



กลวิธีการสร้างอารมณ์ขึ้นของเฟซบุ๊กแฟนเพจ "หนังฝั่งมุก"



โดย

นางพรพรรณ ฉายปรีชา

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรอักษรศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการพัฒนาอาชีพ แผนก ข ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต

ภาควิชาภาษาไทย

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ "หนังฝั่งมุก"



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรอักษรศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการพัฒนาอาชีพ แผน ข ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต

ภาควิชาภาษาไทย

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

THE STRATEGIES OF CREATING HUMOR OF
“NANG FANG MOOK” FACEBOOK FAN PAGE



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Arts (Thai for Career Development)

Department of THAI

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2021

Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ	กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ "หนังฝั่งมุก"
โดย	พรพรรณ ฉายปรีชา
สาขาวิชา	ภาษาไทยเพื่อการพัฒนาอาชีพ แผน ข ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมชาย สำเนียงงาม

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรอักษรศาสตรมหาบัณฑิต

.....คนบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

.....ประธานกรรมการ

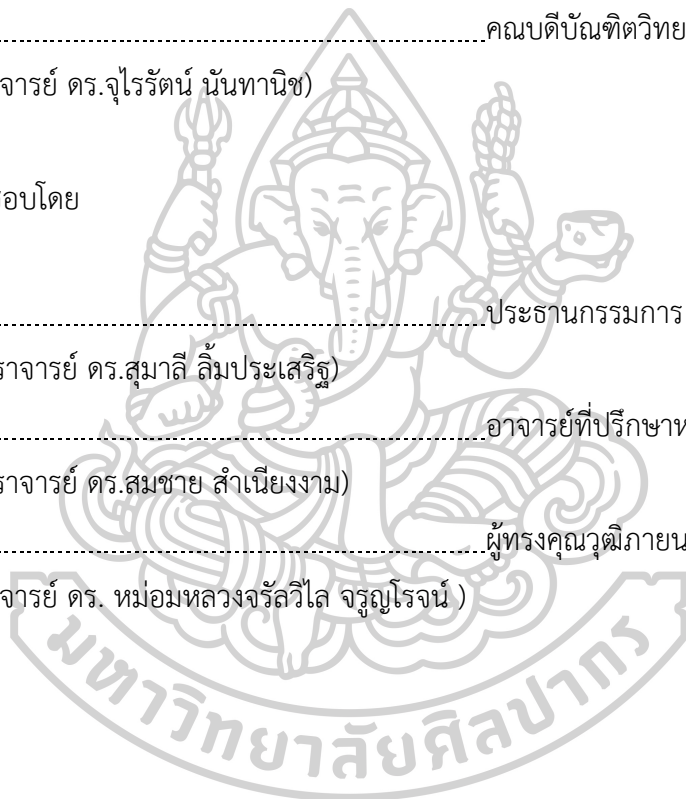
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี ลีประเสริฐ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สำเนียงงาม)

.....ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(รองศาสตราจารย์ ดร. หม่อมหลวงจรัลวิไล จรุงโรจน์)



60208309 : ภาษาไทยเพื่อการพัฒนาอาชีพ แผน ข ระดับปริญญาโทบัณฑิต

คำสำคัญ : กลวิธีทางภาษา, อารมณ์ขัน, สื่อใหม่, เฟซบุ๊ก

นาง พรพรรณ ฉายปรีชา: กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ "หนังสือพิมพ์" อาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมชาย สำเนียงงาม

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ เนื้อหา และกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” โดยเก็บข้อมูลจากสถานะของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” ระหว่างปี พ.ศ. 2561 – 2562 จำนวนทั้งสิ้น 1,177 โพสต์ ทั้งนี้ได้จำแนกโพสต์ภาพอินเทอร์เนตมีมิที่ใช้ศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันจำนวน 296 โพสต์ ผลการศึกษามีดังนี้

ด้านรูปแบบการนำเสนอ พบ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพ ซึ่งจำแนกภาพออกเป็น 4 ประเภท คือ ภาพถ่าย ภาพวาดหรือภาพการ์ตูน ภาพอินเทอร์เนตมีมิ และภาพรวมเป็นอัลบั้ม 2) รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความสถานะ และ 3) รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่น ซึ่งจำแนกออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ แคปชั่นประกอบภาพ แคปชั่นประกอบวีดิทัศน์ แคปชั่นประกอบลิงก์ แคปชั่นประกอบการแพร่ภาพสด และแคปชั่นประกอบการสร้างแบบสำรวจความคิดเห็น

ด้านเนื้อหาในการนำเสนอ พบ 4 กลุ่มเนื้อหา ได้แก่ 1) เนื้อหาเกี่ยวกับวงการบันเทิง จำแนกออกเป็น 4 ประเภท คือ เนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ ละคร เนื้อหาเกี่ยวกับนักแสดง เนื้อหาเกี่ยวกับการวิจารณ์วงการบันเทิง และเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนวงการบันเทิง 2) เนื้อหาเกี่ยวกับวงการศึกษา จำแนกออกเป็น 3 ประเภท คือ เนื้อหาเกี่ยวกับสโมสรกีฬา เนื้อหาเกี่ยวกับนักกีฬา เนื้อหาเกี่ยวกับการเชียร์กีฬา 3) เนื้อหาเกี่ยวกับสังคม จำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ เนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคม และเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนสังคม 4) เนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง จำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ เนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมือง และเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนการเมือง

ด้านกลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน พบว่า กลวิธีทางภาษาที่สร้างอารมณ์ขันแบ่งออกเป็น 2 กลวิธีหลัก ได้แก่ 1) กลวิธีทางศัพท์ พบ 9 กลวิธี คือ กลวิธีการใช้คำหยาบ กลวิธีการใช้คำต้องห้าม กลวิธีที่ใช้คำสแลง กลวิธีที่ใช้คำพ้อง กลวิธีที่ใช้อักษรย่อ กลวิธีที่ใช้คำทับศัพท์ กลวิธีที่ใช้คำภาษาต่างประเทศ กลวิธีที่ใช้คำเลียนเสียง และกลวิธีที่เปลี่ยนเสียงของคำ และ 2) กลวิธีทางปริศนากับวจนปฏิบัติศาสตร์ พบ 10 กลวิธี คือ กลวิธีที่ใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ กลวิธีที่ใช้อุปลักษณ์ กลวิธีที่หักมุม กลวิธีที่ทำให้เป็นเรื่องสับสน กลวิธีที่บ่งชี้โดยนัย กลวิธีที่ผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันโดยตรงเข้าด้วยกัน กลวิธีที่ล้อเลียน กลวิธีที่เสียดสี กลวิธีที่ชมและตำหนิตนเอง และกลวิธีผสม

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันเหล่านี้ นอกจากจะสร้างความสนุกสนานให้แก่ผู้รับสารแล้ว ยังสะท้อนให้เห็นภาพสังคมไทยในช่วงเวลานั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี รวมทั้งได้เห็นพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของผู้คนในสังคมยุคอินเทอร์เนตอีกด้วย

60208309 : Major (Thai for Career Development)

Keyword : Linguistics Strategies, Humor, New Media, Facebook

MRS. PORNPUN SHINEPREESHA : THE STRATEGIES OF CREATING HUMOR OF “NANG FANG MOOK” FACEBOOK FAN PAGE THESIS ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR SOMCHAI SUMNIENGGAM, Ph.D.

This Independent study aims to study style of presentation, content and the strategies of creating humor of facebook fan page “Nang Fang Mook”. Using 1,177 posts collected for 24 months, from 1st January 2018 – 31st December 2019. Moreover, 296 internet meme images were classified for using in the study of humor creation strategies. The results of the study were summarized as follows:

The presentation style were divided into 3 main forms, namely 1) visual presentation style, which categorizes images into 4 types: photos, illustrations or cartoons, internet meme images and photo albums. 2) status text-only presentation style and 3) caption text presentation style, which categorizes caption into 5 types: caption with pictures, caption with video clip, caption with link, caption with facebook live and caption with poll.

The content of the presentation was divided 4 main groups, namely 1) content about entertainment industry was classified into 4 types: content about movies or dramas, content about actors, content about entertainment industry criticism and content about entertainment industry parody. 2) content about sports was classified into 3 types: content about sport clubs, content about sportsperson and content about sports cheering. 3) content about society was classified into 2 types: content about social events and content about social parody. 3) content about political was classified into 2 types: content about politician and content about political parody.

In terms of humor creation strategies, it was found that linguistic strategies that create humor were divided into 2 main groups: 1) lexical strategies there are 9 strategies namely using bad words, taboo words, slangs, homonym words, abbreviations, transliterations, foreign words, sound-imitating words and sound change words 2) Discourse and pragmatics strategies there are 10 strategies namely using rhetoric question, metaphor, twisting, dirty jokes, implications, creating illogical scenes, mockery, satires, self-compliments and self-accusations and mixed strategies.

These humor creation strategies In addition to creating fun for the audiences it also reflects the image of Thai society at that time very well. As well as seeing the behavior of people using new media in the Internet age society as well.

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความเมตตาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สำเนียงงาม อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระที่ได้สละเวลาอันมีค่า สละแรงกาย แรงใจ ให้คำปรึกษา แนะนำ ช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยตลอดมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี ลิ้มประเสริฐ ประธานกรรมการสอบ รองศาสตราจารย์ ดร. หม่อมหลวงจรัสวิไล จรุงญโรจน์ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้สละเวลาและกรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบแก้ไขให้การค้นคว้าอิสระเล่มนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมา ทีชะประเสริฐกุล ผู้เป็นแรงผลักดันให้ ผู้วิจัยพยายามก้าวไปถึงจุดหมายอย่างไม่ย่อท้อ ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรัตน์ แสงฉัตร แก้ว อาจารย์ผู้เป็นต้นแบบของการเป็นบัณฑิตสมสง่าศิลปากรของผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์วิรัช ศิริวัฒนนะนาวิน ผู้เปี่ยมด้วยความรักความเมตตาต่อศิษย์ทุกคน และให้คำปรึกษา แนะนำในทุก ๆ เรื่อง

นับตั้งแต่ที่ผู้วิจัยได้ก้าวเข้ามาสู่บ้านสีน้ำตาลในรั้วสีเขียว ตั้งแชหรือสีเขียวเวอร์ริเดียนแห่งนี้ ผู้วิจัย รู้สึกอบอุ่นยิ่งนัก ผู้วิจัยได้รับความรักความเมตตาจากคณาจารย์สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการพัฒนาอาชีพ ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ทุกท่าน รวมทั้งเพื่อนร่วมชั้นเรียน ปี 59 – 60 ทุก ๆ คน ที่คอยให้ คำปรึกษา ชี้แนะ เป็นกำลังใจ โดยไม่ได้ทำให้ผู้วิจัยรู้สึกแปลกแยกจากกลุ่มเนื่องด้วยวัยที่แตกต่าง แม้จบ การศึกษาในชั้นเรียนแล้ว ทว่าก็ยังทักทายไถ่ถามสารทุกข์สุกดิบ พุดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน และคอย เป็นกำลังใจให้กันและกันเรื่อยมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุก ๆ ท่าน และขอบพระคุณน้อง ๆ ร่วมชั้นเรียนทุกคนมา ณ ที่นี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้เขียนตำรา เอกสารงานวิจัยทุกชิ้นที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาและใช้เป็นแนวทาง ในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ รวมทั้งเจ้าของแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” ผู้ผลิตสื่อที่สร้างอารมณ์ขันให้ผู้วิจัยได้นำมา ศึกษาวิเคราะห์ในครั้งนี้อย่างดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ล่วงลับ ที่ได้ปลูกฝังนิสัยใฝ่การเรียนรู้ให้แก่ผู้วิจัย ขอขอบคุณบุตรชายและบุตรสาวที่เข้าใจและให้การสนับสนุนทั้งทุนทรัพย์และกำลังใจ โดยไม่เคยกังขาว่าอายุ มากแล้วจะเรียนไปเพื่ออะไร ดังที่มีผู้สงสัยกันมาก จนผู้วิจัยครั้นที่จะตอบคำถามเหล่านั้น

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอเป็นกำลังใจให้แก่ผู้อาวุโสทุกท่านที่มีความตั้งใจใคร่ศึกษาหาความรู้ หากมีโอกาส ได้เปิดการค้นคว้าอิสระเล่มนี้ ของงเชื่อมั่นในตนเองและประสบความสำเร็จดังที่หวังไว้

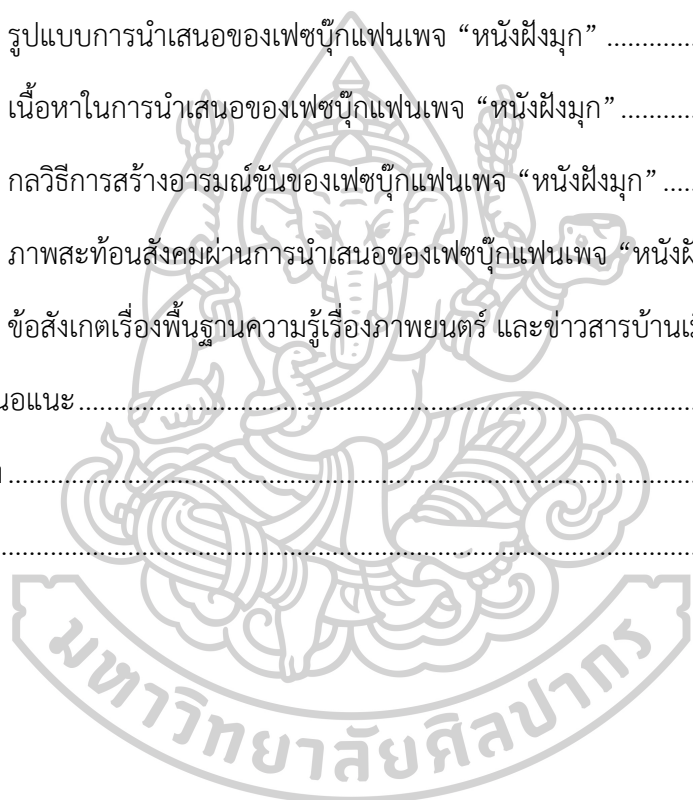
นาง พรพรรณ ฉายปรีชา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.3 สมมุติฐานของการศึกษา.....	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
1.6 วิธีดำเนินการศึกษา.....	4
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
บทที่ 2 รูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์”	24
2.1 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพ (Images).....	25
2.2 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความสถานะ (Status).....	34
2.3 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชัน (Caption).....	35
บทที่ 3 เนื้อหาในการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์”	44
3.1 เนื้อหาเกี่ยวกับวงการบันเทิง.....	45
3.2 เนื้อหาเกี่ยวกับวงการกีฬา	62

3.3	เนื้อหาเกี่ยวกับสังคม.....	71
3.4	เนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง	75
บทที่ 4	กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือมุก”	79
4.1	กลวิธีทางศัพท์	80
4.1.1	กลวิธีการใช้คำหยาบ	80
4.1.2	กลวิธีการใช้คำต้องห้าม	81
4.1.3	กลวิธีการใช้คำสแลง.....	82
4.1.4	กลวิธีการใช้คำพ้อง.....	84
4.1.5	กลวิธีการใช้อักษรย่อ.....	85
4.1.6	กลวิธีการใช้คำทับศัพท์.....	86
4.1.7	กลวิธีการใช้คำภาษาต่างประเทศ	88
4.1.8	กลวิธีการใช้คำเลียนเสียง.....	89
4.1.9	กลวิธีการเปลี่ยนเสียงของคำ	90
4.2	กลวิธีทางปริศนากับวาทศิลป์.....	91
4.2.1	กลวิธีการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์.....	91
4.2.2	กลวิธีการใช้อุปมา.....	92
4.2.3	กลวิธีการหักมุม.....	93
4.2.4	กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสัปดน	94
4.2.5	กลวิธีการบ่งชี้โดยนัย.....	95
4.2.6	กลวิธีการผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันโดยตรงเข้าด้วยกัน	97
4.2.7	กลวิธีการล้อเลียน.....	98
4.2.8	กลวิธีการเสียดสี.....	106
4.2.9	กลวิธีการชมและตำหนิตนเอง	110
4.2.10	กลวิธีผสม.....	112

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	114
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	114
5.1.1 รูปแบบการนำเสนอ	114
5.1.2 เนื้อหาในการนำเสนอ.....	114
5.1.3 กลวิธีการสร้างอารมณ์ชั้น.....	115
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	115
5.2.1 รูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก”	115
5.2.2 เนื้อหาในการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก”	116
5.2.3 กลวิธีการสร้างอารมณ์ชั้นของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก”	117
5.2.4 ภาพสะท้อนสังคมผ่านการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก”.....	119
5.2.5 ข้อสังเกตเรื่องพื้นฐานความรู้เรื่องภาพยนตร์ และข่าวสารบ้านเมือง	119
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	120
รายการอ้างอิง.....	121
ประวัติผู้เขียน.....	125



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 ภาพต้นแบบของ ดร. ชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ก่อนถูกนำไปล้อเลียน.....	7
ภาพที่ 2 ภาพมีมชัชชาติ รัฐมนตรีที่แข็งแกร่งที่สุดในปฐพี	7
ภาพที่ 3 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพถ่าย.....	25
ภาพที่ 4 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพวาดหรือภาพการ์ตูน	26
ภาพที่ 5 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพอินเทอร์เนตมีมจากภาพยนตร์.....	27
ภาพที่ 6 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพอินเทอร์เนตมีมจากละครโทรทัศน์	28
ภาพที่ 7 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพอินเทอร์เนตมีมจากข่าว	29
ภาพที่ 8 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพอินเทอร์เนตมีมจากภาพผสม	30
ภาพที่ 9 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม.....	31
ภาพที่ 10 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม	32
ภาพที่ 11 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม	32
ภาพที่ 12 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม	32
ภาพที่ 13 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม	32
ภาพที่ 14 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม	33
ภาพที่ 15 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม	33
ภาพที่ 16 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม	33
ภาพที่ 17 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม	33
ภาพที่ 18 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม	34
ภาพที่ 19 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม	34
ภาพที่ 20 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความสถานะ	34
ภาพที่ 21 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่นประกอบภาพถ่าย.....	35

ภาพที่ 22 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบภาพวาดหรือภาพการ์ตูน.....	36
ภาพที่ 23 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบภาพอินเทอร์เน็ตมีม	37
ภาพที่ 24 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบภาพรวมเป็นอัลบั้ม	38
ภาพที่ 25 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบวีดิทัศน์.....	39
ภาพที่ 26 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบลิงก์	40
ภาพที่ 27 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบการแพร่ภาพสด (Live).....	41
ภาพที่ 28 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบการสร้างแบบสำรวจความคิดเห็น.....	42
ภาพที่ 29 เนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์.....	45
ภาพที่ 30 เนื้อหาเกี่ยวกับละคร.....	45
ภาพที่ 31 เนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ซีรีส์.....	47
ภาพที่ 32 เนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน.....	48
ภาพที่ 33 เนื้อหาเกี่ยวกับรูปร่างลักษณะของตัวละคร.....	49
ภาพที่ 34 เนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจภาพยนตร์.....	50
ภาพที่ 35 เนื้อหาเกี่ยวกับนักแสดง.....	51
ภาพที่ 36 เนื้อหาเกี่ยวกับนักแสดง.....	52
ภาพที่ 37 เนื้อหาเกี่ยวกับผู้กำกับภาพยนตร์.....	53
ภาพที่ 38 เนื้อหาเกี่ยวกับผู้กำกับภาพยนตร์.....	54
ภาพที่ 39 เนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็น.....	55
ภาพที่ 40 เนื้อหาเกี่ยวกับการวิจารณ์ภาพยนตร์.....	56
ภาพที่ 41 เนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นหรือวิจารณ์นักแสดง.....	57
ภาพที่ 42 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนภาพยนตร์.....	58
ภาพที่ 43 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนละคร.....	59
ภาพที่ 44 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนตัวละคร.....	60
ภาพที่ 45 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนนักแสดง.....	61

ภาพที่ 46 เนื้อหาเกี่ยวกับสโมสรกีฬา.....	62
ภาพที่ 47 เนื้อหาเกี่ยวกับสโมสรกีฬา.....	63
ภาพที่ 48 เนื้อหาเกี่ยวกับนักกีฬา.....	65
ภาพที่ 49 เนื้อหาเกี่ยวกับโค้ชหรือผู้จัดการทีม.....	66
ภาพที่ 50 เนื้อหาเกี่ยวกับแฟนกีฬา.....	67
ภาพที่ 51 เนื้อหาเกี่ยวกับการเชียร์กีฬา.....	68
ภาพที่ 52 เนื้อหาเกี่ยวกับการเชียร์กีฬา.....	69
ภาพที่ 53 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียน.....	70
ภาพที่ 54 เนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคม.....	71
ภาพที่ 55 เนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคม.....	72
ภาพที่ 56 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนสังคม.....	73
ภาพที่ 57 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนสังคม.....	73
ภาพที่ 58 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนสังคม.....	74
ภาพที่ 59 เนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมือง.....	75
ภาพที่ 60 เนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมือง.....	76
ภาพที่ 61 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง.....	77
ภาพที่ 62 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนการเมือง.....	78
ภาพที่ 63 กลวิธีการใช้คำหยาบ.....	80
ภาพที่ 64 กลวิธีการใช้คำตอ้งห้าม.....	82
ภาพที่ 65 กลวิธีการใช้คำสแลง.....	83
ภาพที่ 66 กลวิธีการใช้คำพ้อง.....	84
ภาพที่ 67 กลวิธีการใช้อักษรย่อ.....	85
ภาพที่ 68 กลวิธีการใช้คำทับศัพท์.....	87
ภาพที่ 69 กลวิธีการใช้คำภาษาต่างประเทศ.....	88

ภาพที่ 70 กลวิธีการใช้คำเลียนเสียง.....	89
ภาพที่ 71 กลวิธีการเปลี่ยนเสียงของคำ.....	90
ภาพที่ 72 กลวิธีการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์.....	91
ภาพที่ 73 กลวิธีการใช้อุปลักษณ์.....	92
ภาพที่ 74 กลวิธีการหักมุม.....	94
ภาพที่ 75 กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสัปดน.....	95
ภาพที่ 76 กลวิธีการบ่งชี้โดยนัย.....	96
ภาพที่ 77 กลวิธีการผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันโดยตรงเข้าด้วยกัน.....	97
ภาพที่ 78 กลวิธีการล้อเลียนภาพยนตร์.....	98
ภาพที่ 79 กลวิธีการล้อเลียนละครโทรทัศน์.....	99
ภาพที่ 80 กลวิธีการล้อเลียนวงการกีฬา.....	100
ภาพที่ 81 กลวิธีการล้อเลียนวงการกีฬา.....	101
ภาพที่ 82 กลวิธีการล้อเลียนสังคม.....	102
ภาพที่ 83 กลวิธีการล้อเลียนสังคม.....	103
ภาพที่ 84 กลวิธีการล้อเลียนการเมือง.....	104
ภาพที่ 85 กลวิธีการล้อเลียนการเมือง.....	105
ภาพที่ 86 ภาพต้นแบบที่ใช้ในการล้อเลียน.....	105
ภาพที่ 87 กลวิธีการล้อเลียนการเมือง.....	106
ภาพที่ 88 กลวิธีการเสียดสีเหตุการณ์ในสังคม.....	107
ภาพที่ 89 กลวิธีการเสียดสีเหตุการณ์ในสังคม.....	108
ภาพที่ 90 กลวิธีการเสียดสีการเมือง.....	109
ภาพที่ 91 กลวิธีการเสียดสีการเมือง.....	110
ภาพที่ 92 กลวิธีการชมตนเอง.....	111
ภาพที่ 93 กลวิธีการตำหนิตนเอง.....	111

ภาพที่ 94 กลวิธีผสม..... 112



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่ระบบอินเทอร์เน็ตแพร่หลายไปทั่วโลก สื่อใหม่ต่าง ๆ ก็เกิดขึ้นตามมามากมาย สื่อใหม่ (New Media) เกิดจากการพัฒนาระบบเทคโนโลยีการสื่อสารให้มีความทันสมัยและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ ฐิตินัน บัญญาภาพ คอมมอน (2556 : 5) ได้อธิบายความหมายของสื่อใหม่ว่า

สื่อใหม่ (New Media) หรือชื่อเต็มว่า สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (New Digital Media/NDM) หมายถึง สิ่งที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกัน เป็นการสื่อสารสองทาง (Two Way Communication) นอกจากนี้ สื่อใหม่ยังมีคุณสมบัติพิเศษในการส่งสารได้หลายรูปแบบ คือ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ข้อความ และสื่อแบบประสม

ดังนั้น สื่อใหม่ (New Media) จึงเป็นระบบการสื่อสารสองทางโดยผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ อาทิ ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ฯลฯ แต่สื่อใหม่ที่ผู้คนนิยมใช้กันมากนั้น ได้แก่ เฟซบุ๊ก ตามข้อมูลจากเว็บไซต์ Brand Buffet เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 ระบุว่า กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีผู้ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุดในโลก

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ชนิดหนึ่ง ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2004 หรือ พ.ศ. 2548 โดยมาร์ก เอลเลียต ซักเคอร์เบิร์ก (Mark Elliot Zuckerberg) และเพื่อนนักศึกษาในมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University) ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลาย ๆ กิจกรรมกับผู้ใช้ Facebook คนอื่น ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นถกเถียงในเรื่องที่สนใจ โพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความ หรือบล็อก แชตคุยกันแบบสด ๆ หรือเล่นเกมแบบเป็นกลุ่ม และยังสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน (Applications) ที่มีอยู่อย่างมากมาย ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวได้ถูกพัฒนาเข้ามาเพิ่มเติมอยู่เรื่อย ๆ (คู่มือการใช้งาน Facebook เบื้องต้น, 2561 : 3)

เฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) เป็นหน้าเพจ (Page) ที่ทางเฟซบุ๊กพัฒนาขึ้นมาเพื่อให้ผู้ใช้สามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ หรือถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ที่ต้องการ เช่น แจกข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม แนะนำผลิตภัณฑ์ สินค้า บริการ หรือเผยแพร่ข้อมูล ความรู้ต่าง ๆ ให้แก่ผู้ที่สนใจ หรือกำลังมองหาในสิ่งต่าง ๆ นั้น สามารถใช้ Facebook Fanpage ได้ทั้งในเชิงธุรกิจ การตลาด การบริการ การศึกษา ให้ความรู้ ความบันเทิง ฯลฯ (Facebook Fanpage คืออะไร, 2564)

ปัจจุบันมีแฟนเพจเกิดขึ้นมากมายหลายประเภท ทั้งให้ความรู้ เช่น แฟนเพจของโรงพยาบาลหรือหน่วยงานสาธารณสุขที่ให้ความรู้เกี่ยวกับโรคภัยและวิธีการป้องกันโรคต่าง ๆ หรือวิธีดูแลรักษาสุขภาพอย่างถูกวิธี แฟนเพจที่ให้ความบันเทิง เช่น เพจเสพย์สากล¹ ที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับเพลงสากลทั้งยุคเก่าและยุคใหม่ เพจที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับภาพยนตร์ทั้งโฆษณาประชาสัมพันธ์ รีวิวภาพยนตร์ เช่น เพจอวยไส้แตกแหกไส้ฉีก เพจตัวร้อนป๊อปคอร์นชีส เพจหนังฝั่งมุก ฯลฯ โดยแต่ละเพจจะมีรูปแบบการนำเสนอแตกต่างกันไป แต่ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เพจหนังฝั่งมุกมักนำเรื่องราวที่กำลังเป็นประเด็นทางสังคมนอกเหนือจากเรื่องราวของภาพยนตร์มานำเสนอโดยสอดแทรกมุกตลกต่าง ๆ เข้าไปด้วยเสมอ

แฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” (Nang Fang Mook Fanpage) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2558 มีจำนวนผู้กดถูกใจ 1,001,206 คน และมีจำนวนผู้ติดตาม 1,017,872 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2564) โดยส่วนใหญ่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับภาพยนตร์ ซีรีส์ ละคร และเรื่องราวต่าง ๆ ในวงการบันเทิง ทั้งประชาสัมพันธ์ แนะนำ ดิชม วิพากษ์วิจารณ์ หรือรีวิวภาพยนตร์ ซีรีส์ ละครต่าง ๆ ความน่าสนใจของเพจหนังฝั่งมุกที่ผู้วิจัยสังเกตเห็น คือ ผู้ดูแลเพจ (Admin) มักหยิบยกเรื่องราวที่กำลังเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์หรือเป็นกระแสสังคมอยู่ในขณะนั้น เพื่อล้อเลียน เสียดสี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวของผู้คนในวงการบันเทิง ผู้คนในสังคม การเมือง หรือวงการกีฬา ด้วยรูปแบบหลากหลาย อาทิ ภาพตัดแปด ที่นำภาพจากข่าวหรือจากภาพยนตร์มาผสมผสานกันได้อย่างสัมพันธ์กัน หรือการสร้างสรรคดีพิศน์ด้วยเทคนิคต่าง ๆ ซึ่งจะสอดแทรกมุกตลกเข้าไปทั้งในรูปภาพและข้อความแสดงความคิดเห็น (Comment) หรือข้อความอธิบายภาพ (Caption) โดยมีการใช้ภาษาที่ทำให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขันเมื่อได้พบเห็น แฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” จัดประเภทแฟนเพจของตนเองอยู่ในหมวด “Film : Just for fun” หรือ “ภาพยนตร์ : เพื่อความสนุก” และมีข้อความแนะนำเพจว่า “อย่าหนีฮิตกับมุกตลกล้อเลียน แซะ จิกกัดทุกเรื่องราว”

ด้วยข้อมูลดังกล่าวข้างต้นนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” มีรูปแบบ เนื้อหาอะไรบ้าง และมีกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันหรือมีวิธีการสอดแทรกมุกตลกในเนื้อหาที่นำเสนอขึ้นอย่างไร

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก”
- 1.2.2 เพื่อศึกษาเนื้อหาในการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก”
- 1.2.3 เพื่อศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก”

¹ คำว่า “เสพย์สากล” เป็นการสะกดคำตามแฟนเพจเสพย์สากล

1.3 สมมุติฐานของการศึกษา

1.3.1 เฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” เป็นเพจที่มีรูปแบบการนำเสนอหลากหลาย ทั้งนำเสนอด้วยภาพ นำเสนอด้วยข้อความ นำเสนอด้วยวิดีโอ นำเสนอด้วยการแบ่งปันลิงก์ และ นำเสนอด้วยการแพร่ภาพสด

1.3.2 เฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” เป็นเพจที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ ละคร เรื่องราวในวงการกีฬา เรื่องราวในสังคม และเรื่องราวเกี่ยวกับการเมือง

1.3.3 เฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” มีกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันด้วยการใช้ภาษา ทั้งกลวิธีทางศัพท์และกลวิธีทางปริศนากับวงจวนปฏิบัติศาสตร์ เช่น กลวิธีการใช้คำหยาบ กลวิธีการใช้ คำต้องห้าม กลวิธีการใช้คำสแลง กลวิธีการใช้คำพ้อง กลวิธีการหักมุม กลวิธีการทำให้เป็นเรื่อง สัปดน กลวิธีการใช้อุปลักษณ์โดยนัย

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” ครั้งนี้ มีขอบเขต ข้อมูลอยู่ที่สถานะหรือโพสต์ (Post) ของเพจตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562 รวม 24 เดือน มีจำนวนโพสต์ทั้งสิ้น 1,177 โพสต์ โดยการศึกษาแบบการนำเสนอและ เนื้อหาจะศึกษาจากจำนวนโพสต์ทั้งสิ้นดังกล่าว ส่วนการศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน ผู้วิจัย ศึกษาเฉพาะอินเทอร์เน็ตมีมที่ทำให้เกิดความตลกขบขันซึ่งสร้างสรรค์ขึ้นโดยผู้ดูแลเพจ “หนังสือพิมพ์” จำนวน 296 โพสต์ ไม่ได้ศึกษาภาพเคลื่อนไหวหรือวิดีโอ ภาพถ่าย หรือภาพตัดแปลงที่แบ่งปันมา จากแฟนเพจอื่น ๆ สาเหตุที่เลือกกลุ่มข้อมูลดังกล่าว 296 โพสต์นี้ เนื่องจากเป็นภาพที่ผู้ดูแลเพจ สร้างสรรค์ขึ้นเองและมีกลวิธีต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 โพสต์ (Post) หมายถึง การสร้างสถานะบนหน้ากระดานข่าวหรือกระดานข้อความ (Wall) ทั้งรูปภาพ ข้อความและอื่น ๆ

1.5.2 อินเทอร์เน็ตมีม (Internet Meme) หมายถึง กระแสส่งต่อวัฒนธรรม มุกตลก หรือ อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด จากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่งอย่างรวดเร็วบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยผ่านสื่อ ประเภทภาพ วิดีทัศน์ ข้อความ ฯลฯ

1.5.3 ภาพอินเทอร์เน็ตมีม หมายถึง ภาพที่ดัดแปลง ตัดต่อ หรือตกแต่งให้ต่างไปจากภาพ เดิม เพื่อถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด หรือล้อเลียนเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและส่งต่อกันผ่านทาง อินเทอร์เน็ต

1.6 วิธีดำเนินการศึกษา

1.6.1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากโพสต์ของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562 รวม 24 เดือน จำนวนทั้งสิ้น 1,177 โพสต์

1.6.2 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อใหม่ เฟซบุ๊กแฟนเพจ และกลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน

1.6.3 วิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์”

1.6.4 วิเคราะห์เนื้อหาในการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์”

1.6.5 คัดแยกโพสต์ภาพอินเทอร์เนตมีมที่ทำให้เกิดความตลกขบขันซึ่งสร้างสรรค์ขึ้นโดยผู้ดูแลเพจ “หนังสือพิมพ์” รวมทั้งสิ้นจำนวน 296 โพสต์ 296 ภาพ

1.6.6 วิเคราะห์กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” โดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์จากงานวิจัยของญาคา ซาญบ์ญูซี (2551) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ครั้งนี้

1.6.7 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ทำให้เข้าใจรูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์”

1.7.2 ทำให้เข้าใจเนื้อหาในการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์”

1.7.3 ทำให้เข้าใจกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์”

1.7.4 ทำให้เข้าใจสภาพสังคมในช่วงเวลานั้นผ่านการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์”

1.8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1.8.1 ความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เนตมีม (Internet Meme)

1.8.2 แนวคิดเกี่ยวกับอารมณ์ขัน (Humor)

1.8.2.1 ทฤษฎีอารมณ์ขัน

1.8.2.2 กลวิธีทางภาษาที่สร้างอารมณ์ขัน

1.8.3 งานวิจัยที่เกี่ยวกับอารมณ์ขัน

1.8.1 ความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตมีม (Internet Meme)

ดังที่ได้กล่าวไว้ตอนต้นแล้วว่า นับตั้งแต่ระบบอินเทอร์เน็ตแพร่หลายไปทั่วโลกนั้นได้ก่อให้เกิดสื่อใหม่ต่าง ๆ ตามมามากมาย และสื่อใหม่นี้ก็ได้ทำให้เกิดกิจกรรมการสื่อสารของผู้คนพัฒนาไปตามสถานการณ์ต่าง ๆ เกิดวัฒนธรรมการส่งต่อข้อมูลแบบแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว โดยวัฒนธรรมดังกล่าวนี้เรียกว่า “มีม” (Meme) สำนักงานราชบัณฑิตยสภาได้ให้ความหมายของคำว่า “มีม” (Meme) ไว้ว่า หมายถึง ความคิด ความเชื่อ ภูมิปัญญา และวรรณคดีต่าง ๆ ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตนำมาเลียนแบบ ดัดแปลง สร้างเสริม และแพร่กระจายอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง อาจเป็นแนวตลกในลักษณะของข้อความ การ์ตูน สัญลักษณ์ คลิปวิดีโอ แอนิเมชัน (animation) ฯลฯ (สำนักงานราชบัณฑิตยสภาแผนพจนานุกรม, 2563)

ส่วนเว็บไซต์ Merriam-Webster Dictionary (2021) ได้อธิบายว่า มีม (Meme) เป็นคำนาม และให้ความหมายของมีมไว้ 2 ประเด็น พอสรุปได้ว่า 1) หมายถึง ความคิด พฤติกรรม รูปแบบ ที่ถูกส่งต่อจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง และ 2) หมายถึง รูปภาพ วิดีโอ หรืออื่น ๆ ที่น่าขบขันหรือน่าสนใจที่เผยแพร่อย่างกว้างขวางผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ศรีษฐ์ ลิ้มตระกูล (2557 : 46) ได้อธิบายว่า อินเทอร์เน็ตมีม (Internet Meme) คือ แนวความคิดหรือกระแสที่เผยแพร่ไปทั่วอินเทอร์เน็ต เป็นคำที่หมายถึงการแพร่กระจายของเนื้อหาจากคนหนึ่งสู่คนหนึ่ง หรือเป็นปรากฏการณ์แพร่ อินเทอร์เน็ตมีมถือเป็นรูปแบบศิลปะชนิดหนึ่ง โดยพื้นฐานที่สุดแล้ว อินเทอร์เน็ตมีม คือ การแพร่กระจายผ่านทางไฟล์ดิจิทัลหรือไฮเปอร์ลิงก์จากคนหนึ่งไปอีกคนหนึ่ง โดยวิธีต่าง ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นอีเมล บล็อก บริการเครือข่ายสังคม เมสเซนเจอร์ เนื้อหามักจะเป็นการพูดหรือเรื่องตลก ขำวลี ภาพตัดต่อ หรือภาพต้นฉบับเว็บไซต์ คลิปวิดีโอ หรือแอนิเมชัน หรือข่าวไม่ปกติ รวมถึงอื่น ๆ อีกมากมาย อินเทอร์เน็ตมีมอาจจะมีการแปรเปลี่ยน ไม่ว่าจะผ่านคำวิจารณ์ มีการลอกเลียนแบบ หรือการทำล้อเลียน หรือแม้กระทั่งการสะสมข่าวเกี่ยวกับตัวมันเองไปเรื่อย ๆ อินเทอร์เน็ตมีมมีแนวโน้มว่าจะเกิดและแพร่กระจายอย่างหนัก ในบางครั้งอาจได้รับความนิยมได้ภายในไม่กี่วัน

ภูษณา ถนอมศักดิ์ (2558 : 24 – 25) กล่าวว่า มีม (Meme) คือ วัฒนธรรมอันได้แก่ ความคิด ความเชื่อ วิถีชีวิต ตลอดจนการแสดงออกทางพฤติกรรมของมนุษย์ที่มีการเลียนแบบ ดัดแปลงแล้วส่งต่อแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว กลายเป็นที่นิยม และได้รับการปฏิบัติตาม (เลียนแบบ) วนไปตามกระบวนการเช่นนี้เรื่อยไปจนกว่าจะถึงวาระของมีมใหม่เข้ามาแทน ซึ่งโดยมากมีมีมหนึ่ง ๆ จะมีอายุไม่นาน ขึ้นอยู่กับความแข็งแกร่งของมีมนั้นและประสิทธิภาพของมีมใหม่ที่เข้ามา เมื่อมีมเป็นรูปแบบการสื่อสารที่แพร่หลายในยุคปัจจุบัน จึงเกิดคำว่า “อินเทอร์เน็ตมีม Internet Meme” เนื่องจากมีมีมเหล่านี้เกิดขึ้นในอินเทอร์เน็ต และแพร่กระจายได้เร็วขึ้นและง่ายตายขึ้น ตลอดจนปฏิสัมพันธ์กันได้สะดวกยิ่งขึ้นเมื่อกระทำผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วย แต่ความหมายและลักษณะของมีมแคบเข้ากว่าเดิม

กล่าวคือ อินเทอร์เน็ตมีม คือ สิ่งสื่อสารกันเป็นปกติในอินเทอร์เน็ตด้วยข้อความ (Text) รูปภาพ (Images) และเสียง (Audio) โดยที่สารเหล่านั้นเป็นหน่วยข้อมูลที่ถูกส่งต่อจากคนหนึ่งสู่อีกคนหนึ่ง กระจายจากสมองหนึ่งสู่อีกสมองหนึ่ง โดยมีอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการแพร่กระจายความคิดนั้น ได้ง่ายและเร็วขึ้น

จากความหมายของอินเทอร์เน็ตมีมดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า อินเทอร์เน็ตมีม (Internet Meme) ก็คือ กระแสการส่งต่อวัฒนธรรม มุกตลก หรืออารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดจากคนหนึ่ง ไปสู่อีกคนหนึ่งอย่างรวดเร็วในโลกอินเทอร์เน็ต โดยผ่านสื่อประเภทภาพตัดแปลง วิดิทัศน์ ข้อความ ฯลฯ

อนึ่ง ภาพตัดแปลง ตัดต่อ หรือตกแต่งให้ต่างไปจากภาพเดิม ซึ่งส่วนใหญ่ถ่ายทอด ความรู้สึกนึกคิด หรือล้อเลียนเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและส่งต่อกันผ่านทางอินเทอร์เน็ต ผู้วิจัย จะเรียกว่า ภาพอินเทอร์เน็ตมีม

ตัวอย่างภาพอินเทอร์เน็ตมีมที่แพร่หลายอย่างมากในช่วง ปี พ.ศ. 2556 - 2557 ได้แก่ ภาพของรองศาสตราจารย์ ดร.ชัชชาติ สิทธิพันธุ์ อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม สมัยรัฐบาลนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ที่มีผู้นำไปตัดต่อ ตัดแปลง จำนวนมากจนเกิดเป็นปรากฏการณ์ “ชัชชาติมีม” หรือ “มีมชัชชาติ รัฐมนตรีที่แข็งแกร่งที่สุดในปฐพี” สืบเนื่องมาจากที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ “ชัชชาติ สิทธิพันธุ์ Fan Club” โปสต์ภาพ ดร.ชัชชาติ ในชุดเสื้อยืดแขนกุด กางเกงขาสั้น ไม่สวมรองเท้า เดินถือถุงกับข้าวเข้าวัดเพื่อใส่บาตรพระหลังจากวิ่งออกกำลังกายในตอนเช้า เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความประกอบภาพหรือแคปชัน (Caption) ว่า

“ภาพพี่น้องที่สุรินทร์แอบถ่าย ส่งมาให้เรา รัฐมนตรีตีนเปล่า คุณชัชชาติ เดินถือถุงกับข้าวไปรอใส่บาตรพระตอนเช้า ภาพหายากขอบคุณมากครับที่ส่งมาให้”

หลังจากภาพดังกล่าวแพร่ออกไป ต่างมีเสียงวิพากษ์วิจารณ์จากผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ว่า “รัฐมนตรีรายนี้โคตรถึก บึกบึน ทนทาน” และหลังจากนั้นภาพของดร.ชัชชาติก็ถูกนำไปตัดต่อ ตัดแปลง และส่งต่อกันผ่านทางอินเทอร์เน็ตอย่างรวดเร็ว และนั่นก็เป็นที่มาของคำว่า “รัฐมนตรีที่แข็งแกร่งที่สุดในปฐพี” (Posttoday, 2557) เนื่องจากมีการตัดต่อภาพ ดร.ชัชชาติ ต่อสู้กับเหล่าร้าย ทั้งในภาพยนตร์ซูเปอร์ฮีโร่และในการ์ตูนแอนิเมชัน อย่างไรก็ตาม ยังพบว่ามีคนนำภาพดร.ชัชชาติ ไปตัดต่อตัดแปลงล้อเลียนตัวการ์ตูนและตัวละครมานี้ในหนังสือแบบเรียนชั้นประถมอีกด้วย



ภาพที่ 1 ภาพต้นแบบของ ดร. ชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ก่อนถูกนำไปดัดแปลง
ที่มา : <https://faceblog.in.th/2014/02/chadchart-meme-explained/>



ภาพที่ 2 ภาพمیمชัชชาติ รัฐมนตรีที่แข็งแกร่งที่สุดในปฐพี
ที่มา : <https://faceblog.in.th/2014/02/chadchart-meme-explained/>

1.8.2 แนวคิดเกี่ยวกับอารมณ์ขัน (Humor)

อารมณ์ขัน (Humor) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง ลักษณะนิสัยที่มักเห็นเรื่องต่าง ๆ เป็นเรื่องขวนขัน ซึ่งโดยทั่วไปแล้วอุปนิสัยของคนไทยมักเป็นคนมีอารมณ์ขัน สอดคล้องกับหัวข้อบทความของนักหนังสือพิมพ์ท่านหนึ่งว่า “คนไทยกับ ‘อารมณ์ขัน’ หน้าสีหน้าขวานกัซันได้” (ไทยรัฐออนไลน์, 2561) และงานวิจัยของวิภาพร กล้าวิทย์กิจ (2548 : 1) ที่กล่าวว่า

“คนไทยเป็นชาติที่มีอารมณ์ขันและแสดงอยู่ตลอดเวลาในรูปแบบที่หลากหลาย การแสดงอารมณ์ขันของคนไทยมีทั้งแสดงออกทางอาการล้อเลียน ภาพวาดล้อเลียน และแสดงออกด้วยถ้อยคำ ไม่ว่าจะอยู่ในภาวะใดก็ตาม ล้วนสามารถใช้เป็นอารมณ์ขันได้ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นภาวะเกิด ภาวะแก่ ภาวะเจ็บ ภาวะตาย หรือภาวะที่ทุกข์โศกเรื่องใด ๆ ก็ตาม อารมณ์ขันเหล่านี้จะแสดงให้เห็นได้จาก ถ้อยคำสำนวนต่าง ๆ เช่น ภาวะเกิด “คนจะเกิดชิงหมาเกิด” เป็นการนำคนบางส่วนไปเปรียบกับสุนัขซึ่งอยู่ในฐานะที่ต่ำกว่า ภาวะแก่ “ถึงแก่แต่แรงดี” มีความหมายโดยนัยสื่อไปทางเพศ ภาวะตาย “เมียตายไม่เสียตายเท่าเหล่าหก” แสดงให้เห็นว่าเห็นเหล่าดีกว่าเมีย ตัวอย่างที่ยกมาข้างต้นสนับสนุนเด่นชัดว่าคนไทยเป็นชาติที่ร่ำรวยอารมณ์ขัน”

ฐานิตย์ เอี่ยมอุตุมะ (2551 : 1) กล่าวว่า อารมณ์ขันเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ เพราะเมื่อเราประสบปัญหาหรือมีความทุกข์ใจ อารมณ์ขันจะช่วยทำให้เกิดความผ่อนคลาย การยิ้มหรือการหัวเราะ จะช่วยทำให้ร่างกายกระชุ่มกระชวย สมองปลอดโปร่ง จิตใจแจ่มใส มีพลังพร้อมที่จะเริ่มต้นปฏิบัติการกิจต่าง ๆ อย่างเต็มที่อีกครั้ง ด้วยเหตุปัจจัยข้างต้นทำให้มนุษย์พยายามแสวงหาอารมณ์ขันจากความบันเทิงเพื่อช่วยผ่อนคลายความเคร่งเครียดในชีวิตประจำวัน

จันทิมา หวังสมโชค (2549 : 105) กล่าวว่า อารมณ์ขัน (Humor) หมายถึง ความรู้สึกที่บ่งบอกให้ทราบว่าสิ่งที่พบเห็นหรือได้ยินนั้นตลก การแสดงออกซึ่งความรู้สึกนี้มักจะเป็นอาการยิ้มหรือหัวเราะ

ญาติา ซาญบัญญัติ (2551 : 6) กล่าวว่า อารมณ์ขัน (Humour) หมายถึง ความรู้สึกที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน ขบขัน หรือหัวเราะ

ธีรยุทธ์ เกษบุตร (2555 : 14) กล่าวว่า อารมณ์ขัน หมายถึง ความรู้สึกทางจิตใจของบุคคลอันมีผลให้เกิดอาการยิ้ม อาการหัวเราะ ชอบใจ

ปวริศ มินา (2561 : 2301) กล่าวว่า อารมณ์ขัน เป็นอารมณ์ที่ทำให้มนุษย์เกิดการผ่อนคลาย เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากการแสดงพฤติกรรมหรืออากัปกริยา เป็นเครื่องมือทางความคิดอันสำคัญของมนุษยชาติ

วิภาพร กล้าวิทย์กิจ (2548 : 5) กล่าวว่า อารมณ์ขันมีส่วนสำคัญสำหรับมนุษย์ เพราะเป็นการสร้างความบันเทิง ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน ผ่อนคลายความตึงเครียดและเป็นที่ยินชอบสำหรับทุกคน

หนึ่งฤทัย ชวนะลิขิกร (2551 : 6) กล่าวว่า อารมณ์ขัน หมายถึง ความรู้สึกที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน ขบขัน หรือหัวเราะ

อุมาภรณ์ สังขมาน (2559 : 162) กล่าวว่า อารมณ์ขันหรือความตลกขบขัน เป็นเครื่องมือประเภทหนึ่งสำหรับการจัดการกับความสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์ เพราะว่าความตลกขบขันของผู้พูดสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ร่วมสนทนาได้

จากนิยามดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า อารมณ์ขัน หมายถึง ความรู้สึกทางอารมณ์ที่ทำให้มนุษย์ผ่อนคลายเมื่อได้พบเห็นเรื่องราวอย่างใดอย่างหนึ่ง และแสดงออกมาในรูปของการยิ้มหรือหัวเราะ

1.8.2.1 ทฤษฎีอารมณ์ขัน

ผู้วิจัยหลายท่านได้สรุปทฤษฎีอารมณ์ขันไว้ 3 กลุ่มใหญ่ อย่างสอดคล้องกัน ได้แก่ 1) ทฤษฎีความเหนือกว่า (Superiority Theories) 2) ทฤษฎีความไม่เข้ากัน (Incongruity Theories) และ 3) ทฤษฎีการปลดปล่อยและการผ่อนคลาย (Release and Relief Theories) ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างคำอธิบายของผู้วิจัย 3 ท่าน ได้แก่ กาญจนา เจริญเกียรติบวร ญาดา ชาญบัญญัติ และสุวรรณา งามเหลือ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กาญจนา เจริญเกียรติบวร (2548 : 19) ได้จำแนกทฤษฎีอารมณ์ขันเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ 1) ทฤษฎีความเหนือกว่า (Superiority Theory) 2) ทฤษฎีความผ่อนคลาย (Relief Theory) และ 3) ทฤษฎีความไม่เข้ากัน (Incongruity Theory) ซึ่งมีเนื้อหาสอดคล้องกับงานวิจัยของผู้วิจัยอีกหลายท่าน โดยกาญจนา สรุปทฤษฎีอารมณ์ขันไว้ ดังนี้

“โดยสรุปแล้ว ทฤษฎีแรก คือ ทฤษฎีความเหนือกว่า เน้นอธิบายถึงเหตุปัจจัยทางสังคม ทฤษฎีที่สอง คือ ทฤษฎีความผ่อนคลาย เน้นอธิบายถึงเหตุปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับเหตุปัจจัยทางสังคมด้วย ทั้งสองทฤษฎีจัดว่าอยู่ในกลุ่มเน้นสาเหตุของการเกิดอารมณ์ขัน ขณะที่ทฤษฎีที่สามจะต่างออกไป คือ ทฤษฎีความไม่เข้ากัน ทฤษฎีนี้นับว่าเป็นทฤษฎีแรก ๆ ที่เริ่มหันมาพูดถึงโครงสร้างของปรากฏการณ์ที่จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ขันได้ โดยที่นักทฤษฎีในกลุ่มนี้ทุกคน

เห็นตรงกันว่า “ความไม่เข้ากัน” เป็นเงื่อนไขพื้นฐานในการนิยามปรากฏการณ์ตลกขบขัน แต่ก็มีนักทฤษฎีบางคนเห็นว่าสิ่งนี้เป็นเพียงเงื่อนไขที่จำเป็น แต่ไม่ใช่เงื่อนไขที่พอเพียง (sufficient condition) ในการที่จะแยกปรากฏการณ์ตลกขบขันออกจากปรากฏการณ์อื่น ๆ ที่ไม่ตลกขบขัน”

ญาดา ซาญบัจญชี (2551 : 10, 11) ได้อธิบายถึงทฤษฎีอารมณ์ขันไว้พอสรุปได้ว่า

“แนวคิดทฤษฎีที่สำคัญเกี่ยวกับอารมณ์ขันสามารถแบ่งเป็นทฤษฎีใหญ่ ๆ ได้ 3 กลุ่ม คือ 1) ทฤษฎีความเหนือกว่า (Superiority Theories) ทฤษฎีนี้มีพื้นฐานมาจากคำกล่าวที่ว่ารากฐานของการหัวเราะ คือ ความรู้สึกมีชัยชนะเหนือผู้อื่น กล่าวคือ ความปิติยินดีเกิดจากการเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่นที่ด้อยกว่า เช่น โง่กว่า น่าเกลียดกว่า โศคร้ายกว่า อ่อนแอกว่า เป็นต้น 2) ทฤษฎีความไม่เข้ากัน (Incongruity Theories) รากฐานของทฤษฎีนี้ คือ อารมณ์ขันเกิดจากความเข้ากันไม่ได้ ความไม่ลงรอยกัน สิ่งที่เกิดไปจากมาตรฐานของสังคม นั่นก็คือ ความไม่เข้ากัน หรือความไม่ถูกต้องเหมาะสม การจับคู่ผิดของการนำเสนอทางความคิด หรือสถานการณ์ที่ผิดแผกออกไปจากธรรมเนียมเดิม เช่น คนที่อายุมากทำกริยาเป็นเหมือนเด็กผู้ชายแก่งทำกริยาเหมือนผู้หญิง การใช้คำพูดที่ผิดต่อบริบท เช่น นำศัพท์ที่เป็นทางการหรือศัพท์วิชาการมาใช้ในการเล่าเรื่องอารมณ์ขัน เป็นต้น และ 3) ทฤษฎีการปลดปล่อยและการผ่อนคลาย (Releases and Relief Theories) ทฤษฎีนี้เกี่ยวข้องกับการปลดปล่อยอารมณ์จากความเครียดหรือความคับข้องใจให้ลดน้อยลง ซึ่งสอดคล้องกับที่สเปนเซอร์ (Spencer, 1860 : 256) กล่าวว่า การมีพลังงานมากเกินไปของอารมณ์ขัน พลังงานของประสาทที่เกิดขึ้นอย่างไร้จุดหมาย พลังงานเหล่านี้จะหาทางออก โดยวิธีการอ่อนลง ซึ่งเห็นได้จากอวัยวะที่ใช้ในการพูด และกล้ามเนื้อของการหายใจ เช่น การยิ้มให้เพื่อนเมื่องานเสร็จแล้ว ซึ่งเป็นเหมือนการบอกสัญญาณการผ่อนคลาย และเนื่องด้วยชีวิตคนเราที่เต็มไปด้วยความกดดันจากปัญหา ความรู้สึกที่ถูกกดดันจึงถูกปล่อยออกมาในรูปเสียงหัวเราะ”

นอกจากนี้ สุวรรณ งามเหลือ (2556 : 46) ยังได้สรุปทฤษฎีอารมณ์ขันทั้ง 3 กลุ่มใหญ่ไว้ โดยมีเนื้อหาสอดคล้องกับกาญจนา เจริญเกียรติบรร และญาดา ซาญบัจญชี ดังนี้

“ทฤษฎีอารมณ์ชั้น 3 ทฤษฎี ทฤษฎีแรก ได้แก่ “ทฤษฎีการเหนือกว่า และการทำให้ด้อยลง” หรือ “ทฤษฎีข่มขู่” เป็นทฤษฎีที่เชื่อว่า ผู้คนจะหัวเราะได้ เมื่ออยู่ในตำแหน่งเหนือผู้อื่นและเมื่อเห็นความบกพร่องของผู้อื่น เป็นความพยายาม ทำให้ผู้อื่นด้อยลง ทฤษฎีที่สอง ได้แก่ “ทฤษฎีความไม่เข้ากัน” หรือ “ทฤษฎีผิดฝาผิดตัว” ทฤษฎีนี้เชื่อว่า ผู้คนจะหัวเราะได้เมื่อเห็นสิ่งที่ไม่สอดคล้องกันหรือความไม่เข้ากันมาอยู่ร่วมกันทำให้เกิดการหักมุม และทฤษฎีที่สาม ได้แก่ “ทฤษฎีความผ่อนคลายจากการหลุดพ้น” หรือ “ทฤษฎีปลดปล่อย” ที่เชื่อว่าผู้คนจะหัวเราะได้เมื่อได้รับการปลดปล่อยหรือผ่อนคลายจากกฎเกณฑ์ข้อบังคับ จากความทุกข์กังวล ความเก็บกดหรือการสะกดกลั่นความรู้สึกทางเพศและความก้าวร้าวหรือเรื่องต้องห้าม”

จากข้อสรุปเกี่ยวกับทฤษฎีอารมณ์ชั้นดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจะได้ใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์กลวิธีการสร้างอารมณ์ชั้นของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” ต่อไป

1.8.2.2 กลวิธีทางภาษาที่สร้างอารมณ์ชั้น

นอกจากทฤษฎีอารมณ์ชั้นทั้ง 3 กลุ่มใหญ่ที่กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น ผู้วิจัยหลายท่านยังได้อธิบายกลวิธีทางภาษาที่สร้างอารมณ์ชั้นซึ่งเกี่ยวข้องกับทฤษฎีอารมณ์ชั้นไว้อีกด้วย อาทิ กาญจนนา เจริญเกียรติบรร (2548 : 19) อธิบายว่า

“แนวคิดและทฤษฎีทางภาษาศาสตร์ที่เกี่ยวกับความตลกขบขันจัดว่าอยู่ในกลุ่มของทฤษฎีความไม่เข้ากัน เรียกได้ว่า เป็นทฤษฎีย่อยอันหนึ่งในกลุ่มทฤษฎีความไม่เข้ากัน ซึ่งเน้นศึกษาตัวกระตุ้นอารมณ์ชั้นที่อยู่ในรูปของภาษา ดังนั้นความสนใจหลักของนักภาษาศาสตร์จึงอยู่ที่การศึกษาโครงสร้างและองค์ประกอบของบทตลกขบขันเป็นสำคัญ”

ข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของหนึ่งฤทัย ชวนะลิขิกร (2554 : 70 - 75) ที่อธิบายว่า “ในมุมมองของนักภาษาศาสตร์จะอธิบายอารมณ์ชั้นผ่านภาษาโดยใช้แนวคิดของทฤษฎีความไม่เข้ากัน” โดยหนึ่งฤทัยได้อธิบายความหมายของกลวิธีทางภาษาที่สร้างอารมณ์ชั้นไว้ว่า “กลวิธีทางภาษาที่สร้างอารมณ์ชั้น หมายถึง วิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ชั้น” และได้อธิบายความหมายของกลวิธีต่าง ๆ ไว้ ดังนี้

1) กลวิธีการล้อเลียน หมายถึง วิธีการสร้างเรื่องโดยเลียนแบบลักษณะเด่นหรือองค์ประกอบสำคัญของเรื่องเดิม ในขณะที่เดียวกันก็จะเปลี่ยนแปลงลักษณะด้านอื่น ๆ ให้แตกต่างและน่าขบขัน

2) กลวิธีการใช้เหตุผลผิดแบบ หมายถึง วิธีการสร้างเรื่องให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ขึ้น ด้วยการสร้างสมมุติฐานและการให้เหตุผลที่ผิดไปจากตรรกะในโลกของความเป็นจริง

3) กลวิธีการทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย หมายถึง การดำเนินเรื่องตามปกติ ผู้อ่านสามารถคาดล่วงหน้าว่าเหตุการณ์จะดำเนินต่อไปเช่นไรและจบเช่นไร แต่กลวิธีนี้ผู้แต่งจะเปลี่ยนทิศทางของเรื่องให้จบลงอย่างพลิกความคาดหมายของผู้อ่าน

4) กลวิธีการบ่งชี้โดยนัย หมายถึง การกล่าวถึงลักษณะหรือบุคลิกของบุคคลหรือกล่าวถึงเรื่องราวต่าง ๆ โดยที่มีการละคำหรือหลีกเลี่ยงการแสดงคำที่แสดงความหมายตรง ๆ กับเรื่องนั้น แต่ใช้คำที่มีความหมายทางอ้อมในการสื่อถึงเรื่องที่ต้องการจะบอกนั้นแทน

5) กลวิธีการใช้คำกำกวม หมายถึง ความกำกวมที่เกิดจากการใช้คำใดคำหนึ่งในประโยคที่สามารถตีความได้มากกว่าหนึ่งความหมาย

6) กลวิธีการเสียดสี หมายถึง การกล่าวกระทบกระทั่งเทียบเหน็บแนมบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งเพื่อชี้ให้เห็นข้อผิดพลาดบางอย่างที่ผู้เขียนเห็นว่าเป็นเรื่องที่สำคัญ เช่น การเมือง กฎหมาย คุณธรรม หรือจรรยาบรรณที่มีผลร้ายแรงต่อสังคมหรือคนส่วนรวม มีผู้ได้ประโยชน์และเสียประโยชน์อย่างมาก ดังนั้น จึงอาจจำเป็นต้องแก้ไขข้อผิดพลาดนั้น

7) กลวิธีผสม หมายถึง การสร้างอารมณ์ขึ้นด้วยการนำกลวิธีมากกว่า 1 กลวิธีมารวมกัน

ญาตา ขาญบัญญัติ (2551 : 14) ได้อธิบายกลวิธีการใช้ภาษาแสดงอารมณ์ขึ้น โดยอ้างถึง ธิตา โมสิกรัตน์ และสิทธา พินิจภูวดล ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างมา ดังนี้

ธิตา โมสิกรัตน์ (2526 : 427 – 438) กล่าวว่า วรรณคดีสี่อารมณ์ขึ้นมีวิธีการแต่งให้เกิดอารมณ์ขึ้น ดังนี้ ผู้วิจัยให้ตัวอย่างประกอบไปด้วยในบางตัวอย่าง

1) ยั่วล้อ เป็นการเสนอเรื่องราวที่แฝงการเสียดสี เหน็บแนม ประชดประชัน และเยาะเย้ย ได้แก่

1.1) ยั่วล้อตรง ๆ หมายถึง การเขียนตำหนิตรงไปตรงมาอย่างเฉียบขาด ซึ่งบางครั้งค่อนข้างรุนแรงก้าวร้าว โดยที่ผู้เขียนหยิบยกสิ่งที่บกพร่องมาเขียนและเน้นให้เห็นว่าเป็นสิ่งน่าขัน ส่วนเรื่องที่ดีผู้เขียนมักจะไมกล่าวถึง

1.2) ยั่วล้อโดยอ้อม หมายถึง การเสียดสีเหน็บแนมด้วยการสร้างเรื่องสั้น แล้วนำพฤติกรรมหรือเหตุการณ์มาใส่เป็นเนื้อเรื่องที่ทำให้เกิดอารมณ์ขึ้น

2) การสร้างเรื่องให้เกินจริง คือ การใช้ถ้อยคำที่เหลือเชื่อหรือเรื่องที่ไม่น่าเกิดขึ้นได้ เพื่อเน้นและชี้ให้เห็นภาพชัดเจนขึ้น ทำให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ขึ้น

3) การทำให้เป็นเรื่องสัปดน โดยใช้วิธีสัปดนแต่พองามและให้แง่คิดที่ทำให้ผู้อ่านคิดจากคำ ข้อความ และเนื้อเรื่อง ผู้เขียนต้องระมัดระวังไม่ให้เรื่องส่อเจตนาไปในทางลามก อนาจาร หรือหยาบโหลน

4) การเขียนล้อวรรณคดี เช่น การเขียนล้อเนื้อเรื่อง ล้อบุคลิกพฤติกรรมของตัวละคร ล้อการใช้ภาษา และล้อธรรมเนียมนิยมการแต่งเรื่องในวรรณคดี

5) การใช้สัญลักษณ์ เป็นสื่อแทนความคิดหรือลักษณะบางประการของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น การใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่ออารมณ์ขัน สื่อความหมาย และบอกลักษณะบางอย่างที่ผู้เขียนต้องการให้ผู้อ่านเข้าใจ ถ้าผู้อ่านมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับเรื่องและผู้แต่งเขียนถึง ผู้อ่านจะสามารถตีความสัญลักษณ์ได้ถูกต้อง และเกิดความขบขัน

6) การสร้างความขัดแย้ง โดยการเขียนให้ตัวละครหรือบุคคลในเรื่องแสดงพฤติกรรมที่ขัดแย้งอย่างผู้อ่านคาดไม่ถึง หรือในทำนองที่ไม่น่าจะเป็นไปได้

7) ใช้ภาษาสร้างอารมณ์ขัน

7.1) ใช้ภาษาต่างประเทศ เช่น “เสี่ย look”

7.2) ใช้ภาษาถิ่น คือ การใช้ภาษาถิ่นทำให้เกิดความเข้าใจผิดในเรื่องความหมาย การใช้ระดับเสียงที่ผิด เช่น คนจังหวัดสุพรรณบุรีมักจะออกเสียงเหินอ โดยนำมาเป็นเรื่องล้อเลียนเสียง ยกตัวอย่างเช่น พ่อก็มา แม่ก็มา แต่เสียงที่ออกจะเป็นเสียง พ่อก็หมา แม่ก็หมา

7.3) ใช้คำบรรยายให้เกิดภาพพจน์ เช่น หนังสือหนาอย่างกับเขียง

7.4) ใช้คำหรือตัวเลขแทนเสียง เช่น 555 แทนเสียงหัวเราะ ฮ่า ฮ่า ฮ่า

8) ทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย ซึ่งในตอนจบผู้เขียนจะเปลี่ยนทิศทางให้เรื่องจบลงอย่างผู้อ่านคาดไม่ถึง

สิทธา พินิจภูวดล (2528 : 503 – 510) กล่าวถึงกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสื่ออารมณ์ขัน ซึ่งเพิ่มเติมจากธิดา โมสิกรัตน์ อีก 1 กลวิธี คือ

การเล่นคำ ได้แก่ ลักษณะดังต่อไปนี้

1) การดัดแปลงส่วนประกอบของคำ เช่น การสับที่ของสระและตัวสะกด โดยยืมพยัญชนะต้น (คำผวน) เช่น “แอร์กี” เป็น “อีแก่”

2) การใช้คำกำกวม คือ การใช้คำที่สามารถตีความได้หลายความหมาย หรือเป็นการพูดวกวนให้เข้าใจผิด

3) การบรรยายอย่างผิดธรรมชาติ คือ การบรรยายสิ่งที่ผิดจากปกติธรรมดาหรือจากความเป็นจริง เช่น “ดารารายคนมีต่อมความเป็นส่วนตัวสูงกว่าปกติ” นั่นคือ ในร่างกายของมนุษย์ไม่มีต่อมนี้อยู่ จึงเป็นการบรรยายเกินความจริง

4) การพูดโพล่ง ๆ โดยไม่คิดให้รอบคอบ ก่อให้เกิดการหักมุม เช่น ตัวอย่างบทสนทนา

- บรรณาธิการ : “ข่าวที่คุณรายงานเข้ามาซ้ำกับปีที่แล้วทั้งนั้น”
 ผู้สื่อข่าว : “ไม่ซ้ำหรอกครับ”
 บรรณาธิการ : “ซ้ำน่า มีปล้น ช่มชืด ฆ่าตัวตาย อุบัติเหตุเหมือนกัน”
 ผู้สื่อข่าว : “แต่บุคคลที่เป็นข่าวมันเปลี่ยนไป”

5) การแสดงนัยกลับหรือการย้อนทางกับสิ่งที่ปกติวิสัย เช่น “เรื่องนักสูบกัญชา” ซึ่งในตอนหนึ่งของเรื่อง คือ พ่อแม่ของบักคำต้องการให้บักคำที่เป็นคนซี้เกียจไปตายในแดนที่ผิด แต่บักคำกลับได้เงินทองมากมายและกลับมาเป็นเศรษฐี

ส่วนอุมาภรณ์ สังขมาน (2559 : 167 - 173) ได้อธิบายกลวิธีที่พิจารณาตามเกณฑ์ของรูปภาษาในงานวิจัยเรื่อง “กลวิธีทางภาษาในวัฒนธรรมเสียดสีเพื่อสร้างความตลกขบขันของไทย” ไว้ ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างมา ดังนี้

1) การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ เป็นกลวิธีที่ผู้พูดมีเจตนาวิพากษ์วิจารณ์ผู้อื่นด้วยการใช้ถ้อยคำที่บ่งชี้ข้อผิดพลาดความบกพร่องหรือจุดอ่อนของผู้อื่น โดยถ้อยคำนั้น ๆ มีรูปภาพเป็นประโยคคำถามแต่เป็นประโยคคำถามที่ไม่ได้ต้องการคำตอบใด ๆ

2) การใช้ถ้อยคำเชิงเปรียบ หมายถึง กลวิธีที่ผู้พูดใช้ถ้อยคำที่มีเจตนาเสียดสีด้วยการบ่งชี้ข้อผิดพลาดความบกพร่องหรือจุดอ่อนของผู้อื่นโดยการเปรียบเทียบ กล่าวคือ มีการใช้ถ้อยคำที่นำความผิดพลาดของผู้อื่นมาเปรียบกับสิ่งที่ไม่ดีหรือคำต้องห้าม (taboo) หรือคำที่มีความหมายในเชิงลบ

3) การใช้ถ้อยคำล้อเลียน เป็นกลวิธีการกล่าวถ้อยคำที่เลียนแบบถ้อยคำหรือล้อเลียนพฤติกรรมของผู้อื่นโดยการกล่าวซ้ำในสิ่งที่ผู้อื่นพูดมาแล้วหรือกล่าวถึงพฤติกรรมซ้ำกับที่ผู้อื่นกล่าวมาแล้วโดยมีเจตนาเสียดสี

4) การใช้ถ้อยคำพูดกระทบ เป็นกลวิธีที่ผู้พูดมีเจตนาวิพากษ์วิจารณ์ผู้อื่นด้วยการบ่งชี้ข้อผิดพลาดความบกพร่องหรือจุดอ่อนของผู้อื่น และมีเจตนาบ่งชี้ความบกพร่องหรือผิดพลาดของผู้อื่นโดยใช้ถ้อยคำกล่าวถึงผู้อื่นแต่มีเจตนาซ่อนอยู่เพื่อสะท้อนถึงความบกพร่องนั้นโดยตรง ดังนั้นในการใช้กลวิธีนี้มักจะมีการกล่าวถึงผู้อื่นหรือวิพากษ์บุคคลที่สามเสมอ

5) การใช้ถ้อยคำเหน็บแนม เป็นกลวิธีที่ผู้พูดใช้ถ้อยคำที่มีเจตนาวิพากษ์วิจารณ์ผู้ฟังด้วยการบ่งชี้ข้อผิดพลาดความบกพร่องหรือจุดอ่อนของผู้ฟังเป็นหลัก กล่าวคือ เป็นการกล่าวถ้อยคำเพื่อให้ผู้ฟังรู้สึกไม่ดีกับถ้อยคำ

6) การใช้ถ้อยคำประชดประชัน เป็นกลวิธีที่มีเจตนาเสียดสีโดยสื่อความหมายที่ตรงข้ามกับความหมายประจำรูปของถ้อยคำ

ทั้งนี้อุมาภรณ์ได้อธิบายสรุปว่า “กลวิธีทางภาษาต่าง ๆ ที่ยกตัวอย่างมานี้ต่างก็แสดงให้เห็นถึงความไม่เข้ากันของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นขณะนั้น ซึ่งจากข้อมูลโดยส่วนใหญ่ลักษณะของการใช้ถ้อยคำจะเป็นเรื่องที่ขัดแย้งกับบรรทัดฐาน (norm) ของสังคมไทย นอกจากนี้ยังมีการแสดงความเหนือกว่าอีกฝ่ายร่วมด้วย และท้ายที่สุดคือเจตนา คือ การให้ความบันเทิงซึ่งเป็นความต้องการปลดปล่อยความรู้สึกบางประการของผู้ชมได้ โดยผ่านกลวิธีทางภาษาของผู้แสดง” (อุมาภรณ์ สังฆมาน, 2559 : 176) ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าสอดคล้องกับทฤษฎีอารมณ์ขันทั้ง 3 กลุ่มใหญ่ ดังกล่าวข้างต้น และจะได้ใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่สร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” ต่อไป

1.8.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ขัน

ในการศึกษาทฤษฎีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยจากผู้ที่ทำการวิจัยเกี่ยวกับอารมณ์ขันไว้ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ อารมณ์ขันในการ์ตูน และอารมณ์ขันในวรรณกรรม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.8.3.1 อารมณ์ขันในการ์ตูน

จิรศุภา ปล่องทอง (2550) วิจัยเรื่อง “การศึกษาลักษณะภาษาสื่ออารมณ์ขันในมุขำขันของหนังสือการ์ตูนชายหัวเราะ และมหาสนุก” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทฤษฎีการใช้ภาษา โดยเก็บข้อมูลจากหนังสือการ์ตูนชายหัวเราะรายสัปดาห์ ฉบับเดือนมีนาคม - เมษายน พ.ศ. 2548 จำนวนทั้งหมด 82 เรื่อง และหนังสือการ์ตูนมหาสนุกรายสัปดาห์ ฉบับเดือนมีนาคม - เมษายน พ.ศ. 2548 จำนวนทั้งหมด 56 เรื่อง รวมทั้งหมด 138 เรื่อง โดยใช้ข้อมูลเฉพาะมุขำขันเท่านั้น ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขันมี 9 กลวิธี ดังนี้คือ การเล่นคำปริศนาคำทาย การเขียนเสียดสี การขยายความเกินความจริง คำจำกัดความ การอุปมา การหักมุมด้วยคำพูด และกลวิธีแบบผสม ซึ่งกลวิธีที่พบมากที่สุด ได้แก่ การหักมุมด้วยคำพูด กลวิธีแบบผสม การบ่งชี้โดยนัย และกลวิธีอื่น ๆ ตามลำดับ ส่วนการตั้งชื่อเรื่อง การตั้งชื่อตัวละคร และนามปากกาเป็นเพียงส่วนประกอบในการช่วยสร้างอารมณ์ขันให้เกิดขึ้นเท่านั้น ไม่ได้สร้างความขบขันจากความหมายในตัวของภาษาโดยตรง

ด้านบริบทในการสื่อสารในภาษาสื่ออารมณ์ขันนั้น พบว่ามี 3 ประการ ได้แก่ บริบททางวัฒนธรรม บริบททางสังคม และบริบททางสถานการณ์ ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญต่อการสร้างความเข้าใจในเรื่องของภาษาสื่ออารมณ์ขัน

ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีการใช้ภาษาสื่ออารมณ์ขัน และบริบทในการสื่อสารในภาษาสื่ออารมณ์ขัน มีความสอดคล้องกับลักษณะของการเล่นตลก ดังนี้คือ การเล่นตลกกับภาษา การเล่นตลกกับสามัญสำนึก การเล่นตลกกับอารมณ์ความรู้สึก และการเล่นตลกกับเรื่องในชีวิตประจำวัน

ธีรยุทธ์ เกณบุตร (2555) วิจัยเรื่อง “การใช้ภาษาแสดงอารมณ์ขันในการ์ตูนล้อการเมืองไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการใช้ภาษาแสดงอารมณ์ขันในการ์ตูนล้อการเมืองไทย และบริบทที่เกี่ยวกับการใช้ภาษาแสดงอารมณ์ขันในการ์ตูนล้อการเมืองไทย โดยรวบรวมข้อมูลจากคอลัมน์การ์ตูนล้อการเมืองไทย จากหนังสือพิมพ์รายวันชื่อฉบับที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจำนวน 4 คอลัมน์ ได้แก่ หนูนากับป่าแจ่ม เกาเหลาขามเล็ก เหตุเกิดแยกบางนา และผู้ใหญ่มากับทุ้งหมาเมิน ผลการวิจัยพบว่า มี 17 กลวิธี ในจำนวนนี้จำแนกตามระดับภาษาได้ 3 กลวิธี ดังนี้ 1) การใช้คำเลียนเสียง การใช้คำต่างประเทศ และการใช้คำสแลง 2) กลวิธีการใช้ภาษาทางปริศนาเกี่ยวกับวัจนปฏิบัติศาสตร์ ได้แก่ การกล่าวเกินจริง การใช้สำนวนสุภาพ การทำให้เป็นเรื่องสัปดน การเล่นกับความกำกวมทางภาษา การใช้อุปลักษณ์แบบแหวกแนวขนบนิยม การใช้ถ้อยคำนัยพหุคูณ และการใช้ถ้อยคำตั้งสมญานามให้กับบุคคลแบบแหวกแนวขนบนิยม 3) กลวิธีการใช้ภาษาทางเนื้อหา ได้แก่ การหักมุม การล้อคำพูดนักการเมือง และการผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันโดยตรงเข้าด้วยกัน กลวิธีทั้งหมดล้วนเกิดจากการเล่นทางภาษาให้เกิดความไม่เข้ากันจนไปสู่อารมณ์ขัน

ผลการศึกษานี้เกี่ยวกับบริบทที่เกี่ยวกับการใช้ภาษาแสดงอารมณ์ขันในการ์ตูนล้อการเมืองไทย พบว่ามี 6 บริบท ได้แก่ บุคลิกส่วนตัวหรือลักษณะทางกายภาพของนักการเมือง นิสัยหรือพฤติกรรมของนักการเมือง นิสัยหรือพฤติกรรมของข้าราชการประจำ การบริหารราชการแผ่นดินของรัฐบาล เหตุการณ์หรือประเด็นสำคัญทางการเมือง และเหตุการณ์หรือประเด็นสำคัญทางสังคม บริบทเหล่านี้คือจุดเริ่มต้นของอารมณ์ขัน มีคุณค่าต่อการศึกษาภาษา และมีคุณค่าต่อการอธิบายปรากฏการณ์ทางการเมืองและประวัติศาสตร์ทางการเมือง เป็นสิ่งที่สะท้อนมุมมอง ความคิด ค่านิยม และความรู้สึกทางการเมืองของนักเขียนการ์ตูนล้อการเมืองไทย

นวัรัตน์ อนุสรณ์ศรีเจริญ (2543) วิจัยเรื่อง “วิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในบทขำขันจากนิตยสารชายหัวเราะรายสัปดาห์ ปี พ.ศ. 2541” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเนื้อหาและกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในบทขำขันจากนิตยสารชายหัวเราะรายสัปดาห์ ปี พ.ศ. 2541 มีบทขำขันที่นำมาวิเคราะห์ 620 เรื่อง โดยผู้วิจัยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ เรื่องเพศ เรื่องการเมือง เรื่องเศรษฐกิจ เรื่องสังคมและวัฒนธรรม และเรื่องเบ็ดเตล็ด ส่วนกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันนั้น ได้ศึกษาใน 10 หัวข้อ คือ การเสียดสี การล้อสังคม การสร้างเรื่องให้เกินจริง การทำให้เป็นเรื่องเพศ การใช้สัญลักษณ์ การทำให้จบเรื่องแบบผิดความคาดหมาย การกำหนดให้บุคคลในเรื่องตีประสมการณ์ผิด การบรรยายหรือพรรณนาอย่างตรง ๆ การลวงให้คิด และการใช้ตรรกวิทยาผิด ๆ ผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาที่ผู้เขียนบทขำขันนำมาเขียนมากที่สุด ได้แก่ เรื่องสังคมและวัฒนธรรม รองลงมาคือเรื่องเบ็ดเตล็ด เรื่องเศรษฐกิจและเรื่องการเมือง ส่วนเนื้อหาที่ผู้เขียนนำมาเขียนน้อยที่สุดคือ เรื่องเพศ สำหรับกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันพบว่า ผู้เขียนจะใช้วิธีการล้อสังคมมากที่สุด รองลงมาคือ การทำให้จบเรื่องแบบผิดความคาดหมาย การลวงให้คิด การใช้ตรรกวิทยาผิด ๆ การบรรยายหรือ

พรรณนาอย่างตรง ๆ การเสียดสี การกำหนดให้บุคคลในเรื่องตีประสบการณ์ผิด การสร้างเรื่องให้เกินจริง การทำให้เป็นเรื่องเพศ ส่วนกลวิธีการสร้างอารมณ์ขั้นที่ผู้เขียนนำมาใช้น้อยที่สุด คือ การใช้สัญลักษณ์

บัวคำ บุญจันทร์ (2549) วิจัยเรื่อง “วิเคราะห์ภาษาประกอบภาพการ์ตูนล้อเลียนในหนังสือพิมพ์รายวัน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทของการ์ตูนล้อเลียนในหนังสือพิมพ์รายวันและกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมายในการ์ตูนแต่ละประเภท โดยรวบรวมภาพการ์ตูนล้อเลียนจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ตั้งแต่ฉบับวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2545 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2545 จำนวน 362 ภาพ ผลการวิจัยพบว่า ประเภทของการ์ตูนล้อเลียนในหนังสือพิมพ์รายวัน จำแนกออกเป็น 5 ประเภท คือ ล้อเลียนทางด้านสังคม ล้อเลียนนักการเมืองและผู้เกี่ยวข้อง ล้อเลียนหน่วยงานราชการและผู้เกี่ยวข้อง ล้อเลียนทางด้านเศรษฐกิจ ล้อเลียนการเมืองต่างประเทศ ประเภทการ์ตูนล้อเลียนที่พบมากที่สุด คือ ล้อเลียนทางด้านสังคม ส่วนที่พบน้อยที่สุด คือ ล้อเลียนการเมืองต่างประเทศ

กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมายในการ์ตูนล้อเลียน แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ เพื่อเสนอเรื่องและการใช้ภาษาเพื่อแสดงมุกของการ์ตูน ลักษณะการใช้ภาษามีการใช้คำสมญานาม การใช้คำภาษาต่างประเทศ การใช้คำเรียกชื่อ การใช้อักษรย่อ การใช้คำสแลง การใช้สำนวนสุภาพ คำพังเพย การใช้คำอุปมาอุปไมย และการใช้คำภาษาถิ่น มุกของการ์ตูนที่ใช้ในการ สื่อความหมาย จำแนกออกเป็น 10 ประเภท ได้แก่ มุกความเห็นที่ผกผันคาดไม่ถึง มุกการกล่าวเกินจริงหรือน้อยกว่าที่เป็นจริง มุกการเล่นสำนวนและการเปรียบเทียบ มุกคำพูดที่ขัดแย้งกับความรู้สึกที่ควรจะเป็น มุกการทำให้มนุษย์เป็นสัตว์หรือสิ่งของ มุกความไม่ลงรอยกัน มุกลักษณะการ์ตูนไม่สังเกตแต่ผู้อ่านรู้ มุกความไม่ถูกต้องตามกาลเทศะ มุกความกลัวหรือช่วงเวลาที่น่าสยสสาร มุกการล้อเลียนและการเลียนแบบ มุกที่ใช้มากที่สุด คือ มุกความเห็นที่ผกผันคาดไม่ถึง และการเย้ยหยัน รองลงมา คือ มุกการกล่าวเกินจริงหรือน้อยกว่าที่เป็นจริง ส่วนมุกที่พบน้อยที่สุด คือ มุกการล้อเลียนและการเลียนแบบ

บุษดี อรสิริวรรณ (2551) วิจัยเรื่อง “กลวิธีการดัดแปลงวรรณกรรมสามก๊กเป็นการ์ตูนสามก๊กฉบับบรรลือสาส์น” มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กลวิธีการดัดแปลงวรรณกรรมสามก๊กเป็นการ์ตูนสามก๊กฉบับบรรลือสาส์น และวิเคราะห์กลวิธีการสร้างอารมณ์ขั้นในการ์ตูนสามก๊กฉบับบรรลือสาส์น โดยรวบรวมข้อมูลจากการ์ตูนสามก๊กฉบับบรรลือสาส์น และเรื่องสามก๊กฉบับอื่น ๆ ผลการวิจัยพบว่า การ์ตูนสามก๊กฉบับบรรลือสาส์นมีที่มาจากสามก๊กฉบับแปลใหม่ของวรรณไว พัธโนทัย มากที่สุด รองลงมาคือ สามก๊กฉบับเจ้าพระยาพระคลัง (หน) และละครโทรทัศน์ชุด “สามก๊ก” ตามลำดับ ในการดัดแปลงวรรณกรรมสามก๊กและละครโทรทัศน์ชุด “สามก๊ก” ให้เป็นการ์ตูนสามก๊กฉบับบรรลือสาส์น พบว่า มีการดัดแปลงองค์ประกอบต่าง ๆ 4 ประการ ได้แก่

การดัดแปลงเนื้อหา ตัวละคร บทสนทนา และฉาก การดัดแปลงองค์ประกอบต่าง ๆ ของวรรณกรรม สามก๊ก ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหา ตัวละคร บทสนทนา และฉากส่วนใหญ่ดัดแปลงมาจากสามก๊กฉบับแปลใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เห็นได้ชัดเจนว่าผู้เขียนการ์ตูนคงซื้อตัวละคร และบทสนทนาบางส่วนตามสามก๊กฉบับแปลใหม่ แต่ก็มีเนื้อหาบางส่วน และชื่อตัวละครบางชื่อที่ใช้ตามสามก๊กฉบับเจ้าพระยาพระคลัง (หน) นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่า มีการเพิ่มเนื้อหา และบทสนทนาที่มาจากละครโทรทัศน์ชุด “สามก๊ก” นอกเหนือจากนี้ยังมีการเพิ่มเนื้อหา ตัวละคร บทสนทนา และฉากที่มาจากจินตนาการของผู้เขียนการ์ตูน และมีส่วนที่ผู้เขียนการ์ตูนดัดแปลงให้มีความร่วมสมัย แม้ว่าการ์ตูนสามก๊กฉบับนี้จะมีที่มาจากเรื่องสามก๊กหลายสำนวน แต่ก็มี ความกลมกลืน มีได้ชัดแย้งกันแต่ประการใด

ในการดัดแปลงเนื้อหา ตัวละคร บทสนทนา และฉากจากวรรณกรรมสามก๊ก และจากละครโทรทัศน์ชุด “สามก๊ก” ให้เป็นการ์ตูนสามก๊กฉบับบรรลือสาส์น ผู้วิจัยพบว่า ผู้แต่งใช้กลวิธีการดัดแปลงที่มีทั้งการตัดออก การเพิ่มเข้า การสลับตำแหน่ง และการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดบางส่วน กลวิธีการดัดแปลงทั้ง 4 วิธีดังกล่าวส่งผลให้การ์ตูนสามก๊กฉบับบรรลือสาส์นมีความร่วมสมัย มีเนื้อหา กะทัดรัด ดำเนินเรื่องได้เร็ว มีตัวละครเท่าที่จำเป็น ใช้ภาษากระชับ เข้าใจง่ายเหมาะแก่การนำเสนอในรูปแบบคอมิกสตริป และบางครั้งยังสร้างอารมณ์ขันให้แก่ผู้อ่านอีกด้วย ผู้วิจัยพบว่า ผู้เขียนการ์ตูนสามก๊กฉบับบรรลือสาส์นมีกลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน 3 วิธี ได้แก่ กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันด้วยเนื้อหา โดยการนำเรื่องของสังคมปัจจุบันแทรกเข้าไปในเรื่องสามก๊ก การเพิ่มตัวละครที่ไม่ได้อยู่ในเรื่องสามก๊ก การเพิ่มฉากสมัยปัจจุบัน การเบี่ยงเบนพฤติกรรมของตัวละคร และการเพิ่มน้ำเสียงของผู้เขียนการ์ตูน นอกจากนี้ยังมีกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันด้วยภาษา ด้วยภาพ ทำให้การ์ตูนสามก๊กฉบับบรรลือสาส์นอุดมไปด้วยอารมณ์ขัน

1.8.3.2 อารมณ์ขันในวรรณกรรม

กาญจนา เจริญเกียรติบวร (2548ก) วิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์วาทกรรมเรื่องตลกภาษาไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าเรื่องตลกภาษาไทยมีวิธีทางภาษาที่ก่อให้เกิดความตลกขบขันอย่างไรบ้าง พร้อมทั้งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษาดังกล่าวกับเงื่อนไขความตลกที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของตัวบท และจะศึกษาด้วยว่าภาษาถูกใช้ในการนำเสนอกลุ่มคนในสังคมให้เป็นตัวตลกนั้นแฝงด้วยความเชื่อ อุดมการณ์ และความสัมพันธ์ทางอำนาจอย่างไร โดยเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ <http://joke.sanook.com> ซึ่งเชื่อมต่อกับเว็บไซต์ www.sabook.com เนื่องจากมีคลังข้อมูลเรื่องตลกที่มีขนาดใหญ่กว่าเว็บไซต์อื่น ๆ และยังเปิดโอกาสให้ผู้เข้าไปได้ลงคะแนนเรื่องที่ชอบ โดยทางเว็บไซต์ได้จัดเรียงเรื่องที่ได้ลำดับคะแนนมากไว้ในหน้าแรก ๆ ผลการวิจัยพบว่า เรื่องตลกภาษาไทยมีกลวิธีทางภาษาหลัก ๆ 2 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการเล่นคำ และกลวิธีทางปริศนา กลวิธีการเล่นคำสามารถแบ่งย่อยได้เป็นอีก 3 กลวิธี ได้แก่ การเล่นคำที่ลวงให้เกิดการตีความผิด การเล่นคำที่ทำให้เกิดการตีความที่ต่างไปจากปกติ และการเล่นคำที่มีการต่อยอดความ

กำกวม ส่วนกลวิธีทางปริศนศาสตร์แบ่งย่อยได้เป็น 6 กลวิธี ได้แก่ การทำให้หลงทาง การนำเสนอ เหตุการณ์ที่เหนือความคาดหมาย การละเมิดธรรมเนียมปฏิบัติ การใช้มูลบทเป็นเครื่องมือ การประชด และการซ่อนนุก

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นด้วยว่าภาษามีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับ สังคม กล่าวคือ ภาษาเป็นเครื่องมือทำให้คนหลายกลุ่มในสังคมไทยกลายเป็นตัวตลกในลักษณะต่าง ๆ ไม่ใช่การนำเสนอภาพของคนเหล่านั้นอย่างกลาง ๆ กลุ่มคนผู้มีอำนาจ เช่น นักการเมืองและเจ้าหน้าที่รัฐ ส่วนใหญ่ถูกนำเสนอให้เป็นคนซึ้โกง โง่เขลา และพูดจาเชื่อถือไม่ได้ ขณะที่กลุ่มผู้ด้อยอำนาจ เช่น ชนกลุ่มน้อยและผู้หญิงก็ถูกนำเสนอเช่นกันว่าเป็นคนโง่ แต่มีลักษณะในรายละเอียดที่ต่างกันเล็กน้อย คือ ชนกลุ่มน้อยมักจะถูกนำเสนอว่าไร้ทักษะในการใช้ภาษาไทยมาตรฐานและไม่รู้จักเทคโนโลยีสมัยใหม่ ขณะที่ผู้หญิงมักถูกนำเสนอว่าด้อยสติปัญญา เป็นวัตถุทางเพศ และเป็นพวกวัตถุนิยม

กาญจนา เจริญเกียรติบวร (2548) วิจัยเรื่อง “(ล้อ)เล่นการเมือง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องตลกทางการเมืองของไทยซึ่งถูกแต่งขึ้นและเผยแพร่ในช่วงสมัยรัฐบาลที่นำโดย ดร.ทักษิณ ชินวัตร (กุมภาพันธ์ 2544 – กุมภาพันธ์ 2548) “เรื่องตลกทางการเมือง” ในที่นี้ หมายถึงเรื่องตลกที่มีนักการเมืองไทยและผู้ใกล้ชิดเป็นเป้าล้อเลียน ข้อมูลที่ใช้ศึกษามาจากเว็บไซต์และจดหมายลูกโป่งทางอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่า เรื่องตลกทางการเมืองของไทยมีการนำเสนอทั้งสิ้น 4 รูปแบบ ได้แก่ จดหมาย คำพยากรณ์ บทละคร และนิทาน ด้านกลวิธีทางภาษา พบว่ามีกลวิธีที่ก่อให้เกิดความตลกขบขัน อาทิ การเล่นคำ การเทียบผิดแบบ และการสลับบทบาท เรื่องตลกทางการเมืองของไทยแฝงไปด้วยทัศนคติเชิงเสียดสีและวิพากษ์วิจารณ์ ไม่เฉพาะแต่เรื่องทางการเมืองแต่ยังรวมถึงเรื่องทางสังคมและเศรษฐกิจที่นักการเมืองไทยมีส่วนเกี่ยวข้อง อาทิ ปัญหาไข้หวัดนกระบาด และการสอบเอนทรานซ์ในปี 2547

ญาดา ชาบุญชู (2551) วิจัยเรื่อง “กลวิธีการใช้ภาษาในงานเขียนอารมณ์ขันของ เกตุเสพสวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการใช้ภาษาแสดงอารมณ์ขัน และศึกษาความหมายที่แฝงอยู่ในกลวิธีการใช้ภาษาแสดงอารมณ์ขันที่พบมากของ เกตุเสพสวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา โดยเก็บข้อมูลจากงานเขียนของ เกตุเสพสวัสดิ์ ในนิตยสารแฮมเบอร์เกอร์ คอลัมน์ Naked จำนวน 27 ฉบับ ผลการวิจัยพบกลวิธีการใช้ภาษาแสดงอารมณ์ขัน 14 กลวิธี โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลวิธีทางศัพท์ ได้แก่ กลวิธีการใช้คำเลียนเสียง กลวิธีการใช้คำรุนแรง กลวิธีการเล่นคำ กลวิธีการใช้คำต่างประเทศ กลวิธีการสร้างคำใหม่ กลวิธีการตัดคำ 2) กลวิธีทางปริศนศาสตร์และวัจนปฏิบัติศาสตร์ ได้แก่ กลวิธีเสียดสีประชดประชัน กลวิธีการสร้างเรื่องให้เกินจริง กลวิธีการตั้งสมญานามให้กับบุคคล กลวิธีการใช้ภาษาแสดงภาพพจน์ กลวิธีความไม่เข้ากัน กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสัปดน กลวิธีการพาให้หลงทาง กลวิธีการล้อเลียน นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบกลวิธีเพิ่มเติมอีก 4 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการใช้คำสแลง กลวิธีการชมและตำหนิตนเอง กลวิธีการสื่อสารกับ

ผู้อ่าน และกลวิธีการใช้สำนวนสุภาพศิต โดยกลวิธีที่พบส่วนใหญ่เป็นกลวิธีทางปริเฉทและวัจนปฏิบัติศาสตร์ ซึ่งเป็นกลวิธีที่ต้องมีการวิเคราะห์ความหมายแฝงโดยอาศัยบริบทและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม จากผลการศึกษาพบว่า กลวิธีที่ปรากฏมากในงานเขียนของเกตุเสพสวัสต์ คือ กลวิธีเสียดสีประชดประชัน เนื่องจากเกตุเสพสวัสต์ต้องการชี้ให้เห็นถึงสภาพของสังคมปัจจุบันว่ามีทั้งทางบวกและทางลบ จึงใช้การเสียดสีประชดประชันเพื่อทำให้กลายเป็นเรื่องตลกขบขัน

ฐานิตย์ เอี่ยมอุทุมมะ (2551) วิจัยเรื่อง “กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขันในละครคั่นรายการวาไรตี้เกมโชว์ “ชิงร้อยชิงล้าน”” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีและการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขันในละครคั่นรายการวาไรตี้เกมโชว์ “ชิงร้อยชิงล้าน” โดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ แล้วนำบันทึกการแสดงละครคั่นรายการวาไรตี้เกมโชว์ “ชิงร้อยชิงล้าน” จำนวน 130 ตอน มาแปลงเป็นตัวอักษรเพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลและเขียนรายงานวิจัย ผลการวิจัยพบว่า ละครคั่นรายการวาไรตี้เกมโชว์ “ชิงร้อยชิงล้าน” มีกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันโดยการกลั่นแกล้ง การเบี่ยงเบน การหักมุม และการใช้บุคลิกของผู้แสดง โดดเด่นเป็นพิเศษ และยังมีการใช้กลวิธีอื่น ๆ ได้แก่ การใช้ความผิดพลาด การใช้ความเจ้าชู้และความลามก การใช้ความเข้าใจผิด การตัดแปลงความรุนแรงของสถานการณ์ให้ผิดไปจากความเป็นจริง การล้อเลียน การสลับบทบาทของตัวละคร การให้ผู้อื่นมีส่วนร่วมในการแสดง การใช้ความผิดกาลเทศะ การใช้ความมีชื่อเสียง การจี๋ใจผู้ชม การเทียบเคียง การดำเนินเรื่อง และการเสริมกลวิธีอื่น ๆ ส่วนการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขันใช้การเล่นคำโดดเด่นเป็นพิเศษ นอกจากนี้ยังมีการใช้ภาษาผิดจากแบบแผน การใช้ภาษาที่แสดงน้ำเสียงต่าง ๆ การใช้ภาษาขัดแย้ง การใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม การใช้ปริศนาคำทาย การใช้ความเปรียบ การกล่าวเกินจริง การละคำหรือข้อความ การสร้างคำหรือสำนวนขึ้นใหม่ และการใช้จังหวะในการพูด

ปานธิร์ สัตยาภรณ์ (2560) วิจัยเรื่อง “กลวิธีการละเมียดบรรทัดฐานเพื่อสร้างอารมณ์ขันของมุกตลก” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการละเมียดบรรทัดฐานเพื่อสร้างอารมณ์ขันในมุกตลก ซึ่งข้อมูลที่ใช้ศึกษามาจากเว็บเพจที่ต้องการให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ขันในเฟซบุ๊ก จำนวน 400 มุกตลก ในช่วง ปี พ.ศ. 2557 ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการละเมียดบรรทัดฐานเพื่อสร้างอารมณ์ขันสามารถจำแนกได้ 3 กลวิธี ได้แก่ การละเมียดบรรทัดฐานทางสังคม การละเมียดบรรทัดฐานของการตีความ และการละเมียดบรรทัดฐานทางไวยากรณ์ ซึ่งกลวิธีเหล่านี้มีรูปแบบของการละเมียดบรรทัดฐานทางสังคมไทยทั้งสิ้น

วิภาพร กล้าวิทย์กิจ (2548) วิจัยเรื่อง “อารมณ์ขันในข้อความสั้นสำเร็จรูป” มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กลวิธีสร้างภาษาสื่ออารมณ์ขัน และภาพสะท้อนสังคมจากข้อความสั้นสำเร็จรูป โดยวิธีวิจัยเอกสารจากข้อความสั้นสำเร็จรูปจำนวน 469 ข้อความ การศึกษากลวิธีสร้างภาษาสื่ออารมณ์ขัน ศึกษา 3 หัวข้อ การใช้คำ ความหมาย และกลวิธีสร้างอารมณ์ขัน การศึกษาภาพสะท้อนสังคม ศึกษาในด้านการสะท้อนวิถีชีวิต ผลการวิจัยพบว่า การใช้คำพบการใช้คำ 9 ประเภท

คือ การใช้คำพ้อง การใช้คำเลียนเสียง การซ้ำคำ การใช้คำประสม การสร้างคำใหม่ การเปลี่ยนเสียงของคำ การใช้คำสแลง การใช้คำพวน การใช้คำระดับภาษาปาก ด้านความหมายพบการใช้ความหมาย 3 ประเภท คือ ความหมายตรงตัว ความหมายนัยประหวัด และความหมายหลายนัย กลวิธีการสร้างอารมณ์ชั้นพบ 8 วิธี คือ การทำให้เป็นเรื่องสัปดน การล้อเลียน การใช้สัญลักษณ์ การเล่นสำนวน การใช้คำถาม การใช้ภาพพจน์ การหักมุม การใช้คำคล้องจอง ด้านภาพสะท้อนสังคมจากข้อความสั้นสำเร็จรูป พบว่า ข้อความสั้นสำเร็จรูปสะท้อนวิถีชีวิตของคนในสังคมปัจจุบัน 5 ด้าน ดังนี้ ภาพสะท้อนเกี่ยวกับการแสดงออกด้านเพศสัมพันธ์ ภาพสะท้อนการดำเนินชีวิต ภาพสะท้อนเรื่องค่านิยมและความเชื่อ ภาพสะท้อนเกี่ยวกับกระแสสังคม และภาพสะท้อนลักษณะนิสัยของคนในสังคมปัจจุบัน

สุวรรณา งามเหลือ (2556) วิจัยเรื่อง “กลศิลป์การใช้ภาษาแฝงอารมณ์ชั้นในหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ก² สมัยใหม่แนวชาซ่า” มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายกลศิลป์การใช้ภาษาแฝงอารมณ์ชั้นในหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กสมัยใหม่แนวชาซ่าซึ่งแพร่หลายในปัจจุบัน โดยคัดเลือกหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กสมัยใหม่แนวชาซ่าที่มีลักษณะเป็นตัวแทนของข้อมูลและมีความหลากหลาย จำนวน 5 เรื่อง 7 เล่ม ได้แก่ หนังสือ “คุ้ยคุ้ยเขี่ย” ของนราและเผ่าเจ้า กำลังใจดี หนังสือ “GU 1, GU 2, GU 3” ของอุดม แต่พานิช หนังสือ “โชคดีที่เป็นโสด” ของพัชรศรี เบญจมาศ หนังสือ “โหด มัน ฮา ข้าคือทหารเกณฑ์” ของรุ่งอรุณ ลภาสวัสดิ์นันท์ และหนังสือ “ฮากระจ่าย สไตล์หม้อไอน์” ของอภิวัฒน์ เจิ้งเจริญ ผลการวิจัยพบว่า อารมณ์ชั้นในหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กสมัยใหม่แนวชาซ่า เกิดจากการใช้กลศิลป์ทางภาษาที่มีความหลากหลายผสมผสานกันระหว่างเนื้อหา ศิลปะการใช้ภาษาและการแฝงน้ำเสียง ตามกรอบทฤษฎีอารมณ์ชั้นที่ว่า มนุษย์มักหัวเราะได้เมื่อได้เห็นความบกพร่องของผู้อื่น เมื่อเห็นสิ่งที่ขัดกันหรือไม่เข้ากัน และเมื่อรู้สึกเหมือนได้รับการปลดปล่อยจากความเกียดในเรื่องต้องห้าม งานวิจัยนี้จึงมีผลสรุปจากการศึกษา 2 ลักษณะ คือ กลศิลป์การใช้ภาษาแฝงอารมณ์ชั้นเกี่ยวกับเนื้อหา และกลศิลป์การใช้ภาษาแฝงอารมณ์ชั้นจากการเล่นคำ สำนวนและโวหาร

สุวรรณา งามเหลือ (2559) วิจัยเรื่อง “การศึกษาวิเคราะห์ภาพล้อสังคมไทยในสื่อสังคมออนไลน์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพล้อสังคมไทยในสื่อสังคมออนไลน์ โดยเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ภาพล้อการเมือง สืบค้นโดย Google ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2556 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2557 ผลการวิจัยจำแนกภาพล้อออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ภาพล้อประเภทภาพกรอบเดี่ยวและภาพล้อประเภทภาพหลายกรอบ ภาพล้อประเภทภาพกรอบเดี่ยว จำแนกได้ 11 รูปแบบ รูปแบบที่พบมากที่สุด ได้แก่ รูปแบบโปสเตอร์ภาพยนตร์ ภาพล้อประเภทภาพหลายกรอบมีรูปแบบเดียว คือ แบบภาพต่อเนื่อง ด้านเนื้อหา ประเด็นที่ถูกล้อมากที่สุด คือ เหตุการณ์ชุมนุมทางการเมือง ผู้ที่ถูกล้อมาก

² คำว่า “บุ๊ก” เป็นการสะกดคำทับศัพท์ตามต้นฉบับงานวิจัยของสุวรรณา งามเหลือ (2556)

ที่สุดในประเภทภาพล้อเดี่ยว คือ นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ผู้ที่ถูกล้อมากที่สุดในประเภทภาพล้อกลุ่ม คือ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เครื่องมือในการล้อ มี 3 ประเภท ได้แก่ วิธีล้อแบบใช้เครื่องมือประเภทเดียว วิธีล้อแบบใช้เครื่องมือ 2 ประเภท และวิธีล้อแบบใช้เครื่องมือ 3 ประเภท ลักษณะเด่นในการใช้ถ้อยคำภาษา พบมากอันดับ 1 ได้แก่ การใช้คำไม่สุภาพ อันดับ 2 การใช้คำสร้างจินตภาพ อันดับ 3 การใช้ภาษาต่างประเทศ อันดับ 4 การใช้คำตัดสั้นหรือคำย่อ และอันดับ 5 การใช้คำทับศัพท์ ด้านความหมาย ภาพล้อสื่อความหมายใน 2 ลักษณะ ได้แก่ การสื่อความหมายโดยตรงและการสื่อความหมายโดยนัย ภาพล้อเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นบริบทของสังคมไทยทั้งด้านลักษณะนิสัยของความเป็นอารมณฺ์ชั้น ความรู้ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์ ความมีสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น และความนิยมของคนในสังคม ทั้งยังเป็นเสมือนกระจกเงาสะท้อนภาพเพื่อร้องบอกแก่บุคคล โดยเฉพาะบุคคลสาธารณะในแง่มุมต่าง ๆ

หนึ่งฤทัย ชวนะลิขิกร (2554) วิจัยเรื่อง “อารมณฺ์ชั้นในข้อความท้ายรถ : เส้นทางภาษาที่ไม่ควรมองข้าม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาที่สร้างอารมณฺ์ชั้นในข้อความท้ายรถประเภทขบขันโดยรวบรวมข้อความท้ายรถที่ปรากฏอยู่ตามส่วนต่าง ๆ ของยานพาหนะจำนวน 400 ข้อความ วิเคราะห์กลวิธีทางภาษาด้วยแนวคิดทฤษฎีความไม่เข้ากันในมุมมองทางภาษาศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ข้อความท้ายรถประเภทขบขันมีกลวิธีทางภาษาที่สร้างอารมณฺ์ชั้น 7 กลวิธี คือ กลวิธีการล้อเลียน กลวิธีการใช้เหตุผลผิดแบบ กลวิธีทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย กลวิธี การบ่งชี้โดยนัย กลวิธีการใช้คำกำกวม กลวิธีการเสียดสี และกลวิธีผสม นอกจากกลวิธีทางภาษาจะช่วยสร้างอารมณฺ์ชั้นแล้วยังสะท้อนให้เห็นความรู้สึกนึกคิดและความคิดเห็นของบุคคลบางกลุ่มในสังคมอันเป็นการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอารมณฺ์ชั้นในวัฒนธรรมไทยให้มากยิ่งขึ้น

อุมาภรณ์ สังขมาน (2559) วิจัยเรื่อง “กลวิธีทางภาษาในวัฒนธรรมเสียดสีเพื่อสร้างความตลกขบขันของไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาของวัฒนธรรมเสียดสีที่สร้างความตลกขบขัน ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างเพลงฉ่อยในการแสดงจำอวดหน้าม่านของรายการคุณพระช่วย จำนวน 40 ตอน ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีทางภาษาในวัฒนธรรมเสียดสีเพื่อสร้างความตลกขบขันมี 6 กลวิธี ได้แก่ การใช้ถ้อยคำเชิงคำถามวาทศิลป์ การใช้ถ้อยคำเชิงเปรียบเทียบ การใช้ถ้อยคำล้อเลียน การใช้ถ้อยคำกระทบ การใช้ถ้อยคำเหน็บแนม และ การใช้ถ้อยคำประชดประชัน กลวิธีเหล่านี้ล้วนเป็นกลวิธีที่ผู้พูดละเมียดหลักในกฎการสนทนาของไกรซ์ (Grice, 1975) เพื่อก่อให้เกิดความหมายบ่งชี้โดยนัยทั้งสิ้น

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยทราบว่า มีผู้ทำงานวิจัยเกี่ยวกับอารมณฺ์ชั้นไว้อย่างหลากหลาย และมีการอ้างอิงทฤษฎีอารมณฺ์ชั้นที่สอดคล้องกัน ซึ่งมีประโยชน์ต่อผู้วิจัยเป็นอย่างมาก แต่ทั้งนี้ยังไม่มีผู้ใดวิจัยกลวิธีการสร้างอารมณฺ์ชั้นของเพชฌุ๊กแพนเพงที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ โดยใช้รูปแบบภาพอินเทอร์เน็ตมีม และข้อความต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้อง

มุกตลกแบบแฟนเพจหนังผีงมูก ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังผีงมูก”

อนึ่ง จากการทบทวนวรรณกรรมนี้ ทำให้ผู้วิจัยทราบแนวทางหรือเกณฑ์ที่ใช้วิเคราะห์รูปแบบเนื้อหา และพฤติกรรมการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังผีงมูก” ว่ามีลักษณะอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยจะได้ศึกษาตามแนวทางของเอกสารและงานวิจัยดังกล่าวข้างต้นต่อไป



บทที่ 2

รูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์”

ก่อนที่จะกล่าวถึงกลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน ในบทนี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงรูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” เพื่อให้มองเห็นภาพรวมของการนำเสนอว่าโพสต์ทั้ง 1,177 โพสต์ของเพจนี้มีรูปแบบอย่างไรบ้าง

รูปแบบ (Style) หมายถึง ชนิด ลักษณะ ลีลา ท่าทาง วิธีการ (วิทย์ เทียงบุญธรรม, 2546 : 850) รูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” หมายถึง ลักษณะหรือวิธีการที่ผู้ดูแลเพจ (Admin) “หนังสือพิมพ์” กำหนดขึ้นเพื่อใช้เสนอเนื้อหาต่าง ๆ ผ่านทางหน้ากระดานข้อความ (Wall) หรือทางหน้าแฟนเพจ จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” พบรูปแบบทั้งสิ้น 3 รูปแบบ คือ รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพ รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความสถานะ และรูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 2.1 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพ (Images)
 - 2.1.1 การนำเสนอด้วยภาพถ่าย
 - 2.1.2 การนำเสนอด้วยภาพวาดหรือภาพการ์ตูน
 - 2.1.3 การนำเสนอด้วยภาพอินเทอร์เน็ทมีม
 - 2.1.4 การนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม
- 2.2 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความสถานะ (Status)
- 2.3 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่น (Caption)
 - 2.3.1 การนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่นประกอบภาพ
 - 2.3.1.1 แคปชั่นประกอบภาพถ่าย
 - 2.3.1.2 แคปชั่นประกอบภาพวาดหรือภาพการ์ตูน
 - 2.3.1.3 แคปชั่นประกอบภาพอินเทอร์เน็ทมีม
 - 2.3.1.4 แคปชั่นประกอบภาพรวมเป็นอัลบั้ม
 - 2.3.2 การนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่นประกอบวีดิทัศน์
 - 2.3.3 การนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่นประกอบลิงก์
 - 2.3.4 การนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่นประกอบการแพร่ภาพสด
 - 2.3.5 การนำเสนอด้วยข้อความแคปชั่นประกอบการสร้างแบบสำรวจความคิดเห็น

2.1 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพ (Images)

รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพ เป็นการนำเสนอเรื่องราวผ่านรูปภาพเพียงอย่างเดียวไม่มีข้อความอธิบายภาพหรือแคปชัน (Caption) ประกอบ โดยภาพที่ใช้นำเสนอจะประกอบด้วยภาพถ่าย ภาพวาดหรือภาพการ์ตูน ภาพอินเทอร์เน็ทมีม และภาพรวมเป็นอัลบั้ม ผู้วิจัยจำแนกออกเป็นหัวข้อ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1.1 การนำเสนอด้วยภาพถ่าย เป็นรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาด้วยภาพถ่ายปกติซึ่งไม่ได้ทำการตัดแปลงหรือต่อเติมใด ๆ และไม่มีข้อความแคปชันประกอบ แต่ผู้รับสารสามารถตีความได้ว่าแอตมินต้องการสื่อถึงเรื่องใด ดังตัวอย่างภาพที่ 3



ภาพที่ 3 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพถ่าย

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/photos/a.1447152548924983/1805856489721252/?type=3>

จากตัวอย่างภาพที่ 3 แอตมินโพสต์ภาพถ่ายแฟนฟุตบอลชาวไทยที่เชียร์สโมสรลิเวอร์พูลนั่งชูถ้วยรางวัลอยู่บนหลังการรถยนต์ที่วิ่งไปตามถนน เป็นการแสดงความดีใจล่วงหน้าเมื่อทราบว่าสโมสรที่ตนเองเชียร์นั้นเข้ารอบชิงชนะเลิศ เหมือนเป็นการแห่ถ้วยรางวัลเมื่อทีมฟุตบอลชนะเลิศการแข่งขันดังที่แฟนฟุตบอลในต่างประเทศนิยมทำกัน แต่ภาพนี้เป็นการแสดงความดีใจล่วงหน้าทั้งที่ทีมยังไม่ได้ลงแข่ง แม้แอตมินไม่ได้ใส่ข้อความอธิบายภาพใด ๆ แต่ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ทันทีว่าแอตมินมีเจตนาล้อเลียนแฟนฟุตบอลสโมสรลิเวอร์พูลที่แสดงความดีใจก่อน เพราะสโมสรลิเวอร์พูลพ่ายแพ้ให้แก่สโมสรเรอัลมาดริดในการแข่งขันฟุตบอลยูฟ่าแชมเปียนส์ลีก ปี 2017 - 2018 นัดชิงชนะเลิศโพสต์เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 โดยผู้ติดตามเพจเข้ามาแสดงความคิดเห็นกันมากมาย

2.1.2 การนำเสนอด้วยภาพวาดหรือภาพการ์ตูน เป็นการนำเสนอเรื่องราวด้วยการวาดภาพหรือการ์ตูนลายเส้นโดยไม่มีข้อความแคปชัน (Caption) ประกอบ แต่อย่างไรก็ตาม ในภาพวาดหรือการ์ตูนนั้นอาจมีตัวอักษรประกอบเพื่อบรรยาย อธิบาย หรือเป็นบทสนทนาได้ และผู้รับสาร

สามารถตีความได้เช่นเดียวกับการนำเสนอด้วยภาพถ่ายเพียงอย่างเดียว เนื่องจากช่วงเวลาแอคตินโพสต์ภาพนั้นมักจะเป็นช่วงเวลาที่กำลังเกิดเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่กำลังเป็นกระแสอยู่ในขณะนั้น ดังตัวอย่างภาพที่ 4



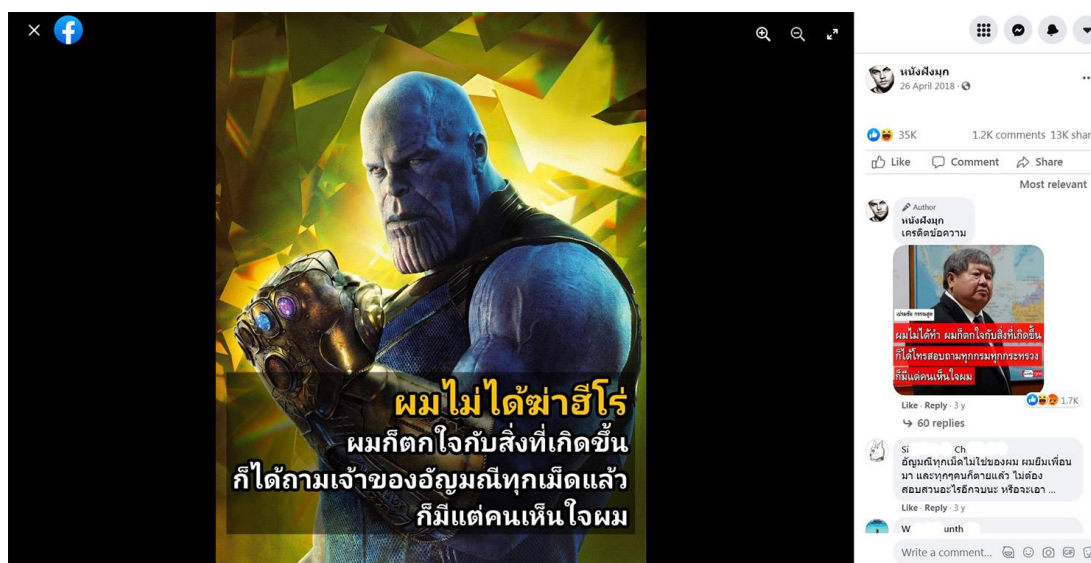
ภาพที่ 4 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพวาดหรือภาพการ์ตูน

ที่มา : <https://www.facebook.com/hangfangmook/photos/a.1447152705591634/1760151134291788/?type=3>

จากตัวอย่างภาพที่ 4 แอคตินโพสต์ภาพวาดการ์ตูนลายเส้นโดยไม่มีข้อความอธิบายภาพ แต่ผู้รับสารก็เข้าใจได้เมื่อเห็นภาพการ์ตูนดังกล่าวว่าแอคตินเจตนาล้อเลียนเรื่องนาฬิกาของพลเอก ประวิตร วงษ์สุวรรณ รองนายกรัฐมนตรี เนื่องจากบุคคลในภาพวาดนั้นมีใบหน้าคล้ายพลเอก ประวิตร แต่มีเขี้ยวและลวดลายตรงมุมปากแบบยักษ์ และมีข้อความบรรยายซ้อนในภาพว่า “นนทก เป็นยักษ์มีเพชรที่นิ้วมือ” โดยที่นิ้วมือนี้นิ้วมีตัวเลข “44” ซึ่งตีความได้ว่าหมายถึง กฎหมายมาตรา 44 ซึ่งเขียนขึ้นโดยคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) และที่แขนมีข้อความว่า “คินเพื่อนแล้ว” นอกจากนี้ชายผู้นี้ยังนั่งอยู่บนกองนาฬิกาและมีใบหน้าชายอีกหนึ่งคนหลบอยู่ด้านหลัง ซึ่งสอดคล้องกับเหตุการณ์ที่เลขาธิการ ป.ป.ช. ได้แถลงข่าวว่าพลเอก ประวิตร ไม่มีความผิดฐานไม่แจ้งแหวนเพชร และนาฬิกาหรูในรายการบัญชีทรัพย์สิน เนื่องจากนาฬิกาเหล่านั้นเป็นของที่ยืมมาจากเพื่อน โพสต์เมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561

2.1.3 การนำเสนอด้วยภาพอินเทอร์เน็ทมีม เป็นการนำเสนอเรื่องราวผ่านภาพที่มีการตัดแปลง ต่อเติมให้ต่างไปจากภาพเดิม ซึ่งอาจตัดแปลงภาพหรือตัวอักษรในภาพ โดยภาพที่ใช้อาจเป็นภาพจากภาพยนตร์ ละคร หรือภาพจากข่าว รวมถึงภาพการ์ตูน นำมาใส่ข้อความให้มีความหมายสอดคล้องกับภาพที่นำเสนอซึ่งเนื้อหาอาจไม่เกี่ยวกับภาพต้นแบบ เพียงต้องการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดผ่านภาพและตัวอักษร สอดคล้องกับที่ พลอยกมล สุวรรณทวิทย์ (The Matter, 2563) อธิบายไว้ในบทความ “เมื่อ “มีม” คืออาวุธทางความคิด : ทำไม่มีมกลายเป็นเครื่องมือหนึ่งในการต่อสู้ทาง

การเมือง” ว่า “มีม คือ สิ่งที่น่าเสนอความคิด สัญลักษณ์ หรือการกระทำที่ถูกส่งต่อจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่งผ่านตัวอักษร รูปภาพ วิดีโอ คำพูด สัญลักษณ์บางอย่าง หรือแม้แต่พฤติกรรม การเลียนแบบก็ตาม ส่วนมากมักจะเป็นมุกตลกที่คนทั่วไปสามารถเข้าใจตรงกันได้แทบจะทันที มีมยังสามารถดัดแปลงและเติมแต่งองค์ประกอบในแต่ละมีมให้เชื่อมโยงกับสิ่งที่เราต้องการจะสื่อให้คนรู้ได้ โดยที่ความหมายดั้งเดิมของมันจะไม่เปลี่ยนแปลงไป แต่ยังช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อชัดเจนขึ้น ดังตัวอย่างภาพที่ 5



ภาพที่ 5 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพอินเทอร์เน็ทมีมจากภาพยนตร์

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/photos/a.1447152705591634/1794340507539517/?type=3>

จากตัวอย่างภาพที่ 5 เป็นการดัดแปลงภาพจากภาพยนตร์ โดยแอดมินใช้ภาพตัวละครตัวหนึ่งชื่อทานอส (Thanos) จากภาพยนตร์ฮอลลีวูด เรื่อง The Avengers ซึ่งตัวละครตัวนี้เป็นตัวร้ายที่สังหารเหล่าซูเปอร์ฮีโร่ไปหลายราย หนึ่งในนั้นคือซูเปอร์ฮีโร่ที่ชื่อ Black Panther แอดมินเจตนาใช้ตัวละครตัวนี้ล้อเลียนพฤติกรรมของนักธุรกิจที่แอบลักลอบเข้าไปล่าสัตว์ป่าในป่าทุ่งใหญ่นเรศวร และถูกจับกุมได้วันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 หลังจากเจ้าหน้าที่จับได้พบหลักฐานเป็นซากสัตว์ป่าหลายชนิด หนึ่งในนั้นคือ เสือดำ แต่เมื่อถูกจับได้ นักธุรกิจผู้นั้นปฏิเสธว่าไม่ได้ฆ่าเสือดำ โดยข้อความที่ปรากฏในภาพก็ยังเป็นข้อความที่ดัดแปลงเลียนแบบคำพูดของนักธุรกิจผู้นั้นอีกด้วย ผู้ติดตามเพจสามารถเข้าใจและตีความได้ แม้จะไม่มีข้อความอธิบายภาพหรือแคปชันประกอบ เนื่องจากช่วงเวลาที่โพสต์ภาพนั้นเป็นช่วงที่เรื่องนี้กำลังถูกวิพากษ์วิจารณ์ในสื่อสังคมออนไลน์อย่างกว้างขวาง โดยโพสต์เมื่อวันที่ 26 เมษายน พ.ศ. 2561

นอกจากภาพอินเทอร์เน็ตมีมีจากภาพยนตร์แล้ว ยังมีภาพอินเทอร์เน็ตมีมีจากละครโทรทัศน์ ภาพจากข่าว และภาพจากการ์ตูน ที่แอดมินนำมาเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ดังจะยกตัวอย่างภาพอินเทอร์เน็ตมีมีจากละครโทรทัศน์ ภาพจากข่าว และภาพผสม ดังตัวอย่างภาพที่ 6 ภาพที่ 7 และภาพที่ 8 ตามลำดับ



ภาพที่ 6 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพอินเทอร์เน็ตมีมีจากละครโทรทัศน์

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/photos/a.1447152705591634/1782397458733822/?type=3>

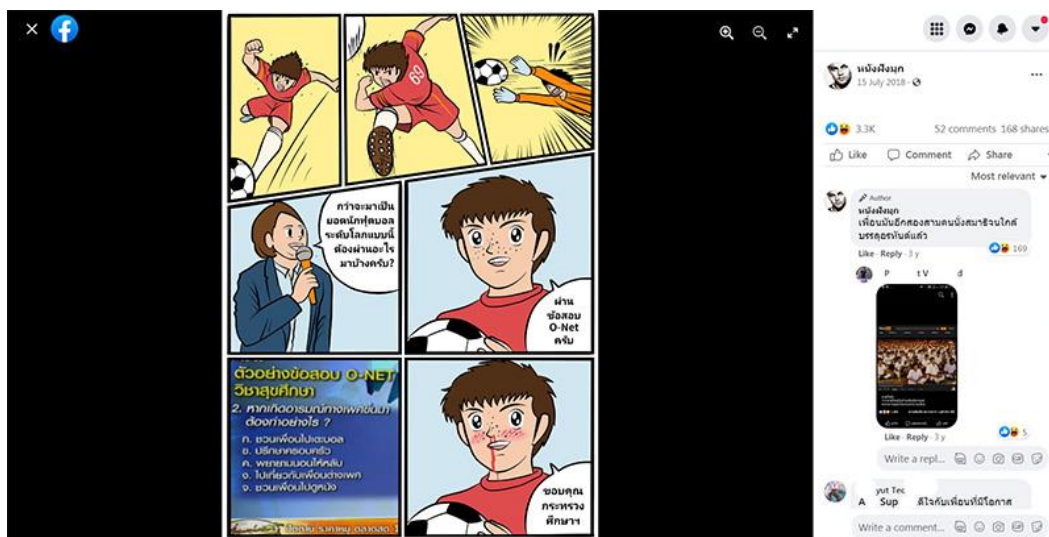
จากตัวอย่างภาพที่ 6 เป็นการนำเสนอเนื้อหาด้วยรูปแบบภาพอินเทอร์เน็ตมีมีโดยใช้ภาพจากละครเรื่อง “บุพเพสันนิวาส” ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เมื่อปี พ.ศ. 2561 ภาพที่ตัวละครการะเกดกำลังนั่งพูดคุยกับพระโหราธิบดี ซึ่งตามประวัติแล้วท่านผู้นี้คือผู้ประพันธ์ตำราจินตามณี หนังสือแบบเรียนเล่มแรกของไทย แอดมินนำภาพมาดัดแปลงใส่ตัวหนังสือเป็นบทสนทนาของตัวละครการะเกดชี้ว่าตำราจินตามณีนี้อ่านไม่ครบ เพราะไม่เห็นมีบทกลอน “ถึงโรงเหล้าเตากลั่นคว้นโขมง...” และตัดภาพมาที่ใบหน้าแสดงอาการสงสัยของพระโหราธิบดีพร้อมเครื่องหมายปริศนา ซึ่งสื่อว่าพระโหราธิบดียังงงงวยเพราะไม่ได้เป็นผู้แต่งบทกลอนนั้น ภาพนี้สืบเนื่องมาจากกรณีที่พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี โชว์ท่องตำราจินตามณีต่อหน้านักข่าวที่ทำเนียบรัฐบาล เมื่อวันที่ 27 มีนาคม พ.ศ. 2561 แต่บทกลอนที่ท่องออกมานั้นกลายเป็นกลอนนิราศภูเขาทองที่สุนทรภู่ประพันธ์ขึ้น มิใช่ตำราจินตามณีที่ประพันธ์ขึ้นโดยพระโหราธิบดีแต่อย่างใด ทำให้เกิดเสียงวิพากษ์วิจารณ์กันไปทั่วสื่อสังคมออนไลน์ในขณะนั้น แม้แอดมินจะโพสต์เพียงภาพโดยไม่มีคำอธิบายหรือแคปชั่นกำกับไว้แต่ผู้รับสารก็สามารถตีความได้ทันทีเพราะเรื่องนี้เป็นกระแสโด่งดังมาก โพสต์เมื่อวันที่ 28 มีนาคม พ.ศ. 2561



ภาพที่ 7 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพอินเทอร์เน็ทมีมจากข่าว

ที่มา : <https://www.facebook.com/hangfangmook/photos/a.1447152705591634/1799560993684135/?type=3>

จากตัวอย่างภาพที่ 7 เป็นภาพอินเทอร์เน็ทมีมจากข่าว ไม่มีข้อความแคปชั่นประกอบ แต่ผู้รับสารสามารถตีความได้ว่าแอดมินเจตนาล้อเลียนพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี โดยแอดมินใช้ภาพจากข่าวประจำวันตามสำนักข่าวต่าง ๆ ซึ่งภาพในช่องซ้ายเป็นภาพพลเอก ปรีชา จันทร์โอชา น้องชายของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ซึ่งอยู่ในภาพกลาง และภาพขวาเป็นภาพของนางผ่องพรรณ จันทร์โอชา ภรรยาของพลเอก ปรีชา จันทร์โอชา และมีตัวอักษรซ้อนอยู่ในภาพว่า “น้อง พี่ ที่รัก” ซึ่งข้อความดังกล่าวนี้เป็นชื่อของภาพยนตร์ไทยเรื่อง “น้องพี่ที่รัก” ที่มีกำหนดฉายในโรงภาพยนตร์วันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 วันเดียวกับที่แอดมินโพสต์ภาพดังกล่าว การที่แอดมินใช้ภาพและข้อความเหล่านี้มาแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระดับเครือญาติ ทั้งนี้เนื่องจากขณะนั้นในสื่อสังคมออนไลน์ต่างวิพากษ์วิจารณ์พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีแต่งตั้งพลเอก ปรีชา เป็นสมาชิกสภานิติบัญญัติ และต่อมาแต่งตั้งเป็นปลัดกระทรวงกลาโหม นอกจากนี้ยังวิพากษ์วิจารณ์การตั้งชื่อฝ่ายชลอหน้าที่สมาคมภริยาข้าราชการสำนักปลัดกระทรวงกลาโหมร่วมสร้างที่มีชื่อว่า “ฝ่ายแม่ผ่องพรรณพัฒนา” ซึ่ง ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์แสดงความเห็นว่าควรใช้ชื่อของสมาคมฯ มากกว่า



ภาพที่ 8 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพอินเทอร์เน็ตมีมจากภาพผสม

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/photos/a.1447152705591634/1842025826104318/?type=3>

จากตัวอย่างภาพที่ 8 เป็นการนำเสนอด้วยภาพอินเทอร์เน็ตมีมจากภาพผสม ภาพผสมในที่นี้คือ ในหนึ่งภาพมีการใช้ภาพมากกว่าหนึ่งแบบมาดัดแปลงผสมกัน อาจเป็นภาพจากภาพยนตร์ ภาพจากข่าว หรือภาพจากการ์ตูน โดยไม่มีข้อความแคปชั่นประกอบ โดยภาพนี้เป็นภาพวาดการ์ตูนแบบญี่ปุ่นผสมกับภาพจากข่าว แสดงภาพนักฟุตบอลระดับโลกที่กำลังตอบคำถามนักข่าวที่ถามว่า “กว่าจะมาเป็นยอดนักฟุตบอลระดับโลกแบบนี้ต้องผ่านอะไรมาบ้าง” ซึ่งเขาตอบว่า “ผ่านข้อสอบ O-Net” และมีภาพจากรายการข่าวเรื่องเล่าเช้านี้แสดงตัวอย่างข้อสอบ O-Net ที่มีคำถามและคำตอบอยู่ด้วย ซึ่งภาพนี้แม้จะไม่มีข้อความอธิบายภาพจากแอดมิน แต่ผู้รับสารก็เข้าใจได้ว่าแอดมินเจตนาล้อเลียนการทำงานของหน่วยงานราชการที่มีหน้าที่รับผิดชอบออกข้อสอบ เนื่องจากขณะนั้นในโลกออนไลน์กำลังวิพากษ์วิจารณ์ถึงเรื่องคำตอบของข้อสอบ O-Net ที่ถามว่า “หากเกิดอาชญากรรมทางเพศขึ้นมาต้องทำอะไร ?” ซึ่งคำตอบที่ทางหน่วยงานตัดสินว่าถูกต้องคือ ข้อ ก. ชวนเพื่อนไปเตะบอล ทำให้มีผู้ไม่เห็นด้วยกับคำตอบนี้มากมายจนเป็นกระแสในขณะนั้น แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ. 2561

2.1.4 การนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม เป็นการนำเสนอเรื่องราวผ่านภาพอินเทอร์เน็ตมีมที่มีมากกว่าหนึ่งภาพ และมีเนื้อหาต่อเนื่องกันตั้งแต่ภาพแรกไปจนถึงภาพสุดท้าย นำมาจัดรวมเป็นหมวดหมู่เข้าไว้ด้วยกัน โดยการสร้างอัลบั้ม (Album) ซึ่งเป็นบริการอย่างหนึ่งของเฟซบุ๊ก เพื่อให้ผู้ใช้ได้อัปโหลดรูปภาพเก็บไว้เป็นหมวดหมู่ และสามารถตั้งชื่ออัลบั้มให้สอดคล้องกับภาพที่จัดรวมไว้ได้ ดังตัวอย่างภาพที่ 9



ภาพที่ 9 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1749765691996999>

จากตัวอย่างภาพที่ 9 เป็นรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม ไม่มีข้อความอธิบายหรือแคปชันประกอบ โดยใช้ชื่ออัลบั้มว่า “คุยเฟื่องเรื่องนายกับหมีเท็ด” ซึ่งเป็นภาพอินเทอร์เน็ทมีมจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง “TED” ที่มีตัวละครชายกำลังนั่งคุยกับตุ๊กตาหมีซึ่งเป็นตัวเอกของเรื่อง จำนวน 10 ภาพ และมีข้อความบทสนทนาของทั้งคู่ซ้อนอยู่ในภาพ โดยภาพจากฉากในภาพยนตร์ดังกล่าวไม่ได้เกี่ยวข้องกับข้อความบทสนทนาแต่อย่างใด เพียงแค่มีอากัปกริยาของตัวละครที่สอดคล้องกันเท่านั้น แอดมินใช้ภาพจากภาพยนตร์ใส่ข้อความล้อเลียนให้เหมือนกับว่าเป็นข้อความที่ตัวละครทั้งคู่กำลังสนทนากัน ทั้งนี้ผู้ติดตามเพจต้องเปิดอ่านทีละภาพจนจบ ซึ่งมีรายละเอียดดังภาพที่ 10 - 19 ตามลำดับ แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2561



ภาพจากหนัง : TED

1

ภาพที่ 10 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม
ที่มา :

<https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1749765691996999>



ภาพจากหนัง : TED

2

ภาพที่ 11 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม
ที่มา :

<https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1749765691996999>



ภาพจากหนัง : TED

3

ภาพที่ 12 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม
ที่มา :

<https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1749765691996999>



ภาพจากหนัง : TED

4

ภาพที่ 13 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม
ที่มา :

<https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1749765691996999>



ภาพจากหนัง : TED

5

ภาพที่ 14 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม
ที่มา :
<https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1749765691996999>



ภาพจากหนัง : TED

6

ภาพที่ 15 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม
ที่มา :
<https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1749765691996999>



ภาพจากหนัง : TED

7

ภาพที่ 16 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม
ที่มา :
<https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1749765691996999>



ภาพจากหนัง : TED

8

ภาพที่ 17 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม
ที่มา :
<https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1749765691996999>



ภาพจากหนัง : TED

9

ภาพที่ 18 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม

ที่มา :

<https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1749765691996999>



ภาพจากหนัง : TED

10

ภาพที่ 19 รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม

ที่มา :

<https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1749765691996999>

2.2 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความสถานะ (Status³)

การนำเสนอด้วยข้อความสถานะ (Status) เป็นรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาด้วยข้อความตัวอักษรเพียงอย่างเดียว ไม่มีรูปภาพหรือสิ่งใด ๆ ประกอบ โดยแอดมินโพสต์แสดงความคิดเห็นหรือความรู้สึกในเรื่องต่าง ๆ ด้วยตัวเอง ดังตัวอย่างภาพที่ 20



ภาพที่ 20 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความสถานะ

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1783005705339664>

จากตัวอย่างภาพที่ 20 เป็นรูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความสถานะ (Status) ที่โพสต์แสดงความรู้สึก ความคิดเห็นของแอดมิน เมื่อวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2561 เป็นการถ่ายทอดความรู้สึกของแอดมินขณะรับชมละครโทรทัศน์เรื่อง “บุพเพสันนิวาส” ซึ่งในเนื้อเรื่องนั้นจะมีการทำอาหารอยู่เสมอ ๆ และเป็นอาหารไทยโบราณที่นับวันจะหารับประทานได้ยาก ทำให้แอดมินและผู้ที่กำลังรับชมอยู่นั้นรู้สึกอยากรับประทานอาหารตามไปด้วย

³ คำว่า Status นี้เป็นการบัญญัติศัพท์โดยผู้ให้บริการเฟซบุ๊ก

2.3 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชัน (Caption⁴)

รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชัน (Caption) เป็นการนำเสนอเนื้อหาด้วยข้อความอธิบายประกอบสิ่งต่าง ๆ อาทิ ภาพ (Images) วิดีทัศน์ (Video Clip) ลิงก์ (Link) การแพร่ภาพสด (Live) และการสร้างแบบสำรวจความคิดเห็น (Poll) เพื่ออธิบายให้ผู้รับสารหรือผู้ติดตามเข้าใจสิ่งที่แอดมินโพสต์ หรืออาจเป็นการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวต่อโพสต์นั้น ๆ โดยการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันนี้ ผู้วิจัยจำแนกออกเป็น 5 หัวข้อ ได้แก่ แคปชันประกอบภาพ แคปชันประกอบวิดีโอ แคปชันประกอบลิงก์ แคปชันประกอบการแพร่ภาพสด และแคปชันประกอบการสร้างแบบสำรวจความคิดเห็น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.3.1 การนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบภาพ ผู้วิจัยจำแนกออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ แคปชันประกอบภาพถ่าย แคปชันประกอบภาพวาดหรือภาพการ์ตูน แคปชันประกอบภาพอินเทอร์เน็ทมีม และแคปชันประกอบภาพรวมเป็นอัลบั้ม ดังนี้

2.3.1.1 การนำเสนอด้วยแคปชันประกอบภาพถ่าย ดังตัวอย่างภาพที่ 21



ภาพที่ 21 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบภาพถ่าย

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/photos/a.1447152705591634/2031323027174596/?type=3&theater>

จากตัวอย่างภาพที่ 21 เป็นรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาด้วยข้อความแคปชันประกอบภาพถ่าย ที่มีเจตนาเพื่อบอกกล่าวให้ผู้ติดตามเพจได้ทราบเรื่องราวเกี่ยวกับภาพยนตร์ ซึ่งเป็นภาพถ่ายของตัวละครจากภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดเรื่อง The Lord of the Ring โดยแอดมินโพสต์ข้อความบรรยายให้ผู้ติดตามทราบว่า ชายที่ยืนอยู่ด้านข้าง เอโกลาห์ วูด ตัวละครเอกในเรื่องนั้นคือนักแสดงแทนตัวเขาชื่อ คีราน ชาห์ ที่รับบทเป็น Hobbit สิ่งมีชีวิตขนาดเล็กรูปร่างคล้ายมนุษย์ เมื่อถ่ายทำฉากที่ตัวเอกต้องอยู่ร่วมกับมนุษย์ขนาดปกติก็จะใช้ตัวแสดงแทน ขณะที่แอดมินโพสต์วันที่ 4 มิถุนายน พ.ศ. 2562

⁴ คำว่า Caption นี้เป็นการบัญญัติศัพท์โดยผู้ให้บริการเฟซบุ๊ก

เขาอายุ 63 ปี ซึ่งอายุมากกว่า เอไลจาห์ วูด ถึง 25 ปี เขาเป็นนักแสดงเชิ้อสายเคนยา – อินเดีย ที่สูงเพียงแค่ 127 เซนติเมตรเท่านั้น

2.3.1.2 การนำเสนอด้วยแคปชันประกอบภาพวาดหรือภาพการ์ตูน ดังตัวอย่าง

ภาพที่ 22



ภาพที่ 22 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบภาพวาดหรือภาพการ์ตูน

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/photos/a.1447152705591634/1777248765915358/?type=3>

จากตัวอย่างภาพที่ 22 เป็นการนำเสนอเนื้อหาด้วยข้อความแคปชันประกอบภาพวาดหรือภาพการ์ตูน เป็นการแสดงความคิดเห็นเสริมภาพที่นำเสนอด้วยข้อความว่า “จ้อบร่อยนานแล้ว” โปสต์เมื่อวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2561 หลังจากทีสตีเฟน ฮอว์คิง นักวิทยาศาสตร์ชื่อดังเสียชีวิตหนึ่งวัน โดยในภาพการ์ตูนช่องแรกเป็นภาพ สตีฟ จอบส์ นักธุรกิจและนักประดิษฐ์ชาวอเมริกัน ผู้ก่อตั้งบริษัทแอปเปิลที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ซึ่งเสียชีวิตไปก่อนหน้าสตีเฟน ฮอว์คิง ส่วนในช่องที่สามเป็นภาพของสตีเฟน ฮอว์คิง ที่เพิ่งเสียชีวิตและได้พบกับสตีฟ จอบส์ สาเหตุที่สื่อด้วยภาพนี้เนื่องจากว่า สตีเฟน ฮอว์คิง เป็นบุคคลที่ไม่เชื่อเรื่องชีวิตหลังความตาย โดยเขาเคยให้สัมภาษณ์สื่ออังกฤษว่า “ชีวิตหลังความตายไม่มีจริง มนุษย์ดับสูญคล้ายคอมพิวเตอร์เสียหายทำงานส่วนสวรรค์เป็นแค่นิทานสำหรับบุคคลผู้เกรงกลัวความมืดมิด” (ไทยรัฐออนไลน์, 2554)

2.3.1.3 การนำเสนอด้วยแคปชันประกอบภาพอินเทอร์เน็ทมีม ดังตัวอย่างภาพที่ 23



ภาพที่ 23 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบภาพอินเทอร์เน็ทมีม

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/photos/a.1447152705591634/2057806891192876/?type=3&theater>

จากตัวอย่างภาพที่ 23 เป็นรูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบภาพอินเทอร์เน็ทมีมจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง The Lord of the Ring ฉากที่ตัวละครสองคนกำลังสนทนากัน แต่ดัดแปลงใส่ข้อความบทสนทนาขึ้นใหม่ซึ่งไม่เกี่ยวกับเนื้อหาในภาพยนตร์ โดยแอดมินโพสต์ข้อความแคปชันอธิบายเพิ่มเติมว่า “เมื่อคุณกลับบ้านแล้วเจอกับเพื่อน แต่พรุ่งนี้เข้าต้องไปทำบุญ” สอดคล้องกับภาพที่นำมาใช้ ซึ่งกรอบสุดท้ายตัวละครตัวหนึ่งแบกตัวละครอีกตัวหนึ่งที่หมดสติไม่รู้เรื่อง ผู้ติดตามเพจสามารถเข้าใจได้ทันทีว่า แอดมินเจตนาล้อเลียนพฤติกรรมของคนไทยส่วนใหญ่ที่ต้องออกมาทำมาหากินต่างถิ่น เมื่อมีโอกาสกลับบ้านต่างจังหวัดได้พบเจอเพื่อนฝูงแล้วมักจะสังสรรค์กันจนลืมว่ามีภารกิจอะไรอยู่ แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 ซึ่งตรงกับวันอาสาฬหบูชา เป็นวันที่คนไทยพุทธส่วนใหญ่จะเข้าวัดทำบุญตักบาตร

2.3.1.4 การนำเสนอด้วยแคปชันประกอบภาพรวมเป็นอัลบั้ม ดังตัวอย่างภาพที่ 24

หน้งฝงมุก added 29 new photos to the album รีวิว The Marvel Experience Thailand ...
รอบที่สอง.
24 July 2018 · 🌐

รีวิว The Marvel Experience Thailand ผ่านไป 1 เดือน ศูนย์บัญชาการแห่งนี้จะเป็นอย่างไร

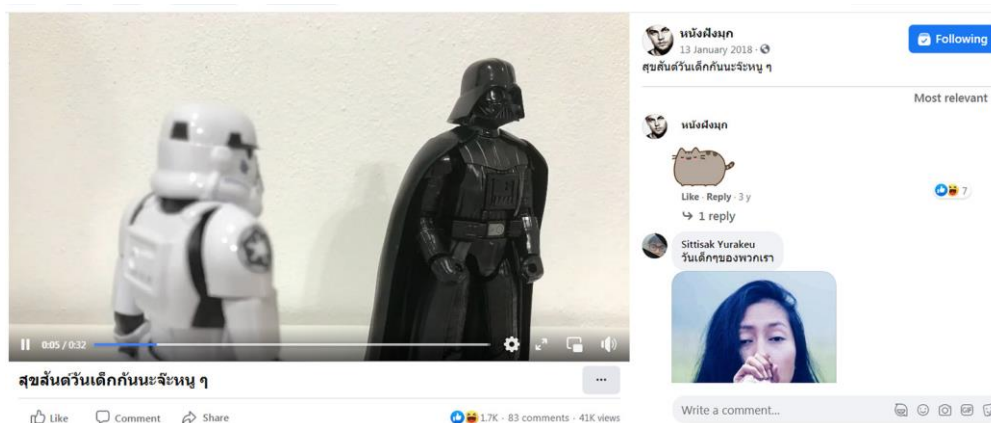
The Marvel Experience Thailand (1)

2.8K 397 comments 1.1K shares

ภาพที่ 24 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบภาพรวมเป็นอัลบั้ม
ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1850304515276449>

จากตัวอย่างภาพที่ 24 เป็นรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาด้วยข้อความแคปชันประกอบภาพรวมเป็นอัลบั้ม ซึ่งเป็นภาพถ่ายจากแอดมินและมีข้อความบรรยายเรื่องราวในภาพ โดยแอดมินรวบรวมภาพทั้งสิ้น 29 ภาพใส่ไว้ในอัลบั้มภาพชื่อ “รีวิว The Marvel Experience Thailand รอบที่สอง” และมีข้อความแคปชันว่า “รีวิว The Marvel Experience Thailand ผ่านไป 1 เดือน ศูนย์บัญชาการแห่งนี้จะเป็นอย่างไร” เป็นการบอกกล่าวให้ผู้ติดตามเพจได้ทราบความคืบหน้าของสำนักงาน Marvel ในประเทศไทยว่ามีความเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง หลังจากที่แอดมินเคยไปเยี่ยมชมและรีวิวให้ผู้ติดตามได้ทราบมาครั้งหนึ่งแล้ว โดยในอัลบั้มจะเป็นภาพถ่ายสถานที่ทั้งภายนอกและภายในอาคารสำนักงาน พร้อมทั้งคำอธิบายประกอบไว้อย่างละเอียด แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2561

2.3.2 การนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบวิดีโอ ดึงตัวอย่างภาพที่ 25



ภาพที่ 25 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบวิดีโอ

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/videos/1751189385187963/>

จากตัวอย่างภาพที่ 25 เป็นรูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบวิดีโอหรือคลิปวิดีโอ หรือการโพสต์ข้อความประกอบภาพเคลื่อนไหวที่อัปโหลดผ่านหน้ากระดานข้อความ (Wall) โดยแอดมินโพสต์ข้อความว่า “สุขสันต์วันเด็กกันนะจ๊ะหนู ๆ” ซึ่งวิดีโอนี้เป็นวิดีโอที่แอดมินผลิตขึ้นเอง โดยการใช้นุ่นพลาสติกจำลองตัวละคร 2 ตัว ในภาพยนตร์เรื่อง Star Wars มาทำให้เคลื่อนไหวได้โดยใช้เทคนิคการถ่ายภาพแบบ Stop Motion⁵ เนื้อหาในวิดีโอเป็น การสนทนากันระหว่างท่านลอร์ด ทุ่นตัวสีดำ และทุ่นทหารตัวสีขาวที่เข้ามารายงานท่านลอร์ดว่า

ทหาร “ภาพของท่านวัยเด็กมีคนเข้ามาคอมเมนต์แล้ว”

ท่านลอร์ด “เมนต์ว่าอย่างไร”

ทหารตอบว่า “เมนต์ว่าไม่น่าโตมาเลย”

หลังจากนั้นท่านลอร์ดได้ใช้ดาบไลท์เซเบอร์ตัดคอทหารทิ้ง แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2561 ซึ่งตรงกับวันเด็กแห่งชาติ ผู้รับสารจะสังเกตได้ว่าเนื้อหาในวิดีโอที่แคปชันนั้น เป็นการล้อเลียนพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่โพสต์ภาพตัวเองสมัยยังเป็นเด็กผ่านทางเฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อรำลึกถึงวัยเด็กและอวยพรเด็ก ๆ เนื่องในวันเด็กแห่งชาติ

⁵ Stop Motion คือ การถ่ายภาพนิ่งหลาย ๆ ภาพ แล้วนำไปต่อกันเป็นภาพเคลื่อนไหว เช่นเดียวกับการทำภาพยนตร์การ์ตูนที่ต้องใช้การวาดภาพการ์ตูนหลาย ๆ ภาพแล้วนำมาต่อกันให้เกิดภาพเคลื่อนไหว ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและความอดทนอย่างสูงในการสร้างสรรค์ผลงานแต่ละชิ้น (แฟนเพจศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา ท้องฟ้าจำลองกรุงเทพฯ, 2558)

⁶ คอมเมนต์ (Comment) คือ การโพสต์ข้อความแสดงความคิดเห็น

2.3.3 การนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบลิงก์ ดังตัวอย่างภาพที่ 26



ภาพที่ 26 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบลิงก์

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2017594275214138>

จากตัวอย่างภาพที่ 26 เป็นรูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบลิงก์ หรือการโพสต์ข้อความอธิบายให้ผู้ติดตามเข้าใจสิ่งที่นำเสนอ ซึ่งลิงก์ (Link) คือ ส่วนที่ใช้ในการเชื่อมต่อเว็บเพจเข้าหากัน และเป็นส่วนที่ให้ผู้ใช้งานสามารถเปิดเว็บเพจหน้าถัดไปเพื่อดูข้อมูลตามที่ลิงก์นั้น ๆ เชื่อมต่อไว้ โดยลิงก์เป็นได้ทั้งข้อความและภาพ (Truelookpanya, 2557) ตัวอย่างนี้ แอดมินโพสต์ข้อความแคปชันอธิบายประกอบลิงก์ที่แบ่งปันมาจากเว็บไซต์พันทิป (Pantip) ที่มีผู้ตั้งกระทู้ขี้แจ้ประเด็นที่เป็นข่าวมีผู้หญิงคนหนึ่งไม่ลุกยืนแสดงความเคารพเพลงสรรเสริญพระบารมีในโรงภาพยนตร์ และเจ้าของกระทู้ทำการคุกคามข่มขู่กระทู้ที่ไม่ลุกขึ้นยืน โดยก่อนหน้านั้นทางฝ่ายหญิงผู้ถูกคุกคามเคยมาตั้งกระทู้ไว้ก่อนแล้ว กระทู้นี้จึงเป็นกระทู้ขี้แจ้จากฝ่ายชายผู้คุกคาม แอดมินโพสต์ข้อความแคปชันเพื่ออธิบายสรุปให้ผู้ติดตามเพจทราบว่า “ต่อเนื่องจากดราม่าโรงหนังที่มีผู้หญิงเจ็บขาไม่ลุกขึ้นยืน อันนี้เป็นมุมมองของผู้ชายที่เป็นคู่กรณีมาชี้แจงเหตุการณ์ในวันนั้น ซึ่งได้โทรไปแจ้งความจริง แต่ตำรวจบอกว่า “เรื่องไร้สาระนำคุณ...” และแน่นอนว่ากระทู้นี้กลับบ้านอีกแล้ว” ซึ่งคำว่า “กลับบ้าน” นั้น เป็นภาษาที่มักได้ยินเสมอ ๆ ในวงการกีฬาเมื่อทีมเจ้าบ้านพ่ายแพ้ต่อทีมผู้มาเยือนจะเรียกว่า “แพ้กลับบ้าน” แอดมินต้องการสื่อให้ผู้ติดตามหรือลูกเพจทราบว่าเจ้าของกระทู้ถูกสมาชิกเว็บบอร์ดเข้ามาแสดงความคิดเห็นตำหนิหรือต่อว่ามากมายในกระทู้ของตัวเอง โดยแอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ. 2562



ภาพที่ 27 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบการแพร่ภาพสด (Live)

ที่มา : https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=280780212745372

2.3.4 การนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบการแพร่ภาพสด ดังตัวอย่างภาพที่ 27

จากตัวอย่างภาพที่ 27 เป็นรูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบการแพร่ภาพสด (Live) การแพร่ภาพสดหรือการถ่ายทอดสด (Facebook Live) เป็นคุณสมบัติอย่างหนึ่งของเฟซบุ๊กที่ให้ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กสามารถทำการถ่ายทอดสดเรื่องราวต่าง ๆ ที่กำลังประสบหรือกิจกรรมที่กำลังทำอยู่ในขณะนั้น ผ่านทางหน้ากระดานข้อความ (Wall) โดยผู้ที่เป็นเพื่อนกับผู้ใช้งานหรือผู้ติดตามเพจใด ๆ ของเฟซบุ๊กก็สามารถร่วมชมการถ่ายทอดสดนี้ไปพร้อม ๆ กันได้ (Zcooby.com, 2017) นอกจากนี้แอดมินยังสามารถพูดคุยโต้ตอบกับผู้ติดตามเพจในขณะแพร่ภาพสดได้อีกด้วย ตัวอย่างนี้แอดมินโพสต์ข้อความแคปชันอธิบายประกอบการแพร่ภาพสดเพื่อบอกกล่าวแก่ผู้ติดตามเพจว่า “HBO Asia แอลงข่าวเปิดตัว FOLKLORE ซีรีส์ของชาวภูไทจาก 6 ประเทศเอเชีย ณ โรงแรมโพธิ์ชัย สิงคโปร์” โดยแพร่ภาพสดผ่านทางหน้าแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” เมื่อวันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2561 ซึ่งแอดมินได้รับเชิญให้เข้าร่วมการแถลงข่าวเปิดตัวซีรีส์ของชาวภูไทครั้งนี้ด้วย

2.3.5 การนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบการสร้างแบบสำรวจความคิดเห็น ดังตัวอย่างภาพที่ 28



ภาพที่ 28 รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบการสร้างแบบสำรวจความคิดเห็น

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2041631679477064>

จากตัวอย่างภาพที่ 28 เป็นรูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบการสร้างแบบสำรวจความคิดเห็น (Poll) ซึ่งการสร้างแบบสำรวจความคิดเห็นนั้นเป็นคุณสมบัติอย่างหนึ่งของเฟซบุ๊กที่ให้ผู้ใช้งานสามารถตั้งคำถามและขอความคิดเห็นจากผู้ติดตามให้ตัดสินใจลงคะแนนเสียง (Vote)ว่าจะเลือกแบบใดระหว่างสองสิ่ง ในตัวอย่างนี้แอดมินสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ติดตามเพจ โดยมีข้อความแคปชันว่า “วันนี้มีหนังเข้าใหม่ 2 เรื่อง กระแสดังทั้งคู่ แต่บังเอิญว่าคุณต้องทำมาหากินและไม่ค่อยมีเวลา คุณจะเลือกไปดูเรื่องไหนดี” และมีภาพสองภาพให้เลือกลงคะแนนระหว่างภาพด้านซ้ายเป็นภาพยนตร์การ์ตูนดิสนีย์เรื่อง “ทอยสตอรี 4” กับภาพด้านขวาเป็นภาพยนตร์ไทยเรื่อง “รัก 2 ปี ยินดีคืนเงิน” ให้ผู้ติดตามเพจกดเลือกภาพที่ต้องการ เป็นการสำรวจความคิดเห็นของผู้ติดตามเพจว่าระหว่างภาพยนตร์สองเรื่องนี้ให้ความสนใจเรื่องใดมากกว่ากัน แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2562

จากการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” ทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ผู้วิจัยสรุปได้ว่า แอดมินเพจ “หนังสือพิมพ์” ได้ใช้รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาจากคุณสมบัติของเฟซบุ๊กที่มีให้บริการอยู่เกือบทุกชนิดในการสื่อสารกับผู้ติดตามเพจ ทั้งการโพสต์ภาพ ข้อความ วิดีทัศน์ แบ่งปันลิงก์ แพร่ภาพสด และสร้างแบบสำรวจความคิดเห็น ยกเว้นบริการเฟซบุ๊กมาร์เก็ตเพลสซึ่งเป็นบริการค้าขายสินค้าสำหรับผู้ซื้อเฟซบุ๊ก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะจุดประสงค์หลักของเพจ “หนังสือพิมพ์” เป็นเพจเพื่อความบันเทิง มิใช่เพจดำเนินธุรกิจค้าขาย



บทที่ 3

เนื้อหาในการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์”

ในบทที่ 3 นี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงเนื้อหาในการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” เพื่อให้มองเห็นภาพรวมของการนำเสนอว่ามีเนื้อหาเกี่ยวกับอะไรบ้าง และเพื่อที่จะได้เข้าใจกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในบทต่อไปได้ง่ายขึ้น

เนื้อหา (Content) หมายถึง ใจความสำคัญ ข้อสำคัญ สารสำคัญ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) เนื้อหาในการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” หมายถึง การนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ผ่านทางหน้าเพจ “หนังสือพิมพ์” โดยมีใจความสำคัญ ข้อสำคัญ หรือสารสำคัญที่แตกต่างกันไป จากการศึกษาพบว่า เนื้อหาของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” สามารถจำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

- 3.1 เนื้อหาเกี่ยวกับวงการบันเทิง
 - 3.1.1 เนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ ละคร
 - 3.1.2 เนื้อหาเกี่ยวกับนักแสดง
 - 3.1.3 เนื้อหาเกี่ยวกับการวิจารณ์วงการบันเทิง
 - 3.1.4 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนวงการบันเทิง
- 3.2 เนื้อหาเกี่ยวกับวงการกีฬา
 - 3.2.1 เนื้อหาเกี่ยวกับสโมสรกีฬา
 - 3.2.2 เนื้อหาเกี่ยวกับนักกีฬา
 - 3.2.3 เนื้อหาเกี่ยวกับการเชียร์กีฬา
- 3.3 เนื้อหาเกี่ยวกับสังคม
 - 3.3.1 เนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคม
 - 3.3.2 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนสังคม
- 3.4 เนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง
 - 3.4.1 เนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมือง
 - 3.4.2 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนการเมือง

3.1 เนื้อหาเกี่ยวกับวงการบันเทิง

เนื้อหาเกี่ยวกับวงการบันเทิง หมายถึง การนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับภาพยนตร์ ละคร โทรทัศน์ ภาพยนตร์ซีรีส์ ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน บทบาทของตัวละคร นักแสดง ผู้กำกับ ภาพยนตร์ รวมถึงธุรกิจเกี่ยวกับภาพยนตร์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้วิจัยจำแนกเนื้อหาย่อยออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ ละคร เนื้อหาเกี่ยวกับนักแสดง เนื้อหาเกี่ยวกับการวิจารณ์วงการบันเทิง และเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนวงการบันเทิง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1.1 เนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ ละคร เป็นการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ หรือ ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ซีรีส์ ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน อาทิ ตัวอย่างภาพยนตร์ ตัวอย่างโปสเตอร์โฆษณาภาพยนตร์ แนะนำภาพยนตร์หรือละคร อธิบายรูปร่างลักษณะของตัวละคร บอกเล่าเรื่องราวของธุรกิจเกี่ยวกับภาพยนตร์ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

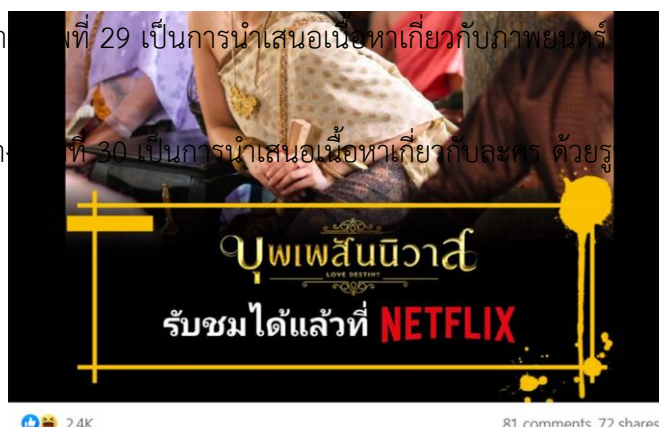


ภาพที่ 29 เนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1762199467420288>

จากตัวอย่างภาพที่ 29 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ในรูปแบบข้อความแคปชั่น ประกอบการ

จากตัวอย่างภาพที่ 30 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับละคร ด้วยรูปแบบข้อความแคปชั่นประกอบภาพจากละ



ภาพที่ 30 เนื้อหาเกี่ยวกับละคร

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/photos/a.1447152705591634/2111273332512898/?type=3&theater>

“อ้อเจ้าอาละวาดมาถึง Netflix แล้ว ร่วมสัมผัสความฟินของแม่การะเกดที่
เอะอะสะดุด เอะอะลั้ม จนคุณพีหมีนต้องมาประคองแล้วจ้องตากันสองนาที่ พร้อม
กับเพลง “ฟ้าดินแยกเราเท่าไรไม่ขาด ~ ภพชาติพรากเราห่างกันไม่ได้ ~” ตอนนี่แม่
การะเกดลั้มประมาณสามรอบ ไม่รู้ว่าเป็นข้อเขาเสื่อมหรืออย่างไร”

ข้อความดังกล่าวเป็นข้อความที่แอดมินเจตนาบอกกล่าวให้ผู้ติดตามเพจทราบว่าจะครเรื่อง
บุพเพสันนิวาส มีการนำมาออกอากาศใหม่ทางช่อง Netflix แล้ว โดยโพสต์เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม
พ.ศ. 2562





ภาพที่ 31 เนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ซีรีส์

ที่มา : https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1904053963234837?_tn__=-R

จากตัวอย่างภาพที่ 31 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ซีรีส์ ด้วยรูปแบบข้อความ แคปชั่นประกอบลิงก์วีดิทัศน์ตัวอย่างภาพยนตร์ซีรีส์ญี่ปุ่นเรื่อง “Saint Young Men” หรือ “ศาสตราพักร้อน” โดยแอดมินโพสต์ข้อความอธิบายว่า

“ปล่อยตัวอย่างออกมาแล้วสำหรับไลฟ์แอ็คชั่นเรื่อง “Saint Young Men” หรือศาสตราพักร้อนเวอร์ชันซีรีส์ 10 ตอน ที่สร้างมาจากมังงะในชื่อเดียวกัน เรื่องราวของบู้ดต้าและจีซัสที่ลงจากสวรรค์มาใช้ชีวิตแบบรูมเมทในห้องเช่าที่โตเกียว ทั้งสองพยายามซ่อนตัวตนและเรียนรู้สังคมที่ทันสมัยของญี่ปุ่นไปพร้อม ๆ กัน ดูเผิน ๆ การ์ตูนเรื่องนี้เหมือนจะเป็นการลบลู่ศาสนา แต่เนื้อเรื่องจริง ๆ แฝงธรรมะไว้หลายอย่างเลยทีเดียว

Saint Young Men นำแสดงโดย เคนอิจิ มัตสึยาม่า (เดรโน้ต) รับบทจีซัส และ โชตะ โชมะตานิ (ปรสิตเพื่อนรัก) รับบทบู้ดต้า ออกอากาศวันที่ 18 ตุลาคมนี้ ที่ญี่ปุ่นทางช่อง piccoma TV ส่วนบ้านเรานั้น...คิดว่าจะได้ดูกันหรือ มึงก็รู้ที่นี้ประเทศไทย!!!”

ข้อความที่แอดมินโพสต์นั้นมีเจตนาเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้ติดตามเพจทราบว่า ภาพยนตร์ซีรีส์ญี่ปุ่นที่สร้างจากการ์ตูนมังงะที่ได้รับความนิยมอย่างมากรัน ได้เผยแพร่ภาพยนตร์ตัวอย่างและมีกำหนดจะออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยเมื่อวันที่ 18 ตุลาคม นี้ แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม พ.ศ. 2561



ภาพที่ 32 เนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1765961093710792>

จากตัวอย่างภาพที่ 32 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันด้วยรูปแบบข้อความแคปชันประกอบภาพโปสเตอร์ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง “Teen Titans Go To The Movies” โดยมีข้อความอธิบายจากแอดมินว่า

“โปสเตอร์จาก Teen Titans Go To The Movies อนิเมชันซูเปอร์ฮีโร่สุดฮิตจากทีวีซีรีส์ซูโรงภาพยนตร์ เข้าฉาย 26 กรกฎาคมนี้”

ตัวอย่างดังกล่าวนี้ แอดมินเจตนาบอกกล่าวผู้ติดตามเพจให้ทราบว่าภาพยนตร์การ์ตูนที่เคยออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ได้ถูกนำมาสร้างเป็นภาพยนตร์แอนิเมชันที่จะออกฉายในโรงภาพยนตร์แล้ว โปสต์เมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561



ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1889547194685514>

จากตัวอย่างภาพที่ 33 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการอธิบายรูปร่างลักษณะของตัวละคร ด้วยรูปแบบข้อความแคปชั่นประกอบภาพถ่ายตัวละคร “ดาร์ธ มอล Darth Maul” จากภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดเรื่อง Star Wars โดยแอดมินโพสต์ข้อความอธิบายว่า

“ภาพเต็มตัวของ Darth Maul เวอร์ชันในหนัง SOLO a Star War Story ที่หลังจากโดนโอปีวันหันครึ่งแล้วรอดมาได้ ก็ไปศัลยกรรมช่วงล่างเป็นเครื่องจักร แสดงโดย Ray Park คนเดิมที่เคยรับบทเดียวกันนี้ใน EP.1 ซึ่งคงจะมีบทบาทในภาคต่อถ้าหนังไม่เจ๊งเสียก่อน เสียใจด้วยครับ คุณไม่ได้ไปต่อ”

จากภาพและข้อความเป็นการกล่าวถึงลักษณะของตัวละครในภาพยนตร์เรื่อง SOLO และโชว์ให้เห็นภาพเต็มตัวของตัวละครในแต่ละอิริยาบถ โพสต์เมื่อวันที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2561



ภาพที่ 34 เนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจภาพยนตร์

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1912757602364473>

จากตัวอย่างภาพที่ 34 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจภาพยนตร์ ด้วยรูปแบบข้อความ แคลปชันประกอบภาพโปสเตอร์ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่องต่าง ๆ ที่ผลิตโดยบริษัท Blumhouse Productions แอดมินโพสต์ข้อความอธิบายถึงบริษัทผลิตภาพยนตร์บริษัทหนึ่ง ผู้วิจัยขอยกข้อความอธิบายดังกล่าวมาเพียงบางส่วน เพื่อชี้ให้เห็นว่าเป็นข้อความเกี่ยวกับธุรกิจภาพยนตร์ ดังนี้

“ต้อนรับวันฮัลโลวีน มาทำความรู้จักกับ Blumhouse Productions บริษัทผู้ผลิตหนัง Thriller และ Horror อันดับ 1 ของฮอลลีวูด เมื่อพูดถึงชื่อสตูดิโอ คนส่วนมากอาจจะไม่รู้จัก “บลัมเฮาส์ โปรดักชัน” แต่ถ้าพูดถึงหนังที่สตูดิโอนี้สร้าง ทุกคนต้องร้องอ้อ เพราะค่ายนี้สร้างหนังสยองขวัญจนประสบความสำเร็จและมีภาคต่อหลายเรื่อง เช่น Paranormal Activity (2009) Insidious (2011) Sinister (2012) The Purge (2013) Whiplash (2014) Ouija (2014) Split (2017) Get Out (2017) Halloween (2018)

บลัมเฮาส์ โปรดักชัน ก่อตั้งโดย เจสัน บลัม ในปี 2006 ซึ่งในปีแรก ๆ นั้น ยังเป็นบริษัทผู้ผลิตที่ร่วมสร้างหนังกับบริษัทอื่น ก่อนจะมุ่งหน้าผลิตหนังสยองขวัญเป็นหลักในภายหลัง

ไม่เพียงแต่สร้างหนังสยองขวัญต้นทุนต่ำเท่านั้น แต่ความสำเร็จของบลัมเฮาส์ยังได้รับคำชมจากนักวิจารณ์ และส่งให้หนังไปถึงออสการ์อีกด้วย เช่น Whiplash (2014) ที่คว้า 3 รางวัลออสการ์ หรือ Get Out (2017) ที่คว้าหนึ่ง

รางวัลออสการ์ และกวาดรายได้ไปกว่า 255 ล้านเหรียญทั่วโลก จากทุนสร้าง 4.5 ล้านเหรียญ (กำไร 56 เท่า)”

จากตัวอย่างนี้แอดมินเจตนาบอกเล่าเรื่องราวให้ผู้ติดตามเพจได้รู้จักกับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์สยองขวัญที่ลงทุนต่ำแต่ผลกำไรสูง โพสต์เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2561 ซึ่งตรงกับวันฮัลโลวีนด้วย

3.1.2 เนื้อหาเกี่ยวกับนักแสดง เป็นการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่หรือพฤติกรรมของดารา นักแสดง รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ อาทิ ผู้กำกับภาพยนตร์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้



ภาพที่ 35 เนื้อหาเกี่ยวกับนักแสดง

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2030997490540483>

จากตัวอย่างภาพที่ 35 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักแสดง ด้วยรูปแบบข้อความ แคปชั่นประกอบภาพถ่ายของ “อาร์โนลด์ ชวาร์เซเนกเกอร์ Arnold Schwarzenegger” นักแสดงชายชาวต่างประเทศผู้มีชื่อเสียงโด่งดัง ในชุดว่ายน้ำที่โชว์กล้ามเนื้อบิกินี โดยแอดมินโพสต์ข้อความหยอกล้อว่า “อาร์โนลด์ ชวาร์เซเนกเกอร์ ตอนเป็นหนุ่มให้เทียบกล้ามเนื้อไม่ไหว แต่ให้เทียบอย่างอื่นก็พอสูสีกันละว่า” โพสต์เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน พ.ศ. 2562



ภาพที่ 36 เนื้อหาเกี่ยวกับนักแสดง

ที่มา : <https://www.facebook.com/hangfangmook/posts/1929991017307798>

จากตัวอย่างภาพที่ 36 เป็นกรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักแสดง ด้วยข้อความแคปชั่น ประกอบภาพถ่ายของ พิศาล อัครเศรณี นักแสดงชายชาวไทยที่มีความสามารถมากมาย ทั้งเป็นนักแสดงและเป็นผู้กำกับภาพยนตร์ โดยแอดมินโพสต์ข้อความว่า

“อาเป๊ยก พิศาล อัครเศรณี ผู้กำกับละครชื่อดังเสียชีวิตแล้วเมื่อคืนนี้ เวลา 02:00 น. จากอาการหัวใจวาย ในวัย 73 ปี

อาเป๊ยก พิศาล ได้ฉายาว่าเป็นผู้กำกับตบจูบ มีผลงานกำกับละครวิทยุกว่า 70 เรื่อง ละครโทรทัศน์กว่า 100 เรื่อง ภาพยนตร์กว่า 40 เรื่อง อาทิ มหาราชดำ มนต์รักอสูร รักประกาศิต ละอองดาว นางแมวป่า ค่าของคน พายุอารมณ์ ไฟรักอสูร เลือดทมิฬ อัจฉริยะ และเพลงสุดท้าย

นับว่าเป็นข่าวเศร้าเข้านี้ที่วงการบันเทิงได้สูญเสียบุคลากรสำคัญไปอีกท่านแล้ว ขอแสดงความเสียใจมา ณ ที่นี้ด้วยครับ”

ตัวอย่างนี้ แอดมินโพสต์แจ้งข่าวการเสียชีวิตและแสดงความเสียใจต่อการจากไปของนักแสดงผู้นี้ให้ผู้ติดตามเพจได้ทราบ โพสต์เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2561



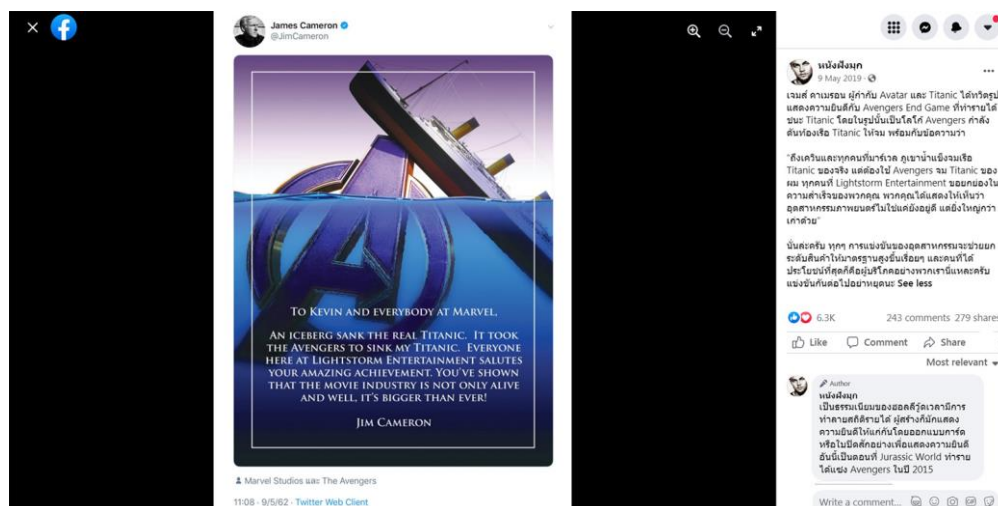
ภาพที่ 37 เนื้อหาเกี่ยวกับผู้กำกับภาพยนตร์

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1791254011181500>

จากตัวอย่างภาพที่ 37 เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับผู้กำกับภาพยนตร์ไทย ด้วยรูปแบบข้อความแคปชั่นประกอบภาพแคปเจอร์จากเพจของผู้กำกับภาพยนตร์ชื่อดัง ซึ่งเป็นภาพถ่ายคู่กับทนายความและตัวหนังสือว่า “ฟ้องแน่ เพื่อปกป้องศักดิ์ศรีและอาชีพตัวเอง” โดยข้อความของแอดมินโพสต์ว่า

“ถึงพีชร์ อานนท์ จะลบโพสต์ไปแล้ว แต่ผมก็ยังแคปไว้เตือนใจเพื่อลูกเพจจะไปคอมเมนต์เสีย ๆ หาย ๆ เกี่ยวกับหนังของแก ผมก็อยากจะขอร้องว่า ไม่เอาหน้าอย่าด่าหนังพี่แกเลย เดี่ยวแกฟ้องนะครับ”

ภาพตัวอย่างนี้สืบเนื่องมาจากผู้กำกับชื่อดังมอบหมายให้ทนายความฟ้องร้องเอาผิดผู้ที่วิพากษ์วิจารณ์ภาพยนตร์ที่ตนเองกำกับอย่างเสีย ๆ หาย ๆ โพสต์เมื่อวันที่ 18 เมษายน พ.ศ. 2561



ภาพที่ 38 เนื้อหาเกี่ยวกับผู้กำกับภาพยนตร์

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2015799892060243>

จากตัวอย่างภาพที่ 38 เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับผู้กำกับภาพยนตร์ต่างประเทศ ด้วยรูปแบบข้อความแคปชั่นประกอบภาพแคปเจอร์จากทวิตเตอร์ (Twitter) ผู้กำกับภาพยนตร์ฮอลลีวูด James Cameron ที่ทวิต (Tweet) ภาพข้อความแสดงความยินดีแก่ผู้กำกับภาพยนตร์ที่ชื่อ Kevin โดยแอดมินโพสต์ข้อความอธิบายว่า

“เจมส์ คาเมรอน ผู้กำกับ Avatar และ Titanic ได้ทวิตรูปแสดงความยินดีกับ Avengers End Game ที่ทำรายได้ชนะ Titanic โดยในรูปนั้นเป็นโลโก้ Avengers กำลังดันท้องเรือ Titanic ให้จม พร้อมกับข้อความว่า “ถึงเควินและทุกคนที่มาร์เวล ภูเขาน้ำแข็งจมเรือ Titanic ของจริง แต่ต้องใช้ Avengers จม Titanic ของผม ทุกคนที่ Lightstorm Entertainment ขอยกย่องในความสำเร็จของคุณ พวกคุณได้แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไม่ใช่แค่ยังอยู่ดี แต่ยิ่งใหญ่กว่าเก่าด้วย”

นั่นล่ะครับ ทุก ๆ การแข่งขันของอุตสาหกรรมจะช่วยยกระดับสินค้าให้มาตรฐานสูงขึ้นเรื่อย ๆ และคนที่ได้ประโยชน์ที่สุดก็คือผู้บริโภคอย่างพวกเรานี่แหละครับ แข่งขันกันต่อไปอย่าหยุดนะ”

ตัวอย่างดังกล่าว เป็นการบอกกล่าวให้ผู้ติดตามเพจทราบความเคลื่อนไหวของผู้กำกับ ภาพยนตร์ต่างประเทศที่มีต่อวงการภาพยนตร์ โดยโพสต์เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม พ.ศ. 2562

3.1.3 เนื้อหาเกี่ยวกับการวิจารณ์วงการบันเทิง เป็นการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็น การวิพากษ์วิจารณ์ภาพยนตร์ นักแสดง ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 39 เนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็น

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2022290821411150>

จากตัวอย่างภาพที่ 39 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็น ด้วยรูปแบบข้อความแคปชั่นประกอบการสร้างแบบสำรวจความคิดเห็นหรือโพล (Poll) โดยแอดมินโพสต์ข้อความว่า

“มาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน คัดยั้งกับตอนอวสานของมหากาพย์ซีรีส์ Game of Thrones”

จากภาพตัวอย่างจะเห็นว่าแอดมินเปิดโอกาสให้ผู้ติดตามเพจมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อตอนอวสานของภาพยนตร์ซีรีส์เรื่อง Game of Thrones โดยผู้ติดตามที่เห็นว่าตอนอวสานของภาพยนตร์ซีรีส์เรื่อง Game of Thrones “มันยอดเยี่ยมมาก” มีเพียง 14% และที่มีความเห็นว่า “เหี้ยไรเนี่ย” สูงถึง 86% โดยแอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 หลังจากที่ภาพยนตร์ซีรีส์เรื่อง Game of Thrones อวสานลง



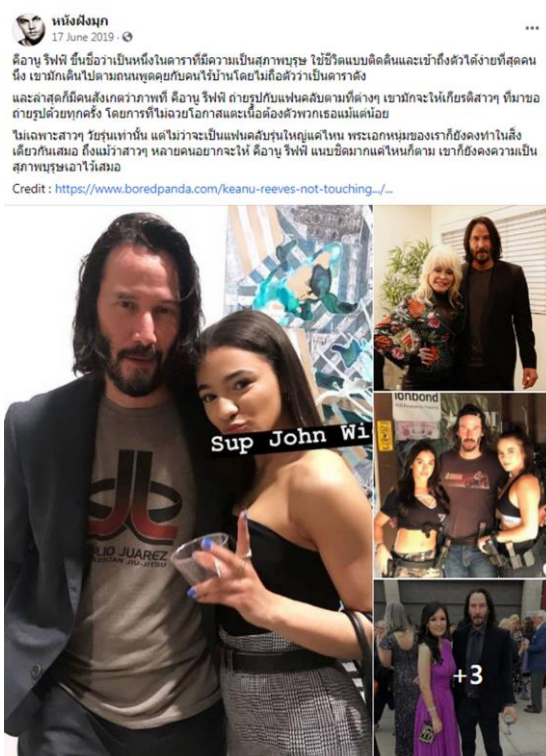
ภาพที่ 40 เนื้อหาเกี่ยวกับการวิจารณ์ภาพยนตร์

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1891320847841482>

จากตัวอย่างภาพที่ 40 เป็นการแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับการวิจารณ์หรือวิพากษ์ภาพยนตร์ ด้วยรูปแบบข้อความแคปชันประกอบภาพอินเทอร์เน็ทที่มีมาจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง The Predator กับภาพยนตร์ซีรีส์สำหรับเด็กจากสหราชอาณาจักรเรื่อง Teletubbies และมีข้อความในภาพว่า “เพรดเดเทอร์ในความรู้สึกก่อนดูหนัง” และ “เพรดเดเทอร์หลังจากดูหนังจบ” โดยมีข้อความอธิบาย (Caption) จากแอดมินว่า

“เพรดเดเทอร์เป็นหนังตลก! ไอ้สัส นึกว่ากำลังดูชิงร้อยชิงล้านอยู่ เรือนชิบหาย เออะอะปล่อยมุกตบมุกกันโปัะปัะ โคตรกาว อารมณ์ประมาณหนัง 7 ประจัญบานปะทะนักร้องต่างดาว แม้แต่ตอนเลือดท่วมจอยังทำให้เป็นตลกร้ายได้ ตัวนักล่ามันก็ยิ่งเก่งเหมือนเดิมแหละ แต่โทนหนังมันเปลี่ยนไป ไม่ได้ดูชิงชิงซีเรียส กตตันอะไรเหมือนเมื่อก่อน ใครตายก็ช่างแม่งไม่ได้ส่งสารทหู่เลย ยิ่งเจอแก๊งของพระเอกโคตรกาว เรือนมาก ถามว่าสนุกมัยย์ แม่งโคตรสนุก”

จากตัวอย่างข้างต้น เป็นการแสดงความคิดเห็นหรือวิพากษ์วิจารณ์ภาพยนตร์เรื่อง The Predator ให้ผู้ติดตามเพจทราบว่าภาพยนตร์เรื่องนี้สอดแทรกมุกตลกเข้าไปมากทำให้ต่างไปจากภาคก่อนหน้าที่มีความขึงขัง แต่ก็ยังคงความสนุกอยู่มาก โปสต์เมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2561



ภาพที่ 41 เนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นหรือวิจารณ์นักแสดง

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2039627873010778>

จากตัวอย่างภาพที่ 41 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นหรือการวิจารณ์นักแสดง ด้วยข้อความแคปชั่นประกอบภาพถ่ายของ Keanu Reeves นักแสดงชายชาวต่างประเทศที่ถ่ายภาพร่วมกับแฟนคลับจำนวน 6 ภาพ โดยแอดมินโปสต์ข้อความแสดงความคิดเห็นว่า

“คีโอนู รีฟฟ์ ขึ้นชื่อว่าเป็นหนึ่งในดารามีความเป็นสุภาพบุรุษ ใช้ชีวิตแบบติดดินและเข้าถึงตัวได้ง่ายที่สุดคนนึง เขามักเดินไปตามถนนพูดคุยกับคนไร้บ้านโดยไม่ถือตัวว่าเป็นดาราดัง และล่าสุดก็มีคนสังเกตว่าภาพที่ คีโอนู รีฟฟ์ ถ่ายรูปกับแฟนคลับตามทีต่าง ๆ เขามักจะให้เกียรตินิสาว ๆ ที่มาขอถ่ายรูปด้วยทุกครั้ง โดยการที่ไม่ฉวยโอกาสแตะเนื้อต้องตัวพวกเธอแม่แต่น้อย ไม่เฉพาးสาว ๆ วยรุ่นเท่านั้น แต่

ไม่ว่าจะเป็นแฟนคลับรุ่นใหญ่แค่ไหน พระเอกหนุ่มของเราก็ยังคงทำในสิ่งเดียวกันเสมอ ถึงแม้ว่าสาว ๆ หลายคนอยากจะทำให้ คีอานู รีฟฟ์ แบนชิดมากแค่ไหนก็ตาม เขาก็ยังคงความเป็นสุภาพบุรุษเอาไว้เสมอ”

ตัวอย่างดังกล่าว เป็นการแสดงความคิดเห็นของแอดมินที่มีต่อนักแสดงชายผู้นี้ว่า มีความเป็นสุภาพบุรุษ ให้เกียรติสุภาพสตรี และไม่ถือตัว แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2562

3.1.4 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนวงการบันเทิง เป็นการล้อเลียนภาพยนตร์ ละคร ตัวละครในเรื่อง นักแสดง ดังรายละเอียดต่อไปนี้



ภาพที่ 42 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนภาพยนตร์

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2082109515429280>

จากตัวอย่างภาพที่ 42 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนภาพยนตร์ ด้วยรูปแบบข้อความแคปชันประกอบภาพวิวัฒนาการของดาบไลท์เซเบอร์จากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง Star Wars ในปีต่าง ๆ และภาพถ่ายหลอดไฟฟ้าประดับงานวัด โดยมีข้อความจากแอดมินโพสต์ว่า

“ไลท์เซเบอร์อันใหม่ของเรามันต้องชองล่าสุดดิเวะ ไลท์เซเบอร์สีแดงสองด้ามมันซ้าแล้ว”

จากตัวอย่างข้างต้นนี้ แอดมินเจตนาล้อเลียนดาบไลท์เซเบอร์ ซึ่งเป็นดาบของตัวละครในภาพยนตร์เรื่อง Star Wars โดยต้องการสื่อความหมายว่าดาบไลท์เซเบอร์นั้นมีลักษณะคล้ายกับหลอดไฟฟ้าที่ใช้ประดับประดาตามงานวัด หรืองานฉลองต่าง ๆ แต่ดาบไลท์เซเบอร์ที่มีแสงไฟเพียงสีเขียวและ

แยกออกไปเพียงสองทิศทางนั้นเก่าไม่ทันสมัยแล้ว ควรพัฒนาให้มีหลากหลายสีสันและแยกออกได้หลายทิศทางเช่นเดียวกับหลอดไฟฟ้าของงานวัด โปสต์เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2562



ภาพที่ 43 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนละคร

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1783359931970908>

จากตัวอย่างภาพที่ 43 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนละคร ด้วยรูปแบบภาพอินเทอร์เน็ตมีมจากละครโทรทัศน์เรื่อง “บุพเพสันนิวาส” โดยไม่มีข้อความอธิบายภาพจากแอดมิน ซึ่งภาพที่ใช้เป็นการล้อเลียนฉากในละครตอนที่ท่านหมื่นจะต้องออกเดินทางไปต่างประเทศ และการะเกตได้เข้บหมอนมอบให้ติดตัวไปเป็นที่ระลึก แต่ในภาพนี้เปลี่ยนแปลงเป็นกางเกงในที่การะเกตเข้บเอง เป็นการล้อเลียนฉากดังกล่าว โปสต์เมื่อวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2561 โดยรายละเอียดของการล้อเลียน ผู้วิจัยจะขออธิบายในบทที่ 4 กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันต่อไป



ภาพที่ 44 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนตัวละคร

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1766880540285514>

จากตัวอย่างภาพที่ 44 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนตัวละคร ด้วยรูปแบบข้อความแคปชั่นประกอบภาพถ่ายไก่สดและภาพจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง “Black Panther” ซึ่งเป็นภาพของ Erik Killmonger อีริก คิลมองเกอร์ ตัวร้ายในเรื่องที่มีผิวหนังเป็นปุ่มคล้ายกับผิวหนังของไก่ และมีข้อความว่า “ไม่ใช่หนังไก่ไว้อยู่” โดยแอตมินโพสต์ข้อความประกอบว่า

“เมื่อคิลมองเกอร์โดนถอนขนออก”

ตัวอย่างดังกล่าวเป็นการล้อเลียนตัวละครในภาพยนตร์โดยการเปรียบเทียบผิวหนังของตัวละครกับผิวหนังของไก่เมื่อถูกถอนขนแล้ว โปสต์เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561



ภาพที่ 45 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนนักแสดง

ที่มา : <https://www.facebook.com/hangfangmook/posts/1998528310454068>

จากตัวอย่างภาพที่ 45 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนนักแสดง ด้วยรูปแบบข้อความแคปชั่นประกอบภาพอินเทอร์เน็ตมีมจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง Shasam ซาแซม ที่มีตัวละครเอกในภาพพร้อมข้อความว่า “บิลลี่ต้องแปลงร่างเป็นซาแซมเพื่อเข้าไปซื้อเบียร์” เนื่องจากบิลลี่เป็นตัวละครเด็กที่แปลงร่างเป็นซูเปอร์ฮีโร่ซาแซมได้ ส่วนภาพล่างเป็นภาพถ่ายของนักแสดงชายชาวแคนาดาเดียน - อเมริกัน กับข้อความว่า “อ่อนหัด ดเวย์น “เดอะ ร็อค” จอห์นสัน ตอนอายุ 16 ปี” ซึ่งนักแสดงผู้นี้เป็นผู้ชายที่มีรูปร่างสูงใหญ่และใบหน้าแลดูมีอายุมากกว่าอายุจริง โดยแอตมินโพสต์ข้อความประกอบว่า

“หน้าโกงอายุจนเพื่อนคิดว่าเป็นตำรวจนอกเครื่องแบบปลอมตัวมาเรียน”

ที่มาของข้อความและภาพ “เดอะ ร็อค” ภาพนี้ ปรากฏอยู่บนอินสตาแกรม (Instagram) ส่วนตัวของเขา ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักแสดงชายผู้นี้ก็ยอมรับว่าเคยมีการเข้าใจผิดเช่นนั้นเกิดขึ้นจริง แอตมินสื่อว่าบิลลี่ต้องปลอมตัวเป็นผู้ใหญ่ ในขณะที่ เดอะ ร็อค ไม่ต้องทำแบบนั้น เจตนาล้อเลียนรูปร่างลักษณะของนักแสดงผู้นี้ โพสต์เมื่อวันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2562

3.2 เนื้อหาเกี่ยวกับวงการกีฬา

เนื้อหาเกี่ยวกับวงการกีฬา หมายถึง การนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอล และบุคคลที่เกี่ยวข้อง อาทิ นักกีฬา ผู้จัดการทีม ผู้เชียร์กีฬาหรือแฟนกีฬา ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้วิจัยจำแนกออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับสโมสรกีฬา เนื้อหาเกี่ยวกับนักกีฬา และเนื้อหาเกี่ยวกับการเชียร์กีฬา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.2.1 เนื้อหาเกี่ยวกับสโมสรกีฬา เป็นการนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับสโมสรกีฬาฟุตบอล ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 46 เนื้อหาเกี่ยวกับสโมสรกีฬา

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2104122576561307>

จากตัวอย่างภาพที่ 46 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสโมสรกีฬา ด้วยรูปแบบข้อความ แคปชั่นประกอบภาพถ่ายสนามฟุตบอลของสโมสรลิเวอร์พูล สโมสรฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของอังกฤษ โดยข้อความของแอดมินโพสต์อธิบายว่า

“สนามฟุตบอลแอนฟิลด์ ประเดิมใช้งานนัดแรกเมื่อวันที่ 28 กันยายน 1884 ช่วงเวลานั้นใช้เป็นสนามเหย้าของสโมสรเอฟเวอร์ตัน จนกระทั่งในปี 1892 เอฟเวอร์ตันก็ย้ายออกไปเนื่องจากปัญหาเรื่องค่าเช่า ส่งผลให้ จอห์น โฮลดีง เจ้าของ

สนามแอนฟิลด์ตัดสินใจสร้างทีมใหม่ขึ้นมาเพื่อเล่นที่สนามแห่งนี้ ซึ่งก็คือสโมสรลิเวอร์พูลนั่นเอง”

จากข้อความดังกล่าว เป็นการบอกกล่าวให้ผู้ติดตามเพจทราบถึงประวัติของสนามแอนฟิลด์ ซึ่งปัจจุบันเป็นสนามของสโมสรฟุตบอลลิเวอร์พูล โโพสต์เมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2562 เป็นช่วงเปิดฤดูกาลแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกในประเทศอังกฤษ



ภาพที่ 47 เนื้อหาเกี่ยวกับสโมสรกีฬา

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1911635772476656>

จากตัวอย่างภาพที่ 47 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสโมสรกีฬา ด้วยรูปแบบข้อความแคปชันประกอบภาพเอกสารคำแถลงการณ์ของสโมสรฟุตบอลเลสเตอร์ซิตี และภาพถ่ายนายวิชัย ศรีวัฒนประภา ประธานสโมสรฟุตบอลเลสเตอร์ซิตีของอังกฤษ โดยก่อนหน้านี้สำนักข่าว BBC นำเสนอข่าวเฮลิคอปเตอร์ของนายวิชัยตกกลางลานจอดรถข้างสนามคิงเพาเวอร์สเตเดียมของทีม แต่ยังไม่มียางานที่แน่นอนถึงผู้บาดเจ็บหรือผู้เสียชีวิต ส่วนข้อความประกอบที่โพสต์โดยแอดมินมีใจความว่า

“ทางสโมสรออกมายืนยันแล้วว่า คุณวิชัย ศรีวัฒนประภา เจ้าของสโมสรฟุตบอลเลสเตอร์ซิตี เป็น 1 ใน 5 ผู้เสียชีวิตในอุบัติเหตุเฮลิคอปเตอร์ตกเมื่อวานนี้ อีกสี่คนที่เสียชีวิต ได้แก่ คุณนุสรา สุขหน้าไม้ (อดีตรองมิสไทยแลนด์ยูนิเวิร์ส 2005) คุณกวีพร พรรณแพร ที่เป็นผู้โดยสาร และสองนักบิน คือ เอริก สวาฟเฟอร์ และอิชาเบลา โรซาลเโควิช

ทั้งนี้ คุณวิชัย ศรีวัฒนประภา ซื้อสโมสรฟุตบอลเลสเตอร์ซิตี เมื่อปี 2010 ด้วยราคา 1,750 ล้านบาท และมีส่วนช่วยให้สโมสรคว้าแชมป์พรีเมียร์ลีกในปี 2016 ซึ่งเป็นเรื่องที่เหลือเชื่อมาก อีกทั้งยังทำให้กระแสผ้าพันคอเจ้าคุณธงชัยโด่งดัง และทำให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก ปัจจุบัน คุณวิชัยยังมีส่วนผลักดันให้นักเตะเยาวชนไทยได้เข้ามาฝึกซ้อมยังสโมสรที่อังกฤษอีกด้วย ขอแสดงความเสียใจกับครอบครัวศรีวัฒนประภาด้วยครับ”

ข้อความและภาพตัวอย่างดังกล่าวข้างต้น เป็นการแจ้งข่าวให้แก่ผู้ติดตามเพจได้รับทราบข่าวการเสียชีวิตของคนไทยที่เป็นประธานสโมสรฟุตบอลในประเทศอังกฤษ และแสดงความเสียใจต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โพสต์เมื่อวันที่ 29 ตุลาคม พ.ศ. 2561

3.2.2 เนื้อหาเกี่ยวกับนักกีฬา เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักกีฬา โค้ชหรือผู้จัดการทีม แฟนกีฬาหรือแฟนบอล ดังตัวอย่างต่อไปนี้





ภาพที่ 48 เนื้อหาเกี่ยวกับนักกีฬา

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2052532168387015>

จากตัวอย่างภาพที่ 48 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักกีฬา ด้วยรูปแบบข้อความแคปชั่น ประกอบภาพถ่าย David Beckham นักฟุตบอลชาวอังกฤษและภรรยา โดยมีข้อความอธิบายภาพจากแอดมินว่า

“เบคแฮมรวยจัด ปีตพระราชวังแวร์ซายที่ฝรั่งเศสเที่ยวกับเมีย ฉลองครบรอบแต่งงาน 20 ปี”

ตัวอย่างดังกล่าว เป็นการบอกกล่าวให้ผู้ติดตามเพจทราบเกี่ยวกับการใช้ชีวิตของเดวิด เบคแฮม ที่ฉลองครบรอบแต่งงาน 20 ปี ด้วยการปีตพระราชวังแวร์ซายที่ฝรั่งเศสเพื่อเที่ยวชมกับภรรยา โพสต์เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2562



ภาพที่ 49 เนื้อหาเกี่ยวกับโค้ชหรือผู้จัดการทีม

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1884107395229494>

จากตัวอย่างภาพที่ 49 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโค้ชหรือผู้จัดการทีม ด้วยรูปแบบภาพอินเทอร์เน็ทมีมจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง Ghost Rider ซึ่งมีตัวละครเอกที่ศีรษะมีไฟลุกโชน โดยกรอบสุดท้ายตัดต่อใส่ใบหน้า Jose Mourinho โขเซ มูรินโญ่ และมีข้อความตอบคำถามของมูรินโญ่ว่า

“เปล่า ฉันเป็นคนเดียวที่ได้แชมป์พรีเมียร์ลีกมากกว่า ผจก. 19 คน ได้มาร่วมกันเสียอีก”

ภาพนี้แอดมินเจตนาล้อเลียนผู้จัดการทีมสโมสรแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ดในขณะนั้น เนื่องจากมูรินโญ่มักแสดงอาการขี้รำคาญหรืออารมณ์เสียบ่อยครั้ง และคำพูดที่มักใช้โต้ตอบผู้จัดการทีมอื่นหรือนักข่าวเสมอก็คือ เขามักจะอ้างว่าเขาเป็นโค้ชที่สามารถพาทีมได้แชมป์มากกว่าผู้จัดการทีมคนอื่น ๆ แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ. 2561



ภาพที่ 50 เนื้อหาเกี่ยวกับแฟนกีฬา

ที่มา : <https://www.facebook.com/hangfangmook/posts/2072895923017306>

จากตัวอย่างภาพที่ 50 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแฟนกีฬา ด้วยรูปแบบข้อความ แคลปชันประกอบภาพถ่าย โมฮาเหม็ด ซาล่าห์ นักฟุตบอลสโมสรลิเวอร์พูล และหนูน้อยหลุยส์ ฟาวเลอร์ แฟนบอลและต่อเติมใส่ตัวหนังสือเข้าไปในภาพ โดยข้อความอธิบายจากแอดมินมีใจความว่า

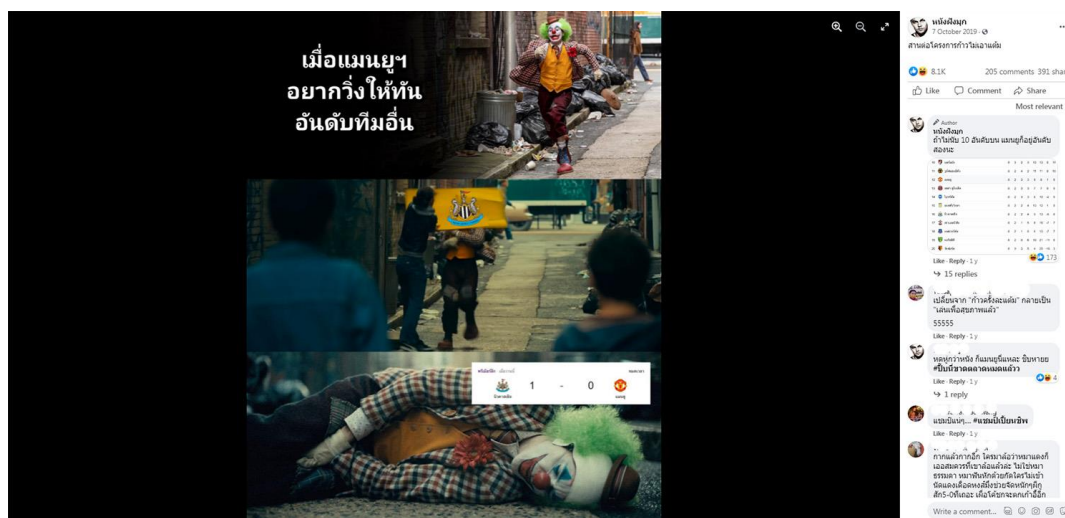
“บายนัเสาร์ หนูน้อยหลุยส์ ฟาวเลอร์ เดินทางไปยังสนามซ้อมของลิเวอร์พูล เพียงแค่อยากเห็นนักฟุตบอลที่ตัวเองชื่นชอบ

แล้วขณะที่รถยนต์ของโมฮาเหม็ด ซาล่าห์แล่นผ่าน หนูน้อยก็วิ่งตามรถยนต์แบบสับตีนแตก เพียงแค่อยากจะเห็นไอคอลลตัวเอง ด้วยความตื่นเต้นบวกกับอยากวิ่งให้ทันรถยนต์ ไอ้หลุยส์ลืมนมองทางจนไปชนกับเสาไฟอย่างจังจนเลือดอาบจุมก ร้องห่มร้องไห้ใหญ่

ส่วนซาล่าห์ที่เห็นอุบัติเหตุเล็ก ๆ นี้นี้เข้า ก็รีบวนรถกลับมาดูอาการเด็กน้อยพร้อมกับขอโทษขอโพย ที่เป็นต้นเหตุให้บาดเจ็บ (ใช่หรือ?) ก่อนจะแชร์รูปกับไอ้หลุยส์ที่ทั้งเลือดทั้งน้ำตา ยังไม่ได้เซ็ด เนี่ย ตำนานแบบนี้เอ็งเก็บไว้เล่าให้ลูกให้หลานฟังได้เลย”

ตัวอย่างดังกล่าวข้างต้นนี้ เป็นการนำเสนอเรื่องราวของแฟนบอลสโมสรลิเวอร์พูล โพสต์เมื่อวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2562

3.2.3 เนื้อหาเกี่ยวกับการเชียร์กีฬา เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการรายงานผลการแข่งขัน การให้กำลังใจ การล้อเลียน ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 51 เนื้อหาเกี่ยวกับการเชียร์กีฬา

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2110094102630821>

จากตัวอย่างภาพที่ 51 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเชียร์กีฬา ด้วยรูปแบบข้อความ แคปชั่นประกอบภาพอินเทอร์เน็ทมีมจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง Joker ต่อเติมใส่ตัวหนังสือและผลการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของอังกฤษ ระหว่างทีมนิวยอร์กซิตีกับทีมแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด ซึ่งผลการแข่งขันนิวยอร์กซิตีเอาชนะแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ดไป 1 – 0 ทั้งนี้ ภาพและเนื้อหาไม่เกี่ยวข้องกัน แอดมินเพียงแค่นำภาพมาเปรียบเทียบให้เห็นสถานการณ์ของสโมสรฟุตบอลแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ดว่าไม่ค่อยสู้ดี เพราะต้องการทำคะแนนแต่พลาดทำพ่ายแพ้ให้แก่ทีมคู่แข่ง โดยแอดมินโพสต์ข้อความประกอบว่า

“สานต่อโครงการก้าวไม่เอาแต้ม”

ข้อความนี้เป็นการล้อเลียนชื่อโครงการก้าวคนละก้าว โพสต์เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2562



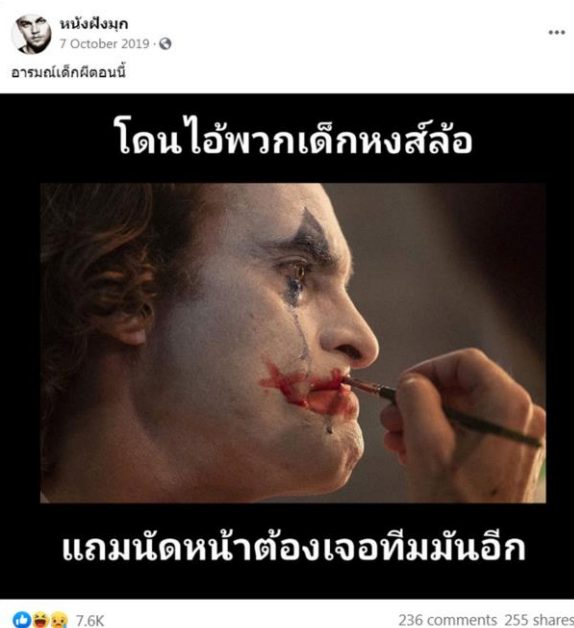
ภาพที่ 52 เนื้อหาเกี่ยวกับการเชียร์กีฬา

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1950488291924737>

จากตัวอย่างภาพที่ 52 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเชียร์กีฬา ด้วยรูปแบบข้อความ แคปชั่นประกอบภาพวาดการ์ตูน ต่อเติมใส่ตัวหนังสือแสดงคำพูดของตัวการ์ตูนเหล่านั้น โดยข้อความ ประกอบจากแอดมินมีใจความว่า

“ไม่ว่าอารมณ์ไหน...จะหัวร้อนใส...สุดท้ายเราก็เชียร์จนจบเกมส์ ที่ปั่นในบางที่... ก็เพราะลุ้นว่าจะชนะอยู่สัก ๆ หรือเป็นผู้หญิงดูบอลไม่ค่อยเป็น...แต่จะลงก็สนามก็เชียร์สุดเสียง พวกเราช่างศึกเบอร์ 12 เป็นกำลังใจให้ช่างศึกไทยวิ่งไปไกลได้ กว่าเดิม”

จากภาพและข้อความตัวอย่างนี้ สืบเนื่องมาจากผลการแข่งขันฟุตบอลรายการเอเชียนคัพ Asian Cup 2019 กลุ่ม A ที่ทีมชาติไทยพบกับทีมชาติอินเดียในนัดแรก โดยทีมชาติไทยเป็นเจ้าบ้าน แต่ทีมชาติไทยพ่ายแพ้ทีมชาติอินเดียไปอย่างน่าเสียดายด้วยสกอร์ (Score) 1 – 4 ทั้งที่ในการแข่งขัน ครั้งแรกนั้นทีมชาติไทยเล่นได้ดี ทำให้แฟนบอลชาวไทยอารมณ์เสียเป็นอย่างมาก แต่เมื่ออารมณ์เย็นลง ก็คิดว่าว่าเป็นทีมชาติของตัวเอง จึงต้องให้กำลังใจและตั้งใจเชียร์ทีมของตนต่อไป โดยคำว่า “ช่างศึกเบอร์ 12” นั้นเปรียบเหมือนกองเชียร์เป็นผู้เล่นคนที่ 12 ของทีมนั่นเอง ซึ่งปกติทีมฟุตบอลจะมีผู้เล่น ลงสนาม 11 คน แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2562



ภาพที่ 53 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียน

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2110111589295739>

จากตัวอย่างภาพที่ 53 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียน ด้วยรูปแบบข้อความ แคปชั่นประกอบภาพตัวละครจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง Joker ต่อเติมใส่ตัวหนังสือว่า “โดนไอ้พวกเด็กหงส์ล้อ แถมนัดหน้าต้องเจอทีมมันอีก” และมีข้อความประกอบจากแอดมินว่า

“อารมณ์เด็กผีตอนนี้”

ข้อความและภาพตัวอย่างข้างต้นนี้ แอดมินเจตนาล้อเลียนแฟนบอลสโมสรแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด เนื่องจากการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษของคืนที่ผ่านมา ทีมแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด พ่ายแพ้ทีมนิวคาสเซิล โดยใช้สีหน้าของตัวละคร Joker ที่บ่งบอกว่าอารมณ์ไม่ดี ไม่มีความสุข เป็นตัวแทนอารมณ์ความรู้สึกของแฟนบอลสโมสรแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ดที่รู้สึกผิดหวัง ซึ่งคำว่า “เด็กผี” เป็นคำที่คนในวงการกีฬาฟุตบอลใช้เรียก “แฟนบอลสโมสรแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด” ส่วน “เด็กหงส์” ใช้เรียก “แฟนบอลสโมสรลิเวอร์พูล” ซึ่งเปรียบเสมือนคู่กัด ทั้งนี้ เนื้อหาที่รูปภาพไม่มีความเกี่ยวข้องกัน เพียงแค่สอดคล้องกับเหตุการณ์ที่แอดมินต้องการล้อเลียนเท่านั้น โปสต์เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2562

3.3 เนื้อหาเกี่ยวกับสังคม

เนื้อหาเกี่ยวกับสังคม หมายถึง การนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมทั้งเรื่องที่เป็นปัญหาสังคม และเรื่องราวที่กำลังเป็นกระแสสังคมหรือเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์อยู่ในขณะนั้น โดยผู้วิจัยจำแนกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคม และเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนสังคม

3.3.1 เนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคม เป็นการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมทั้งที่เป็นข่าวจากสำนักข่าวต่าง ๆ และที่มีผู้คนกล่าวขวัญถึงหรือวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างแพร่หลาย ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 54 เนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคม

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1830039923969575>

จากตัวอย่างภาพที่ 54 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคม ด้วยรูปแบบข้อความแคปชันประกอบลิงก์ข่าวจากสำนักข่าวไทยรัฐออนไลน์ที่พาดหัวข่าวว่า “พบแล้ว 13 ชีวิต ทีมหมูป่าปลอดภัยทุกคน” โดยมีข้อความอธิบายจากแอดมินใจความว่า

“พบแล้วครับ เด็ก ๆ ทีมหมูป่าทั้ง 13 คน โอ้ยดีใจมาก ๆ”

ข้อความและตัวอย่างข้างต้นนี้ สืบเนื่องจากการที่มีเด็ก ๆ กลุ่มหนึ่งซึ่งเป็นนักฟุตบอลเยาวชนทีมหมูป่าอะคาเดมีแม่สายเข้าไปทำกิจกรรมภายในถ้ำหลวงแล้วพลัดหลงทำให้ติดอยู่ในถ้ำ ที่อยู่ภายในวนอุทยานถ้ำหลวง – ขุนน้ำนางนอน ตำบลโป่งผา อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ตั้งแต่วันที่

23 มิถุนายน พ.ศ. 2561 ทำให้เจ้าหน้าที่ตำรวจและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายทำการค้นหาอย่าง เร่งด่วนและต่อเนื่อง รวมทั้งประชาชนที่คอยติดตามข่าวอย่างใกล้ชิด ต่างให้ความสนใจและสง่ากำลังใจ ให้เด็ก ๆ ปลอดภัย จนกระทั่งเจ้าหน้าที่พบเจอเด็ก ๆ ทุกคนในถ้ำ เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 เป็นระยะเวลา 17 วัน นับเป็นข่าวใหญ่ที่สุดในขณะนั้น แอดมินมีเจตนาแจ้งข่าวให้ผู้ติดตามเพจ ทราบความคืบหน้าพร้อมทั้งแสดงความดีใจที่เด็ก ๆ ทั้งหมดปลอดภัย โปสต์เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นวันเดียวกับที่พบเด็กทั้ง 13 คน



ภาพที่ 55 เนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคม

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1969770933329806>

จากตัวอย่างภาพที่ 55 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคม ด้วยรูปแบบ ข้อความแคปชั่นประกอบภาพถ่ายที่แบ่งปันมาจากผู้ใช้เฟซบุ๊กรายหนึ่ง ซึ่งเป็นภาพผู้ชายยื่นถือสิ่งของ คล้ายช่อดอกไม้ แต่เป็นช่อดอกไม้ที่ทำมาจากกระดาษที่จัดตกแต่งให้ดูคล้ายช่อดอกไม้ และมีข้อความ อธิบายจากแอดมินว่า

“ดอกกุหลาบอะไรเพื่อเจ้า วาเลนไทน์ของคนเหงามันต้องชื่อนี้”

รูปภาพและข้อความตัวอย่างนี้ เป็นการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ของคนในสังคมที่ ประยุกต์ใช้วัตถุดิบในการทำอาหารมาทำเป็นช่อดอกไม้เนื่องในเทศกาลวาเลนไทน์ โดยแอดมินโพสต์ วันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ซึ่งตรงกับวันวาเลนไทน์

3.3.2 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนสังคม เป็นการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม แต่นำเสนอในลักษณะการล้อเลียน การหยอกล้อ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 56 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนสังคม

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1975403066099926>



ภาพที่ 57 ภาพโปสเตอร์ต้นแบบ

ที่มา : <https://www.dek-d.com/board/view/3897660/>

จากตัวอย่างภาพที่ 56 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนสังคม ด้วยรูปแบบข้อความประกอบภาพอินเทอร์เน็ตมีมจากภาพโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยเรื่อง “พินาค” ที่มีกำหนดฉายในโรงภาพยนตร์วันที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ดังตัวอย่างภาพที่ 57 โดยต่อเติมใส่ตัวหนังสือว่า “ถ้าเพื่อนกูไม่ได้บวช ก็ไม่ต้องมีใครได้สอบ” โดยเนื้อเรื่องของภาพยนตร์เรื่องนี้จัดอยู่ในประเภทหนังสยองขวัญหรือ “หนังผี” ซึ่งตัวละครหลักตั้งใจจะบวชทดแทนคุณมารดา แต่เกิดอุบัติเหตุเสียชีวิตระหว่างการแห่บวชทำให้ไม่สามารถบวชพระได้สำเร็จ วิญญาณของนาคจึงมีความอาฆาตพยาบาทว่า หากตัวเองไม่ได้บวชก็จะขัดขวางไม่ให้ผู้อื่นได้บวชเช่นกัน โดยแอดมินโพสต์ข้อความแคปชั่นประกอบว่า

“สงสัยจะมีคนอินกับหนังพินาค”

จากข้อความและตัวอย่างดังกล่าวข้างต้นนี้ เป็นการล้อเลียนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมช่วงเวลานั้น โดยสำนักข่าวออนไลน์เสนอข่าวช่วงบ่ายวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 กรณีเหตุการณ์วัยรุ่นยกพวกบุกไปทำร้ายครูและนักเรียนที่กำลังสอบ O-Net อยู่ในโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร ทำให้มีผู้บาดเจ็บ ได้แก่ ผู้อำนวยการโรงเรียน ครูพลศึกษา เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และนักเรียนชายหญิง รวมทั้งสิ้น 15 คน สาเหตุเกิดจากงานบวชที่จัดขึ้นที่วัดสิงห์ตั้งเวที

ดนตรีใช้เครื่องขยายเสียงดังรบกวนการสอบ ทางวัดจึงประกาศขอให้ยุติ สร้างความไม่พอใจแก่เจ้าภาพและวัยรุ่นกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก เพราะอ้างว่าได้ว่าจ้างดนตรีมาเป็นเงินหลายหมื่นบาท หากไม่ทำให้ใช้เสียงควรจะแจ้งให้ทราบล่วงหน้าก่อน หลังจากนั้น กลุ่มวัยรุ่นดังกล่าวจึงพากันบุกเข้าไปทำร้ายผู้คนในโรงเรียน หนึ่งในวัยรุ่นกลุ่มนั้นประกาศว่า “ถ้าพี่กูไม่ได้บวช พวกมึงก็ไม่ต้องสอบ” จึงเป็นที่มาของภาพตัวอย่างดังกล่าว โดยแอดมินโพสต์ล้อเลียนเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 วันเดียวกัน



ภาพที่ 58 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนสังคม

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1771303776509857>

จากตัวอย่างภาพที่ 58 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนสังคม ด้วยรูปแบบข้อความแคปชั่นประกอบภาพอินเทอร์เน็ทมีมจากภาพถ่ายใบหน้าครูปรีชา และมีข้อความในภาพว่า “ครูปรีชา 30 ล้าน” โดยแอดมินโพสต์ข้อความประกอบภาพว่า

“ถึงครูจะแพ้คดีห่วย ถึงทุกคนจะไม่รักครู แต่ครูจะไม่เหงา เพราะอย่างน้อยครูก็ยังมีผมอยู่ข้าง ๆ เสมอ โชคดีครับ”

ข้อความและภาพตัวอย่างดังกล่าวนี้ เป็นการล้อเลียนเหตุการณ์ที่เป็นกระแสสังคมอยู่ช่วงเวลาหนึ่ง ราวเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2560 จนในสื่อสังคมออนไลน์ขนานนามว่า “มหากาพย์ห่วยอลเวง”

กรณีที่มีข้อพิพาทระหว่างครูปรีชาและหมวดเจริญที่ต่างฝ่ายต่างก็อ้างว่าเป็นเจ้าของลอตเตอรี่รางวัลที่ 1 มูลค่า 30 ล้านบาท เป็นคดีความยืดเยื้อยาวนานหลายปี แอดมินใช้ภาพใบหน้าครูปรีชาทั้งหมด 30 หน้า โดยทุกหน้าจะเผยให้เห็นศีรษะล้านเป็นการล้อเลียนศีรษะของครูปรีชาโดยใช้ใบหน้าและข้อความว่า “30 ล้าน” ซึ่งไม่ได้หมายถึงจำนวนเงิน 30 ล้าน แต่หมายถึงศีรษะของครูปรีชา นอกจากนี้ข้อความแคปชันที่แอดมินโพสต์ว่า “มีผมอยู่ข้าง ๆ เสมอ” นั้นก็ไม่ได้หมายความว่าถึง “ผม” ที่เป็นสรรพนามบุรุษที่ 1 แต่หมายถึง เส้นผมที่อยู่ด้านข้างศีรษะของครูปรีชาเป็นการล้อเลียนศีรษะของครูปรีชาเช่นกัน โพสต์เมื่อวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2561

3.4 เนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง

เนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง หมายถึง การนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวงทางการเมือง อาทิ ผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง นักการเมือง การบริหารงานของรัฐบาล โดยผู้วิจัยจำแนกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมือง และเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนการเมือง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.4.1 เนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมือง เป็นการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับนักการเมืองในแง่ต่าง ๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



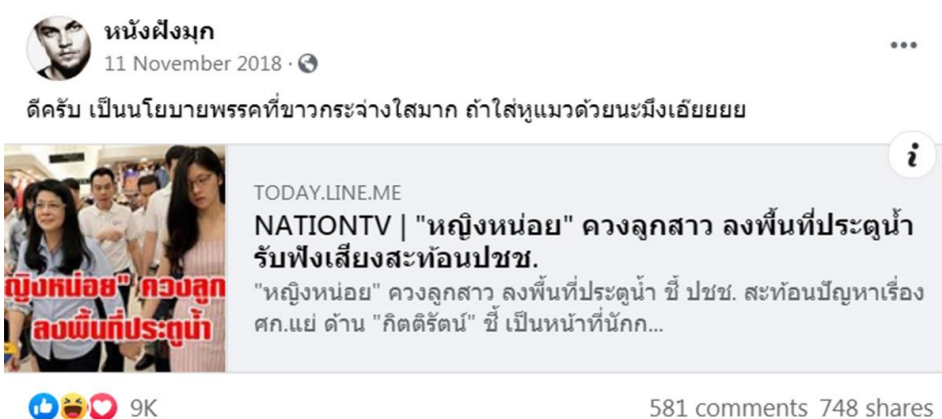
ภาพที่ 59 เนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมือง

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2025896241050608>

จากตัวอย่างภาพที่ 59 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมือง ด้วยรูปแบบข้อความ แคปชั่นประกอบลิงก์ข่าวจากสำนักข่าวไทยโพสต์ออนไลน์ ประจำวันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 ซึ่งมีหัวข่าว่า “ด่วน! พล.อ. เปรม ถึงแก่อสัญกรรม” โดยแอดมินโพสต์ข้อความแคปชั่นว่า

“พล.อ. เปรม ติณสูลานนท์ ถึงแก่อสัญกรรมด้วยวัย 99 ปี”

จากตัวอย่างดังกล่าวข้างต้นนี้ แอดมินแบ่งปันลิงก์และโพสต์ข้อความเพื่อบอกกล่าวให้ผู้ติดตามเพจได้ทราบว่า พลเอก เปรม ติณสูลานนท์ ประธานองคมนตรีและรัฐบุรุษ ถึงแก่อสัญกรรมด้วยวัย 99 ปี ที่โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า หลังจากเข้ารับรักษาตัวด่วนเมื่อเวลา 05:00 น. ของวันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 แต่เมื่อเวลา 09:00 น. ในวันเดียวกัน พลเอก เปรม ก็ถึงแก่อสัญกรรมโดยสงบ ซึ่งพลเอก เปรม ติณสูลานนท์ ถือเป็นผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองผู้หนึ่ง แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 เช่นเดียวกัน



ภาพที่ 60 เนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมือง

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1918182021822031>

จากตัวอย่างภาพที่ 60 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมือง ด้วยรูปแบบข้อความ แคปชั่นประกอบลิงก์ข่าวจากสำนักข่าวเนชั่นทีวีผ่านเว็บไซต์ TODAY LINE เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ซึ่งมีหัวข่าว่า ““หญิงน้อย” ควงลูกสาว ลงพื้นที่ประตูน้ำรับฟังเสียงสะท้อนปชช.” และมีข้อความบรรยายจากแอดมินว่า

“ดีครับ เป็นนโยบายพรรคที่ชาวกระฉ่างใสมาก ถ้าใส่หมวกด้วยนะมึงเอ๊ยยย”

ข้อความและตัวอย่างข้างต้น เป็นการนำเสนอข่าวการลงพื้นที่ประตุน้ำของคุณหญิงสุภารัตน์ เกตุราพันธ์ เพื่อพบปะประชาชนและรับฟังปัญหาต่าง ๆ โดยแอดมินแสดงความคิดเห็นส่วนตัว วิกาศษ์วิจารณ์บุตรสาวของคุณหญิงสุภารัตน์ในเชิงหยอกล้อ โปสต์เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561

3.4.2 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนการเมือง เป็นการนำเสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นทางการเมืองดังกล่าวข้างต้น ในลักษณะการล้อเลียน การหยอกล้อ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 61 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1978459059127660>

จากตัวอย่างภาพที่ 61 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง ด้วยรูปแบบข้อความ แคปชั่นประกอบภาพถ่ายที่ต่อเติมตัวอักษรเข้าไปเป็นการบรรยายว่า “ความรู้สึกของคุณเมื่อเห็นสำนักงาน และกรรมการร่าง พ.ร.บ. ไซเบอร์” และข้อความที่แอดมินโพสต์อธิบายว่า

“อินเทอร์เน็ตอยู่ในกำมือแก๊งส์วันจันทร์”

จากข้อความและภาพตัวอย่างข้างต้น เป็นการล้อเลียนการทำงานของรัฐบาลโดยเกี่ยวข้องกับผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง ซึ่งในที่นี้หมายถึง คณะกรรมการวิสามัญร่างพระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ สภานิติบัญญัติแห่งชาติที่มีมติเห็นชอบให้ประกาศใช้เป็นกฎหมายเพื่อช่วยควบคุมภัยคุกคามทางไซเบอร์ทุกรูปแบบ เมื่อผู้รับสารเห็นภาพและข้อความที่แอดมินนำเสนอ ก็จะเข้าใจได้ทันทีว่า แอดมินมีเจตนาล้อเลียนการทำงานของคณะกรรมการดังกล่าว เนื่องจากคำว่า ไซเบอร์ นั้นเป็นการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็น

วิวัฒนาการที่ก้าวล้ำแล้ว แต่ป้ายศูนย์ไซเบอร์กองทัพบกยังมีร่องรอยของการเจิมป้ายลงยันต์ด้วยแป้งเจิมเพื่อความเป็นสิริมงคลตามความเชื่อโบราณ และภาพของคณะกรรมการธิการซึ่งล้วนแต่เป็นผู้สูงอายุ ประกอบกับข้อความของแอดมินว่า “อินเทอร์เน็ตอยู่ในกำมือแก๊งส์สวีตวันจันทร์” ซึ่งคำว่า แก๊งส์สวีตวันจันทร์นั้นก็เป็นที่เข้าใจกันในกลุ่มคนรุ่นใหม่ว่าหมายถึง ผู้สูงอายุที่ชอบส่งต่อภาพดอกไม้พร้อมข้อความสวีตวันต่าง ๆ ผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์ทุก ๆ เช้า จากตัวอย่างนี้ แอดมินเจตนาล้อเลียนการทำงานของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง โดยโพสต์เมื่อวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2562



ภาพที่ 62 เนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนการเมือง

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2054809218159310>

จากตัวอย่างภาพที่ 62 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนนักการเมือง ด้วยรูปแบบภาพถ่ายนักการเมืองนั่งหลับอยู่ในห้องประชุมรัฐสภา ตัดแปลงใส่ภาพตัวละคร Mantis แมนทิส จากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง “Guardians of the Galaxy 2” ที่มีพลังวิเศษอ่านใจคนได้ และมีข้อความอยู่ข้าง ๆ ว่า “จงหลับ” นอกจากนี้ยังมีข้อความด้วยตัวอักษรตัวใหญ่ว่า “ใจถึง ฟังได้นอน” ซึ่งตัดแปลงมาจากคำขวัญประจำตัวของนักการเมืองผู้นี้ว่า “ใจถึง ฟังได้” แอดมินเจตนาล้อเลียนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ที่มักปรากฏภาพนั่งหลับในห้องประชุมรัฐสภาเสมอ ๆ โพสต์เมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2562

จากการศึกษาเนื้อหาในการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฟังมุก” พบเนื้อหาทั้งสิ้น 4 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับวงการบันเทิง เนื้อหาเกี่ยวกับวงการกีฬา เนื้อหาเกี่ยวกับสังคม และเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า แม้แฟนเพจ “หนังฟังมุก” จะเป็นเพจที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับภาพยนตร์เป็นหลัก แต่ก็ยังให้ความสำคัญกับเรื่องราวในสังคมและการเมืองด้วยเช่นกัน และในเนื้อหาทั้ง 4 กลุ่มนั้นมักมีการล้อเลียนอยู่ด้วยเสมอ และการล้อเลียนเหล่านั้นก็ใช้กลวิธีทางภาษาต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน ผู้วิจัยจะกล่าวถึงโดยละเอียดในบทต่อไป

บทที่ 4

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์”

ในบทที่ 4 นี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” ว่ามีการนำเสนอมุขตลกด้วยกลวิธีใดบ้าง ดังที่ได้กล่าวไว้ในบทก่อน ๆ แล้วว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” มักนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ โดยสอดแทรกมุขตลกเข้าไปเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขันอยู่เสมอ ผู้วิจัยจึงศึกษาวิธีการสร้างอารมณ์ขันดังกล่าว

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน (Strategies of Creating Humor) ผู้วิจัยสรุปว่า หมายถึง วิธีการใด ๆ ก็ตามที่สร้างความรู้สึกล้อเลียน สนุกสนาน ตลกขบขัน สร้างเสียงหัวเราะให้แก่ผู้รับสาร ในการศึกษาวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” นี้ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การศึกษาวิธีการสร้างอารมณ์ขันจากงานวิจัยของญาดา ซาญาบัจญี (2551) เรื่อง “กลวิธีการใช้ภาษาในงานเขียนอารมณ์ขันของ เกตุเสพสวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา” ซึ่งญาดาได้จำแนกวิธีการสร้างอารมณ์ขันออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลวิธีทางศัพท์ และ 2) กลวิธีทางปริศนาและวาทศิลป์ปฏิบัติศาสตร์

จากการศึกษาวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” ผู้วิจัยพบกลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน 2 กลวิธีหลัก ได้แก่ กลวิธีทางศัพท์ และกลวิธีทางปริศนาและวาทศิลป์ปฏิบัติศาสตร์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 กลวิธีทางศัพท์

- 4.1.1 กลวิธีการใช้คำหยาบ
- 4.1.2 กลวิธีการใช้คำต้องห้าม
- 4.1.3 กลวิธีการใช้คำสแลง
- 4.1.4 กลวิธีการใช้คำพ้อง
- 4.1.5 กลวิธีการใช้อักษรย่อ
- 4.1.6 กลวิธีการใช้คำทับศัพท์
- 4.1.7 กลวิธีการใช้คำภาษาต่างประเทศ
- 4.1.8 กลวิธีการใช้คำเลียนเสียง
- 4.1.9 กลวิธีการเปลี่ยนเสียงของคำ

4.2 กลวิธีทางปริศนาและวาทศิลป์ปฏิบัติศาสตร์

- 4.2.1 กลวิธีการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์
- 4.2.2 กลวิธีการใช้อุปลักษณ์
- 4.2.3 กลวิธีการหักมุม
- 4.2.4 กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสับสน

- 4.2.5 กลวิธีการบ่งชี้โดยนัย
- 4.2.6 กลวิธีการผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันโดยตรงเข้าด้วยกัน
- 4.2.7 กลวิธีการล้อเลียน
- 4.2.8 กลวิธีการเสียดสี
- 4.2.9 กลวิธีการชมและตำหนิตนเอง
- 4.2.10 กลวิธีผสม

4.1 กลวิธีทางศัพท์

กลวิธีทางศัพท์ หมายถึง กลวิธีที่เป็นการใช้คำศัพท์ในการนำเสนอความตลกขบขัน กลวิธีนี้ไม่จำเป็นต้องอาศัยบริบทในการตีความ (ญาดา ชาญบัญชา, 2551 : 35) การศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” ครั้งนี้ พบกลวิธีทางศัพท์ 9 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการใช้คำหยาบ กลวิธีการใช้คำต้องห้าม กลวิธีการใช้คำสแลง กลวิธีการใช้คำพ้อง กลวิธีการใช้อักษรย่อ กลวิธีการใช้คำทับศัพท์ กลวิธีการใช้คำภาษาต่างประเทศ กลวิธีการใช้คำเลียนเสียง และกลวิธีการเปลี่ยนเสียงของคำ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1.1 กลวิธีการใช้คำหยาบ

คำหยาบ หมายถึง ถ้อยคำไม่ดี ไม่น่ารัก ไม่สุภาพเรียบร้อย และไม่ควรใช้สื่อสารกันในสถานการณ์การสื่อสาร อาจเป็นถ้อยคำที่มีความหมายประจำรูปคำในทางลบ หรือมีความหมายเปรียบเทียบที่คนในสังคมส่วนใหญ่รู้ว่ามีความหมายในทางลบ รวมทั้งรูปเขียนที่มีความหมายเช่นนั้น และรูปเขียนที่เปลี่ยนแปลงรูปเพื่อเลียนแต่ยังคงความหมายเช่นนั้นอยู่ (สมชาย สำเนียงงาม, 2559 : 48) คำหยาบที่พบในกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” ได้แก่ อีฉิบหาย ดังตัวอย่างภาพที่ 63



ภาพที่ 63 กลวิธีการใช้คำหยาบ

จากตัวอย่าง

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1767661683540733>

ภาพที่ 63 เป็น

การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม ด้วยรูปแบบภาพอินเทอร์เน็ทมีมจากการ์ตูนคอมิกส์เรื่อง Bat Man ซึ่งภาพกับข้อความในภาพมีความสัมพันธ์กัน เป็นกลวิธีการใช้คำหยาบเพื่อสร้างอารมณ์ขัน ได้แก่ คำว่า “อีฉิบหาย” ซึ่งอีฉิบหายนี้เป็นคำด่าที่ประกอบด้วยคำว่า อี เป็นคำนาม หมายถึง คำประกอบคำอื่นบอกให้รู้ว่า เป็นเพศหญิงหรือสัตว์ตัวเมีย เช่น อีสาว อีเหมียว, คำประกอบคำหน้าชื่อผู้หญิงที่มีฐานะต่ำกว่า, คำใช้ประกอบหน้าชื่อผู้หญิงแสดงความดูหมิ่นเหยียดหยาม ฯลฯ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ส่วนคำว่า ฉิบหาย (๑) ก. สูญหมด, เสียหมด, หมดเร็ว, ป่นปี้, โดยปริยายใช้เป็นคำด่า คำแข่งหมายความเช่นนั้น. (๒) (ปาก) ว. มาก เช่น เก่งฉิบหาย (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ภาพตัวอย่างนี้สืบเนื่องมาจากเหตุการณ์วิวาทกันระหว่างหญิงสูงวัยเจ้าของบ้านหลังหนึ่งกับหญิงสาวผู้ขับรถกระบะมาจอดขวางหน้าบ้าน ทั้งที่มีป้ายห้ามจอดติดอยู่ สร้างความเดือดร้อนให้แก่เจ้าของบ้านที่ต้องการจะนำรถของตนออกจากบ้าน จึงบันดาลโทสะใช้ขวานทุบรถคันดังกล่าวได้รับความเสียหายและกลายเป็นคดีความ เจ้าหน้าที่จึงมีคำสั่งปิดตลาด ทำให้พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเดือดร้อนไปด้วย จนเป็นที่โจษจันกันไปทั่วในสื่อสังคมออนไลน์ แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 เป็นการนำเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคมมาล้อเลียนโดยใช้คำหยาบทำให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขันอย่างทันเหตุการณ์

4.1.2 กลวิธีการใช้คำต้องห้าม

สำนักงานราชบัณฑิตยสภาได้ให้ความหมาย คำต้องห้าม (taboo) ว่าหมายถึง คำที่ห้ามพูดแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) คำที่ห้ามพูดทุกสถานการณ์ เช่น คำที่หมายถึงอวัยวะเพศและกิจกรรมทางเพศ 2) คำที่ห้ามพูดบางสถานการณ์ เช่น คำว่า ผัว, เมีย, ตาย, มะเร็ง และคำที่เป็นชื่อเรียกสัตว์ร้ายในขณะเดินป่า เช่น เสือ, งู เป็นต้น นอกจากนี้ยังอธิบายเพิ่มเติมว่า คำต้องห้ามเกิดขึ้นเพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความอายและความกลัว เรื่องเพศเป็นสิ่งที่มนุษย์เห็นว่าอาย คำที่เกี่ยวกับเพศจึงเป็นคำที่น่าอายไปด้วย และกลายเป็นคำต้องห้าม ส่วนความกลัวในเรื่องต่าง ๆ เช่น กลัวความตาย กลัวโรคภัยไข้เจ็บ กลัวสัตว์ร้าย กลัวสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ก็ทำให้เกิดคำต้องห้าม คำต้องห้ามทำให้เกิดคำรีนหูหรือคำเสาวพจน์ (คณะกรรมการจัดทำพจนานุกรมศัพท์ภาษาศาสตร์ (ภาษาศาสตร์ทั่วไป), สำนักงานราชบัณฑิตยสภาแพนเพจ, 2563) คำต้องห้ามที่พบในกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแพนเพจ “หนังฝั่งมุก” ได้แก่ คำว่า ผัว และคำว่า ทำ ดังตัวอย่างภาพที่ 64



ภาพที่ 64 กลวิธีการใช้คำต้องห้าม

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1747916612181907>

จากตัวอย่างภาพที่ 64 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักแสดง ด้วยภาพอินเทอร์เน็ทมีม จากภาพยนตร์ระดับ R หรือเรตอาร์ คือ ภาพยนตร์ที่ไม่เหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน เรื่อง น้องเมียพันธุ์ X เป็นกลวิธีการใช้คำต้องห้ามให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน ได้แก่ คำว่า “ผัว” ผัวเป็น คำนาม หมายถึง สามี, ชายที่เป็นคู่ครองของหญิง, คู่กับ เมีย (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) และคำว่า “ห้า” เป็นภาษาถิ่นอีสานแปลว่า ลูกอันตะ, ไซ่ห้า หรือหมากไซ่ห้าก็เรียก (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ทั้งนี้ คำว่า “ห้า” ในตัวอย่างนี้ แม้จะเป็นคำภาษาถิ่นแต่ผู้วิจัยขอกกล่าวถึงในความหมายของคำ ต้องห้าม เนื่องจากเป็นคำที่ใช้กล่าวถึงอวัยวะเพศชายถึงการอธิบายถึงคำต้องห้ามข้างต้น ข้อความ และภาพตัวอย่างนี้สืบเนื่องมาจากกรณีที่มีข่าวสะพัดทางสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับนักแสดงหญิง วยรุ่นท่านหนึ่ง โพสต์ภาพผ่านสตอรี่อินสตาแกรม (IG Story) แล้วปรากฏภาพอวัยวะเพศของแพน หนู่มติดมาด้วย แม่ฝ่ายหญิงจะรีบลบภาพดังกล่าวทิ้งทันทีแต่ก็ไม่ทันการ เพราะภาพดังกล่าวได้ถูกส่ง ต่อกันไปทั่วสื่อสังคมออนไลน์แล้ว จนเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์กันอย่างกว้างขวางถึงขนาดอวัยวะเพศของ ฝ่ายชาย แอดมินใช้ภาพจากฉากหนึ่งในภาพยนตร์ที่สอดคล้องกับเนื้อหา เป็นการล้อเลียนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อทำให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน โพสต์เมื่อวันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2561 อนึ่ง ภาพอินเทอร์เน็ท มีมนี้มักมีผู้นำมาใช้เป็นที่แพร่หลายในสื่อสังคมออนไลน์อย่างมาก เมื่อมีเหตุการณ์หรือกรณีเรื่องราว ทางเพศเกิดขึ้น

4.1.3 กลวิธีการใช้คำสแลง

คำสแลง (Slang) หรือคำคะนอง หมายถึง ถ้อยคำ สำนวน หรือภาษาพูดที่ใช้สร้างความ เข้าใจเฉพาะกลุ่ม ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว เป็นภาษาที่สร้างขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงการใช้ภาษา ไม่สุภาพ เป็นภาษาไม่เป็นแบบแผน แต่ไม่ใช่คำหยาบหรือคำต่ำ แต่เป็นคำพิเศษที่สร้างขึ้นเพื่อให้เกิด

คำแปลก ๆ ผิดไปจากปกติ ทั้งด้านเสียง รูปคำ และความหมาย เป็นภาษาที่ไม่ปรากฏในพจนานุกรม หรือปรากฏในพจนานุกรมแต่ระบุว่า เป็นภาษาปาก คำสแลงมีระยะเวลาการใช้ไม่นานก็จะสูญหายไประยะหมดความนิยม (จินตนา พุทธิเมตตะ, 2547 : 77) คำสแลงที่พบในกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” ได้แก่ คำว่า “โป๊ะแตก” ดังตัวอย่างภาพที่ 65



ภาพที่ 65 กลวิธีการใช้คำสแลง

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1887262468247320>

จากตัวอย่างภาพที่ 65 นี้ เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักแสดง ด้วยรูปแบบภาพอินเทอร์เน็ทมีม ล้อเลียนภาพโปสเตอร์โฆษณางานเสวนาชื่อ “เลี้ยงลูกอย่างไรไม่ให้เป้งเบน” ซึ่งจัดโดยโรงเรียนชายล้วนชื่อดังแห่งหนึ่ง แต่ภายหลังต้องล้มเลิกไปเพราะเกิดกระแสต่อต้านว่าไม่เหมาะสมจนเป็นข่าวดังในช่วงเวลานั้น ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกับที่หญิงสาวนอวงวงการบันเทิงผู้หนึ่งประกาศผ่านสื่อว่าตั้งครรภ์กับนักแสดงหนุ่มชื่อดัง แต่ฝ่ายชายไม่ยอมรับจนต้องออกมาแถลงข่าวเรื่องที่เกิดขึ้น โดยภายหลังถูกผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือชาวเน็ตจับได้ว่าไม่ได้ตั้งครรภ์จริง เป็นเพียงการกุเรื่องขึ้นเพื่อจะผูกมัดฝ่ายชาย จนเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์ถึงเหตุการณ์ดังกล่าวอย่างแพร่หลาย และมีการตั้งฉายาให้หญิงสาวผู้นั้นว่า “มึงโป๊ะแตก” คำว่า “โป๊ะแตก” นี้ นอกจากจะเป็นคำนามที่หมายถึงชื่ออาหารที่ใช้ของทะเลและสมุนไพรเป็นส่วนประกอบแล้ว ยังเป็นคำสแลงมีความหมายว่า ความจริงถูกเปิดโปง หรือ

หลุดมาแบบไม่ตั้งใจ (เฟซบุ๊กแฟนเพจ คำไทย, 2563) แอดมินเจตนาใช้ภาพที่สอดคล้องกับเหตุการณ์ และใช้คำสแลงเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน โปสต์เมื่อวันที่ 4 กันยายน พ.ศ. 2561

4.1.4 กลวิธีการใช้คำพ้อง

คำพ้อง หมายถึง การใช้คำ/พยางค์ที่มีรูปภาพเหมือนกัน หรือออกเสียงเหมือนกัน แต่มีความหมายแตกต่างกัน อาจเป็นคำชนิดเดียวกันหรือคำต่างชนิดกัน การเล่นทางภาษาลักษณะนี้จะไม่คำนึงถึงเหตุผลหรือความถูกต้องตามอักขรวิธี (ธีรยุทธ์ เกณบุตร, 2555 : 102) คำพ้อง แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ คำพ้องรูป คำพ้องเสียง คำพ้องความหมาย พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้ความหมายของคำพ้องแต่ละประเภทไว้ ดังนี้

คำพ้องรูป (น.) หมายถึง คำที่เขียนเหมือนกันแต่มีความหมายต่างกัน เช่น ชัน (น้ำ) กับ (ไก่) ชัน คู (ร่อนน้ำ) กับ (นกเขา) คู.

คำพ้องเสียง (น.) หมายถึง คำที่ออกเสียงเหมือนกันแต่เขียนต่างกันและมีความหมายต่างกัน เช่น ไส-ไส-ไสย กาน-กาล-การ-การณฺ์, (โ) ในหนังสือแบบเรียนภาษาไทยของพระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจารยางกูร) เรียกคำพ้องเสียงว่า ไวพจน์.

คำพ้องความหมาย หรือคำพ้องความ (น.) หมายถึง คำที่เขียนต่างกันแต่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมาก เช่น โคกกับวัว ควายกับกระบือ มนุษย์กับคน, ไวพจน์ ก็ว่า. (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

คำพ้องที่พบในกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” ได้แก่ คำพ้องรูปว่า “กรุงศรี” และคำพ้องเสียง (คำเสียงคล้าย) ว่า “คล้า” กับ “ค้ำ” ดังตัวอย่างภาพที่ 66



ภาพที่ 66 กลวิธีการใช้คำพ้อง

จากตัวอย่างภาพที่ 66 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ ด้วยรูปแบบภาพอินเทอร์เน็ท มีมจากภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวร ซึ่งภาพและภาษามีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่ได้สัมพันธ์กันทางเนื้อหา เนื่องจากในบทภาพยนตร์เรื่องนี้ไม่มีการไปกู้ยืมเงินจากกรุงศรีแต่อย่างใด และการกู้กรุงศรีหรืออยุธยาที่หมายถึงการกู้เอกราชนั้นก็ไม่ได้ใช้โฉนดที่ดินในการกู้ แต่เป็นกลวิธีการนำเสนอของแอดมินเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขันเท่านั้น โดยใช้คำพ้องรูปว่า “กรุงศรี” ซึ่งไม่ได้หมายถึง “กรุงศรีอยุธยา” แต่หมายถึง ชื่อธนาคารที่ให้บริการสินเชื่อด้านต่าง ๆ และคำว่า “คล้า” ที่เสียงคล้ายกับคำว่า “ค้า” ซึ่งในที่นี้หมายถึง ค้าประกัน แต่เล่นคำเป็น คล้า เพื่อล้อเลียนตัวละครในภาพที่มีผิวคล้า เป็นการสร้างอารมณ์ขันด้วยคำพ้อง โปสต์เมื่อวันที่ 3 กันยายน พ.ศ. 2561

4.1.5 กลวิธีการใช้อักษรย่อ

อักษรย่อ หมายถึง อักษรที่ใช้แทนคำที่เขียนให้สั้น มักใช้อักษรตัวแรกของคำหรือพยางค์มาเรียงเข้าด้วยกัน โดยอาจใช้เครื่องหมายหัพภาคกำกับทุกตัวอักษร กำกับกลุ่มตัวอักษร หรือไม่ใช่เครื่องหมายหัพภาคก็ได้ ทั้งนี้ให้สังเกตและเขียนตามที่หน่วยงานนั้น ๆ กำหนด (บรรทัดฐานภาษาไทย, 2554 : 134) ส่วนฉิริยุทธ์ เกณบุตร (2555 : 126) อธิบายว่า โดยปกติอักษรย่อจะมีแบบแผนเป็นไปตามที่กำหนดไว้อย่างเป็นทางการ หรือบัญญัติขึ้นมาโดยได้รับการยอมรับจากสังคม ส่วนในการ์ตูนล้อการเมืองไทยมีการสร้างความไม่เข้ากันให้เกิดขึ้นกับอักษรย่อ โดยการใช้อักษรย่อที่สร้างขึ้นเองในลักษณะสื่อความหมายของอักษรย่อนั้นเสียใหม่ หรือกำหนดความหมายของอักษรย่อที่เป็นที่รู้จักขึ้นมาใหม่ แม้ความหมายนั้นจะไม่มีการใช้สื่อสารกันมาก่อน แต่เป็นการสื่อความหมายตามความต้องการของนักเขียน การสร้างความไม่เข้ากันในลักษณะเช่นนี้จึงก่อให้เกิดอารมณ์ขัน

คำอธิบายดังกล่าว สอดคล้องกับกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” ที่พบการใช้อักษรย่อที่บัญญัติความหมายขึ้นมาใหม่ ดังตัวอย่างภาพที่ 67



ภาพที่ 67 กลวิธีการใช้อักษรย่อ

จากตัวอย่างภาพที่ 67 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง ด้วยรูปแบบภาพวาดหรือภาพการ์ตูนดัดแปลงจากหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นหรือมังงะเรื่อง Death Note สมุดโน้ตกระชากริฆุญาณ ที่ตัวละครเอกในเรื่องมีสมุดโน้ตจากยมทูตที่มีคุณสมบัติฆ่าคนได้เพียงแค่รู้จักใบหน้าและเขียนชื่อคนผู้นั้นลงในสมุดโน้ตก็จะทำให้คนผู้นั้นเสียชีวิต แอดมินดัดแปลงใส่ใบหน้าผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง 3 คน ซึ่งผู้รับสารสามารถทราบได้ทันทีว่า คือ ภาพพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี พลเอก ประวิตร วงษ์สุวรรณ รองนายกรัฐมนตรี และนายวรวิทย์ สุขบุญ เลขาธิการ ป.ป.ช. ในสมัยนั้น โดยบุคคลด้านล่างถือสมุดอยู่ในมือพร้อมข้อความว่า “ปปช.” และมีข้อความในวงเล็บว่า (ปกป้องป้อม ช่วย ๆ กัน) ซึ่งคำว่า “ป้อม” เป็นชื่อเล่นของพลเอก ประวิตร วงษ์สุวรรณ แอดมินเจตนาสร้างอารมณ์ขันโดยใช้อักษรย่อที่บัญญัติความหมายขึ้นมาใหม่ล้อเลียนคำว่า ป.ป.ช. ซึ่งคนทั่วไปทราบดีว่า หมายถึง สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ โพสต์เมื่อวันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2561 เหตุการณ์นี้สืบเนื่องมาจากการที่มีผู้ร้องเรียนต่อคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ ให้ตรวจสอบพลเอก ประวิตร วงษ์สุวรรณ กรณีครอบครองแหวนเพชรและนาฬิกาหุเป็นจำนวนมาก แต่ไม่ได้แจ้งไว้ในรายการบัญชีทรัพย์สินว่าถือเป็นการปกปิดบัญชีทรัพย์สินหรือไม่ ต่อมาเลขาธิการ ป.ป.ช. ได้แถลงข่าวว่า พลเอก ประวิตร วงษ์สุวรรณ ไม่มีความผิด เนื่องจากแหวนเพชรเป็นของมารดา และนาฬิกาเหล่านั้นเป็นของที่ยืมมาจากเพื่อน

4.1.6 กลวิธีการใช้คำทับศัพท์

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 อธิบายว่า ทับศัพท์ หมายถึง ว. ที่เขียนคำของภาษาหนึ่งด้วยตัวอักษรของอีกภาษาหนึ่งโดยวิธีถ่ายเสียงและถอดอักษร เช่น คำว่า Computer เขียนทับศัพท์เป็น คอมพิวเตอร์ กลวิธีการใช้คำทับศัพท์ของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” คือ การเขียนคำภาษาอังกฤษด้วยตัวอักษรภาษาไทยโดยวิธีถ่ายเสียงและถอดอักษร ดังตัวอย่างภาพที่ 68



ภาพที่ 68 กลวิธีการใช้คำทับศัพท์

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1754359738204261>

จากตัวอย่างภาพที่ 68 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง ด้วยรูปแบบภาพวาดหรือภาพการ์ตูนเลียนแบบปกหนังสือการ์ตูนของมาร์เวลคอมิกส์เรื่อง The Avengers Infinity Wars โดยวาดล้อเลียนใบหน้าพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ในร่างของตัวละคร ทานอส (Thanos) ตัวร้ายในเรื่องดังกล่าว และได้ดัดแปลงตัวหนังสือในภาพจากคำว่า “อเวนเจอร์” เป็น “ไอ้พ่อเจ๊อ” และเปลี่ยนคำว่า “อินฟินิตี้ วอร์ส” เป็น “อินฟินิตี้ ดีเลย์” และมีข้อความบรรยายว่า “เลื่อนเลือกตั้งไม่มีกำหนด” เป็นการใช้คำทับศัพท์เพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน โดยคำว่า อินฟินิตี้ Infinity เป็นคำนามแปลว่า ความไม่มีที่สิ้นสุด, ความไม่มีขอบเขต และ ดีเลย์ Delay เป็นคำนามแปลว่า การล่าช้า, การเลื่อน, การถ่วงเวลา (วิทย์ เทียงบูรณธรรม, 2546 : 228, 459) แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2561 สืบเนื่องมาจากเมื่อครั้งพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ในนามคณะรักษาความสงบแห่งชาติ หรือ คสช. ทำการยึดอำนาจรัฐบาลของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ในปี พ.ศ. 2557 แล้วได้ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีชั่วคราว เคยประกาศว่าอีกไม่นานจะคืนอำนาจให้ประชาชนโดยการจัดการเลือกตั้ง แต่มีอันต้องเลื่อนการเลือกตั้งออกไปอยู่เสมอ แอดมินใช้คำทับศัพท์ล้อเลียนเหตุการณ์ดังกล่าวเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน

4.1.7 กลวิธีการใช้คำภาษาต่างประเทศ

กลวิธีการใช้คำภาษาต่างประเทศ หมายถึง การนำคำศัพท์ภาษาอื่นมาใช้ให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” พบการใช้คำภาษาต่างประเทศ ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ดังตัวอย่างภาพที่ 69



ภาพที่ 69 กลวิธีการใช้คำภาษาต่างประเทศ

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1756101438030091>

จากตัวอย่างภาพที่ 69 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง ด้วยรูปแบบภาพวาดหรือภาพการ์ตูนดัดแปลงจากหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นหรือมังงะเรื่อง Death Note สมุดโน้ตกระชากริฆุญาณ ซึ่งตัวเอกในเรื่องมีสมุดโน้ตจากยมทูตที่มีคุณสมบัติฆ่าคนได้เพียงแค่รู้จักใบหน้าและเขียนชื่อคนผู้นั้นลงในสมุดโน้ตก็จะทำให้คนผู้นั้นเสียชีวิต แอดมินได้นำคำภาษาต่างประเทศมาใช้เพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน โดยเปลี่ยนคำว่า Note เป็นคำว่า Watch ที่แปลว่า นาฬิกาข้อมือ เจตนาล้อเลียนความหมายจาก “สมุดโน้ตกระชากริฆุญาณ” เป็น “นาฬิกากระชากริฆุญาณ” นอกจากนี้ยังมีรูปนาฬิกาข้อมือประกอบด้วย ตัวอย่างภาพนี้สืบเนื่องจากกรณีข่าวที่มีผู้ร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) ว่าพลเอก ประวิตร วงษ์สุวรรณ มีนาฬิกาหรูไว้ในครอบครองจำนวนหลายเรือนแต่ไม่ได้แจ้งไว้ในรายการบัญชีทรัพย์สิน หลังจาก ป.ป.ช. ตรวจสอบข้อเท็จจริงแล้วได้มีการแถลงข่าวว่า การที่พลเอก ประวิตร วงษ์สุวรรณ ไม่แจ้งแหวนเพชรและ

นาฬิกาห루ไว้ในบัญชีทรัพย์สินนั้น ไม่มีความผิด เนื่องจากเป็นนาฬิกาที่ยืมมาจากเพื่อน และเพื่อนเสียชีวิตไปหมดแล้ว แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2561

4.1.8 กลวิธีการใช้คำเลียนเสียง

คำเลียนเสียง หมายถึง การพยายามทำให้ถ้อยคำมีเสียงเหมือนหรือคล้ายคลึงกับแบบอย่าง เช่น การเลียนเสียงคน การเลียนเสียงสัตว์ เป็นต้น (ธีรยุทธ์ เกณบุตร, 2555 : 136) กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” พบการใช้คำเลียนเสียง ดังตัวอย่างภาพที่ 70



ภาพที่ 70 กลวิธีการใช้คำเลียนเสียง

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1871294526510781>

จากตัวอย่างภาพที่ 70 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวงการบันเทิง ด้วยรูปแบบภาพวาดหรือภาพการ์ตูนล้อเลียนศิลปินชื่อดังที่ทำการแพร่ภาพสด (Facebook Live) ผ่านทางเฟซบุ๊กด้วยถ้อยคำหยาบคายโดยไม่ยอมหยุดพัก เมื่อปรากฏภาพตัวละครจากการ์ตูนเรื่อง โคนัน ยิ่งยาสลบไปที่ศิลปินผู้นั้น ก็ตัดมาที่ภาพผู้คนมากมายต่างโห่ร้องดีใจที่ศิลปินผู้นั้นสิ้นเสียงไปได้ คำเลียนเสียงที่พบได้แก่ คำว่า “เฮ้” ซึ่งเป็นการเลียนเสียงโห่ร้องด้วยความยินดีของผู้คนจำนวนมาก เป็นการใช้คำเลียนเสียงเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน โปสต์เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2561 สืบเนื่องมาจากกรณีศิลปินผู้หนึ่งทำการแพร่ภาพสดพูดคุยกับผู้ติดตามผ่านทางเฟซบุ๊กติดต่อกันเป็นเวลาหลายวันหลายคืน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการพูดคำหยาบด่าทอต่าง ๆ นานา จนผู้ติดตามเพจต่างวิพากษ์วิจารณ์กันมากและ

แสดงความคิดเห็นว่าควรมีหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งมาหยุดศิลปินผู้นี้เสียที แอดมินเจตนา นำเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นขณะนั้นมาล้อเลียนเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน

4.1.9 กลวิธีการเปลี่ยนเสียงของคำ

กลวิธีการเปลี่ยนเสียงของคำ คือ การเปลี่ยนเสียงคำคำหนึ่งเป็นอีกคำหนึ่ง ซึ่งเปลี่ยนบางโครงสร้างเท่านั้น เช่น เปลี่ยนเสียงพยัญชนะ เปลี่ยนเสียงสระ เปลี่ยนเสียงวรรณยุกต์ เป็นต้น (วิภากร กล้าวิทย์กิจ, 2548 : 28) กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝงมุก” พบการเปลี่ยนเสียงของคำ ดังตัวอย่างภาพที่ 71



ภาพจากหนัง : The Meg

ภาพที่ 71 กลวิธีการเปลี่ยนเสียงของคำ

ที่มา : <https://www.facebook.com/hangfangmook/posts/1886308558342711>

จากตัวอย่างภาพที่ 71 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม ด้วยรูปแบบภาพอินเทอร์เน็ต มีมจากภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดเรื่อง The Meg ต่อเติมใส่ข้อความเป็นช่องคำพูดแสดงบทสนทนาของตัวละครในภาพ ซึ่งภาพกับภาษามีความสัมพันธ์กัน แต่เนื้อหากับภาพไม่เกี่ยวข้องกัน การเปลี่ยนเสียงของคำในภาพนี้ ได้แก่ คำว่า “โชน” ซึ่งข้อความว่า “ถ้ามีน้ำใจสะ โชนไทยแน่นอน” เป็นการนำเนื้อเพลง “คนไทยหรือเปล่า” ของศิลปินคาราบาวมาล้อเลียน ที่มีเนื้อร้องว่า “ถ้ามีน้ำใจสะคนไทยแน่นอน” แอดมินเจตนาเปลี่ยนเสียงของคำว่า “คน” เป็น “โชน” เป็นการเปลี่ยนเสียงจากสระเสียงสั้น “โอะ” เป็นสระเสียงยาว “โอ” และเปลี่ยนเสียงวรรณยุกต์จากเสียงสามัญเป็นเสียงจัตวา เพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน โปสต์เมื่อวันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2561 โดยภาพนี้สืบเนื่องมาจากกรณีที่มี

ประเด็นถกเถียงกันทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างกว้างขวางว่าการแสดงโขนนั้นเป็นศิลปวัฒนธรรมของชาติใดกันแน่ระหว่างไทยกับเขมร ทางฝั่งไทยอ้างว่าเป็นของไทย ทางฝั่งเขมรก็อ้างว่าเป็นของเขมร นอกจากนี้ประเด็นเรื่องโขนแล้ว สาเหตุที่แอดมินนำภาพจากภาพยนตร์เรื่อง The Meg มาใช้เนื่องจากในฉากนี้มีขวดเบียร์สีเขียววางอยู่ ซึ่งเป็นขวดเบียร์ยี่ห้อดังของไทยที่มีศิลปินคาราบาวร้องเพลงประกอบโฆษณาด้วย

4.2 กลวิธีทางปริศนากับวาทศิลป์ปฏิบัติศาสตร์

กลวิธีทางปริศนากับวาทศิลป์ปฏิบัติศาสตร์ หมายถึง กลวิธีที่ใช้รูปภาษาที่อยู่เหนือระดับคำ การตีความ และเป็นกลวิธีที่ซับซ้อนกว่ากลวิธีการใช้ภาษาในระดับคำ เนื่องจากเป็นกลวิธีที่ต้องมีการวิเคราะห์ความหมายแฝง โดยอาศัยบริบทและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม (ญาดา ชาญะบุญชี, 2551 : 35) การศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือฝีมุก” ครั้งนี้ พบกลวิธีทางปริศนากับวาทศิลป์ปฏิบัติศาสตร์ 10 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ กลวิธีการใช้อุปมาอุปไมย กลวิธีการหักมุม กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสัปดน กลวิธีการบงชี้โดยนัย กลวิธีการผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันโดยตรงเข้าด้วยกัน กลวิธีการล้อเลียน กลวิธีการเสียดสี กลวิธีการชมและตำหนิตนเอง และกลวิธีผสม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.2.1 กลวิธีการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์

การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ คือ การใช้คำถามเพื่อเร้าอารมณ์ผู้อ่านหรือเพื่อสื่อความหมายและแง่คิดที่ต้องการ การตั้งคำถามนี้จึงมิได้หวังคำตอบ เพราะเป็นคำถามที่รู้คำตอบอยู่แล้ว เพียงแต่ถามเพื่อสื่ออารมณ์หรือความรู้สึก (บรรพตฐานภาษาไทย, 2561 : 39) กลวิธีการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือฝีมุก” เป็นการใช้คำถามที่ไม่ได้ต้องการคำตอบ แต่ใช้เพื่อกระทบกระเทียบเหน็บแนมคำพูดของบุคคลอื่น ดังตัวอย่างภาพที่ 72

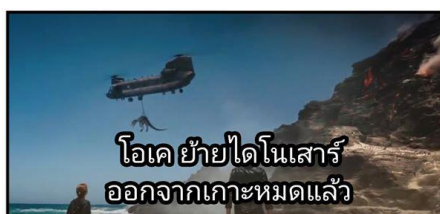


ภาพที่ 72 กลวิธีการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์

จากตัวอย่างภาพที่ 72 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง ด้วยรูปแบบภาพวาดหรือภาพการ์ตูนจากการ์ตูนมังงะเรื่องดราก้อนบอล Dragon Ball คำถามเชิงวาทศิลป์ที่พบ ได้แก่ คำว่า “ใคร” ในข้อความว่า “ใครอยากป่วยวะ!” ซึ่งข้อความดังกล่าวเป็นการถามโดยไม่ได้ต้องการคำตอบใด ๆ แต่เป็นการใช้ถ้อยคำเพื่อถ่ายทอดความรู้สึกของแอดมินว่า “ไม่มีใครอยากป่วย” ภาพและข้อความตัวอย่างนี้เป็นการล้อเลียนคำพูดของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่เป็นข่าวพาดหัวของเว็บไซต์ข่าวสดออนไลน์ประจำวันวันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2561 ว่า “บ๊ีกตุ๋ ลั่น พอให้รักษาฟรี คนไม่ดูแลสุขภาพ โครงการเติมปัญหาเยอะ พยายามแก้ให้อยู่” โปสต์เมื่อวันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2561

4.2.2 กลวิธีการใช้อุปลักษณ์

อุปลักษณ์ (Metaphor) หมายถึง การเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งเป็นอีกสิ่งหนึ่งโดยมีคำว่า “เป็น” หรือ “คือ” เพื่อแสดงการเปรียบเทียบ นอกจากนี้ ยังมีอุปลักษณ์อีกประเภทหนึ่ง คือ อุปลักษณ์โดยนัย ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบที่คล้ายอุปลักษณ์ จะปรากฏเฉพาะสิ่งที่นำมาเปรียบโดยไม่ปรากฏสิ่งที่ต้องการเปรียบและไม่มีคำว่า “เป็น” หรือ “คือ” (บรรทัดฐานภาษาไทย, 2561 : 37) กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” พบการใช้อุปลักษณ์โดยนัย ดังตัวอย่างภาพที่ 73



ภาพจากหนัง : Jurassic World Fallen Kingdom

ภาพที่ 73 กลวิธีการใช้อุปลักษณ์

ที่มา : <https://www.facebook.com/hangfangmook/posts/1760965237543711>

จากตัวอย่างภาพที่ 73 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง ด้วยรูปแบบภาพอินเทอร์เน็ท มีมจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง Jurassic World Fallen Kingdom โดยกรอบสุดท้ายตัดต่อเพิ่มใบหน้าของนักแสดงชายชาวฮ่องกงซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวแต่อย่างใด แอดมินนำมาตัดแปลงเพิ่มเติมเนื่องจากนักแสดงชายผู้นี้มักถูกนำมาใช้ในสื่อสังคมออนไลน์อยู่เสมอ ให้เป็นภาพแทนพลเอก ประวิตร วงษ์สุวรรณ รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีฝ่ายความมั่นคงในขณะนั้น เนื่องจากผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เห็นว่าใบหน้าและรูปร่างพรรณาสัญฐานของทั้งคู่มีความคล้ายคลึงกัน ส่วนการใช้อุปลักษณ์โดยนัยในตัวอย่างนี้ ได้แก่ คำว่า “ไดโนเสาร์” จากตัวอย่างนี้ หากผู้รับสารมองเฉพาะกรอบแรกและกรอบที่ 2 จะต้องเข้าใจว่า “ไดโนเสาร์” ที่ตัวละครในภาพกล่าวถึง คือ สัตว์ดึกดำบรรพ์ชนิดหนึ่ง เพราะไดโนเสาร์ หมายถึง สัตว์เลื้อยคลานยุคดึกดำบรรพ์หลายชนิด รูปร่างคล้ายกิ้งก่า ส่วนใหญ่ที่พบโครงกระดูกที่เป็นซากดึกดำบรรพ์มีขนาดใหญ่มาก บางชนิดกินพืช บางชนิดกินสัตว์เป็นอาหาร (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) แต่หากได้เห็นภาพกรอบที่ 3 จะเข้าใจได้ทันทีว่าผู้ส่งสารเจตนาเปรียบเปรยว่า “ไดโนเสาร์” หมายถึง ภาพชายด้านล้างและชาวคณะ เนื่องจากคำว่า “ไดโนเสาร์” มีความหมายแฝงว่า ผู้ที่มีความคิดล้าสมัย เหมือนไดโนเสาร์เต่าล้านปีที่ปัจจุบันสูญพันธุ์ไปแล้ว เป็นการใช้อุปลักษณ์เพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน โพสต์เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561

4.2.3 กลวิธีการหักมุม

การหักมุมหรือการทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมาย หมายถึง การดำเนินเรื่องตามปกติ ผู้อ่านสามารถคาดล่วงหน้าว่าเหตุการณ์จะดำเนินต่อไปเช่นไรและจบเช่นไร แต่กลวิธีนี้ผู้แต่งจะเปลี่ยนทิศทางของเรื่องให้จบลงอย่างพลิกความคาดหมายของผู้อ่าน (หนึ่งฤทัย ชวนะลิขิกร, 2554 : 72) สอดคล้องกับธีรยุทธ เกณบุตร (2555 : 175) ที่ให้ความหมายว่า การหักมุม คือ การจบอย่างผิดความคาดหมาย โดยการเบี่ยงประเด็นหรือบิดเรื่องจากแนวและกรอบที่ควรจะเป็นอีกทางหนึ่ง ก่อให้เกิดความไม่เข้ากันระหว่างเรื่องที่คาดหมายว่าจะเป็นกับเรื่องที่ถูกลบไป การแหวกไปจากความคาดหมายดังกล่าว ผลที่ตามมาคืออารมณ์ขันนั่นเอง กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนึ่งฝั่งมุก” พบการหักมุม ดังตัวอย่างภาพที่ 74



ภาพที่ 74 กลวิธีการหักมุม

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2101067736866791>

จากตัวอย่างภาพที่ 74 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง ด้วยรูปแบบภาพอินเทอร์เนต มีมจากภาพยนตร์เกาหลีใต้เรื่อง Exit ฝ่าหมอกพิษ การจอร์ค ที่ตัวละครเอกชายและหญิงกำลังสนทนากันอยู่ โดยภาพและข้อความมีความสัมพันธ์กันแต่เนื้อหาไม่เกี่ยวข้องกัน ภาพตั้งแต่กรอบแรกไปจนถึงกรอบที่ 3 เป็นการพูดคุยกันถึงปัญหาหมอกควันพิษที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ฝ่ายหญิงได้บอกว่าท่านนายกฯ ก็ทำสุดฝีมือแล้ว จากข้อความกรอบที่ 1 ถึง 3 นั้น ทำให้ผู้รับสารเข้าใจว่านายกรัฐมนตรีได้แก้ปัญหาอย่างเต็มที่แล้ว แต่มาหักมุมในกรอบที่ 4 ข้อความว่า "ทำไมเหลียงผัดไข่" สรุปว่าที่ทำสุดฝีมือนั้นคือการทำใบเหลียงผัดไข่ การหักมุมในตัวอย่างนี้สืบเนื่องมาจากกรณีในประเทศไทยเกิดปัญหาหมอกพิษฝุ่น PM 2.5 ในหลายพื้นที่ และน้ำท่วมในจังหวัดอุบลราชธานี แต่ขณะนั้นมีข่าวว่าพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีเดินทางไปเยี่ยมชมวิทยาลัยอาชีวศึกษาของนักการเมืองพรรคหนึ่งในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และได้โชว์ฝีมือทำใบเหลียงผัดไข่ผ่านสื่อต่าง ๆ ทำให้เป็นที่วิพากษ์วิจารณ์กันในสื่อสังคมออนไลน์อย่างกว้างขวาง แอดมินใช้การหักมุมเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน โพสต์เมื่อวันที่ 24 กันยายน พ.ศ. 2562

4.2.4 กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสับสน

กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสับสน คือ การใช้ภาษาในเชิงลามก หรือใช้คำต้องห้ามเกี่ยวกับเพศ (ญาติา ชาวุบัญญัติ, 2551 : 31) สอดคล้องกับธีรยุทธ์ เกณบุตร (2555 : 157) ที่อธิบายว่า เรื่องสับสนคือ เรื่องที่มีสองแง่สองง่าม กล่าวถึงอวัยวะเพศและพฤติกรรมทางเพศ ด้วยการหลีกเลี่ยงไม่พูดตรงไปตรงมา เพราะเห็นคำต้องห้าม หยาบคาย ขัดกับกติกาของสังคม หน้าที่ของเรื่องสับสนนั้น

มี 2 ประการ คือ ประการแรกเพื่อเบี่ยงเบนนัยทางเพศให้ลดลง โดยผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์จะไม่สามารถตีความได้กระจ่างเท่าผู้มีประสบการณ์มาก่อน ประการที่สอง เพื่อป้องกันการละเมิดกรอบทางสังคม เพราะตามปกติแล้วสังคมไม่มีค่านิยมให้กล่าวถึงเรื่องเพศอย่างโจ่งแจ้ง เพราะถือว่าหยาบคายไม่เหมาะสม แม้การทำให้เป็นเรื่องสัปดนจะช่วยลดความหยาบคายลงไปได้มาก ในขณะเดียวกันก็ได้แฝงความคิดที่แท้จริงไว้ด้วย กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือฝีมุก” พบการทำให้เป็นเรื่องสัปดน ดังตัวอย่างภาพที่ 75

สุขสันต์วันวาเลนไทน์



ภาพที่ 75 กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสัปดน

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1764496397190595>

จากตัวอย่างภาพที่ 75 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม ด้วยรูปแบบภาพถ่ายมือของคนที่ทำให้มีลักษณะสันไหว และข้อความซ้อนในภาพว่า “สุขสันต์วันวาเลนไทน์” ซึ่งแม้แอดมินจะไม่ได้บรรยายอะไรมากกว่านี้แต่ผู้รับสารสามารถตีความได้ว่าต้องการสื่อถึงอะไร เพราะผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือฝีมุก” ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยรุ่นหรือวัยผู้ใหญ่ ตัวอย่างภาพนี้แอดมินเจตนาทำให้เป็นเรื่องสัปดนเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน เนื่องจากในวันวาเลนไทน์ส่วนใหญ่คนที่มีคู่หรือมีคนรักมักจะพากันไปเที่ยวหรือไปพลอดรักกันตามลำพัง สร้างความน่าอิจฉาให้แก่คนโสดหรือคนที่ไม่มีคู่รัก แอดมินใช้กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสัปดนเพื่อต้องการล้อเลียนผู้รับสารที่เป็นคนโสดหรือคนไม่มีคู่ด้วยภาพดังกล่าว ซึ่งเป็นภาพที่สื่อถึงการช่วยตัวเอง โปสต์เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561

4.2.5 กลวิธีการบ่งชี้โดยนัย

การบ่งชี้โดยนัย หมายถึง การกล่าวถึงลักษณะหรือบุคลิกของบุคคล หรือกล่าวถึงเรื่องราวต่าง ๆ โดยที่มีการละคำหรือหลีกเลี่ยงการแสดงคำที่แสดงความหมายตรง ๆ กับเรื่องนั้น แต่ใช้คำที่มี

ความหมายทางอ้อมในการสื่อถึงเรื่องที่ต้องการจะบอกนั้นแทน (หนึ่งฤทัย ชวนะลิขิกร, 2554 : 72)
 กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” พบการบ่งชี้โดยนัย ดังตัวอย่างภาพที่ 76



ภาพที่ 76 กลวิธีการบ่งชี้โดยนัย

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1969105806729652>

จากตัวอย่างภาพที่ 76 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง ด้วยรูปแบบภาพอินเทอร์เน็ตมีม โดยใช้ภาพจากข่าว คือ ภาพพลเอก ประวิตร วงษ์สุวรรณ ภาพซากเสือด่า และภาพตัวหนังสือข้อความยุบพรรคไทยรักชาติ กับภาพตัว Sloth จากภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันของ Walt Disney เรื่อง Zootopia และภาพตัวละครซูเปอร์ฮีโร่ The Flash จากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง Justice League ซึ่งภาพทั้ง 6 กรอบนี้มีความสัมพันธ์กัน ตัวอย่างภาพนี้แม้จะไม่มีข้อความบรรยายจากแอดมิน แต่ผู้รับสารสามารถตีความได้ แอดมินเจตนาใช้การบ่งชี้โดยนัยให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขันโดยเปรียบเทียบให้เห็นว่ากรณีคดีแหวนเพชรและนาฬิการาคาแพงของพลเอก ประวิตร วงษ์สุวรรณ รองนายกรัฐมนตรีที่มีผู้ร้องเรียนต่อคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติในขณะนั้น และคดีนักธุรกิจลักลอบบุกกรุกป่าและล่าสัตว์ป่า เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบทำงานเชิงซ้าราวกับตัว Sloth ที่เคลื่อนไหวร่างกายได้ช้ามาก แต่เมื่อมาถึงคดียุบพรรคการเมืองพรรคหนึ่ง เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบคดีทำงานได้อย่างรวดเร็วเหมือนกับตัวละคร The Flash ซึ่งเป็นตัวละครที่มีการเคลื่อนไหวได้รวดเร็วมาก โพสต์เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562

4.2.6 กลวิธีการผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันโดยตรงเข้าด้วยกัน

กลวิธีการผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันโดยตรงเข้าด้วยกัน คือ การนำประเด็นทางการเมืองสองประเด็น ซึ่งโดยปกติแล้วไม่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันโดยตรงมาประสานเข้าด้วยกัน หรืออาจเป็นการนำประเด็นทางการเมืองกับประเด็นทางสังคมซึ่งกำลังเป็นที่สนใจหรือเป็นข่าวโด่งดังมาผูกร้อยเข้าด้วยกัน โดยประเด็นทั้งสองอาจมีเหตุการณ์บางอย่างร่วมกันอยู่ กล่าวคือ นักเขียนการ์ตูนอาจมองเห็นแง่มุมหรือตรรกะบางอย่างที่สามารถเชื่อมโยงเรื่องทั้งสองเข้าไว้ด้วยกันได้ ผลที่ได้จากการผูกเรื่องหรือประเด็นที่ไม่เกี่ยวข้องกันโดยตรงเข้าด้วยกันนั้นก่อให้เกิดความไม่เข้ากันระหว่างเรื่องหรือประเด็นเหล่านั้น เมื่อผู้อ่านพิจารณาเรื่องหรือประเด็นที่นำมาผูกเข้าด้วยกันก็จะเห็นความไม่เข้ากันซึ่งจะก่อให้เกิดอารมณ์ขันตามมา (ธีรยุทธ์ เกณบุตร, 2555 : 179) กลวิธีการสร้างอารมณ์ของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” พบการผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันโดยตรงเข้าด้วยกัน ดังตัวอย่างภาพที่ 77



ภาพที่ 77 กลวิธีการผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันโดยตรงเข้าด้วยกัน

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1976428795997353>

จากตัวอย่างภาพที่ 77 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสังคมและการเมือง ด้วยรูปแบบภาพจากข่าวซึ่งเป็นภาพพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ทั้ง 2 กรอบ โดยกรอบบนเป็นภาพพลเอก ประยุทธ์ กำลังเดินกับผู้ติดตามหลายคนด้วยท่าทางทะมัดทะแมง และมีข้อความบรรยายว่า “ความรู้สึกตอนไปบุกโรงเรียน” ส่วนกรอบล่างเป็นภาพพลเอก ประยุทธ์ นั่งสนทนากับนางเทเรซ่า เมย์ นายกรัฐมนตรีแห่งอังกฤษ ในโอกาสที่พลเอก ประยุทธ์ เดินทางเยือนประเทศอังกฤษ เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2561 และมีข้อความบรรยายว่า “ความรู้สึกตอนไปมอบตัว” ซึ่งข้อความทั้งสอง

กรอบนี้มีความสัมพันธ์กับภาพ โดยข้อความนั้นสอดคล้องกับอาการปฏิกิริยาของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา แต่ไม่เกี่ยวข้องกับพลเอก ประยุทธ์ แต่อย่างใด แอดมินใช้การผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันโดยตรงเข้าด้วยกันเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน โปสต์เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มิชชาวลุ่มวัยรุ่นที่มาร่วมงานบวชที่วัดแห่งหนึ่งส่งเสียงดังรบกวนนักเรียนที่กำลังสอบ O-Net กันอยู่ เจ้าอาวาสจึงกล่าวตักเตือนและขอความร่วมมือให้ยุติการใช้เครื่องขยายเสียง ทำให้กลุ่มวัยรุ่นไม่พอใจอย่างมาก จึงพากันบุกเข้าไปทำร้ายครูและนักเรียนในโรงเรียนบาดเจ็บไปหลายราย หลังจากนั้นตำรวจได้ออกหมายจับและกลุ่มวัยรุ่นดังกล่าวเข้ามาอบตัวกับทางเจ้าหน้าที่ตำรวจ โดยไม่ได้แสดงท่าทางเหมือนตอนบุกไปก่อเหตุ แอดมินใช้ภาพปฏิกิริยาอาการของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา มาแทนภาพของเหตุการณ์ดังกล่าวเพื่อสร้างความตลกขบขัน

4.2.7 กลวิธีการล้อเลียน

กลวิธีการล้อเลียน หมายถึง วิธีการสร้างเรื่องโดยเลียนแบบลักษณะเด่นหรือองค์ประกอบสำคัญของเรื่องเดิม ในขณะเดียวกันก็จะเปลี่ยนแปลงลักษณะด้านอื่น ๆ ให้แตกต่างและน่าขบขัน (หนึ่งฤทัย ชวนะลิขิกร, 2554 : 72) สอดคล้องกับญาดา ชาญบัญญัติ (2551 : 32) ที่ให้ความหมายไว้ว่า กลวิธีการล้อเลียน คือ การเลียนแบบชื่อ คำพูด หรือการกระทำ เพื่อให้เกิดอารมณ์ขัน ส่วนวิภาพร กล้าวิภักกิจ (2548 : 36) แบ่งกลวิธีการล้อเลียนออกเป็น 2 ประเภท คือ การล้อเลียนโดยอ้างถึงบุคคล และการล้อเลียนโดยอ้างถึงสถานการณ์ กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันด้วยการล้อเลียนของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” นั้น ผู้วิจัยจำแนกออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ การล้อเลียนภาพยนตร์ การล้อเลียนวงการกีฬา การล้อเลียนสังคม และการล้อเลียนการเมือง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

4.2.7.1 การล้อเลียนภาพยนตร์ เป็นการนำเสนอเนื้อหาล้อเลียนภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ ดังตัวอย่างภาพที่ 78 และภาพที่ 79



ภาพที่ 78 กลวิธีการล้อเลียนภาพยนตร์

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1762102404096661>

จากตัวอย่างภาพที่ 78 เป็นการล้อเลียนภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง VENOM โดยนำภาพจากโปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว ซึ่งเป็นภาพส่วนใบหน้าและดวงตาของปรสิตมาเทียบเคียงกับภาพถ่ายหน้าอกของผู้หญิง และมีข้อความซ้อนในภาพว่า “สิ่งที่เห็น” กับ “สิ่งที่คิด” แอดมินมีเจตนาล้อเลียนลักษณะภาพของปรสิตในเรื่องว่ามีลักษณะคล้ายกับชุดชั้นในของผู้หญิง ทำให้เมื่อเห็นภาพแล้วจะนึกถึงภาพชุดชั้นในและหน้าอกของผู้หญิง นอกจากนี้ยังมีผู้ติดตามเพจแสดงความคิดเห็นว่าภาพที่เห็นนี้เป็นการเปรียบเทียบระหว่าง วินอม กับ วินม แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 เป็นการล้อเลียนโดยการเปลี่ยนแปลงลักษณะด้านอื่น ๆ ให้แตกต่างและน่าขบขัน



ภาพจากละคร บุพเพสันนิวาส

เพจหนึ่งฝั่งมุก

ภาพที่ 79 กลวิธีการล้อเลียนละครโทรทัศน์

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1774614346178800>

จากตัวอย่างภาพที่ 79 เป็นการล้อเลียนละครโทรทัศน์เรื่อง บุพเพสันนิวาส ด้วยรูปแบบภาพอินเทอร์เนตมีมจากฉากในละครเรื่องดังกล่าว ตอนที่ตัวละครการะเกดและท่านหมื่นไปพบจีนฮงที่ตลาดเพื่อสั่งทำภาชนะและเครื่องใช้ต่าง ๆ อาทิ เครื่องกรองน้ำ กระทะอย่างหมู แต่ในภาพนี้แอดมินเปลี่ยนภาพกระทะอย่างหมูที่การะเกดวาดในละครให้เป็นชุดซูเปอร์ฮีโร่ของมาร์เวล Marvel ชื่อ Iron man และกรอบที่ 3 เป็นภาพตัวละครการะเกดใส่ชุดซูเปอร์ฮีโร่ ทำให้ผู้รับสารเข้าใจว่าที่แท้

การเกิดมาว่าจ้างให้จีนฮงสร้างชุด Iron Man โปสต์เมื่อวันที่ 9 มีนาคม พ.ศ. 2561 เป็นการล้อเลียนละครโทรทัศน์โดยเปลี่ยนแปลงจากฉากเดิมให้เกิดความตลกขบขัน

4.2.7.2 การล้อเลียนวงการกีฬา เป็นการนำเสนอเนื้อหาล้อเลียนเรื่องราวที่เกิดขึ้นในวงการกีฬา ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 80 กลวิธีการล้อเลียนวงการกีฬา

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1938063553167211>

จากตัวอย่างภาพที่ 80 เป็นการล้อเลียนผู้จัดการทีมสโมสรแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ดด้วยภาพถ่ายใบหน้าของ José Mourinho โชเซ่ มูรินโญ่ ผู้จัดการทีมดังกล่าว ที่แสดงสีหน้าเสียใจเหมือนจะร้องไห้ และภาพอินเทอร์เนตมีมของ Chris Evans คริส อีแวน ดาราฮอลลีวูดชื่อดังในหลาย ๆ อิริยาบถ ซึ่งแต่ละอิริยาบถบ่งบอกอาการดีใจ มีความสุข โดยมีข้อความบรรยายในภาพว่า “แมนฯ ยู ประกาศไล่มูรินโญ่ พันนายใหญ่โหด แทร้ฟฟอร์ด” ซึ่งภาพนี้เป็นกลวิธีการล้อเลียนเหตุการณ์ที่มูรินโญ่ถูกปลดออกจากสโมสร เนื่องจากผลงานการคุมทีมไม่เป็นที่น่าพอใจ โดยแอดมินเจตนาใช้ภาพถ่ายใบหน้าล้อเลียนความรู้สึกของมูรินโญ่ และใช้ใบหน้าแสดงอาการดีใจของคริส อีแวน แทนความรู้สึกของนักฟุตบอลในทีมและกองเชียร์ โปสต์เมื่อวันที่ 18 ธันวาคม พ.ศ. 2561

ตัวอย่างภาพที่ 81 เป็นการล้อเลียนแฟนบอลสโมสรลิเวอร์พูล ด้วยภาพจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง Joker โดยใช้ภาพตัวละคร Joker แทนความรู้สึกของแฟนบอลสโมสรลิเวอร์พูล ซึ่งสัปดาห์ก่อนแสดงอาการลิงโลดดีใจที่สโมสรของตนชนะการแข่งขัน แต่มาสัปดาห์นี้แสดงอาการเศร้าซึม

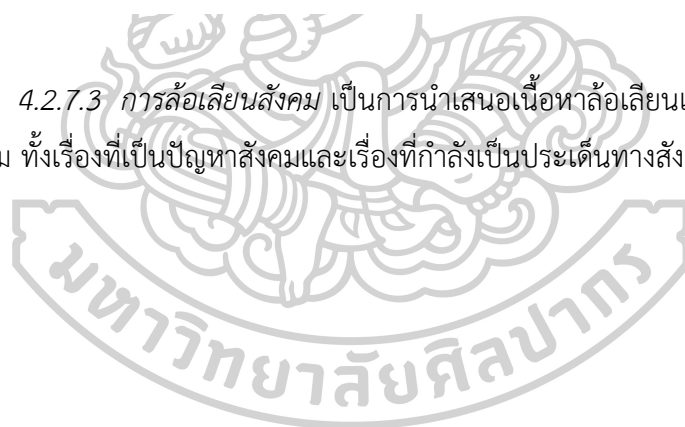
เนื่องจากพายัพแพ้แก่ทีมคู่แข่งไปเมื่อคืนที่ผ่านมา แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2562 เป็นการล้อเลียนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวงการกีฬาโดยใช้กิริยาอาการของตัวละครเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน



ภาพที่ 81 กลวิธีการล้อเลียนวงการกีฬา

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2096881193952112>

4.2.7.3 การล้อเลียนสังคม เป็นการนำเสนอเนื้อหาล้อเลียนเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม ทั้งเรื่องที่เป็นปัญหาสังคมและเรื่องที่กำลังเป็นประเด็นทางสังคม ดังตัวอย่างต่อไปนี้





ภาพที่ 82 กลวิธีการล้อเลียนสังคม

ที่มา :

<https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1853646521608915>



จากตัวอย่างภาพที่ 82 เป็นการล้อเลียนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม ด้วยภาพจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง William Shakespeare's Romeo + Juliet โดยล้อเลียนความรู้สึกผิดหวังของคนบางกลุ่มในสังคมที่ไม่สามารถซื้อสุราหรือเบียร์ได้ เนื่องจากร้านค้าถูกสั่งห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันสำคัญทางศาสนาพุทธ เป็นการล้อเลียนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม โดยถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกของผู้คนผ่านอาการโศกเศร้าสิ้นหวังของตัวละครในเรื่องดังกล่าว แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 ซึ่งตรงกับวันอาสาฬหบูชา



ภาพจากหนัง The Davinci Code

ภาพที่ 83 กลวิธีการล้อเลียนสังคม

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1919679728338927>

จากตัวอย่างภาพที่ 83 เป็นการล้อเลียนสังคมด้วยภาพจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง The Davinci Code กับภาพวัตถุโลหะชนิดหนึ่ง ซึ่งภาพกับข้อความมีความสัมพันธ์กัน ล้อเลียนเหตุการณ์ที่เป็นกระแสสังคมอยู่ในช่วงเวลานั้น คือ สัญลักษณ์ของห้องน้ำในห้างสรรพสินค้าชื่อดังย่านฝั่งธนบุรี ที่มีผู้วิพากษ์วิจารณ์กันอย่างกว้างขวางว่าเป็นรูปอะไรกันแน่ บ้างก็ว่าสัญลักษณ์ทำให้สับสนไม่ทราบว่ามันคืออะไรคือสัญลักษณ์ของห้องน้ำชาย อันไหนคือสัญลักษณ์ของห้องน้ำหญิง แอดมินเจตนา

ล้อเลียนผ่านภาพตัวละครสื่อให้เห็นว่าแม้กระทั่งศาสตราจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการถอดรหัสยังไม่สามารถตอบได้ว่า สัญลักษณ์ที่เห็นนั้นคืออะไร โปสต์เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561

4.2.7.4 การล้อเลียนการเมือง เป็นการนำเสนอเนื้อหาล้อเลียนเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเมือง อาทิ เรื่องราวของนักการเมือง ผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง การทำงานของรัฐบาล ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 84 กลวิธีการล้อเลียนการเมือง

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2054138411559724>

จากตัวอย่างภาพที่ 84 เป็นการล้อเลียนพฤติกรรมของนักการเมืองผู้หนึ่ง ด้วยรูปแบบภาพอินเทอร์เนตมีมจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง The Avengers ซึ่งเป็นภาพตัวละคร Hulk ที่มีสองบุคลิก โดยเวลากลางคืนจะมีนิสัยดุร้าย ก้าวร้าว พละกำลังมหาศาลและไม่สามารถควบคุมตัวเองได้



ภาพที่ 85 กลวิธีการล้อเลียนการเมือง

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1901680056805561>

แต่เวลากลางวันจะมีนิสัยเรียบร้อยและเป็นมิตร แอดมินเจตนาล้อเลียนนักการเมืองผู้หนึ่งโดยแสดงให้เห็นว่าก่อนการเลือกตั้งมีบุคลิกลักษณะดุตัน เกรี้ยวกราด ไม่เกรงกลัวใคร ผ่านตัวละคร Hulk ในเวลากลางคืน แต่หลังดำรงตำแหน่งทางการเมืองแล้วทำทีก็เปลี่ยนไปเป็นคนเรียบร้อย อธิษาศัยดี ผ่านตัวละคร Hulk ในเวลากลางวัน ทั้งหมดนี้ถ่ายทอดผ่านกิริยาอาการของตัวละครเป็นการล้อเลียนโดยอ้างถึงตัวบุคคล แอดมิน โปสต์เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม พ.ศ. 2562

จากตัวอย่างภาพที่ 85 เป็นการล้อเลียนพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ด้วยภาพดัดแปลงล้อเลียนโปสเตอร์ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง VENOM ดังตัวอย่างภาพต้นแบบภาพที่ 86 ตัดต่อใส่ใบหน้าพลเอก ประยุทธ์ แทนใบหน้าตัวละครเอกในเรื่อง นอกจากนี้ยังดัดแปลงตัวอักษรชื่อนักแสดงจาก Tom Hardy เป็น Too Hardy เนื่องจากพลเอก ประยุทธ์ มีชื่อเล่นว่า “ตู” เมื่อผู้รับสารเห็นภาพดังกล่าวจะตีความความหมายจากความสัมพันธ์ของภาพกับเนื้อหานั้น โดยภาพยนตร์เรื่องนี้เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับปรสิตนอก



ภาพที่ 86 ภาพต้นแบบที่ใช้ในการล้อเลียน

ที่มา : <https://www.facebook.com/marvelfanpagethv/posts/1717065611721673>

โลกที่อาศัยเกาะร้างมนุษย์เป็นพาหะเพื่อทำเรื่องร้าย ๆ ผู้ที่ถูก VENOM เกาะร้างจะแสดงพฤติกรรมก้าวร้าว คุร้าย แอดมินเจตนาล้อเลียนพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา โดยใช้ภาพที่แสดงให้เห็นว่าถูกปรสิตเกาะร้าง ทำให้แสดงอาการฉุนเฉียวหรือก้าวร้าว แอดมินโพสต์เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2561

ตัวอย่างภาพที่ 87 เป็นการล้อเลียนการทำงานของรัฐบาล ด้วยภาพจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง The Mist มฤตยูหมอกกินมนุษย์ แต่ดัดแปลงข้อความที่ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ว่าเป็นคำพูดของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีที่เชิญชวนให้ประชาชนสวดมนต์ขับไล่ภัยพิบัติที่เกิดขึ้นในประเทศไทยช่วงเวลานั้น แอดมินใช้กลวิธีการล้อเลียนผ่านภาพจากภาพยนตร์ที่มีความสอดคล้องกันเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน โดยโพสต์เมื่อวันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2562



ภาพที่ 87 กลวิธีการล้อเลียนการเมือง

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1952549641718602>

4.2.8 กลวิธีการเสียดสี

กลวิธีการเสียดสี หมายถึง การกล่าวกระทบกระทั่งเทียบเหน็บแนมบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งเพื่อชี้ให้เห็นข้อผิดพลาดบางอย่างที่ผู้เขียนเห็นว่าเป็นเรื่องที่สำคัญ เช่น การเมือง กฎหมาย คุณธรรม หรือจรรยาบรรณที่มีผลร้ายแรงต่อสังคมหรือคนส่วนรวม มีผู้ได้ประโยชน์และเสียประโยชน์อย่างมาก ดังนั้น จึงอาจจำเป็นต้องแก้ไขข้อผิดพลาดนั้น (หนึ่งฤทัย ชวนะลิขิกร, 2554 : 72) กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเพชบุ๊กว่าแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” ครั้งนี้ ผู้วิจัย จำแนกการเสียดสีออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การเสียดสีสังคม และการเสียดสีการเมือง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.2.8.1 การเสียดสีสังคม เป็นการนำเสนอเนื้อหาเสียดสี ประชดประชัน บุคคลหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม ดังตัวอย่างต่อไปนี้

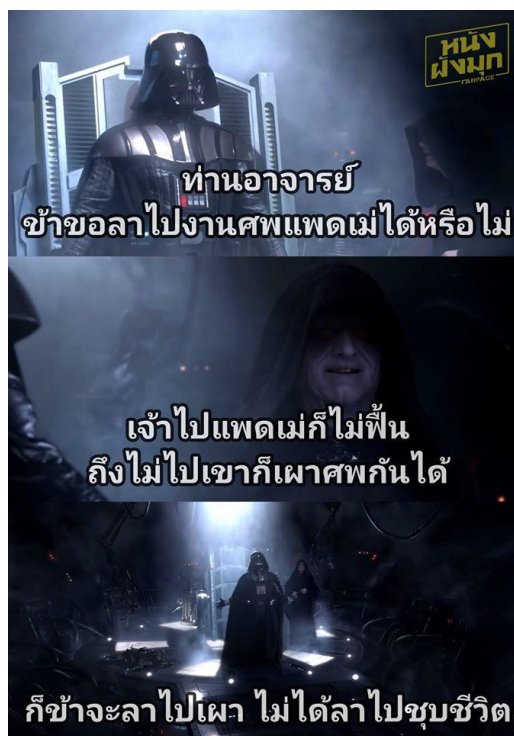


ภาพที่ 88 กลวิธีการเสียดสีเหตุการณ์ในสังคม

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1930551543918412>

จากตัวอย่างภาพที่ 88 เป็นการเสียดสีบุคคลในสังคม ด้วยภาพจากการ์ตูนคอมิกส์ เรื่อง Bat Man โดยเป็นภาพการสนทนาของตัวละคร 2 คน คนหนึ่งพูดว่า “ถ้าพ่อไม่ได้ใช้เฟซบุ๊ก ก็อย่าขึ้นสเตตัสบอกรักพ่อเลย มันดูแล้ว...” แสดงให้เห็นว่ายังพูดไม่ทันจบก็โดนตัวละครอีกตัวหนึ่งตบเข้าที่ใบหน้าพร้อมพูดว่า “เลือก!!!” จากภาพตัวอย่างนี้สืบเนื่องมาจากกรณีที่ใช้เฟซบุ๊กส่วนมากมักจะโพสต์แสดงความรักพ่อผ่านทางหน้าเฟซบุ๊กของตนเองในวันพ่อแห่งชาติ และจะมีคนอีกกลุ่มหนึ่งที่ไม่เห็นด้วยกับพฤติกรรมเช่นนั้น ซึ่งแอดมินมองว่าเป็นเรื่องส่วนบุคคลทุกคนมีสิทธิ์จะบอกรักพ่อผ่านสื่อใดก็ได้ จึงเป็นการเสียดสีพฤติกรรมของบุคคลในสังคมผ่านทางภาพอินเทอร์เน็ตมีมดังกล่าว โดยโพสต์เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2561 ซึ่งตรงกับวันพ่อแห่งชาติของไทย

ส่วนตัวอย่างภาพที่ 89 เป็นการเสียดสีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม ด้วยภาพจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง Star Wars ตัดแปลงใส่ข้อความซ้อนบนภาพโดยภาพและข้อความมีความสัมพันธ์กัน แต่เนื้อหาไม่เกี่ยวข้องกัน แอดมินถ่ายทอดเหตุการณ์ผ่านการสนทนาของตัวละคร เป็นการเสียดสีคำพูดของบุคคลในสังคมที่กำลังเป็นประเด็นอยู่ในขณะนั้น โพสต์เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2561 เหตุการณ์นี้สืบเนื่องมาจากกรณีที่มีผู้ใช้วิตเตอร์คนหนึ่งทวีตข้อความเล่าเรื่องราวของคนที่รู้จักว่าขออนุญาตหัวหน้าลางานไปเผาศพมารดา แต่ถูกหัวหน้าตบกลับมาว่าถึงจะลางานไปก็ไม่ทำให้มารดาฟื้นขึ้นมาได้ อย่างไรก็ตามเสียทางญาติพี่น้องก็จัดการงานศพกันได้ จนเกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์กันในสื่อสังคมออนไลน์อย่างรุนแรงถึงพฤติกรรมของหัวหน้าที่ไร้มนุษยธรรมผู้นี้ ข้อความว่า “ก็ข้าจะลาไปเผา ไม่ได้ลาไปชุบชีวิต” เป็นการพูดเสียดสีประชดประชัน เป็นกลวิธีการเสียดสีเหตุการณ์ในสังคมเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน



ภาพที่ 89 กลวิธีการเสียดสีเหตุการณ์ในสังคม

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1928731834100383>

4.2.8.2 การเสียดสีการเมือง เป็นการนำเสนอเนื้อหาเสียดสี ประชดประชัน บุคคล หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพที่ 90 เป็นการเสียดสีนักการเมือง ด้วยภาพจากภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดเรื่อง The Matrix Revolutions ที่มีตัวละครสมนาฬิกาข้อมือหลายเรือน ภาพนี้แม้จะไม่มีข้อความใด ๆ ประกอบ ทั้งข้อความแคปชันและข้อความในภาพ แอดมินเพียงแค่ตั้งสถานะว่ากำลังรับชมภาพยนตร์เรื่องนี้อยู่ แต่ผู้รับสารก็สามารถทราบได้ทันทีว่าแอดมินเจตนาสื่อถึงใคร เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าว กำลังเป็นที่โจษจันกันทางสื่อสังคมออนไลน์และสื่อทั่วไป กรณีพลเอก ประวิตร วงษ์สุวรรณ รองนายกรัฐมนตรีฝ่ายความมั่นคงและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมในขณะนั้น มีนาฬิการาคาแพงมากกว่ายี่สิบเรือน แต่ไม่มีการแจ้งในรายการบัญชีทรัพย์สินจนมีผู้ร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ หรือ ป.ป.ช. โดยพลเอก ประวิตร ให้เหตุผลว่าเป็นนาฬิกาที่ยืมมาจากเพื่อนจึงไม่แจ้งในรายการทรัพย์สินเพราะไม่ใช่ของตนเอง เป็นการนำเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทางการเมืองมาเสียดสีผ่านภาพตัวละครจากภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว โพสต์เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2561



ภาพที่ 90 กลวิธีการเสียดสีการเมือง

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1798520733788161>

ส่วนตัวอย่างภาพที่ 91 เป็นการเสียดสีการทำงานของรัฐบาล ด้วยภาพจากภาพยนตร์ฮอลลีวูด เรื่อง William Shakespeare's Romeo + Juliet ต่อเติมใส่ข้อความแสดงคำพูดของตัวละคร ซึ่งภาพกับข้อความไม่เกี่ยวข้องกัน แอดมินเพียงต้องการใช้ภาพสื่อถึงความรู้สึกของผู้คนในสถานการณ์นั้น ๆ ถ่ายทอดผ่านตัวละครด้วยข้อความว่า โดนหว่าโทษแต่รัฐบาลทำไมไม่แก้ปัญหที่ตัวเอง แต่ประชาชนทำทุกอย่างแล้ว ยกเว้นเรื่องที่ทำไม่ได้ เช่น จับคนเผาป่า ตรวจสอบโรงงาน ตรวจสอบจ้บรถดีเซลเก่า ซึ่งเป็นหน้าที่ของรัฐบาลที่ต้องแก้ไขปัญหาเหล่านี้ แอดมินเจตนาใช้คำพูดเสียดสีเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน โพสต์เมื่อวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2562 โดยข้อความว่า “โดนหว่าโทษแต่รัฐบาลทำไมไม่แก้ปัญหที่ตัวเอง” นี้ เกิดจากการที่มีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่งต่อข้อมูลกันอย่างกว้างขวางว่า นายกรัฐมนตรีได้ให้สัมภาษณ์นักข่าวถึงสาเหตุของการเกิดมลพิษ ฝุ่น PM 2.5 ว่าเป็นเพราะประชาชนไม่ให้ความร่วมมือ ทั้งนี้ทำให้นายกรัฐมนตรีต้องออกมากล่าวในการแถลงผลงานรัฐบาล เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ว่าตนเองไม่ได้กล่าวโทษประชาชน และขอให้ผู้ที่ส่งต่อข้อมูลนั้นหยุดบิดเบือนข้อมูลหรือโจมตีรัฐบาล เหตุการณ์นี้สืบเนื่องจากการเกิดวิกฤตมลพิษ ฝุ่น PM 2.5 ในหลายพื้นที่ของประเทศไทย โดยเฉพาะกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จนผู้ว่าฯ กทม. ต้องประกาศให้ปิดโรงเรียนในกรุงเทพมหานครจำนวน 437 โรงเรียน ตั้งแต่วันที่ 30 มกราคม ถึงวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562



ภาพที่ 91 กลวิธีการเสียดสีการเมือง

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1961539930819573>

4.2.9 กลวิธีการชมและตำหนิตนเอง

กลวิธีการชมและตำหนิตนเอง หมายถึง การใช้วิธีกล่าวชมตนเองและการกล่าวตำหนิตนเอง เพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน สอดคล้องกับพัฒนาชัย พืชระเดช (2559 : 31) ที่อธิบายว่า การตำหนิตนเองเป็นกลวิธีที่ผู้พูดใช้ดูถูกตนเองเกี่ยวกับความสามารถ หน้าตา ฐานะ หรือรูปลักษณ์ของตนเอง เพื่อสร้างความตลกขบขัน กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนัง ผงมุก” พบกลวิธีการชมและตำหนิตนเอง ดังตัวอย่างภาพที่ 92 และภาพที่ 93

4.2.9.1 การชมตนเอง

ตัวอย่างภาพที่ 92 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม ด้วยรูปแบบภาพอินเทอร์เนตมีมจากภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดเรื่อง Joker ต่อเติมใส่ข้อความซ้อนบนภาพว่า “เมื่อคุณพยายามนึกถึงสิ่งดี ๆ ในปีที่ผ่านมา แล้วก็คิดว่า ไม่มีอะไรจะดีเท่าหน้าตาตัวเองอีกแล้ว” เป็นกลวิธีการชมตนเอง เพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน โปสต์เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นวันส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่



ภาพที่ 92 กลวิธีการชมตนเอง

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2183513721955525>

4.2.9.2 การตำหนิตนเอง



ภาพที่ 93 กลวิธีการตำหนิตนเอง

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/1758940814412820>

จากตัวอย่างภาพที่ 93 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม ด้วยรูปแบบภาพถ่ายดวงจันทร์ 2 กรอบ ภาพกรอบบนเป็นภาพดวงจันทร์ดวงใหญ่กลมโต สีสด คมชัด และมีข้อความในภาพว่า “คนอื่นถ่าย” ส่วนภาพกรอบล่างเป็นภาพดวงจันทร์ดวงเล็ก มองเห็นไกล ๆ ไม่คมชัด และมีข้อความในภาพ

ว่า “กูถ่าย” เป็นการเปรียบเทียบให้เห็นว่าภาพที่คนอื่นถ่ายสวยงามกว่าภาพที่ตนเองถ่าย แอดมินเจตนาใช้วิธีการกำหนดตนเองเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน โปสต์เมื่อวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2561

4.2.10 กลวิธีผสม

กลวิธีผสม หมายถึง วิธีการสร้างอารมณ์ขันโดยใช้กลวิธีต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นมารวมกัน ตั้งแต่ 2 กลวิธีขึ้นไป สอดคล้องกับจิรศุภา ปล่องทอง (2550 : 41) ที่อธิบายว่า กลวิธีแบบผสม คือ ในเรื่องซ้ำกันเรื่องหนึ่งนั้นการสร้างอารมณ์ขันด้วยการใช้กลวิธีการใช้ภาษาสามารถมีได้มากกว่า 1 กลวิธี โดยการนำกลวิธีที่สอดคล้องกันมาผสมกัน เช่น การใช้การเล่นคำร่วมกับปริศนาคำทาย การใช้การเสียดสีร่วมกับการบ่งชี้โดยนัย การอุปมาอุปไมยร่วมกับการบ่งชี้โดยนัย การหักมุมด้วยคำพูดร่วมกับการบ่งชี้โดยนัย เป็นต้น กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” พบกลวิธีผสมดังตัวอย่างภาพที่ 94



ภาพที่ 94 กลวิธีผสม

ที่มา : <https://www.facebook.com/nangfangmook/posts/2158450971128467>

จากตัวอย่างภาพที่ 94 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสังคมและการเมือง ด้วยรูปแบบภาพตัดแปลงจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง Fast & Furious 7 (เร็ว ... แรงทะลุนรก 7) ต่อเติมใส่ข้อความในภาพ แอดมินใช้กลวิธีผสมเพื่อสร้างอารมณ์ขัน 3 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการใช้คำพ้อง กลวิธีการหักมุม และกลวิธีการเสียดสี โดยข้อความในภาพทั้ง 3 กรอบนั้นตัดแปลงมาจากเนื้อเพลง “หนุ่มบาว

สาวปาน” ของศิลปินคาราบาวที่มีเนื้อร้องว่า “กริตรายงอยู่ใต้ไม่ปลอดภัย มาขับวินมอเตอร์ไซค์อยู่ใน กทม.” แอดมินดัดแปลงเป็นบทสนทนาของตัวละคร 2 คน โดยคำพ้องที่พบ ได้แก่ คำว่า กริตรายง ซึ่ง ความหมายในกรอบแรกนั้น หมายถึง การกรีดเอาน้ำยางออกจากต้นยาง ซึ่งเป็นอาชีพหนึ่งของคน ภาคใต้ ส่วนกริตรายงในกรอบที่ 3 นั้น หมายถึง กริตรายงล้อรถกระบะ ส่วนกลวิธีที่ 2 กลวิธีการหักมุม คือ การมากริตรายงรถชนพริก หากผู้รับสารอ่านข้อความในกรอบแรกจะคิดว่าตัวละครนั้นมาขับวิน มอเตอร์ไซค์เหมือนในเนื้อเพลง แต่แอดมินใช้กลวิธีการหักมุมโดยเปลี่ยนจากขับวินมอเตอร์ไซค์เป็นมา กริตรายงเหมือนในกรอบแรก แต่เป็นการกริตรายงล้อรถกระบะชนพริก ส่วนกลวิธีที่ 3 กลวิธีการเสียดสี เป็นการเสียดสีเจ้าหน้าที่ตำรวจทางหลวง สืบเนื่องจากกรณีที่อยู่ในสื่อสังคมออนไลน์มีการแชร์คลิปวิดีโอ ตำรวจตั้งด่านตรวจรถบรรทุกชนพริก แล้วเกิดการโต้เถียงกัน หลังจากตำรวจก้มดูที่ล้อรถ ยางรถก็ ระเบิดขึ้น จนเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์กันว่าเกิดจากตำรวจใช้คัตเตอร์กริตรายงล้อรถเป็นเหตุให้ตัวเอง บาดเจ็บด้วย ทั้งหมดนี้คือการใช้กลวิธีผสมเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน โปสเตอร์เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2562

จากการศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” พบว่า มีการใช้ กลวิธีที่หลากหลายดังตัวอย่างที่กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลวิธีผสม กล่าวคือ ใน 1 โปสเตอร์ จะใช้กลวิธีมากกว่า 1 กลวิธี ในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อสร้างอารมณ์ขันให้แก่ผู้รับสารหรือผู้ติดตาม เพจ และเป็นการนำเสนอเรื่องราวที่ทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น ภาพที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นภาพ อินเทอร์เน็ตมีมหรือภาพดัดแปลงจากฉากในภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยมีทั้งภาพเพียงอย่างเดียวและ ภาพที่มีข้อความประกอบ ซึ่งภาพและข้อความจะมีความสัมพันธ์กัน แม้เนื้อหาจะไม่เกี่ยวข้องกันแต่ แอดมินมีวิธีนำเสนอได้อย่างสอดคล้องกัน

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์”” ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอ เนื้อหาในการนำเสนอ และกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากสถานะ (Post) ของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562 รวม 24 เดือน จำนวนทั้งสิ้น 1,177 โพสต์ จากนั้นจำแนกภาพอินเทอร์เน็ทที่มีที่ก่อให้เกิดความตลกขบขันจำนวน 296 ภาพ นำมาวิเคราะห์กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันโดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์จากงานวิจัยของญาดา ซาญับัญชี (2551) ได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้ที่จัดไว้ทั้ง 3 ข้อ ผู้วิจัยสรุปผลการศึกษาเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) รูปแบบการนำเสนอ 2) เนื้อหาในการนำเสนอ และ 3) กลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.1.1 รูปแบบการนำเสนอ

ด้านรูปแบบการนำเสนอ แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพ (Images) จำแนกออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ การนำเสนอด้วยภาพถ่าย การนำเสนอด้วยภาพวาดหรือภาพการ์ตูน การนำเสนอด้วยภาพอินเทอร์เน็ทที่มี และการนำเสนอด้วยภาพรวมเป็นอัลบั้ม 2) รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความสถานะ (Status) 3) รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความแคปชัน (Caption) จำแนกออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ การนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบภาพ ซึ่งภาพดังกล่าว ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพวาดหรือภาพการ์ตูน ภาพอินเทอร์เน็ทที่มี และภาพรวมเป็นอัลบั้ม ดังกล่าวข้างต้น การนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบวีดิทัศน์ การนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบลิงก์ การนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบการแพร่ภาพสด และการนำเสนอด้วยข้อความแคปชันประกอบการสร้างแบบสำรวจความคิดเห็น รูปแบบที่ผู้ดูแลเพจใช้มาก ได้แก่ รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพ โดยส่วนใหญ่เป็นภาพอินเทอร์เน็ทที่มี

5.1.2 เนื้อหาในการนำเสนอ

ด้านเนื้อหาในการนำเสนอ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) เนื้อหาเกี่ยวกับวงการบันเทิง จำแนกออกเป็น 4 ประเภท คือ เนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ ละคร เนื้อหาเกี่ยวกับนักแสดง เนื้อหาเกี่ยวกับการวิจารณ์วงการบันเทิง และเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนวงการบันเทิง 2) เนื้อหาเกี่ยวกับวงการศึกษา จำแนกออกเป็น 3 ประเภท คือ เนื้อหาเกี่ยวกับสโมสรกีฬา เนื้อหาเกี่ยวกับนักกีฬา และเนื้อหาเกี่ยวกับการเชียร์กีฬา 3) เนื้อหาเกี่ยวกับสังคม จำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ เนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคม และเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนสังคม 4) เนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง

จำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ เนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมือง และเนื้อหาเกี่ยวกับการล้อเลียนการเมือง โดยเนื้อหาที่ผู้ดูแลเพจใช้นำเสนอมากที่สุด ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับวงการบันเทิง ด้านภาพยนตร์

5.1.3 กลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน

ด้านกลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน พบกลวิธีทางภาษาที่สร้างอารมณ์ขัน แบ่งออกเป็น 2 กลวิธีหลัก คือ กลวิธีทางศัพท์ และกลวิธีทางปริศนากับวจนปฏิบัติศาสตร์ ดังนี้ 1) กลวิธีทางศัพท์ พบ 9 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการใช้คำหยาบ กลวิธีการใช้คำต้องห้าม กลวิธีการใช้คำสแลง กลวิธีการใช้คำพ้อง กลวิธีการใช้อักษรย่อ กลวิธีการใช้คำทับศัพท์ กลวิธีการใช้คำภาษาต่างประเทศ กลวิธีการใช้คำเลียนเสียง และกลวิธีการเปลี่ยนเสียงของคำ และ 2) กลวิธีทางปริศนากับวจนปฏิบัติศาสตร์ พบ 10 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ กลวิธีการใช้อุปลักษณ์ กลวิธีการหักมุม กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสัปดน กลวิธีการบ่งชี้โดยนัย กลวิธีการผูกเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันโดยตรงเข้าด้วยกัน กลวิธีการล้อเลียน กลวิธีการเสียดสี กลวิธีการชมและตำหนิตนเอง และกลวิธีผสม คือ มีการใช้กลวิธีมากกว่า 1 กลวิธีใน 1 โพสต์ ซึ่งกลวิธีที่ผู้ดูแลเพจนำมาใช้มากที่สุด ได้แก่ กลวิธีการล้อเลียน และเนื้อหาที่นำมาล้อเลียนมากที่สุด ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาการศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนึ่งฝั่งมุก” ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ 3 ประเด็น พบว่า แต่ละประเด็นมีผลการศึกษาดังตามสมมุติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ทั้งสิ้น นอกจากนี้ยังมีประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติม ผู้วิจัยได้จำแนกออกเป็นหัวข้อในการอภิปราย ดังนี้

5.2.1 รูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนึ่งฝั่งมุก”

การศึกษารูปแบบการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนึ่งฝั่งมุก” นั้น ผลการศึกษาที่ได้ตรงตามสมมุติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ในข้อที่ 1 กล่าวคือ ผู้วิจัยพบว่า ผู้ดูแลเพจหรือแอดมิน (Admin) ใช้รูปแบบที่หลากหลายที่เฟซบุ๊กมีให้บริการเกือบทั้งสิ้น เช่น การโพสต์ภาพนิ่ง การโพสต์ภาพเคลื่อนไหวหรือวีดิทัศน์ การแบ่งปันลิงก์เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น การแพร่ภาพสดหรือถ่ายทอดสด การสร้างแบบสำรวจความคิดเห็นเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ติดตามเพจมีส่วนร่วม คุณสมบัติเหล่านี้ ผู้ใช้เฟซบุ๊กส่วนใหญ่จะใช้บริการกันอยู่เสมอ เนื่องจากเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของเฟซบุ๊กและเข้าถึงได้ง่ายสอดคล้องกับงานวิจัยของวรวิฑูมิ ยังประเสริฐ (2561 : 134) เรื่อง “การตั้งสถานะบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ “ครูนอกกรอบ”” ที่พบว่า ผู้ดูแลเพจ “ครูนอกกรอบ” ใช้รูปแบบที่เฟซบุ๊กมีให้บริการเกือบทุกประเภท ยกเว้นรูปแบบการถ่ายทอดสด ทั้งนี้ วรวิฑูมิไม่ได้พบการใช้รูปแบบการสร้างแบบสำรวจความคิดเห็นเหมือนกับที่พบในเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนึ่งฝั่งมุก” ด้วย ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า อาจเป็นเพราะรูปแบบการถ่ายทอดสดและรูปแบบการสร้างแบบสำรวจความคิดเห็น เป็นคุณสมบัติใหม่ที่เฟซบุ๊กปรับปรุงเพิ่มเติมเข้ามา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้อยู่เสมอ

อย่างไรก็ตาม แม้ผู้ดูแลเพจ “หนังสือพิมพ์” จะใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย แต่ผู้วิจัยไม่พบการนำเสนอด้วยรูปแบบของเฟซบุ๊กมาร์เก็ตเพลส (Facebook Marketplace) ซึ่งเป็นคุณสมบัติของเฟซบุ๊กที่ให้ผู้ใช้งานสามารถโพสต์ขายสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้ ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าอาจเป็นเพราะเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” เป็นเพจที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความบันเทิงเป็นหลัก ไม่ได้มุ่งเน้นทางด้านธุรกิจหรือค้าขายสินค้าใด ๆ

รูปแบบที่ผู้ดูแลเพจใช้นำเสนอเสมอ ได้แก่ รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นภาพอินเทอร์เน็ทมีม นอกจากนี้ยังพบว่ามีการใช้ภาพซ้ำ กล่าวคือ ผู้ดูแลเพจมีการนำภาพที่เคยใช้นำเสนอแล้วกลับมาใช้นำเสนอซ้ำอีก โดยเปลี่ยนแปลงเพียงตัวอักษรที่อยู่ในภาพ ซึ่งรูปภาพจะยังคงเป็นภาพเดิม แต่ตัวอักษรเปลี่ยนไปตามเนื้อหาที่ผู้ดูแลเพจต้องการนำเสนอ ตัวอย่างเช่น ภาพที่ 82 และภาพที่ 91 (ในบทที่ 4) ซึ่งเป็นภาพเดียวกัน แต่เนื้อหาและตัวอักษรในภาพแตกต่างกัน

รูปแบบต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น สะท้อนให้เห็นคุณสมบัติของสื่อใหม่ (New Media) ได้เป็นอย่างดี กล่าวคือ สามารถส่งสารได้หลากหลายรูปแบบทั้งภาพ ข้อความ และเสียง สามารถผลิตซ้ำหรือดัดแปลงได้ง่าย และแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้รวมทั้งความสะดวกสบายของผู้ส่งสารและผู้รับสารยังสามารถพูดคุยโต้ตอบกันได้ทันทีโดยใช้ช่องทางแสดงความคิดเห็นของเพจ นับเป็นการสื่อสารสองทาง (Two way communication) ที่ทำให้ผู้ส่งสารเป็นผู้รับสารได้ในเวลาเดียวกัน

5.2.2 เนื้อหาในการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์”

จากการศึกษาเนื้อหาในการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” ผลการศึกษาที่ได้ตรงตามสมมุติฐานข้อที่ 2 ที่ผู้วิจัยตั้งไว้ กล่าวคือ มีการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย นอกเหนือไปจากเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักในการนำเสนอของเพจ “หนังสือพิมพ์” ดังที่ผู้ดูแลเพจจัดหมวดหมู่ของเพจอยู่ในประเภทแฟนเพจภาพยนตร์ ผู้วิจัยพบเนื้อหาต่าง ๆ ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ ละคร เนื้อหาเกี่ยวกับวงการบันเทิง เนื้อหาเกี่ยวกับวงการกีฬา เนื้อหาเกี่ยวกับสังคม และเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เนื้อหาต่าง ๆ ดังกล่าวนี้อาจเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวผู้คนในยุคปัจจุบัน จึงทำให้มีผู้คนสนใจมาก มีจำนวนผู้กดถูกใจเพจและติดตามเพจเป็นจำนวนล้านคน ผู้ติดตามเพจ “หนังสือพิมพ์” เหล่านี้มักมีส่วนร่วมกับโพสต์ของผู้ดูแลเพจอยู่เสมอไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาใด การกดถูกใจและสนทนาโต้ตอบกันเป็นจำนวนมากระหว่างผู้ติดตามเพจกับผู้ดูแลเพจ รวมทั้งระหว่างผู้ติดตามเพจด้วยกันเอง แสดงถึงสังคมเสมือนซึ่งเป็นที่พบปะสังสรรค์กันในหมู่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน เนื้อหาต่าง ๆ ดังกล่าวนี้อาจจะมีการล้อเลียนสอดแทรกอยู่ด้วยเสมอ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ขัน ทำให้ผู้ติดตามเพจมักหยอกล้อการนำเสนอของผู้ดูแลเพจว่าเป็นเพจ “หนังสือพิมพ์” มากกว่า “หนังสือพิมพ์” เนื่องจากบางโพสต์นั้นเป็นการล้อเลียนเสียดสีที่อาจสุ่มเสี่ยงเกินไป

อนึ่ง เนื้อหาเกี่ยวกับวงการกีฬาที่ผู้วิจัยพบในการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์” ในช่วงเวลาที่เก็บข้อมูลมีเพียงเรื่องราวเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลเท่านั้น ผู้วิจัยสันนิษฐานว่า อาจเป็นเพราะ

กีฬาฟุตบอลเป็นที่นิยมมากอย่างกว้างขวางในสังคมปัจจุบัน ทั้งฟุตบอลไทยและฟุตบอลต่างประเทศ โดยเฉพาะการแข่งขันฟุตบอลลีกของประเทศอังกฤษที่มีผู้คนให้ความสนใจกันมากทั้งหญิงและชายทุกช่วงวัย การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลในประเด็นต่าง ๆ ก็อาจจะช่วยให้มีผู้สนใจติดตามเพจมากขึ้น ส่วนกีฬาประเภทอื่นนั้น แม้จะมีการแข่งขันอยู่ก็ไม่ใช่ว่ากีฬาที่คนส่วนใหญ่สนใจ จึงไม่พบการนำเสนอในเพจนี้

5.2.3 กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก”

จากการศึกษาวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” ครั้งนี้ ผลการศึกษาที่ได้ตรงตามสมมุติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ในข้อที่ 3 กล่าวคือ มีการใช้กลวิธีทางภาษาที่สร้างอารมณ์ขัน โดยจำแนกกลวิธีออกเป็น 2 กลุ่ม เช่นเดียวกับงานวิจัยของญาดา ชาญบัญญัติ (2551) ได้แก่ กลวิธีทางศัพท์และกลวิธีทางปริศเนทกกับวาทศิลป์ปฏิบัติศาสตร์ ดังที่กล่าวไว้ในบทสรุป อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่า มีกลวิธีที่แตกต่างจากงานวิจัยของญาดา ชาญบัญญัติบางกลวิธี เช่น กลวิธีการสร้างคำใหม่ กลวิธีการตัดคำ กลวิธีการสร้างเรื่องให้เกินจริง กลวิธีการตั้งสมญานามให้กับบุคคล กลวิธีการใช้สำนวนสุภาพ แต่ไม่พบในเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก”

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของผู้วิจัยอื่นด้วย อาทิ กลวิธีการใช้อักษรย่อ สอดคล้องกับงานวิจัยของธีรยุทธ เกณบุตร (2555) กลวิธีการเปลี่ยนเสียงของคำ สอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาพร กล้าวิทย์กิจ (2548) กลวิธีการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ สอดคล้องกับงานวิจัยของอุมาภรณ์ สังขมาน (2559) กลวิธีการบ่งชี้โดยนัยและกลวิธีผสม สอดคล้องกับงานวิจัยของหนึ่งฤทัย ชวนะลิขิกร (2554)

กลวิธีทางภาษาที่สร้างอารมณ์ขันนี้ นักภาษาศาสตร์หลายท่านอธิบายว่า เกิดจากความไม่เข้ากันทางภาษา สอดคล้องกับทฤษฎีความไม่เข้ากัน ซึ่งเป็นทฤษฎีกลุ่มหนึ่งในสามกลุ่มของทฤษฎีอารมณ์ขัน ดังที่กาญจนา เจริญเกียรติบวร (2548 : 19) อธิบายว่า “แนวคิดและทฤษฎีทางภาษาศาสตร์ที่เกี่ยวกับความตลกขบขันจัดว่าอยู่ในกลุ่มของทฤษฎีความไม่เข้ากัน เรียกได้ว่า เป็นทฤษฎีย่อยอันหนึ่งในกลุ่มทฤษฎีความไม่เข้ากัน ซึ่งเน้นศึกษาตัวกระตุ้นอารมณ์ขันที่อยู่ในรูปของภาษา” หนึ่งฤทัย ชวนะลิขิกร (2554 : 70 - 75) ก็อธิบายว่า “ในมุมมองของนักภาษาศาสตร์จะอธิบายอารมณ์ขันผ่านภาษาโดยใช้แนวคิดของทฤษฎีความไม่เข้ากัน” ทฤษฎีความไม่เข้ากันนี้ ญาดา ชาญบัญญัติ (2551 : 10 - 11) อธิบายว่า “รากฐานของทฤษฎีนี้ คือ อารมณ์ขันเกิดจากความเข้ากันไม่ได้ ความไม่ลงรอยกัน การจับคู่ผิดของการนำเสนอทางความคิด หรือสถานการณ์ที่ผิดแผกออกไปจากธรรมเนียมเดิม” จากคำอธิบายดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยเห็นว่ากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” ก็ตรงกับทฤษฎีความไม่เข้ากันเช่นกัน ตัวอย่างเช่น การล้อเลียนการทำงานของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองด้วยการใช้อักษรย่อที่บัญญัติศัพท์ขึ้นมาใหม่ จากคำว่า ป.ป.ช. ที่คนทั่วไปในสังคมเข้าใจตรงกันว่า หมายถึง “คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ”

แต่มีการเปลี่ยนเป็น “ปกป้องป้อม ช่วย ๆ กัน” เป็นการสร้างอารมณ์ขันด้วยความไม่เข้ากันทางภาษา หรือการนำเสนอด้วยการทำให้เรื่องจบแบบผิดความคาดหมายหรือการหักมุม ดังตัวอย่างการเกิดปัญหาขึ้นในประเทศ ทั้งมลพิษ และน้ำท่วม ผู้ส่งสารกล่าวว่า “นายกรัฐมนตรีได้ทำสุดฝีมือแล้ว” เป็นการปูเรื่องให้ผู้รับสารเข้าใจว่านายกรัฐมนตรีแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเต็มที่แล้ว แต่กลับจบลงด้วยข้อความว่า “ทำใบเหลืองผิดไซ้” ผู้รับสารเห็นถึงความไม่เข้ากันนี้จึงเกิดความตลกขบขัน

นอกจากกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” จะสอดคล้องกับทฤษฎีความไม่เข้ากันแล้ว ยังสอดคล้องกับทฤษฎีความเหนือกว่า และทฤษฎีการปลดปล่อยและการผ่อนคลายด้วย กล่าวคือ ทฤษฎีความเหนือกว่านั้นว่า คนเราจะรู้สึกขำได้เมื่อรู้สึกมีชัยชนะเหนือผู้อื่น หรือเห็นผู้อื่นต้อยกว่า ดังกรณีการล้อเลียนแฟนกีฬาฟุตบอลทีมต่าง ๆ เมื่อตกเป็นฝ่ายพ่ายแพ้ ส่วนทฤษฎีการปลดปล่อยและการผ่อนคลายนั้น กล่าวว่า อารมณ์ขันเกิดจากการได้ปลดปล่อยความรู้สึกจากความคับข้องใจต่าง ๆ จะเห็นได้จากการเสียดสี ประชดประชันพฤติกรรมของนักการเมือง หรือการทำงานของรัฐบาล ที่หลาย ๆ คนอาจแสดงออกอย่างตรงไปตรงมาไม่ได้ เช่น กรณีการเปรียบรัฐมนตรีและคณะเป็นไดโนเสาร์โดยถ่ายทอดผ่านภาพนักแสดงชายชาวต่างประเทศที่มีรูปร่างลักษณะคล้ายรัฐมนตรีผู้หนึ่ง

การถ่ายทอดผ่านมุกตลกนั้นจะทำให้เรื่องที่เป็นปัญหาหนักดูเบาลง ดังที่สุวรรณา งามเหลือ (2559 : 75) ได้กล่าวอภิปรายไว้ในงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาวิเคราะห์ภาพล้อสังคมไทยในสื่อสังคมออนไลน์” ว่า

“สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่สาธารณะในการสื่อสารภาพล้อทางการเมืองของคนในสังคม เพื่อการกระตุ้น วิพากษ์วิจารณ์ และสะท้อนความคิดเห็น อารมณ์ความรู้สึกของประชาชนต่อการทำงานของนักการเมือง ที่ช่วยลดความรุนแรงในการวิพากษ์วิจารณ์เสียดสีทางการเมือง โดยเน้นการสื่อสารด้วยอารมณ์ขำขัน ลดความตึงเครียดจากสถานการณ์ปัญหาทางการเมืองที่เกิดขึ้น”

ผู้วิจัยพบว่า กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” ช่วงเวลาที่เก็บข้อมูลนี้ มักใช้กลวิธีการล้อเลียนและกลวิธีการเสียดสี โดยเนื้อหาที่นำมาล้อเลียนและเสียดสีค่อนข้างมากนั้นจะเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง ทั้งล้อเลียนเสียดสีนักการเมือง ผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง การทำงานของรัฐบาล ซึ่งเรื่องบางเรื่องอาจดูสุ่มเสี่ยงเกินไปหากกล่าวติเตียนโดยตรง ผู้ดูแลเพจหรือแอดมินมีกลวิธีการกล่าวถึงเรื่องนั้น ๆ ได้อย่างแยบยลโดยใช้การสร้างอารมณ์ขันด้วยกลวิธีต่าง ๆ

5.2.4 ภาพสะท้อนสังคมผ่านการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์มุก”

การศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์มุก” ครั้งนี้ สิ่งที่พบนอกจากรูปแบบ เนื้อหา และกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันแล้ว ยังทำให้เห็นภาพสะท้อนสังคมไทยในช่วงเวลานั้น ๆ ได้เป็นอย่างดีอีกด้วย อาทิ เหตุการณ์ที่เป็นปัญหาสังคม หรือเป็นประเด็นทางสังคมอยู่ในขณะนั้น เช่น กรณีปัญหาน้ำท่วมในหลายพื้นที่ของประเทศไทย ปัญหามลพิษ ฝุ่น PM 2.5 กรณีนักฟุตบอลเยาวชนทีมหมูป่าอะคาเดมีแม่สายพลัดหลงติดอยู่ในถ้ำหลวงขุนน้ำนางนอน อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ที่เป็นข่าวใหญ่โตและดังไกลไปถึงต่างประเทศ จนวงการภาพยนตร์ต่างประเทศนำไปสร้างเป็นภาพยนตร์ กรณีนักธุรกิจรายใหญ่ลักลอบเข้าไปล่าสัตว์ป่าในป่าทุ่งใหญ่นเรศวรและฆ่าเสือดำรวมทั้งสัตว์ป่าหลายชนิด หรือแม้แต่เหตุการณ์ทางการเมืองในขณะนั้น เช่น กรณีเกิดการรัฐประหารยึดอำนาจรัฐบาลของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร โดยคณะรักษาความสงบแห่งชาติ หรือ ค.ส.ช. ในปี พ.ศ. 2557 และแต่งตั้งนายกรัฐมนตรีชั่วคราวขึ้น กรณีการเลื่อนการจัดการเลือกตั้งออกไปอย่างไม่มีกำหนดที่แน่นอน กรณีคดีแหวนเพชรและนาฬิกาหรูหลายสิบล้านของรองนายกรัฐมนตรีในสมัยนั้น และกรณีการทำหน้าที่ของคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ ที่ทำให้ผู้ดูแลเพจนำมาเป็นเนื้อหาที่ใช้ล้อเลียนอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน แม้เวลาล่วงเลยผ่านไปเหตุการณ์เหล่านั้นก็ยังคงอยู่ให้ผู้ติดตามเพจค้นหาได้ เสมือนเป็นการบันทึกเรื่องราวไว้ให้ผู้ที่ได้อ่านเพจทราบว่าในช่วงเวลานั้นเกิดเหตุการณ์ใดขึ้นบ้าง

อย่างไรก็ตาม สถานะของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์มุก” อาจหายไปจากหน้ากระดานข้อความหรือกระดานข่าวได้เช่นกัน เนื่องจากผู้ดูแลเพจลบโพสต์นั้นเสีย หรืออาจถูกทางทีมงานเฟซบุ๊กลบโพสต์ดังกล่าว สาเหตุมาจากมีผู้ใช้เฟซบุ๊กท่านอื่นร้องเรียนถึงความไม่เหมาะสมของเนื้อหานั้น ผู้วิจัยสันนิษฐานว่า บุคคลผู้ร้องเรียนนั้นไม่รู้สึกลดทอนขบขันในเนื้อหาที่ผู้ดูแลเพจนำเสนอเพราะอาจอยู่ต่างกลุ่มสังคมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของจิรศุภา ปล่องทอง (2550 : 2) ที่อธิบายว่า “แต่ละคนจะมีความรู้สึกขำขันในเรื่องที่แตกต่างกันไป ในเรื่องขำขันเดียวกัน คนหนึ่งอาจจะรู้สึกขำขันเป็นอย่างมาก แต่ในขณะที่เดียวกันอีกคนหนึ่งอาจจะไม่รู้สึกขำขันเลยก็ได้”

5.2.5 ข้อสังเกตเรื่องพื้นฐานความรู้เรื่องภาพยนตร์ และข่าวสารบ้านเมือง

จากการศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังสือพิมพ์มุก” นี้ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ผู้ติดตามเพจหรือผู้ที่รับสารจะต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับภาพยนตร์ ละคร เรื่องราวในวงการบันเทิง และจะต้องติดตามข่าวสารบ้านเมืองอยู่เป็นประจำ เนื่องจากเพจ “หนังสือพิมพ์มุก” เป็นเพจที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับภาพยนตร์เป็นหลัก ทั้งแนะนำภาพยนตร์ วิพากษ์วิจารณ์ภาพยนตร์ รวมทั้งภาพที่ใช้ในการนำเสนอส่วนใหญ่ก็เป็นภาพที่มาจากภาพยนตร์ ละคร ภาพยนตร์ซีรีส์ ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน หากผู้ติดตามเพจหรือผู้รับสารมีพื้นฐานความรู้เรื่องภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศก็จะเข้าใจเจตนาในการนำเสนอของผู้ดูแลเพจได้อย่างลึกซึ้ง แต่หากไม่รู้จัก

เรื่องราวของภาพยนตร์ที่แอดมินนำเสนออาจจะไม่เกิดอารมณ์ขัน นอกจากนี้ หากผู้รับสารไม่มีพื้นฐานความรู้เรื่องภาพยนตร์หรือไม่ได้ติดตามข่าวสารการเมือง รวมทั้งประเด็นทางสังคมอื่น ๆ ก็อาจไม่ทราบเจตนาของผู้ดูแลเพจหรือนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอะไร หรือที่เรียกว่า “รับมุกไม่ทัน” ก็เป็นไปได้ เนื่องจากผู้ดูแลเพจหรือแอดมินมักหยิบยกเรื่องราวเกี่ยวกับการเมือง และประเด็นต่าง ๆ ที่กำลังเป็นกระแสสังคมมานำเสนอแบบทันสมัยสถานการณ์อยู่เสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาพร กล้าวิทย์กิจ (2548 : 143) เรื่อง “อารมณ์ขันในข้อความสั้นสำเร็จรูป” ว่า “ข้อสังเกตหนึ่งที่น่าสนใจจากการวิเคราะห์กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันก็คือ หลายครั้งที่อารมณ์ขันไม่ได้เกิดจากความหมายของคำ แต่เป็นอารมณ์ขันที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้ส่งข้อความและผู้รับต่างอยู่ในบริบททางสังคมเดียวกัน อีกทั้งต้องมีประสบการณ์ร่วมกัน เช่น วัยหรือกลุ่มสังคมเดียวกัน เช่น กะเทย เกย์ เป็นต้น จึงจะเกิดการรับรู้และตีความจากข้อความ รวมทั้งสัญลักษณ์ที่ปรากฏได้ อารมณ์ขันจึงจะเกิดขึ้น”

5.3 ข้อเสนอแนะ

การศึกษากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “หนังฝั่งมุก” ครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันจากภาพอินเทอร์เน็ทมีมที่ผู้ดูแลเพจหรือแอดมิน (Admin) สร้างสรรค์ขึ้นด้วยตนเองเท่านั้น การนำเสนอของแอดมินยังมีความน่าสนใจอีกหลายรูปแบบ ทั้งวีดิทัศน์ (Video Clip) และข้อความสถานะ (Status) หรือแม้แต่การสนทนาโต้ตอบกันระหว่างผู้ดูแลเพจกับผู้ติดตามเพจก็มีการใช้ภาษาที่น่าสนใจเช่นกัน เนื่องจากมีอารมณ์ขันสอดแทรกอยู่ด้วยเสมอ ควรที่จะได้มีการศึกษาในโอกาสต่อไป

รายการอ้างอิง

- กาญจนา เจริญเกียรติบวร. (2548a). "การวิเคราะห์วาทกรรมเรื่องตลกภาษาไทย." *ปริญาอักษรศาสตร*
ดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา เจริญเกียรติบวร. (2548b). "ล้อเล่นการเมือง." *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 24, 2
กรกฎาคม – ธันวาคม: 46 – 64.
- ศรีษัฐ ลิ้มตระกูล. (2557). "นวัตกรรมอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองไทย: กรณีศึกษาการ
คัดค้านร่างพระราชบัญญัตินิรโทษกรรมในปี พ.ศ. 2556." *ปริญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต*
(นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม) คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒน
บริหารศาสตร์.
- คำไทยแฟนเพจ. (2563). **โป๊ะแตก**. เข้าถึงเมื่อ 7 มีนาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/kumthailand/posts/2488684794783052/>
- คู่มือการใช้งาน Facebook เบื้องต้น. (2561). "งานประชาสัมพันธ์และโสตทัศนศึกษา กลุ่มบริหารงาน
ทั่วไป โรงพยาบาลจักราช."
- จันทิมา หวังสมโชค. (2549). "กลวิธีสื่ออารมณ์ชั้นในละครตลกสถานการณ์ของไทยจากมุมมองวัจน
ปฏิบัติศาสตร์." *วารสารศิลปศาสตร์*, 6, 2 กรกฎาคม – ธันวาคม: 100 – 127.
- จินตนา พุทธเมตตา. (2547). "คำสแลง." *วารสารมนุษยศาสตร์ปริทรรศน์ คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 26, 1 มกราคม – มิถุนายน: 75 – 87.
- จิรศุภา ปล่องทอง. (2550). "การศึกษาลักษณะภาษาสื่ออารมณ์ชั้นในมุขำขันของหนังสือการ์ตูนชาย
หัวเราะ และมหาสนุก." *ปริญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์ คณะศิลป
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.*
- ญาดา ชาญบุญชี. (2551). "กลวิธีการใช้ภาษาในงานเขียนอารมณ์ขันของ เกตุเสพสวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ
อยุธยา." *ปริญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์การศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- ฐานิตย์ เอี่ยมอดุมะ. (2551). "กลวิธีและการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขันในละครคั่นรายการวาไรตี้เกม
โชว์ “ชิงร้อยชิงล้าน”." รายงานการวิจัย. สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน. (2556). "บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของ
เยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร." รายงานผลการวิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

- ไทยรัฐออนไลน์. (2554). 'สติเฟิน ฮอว์คิง' : ชีวิตหลังความตายแค่นิยายหลอกเด็ก. เข้าถึงเมื่อ 24 สิงหาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.thairath.co.th/content/172236?fbclid=IwAR05kgt9QPNz6DUF-UI0SaduoLBsWkrAwzLYnSlcgZqWfqqz0LI5QImqgQ>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2561). คนไทยกับ “อารมณ์ขัน” หน้าลืหน้าขวานก็ขันได้. เข้าถึงเมื่อ 16 มกราคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.thairath.co.th/news/politic/1201263>
- ธิดา โมสิกรัตน์. (2526). เอกสารชุดการสอนวิชาการใช้ภาษาไทย 4 หน่วยที่ 1 – 7. สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ธีรยุทธ์ เกษมบุตร. (2555). "การใช้ภาษาแสดงอารมณ์ขันในการ์ตูนล้อการเมืองไทย." ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- นวรรตน์ อนุสรณ์ศรีเจริญ. (2543). "วิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในบทกวีจากนิตยสารชายหัวเราะรายสัปดาห์ ปี พ.ศ. 2541." ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- บัวคำ บุญจันทร์. (2549). "วิเคราะห์ภาษาประกอบภาพการ์ตูนล้อเลียนในหนังสือพิมพ์รายวัน." ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุษดี อรสิริวรรณ. (2551). "กลวิธีการดัดแปลงวรรณกรรมสามก๊กเป็นการ์ตูนสามก๊กฉบับสั้นสี่สี." ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปวรสิ มินา. (2561). "กลวิธีการสร้างสรรค์ความตลกในรายการโทรทัศน์ไทย." *Veridian E-Journal, Silpakorn University. ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 11, 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม: 2300-2313.
- ปานธีร์ สัตยาภรณ์. (2560). "กลวิธีการละเมียดบรรทัดฐานเพื่อสร้างอารมณ์ขันของมุกตลก." *วารสารวิชาการบัณฑิตศึกษาและสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์*, 7, 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม: 69 – 78.
- พัฒนชัย พืชเดช. (2559). "กลวิธีทางวจนปฏิบัติศาสตร์ในเดี่ยวไมโครโฟนของอุดม แต่พานิช." *วารสารวจนะ*, 4, 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม: 20 – 39.
- ภูษณา ฅนอมศักดิ์. (2558). "กระบวนการสร้างและการแพร่กระจายของอินเทอร์เน็ตมีมในสังคมไทย." ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรวิมล ยิ่งประเสริฐ. (2561). "การตั้งสถานะบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ “ครูนอกกรอบ”." ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการพัฒนาอาชีพ ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- วิทย์ เทียงบุญธรรม. (2546). **SE-ED's MODERN ENGLISH-THAI DICTIONARY**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- วิภาพร กล้าวิทย์กิจ. (2548). "อารมณ์ขันในข้อความสั้นสำเร็จรูป." *ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*.
- สมชาย สำเนียงงาม. (2559). "คำหยาบในภาษาไทย: การเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย Swear Words in Thai: Changes in Thai Society." *รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ The International Conference Commemorating the 50th Anniversary of the Department of Thai, Hankuk University of Foreign Studies, South Korea*: 46 – 59.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภาแฟนเพจ. (2563). **Meme**. เข้าถึงเมื่อ 10 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/RatchabanditThai/>
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภาเว็บไซต์. (2554). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน*. เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก <https://dictionary.orst.go.th/>
- สิทธา พินิจภูวดล. (2528). **เอกสารชุดวิชาภาษาเพื่อการสื่อสาร หน่วยที่ 7**. สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.
- สุวรรณา งามเหลือ. (2556). "กลศิลป์การใช้ภาษาแฝงอารมณ์ขันในหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กสมัยใหม่แนวขำขัน." *วารสารวิชาการ. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 33, 4 เดือนตุลาคม – ธันวาคม: 46 – 58.
- สุวรรณา งามเหลือ. (2559). "การศึกษาวิเคราะห์ภาพล้อสังคมไทยในสื่อสังคมออนไลน์." *วารสารนานาชาติ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 6, 1 เดือนมกราคม – เมษายน: 51 – 79.
- หนังฝั่งมุกเฟชบุ๊กแฟนเพจ. (2561). **หนังฝั่งมุกเฟชบุ๊กแฟนเพจ**. เข้าถึงเมื่อ 1 มกราคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/nangfangmook>
- หนึ่งฤทัย ชวนะลิขิกร. (2554). "อารมณ์ขันในข้อความทำยรถ: เสน่ห์ทางภาษาที่ไม่ควรมองข้าม." *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ. สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 13, 1 (25) เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม: 69 – 77.
- อารีญา หุติงทะ และคณะ. (2561). **บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม ๕ : กระบวนการคิดและการเขียนร้อยแก้ว**. *หนังสือชุดบรรทัดฐานภาษาไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- อุมาภรณ์ สังขมาน. (2559). "กลวิธีทางภาษาในวัฒนธรรมเสียดสีเพื่อสร้างความตลกขบขันของไทย." *วารสารมนุษยศาสตร์ปริทรรศน์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 23, 1

เดือนมกราคม – มิถุนายน: 154 – 178.

Fanpagefacebook. (2564). **Facebook Fanpage** คืออะไร. เข้าถึงเมื่อ 20 สิงหาคม. เข้าถึงได้จาก

https://www.fanpagefacebook.com/knowledge_facebook_fanpage.php

Posttoday. (2557). “**ชาวเน็ตยก “ซัซชาติ” รมต.ที่แข็งแกร่งที่สุดในปฐพี**”. เข้าถึงเมื่อ 20 สิงหาคม.

เข้าถึงได้จาก <https://www.posttoday.com/ent/news/274317>

The Matter. (2563). **เมื่อ “มีม” คืออาวุธทางความคิด : ทำไมมีมกลายเป็นเครื่องมือหนึ่งในการ**

ต่อสู้ทางการเมือง. เข้าถึงเมื่อ 22 สิงหาคม. เข้าถึงได้จาก [https://thematter.co/social/](https://thematter.co/social/when-meme-is-political-weapon/128340)

[when-meme-is-political-weapon/128340](https://thematter.co/social/when-meme-is-political-weapon/128340)

Trueplookpanya. (2557). **ลิงค์ (Link) คืออะไร**. เข้าถึงเมื่อ 6 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก

<http://www.trueplookpanya.com/new/asktrueplookpanya/questiondetail/8001>

Zcooby. (2017). **Facebook Live คืออะไร?**. เข้าถึงเมื่อ 25 สิงหาคม. เข้าถึงได้จาก [https://](https://www.zcooby.com/facebook-live-tips-for-maximum-benefit/)

www.zcooby.com/facebook-live-tips-for-maximum-benefit/



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	พรพรรณ ฉายปรีชา
วัน เดือน ปี เกิด	11 พฤษภาคม 2510
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) แขนงวิชาสารสนเทศศาสตร์ สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ที่อยู่ปัจจุบัน	209 ซอยอรุณอมรินทร์ 6 ถนนอรุณอมรินทร์ตัดใหม่ แขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

