี้อิจฉาหรือคนพาล

อารมณ์ขันในกลุ่มมุกตลกเกี่ยวกับคนโสดปรากฏนัยแฝงที่แสดงว่าคนโสดกลายเป็นคนขี้อิจฉาหรือคนพาล ความตลกขบขันเกิดจากการแสดงออกของคนโสดต่อคนที่มีคู่ คิดเป็นร้อยละ 16.67 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(14)



ผู้โพสต์ใช้คำบรรยายว่า “ตัวอย่างโสดแล้วพาล” และใช้ภาพประกอบคือนกสองตัวที่บินคู่กันมา และมีถ้อยคำแทนคำพูดของคนโสดว่า “บินตัวเดียวจะตายรึไงตอแหล” ซึ่งเป็นการกล่าวถ้อยคำนัยผกผันในเชิงประชดประชันประกอบการบริภาษปิดท้าย ผู้อ่านจึงเกิดความรู้สึกขบขันจากพฤติกรรมความพาลของคนโสด

5.2.4 คนโสดคือคนเหงา

ตัวบทอารมณ์ขันได้นำเสนอภาพว่าคนโสดคือคนเหงา หมายถึง ความรู้สึกเปล่าเปลี่ยว เนื่องจากต้องอยู่คนเดียวโดยไม่มีคู่รัก นัยแฝงนี้คิดเป็นร้อยละ 10 ตัวอย่างเช่น

(15) ผีในห้องถาม เมื่อไหร่มึงจะมีแฟนวะ กูจะไปเกิด ก็กลัวมึงเหงา

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่าคนโสดมักถูกผู้อื่นหรือแม้กระทั่งผีในตัวอย่างนี้มองว่าคนโสด ไม่มีแฟนหรือคนรักย่อมเป็นคนเหงา คือรู้สึกเปล่าเปลี่ยว โดดเดี่ยวจากการที่ต้องอยู่คนเดียว ผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันสร้างตัวละครสมมติคือผี ให้ถามเจ้าของห้องที่เป็นโสดว่าเมื่อไรจะมีคนรัก โดยใช้ถ้อยคำแสดงความรู้สึกเหมือนจะห่วงใยว่ากลัวเจ้าของห้องจะเหงาถ้าผีต้องไปเกิดใหม่ แต่เจตนาที่แท้จริงคือต้องการเย้ยหยันคนโสด ความรู้สึกเหงาจัดเป็นความรู้สึกด้านลบ ดังนั้นวิธีหนึ่งที่คนโสดจะไม่ต้องเผชิญกับความรู้สึกนี้ก็คือการมีคนรัก ตัวอย่างนี้จึงสร้างอารมณ์ขันพร้อมกับการแสดงนัยแฝงเกี่ยวกับคนโสดในลักษณะการสนับสนุนหรือกดดันให้มีคนรักหรือคู่ครองเพื่อจะได้ไม่ต้องรู้สึกเหงา

5.2.5 คนโสดคือคนหน้าตาไม่ดี

นัยแฝงเกี่ยวกับคนโสดยังแสดงภาพของคนโสดในลักษณะที่ไม่พึงประสงค์อีกประการหนึ่งโดยแสดงให้เห็นว่าคนโสดคือคนที่หน้าตาไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 10 ซึ่งนัยแฝงดังกล่าวนี้แม้ว่าจะไม่ได้บอกไว้ชัดเจนตรงไปตรงมา แต่จากการตีความตัวบทก็ทำให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ขันจากการเข้าใจได้ว่าคนโสดคือคนที่หน้าตาไม่ดี ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(16) ไปดูดวงมา หมอดูบอกว่าจะโสดตลอดชีวิต
ไม่มั่นใจว่าเค้าดูจากดวงหรือดูจากหน้าตาคะ

ตัวอย่างนี้ใช้การเล่าเรื่องโดยอาศัยการตีความมูลบทด้านความคิดความเชื่อหรือค่านิยมที่มีมาอยู่ก่อน โดยคนในสังคมรับรู้ร่วมกัน ตัวอย่างนี้สื่อนัยแฝงจากการตีความมูลบทว่าคนโสดคือคนที่หน้าตาไม่ดี กล่าวอีกนัยหนึ่งคือคนที่หน้าตาไม่ดี ไม่เป็นไปตามบรรทัดฐานความงามของคนในสังคมจึงกลายเป็นคนโสด ผู้สร้างอารมณ์ขันเล่าเรื่องว่าตนไปดูดวงแล้วหมอดูทำนายว่าจะเป็นโสดตลอดชีวิต จึงกล่าวว่าตนไม่แน่ใจว่า หมอดูพิจารณาจากดวงชะตาหรือจากหน้าตาของตน มุกตลกนี้ทำให้คนโสดกลายเป็นเป้าของอารมณ์ขัน กลายเป็นการผลิตซ้ำค่านิยมของสังคมทั้งประเด็นความโสดและรูปลักษณ์ภายนอก

(17)



ตัวอย่างนี้สามารถวิเคราะห์นัยแฝงที่ปรากฏผ่านกลวิธีการกล่าวถ้อยคำนัยผกผันในลักษณะการกล่าวถ้อยคำที่มีความหมายขัดแย้งกับอวัจนภาษาที่วางไว้ด้วยกัน ถ้อยคำที่ปรากฏในตัวบทนี้คือ “สาเหตุที่พี่ยังโสด เพราะอยากให้สวรรค์ลงโทษพวกที่ตาไม่ถึง!” และมีภาพประกอบคือภาพผู้ชายที่มีรูปลักษณ์ภายนอกไม่เป็นไปตามพิมพ์นิยมของคนในสังคม ดังนั้นถ้อยคำกับอวัจนภาษาคือภาพประกอบจึงขัดแย้งกัน ทำให้เกิดอารมณ์ขัน เนื่องจากโดยทั่วไปแล้วผู้อ่านจะเข้าใจว่าผู้ที่จะกล่าวถ้อยคำดังกล่าวนี้น่าจะเป็นคนที่หน้าตาดี ตัวอย่างนี้อาศัยการตีความเพื่อแสดงนัยแฝงว่าคนโสดคือคนที่หน้าตาไม่ดี โดยสร้างความขบขันจากประเด็นเรื่องหน้าตาหรือรูปลักษณ์ภายนอกของคนโสด นัยแฝงดังกล่าวจึงเข้าข่ายการเหยียดทั้งเรื่องความโสดและเหยียดรูปลักษณ์ภายนอกอีกด้วย

5.2.6 คนโสดคือคนที่ผิดหวังในความรัก

นัยแฝงคนโสดคือ คนที่ผิดหวังในความรักเป็นคุณลักษณะที่ไม่พึงประสงค์ของคนโสดที่ปรากฏในตัวบทอารมณ์ขัน เนื่องจาก “การอกหักเป็นสถานภาพของบุคคลที่ผิดหวังจากเรื่องของความรัก ซึ่งคนในสังคมมีความเชื่อว่าเป็นเรื่องที่ไม่ดีเพราะทำให้ใช้ชีวิตไม่มีความสุข เกิดความทุกข์และยังทำให้รู้สึกเศร้าเสียใจ” (สิริญญา สุขสวัสดิ์, 2558, น. 71) ผลการวิจัยพบนัยแฝงนี้ คิดเป็นร้อยละ 6.66 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(18) ไม่โสดแล้วนะจ๊ะ
ไม่ใช่เรานะ
คนที่เราแอบชอบ
😅😭💔

ตัวอย่างนี้ผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันกล่าวหักมุมโดยเริ่มต้นจากการประกาศสถานภาพ “ไม่โสด” แต่ปิดเรื่องด้วยการหักมุมว่า ไม่ได้หมายถึงตนเองที่ไม่โสด แต่หมายถึงคนที่แอบชอบ ซึ่งนอกจากการกล่าวถ้อยคำแล้ว ยังพบการใช้อวัจนภาษาคือสัญรูปแสดงอารมณ์ทั้งรูปหน้ายิ้มแบบมีเหงื่อตก หน้าร้องไห้ และหัวใจแตกสลาย ซึ่งล้วนเป็นอารมณ์ด้านไม่พึงประสงค์ แสดงความรู้สึกด้านลบของผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขัน จึงสื่อความหมายได้ว่าผู้สร้างตัวบทอารมณ์ขันยังคงมีสถานภาพโสดและอยู่ในภาวะอกหักหรือผิดหวังจากความรักเนื่องจากคนที่แอบชอบมีคนรักไปแล้ว

(19)



ตัวอย่างนี้สร้างตัวละครคือ หมอและคนไข้ผู้หญิง โดยคนไข้เป็นฝ่ายถามเหตุผลที่หมอใช้ไฟฉายมาส่องตาจนทำให้แสบตา หมอจึงได้ให้เหตุผลว่าคนไข้จะได้ “ตาสว่าง” ว่าเขาไม่รัก ตัวอย่างนี้ใช้กลวิธีการเล่นคำเพื่อสร้างความตลกขบขัน “ตาสว่าง” มีความหมายโดยตรงในตัวอย่างนี้คือ การเกิดแสงสว่างบริเวณดวงตา แต่ตามความหมายโดยนัยแล้ว “ตาสว่าง”

หมายถึง “เข้าใจแล้วว่าอะไรผิดอะไรถูก” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556, น. 491) ในสถานการณ์นี้ต้องการแสดงความหมายโดยนัยว่า ตัวละครคนไข้หลงเข้าใจผิดว่า “เขา” ซึ่งหมายถึงคนที่แอบชอบนั้นมีความรักให้ แต่แท้จริงแล้วไม่ได้เป็นไปตามนั้น หมอจึงกล่าวอย่างชัดเจนว่า “เขาไม่รัก” มุกตลกที่มีคนโสดเป็นเป้าของอารมณ์ขันในตัวอย่างนี้สามารถสะท้อนนัยแฝงเกี่ยวกับคนโสดโดยทำให้เห็นว่าคนโสดคือคนที่ผิดหวังในความรักนั่นเอง

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบกลวิธีทางภาษาสื่ออารมณ์ขันในมุกตลกคนโสดในสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ (1) การเย้ยหยัน (2) การเล่นคำโดยการละเมิดกฎความคู่ขนาน (3) การใช้สหบท (4) การหักมุม (5) การกล่าวถ้อยคำนัยผกผัน (6) การใช้มูลบททางวัจนปฏิบัติศาสตร์ (7) การล้อเลียน และ (8) การเสียดสี การใช้กลวิธีทางภาษาที่หลากหลายแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการสร้างสรรค์กลวิธีทางภาษาสื่ออารมณ์ขันของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยมีค่าร้อยละการปรากฏสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1

สรุปกลวิธีทางภาษาสื่ออารมณ์ขันในมุกตลกคนโสดในสื่อสังคมออนไลน์

กลวิธีทางภาษา	ร้อยละ
1. การเย้ยหยัน	20
2. การเล่นคำโดยการละเมิดกฎความคู่ขนาน	16.67
3. การใช้สหบท	16.67
4. การหักมุม	13.33
5. การกล่าวถ้อยคำนัยผกผัน	13.33
6. การใช้มูลบททางวัจนปฏิบัติศาสตร์	10
7. การล้อเลียน	6.67
8. การเสียดสี	3.33

อย่างไรก็ตามกลวิธีทางภาษาสื่ออารมณ์ขันในมุกตลกคนโสดบางกลวิธีทำให้เกิดการสื่อความหรือการตีความในด้านลบ เช่น กลวิธีการเย้ยหยัน ทำให้คนโสดผู้ตกเป็นเป้าของอารมณ์ขันเกิดความอับอาย เจ็บช้ำ โกรธหรือรู้สึกถูกเหยียดหยาม การใช้สหบทโดยยกตัวบทที่นำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนโสดในด้านไม่พึงประสงค์ เช่น เรื่องความเสี่ยงต่อการเป็นโรคร้าย การกล่าวถ้อยคำนัยผกผันหรือการใช้มูลบททางวัจนปฏิบัติศาสตร์ที่ทำให้เกิดการแนะความ

สร้างภาพด้านลบต่อคนโสดว่าเป็นคนที่หน้าตาไม่ดีจึงต้องอยู่ในสถานภาพโสด หรือการเสียดสีที่แสดงการมุ่งวิจารณ์คนโสดว่ามีพฤติกรรมหรือมีคุณลักษณะที่ไม่ดีจึงไม่เป็นที่ต้องการ

เมื่อวิเคราะห์ตามแนวคิดทฤษฎีอารมณ์ขันพบว่า กลวิธีทางภาษาสื่ออารมณ์ขันส่วนใหญ่ที่พบในงานวิจัยนี้จะสอดคล้องกับทฤษฎีความไม่เข้ากัน ซึ่งมีแนวคิดว่าความขบขันเกิดขึ้นจากสิ่งที่ขัดแย้งกัน เช่น กลวิธีการเล่นคำโดยการละเมิดกฎความคู่ขนาน การหักมุม ส่วนกลวิธีทางภาษาที่สอดคล้องกับทฤษฎีปลดปล่อยมักเป็นอารมณ์ขันที่ใช้เพื่อความเป็นอิสระจากความคิดต้องห้าม เช่น การเย้ยหยันหรือเสียดสีผู้อื่นย่อมเป็นพฤติกรรมที่ไม่พึงกระทำ แต่อารมณ์ขันถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการระบาย ล่วงเกินผู้อื่นผ่านคำพูด หรือการกระทำที่ไม่พึงกระทำในสถานการณ์ปกติได้ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาตามทฤษฎีความเหนือกว่ายังแสดงให้เห็นว่าทั้งกลวิธีทางภาษาและนัยแฝงจากมุกตลกคนโสดทำให้คนโสดกลายเป็นตัวตลกเป็นเป้าของความขบขันที่มีฐานะหรือตำแหน่งต่ำกว่า ทั้งต่ำกว่าคนที่มีคู่ครอง และในบางตัวบทที่สร้างสถานการณ์สมมติให้ “ผี” เป็นตัวละครที่เย้ยหยันคนโสดด้วยความขบขัน ก็อาจสื่อนัยได้ว่าคนโสดยังถูกกดให้มีฐานะต่ำกว่าสิ่งไม่มีชีวิตหรือจับต้องไม่ได้เสียอีก

ผลการวิจัยพบนัยแฝงเกี่ยวกับคนโสดจากตัวบทอารมณ์ขันในสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ (1) คนโสดคือคนที่ไม่เป็นที่ต้องการ (2) คนโสดคือคนน่าสงสาร (3) คนโสดคือคนขี้อิจฉาหรือคนพาล (4) คนโสดคือคนเหงา (5) คนโสดคือคนหน้าตาไม่ดี และ (6) คนโสดคือคนที่ผิดหวังในความรัก โดยมีค่าร้อยละการปรากฏสรุปดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2

สรุปนัยแฝงเกี่ยวกับคนโสดจากตัวบทอารมณ์ขันในสื่อสังคมออนไลน์

กลวิธีทางภาษา	ร้อยละ
1. คนโสดคือคนที่ไม่เป็นที่ต้องการ	40
2. คนโสดคือคนน่าสงสาร	16.67
3. คนโสดคือคนขี้อิจฉาหรือคนพาล	16.67
4. คนโสดคือคนเหงา	10
5. คนโสดคือคนหน้าตาไม่ดี	10
6. คนโสดคือคนที่ผิดหวังในความรัก	6.66

นัยแฝงเกี่ยวกับคนโสดในงานวิจัยนี้เป็นการนำเสนอภาพคนโสดในด้านลบหรือด้านที่ไม่พึงประสงค์ทั้งสิ้น เมื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยนี้กับการนำเสนอชุดความคิดเกี่ยวกับคนโสดในตัวบทประเภทอื่น เช่น นวนิยาย ดังที่ปรากฏในงานวิจัยเรื่อง พัฒนาการความโสดในนวนิยายไทย ช่วง พ.ศ. 2516 - พ.ศ. 2560 (จินตนา เหลือสัน, 2565) พบว่ามีชุดความคิด

ความโสดด้านลบในประเด็นที่สอดคล้องกัน เช่น ความโสดคือความอัปยศ โดยถูกด้อยค่าว่าไร้คู่ครองและอัปลักษณ์ ความโสดคือความทุกข์ โดยทุกข์เพราะอ้างว้างหรือทุกข์เพราะถูกกดดันให้มีคู่ครอง อย่างไรก็ตามภาพของคนโสดในนวนิยายยังปรากฏชุดความคิดความโสดด้านบวก ได้แก่ ความโสดคือความอิสระและความโสดคือพื้นที่ปลอดภัย ในขณะที่นัยแฝงเกี่ยวกับคนโสดที่พบในตัวบทอารมณ์ขันในงานวิจัยนี้ไม่ปรากฏชุดความคิดด้านบวก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้รับสารย่อมไม่เกิดความรู้สึกขบขันเมื่อตัวบทอารมณ์ขันนั้น ๆ นำเสนอภาพคนโสดในทางที่พึงประสงค์

ตัวบทอารมณ์ขันปรากฏนัยแฝงเกี่ยวกับคนโสดเป็นการผลิตซ้ำชุดความคิดหรือค่านิยมด้านการกดดันให้หนุ่มสาวมีคนรัก มีคู่ครอง แต่งงานสร้างครอบครัว และมักมีทัศนคติเชิงลบต่อคนที่ไม่มีคนรัก ไม่มีคู่ครอง เช่น คนโสดจะถูกเย้ยหยันถากถาง ล้อเลียน หรือเสียดสี ทั้งนี้การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับคนโสดที่พบในตัวบทอารมณ์ขัน ไม่ใช่เพียงความโสดในเฉพาะบริบทความหมายของการยังไม่แต่งงานเท่านั้น แต่หมายรวมถึงคนที่ไม่มีคู่รักด้วย

ผลการวิจัยยังพบว่า คนโสดที่มักตกเป็นเป้าของอารมณ์ขันมักเป็นผู้หญิง และตีตราว่าผู้หญิงต้องเป็นฝ่าย “ถูกเลือก” โดยผู้ชาย ดังปรากฏถ้อยคำในมุกตลกคนโสดที่เกิดซ้ำ ๆ ว่า “ไม่มีใครเอา” แสดงนัยแฝงว่าผู้หญิงเป็นโสดเพราะไม่เป็นที่ต้องการของผู้ชาย และมักสื่อความไปถึงการมีพฤติกรรมหรือคุณลักษณะที่ไม่เหมาะสมจึงไม่มีใครเลือกเป็นคนรักหรือภรรยา ค่านิยมไทยแต่ดั้งเดิมมักสนับสนุนให้หนุ่มสาวมีคู่ครอง ซึ่งหมายถึงการแต่งงานอยู่กินฉันสามีภรรยา คนไทยมักมีทัศนคติในด้านลบต่อคนที่ยังไม่ได้แต่งงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้หญิง และยิ่งเมื่อผู้หญิงมีอายุมาก หรือถึงวัยที่ควรมีครอบครัว แต่กลับยังไม่มีคนรักหรือยังไม่แต่งงาน ก็มักจะได้รับการกดดันจากคนรอบข้าง เห็นได้ชัดจากคำศัพท์ในภาษาไทย ได้แก่ คำว่า “ขึ้นคาน” ซึ่งหมายถึง หญิงโสดที่ยังไม่แต่งงาน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556, น. 201) หรือคำว่า “ทึนทึก” ซึ่งหมายถึง สาวใหญ่ที่ยังไม่แต่งงาน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556, น. 574) คำศัพท์ทั้งสองคำนี้ล้วนแฝงไปด้วยทัศนคติด้านลบที่มีต่อผู้หญิงโสดทั้งสิ้น

มุกตลกที่มีนัยแฝงกดดันผู้หญิงให้มีคู่ครองสอดคล้องกับงานวิจัยของ อันธิยา หล่อเรืองศิลป์ (2549, น. 44, 80, 97) ที่วิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขันในละครตลกสถานการณ์เรื่องบางรักซอย 9 และพบว่าความขบขันที่เกิดจากการล้อสถานภาพโสดเป็นการกล่าวพาดพิงถึงสถานภาพการไม่มีคู่ในลักษณะทับถม การล้อและแสดงปมด้อยของตัวละครหญิงที่ยังไม่แต่งงาน หรือยังไม่มีคู่ มีคำที่ใช้เปรียบเทียบ เช่น ขึ้นคาน ทำบุญมาน้อย แสดงให้เห็นว่าความโสดเป็นสิ่งที่ถูกทำให้น่ากลัวสำหรับผู้หญิงในสังคมไทย เพราะมีการสั่งสมทัศนคติว่าการแต่งงานเป็นเรื่องดีและการไม่แต่งงานเป็นเรื่องที่ไม่ดี ผู้หญิงโสดจึงเป็นเป้าหมายของการถูกล้อ โดยทำให้ผู้หญิงโสดอยู่ในจุดที่ไม่สมบูรณ์ ต่ำต้อย ไม่น่าปรารถนา

นอกจากประเด็นเรื่องเพศแล้วมุกตลกคนโสดยังแฝงนัยโจมตีลักษณะทางกายภาพของคนโสด โดยทำให้ตีความว่าคนโสดเป็นคนที่มีหน้าตาไม่ตรงตามมาตรฐานความงามของคนในสังคมจึงเป็นสาเหตุให้ต้องเป็นโสด สอดคล้องกับงานวิจัยของภาวดี สายสุวรรณ (2553) ที่นำเสนอว่ามุกตลกในการ์ตูนสะท้อนค่านิยมด้านการให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ภายนอก

ผลการวิจัยยังสะท้อนว่าอารมณ์ขันมุ่งทำให้คนโสดกลายเป็นเป้าให้ถูกโจมตีในลักษณะการด้อยค่าคนโสด โดยแสดงให้เห็นว่าคนโสดเป็นคนที่ไม่มีความสุข ทั้งจากการผิดหวังจากความรักกลายเป็นคนอกหัก เป็นคนเหงา น่าสงสาร ไม่เป็นที่ต้องการ ประกอบสร้างทัศนคติด้านลบต่อคนโสด จนกลายเป็นการตีตราประทับเหมารวม (Stereotype) ซึ่งหมายถึง “ความเชื่อที่บุคคลมีต่อคนกลุ่มหนึ่ง ว่าคนกลุ่มนั้นมีลักษณะบางประการเป็นสิ่งที่ค่อนข้างถาวร โดยไม่ได้คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลที่มีในคนกลุ่มนั้น” (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะจิตวิทยา, 2566) ผลการวิจัยพบว่านัยแฝงจากมุกตลกคนโสดในโลกออนไลน์จะนำเสนอภาพเหมารวมว่าคนโสดต้องเป็นทุกข์จากความโสด หรือแสดงภาพว่า “ความโสดเป็นเรื่องน่าเศร้า” ทั้งที่สังคมไทยในปัจจุบันเกิด “ค่านิยมทางสังคมของการเป็นโสดยุคใหม่” โดยตั้งใจหรือนิยมอยู่เป็นโสดมากขึ้นกว่าในอดีต เช่น กลุ่มคนโสดที่มีรายได้และไม่มีลูกโดยเน้นใช้จ่ายเพื่อตนเอง หรือกลุ่มคนโสดที่ตั้งใจไม่มีครอบครัวเนื่องจากความไม่พร้อมทางเศรษฐกิจ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567, น. 4)

แม้ว่าอารมณ์ขันที่นำเสนอเรื่องความโสดจะช่วยสร้างความสนุกสนาน ผ่อนคลายความเครียด อยู่ภายใต้บริบทการสื่อสารที่เป็นการล้อกันเล่นไม่จริงจัง แต่อีกด้านหนึ่งก็ควรสร้างความตระหนักรู้ถึงนัยแฝงเชิงลบที่มากับอารมณ์ขัน เพราะการนำเสนอมุกตลกเกี่ยวกับคนโสดผ่านกลวิธีทางภาษาต่าง ๆ อาจสื่อความหมายที่เข้าข่ายการมุ่งโจมตี ด้อยค่า เหยียดหยาม ดูถูกหรือกดทับคนโสดซึ่งตกเป็นเป้าของอารมณ์ขัน ก่อให้เกิดความอับอาย โกรธ ทุกข์ใจ หรือความรู้สึกด้านลบอื่น ๆ ได้ ซึ่งประเด็นนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องบทบาททางสังคมของอารมณ์ขัน (The social function of humor) (Ziv, 1984, p. 31) ในด้านที่อารมณ์ขันสามารถทำให้สมาชิกของกลุ่มในสังคมหนึ่งได้รับการยอมรับให้มาอยู่ในบรรทัดฐานของกลุ่ม และสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกภายในกลุ่ม ในขณะที่อารมณ์ขันก็สามารถผลักไสคนบางพวกออกจากกลุ่มได้ด้วยเช่นกัน ประกอบกับมุกตลกคนโสดยังเป็นที่แพร่หลายในสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งมีคุณสมบัติในการเผยแพร่ข้อมูลได้ในวงกว้างและรวดเร็ว ย่อมสามารถทำให้ชุดความคิดหรือนัยแฝงที่ไม่พึงประสงค์เกี่ยวกับคนโสดแพร่กระจายไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ดังนั้นจึงควรสร้างการตระหนักรู้ทั้งในมุมผู้สร้างและผู้เสพอารมณ์ขันผ่านสื่อออนไลน์ด้วย

เอกสารอ้างอิง/References

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, ศูนย์วิเคราะห์ข้อมูล. (2565). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565*. https://www.etda.or.th/getattachment/78750426-4a58-4c36-85d3-d1c11c3db1f3/IUB-65-Final.pdf.aspx

กาญจนา เจริญเกียรติบวร. (2544-2545). แนวคิดในการศึกษาอารมณ์ขันทางภาษาในมุมมองทางวัจนปฏิบัติศาสตร์. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, *21-22*(2), 72-99.

กาญจนา เจริญเกียรติบวร. (2548). *การวิเคราะห์วาทกรรมเรื่องตลกภาษาไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR). http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/6697

เกริกเกียรติ กุลวิสุทธิ์ และ วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ. (2567). อารมณ์ขันในเฟซบุ๊กแฟนเพจนัดเป็ด: กลวิธีทางภาษาและหน้าที่ของอารมณ์ขัน. *วารสารอักษรศาสตร์และไทยศึกษา*, *46*(1), 1-18.

คนโสด 2567 ในประเทศไทย ทำไมถึงมีมากขึ้น. (28 พฤษภาคม 2567). *ไทยรัฐออนไลน์.* https://www.thairath.co.th/lifestyle/life/2788944

จันทิมา หวังสมโชค. (2549). กลวิธีสื่ออารมณ์ขันในละครตลกสถานการณ์ของไทยจากมุมมองวัจนปฏิบัติศาสตร์. *วารสารศิลปศาสตร์*, *6*(12), 100-127.

จินตนา เหลือล้น. (2565). พัฒนาการความโสดในนวนิยายไทย ช่วง พ.ศ.2516-พ.ศ.2560. [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร]. NU Intellectual Repository. http://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/handle/123456789/5895

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะจิตวิทยา. (2566). *Stereotype – ภาพในความคิด*. https://www.psy.chula.ac.th/th/feature-articles/stereotype

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2555). การวิเคราะห์*ภาษาไทยตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์ (ฉบับปรับปรุง)*. [เอกสารที่ไม่มีการตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะอักษรศาสตร์.

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2556). *วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์: แนวคิดและการนำมาศึกษาวาทกรรมในภาษาไทย.* จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะอักษรศาสตร์.

เถกิง พันธุ์เถกิงอมร. (2559). *อารมณ์ขันในงานเขียนสารคดี: การวิเคราะห์วิจารณ์เชิงสร้างสรรค์.* สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นันทวรรณ ทองเตี่ยง. (2563). นัยแฝงในอารมณ์ขันผ่านนิตยสารขายหัวเราะ ปี พ.ศ. 2559. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า*, *7*(2563), 79-93.

ภาวดี สายสุวรรณ. (2553). ค่านิยมที่สะท้อนในมุขตลกในการ์ตูนช่องของไทย. *ดำรงวิชาการ, 9*(2), 135-163.

สมาชิกพันทิปหมายเลข 7066278. (4 มิถุนายน 2565). *พวกที่ไม่มีแฟนไปรับไปส่ง เค้าเดินทางกันยังไงคะ* [กระดานสนทนา]. พันทิป. https://pantip.com/topic/41467108

สมาชิกพันทิปหมายเลข 6923986. (6 มิถุนายน 2565). *พวกที่ไม่มีแฟนไปรับไปส่ง เค้าเดินทางกันยังไงคะ* [กระดานสนทนา]. พันทิป. https://pantip.com/topic/41467108

ราชบัณฑิตยสถาน. (2545). *พจนานุกรมศัพท์วรรณกรรม อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน.* ราชบัณฑิตยสถาน.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

ราชบัณฑิตยสภา. (2560). *พจนานุกรมศัพท์ภาษาศาสตร์ (ภาษาศาสตร์ทั่วไป) ฉบับราชบัณฑิตยสภา.* ราชบัณฑิตยสภา.

วิยะดา ศิริชนะทรัพย์ และ วิชาติ บูรณะประเสริฐสุข. (2559). เฟซบุ๊กแฟนเพจ กูจะฮาก็ตรงคอมเม้นต์นี่แหละ: การวิเคราะห์กลวิธีการสร้างความขบขัน โดยใช้แนวคิดหลักความร่วมมือในการสนทนาและแนวคิดทางวัจนปฏิบัติศาสตร์. *วารสารสมาคมไทยศึกษาแห่งสาธารณรัฐเกาหลี*, *22*(2), 57-90.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2567). *ข่าวสภาพัฒน์เรื่องภาวะสังคมไทยไตรมาสหนึ่ง ปี 2567.* https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=5491

สิริญญา สุขสวัสดิ์. (2558). *ลักษณะภาษาและกลวิธีการใช้ภาษาตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์ในหน้าแฟนเพจข้อความโดนๆ ในเฟซบุ๊ก* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. CMU Intellectual Repository. https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:122652

อันธิยา หล่อเรืองศิลป์. (2549). *การวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขันในละครตลกสถานการณ์เรื่องบางรักซอย 9* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. CMU Intellectual Repository. http://cmuir.cmu.ac.th/jspui/handle/6653943832/12174

Attardo, S. (1993). Violation of conversational maxims and cooperation: The case of jokes. *Journal of Pragmatics, 19*(6), 537-558.

Attardo, S. (1994). *Linguistic theories of humor*. Walter De Gruyter Inc.

Cambridge Dictionary. (n.d.). *Dictionary.cambridge.org.* Retrieved May 10, 2024, from https://dictionary.cambridge.org

Chen, R. (2001). Self-politeness; A proposal. *Journal of Pragmatics*, *33(*1), 87-106.

Chiaro, D. (1992). *The language of jokes analysing verbal play.* Routledge.

Fairclough, N. (1992a). *Discourse and social change.* Polity.

Fairclough, N. (1992b). Intertextuality in critical discourse analysis. *Linguistics and. Education*, *4*(3-4), 269-293.

Grice, P. H. (1975). Logic and conversation. In P. Cole & J. Morgan. (Eds.), *Syntax and Semantics.* (Volume 3, pp. 41-58). Academic Press.

Hutcheon, L. (1995). *Irony's edge: The theory and politics of irony*. Routledge.

Machin, D., & Mayr, A. (2012). *How to do critical discourse analysis.* Sage.

Panpothong, N. (1996). *A pragmatic study of verbal irony in Thai.* [Doctoral dissertation]. University of Hawai'i.

Raskin, V. (1985). *Semantic Mechanisms of Humor.* Riedel.

Stankić, P. D. (2023). *Multimodal humour at play: A cultural linguistics perspective.* Novi Sad, Faculty of Philosophy.

Wangsomchok, C. (2016). A linguistic strategies to express humor in Thai context. *International Journal of Social Science and Humanity*, *6*(6), 462-465.

Weiner, E. J. (1996). The incongruity of jokes and humorous situations. In G. R. Guy, C. Feagin, D. Schiffrin, & J. Baugh. (Eds.), *Towards a social science of language: Papers in honor of William Labov.* (Volume 2, pp. 139-151). John Benjamins.

Ziv, A. (1984). *Personality and sense of humor.* Spinger.