

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันใน tiktok ช่องเล็ก บุรพา

STRATEGIES TO DEVELOP SENSE OF HUMOR IN LEK BURAPA CHANNEL ON TIKTOK

ชนิดา สิงห์สีทา¹ และรุ่งรัตน์ ทองสกุล²

Chanida Singseetha¹, and Rungrat Thongsakul²

¹ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

E Mail: S6310789112@pkru.ac.th

² หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

E Mail: rungrat.9102@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการสร้างอารมณ์ขันใน tiktok ช่องเล็ก บุรพา เก็บข้อมูลใน “tiktok ช่องเล็ก บุรพา” ที่นำเสนอคลิปตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน – 31 ตุลาคม 2565 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 75 คลิป นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ข้อความ และการสร้างอารมณ์ขัน

ผลการวิจัยพบว่า มีกลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน 10 กลวิธี ตามลำดับที่พบ ได้แก่ 1) การทำให้ผิดความคาดหมาย จำนวน 21 ข้อความ 2) การเล่นคำ จำนวน 19 ข้อความ 3) การบ่งชี้โดยนัย จำนวน 17 ข้อความ 4) การใช้ความเปรียบ จำนวน 16 ข้อความ 5) การใช้สำนวน จำนวน 14 ข้อความ 6) การเปรียบเทียบ จำนวน 12 ข้อความ 7) การใช้ความผิดพลาด จำนวน 10 ข้อความ 8) การสร้างเรื่องให้เกินจริง จำนวน 10 ข้อความ 9) การทำให้เป็นเรื่องสัปดน จำนวน 10 ข้อความ และ 10) การล้อเลียน จำนวน 5 ข้อความ โดยทุกคลิปมีการสร้างอารมณ์ขันผ่านการใช้ถ้อยคำที่เป็นคำคล้องจอง ด้วยภาษาไทยถิ่นใต้โต้ตอบระหว่างตัวละครตัวเดียวแต่แสดงบทบาทของสามีและภรรยา เพื่อนำเรื่องราวใกล้ตัวมาสร้างอารมณ์ขัน เช่น การใช้ชีวิตคู่ของสามีภรรยา วิธีชีวิตของชาวใต้ สภาพเศรษฐกิจ การเสพยา การพนัน

คำสำคัญ

อารมณ์ขัน, กลวิธีทางภาษา, tiktok ช่องเล็ก บุรพา



ABSTRACT

This research aimed to study strategies to develop a sense of humor in Lek Burapa channel. Data were collected from “Tiktok Lek Burapa Channel” by selecting video clips presented during 1 June to 31 October 2022. A purposive sampling method was used to select 75 clips. All data obtained were analyzed within the concept of textual analysis and how to develop a sense of humor.

The research results revealed that there were 10 strategies to develop a sense of humor; 1) making a sense of unexpected event, 21 texts were found. 2) funny puns, 19 texts were found. 3) implication, 17 texts were found. 4) simile, 16 texts were found. 5) the use of expressions, 14 texts were found. 6) deviation, 12 texts were found. 7) the use of error, 11 texts were found. 8) the use of naughty jokes, 10 texts were found. 9) exaggeration, 10 texts were found. and 10) mimicking, 5 texts were found. The study found that a sense of humor was developed through rhyming words by using Thai dialects corresponded by a character who plays two roles; a husband and wife. The story felt close to home was using to develop a sense of humor, such as how to live a married life, a way of life of southern people, economic situation, drug taking and gambling.

Keywords

A sense of humor, linguistic strategy, Tiktok Lek Burapa Channel.

ความสำคัญของปัญหา

สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ผู้คนใช้แบ่งปันเรื่องราวข่าวสารได้หลากหลายช่องทาง เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม พร้อมทั้งสามารถสนทนาโต้ตอบกันทั่วทุกมุมโลก พิเชิต วิจิตรบุญรักษ์ (2554, น. 99) กล่าวถึงสื่อสังคมออนไลน์ว่า เป็นสื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสารซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ที่สามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยกันเอง

ติ๊กต็อก (tiktok) เป็นสื่อออนไลน์ประเภทหนึ่งที่มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง และมีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก ดังที่ ปิยนุช จึงสมานกุล (2563, น. 3 -4 อ้างอิงจาก Beer, 2562) กล่าวถึง tiktok ว่า เป็นแอปพลิเคชันสัญชาติจีนบนแพลตฟอร์มมือถือที่มีการเปิดตัวทั่วโลกในปี ค.ศ. 2017 และในระยะเวลาอันรวดเร็ว tiktok กลายเป็นหนึ่งในแอปพลิเคชัน ที่เติบโตเร็วที่สุด และยังคงสร้างความแตกต่างด้วยเครื่องมือเอฟเฟกต์ฟิลเตอร์ และอาร์เอฟไอดีในการจับคู่เสียงกับวิดีโอ ที่ช่วยให้ผู้ใช้สนุกกับการสร้างสรรค์เนื้อหาคลิปวิดีโอของตนเองที่สามารถนำเสนอเนื้อหาได้อย่างหลากหลาย รวมถึงเนื้อหาที่สร้างอารมณ์ขันให้แก่ผู้ชม

อารมณ์ขัน เป็นการแสดงพฤติกรรมทางธรรมชาติของมนุษย์ที่แสดงออกทางความรู้สึก แสดงให้ผู้อื่นเห็นด้วยการยิ้ม และการหัวเราะ กุหลาบ มัลลิกะมาส (2531, น. 82 - 83) กล่าวถึงอารมณ์ขันว่า เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้บันเทิงใจ ผ่อนคลายความเครียด และสร้างความบันเทิงได้ จึงอาจกล่าวได้ว่า อารมณ์ขันเป็นอีกสิ่งสำคัญของมนุษย์ที่ช่วยผ่อนคลายความเครียดต่าง ๆ ทั้งยังสร้างสมดุลในการใช้ชีวิต โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่สื่อออนไลน์ได้นำอารมณ์ขันไปใช้เป็นเอกลักษณ์ในการนำเสนอตัวตน นำเสนอข้อมูล หรือเรื่องราวต่าง ๆ

“tiktok ช่อง เล็ก บูรพา” เป็นอีกหนึ่งช่องทางของการนำเสนออารมณ์ขันโดย นายวรุฒ ปริงทอง ชื่อเล่น เล็ก ภูมิลำเนาเดิมอยู่ที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ปัจจุบันอาศัยอยู่ที่จังหวัดปัตตานี ในอดีตเคยประกอบอาชีพค้าขาย แต่ปัจจุบันหันมาทำคลิปนำเสนอผู้ชมอย่างจริงจังจนได้รับความนิยมนอย่างมาก โดยมีผู้ติดตามในช่อง tiktok จำนวน 1,200,000 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2565) ลักษณะเด่นในการนำเสนอผ่าน “tiktok ช่อง เล็ก บูรพา” เช่น การนำเอาวิถีชีวิตประจำวัน ความเป็นสามีภรรยา คนเสพยาเสพติด วัฒนธรรมของชาวใต้ เรื่องราวทางการเมือง มานำเสนอเพื่อสร้างอารมณ์ขันผ่านการใช้อ่อยคำที่มีลักษณะพิเศษ คือ พูดเป็นคำคล้องจองด้วยภาษาไทยถิ่นใต้ได้ตอบระหว่างตัวละครที่มีผู้แสดงเพียงคนเดียว คือ เล็ก แต่แสดงหลายบทบาท โดยเฉพาะบทบาท

ของภรรยา คือ “แหม่ม” และบทบาทสามี คือ “ทิด” ทั้งสองบทบาทได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่างมาก จนเกิดเป็นกระแส “แหม่ม และทิด” ดังตัวอย่างข้อความบางส่วนจากคลิป “แพ้แล้วพาล” ดังต่อไปนี้

แหม่ม : หลบมาหน้ายุ่งเหมือนกับลุงตุ่ กว่าแพ้ไก่หลาวสาวนี่

ทิด : อย่าถามมากกำลังเจ็บหัว แพ้เหม็ดสองตัวไก่ตายคาที่

แหม่ม : แลกวาขบปลากะแพ้ กว่าเลี้ยงแพะตีหวา กว่าน่าจะตี

ทิด : อ้อมึงดูถูกกูจิง มันต้องมีแพ้มั้ง แลหะอยู่วงการนี้

.....

(แพ้แล้วพาล, 2 มิถุนายน 2565)

จากตัวอย่างการสนทนาของแหม่ม และทิด เป็นการใช้ภาษาถิ่นใต้ที่มีลักษณะคล้องจองแบบกลอนหัวเดียว มีคำสัมผัสท้ายข้อความ ได้แก่ นี้ ที ดี และมีคำคล้องจองประเภทสัมผัสในในข้อความนั้น ๆ เช่น “ลุงตุ่กูว่า” “เจ็บหัวแพ้เหม็ดสองตัว” “ดูถูกกูจิง มันต้องมีแพ้มั้ง” มีการนำเรื่องราวในชีวิตประจำวัน การเล่นพนันไก่ชน การเล่นพนันกัดปลากัด เรื่องราวทางการเมือง มาสร้างอารมณ์ขันด้วยกลวิธีต่าง ๆ เช่น การล้อเลียน การเปรียบเทียบหน้าตาของนายกรัฐมนตรี คือ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่มักทำหน้าตายุ่งเหยิงเป็นประจำ เช่นเดียวกับหน้าตายุ่งเหยิงของทิดที่แพ้นักไก่ชน เป็นต้น

การนำเสนอคลิปลักษณะดังกล่าวสร้างอารมณ์ขันให้แก่ผู้ชม ถือเป็นทักษะ เป็นความคิดสร้างสรรค์ และเป็นความสามารถเฉพาะของบุคคลนั้น ๆ โดยเฉพาะทักษะด้านการใช้ถ้อยคำ รวมถึงวิธีการเลือกเนื้อหาที่คนทั่วไปเข้าถึงได้ง่ายมานำเสนอเพื่อให้ผู้ชมสนใจ และติดตาม “tiktok ช่อง เล็ก บูรพา” จึงถือเป็นอีกหนึ่งความสำเร็จของการผลิตสื่อที่สร้างอารมณ์ขันให้แก่ผู้ชม เถกิง พันธุ์เถกิงอมร (2559, น. 63-67) กล่าวถึงทฤษฎีเกี่ยวกับอารมณ์ขันว่ามี 2 ลักษณะ ได้แก่ อารมณ์ขันเป็นการก้าวร้าว ดูหมิ่น และอารมณ์ขันเป็นสิ่งบริสุทธิ์ เป็นความสนุกสนาน ทั้ง 2 ลักษณะทำให้เกิดทฤษฎีการเกิดอารมณ์ขัน 3 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีความเหนือกว่าและความต่ำกว่า หรือทฤษฎีข่มขู่ ทฤษฎีความไม่ลงรอยกัน ความผิดหวังจากสิ่งที่คาดหวัง และความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์ที่ไปด้วยกันไม่ได้ หรือทฤษฎีผิดฝาผิดตัว และทฤษฎีการผ่อนคลายจากความเครียด และการหลุดพ้นจากความยับยั้งชั่งใจ หรือทฤษฎีปลดปล่อย

การทำความเข้าใจอารมณ์ขัน “tiktok ช่อง เล็ก บูรพา” ว่ามีกลวิธีการนำเสนออย่างไรจึงสร้างความขำขันให้แก่ผู้ชมนั้น จำเป็นต้องทำความเข้าใจเรื่องราววิถีชีวิตของชาวดัตช์ บริบทการใช้ภาษาของชาวดัตช์ หรืออัตลักษณ์เฉพาะของชาวดัตช์ที่ปรากฏอยู่ในบทสนทนาหรือสารที่นำเสนอในข้อความนั้น ดังที่ จันทิมา อังคพณิชกิจ (2562, น. 34-37) กล่าวถึงหลักการวิเคราะห์ข้อความว่า เป็นวิธีการศึกษาวิเคราะห์ที่ทำได้หลายแนวทาง และสิ่งที่ควรให้ความสำคัญในการวิเคราะห์ข้อความมีหลายประการ เช่น 1) ภาษากับบริบท ภาษาระดับข้อความ เป็นภาษาที่ใช้ในบริบทจริง ผู้วิเคราะห์จึงต้องรู้บริบทของการใช้ภาษา เพื่อให้สามารถเข้าใจข้อความที่ปรากฏชัดเจนนยิ่งขึ้น 2) ตัวบทและการพูด ภาษาระดับข้อความมีลักษณะเป็นตัวบทที่มีลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อสาร 3) การกระทำและวิถีปฏิบัติทางสังคม ข้อความที่สื่อสารอยู่ในสังคมต้องอยู่ท่ามกลางกิจกรรมทางสังคมที่ผู้ใช้ภาษามีส่วนร่วมในกิจกรรม และการสื่อสารเป็นการกระทำหนึ่งในสังคมที่อยู่ภายใต้วิถีปฏิบัติทางสังคม 4) ชุมชนและสมาชิกในชุมชน การศึกษาภาษาและข้อความไม่แยกผู้ใช้ภาษาและชุมชนออกจากกัน เพราะในชุมชนย่อมมีวิถีชีวิตที่แตกต่างกันไป สิ่งที่อยู่ปฏิบัติย่อมหลอมรวมสมาชิกในชุมชนให้มีความคิด และมีอัตลักษณ์เฉพาะบางอย่าง

ด้วยความน่าสนใจในการค้นหาคำตอบว่า “tiktok ช่องเล็ก บูรพา” มีการนำเสนอเพื่อสร้างอารมณ์ขันอย่างไร จึงทำให้มีผู้ติดตามจำนวนมากในระยะเวลาอันรวดเร็ว ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญที่จะศึกษาเรื่อง “กลวิธี การสร้างอารมณ์ขันใน tiktok ช่องเล็ก บูรพา” เพื่อให้ได้คำตอบเกี่ยวกับกลวิธีสร้างอารมณ์ขันที่แสดงให้เห็นถึงลีลา ชั้นเชิงทางภาษาของผู้นำเสนอ หรือที่รู้จักกันในนาม “เล็ก บูรพา”

โจทยวิจัย



“tiktok ช่องเล็ก บูรพา” เป็นการนำเสนอคลิปผ่าน tiktok ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก จึงเป็นโจทย์วิจัยว่า มีกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันอะไรบ้าง และแต่ละวิธีมีกลวิธีการนำเสนออย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน ใน tiktok ช่องเล็ก บูรพา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. สืบค้น และรวบรวมข้อมูลจาก “tiktok ช่องเล็ก บูรพา” ที่โพสต์ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน – 31 ตุลาคม 2565 จำนวนทั้งหมด 265 คลิป โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงเฉพาะโพสต์ที่มีผู้แสดงในบทบาทของสามีภรรยา คือ “ทิด” และ “แหม่ม” และเป็นโพสต์ที่ไม่มีการนำเสนอรายการขายสินค้า จำนวน 75 คลิป
2. นำข้อมูลที่ได้มาถอดเสียง ภาพ และบันทึกถ้อยคำเสียง พร้อมทั้งรายละเอียดของอากัปกริยาหรือบุคลิกภาพของตัวละครที่ปรากฏในคลิป
3. วิเคราะห์กลวิธีการสร้างอารมณ์ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อความ และการสร้างอารมณ์ขัน
4. เขียนรายงานผลการวิจัยโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัย

จากการศึกษากลวิธีการเสียดสีใน “กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันใน tiktok ช่องเล็ก บูรพา” จำนวน 75 คลิป พบว่า ลักษณะเด่นของคลิปในช่อง tiktok ช่องเล็ก บูรพา นอกจากตัวละคร “ทิด” และ “แหม่ม” สามีภรรยาที่แต่งกาย และใช้น้ำเสียงให้เหมาะสมกับบทบาทแล้ว สิ่งสำคัญประการหนึ่ง คือ การใช้คำคล้องจองลักษณะของกลอนหัวเดียวแบบกลอนชาวบ้านมีคำสัมผัสท้ายวรรค เป็นคำที่ใช้สระและตัวสะกดเสียงเดียวกัน เช่น ใช้สระอา คำว่า เวลา เหลยสา กูดำ และมาว่า รวมถึงคำคล้องจองลักษณะของคำสัมผัสใน เช่น หลาว ข้าว, มิ่ง ฟิ่ง, หิวลิป ดังตัวอย่าง

แหม่ม : เอาหลาวที่ทิดต้มน้ำแล้วหลาว แหม่มอิทำกับข้าวไซรไม่แลเวลา

ทิด : เดี่ยวตะมิ่งอย่าฟิ่งหิว ขอลูกสิบนาที่ ยกไม่ได้ตอนนี้เหม็นเขียวอยู่เหลยสา

แหม่ม : ถึงแก็ชุกฟิ่งเปลี่ยนหัวเข้า กับข้าวไม่ทำที่เปรดจริงผัวนี้เพราะไรที่กูดำ

ทิด : จันต่อเข้ากูไปกินบ้านเพื่อน เชื่อนให้หรอยที แล้วค่อยกลับตีสี่ มิ่งไม่ต้องมาว่า

(แหม่มทำกับข้าว, 28 กันยายน 2565)

การศึกษารั้ครั้งนี้พบว่า มีกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันหลัก ๆ 10 กลวิธี ตามลำดับที่พบ ได้แก่ การทำให้ผิดความคาดหมาย การบ่งชี้โดยนัย การเล่นคำ การใช้ความเปรียบ การเบี่ยงเบน การใช้ความผิดพลาด การทำให้เป็นเรื่องสัปดน การสร้างเรื่องให้เกินจริง การใช้สำนวน การล้อเลียน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การทำให้ผิดความคาดหมาย เป็นการนำเสนอเรื่องราวที่เปลี่ยนทิศทางของเรื่องให้จบในแบบที่คาดไม่ถึง ว่าจะจะเป็นเช่นนั้นเพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขัน จาก tiktok ช่องเล็ก บูรพา พบการทำให้ผิดความคาดหมาย จำนวน 21 ข้อความ การทำให้ผิดความคาดหมาย เช่น เหตุการณ์ที่คิดว่าน่าจะท้อง แต่สุดท้ายกลายเป็นเสพยา คิดว่าสามีเสพยาแต่สุดท้ายพบว่าแก๊งค์ทำ คิดว่าภรรยาดำสามีที่แอบเล่นตุ๊กตาม้าในห้องน้ำ แต่สุดท้ายภรรยากลับขอเล่นด้วย ดังตัวอย่าง

แหม่ม : พี่ทิด แหม่มตรวจขึ้นสองขีด จะได้ลูกแล้วพี่ทิด พี่ทิดดีใจหม้าย

ทิด : แหม่มเอาที่ตรวจมาจากไหน ไปซื้อปาไต หรือใครไปซื้อให้

แหม่ม : พี่ทิดซื้อไว้ แลกนู้ เห็นมันยังอยู่ แหม่มเลยเอามาใช้

ทิด : ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป ห้ามออกไปไหน ขับรถกะไม่ได้

แหม่ม : อีชาติหวังลูกอิตาย แต่ว่าแหม่มทำได้ เพื่อพี่ทิดบายใจ

ทิด : ห่วงไทรมิ่งเอ้า มิ่งไม่อ่านบ้างเหอ ช่างว่่าที่ตรวจสารเสพติด ออกไปตะถูกจำแหละมิ่ง
 แหม่ม : เอ้านี้แหม่มเยี่ยม่วงเออะ ถึงชุดแหม่มกะไปซื้อมาแล้วนี่ ทำพริอะ

(แหม่มท้อง, 22 มิถุนายน 2565)

ข้อความข้างต้น ใช้กลวิธีการทำให้ผิดความคาดหมาย จากกรณีที่ทิดและแหม่มพูดคุยกันเรื่องของชุดตรวจ ซึ่งแหม่มทำการตรวจปัสสาวะของตนเองแล้วพบว่ามึ่ลักษณะผิดปกติขึ้นเป็นสองขีด จึงคิดว่าตนเองตั้งท้อง ดังข้อความว่า “แหม่มตรวจขึ้นสองขีด จะได้ลูกแล้วที่ทิด” ในขณะที่ทิดรู้ว่าชุดตรวจนั้นไม่ใช่เป็นชุดตรวจของคนท้องแต่เป็นชุดตรวจสารเสพติด ดังข้อความว่า “มิ่งไม่อ่านบ้างเหอ ช่างว่่าที่ตรวจสารเสพติด ออกไปตะถูกจำแหละ” สุดท้ายความรู้สึกลึกลับที่คิดว่าท้องกลับกลายเป็นต้องตกใจเพราะมีสารเสพติดอยู่ในร่างกาย ดังข้อความว่า “เอ้านี้แหม่มเยี่ยม่วงเออะ ถึงชุดแหม่มกะไปซื้อมาแล้วนี่” เรื่องราวที่เกิดขึ้นจึงไม่เป็นไปตามที่คาดหมายไว้ ทำให้เกิดอารมณ์ขัน

2. การเล่นคำ เป็นการนำคำที่มีเสียงพ้องกันหรือใกล้เคียงกันมาเล่นในเชิงเสียง และความหมาย โดยเฉพาะการซ้ำคำเพื่อเน้นย้ำให้เกิดอารมณ์ขัน จาก tiktok ช่องเล็ก บรูพา พบการเล่นคำ จำนวน 19 ข้อความ เช่น พาเนื้อคู่ไปนั่งกินเนื้อย่าง ขวนแล้วชวนหลาว จอดนี้จอดนั้น อย่าชวนอย่าถาม ทั้งหะทั้งทวาย ซ้ำอกซ้ำใจ ดังตัวอย่าง

แหม่ม : นั่งติดกีตาร์กว่าน่าจะติด เพราะถ้ามิ่งไม่ติด มิ่งไม่ติดกีตาร์

ทิด : กูติดกีตาร์มาหว่ากูติด ถึงกูไม่ติด กูก็ติดกีตาร์

(ติดไม่ติด, 7 มิถุนายน 2565)

ทิด : มิ่งอยู่ได้พริอะะ น้ำไม่ยอมอาบ มิ่งไม่สาบตัวเองบ้างเอ้อ กูถามจริง

แหม่ม : แล้วอ้อยให้สาบทำไหร น้ำหอมกะมี โปะนั้น โปะนี่ โปะอี โปะนั้น ทาลูกกลิ้ง

(ไม่อาบน้ำ, 1 กันยายน 2565)

ข้อความข้างต้น ใช้กลวิธีสร้างอารมณ์ขันด้วยการเล่นคำจากกรณีที่แหม่มพูดคุยกับทิด ตัวอย่างแรกแหม่มพูดคุยกับทิดเรื่องของการ “ติดกีตาร์” กับการ “ติดเพราะเสพยา” เป็นการเล่นคำว่า “ติด” เสียงเดียวกันแต่สื่อความหมายต่างกัน โดยคำว่า “ติดกีตาร์” หมายถึง การเล่นกีตาร์โดยใช้นิ้วสลับสายให้มีเสียงดัง ในขณะที่คำว่า “กูติด” หมายถึง ตัวของทิดมีอาการคึกคักกว่าปกติ ผลจากการเสพยา การเล่นคำด้วยการใช้คำพ้องเสียงแต่มีความหมายต่างกัน จึงทำให้เกิดอารมณ์ขันแก่ผู้ชม และตัวอย่างที่สอง ทิดพูดคุยกับแหม่มว่าอยู่ได้อย่างไรไม่ยอมอาบน้ำ ไม่เหม็นกลิ่นตัวเองบ้างหรือ ทิดถามแหม่มด้วยความสงสัยเนื่องจากเห็นว่าแหม่มไม่อาบน้ำมาหลายวันแล้ว แหม่มเองก็ตอบกลับว่าจะอยู่ในที่เหม็นทำไมเมื่อมีน้ำหอม ก็ทาน้ำหอมลงไปเพื่อดับกลิ่นเหม็น โดยเน้นย้ำด้วยการซ้ำคำว่า “โปะ” หมายถึง “พอกเข้าไป” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2565, น. 768) ดังข้อความว่า “โปะนั้น โปะนี่ โปะอี โปะนั้น” เป็นลักษณะของการใช้น้ำหอมจำนวนมากทาลงไปที่ร่างกาย เพื่อช่วยดับกลิ่น และทำให้เนื้อตัวหอมขึ้น การเล่นคำด้วยการซ้ำคำจึงทำให้เกิดอารมณ์ขัน

3. การบ่งชี้โดยนัย เป็นการกล่าวถึงลักษณะ บุคลิกของบุคคล หรือกล่าวถึงเรื่องราวต่าง ๆ โดยหลีกเลี่ยงการใช้คำที่มีความหมายโดยตรงเกี่ยวกับเรื่องนั้น แต่ใช้คำที่มีความหมายทางอ้อมเพื่อสื่อถึงเรื่องที่จะบอกเพื่อให้เกิดอารมณ์ขัน จาก tiktok ช่องเล็ก บรูพา พบการเล่นบ่งชี้โดยนัย จำนวน 17 ข้อความ การบ่งชี้โดยนัย เช่น แทงหนูก เข้าป่า การเล่นตุ๊กตาม้า เฝ้ามื้อ อียากหอย ดังตัวอย่าง

แหม่ม : อี้ย เย็น ฝนตกแล้วหลาวที่นะ ทำไหรตีวะ ฝน ๆ พันนี้

ทิด : ไปในพรุติหว่า ไปหาปลาหมอ ถึงไปดักปลาต่อ พี่ว่าน่าจะดี

แหม่ม : โบทว่าที่คิด นะที่ทิดของแหม่ม บอกให้แจ่ม ๆ ยังไม่เข้าใจที

ทิด : แล้วพี่ไปตรงไหน แล้วไปหาปลาหมอ ถึงไปดักปลาต่อ ช่วยบอกพี่ที

แหม่ม : ซาติไซทีโบพันนี้ ถามอดทีที โสทีโบเหมื่อนตด

ทิด : แหม่มเป็นไหรละ

แหม่ม : ไปไหนกะไปตะพี่ แหม่มตดเบ็ดกะได้

ทิด : เออไป ไปตดเบ็ดฝนตด ๆ พันนี้

(ฝนตก ๆ ทำอะไรกันดี, 21 มิถุนายน 2565)



ข้อความข้างต้น ใช้กลวิธีสร้างอารมณ์ขึ้นด้วยการบ่งชี้โดยนัย จากกรณีที่หม่อมพุดคุยกับทิด โดยหม่อมผู้เป็นภรรยาพุดกับทิดผู้เป็นสามีว่า อากาศเย็น และฝนตก กิจกรรมที่ทำควรเป็นอะไร ในขณะที่ภรรยาพุดเพื่อเปิดทางให้สามีรับทราบแบบอ้อม ๆ ว่า บรรยากาศแบบนี้เหมาะแก่การทำกิจกรรมบนเตียงตามประสาสามีภรรยา แต่สามีกลับไม่เข้าใจสิ่งที่ภรรยาสื่อความหมาย โดยคิดไปถึงการออกไปจับปลา เพราะวิถีชาวบ้านเมื่อฝนตกปลาจะชุม ดังนั้นบรรยากาศแบบนี้สำหรับทิดจึงเหมาะแก่การออกไปจับปลามากกว่าการจะทำอย่างอื่น เมื่อทิดไม่เข้าใจในสิ่งที่หม่อมสื่อสาร หม่อมจึงพุดออกไปด้วยความโมโหว่า “ไปไหนกะไปตะพี หม่อมตกเบ็ดกะได้” คำว่า “ตกเบ็ด” หากพิจารณาความหมายโดยตรงคือการตกปลา โดยใช้อุปกรณ์คือเบ็ด เพราะในขณะที่ทิดตกปลา หม่อมก็ตกเบ็ด จึงดูเหมือนว่าเป็นการทำกิจกรรมที่ไปด้วยกันได้ แต่การสื่อความหมายที่แท้จริงของข้อความนี้เป็นการใช้คำบ่งชี้โดยนัยว่าหมายถึง การสำเร็จความใคร่ด้วยตนเองของผู้หญิง เป็น การหลีกเลี่ยงการใช้คำที่มีความหมายโดยตรงเกี่ยวกับเรื่องเพศ จึงทำให้เกิดอารมณ์ขึ้น

4. การใช้ความเปรียบ การนำสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาเปรียบเทียบกับสิ่งที่ปรากฏเพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขึ้น จาก tiktok ช่องเล็ก บูรพา พบการใช้ความเปรียบ จำนวน 16 ข้อความ เช่น โบ้เหมือนตด สาบเหมือนแรง เหมือนเหมือนคางคก ตาย หอมเหมือนเบปี่มายด์ เมาเหมือนหมา ดังตัวอย่าง

หม่อม : หลบมาหน้ายุ่งเหมือนกับลุงตุ้ กว่าแพ้ไก่หลาวสาววันนี้

ทิด : อย่าถามมากกำลังเจ็บหัว แพ้หมัดสองตัวไก่ตายคาที่

หม่อม : แลกขาขบปลากะแพ้ กว่าเลี้ยงแพะตีหวา กว่าน่าจะดี

ทิด : อ้อมึงดูถูกกูจัง มันต้องมีแพ้มึง แหละอยู่วงการนี้

หม่อม : เบอะมึงเล่นแพ้ทั้งปี โบ้ ๆ พันนี้ก็ปีก็ไม่หนะ

ทิด : มึงว่ากูโบ้เออะ.....

หม่อม : มึงเข้าเข้าเคยกู (ภาพทิดตีเข้าเข้าที่บริเวณอวัยวะเพศของหม่อม)

(แพ้แล้วพาล, 2 มิถุนายน 2565)

ข้อความข้างต้น ใช้กลวิธีสร้างอารมณ์ขึ้นด้วยการใช้ความเปรียบ จากกรณีที่หม่อม และทิดพุดคุยกันเรื่องไก่ชน ซึ่ง “การชนไก่” เป็นกีฬาพื้นเมืองที่เก่าแก่อย่างหนึ่งของภาคใต้ นอกจากนี้ยังกล่าวถึงการขบปลา (กัดปลากัด) เลี้ยงแพะ เป็นวิถีที่พบจากการดำเนินชีวิตประจำวันของชาวใต้เช่นเดียวกัน สิ่งที่สร้างอารมณ์ขึ้นจากการใช้ความเปรียบ คือ สีหน้าของทิดที่หม่อมคาดเดาว่าน่าจะแพ้นั้นชนไก่ จึงทำหน้าที่ดาบเยี่ยง โดยเปรียบเทียบว่า “หน้ายุ่งเหมือนกับลุงตุ้” เป็น การนำใบหน้าของลุงตุ้หรือ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีมาเปรียบเทียบ เพราะท่านมักแสดงสีหน้ายุ่งเหยิงเสมือนไม่พอใจอยู่เป็นประจำ จนเป็นภาพที่ติดตามคนทั่วไป การสนทนาของหม่อมได้ใช้ความเปรียบใบหน้าของทิดที่ไม่ สบอารมณ์ หรือไม่พอใจกับผลการแข่งขันชนไก่ กับใบหน้าของนายกรัฐมนตรี จนทำให้เกิดอารมณ์ขึ้น

5. การใช้สำนวน เป็นการใช้ถ้อยคำที่ไม่ตรงตามตัวหรือมีความหมายอื่นแฝงอยู่ หรือเป็นถ้อยคำที่คิดขึ้นเป็นการเฉพาะเพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขึ้น จาก tiktok ช่องเล็ก บูรพา พบการใช้สำนวน จำนวน 14 ข้อความ เช่น คนเราจะงามมันงามที่ใจ ไม่ต้องแต่งไหรก็มันใจได้ เหมือนเขียว ฉีกปากถึงหู ใจมด ดังตัวอย่าง

ทิด : ถ้ามึงอย่าไปไหนเร็ว ๆ มึงกะซื้อแก๊สให้กูต้มแหละ

หม่อม : มึงอย่าหวังว่ามึงจะได้ต้มน้ำในบ้าน แก๊สแพงเหมือนเปรต

(เฝ้าแต่หม้อ, 6 มิถุนายน 2565)

ทิด : สามวัน สี่วันอาบที่ ไม่รู้เป็นพันนี้หมดหมายนะผู้หญิง

หม่อม : คนอื่นไม่รู้หัววันอาบที่ สาบผีไม่ทานสิง

(ไม่อาบน้ำ, 1 กันยายน 2565)

ข้อความข้างต้น ใช้กลวิธีสร้างอารมณ์ขึ้นด้วยการใช้สำนวน จากกรณีที่ทิดพุดคุยกับหม่อม ตัวอย่างแรก ทิดพุดคุยกับหม่อมเรื่องการซื้อแก๊สทุ้งต้มว่า หม่อมต้องซื้อแก๊สให้ตนเพื่อใช้ต้มน้ำกระเทียมได้เร็วขึ้น และสามารถพาหม่อมไปไหนมาไหนได้เร็วขึ้นตามไปด้วย แต่หม่อมเองตอบกลับว่า มันไม่สามารถเป็นไปได้เพราะแก๊สมีราคาสูงมาก โดยใช้สำนวนว่า “แก๊สแพงเหมือนเปรต” หมายถึง แก๊สมีราคาสูงมาก ซึ่งคำว่า “เหมือนเปรต” ในวัฒนธรรมของชาวใต้มักใช้

เพื่อบอกความมาก เช่น นิสัยเหมือนเปรต (นิสัยแย่มาก) ซี้ซี้ดเหมือนเปรต (ซี้เหนียวมาก) ด้วยลักษณะของเปรตที่มีความสูงมากนั่นเอง และตัวอย่าง ที่สอง ทดสอบถามแหม่มถึงการอาบน้ำว่า ทำไมผู้หญิงไม่ค่อยอาบน้ำ แหม่มตอบกลับว่า “คนอื่นไม่รู้หัวอาบน้ำที่สบฟู่ไม่ทานสิ่ง” หมายความว่า คนอื่นนั้นตนไม่ทราบ แต่สำหรับตนเองหัวน้ำจึงอาบน้ำ ทำให้มีกลิ่นแรง แม้แต่ผีก็ไม่กล้าเข้ามาสิ่ง ส่วนว่า “สบฟู่ไม่ทานสิ่ง” หมายความว่า มีกลิ่นแรงมากเพราะแม้แต่ผีก็ไม่กล้าเข้าใกล้ การใช้สำนวนดังกล่าวจึงสร้างอารมณ์ขันให้แก่ผู้ชม

6. การเปียงเบน เป็นการนำเสนอเรื่องที่ผิดมาตรฐานไปจากสังคมหรือความน่าจะเป็น ทำให้เหตุการณ์ผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง ไม่ว่าจะเป็นการนำข้อเท็จจริงมาสร้างเรื่องไม่ให้เป็นความจริง หรือนำความเชื่อในสังคมมาทำให้เกิดเพี้ยนไปจากเดิมเพื่อให้เกิดอารมณ์ขัน จาก tiktok ช่องเล็ก บรูพา พบการเปียงเบน จำนวน 12 ข้อความ เช่น เหตุการณ์ที่เกิดจากความซุกซนของสามี ทำให้ภรรยาบอกว่าไปหาสามีใหม่เร็วกว่า เหตุการณ์ที่อยากไปเที่ยวแต่เที่ยวอย่างเดียวเท่านั้นห้ามซื้ออาหารรับประทาน ดังตัวอย่าง

แหม่ม : แรกวา ถูกชุดซ่อม ซ่อมหมดทั้งคัน วันนี้ทั้งวันนั่งพันแต่ปลั๊กไฟ

ทิด : มึงไม่เคยมองกูในแง่ดีที แต่ละคำค่ากูซ้ออกซ้าใจ

แหม่ม : ถ้ามึงไม่ติดเบอะมึงนอนอย่างเดียว ไม่เกี่ยว ไม่สน หลังคารั่วฝนยังไม่สนใจใคร

ทิด : กูไม่นอนสามคืนกะหาว่ากูติด กูถามสักอึด กูติดตรงไหน

แหม่ม : ไปถามจัวหลังบ้านแลไป จะได้หายข้องใจ ตรงไหนที่มึงติด

ทิด : หลอนหม้ายละแหม่มมึง จัวหลงได้เอ้อ

แหม่ม : ไปถามแลตะเมื่อมันบอก

(ชุดช่างไฟ, 6 ตุลาคม 2565)

ข้อความข้างต้น ใช้กลวิธีสร้างอารมณ์ขันด้วยการเปียงเบน จากกรณีที่แหม่มพูดคุยกับทิด เรื่องที่ทิดไม่ทำอะไรเป็นชิ้นเป็นอันทำได้แค่ซ่อมปลั๊กไฟ แม้หลังคารั่วก็ไม่คิดแก้ไข เพราะมัวแต่เสพยาจนเกิดอาการคักคักไม่หลับไม่นอนถึง 3 วัน ส่วนทิดก็ได้ตอบกลับว่าไม่ได้เป็นไปตามที่แหม่มบอก แหม่มจึงให้ไปสอบถามจัวเพราะแม้แต่วัยยังรู้ว่าความจริงคืออะไร ในขณะที่ทิดบอกว่าคนที่หลอนยาน่าจะเป็นแหม่มเพราะจัวไม่สามารถตอบคำถามใด ๆ ได้ เหตุการณ์นี้จึงเป็นการเปียงเบนไปจากข้อเท็จจริงจากสิ่งที่ควรจะเป็น เพราะการที่แหม่มให้ทิดไปหาคำตอบจากจัวเป็นเพียงการหาข้ออ้างยืนยันความคิดของตนเอง การเปียงเบนดังกล่าวจึงทำให้เกิดอารมณ์ขัน

7. การใช้ความผิดพลาด เป็นการใช้คำพูดหรือการกระทำที่ผิดพลาดของบุคคลในเหตุการณ์มาทำให้เกิดอารมณ์ขัน จาก tiktok ช่องเล็ก บรูพา พบการใช้ความผิดพลาด จำนวน 11 ข้อความ เช่น ความผิดพลาดจากการแต่งหน้าของภรรยาทำให้สามีไม่ยอมไปไหนด้วย ภรรยาจำหน้าสามีไม่ได้เพราะความเมา ดังตัวอย่าง

แหม่ม : มาเรียกไอ้แหม่มเตี้ยวกูตบปากแตก เอ คนแปลกหน้าอย่ามาเรียกพันนี้

ทิด : มึงมาจากไหน ไชเมาเหมือนหมา ก่อนมึงอิดามองหน้าดี ๆ

แหม่ม : หน้ามึงเหมือนไอ้ทิดผัวกู แต่คินนี้มันไม่อยู่ แล้วมึงใครสักที

ทิด : มึงเมาจนจำผัวไม่ได้ ทรมานฉัดให้ตายโหง กังไค้งอยู่ตรงนี้

(หลบจากผับ, 16 กรกฎาคม 2565)

ข้อความข้างต้น ใช้กลวิธีสร้างอารมณ์ขันด้วยการใช้ความผิดพลาด จากกรณีการพูดของแหม่มกับทิด ที่แหม่ม เมาอย่างหนักจนจำหน้าทิดไม่ได้ เมื่อทิดเรียกแหม่มแหม่มตอบกลับไปว่า “มาเรียกไอ้แหม่มเตี้ยวกูตบปากแตก เอ คนแปลกหน้าอย่ามาเรียกพันนี้” และยังขยาดความเพื่อเน้นย้ำว่าจำไม่ได้จริง ๆ ด้วยการบอกว่าหน้าตาคล้ายทิดผู้เป็นสามีของตนเอง ดังข้อความว่า “หน้ามึงเหมือนไอ้ทิดผัวกู แต่คินนี้มันไม่อยู่แล้วมึงใครสักที” เหตุการณ์นี้แสดงถึงความผิดพลาดจากความเมาของแหม่มที่จำหน้าทิดไม่ได้จนทำให้ทิดโมโหและทำร้ายแหม่ม เหตุการณ์นี้จึงทำให้เกิดอารมณ์ขัน

8. การสร้างเรื่องให้เกินจริง เป็นการนำเสนอเรื่องที่มีเกินจริงจินตนาการและอารมณ์ความรู้สึกที่เป็นไปไม่ได้ หรือเรื่องที่ยิ่งใหญ่เกินกว่าที่จะกระทำเพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขัน จาก tiktok ช่องเล็ก บรูพา พบการสร้างเรื่องให้เกินจริง จำนวน 10 ข้อความ เช่น ควายงง ถ่ายทั้งชาติ แซบอิชั้นหวัน ไปไหนมาไหนนึกว่าไปกับผี ดังตัวอย่าง

ทิด : เอาแล้วหล่าว ซีเอฟแล้วหล่าว วันนี้หัวเข้าเขาฟิ่งได้มาส่ง



แหม่ม : มันลดราคา ได้เพื่อนเสียตาย นิลดจนควายง

ทิด : ยังชี้ทักกุเหลย มึงไม่เคยขายใคร กูทนมไม่ไหวแล้วนะบอกตรง ๆ

แหม่ม : เห้ ที่เดือนนี้ ลีบสืออย่างเอง ไทหน้าไจนักเลง เท่าใจมดเองเอ้อตกลง

ทิด : ซาดเมียกูนั่งทำทรง ส่วนผัวยั้งงตั้งค์หายไปไหนหมด

(ปัญหาครอบครัว, 26 ตุลาคม 2565)

ข้อความข้างต้น ใช้กลวิธีสร้างอารมณ์ขันด้วยการสร้างเรื่องให้เกินจริง จากกรณีที่ติดพุดคุยกับแหม่มถึงการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ที่แหม่มสั่งบ่อยเกินไป โดยแหม่มให้เหตุผลกับทิดว่าที่ซื้อเพราะลดราคา หากไม่ซื้อตอนนี้ก็กลัวคนอื่นมาซื้อ ตัดหน้าไป และแหม่มยังบอกถึงราคาสินค้าที่ลดราคาอย่างมากว่า “ลดจนควายง” การอวดอ้างของแหม่มเป็นการอวดอ้างเกินจริง เพราะความเป็นจริงแล้วควายไม่สามารถแสดงสีหน้าหรือท่าทาง “ง” ได้ จึงเป็นการสร้างเรื่องให้เกินจริงที่ทำให้เกิดอารมณ์ขัน

9. การทำให้เป็นเรื่องสัปดน เป็นการใช้ภาษาสองแง่สองง่ามเชิงลามก อนาจาร หยาบโลน หรือคำที่เกี่ยวข้องกับเพศ

เพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขัน จาก tiktok ช่องเล็ก บูรพา พบการทำให้เป็นเรื่องสัปदन จำนวน 10 ข้อความ เช่น ไม่ล้างเคย อดเคย เอาก่อนได้มัย เคยฟก เข้าเข้าเคย ดังตัวอย่าง

ทิด : มึงอยู่ได้หรือวะ น้ำไม่ยอมอาบ มึงไม่สาบตัวเองบ้างเอ้อกุถามจริง

แหม่ม : แล้วอือยให้สาบทำไหร น้ำหอมกะมี โปะนั่น โปะนี้ โปะอี่ โปะนั่น ทาลูกกลิ้ง

ทิด : สามวัน ลีวันอาบที ไม่รู้เป็นพันนี้หมดหม้ายนะผู้หญิง

แหม่ม : คนอื่นไม่รู้ หัววันอาบที สาบผีไม่ทานสิง

ทิด : อันนี้กูหลงจริง ๆ บางทีกูนึกว่าลึงนอนข้างกุกกลางคืน

แหม่ม : เวลาอือเอาเราสาบเหมือนแรงกะบอกกว่าหอม ยอมได้ทุกอย่ง เราไม่ล้างเคยมึงยังบอก

สดชื่น

ทิด : ช่วงผีบังตาไอ้แหม่มเหอ

แหม่ม : ผีบังแต่ต่อไม่ได้บังหมูกมึงที

(ไม่อาบน้ำ, 1 กันยายน 2565)

ข้อความข้างต้น ใช้กลวิธีสร้างอารมณ์ขันด้วยการทำให้เป็นเรื่องสัปदन จากกรณีที่ติดพุดคุยกับแหม่ม เรื่องที่แหม่มไม่อาบน้ำเป็นเวลาหลายวัน ทิดจึงต่อว่าแหม่มว่ามีกลิ่นเหม็น แหม่มจึงพุดกลับไปว่า “เวลาอือเอาเราสาบเหมือนแรงกะบอกกว่าหอมยอมได้ทุกอย่ง เราไม่ล้างเคยมึงยังบอกสดชื่น” อือ ในที่นี้หมายถึง การมีเพศสัมพันธ์ เคยในที่นี้หมายถึง อวัยวะเพศหญิง สิ่งที่แหม่มพุดจึงสื่อความหมายว่า เมื่อทิดมีความต้องการทางเพศกับตนเอง ทิดก็ไม่ได้สนใจว่าตนเองจะมีกลิ่นเหม็นหรือไม่ ข้อความนี้จึงเป็นการพุดคุยเรื่องกลิ่นกับการมีเพศสัมพันธ์ เป็นการสร้างอารมณ์ขันด้วยวิธีการทำให้เป็นเรื่องสัปदन

10. การล้อเลียน เป็นการใช้อัยคำที่กล่าวถึงข้อผิดพลาด ความบกพร่อง หรือจุดอ่อนจากพฤติกรรมของผู้อื่น มาทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขัน จาก tiktok ช่องเล็ก บูรพา พบการล้อเลียน จำนวน 5 ข้อความ เช่น ล้อเลียนหน้าตาของผู้นำประเทศ ล้อเลียนการพุดภาษากลางของคนใต้ ล้อเลียนการลักแกงในงานต่าง ๆ ของคนใต้ ดังตัวอย่าง

แหม่ม : พี่ทิด ต่อโพระเราไปเที่ยวกรุงเทพ พี่ต้องหัดเพลงกลางให้ซัซกว่านี้

ทิด : พี่ก็อยากเพลงกลางให้ซัซเหมือนแหม่ม สำเนียงแหม่มได้ หาหม้ายใครรู้ว่าอยู่คอนศรี

แหม่ม : ก็แต่แรกแหม่มไปเรียนที่นี้ แหม่มรู้ภาษา รู้สำเนียงเค้าดี

ทิด : ว่าแล้วทำไมเพลงซัซ แล้วหวางอีกกลับแหม่มไปเรียนที่ปี

แหม่ม : พอเรียนได้เดือนที่สี่ พี่เทืองพาหนี หลบไปอยู่สงขลา

(หัดเพลงกลาง, 31 สิงหาคม

2565)

ข้อความข้างต้น ใช้กลวิธีสร้างอารมณ์ขันด้วยการล้อเลียน จากกรณีที่แหม่มพุดคุยกับทิดซึ่งกำลังจะเดินทางไปกรุงเทพฯ จากการพุดคุยทำให้เห็นว่าทั้งคู่ให้ความสำคัญกับการพุดภาษากลางที่จะต้องพุดให้ชัดเจน ดังข้อความว่า

“พีทิต ต่อโพรเราไปเที่ยวกรุงเทพ พีต้องหัดเพลงกลางให้ซัซกว่านี้” โดยพีทิตได้ชื่นชมแหม่มที่ครั้งหนึ่งเคยไปอยู่กรุงเทพฯ จึงสามารถพูดภาษากลางได้ชัดเจน ดังข้อความว่า “พีก็อยากเพลงกลางให้ซัซเหมือนแหม่ม สำเนียงแหม่มได้หาหม้ายใครรู้ว่าอยู่คอนกรี” และแหม่มเองก็ยอมรับว่าแหม่มพูดจาชัดเจน ดังข้อความว่า “แต่แรกแหม่มไปเรียนที่นี้ แหม่มรู้ภาษารู้สำเนียงเค้าดี” เมื่อพิจารณาถ้อยคำของแหม่มจะพบว่า เป็นคำภาษาถิ่นได้ เช่น คำว่า แต่แรก หมายถึง สมัยก่อน ที่นี้ หมายถึง ที่โน่น รวมทั้งการออกเสียงของแหม่มแม่จะออกเสียงเป็นภาษากลางแต่ก็เป็นสำเนียงทองแดง หรือพูดกลางแต่ติดสำเนียงถิ่นไต้หวันเอง ข้อความนี้จึงเป็นล้อเลียนคนใต้ที่เข้าไปอยู่กรุงเทพฯ แล้วคิดว่าตนเองพูดภาษากลางชัดเจน ทั้ง ๆ ที่ยังติดการใช้ถ้อยคำ และสำเนียงภาษาถิ่นได้ การล้อเลียนดังกล่าวจึงทำให้เกิดอารมณ์ขัน

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง “กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันใน tiktok ช่องเล็ก บูรพา” สามารถสรุปและอภิปรายผลได้ ดังนี้

ผลการศึกษตามวัตถุประสงค์พบว่า มีกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันหลัก ๆ ที่น่าสนใจ จำนวน 10 ประเด็น เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ การทำให้ผิดความคาดหมาย การเล่นคำ การบ่งชี้โดยนัย การใช้ความเปรียบ การใช้สำนวน การเปรียบเทียบ การใช้ความผิดพลาด การสร้างเรื่องให้เกินจริง การทำให้เป็นเรื่องสัปดน และการล้อเลียน โดยทุกคลิปมีการสร้างอารมณ์ขันผ่านการใช้ถ้อยคำที่เป็นคำคล้องจองลักษณะของกลอนหัวเดียว คำคล้องจองลักษณะของคำสัมผัสในในข้อความ เป็นการโต้ตอบกันด้วยภาษาไทยถิ่นใต้ระหว่างตัวละครตัวเดียวแต่แสดงบทบาทของสามี และภรรยา คือ ทิต และแหม่ม เพื่อนำเรื่องราวใกล้ตัวมาสร้างอารมณ์ขัน เช่น การใช้ชีวิตคู่ของสามีภรรยา วิถีชีวิตของชาวใต้ ค่านิยมของ ชาวใต้ สภาพเศรษฐกิจ การเสพยา การพนัน

เมื่อนำผลการศึกษาไปเปรียบเทียบกับการศึกษาเรื่องอื่น ๆ พบว่ามีสอดคล้องกันในบางประเด็นเช่น การศึกษาของพรพรรณ ฉายปรีชา (2564) เรื่อง กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” พบประเด็นที่สอดคล้องกัน เช่น กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสัปดน เป็นการนำเสนอเรื่องที่มีสองแง่สองง่าม อวัยวะเพศและพฤติกรรมทางเพศ การบ่งชี้โดยนัย เป็นการกล่าวถึงลักษณะหรือบุคลิกของบุคคล หรือกล่าวถึงเรื่องราวต่าง ๆ โดยละคำหรือหลีกเลี่ยงการแสดงคำที่แสดงความหมายตรง ๆ การล้อเลียน เป็นการสร้างเรื่องเพื่อเลียนแบบลักษณะเด่นหรือองค์ประกอบสำคัญของเรื่องเดิม เช่นเดียวกับ tiktok ช่องเล็กบูรพา ที่มีการทำให้เป็นเรื่องสัปदन ส่วนประเด็นการล้อเลียนก็เป็นไปในลักษณะเดียวกัน เช่น การล้อเลียนนักการเมือง การล้อเลียนวิถีชีวิตของคนใต้ การศึกษาของ สุทธภา อินทรศิลป์ (2564) เรื่อง กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในงานเขียนของ ปินดา โพสยะ พบว่าได้หยิบยกเอาลักษณะต่าง ๆ ของเพื่อนมาล้อเลียนในแนวตลกขบขันการศึกษาของของ วิภาพร กล้าวิทย์กิจ (2548) เรื่อง อารมณ์ขันในข้อความสั้นสำเร็จรูป ที่พบว่ามีการใช้กลวิธีการล้อเลียนสังคม หรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างความขบขัน ส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่เป็นกระแสอยู่ในสังคม จะเห็นวาทะวิจัยดังกล่าวเป็นการศึกษาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ งานเขียน และข้อความสั้น ผลการศึกษาจึงแตกต่างจากการศึกษาของ ฐานิตย์ เอี่ยมมอตะมะ (2551) เรื่อง กลวิธีและการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขันในละครคั่นรายการวไรตี้เกมโชว์ “ชิงร้อยชิงล้าน” ที่ศึกษาอารมณ์ขันจากสื่อโทรทัศน์ที่นำเสนอในรูปแบบของละคร จึงพบว่ากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันส่วนใหญ่ใช้ความเหนือกว่าและการทำให้ต้อยลง เช่น การกลั่นแกล้ง การใช้บุคลิกของผู้แสดง การใช้ความผิดพลาด การใช้ความไม่เข้ากัน ส่วนการใช้ความเจ้าชู้และลามกพบว่ามีน้อย และไม่ถึงขั้นอนาจาร

จะเห็นว่าการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับอารมณ์ขันมีการใช้กลวิธีที่หลากหลาย ด้วยเจตนาเพื่อสร้างความเพลิดเพลินแก่ผู้ฟังโดยไม่มุ่งเน้นเนื้อหาสาระอย่างจริงจัง ส่วนกลวิธีที่ใช้จะขึ้นอยู่กับประเภท หรือลักษณะของแหล่งข้อมูล รวมถึงวัตถุประสงค์ของแหล่งข้อมูลนั้น ๆ ว่ามีเจตนาเสนอเพื่อเหตุผลใด อย่างไรก็ตาม สิ่งที่สอดคล้องแทรกอยู่ในอารมณ์ขัน คือ ความสามารถทางภาษา และเขาวบัพัญญาของผู้นำเสนอ ส่วนผู้รับสารจำเป็นต้องใช้ทักษะการตีความเพื่อให้เข้าใจในสาร และเกิดอารมณ์ขันตามที่ผู้นำเสนอต้องการ



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

การศึกษาเรื่องนี้เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแล และสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนสถานศึกษา สามารถนำแนวทางการผลิตสื่อออนไลน์ด้วยรูปแบบที่น่าสนใจดังเช่น tiktok ช่องเล็ก บูรพา โดยสอดแทรกภาษาและวัฒนธรรม วิถีชีวิต ค่านิยม ผ่านชั้นเชิงภาษา ลีลาภาษา ด้วยกลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน เพื่อให้เยาวชนสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้ และเห็นคุณค่าของภาษาและวัฒนธรรมพื้นถิ่นมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิธีการสร้างอารมณ์ขันประเด็นอื่น ๆ เช่น อวัจนภาษา การสื่อความหมาย ค่านิยมและวัฒนธรรมของชาวใต้ การศึกษาในสื่ออื่น ๆ เช่น ละครซีทคอม ทัศนจากวรรณกรรมหรือวรรณคดีไทย

บรรณานุกรม

- กุหลาบ มัลลิกะมาส. (2531). **วรรณกรรมไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จันทิมา อังคพัฒนกิจ. (2562). **การวิเคราะห์ข้อความ (Discourse Analysis)**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฐานิตย์ เอี่ยมอุตมะ. (2551). กลวิธีและการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขันในละครคั่นรายการวาไรตี้เกมโชว์ “ชิงร้อยชิงล้าน”. **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**. 28(4), 66-83. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <http://utcc2.utcc.ac.th/utccjournal/284/23-5.pdf>. (2565, 16 พฤศจิกายน).
- เถกิง พันธุ์เถกิงอมร. (2559). อารมณ์ขันในงานเขียนสารคดี : การวิเคราะห์วิจารณ์เชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยนุช จึงสมานกุล. (2563). องค์ประกอบของแอปพลิเคชัน TikTok ที่ทำให้เกิดแรงกระตุ้นในการซื้อสินค้าของกลุ่มเจนเอเรชั่นซี ในประเทศไทย. **วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล**. เข้าถึงจาก: <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/3935>. (2565, 29 ตุลาคม) อ้างอิงจาก Beer, C. (2019). **Globalwebindex. Retrieved from Is TikTok Setting the Scene for Music**. [ออนไลน์], เข้าถึงจาก : <https://blog.globalwebindex.com/trends/>. (2565, 29 ตุลาคม).
- พรพรรณ ฉายปรีชา. (2564). กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ "หนังฝั่งมุก". **หลักสูตรอักษรศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยศิลปากร**. [ออนไลน์], เข้าถึงจาก: [file:///C:/Users/Swift/Downloads/60208309%20\(7\).pdf](file:///C:/Users/Swift/Downloads/60208309%20(7).pdf). (2565, 20 พฤศจิกายน).
- พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต (Social Media: Future Media). **วารสารนักบริหาร**. 31(4), 99-103. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://www.botlc.or.th>. (2565, 16 พฤศจิกายน).
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: นานามีบุ๊กส์พับลิเคชันส์.
- วิภาพร กล้าวิทย์กิจ. (2548). **อารมณ์ขันในข้อความสั้นสำเร็จรูป**. หลักสูตรมหาปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. [ออนไลน์], เข้าถึงจาก: <http://thesis.swu.ac.th/>. (2565, 16 พฤศจิกายน).
- วรุฒ ปริงทอง. (2564). **เล็ก บูรพา**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก : <https://www.tiktok.com/@burapa9911>. (2565, 16 พฤศจิกายน).
- สุทธภา อินทรศิลป์. (2564). กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในงานเขียนของ ปินดา โปษยะ. **Journal of Modern Learning Development**. 6(2), 333-343. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก : <file:///C:/Users/Swift/Downl>. (2565, 16 พฤศจิกายน).