

Strategies to Create Humour in the Social Media Programme

“Un-Ja the Reality”

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในรายการทางสื่อสังคมออนไลน์ “อันจ๋า เดอะเรียลลิตี้”

Suteera Boonnark

สุธีรา บุนนาค

Faculty of Education, Kasetsart University, Thailand

Corresponding author
e-mail: suteera.b@ku.th

Received 29-09-2021

Revised 10-04-2022

Accepted 15-04-2022

Abstract

The objectives of this article are to 1) analyse the strategies used to create humour in the social media programme titled “Un-Ja the Reality,” and 2) analyse how the application of these strategies affect the programme. The data was gathered from the programme scripts of 20 episodes. It was found that there are 3 main strategies used throughout the programme, which are 1) the content strategy, including the narratives of personal lives, the linking to the current situations, the reference to famous people, and the teasing of married couples; 2) the language technique strategy, including the use of hyperboles, verbal irony, metaphors, critiques on appearance and plot twists; and 3) the performance strategy, including exaggeration and direct communication with the audience. These humour strategies thus serve as 1) the show's reflection of the roles of today's parents, 2) commercial advertisements, and 3) the creation of a new type of social media programme.

Keywords: humour, social media, Un-Ja the reality programme

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันที่ปรากฏในรายการทางสื่อสังคมออนไลน์ “อันจ๋า เดอะเรียลลิตี้” และ 2) วิเคราะห์ว่ากลวิธีดังกล่าวมีบทบาทหน้าที่อย่างไรต่อรายการ ผู้วิจัยเลือกศึกษาจากข้อมูลบันทึกการสนทนาจากรายการอันจ๋าเดอะเรียลลิตี้ จำนวน 20 ตอน ผลการวิจัยพบว่ารายการอันจ๋าเดอะเรียลลิตี้ปรากฏกลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน 3 ประเภท ได้แก่ 1) กลวิธีด้านเนื้อหา ประกอบด้วย การเล่าเรื่องที่เคยเกิดขึ้นในชีวิต การเชื่อมโยงสถานการณ์ปัจจุบัน การกล่าวถึงบุคคลผู้มีชื่อเสียง การหยอกล้อตามแบบสามีภรรยา 2) กลวิธีทางภาษา ประกอบด้วย การกล่าวเกินจริง การใช้ถ้อยคำนัยแฝง การใช้อุปมาอุปไมย การกล่าวถึงลักษณะรูปร่าง และการหักมุม และ 3) กลวิธีด้านการแสดง ประกอบด้วย การแสดงอาการเกินจริง และการสื่อสารกับผู้ชมโดยตรง นอกจากนี้กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันดังกล่าวยังมีบทบาทต่อรายการคือ 1) เป็นภาพสะท้อนบทบาทของพ่อแม่ในยุคปัจจุบัน 2) เป็นการโฆษณาทางการค้า 3) เป็นการสร้างรูปแบบรายการที่แปลกใหม่

คำสำคัญ: อารมณ์ขัน สื่อสังคมออนไลน์ รายการอันจ๋าเดอะเรียลลิตี้

บทนำ

คนไทยถือได้ว่าเป็นชนชาติที่รักความสนุกและมีอารมณ์ขันอยู่เสมอ (Chamchote, as cited in Sanguanpong, 2020) เห็นได้จากการแสดงอารมณ์ขันของคนไทยในรูปแบบการเลียนแบบท่าทาง การใช้ถ้อยคำต่าง ๆ (Glahwikid, 2005) ซึ่งคนไทยได้นำถ้อยคำและท่าทางที่แฝงด้วยอารมณ์ขันเหล่านั้นมาแทรกไว้ในการติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวัน และยังแสดงออกผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างชัดเจน เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึงสื่อในยุคปัจจุบันอย่างสื่อสังคมออนไลน์

ในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์ถือได้ว่ามีบทบาทต่อการใช้ชีวิตของคนไทยเป็นอย่างมาก เห็นได้จากสถิติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนไทยในปี 2563 คิดเป็นร้อยละ 75 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 9.2 (Mahittivanicha, 2020) อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ทำให้เกิดพฤติกรรมแปลกใหม่ (New Normal) ของคนไทยในยุคปัจจุบันด้วยเช่นกัน (Nuttachit, 2018) และยังส่งผลให้ผู้ผลิตรายการรายใหญ่เริ่มต้นตัวในการพัฒนารูปแบบรายการเพื่อสามารถนำรายการเหล่านั้นมานำเสนอ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้มีความสนุกและน่าสนใจต่อผู้ชมทุกคนได้

รายการอันจำเอะเรีลลิตีเป็นรายการหนึ่งที่น่าสนใจผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งกำลังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง สะท้อนได้จากยอดผู้ติดตามในช่องยูทูบ (Youtube) “CHANGE 2561” (ช่องยูทูบที่น่าสนใจรายการอันจำเอะเรีลลิตี) จำนวนประมาณ 2,750,000 คน และยอดผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊ก (Facebook) “คุยสตอรี” (เพจเฟซบุ๊กที่น่าสนใจรายการอันจำเอะเรีลลิตี) จำนวนประมาณ 322,000 คน และจำนวนผู้เข้าชมคลิปของรายการอันจำเอะเรีลลิตีมีจำนวนผู้เข้าชมโดยเฉลี่ยคลิปวิดีโอละ 350,000 ผู้เข้าชม รายการอันจำเอะเรีลลิตีเป็นการนำเสนอเรื่องราวครอบครัวของดร.ภูวนาท คุณผลิน (อัน) และนางสาวอลิสรา พันธศักดิ์ (จำ) ในการใช้ชีวิตและเลี้ยงดูลูกชาย เด็กชายภูริท คุณผลิน (พอล) ความสนุกและความน่าติดตามของรายการเกิดขึ้นจากกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันที่แทรกอยู่ตลอดทั้งรายการ

จากการศึกษาพบว่ามีการวิจัยเกี่ยวกับกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันจำนวนมาก แต่ยังไม่ปรากฏงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในสื่อสังคมออนไลน์มากนัก เพราะมักพบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันผ่านสื่ออื่น ๆ เช่น งานวิจัยเรื่องกลวิธีการสร้างสรรค์ความตลกในรายการโทรทัศน์ไทย (Mina, 2017) งานวิจัยเรื่องกลวิธีและการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขันในละครตลกวิทยุ “ชิงร้อยชิงล้าน” (Eiamutama, 2008) และกลวิธีการใช้ภาษาในงานเขียนอารมณ์ขันของเกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา (Chanbanchee, 2008) ฯลฯ ทั้งนี้พบว่าสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการรับชมของผู้ชมในยุคปัจจุบันอย่างมาก นอกจากนี้ รูปแบบของรายการอันจำเอะเรีลลิตีเป็นลักษณะรายการสำหรับครอบครัว และสามารถรับชมได้ทุกวัย เนื่องมาจากการใช้ภาษาที่เหมาะสม เพราะมักไม่พบคำหยาบคาย หรือคำไม่สุภาพปรากฏในรายการ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษากลวิธีที่ใช้ในการสร้างอารมณ์ขันโดยมุ่งเน้นที่การวิเคราะห์กลวิธีทางภาษา และศึกษาว่ากลวิธีเหล่านั้นมีบทบาทอย่างไรต่อรายการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันที่ปรากฏในรายการทางสื่อสังคมออนไลน์อันจำเอะเรีลลิตี
2. เพื่อวิเคราะห์ว่ากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันดังกล่าวมีบทบาทอย่างไรต่อรายการอันจำเอะเรีลลิตี

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยบันทึกข้อความการสนทนาโดยการถอดเสียงจากคลิปวิดีโอรายการทางสื่อสังคมออนไลน์ “อันจำเอะเรีลลิตี”

ช่วงเวลาออกอากาศที่ผู้วิจัยเลือกศึกษาคือตั้งแต่วันที่ 4 มีนาคม 2562 – วันที่ 23 มีนาคม 2563 รวมจำนวนทั้งสิ้น 20 ตอน โดยถอดคำพูดออกมาเป็นข้อความเพื่อวิเคราะห์กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันและวิเคราะห์ว่ากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันดังกล่าวมีบทบาทอย่างไรต่อรายการ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีอารมณ์ขัน ประเภทของรายการต่าง ๆ และสื่อสังคมออนไลน์
2. เก็บรวบรวมข้อมูลตามขอบเขตการวิจัยที่กำหนดไว้ ดังนี้

Table 1 แสดงลำดับของตอนและวันที่รายการออกอากาศผ่าน www.youtube.com

ตอนที่เผยแพร่	วันที่เผยแพร่
Season 3 ตอนที่ 1	4 มีนาคม 2562
Season 3 ตอนที่ 2	18 มีนาคม 2562
Season 3 ตอนที่ 3	31 มีนาคม 2562
Season 3 ตอนที่ 4	29 เมษายน 2562
Season 3 ตอนที่ 5	12 พฤษภาคม 2562
Season 3 ตอนที่ 6	27 พฤษภาคม 2562
Season 3 ตอนที่ 7	10 มิถุนายน 2562
Season 3 ตอนที่ 8	24 มิถุนายน 2562
Season 3 ตอนที่ 9	22 กรกฎาคม 2562
Season 3 ตอนที่ 10	5 สิงหาคม 2562
Season 3 ตอนที่ 11	19 สิงหาคม 2562
Season 3 ตอนที่ 12	14 กันยายน 2562
Season 3 ตอนพิเศษ	25 กันยายน 2562
Season 3 ตอนที่ 13	30 กันยายน 2562
Season 4 ตอนที่ 1	18 ตุลาคม 2562
Season 4 ตอนที่ 2	28 ตุลาคม 2562
Season 4 ตอนที่ 3	2 ธันวาคม 2562
Season 4 ตอนที่ 4	27 มกราคม 2563
Season 4 ตอนที่ 5	24 กุมภาพันธ์ 2563
Season 4 ตอนที่ 6	23 มีนาคม 2563

3. วิเคราะห์กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในรายการอันจำเอะเรียลลิตี้ โดยใช้ข้อมูลที่บันทึกออกมาเป็นข้อความ โดยมีกระบวนการ ดังนี้

3.1 คัดเลือกถ้อยคำที่จัดเป็นอารมณ์ขันของรายการอันจำเอะเรียลลิตี้จากสื่อออนไลน์ www.youtube.com ซึ่งมีระยะเวลาการแสดงคลิปวิดีโอประมาณ 15 – 20 นาที โดยถอดเสียงจากคลิปวิดีโอให้เป็นข้อความด้วยโปรแกรม VB-Cable และ Google Docs จากนั้นตรวจสอบและเรียบเรียงข้อความเพื่อความถูกต้องอีกครั้ง

3.2 วิเคราะห์กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันที่เกิดขึ้นในรายการ รวมทั้งการแสดงท่าทางของพิธีกรที่ใช้สร้างอารมณ์ขันในรายการ โดยพิจารณาจากเนื้อหาของถ้อยคำนั้น ๆ และพิจารณาจากบริบท เช่น เสียงหัวเราะของทีมงาน ฯลฯ

3.3 วิเคราะห์บทบาทของกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันที่เกิดขึ้นในรายการ

4. เรียบเรียง สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผลการวิจัย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีอารมณ์ขัน

1.1 ความหมายของทฤษฎีอารมณ์ขัน

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ขันแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ (Elmer, as cited in Pacharadech & Sungkaman, 2016) คือ

1) แนวคิดเรื่องความเหนือกว่า (Superior theory) คือแนวคิดที่เห็นว่ามนุษย์จะเกิดอารมณ์ขันเมื่อเราตระหนักได้ทันทีว่าเราเหนือกว่าผู้ที่เป็นเป้าหมายของเสียงหัวเราะ เราจะรู้สึกขำในความต้อยกว่าของผู้อื่น แต่หากบุคคลที่มีความคิดเช่นเดียวกับตนกลายเป็นเป้าหมายของเสียงหัวเราะ ก็จะไม่รู้สึกขำเพราะเทียบได้ว่าตนเองถูกทำให้เป็นฝ่ายที่ต้อยกว่า (Hobbes, as cited in Anansapsuk, 2016)

2) แนวคิดเรื่องการปลดปล่อย (Relief theory) คือแนวคิดที่เห็นว่าการหัวเราะคือการปลดปล่อยพลังงานความเครียดจากการถูกยับยั้ง กล่าวคือ เมื่อมนุษย์ได้ยินเรื่องราว มนุษย์จะต้องใช้พลังงานส่วนหนึ่งในการควบคุมความรู้สึกและการกระทำของตนเองให้เป็นไปตามกรอบของสังคม แต่หากเรื่องที่ไดยินไม่ใช่เรื่องจริงหรือไม่เป็นไปตามคาด พลังงานเหล่านั้นจะระบายออกมาเป็นเสียงหัวเราะ (Freud, as cited in Anansapsuk, 2016)

3) แนวคิดเรื่องความไม่เข้ากัน (Incongruity theory) คือแนวคิดที่เห็นว่าอารมณ์ขันคือผลของการรับรู้ความไม่เข้ากัน ซึ่งเรค้นพบความไม่เข้ากันระหว่างสิ่งที่เรารับรู้/คาดหวังกับสิ่งที่เกิดขึ้นในเรื่องขำขันเหล่านั้น แนวคิดเรื่องความไม่เข้ากันถือเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับว่าเหมาะที่จะใช้ศึกษาเหตุที่ทำให้เกิดอารมณ์ขัน

1.2 องค์ประกอบของอารมณ์ขัน

อารมณ์ขันเกิดจากองค์ประกอบต่าง ๆ (Phakdeephasook, 2006) ดังนี้

- 1) ความไม่เข้ากันของกรอบแนวคิดสองแนวคิดที่ดูเหมือนจะไม่เกี่ยวข้องกัน
- 2) ความแหวกแนวจากกรอบแนวคิดเบี่ยงเบนออกนอกระบบ
- 3) ความพลิกความคาดหมายที่เกิดจากการพบว่าสิ่งที่เกิดขึ้นเบี่ยงเบนออกไปจากสิ่งที่รู้หรือที่คาดหวังว่าจะเป็น
- 4) การอยู่ในกรอบการเล่น (Play Frame) ซึ่งเป็นสิ่งที่บ่งชี้ให้รู้ว่าสิ่งนั้นเป็นเหตุการณ์สมมติ ไม่ได้เกิดขึ้นในความเป็นจริง

1.3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดอารมณ์ขัน

อารมณ์ขันเกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ (Haig, as cited in Phakdeephasook, 2006) ได้แก่

- 1) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ เช่น เหตุการณ์ปัจจุบัน ข่าว ฯลฯ
- 2) สถิติปัญหาและ/หรืออุปมาอุปไมยของผู้ฟัง กล่าวคือความสามารถในการคิดเชื่อมโยงในการมองเห็นลักษณะที่ไม่เข้ากันและหาทางออกที่จะอธิบายในสิ่งที่ไม่เข้ากันได้ เช่น นักเรียนระดับปฐมวัยอาจไม่เข้าใจอารมณ์ขันที่เกี่ยวกับเรื่องทางการเมือง แต่อาจเข้าใจอารมณ์ขันที่เกี่ยวกับตัวการ์ตูนโกลาฟ เป็นต้น

- 3) การวางตัวเป็นกลาง เช่น หากผู้พูดล้อเลียนท่าทางของเด็กคนหนึ่ง โดยที่ผู้ฟังเป็นพ่อแม่ของเด็กคนดังกล่าว ผู้ฟังอาจจะไม่เกิดอารมณ์ขันกับมุขตลกนั้น

2. รูปแบบรายการต่าง ๆ

รูปแบบรายการที่เกิดขึ้นในปัจจุบันมีความหลากหลาย การจำแนกประเภทของรายการจึงแบ่งตามเกณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่ ตามเกณฑ์กลุ่มผู้ชม ตามการนำเสนอ และตามเนื้อหาสาระ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 การแบ่งประเภทรายการตามกลุ่มผู้ชม

การแบ่งประเภทรายการตามกลุ่มผู้ชมสามารถแบ่งได้ (Thungjaeng, 2017) ดังนี้

Table 2 แสดงการแบ่งประเภทรายการตามกลุ่มผู้ชม

กลุ่มเป้าหมาย	ลักษณะรายการ
1.เยาวชน	รายการสำหรับเด็กและเยาวชน
2.วัยรุ่น	รายการบันเทิงประเภทต่าง ๆ เน้นเรื่องราวของวัยรุ่น
3.หนุ่มสาว	รายการบันเทิงผสมสาระ รายการความรู้
4.ผู้ใหญ่เริ่มทำงาน	รายการสาระบันเทิง ข่าวสาร รายการวิเคราะห์ต่าง ๆ
5.ผู้ใหญ่มีครอบครัวแล้ว	รายการให้ความรู้เกี่ยวกับการดำรงชีพและครอบครัว
6.ผู้ใหญ่ที่เป็นปึกแผ่นทางครอบครัว	รายการสาระบันเทิง และข่าวสาร
7. บัณฑิตวัย	รายการบันเทิงผสมสาระและข่าวสาร

2.2 การแบ่งประเภทรายการตามวัตถุประสงค์การนำเสนอ

เราสามารถแบ่งประเภทของรายการตามวัตถุประสงค์การนำเสนอ ดังนี้

- 1) รายการทางการค้า เป็นรายการที่พบเห็นโดยทั่วไป มักนำเสนอด้านความสนุกและความบันเทิงให้แก่ผู้ชม
- 2) รายการทางการศึกษา นำเสนอสาระความรู้ทั่วไป เช่น ภาษา วัฒนธรรม ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ การคำนวณ ฯลฯ อาจมีการแทรกการโฆษณาบริการหรือสินค้าอยู่บ้าง
- 3) รายการเพื่อการสอน เป็นรายการสำหรับการเรียนการสอนทางไกล โดยเป็นการกระจายสัญญาณออกอากาศไปยังโรงเรียนหรือสถานศึกษาต่าง ๆ

2.3 การแบ่งประเภทรายการตามเนื้อหาสาระ

การแบ่งประเภทรายการตามเนื้อหาสาระถือเป็นวิธีที่นิยมในการจำแนกมากที่สุด เพราะผู้ผลิตรายการ ผู้จัดรายการและผู้ชม สามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของรายการต่าง ๆ ได้ง่าย รายการโทรทัศน์ตามประเภทของเนื้อหาสาระ (Siriwasak, as cited in Thungjaeng, 2017) สามารถแบ่งได้ ดังนี้

- 1) รายการแนวข่าวและสารคดี หรือรายการจากข่าว / เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
- 2) รายการแนวจินตคดีหรือบันเทิง เช่น ละครโทรทัศน์ รายการเกมโชว์ รายการเพลงและดนตรี รายการกีฬา เป็นต้น
- 3) รายการแนวการมีส่วนร่วมของผู้ชมและวิทยากรรับเชิญ
- 4) รายการโฆษณา เช่น รายการโฆษณาสินค้า รายการเพื่อสังคม ฯลฯ
- 5) รายการที่พิจารณาตามความยาวและความต่อเนื่องของการออกอากาศ เช่น รายการซีรีส์ขนาดยาว รายการพิเศษ เป็นต้น

ในปัจจุบัน พบว่ารายการมีลักษณะการผสมผสานแนวรายการต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างหลากหลาย เช่น การผสมผสานระหว่างการนำเสนอละครจำลองเหตุการณ์สมมติที่สะท้อนภัยอันตรายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจริงในสังคม เป็นต้น เพื่อให้รูปแบบรายการมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

3. สื่อสังคมออนไลน์

3.1 ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ หรือภาษาอังกฤษเรียกว่า Social Media หมายถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นเครื่องมือปฏิบัติการทางสังคมเพื่อใช้ในการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและ/หรือติดต่อสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Thungjaeng, 2017) ในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ถือว่าเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ได้รับความนิยมอย่างมากที่สุด เพราะสามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็วกว่าการติดต่อสื่อสารในช่องทางอื่น

3.2 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในปัจจุบัน สามารถแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ (Wijitboonyaphakdi, 2011) ดังนี้

- 1) บล็อก (Blogging) หมายถึงการจัดการเนื้อหาที่ผู้เขียนบล็อกสามารถเผยแพร่และแบ่งปันข้อมูล ข่าวสาร ข้อคิดเห็น และบทความส่วนตัวของตนเองให้แก่ผู้อื่นได้
- 2) ไมโครบล็อก (Micro blogging) หมายถึงบล็อกที่จำกัดขนาดการโพสต์ข้อความในแต่ละครั้งไม่เกิน 140 ตัวอักษร ตัวอย่างที่รู้จักกันดีคือ Twitter
- 3) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เชื่อมต่อระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลผ่านการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร ประกอบด้วยหน้าแสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บัญชี (Profile) การเชื่อมต่อกับเพื่อน (Connecting) และการส่งข้อความ (Messaging) ตัวอย่างของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมและใช้กันอย่างแพร่หลายคือ Facebook

- 4) การแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing) เว็บไซต์ในการแบ่งปันสื่อต่าง ๆ เช่น รูปภาพ ไฟล์ ฯลฯ

นอกจากนี้ ยังมีสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ได้แก่ เว็บไซต์วิดีโอออนไลน์ เว็บไซต์แหล่งข้อมูลความรู้ โลกเสมือนจริง เว็บไซต์ในการค้นหาคำตอบหรือวิธีแก้ปัญหาพร้อมกัน เว็บไซต์เผยแพร่ภาพและเสียงให้บุคคลอื่นที่สนใจคัดลอกไปใช้งาน และกระดานข่าวสารแสดงความคิดเห็นในหัวข้อต่าง ๆ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมการสร้างอารมณ์ขันที่ปรากฏในรายการอันจ๋าเดอะเรียลลิตี้ พบว่าแบ่งออกเป็น 3 กลวิธีหลัก ได้แก่ กลวิธีด้านเนื้อหา ประกอบด้วยการเล่าเรื่องที่เคยเกิดขึ้นในชีวิต การเชื่อมโยงสถานการณ์ปัจจุบัน การกล่าวถึงบุคคลผู้มีชื่อเสียง และการหยอกล้อตามแบบสามีภรรยา กลวิธีทางภาษา ประกอบด้วยการกล่าวเกินจริง การใช้ถ้อยคำนัยผกผัน การใช้อุปมาอุปไมย การกล่าวถึงลักษณะรูปร่าง และการหักมุม และกลวิธีการแสดง ประกอบด้วยการแสดงอาการเกินจริง และการสื่อสารกับผู้ชมโดยตรง

1. กลวิธีด้านเนื้อหา

พฤติกรรมการสร้างอารมณ์ขันด้านเนื้อหาที่ปรากฏในรายการอันจ๋าเดอะเรียลลิตี้ ประกอบด้วย การเล่าเรื่องที่เคยเกิดขึ้นในชีวิต การเชื่อมโยงสถานการณ์ปัจจุบัน การกล่าวถึงบุคคลผู้มีชื่อเสียง และการหยอกล้อตามแบบสามีภรรยา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 การเล่าเรื่องที่เคยเกิดขึ้นในชีวิต

การเล่าเรื่องที่เคยเกิดขึ้นในชีวิต คือการที่อันและจำพูดเกี่ยวกับเรื่องราวในอดีตที่ทำให้ผู้ชมเห็นภาพและย้อนเรื่องราวไปพร้อมกับผู้พูด มีตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

อัน : ทำไมตอนเราอยู่จุฬาฯ คณะเราก็ดูดีกัน จ๋ายูรัฐศาสตร์ อันอยู่เศรษฐศาสตร์ มันคือแทบจะเรียกว่าตรงข้ามกันเลย แต่ทำไมเราไม่เคยเจอกันเลยนะจ๋า

จำ : ปกติอะ ไม่เคยสนใจใครเลย ไม่รู้จักดาราด้วยซ้ำ

อัน : No ผมไม่ได้เป็นดารา ผมว่าตอนอยู่จุฬาฯ ผมก็ดังพอสมควรนะ

จำ : ฉันทว่าไม่นานะ

อัน : แต่ผมไม่รู้ว่าคุณดังในทางไหน แต่ดีแล้ว ถ้าเจอกันตอนนั้น แล้วเป็นแฟนกันตอนนั้นนะ

จำ : อาจจะรักกันตอนนั้นไม่ได้ ก็ได้ เพราะเธอเป็นลีดฯ จุฬาฯ

อัน : So what?

(Season 3 ตอนที่ 10 ออกอากาศวันที่ 5 สิงหาคม 2562)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่าอันและจำเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เคยเกิดขึ้นมาแล้วในชีวิตให้ผู้ชมได้รับรู้ อันและจำพูดถึงการที่ทั้งคู่เป็นศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยแห่งเดียวกันแต่ไม่เคยพบกันเมื่อสมัยเป็นนิสิต โดยสมมติว่าหากได้คบเป็นคู่รักกันในสมัยนั้นจะเป็นอย่างไร จำจึงได้กล่าวว่า “อาจจะรักกันตอนนั้นไม่ได้ก็ได้ เพราะเธอ (อัน) เป็นลีดฯ จุฬาฯ” อารมณ์ขันในตัวอย่างนี้ จึงเกิดจากความไม่เข้ากันระหว่างการเป็นลีดเดอร์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยกับการคบกันเป็นคู่รักในช่วงอดีต

ตัวอย่างที่ 2

อัน : รถเข็นใหม่ซึ่งเป็นรถเข็นคันแรกที่เสียเงินซื้อ Made in Germany นะจ๊ะ แล้วคันนี้เป็น Limited Edition นะ

จำ : แล้วคันนี้น้องพอลเลือกนะ

อัน : แต่สิ่งที่เจ๋งมากคือล้อแม็กซ์เป็นล้อแม็กซ์เดียวกันกับรถเบนซ์เลยนะไม่เชื่อกู เดี่ยวพี่เลียวให้ดู ดูล้อแม็กซ์จะทุกคน

1 2 3 (ทำท่าเลียวรถเข็น)

จำ : ซื้อมาอะ น่าเกลียด (หัวเราะ)

(Season 3 ตอนพิเศษ ออกอากาศวันที่ 25 กันยายน 2562)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่าอันและจำเล่าเหตุการณ์เกี่ยวกับการซื้อรถเข็นของลูกชายซึ่งเป็นรถเข็นที่ผลิตจากต่างประเทศและมีจำนวนจำกัด อารมณ์ขันในตัวอย่างนี้เกิดจากหลายองค์ประกอบที่เกิดขึ้นพร้อมกัน ทั้งการกล่าวถึงคุณสมบัติของ

รถเข็นรวมถึงท่าทางการแสดงออกของอันที่ท่าท่าเลี้ยวรถเข็นให้ผู้ชมดู อีกทั้ง กลวิธีนี้ยังสามารถนำไปสู่การโฆษณาสินค้าให้แก่ผู้ชมอีกด้วย

1.2 การเชื่อมโยงสถานการณ์ปัจจุบัน

การเชื่อมโยงสถานการณ์ปัจจุบัน เป็นกลวิธีทางเนื้อหาที่ปรากฏในรายการ เพราะสิ่งสำคัญของรายการทางสื่อออนไลน์คือการนำเสนอเรื่องราวที่ทันเหตุการณ์และเข้ากับยุคสมัยเพื่อให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วมกันและเข้าใจได้ทันทีในขณะรับชม มีตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 3

(พอลแก๊งไอ) จำ : แม่บอกแล้วไงว่าห้ามไอ ยุคนี (พอลแก๊งจามอีกครั้ง)

(Season 4 ตอนที่ 6 ออกอากาศวันที่ 23 มีนาคม 2563)

ตัวอย่างที่ 4

(พอลหัวเราะโดยเอามือปิดปาก) อัน : หัวเราะปิดปากด้วย มีมารยาท กลัวโควิด-19 จะ

(Season 4 ตอนที่ 6 ออกอากาศวันที่ 23 มีนาคม 2563)

จากสองตัวอย่างข้างต้น ทำให้เห็นว่าเนื้อหาของรายการเข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบันและนำมาใช้เป็นกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันได้เป็นอย่างดี โดยจะเห็นได้ว่ามีการกล่าวถึงเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งเป็นเชื้อไวรัสที่กำลังระบาดทั่วโลกในปัจจุบัน แนวทางการปฏิบัติคือการสวมหน้ากากอนามัย ไอและจามอย่างระมัดระวังเพื่อไม่ให้แพร่กระจายไปยังผู้อื่น ในตัวอย่างที่ 3 พอลทำท่าแก๊งไอ ทำให้จำพูดเชื่อมโยงกับสถานการณ์ปัจจุบันว่า “ห้ามไอ ยุคนี” (ในบริบทนี้หมายถึง ห้ามแก๊งไอ) แต่พอลก็ยังคงแก๊งจามอีกครั้ง ด้วยความเป็นเด็กและต้องการแสดงออกถึงความสนุกสนาน ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขันได้ทันที และในตัวอย่างที่ 4 พอลทำท่าหัวเราะแล้วเอามือปิดปากคล้ายกับการท่าทางของผู้ใหญ่ อันจึงกล่าวหยอกล้อเพื่อเชื่อมโยงกับสถานการณ์ปัจจุบันว่า “กลัวโควิด-19 จะ” ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจและเกิดอารมณ์ขันจากเหตุการณ์ดังกล่าวได้ทันทีเช่นกัน

1.3 การกล่าวถึงบุคคลผู้มีชื่อเสียง

การกล่าวถึงบุคคลผู้มีชื่อเสียง เป็นกลวิธีด้านเนื้อหาที่ปรากฏในรายการอยู่บ่อยครั้ง เพื่อแสดงจุดรวมในการเล่าเรื่องให้แก่ผู้ชม ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจในเนื้อหาและกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันที่พิธีกรต้องการสื่อสารได้ทันที มีตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 5

อัน : (จับแขนทั้งสองข้างของพอลเพื่อฝึกให้เดิน) พอลอย่าเดินขาสับขนาดนั้นดิ โอ้โฮ โอ้โฮ สับไปมัยลูก (พอลเดินขาไขว้ไปมา) นี่ถ้าเดินขาสับขนาดนี้ เดี๋ยวจะส่งไปอยู่กับพี่เต้ กันตนา นะฮะ

(Season 4 ตอนที่ 1 ออกอากาศวันที่ 18 ตุลาคม 2562)

จากตัวอย่างข้างต้น อันกล่าวถึง “พี่เต้ กันตนา” หรือ ปิยะรัฐ กัลยจาฤก (เต้) ผู้บริหารบริษัทกันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้มีชื่อเสียงในวงการแฟชั่นโชว์ และยังเป็นผู้ผลิตรายการ The Face Men รายการที่คั่นหานายแบบของไทย การที่อันกล่าวถึง “พี่เต้ กันตนา” จึงทำให้ผู้ชมเข้าใจและสามารถเชื่อมโยงท่าทางการเดินของพอลกับภาพของการเป็นนายแบบ จนทำให้เกิดอารมณ์ขันในการกล่าวถึง “การส่งให้พอลไปอยู่กับพี่เต้ กันตนา” ในเหตุการณ์นี้ได้อย่างชัดเจน

ตัวอย่างที่ 6

อัน : ไหน พูด จอด จอด... พี่จอด อะ จั๊นเปลี่ยนเอาใหม่ สายทิพย์

จำ : สายทิพย์ เลยเธอ

อัน : ทำไมอึ้งไปเลยละลูก

จำ : มองฟ้าเลย

อัน : ลูกเกรงขามขนาดนั้นเลยหรือลูก

พอล : จอด

(Season 4 ตอนที่ 4 ออกอากาศวันที่ 27 มกราคม 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่าอันกล่าวถึงสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา (ณอต) ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงของบริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) อีกทั้งเป็นประธานบริษัท CHANGE 2561 จำกัด และยังเป็นพิธีกรรายการวิทยุ “คลับฟรายเดย์” อีกด้วย การกล่าวถึง “พี่ณอต” จึงทำให้ผู้ชมเข้าใจในคำพูดของอันและจำได้เป็นอย่างดี เช่นประโยคของอันที่กล่าวกับพอลในขณะที่พอลนั่งเียบว่า “ลูกเกรงขามขนาดนั้นเลยหรือลูก” เพราะ “พี่ณอต” ถือเป็นหัวหน้าในการทำงานของอัน และเมื่อพอลสามารถเรียกชื่อ “ณอต” ออกมาได้ จึงถือเป็นการพลิกความคาดหมายเพราะไม่คิดว่าพอลจะสามารถเอยออกมาได้อย่างถูกต้อง ถือเป็นกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันอย่างหนึ่ง

1.4 การหยอกล้อตามแบบสามีภรรยา

การหยอกล้อตามแบบสามีภรรยา เป็นกลวิธีหนึ่งทางด้านเนื้อหาที่น่าเสนอออกมาระหว่างอันและจำ เพื่อให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกใกล้ชิดกับพิธีกรเพราะได้รับรู้เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความเป็นส่วนตัวของสามีภรรยาคุณนี้จนทำให้เกิดความสนุกในการรับชม มีตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 7

อัน : ต้องตั้งใจปลูกเด็กชายกระปุกแล้วหละ (อันหอมแก้มพอลหลาย ๆ ครั้งเพื่อปลูกให้ตื่น)

อัน : ปกติพี่ก็ปลูกพี่จำแบบนี้แหละ (ยิ้มอย่างกรุ้มกรุ้ม)

จำ : ไม่จริง (ยิ้มและส่ายหัว)

(Season 3 ตอนที่ 2 ออกอากาศวันที่ 18 มีนาคม 2562)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่าอันกล่าวถึงวิธีการปลูกพอลด้วยการหอมแก้มว่าคล้ายกับการปลูกภรรยา ซึ่งเป็นเหตุการณ์ส่วนตัวของครอบครัวที่ไม่เคยให้ผู้อื่นได้รับรู้ ถือเป็นการพูดในเชิงหยอกล้อภรรยาเพื่อสร้างอารมณ์ขันในรายการ กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันนี้มีสาเหตุหลายประการ ทั้งถ้อยคำและการแสดงออกทางสีหน้าของผู้พูด รวมถึง ในสังคมไทยมักไม่นิยมพูดหรือแสดงออกกับคนรักอย่างเปิดเผยในที่สาธารณะ จึงทำให้เกิดอารมณ์ขันที่อยู่ภายในกรอบการเล่นอย่างชัดเจน

ตัวอย่างที่ 8

(จำการรุมให้อันที่กำลังอุ้มพอล) อัน : จำครับ ถ้าจำคิดจะการรุมก็ต้องทางให้ลูกนะ จำทางไม่ได้โดนอะไรเลย ไม่ได้บังแดดอะไรเลย

จำ : ทำยังงีอะ

อัน : ดูเขาสี เขาโดนแดดเต็ม ๆ เลย จำทาง

อัน : เราได้พบทักษะนะฮะ ว่าคุณจำไม่สามารถการรุมกันแดดได้ เขาไม่รู้ว่าทางทิศไหนถึงจะกันแดดได้ นี่คือเด็กศิลป์ใช่ไหม เกียวไหม ไม่ได้เป็นเด็กวิทย์หาทิศแดดไม่เจอ

(Season 3 ตอนที่ 13 ออกอากาศวันที่ 30 กันยายน 2562)

จากตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่าอันพูดถึงวิธีการการรุมของจำ และเชื่อมโยงถึงสาขาการเรียนของจำ ซึ่งการสร้างอารมณ์ขันนี้เกิดจากความไม่เข้ากันของเรื่องการการรุมและแขนงการเรียนของจำ อีกทั้ง ผู้ฟังหรือจำเองก็รับรู้ได้ว่าสิ่งเหล่านั้นอยู่ในกรอบการเล่น จึงทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขันจากเหตุการณ์ดังกล่าวได้

2. กลวิธีทางภาษา

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันทางภาษาที่ปรากฏในรายการอันจำเดอะเรียลลิตี้ ประกอบด้วย การกล่าวเกินจริง การใช้ถ้อยคำนัยผกผัน การใช้อุปมาอุปไมย การกล่าวถึงลักษณะรูปร่าง และการหักมุม

2.1 การกล่าวเกินจริง

การกล่าวเกินจริงคือการกล่าวถึงเรื่องที่เป็นไปไม่ได้หรือเรื่องที่เหนือจากความเป็นจริงที่เกิดขึ้น มีตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 9

พ่อครัวผู้สอนทำขนมเค้กกล่าวชมอันที่ทำได้สวยงาม : ถือว่าใช้ได้เลยนะครับเนี่ย

อัน : ผมเป็นคนเก่งทุกอย่างอะ

จำ : เขาไม่เคยถ่อมตัวด้วยคะ

อัน : บอกแล้วว่าเก่งทุกอย่าง จำ เป็นคนที่เกิดมาพร้อมกับพรสวรรค์อันมากมาย แต่มาตายที่อกคุณ

(Season 3 ตอนที่ 5 ออกอากาศวันที่ 13 พฤษภาคม 2562)

จากตัวอย่างข้างต้น คือสถานการณ์ที่อันและจำช่วยกันทำเค้กเนื่องในโอกาสวันเกิดของพอลอายุครบ 1 ขวบ พ่อครัวที่สอนทำขนมเค้กเอ่ยชมอัน อันจึงตอบว่า “ผมเป็นคนเก่งทุกอย่าง” เพื่อเชื่อมโยงมาสู่ข้อความที่ว่า “เป็นคนที่เกิดมาพร้อมกับพรสวรรค์อันมากมาย แต่มาตายที่อกคุณ” ในความเป็นจริง อันไม่ได้ตายที่หน้าอกของภรรยา แต่หมายถึงการมอบความรักให้ภรรยาเพียงผู้เดียว กลวิธีนี้ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกที่เด่นชัดเกี่ยวกับการสร้างอารมณ์ขันของผู้พูด

ตัวอย่างที่ 10

อันพูดเกี่ยวกับการได้มีโอกาสเล่นไวกีตส์ที่สนุกสนาน : มันขนาดนี้เลยหรอ อันรู้สึกได้เลย ถ้าฉันต้องเหวี่ยงอย่างนี้อีกห้าครั้ง ฉันต้องตายอะ น้ำตาไหลเลย ขอบอก (จำหัวเราะและใช้ทิชชูซับน้ำตา)

อัน : แหม ตัวเองก็น้ำตาไหลเหมือนกัน ทำเป็นเก่ง ไร

จำ : เธอยังกลัวอยู่หรอ

อัน : กลัว กลัวก็บอกว่ากลัวก็กลัวไง แหม ะ ยอมรับ

จำ : มันเสียอะ

อัน : ก็เสียจริง

จำ : แต่เธอไปทำประกันมาแล้วไม่ใช่หรอ

(Season 3 ตอนที่ 13 ออกอากาศวันที่ 30 กันยายน 2562)

จากตัวอย่างข้างต้น พูดถึงการเล่นไวกีตส์ของอันและจำ โดยบรรยายความรู้สึกกลัวในขณะที่เล่นเครื่องเล่น จนกล่าวถึงโอกาสที่อาจนำไปสู่ความตายว่า “ถ้าฉันต้องเหวี่ยงอย่างนี้อีกห้าครั้ง ฉันต้องตายอะ” ซึ่งโดยทั่วไป การเล่นไวกีตส์ไม่สามารถนำไปสู่ความตายได้ ทำให้เกิดอารมณ์ขันในเหตุการณ์ดังกล่าว อีกทั้ง การกล่าวเกินจริงนี้ยังนำไปสู่การโฆษณาผู้สนับสนุนของรายการนี้ (โฆษณาประกันชีวิต) อีกด้วย

2.2 การใช้ถ้อยคำนัยผกผัน

การใช้ถ้อยคำนัยผกผัน (Verbal Irony) คือการใช้ถ้อยคำที่มีความหมายตรงข้ามกับความหมายหรือสิ่งที่ต้องการจะสื่อหรือตามที่ (Panpothong, 2006) กล่าวไว้ว่าหมายถึงการพูดอย่างหนึ่งแต่หมายความว่าตรงกันข้ามกับความหมายตามรูป ซึ่งเป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่บ่อยครั้งในรายการอันจำเดอะเรียลลิตี้ มีดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 11

อัน : คุณเมียจะไปสิงคโปร์อะ ทรูปสบาย ะ อันนี้เป็น walking shoes (หยิบรองเท้าส้นสูงขึ้นมา) เธอบอกว่าต้องหารองเท้าที่มันใส่สบาย ะ เดินคล่อง เราต้องเลี้ยงลูกด้วยนะ สูงมากไม่ได้

(Season 3 ตอนที่ 11 ออกอากาศวันที่ 19 สิงหาคม 2562)

จากตัวอย่างข้างต้น อันพูดถึงการจัดกระเป๋าของจำเพื่อเตรียมตัวไปเที่ยวสิงคโปร์ โดยพูดถึง “รองเท้าที่มันใส่สบาย เดินคล่อง” แต่สิ่งที่จำเตรียมไปคือรองเท้าส้นสูง ซึ่งเป็นการใช้ถ้อยคำนัยผกผันที่ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขันกับภาพที่ปรากฏในรายการ

ตัวอย่างที่ 12

อัน : ดุติ (หยิบขยะขึ้นมาจากพื้น) สกปรกมากเลยอะพอล ชีวิตเด็ดดีเปลี่ยนตั้งแต่ตัดสินใจแต่งงานอะ นี่แหละคือภาพที่
ตัดมาจากงานแต่งงานอันหรรษา เข้าใจไหม ฉันแต่งงานเพื่อเป็นเจ้าของบ่าวทั้งปวง (ก้มเก็บขยะที่พื้นต่อ)

(Season 4 ตอนที่ 1 ออกอากาศวันที่ 18 ตุลาคม 2562)

จากข้อความข้างต้น อันพูดถึง “เจ้าบ่าว” ที่ตัวเองเคยมีประสบการณ์เมื่อครั้งแต่งงาน ในงานแต่งงานนั้นดูดีหรรษา แต่เมื่อ
แต่งงานแล้ว กลายเป็นผู้ที่ต้องดูแลความสะอาดของบ้าน จึงใช้ถ้อยคำนี้ยั่วผกผันว่า กลายเป็น “เจ้าของบ่าว” หรือคนรับใช้

ตัวอย่างที่ 13

อัน : มาดูพี่จาร์องน้ำนะ ทุกคน (น้ำจากฝักบัวอาบน้ำไหลออกนอกอ่างอาบน้ำ)

จ่า : แม่เปิดน้ำไว้ให้ภูวนาทแล้วหนิ

อัน : ใช้จะ แล้วมาดูคุณจาร์องน้ำจะ ทุกคนมาดูจะ (อันพูดกับกล้อง) มะรินน้ำจะเต็มมัย

(Season 4 ตอนที่ 1 ออกอากาศวันที่ 18 ตุลาคม 2562)

จากตัวอย่างข้างต้น เป็นสถานการณ์ที่จ่าเปิดน้ำใส่อ่างเพื่อเตรียมให้พอลอาบน้ำ แต่น้ำจากฝักบัวอาบน้ำไหลออกนอก
อ่างอาบน้ำ ทำให้น้ำไม่เต็มอ่างอาบน้ำ อันจึงถามว่า “มะริน น้ำจะเต็มมัย” จากสถานการณ์ดังกล่าว จึงทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขัน
จากถ้อยคำนี้ผกผันของอันได้

ตัวอย่างที่ 14

(อันเล่าถึงการถ่ายปฏิทินปี 2563 ของพอล) : ก็ถ่ายเรียบ ๆ แหละ เรียบ ๆ (ภาพนำเสนอชุดยี่ห้อยังหลายชุดและรองเท้ายี่
ห้อยังหลายคู่ที่ถูกจัดวางไว้อย่างดี)

(Season 4 ตอนที่ 3 ออกอากาศวันที่ 2 ธันวาคม 2562)

จากตัวอย่างข้างต้น อันกล่าวถึงการแต่งตัวโดยใช้วลีของรายการคือ “เรียบ ๆ” ซึ่งมีความหมายว่า ธรรมดา ไม่หรูหรา แต่
ภาพที่นำเสนอเป็นสิ่งที่ตรงข้ามคือชุดและรองเท้าที่มีมูลค่าสูงซึ่งเป็นการใช้ถ้อยคำนี้ผกผันที่ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขันได้เช่นกัน

2.3 การใช้อุปลักษณ์

อุปลักษณ์ (Metaphor) คือการใช้ภาษาเชิงเปรียบเทียบลักษณะเด่นของสิ่งหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่ง แม้สิ่งที่เปรียบกับสิ่งที่ถูกเปรียบ
จะแตกต่างกันทางกายภาพ แต่จะมีลักษณะเด่นบางประการร่วมกันหรือมีการแสดงมโนทัศน์ (Concept) ร่วมกัน การใช้อุปลักษณ์
อาจมีคำแสดงการเปรียบเทียบหรือไม่ก็ได้ มีตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 15

อัน : ครั้งแรกของการมาสวนสัตว์ของพอลอะ ดูลิสะ (พอลมีหน้าตาที่ดูง่วงนอนและไม่มีแรง) หมายเลขที่ท่านเรียกกำลัง
จะไม่ติดต่อกันแล้วนะอะ ไฟจะหมด แบตแดงนะอะ Low Bat

(Season 3 ตอนที่ 1 ออกอากาศวันที่ 4 มีนาคม 2562)

จากข้อความข้างต้น อันเปรียบเทียบพอลกับโทรศัพท์มือถือ กล่าวคือพอลมีอาการหมดแรงจากการเที่ยวสวนสัตว์ทั้งวัน
ทำให้มีใบหน้าทื่อเฉย ๆ ไม่มีแรง และคล้ายจะหลับ อันจึงเปรียบเทียบกับโทรศัพท์มือถือที่แบตเตอรี่ใกล้จะหมดและไม่พร้อมใน
การใช้งาน

ตัวอย่างที่ 16

อัน : เพิ่งประมวผลเสร็จ เข้าใจไหม เมื่อกี้เครื่องรีสตาร์ทอยู่ (ทำท่าล้อเลียนลูกที่เพิ่งตื่น)

(Season 3 ตอนที่ 11 ออกอากาศวันที่ 19 สิงหาคม 2562)

จากตัวอย่างข้างต้น อันเปรียบเทียบอาการจ้วเงียเพิ่งตื่นนอนของพอลกับเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เพิ่งเปิดเครื่อง ทำให้เกิดลักษณะท่าทางมีนง ซึ่งทั้งคำเปรียบและท่าทางของอันทำให้เกิดเป็นกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันได้ เพราะทำให้เห็นภาพของพอลที่มีอาการจ้วเงีย ยังไม่พร้อมพูดคุยหรือรับรู้เรื่องใด ๆ เปรียบกับการเริ่มต้นเปิดเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ยังไม่พร้อมใช้งานในขณะนั้น

ตัวอย่างที่ 17

จำ : เราจะออกไปข้างนอกกันไม่ใช่หรอ

อัน : ใช่ เพราะว่าเดี๋ยวเราจะไปต่างประเทศกันอีกแล้ว บินถึงกว่านกอพยพ

(Season 3 ตอนพิเศษ ออกอากาศวันที่ 25 กันยายน 2562)

จากตัวอย่างข้างต้น อันกล่าวถึงการเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศของครอบครัวที่ใช้การเดินทางโดยเครื่องบินซึ่งเปรียบเทียบว่าบ่อยครั้งยิ่งกว่าการบินของ “นก” และเพิ่มคำว่า “อพยพ” ที่แปลว่าย้ายจากถิ่นหนึ่งไปอยู่อีกถิ่นหนึ่ง เพื่อเป็นการใช้อุปุจน์ให้เห็นภาพของการเดินทางอยู่เสมอ ทำให้ผู้ชมเข้าใจได้อย่างชัดเจนและเกิดอารมณ์ขันจากการใช้อุปุจน์ดังกล่าว

2.4 การกล่าวถึงลักษณะรูปร่าง

การกล่าวถึงลักษณะรูปร่างถือเป็นกลวิธีด้านภาษาที่ใช้ในการสร้างอารมณ์ขัน Aristotle (as cited in Morreal, 1987) ได้กล่าวไว้ว่าลักษณะที่เกินพอดีของมนุษย์ เช่น รูปร่างที่ผิดเพี้ยนไปจากคนปกติ ทำให้คนรู้สึกขำขันได้ (Soonthornpasuch, 2020) แต่อย่างไรก็ตาม ผู้พูดและผู้ชมก็รับรู้ร่วมกันว่าการกล่าวถึงลักษณะรูปร่างนี้อยู่ในกรอบการเล่น มีตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 18

อัน : จำขึ้นลิ (บอกให้จำลองนั่งบนวงช้าง)

จำ : ไม่ขึ้นอะ กลัววงเขาหัก

(Season 3 ตอนที่ 1 ออกอากาศวันที่ 4 มีนาคม 2562)

ตัวอย่างที่ 19

อันและจำสอนภาษาอังกฤษให้พอล : Lion Tiger Daddy Pig (อันชี้ไปที่จำ)

(Season 3 ตอนที่ 3 ออกอากาศวันที่ 31 มีนาคม 2562)

ตัวอย่างที่ 20

อัน : น้องพอลครับ กินข้าวเสร็จแล้วเดี๋ยวว่ายน้่านะ (ทำท่าว่าว่ายน้ำ)

จำ : วันนี้ ก็จะมีหมูโครบู่ตะลงว่ายน้ำ

(Season 4 ตอนที่ 6 ออกอากาศวันที่ 23 มีนาคม 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่าการใช้กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันตามคำอธิบายด้านปัญญากับความขบขันที่เกิดจากความบกพร่องทางกาย เช่น รูปลักษณะความอ้วน โดยที่ทั้งอันและจำก็รับรู้ว่ายู่ในกรอบการเล่น และได้พูดเพื่อจูงใจให้เกิดความเจ็บปวดต่อผู้ฟัง ทำให้อารมณ์ขันนี้เป็นสิ่งที่นำมาหยอกล้อกันบ่อยครั้ง รวมถึงจำเองก็นำมาหยอกล้อตัวเอง จนทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขันได้

2.5 การหักมุม

การหักมุมคือกลวิธีที่ทำให้ผู้ชมคล้อยตามในตอนต้น แต่ลงท้ายด้วยการหักมุมแบบพลิกความคาดหมาย อาจมีทั้งการหักมุมโดยใช้คำ การหักมุมโดยใช้ประโยค และการหักมุมโดยสร้างเงื่อนไข มีตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 21

อัน : (โชว์ผลงานศิลปะครั้งแรกของลูก) น้องพอลดูสิ ฝีมือของหนู สวยดีเนอะ

จำ : จริง ๆ ใครทำก็สวยหรือเปล่า

อัน : ฉันทก็อุตส่าห์บิวต์ลูก

(Season 3 ตอนที่ 4 ออกอากาศวันที่ 29 เมษายน 2562)

จากตัวอย่างข้างต้น อันแสดงผลงานศิลปะของพอลที่เกิดจากการเทสีของพ่อแม่ และให้พอลแปะและนั่งทับลงไปบนผลงาน จำจึงกล่าวว่า “จริง ๆ ใครทำก็สวยหรือเปล่า” ซึ่งเป็นการหักมุมโดยใช้คำแบบวิธีเพิ่มความ เพื่อขยายความให้มีความชัดเจน และทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขัน อันเนื่องมาจากผู้ชมก็ได้เห็นว่าผลงานหลัก ๆ เกิดขึ้นจากผู้ใหญ่ก็คือพ่อแม่ มากกว่าเด็กเป็นคนลงมือทำ

ตัวอย่างที่ 22

อัน : (กำลังเดินอยู่ในห้างสรรพสินค้า) เกม (อันพูดกับทีมงาน) หิวน้ำอะ ชื่อน้ำกันเถอะ

เกม : ไป

อัน : (ทำท่าจับกระเป๋ากางเกง มองหน้าเกม และหยุดเดิน)

เกม : ว่า

อัน : ลืมกระเป๋าดังค์ เกมมีกระเป๋าดังค์ปะ เอาลงมาปะ (เกมส่ายศีรษะ)

อัน : เวรของกรรม ต่างไว้ใจกันและกัน อะงั้น ไปธนาคารกรุงไทยจะ

(Season 3 ตอนที่ 5 ออกอากาศวันที่ 12 พฤษภาคม 2562)

จากตัวอย่างข้างต้น อันต้องการจะแฉชื่อน้ำ แต่เมื่อกำลังเดินอยู่ในห้างสรรพสินค้าก็พบว่าตนเองลืมกระเป๋าดังค์ และบุคคลที่ไปด้วยกันก็ไม่มีกระเป๋าดังค์เช่นกัน ถือว่าเป็นกลวิธีการหักมุม เพราะแม้จะกระหายน้ำมากเพียงใด หากไม่มีเงิน ก็ไม่สามารถชื่อน้ำได้ ในสถานการณ์ทั่วไป อันอาจจะต้องเดินย้อนกลับไปหยิบกระเป๋าดังค์ของตนเองที่รถยนต์ แต่กลวิธีการหักมุมในสถานการณ์นี้นอกจากสามารถสร้างอารมณ์ขันจากคำพูดและท่าทางของพิธีกรแล้ว ยังเป็นสิ่งที่นำไปสู่การโฆษณาผู้สนับสนุนของรายการ (แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทย) อีกด้วย

ตัวอย่างที่ 23

อัน : (ซีไปที่แมลงทอดและพูดกับแม่ค้าขายแมลงทอด) น้อะ แมลงทอด

จ่า : ไม่ใช่ เขียด

แม่ค้า : เขียด

อัน : อ้าว แล้วทำไมมันชื่อ Fart อะ (ซีป้ายชื่อที่เขียนว่า Fart)

แม่ค้า : อ้อ เขียนผิดละ

(Season 3 ตอนที่ 11 ออกอากาศวันที่ 19 สิงหาคม 2562)

จากตัวอย่างข้างต้น อันและจ่าแฉร้านขายแมลงทอด อันถามแม่ค้าเกี่ยวกับแมลงต่าง ๆ ที่นำมาทอดขาย จนเห็นป้ายที่เขียนว่า Fart (แปลว่า ทด) จึงถามแม่ค้าว่านี่คือแมลงทอดใช่หรือไม่ แต่จากรูปร่างของสัตว์ดังกล่าว คือเขียด แต่อันยังคงสงสัยว่าทำไมป้ายจึงติดว่า Fart แม่ค้าจึงตอบว่า “เขียนผิดละ” ซึ่งเป็นการหักมุมโดยใช้คำแบบวิธีเพิ่มความ เพื่อขยายความให้มีความชัดเจน และทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขันจากเหตุการณ์นี้

ตัวอย่างที่ 24

อันซื้อรถของเล่นให้พอลเพื่อเซอร์ไพรส์ อันเปิดตาและชี้ให้พอลดู พอลทำหน้านิ่ง ๆ ไม่แสดงอาการตื่นเต้น : น้องพอลไม่เซอร์ไพรส์ แต่พอกับแม่มันเซอร์ไพรส์กว่า

(Season 4 ตอนที่ 3 ออกอากาศวันที่ 2 ธันวาคม 2562)

จากตัวอย่างข้างต้น อันซื้อรถของเล่นแบบที่สามารถขับได้จริงให้พอลเพื่อตั้งใจจะสร้างความประหลาดใจให้แก่ลูก แต่พบว่าลูกไม่ได้แสดงอาการตื่นเต้นและทำสีหน้าเรียบเฉย อันจึงพูดว่า “น้องพอลไม่เซอร์ไพรส์ แต่พอกับแม่มันเซอร์ไพรส์กว่า” ถือเป็นการหักมุมโดยใช้คำสันธานแบบขัดแย้ง เพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขันที่เกิดจากการพลิกความคาดหมายจากสิ่งที่คาดหวังว่าพอลควรจะดีใจจากการได้รับของขวัญจากพ่อ

3. กลวิธีด้านการแสดง

กลวิธีด้านการแสดงที่ปรากฏในรายการอันจำเอะเรียวลิตี ประกอบด้วยการแสดงอาการเกินจริง และการสื่อสารกับผู้ชมโดยตรง

3.1 การแสดงอาการเกินจริง

การแสดงอาการเกินจริง เป็นกลวิธีด้านการแสดงที่นำเสนอเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม และเป็นกลวิธีที่ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขันและสนุกในการรับชม มีตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 25

อัน : ยังไม่ได้ติดไวเลส (Wireless Microphone) เลย ถึงจะเรียลลิตีก็ต้องติดไมค์นะ ไม่งั้นก็จะพูดกันไม่ได้ยิน ก็จะเป็นแบบเนี่ย (ทำท่าพูดแต่ไม่มีเสียง)

(Season 3 ตอนที่ 2 ออกอากาศวันที่ 18 มีนาคม 2562)

ตัวอย่างที่ 26

อันและจำกำลังเทสเสียงบนกระดานเพื่อเตรียมให้ลูกทำกิจกรรมศิลปะ

พอลเสียงของเล่นเข้ามาใกล้ ๆ บริเวณที่อันและจำกำลังเทส

อัน : ออย่ามัลมีใส่รูปนะลูก เป็นการเลิกชิ้นนี้เลยนะ น้องพอลอย่า น้องพอลอย่าฟังกวน แด๊ดี้กำลังใช้สมาธิอยู่ (ทำท่าเลียนแบบศาสตรเมธี ดร.เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์)

(Season 3 ตอนที่ 4 ออกอากาศวันที่ 29 เมษายน 2562)

จากข้อความตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่าการแสดงอาการที่เกินจริงของอันถือเป็นกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันได้ ซึ่งการแสดงอาการเกินจริงเหล่านั้นล้วนอยู่ในกรอบการเล่น ที่ทำให้ผู้ชมทราบดีว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นการสมมติและไม่ได้เกิดขึ้นในความเป็นจริง ทั้งการแสดงล้อเลียนศาสตรเมธี ดร.เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ จิตรกรไทยที่มีชื่อเสียงและโดดเด่นที่เอกลักษณ์ท่าทาง รวมถึงการทำท่าพูดแต่ไม่มีเสียง ทำให้ผู้ชมเข้าใจได้ในทันทีและรู้สึกสนุกได้โดยง่าย

3.2 การสื่อสารกับผู้ชมโดยตรง

การสื่อสารกับผู้ชมโดยตรงเป็นกลวิธีด้านการแสดงที่ปรากฏในรายการอันจำเอะเรียวลิตีเพราะเป็นรูปแบบการนำเสนอที่สร้างความเป็นกันเองกับผู้ชม และทำให้ผู้ชมรู้สึกใกล้ชิดกับพิธีกรและรายการ มีตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 27

อัน : เราตั้งชื่อลูกสาวไว้ชื่ออะไร ซึ่งเราจะให้แฟน ๆ อันจำเอะเรียวลิตีเป็นคนโหวตนะอะ ว่าอยากให้ชื่ออะไร หนึ่งคืออลิซาเบธ สองคือมากาเรต สามคือดอนนาเทลลา และสี่คือเพเนโลปี

(Season 3 ตอนที่ 6 ออกอากาศวันที่ 27 พฤษภาคม 2562)

จากข้อความตัวอย่างข้างต้น กล่าวถึงการเตรียมพร้อมในการมีลูกคนที่ 2 ของครอบครัว อันกล่าวว่าหากเป็นผู้หญิงก็ได้เตรียมตั้งชื่อลูกสาวไว้ โดยใช้กลวิธีสื่อสารกับผู้ชมโดยตรงว่าได้เตรียมตั้งชื่อลูกสาวไว้ทั้งหมด 4 ชื่อ และจะเปิดโอกาสให้ผู้ชมเป็นผู้เลือกว่าควรตั้งชื่อลูกสาวว่าอะไร แต่จากกลวิธีดังกล่าว ทำให้ผู้ชมทราบได้ว่าสิ่งที่อันพูดนั้น อยู่ในกรอบของการเล่นและเป็นกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันอย่างหนึ่ง

บทบาทหน้าที่ของอารมณ์ขันที่ปรากฏในรายการอันจำเอะเรียวลิตี

รายการอันจำเอะเรียวลิตีมีกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันต่าง ๆ ซึ่งกลวิธีสร้างอารมณ์ขันเหล่านั้นล้วนมีบทบาทต่อรายการในหลายด้าน ดังต่อไปนี้

1. ภาพสะท้อนบทบาทของพ่อแม่ในยุคปัจจุบัน

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันที่ปรากฏในรายการอันจำเอะเรียดลี้ตี่นี้สะท้อนให้เห็นถึงภาพของพ่อแม่ในยุคปัจจุบันอย่างเด่นชัด ภาพของพ่อแม่ที่เป็นหนุ่มสาวรุ่นใหม่ที่มีบทบาทในการทำงานเป็นเจ้าของธุรกิจ แต่ไม่เคยละเลยบทบาทของพ่อแม่ในการดูแลลูกให้พัฒนาพร้อมทั้งทางร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันต่าง ๆ เหล่านี้ ยังสะท้อนให้เห็นถึงความสุขและความสนุกสนานที่ครอบครัวได้อยู่ร่วมกันพร้อมหน้าพร้อมตา ถือเป็นการสนับสนุนสถาบันครอบครัวอันเป็นพื้นฐานของทุกสถาบันในสังคมให้มีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

2. การโฆษณาทางการค้า

รายการเพื่อความบันเทิงทุกรายการมักจะมีผู้สนับสนุนรายการ ดังนั้นจึงเป็นสิ่งปกติที่ผู้ชมจะได้เห็นการโฆษณาสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ผ่านทางรายการอันจำเอะเรียดลี้ตี่ กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันต่าง ๆ ที่พบในรายการมักนำไปสู่การโฆษณาสินค้าหรือบริการที่มาในรูปแบบของการโฆษณาแฝงกล่าวคือทำให้ผู้ชมรู้สึกสนุกสนานและคล้อยตามในขณะที่รับชม แต่ในขณะที่เดียวกันก็แฝงไว้ด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการต่าง ๆ ในรายการ เช่น การโฆษณาประกันชีวิตหลังจากการเล่นไวกีงส์ที่สนุกสนาน การโฆษณาแอปพลิเคชันของธนาคารหลังจากที่ลืมกระเป๋าสตางค์ ฯลฯ นอกจากนี้ ยังถือได้ว่าบทบาทหน้าที่ของการสร้างอารมณ์ขันสามารถทำให้รายการมีผู้ติดตามชมจำนวนมาก จนสร้างชื่อเสียงให้กับรายการรวมถึงบุคคลในรายการ (อัน จำ พอล พี่เลี้ยงของพอล) อย่างกว้างขวางมากขึ้น และนำไปสู่การสร้างรายได้อื่น ๆ เช่น การได้รับเชิญไปสัมภาษณ์ในรายการโทรทัศน์ การได้รับเชิญไปแสดงตัวในงานอีเวนต์ ฯลฯ

3. การสร้างรูปแบบรายการที่แปลกใหม่

กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันที่ปรากฏในรายการอันจำเอะเรียดลี้ตี่นี้สามารถดัดแปลงระหว่างระหว่างครอบครัว “อันจำ” และผู้ชมได้เป็นอย่างดี กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันทำให้ผู้ชมรู้สึกถึงความเป็นกันเอง เปรียบเหมือนกับมีเพื่อนสนิทมาเล่าเรื่องราวสนุก ๆ ในชีวิตแต่ละวันให้ฟัง และมาชวนให้ผู้ชมติดตามดูพัฒนาการของพอลไปพร้อมกัน ผู้ชมจะรู้สึกสนุกสนาน และเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว อีกทั้ง ภาษาที่ใช้มักไม่พบคำหยาบคายในรายการ ถือเป็นรูปแบบรายการสำหรับครอบครัวที่แปลกใหม่เหมาะสมกับผู้ชมทุกวัยและน่าสนใจอย่างยิ่งสำหรับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ในยุคปัจจุบัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันที่ปรากฏในรายการทางสื่อสังคมออนไลน์ “อันจำเอะเรียดลี้ตี่” และ 2) วิเคราะห์ว่ากลวิธีดังกล่าวมีบทบาทหน้าที่อย่างไรต่อรายการ จำนวนทั้งสิ้น 20 ตอน ข้อมูลในงานวิจัยนี้ปรากฏกลวิธีการสร้างอารมณ์ขัน 3 ประเภท ได้แก่ กลวิธีด้านเนื้อหา กลวิธีทางภาษา และกลวิธีด้านการแสดง สำหรับกลวิธีด้านเนื้อหาประกอบด้วยการเล่นเรื่องที่เคยเกิดขึ้นในชีวิต การเชื่อมโยงสถานการณ์ปัจจุบัน การกล่าวถึงบุคคลผู้มีชื่อเสียง และการหยอกล้อตามแบบสามภรรยา ส่วนกลวิธีทางภาษา ประกอบด้วยการเล่นคำจริง การใช้ถ้อยคำนัยผกผัน การใช้อุปมาอุปไมย การกล่าวถึงลักษณะรูปร่าง และการหักมุม และกลวิธีด้านการแสดง ประกอบด้วยการเล่นอาการเกินจริง และการสื่อสารกับผู้ชมโดยตรง

รายการอันจำเอะเรียดลี้ตี่เป็นรายการที่เผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่ที่ “น้องพอล” ถือกำเนิดขึ้นมา ทำให้ผู้ชมได้เห็นพัฒนาการของพอลอย่างต่อเนื่อง แต่ผู้ชมอาจยังไม่เคยได้รู้จัก “อัน” และ “จำ” ในบทบาทของพ่อแม่มากนัก การนำเสนอรายการจึงใช้กลวิธีการเล่าเรื่องที่ผ่านมามีเกี่ยวกับชีวิตของทั้งคู่โดยผ่านการสอดแทรกอารมณ์ขันอยู่บ่อยครั้ง อีกทั้งการหยอกล้อตามแบบของสามภรรยา ทำให้ผู้ชมรู้สึกถึงความใกล้ชิดในการทำควมรู้จักครอบครัวนี้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การเชื่อมโยงถึงเหตุการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้น รวมทั้งการกล่าวถึงบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ทุกคนรู้จักกันดี ทำให้ผู้ชมมีความรู้สึกสนุกและเข้าใจในมุขตลกที่ต้องการจะสื่อได้อย่างรวดเร็ว ทำให้เนื้อหาของรายการมีความสนุกสนานและน่าสนใจมากกว่ารูปแบบรายการสำหรับครอบครัวโดยทั่วไป

ด้านกลวิธีทางภาษา พบว่ากลวิธีการสร้างอารมณ์ขันที่ปรากฏมักเกี่ยวข้องกับการกล่าวเกินจริงที่มักจะมาพร้อมกับการแสดงอาการเกินจริง ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขันจากถ้อยคำและท่าทางเหล่านั้น นอกจากนี้ ยังมีการใช้ถ้อยคำนัยผกผันที่มีความหมายตรงข้ามกับความหมายที่ต้องการจะสื่อ เช่น การที่อันกล่าวหยอกล้อภรรยาเรื่องการเลือกรองเท้าที่ใส่สบายและเดิน

คล่องของกรรยาหรือรองเท้าส้นสูง ฯลฯ อีกทั้ง การใช้อุปมาอุปไมยที่อื่นมักใช้ในการกล่าวถึงพอล เช่น เวลาที่พอลหมดแรงเหมือนกับแบตเตอรี่ของโทรศัพท์ที่มีมือถือที่ใกล้จะหมด ฯลฯ รวมถึงการกล่าวถึงลักษณะรูปร่างที่อื่นและจำมักจะหยอกล้อกันเพื่อให้เกิดอารมณ์ขันเพราะต่างก็รับรู้ว่ายอัยคำเหล่านั้นอยู่ในกรอบการเล่น และกลวิธีการหักมุมที่พลิกความคาดหมายของผู้ชม จนทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ขันจากสถานการณ์ดังกล่าว เช่น การที่อื่นซื้อของเล่นเพื่อหวังจะสร้างความประหลาดใจให้พอล แต่พอลกลับมีสีหน้าเรียบเฉย จนทำให้อื่นกล่าวว่าลูกไม่ประหลาดใจ แต่พอลกับแม่ประหลาดใจมากกว่า ฯลฯ กลวิธีต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้ผู้ชมรับชมรายการด้วยความเพลิดเพลินกับอารมณ์ขันที่ครอบครัว “อันจ๋า” แสดงท่าทางหรือพูดออกมาอย่างเป็นธรรมชาติ

ด้านกลวิธีการแสดงนับเป็นอีกหนึ่งกลวิธีที่ส่งเสริมให้อารมณ์ขันของรายการปรากฏได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น การแสดงออกแบบเกินจริงที่สอดคล้องกับกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันแบบเกินจริงด้วยคำพูด รวมถึงการสื่อสารกับผู้ชมโดยตรงผ่านกล้องซึ่งถือว่าเป็นรูปแบบรายการที่นิยมในสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชมทุกวัยได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันดังกล่าวยังมีบทบาทในการการเป็นภาพสะท้อนบทบาทของพ่อแม่ในยุคปัจจุบัน ตามภาพที่อื่นและจำเป็นพ่อแม่ที่ทำงานแต่ก็ยังคงทำหน้าที่ในการดูแลลูกอยู่เสมอ นอกจากนี้ยังมีบทบาทในการโฆษณาทางการค้าเพื่อทำให้รายการมีผู้สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง และถือเป็นการสร้างรูปแบบรายการที่แปลกใหม่ในการติดตามชีวิตของครอบครัวผู้มีชื่อเสียงได้อย่างใกล้ชิดและรู้สึกถึงความเป็นมิตรในการรับชมรายการนี้อีกด้วย

รายการอันจ๋าเดอะเรียลลิตี้ เป็นรายการที่นำเสนอเรื่องราวครอบครัวของอัน จ๋า และพอลที่ปรากฏอารมณ์ขันแทรกตลอดรายการ ทั้งยังใช้ภาษาที่เหมาะสมสำหรับการรับชมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ชมหลากหลายเพศและวัยเพราะมักไม่พบคำหยาบคายในรายการ จึงสามารถกล่าวได้ว่ารายการอันจ๋าเดอะเรียลลิตี้เป็นรายการที่ส่งเสริมสถาบันครอบครัวผ่านการใช้ภาษาที่เหมาะสมและรับชมได้อย่างสนุกสนานสำหรับผู้ชมทุกคน

References

- Anansapsuk, O. (2016). *Thoikham Nai Phokphan Nai Kan Sadaeng Diao Maikhrofon Khrang Thi 7-10 Khong Udom Tae Pha Nit*. [Verbal Irony in Udom Taeapanich's 7-10 Episode Stand-Up Comedy]. Master Thesis, M.A. in Thai. Chulalongkorn University, Thailand (In Thai)
- Aristotle. (2011). *The Basic Works of Aristotle*. R. McKeon (Ed.) New York: Modern Library.
- Chamchote, N. (1978). *Hasayarot Nai Wannakam Roikrong Khong Thai Samai Rattanakosin Phoso 2325-2475*. [Rasa (Aesthetics) in Thai Verse Literature Rattanakosin's 1782 – 1932]. Master Thesis, M.A. in Thai, Srinakharinwirot University, Thailand. (In Thai)
- Chanbanchee, Y. (2008). *Kon Withikan Chai Phasa Nai Ngan Khian Aromkhan Khong Ket Sep Sawat Pan Ka Wong Na Ayutthaya*. [The Techniques of Thai Humour in the Prose of Ketsaeosawas Pakalawong Na Ayudhaya]. Master Thesis, M.Ed. in Educational Linguistics, Srinakharinwirot University, Thailand. (In Thai)
- Eiamutama, T. (2008). *Konlawithi Lae Kan Chai Phasa Phuea Sang Aromkhan Nai Lakhon Khan Raikan Wa Rai Ti KemCho Ching Roi Ching Laan*. [Strategies and Use of Humorous Language in the Series Game Show Breaks of the Variety “Ching Roy Ching Laan”]. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal*, 28(4), 66-83. (In Thai)
- Elmer, M. (1985). *Theories of Humor*. *Encyclopedia Americana* 14: 563-564.
- Freud, S. (1905). *Der Witz und seine Beziehung zum Unbewussten*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch. (In German)
- Glahwikgid, W. (2005). *Aromkhan Nai Khokhwam Samretrup*. [Humour in text Sms]. Master Thesis, M.Ed. in Thai, Srinakharinwirot University, Thailand. (In Thai)
- Hobbes, T. (1651). *Leviathan*. London: Crooke. Facsimile edition: Oxford: Clarendon Press.
- Mahittivanicha, N. (2020). *Sathiti Lae Phruet Kammakan Chai Social Media Thua Lok Traimat 1 Pi 2020*. [Statistics and Behavior Using Social Media Global Q1 2020]. Retrieved 20 April 2020, from <https://www.twfdigital.com/blog/2020/02/global-social-media-usage-stats-q1-2020>. (In Thai)

- Mina, P. (2017). *Kon Withikan Sangsan Khwam Talok Nai Raikan Thorathat Thai*. [The Strategies of Creating Humor In Thai Television Programs]. *Veridian E-Journal*, 11(3), 2300-2313. (In Thai)
- Morreal, J. (1987). *The Philosophy of Laughter and Humor*. New York: State University of New York Press.
- Nuttachit. (2018). *Itthiphon Social Media Su Prakotkan TheNewNormal 2018*. [Influence of Social Media to Phenomenon "The New Normal 2018"]. Retrieved 20 April 2020, <https://marketeeronline.co/archives/73679>. (In Thai)
- Pacharadech, P., & Sungkaman, U. (2016). *Konlawithi Thang Watchana Patibat Sat Nai Diao Maikhrofon*. [Pragmatic Strategies in Udom Taepanich's Stand-Up Comedy]. 'Vacana' *Journal of Language and Linguistics Mae Fah Luang University*, 4(2), 20-39. (In Thai)
- Panpothong, N. (2006). *Mong Khatthaliya Cha Cha Chak Mum Mong Nak Phasa Nueaha Lae Konlawithi*. [See Kattaleeya JaJa from linguist viewpoint: Content and Strategy]. Bangkok: Academic Works Publish Project. (In Thai)
- Phakdeephassook, S. (2006). *Aromkhan Nai Katun Kan MueangThai*. [Humor in Thai Political Cartoons]. *Journal of Thai Language and Literature*, 86-143. (In Thai)
- Haig, R. A. (1988). *The Anatomy of Humour*, Biopsychosocial and Therapeuti Perspective. Springfield, IL: Charles C Thomas.
- Sanguanpong, S. (2020). *Aromkhan Nai Raikan Thoei Thiao Thai*. [The Humor in Toey-Tiew-Thai]. Master Thesis, M.A. in Thai, Graduate School, Silpakorn University, Thailand. (In Thai)
- Siriyuwasak, U. (2004). *Suesanmuanchon Bueangton Suemuanchon Lae Sangkhom*. [Basic of Mass Communication: Mass Media Culture and Social]. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- Soonthornpasuch, M. (2020). *Kan Suesan Aromkhan Thi Sathon Kan Lueak Patibat Nai Sangkhom Thai*. [Humor communication that reflects discrimination in Thai society]. *Journal of Communication Arts*, 38(1), 69-82. (In Thai)
- Thungjaeng, A. (2017). *Patchai Thi Mi Itthiphon To Kan Tatsinchai Lueak Rap Chom Rai Kan Phan Thang Sue Onlai*. [Factors influencing the decision on watching social media Program]. Master Thesis, MBA in Business Adminstration, Thammasat University, Thailand. (In Thai)
- Wijitboonyaphakdi, P. (2011). *Sue Sangkhom Onlai Sue Haeng Anakhot*. [Social media: The media of the future]. *Journal of Management*, 31(4), 99-103. (In Thai)