



การศึกษาการพูดกระตุ้นและการตอบกลับอารมณ์ขัน ที่ไม่ประสบความสำเร็จของคนไทย

A Study on Delivery of and Responses to Failed Humor of Thai Interlocutors

Received 15 July, 2023

Revised 23 October, 2023

Accepted 27 October, 2023

วรรณนิภา วงศ์ปัญญา

Wannipa Wongpunya¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปรากฏการณ์การสื่อสารเกี่ยวกับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จของคนไทยโดยมีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ เพื่อศึกษารูปแบบทางภาษาของถ้อยคำและเพื่อศึกษารูปแบบการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จของคนไทย ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์รวบรวมจากคลิปการสนทนาจากช่องยูทูบจำนวน 100 คลิป และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนเกี่ยวกับประสบการณ์เรื่องการกระตุ้นอารมณ์ขันและการตอบกลับอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จ ผลการวิจัยพบรูปแบบทางภาษาของการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จจำนวน 5 รูปแบบ ได้แก่ การใช้ถ้อยคำที่ทำให้ผู้ฟังสับสน การใช้คำพ้องรูปและ/หรือคำพ้องเสียง การเล่นคำ การใช้คำผิด และการใช้ภาษาถิ่น ส่วนผลการวิจัยเรื่องรูปแบบการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จจำแนกออกเป็น 10 รูปแบบ ได้แก่ การใช้คำถามเชิงวาทิลป์ การกล่าวแสดงความคิดเห็นต่อการกระตุ้นอารมณ์ขัน การเปลี่ยนหัวข้อในการสนทนา การพูดปรับแก้ถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขัน การกล่าวซ้ำถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขัน การพูดประชด การแสดงท่าทาง การใช้ความเงียบ การยิ้มหรือการ (แกล้ง) หัวเราะ และการตอบกลับรูปแบบอื่น

คำสำคัญ: อารมณ์ขัน, การกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จ, การตอบกลับอารมณ์ขัน

¹ อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาอังกฤษและภาษาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Lecturer, Department of English and Linguistics, Faculty of Humanities, Ramkhamhaeng University

e-mail: wannipa@ru.ac.th

Abstract

This research investigates failed humor of Thai people with two purposes: to study the linguistic patterns and the types of responses of Thai's failed humor. The data used for the analysis were from 100 YouTube clips and 30 samples of the interviews about performing and responding to failed humor. The results show 5 linguistic patterns used in failed humor: using words to confuse the listeners, using of homographs and homophones, punning, word misuse, and using dialect. Additionally, the results on responses to failed humor are categorized into 10 types: rhetorical question, commenting on humor, topic change, humorous repair, humorous repetition, irony, gesture, silence, smiling or (fake) laughter, and others.

Keywords: humor, failed humor, response to humor

1. บทนำ

อารมณ์ขัน (humor) เกิดขึ้นได้ในหลากหลายสถานการณ์การสื่อสารในชีวิตประจำวัน มีงานวิจัยจำนวนมากไม่น้อยพยายามอธิบายถึงที่มา กลไก ตลอดจนรูปแบบการใช้ภาษาเพื่อกระตุ้นอารมณ์ขัน ผลการวิจัยเหล่านั้นช่วยให้ทราบถึงบทบาทของอารมณ์ขันที่มีต่อการปฏิสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นประเด็นเรื่องรูปภาษา (form) หน้าที่ (function) บทบาทของบริบท (role of context) ที่มีต่อการกระตุ้นอารมณ์ขัน รวมไปถึงการศึกษาการกระตุ้นและการตอบกลับอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จ (Hay, 1994, 2000, 2001; Holmes and Marra, 2002a, 2002b; Xu, 2012; Bell, 2013; Sinkeviciute, 2014) นักวิชาการจากหลายสาขาได้ศึกษาอารมณ์ขันเอาไว้ ผู้วิจัยรวบรวมคำนิยามของอารมณ์ขันที่นักวิชาการหลายท่านได้ให้ไว้ สามารถอธิบายอารมณ์ขันได้ดังนี้ มุมมองแรกเป็นการให้คำนิยามอารมณ์ขันโดยพิจารณาจากจุดยืนของ “ผู้พูด” นักวิชาการในกลุ่มนี้มองว่าอารมณ์ขันหมายถึงสิ่งใดก็ตามที่ผู้พูดสื่อสารออกไปเพราะมองว่าน่าขบขัน (Winick, 1976; Pizzini, 1991) ต่อมาเป็นการให้คำนิยามอารมณ์ขันจากมุมมองของ “ผู้ฟัง” ซึ่งนักวิชาการมองว่าอารมณ์ขันคือสิ่งใดก็ตามที่ทำให้ผู้ฟังรู้สึกขำขัน (Coser, 1960; Norrick, 1993) และมุมมองสุดท้ายที่พิจารณาอารมณ์ขันจากจุดยืนของทั้งผู้พูดและผู้ฟังไปพร้อมกัน นักวิชาการในกลุ่มสุดท้ายนี้ให้คำนิยามของอารมณ์ขันว่าหมายถึงการกล่าวถ้อยคำใดก็ตามของผู้พูดเพื่อกระตุ้นความขำขันและผู้ฟังรับรู้



(perceive) ถึงความซ้ำกันนั้นเช่นกัน (Holmes and Marra, 2002c: 67 อ้างถึงในวรรณนิภา วงศ์ปัญญา, 2558, หน้า 2) ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการพิจารณาอารมณ์ขันจากจุดยืนของทั้งผู้พูดและผู้ฟังไปพร้อมกันการมีความเหมาะสมที่จะนำมาเป็นแนวทางในการวิจัยนี้เนื่องจากข้อมูลอารมณ์ขันที่ผู้วิจัยศึกษาเกิดขึ้นในบริบทที่เป็นการสนทนาจากการสำรวจวรรณกรรม งานวิจัยจำนวนมากเน้นศึกษาการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ประสบความสำเร็จ (successful humor) อย่างไรก็ตามการกระตุ้นอารมณ์ขันไม่จำเป็นต้องประสบความสำเร็จ และ/หรือจบลงด้วยการซ้ำกันของผู้ฟังตลอดเวลา อารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จ (failed humor) เป็นอีกปรากฏการณ์หนึ่งที่สามารถเกิดขึ้นได้ในการสนทนาเพื่อสื่อความซ้ำกัน อีกทั้งยังมีนักวิชาการศึกษาเอาไว้ไม่มากนัก ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้มีผู้ให้คำนิยามเอาไว้ค่อนข้างน้อยและไม่หลากหลายเท่าการศึกษาอารมณ์ขันที่ประสบความสำเร็จ Bell (2015) เป็นนักวิชาการคนแรก ๆ ที่สนใจศึกษาอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จเอาไว้ เธอได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จเอาไว้ดังนี้ “Failed humor can be understood as humor that is not appreciated...I understand failed humor to consist of any utterance that is intended to amuse, [...] but that, due to interlocutor, environmental, or other factor, is not negotiated perfectly.” (pp. 3-4) จากทัศนะของ Bell ข้างต้นอาจสรุปได้ว่า การกล่าวถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันที่ผู้พูดตั้งใจกล่าวเพื่อกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกซ้ำกันแต่ผู้ฟังไม่ได้ตอบกลับด้วยการแสดงออกถึงความชื่นชอบหรือความซ้ำกัน ความล้มเหลวที่เกิดขึ้นมีสาเหตุจากหลายปัจจัย อาทิ ตัวผู้ปฏิสัมพันธ์เอง สิ่งแวดล้อมรอบตัว ตลอดจนปัจจัยอื่นที่ไม่เอื้อให้การกระตุ้นอารมณ์ขันในครั้งนั้นประสบความสำเร็จ

การทำความเข้าใจรูปแบบทางภาษาตลอดจนลักษณะของการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จเป็นหัวข้อที่น่าสนใจ เนื่องจากโดยทั่วไปแล้วการกระตุ้นอารมณ์ขันมักทำหน้าที่กระชับความสัมพันธ์ แต่ในกรณีที่มีการกระตุ้นอารมณ์ขันล้มเหลวก็ย่อมเสี่ยงต่อการละเมิดความสัมพันธ์อันดีของผู้สนทนา ในสถานการณ์ที่การพูดกระตุ้นอารมณ์ขันไม่ประสบความสำเร็จ ผู้พูดมีโอกาสน้อยในการพูดปรับแก้ (repair) เพื่อกระตุ้นอารมณ์ขันอีกครั้ง กล่าวอีกนัยหนึ่งคือความรู้สึกซ้ำกันมักเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่ผู้ฟังเกิดความประหลาดใจจนนำไปสู่การเกิดอารมณ์ขันเมื่อได้ฟังถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันในครั้งแรก ดังนั้นหากผู้พูดพยายามอธิบายการกระตุ้นอารมณ์ขันอีกครั้งอาจไม่ก่อให้เกิดความซ้ำกันอีกต่อไป สำหรับผู้ฟังก็มีความท้าทายว่าเขาจะมีวิธีการสื่อสารอย่างไรเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้กระตุ้นอารมณ์ขันเอาไว้

จากการค้นคว้าในเบื้องต้นผู้วิจัยพบว่ายังไม่มีผู้ศึกษาการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จในการสนทนาของคนไทยเอาไว้ ดังนั้นการศึกษารูปแบบทางภาษาของถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขั้นและการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จในครั้งนี้จึงน่าจะเป็นจุดเริ่มต้นในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์การสื่อสารประเภทนี้ในสังคมผู้พูดภาษาไทย

1.1 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบทางภาษาของถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จของคนไทย
2. เพื่อศึกษารูปแบบการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จของคนไทย

1.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ช่วยให้ทราบรูปแบบทางภาษาของถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขั้นและรูปแบบการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารลักษณะเฉพาะรูปแบบหนึ่งที่มีบทบาทต่อการปฏิสัมพันธ์ในชีวิตประจำวันของคนไทย
2. เป็นแนวทางในการศึกษาอารมณ์ขั้นในการสนทนาในแง่ผู้อื่นของสังคมไทย

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเรื่องการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จ

ผู้วิจัยสำรวจแนวคิดในการศึกษาการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จและพบว่ามิงงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่น่าสนใจหลักการการอธิบายการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จตามความบกพร่องทางการสื่อสารเอาไว้หลายประเภท (Bell and Attardo, 2010; Bell, 2015) ผู้วิจัยได้ประยุกต์หลักการดังกล่าวร่วมกับการนำเสนอผลการวิจัยในครั้งนี้

ในที่นี้ขอยกตัวอย่างข้อบกพร่องที่ปรากฏในการกระตุ้นอารมณ์ขั้นตามแนวคิดของ Bell and Attardo (2010) และ Bell (2015) ดังนี้ 1) ข้อบกพร่องด้านปัจจัยการสื่อความหมายตามรูปภาพ (locutionary factor) ข้อบกพร่องประเภทนี้เกิดขึ้นจากเงื่อนไขทางกายภาพ (physical condition) ของผู้พูดหรือผู้ฟังที่มีผลต่อการรับรู้ความหมายของถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขั้น (เช่น การบาดเจ็บของเส้นเสียงของผู้พูดที่มีผลให้ผู้ฟังรับรู้ความหมายของคำพูดไม่ชัดเจน) รวมไปถึงปัญหาที่เกิดจากสภาพแวดล้อมด้านอื่น (เช่น เสียงรบกวนที่เกิดขึ้นในระหว่างการสนทนา



เป็นต้น) 2) ข้อบกพร่องด้านพลังวัจนกรรมของถ้อยคำ (pragmatic force of utterance) เป็นข้อบกพร่องที่มีความสัมพันธ์กับพลังวัจนกรรมสื่อเจตนา (illocutionary force) หรือเจตนาของผู้พูด ณ ขณะนั้นและวัจนกรรมสื่อผลลัพธ์ (perlocution) กล่าวคือ ผู้ฟังสามารถเข้าใจความหมายของถ้อยคำ (utterance meaning) กระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ผู้พูดกล่าวแต่ไม่สามารถรับรู้ความหมายตามเจตนาของผู้พูดได้ (เช่น ในกรณีที่ผู้พูดมีเจตนาจะกระตุ้นอารมณ์ขั้นโดยใช้ถ้อยคำเสียดสี (ironic joking) ผู้ฟังควรตอบกลับด้วยการแสดงความขำขัน ทว่าเขากลับตอบกลับแบบจริงจังสาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากผู้ฟังไม่สามารถตีความถ้อยคำของผู้พูดว่าเป็นการกระตุ้นอารมณ์ขั้นเป็นต้น) และ3) ข้อบกพร่องด้านการสนับสนุนอารมณ์ขั้นที่เหมาะสม (appropriate humor support) หมายถึงการไม่สามารถแสดงออกถึงความขำขันที่เหมาะสมกับสถานการณ์ (เช่น ผู้ฟังตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขั้นอย่างไม่กระตือรือร้น (tepid) ในขณะที่ผู้ฟังคนอื่นตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขั้นดังกล่าวในลักษณะตรงกันข้าม เป็นต้น)

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยบางชิ้น (อาทิ Palmer, 1994; Hay, 2001) ที่สะท้อนให้เห็นว่าการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จเกิดขึ้นในกรณีที่ผู้ฟังไม่สามารถรับรู้หรือไม่เข้าใจหรือไม่รู้สึกตกไปกับมุกตลกนั้น รวมไปถึงโครงสร้างของมุกตลกไม่เหมาะสม เป็นต้น สำหรับการศึกษาการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จยังเป็นหัวข้อที่นักวิชาการศึกษาเอาไว้ค่อนข้างน้อยและพบการศึกษาในประเด็นข้างต้นเพียงในสังคมตะวันตก อาทิ ในงานวิจัยของ Bell (2009a; 2009b) ที่พบว่า การตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จมีหลายลักษณะ เช่น การเพิกเฉยต่อผู้กระตุ้นอารมณ์ขั้น การใช้คำหยาบคาย การตะโกนไล่ การพูดเสียดสี การใช้เสียงหัวเราะ การใช้คำอุทาน และการถามคำถามเชิงวาทศิลป์ เป็นต้น

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการรวบรวมงานวิจัยที่ศึกษาการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยจำแนกแนวทางการศึกษาออกเป็น 2 แนวทาง ได้แก่ การศึกษารูปแบบของข้อบกพร่องที่ปรากฏในการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จ (อาทิ Bell and Attardo, 2010; Bell, 2015) และการศึกษาการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จ (อาทิ Bell, 2009a, 2009b)

การศึกษาการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จในงานวิจัยของ Bell and Attardo (2010) เป็นงานวิจัยที่วิเคราะห์รูปแบบของข้อบกพร่องในการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จโดยรวบรวมข้อมูลจากผู้พูดที่ไม่ใช่เจ้าของภาษาอังกฤษ (non-native speaker

(NNS) of English) ผลการวิจัยพบ ข้อบกพร่องที่มีผลให้การกระตุ้นอารมณ์ขันไม่ประสบความสำเร็จทั้งหมด 7 ประการ เป็นต้นว่า ข้อบกพร่องด้านการเข้าใจความหมายของคำ ข้อบกพร่องด้านพลังวัจนกรรมของถ้อยคำ และข้อบกพร่องเรื่องการมีส่วนร่วมในการแสดงอารมณ์ขัน สำหรับการศึกษการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยพบว่า นักวิชาการได้ศึกษาเอาไว้ในหลายแง่มุม อาทิ Bell (2009a) ได้ศึกษการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันแบบไม่สุภาพ (impolite response) ในการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จในสังคมอเมริกัน ผลการศึกษาพบกลวิธีในการตอบกลับการกระตุ้น 3 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีแสดงความเป็นสุภาพเชิงบวก (positive impoliteness strategy) กลวิธีแสดงความเป็นสุภาพเชิงลบ (negative impoliteness strategy) และกลวิธีพูดเสียดสี (sarcasm/mock politeness) นอกจากนี้ Bell (2009b) ยังศึกษการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันในมุขตลกที่ผู้ฟังมองว่าไม่น่าขำขันในสังคมอเมริกัน ผลการศึกษพบการตอบกลับหลายรูปแบบด้วยกัน เช่น การใช้เสียงหัวเราะ การกล่าวแสดงความคิดเห็นต่อมุขตลก การใช้คำอุทาน การพูดเสียดสี และการถามคำถามเชิงวาทีศิลป์ เป็นต้น

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยนี้ ได้แก่ ข้อมูลการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จและข้อมูลการตอบกลับอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรกลุ่มทั้งสองกลุ่มดำเนินการด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างข้อมูลการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จจากช่องยูทูบจำนวน 5 ช่อง ช่องละ 20 คลิป โดยเก็บข้อมูลจากคลิปในช่องยูทูบที่มีค่าเฉลี่ยการเข้าชมมากที่สุด 5 อันดับในหมวดตลกในประเทศไทยในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งอ้างอิงจากการจัดอันดับของเว็บไซต์ <https://th.noxinfluencer.com> การเลือกช่องรายการที่มีจำนวนการเข้าชมสูงสุดพิจารณาจากข้อมูลการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จจากช่องที่มีข้อมูลการสนทนาของผู้พูดเจ้าของภาษาไทยเท่านั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลการสื่อสารที่มีลักษณะเฉพาะตัวของผู้พูดชาวไทย นอกจากนี้ ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างข้อมูลการตอบกลับอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จจากการสัมภาษณ์กลุ่ม



ตัวอย่างผู้พูดชาวไทยจำนวน 30 คนเกี่ยวกับประสบการณ์เรื่องการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จ

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยเก็บข้อมูลจากคลิปในช่องยูทูปและแบบสัมภาษณ์

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ชมคลิปช่องยูทูป 5 ช่อง จำนวน 100 คลิปอย่างละเอียด และถ่ายทอดข้อมูลการกล่าวกระตุ้นอารมณ์ขั้นและการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จเป็นลายลักษณ์อักษร ผู้วิจัยประยุกต์หลักการถ่ายทอดข้อมูลจาก Holmes and Stubbe (2003), Schnurr and Chan (2011) และ Mullany (2011) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

↓	การลงเสียงต่ำท้ายพยางค์
(.)	การหยุดพักประมาณ 1-2 วินาที
(-)	การหยุดพักนานกว่า 2 วินาที
(???)	ถ้อยคำที่จับใจความไม่ได้
((ข้อมูล))	คำอธิบายเพิ่มเติม
#ข้อมูล#	คำอธิบายอาการปฏิกิริยาของผู้ปฏิสัมพันธ์
@ข้อมูล@	การเลียนเสียงพูดของบุคคลอื่นของผู้ปฏิสัมพันธ์
[เสียงหัวเราะ]	เสียงหัวเราะของผู้ฟัง
[...]	ส่วนที่ผู้วิเคราะห์ละไว้
.../ข้อมูล\...	ถ้อยคำที่เกิดขึ้นพร้อมกันในผลัดที่ต่อกัน
.../ข้อมูล\...	
ข้อมูล:	การพูดลากเสียง
ข้อมูล	ถ้อยคำและ/หรืออาการปฏิกิริยาของผู้พูดที่ใช้กระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จ
ข้อมูล	การตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขั้นที่ไม่ประสบความสำเร็จของผู้ฟัง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยถ่ายทอดข้อมูลการกล่าวกระตุ้นอารมณ์ขันและการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จในเชิงบอกเล่า การถอดความจากคำพูด และข้อมูลผสมทั้งเชิงบอกเล่าและคำพูดของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์ด้วยสัญลักษณ์ “...” จากนั้น จำแนกรูปแบบการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จร่วมกับการประยุกต์แนวคิดของ Bell (2015) เรื่องการทำความเข้าใจอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. นำข้อมูลการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จที่ได้มาถ่ายทอดเป็นลายลักษณ์อักษร จากนั้นจำแนกรูปแบบการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จตามลักษณะข้อมูลที่ปรากฏโดยพิจารณาร่วมกับแนวทางการวิเคราะห์ของ Bell (2009a; 2009b)

4. ผลการวิจัย

4.1 รูปแบบทางภาษาของถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จ

ผู้วิจัยจำแนกรูปแบบทางภาษาของถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

4.1.1 การใช้ถ้อยคำที่ทำให้ผู้ฟังสับสน

ในช่วงแรกของการสนทนาเพื่อกระตุ้นอารมณ์ขัน ผู้พูดและผู้ฟังมักสนทนาในประเด็นเกี่ยวกับชีวิตประจำวันของกันและกัน จากนั้นผู้พูดจึงกล่าวถ้อยคำที่ทำให้ผู้ฟังคล้อยตามไปทางใดทางหนึ่งเพื่อเป็นการกล่าวปูเรื่อง เมื่อผู้ฟังคล้อยตามถ้อยคำของผู้พูด ผู้พูดก็กล่าวถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันซึ่งเป็นถ้อยคำที่เหนือความคาดหมายของผู้ฟังดังปรากฏในตัวอย่างที่ 1 กล่าวคือ ผู้พูดและผู้ฟังได้กล่าวทักทายกันรวมไปถึงสอบถามถึงความเป็นอยู่ของกันและกันในช่วงแรกของการสนทนา จากนั้นผู้พูดจึงกล่าวถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันที่มีเนื้อหาขัดแย้งกับความเป็นจริงที่รับรู้กันโดยทั่วไปอย่างรวดเร็วจนส่งผลให้ผู้ฟังเกิดความสับสนและไม่รู้สึกขำขันในการกระตุ้นอารมณ์ขันที่เกิดขึ้น

ตัวอย่างที่ 1 เจ โทรศัพทถึง ปอ โดยมีเจตนาก่อนที่จะโทรไปเพื่อพูดหยอกล้อและขอรับบริจาคเงิน บทสนทนาที่ตัดตอนมานี้เป็นสนทนาในช่วงแรกซึ่งมีการสอบถามเกี่ยวกับสถานการณ์ทั่วไปของกันและกัน



- 1 ปอ (รับโทรศัพท์) ว่าไง เจ
- 2 เจ เฮ้ย ปอ↓ เป็นไงมั่ง มึงทำไรอยู่วะ
- 3 ปอ อยู่สมุยเว้ย คุ้ยได้
- [...]
- 4 ปอ นี่มึงอยู่สมุยไข่ม้อย ไอ้เจ
- 5 เจ ไม่กูไม่ได้อยู่สมุยแต่กูทำธุรกิจที่/นั่น\
- 6 ปอ /อ้อ:\
- 7 เจ กูทำไอนี้ไง บริษัทแบบให้ลิงที่นู่นเป็นไลน์แมนส่งมะพร้าวอะไรอย่างเงี้ย กูทำอยู่
- 8 ปอ มึงพูดเล่นหรือพูดจริงวะเนี่ย กูตามไม่ทัน

จากตัวอย่างที่ 1 เราสามารถพิจารณาคำพูดของเจในผลัดที่ 7 ได้ว่าเป็นการจงใจกล่าวถ้อยคำที่ทำให้ปอสับสนจนไม่สามารถตีความเจตนาของเจได้อย่างชัดเจนว่าเจต้องการกระตุ้นอารมณ์ขันหรือไม่ การตอบกลับของปอสะท้อนให้เห็นว่าการกระตุ้นอารมณ์ขันที่เกิดขึ้นไม่ประสบความสำเร็จ การหักทแยงและสอบถามถึงความเป็นอยู่ทั่วไปของผู้สนทนาเป็นลักษณะของการสื่อสารที่สามารถพบได้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน ผู้สนทนามักรับรู้ร่วมกันว่าการสนทนา ณ ขณะนั้นเป็นการสื่อสารลักษณะใด อาทิ เป็นการสื่อสารที่จริงจัง (serious) หรือเป็นการสื่อสารที่ไม่จริงจัง (non-serious) หรือเป็นการพูดเล่น (playful) เป็นต้น (Bell, 2015) เมื่อพิจารณาจากข้อมูลที่เจและปอสื่อสารกันตั้งแต่ผลัดที่ 1-10 จะเห็นได้ว่าหลังจากที่ทั้งสองคนสนทนากันไปได้ช่วงเวลานึง เจได้กล่าวถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันซึ่งมีผลให้ปอสับสนว่าเขาควรพิจารณาคำที่เจกล่าวให้อยู่ในกรอบของการสื่อสารแบบจริงจังหรือการพูดเล่น ความล้มเหลวของการกระตุ้นอารมณ์ขันในที่นี้จึงเกิดจากการที่ปอไม่เข้าใจมุกตลกที่เจกล่าวนั่นเอง

4.1.2 การใช้คำพ้องรูปและ/หรือคำพ้องเสียง

การใช้คำพ้องรูปในที่นี้เป็นการใช้คำที่มีรูปภาษาเหมือนกันแต่มีความหมายหลากหลาย ส่วนการใช้คำพ้องเสียง เป็นการใช้รูปภาษาที่ต่างกันแต่มีการออกเสียงพ้องกัน (ในภาษาพูด) ที่ผู้พูดกล่าวขึ้นเพื่อกระตุ้นอารมณ์ขันของผู้ฟัง พิจารณาตัวอย่างที่ 2

ก็มึงบอกพร้อมเสิร์ฟอะ

อะ โอเค ต่อไป เอาอันนี้ก่อน เอาผัก (???) ก่อน



- 2 โก๊ อะไรหรอ อ้อ ค่ะ ๆ หรอ หรือคับ ๆ น้ำ
3 จ๊ิก โอเค ผักคะน้า ใครชอบก็ชอบเลยนะใครไม่ชอบก็คือไม่ชอบเลยนะ
4 ทิว #ทำหน้านิ่ง# มันก็มีอยู่สองอย่างนั่นแหละ

ในตัวอย่างนี้เนื่องจากโก๊เห็นว่าจ๊ิกนึกชื่อผัก “คะน้า” ไม่ออก (พิจารณาจากถ้อยคำในผลัดที่ 1) เขาจึงกล่าวกระตุ้นอารมณ์ขันขึ้นในผลัดที่ 2 โดยการเล่นกับคำว่า “คะ” “คะ” และ “คับ (ครับ)” คำเหล่านี้จัดอยู่ในหมวดคำเดียวกัน อีกทั้งยังมีความหมายเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือเป็นคำลงท้ายที่สะท้อนความสุภาพ นอกจากนี้คำว่า “คะ” ซึ่งเป็นพยางค์แรกของคำว่า “คะน้า” ยังออกเสียงคล้ายคลึงกับคำว่า “คะ” กล่าวคือ คำว่า “คะ” เมื่อปรากฏโดยลำพังถือเป็นคำลงท้ายที่ผู้หญิงใช้ต่อจากคำถามหรือคำแสดงความสงสัยเพื่อแสดงความสุภาพ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2556, น. 248) ส่วนคำว่า “คะ” และคับ (ครับ) ก็จัดเป็นคำลงท้ายหรือคำรับที่ผู้หญิงและผู้ชายใช้อย่างสุภาพตามลำดับ จากตัวอย่างเราจะเห็นได้ว่าจ๊ิกไม่ได้ให้ความสนใจหรือรู้สึกขำขันไปกับการกระตุ้นอารมณ์ขันของโก๊ การกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากผู้ฟังปฏิเสธ (refuse) ที่จะแสดงออกถึงความขำขันดังปรากฏในตัวอย่างที่ 3 นี่เป็นการตอบกลับที่พบได้ค่อนข้างบ่อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเกิดจากความพยายามในการกระตุ้นอารมณ์ขันของผู้พูดยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการกระตุ้นอารมณ์ขันของผู้ฟัง (Bell, 2015)

4.1.4 การใช้คำผิด

การใช้คำผิดหมายถึงการใช้คำที่รูปภาษาผิดไปจากรูปคำเดิมหรือการออกเสียงคำผิดทั้งที่ไม่ควรจะเกิดความผิดพลาดนั้นขึ้นเพื่อกระตุ้นอารมณ์ขัน อย่างไรก็ตาม ผู้ฟังยังคงคาดเดารูปคำ การออกเสียง และความหมายที่ถูกต้องของความผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้ ยกตัวอย่างเช่น

- ตัวอย่างที่ 4** จ๊ิกและเพื่อนแบ่งทีมเพื่อเล่นเกมออกเป็น 8 ทีม ทีมละ 2 คน เกมที่จะเล่นมีชื่อว่า “กินข้าวช้อนยาว” กติกาการเล่นคือ ให้ผู้เล่นแต่ละทีมผลัดกันใช้ช้อนที่ถูกมัดกับท่อน้ำขนาดเล็กยาวประมาณ 5 เมตรตักอาหารให้เพื่อนร่วมทีมทาน จ๊ิกได้กล่าวถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันในระหว่างการจับฉลากเพื่อแบ่งทีม



ถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันของบาสในตัวอย่างที่ 5 นี้เป็นการเล่นกับคำว่า “ลม” และ “รมณ” ซึ่งออกเสียงคล้ายคลึงกัน ทว่าความโดดเด่นของถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันบาสในที่นี้คือการกล่าวด้วยสำเนียงภาษาถิ่นใต้ ความล้มเหลวของการกระตุ้นอารมณ์ขันอาจเกิดจากการที่ผู้ฟังไม่เข้าใจความหมายของคำว่า “รมณแรง” ที่ถูกกล่าวด้วยการใช้สำเนียงภาษาถิ่นใต้ เมื่อเขาไม่สามารถตีความความหมายของคำดังกล่าวได้จึงมีผลให้ไม่เกิดความรู้สึกขำขัน นอกจากนี้ อาจมองได้ว่าการกระตุ้นอารมณ์ขันของบาสในที่นี้เป็นการเล่นกับความกำกวมของความหมายในวลีที่ว่า “ลมแรง” (ในผลัดที่ 1) และ “รมณแรง” (ในผลัดที่ 2) ถึงแม้ว่าวลีทั้งสองจะออกเสียงคล้ายคลึงกันแต่กลับมีความหมายแตกต่างกัน “ลมแรง” ในที่นี้ หมายถึง ‘การพัดของลมที่มีความรุนแรง’ ส่วน “รมณแรง” หมายถึง ‘การโมโหหรืออารมณ์ไม่ดี’ (ดังที่บาสกล่าวขยายความในผลัดที่ 4) จากพิจารณาข้างต้นเป็นไปได้ว่าผู้ฟังไม่เข้าใจความกำกวมของความหมายที่เกิดขึ้นหรือถึงแม้ผู้ฟังจะเข้าใจความกำกวมของความหมายที่เกิดขึ้นแต่ความกำกวมของความหมายนั้นก็ยังไม่สามารถกระตุ้นให้เขารู้สึกขำขันได้ ไม่ว่าสาเหตุของการไม่รู้สึกขำขันที่เกิดขึ้นคืออะไร เราสามารถพิจารณาได้ว่าเป็นการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จ (Bell, 2015)

4.2 รูปแบบการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จ

ผลการวิจัยพบรูปแบบการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จ ดังนี้

4.2.1 การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์

คำถามเชิงวาทศิลป์เป็นคำถามที่ไม่ต้องการคำตอบแต่ถามเพื่อเรียกความสนใจหรือกระตุ้นให้ผู้ฟังคิด การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์เพื่อตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จมักทำหน้าที่ทำทนายผู้พูดและสะท้อนให้เห็นว่าผู้ฟังไม่รู้สึกขำขันไปกับการกระตุ้นอารมณ์ขันของผู้พูดหรือชี้ให้เห็นว่าการเลือกมุกตลกของผู้พูดยังไม่ดี (Culpeper et al., 2003) ยกตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 6 ผู้ให้สัมภาษณ์ยกตัวอย่างถ้อยคำตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จที่พวกเขาเคยประสบด้วยการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์
ก: “พูดว่าอะไร” ข: “ตกลงตรงไหน” ค: “เอิ่ม เล่นมุกอะไรเนี่ย”

ในตัวอย่างที่ 6 การที่ ก ตอบกลับว่า “พูดว่าอะไร” หลังจากที่ได้ฟังถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันคงไม่ได้มีเจตนาเพื่อถามคำถามหรือร้องขอให้ผู้พูดกระตุ้นอารมณ์ขันพูดซ้ำแต่อย่างใด ผู้วิจัยมองว่าการตอบกลับข้างต้นเป็นการสะท้อนให้เห็นว่าถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันที่เขาได้ฟังนั้นไม่น่าขำขัน ในทำนองเดียวกันกับการตอบกลับของ ข และ ค ที่สะท้อนให้เห็นว่าพวกเขาไม่รู้สึกลำบากใจเมื่อได้ยินถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันของผู้พูด นอกจากนี้การตอบกลับในลักษณะข้างต้นยังแฝงการประเมินความสามารถในการกล่าวถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันของผู้พูดว่ายังกระทำไม่ได้ดีพอ (Bell, 2009 (b))

4.2.2 การกล่าวแสดงความคิดเห็นต่อการกระตุ้นอารมณ์ขัน

การกล่าวแสดงความคิดเห็นต่อถ้อยคำการกระตุ้นอารมณ์ขันในที่นี้เป็นการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จด้วยการกล่าวถ้อยคำโดยแฝงนัยการประเมินตัวผู้พูดกระตุ้นอารมณ์ขันหรือมุกตลกที่ผู้กระตุ้นอารมณ์ขันกล่าว ยกตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 7 ผู้ให้สัมภาษณ์ยกตัวอย่างถ้อยคำที่ใช้ในการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จ

ก: “ไปคิดมาใหม่ค่ะ” ข: “เล่นใหม่ได้มั๊ย” ค: “เคยฟังเรื่องนี้มาก่อนแล้ว”

ถ้อยคำตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันในตัวอย่างที่ 7 ชี้ให้เห็นว่าผู้ฟังไม่รู้สึกลำบากใจในสถานการณ์การกระตุ้น อารมณ์ขันที่พวกเขาประสบ สามารถพิจารณาได้ว่าการตอบกลับของ ก และ ข นอกจากจะแสดงออกถึงการไม่รู้สึกลำบากใจแล้วยังแฝงนัยเกี่ยวกับการประเมินความสามารถของผู้พูดกระตุ้นอารมณ์ขันในทำนองที่ว่าผู้พูดยังไม่มีความสามารถมากพอในการสร้างความขำขันให้กับผู้ฟัง ส่วนการตอบกลับของ ค ผู้วิจัยมองว่าเป็นการแสดงความคิดเห็นต่อถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันของผู้พูด กล่าวคือ ผู้ฟังเคยได้ฟังการพูดกระตุ้นอารมณ์ขันในลักษณะเดียวกันมาก่อนเมื่อได้ฟังถ้อยคำนั้นอีกครั้งผู้ฟังจึง (มีแนวโน้มที่จะ) ไม่รู้สึกลำบากใจ

4.2.3 การเปลี่ยนหัวข้อในการสนทนา

การเปลี่ยนหัวข้อในการสนทนาเพื่อตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จที่พบในงานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงการเพิกเฉยและ/หรือการไม่แสดงออกถึงความขำขันของผู้ฟังหลังจากที่ได้ฟังถ้อยคำการกระตุ้นอารมณ์ขัน ยกตัวอย่างเช่น



ตัวอย่างที่ 8 เจโทรศัพทหาติดต่อโดยมีเจตนาเพื่อพูดคุยออกสื่อและขอรับบริจาคเงิน ในช่วงแรกของการสนทนากัน เจสอบถามติดถึงการเลือกปลูกต้นบอนไซ

- 1 ติด ((รับโทรศัพท)) ว่าไง พี่
[...]
- 2 เจ กูอยากรู้ว่าบอนไซญี่ปุ่นอะกับบอนไซไทยอะ บอนไซญี่ปุ่นมันเลี้ยงยากมากเลยหรอวะ
- 3 ติด ไม่ยากพี่เหมือนกัน ถ้าแนะนำอะ บอนไซอะ ตอบโจทย์ แต่ถ้าถามผมนะ สุดท้ายแล้วอะ บอนไซอะเสน่ห์ของมันคือตัดกิ่งตัดอะไรมาแล้วมันสวยอะ
- 4 เจ ฟอรั่มมันเยอะกว่าว่าจั้น/เหอะ\
- 5 ติด /อ่า:\ ไซมันมีลูกเล่นมากกว่า
- 6 เจ **ละกูจะคุยกับมันรู้เรื่องหรอ ฟอรั่มมันเยอะ**
- 7 ติด **ไม่ ๆๆ หมายถึงว่า**
- 8 เจ ไม่อยากเล่นกับกูละ พอกูแฉเล่นหน่อยก็จะคุย ๆ ให้จบละก็นอนไปอะไอย่างนี้ ไซมัย

ถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันในตัวอย่างนี้ปรากฏในผลัดที่ 6 โดยเจกล่าวมุกตลกที่อ้างอิงจากคำพูดของเขาในผลัดที่ 4 เกี่ยวกับ “ฟอรั่ม” ของต้นบอนไซ เมื่อเจกล่าวถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันว่า “ละกูจะคุยกับมันรู้เรื่องหรอ ฟอรั่มมันเยอะ” ผู้วิจัยพิจารณาคำว่า “ฟอรั่ม” ในที่นี้ว่าเป็นคำที่มีค่าหมายกำกวมซึ่งอาจกระตุ้นอารมณ์ขันของผู้ฟังได้ ทว่าการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันของติดในผลัดที่ 7 (ด้วยการพูดว่า “ไม่ ๆๆ”) ไม่จัดเป็นการแสดงออกถึงความขำขัน อีกทั้งเขาพยายามเปลี่ยนหัวข้อการสนทนาโดยการกลับไปอธิบายเรื่องการเลี้ยงต้นบอนไซต่อไปอีก (พิจารณาจากถ้อยคำที่ว่า “หมายถึงว่า”)

4.2.4 การพูดปรับแก้ถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขัน

การตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จด้วยการพูดปรับแก้เป็นลักษณะเฉพาะของการกระตุ้นอารมณ์ขันที่เกิดในบทสนทนาที่สั้นไหล (Bell, 2013) ที่เป็นเช่นนั้นอาจมีสาเหตุมาจากในบทสนทนาที่สั้นไหลผู้พูดและผู้ฟังต้องใช้ไหวพริบในการกล่าวตอบโต้กันไปมายกตัวอย่างเช่น

- ตัวอย่างที่ 9** ต้า ปอน โต และเพื่อนแข่งขันการกินไก่ทอด ในขณะที่ปอนและโตกำลังเลือก
 ไก่ทอดที่วางเรียงกันในถาด ต้ากล่าวถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขึ้นขึ้น
- 1 จ๊ิก โอเคครับผม เลือกไก่เลยครับ
- 2 ต้า โย่ว มันมีรสชาติที่ว่าเลือกไก่ให้ลิงดู
- 3 โอ อันนั้นมันเชือดไก่:

ในตัวอย่างที่ 9 โอตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขึ้นของต้า (ในผลัดที่ 2) ด้วยการพูดปรับแก้ว่า “อันนั้นมันเชือดไก่” การพูดปรับแก้โดยทั่วไปแล้วมักปรากฏในกรณีที่ผู้พูดต้องการให้ความกระจ่างกับปัญหาการสื่อสาร (เช่น การใช้คำผิด การพูดผิดแบบไม่ได้ตั้งใจ ตลอดจนการเข้าใจผิด) ที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพิจารณาว่าการใช้คำผิดเพื่อกระตุ้นอารมณ์ขึ้น(ดังเช่นในตัวอย่างนี้) เกิดจากการเลือกใช้ภาษาของผู้พูด เมื่อผู้ฟังไม่รู้สึกรู้สึกลงไปกับการกระตุ้นอารมณ์ขึ้น เขาจึงเลือกตอบกลับด้วยการพูดปรับแก้ความผิดพลาดในการใช้ภาษาของผู้พูดกระตุ้นอารมณ์ขึ้น

4.2.5 การกล่าวซ้ำถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขึ้น

เมื่อผู้ฟังไม่รู้สึกรู้สึกลงไปกับการกระตุ้นอารมณ์ขึ้นของผู้พูดก็สามารถตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขึ้นนั้นด้วยการกล่าวมุทลทหรือถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขึ้นนั้นซ้ำอีกครั้ง ตัวอย่างที่พบในงานวิจัย เช่น

- ตัวอย่างที่ 10** โอและเพื่อนกำลังสนทนากันโดยใช้ภาษาไทยในสมัยโบราณ
- 1 โอ เจ้ามาจากเต้าแดนใดหรือ/จ๊ะ\
- 2 เพื่อน #บางคนหัวเราะเสียงดัง บางคนยิ้ม#
- 3 จ๊ิก /เอ้ยย\ เต้าแดนใดนี่พอเข้าใจนะ แต่ ‘จ๊ะ’ นี่คืออะไร แต่เดิมแล้วข้าอยู่รังซิด
 ((รังสิต))
- 4 โอ เมืองข้าอยู่เมืองโยดา
- 5 จ๊ิก เอ้ย เมืองโยดาคืออะไรหรือท่าน
- 6 โอ สตาร์วอท ((สตาร์วอร์ส))
- 7 ปอน สตาร์วอท



ในพลัดที่ 6 โอ้กล่าวกระตุ้นอารมณ์ขันด้วยการเรียกชื่อนิยายและภาพยนตร์แนววิทยาศาสตร์ (“สตาร์วอท”) ผิดไปจากชื่อเรียกที่คนทั่วไปรู้จัก (นั่นคือ “สตาร์วอล์”) ปอนกล่าวตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันของโอ้ด้วยการพูดซ้ำคำว่า “สตาร์วอท” การตอบกลับข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าปอนรับรู้ถึงความพยายามในการกระตุ้นอารมณ์ขันของโอ้ แต่ไม่อาจจัดเป็นการแสดงออกถึงความขำขัน ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยมองว่าการกระตุ้นอารมณ์ขันที่เกิดขึ้นไม่ประสบความสำเร็จ

4.2.6 การพูดประชด

การพูดประชดเป็นรูปแบบการการตอบกลับอีกลักษณะหนึ่งที่ปรากฏในสถานการณ์การกระตุ้นอารมณ์ขันเมื่อผู้ฟังพบว่าการกระตุ้นอารมณ์ขันของผู้พูดไม่น่าขำขัน การพูดประชดหากพิจารณาจากรูปภาษาเป็นการใช้ถ้อยคำที่สุภาพแต่เมื่อตีความตามเจตนาของผู้พูดกลับเป็นการกล่าวโจมตีผู้ฟัง (Leech, 2014) อย่างไรก็ตาม จากบริบทของการสื่อสารเพื่อการกระตุ้นอารมณ์ขันในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยพบว่าการตอบกลับของผู้ฟังไม่ได้มีเจตนาโจมตีผู้พูดกระตุ้นอารมณ์ขันเนื่องจากบริบทของการสนทนาที่เกิดขึ้นเป็นไปเพื่อความขำขัน (amusing) หรือการพูดที่ไม่จริงจัง (nonserious) ยกตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 11 ผู้ให้สัมภาษณ์ยกตัวอย่างถ้อยคำที่ใช้ในการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จด้วยการพูดประชด
ก: “มันต้องอย่างนี้สิ” ข: “ขอบคุณที่แจ้งให้ทราบค่ะ”

หากพิจารณาจากรูปภาษาของการตอบกลับในตัวอย่างนี้จัดได้ว่าเป็นการพูดประชด ทว่าหากพิจารณาเจตนาของ ก และ ข ประกอบสามารถพิจารณาได้ว่าการตอบกลับข้างต้นจัดเป็นการแสดงความไม่สุภาพไม่แท้ (mock impoliteness) (Culpeper, 2005) กล่าวคือ ถ้อยคำที่ใช้ตอบกลับจัดเป็นการประชดประชันผู้พูด แต่ในขณะเดียวกันทั้งผู้พูดและผู้ฟังก็รับรู้ร่วมกันว่าการสื่อสารที่เกิดขึ้นมีเจตนาเพื่อสร้างความขำขัน นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบว่าการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันด้วยการพูดประชดที่พวกเขาเลือกใช้เป็นไปเพื่อการแสดงความสนิทสนมต่อกันเท่านั้น

4.2.7 การแสดงท่าทาง

การแสดงท่าทางที่พบในงานวิจัยประกอบด้วยพฤติกรรมการทำท่าทางหลายลักษณะที่ผู้ฟังใช้ตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จของผู้พูด เมื่อพิจารณา



การแสดงออกกับปฏิกิริยาประกอบกับบริบทของสถานการณ์การกระตุ้นอารมณ์ขันสามารถสามารถตีความได้ว่าผู้ฟังไม่รู้สึกลำบากกับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่เกิดขึ้น ยกตัวอย่างเช่น

- ตัวอย่างที่ 12** จิกยืนถือจานเตรียมใส่อาหารที่แก่งกำลังยกออกจากเตา ในขณะที่แก่งยกกระทะออกจากเตาจิกกล่าวถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันขึ้น
- 1 แก่ง เรียบร้อย เสิร์ฟได้
- 2 จิก เออ พร้อมเสิร์ฟแล้วนี่หว่า @ทำท่าเสิร์ฟลูกปิงปอง@
- 3 แก่ง #แก่งใช้เท้าข้างหนึ่งถีบขาของจิก#
- 4 จิก ก็มึงบอกพร้อมเสิร์ฟอะ

จากตัวอย่างที่ 12 เราจะเห็นได้ว่าแก่งตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันด้วยการแสดงท่าทางใช้เท้าข้างหนึ่งถีบขาของผู้กระตุ้นอารมณ์ขัน ท่าทางดังกล่าวจัดเป็นการสื่อสารประเภทอวัจนภาษา (nonverbal communication) ลักษณะหนึ่ง ผู้วิจัยมองว่าหน้าที่ในการสื่อสารของการตอบกลับด้วยท่าทางในตัวอย่างนี้สามารถทำหน้าที่แทนการสื่อสารด้วยถ้อยคำ (verbal communication) กล่าวคือ เมื่อผู้สนทนาประสบความลำบากในการเลือกใช้ถ้อยคำในการส่งสารบางประการ พวกเขาอาจเลือกสื่อสารด้วยอวัจนภาษา (Liu, Volčič, and Gallios, 2015, p. 182) ผู้วิจัยพิจารณาการตอบกลับของแก่งด้วยการทำท่าทางถีบขาสามารถสื่อความหมายแทนอวัจนภาษาได้ว่าเขาไม่รู้สึกลำบากกับการกระตุ้นอารมณ์ขันของจิก

4.2.8 การใช้ความเจ็บ

การตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันของผู้ฟังด้วยการใช้ความเจ็บพบในการวิจัยนี้เช่นกัน การใช้ความเจ็บมีหน้าที่ในการสื่อสารเช่นเดียวกับการสื่อสารด้วยถ้อยคำ การเก็บข้อมูลการใช้ความเจ็บในการปฏิสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นอารมณ์ขันถือเป็นความท้าทายของผู้วิจัยไม่น้อยที่ต้องพิจารณาว่าการใช้ความเจ็บของผู้ฟังสามารถตีความว่าอย่างไรได้บ้าง อย่างไรก็ตามข้อมูลที่มาจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ได้รับการยืนยันจากผู้ให้สัมภาษณ์แล้วว่าพวกเขาตั้งใจใช้ความเจ็บเพื่อสื่อความหมายว่าไม่รู้สึกลำบาก ยกตัวอย่างเช่น

- ตัวอย่างที่ 13** ผู้ให้สัมภาษณ์ยกตัวอย่างการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จที่พวกเขาเคยประสบด้วยการใช้ความเจ็บ
- ก: “เจ็บใส่” ข: “ไม่พุดอะไร”



พฤติกรรมการใช้ความเจ็บที่ปรากฏในการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันของ ก และ ข ในตัวอย่างนี้ถือเป็นความตั้งใจของผู้ฟังที่เลือกใช้การนิ่งเงียบแทนการกล่าวถ้อยคำ เมื่อพิจารณาการใช้ความเจ็บดังเช่นในตัวอย่างนี้ร่วมกับบริบทการสื่อสารที่เกิดขึ้นนอกจากสะท้อนให้เห็นว่าผู้ฟังไม่รู้สึกรำคาญยังอาจมีผลให้ผู้พูดกระตุ้นอารมณ์ขันรู้สึกอึดอัดใจหรือไม่สบายใจได้ด้วย (Culpeper 1996)

4.2.9 การยิ้มหรือการ (แก้ม) หัวเราะ

การตอบกลับประเภทนี้เป็นได้ทั้งการตอบกลับที่ผู้ฟังยิ้มหรือหัวเราะ ผู้ฟังอาจกระทำไปเพื่อแสดงความสุภาพ (Bell, 2015) นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบข้อมูลการแก้มยิ้มหรือแก้มหัวเราะเพื่อตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ผู้ฟังมองว่าไม่น่าขำขันอีกด้วย ยกตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 14 ผู้ให้สัมภาษณ์ยกตัวอย่างการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบ

ความสำเร็จที่พวกเขาเคยประสบด้วยการยิ้มหรือการหัวเราะ

ก: “ยิ้มให้” ข: “ก็แก้มหัวเราะ” ค: “หัวเราะ”

การตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันด้วยการยิ้ม การหัวเราะ หรือการแก้มหัวเราะในตัวอย่างที่ 14 แสดงให้เห็นว่าผู้ฟังรับรู้ความพยายามในการกระตุ้นอารมณ์ขันของผู้พูด ถึงแม้ ก-ค ไม่รู้สึกขำขันแต่พวกเขาต่างให้การสนับสนุนความพยายามในการกระตุ้นอารมณ์ขันของผู้พูด การตีความเจตนาของผู้ฟังในสถานการณ์การสื่อสารที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันอาจเป็นสิ่งที่ท้าทายของผู้ศึกษาอารมณ์ขัน เนื่องจากไม่อาจตีความได้อย่างชัดเจนว่าการยิ้มหรือการหัวเราะที่ผู้ฟังตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันนั้นสื่อความหมายว่าผู้ฟังรู้สึกขำขันหรือเพียงต้องการชื่นชมหรือแสดงความลำบากใจ เป็นต้น (Bell, 2013)

4.2.10 การตอบกลับรูปแบบอื่น

นอกเหนือไปจากการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จที่นำเสนอไปแล้วข้างต้น ผู้วิจัยยังพบรูปแบบการตอบกลับอารมณ์ขันลักษณะอื่น ยกตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 15 ผู้ให้สัมภาษณ์ยกตัวอย่างการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบ

ความสำเร็จที่พวกเขาเคยประสบ

ก: “นี่มุกหรือเปลือยกหอยเนี่ย” ข: “อื๊อ้า”

จากตัวอย่าง การตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันด้วยการแสดงอาการปฏิกิริยารวมถึงการกล่าวถ้อยคำอย่างชัดเจนของ ก ที่ว่า “นี่มุกหรือเปลือยหอยเนี่ย” แสดงให้เห็นถึงความพยายามในการมีส่วนร่วมในสถานการณ์การกระตุ้นอารมณ์ขันที่เกิดขึ้นให้จบลงด้วยดีถึงแม้ว่าเขาจะรู้สึกขำขันก็ตาม ส่วนการตอบกลับของ ข ที่ว่า “อ๊า” หากพิจารณาตามรูปภาพจัดเป็นการตำผู้กระตุ้นอารมณ์ขันอย่างตรงไปตรงมาแต่จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า ข ไม่ได้มีเจตนาเช่นนั้นแต่อย่างใด

5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จโดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยสองประการ คือ เพื่อศึกษารูปแบบทางภาษาของถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จของคนไทยและเพื่อศึกษารูปแบบการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากคลิปในช่องยูทูบจำนวน 5 ช่อง ช่องละ 20 คลิป และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ผลการวิจัยพบรูปแบบทางภาษาของการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จ จำนวน 5 รูปแบบ ได้แก่ การใช้ถ้อยคำที่ทำให้ผู้ฟังสับสน การใช้คำพ้องรูปและ/หรือคำพ้องเสียง การเล่นคำ การใช้คำผิด และการใช้ภาษาถิ่น ส่วนผลการวิจัยในประเด็นเรื่องรูปแบบการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จพบทั้งหมด 10 รูปแบบ ได้แก่ การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ การกล่าวแสดงความคิดเห็นต่อการกระตุ้นอารมณ์ขัน การเปลี่ยนหัวข้อในการสนทนา การพูดปรับแก้ถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขัน การกล่าวซ้ำถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขัน การพูดประชด การแสดงท่าทาง การใช้ความเงียบ การยิ้มหรือการ (แกล้ง) หัวเราะ และการตอบกลับรูปแบบอื่น

เมื่อพิจารณาการตอบกลับอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จในเชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตที่ได้จากผลการวิจัยนี้กับการศึกษาในสังคมอเมริกัน (Bell, 2009b) ว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนไทยมักใช้วัจนภาษา (nonverbal) ในการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นคนในสังคมอเมริกันมีแนวโน้มใช้รูปแบบการตอบกลับด้วยการกล่าวถ้อยคำในหลากหลายลักษณะ นอกจากนี้ การตอบกลับอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จประเภท ‘การการกล่าวซ้ำถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขัน’ เป็นลักษณะเฉพาะที่ปรากฏในงานวิจัยนี้ แต่ไม่พบในการศึกษาของ Bell (2009b) การกล่าวซ้ำถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันจัดเป็นตัวอย่างซ้ำบริบทเชิงอวัจนปฏิบัติศาสตร์ (metapragmatic contextualization cue) รูปแบบหนึ่ง กล่าวคือ



การพูดซ้ำหรือการซ้ำมีหน้าที่ในการสะท้อนความเห็นของผู้พูดว่าผู้พูดมีข้อข้องใจเกี่ยวกับความเหมาะสมของการใช้ภาษาหรือเป็นวิธีบ่งชี้ว่าผู้พูดมีข้อสงสัยหรือมีปัญหาบางประการเกี่ยวกับถ้อยคำของผู้ฟังและต้องการให้ผู้ฟังปรับแก้ (วรวรรณ เฟื่องขจรศักดิ์, 2560, น. 107) ผลการวิจัยนี้พบว่า ในขณะที่ผู้ฟังตอบกลับด้วยการพูดซ้ำถ้อยคำกระตุ้นอารมณ์ขันของผู้พูดกระตุ้นอารมณ์ขันเขาคงค้นพบว่าการกระตุ้นอารมณ์ขันของผู้พูดไม่น่าขำขัน เขาจึงเลือกสะท้อนความคิดเห็นของตัวเองหรือพยายามตอบกลับในทำนองที่ว่ากระตุ้นอารมณ์ขันของผู้พูดมีปัญหา สำหรับรูปแบบการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จที่พบในสังคมคนอเมริกัน (Bell, 2009a) แต่ไม่พบในงานวิจัยนี้ เช่น การกล่าวขอเวลาคิดเพื่อทำความเข้าใจมุกตลก การกล่าวขอโทษที่ไม่เข้าใจมุกตลก และการอธิบายความเข้าใจของผู้ฟังที่มีต่อมุกตลกของผู้พูด เป็นต้น

6. ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยในอนาคตควรค้นหาคำต่อไปว่า

1. ปัจจัยทางสังคมมีผลให้เกิดความแตกต่างในการใช้ภาษาตลอดรูปแบบการตอบกลับอารมณ์ขันของคนไทยหรือไม่ อย่างไร
2. ผู้สนทนาที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมมีวิธีการจัดการกับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

นิรนาม.100 อันดับฮิตล่าสุดในประเทศไทย. (14 พฤษภาคม 2563).

<https://th.noxinfluencer.com>

ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพมหานคร:

ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์.

วรรณนิภา วงศ์ปัญญา. (2558). *มิติบริบทในการกระตุ้นอารมณ์ขันในการแสดงตลกเดี่ยว*.

กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วรวรรณ เฟื่องขจรศักดิ์. (2560). *บทบาทของถ้อยคำแสดงการตระหนักรู้เชิงอภิวัจนปฏิบัติศาสตร์*

ในการปฏิสัมพันธ์ของชาวไทยและชาวญี่ปุ่น. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎี

บัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Bell, N. (2009a). Impolite responses to failed humor. In: Delia Chiaro & Neal Norrick

(Eds.), *Humor in interaction*, (pp. 143–163). Amsterdam: John Benjamins.

Bell, N. (2009b). Responses to failed humor. *Journal of Pragmatics*, 41, 1825–1836.

Bell, N. (2013). Responses to incomprehensible humor. *Journal of Pragmatics*, 57, 176–189.

Bell, N. (2015). *We are not amused: Failed humor in interaction*. Berlin: De Gruyter.

Bell, N. & Attardo, S. (2010). Failed humor: issues in non-native speakers’

appreciation and understanding of humor. *Intercultural Pragmatics*, 7, 423–477.

Culpeper, J. (1996). Towards an anatomy of impoliteness. *Journal of Pragmatics*, 25, 349–367.

Culpeper, J. (2005). Impoliteness and entertainment in the television quiz show: the Weakest Link. *Journal of Politeness Research*, 1, 35–72.

Culpeper, J., Bousfield, D. and Wichmann, A. (2003). Impoliteness revisited: with special reference to dynamic and prosodic aspects. *Journal of Pragmatics*, 35, 1545–1579.



- Hay, J. (1994). Jocular abuse in mixed-group interaction. *Wellington Working Papers in Linguistics*, 6, 26–55.
- Hay, J. (2000). Functions of humor in the conversations of women and men. *Journal of Pragmatics*, 32(6), 709–742.
- Hay, J. (2001). The pragmatics of humor support. *Humor: International Journal of Humor Research*, 14(1), 55–82.
- Holmes, J. & Marra, M. (2002a). Having a laugh at work: How humour contributes to workplace culture. *Journal of Pragmatics*, 34, 1683–1710.
- Holmes, J. & Marra, M. (2002b). Humour as a discursive boundary marker in social interaction. In Duszak, A. (Ed.), *Us and others: Social identities across languages, discourses and cultures*, (pp. 377–400). Amsterdam: John Benjamins.
- Holmes, J. & Marra, M. (2002c). Over the edge?: subversive humor between colleagues and friends. *Humor*, 15, 65–87.
- Holmes, J. & Stubbe, M. (2003). *Power and politeness in the workplace*. New York, NY: Routledge.
- Leech, G. (2014). *The pragmatics of politeness*. Oxford: Oxford University Press.
- Liu, S., Volčič, Z., and Gallois, C. (2015). *Introducing Intercultural communication: global cultures and contexts*. London: Sage.
- Mullany, L. (2011). Im/politeness, rapport management and workplace culture: truckers performing masculinities on Canadian ice-roads. In: Bargiela-Chiappini, F. and Kádár, D. (Eds.), *Politeness across culture* (pp. 61–84). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Oxford River Books Concise English-Thai* (10 สิงหาคม 2565). Retrived from:
<https://apps.apple.com/th/app/oxford-river-books-concise/id599272100>

- Palmer, J. (1994). *Taking humour seriously*. New York, NY: Routledge.
- Schnurr, S. & Chan, A. (2011). When laughter is not enough: responding to teasing and self-denigrating humour at work. *Journal of Pragmatics*, 43, 20-35.
- Sinkeviciute, V. (2014). “When a joke’s a joke and when it’s too much”: Mateship as a key to interpreting. *Journal of Pragmatics*, 60, 121-139.
- Xu, Z. (2012). *Humor and contextual dimension: A comparative study on humor in selected Chinese and English situation comedies*. (Unpublished doctoral dissertation). Shanghai University of International Study, Shanghai.



ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์การวิจัยเรื่องการศึกษาการพูดกระตุ้นและการตอบกลับอารมณ์ขัน ที่ไม่ประสบความสำเร็จของคนไทย

วัตถุประสงค์

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้สร้างขึ้นเพื่อขอข้อมูลการใช้ภาษาในการพูดกระตุ้นและการตอบกลับอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จของคนไทยจากกลุ่มตัวอย่าง

คำชี้แจง

ขอให้ท่านเล่าสถานการณ์การใช้ภาษาเพื่อพูดและการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จเพื่อให้ผู้วิจัยถ่ายทอดถ้อยคำเป็นลายลักษณ์อักษร

1. ท่านเคยพูดกระตุ้นอารมณ์ขันและพบว่าผู้ฟังรู้สึกไม่เข้าใจหรือไม่ หากท่านเคยประสบกับเหตุการณ์ข้างต้น ท่านกล่าวถ้อยคำอย่างไร
2. เมื่อการกระตุ้นอารมณ์ขันของท่านไม่ประสบความสำเร็จ ผู้ฟังของท่านแสดงพฤติกรรมหรือกล่าวถ้อยคำในลักษณะใด
3. ท่านเคยประสบเหตุการณ์ที่มีผู้พูดกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่ หากท่านเคยประสบเหตุการณ์ดังกล่าว ผู้พูดกล่าวถ้อยคำอย่างไร
4. หากท่านเคยประสบเหตุการณ์ที่มีผู้พูดกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จท่านแสดงพฤติกรรมหรือกล่าวถ้อยคำในลักษณะใดเพื่อตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันนั้น



ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์การวิจัยเรื่องการศึกษาการพูดกระตุ้นและการตอบกลับอารมณ์ขัน ที่ไม่ประสบความสำเร็จของคนไทย

วัตถุประสงค์

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้สร้างขึ้นเพื่อขอข้อมูลการใช้ภาษาในการพูดกระตุ้นและการตอบกลับอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จของคนไทยจากกลุ่มตัวอย่าง

คำชี้แจง

ขอให้ท่านเล่าสถานการณ์การใช้ภาษาเพื่อพูดและการตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จเพื่อให้ผู้วิจัยถ่ายทอดถ้อยคำเป็นลายลักษณ์อักษร

1. ท่านเคยพูดกระตุ้นอารมณ์ขันและพบว่าผู้ฟังรู้สึกไม่เข้าใจหรือไม่ หากท่านเคยประสบกับเหตุการณ์ข้างต้น ท่านกล่าวถ้อยคำอย่างไร
2. เมื่อการกระตุ้นอารมณ์ขันของท่านไม่ประสบความสำเร็จ ผู้ฟังของท่านแสดงพฤติกรรมหรือกล่าวถ้อยคำในลักษณะใด
3. ท่านเคยประสบเหตุการณ์ที่มีผู้พูดกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่ หากท่านเคยประสบเหตุการณ์ดังกล่าว ผู้พูดกล่าวถ้อยคำอย่างไร
4. หากท่านเคยประสบเหตุการณ์ที่มีผู้พูดกระตุ้นอารมณ์ขันที่ไม่ประสบความสำเร็จท่านแสดงพฤติกรรมหรือกล่าวถ้อยคำในลักษณะใดเพื่อตอบกลับการกระตุ้นอารมณ์ขันนั้น