

# วารสารวจนะ

# VACANA

## Journal of Language and Linguistics



ISSN: 2287-0903

ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2563)

Volume 8 Number 1 (January-June 2020)



### ที่ปรึกษากองบรรณาธิการ

กึ่งกาญจน์ เทพกาญจนา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นันทนา รณเกียรติ

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปราณี กุลละวณิชย์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วริษา กมลนาวิน

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วิโรจน์ อรุณมานะกุล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### บรรณาธิการหลัก

สรบุศย์ รุ่งโรจน์สุวรรณ

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

### บรรณาธิการประจำฉบับ

ตามใจ อวีรุทธิโยธิน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

### กองบรรณาธิการ

จันทิมา อังคพณิชกิจ

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กานดาพร เจริญกิตบวร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นัทธ์ชนัน นาถประทาน

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พิทยาวัฒน์ พิทยาภรณ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รุสลัน อุทัย

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ศิริรัตน์ ฦ ระนอง

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สมชาย สำเนียงงาม

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ศิริพร ปัญญาเมธีกุล

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พีรพัฒน์ ยางกลาง

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชนกพร พัวพัฒนกุล

มหาวิทยาลัยมหิดล

### ผู้ช่วยกองบรรณาธิการ

ปณิดา มั่นยานนท์

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

เพชรศิลป์ ปินชัย

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ธัญญารัตน์ เชียงกันทะ

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

### สถานที่ติดต่อ

กองบรรณาธิการวารสารวจนะ สำนักวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

เลขที่ 333 หมู่ 1 ตำบลท่าสุต อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย 57100

โทร. 053-916-731 โทรสาร 053-916723

อีเมล [vacanajournal@gmail.com](mailto:vacanajournal@gmail.com)

### **Advisory Board**

Kingkarn Thepkanjana	Chulalongkorn University
Nanthana Ronnakiat	Thammasat University
Pranee Kullavanijaya	Chulalongkorn University
Varisa Kamalanawin	Thammasat University
Wirote Aroonmanakul	Chulalongkorn University

### **Editor-in-Chief**

Sorabud Rungrojsuwan	Mae Fah Luang University
----------------------	--------------------------

### **Issue Editor**

Tamjai Awirutthiyothin	Rajamangala University of Technology Rattanakosin
------------------------	--

### **Editorial Board**

Jantima Angkapanichkit	Thammasat University
Kandaporn Jaroenkitboworn	Chulalongkorn University
Natchanan Natpratan	Kasetsart University
Pittayawat Pittayaporn	Chulalongkorn University
Ruslan Uthai	Prince of Sonkla University
Sirirst Na Ranong	Thammasat University
Somchai Samniengngam	Silpakorn University
Siriporn Panyametheekul	Srinakharinwirot University
Peerapat Yangklang	Silpakorn University
Chanokporn Puapattanakun	Mahidol University

### **Editing Assistants**

Panida Monyanont	Mae Fah Luang University
Piansin Pinchai	Mae Fah Luang University
Thanyarat Chiangkanta	Mae Fah Luang University

### **Editorial Address**

Vacana Editorial Board  
School of Liberal Arts, Mae Fah Luang University  
333 Moo1, Thasud, Muang Chiang Rai, Chiang Rai 57100  
Tel. (66) 53-916-731 Fax. (66) 53-916-723

วารสารวณะ เป็นวารสารความร่วมมือทางวิชาการระหว่าง ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร และสำนักวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง รับผิดชอบการเผยแพร่โดย สำนักวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

วารสารวณะ เป็นวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ ราย 6 เดือน ตีพิมพ์เผยแพร่บทความทางวิชาการที่มีคุณภาพสูง มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นพื้นที่สำหรับเผยแพร่ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวิชาการของนิสิต นักศึกษา นักวิจัยทางภาษาและภาษาศาสตร์ของประเทศ รวมถึงเป็นการถ่ายทอดความรู้สู่ผู้สังคมในวงกว้าง วารสารรับตีพิมพ์ทั้งบทความวิชาการและบทความวิจัยเต็มรูปแบบ (Full-length article) รวมถึงบทความปริทัศน์ (Review article) ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับภาษาและภาษาศาสตร์ ทั้งที่เขียนเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเปิดรับต้นฉบับบทความตลอดปี ทั้งนี้ บทความที่ส่งเข้ามาต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่มาก่อนและจะได้รับการพิจารณาประเมินบทความแบบไม่เปิดเผยตัวตนสองทาง (double-blind review) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่าน ทั้งนี้ ต้นฉบับบทความที่นำส่งต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่วารสารกำหนด

กองบรรณาธิการอนุญาตให้มีการเผยแพร่บทความในวารสารในเชิงวิชาการเท่านั้น หากประสงค์จะนำบทความไปใช้โดยวัตถุประสงค์อื่น ต้องขออนุญาตจากกองบรรณาธิการก่อน

อนึ่ง ความคิดเห็นในที่ปรากฏในบทความเป็นความคิดเห็นส่วนบุคคลของผู้เขียนเท่านั้น กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นสอดคล้องกับผู้เขียนแต่อย่างใด

‘Vacana’, a journal of language and linguistics, is an academic collaboration between several leading institutions, namely:

- 1) Linguistics Department, Faculty of Letters, Chulalongkorn University;
- 2) Linguistics Department, Faculty of Arts, Thammasart University;
- 3) Linguistics Department, Faculty of Humanities, Kasetsart University;
- 4) Thai Department, Faculty of Humanities and Social Sciences,  
Prince of Songkhla University, Pattani Campus;
- 5) Faculty of Letters, Silapakorn University; and
- 6) School of Liberal Arts, Mae Fah Luang University.

Published by the School of Liberal Arts, Mae Fah Luang University, ‘Vacana’ is a biannual e-journal featuring high-quality academic articles. The main objective of this journal is to showcase both Thai and foreign students’, lecturers’ and researchers’ works on languages and linguistics, and disseminate such bodies of knowledge to a wider circle of society.

‘Vacana’ welcomes academic articles, full-length research articles and review articles pertaining to languages and linguistics. Article manuscripts may be submitted all-year-round and may be written in Thai or English. The manuscripts, which must be original and must never have been published, will be subject to double-blind review by two experts. Submitted manuscripts must conform to the journal’s conditions and format, as detailed below

All articles are permitted to be used only for the academic purpose. The use for purposes other than this must be permitted by the editorial board.

All views or conclusions are those of the authors of the articles and not necessarily of those of editorial board.

# สารบัญ / TABLE OF CONTENT

---

วารสารวณะ ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2563)  
Vacana Vol.8 No.1 (January-June 2020)

การศึกษาวัจนกรรมการแสดงความเห็นแย้งของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์อันตรายภาษา: กรณีศึกษานักศึกษาชาวจีนจากมณฑลยูนนานและกวางสี รศ.รัตน์ ศรีพันธ์วรสกุล, ญัฐพร พานโพธิ์ทอง	1-26
การศึกษาคุณสมบัติทางความหมายของการปรากฏร่วมของคำว่า “ติด” ในภาษาไทยโดยใช้คลังข้อมูลภาษา : A Corpus-Based study on semantic features of the word “/tit/” in Thai by using co-occurrence words analysis Jitsuda Boonrat	27-44
การเปลี่ยนแปลงการเล่าเรื่องภาษาไทยในชุมชนการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก : ศึกษาตามแนวคิดกฎในการมอบคุณค่าของ แซกส์ และ คณะ มิ่งขวัญ ตั้งชะวัฒนะ	45-67
การเปรียบเทียบหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ ในภาษาไทยกับหน่วยที่สื่อความหมายลักษณะเดียวกันในภาษาจีนกลาง Theerawat Theerapojjane	68-93
การคุกคามหน้าคู่สนทนาของชุมชน ในเรื่องมหาเวสสันดรชาดก ฉบับเทศน์มหาชาติ 13 กัณฑ์ ศัพท์ปัญญ สุขพิระวัฒนกุล, ศิริพร ปัญญาเมธีกุล	94-118
An Analysis of Multimodal Text Design in Social Media Marketing: A Case Study of Starbucks Posts on Instagram Nichakan Horphet, Aranya Srijongjai	119-154

การศึกษาวัจนกรรมการแสดงความเห็นแย้งของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนตาม  
แนววัจนปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษา: กรณีศึกษานักศึกษาชาวจีนจากมณฑล  
ยูนนานและกวางสี<sup>1</sup>

An Interlanguage Pragmatic Study of the Speech act of Disagreement by  
Chinese Learners of Thai: A Case Study of Chinese Students from Yunnan  
and Guangxi Provinces

รดารัตน์ ศรีพันธ์วรสกุล<sup>2</sup>

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง<sup>3</sup>

Received 22 November 2019

Revised 26 January 2020

Published 11 February 2020

บทคัดย่อ

วัจนกรรมการแสดงความเห็นแย้งเป็นประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจในกรณีของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนจากการสังเกตการณ์ในชั้นเรียนและโครงการวิจัยนำร่องแสดงให้เห็นว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนมักแสดงความเห็นแย้งคู่สนทนาในบริบทที่ชาวไทยเลือกไม่แสดงวัจนกรรม งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษา เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามชนิดเติมเต็มกับสนทนาผู้เรียนภาษาไทยชาวจีน ผู้พูดภาษาไทย และผู้พูดภาษาจีนกลุ่มละ 100 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาและนำมาเปรียบเทียบกันโดยใช้วิธีการทางสถิติ พร้อมทั้งวิเคราะห์การถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนเลือกที่จะแสดงความเห็นแย้งมากกว่าไม่แสดงวัจนกรรม ซึ่งต่างกับผู้พูดภาษาไทยอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม เมื่อตัดสินใจแสดงความเห็นแย้ง ทั้งผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนและผู้พูดภาษาไทยนิยมใช้กลวิธีอ้อมมากกว่ากลวิธีตรงเช่นเดียวกัน สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของ

<sup>1</sup> บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิตเรื่อง การศึกษาวัจนกรรมการแสดงความเห็นแย้งของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษา: กรณีศึกษานักศึกษาชาวจีนจากมณฑลยูนนานและกวางสี ได้รับทุนโครงการสู่ความเป็นเลิศด้านภาษาและวรรณคดีไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2561-2562.

<sup>2</sup> หน่วยงานผู้แต่ง: หลักสูตรมหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย/หน่วยปฏิบัติการวิจัย “ไทยวิทยรศน์” เพื่อการศึกษาภาษา วรรณคดี และคติชนไทย

<sup>3</sup> หน่วยงานผู้แต่ง: ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย/หน่วยปฏิบัติการวิจัย “ไทยวิทยรศน์” เพื่อการศึกษาภาษา วรรณคดี และคติชนไทย.

สังคมบริบทสูงและการให้ความสำคัญกับการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างคู่สนทนา เมื่อเปรียบเทียบความถี่ของกลยุทธ์ที่ใช้พบว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนใช้กลยุทธ์ตรงใกล้เคียงกับผู้พูดภาษาไทย แต่ใช้กลยุทธ์อ้อมน้อยกว่าผู้พูดภาษาไทยและใช้กลยุทธ์เสริมมากกว่าผู้พูดภาษาไทยอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยสันนิษฐานว่าเป็นผลมาจากความสามารถในการใช้ภาษาของผู้เรียน นอกจากนี้ ยังพบว่าลักษณะการใช้ภาษาบางประการของผู้เรียนอาจก่อให้เกิดปัญหาในการปฏิสัมพันธ์ได้ ได้แก่ การใช้คำว่า “ต้อง” การใช้คำว่า “ไม่ได้” และการใช้คำลงท้ายแสดงสถานภาพ ซึ่งมีผลต่อเจตนาและความเหมาะสมในการสื่อสาร โดยส่วนใหญ่มักเป็นผลจากการถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์

**คำสำคัญ:** วัจนกรรมการแสดงความเห็นแย้ง, วัจนปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษา, ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีน, กลยุทธ์ทางภาษา, การถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์

### Abstract

The speech act of disagreement is one of the significant topics for the case of Chinese learners of Thai. According to a classroom observation and a pilot study, Chinese learners of Thai tend to express disagreement in the contexts where native speakers of Thai prefer not to show their different opinions. This study is conducted from the perspective of interlanguage pragmatics using DCT for data collecting. The participants are 100 Chinese learners of Thai, 100 native speakers of Thai, and 100 native speakers of Chinese. The linguistic strategies adopted by the participants are categorized and compared between two groups of the informants using statistical methods. The result reveals that Chinese learners of Thai prefer expressing disagreement in most of the cases which is significantly different from native speakers of Thai. However, when both groups decide to show disagreement, they prefer indirect strategies to direct ones. This linguistic behaviors seems to be somewhat related to the characteristics of high-context culture. Based on statistic results, Chinese learners of Thai use direct strategies as frequently as native speakers of Thai. However, they use indirect strategies less often and supportive strategies more often when compared to native speakers of Thai. It is hypothesized that this might be the result of language proficiency. It is also found that some pragmatic transfers might cause misunderstanding in intercultural communication including the use of /wɔŋ<sup>2</sup>/ and /maj<sup>2</sup>daj<sup>2</sup>/ and the inappropriate use of status final particles by Chinese learners of Thai.



**Keywords:** Speech act of disagreement; Interlanguage pragmatics; Chinese learners of Thai; Linguistic strategies; Pragmatic transfer

## 1. บทนำ

ในปัจจุบัน ภาษาไทยมีบทบาทเป็นสื่อกลางในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและเป็นหนึ่งในภาษาที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจศึกษา โดยเฉพาะชาวจีนซึ่งเป็นผู้เรียนชาวต่างชาติกลุ่มใหญ่ที่สุดกลุ่มหนึ่ง ความนิยมในการศึกษาภาษาไทยของผู้เรียนชาวต่างชาติส่งผลให้งานวิจัยภาษาไทยในฐานะภาษาที่สองได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากความรู้ด้านวัจนปฏิบัติศาสตร์ช่วยให้ผู้เรียนสื่อสารได้เหมาะสมกับบริบทสถานการณ์และส่งผลให้การปฏิสัมพันธ์เป็นไปอย่างราบรื่น อย่างไรก็ตาม งานวิจัยทางด้านวัจนปฏิบัติศาสตร์ของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนยังคงมีจำนวนน้อยมาก ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาวัจนปฏิบัติศาสตร์ของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีน โดยใช้แนวทางการศึกษาที่เรียกว่า วัจนปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษา (Interlanguage pragmatics) ซึ่งเป็นสาขาวิชาที่ศึกษาการรับและใช้ภาษาของผู้เรียนที่ไม่ใช่เจ้าของภาษา (Kasper & Blum-Kulka, 1993 p. 3)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาวัจนกรรมการแสดงความเห็นแย้งเนื่องจากเป็นวัจนกรรมที่เกิดขึ้นทั่วไปในชีวิตประจำวัน แต่ในบางสังคมกลับมองว่าการแสดงความเห็นแย้งเป็นพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ เช่นสังคมไทยซึ่งเป็นสังคมที่หลีกเลี่ยงการเผชิญหน้าและความขัดแย้ง (Klausner, 1976, p. 255) รวมทั้งสังคมจีนที่ให้ความสำคัญกับความปรองดองในสังคมและมักหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง (Kirkbride et al., 1991, p. 367) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของเหลียงและหานพบว่าในมุมมองของชาวจีน การแสดงความเห็นแย้งอาจารย์เป็นการแสดงความเคารพและรักษาหน้าด้านบวกของผู้ฟัง (Liang & Han, 2005) นอกจากนี้งานวิจัยของจู่ยังพบว่าชาวจีนนิยมแสดงความเห็นแย้งแบบไม่ลดน้ำหนักและมองว่าการใช้ภาษาเช่นนั้นช่วยรักษาหน้าและความสัมพันธ์ระหว่างคู่สนทนาได้ (Zhu, 2014) สอดคล้องกับผลการสังเกตการณ์ในชั้นเรียนและผลจากโครงการวิจัยนำร่องที่พบว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนมักแสดงความเห็นแย้งอย่างตรงไปตรงมา

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวัจนกรรมการแสดงความเห็นแย้งของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษา โดยศึกษาผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนจากมณฑลยูนนานและกวางสี เนื่องจากผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนส่วนใหญ่มาจากสองมณฑลนี้เป็นหลัก ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยชิ้นนี้น่าจะก่อให้เกิดความเข้าใจกันระหว่างชาวไทยและชาวจีนมากขึ้น รวมทั้งเป็นข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการเรียนการสอนภาษาไทยในฐานะภาษาที่สองให้แก่ผู้เรียนชาวจีนต่อไป

## 2. ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยแบ่งการทบทวนวรรณกรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ วัจนปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษาและวัจนกรรมการแสดงความเห็นแย้ง

### 2.1 วัจนปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษา

วัจนปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษา คือ “การศึกษาความเข้าใจและการผลิตอันตรภาษาของผู้เรียนโดยเปรียบเทียบกับข้อมูลภาษาแม่และภาษาที่สองของผู้เรียนตามแนวทางการศึกษาอันตรภาษาที่เสนอโดยเซลลิงเกอร์ (Selinker, 1972) เพื่อชี้ให้เห็นว่าความสามารถทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ของผู้เรียนต่างจากภาษาเป้าหมายอย่างไร พร้อมทั้งชี้ให้เห็นพฤติกรรมการใช้อันตรภาษาบางประการของผู้เรียนที่ได้รับอิทธิพลจากภาษาแม่” (Kasper & Blum-Kulka, 1993, p. 12)

แนวคิดหนึ่งที่สำคัญในการศึกษาวัจนปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษา คือ การถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ (pragmatic transfer) หรือ “อิทธิพลของความรู้ทางภาษาหรือวัฒนธรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากภาษาที่สองที่มีผลต่อความเข้าใจ การผลิตภาษา และการเรียนรู้เกี่ยวกับวัจนปฏิบัติศาสตร์ภาษาที่สอง” (Kasper, 1992, p. 5) โดยอาจแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ แบ่งตามลักษณะการถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์และแบ่งตามผลของการถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ที่มีต่อภาษาที่สอง ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 1 ตารางแสดงประเภทและนิยามของการถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์**

เกณฑ์การแบ่ง	ประเภทและนิยามของการถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์
ลักษณะการถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์	การถ่ายโอนทางภาษาศาสตร์วัจนปฏิบัติ (pragmalinguistic transfer) คือ การที่ผู้เรียนถ่ายโอนกลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการแสดงวัจนกรรมในภาษาแม่มาใช้ในภาษาที่สอง โดยที่ถ้อยคำเหล่านั้นมีลักษณะทางไวยากรณ์และความหมายเทียบเท่ากับถ้อยคำในภาษาที่สอง แต่มีพลังวัจนปฏิบัติ (pragmatic force) ต่างกันเนื่องจากการตีความที่ต่างกัน (Thomas, 1983, p. 101)
	การถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์สังคม (sociopragmatic transfer) คือ การที่ผู้เรียนถ่ายโอนความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ภาษาในภาษาแม่มาใช้ในภาษาที่สอง ทั้งในด้านการเลือกที่จะแสดงวัจนกรรม ความถี่ในการแสดงวัจนกรรม และระดับความเคารพที่ใช้ (Olshtain & Copen, 1989, p. 61)
ผลต่อภาษาที่สอง	การถ่ายโอนทางบวก (positive transfer) คือ การที่พฤติกรรมทางวัจนปฏิบัติศาสตร์และความรู้อื่น ๆ ในภาษาแม่และภาษาที่สองเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (Kasper, 1992, p. 11-12)
	การถ่ายโอนทางลบ (negative transfer) คือ การที่อิทธิพลของความสามารถทางวัจนปฏิบัติในภาษาแม่ซึ่งแตกต่างจากภาษาที่สองส่งผลต่อการรับและใช้ภาษาที่สองของผู้พูด (Kasper, 1992, p. 12-15)

วัจนกรรมการแสดงความเห็นแย้งของผู้เรียนภาษาที่สองเป็นหัวข้อหนึ่งที่ได้รับคามสนใจ โดยงานวิจัยส่วนใหญ่แสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมมีผลต่อการแสดงวัจนกรรม กล่าวคือ ผู้พูดที่มาจากต่างวัฒนธรรมจะแสดงวัจนกรรมต่างกัน เช่น ชาวจีนนิยมหลีกเลี่ยงการแสดงความเห็นแย้งมากกว่าชาว

อเมริกัน (Chen, 2006) เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ จึงพบว่าผู้เรียนภาษาที่สองมักแสดงความคิดเห็นแย้งต่างจากเจ้าของภาษาเป้าหมาย เนื่องจากถ่ายโอนลักษณะบางประการมาจากภาษาแม่ของตนและบางครั้งอาจไม่เหมาะสมตามมุมมองของเจ้าของภาษาเป้าหมาย

งานวิจัยตามแนววจนปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษาของผู้เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองพบทั้งหมด 5 เรื่อง โดยเป็นการศึกษาข้อบกพร่องเชิงวจนปฏิบัติศาสตร์ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม 2 เรื่อง ได้แก่ งานวิจัยเรื่อง “ข้อบกพร่องเชิงวจนปฏิบัติศาสตร์ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการใช้ภาษาไทยของผู้พูดชาวอเมริกันและชาวจีน” ซึ่งเก็บข้อมูลจากผู้เรียนภาษาไทยชาวอเมริกันและผู้เรียนภาษาไทยชาวจีน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าความรู้ทางวจนปฏิบัติศาสตร์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการสื่อสารและการขาดความรู้ทางวจนปฏิบัติศาสตร์ในภาษาเป้าหมายอาจก่อให้เกิดปัญหาในการสนทนาและความสัมพันธ์ระหว่างคู่สนทนาได้ (จินดารัตน์ ธรรมรงุฑย์, 2553) งานวิจัยอีกเรื่องหนึ่ง คือ งานวิจัยเรื่อง “ข้อบกพร่องเชิงวจนปฏิบัติศาสตร์ในการใช้ภาษาไทยสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของนักศึกษาจีนมหาวิทยาลัยเศรษฐศาสตร์การเงินยูนนานประเทศจีน” ซึ่งเก็บข้อมูลจากผู้เรียนภาษาไทยชาวจีน ผลการศึกษาพบว่าข้อบกพร่องเชิงวจนปฏิบัติศาสตร์สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ การใช้คำนามและคำสรรพนามไม่ถูกต้องเหมาะสม การใช้ลักษณะประโยคแบบภาษาแม่ การใช้คำผิดความหมาย และการใช้คำผิดระดับและผิดกาลเทศะ (ณัฐณาภรณ์ เดชราช, 2562)

นอกจากงานวิจัยที่กล่าวมาแล้ว งานวิจัยอีก 3 เรื่องเป็นงานที่ศึกษาการแสดงวจนกรรมของผู้เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง ประกอบด้วยการศึกษาวจนกรรมการขอร้องของผู้เรียนภาษาไทยชาวพม่า (ประภัสสร เจียมวงษา, 2558) การศึกษาวจนกรรมการแสดงความคิดเห็นแย้งของผู้เรียนภาษาไทยชาวเกาหลี (ยางวอน ฮยอน, 2559) และการศึกษาการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนภาษาไทยชาวเกาหลีและชาวไทยในบริบทธุรกิจ (ยางวอน ฮยอน, 2560) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการใช้ภาษาของผู้เรียนมีทั้งส่วนที่เหมือนและแตกต่างจากผู้พูดภาษาไทย ลักษณะที่เหมือนกับผู้พูดภาษาไทย เช่น การที่ผู้เรียนภาษาไทยชาวเกาหลีใช้ถ้อยคำที่แสดงว่าเป็นความเห็นส่วนบุคคลในการแสดงความคิดเห็นแย้ง จัดเป็นการถ่ายโอนทางบวกที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาในการสนทนา ส่วนลักษณะที่แตกต่างจากผู้พูดภาษาไทย เช่น การที่ผู้เรียนชาวพม่ามักใช้คำสั้นและใช้การปรากฏร่วมของกลวิธีน้อยกว่าผู้พูดชาวไทย ส่งผลให้ชาวไทยมองว่าชาวพม่าเป็นคนตรงไปตรงมา พูดห้วน และไม่มีเหตุผล รวมทั้งการที่ผู้เรียนชาวเกาหลีนิยมใช้ประโยคคำสั่งเพื่อทวงถามสิ่งที่ตกลงจะกระทำ ต่างจากชาวไทยที่นิยมใช้กลวิธีการเสนอความช่วยเหลือให้ผู้ฟัง เป็นต้น

จะเห็นได้ว่างานวิจัยตามแนวทางนี้ยังคงมีค่อนข้างน้อย โดยประเด็นที่ได้รับความสนใจส่วนใหญ่ คือ การแสดงวจนกรรมของผู้เรียน โดยเฉพาะวจนกรรมที่เสี่ยงต่อการคุกคามหน้าของผู้ฟัง ซึ่งเป็น

วัฒนธรรมที่ท้าทายผู้เรียนภาษาที่สองที่ต้องอาศัยความรู้ทั้งทางไวยากรณ์เพื่อให้สื่อสารได้เข้าใจและอาศัยความรู้ทางวัฒนธรรมเพื่อให้อ่านได้อย่างเหมาะสม

## 2.2 วัฒนธรรมการแสดงความเห็นแย้ง

วัฒนธรรมการแสดงความเห็นแย้งในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง “การใช้ถ้อยคำหรือวิธีการสื่อสารอื่น ๆ เพื่อแสดงความไม่เห็นด้วยต่อการกระทำก่อนหน้า” (ปรับจาก Kakava, 1993) ซึ่งมีลักษณะสำคัญคือ เป็นการกระทำที่สัมพันธ์กับการกระทำก่อนหน้าและการกระทำที่ตามมา (Sornig, 1977, p. 363; Rees-Miller, 2000, p. 1088) เป็นการกระทำที่ไม่พึงปรารถนา (Leech, 1983; Pomerantz, 1984) ถือเป็นวัฒนธรรมที่คุกคามหน้าผู้ฟัง (Brown & Levinson, 1987, p. 66) แต่ในบางสังคมอาจเป็นการกระทำที่ช่วยพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างคู่สนทนาได้ เช่น ในสังคมกรีกที่มองว่าการแสดงความเห็นแย้งช่วยสร้างความสัมพันธ์อันหนึ่งอันเดียวกัน ชาวกรีกจึงมักแสดงความเห็นแย้งอย่างตรงไปตรงมา (Tannen & Kakava, 1992)

สำหรับสังคมไทย เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้น ชาวไทยมักหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้า เนื่องจากสมาชิกในสังคมให้ความสำคัญกับความรู้สึกของผู้อื่นเป็นหลักและไม่ต้องการให้เกิดความบาดหมางระหว่างกัน (Klausner, 1976, p. 255) สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาซึ่งพบว่าผู้พูดชาวไทยนิยมแสดงความเห็นแย้งแบบอ้อม โดยการใช้กลวิธีทางภาษาต่าง ๆ เพื่อแสดงความสุภาพและลดน้ำหนักการคุกคามหน้าผู้ฟัง (ปวีณา วัชรสุวรรณ, 2547; สิริทิธรรม อ่องวุฒิวัฒน์, 2558)

ส่วนสังคมจีนซึ่งเป็นสังคมที่ให้ความสำคัญกับความกลมเกลียวตามอิทธิพลของลัทธิขงจื้อ (Kirkbride et al., 1991, p. 367) มักมองว่าการโต้แย้งเป็นจุดเริ่มต้นของความวุ่นวายและหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้าโดยตรง แต่หากจำเป็นต้องเผชิญหน้า ชาวจีนก็จะเลือกใช้กลวิธีแบบอ้อมเพื่อรักษาความกลมเกลียวในสังคม (Bond, 1992, p. 65) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยอีกกลุ่มหนึ่งกลับพบว่าในมุมมองของชาวจีน การแสดงความเห็นแย้งเป็นพฤติกรรมที่มีผลในด้านบวกและไม่จำเป็นต้องหลีกเลี่ยง เช่น งานวิจัยของกัวที่พบว่า การโต้แย้งในกลุ่มเพื่อนสนิทอาจใช้เพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกันในกลุ่มได้ (Kuo, 1991) นอกจากนี้ยังพบว่าชาวจีนนิยมแสดงความเห็นแย้งอย่างตรงไปตรงมาและมองว่าการแสดงความเห็นแย้งแบบไม่ลดน้ำหนักเป็นสิ่งที่มีความเหมาะสมและยอมรับได้ในบางบริบท (Zhu, 2014) เป็นต้น

ลักษณะดังกล่าวสะท้อนให้เห็นค่านิยมและวัฒนธรรมในสังคมจีนที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบสังคมนิยม (Yu et al., 2016, p. 313) ประกอบกับอิทธิพลของการปฏิวัติวัฒนธรรม (Kádár & Pan, 2011, p. 132) และอิทธิพลของโลกตะวันตกที่เข้ามามีบทบาทอย่างกว้างขวางในช่วงการปฏิรูปสังคม (Ralston et al., 1999, p. 12) รวมถึงผลจากนโยบายลูกคนเดียวที่ส่งเสริมให้ผู้ที่เกิดในยุคดังกล่าวมีความเป็นปัจเจกมากขึ้นอีกด้วย (Pan & Kádár, 2011, p. 124)

### 3. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งวิธีการดำเนินการวิจัยออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ ขอบเขตของการศึกษา วิธีการเก็บข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ขอบเขตของการศึกษา

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลวัจนกรรมการแสดงความคิดเห็นแย้งของผู้ตอบแบบสอบถาม 2 กลุ่ม คือ ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนซึ่งเป็นผู้พูดภาษาจีนกลางจากมณฑลยูนนานและกว่างสี 100 คน และผู้พูดภาษาไทย 100 คน รวมทั้งสิ้น 200 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นนักศึกษาที่มีอายุระหว่าง 19-22 ปี ทั้งนี้ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนจะต้องเรียนภาษาไทยมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ปี เนื่องจากผู้เรียนที่เรียนภาษาที่สองมาแล้วอย่างน้อย 1 ปีจะอยู่ในขั้นที่เรียกว่า “Speech Emergence” ซึ่งเป็นระยะที่ผู้เรียนสามารถเข้าใจภาษาที่สองและสื่อสารด้วยประโยคพื้นฐานได้ (Krashen & Terrell, 1983) นอกจากนี้ ผู้เรียนจะต้องอาศัยอยู่ในประเทศไทยมาแล้ว 1 เดือนขึ้นไป เนื่องจากต้องการให้ผู้เรียนมีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับเจ้าของภาษาไทยมาบ้างแล้ว

#### 3.2 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้เรียนภาษาไทยชาวจีน ผู้พูดภาษาไทย และผู้พูดภาษาจีนโดยใช้แบบสอบถามชนิดเติมเต็มบทสนทนา แบบสอบถามแต่ละชุดประกอบด้วยสถานการณ์การแสดงความคิดเห็นที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ในสถานศึกษาจำนวน 5 สถานการณ์ โดยคัดเลือกจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักศึกษาชาวไทยที่เคยปฏิสัมพันธ์กับชาวจีนจำนวน 3 คน ประกอบกับการสังเกตการณ์ในชั้นเรียนภาษาไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีนจำนวน 6 ชั่วโมง และสำรวจจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัจนกรรมการแสดงความคิดเห็นอีกส่วนหนึ่ง (ปวีณา วัชรสุวรรณ, 2547; วันวิสาข์ กุลภักทรนิรันดร์, 2549; Kreutel, 2007) สถานการณ์การแสดงความคิดเห็นในงานวิจัยชิ้นนี้ ประกอบด้วย การแสดงความคิดเห็นหัวข้อรายงานที่เพื่อนและอาจารย์เสนอ การแสดงความคิดเห็นสถานที่ทัศนศึกษาที่เพื่อนและอาจารย์เสนอ และการแสดงความคิดเห็นความคิดเห็นของเพื่อนเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของคนในชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ในการเก็บข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามมีเวลาในการทำแบบสอบถามประมาณ 20 นาที

#### 3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถแบ่งได้เป็นขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1) แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ข้อมูลที่เป็นการแสดงวัจนกรรมการแสดงความคิดเห็นแย้ง ได้แก่ ถ้อยคำที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการกล่าวในสถานการณ์ที่ไม่เห็นด้วยกับผู้ฟัง และข้อมูลที่ไม่ใช่การแสดงวัจนกรรมการแสดงความคิดเห็นแย้ง ได้แก่ การเลือกที่จะนิ่งเฉยหรือเลือกที่จะไม่พูดแต่ทำอย่างอื่นเมื่อ

ไม่เห็นด้วยกับผู้ฟัง โดยกำหนดขอบเขตของการแสดงความคิดเห็นแย้งตามนิยามของกากาวา (Kakava, 1993, p. 36)

2) สำหรับข้อมูลที่เป็นการแสดงวัจนกรรม ผู้วิจัยจะนำคำตอบที่ได้มาแบ่งเป็นถ้อยคำตามนิยามของเฮิร์ดฟอร์ดและเฮียสลีย์ (Hurford & Heasley, 1983, p 16) โดยใช้เวลาวัจนวรรคประกอบกับความสมบูรณ์ของเนื้อความเป็นเกณฑ์ เช่น “เคยไปแล้ว ลองไปจังหวัดระนองดีมัย” สามารถแบ่งได้ 2 ถ้อยคำ คือ “เคยไปแล้ว” และ “ลองไปจังหวัดระนองดีมัย”

3) นำถ้อยคำที่ได้มาจำแนกเป็นกลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการแสดงความคิดเห็นแย้ง โดยพิจารณาจากรูปภาษา เนื้อความ แนวทางจากงานวิจัยที่มีมาก่อน (ปวีณา วัชรสุวรรณ, 2547; สิทธิธรรม อ่องวุฒิวัดณ์, 2558) และแนวคิดด้านวัจนปฏิบัติศาสตร์ ได้แก่ เฟรเซอร์ (Fraser, 1980) ลีช (Leech, 1983) บราวน์และเลวินสัน (Brown & Levinson, 1987) และกู (Gu, 1990)

4) นับความถี่ของการปรากฏและวิเคราะห์การถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ โดยพิจารณาจากรูปภาษาประกอบกับการเปรียบเทียบความถี่ของกลวิธีที่ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีน ผู้พูดภาษาไทย และผู้พูดภาษาจีนเลือกใช้ โดยใช้วิธีการทางสถิติ Chi-square และ Fisher's Exact test ที่ระดับนัยสำคัญ .05 เพื่อตรวจสอบว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนเลือกใช้กลวิธีการแสดงความคิดเห็นแย้งแตกต่างจากผู้พูดภาษาไทยและผู้พูดภาษาจีนอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่

5) ส่วนข้อมูลที่ไม่ใช่การแสดงวัจนกรรม ผู้วิจัยจะนับความถี่ของคำตอบจากแบบสอบถามทั้ง 3 ชุด แล้วนำมาเปรียบเทียบกันโดยใช้วิธีการทางสถิติ Chi-square และ Fisher's Exact test ที่ระดับนัยสำคัญ .05 พร้อมทั้งวิเคราะห์สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกที่จะไม่กล่าวแย้งผู้ฟัง

#### 4. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ วัจนกรรมการแสดงความคิดเห็นแย้งของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีน วัจนกรรมการแสดงความคิดเห็นแย้งของผู้พูดภาษาไทย การเปรียบเทียบวัจนกรรมการแสดงความคิดเห็นแย้งของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนกับผู้พูดภาษาไทยตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษา และการถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ และลักษณะการใช้ภาษาของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนที่อาจก่อให้เกิดปัญหาในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและข้อเสนอแนะในการเรียนการสอน

##### 4.1 วัจนกรรมการแสดงความคิดเห็นแย้งของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีน

ผลการศึกษาพบว่าในสถานการณ์ที่ไม่เห็นด้วยกับความคิดของผู้ฟัง ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนเลือกที่จะกล่าวแย้งมากกว่าไม่กล่าวแย้ง ดังตารางต่อไปนี้

## ตารางที่ 2 ตารางแสดงคำตอบของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีน

	ความถี่	ร้อยละ
การกล่าวแย้ง	367	80.13
การไม่กล่าวแย้ง	91	19.87
การนิ่งเฉย	79	17.25
การไม่พูดแต่ทำอย่างอื่น	12	2.62
รวม	458	100

จากตารางจะเห็นได้ว่าในสถานการณ์ที่ไม่เห็นด้วยกับความคิดของผู้ฟัง ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนเลือกที่จะกล่าวแย้งมากถึงร้อยละ 80.13 แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนมองว่าการแสดงความเห็นแย้งเป็นพฤติกรรมที่ไม่จำเป็นต้องหลีกเลี่ยง สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาที่พบว่าชาวจีนมองว่าการแสดงความเห็นแย้งระหว่างเพื่อนเป็นการสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกัน (Kuo, 1991) นอกจากนี้การแสดงความเห็นแย้งอาจารย์ยังแสดงถึงการคำนึงถึงหน้าด้านบวทของผู้ฟัง และเป็นการแสดงความเคารพผู้ฟังด้วย (Liang & Han, 2005) เช่นเดียวกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนที่พบว่าชาวจีนมองว่าการแสดงความเห็นแย้งเป็นการแสดงออกทางความคิดที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน (สัมภาษณ์เมื่อ 27 ตุลาคม 2562)

### 4.1.1 การกล่าวแย้ง

ผลการศึกษาพบว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนเลือกที่จะกล่าวแย้งผู้ฟัง 367 คำตอบ ถ้อยคำที่กล่าวสามารถจำแนกเป็นกลวิธีต่าง ๆ ได้ 927 ครั้ง ประกอบด้วยกลวิธีหลักร้อยละ 85.44 และกลวิธีเสริมร้อยละ 14.56 ทั้งนี้ กลวิธีหลักซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึง “ถ้อยคำที่ผู้พูดใช้เพื่อแสดงว่าผู้พูดไม่เห็นด้วยกับความคิดของผู้ฟังในสถานการณ์ที่แสดงความเห็นนั้น” ยังสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลวิธีตรงและกลวิธีอ้อม

#### 4.1.1.1 กลวิธีตรง

กลวิธีตรงในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง “ถ้อยคำที่แสดงว่าผู้พูดไม่เห็นด้วยกับความคิดของผู้ฟังอย่างตรงไปตรงมา ไม่มีการตกแต่งถ้อยคำที่ทำให้ความอ่อนลงหรือลดน้ำหนักการคุกคามหน้า และไม่สามารถตีความเป็นเจตนาอื่นได้” กลวิธีตรงที่ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนใช้ทั้งหมด 5 กลวิธี รวมทั้งสิ้น 190 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.45 จากกลวิธีทั้งหมด ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 3 ตารางแสดงกลวิธีตรงที่ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนใช้ในการแสดงความคิดเห็นแย้ง**

กลวิธีตรง	ความถี่	ร้อยละ
การปฏิเสธความเห็นผู้ฟัง	128	13.78
การบอกความต้องการของตน	46	4.95
การแสดงข้อคิดเห็นที่ต่างจากผู้ฟัง	7	0.75
การสั่ง	6	0.65
การตำหนิผู้ฟัง	3	0.32
<b>รวม</b>	<b>190</b>	<b>20.45</b>

**ตัวอย่างที่ 1**

“ไม่ใช่คนจีนทุกคนจะเป็นแบบนี้ค่ะ”

จากตัวอย่างที่ 1 ผู้พูดไม่เห็นด้วยกับความคิดของผู้ฟังที่กล่าวว่าชาวจีนชอบแข่งควิ จึงกล่าวแย้งโดยการปฏิเสธความเห็นของผู้ฟัง “ไม่ใช่คนจีนทุกคนจะเป็นแบบนี้ค่ะ” เพื่อบอกให้ผู้ฟังทราบว่าความคิดของผู้ฟังไม่เป็นความจริง ทำให้ผู้ฟังเข้าใจได้ทันทีว่าผู้พูดไม่เห็นด้วยกับตน

**ตัวอย่างที่ 2**

“หนูอยากไปภูเก็ต”

จากตัวอย่างที่ 2 เป็นสถานการณ์ที่ผู้พูดไม่เห็นด้วยกับความคิดของอาจารย์ที่เสนอให้ไปทัศนศึกษาที่จังหวัดเชียงใหม่ จึงกล่าวแย้งผู้ฟังโดยการบอกความต้องการของตนว่า “หนูอยากไปภูเก็ต” เพื่อให้ผู้ฟังทราบว่าผู้พูดไม่เห็นด้วยกับความคิดของผู้ฟังและต้องการไปทัศนศึกษาที่จังหวัดภูเก็ต

**4.1.1.2 กลวิธีอ้อม**

กลวิธีอ้อมในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง “ถ้อยคำที่แสดงว่าผู้พูดไม่เห็นด้วยกับความคิดของผู้ฟังโดยมีการตกแต่งเพื่อลดน้ำหนักการคุกคามหน้า หรือถ้อยคำที่ต้องอาศัยการตีความเพื่อให้เข้าใจเจตนาการแสดงความคิดเห็นแย้ง” กลวิธีอ้อมที่ผู้เรียนภาษาไทยใช้มีทั้งหมด 11 กลวิธี รวมทั้งสิ้น 604 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 65.01 จากกลวิธีทั้งหมด ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 4 ตารางแสดงกลวิธีอ้อมที่ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนใช้ในการแสดงความคิดเห็นแย้ง**

กลวิธีอ้อม	ความถี่	ร้อยละ
การให้เหตุผล	206	22.17
การใช้รูปภาพที่ทำให้ความอ่อนลง	179	19.27
การเสนอแนะ	75	8.07
การแบ่งรับแบ่งสู้	38	4.09
การยอมรับบางส่วน	27	2.91
การถาม	27	2.91



กลวิธีอ้อม	ความถี่	ร้อยละ
การขอทำอย่างอื่น <sup>4</sup>	26	2.80
การอ้างถึงสิ่งอื่นหรือบุคคลอื่น	10	1.08
การบอกว่ามีทางเลือกอื่น	8	0.86
การไม่ตอบรับในทันที	6	0.65
การบอกให้ทำอย่างอื่น	2	0.21
รวม	604	65.01

### ตัวอย่างที่ 3

“เราคิดว่าไปพัทยาดีกว่า พัทยามีคนชอบไปเที่ยวหลายกว่า”

จากตัวอย่างที่ 3 เป็นสถานการณ์ที่ผู้พูดไม่เห็นด้วยกับความคิดของอาจารย์ที่เสนอให้ไปทัศนศึกษาที่จังหวัดเชียงใหม่ จึงกล่าวแย้งอาจารย์โดยใช้กลวิธีการเสนอแนะ “เราคิดว่าไปพัทยาดีกว่า” เพื่อแสดงว่าผู้พูดคิดว่าพัทยาเป็นสถานที่ที่เหมาะสมกว่าความคิดที่ผู้ฟังเสนอ ทั้งนี้ผู้พูดใช้รูปภาพที่ทำให้ความอ่อนลง ได้แก่ ถ้อยคำแสดงสภาวะทางความคิด “คิดว่า” เพื่อลดน้ำหนักการคุกคามหน้าผู้ฟัง โดยการแสดงว่าสิ่งที่ผู้พูดเสนอเป็นเพียงความเห็นส่วนตัวของผู้พูด นอกจากนี้ผู้พูดยังใช้กลวิธีการให้เหตุผล “พัทยามีคนชอบไปเที่ยวหลายกว่า” เพื่อสนับสนุนข้อเสนอของตนด้วย

### ตัวอย่างที่ 4

“แค่บางคนชอบแข่งควเท่านั้น”

จากตัวอย่างที่ 4 เป็นสถานการณ์ที่ผู้พูดไม่เห็นด้วยกับเพื่อนที่กล่าวว่าชาวจีนชอบแข่งคว จึงกล่าวแย้งโดยใช้กลวิธีการแบ่งรับแบ่งสู้ “แค่บางคนชอบแข่งควเท่านั้น” กล่าวคือ ผู้พูดไม่ได้ปฏิเสธว่าสิ่งที่ผู้ฟังกล่าวไม่เป็นความจริง แต่ก็ไม่ได้แสดงว่าตนเห็นด้วยกับสิ่งที่ผู้ฟังกล่าว ทำให้ผู้ฟังตีความได้ว่าผู้พูดไม่เห็นด้วยกับความคิดของตน

#### 4.1.1.3 กลวิธีเสริม

กลวิธีเสริมในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง “ถ้อยคำที่ไม่ได้แสดงว่าผู้พูดไม่เห็นด้วยกับผู้ฟังเมื่อปรากฏเดี่ยว แต่นำมาใช้เสริมถ้อยคำที่เป็นกลวิธีหลักในการแสดงความเห็นแย้งเพื่อวัตถุประสงค์บางประการ” กลวิธีเสริมที่ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนใช้มีทั้งหมด 4 กลวิธี รวมทั้งสิ้น 135 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.53 จากกลวิธีทั้งหมด ดังตารางต่อไปนี้

<sup>4</sup> การขอทำอย่างอื่นเป็นกลวิธีที่ผู้พูดขอทำสิ่งอื่นที่ต่างจากข้อเสนอหรือความคิดของผู้ฟัง ในขณะที่การบอกให้ทำอย่างอื่นเป็นกลวิธีที่ผู้พูดบอกให้ผู้ฟังหรือบุคคลที่สามทำสิ่งที่ต่างจากความคิดของผู้ฟัง

**ตารางที่ 5 ตารางแสดงกลวิธีเสริมที่ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนใช้ในการแสดงความเห็นแย้ง**

กลวิธีเสริม	ความถี่	ร้อยละ
การใช้คำเรียก	63	6.78
การขอโทษ <sup>5</sup>	46	4.95
การขอบคุณ	22	2.37
การเกริ่นความ	4	0.43
รวม	135	14.53

**ตัวอย่างที่ 6**

“ขอโทษอาจารย์ ฉันไม่อยากเลือกหัวข้อนี้”

จากตัวอย่างที่ 6 ผู้พูดไม่เห็นด้วยกับหัวข้อรายงานที่อาจารย์เสนอให้จึงกล่าวแย้งโดยการปฏิเสธความเห็นผู้ฟัง “ฉันไม่อยากเลือกหัวข้อนี้” เพื่อบอกให้ผู้ฟังทราบว่าผู้พูดไม่เห็นด้วยกับข้อเสนอของผู้ฟัง ทั้งนี้ผู้พูดเลือกใช้การขอโทษเพื่อให้ผู้ฟังทราบว่าผู้พูดรู้สึกเสียใจที่ต้องแสดงวาทกรรมที่คุกคามหน้าผู้ฟังและช่วยให้น้ำหนักการคุกคามหน้าลดลง อีกทั้งยังใช้คำเรียก “อาจารย์” เพื่อเรียกความสนใจและแสดงความสุภาพด้วย เนื่องจากในสังคมจีน การใช้คำเรียกที่เหมาะสมเป็นหลักการความสุภาพข้อหนึ่ง (Gu, 1990)

สรุปได้ว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนนิยมใช้กลวิธีอ้อมในการกล่าวแย้งมากกว่ากลวิธีตรง โดยกลวิธีที่ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนนิยมใช้มากที่สุด คือ การให้เหตุผล ซึ่งจัดเป็นกลวิธีความสุภาพด้านบวกที่แสดงถึงการใส่ใจความรู้สึกของคู่สนทนา (Brown & Levinson, 1987, pp. 145-172) ในขณะเดียวกันก็ช่วยให้การกล่าวแย้งมีความหนักแน่นมากยิ่งขึ้น แสดงถึงลักษณะของสังคมจีนที่เป็นสังคมบริบทสูงที่นิยมใช้ภาษาแบบอ้อมที่ต้องอาศัยการตีความจากบริบท (Hall, 1976) อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นว่าชาวจีนให้ความสำคัญกับความกลมเกลียวตามแนวคิดของลัทธิขงจื้อ (Kirkbride et al., 1991) นอกจากนี้ยังสนับสนุนความคิดที่ว่าชาวจีนให้ความสำคัญกับ “หน้า” (Gao & Ting-Toomey, 1998) โดยมองว่าผู้พูดจะรักษาหน้าของตนได้โดยการรักษาหน้าของผู้ฟังตามแนวคิดเรื่อง “Reciprocity” หรือ “Face-balance” (Zhang, 1995, p. 85) อย่างไรก็ตาม พบว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนก็นิยมใช้กลวิธีตรงเช่นกัน โดยมักปรากฏในสถานการณ์ที่ผู้ฟังกล่าวถึงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของชาวจีน แสดงให้เห็นว่าชาวจีนให้ความสำคัญกับ “หน้าของกลุ่ม” และอาจยอมเสียหน้าของตนเพื่อปกป้องหน้าของกลุ่มได้ (Kádár & Pan, 2011, p. 139)

<sup>5</sup> การขอโทษและการขอบคุณเป็นกลวิธีเสริมเนื่องจากไม่สามารถแสดงเจตนาแย้งผู้ฟังได้เมื่อปรากฏเดี่ยว ต้องปรากฏร่วมกับกลวิธีหลัก

#### 4.1.2 การนั่งเฉย

ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนเลือกที่จะนั่งเฉยในสถานการณ์ที่ไม่เห็นด้วยกับผู้ฟังโดยคำนึงถึงสาเหตุแตกต่างกันไป เมื่อนำสาเหตุที่ผู้เรียนคำนึงถึงมาวิเคราะห์สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เน้นผู้พูด กลุ่มที่เน้นผู้ฟัง และกลุ่มที่เน้นทั้งผู้พูดและผู้ฟัง ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 6 ตารางแสดงสาเหตุที่ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนเลือกที่จะนั่งเฉย**

สาเหตุของการนั่งเฉย	ความถี่	ร้อยละ
กลุ่มที่เน้นผู้พูด	44	54.32
กลุ่มที่เน้นผู้ฟัง	30	37.04
กลุ่มที่เน้นทั้งผู้พูดและผู้ฟัง	7	8.64
รวม	81	100

จากตารางจะเห็นได้ว่าสาเหตุที่ทำให้ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนเลือกที่จะนั่งเฉยในสถานการณ์ที่ไม่เห็นด้วยกับผู้ฟังมากที่สุด คือ กลุ่มที่เน้นผู้พูด เช่น การมองว่าข้อเสนอพอจะยอมรับได้หรือคำนึงถึงผลเสียที่อาจจะเกิดกับตนเองหากกล่าวแย้ง เป็นต้น นอกจากนี้ผลการศึกษายังสะท้อนให้เห็นว่าในมุมมองของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีน การแสดงความเห็นแย้งอาจไม่ใช่การกระทำที่ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างคู่สนทนามากนัก ดังนั้นผู้เรียนจึงเลือกที่จะนั่งเฉยเนื่องจากคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างคู่สนทนาเพียงร้อยละ 8.64 เท่านั้น

#### 4.1.3 การไม่พูดแต่ทำอย่างอื่น

ในสถานการณ์ที่ไม่เห็นด้วยกับผู้ฟัง ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนเลือกที่จะไม่พูดแต่ทำอย่างอื่น 12 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.62 จากคำตอบทั้งหมด สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 7 ตารางแสดงคำตอบของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนที่เลือกที่จะไม่พูดแต่ทำอย่างอื่น**

การไม่พูดแต่ทำอย่างอื่น	Freq.	%
รอดัดสติในใจ	5	41.67
ยอมทำตามที่เพื่อนหรืออาจารย์เสนอ	4	33.33
ทำตามความต้องการของตน	3	25.00
รวม	12	100

จากตารางจะเห็นได้ว่าในสถานการณ์ที่ไม่เห็นด้วยกับความคิดของผู้ฟัง ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนบางคนเลือกที่จะไปหาข้อมูลหรือปรึกษากับผู้อื่นก่อนแล้วจึงค่อยตัดสินใจว่าจะทำอย่างไรต่อไปหรือยอมรับข้อเสนอของผู้ฟัง เนื่องจากมองว่าตนยังไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นโต้แย้งมากพอ จึงไม่ต้องการกล่าวแย้งผู้ฟังในทันที

การศึกษาวัจจนกรรมการแสดงความเห็นแย้งของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนแสดงให้เห็นว่าในสถานการณ์ที่ไม่เห็นด้วยกับคู่สนทนา ผู้เรียนเลือกที่จะกล่าวแย้งมากที่สุด โดยเลือกใช้กลวิธีข้อมมากกว่ากลวิธีตรงเพื่อลดน้ำหนักการคุกคามหน้าผู้ฟัง อีกทั้งยังพบว่าผู้เรียนนิยมใช้กลวิธีเสริมเพื่อแสดงความ

สุขภาพและทำให้ผู้ฟังรู้สึกดีด้วย ทั้งนี้ ในบางสถานการณ์ผู้เรียนภาษาไทยอาจเลือกที่จะไม่กล่าวแย้ง อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาสัดส่วนความถี่ระหว่างการกล่าวแย้งและไม่กล่าวแย้งจะเห็นได้ว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนนิยมกล่าวแย้งมากกว่าอย่างชัดเจน แสดงถึงการให้ความสำคัญกับการแสดงออกทางความคิดของตนและมองว่าการแสดงความเห็นแย้งไม่ใช่การกระทำที่จำเป็นจะต้องหลีกเลี่ยง

#### 4.2 วัฒนธรรมการแสดงความคิดเห็นแย้งของผู้พูดภาษาไทย<sup>6</sup>

ผลการศึกษาพบว่าในสถานการณ์ที่ไม่เห็นด้วยกับความคิดของผู้ฟัง ผู้พูดภาษาไทยเลือกที่จะกล่าวแย้งใกล้เคียงกับไม่กล่าวแย้ง ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 8 ตารางแสดงคำตอบของผู้พูดภาษาไทย

	ความถี่	ร้อยละ
กล่าวแย้ง	229	50.22
ไม่กล่าวแย้ง	227	49.78
นิ่งเฉย	197	43.20
ไม่พูดแต่ทำอย่างอื่น	30	6.58
รวม	456	100

จากตารางจะเห็นได้ว่าในสถานการณ์ที่ไม่เห็นด้วยกับความคิดของคุณสนทนา ผู้พูดภาษาไทยเลือกที่จะกล่าวแย้งคุณสนทนาในความถี่ที่ใกล้เคียงกับการไม่กล่าวแย้ง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการแสดงความคิดเห็นแย้งเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมนักในมุมมองของชาวไทย กล่าวคือ สังคมไทยเป็นสังคมที่หลีกเลี่ยงความขัดแย้งและการเผชิญหน้าเนื่องจากไม่ต้องการให้เกิดความบาดหมางระหว่างกัน ดังนั้นเมื่อไม่เห็นด้วยกับคุณสนทนา ชาวไทยจึงมักหลีกเลี่ยงการกล่าวแย้งเพราะบางกรณีอาจนำไปสู่ความเห็นต่างที่รุนแรงจนอาจถึงขั้นทะเลาะเบาะแว้งกัน (Klausner, 1976, p. 255; Komin, 1991, p. 135)

##### 4.2.1 การกล่าวแย้ง

จากคำตอบทั้งหมด 456 คำตอบ ผู้พูดภาษาไทยเลือกที่จะกล่าวแย้งผู้ฟัง 229 คำตอบ สามารถจำแนกเป็นกลวิธีต่าง ๆ ได้ 402 ครั้ง ประกอบด้วยกลวิธีตรง กลวิธีอ้อม และกลวิธีเสริม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

##### 4.2.1.1 กลวิธีตรง

กลวิธีตรงที่ผู้พูดภาษาไทยใช้ในการแสดงความคิดเห็นแย้งมีทั้งหมด 5 กลวิธี คิดเป็นร้อยละ 19.40 จากกลวิธีทั้งหมด ดังตารางต่อไปนี้

<sup>6</sup> ผู้วิจัยขอนำเสนอข้อมูลวัฒนธรรมการแสดงความคิดเห็นแย้งของผู้พูดภาษาไทยเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างในการใช้ภาษาของผู้พูดภาษาไทยและผู้เรียนภาษาไทยชาวจีน อย่างไรก็ตามเนื่องจากข้อจำกัดในการตีพิมพ์ ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอเฉพาะประเด็นสำคัญเท่านั้น

**ตารางที่ 9 ตารางแสดงกลวิธีตรงที่ผู้พูดภาษาไทยใช้ในการแสดงความเห็นแย้ง**

กลวิธีตรง	ความถี่	ร้อยละ
การปฏิเสธความเห็นผู้ฟัง	39	9.70
การบอกความต้องการของตน	18	4.48
การสั่ง	10	2.49
การแสดงข้อคิดเห็นที่ต่างจากผู้ฟัง	9	2.24
การตำหนิผู้ฟัง	2	0.50
<b>รวม</b>	<b>78</b>	<b>19.40</b>

4.2.1.2 กลวิธีอ้อม

กลวิธีอ้อมที่ผู้พูดภาษาไทยใช้ในการแสดงความเห็นแย้งมีทั้งหมด 11 กลวิธี คิดเป็นร้อยละ 75.87 จากกลวิธีทั้งหมด ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 10 ตารางแสดงกลวิธีอ้อมที่ผู้พูดภาษาไทยใช้ในการแสดงความเห็นแย้ง**

กลวิธีอ้อม	ความถี่	ร้อยละ
การเสนอแนะ	89	22.14
การให้เหตุผล	60	14.93
การใช้รูปภาพที่ทำให้ความอ่อนลง	53	13.18
การแบ่งรับแบ่งสู้	39	9.70
การถาม	20	4.98
การขอทำอย่างอื่น	18	4.48
การบอกว่ามีทางเลือกอื่น	15	3.73
การบอกให้ทำอย่างอื่น	6	1.49
การยอมรับบางส่วน	3	0.75
การอ้างถึงสิ่งอื่นหรือบุคคลอื่น	1	0.25
การไม่ตอบรับในทันที	1	0.25
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>75.87</b>

4.2.1.3 กลวิธีเสริม

กลวิธีเสริมที่ผู้พูดภาษาไทยใช้ในการแสดงความเห็นแย้งมีทั้งหมด 4 กลวิธี คิดเป็นร้อยละ 4.73 จากกลวิธีทั้งหมด ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 11** ตารางแสดงกลวิธีเสริมที่ผู้พูดภาษาไทยใช้ในการแสดงความเห็นแย้ง

กลวิธีเสริม	ความถี่	ร้อยละ
การใช้คำเรียก	16	3.98
การขอบคุณ	1	0.25
การเกริ่นความ	1	0.25
การตอบกึ่งตอบรับ	1	0.25
<b>รวม</b>	<b>19</b>	<b>4.73</b>

สรุปได้ว่าผู้พูดภาษาไทยนิยมใช้กลวิธีอ้อมในการกล่าวแย้งมากกว่ากลวิธีตรง โดยกลวิธีที่นิยมใช้มากที่สุด คือ การเสนอแนะ ซึ่งเป็นกลวิธีที่ช่วยให้ผู้พูดสามารถแสดงความคิดเห็นของตนได้โดยที่ไม่นำหนักการคุกคามหน้าผู้ฟังไม่มากนัก แสดงถึงลักษณะของสังคมไทยที่เป็นสังคมบริบทสูง (Hall, 1976) ที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างคู่สนทนาและหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้า โดยใช้กลวิธีทางภาษาที่ลดน้ำหนักการคุกคามหน้าผู้ฟัง (Klausner, 1976, p. 255; Komin, 1991, p. 135)

**4.2.2 การนิ่งเฉย**

ในสถานการณ์ที่ไม่เห็นด้วยกับผู้ฟัง ผู้พูดภาษาไทยเลือกที่จะนิ่งเฉยทั้งหมด 211 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 43.20 จากคำตอบทั้งหมด ทั้งนี้ สาเหตุที่ทำให้ผู้พูดภาษาไทยเลือกที่จะนิ่งเฉยในสถานการณ์ที่ไม่เห็นด้วยกับคู่สนทนาสามารถจำแนกเป็น 3 กลุ่ม ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 12** ตารางแสดงสาเหตุที่ผู้พูดภาษาไทยเลือกที่จะนิ่งเฉย

สาเหตุของการนิ่งเฉย	ความถี่	ร้อยละ
กลุ่มที่เน้นผู้พูด	105	49.76
กลุ่มที่เน้นผู้ฟัง	75	35.55
กลุ่มที่เน้นทั้งผู้พูดและผู้ฟัง	31	14.69
<b>รวม</b>	<b>211</b>	<b>100</b>

จากตารางจะเห็นได้ว่าสาเหตุที่ผู้พูดภาษาไทยเลือกที่จะนิ่งเฉยในสถานการณ์ที่ไม่เห็นด้วยกับคู่สนทนามากที่สุด คือ กลุ่มที่เน้นผู้พูด ซึ่งพบประมาณครึ่งหนึ่งของสาเหตุทั้งหมด นอกจากนี้ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่าในมุมมองของผู้พูดภาษาไทย การแสดงความเห็นแย้งอาจเป็นการกระทำที่ส่งผลเสียต่อความสัมพันธ์ระหว่างคู่สนทนา ผู้พูดภาษาไทยจึงเลือกที่จะนิ่งเฉยโดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างคู่สนทนา ซึ่งจัดเป็นสาเหตุกลุ่มที่เน้นทั้งผู้พูดและผู้ฟังประมาณร้อยละ 15 จากสาเหตุทั้งหมด

**4.2.3 การไม่พูดแต่ทำอย่างอื่น**

ผู้พูดภาษาไทยเลือกที่จะไม่พูดแต่ทำอย่างอื่น 30 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.58 จากคำตอบทั้งหมด สามารถแบ่งการกระทำได้เป็น 3 กลุ่ม ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 13** ตารางแสดงคำตอบของผู้พูดภาษาไทยที่เลือกที่จะไม่พูดแต่ทำอย่างอื่น

การไม่พูดแต่ทำอย่างอื่น	ความถี่	ร้อยละ
รอดัดสติใจ	15	50.00
ยอมทำตามที่เพื่อนหรืออาจารย์เสนอ	9	30.00
ทำตามความต้องการของตน	6	20.00
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

จากตารางจะเห็นได้ว่าในกรณีที่ผู้พูดเลือกที่จะไม่พูดแต่ทำอย่างอื่นเมื่อไม่เห็นด้วยกับความคิดของผู้ฟัง ผู้พูดภาษาไทยเลือกที่จะรอดัดสติใจมากที่สุด เนื่องจากต้องการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมหรือปรึกษาผู้อื่นก่อนเพื่อประกอบการตัดสินใจ เหตุผลที่อยู่เบื้องหลังมีทั้งการต้องการแสดงความเคารพผู้ฟังและมองว่าตนยังมีข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นโต้แย้งไม่มากพอ จึงยังไม่ควรตัดสินใจกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งทันที

การศึกษาวัจจนกรรมการแสดงความคิดเห็นแย้งของผู้พูดภาษาไทยแสดงให้เห็นว่าในสถานการณ์ที่ไม่เห็นด้วยกับคู่สนทนา ผู้พูดภาษาไทยเลือกที่จะกล่าวแย้งมากที่สุดโดยเลือกใช้กลวิธีอ่อนมากกว่ากลวิธีตรงเพื่อลดน้ำหนักความรุนแรงของการกล่าวแย้ง สะท้อนลักษณะของสังคมบริบทสูงที่นิยมใช้ภาษาที่ต้องอาศัยการตีความ นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าผู้พูดภาษาไทยเลือกที่จะไม่กล่าวแย้งเกือบครึ่งหนึ่งของคำตอบทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าในมุมมองของผู้พูดภาษาไทย การแสดงความคิดเห็นแย้งยังคงเป็นพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ซึ่งอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งและส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างคู่สนทนา

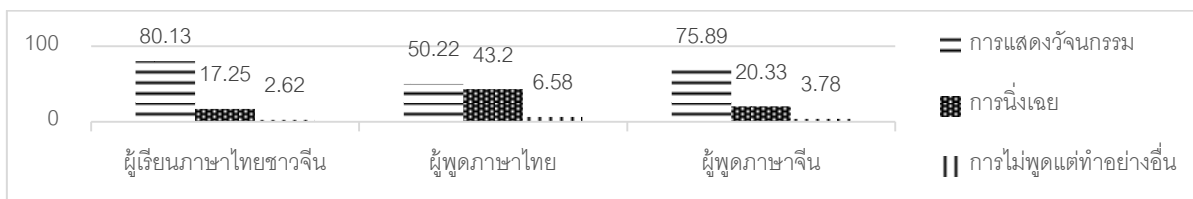
**4.3 การเปรียบเทียบวัจจนกรรมการแสดงความคิดเห็นแย้งของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนกับผู้พูดภาษาไทยตามแนววจนปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษาและการถ่ายโอนทางวจนปฏิบัติศาสตร์**

ผลการวิจัยในส่วนที่ 3 เป็นการเปรียบเทียบวัจจนกรรมการแสดงความคิดเห็นแย้งของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนกับผู้พูดภาษาไทยตามแนววจนปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษา ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหา 2 ส่วน คือ การเปรียบเทียบการเลือกแสดงหรือไม่แสดงวัจจนกรรม และการเปรียบเทียบกลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการแสดงความคิดเห็นแย้ง ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำข้อมูลวัจจนกรรมการแสดงความคิดเห็นแย้งของผู้พูดภาษาไทยมาประกอบประกอบการเปรียบเทียบเพื่อชี้ให้เห็นอิทธิพลของภาษาแม่ที่อาจมีผลต่อการใช้ภาษาของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนด้วย

**4.3.1 การเลือกแสดงหรือไม่แสดงวัจจนกรรม**

ข้อมูลการตอบแบบสอบถามสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ การเลือกแสดงวัจจนกรรมซึ่งได้แก่การกล่าวแย้ง และการไม่แสดงวัจจนกรรมซึ่งประกอบด้วยการนิ่งเฉยและการเลือกที่จะไม่พูดแต่ทำอย่างอื่น ผลการตอบแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่มสามารถสรุปได้เป็นแผนภูมิดังนี้

**แผนภูมิที่ 1** แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบการเลือกแสดงหรือไม่แสดงวัจนกรรม



จากแผนภูมิจะเห็นได้ว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนเลือกที่จะแสดงวัจนกรรมมากกว่าผู้พูดภาษาไทยอย่างมีนัยสำคัญ ( $\chi^2=90.11$ ,  $p\text{-value}<0.0001$ ) ในขณะที่ความถี่ที่ผู้เรียนกับผู้พูดภาษาจีนเลือกที่จะกล่าวแย้งกลับใกล้เคียงกัน ( $\chi^2=2.32$ ,  $p\text{-value}=0.1277$ ) แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนมีพฤติกรรมการกล่าวแย้งคล้ายกับผู้พูดภาษาจีน จึงอาจกล่าวได้ว่าพฤติกรรมการใช้ภาษาเช่นนี้เป็นผลจากการถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์สังคม กล่าวคือ ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนถ่ายโอนพฤติกรรมการใช้ภาษาที่ให้ความสำคัญกับการแสดงความคิดของตนและมองว่าการกล่าวแย้งอาจไม่ใช่พฤติกรรมที่จำเป็นต้องหลีกเลี่ยงมาจากภาษาจีน ซึ่งเป็นลักษณะของสังคมจีนหลังผ่านการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทำให้มีลักษณะของสังคมแบบปัจเจกนิยมมากขึ้น (Bond, 1986, p. 161-162) การถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์สังคมในที่นี้จัดได้ว่าเป็นการถ่ายโอนทางลบ เนื่องจากผู้เรียนถ่ายโอนความรู้เกี่ยวกับความเหมาะสมในการเลือกที่จะกล่าวแย้งในสถานการณ์หนึ่ง ๆ แตกต่างจากพฤติกรรมการใช้ภาษาของผู้พูดภาษาไทย

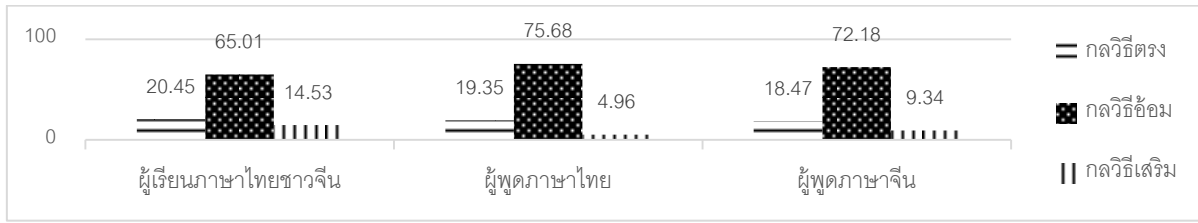
ความแตกต่างนี้อาจก่อให้เกิดปัญหาในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชาวไทยกับชาวจีนได้ กล่าวคือ เมื่อมีความเห็นไม่ตรงกัน ชาวไทยอาจคาดหวังว่าชาวจีนจะไม่กล่าวแย้งเพื่อรักษา “หน้า” ของผู้ฟัง ในขณะที่ชาวจีนอาจคาดหวังว่าชาวไทยจะกล่าวแย้งเพื่อแสดงความคิดของตน เมื่อคู่สนทนาไม่ได้ปฏิบัติตามที่ผู้พูดคาดหวัง ชาวไทยอาจมองว่าชาวจีนเป็นคนไม่สุภาพและไม่คำนึงถึง “หน้า” ของคู่สนทนา เนื่องจากในมุมมองของชาวไทย การหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้าช่วยรักษาหน้าของผู้ฟังได้ (Komin, 1991, p. 135) ในทางกลับกันชาวจีนอาจมองว่าชาวไทยเป็นคนไม่จริงจัง เนื่องจากผู้พูดภาษาจีนมองว่าการกล่าวแย้งอย่างตรงไปตรงมาแสดงถึงความจริงจังในการสนทนา (Kuo, 1991)

#### 4.3.2 การเปรียบเทียบกลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการแสดงความคิดเห็นแย้ง

การเปรียบเทียบกลวิธีทางภาษาที่ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีน ผู้พูดภาษาไทย และผู้พูดภาษาจีนใช้ในการแสดงความคิดเห็นแย้งแสดงให้เห็นว่าวัจนกรรมการแสดงความคิดเห็นแย้งของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนและผู้พูดภาษาไทยมีทั้งส่วนที่เหมือนและแตกต่างกัน แสดงได้เป็นแผนภูมิดังนี้



**แผนภูมิที่ 2** แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบกลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการแสดงความเห็นแย้ง



กรณีกลวิธีตรง ผลการศึกษาพบว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนใช้กลวิธีตรงมากกว่าผู้พูดภาษาไทย แต่ไม่ได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ( $\chi^2=0.21$ ,  $p\text{-value}=0.6467$ ) ส่วนในด้านความหลากหลายของกลวิธี ทั้งผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนและผู้พูดภาษาไทยใช้กลวิธีการปฏิเสธความเห็นผู้ฟัง การบอกความต้องการของตน การสั่ง การแสดงข้อคิดเห็นที่ต่างจากผู้ฟัง และการตำหนิเช่นเดียวกัน โดยกลวิธีตรงที่ทั้งสองกลุ่มใช้ในความถี่สูงสุด คือ การปฏิเสธความเห็นผู้ฟัง

ส่วนกลวิธีอ้อม พบว่าความหลากหลายของกลวิธีอ้อมที่ผู้เรียนเลือกใช้คล้ายคลึงกับผู้พูดภาษาไทย โดยกลวิธีที่พบในทั้งสองกลุ่ม คือ การให้เหตุผล การเสนอแนะ การใช้รูปภาษาที่ทำให้ความอ่อนลง การแบ่งรับแบ่งสู้ การถาม การบอกว่ามีทางเลือกอื่น การขอทำอย่างอื่น การยอมรับบางส่วน การอ้างถึงสิ่งอื่นหรือบุคคลอื่น การบอกให้ทำอย่างอื่น และการไม่ตอบรับในทันที ทั้งนี้ กลวิธีอ้อมที่ผู้เรียนใช้มากที่สุด คือ การให้เหตุผล ในขณะที่กลวิธีอ้อมที่ผู้พูดภาษาไทยใช้มากที่สุด คือ การเสนอแนะ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในด้านความถี่พบว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนใช้กลวิธีอ้อมน้อยกว่าผู้พูดภาษาไทยอย่างมีนัยสำคัญ ( $\chi^2=15.46$ ,  $p\text{-value}<.0001$ ) และใช้กลวิธีอ้อมน้อยกว่าผู้พูดภาษาจีนอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน ( $\chi^2=11.3$ ,  $p\text{-value}=0.0007$ ) จึงอาจสันนิษฐานได้ว่าพฤติกรรมการใช้ภาษาเช่นนี้ไม่ได้เป็นผลมาจากการถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ แต่เป็นผลมาจากปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งผู้วิจัยสันนิษฐานว่าเป็นผลมาจากความสามารถในการใช้ภาษาของผู้เรียน เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าผู้เรียนที่เรียนภาษาไทยมาแล้ว 2 ปีขึ้นไปนิยมใช้กลวิธีอ้อมมากกว่าผู้เรียนภาษาไทยมาแล้ว 1 ปีอย่างมีนัยสำคัญ ( $\chi^2=5.92$ ;  $p\text{-value}=0.0149$ )

สำหรับกลวิธีเสริม ผลการศึกษาพบว่าความหลากหลายของกลวิธีเสริมที่ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนเลือกใช้คล้ายคลึงกับผู้พูดภาษาไทย โดยกลวิธีเสริมที่พบในข้อมูลของทั้งสองกลุ่ม คือ การใช้คำเรียก การขอบคุณ และการเกริ่นความ ทั้งนี้ กลวิธีเสริมที่ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนและผู้พูดภาษาไทยใช้ในความถี่สูงสุด คือ การใช้คำเรียก นอกจากนี้ยังพบว่าการขอโทษเป็นกลวิธีที่พบเฉพาะในข้อมูลการใช้ภาษาของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนและใช้ในความถี่ค่อนข้างสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของครูเทลที่พบว่าผู้เรียนภาษาที่สองนิยมใช้การขอโทษซึ่งเป็นถ้อยคำที่ได้เรียนก่อนถ้อยคำอื่น ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้าโดยการแสดงความถ่อมตนและแสดงความเคารพ (Kreutel, 2007, p. 10)

เมื่อพิจารณาความถี่ในการใช้กลวิธีเสริมพบว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนใช้กลวิธีเสริมมากกว่าผู้พูดภาษาไทยอย่างมีนัยสำคัญ ( $\chi^2=26.48$ ,  $p\text{-value}<.0001$ ) และใช้กลวิธีเสริมมากกว่าผู้พูดภาษาจีนอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน ( $\chi^2=12.02$ ,  $p\text{-value}=0.0005$ ) จึงอาจสันนิษฐานได้ว่าพฤติกรรมการใช้ภาษาเช่นนี้เป็นผลมาจากความสามารถในการใช้ภาษาของผู้เรียน กล่าวคือ ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนพยายามลดน้ำหนักความรุนแรงของการกล่าวแย้งเพื่อรักษาหน้าของคู่สนทนา แต่เนื่องจากข้อจำกัดในการใช้ภาษาที่ทำให้ไม่สามารถใช้กลวิธีอ้อมซึ่งเป็นกลวิธีที่ต้องใช้ความสามารถในการใช้ภาษาค่อนข้างมาก จึงเลือกใช้กลวิธีเสริมแทน เนื่องจากพบว่าความถี่ของกลวิธีเสริมที่ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนใช้มากกว่าผู้พูดภาษาไทยและผู้พูดภาษาจีนอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ความถี่ของกลวิธีอ้อมที่ผู้เรียนใช้น้อยกว่าผู้พูดภาษาไทยอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนความถี่ของกลวิธีตรงไม่แตกต่างกัน

อย่างไรก็ตาม ความนิยมในการเลือกใช้กลวิธีเสริมบางกลวิธีของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีน อาจเป็นผลมาจากการถ่ายโอนทางวัฒนธรรมปฏิบัติศาสตร์ เช่น การใช้คำเรียกซึ่งเป็นกลวิธีที่ผู้เรียนใช้ในความถี่ใกล้เคียงกับผู้พูดภาษาจีน ( $p\text{-value}=0.089131$ ) จึงสันนิษฐานได้ว่าผู้เรียนถ่ายโอนพฤติกรรมการใช้ภาษาเช่นนี้มาจากภาษาจีน ซึ่งอาจสัมพันธ์กับแนวคิดเรื่องความสุภาพในสังคมจีนที่มองว่าการใช้คำเรียกที่เหมาะสมเป็นการแสดงความสุภาพและแสดงความเคารพ (Gu, 1990; Kádár & Pan, 2011, p. 135)

สรุปได้ว่า ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนใช้กลวิธีการแสดงความเห็นแย้งคล้ายกับผู้พูดภาษาไทยทั้งในด้านความถี่และความหลากหลายของกลวิธีที่เลือกใช้ กล่าวคือ เลือกใช้กลวิธีอ้อมมากกว่ากลวิธีตรง ซึ่งอาจอธิบายได้ด้วยลักษณะของสังคมบริบทสูง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาพบว่ากลวิธีที่ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนใช้ในความถี่สูงสุดต่างจากผู้พูดภาษาไทย

ส่วนในด้านความถี่พบว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนเลือกใช้กลวิธีตรงใกล้เคียงกับผู้พูดภาษาไทย ในขณะที่ความถี่ของการใช้กลวิธีอ้อมน้อยกว่าผู้พูดภาษาไทย และใช้กลวิธีเสริมในความถี่ที่สูงกว่าผู้พูดภาษาไทยอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ผู้วิจัยมองว่าความแตกต่างดังกล่าวไม่น่าจะก่อให้เกิดปัญหาในการปฏิสัมพันธ์ เนื่องจากแม้ว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนจะใช้กลวิธีอ้อมน้อยกว่าผู้พูดภาษาไทยหรือมีความนิยมในการเลือกใช้กลวิธีแตกต่างกัน แต่ผู้เรียนใช้กลวิธีตรงในความถี่ใกล้เคียงกับผู้พูดภาษาไทย นอกจากนี้ ผู้เรียนยังใช้กลวิธีเสริมต่าง ๆ เพื่อแสดงความสุภาพและลดน้ำหนักการคุกคามหน้าผู้ฟังอีกด้วย จึงไม่น่าจะทำให้การแสดงความเห็นแย้งของผู้เรียนคุกคามหน้าผู้ฟังมากนัก

#### 4.4 ลักษณะการใช้ภาษาในการแสดงความเห็นแย้งของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนที่อาจก่อให้เกิดปัญหาในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและข้อเสนอแนะในการเรียนการสอน

แม้ว่าผลการศึกษาในเชิงปริมาณแสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมการแสดงความเห็นแย้งของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนคล้ายกับผู้พูดภาษาไทย แต่ผู้วิจัยพบว่าลักษณะการใช้ภาษาบางประการของผู้เรียนอาจก่อให้เกิดปัญหาในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมได้ โดยแบ่งเป็น 3 ประเด็นดังนี้

##### 4.4.1 การใช้คำว่า “ต้อง”

“ต้อง” เป็นคำแสดงทัศนภาวะบอกความจำเป็นที่มีลักษณะของการบังคับซึ่งมักใช้ในกรณีที่ผู้พูดมีความสัมพันธ์เชิงอำนาจมากกว่าผู้ฟัง (Hodge & Kress, 1993, pp. 122-123) ดังนั้นจึงมักใช้ในวัจนกรรมการสั่ง และสามารถใช้ร่วมกับคำปฏิเสธ “ไม่ต้อง” เพื่อแสดงความหมายว่า “ไม่มีความจำเป็นต้องทำ” ผลการศึกษาพบว่าผู้เรียนใช้คำว่า “ต้อง” ในลักษณะที่ไม่ค่อยเหมาะสม เช่น

##### ตัวอย่างที่ 7

“ไม่ต้องไปคะ”

จากตัวอย่างที่ 7 เป็นสถานการณ์ที่ผู้พูดไม่เห็นด้วยกับผู้ฟังที่เสนอให้ไปทัศนศึกษาที่จังหวัดภูเก็ต จึงกล่าวแย้งว่า “ไม่ต้องไปคะ” ซึ่งมีความหมายว่า “ผู้พูดไม่มีความจำเป็นต้องไป” ถือเป็นถ้อยคำแสดงการกล่าวแย้งที่ไม่เหมาะสม เนื่องจากเป็นถ้อยคำที่ไม่สามารถตีความเจตนาของผู้พูดได้ว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับข้อเสนอของผู้ฟังและอาจฟังดูเหมือนเป็นการสั่งคู่สนทนา

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าการใช้ภาษาเช่นนี้อาจเป็นผลมาจากการถ่ายโอนทางภาษาศาสตร์วัจนปฏิบัติ กล่าวคือ คำว่า “ต้อง” ในภาษาไทยตรงกับคำว่า “要” ในภาษาจีนซึ่งมีความหมายว่า “จำเป็นต้อง” หรือ “ต้องการ” ทำให้ผู้เรียนเกิดความสับสนและใช้สลับความหมายกัน ถือได้ว่าเป็นการถ่ายโอนทางลบ สอดคล้องกับผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนที่พบว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนมองว่าลักษณะดังกล่าวอาจเกิดจากการแปลคำว่า “要” เป็น “ต้อง” หรืออาจเกิดจากความสับสนของผู้เรียนในการใช้คำว่า “ต้อง” และ “ต้องการ” ในภาษาไทย (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2562)

##### 4.4.2 การใช้คำปฏิเสธ “ไม่ได้”

คำปฏิเสธ “ไม่ได้” เป็นคำที่มีความหมายเปลี่ยนแปลงไปตามตำแหน่งในประโยค กล่าวคือ หากวางคำว่า “ไม่ได้” ไว้หน้าคำกริยาจะสื่อความหมายว่า “ประธานไม่ได้ทำกริยานั้น” แต่หากวางคำว่า “ไม่ได้” ไว้หลังคำกริยาจะสื่อความหมายห้ามไม่ให้ผู้ฟังกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น

## ตัวอย่างที่ 8

“คุณไม่ได้พูดนั้นคะ”

จากตัวอย่างที่ 8 เป็นสถานการณ์ที่ผู้พูดไม่เห็นด้วยกับความคิดของเพื่อนที่กล่าวว่า ชาวจีนชอบแซงคิว จึงกล่าวแย้งว่า “คุณไม่ได้พูดนั้นคะ” ซึ่งมีความหมายว่า “ผู้ฟังไม่ได้พูดว่าชาวจีนชอบแซงคิว” จัดเป็นประโยคที่ไม่สามารถตีความเจตนาได้ว่าผู้พูดเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับผู้ฟัง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าลักษณะการใช้ภาษาเช่นนี้เป็นผลมาจากการถ่ายโอนทางภาษาศาสตร์วิจันปฏิบัติมาจากภาษาจีน กล่าวคือ คำว่า “ไม่ได้” ตรงกับคำว่า “不能” ในภาษาจีน ซึ่งเป็นคำที่ใช้เพื่อแสดงการสั่งห้ามไม่ให้ประธานทำกริยานั้นและมีตำแหน่งวางอยู่หน้าคำกริยา เช่น “不能这么说。” (‘พูดแบบนี้ไม่ได้’) เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ ผู้เรียนจึงถ่ายโอนรูปแบบการใช้คำว่า “不能” มาใช้ในภาษาไทยเพื่อสื่อความหมายดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ในภาษาไทยรูปประโยคที่สื่อเจตนาสั่งไม่ให้ผู้ฟังกระทำการใดสิ่งหนึ่งจะต้องวางคำว่า “ไม่ได้” ไว้หลังคำกริยา เมื่อผู้เรียนถ่ายโอนลักษณะรูปแบบการใช้คำว่า “不能” มาใช้ในภาษาไทย จึงทำให้สื่อความหมายไม่ตรงตามเจตนาของผู้พูด ถือได้ว่าเป็นการถ่ายโอนทางลบ สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนที่เสนอว่าลักษณะดังกล่าวน่าจะเกิดจากการเรียงลำดับคำตามโครงสร้างประโยคในภาษาจีน (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2562)

### 4.4.3 การใช้คำลงท้ายแสดงสถานภาพ

คำลงท้ายแสดงสถานภาพเป็นอนุภาคที่ช่วยแสดงความสุภาพ โดยเฉพาะในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่มีสถานภาพสูงกว่า อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษพบว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนใช้คำลงท้ายแสดงสถานภาพไม่เหมาะสมกับสถานภาพของผู้ฟัง กล่าวคือ ผู้เรียนบางคนไม่ใช้คำลงท้ายแสดงสถานภาพเมื่อปฏิสัมพันธ์กับอาจารย์ที่มีสถานภาพสูงกว่า ส่งผลให้ถ้อยคำของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนดูไม่สุภาพ และแสดงถึงการไม่เคารพอาจารย์ เช่น “เราคิดว่าไปเที่ยวกรุงเทพฯ ก็ดีกว่านะ” เป็นต้น ในทางกลับกัน ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนบางคนใช้คำลงท้ายแสดงสถานภาพเมื่อปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนที่มีสถานภาพเท่ากัน ทำให้ถ้อยคำของผู้เรียนดูห้วนเหินและไม่เป็นธรรมชาติ ส่งผลให้ผู้ฟังที่เป็นชาวไทยมองว่าผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนต้องการสร้างระยะห่างโดยการใช้ภาษาที่เป็นทางการ เช่น “ขอโทษนะคะ อยากไปเชียงใหม่คะ” เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนพบว่าสาเหตุที่ทำให้ผู้เรียนนิยมใช้คำลงท้ายแสดงสถานภาพในสถานการณ์ที่กล่าวแย้งเพื่อนเกิดจากความเคยชิน เนื่องจากในระยะแรกของการเรียนภาษาไทย บทสนทนามักเป็นสถานการณ์การสื่อสารที่ผู้ฟังเป็นอาจารย์หรือบุคคลที่ไม่คุ้นเคย ทำให้ผู้เรียนเคยชินกับการใช้คำลงท้ายแสดงสถานภาพเมื่อสื่อสารโดยใช้ภาษาไทย ด้วยเหตุนี้ เมื่อสื่อสารกับเพื่อน ผู้เรียนก็ยังคงเลือกใช้คำลงท้ายแสดงสถานภาพตามที่เคยได้รับการฝึกฝนมา ส่วนการที่ผู้เรียนไม่ใช้

คำลงท้ายแสดงสถานภาพในสถานการณ์ที่ปฏิสัมพันธ์กับอาจารย์อาจเกิดจากการที่ในภาษาจีนไม่มีคำลงท้ายแสดงสถานภาพจึงทำให้ผู้เรียนไม่ได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการใช้คำลงท้ายเมื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่มีสถานภาพสูงกว่า (สัมภาษณ์เมื่อ 15 ตุลาคม 2562)

ผลการศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นว่าการถ่ายโอนทางวัฒนธรรมปฏิบัติศาสตร์เป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ส่งผลให้เกิดปัญหาในการสื่อสาร 2 ประการ ได้แก่

- 1) การใช้ภาษาที่ไม่สามารถสื่อเจตนาตามที่ผู้พูดต้องการได้ ส่งผลให้การสื่อสารไม่ประสบความสำเร็จ
- 2) การใช้ภาษาที่ฟังดูไม่เป็นธรรมชาติและห่างเหินกับผู้ฟัง

ด้วยเหตุนี้ การเรียนการสอนภาษาไทยให้ชาวจีนควรให้ความสำคัญกับคำที่ในภาษาไทยกับภาษาจีนมีวิธีการใช้แตกต่างกัน เช่น คำว่า “ต้อง” และ “ไม่ได้” รวมถึงลักษณะการใช้ภาษาที่มีเฉพาะในภาษาไทย เช่น การใช้คำลงท้ายแสดงสถานภาพ เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจความแตกต่างในการใช้ภาษาและลดปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

## 5. สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาวรรณกรรมการแสดงความคิดเห็นแย้งของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนตามแนววัฒนธรรมปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษาสามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้

ประการแรก ในสถานการณ์ที่ไม่เห็นด้วยกับผู้ฟัง ผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนเลือกที่จะแสดงความเห็นแย้งมากกว่าผู้พูดภาษาไทยอย่างมีนัยสำคัญ โดยอาจเป็นเพราะชาวจีนมองว่าการแสดงความเห็นแย้งเป็นการแสดงออกทางความคิด อีกทั้งยังแสดงถึงการมีส่วนร่วมในการสนทนาซึ่งเป็นการคำนึงถึงหน้าด้านบวกของผู้ฟัง (Liang & Han, 2005) ในขณะที่ผู้พูดภาษาไทยมองว่าการแสดงความเห็นแย้งเป็นการกระทำที่ควรหลีกเลี่ยงเนื่องจากอาจก่อให้เกิดปัญหาต่อความสัมพันธ์ระหว่างคู่สนทนา (Klausner, 1976, p. 255) ทั้งนี้ ความแตกต่างดังกล่าวอาจก่อให้เกิดปัญหาในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชาวไทยและชาวจีนได้

ประการต่อมา เมื่อตัดสินใจแสดงความเห็นแย้ง ทั้งผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนและผู้พูดภาษาไทยนิยมแสดงความเห็นแย้งโดยใช้กลวิธีอ้อมมากกว่ากลวิธีตรงเพื่อลดน้ำหนักการคุกคามหน้าผู้ฟัง อย่างไรก็ตาม พบว่าผู้เรียนใช้กลวิธีอ้อมน้อยกว่าผู้พูดภาษาไทยอย่างมีนัยสำคัญซึ่งอาจเป็นผลมาจากความสามารถในการใช้ภาษา นอกจากนี้ยังพบว่าผู้เรียนนิยมใช้กลวิธีเสริมมากกว่าผู้พูดภาษาไทยอย่างมีนัยสำคัญ

ประการสุดท้าย ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าแม้ว่าผู้เรียนจะใช้กลวิธีอ้อมมากกว่ากลวิธีตรงและใช้กลวิธีเสริมเพื่อแสดงความสุภาพ แต่การถ่ายโอนทางวัฒนธรรมปฏิบัติศาสตร์ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการใช้

ภาษาของผู้เรียนและมีส่วนทำให้เกิดปัญหาในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชาวจีนกับชาวไทยได้ ดังนั้นการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีนจึงควรให้ความสำคัญกับลักษณะทางสังคมวัฒนธรรมและการใช้ภาษาที่แตกต่างกันมากขึ้น เพื่อลดปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม

## เอกสารอ้างอิง

### ภาษาไทย

จินดารัตน์ ธรรมรงอุทย์. (2553). *ข้อบกพร่องเชิงวัจนปฏิบัติศาสตร์ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการใช้ภาษาไทยของผู้พูดชาวอเมริกันและชาวจีน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณัฐมาภรณ์ เศรษฐา. (2562). *ข้อบกพร่องเชิงวัจนปฏิบัติศาสตร์ในการใช้ภาษาไทยสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของนักศึกษาจีน มหาวิทยาลัยเศรษฐศาสตร์การเงินยูเนี่ยนานประเทศจีน*. *วารสารช่อพะยอม*, 30(1), 165-176.

ประภัสสร เจียมวงษา. (2558). *กลวิธีการขอร้องของชาวพม่าผู้พูดภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง: การศึกษาตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์ระหว่างภาษาและวัจนปฏิบัติศาสตร์ระหว่างวัฒนธรรม*. วิทยานิพนธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปวีณา วัชรสุวรรณ. (2547). *กลวิธีการกล่าวแย้งในภาษาไทย: กรณีศึกษาครูและนักเรียน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยางวอน ฮยอน. (2559). *การศึกษากลวิธีแสดงความเห็นแย้งของนักศึกษาเกาหลีที่พูดภาษาไทยเป็นภาษาที่ 2 ในกรณีสนทนาแบบแสดงความคิดเห็นในภาษาไทยตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษา*. *วารสารภาษาและภาษาศาสตร์*, 34(2), 1-19.

ยางวอน ฮยอน. (2560). *การปฏิสัมพันธ์ของชาวเกาหลีที่ใช้ภาษาไทยและชาวไทยในบริบทธุรกิจ: การศึกษาตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์อันตรภาษาและวัจนปฏิบัติศาสตร์ระหว่างวัฒนธรรม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันวิสาข์ กุลภักธนรินทร์. (2549). *การเปรียบเทียบโครงสร้างและกลวิธีการโต้แย้งในภาษาญี่ปุ่นและภาษาไทย*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สิทธิธรรม ช่อวุฒิวัฒน์. (2558). *การแสดงความเห็นแย้งในบริบทการสนทนาในภาษาไทยและข้อคำนึงที่เป็นเหตุจูงใจ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

### ภาษาต่างประเทศ

Bond, M. H. (1986). *The psychology of the Chinese people*. NY: Oxford University Press.

Bond, M. H. (1992). *Beyond the Chinese face: Insights from psychology*. NY: Oxford University Press.

Brown, P. & Levinson, S. (1987). *Politeness: Some universal in language usage*. London: Cambridge University Press.

Chen, M. (2006). *An interlanguage study of the speech act of disagreement made by Chinese EFL speakers in Taiwan*. Master thesis, National Sun Yat-Sen University.

Fraser, B. (1980). Conversational mitigation. *Journal of Pragmatics*, 4, 341-350.

Gao, G., & Ting-Toomey, S. (1998). *Communicating effectively in multicultural context; Vol. 5. Communicating effectively with the Chinese*. Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.

- Gu, Y. (1990). Politeness phenomena in modern Chinese. *Journal of Pragmatics*, 14(2), 237-257.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture*. Oxford, England: Anchor.
- Hodge, R. & Kress, G. (1993). *Language as ideology*. 2<sup>nd</sup> ed. London: Routledge.
- Hurford, J. R., & Heasley, B. (1983). *Semantics: A coursebook*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kádár, D., & Pan, Y. (2011). Politeness in China. In *politeness in east Asia*, Dániel Z. Kádár, and Sara Mills, eds., 125-146. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kakava, C. (1993). *Negotiation of disagreement by Greeks in conversations and classroom discourse*. Doctoral dissertation. Georgetown University, Washington, DC.
- Kasper, G. & Blum-Kulka, S. (1993). *Interlanguage pragmatics*. NY: Oxford University Press.
- Kasper, G. (1992). Pragmatic Transfer. *University of Hawai'i Working Papers in ESL*, 11(1), 1-34.
- Kirkbride, P., Tang, S. F. Y., and Westwood, R. I. (1991). Chinese Conflict Preference and Negotiating Behavior: Cultural and Psychological Influences. *Organization studies*, 12, 365-386.
- Klausner, W. J. (1976). *Reflections on Thai Culture*. Bangkok: Siam Society.
- Komin, S. (1991). *Thai Value Systems: A Differential Measurement Instrument*. Bangkok: NIDA.
- Krashen, S. D. & Terrell, T. D. (1983). *The natural approach: Language acquisition in the classroom*. Hayward, Calif: Alemany Press.
- Kreutel, K. (2007). I'm not agree with you: ESL learners' expressions of disagreement. *TESL-EJ*, 11(3), 1-35.
- Kuo, S. (1991). *Conflict and its Management in Chinese Verbal Interaction: Casual Conversations and Parliamentary Interpellations*. Georgetown University Dissertation, Washington, DC.
- Leech, G. (1983). *Principles of Pragmatics*. London: Longman.
- Liang, G. & Han J. (2005). A contrastive study on disagreement strategies for politeness between American English & Mandarin Chinese. *Asian EFL Journal* 7(1), 1-12.
- Olshtain, E. & Copen, A. (1989). Speech act behavior across language. In *Transfer in Language Production*, Han W. Dechert, and Manfred Raupach, eds., 53-67. Norwood, NJ.: Ablex.
- Pan, Y. & Kádár, D. (2011). *Politeness in historical and contemporary Chinese*. London: Continuum.
- Pomerantz, A. (1984). Agreeing and disagreeing with assessments: Some features of preferred/dispreferred turn shapes. In *Structure of Social Action: Studies in Conversation Analysis*, J. Maxwell Atkinson, and John Heritage, eds., 57-101. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ralston, D, A., Egri, C. P., Stewart, S., Terpstra, R. H. and Yu, K. (1999). Doing Business in the 21<sup>st</sup> Century with the New Generation of Chinese Managers: A Study of Generational Shifts in Work Values in China. *Journal of International Business Studies*, 30(2), 415-427.
- Ress-Miller, J. (2000). Power, severity and context in disagreement. *Journal of Pragmatics*, 32, 1087-1111.
- Selinker, L. (1972). Interlanguage. *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 10(3), 209.

- Sornig, K. (1977). Disagreement and contradiction as communicative acts. *Journal of Pragmatics*, 1(4), 347-373.
- Tannen, D. & Kakava, C. (1992). Power and solidarity in modern Greek conversation: disagreeing to agree. *Journal of Modern Greek Studies*, 10(1), 11-34.
- Thomas, J. (1983). Cross-cultural pragmatic failure. *Applied Linguistics*, 4(2), 91-112.
- Yu, F., Peng, T., Peng, K., Tang, S., Chen, C. S., Qian, X., Sun, P., Han, P. & Chai, F. (2016). Cultural value shifting in pronoun use. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 47(2), 310-316.
- Zhang, Y. (1995). Indirectness in Chinese requesting. In *Pragmatics of Chinese as Native and Target Language*, ed. Gabriele Kasper, 69–118. Second language teaching and curriculum center, University of Hawai'i at Manoa, Honolulu.
- Zhu, W. (2014). Managing relationships in everyday practice: The case of strong disagreement in Mandarin. *Journal of Pragmatics*, 64, 85-101.



การศึกษาคุณสมบัติทางความหมายของการปรากฏร่วมของคำว่า “ติด”  
ในภาษาไทยโดยใช้คลังข้อมูลภาษา :

A Corpus-Based Study on Semantic Features of the Word “/tít/”  
in Thai by Using Co-occurrence Words Analysis

จิตสุดา บุญรัตน์<sup>1</sup>  
คเชนทร์ ตัญศิริ<sup>2</sup>  
มุกข์ดา สุขธรรมาจารย์<sup>3</sup>

Received 10 October 2019

Revised 29 February 2020

Published 7 April 2020

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบการปรากฏร่วมจำเพาะ (collocation) ของคำกริยา ติด ในภาษาไทยโดยวิเคราะห์จากคลังข้อมูลภาษาและวิเคราะห์คุณสมบัติทางความหมายของคำกริยา ติด จากบริบทของการปรากฏร่วม

ผลการวิจัยพบว่า การปรากฏร่วมของคำกริยา ติด มี 15 รูปแบบ โดยมีลักษณะการปรากฏร่วมที่แตกต่างกัน

โดยเมื่อวิเคราะห์ความหมายจากการปรากฏร่วมแล้วพบว่า ความหมายของ ติด สามารถแสดงความหมายได้ 10 ความหมาย ประกอบด้วย 1) เหตุการณ์แสดงสภาพที่ของสิ่งหนึ่งแปะติดหรือค้างอยู่กับสิ่งที่เป็นฐาน 2) เหตุการณ์สภาพที่สถานที่อยู่ในตำแหน่งชิด 3) เหตุการณ์สภาพคงอยู่ 4) เหตุการณ์แสดงสภาพที่สิ่งของไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ 5) การขออาศัยไปด้วย 6) เหตุการณ์แสดงการกระทำบางอย่างเป็นประจำ 7) การได้รับคัดเลือกให้เข้าศึกษา 8) การได้รับเชื้อโรค 9) ความใกล้ชิดในเชิงความสัมพันธ์ทางสังคม 10) การทำเหตุการณ์บางอย่างไม่ได้เนื่องจากต้องทำอีกภารกิจหนึ่ง

<sup>1</sup> นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภาษาศาสตร์ประยุกต์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<sup>2</sup> อ.ด. อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<sup>3</sup> พร.ด. อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<sup>4</sup> บทความเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง การศึกษาคำหลายความหมาย “ติด” ในภาษาไทยตามแนวการศึกษาอรรถศาสตร์ปริ ชานแบบอิงฐานข้อมูล: The Corpus-Based Cognitive Semantics Study of Polysemous Word “/tít/” in Thai

## Abstract

The objective of this research paper is to study collocation of the word “/tit/” in Thai by corpus-based and semantic features analysis of the word “/tit/” in Thai by using co-occurrence words

Results of the research showed that of the word “/tit/” is 15 pattern, the collocations is different aspects of the appearance structure.

Analyzing the definition of collocation in the word “/tit/” in Thai showed that 9 definitions is 1) An even that show the condition of things that are stick with the base. 2) An even that show the condition of the property is positioned near. 3) Be remain 4) An even that show is unable to move. 5) Requesting to live with. 6) The event shows certain actions regularly. 7) The recruited into the study. 8) Getting germs 9) Closeness in terms of social relations 10) Unable to do certain events because of having to do another mission.

## 1. บทนำ

ในภาษาไทย *ติด* เป็นคำหนึ่งซึ่งมีหลายความหมายแตกต่างกันไปตามบริบท ในด้านวากยสัมพันธ์ *ติด* ทำหน้าที่เป็นคำกริยาของประโยค ซึ่งคำที่ปรากฏร่วมกับ *ติด* จะแสดงให้เห็นความหมายของคำว่า *ติด* ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างประโยคเช่น

- (1) นาฬิกา*ติด*อยู่บนผนัง
- (2) รูป*ติด*อยู่บนกำแพง
- (3) กระจก*ติด*กับโต๊ะ
- (4) พัดลม*ติด*เพดาน
- (5) ร้านทองย้ายไปอยู่หน้าสะพานหัน*ติด*กับถนนใหญ่
- (6) สองสามีภรรยาได้ตัดแปลงบ้านพักซึ่งอยู่*ติด*กับอาคารหลังหนึ่ง
- (7) บ้านพักของคุณอารีอยู่*ติด*กับบ้านพิชัยญาติ

ตัวอย่างที่ (1) – (7) “*ติด*” ปรากฏร่วมกับคำนามสองส่วน คือส่วนที่อยู่หน้ากริยา *ติด* และส่วนที่อยู่หลังกริยา *ติด* โดยคำนามที่อยู่หน้ากริยา *ติด* ในตัวอย่างในประโยคที่ (1) – (4) แสดงให้เห็นว่า มีของหนึ่งสิ่งที่เป็นนาฬิกา พัดลม รูป และกระจก ถูกทำให้แปะติดหรือค้างอยู่กับสิ่งที่เป็นฐานซึ่งเป็นส่วนประกอบของสิ่งก่อสร้าง (part of buildings) เช่น ผนัง, เพดาน, กำแพง และคำนามที่เป็นสิ่งของ เช่น โต๊ะ ซึ่งเป็นคำนามที่อยู่หลังกริยา *ติด* ในขณะที่ตัวอย่างที่ (5) – (7) คำนามที่ปรากฏหน้ากริยา *ติด* จะมีลักษณะเป็นสิ่งปลูกสร้างหรือสิ่งของ และคำนามที่อยู่หลังกริยา *ติด* แสดงสถานที่ หากวิเคราะห์ในแง่ความหมาย *ติด* ในตัวอย่างในประโยคที่ (1) – (4) แสดงความหมายเหตุการณ์แสดงสภาพที่ของสิ่งหนึ่งแปะติดหรือค้างอยู่

กับสิ่งที่เป็นฐาน และความหมายในตัวอย่าง (5) – (7) หมายถึง เหตุการณ์แสดงสภาพที่สถานที่อยู่ในตำแหน่งติดกัน

จากตัวอย่างประโยคที่ (1) – (7) ที่กล่าวมาข้างต้น ในด้านวากยสัมพันธ์ *ติด* ปรากฏเป็นคำกริยาของประโยค มักปรากฏร่วมกับคำบุพบท (Preposition) *กับ* และตามด้วยคำนามแสดงสถานที่ (Location)

ข้อสังเกตเบื้องต้นนี้จึงนำไปสู่การศึกษาการปรากฏร่วมคำกริยา *ติด* สามารถแสดงคุณสมบัติทางความหมายใดได้บ้าง

ในการศึกษาเรื่องความหมายของคำพบว่า เมื่อวิเคราะห์ความหมายของคำที่ได้จากคลังข้อมูลแล้ว ได้ความหมายอื่นอีกหลายความหมายนอกเหนือไปจากความหมายที่พบในพจนานุกรมภาษาไทย *ติด* ตามพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน (2554) จัดอยู่ในประเภทคำกริยาและมีคำจำกัดความเพียงสั้นๆ เช่น แนบอยู่, ผูก, ประดับ, จุด, หรือคล้าย เป็นต้น เนื่องจากความหมายของคำ เมื่อเวลาเปลี่ยนไปก็สามารถขยายความหมายออกไปได้ โดยเฉพาะคำกริยา ความหมายของคำกริยามักจะขึ้นอยู่กับคำที่ปรากฏร่วมด้วย กล่าวคือ คำกริยาจะมีความหมายหลัก (common core) โดยความหมายจะสามารถเปลี่ยนไปตามองค์ประกอบในประโยค ดังนั้นความหมายของคำกริยาจึงมีลักษณะเป็นปลายเปิด (open-ended meaning) ที่สามารถเพิ่มขึ้นได้ง่าย (Falkum and Vicente, 2005) เช่น คำกริยา *ติด* ใน *เขาติดแอร์ กับ เขาติดไฟ* ในตัวอย่างแรก *ติด* จะหมายถึง “ติดตั้ง” ส่วน *ติด* ในความหมายที่สองจะหมายถึง “จุดไฟ” โดย *ติด* จะเปลี่ยนความหมายไปตามกรรมที่ตาม คือ *แอร์ กับ ไฟ* เป็นต้น ดังนั้นความหมายของคำกริยาจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบในประโยค ในขณะที่ถ้าเป็นคำนาม ความหมายของคำจะสมบูรณ์อยู่ในตัวของมันอยู่แล้ว เช่น คำว่า *หนังสือ* ก็จะแทนวัตถุที่มีปกมีเนื้อหาอ่านในใช้สำหรับอ่าน ซึ่งความหมายของคำจะขึ้นอยู่กับผู้ใช้ภาษาว่าจะเอาแง่มุมทางความหมายใดของวัตถุมาใช้ เช่น *หนังสือเล่มนี้สวย กับ หนังสือเล่มนี้ดี* จะเห็นว่าในประโยคแรก *หนังสือ* จะหมายถึง ส่วนที่เป็นรูปลักษณ์ภายนอก ส่วน *หนังสือ* ในประโยคหลัง *หนังสือ* หมายถึง เนื้อหาอ่านใน เป็นต้น จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าบริบทสามารถช่วยแยกความหมายของคำได้ ดังเช่นตัวอย่างที่ได้ยกไปกรณีคำว่า *หนังสือ* ใน *หนังสือเล่มนี้สวย กับ หนังสือเล่มนี้ดี* จะเห็นว่าสิ่งที่ช่วยแยกความหมายของ *หนังสือ* คือคำว่า *สวย* และ *ดี* ซึ่งเป็นคำบอกคุณลักษณะของหนังสือทำให้รู้ว่าเมื่อใดจะหมายถึงลักษณะภายนอกหรือเนื้อหาของหนังสือ เป็นต้น ดังนั้นเมื่อได้วิเคราะห์ความหมายของคำใหม่ จำนวนความหมายของคำจึงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะคำกริยาที่กระบวนการขยายทางความหมายสามารถทำได้ง่ายกว่าคำนาม (Natcha, 2016)

มีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาคำหลายความหมายในภาษาต่างๆ เช่น งานของ Kanokrattananukul, (2001) ที่ศึกษาคำว่า *หัว* และ *เก็บ* โดยใช้วิธีการตัดสินความหมายโดยดูคำปรากฏร่วม (Collocation) แต่ยังไม่มีการวิจัยใดที่ศึกษาความหมาย และคำปรากฏร่วมของคำกริยา *ติด*

เมื่อเป็นเช่นนี้ผู้วิจัย จึงสนใจศึกษาคำปรากฏร่วม (Collocation) ของคำกริยา *ติด* โดยศึกษาองค์ประกอบทางภาษาโดยเฉพาะการศึกษาความหมายของคำกริยา *ติด* เมื่อปรากฏร่วมกับคำอื่น ที่จะ

ส่งผลให้เกิดความหมายต่างกัน อย่างไรก็ตาม *ติด* เป็นคำที่มีความน่าสนใจทางอรรถศาสตร์ เนื่องจากสามารถแสดงความหมายได้หลากหลาย เมื่อมีคำปรากฏร่วม (Collocation) ที่ต่างกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้ *นาฬิกาติดอยู่บนผนัง* กับ *ร้านทองติดกับถนนใหญ่* จะเห็นได้ว่า ทั้งสองประโยคนี้มีลักษณะทางวากยสัมพันธ์เหมือนกันแต่มีความหมายต่างกัน เนื่องจากคำปรากฏร่วมต่างกัน เมื่อมีคำปรากฏร่วมต่างกัน *ติด* ในประโยคแรกจะมีความหมายว่าเหตุการณ์แสดงสภาพที่ของสิ่งหนึ่งปะติดหรือค้างอยู่กับสิ่งที่เป็นฐาน ส่วน *ติด* ในประโยคที่สองหมายถึง เหตุการณ์แสดงสภาพที่สถานที่อยู่ในตำแหน่งชิดกัน เมื่อคำกริยา *ติด* ปรากฏร่วมกับ คำบุพบท และปรากฏหน้าคำนามที่แสดงสิ่งของ (entity) และ ปรากฏหน้าคำนามแสดงสถานที่ (Location)

จากตัวอย่างข้างต้น *ติด* สามารถแสดงความหมายได้หลากหลายความหมาย ขึ้นอยู่กับบริบทในการปรากฏ ความหมายที่เกิดขึ้นมักปรากฏในบริบทกับสิ่งของ(entity) สองสิ่ง บริบทมีบทบาทสำคัญในการตีความทางความหมาย กล่าวคือ เมื่อ *ติด* ปรากฏร่วมกับ สิ่งของ จะแสดงความหมาย เหตุการณ์สภาพที่ของสองสิ่งมาชิดกัน และเมื่อ *ติด* ปรากฏร่วมกับ สถานที่ จะแสดงสภาพเชิงพื้นที่ เป็นต้น

## 2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 2.1 ศึกษารูปแบบการปรากฏร่วมจำเพาะ (collocation) ของคำกริยา *ติด* ในภาษาไทย
- 2.2 วิเคราะห์คุณสมบัติทางความหมายของคำว่า “ติด” ในภาษาไทย

## 3. ขอบเขตของการวิจัย

- 3.1 ศึกษาคำปรากฏร่วมที่เป็นคำนามหรือนามวลีที่ปรากฏร่วมกับคำกริยา *ติด* ในภาษาไทย
- 3.2 ศึกษาคำว่า *ติด* ในเอกสารประเภทร้อยแก้วเท่านั้น

## 4. เอกสารที่เกี่ยวข้อง

### 4.1 ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 4.1.1 คลังข้อมูลภาษา (corpus)

คลังข้อมูลภาษา (corpus) คือ ข้อมูลภาษาเขียนหรือภาษาพูดที่เป็นภาษาที่ใช้จริงซึ่งถูกรวบรวมขึ้นมาในปริมาณที่มากเพียงพอตามข้อกำหนดหรือเงื่อนไขที่กำหนดขึ้นเพื่อนำคลังข้อมูลนั้นมาใช้ประโยชน์ในการศึกษาเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับภาษา Crystal (1991) ได้ให้คำนิยามรวมทั้งอธิบายลักษณะของคลังข้อมูลภาษา ไว้ดังนี้ คลังข้อมูลภาษาหมายถึง ข้อมูลภาษาเขียนหรือภาษาพูดที่รวบรวมขึ้นมาเป็นจำนวนมากเพียงพอสำหรับใช้ในการศึกษาด้านภาษาในปัจจุบัน เมื่อกล่าวถึงคลังข้อมูลภาษาจะหมายถึงข้อมูลภาษาที่ได้มีการเก็บบันทึกไว้ในระบบคอมพิวเตอร์ เนื่องจากคลังข้อมูลภาษาเป็นแหล่งที่ให้ข้อมูลการใช้ภาษาที่เกิดขึ้นจริง คลังข้อมูลภาษาจึงเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญต่อการศึกษาวิจัยทางด้านภาษาและการ

สอนภาษานั้นๆ แนวคิดในการใช้ข้อมูลภาษาที่เกิดขึ้นจริงเพื่อการศึกษาทางภาษาศาสตร์ ได้เริ่มมีมาตั้งแต่ในช่วงทศวรรษที่ 50

อย่างไรก็ตามการเก็บข้อมูลภาษาจำนวนมาก และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลภาษาในยุคนั้นก็ยังเป็นงานที่ยากลำบากและใช้เวลามาก เนื่องจากจำเป็นต้องอาศัยแรงงานคนเป็นหลัก ต่อมาเมื่อมีการใช้คอมพิวเตอร์แพร่หลายมากขึ้น การสร้างและใช้ประโยชน์จากคลังข้อมูลจึงเป็นไปได้โดยสะดวกมากขึ้น เพราะการพัฒนาประสิทธิภาพของระบบคอมพิวเตอร์ทั้งในแง่ความเร็วในการทำงานและ ความสามารถในการเก็บข้อมูลขนาดใหญ่ขึ้นเอง เราจึงสามารถใช้คอมพิวเตอร์ในการค้นหาหรือข้อความในคลังข้อมูลขนาดใหญ่ได้อย่างแม่นยำและรวดเร็ว สามารถใช้คอมพิวเตอร์เพื่อนับความถี่ คำนวนค่าทางสถิติ และจัดเรียงข้อมูลในรูปแบบที่ต้องการได้ คลังข้อมูลภาษาในปัจจุบันจะมีขนาดใหญ่มาก เช่น คลังข้อมูล BNC (British National Corpus) ซึ่งมีขนาดหนึ่งร้อยล้านคำ เมื่อเปรียบเทียบกับขนาดของคลังข้อมูลภาษาในยุคแรกๆ เช่น คลังข้อมูล Brown (Brown corpus) ซึ่งมีขนาดเพียงหนึ่งล้านคำ (วิโรจน์ อรุณมานะกุล, 2553)

นักภาษาศาสตร์ที่ศึกษาภาษาโดยอิงกับข้อมูลภาษาจริงหรือที่เรียกว่า corpus linguists มักถูกนำมาเปรียบเทียบกับนักภาษาศาสตร์ที่ทำงานโดยอาศัยข้อมูลที่น่าคิดเอาหรือที่เรียกว่านักภาษาศาสตร์นั่งโต๊ะ (armchair linguists) โดย มีการพูดล้อเลียนว่า นักภาษาศาสตร์นั่งโต๊ะจะใช้เวลา นั่งหลับตาครุ่นคิดอยู่บนเก้าอี้ของตนสักพักใหญ่ ๆ แล้วก็อุทานขึ้นว่า “ใช่แล้วข้างเป็นข้อมูลพิเศษจริง” แล้วก็จดบันทึกข้อมูลประโยคที่คิดขึ้นได้ จากนั้นก็นั่งหลับตาครุ่นคิดเช่นนั้นต่อไปอีก ในขณะที่นักภาษาศาสตร์คลังข้อมูลก็ถูกล้อเลียนว่า วันๆ เอาแต่นั่งอยู่กับกองข้อมูลมหาศาลของตน นั่งจัดลำดับข้อมูลที่มี นับความถี่ของคำ หาวว่าหมวดคำของคำแรกในประโยคเป็นอะไรได้บ้าง เป็นต้น

#### 4.1.2 Collocations

Collocations คือคำปรากฏรวม ซึ่ง Lewis อธิบายว่า "the readily observable phenomenon whereby certain words co-occur in natural text with greater than random frequency" (p. 8) เป็นคำที่ปรากฏร่วมกันอย่างสังเกตเห็นได้ชัดเสมอในดับทที่เป็นธรรมชาติซึ่งเกิดขึ้นบ่อยมากแบบไม่สะเปะสะปะ เช่น bitterly disappointed เช่นในประโยค I am bitterly disappointed. [ฉันผิดหวังอย่างยิ่ง] ในความเป็นจริงยังมีคำอื่นที่เข้ากันได้กับคำว่า disappointed [ผิดหวัง] อีกหลายคำเช่น extremely, fairly, deeply, disappointed, very, obviously, genuinely โดยที่ Collocation นั้นมีหลายโครงสร้าง เช่น Noun + Verb, Verb + Noun, Adjective + Noun, Noun + Preposition เป็นต้น เช่นพิจารณาประโยคต่อไปนี่ She gave a contemptuous laugh. ซึ่ง Gave a...laugh = Verb+ Noun; contemptuous laugh = Adjective + Noun (เด่นติศักดิ์ ดอกจันทร์, 2560)

ความหมายของคำปรากฏรวม Benson (1990) ได้ให้คำจำกัดความของคำปรากฏรวมว่า "arbitrary and recurrent word combinations" ในขณะที่ Sag et al. (2002) กล่าวถึงคำปรากฏรวมไว้ว่า

“institutionalized phrases” ส่วน Sinclair (1991) ได้นิยามไว้ว่า “words co-occurring within a short space of each other” ดังนั้น จึงสามารถนิยามได้ว่า คำปรากฏร่วมคือคำที่ต้องใช้ร่วมกัน โดยที่ไม่สามารถนำคำอื่นๆ มาแทนที่คำใดคำหนึ่งได้เนื่องจากไม่เป็นที่ถูกต้องตามแบบแผนของเจ้าของภาษา

ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากคลังข้อมูลภาษามาใช้ในการวิเคราะห์โดยศึกษาคำปรากฏร่วมของคำกริยา *ติด* ในภาษาไทย และใช้ทฤษฎีการปรากฏร่วม (Collocations) โดยใช้โครงสร้าง เช่น Noun + Verb, Verb + Noun, Adjective + Noun, Noun + Preposition เป็นต้น ของ Lewis ในการวิเคราะห์การปรากฏร่วมของคำกริยา *ติด* ในภาษาไทย

## 5. ระเบียบวิธีวิจัย

### 5.1 ประเภทของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยนี้เป็นข้อมูลภาษาไทยที่ได้มาจากคลังข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์บนอินเทอร์เน็ต (Corpus-based)

### 5.2 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากคลังข้อมูลภาษาไทยแห่งชาติ 2 (Thai national Corpus II) ของภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยสามารถเข้าถึงคลังข้อมูลได้ที่หน้าเว็บไซต์ <http://www.arts.chula.ac.th/~ling/tnc3/>

### 5.3 ขั้นตอนการเก็บข้อมูล

5.3.1 ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลจากประเภทของคลังข้อมูลทุกประเภททั้งหมด 6 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลประเภท FICTION, NEWSPAPERS, NON-ACADEMIC, ACADEMIC, LAW และ MISC ประเภทละ 100 ประโยค

5.3.2 ระบุคำสำคัญ *ติด* จากคลังข้อมูลภาษาไทยแห่งชาติ โดยการเข้าเว็บไซต์ <http://www.arts.chula.ac.th/~ling/tnc3/> จากนั้นระบุคำว่า *ติด* กดค้นหา ข้อมูลในระบบจะแบ่งเป็น 2 ส่วนหลักคือ ส่วนที่หนึ่งจำนวนประโยคทั้งหมดในคลังข้อมูล ส่วนที่สองจำนวนประโยคที่ปรากฏในแต่ละประเภทย่อยทั้ง 6 ประเภท โดยผู้วิจัยเลือกข้อมูลในแต่ละประเภท โดยแสดงข้อมูลจำนวน 100 ข้อมูล พร้อมกับทำสัญลักษณ์ ✓ หน้าช่อง concord เพื่อให้ระบบจำแนกคำว่า *ติด* ออกจากบริบทแวดล้อม เพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์วากยสัมพันธ์เบื้องต้น หลังจากนั้นระบบจะแสดงผลการค้นหา

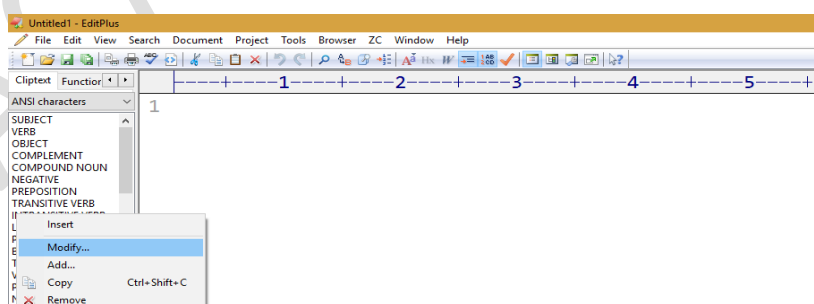
5.3.3 เก็บกลุ่มตัวอย่างข้อมูลจากคลังข้อมูลภาษาไทยแห่งชาติ ผู้วิจัยเลือกเก็บ 600 ประโยคของแต่ละประเภทของข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลครบทั้ง 6 ประเภทแล้ว ผู้วิจัยจึงจัดเรียงข้อมูลทั้งหมดลงในโปรแกรม Excel

## 5.4 วิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้แนวทางการศึกษาด้านอรรถศาสตร์ปริชานในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ 2 โปรแกรมคือ โปรแกรม EditPlus และ โปรแกรม Excel ในการวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง วิเคราะห์คำปรากฏร่วม ซึ่งผู้วิจัยอาศัยการวิเคราะห์แบบภาษาศาสตร์คลังข้อมูล (Corpus Linguistics) และส่วนที่สองคือ วิเคราะห์การขยายความหมาย (Semantics Extension) โดยมีรายละเอียดดังนี้

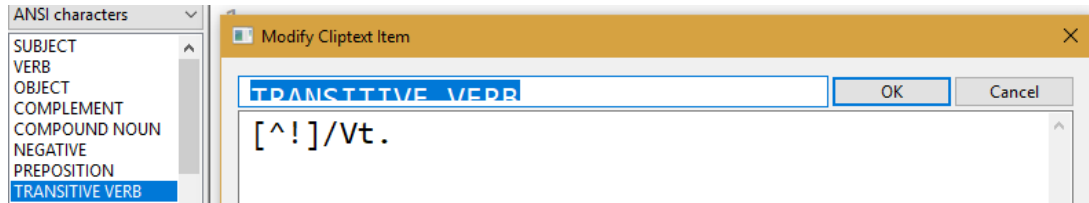
5.4.1 โปรแกรมที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ โปรแกรม EditPlus และ โปรแกรม Excel เป็นโปรแกรมที่ช่วยให้สามารถจัดการข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ ลักษณะการทำงานของโปรแกรม EditPlus คือ โปรแกรม text editor ตัวหนึ่ง คล้ายกับโปรแกรม Notepad, Dreamweaver (ซึ่งมีคุณสมบัติเป็นทั้งโปรแกรมสำเร็จรูป) ที่ใช้ในการพัฒนาสคริปต์โปรแกรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เขียนและแก้ไข Source code ในการสร้างข้อมูลด้วยภาษา HTML ,PHP ,Java เป็นต้น สำหรับการศึกษาความหมายในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้ฟังก์ชัน Cliptext เพื่อติดแท็กกำกับข้อมูลคำกริยา ติด อารีทิวเมนต์และคำในบริบทแวดล้อมที่ส่งผลให้เกิดความหมาย กล่าวคือ การวิเคราะห์วากยสัมพันธ์จะวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมทั้งสองโปรแกรม โดยโปรแกรม EditPlus ใช้เพื่อทำการติดแท็กระบุชนิดคำ (Word Class) และหาลักษณะของความหมาย (Semantic Feature) และโปรแกรม Excel ใช้เพื่อจัดประเภทของข้อมูล (Sorting) เพื่อหาคำปรากฏร่วม (Collocation) และการปรากฏร่วมของคำที่เกิดล้อมรอบคำกริยา ติด

การวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์อย่าง EditPlus ช่วยให้เราสามารถวิเคราะห์วากยสัมพันธ์ได้อย่างเป็นระบบที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้จะทำให้ข้อมูลที่ได้เป็นประจักษ์มากยิ่งขึ้นอีกด้วย โดยขั้นตอนการวิเคราะห์ที่มีดังต่อไปนี้ กำหนดชื่อที่ใช้ในการติดแท็ก หน้าคำสั่งที่อยู่บริเวณซ้ายมือ คลิกเลือกหมวด 'Cliptext' > คลิกขวา



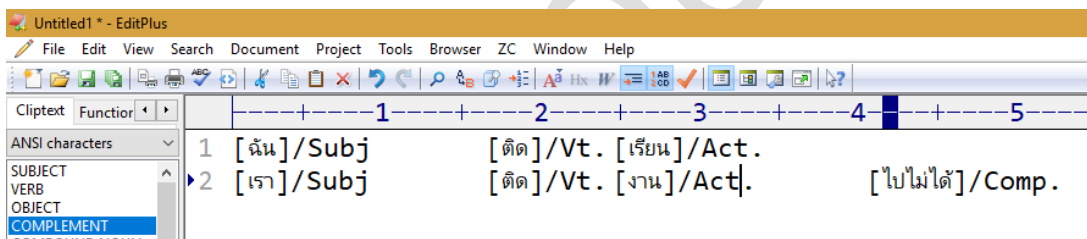
ภาพที่ 1 การแสดงคำสั่ง Modify เพื่อใช้ในการติดแท็กข้อมูล

หลังจากนั้นจะปรากฏหน้าต่างการกำหนดชื่อสำหรับการติดแท็ก โดยช่องบนสุดกำหนดชื่อเต็มของชนิดคำ เช่น TRANSITIVE VERB และช่องด้านล่าง กำหนดคำสั่งโดยพิมพ์สัญลักษณ์ ตามด้วยชื่อย่อของชนิดคำ เช่น [^!]/vt. เพื่อติดแท็กคำกริยา ติด



ภาพที่ 2 แสดงการตั้งชื่อแท็กและการแสดงคำสั่งเพื่อกำหนดการติดแท็ก

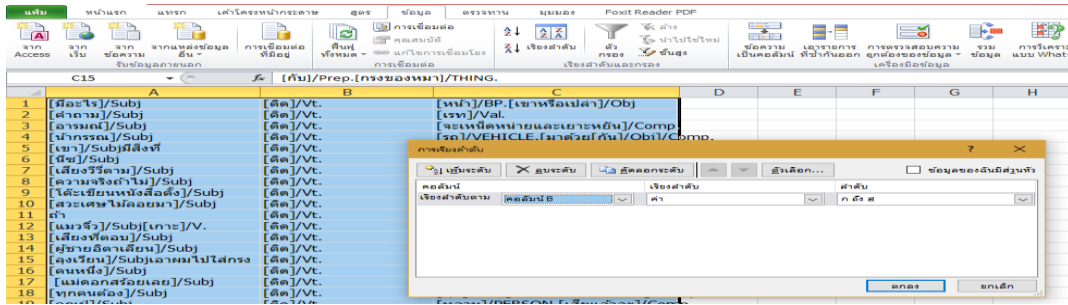
หลังจากกำหนดชื่อแท็กแล้ว ผู้วิจัยจะสร้างหน้ากระดาษโดยกดที่คำสั่ง 'Normal Text' และนำไฟล์ข้อมูลคำว่า ติด มาวางลงที่หน้ากระดาษที่ได้สร้างไว้ หลังจากนั้นนำข้อมูลมาวางเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะเริ่มทำการติดแท็กข้อมูลโดยผู้วิจัยจะเริ่มพิจารณาตัวกริยา ติด ก่อนว่าเป็นคำกริยาชนิดใด เช่น เป็น สกรรมกริยา (Transitive Verb) อกรรมกริยา (Intransitive Verb) หรือ กริยาวิเศษณ์ (Adverb) เป็นต้น การติดแท็กทำได้โดยเลื่อนเคอร์เซอร์เมาส์คลุมคำที่ต้องการติดแท็ก หลังจากนั้นดับเบิ้ลคลิกแท็กที่เราสร้างขึ้น บริเวณหน้าต่างด้านซ้ายมือ



ภาพที่ 3 แสดงขั้นตอนการติดแท็กเพื่อแยกชนิดคำ

หลังจากติดแท็กเพื่อแยกชนิดคำครบทุกข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดในโปรแกรม EditPlus ไปลงในโปรแกรม Excel โดยการนำไฟล์ข้อมูลที่วิเคราะห์คำปรากฏรวมมาดูค่าที่เกิดร่วมกับคำกริยา ติด ผ่านคำสั่ง 'sort' เรียกว่าใช้งานได้โดยการคลิกแท็บเมนู 'data' บริเวณบนสุดของหน้าต่าง ก่อนการ 'sort' ข้อมูล ต้องทำการคลุมข้อมูลทั้งหมดก่อน จากนั้นจึงคลิกคำสั่ง 'sort' ได้ที่ช่อง 'sort by' เลือกคอลัมน์ที่ต้องการจะ 'sort' ข้อมูล จากนั้นจะปรากฏการเรียงข้อมูลใหม่ หลังจากการ 'sort' เสร็จแล้วระบบจะจัดชนิดคำกริยาเดียวกันจัดกลุ่มเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งวิธีนี้จะทำให้ผู้วิจัยสามารถมองเห็นคำปรากฏร่วมกับคำกริยาติดได้ง่ายขึ้น



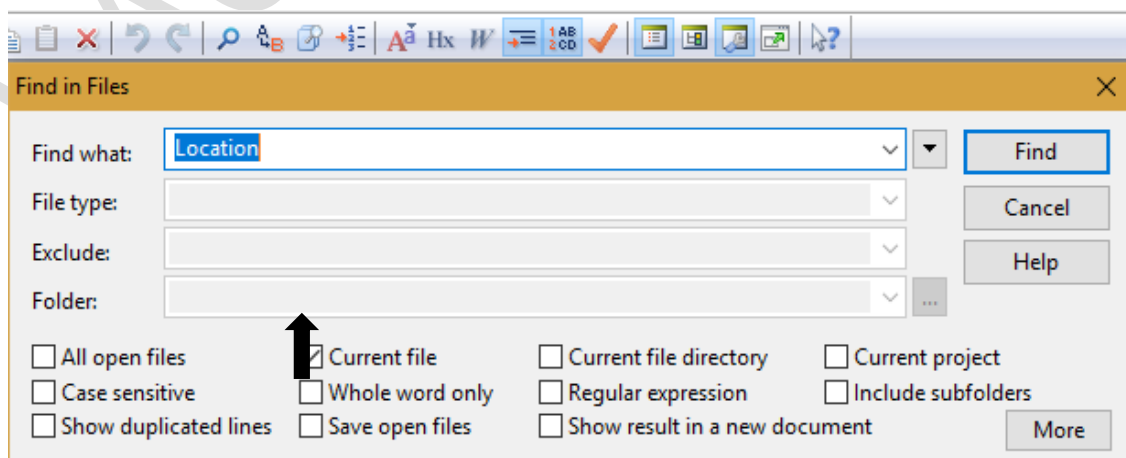


ภาพที่ 4 แสดงหน้าต่างคำสั่งในการ sort ข้อมูลเพื่อดูค่าปรากฏพร้อมและลักษณะความหมาย

11	[ใครจะ]/Subj	[ติด]/Vt.	[บัตร]/THING.[สื่ออะไร]/Comp.
12	[เสียงวีวีตาม]/Subj	[ติด]/Vt.	[มาด้วยเสียงพูดคุย]/Obj
13	[ผู้ชายอิตาเลียน]/Subj	[ติด]/Vt.	[แม่]/PERSON.
14	[คนหนึ่ง]/Subj	[ติด]/Vt.	[ยาบ้า]/AddT
15	[นี่ช]/Subj	[ติด]/Vt.	[รถ]/VEHICLE.[ที่บอกกลับนะคะ]/Obj

ภาพที่ 5 แสดงหน้าต่างหลังเสร็จสิ้นการ sort ข้อมูล

หลังจากที่ 'sort' ข้อมูลเสร็จเรียบร้อย ผู้วิจัยสามารถมองเห็นลักษณะความหมาย (Semantic Feature) หลังจากนั้นผู้วิจัยจะนำไฟล์ใน Excel ย้ายไปทำในโปรแกรม EditPlus อีกครั้งเพื่อเริ่มทำการตีความทางความหมายและเมื่อตีความความหมายจนครบ 600 ข้อมูล ผู้วิจัยจะจัดประเภทความเหมือนความต่างของข้อมูลที่ปรากฏ โดยรวมชนิดคำ ลักษณะความหมายที่มีความหมายเดียวกันไว้ด้วยกัน โดยการคลิกที่คำสั่ง 'Find in Files' จากนั้นจะปรากฏหน้าต่างค้นหา ให้ระบุคำค้นหา เช่น Location เพื่อดูกลุ่มอาร์กิวเมนต์แสดงลักษณะความหมายเชิงพื้นที่ จากนั้นระบบจะแสดงชุดข้อมูลความหมายในลักษณะดังกล่าว และสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในลำดับถัดไป



ภาพที่ 6 แสดงคำสั่ง 'Find in Files' เพื่อดึงข้อมูลเฉพาะมาวิเคราะห์ความหมาย

	A	B	C	D	E	F	G
1	Words	เครื่องดื่ม	สิ่งพิมพ์	เสพติด	ความบันเทิง		
2	เหล้า	+	-	+/-	+/-		
3	บุหรี่	-	-	+/-	+/-		
4	ยาเสพติด	-	-	+/-	+/-		
5	หนังสือ	-	+	-	+		
6	ละคร	-	-	-	+		
7	หนังสือ	-	-	-	+		

ภาพที่ 7 ตัวอย่าง semantic feature เพื่อการจัดกลุ่มข้อมูลในการวิเคราะห์ความหมาย

## 6. ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ semantic feature พบการปรากฏร่วมและความหมายของคำกริยา *ติด* ที่แตกต่างกัน โดยผู้วิจัยอธิบายในหัวข้อ 6.1 ลักษณะการปรากฏร่วมของคำกริยา *ติด* และ 6.2 คุณสมบัติทางความหมาย

### 6.1 ลักษณะการปรากฏร่วมของคำกริยา *ติด* มี 15 รูปแบบ คือ

6.1.1 คำนามที่เป็นสิ่งของ + *ติด* + คำนามหรือสิ่งที่เป็นฐาน ตัวอย่างประโยคเช่น

- (1) นาฬิกา*ติด*ผนัง
- (2) โต๊ะอยู่*ติด*กับประตู
- (3) มีกระดาศ*ติด*อยู่บนโต๊ะ

จากตัวอย่างประโยคที่ (1) – (3) พบว่า *ติด* ปรากฏหน้าและหลังคำนามแสดงสิ่งของ โดยคำนามที่อยู่หน้ากริยา *ติด* ในตัวอย่างในประโยคที่ (1) – (3) แสดงให้เห็นว่า มีของหนึ่งสิ่งที่เป็นนาฬิกา โต๊ะ และกระดาศ ถูกทำให้แปะติดหรือค้างอยู่กับสิ่งที่เป็นฐานที่เป็นผนัง ประตู และ โต๊ะ นอกจากนี้ *ติด* ปรากฏร่วมกับคำบุพบท *อยู่..กับ* ในประโยคที่ (2) และ *อยู่บน* ในประโยคที่ (3)

6.1.2 คำนามที่เป็นสถานที่ + *ติด* + คำนามที่เป็นสถานที่ ตัวอย่างประโยคเช่น

- (4) เมืองติฮัวนา*ติด*กับชายแดนสหรัฐฯ
- (5) ที่ราบแคบ*ติด*กับชายทะเล
- (6) คลองต่างๆที่*ติด*ชายฝั่งทะเล

จากตัวอย่างประโยคที่ (4) – (6) พบว่า *ติด* ปรากฏหน้าและหลังคำนามแสดงสถานที่ นอกจากนี้ *ติด* ปรากฏร่วมกับคำบุพบท *กับ* ในประโยคที่ (4) และ (5)

6.1.3 คำนามหรือนามวลีที่เป็นรูป รส กลิ่น เสียง + *ติด* + อวัยวะที่แสดงถึงการรับรู้ประสาทสัมผัส ตัวอย่างประโยคเช่น

- (7) เสียงปี่นดัง*ติด*หู
- (8) กลิ่นยั้งคัง*ติด*จมูก

(9) รสชาติติดปาก

จากตัวอย่างประโยคที่ (7) – (9) พบว่า *ติด* ปรากฏหน้าคำนามที่แสดงอวัยวะที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ประสาทสัมผัส คือ หู จมูก ปาก และปรากฏหลังนามวลีที่เป็นรูป รส กลิ่น เสียง ที่เกี่ยวข้องกับประสาทสัมผัสของคำนามที่ปรากฏหลัง *ติด*

6.1.4 นามวลีที่ส่งผ่านต่อลำเสียง + *ติด* + อวัยวะที่มีลักษณะเป็นต่อลำเสียง ตัวอย่างประโยคเช่น

(10) ก้างปลาติดคอ

(11) อาหารติดหลอดลม

จากตัวอย่างประโยคที่ (10) – (11) พบว่า *ติด* ปรากฏหน้าคำนามที่แสดงอวัยวะที่มีลักษณะเป็นต่อลำเสียง คือ คอ และ หลอดลม และปรากฏหลังนามวลีแสดงสิ่งของที่ส่งผ่านต่อลำเสียง

6.1.5 นามวลีที่เป็นยานพาหนะที่มีลักษณะการขับเคลื่อนโดยล้อ + *ติด* ตัวอย่างประโยคเช่น

(12) วันหยุดรถติดมาก

(13) รถติดไฟแดง

จากตัวอย่างประโยคที่ (12) – (13) พบว่า *ติด* ปรากฏหลังคำนามที่เกี่ยวกับยานพาหนะที่มีลักษณะการขับเคลื่อนโดยล้อ คือ รถ

6.1.6 นามวลีที่เป็นบุคคล + *ติด* + ยานพาหนะที่มีลักษณะการขับเคลื่อนโดยล้อ ตัวอย่างประโยคเช่น

(14) คุณอยู่กับคุณท่านขอติดรถไปรับน้องปีอบที่โรงเรียน

(15) นี่ขติดรถพี่บอสกลับนะคะ

(16) นำกรรณติดรถมาด้วยกัน

จากตัวอย่างประโยคที่ (14) – (15) พบว่า *ติด* ปรากฏหลังนามวลีแสดงบุคคล และปรากฏหน้าคำนามแสดงยานพาหนะที่มีลักษณะการขับเคลื่อนโดยล้อ

6.1.7 นามวลีแสดงบุคคล + *ติด* + สิ่งเสพติด ตัวอย่างประโยคเช่น

(17) ลูกชายเป็นคนติดเหล้ามาก

(18) เขาติดยาบ้า

(19) ลูกชายติดบุหรี่

(20) สามีของหล่อนติดพนันอย่างหนัก

จากตัวอย่างประโยคที่ (17) – (20) พบว่า *ติด* ปรากฏหน้าคำนามแสดงสิ่งเสพติดคือ เหล้า ยาบ้า บุหรี่ การพนัน และปรากฏหลังคำนามแสดงบุคคล

6.1.8 นามวลีแสดงบุคคล + *ติด* + ความบันเทิง ตัวอย่างประโยคเช่น

(21) มาลัยติดหนังสือของท่านยาขอบ

(22) ลูกชายติดเกมส์ไม่ทำอะไรเลย

(23) ภรรยาติดละครเรื่องนี้มาก

(24) ลูกสาวติดหนังของดิสนีย์มาก

จากตัวอย่างประโยคที่ (21) – (24) ติด ปรากฏหน้าคำนามแสดงสิ่งที่ให้ความบันเทิง คือ หนังสือเกมส์, ละคร และ หนัง และปรากฏหลังนามวลีแสดงบุคคล

6.1.9 นามวลีแสดงบุคคล + ติด + นิสัย ตัวอย่างประโยคเช่น

(25) พ่อติดนิสัยที่ว่ากินข้าวเสร็จต้องกินผลไม้ต่อ

(26) น้องชายติดนิสัยชอบวาดรูปมาก

จากตัวอย่างประโยคที่ (25) – (26) พบว่า ติด ปรากฏหน้าคำนามที่แสดงลักษณะนิสัย (Habit) และปรากฏหลังคำนามแสดงบุคคล

ลักษณะการปรากฏร่วมกันของคำกริยา ติด ไม่เป็นคำประสมเนื่องจาก ติด นิสัย สามารถมีคำอื่นมาแทรกได้ เช่น ติด เป็น นิสัย หรือ นิสัย นี้ ติด มาตั้งแต่เมื่อไหร่ โดยความหมายยังคงความหมายเดิม

6.1.10 นามวลีแสดงบุคคล + ติด + คณะ ตัวอย่างประโยคเช่น

(27) ฉัตร ติด คณะจิตรกรรม

(28) เรา ติด คณะวิทยาศาสตร์

จากตัวอย่างประโยคที่ (27) – (28) พบว่า ติด ปรากฏหลังนามวลีแสดงบุคคล และปรากฏหน้านามวลีแสดงชื่อของคณะ คือ คณะจิตรกรรม และ คณะวิทยาศาสตร์

6.1.11 นามวลีแสดงบุคคล + ติด + สถานที่ทางการศึกษา ตัวอย่างประโยคเช่น

(29) เรา ติด มหิดลนะ

(30) รุ่ง ติด ที่ศิลปากร

จากตัวอย่างประโยคที่ (29) – (30) พบว่า ติด ปรากฏหลังนามวลีแสดงบุคคล และปรากฏหน้านามวลีแสดงสถานที่ทางการศึกษาคือ มหิดลและ คณะศิลปากร

6.1.12 นามวลีแสดงบุคคล + ติด + อาชีพ ตัวอย่างประโยคเช่น

(31) น้ำหนึ่ง ติด สอบติหอมได้

(32) นักรบ ติด ทหารเรือ

จากตัวอย่างที่ (31) – (32) ติด ปรากฏหลังนามวลีแสดงบุคคล และ ปรากฏหน้าคำนามที่แสดงอาชีพ คือ หอม และทหารเรือ

6.1.13 นามวลีแสดงบุคคล + ติด + โรค ตัวอย่างประโยคเช่น

(33) หญิงจีน 2 คนที่พบว่ามีการ ติด โรค HIV

(34) คนไข้ตายเพราะภาวะ ติด เชื้อ

(35) ผม ติด หัวด

จากตัวอย่างประโยคที่ (33) – (34) พบว่า *ติด* ปรากฏหน้าคำนามที่เกี่ยวกับโรค (Disease) และ ปรากฏหลังคำนามแสดงบุคคล

การวิเคราะห์ลักษณะการปรากฏร่วมนี้ผู้วิจัยไม่วิเคราะห์เป็นคำประสมเนื่องจากว่า คำประสมคือ คำที่เกิดจากการเอาคำมูลที่มีความหมายต่างกันตั้งแต่ ๒ คำขึ้นไปมารวมกันเข้าเป็นคำเดียวกลายเป็นคำใหม่ มีความหมายใหม่ แต่ยังมีเค้าความหมายเดิมอยู่ ดังนั้น *ติดเชื้อ ติดโรค ติดหวัด* เป็นการนำคำ 2 คำขึ้นไปมารวมกันเป็นคำเดียวกัน แต่ไม่ทำให้เกิดความหมายใหม่ *ติดเชื้อ ติดโรค ติดหวัด* แสดงความหมายเดิม

6.1.14 นามวลีแสดงบุคคล + *ติด* + นามวลีแสดงบุคคล ตัวอย่างประโยคเช่น

(36) คุณปู่*ติด*หลานเสียแล้วละ

(37) เจ้าลูกชายคนเล็กที่ดูจะ*ติด*แม่มากเป็นพิเศษ

(38) สมัยวัยรุ่นจะ*ติด*เพื่อนมาก

จากตัวอย่างประโยคที่ (36) – (38) พบว่า *ติด* ปรากฏหน้า – หลัง คำนามแสดงบุคคล (Person)

6.1.15 นามวลีแสดงบุคคล + *ติด* + กิจกรรม ตัวอย่างประโยคเช่น

(39) ฉันไปไม่ได้*ติด*เรียนเลข

(40) ผม*ติด*งาน

(41) หนู*ติด*ทำงานธุรการอยู่

จากตัวอย่างประโยคที่ (39) – (41) พบว่า *ติด* ปรากฏหลังคำนามแสดงบุคคล และ ปรากฏหน้า คำนามแสดงกิจกรรม คือ *ติดเรียน* และ *ติดงาน*

## 6.2 คุณสมบัติทางความหมายของคำกริยา*ติด*

โดยเมื่อวิเคราะห์ความหมายจากการปรากฏร่วมแล้วพบว่า ความหมายของ *ติด* สามารถแสดงความหมายได้ 10 ความหมาย ประกอบด้วย

6.2.1 ความหมายแสดงเหตุการณ์แสดงสภาพที่ของสิ่งหนึ่งปะติดหรือค้างอยู่กับสิ่งที่เป็นฐาน มีลักษณะการปรากฏร่วมคือ

1. คำนามที่เป็นสิ่งของ + *ติด* + คำนามหรือสิ่งที่เป็นฐาน

6.2.2 ความหมายแสดงเหตุการณ์สภาพที่สถานที่อยู่ในตำแหน่งชิดกัน มีลักษณะการปรากฏร่วมดังต่อไปนี้ คือ

2. คำนามที่เป็นสถานที่ + *ติด* + คำนามที่เป็นสถานที่

6.2.3 ความหมายแสดงเหตุการณ์สภาพคงอยู่

3. คำนามหรือนามวลีที่เป็นรูป รส กลิ่น เสียง + *ติด* + อวัยวะที่แสดงถึงการรับรู้ประสาท

สัมผัส

ติด นี้ในความหมายนี้ไม่ใช่เหตุการณ์ที่สิ่งของไปติดอยู่ แต่เป็นเหตุการณ์ที่สามารถรับรู้ได้โดยประสาทสัมผัส เช่น รสชาติติดปาก, เพลงฮิตติดหู แสดงให้เห็นว่า รสชาติ เพลงฮิต ยังคงอยู่สามารถรับรู้โดยผ่านประสาทสัมผัส

6.2.4 ความหมายแสดงเหตุการณ์แสดงสภาพที่สิ่งของไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ มีลักษณะการปรากฏร่วมดังต่อไปนี้ คือ

4. นามวลีที่ส่งผ่านทอลำเสียง + ติด + อวัยวะที่มีลักษณะเป็นทอลำเสียง

5. นามวลีที่เป็นยานพาหนะที่มีลักษณะการขับเคลื่อนโดยล้อ + ติด

ติด นี้ในความหมายนี้เป็นการที่มีบางสิ่งเข้าไปในอวัยวะที่มีลักษณะเป็นทอลำเสียง จึงทำให้สิ่งๆเข้าไปไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ และ เหตุการณ์ที่ยานพาหนะไปติดกับสิ่งที่เป็นรูปธรรม เช่น รถติดไฟแดง เมื่อรถ เป็นยานพาหนะ ไฟแดงเป็นรูปธรรม จึงทำให้สภาพของรถไม่สามารถเคลื่อนที่ได้

6.2.5 ความหมายแสดงการขออาศัยไปด้วย มีลักษณะการปรากฏร่วมดังต่อไปนี้ คือ

6. นามวลีที่เป็นบุคคล + ติด + ยานพาหนะที่มีลักษณะการขับเคลื่อนโดยล้อ

6.2.6 ความหมายแสดงเหตุการณ์แสดงการกระทำบางอย่างเป็นประจำ มีลักษณะการปรากฏร่วมดังต่อไปนี้ คือ

7. นามวลีแสดงบุคคล + ติด + สิ่งเสพติด

8. นามวลีแสดงบุคคล + ติด + ความบันเทิง

9. นามวลีแสดงบุคคล + ติด + นิสัย

เนื่องจากมี Semantic Feature ร่วมกัน คือ ชอบ ในความหมายแสดงเหตุการณ์แสดงการกระทำบางอย่างเป็นประจำ ถึงแม้ว่าการปรากฏร่วมในโครงสร้าง นามวลีแสดงบุคคล + ติด + นิสัย จะไม่ใช่ความบันเทิง หรือ สิ่งเสพติด แต่ในแง่ของความหมายเป็นลักษณะการกระทำเหตุการณ์บางอย่างเป็นประจำ เช่น ติดนิสัยกินเร็ว, ติดนิสัยชอบวาดรูป เป็นต้น

6.2.7 ความหมายแสดงการได้รับคัดเลือกให้เข้าศึกษา มีลักษณะการปรากฏร่วมดังต่อไปนี้ คือ

10. นามวลีแสดงบุคคล + ติด + คณะ

11. นามวลีแสดงบุคคล + ติด + สถานที่ทางการศึกษา

12. นามวลีแสดงบุคคล + ติด + อาชีพ

เนื่องจาก Semantic Feature ร่วมของความหมาย การได้รับคัดเลือกให้เข้าศึกษา คือ องค์กรที่ให้ ความรู้

6.2.8 ความหมายแสดงการได้รับเชื้อโรค มีลักษณะการปรากฏร่วมดังต่อไปนี้ คือ

13. นามวลีแสดงบุคคล + ติด + โรค

6.2.9 ความหมายแสดงความใกล้ชิดในเชิงความสัมพันธ์ทางสังคม มีลักษณะการปรากฏร่วมดังต่อไปนี้ คือ

14. นามวลีแสดงบุคคล + ติด + นามวลีแสดงบุคคล

6.2.10 ความหมายแสดงการทำเหตุการณ์บางอย่างไม่ได้เนื่องจากต้องทำอีกภารกิจหนึ่ง มีลักษณะการปรากฏร่วมดังต่อไปนี้ คือ

15. นามวลีแสดงบุคคล + ติด + กิจกรรม

ผลการวิเคราะห์ 10 ความหมายที่กล่าวมาข้างต้นพบว่า ความหมายที่เกิดขึ้นนั้น ผู้วิจัยสันนิษฐานว่ามีความสัมพันธ์ใกล้เคียงกัน และสามารถเชื่อมโยงกันได้ เนื่องจาก มโนทัศน์ของคำว่า ติด เป็นความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุสองวัตถุมีไว้ด้วยกัน ซึ่งสามารถอธิบายได้โดยใช้แนวคิด ภาษาศาสตร์ปริชาน

## 7. สรุปผลอภิปรายและข้อเสนอแนะ

### 7.1 สรุปผล

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบการปรากฏร่วมจำเพาะ (collocation) ของคำกริยา ติด ในภาษาไทยโดยวิเคราะห์จากคลังข้อมูลภาษาและวิเคราะห์คุณสมบัติทางความหมายของคำกริยา ติด จากบริบทของการปรากฏร่วม

ผลการวิจัยพบว่า การปรากฏร่วมของคำกริยา ติด มี 15 รูปแบบ ประกอบด้วย (1) คำนามที่เป็นสิ่งของ + ติด + คำนามหรือสิ่งที่เป็นฐาน (2) คำนามที่เป็นสถานที่ + ติด + คำนามที่เป็นสถานที่ (3) คำนามหรือนามวลีที่เป็นรูป รส กลิ่น เสียง + ติด + อวัยวะที่แสดงถึงการรับรู้ประสาทสัมผัส (4) นามวลีที่ส่งผ่านต่อลำเสียง + ติด + อวัยวะที่มีลักษณะเป็นต่อลำเสียง ตัวอย่างประโยคเช่น (5) นามวลีที่เป็นยานพาหนะที่มีลักษณะการขับเคลื่อนโดยล้อ + ติด (6) นามวลีที่เป็นบุคคล + ติด + ยานพาหนะที่มีลักษณะการขับเคลื่อนโดยล้อ (7) นามวลีแสดงบุคคล + ติด + สิ่งเสพติด (8) นามวลีแสดงบุคคล + ติด + ความบันเทิง (9) นามวลีแสดงบุคคล + ติด + นิสัย (10) นามวลีแสดงบุคคล + ติด + คณะ (11) นามวลีแสดงบุคคล + ติด + สถานที่ทางการศึกษา (12) นามวลีแสดงบุคคล + ติด + อาชีพ (13) นามวลีแสดงบุคคล + ติด + ไรศ (14) นามวลีแสดงบุคคล + ติด + นามวลีแสดงบุคคล (15) นามวลีแสดงบุคคล + ติด + กิจกรรม

โดยเมื่อวิเคราะห์ความหมายจากการปรากฏร่วมแล้วพบว่า ความหมายของ ติด สามารถแสดงความหมายได้ 10 ความหมาย ประกอบด้วย 1) เหตุการณ์แสดงสภาพที่ของสิ่งหนึ่งแปะติดหรือค้างอยู่กับสิ่งที่เป็นฐาน 2) เหตุการณ์สภาพที่สถานที่อยู่ในตำแหน่งชิด 3) เหตุการณ์สภาพคงอยู่ 4) เหตุการณ์แสดงสภาพที่สิ่งของไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ 5) การขออาศัยไปด้วย 6) เหตุการณ์แสดงการกระทำบางอย่างเป็น

ประจำ 7) การได้รับคัดเลือกให้เข้าศึกษา 8) การได้รับเชื้อโรค 9) ความใกล้ชิดในเชิงความสัมพันธ์ทางสังคม 10) การทำเหตุการณ์บางอย่างไม่ได้เนื่องจากต้องทำอีกภารกิจหนึ่ง

## 7.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ความหมายของ *ติด* ทั้ง 10 ความหมายพบว่า ความหมายส่วนใหญ่ของ *ติด* ที่วิเคราะห์ได้ความหมายจะเปลี่ยนไปตามการปรากฏร่วมและกรรมของประโยค โดยโครงสร้างประโยคของ *ติด* จะเป็นดังนี้

### 1. นามวลี(1) (อยู่) ติด + บุพบท + นามวลี(2)

ตัวอย่าง คำกริยา *ติด* ที่แสดงความหมาย เหตุการณ์สภาพที่สถานที่อยู่ในตำแหน่งติดกัน นามวลีที่ปรากฏร่วมกับ *ติด* ในความหมายนี้ มักเป็นคำที่มีความหมายเกี่ยวกับสิ่งของ หรือ สถานที่ เช่น

(42) เมืองติฮัวนา(อยู่)ติดกับชายแดนสหรัฐ

(43) บ้านพักติดทะเล

### 2. นามวลี(1) + ติด + นามวลี(2)

ตัวอย่าง คำกริยา *ติด* ที่แสดงความหมาย ความใกล้ชิดในเชิงความสัมพันธ์ทางสังคม นามวลีที่ปรากฏร่วมกับ *ติด* ในความหมายนี้ มักเป็นคำที่มีความหมายเกี่ยวกับบุคคล เช่น

(44) สมัยวัยรุ่นติดเพื่อนมาก

(45) คุณปู่ติดหลานเสียแล้วแหละ

จะเห็นว่าความหมายของ *ติด* จะเปลี่ยนไปตามอาร์กิวเมนต์ที่ปรากฏร่วมหรือกรรมของประโยค ดังนั้นความหมายของคำกริยาที่มีอาร์กิวเมนต์หรือการปรากฏร่วมที่ต่างกัน ความหมายจึงมีโอกาสเพิ่มขึ้นมาได้ง่ายกว่าคำนาม เพราะความหมายของคำกริยามีลักษณะเป็นปลายเปิด (open-ended meaning)

นอกจาก *ติด* จะปรากฏเป็นคำกริยาแล้วยังทำหน้าที่เป็นคำกริยาวิเศษณ์ (Adverb) เมื่อมีการทำซ้ำ (Reduplicate) สามารถแสดงความหมาย *โดยใกล้* เช่น

(46) ปลุกบ้านอยู่ติดๆกัน

(47) ฉันวิ่งตามยักษ์กระทิงป่าคนนั้นไปติดๆ

(48) ไม่เคลือบแก้วเดินมาที่โต๊ะ ลีโอดามาติดๆ

จากตัวอย่างประโยคที่ (46) – (48) พบว่า *ติด* ทำหน้าที่เป็น กริยาวิเศษณ์ (Adverb) เมื่อมีการทำซ้ำ (Reduplicate) เพื่อบอกระดับความถี่และการแสดงความหมายที่ชัดขึ้น

## 7.3 ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากในงานวิจัยนี้ศึกษาการปรากฏร่วมของคำกริยา *ติด* เป็นหลัก และใช้เพียงรูปคำของการปรากฏร่วมในการแยกความหมายเป็นหลัก จากผลการวิเคราะห์พบการปรากฏร่วมของคำกริยา *ติด* 15 ประเภท และพบความหมายจากการปรากฏร่วมของคำกริยา *ติด* 10 ความหมาย ซึ่งผลการวิเคราะห์



แสดงให้เห็นว่า ถึงแม้คำกริยา *ติด* จะมีคำปรากฏร่วมที่แตกต่างกันในบางความหมาย แต่ความหมายนั้นมีความหมายใกล้เคียงกันก็สามารถรวมความหมายเข้าไว้ด้วยกันได้ เช่น *ติด* ในความหมาย เหตุการณ์แสดงการกระทำบางอย่างเป็นประจำ ที่มีคำปรากฏร่วม 3 ประเภท โดยที่ความหมายเหมือนกัน

นอกจากนี้การปรากฏร่วมของ *ติด* ทั้ง 10 ความหมาย ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าความหมายที่เกิดขึ้นนั้นมีความสัมพันธ์อย่างใกล้เคียงกัน และสามารถเชื่อมโยงกันได้ เนื่องจากมโนทัศน์ของคำว่า *ติด* เป็นความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งสองสิ่งมีไว้ด้วยกัน สามารถอธิบายได้โดยใช้แนวคิดภาษาศาสตร์ปริชาน

### เอกสารอ้างอิง

- วิโรจน์ อรุณมานะกุล. (2553). *ภาษาศาสตร์คลังข้อมูล : หลักการและการใช้*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Benson. (1990). *Multi-word collocation extraction by syntactic composition of collocation bigrams*. Geneva: Language Technology, University of Geneva.
- Biber, D., Conrad, S., & Reppen. R. (1996). Corpus-Based Investigations of Language Use. *Annual Review of Applied Linguistics*, 16, 115-135. doi : 10.1017/S0267190500001471
- Boonyuasaquan, S. (2005). An analysis of Collocational Violations in Translation. *MANUTSAT PARITAT : Journal of Humanities*, 27(2), 79-91.
- Dorkchandra, D. (2015). The Effects of Collocation Noticing Instruction on Thai EFL learners Collocational Competence. *Journal of Advances in English Language Teaching*, 3(1), 1-11.
- Falkum, I.L. & Vicente, A. (2005). *Polysemy: Current perspectives and approaches*. London: University College London.
- Fellbaum, C. (2007). *Idioms and collocations: corpus-based linguistic and lexicographic studies*. London: New York.
- Fillmore. (n.d.). *Polysemy: Theoretical and Computational Approaches*. New York: Oxford University Press.
- McIntosh, C. (2012). *Oxford Collocations Dictionary for Students of English*. New York: Oxford University Press.
- Natcha. (2016). *A study of word sense discrimination in Thai using latent semantic analysis*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Sag. (2002). *Syntax Based Collocation Extraction*. Geneva: University of Geneva.

Sinclair, J. C. (1991). *Corpus, Concordance, Collocation*. Oxford: Oxford University Press.

Tirasaroj, N., & Aroonmanakun, W. (20018). A Study of Word Sense Discrimination of / Hua4 / in Thai Using Latent Semantic Analysis. *Humanities Journal*,25(1),184-207.

VACANA JOURNAL

การเปลี่ยนผลัดการเล่าเรื่องภาษาไทย  
ในชุมชนการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก:  
ศึกษาตามแนวคิดกฎในการมอบผลัดของ แซกส์ และ คณะ<sup>1</sup>  
Organizing Turns in Thai Facebook Community Narrative Role-playing:  
A Study of Conversational Turn-Taking Organization

มิ่งขวัญ สังข์วัฒนะ<sup>2</sup>

Received 15 March 2020

Revised 7 April 2020

Published 19 May 2020

บทคัดย่อ

การเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กเป็นการเล่าเรื่องผ่านสื่อประเภทหนึ่ง มีลักษณะคล้ายการเขียนนวนิยายเรื่องเดียวกันโดยผู้เขียนหลายคน ผู้เขียนแต่ละคนจะสร้างตัวละครและผลัดกันเขียนเรื่องผ่านการสวมบทบาทของตัวละครของตนเองกับผู้เขียนคนอื่น ในงานวิจัยนี้เรียกว่า “ผู้เล่น” ซึ่งหมายถึง “ผู้เล่นบทบาทสมมติ” ทำให้ผลัดการสนทนามีความยาวมาก จนบางครั้งต้องเกิดการจัดการผลัดขึ้น เพื่อป้องกันการชิงผลัดซ้อนกันและรักษาความเป็นเอกภาพของเรื่องที่ร่วมกันเล่า

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการผลัดการเล่าเรื่องในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก โดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กระยะสั้น (ใช้เวลาเล่น 7-15 วัน) จำนวน 2 กลุ่ม และ กลุ่มการเล่นระยะยาว (ใช้เวลาเล่น 3 เดือน – 1 ปี) จำนวน 2 กลุ่ม โดยใช้แนวคิด “กฎการมอบผลัด” ของแซกส์และคณะ (Sack et al., 1974) และ ระบบผลัดในการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ ของศิริพร ปัญญาเมธิกุล (2558) มาวิเคราะห์เนื่องจากข้อมูลมีลักษณะข้อความประเภทสนทนา

ผลการศึกษาพบว่า ในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กจากข้อมูลที่ศึกษาทั้งหมด มีการจัดการผลัดเป็นไปตามกฎการมอบผลัดตามที่แซกส์และคณะและศิริพร ได้อธิบายไว้ แต่ในกลุ่มการเล่นระยะยาวผู้วิจัยพบว่า มีข้อตกลงเพิ่มเติมร่วมกันเพื่อจัดการผลัด คือ มีการกำหนดระบบสัญลักษณ์ หรือ มีการตกลงลำดับการส่งผลัดร่วมกันก่อนเริ่มเล่น เช่น การใช้ #000 เพื่อสื่อสารบอกผู้เล่นคนอื่นให้รอการตอบของผู้ที่ระบุ #000 ก่อน หรือ การใช้

<sup>1</sup> บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ โครงสร้าง และ รูปแบบ ของเรื่องเล่าภาษาไทยในชุมชนการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก

<sup>2</sup> นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทย และ ภาษาตะวันออก คณะศิลปศาสตร์

#777 เพื่อบอกว่าตนเองไม่อยู่หน้าคอมพิวเตอร์เป็นต้น การจัดการผลัดลักษณะนี้ เกิดขึ้นในกลุ่มตัวอย่างการเล่น ระยะเวลาเท่านั้น ไม่ปรากฏในกลุ่มตัวอย่างการเล่นระยะสั้น แม้ว่าบางกลุ่มอาจมีจำนวนผู้ร่วมสนทนาจำนวนมากก็ตาม

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้น เมื่อกลุ่มการเล่นมีขนาดใหญ่และมี ระยะเวลาการเล่นยาวนานอาจก่อให้เกิดข้อตกลงร่วมกันในการผลัดขึ้น เพื่อลดปัญหาในการสื่อสาร อย่างไรก็ตาม การมอบผลัดนั้นไม่มีการมอบให้ผู้ใดผู้หนึ่งชัดเจน ดังนั้นผู้เล่นแต่ละคนอาจต้องพยายามชิงผลัดในการเล่าเรื่อง ด้วยความเร็ว เพื่อให้การเล่าของตนเองนั้นเป็นส่วนหนึ่งในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กและรักษาเอกภาพของ เรื่องไว้ ในขณะที่เกิดการสนทนาแบบตามเวลาจริง (real time chat) นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นความพยายามใน การทำลายข้อจำกัดในการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ด้วย

**คำสำคัญ:** การเปลี่ยนผลัด, การจัดการผลัด, เฟซบุ๊ก, การเล่นบทบาทสมมติ

### Abstract

In Thailand, Facebook role-playing online narratives are among outstanding narrative discourses. Many recognized Facebook role-players create role-playing stories and narrate them together, bases on character roles in individual stories. There are special rules for organizing the sequence of appearances and turn-taking because of the length of role-playing texts, to avoid overlapping and maintain story unity.

This research studies and analyzes the organization of turn-taking in Facebook narrative role-playing communities. Two groups of short-term Facebook role-plays, lasting from seven to ten days; and two groups of long-term Facebook role-players, lasting from three to 12 months were analyzed following research precedent set by Sack et al., (1974), Panyametheekul, (2015). Data included conversational characteristics expressed in online role-playing.

Results were that in long-term role-playing, rules about turn-taking organization were announced by “custom signs.” Some players used the custom sign #000 to indicate “please waiting for me to type,” #777 for “away from the keyboard” (AFK), and made sequences or rules for player turn-taking correspondingly. This aspect appears only in long-term role-playing, though in short-term role-playing, there are many participants in each Facebook posting.

These findings reflect that there are special turn-taking organizational rules in Thai Facebook role-playing that may not appear in face-to-face conversations. Turn-taking

organization was innovated because many players per group lacked a clear way to choose the subsequent speaker otherwise the subsequent speakers choose themselves, so each player was obliged to become involved in the conversation quickly. In addition, the implication is that players try to reduce computer mediated communication (CMC) problems or limitations, to maintain narrative unity.

**Keywords:** Turn-taking, Turn-organization, Facebook, Role-playing.

## 1. บทนำ

การเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก เป็นการที่ผู้เล่นผลัดกันเขียนเรื่องเล่าของตัวเองสร้างขึ้นและกำหนดให้สนทนาได้ตอบกันไปมาโดยอาศัยเฟซบุ๊กเป็นสื่อกลางในการสื่อสาร (มิ่งขวัญ สังฆะวัฒน์ และ สุธาสินี ปิยพสุนทนา, 2562 น. 396) ข้อความการเล่นบทบาทสมมติ นั้น มีลักษณะคล้ายการเขียนนวนิยายต่อเนื่องกัน โดยมีผู้เขียนร่วมกันหลายคน แต่ละคนจะใช้บัญชีผู้ใช้เฟซบุ๊กเข้าร่วมกลุ่มการเล่นบทบาทสมมติที่ตนเองสนใจและสร้างตัวละครสมมติของตนเอง ตลอดจนดำเนินเรื่องราวของตัวเองละคร่วมกันกับตัวละครของผู้อื่นในกลุ่มเฟซบุ๊กนั้นจนจบ

การเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กมีความแตกต่างจากการใช้เฟซบุ๊กทั่วไป คือ ผู้เล่าเรื่องนั้นจะต้องสวมบทบาทเป็นตัวละครของตัวเองในเรื่องที่เล่า และ ต้องมีการเล่าด้วยการโต้ตอบไปมากับผู้ที่สวมบทบาทเพื่อเล่าเรื่องคนอื่น ไม่ใช่การเขียนเรื่องตั้งแต่ต้นจนจบด้วยผู้เล่นเพียงคนเดียวหรือเล่าด้วยการปราศจากการสวมบทบาทเหมือนการเล่าเรื่องทั่วไป รวมถึงเรื่องที่จะเล่าจะต้องเป็นเรื่องที่สมมติขึ้นเท่านั้น ดังนั้นการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กจึงไม่สามารถที่จะเล่นด้วยผู้เล่นเพียงคนเดียวได้ ส่งผลให้ผู้เล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กจะต้องเข้าร่วมกลุ่มการเล่นบทบาทสมมติกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

ผู้วิจัยไม่มีข้อมูลอย่างแน่ชัดว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กเกิดขึ้นเมื่อใด แต่สันนิษฐานว่าการเล่นบทบาทสมมติผ่านการสื่อสารผ่านสื่อ น่าจะมีมานานแล้ว เนื่องจากผู้วิจัยพบหลักฐานเป็นรูปภาพที่น่าจะเป็นการเล่นบทบาทสมมติจาก คริสตัล (Crystal, 2001) ดังนี้

Plate raises his hand and shouts...

Fork sighs loudly....

Plate say 'Nope' (P. 29)

ตัวอย่างที่ 1 แสดงหลักฐานที่น่าจะเป็นการเล่นบทบาทสมมติก่อนหน้านี้

จากตัวอย่างที่ 1 เป็นการแสดงบทสนทนาระหว่างผู้เล่น 2 คน คือ Plate และ Fork ในโลกเสมือนจริง<sup>3</sup> (Virtual World) แสดงให้เห็นลักษณะของการใช้ภาษาเขียนอธิบายการกระทำและคำพูดของตัวละครสมมติ คริสต์ลอธิบายว่าตัวอย่างนี้เป็นการที่ผู้ใช้ภาษาวิวัฒนาการภาษาในโลกเสมือนจริง ตัวอย่างนี้สอดคล้องกับรูปแบบของการเล่นสมมติในภาษาไทยสมัยปัจจุบัน ดังนั้นอาจแสดงให้เห็นว่าการสนทนาบทบาทสมมตินั้นมีมานานแล้ว ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าการสนทนาในโลกสภาวะแวดล้อมเสมือนจริงอาจเป็นจุดเริ่มต้นของการเล่นสนทนาบทบาทสมมติและอาจกระจายเข้าสู่ภาษาไทยในภายหลัง

การเล่าเรื่องร่วมกันและองค์ประกอบของการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก มีลักษณะเป็นข้อความประเภทเรื่องเล่าแบบการด้นสด (improvisation)<sup>4</sup> แต่ก็มีลักษณะเป็นข้อความประเภทสนทนาผสมอยู่ด้วย เนื่องจากมีลักษณะของการเปลี่ยนผลัด ซิงผลัด และ มีการสื่อสารระหว่างตัวละครของผู้พูดหลายคน กล่าวคือผู้พูดหลายคนนั้นจะสลับกันเล่าเรื่องนั่นเอง ดังภาพที่แสดงต่อไปนี้

ผู้เล่นคนที่ 1 : หลีเหลียนฮวา :

“ตอนนี้ทุกคนกำลังตกใจกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ...อาจจะเกิดความคิด  
แตกต่างกันออกไป คือให้รีบจอดที่สถานีหน้า กับให้รถไฟไปต่อ”

“ถ้าจอดสถานีหน้า พวกเรา ‘อาจจะ’ รอด แต่คนร้ายจะรอดเช่นกัน... (มีต่อ)

ผู้เล่นคนที่ 2 : } วาเลนเทียบเบธธานีปล่อยบอชนะครับ

ผู้เล่นคนที่ 3 : { วาเลนเทียบสถานะยืนยันเป็นเจ้าของที่หน้าประตูห้องนะคะ  
}

ผู้เล่นคนที่ 4 : ปารีต

“ไม่ครับ เป็นไปได้สูงเลยทีเดียว...” เขาเห็นด้วยกับทฤษฎีนี้ แล้วคาดว่า  
จะเกิดขึ้นแน่นอน แต่เขาจะอยู่ข้างไหนก็.. (มีต่อ)

ผู้เล่นคนที่ 1: หลีเหลียนฮวา :

“คะ” เดินตามสมทบทุกคนไปห้องผู้โดยสาร

ผู้เล่นคนที่ 5: #เพิ่งมาอ่าน....

สะท้อนใจมากคะ... สารภาพว่าอ่านแล้วเผลอร้องให้ ฮือ-

ตัวอย่างที่ 2 แสดงความเป็นข้อความประเภทสนทนาผสมกับข้อความประเภทเรื่องเล่า

<sup>3</sup> นิยามตาม ศิริพร ปัญญาเมธีกุล (2558)

<sup>4</sup> ในสาขาวรรณกรรมและภาษา ยังไม่พบการใช้คำศัพท์เฉพาะที่ตรงกับความหมายที่ต้องการ ผู้วิจัยจึงศึกษาคำศัพท์นี้ด้านนิยามของสาขาสังคมวิทยาและพัฒนา ซึ่งมีความหมายสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้วิจัยพบว่า การคิดและกระทำในขณะนั้น โดยไม่ได้มีการเตรียมมาก่อนล่วงหน้า (วัชระ กัณธีการรณ์, 2557)

จากตัวอย่างที่ 2 ผู้วิจัยสงวนนามบัญชีผู้ใช้ของผู้เล่นไว้ด้วยการแทนบริเวณที่เป็นชื่อบัญชีผู้ใช้ด้วยคำว่า ผู้เล่นตามด้วยจำนวนตัวเลข เพื่อจรรยาบรรณในการวิจัยและแสดงให้เห็นชัดเจนว่า ผลัดไหนเป็นของผู้เล่นคนใด แม้ว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้น ผู้เล่นมักจะใช้บัญชีผู้ใช้ที่ไม่ระบุถึงตัวตนที่ชัดเจน คือ มีการตั้งชื่อบัญชีผู้ใช้ด้วยนามแฝงและข้อมูลสมมติ ทำให้ไม่สามารถระบุได้ว่าเจ้าของบัญชีผู้ใช้อย่างไรก็ตาม แต่เพื่อรักษาความลับของผู้บอกภาษา ผู้วิจัยจึงต้องทำการปิดบังส่วนแสดงชื่อบัญชีผู้ใช้ไว้ โดยการแสดงตัวอย่างในบทความนี้ผู้วิจัยจะใช้นำเสนอข้อมูลทุกอย่างในลักษณะดังกล่าว

ตัวอย่างที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้น มีทั้งข้อความประเภทเรื่องเล่า และข้อความประเภทสนทนาอยู่ นั่นคือ ข้อความของผู้เล่นคนที่ 2 3 และ 5 ที่ผู้วิจัยเน้นตัวหนาไว้ เป็นข้อความประเภทสนทนาเพื่อสื่อสารไปยังผู้เล่นด้วยกัน ส่วนข้อความของผู้เล่นคนที่ 1 และ 4 ที่ผู้วิจัยไม่ได้เน้นตัวหนาไว้ เป็นการสนทนาแบบบทสนทนา ผู้วิจัยพบว่า มีปรากฏทั้งแทรกอยู่ระหว่างการสนทนา และ แยกออกมาจากส่วนของการสนทนาโดยอาศัยช่องตอบกลับของเฟซบุ๊กด้วย

จากตัวอย่างที่ 2 สังเกตว่า ข้อความของผู้เล่นคนที่ 2 และ ผู้เล่นคนที่ 3 นี้ แม้จะมีความคล้ายกับการสนทนาแบบบทสนทนาแต่ผู้วิจัยไม่จัดเป็นข้อความการสนทนา เนื่องจากเป็นข้อความที่ปรากฏสัญลักษณ์แบ่งส่วนข้อความ การปรากฏสัญลักษณ์นี้ในการสนทนาแบบบทสนทนาจะใช้จะเป็นเครื่องหมายสำหรับบ่งชี้ว่าเป็นข้อความสื่อสารระหว่างผู้เล่นด้วยกันเองไม่ใช่ข้อความการสนทนาแบบบทสนทนา ส่งผลให้ผู้เล่นคนอื่นทราบว่าจะใช้เป็นข้อมูลในการเขียนเรื่องต่อไปหรือไม่ก็ได้ นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าบางครั้งหากไม่ปรากฏสัญลักษณ์ดังกล่าว ผู้เล่นจะใช้ช่องตอบกลับของเฟซบุ๊กเพื่อแยกข้อความการสนทนาและข้อความการสนทนาแบบบทสนทนาออกจากกันแทนเพื่อป้องกันการสับสน

จากความผสมผสานกันของลักษณะข้อความทำให้การเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กมีลักษณะคล้ายกับห้องสนทนา แต่มีข้อแตกต่างอยู่ คือ ผู้เล่นทุกคนมีการรักษาความเป็นเอกภาพของเรื่องร่วมกันเล่าทั้งหมด เนื่องจากจุดประสงค์ในการสื่อสารของการสนทนาแบบบทสนทนา คือ การร่วมกันเล่าเรื่องร่วมกัน ดังนั้นจึงน่าสนใจว่า ในการรักษาเอกภาพของการสนทนานั้น อาจเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดข้อตกลงกันในการเปลี่ยนผลัดหรือจัดการผลัดขึ้น นอกเหนือจากกฎการเปลี่ยนผลัดทั่วไปก็ได้

แซ็กส์และคณะ (Sack et al., 1974) พบว่า ในการสนทนาแบบเผชิญหน้ากัน (face-to-face conversations) เมื่อมีผู้สนทนามากกว่า 2 คนขึ้นไป จะเกิดคู่ของถ้อยคำเมื่อเรียงลำดับการพูด คู่ของถ้อยคำคือ กลุ่มคำที่มีความสัมพันธ์ และมีความต่อเนื่องของผู้พูด ที่ได้ตอบกัน ประกอบไปด้วย ผลัดแรก หรือ ผลัดที่เกิดขึ้นก่อน และผลัดที่สอง คือ ผลัดที่เกิดขึ้นตามมา

ต่อมา ศิริพร ปัญญาเมธิกุล (2546) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนผลัดในการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ภาษาไทย ในงานวิจัยเรื่อง ความต่อเนื่องของปฏิสัมพันธ์ในห้องสนทนาไทย : การส่งผลต่อกันระหว่างการเชื่อมโยง ความ การมอบผลัดและความเกี่ยวข้องของเรื่องที่สนทนา พบว่า การมอบผลัดเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดความ

ต่อเนื่องของปฏิสัมพันธ์ได้ แม้การสนทนาผ่านในห้องสนทนาจะปรากฏคู่แรกของถ้อยคำอยู่เสมอ และการเรียกชื่อจะลดความกำกวมของการสื่อสาร ทำให้คู่สนทนาทราบว่าข้อความที่ถูกส่งมานั้นส่งถึงใครนั่นเอง

นอกจากงานวิจัยของศิริพรแล้วผู้วิจัยพบว่า การศึกษาภาษาในเฟซบุ๊กส่วนใหญ่แล้วจะเป็นงานวิจัยที่ศึกษาภาษาในแฟนเพจเฟซบุ๊ก เช่น งานวิจัยของ อารังดิทธิ พจนานุกรภาพ และ สิริวรรณ นันทจันทุล (2558) ศึกษาการใช้คำของคำคมที่ปรากฏในเว็บเพจคำคมจากเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก โดยใช้ข้อมูลคำคมจากแฟนเพจเฟซบุ๊กจำนวน 1,167 คำคม มาวิเคราะห์ลักษณะการใช้คำและ พบว่ามีทั้งหมด 15 ลักษณะ หรือ งานวิจัยของ สิริัญญา สุขสวัสดิ์ (2558) ลักษณะภาษาและกลวิธีการใช้ภาษาตามแนววจนปฏิบัติศาสตร์ ในหน้าแฟนเพจ “ข้อความโดนๆ” ในเฟซบุ๊ก โดยใช้แนวคิดวัจนลีลา แนวคิดมูลบททางวัจนปฏิบัติศาสตร์ แนวคิดความหมายบ่งชี้เป็นนัยและแนวคิดวัจนกรรม ผลการวิจัยพบว่ามีการใช้ภาษา 4 ลักษณะ และ พบว่า กลวิธีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ที่ใช้ ได้แก่ ความหมายบ่งชี้เป็นนัย มูลบททางวัจนปฏิบัติศาสตร์ และวัจนกรรม เป็นต้น

นอกจากงานวิจัยที่กล่าวไปแล้ว ผู้วิจัยพบว่ามีงานวิจัยที่ศึกษาข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กด้วย เช่น งานวิจัยของ รัชชานนท์ จิตวีรสรรพ และ นรุตม์ คุปต์ธนโรจน์ (2562) ศึกษาเกี่ยวกับอนุภาคและแบบเรื่องของเรื่องเล่าสมัยใหม่ในแอปพลิเคชันจอยละครดา โดยใช้ข้อมูลเรื่องเล่าที่จบแล้วจากห้องเซตอาถรรพ์ 50 เรื่องมาวิเคราะห์แบบเรื่องและหาอนุภาค งานวิจัยของรัชชานนท์ จิตวีรสรรพ และ นรุตม์ คุปต์ธนโรจน์ พบว่าอนุภาคที่โดดเด่นในการและมีผลต่อการดำเนินเรื่อง คืออนุภาคการหลอกหลอนและอนุภาคการรับมือกับผี และแบบเรื่องทั้งหมดสามารถแบ่งได้ 9 แบบ เป็นต้น จากการทบทวนวรรณกรรมเบื้องต้นนี้ ผู้วิจัยพบว่าผู้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ภาษาผ่านสื่อในภาษาไทยอยู่มากมาย แต่ยังไม่พบว่ามีผู้ศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงผลการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้วิจัยเลือกศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มข้อมูลดังกล่าวนี้

การเปลี่ยนแปลงในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้นก็ยังมีลักษณะดังที่ แซ็กส์ และคณะ (Sack et al., 1974) กล่าวไว้ ผู้เล่นจะการร่วมกันตั้งกระทู้ และ พิมพ์เรื่องโต้ตอบกันไปมา โดยผู้เล่นแต่ละคนทำหน้าที่เล่า และเล่นเฉพาะบทบาทตัวละครที่ตัวเองสร้างและสมมติขึ้น ไม่มีการก้าวก่ายบทบาทของตัวละครผู้เล่นคนอื่น ทำให้จำนวนผู้สนทนาในครั้งหนึ่งนั้น อาจไม่ใช่เพียง 2 คน ลักษณะเช่นนี้ อาจส่งผลให้เกิดระบบการจัดการผลัดขึ้น บางครั้งผู้วิจัยพบว่า ในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก มีการใช้สัญลักษณ์ที่ตกลงร่วมกัน เพื่อบอกว่าผู้ใดจะเป็นผู้ส่งข้อความคนถัดไป ดังภาพต่อไปนี้

ผู้เล่นคนที่ 1 : เด็กสาวตะโกนเรียกสติโมน่า ก่อนที่จะหันไปถามใจนาธานต่อ

“โลกที่เหมาะสมขึ้นมาใหม่ โลกแบบไหนกันล่ะ?! โลกในฝันที่ว่าของคุณนะ....” ....(มีต่อ)

ผู้เล่นคนที่ 2 : #000

ผู้เล่นคนที่ 3 : #000

ตัวอย่างที่ 2 แสดงการใช้ระบบสัญลักษณ์ในการจัดการผลัดของการเล่นบทบาทสมมติ



จากตัวอย่างที่ 2 จะเห็นว่า ผลัดที่ 1 เป็นข้อความการเล่นบทบาทสมมติที่มีผู้ส่งมาก่อนหน้านี้แล้ว เป็นผลัดก่อนหน้าและไม่ใช่ผลัดแรกในการสนทนา แม้ว่าจะมีการระบุชื่อผู้พูดคนถัดไปคือชื่อตัวละครที่ได้ตอบด้วย ได้แก่ ตัวละครโมนาและตัวละครโจนาธาน แต่ก็ยังมีผู้พยายามชิงผลัดด้วยการพิมพ์สัญลักษณ์ #000 เพื่อบอกสิทธิ์ในการส่งข้อความถัดไปขึ้นมาแทรก สัญลักษณ์ #000 นี้ เป็นระบบการจัดการผลัดที่มีการตกลงกันระหว่างผู้เล่นมาก่อนแล้ว และ ในตัวอย่างนี้ ผู้ที่ส่งสัญลักษณ์ #000 ไม่ใช่เจ้าของตัวละครที่ถูกเรียกชื่อในผลัดก่อนหน้าด้วย

นอกจากนี้ การส่งข้อความแต่ละผลัดของผู้เล่นจะมีความสำคัญมาก เพราะข้อความแต่ละผลัดนั้น คือ สิ่งที่เคยบอกว่าเรื่องจะดำเนินไปในทิศทางใด กล่าวคือ ผู้เล่นแต่ละคนที่ส่งข้อความแต่ละข้อความได้สำเร็จนั้น คือ ผู้ที่มีสิทธิ์ชี้ว่าเรื่องจะเป็นอย่างไรต่อไปนั่นเอง ข้อความในผลัดก่อนหน้าจะถูกใช้เป็นข้อมูลให้เกิดผลัดถัดไป ดังนั้นในการเล่นบทบาทสมมติบางครั้งผู้เล่นจึงอาจพยายามชิงผลัดเพื่อให้ตนเองเป็นผู้ส่งข้อความได้สำเร็จด้วย เพราะหากมีการส่งข้อความซ้อนกันขึ้น ผลัดที่ปรากฏภายหลังจะถูกลบออกไปนั่นเอง

นอกจากระบบสัญลักษณ์แล้ว ผู้วิจัยยังสังเกตว่า ในการเล่นบทบาทสมมติ ยังมีการจัดลำดับของการส่งข้อความอื่น ๆ ปรากฏขึ้นร่วมด้วย เช่น การสร้างข้อตกลงระหว่างผู้เล่นและผู้ควบคุมเพื่อแบ่งผลัดในการสนทนา หรือ การสร้างลำดับแบบถาวรแก่ผู้ร่วมสนทนาเพื่อให้การเล่นเป็นไปตามลำดับความเรียบร้อย และไม่มีคู่แข่งของถ้อยคำขึ้น เป็นต้น

จากลักษณะการผสมผสานกันของข้อความประเภทเรื่องเล่าและข้อความประเภทสนทนา รวมการเกิดขึ้นของระบบสัญลักษณ์เพื่อจัดการผลัดนี้ ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาการเปลี่ยนแปลงผลัดของการเล่าเรื่องในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก

### จุดประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงผลัด การจัดการผลัด และระบบผลัดของการเล่าเรื่องในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก โดยศึกษาทั้งกลุ่มการเล่นระยะสั้นและกลุ่มการเล่นระยะยาว

## 2. กรอบแนวคิด

ในการเปลี่ยนแปลงผลัดการสนทนาแบบเห็นหน้ากัน แซ็กส์และคณะ (Sack et al., 1974) ได้เสนอกฎของเปลี่ยนแปลงผลัด 3 ข้อ กฎทั้ง 3 ข้อนี้เป็นเงื่อนไขในการมอบผลัดจากผู้พูดคนหนึ่งไปยังผู้พูดคนถัดไปเมื่อถึงจุดเปลี่ยนแปลงดังนี้

1. ถ้าผู้พูดเลือกผู้พูดคนต่อไปแล้ว ผู้พูดจะหยุดพูดและมอบผลัดให้กับผู้พูดคนถัดไปเพื่อเปลี่ยนแปลงผลัด

2. ถ้าผู้พูดคนต่อไปไม่ได้ถูกเลือกไว้ ผู้ร่วมสนทนามีแนวโน้มที่จะชิงผลัดด้วยการเลือกตนเองเป็นผู้พูดคนถัดไปและเริ่มการพูดก่อนเพื่อให้เกิดเปลี่ยนแปลงผลัดขึ้น โดย ผู้ที่เริ่มพูดก่อนนั้นจะเป็นผู้มีสิทธิ์ในผลัดนั้น

3. ถ้าผู้พูดคนต่อไปไม่ได้ถูกเลือกไว้และไม่มีการชิงผลัดเกิดขึ้นในกลุ่มผู้ร่วมสนทนา ผู้พูดมีสิทธิ์ที่จะดำเนินการพูดของตัวเองต่อไปได้

กฎของแซ็กส์และคณะนี้จะเรียงลำดับการใช้กฎจากข้อที่ 1 ไปยังกฎข้อที่ 3 ตามลำดับ โดยกฎข้อต่อไปจะถูกใช้ เมื่อ กฎข้อก่อนหน้าไม่ได้ถูกใช้ กล่าวคือ หากเกิดการเปลี่ยนแปลงผลัดด้วยกฎข้อที่ 1 แล้ว กฎข้อที่ 2 และ 3 จะไม่เกิดขึ้น ในขณะเดียวกัน ถ้า กฎข้อที่ 1 ไม่เกิดขึ้น อาจก่อให้เกิดกฎข้อที่ 2 ในการเปลี่ยนแปลงผลัดขึ้นไป กฎทั้ง 3 ข้อนี้ จะถูกใช้เสมอเมื่อถึงจุดการเปลี่ยนแปลงผลัดและเกิดขึ้นซ้ำไปจนกว่าจะเปลี่ยนแปลงผลัดได้สำเร็จ

ในภาษาไทย ศิริพร ปัญญาเมธิกุล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ความต่อเนื่องในการสนทนา และ ระบบผลัดในการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ โดยใช้แนวคิดของ แซ็กส์ และ คณะ (Sack et al., 1974) ใน การศึกษาข้อความการสนทนาในห้องสนทนา ผลการศึกษาพบว่า ในการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์นั้น ก็มีการใช้กฎของ แซ็กส์ และ คณะทั้ง 3 ข้อเช่นกัน และ พบว่า การเรียกชื่อเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่บ่งชี้ว่า ผู้พูดกำลังมอบผลัดให้กับใคร เพื่อลดความกำกวมในห้องสนทนาและรักษาความต่อเนื่องในการสนทนาที่เต็มไปด้วยคุณแทรกของถ้อยคำด้วย

ผู้วิจัยเห็นว่า ในการเล่นเกมบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้นก็ปรากฏ กฎทั้ง 3 ข้อของแซ็กส์และคณะด้วยเช่นกัน และ อาจจะมีการเกิดขึ้นของคุณแทรกของถ้อยคำตามที่ ศิริพร กล่าวไว้ด้วย นอกจากนี้ ลักษณะของข้อมูลมีความผสมผสานกันระหว่างข้อความประเภทเรื่องเล่าและข้อความประเภทสนทนา จึงเลือกแนวคิดทั้ง 2 นี้ มาวิเคราะห์

### 3. ข้อมูลและวิธีการดำเนินการวิจัย

จากการสำรวจข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า ในการเล่นเกมบทบาทสมมตินั้น มีการเล่นอยู่ 2 แบบ คือ แบบระยะสั้น ใช้เวลาการเล่น 7 – 15 วัน จำนวนผู้สนทนาไม่เกิน 20 คน และ แบบระยะยาว ใช้เวลาการเล่น 3 เดือน – 1 ปี จำนวนผู้สนทนา มากกว่า 20 คนขึ้นไป ในการเล่น 2 แบบนี้ ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่ามีข้อแตกต่างเกิดขึ้นในการเล่นทั้ง 2 กลุ่ม ดังนั้นในการเก็บข้อมูล เพื่อให้ครอบคลุมการเปลี่ยนแปลงผลัดของการเล่นเกมบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กทั้งหมด จึงจำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากการเล่นทั้ง 2 แบบ โดยเก็บ แบบละ 2 กลุ่ม เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

### 3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling)<sup>5</sup> เลือกกลุ่มการเล่นบทบาทสมมติจากกลุ่มประกาศหาผู้เล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กแบบชุมชนในช่วงเดือน มิถุนายน 2560 – พฤษภาคม 2561 รวมระยะเวลา 1 ปี เพื่อเข้าไปสังเกตการณ์เดือนละ 1 ชุมชน รวม 12 ชุมชน จากนั้นเข้าไปติดตามการเล่นบทบาทสมมติทั้งหมดของกลุ่มหรือจนกว่าการเล่นบทบาทสมมติในกลุ่มจะสิ้นสุดลง หากกลุ่มที่ทำการคัดเลือกได้มีเนื้อหาการเล่นยาวนานหลายภาค จะเลือกเก็บตัวอย่างมาเพียงภาคเดียวเท่านั้น

หลังจากได้กลุ่มตัวแทนในการสังเกตการณ์จำนวน 12 กลุ่มแล้ว ผู้วิจัยจะคัดเลือกกลุ่มชุมชน ที่ต้องมีการเคลื่อนไหวของสมาชิก หรือ ผู้ควบคุมตั้งแต่เริ่มเปิดการเล่นบทบาทสมมติไม่น้อยกว่า 7 วัน และ มีความเคลื่อนไหวอยู่เสมอ หากเป็นกลุ่มการเล่นระยะสั้น (กลุ่มที่มีการเล่น 7 - 15 วัน) จะเลือกจากกลุ่มที่การเล่นบทบาทสมมติสิ้นสุดลงแล้วในช่วงมีนาคม – พฤษภาคม 2561 เพื่อให้มีข้อมูลเพียงพอในการวิเคราะห์และมีความทันสมัย

จากเกณฑ์ข้างต้นผู้วิจัยเลือกกลุ่มเฉพาะการเล่นบทบาทสมมติจำนวน 4 กลุ่ม แบ่งเป็นกลุ่มการเล่นแบบระยะยาว 2 กลุ่ม และ กลุ่มการเล่นแบบระยะสั้น 2 กลุ่ม เพื่อให้ครอบคลุมการเปลี่ยนแปลงในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กทั้งหมด

หลังจากได้กลุ่มตัวอย่างมาแล้ว ผู้วิจัยทำการกรองกระทู้ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเล่นบทบาทสมมติออก และเลือกเฉพาะ กระทู้ที่มีการร่วมกันเล่นบทบาทสมมติอย่างน้อย 3 คนขึ้นไป เพื่อให้มีผู้ที่สามารถชิงผลัดการสนทนาได้ รวมถึงเพื่อให้ครอบคลุมรูปแบบและลักษณะการเปลี่ยนแปลงที่มีความหลากหลายมากที่สุด เมื่อเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้วพบว่า มีจำนวนผลัดในการวิเคราะห์ทั้งหมดดังนี้

#### กลุ่มการเล่นระยะยาว

1. [COMMU]Saint ☩ Sinner มีจำนวนสมาชิก 79 คน ข้อความ 14,421 ผลัด
2. Dark Insider Community [TH] มีจำนวนสมาชิก 85 คน ข้อความ 18,536 ผลัด

#### กลุ่มการเล่นระยะสั้น

1. {Murder on the Orient Express Commu } มีจำนวนสมาชิก 17 คน ข้อความ 3,409 ผลัด
2. RED BEACH SHOW 2 : Get Away (Demo) มีจำนวนสมาชิก 12 คน ข้อความ 5,258 ผลัด<sup>6</sup>

ส่วนกลุ่มชุมชนเฉพาะที่ไม่ถูกได้รับคัดเลือกนั้น เกิดจากการที่กลุ่มชุมชนนั้นไม่มีผู้เคลื่อนไหวในการเล่นหลังจากผู้ควบคุมเปิดการเล่น ผู้ควบคุมหรือผู้เล่นหยุดเคลื่อนไหว ทำการออกจากกลุ่มและหรือทำการเล่นกันเฉพาะในกล่องข้อความเท่านั้นทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้

<sup>5</sup> การสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling) สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2559) นิยามว่า การเลือกกลุ่มตัวอย่างตามต้องการโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น และ ไม่มีหลักเกณฑ์ กลุ่มตัวอย่างจะเป็นใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลได้แต่ต้องอยู่ในกลุ่มที่จะศึกษา

<sup>6</sup> นิยามตาม ศิริพร ปัญญาเมธีกุล (2559)

### 3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยต้องการหารูปภาพที่บ่งชี้การเปลี่ยนแปลงและศึกษาการจัดการผลัด โดยเริ่มวิเคราะห์จากผลัดแรกก่อนเพื่อสำรวจว่า มีการตกลงเงื่อนไข หรือ มีคำอธิบายในการจัดการผลัดหรือไม่ และ ดำเนินการวิเคราะห์ไปในผลัดต่อๆ ไปตามลำดับ

ดังนั้นการวิเคราะห์ในบทความนี้จึงต้องใช้แนวคิดของ แซ็กส์และคณะ (Sack et al., 1974) อธิบายกฎของการเปลี่ยนผลัดทั่วไปในข้อมูล และ ใช้แนวคิดของศิริพร ปัญญาเมธิกุล (2558) อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเปลี่ยนผลัดผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ เรื่อง คู่แทรกของถ้อยคำ หรือ การเรียกชื่อเพื่อเชื่อมโยงผลัดให้ต่อเนื่องกัน แล้วนำเสนอการวิเคราะห์ด้วยวิธีเขียนแผนภาพประกอบกับการอธิบายแบบพรรณนาวิเคราะห์ เพื่อแสดงการเชื่อมโยงผลัดในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก และตอบคำถามว่า การเล่นเกมบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้น มีการจัดการผลัดอย่างไร

## 4. ผลการวิจัย

### 4.1 ลักษณะทั่วไปของข้อมูล

การเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก มีลักษณะเฉพาะ คือ ผู้สนทนาทุกคนกำลังพูดเรื่องเดียวกันอยู่ ไม่มีผู้เล่นคนใดไม่สนใจข้อความบางผลัด หรือ มุ่งพูดคุยอยู่กับผู้สนทนาบางคนเท่านั้น กล่าวคือ ผู้เล่นทุกคนจะมุ่งร่วมกันพูดคุยในเรื่องเดียวกัน เพราะในการเล่นบทบาทสมมติผู้เล่นทุกคนจะร่วมกันดำเนินเรื่องที่ร่วมกันเขียนนั่นเอง

จากลักษณะเฉพาะตัวของการเล่นเกมบทบาทสมมตินี้ ทำให้เกิดการเชื่อมโยงกันของข้อความผ่านเหตุการณ์ที่เกิดในฉากขึ้น ผู้เล่นแต่ละคนจะอาศัยข้อมูลที่อยู่ในผลัดก่อนหน้า มาผลิตซ้ำตัวบทเพื่อดำเนินเรื่อง ส่งผลให้เกิดผลัดถัดไปที่ต่อเนื่องกันและเป็นเอกภาพเดียวกันกับเรื่องที่ถูกเล่ามาก่อนหน้านี้ทั้งหมด ดังนั้นการเชื่อมโยงข้อความของการเล่นเกมบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก จะเกิดขึ้นได้จากเหตุการณ์ที่เรียงต่อกันด้วย ไม่เพียงแต่เกิดจากชุดคำสรรพนามหรือผลัดการถามตอบเท่านั้น

ผลการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยพบลักษณะที่น่าสนใจในการเล่นทั้งสองกลุ่ม คือ การเล่นในกลุ่มระยะสั้นไม่มีการจำกัดผู้ร่วมสนทนา มีจำนวนสมาชิกน้อย แต่มีผู้สนทนาในการเล่น 1 ครั้ง สูงสุดถึง 18 คน ในขณะที่กลุ่มการเล่นระยะยาวมีการระบุจำนวนผู้เข้าร่วมการสนทนา และ จำกัดให้การสนทนาแต่ละครั้งอยู่ในจำนวนผู้เล่นไม่เกิน 5-7 คน ต่อการเล่น 1 ครั้ง

การระบุจำนวนผู้ร่วมสนทนาอาจแสดงให้เห็นว่าระยะเวลาการเล่นไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการเปลี่ยนแปลง แต่เกี่ยวข้องกับจำนวนผู้ร่วมสนทนาและจำนวนผู้เล่นทั้งหมดมากกว่า จำนวนผู้เล่นในกลุ่มการเล่นระยะยาวมีมากกว่ากลุ่มการเล่นระยะสั้น ผู้เล่นจึงอาจต้องจำกัดจำนวนผู้ร่วมสนทนา เพื่อลดอุปสรรคในการเล่นและรักษาความเป็นเอกภาพของเรื่องที่ร่วมกันเล่าไว้ รวมถึงอาจเพราะกลุ่มการเล่นระยะยาวมีระยะเวลาการเล่นมากกว่าจึง

ส่งผลให้ผู้เล่นสามารถใช้เวลาในการสร้างปฏิสัมพันธ์ได้ แตกต่างจากการเล่นระยะสั้นที่มักอ้างอิงเวลาจริงที่เปิดเล่นหรือมีเวลาในการเล่นทั้งหมดน้อย ทำให้ต้องระบุนจำนวนผู้ร่วมสนทนานั้นเอง

นอกจากนี้ การระบุนจำนวนสนทนาและระยะเวลาการเล่น อาจส่งผลต่อระบบการจัดการผลัดด้วย ในกลุ่มการเล่นระยะสั้นที่มีระยะเวลาสั้น กลุ่มข้อมูลนี้กลับไม่ปรากฏการจัดการผลัดหรือมีการตกลงเรื่องระบบผลัด ทำให้มีหลักการเปลี่ยนผลัดแบบการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ดังที่ ศิริพร ปัญญาเมธิกุล (2558) ศึกษาไว้ทุกประการ กล่าวคือ นอกจากกฎการเปลี่ยนผลัดทั้ง 3 ข้อ ของแซ็กส์และคณะ (Sack et al., 1974) แล้ว ยังปรากฏคู่แทรกของถ้อยคำ และการใช้การเรียกชื่อด้วยการ แท็ก (Tag) เพื่อเชื่อมโยงผลัด ทั้งในการเล่าเรื่อง และการสนทนา ระหว่างการเล่นของเจ้าของตัวละครด้วย

ส่วนการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กระยะยาว ผู้วิจัยพบว่า กลับมีระบบการจัดการผลัดและเงื่อนไขการเปลี่ยนผลัดที่เป็นระบบมากกว่า ทำให้จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าการเล่นบทบาทสมมติแบบระยะยาวนั้น มีการเปลี่ยนผลัด ทั้งแบบมีคู่แทรกของถ้อยคำ และ ไม่มีคู่แทรกของถ้อยคำ นอกจากนี้ยังพบการจัดลำดับและการใช้สัญลักษณ์เพื่อชิงผลัดระหว่างผู้เล่นด้วย

#### 4.2 การเปลี่ยนผลัดและจัดการผลัดในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก

จากการเก็บข้อมูล กลุ่มการเล่นทั้ง 2 ประเภท ประเภทละ 2 กลุ่ม รวมจำนวน 4 กลุ่ม มีลักษณะคล้ายกัน แต่แตกต่างกันในรายละเอียดบางส่วน ผู้วิจัยพบว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก มีการเปลี่ยนผลัดตามกฎของ แซ็กส์ และ คณะ (Sack et al., 1974) ทุกประการและปรากฏกฎการเปลี่ยนผลัดครบทั้ง 3 ข้อ ทั้งนี้จะอธิบายการใช้กฎไปตามลำดับ

##### 4.2.1 การเปลี่ยนผลัดแบบใช้กฎข้อที่ 1

การเปลี่ยนผลัดโดยใช้กฎข้อที่ 1 ในการเล่นบทบาทสมมตินั้น ผู้เล่นจะการเลือกผู้พูดคนถัดไปด้วยการระบุรูปภาษาเป็นชื่อตัวละครที่ได้ตอบด้วย หากเจ้าของตัวละครนั้นพร้อมที่จะได้ตอบ เจ้าของตัวละครที่ถูกระบุชื่อก็อาจจะพิมพ์ข้อความตอบทันทีก็ได้ เพื่อให้ข้อความของตนเองกลายเป็นผลัดถัดไป ก่อนที่จะมีผู้ชิงผลัดหรือปรากฏคู่แทรกของถ้อยคำขึ้นตามลักษณะของการสื่อสารผ่านสื่อทั่วไป

อีกแง่มุมหนึ่ง ผู้วิจัยมองว่าการเรียกชื่ออาจไม่เป็นการมอบผลัดโดยตรงก็ได้ แต่ทำให้เจ้าของตัวละครรู้ว่าตัวเองจะต้องชิงผลัดนั้นหรือต้องตอบกลับข้อความผลัดนั้นของผู้พูดและบางครั้งพบการแท็กชื่อเพื่อแจ้งแก่เจ้าของตัวละครและเชื่อมโยงผลัดด้วย พบในการสนทนาที่มีผู้ร่วมสนทนาจำนวนมาก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ผู้เล่นคนที่ 1 : เคียรัน : “พุงนี่ก็ต้องเปลี่ยนผ้าพันแผลอีกที” พุดพิมพ์ถ้ำถ้ำวัน  
อาการจะไม่กำเริบขึ้นหรือมีโรคแทรกก็น่าจะมีเวลาพออยู่ละมั้ง  
หันไปหาเอเลียส

“รถไฟจะออกเมื่อไรครับ”

ผู้เล่นคนที่ 2 : จอห์น: รับมาแบบงง อ้าว เฮ้

เดินตามไปเลยย

ผู้เล่นคนที่ 3 : เด็กชายดูตกใจนิดหน่อยที่ถูกอุ้มสุดท้ายเขาก็เลือกจะเกาะคนอุ้มไว้ให้แน่น แต่ไม่พูดอะไรตอบ แค่ได้ยินว่าไม่มีขบวนขึ้นราเด็กชายก็ดูจะมีความสุขมากล้นแล้ว

เอเลียส :

“คิดว่าไม่นานเกินหนึ่งชั่วโมงก็พร้อมออกแล้วครับ... อย่างน้อยก็รอคนไปสำรวจต้นทางข้างหน้าที่ใกล้กลับมาบอกว่าข้างหน้ามีอะไรขวางหรือเปล่า ถ้าเขากลับมาก็ได้ถูกขอร้องรถนั้นล่ะครับ”

(มีการแท็กชื่อเจ้าของตัวละครเคียร์น)

### ตัวอย่างที่ 3 การแท็กชื่อเพื่อระบุการตอบกลับของผลัดการสนทนา

จากตัวอย่างที่ 3 จะเห็นว่าในผลัดของผู้เล่นคนที่ 3 มีการแท็กชื่อบัญชีผู้ใช้ของเจ้าของตัวละครเคียร์น เพื่อให้เจ้าของตัวละครทราบว่า ข้อความผลัดนี้ของผู้เล่นคนที่ 3 กำลังตอบกลับข้อความของผู้เล่นตัวละครเคียร์นในผลัดที่ 1 โดยมีผลัดที่ 2 ของผู้เล่นตัวละครจอห์นเป็นคู่แทรกของถ้อยคำ ลักษณะการแท็กชื่อบัญชีผู้ใช้นี้ ผู้วิจัยสังเกตว่า จะพบเฉพาะในการเล่นบทบาทสมมติที่มีผู้สนทนาจำนวนมากและการสนทนาที่มีความรวดเร็วมากจนผู้เล่นไม่สามารถพิมพ์ข้อความของตัวเองทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในเรื่อง อาจมองได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการเรียกชื่อเพื่อเชื่อมโยงผลัดตามที่ ศิริพร ปัญญาเมธิกุล (2558) ได้ศึกษาไว้ก็ได้

การเล่นบทบาทสมมตินั้น ปกติจะเกิดคู่แทรกของถ้อยคำตามลักษณะการสื่อสารผ่านสื่ออยู่แล้ว แต่ข้อความจะมีความต่อเนื่องกันในเชิงเรื่องเล่า และยังมีการโต้ตอบแบบตามเวลาจริง (real time) ด้วย เมื่อเกิดความรวดเร็วในการส่งข้อความเพื่อเล่าเรื่องมากจะทำให้จำนวนคู่แทรกของถ้อยคำมากตามไปด้วย ส่งผลให้เหตุการณ์ของเรื่องดำเนินไปอย่างรวดเร็ว และทำให้ผู้เล่นพิมพ์ข้อความตอบรับเหตุการณ์เพื่ออธิบายการกระทำของตัวละครไม่ทันต่อเหตุการณ์ ด้วยเหตุนี้เอง ผู้เล่นจึงอาจต้องใช้การแท็กชื่อเพื่อรักษาการเชื่อมโยงข้อความและเอกภาพของข้อความไว้

ผู้วิจัยพบว่าบางครั้ง ด้วยเหตุจำเป็นด้านเนื้อความหรือเป็นส่วนสำคัญที่กระทบต่อจุดเปลี่ยนของเรื่องที่ร่วมกันเล่น ผู้เล่นทุกคนก็จะพร้อมใจกันรอให้เจ้าของตัวละครที่ถูกระบุชื่อตอบข้อความก่อนจึงจะพิมพ์ข้อความหรือกดส่งข้อความในส่วนของตัวเองต่อไป

การเปลี่ยนผลัดโดยกฎข้อที่ 1 นี้ ผู้วิจัยสังเกตว่า ในกรณีมอผลัดแบบระบุชื่อตัวละครนั้น บางครั้งผู้พูดคนก่อนหน้า ก็ไม่ได้ระบุชื่อตัวละครตัวเอง ทำให้เกิดการชิงผลัดต่อไปขึ้นในกลุ่มของตัวละครที่ถูกระบุ กล่าวคือ ในผลัดของผู้พูดก่อนหน้ามีปฏิสัมพันธ์กับตัวละครมากกว่า 1 ตัว อาจส่งผลให้ผู้เล่นที่เป็น

เจ้าของตัวละครที่ผู้พูดคนก่อนหน้ากล่าวถึงนั้น ทำการพิมพ์ข้อความเพื่อต่อการเล่นบทบาทสมมติได้ และการพิมพ์ข้อความตอบหลายคนพร้อมกันนี้เอง ทำให้เกิดการชิงผลัดขึ้นในการเล่นบทบาทสมมติ ตัวอย่างต่อไปนี้นำเสนอตัวอย่างการมอบผลัดดังกล่าว

ผู้เล่นคนที่ 1 : “.....ผมก็หวังให้เป็นเช่นนั้น **มิสเบธานี**.....” เขายิ้มเจื่อนๆกลับไปให้หญิงสาว

“ตามนั้นนะครับ ถือว่าผมขอ....” เขาหันกลับไปโค้งให้ผู้โดยสารที่เหลือทุกคนแล้วเดินไปกันหน้าห้องของไทโยไว้ นาทีนี้ เขาขอทำหน้าที่ของผบ.ให้ดีที่สุด มีคนตาย เขาต้องรับผิดชอบชีวิตคนเป็น

.....ด้วยชีวิตของตนเอง...

“**คุณเบธานี**...ถ้าผมไม่รอดกลับไป...จุดหมายในกระเป๋าของผม...ฝากส่งให้ด้วยนะครับ...” เขาคีร์รอยยิ้มเจื่อนๆอีกครั้งให้พนักงานสาว

“**คุณคาร์ริช**....**คุณปารีส**....” เขาหันมองทั้งสองคน

“ผมเข้าใจว่าพวกคุณแค้นและต้องการอยู่กับคนด้านในจนวาระสุดท้าย แต่ผมจะไม่ยอมให้ใครตายเพิ่มกว่านี้ เราไม่รู้ว่าแก๊สเวรนี้มันจะเล็ดลอดออกมาอีกหรือเปล่า ผมขอเถอะนะ ออกไปจากตรงนี้....ทุกคน....!!!!” เขาตะวาดเสียงแข็งในตอนท้าย แววดาที่เคยอ่อนโยนตอนนี้แทบไม่ต่างอะไรจากน้ำแข็ง มีเพียงความเย็นชา....เท่านั้น

ผู้เล่นคนที่ 2 : {เบธานี}

“ยินดีอย่างยิ่งค่ะ”

เบธานียิ้มจางให้วาเลนทีเยอร์ก่อนจะรับซองจุดหมายนั้นมา แล้วเดินออกจากบริเวณประตูห้องราวกับไม่รู้สึกละไรสักนิดเดียว และบางทีมันอาจเป็นเช่นนั้นก็ได้

“เอาละ ท่านผู้โดยสาร ช่วยกรุณากลับไปยังที่นั่งของท่านด้วยค่ะ”

ผู้เล่นคนที่ 3 : เวย์รา :

“ทำไมผมต้องว่า**คุณเบธานี**?”

“แปลกคน จู่ๆก็ขอให้ว่า :0” ไหว้ไหล่ให้แล้วดันตัวคาร์ริชออกให้เจ็ดนา

“จอห์น หวัง คงไม่อยากให้พี่ชายมาตายตามแบบเขาที่นี้หรอกนะ” พูดจบบก็กลับไปที่นั่งตัวเอง

ตัวอย่างที่ 4 แสดงการระบุชื่อตัวละครเพื่อมอบผลัดมากกว่า 1 ตัว

จากตัวอย่างที่ 4 ให้เห็นรูปภาพชื่อตัวละครที่ผู้เล่นคนที่ 1 มีปฏิสัมพันธ์ด้วย กล่าวคือ ผู้เล่นคนที่ 1 มีปฏิสัมพันธ์กับตัวละครเพื่อให้ได้ตอบทั้งหมด 3 ตัว ได้แก่ ตัวละคร เบรธานี ตัวละคร คาริวิช และ ตัวละคร ปารีส การมีปฏิสัมพันธ์กับตัวละครมากกว่า 1 ตัว ในผลัดเดียวนั้น อาจก่อให้เกิดการชิงผลัดขึ้นระหว่างผู้ที่ถูกระบุชื่อขึ้นได้ ผู้เล่นที่ครอบครองตัวละครทั้ง 3 จะเริ่มพิมพ์ข้อความเพื่อโต้ตอบเมื่อเห็นข้อความผู้เล่นคนที่ 1 เห็นได้จากตัวละครเบรธานีตอบข้อความทันทีในผลัดต่อมา ขณะเดียวกันผู้เล่นคนอื่นที่ร่วมเล่นอยู่ก็พิมพ์ข้อความเพื่อส่งด้วยเช่นกัน

การที่ผู้เล่นคนอื่นพิมพ์ข้อความส่ง ทำให้เกิดคู่แทรกของถ้อยคำระหว่างการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก อย่างข้อความของผู้เล่นคนที่ 3 ที่ปรากฏข้อความของตัวละคร เวร่า ขึ้นมา แทนที่จะเป็นตัวละคร คาริวิช หรือ ปารีส ตามที่ผู้เล่นคนที่ 1 กล่าวถึง ผู้วิจัยเห็นว่า น่าจะเป็นผลมาจากการพยายามส่งข้อความตอบผลัดอื่นที่อยู่ก่อนหน้า หรือ เป็นผลจากการที่ตัวละครอยู่ในฉากร่วมกันและพยายามตอบสนองกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในเรื่องนั่นเอง

#### 4.2.2 การเปลี่ยนผลัดโดยใช้กฎข้อที่ 2

การเปลี่ยนผลัดโดยใช้กฎข้อที่ 2 ในการเล่นบทบาทสมมติ นั้น ผู้เล่นมีแนวโน้มที่จะเลือกตัวเองเป็นผู้รับผลัดคนต่อไป เนื่องจากผู้พูดคนก่อนหน้าไม่ได้ระบุผู้พูดคนถัดไปอย่างชัดเจน โดยไม่ปรากฏรูปภาพชื่อตัวละครที่จะพูดคนต่อไป หรือ ใช้รูปภาพที่มีความหมายว่าพูดกับทุกคนในการสนทนา นั้น เช่นตัวอย่างที่ ๕

ผู้เล่นคนที่ 1 : ลัวร์แอนระบายลมหายใจยาวออกมา เขายอมละมือออกจากเดลจนได้ ก่อนจะหันไปพังกหัวให้กับคนที่เขาไม่เคยเห็นหน้า เด็กคนนั้น ชาวบ้านธรรมดาหรือ “สวัสดิ์ดีครับ คุณคงจำผมไม่ได้แล้ว หลังจากพ้นจากตำแหน่งผมก็รูปร่างเปลี่ยนไปมา ลัวร์แอนครับ เอลลูอัน ลัวร์แอน หัวหน้านักบุญของพวกคุณ”

ผู้เล่นคนที่ 2 : “.....” ซิกฟรีทไล่สายตามองตามเสียงขอลัวร์แอนที่เหมือนจะตกใจที่เห็นตัวเอง แต่ก็ไม่ได้ตอบรับอะไรแค่เดินเข้าไปหาเงียบๆ แล้ววางกล่องไม้ที่ถืออยู่ลง แล้วยืนดูว่ากำลังทำอะไรกันอยู่

ผู้เล่นคนที่ 3 : “อะ- ดีครับคุณลัวร์แอน แะะๆ-”

/เขายิ้มเจื่อนๆ ไปให้อีกฝ่ายแล้วคิดพลางสงสัยมาด้วย

“ว่าแต่....ทำอะไรกันหรือครับ?”

ตัวอย่างที่ 5 แสดงการชิงผลัดในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก



จากตัวอย่างที่ 5 จะเห็นว่าผู้เล่นคนที่ 2 ไม่ระบุผู้พูดคนถัดไปอย่างเฉพาะเจาะจง และตอบรับการกระทำของผู้พูดผลัดก่อนหน้าเพียงอย่างเดียว ส่งผลให้ผู้ร่วมสนทนาคนอื่น มีแนวโน้มเลือกตัวเองเป็นผู้สนทนาคนถัดไป ผู้ที่ส่งข้อความสำเร็จจนปรากฏต่อเนื่องกับผู้พูดคนก่อนหน้าได้จะถือเป็นผู้ที่สามารถชิงผลัดการสนทนาถัดไปได้นั่นเอง ในการชิงผลัดลักษณะนี้ ผู้วิจัยพบว่าหากมีการปรากฏขึ้นของข้อความการเล่นบทบาทสมมติผลัดถัดไปในเวลาเดียวกัน ผลัดของผู้เล่นที่ปรากฏขึ้นเป็นลำดับหลังจะมีแนวโน้มถูกลบออกไปโดยเจ้าของผลัดนั่นเอง เพื่อรักษาความเป็นเอกภาพของเรื่องเล่า เนื่องจากมีเนื้อหาไม่สอดคล้องกับผลัดที่อยู่ก่อนหน้าและอาจสร้างความสับสนได้

#### 4.2.3 การเปลี่ยนผลัดโดยใช้กฎข้อที่ 3

ปกติแล้วในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้น ผู้เล่นจะต้องการชิงผลัดเพื่อแสดงการมีส่วนร่วมในการสนทนา การพยายามชิงผลัดนี้ ทำให้มีแนวโน้มในการใช้ กฎข้อที่ 3 น้อย เพราะกฎข้อที่ 3 กล่าวว่า การที่ผู้พูดคนก่อนหน้าพูดต่อ เพราะไม่มีผู้ร่วมสนทนาคนใดนำเสนอตนเองเป็นผู้พูดคนถัดไป หรือ ไม่ได้มอบผลัดให้กับผู้ร่วมสนทนาคนใด ผู้วิจัยพบว่า ในข้อมูลปรากฏหลักฐานที่คล้ายกับกฎข้อที่ 3 ขึ้น เฉพาะลักษณะที่ผู้เล่นเปลือยออกส่งข้อความ หรือ รีบส่งข้อความทันทีหลังจากส่งข้อความผลัดของตัวเองด้วยเหตุผลใด ๆ เช่นตัวอย่างนี้

ผู้เล่นคนที่ 1 : หลังจากเพิ่งกลับมาได้ไม่นานซิสหลบมาเคลียร์เรื่องอะไรบางอย่าง เพื่อกลับมาเยี่ยมสถานที่นั้นหลังจากที่หายไปนาน และเผชิญว่าวันนี้เธอเข้ามาดูบ้านแม่ในป่า แต่แล้วจู่ๆระหว่างทางที่กลับ ก็กลายเป็นน้ำทะเล มหาสมุทร (อยู่ในรัศมีพอจะรับรู้ว่ามีมหาสมุทร)...(มีต่อ)

ผู้เล่นคนที่ 2 : #000

ผู้เล่นคนที่ 2 : <เป้าหมาย : หาว่าใครอยู่ใกล้โพม่อนที่สุด ตอบในตอบกลับบอกตำแหน่งของตัวเอง>

(ผู้เล่นทุกคนตอบตำแหน่งของตัวเองในช่องตอบกลับ)

ผู้เล่นคนที่ 1 : #afk ไปอาบน้ำแปบนะ

ผู้เล่นคนที่ 2 : ซ้ายก็เสียงขวาก็เสียง ทิวทัศน์เป็นทะเล คน และ ปีสางมากมายสู้ร่วมกัน ก็ครั้งแล้วที่เจอจากแบบนี้ และตอนจบก็เหมือนทุกครั้งไป... (มีต่อ)

ผู้เล่นคนที่ 3 : [เพราะการปลุกของซิสและฮาแกน ย่นการตื่นของลัวร์แอนในเทิร์นหน้าเป็นเทิร์นนี้]

ผู้เล่นคนที่ 3 : #000

ตัวอย่างที่ 6 แสดงการส่งข้อความซ้ำจากผู้พูดคนก่อนหน้า

จากตัวอย่างที่ 6 แสดงให้เห็นว่าผู้เล่นคนที่ 2 และผู้เล่นคนที่ 3 ส่งข้อความซ้ำกันสองครั้ง แสดงให้เห็นว่าผู้เล่นคนที่ 2 และ ผู้เล่นคนที่ 3 นั้น อาจรีบพิมพ์ข้อความส่งต่อจากผลัดของตนเอง การสนทนาที่เกิดการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กด้วยความรวดเร็วมาก แสดงให้เห็นจาก ผู้เล่นแต่ละคนต้องทำการชิงผลัด ด้วยการใช้สัญลักษณ์ #000 และ การแยกจากกันของผลัดของผู้เล่นคนที่ 1 ด้วยคู่แทรกของถ้อยคำจากผู้เล่นคนที่ 2 ทั้ง 2 ผลัด นั่นเอง

จากภาพที่ 6 จึงแสดงให้เห็นว่า ในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้น การเกิดขึ้นของกฎข้อที่ 3 ตามที่แซ็กส์และคณะ (Sack et al., 1974) อาจเกิดขึ้นได้น้อย เพราะความเฉพาะตัวของการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กที่ผู้เล่นพยายามนำเสนอตนเองในการสนทนา ทำให้การที่ผู้พูดคนล่าสุดทำการพูดต่อหากไม่มีผู้ใดชิงผลัดไปเมื่อสิ้นสุดผลัดของตนเอง ผู้พูดคนล่าสุดอาจไม่สนใจว่า มีใครจะชิงผลัดหรือไม่หรือผู้พูดคนถัดไปจะส่งข้อความเมื่อใด แต่ผู้เล่นต้องการเล่าเรื่องของตนเองให้จบ จึงทำการพิมพ์ข้อความส่งอย่างต่อเนื่องนั่นเอง อีกทั้ง มีปัจจัยของการสื่อสารผ่านสื่อเข้ามาเกี่ยวข้อง ปัจจัยนี้เองอาจเป็นผลให้ลำดับของผลัดถูกจัดเรียงเป็นลักษณะดังกล่าวด้วย

ผู้วิจัยพบว่า ในกรณีไม่มีผู้เล่นคนใดดำเนินการสนทนาแล้ว แต่การเล่นยังไม่จบบริบูรณ์ ผู้พูดคนล่าสุดอาจทำการพิมพ์ข้อความกระตุ้นให้การสนทนาดำเนินไปต่อด้วยรูปภาพใด ๆ หรือบางครั้งจะเป็นการส่งผลัดของผู้เปิดการสนทนา หรือ ผู้ควบคุม ที่ไม่ใช่ผู้พูดคนล่าสุดก็ได้ ทั้งนี้ การหยุดชะงักของการสนทนาผู้วิจัยพบว่าเป็นปัญหาจากการไม่แจ้งเตือนของเฟซบุ๊กหรือการละทิ้งของผู้เล่น

ผู้วิจัยสังเกตว่า ตัวอย่างในภาพที่ 6 นี้ อาจแสดงให้เห็นความเฉพาะตัวของการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กอย่างชัดเจน หากเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน ผู้พูดคนก่อนหน้าอาจหยุดพูดเมื่อมีผู้พูดแทรกขึ้นมาเพื่อชิงผลัดไปได้ กล่าวคือ ในความรวดเร็วของการสื่อสารแบบเผชิญหน้านั้น ผู้พูดที่กำลังพูดอยู่อาจถูกชิงผลัดไปเมื่อเกิดความเจียบทั้งที่ยังไม่สิ้นสุดผลัดของตนเองก็ได้ แต่ในบนเฟซบุ๊กนั้น ผลัดจะถูกชิงไปได้ก็ต่อเมื่อผู้เล่นส่งข้อความแล้ว แม้ว่าข้อความในผลัดบางครั้งอาจไม่สมบูรณ์ แต่ผู้เล่นก็สามารถกดแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ของข้อความก็ได้ นั่นเอง

#### 4.3 ระบบผลัดในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก

จากการเก็บข้อมูล เฉพาะในการเล่นบทบาทสมมติแบบระยะยาว พบการกำหนดข้อตกลงเพิ่มเติมในการเปลี่ยนผลัดเพื่อแก้ปัญหาในการสื่อสารผ่านสื่อ นั่นคือ มีการใช้ระบบสัญลักษณ์ เข้ามาอำนวยความสะดวกในการชิงผลัด

ผู้วิจัยพบว่า บางครั้งการเล่นบทบาทสมมติ มีข้อจำกัดเรื่องผู้เล่นอาจไม่สนใจว่าผู้พูดคนก่อนหน้าตั้งใจมอบผลัดให้ผู้ใด แต่ต้องการชิงผลัดเพื่อทำให้ตัวละครของตัวเองมีส่วนร่วมกับการสนทนาอยู่เสมอ เมื่อผู้เล่นพยายามชิงผลัด ผู้เล่นจะทำการพิมพ์ข้อความการเล่นบทบาทสมมติด้วยความรวดเร็วและกดส่งตอบกลับไปที่ โดยไม่สนใจว่าผู้เล่นคนอื่น ๆ จะพิมพ์ข้อความอยู่หรือไม่ การพยายามชิงผลัดนี้ส่งผลให้ การสนทนาอาจมีความรวดเร็วมากและทำให้ผู้เล่นบางกลุ่มที่พิมพ์ข้อความการเล่นแบบยาวไม่สามารถต่อเหตุการณ์ได้ทันท่วงที ดังนั้นใน

การเล่นระยะยาวที่มีผู้เล่นจำนวนมากและมีความซับซ้อนกว่ากลุ่มการเล่นระยะสั้น จึงมีผู้เล่นบางกลุ่มพยายามสร้างระบบสัญลักษณ์ขึ้น เพื่อใช้ในการเปลี่ยนผลัด ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ผู้เล่นคนที่ 1 : “เห็นความเศร้าโศกและความทรมานของมนุษย์ผู้นี้อย่างไรล่ะ” เสียงนุ่ม  
ระคนแหบพร่าดังขึ้นจากเงา ก่อนร่างหนึ่งจะปรากฏขึ้นมา...(มีต่อ)

ผู้เล่นคนที่ 2 : #000

ผู้เล่นคนที่ 3 : #000

ผู้เล่นคนที่ 2 : “เบาว่าที่คิดแฮะ” วิลเลียมที่ยกว้างของคัลลาเวย์ขึ้นมาด้วยความแปลก  
ใจเล็กน้อย เขาพยุงร่างที่ไร้สติของคัลลาเวย์ออกมาจากบริเวณนั้นแล้วมุ่งหน้าไปทางโบสถ์ทันที  
...(มีต่อ)

ผู้เล่นคนที่ 4 : #000

ตัวอย่างที่ 7 การปรากฏของสัญลักษณ์ที่ใช้ในการชิงผลัดของการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก

จากตัวอย่างที่ 7 จะเห็นว่าปรากฏรูปภาพสัญลักษณ์ #000 อยู่ในผลัดของผู้เล่นคนที่ 2 3 และ 4 แทรก  
ระหว่างผลัด ที่เป็นข้อความการเล่นบทบาทสมมติ เมื่อมีการส่ง #000 ขึ้น ผู้เล่นคนอื่นจะรอให้ผู้ส่ง #000 ตอบ  
การเล่นบทบาทสมมติก่อน จึงส่งข้อความของตนเองต่อไป ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า สัญลักษณ์ #000 นี้ มี  
ความหมายว่าโปรดรอการพิมพ์ของผู้เล่นที่ส่ง #000 ก่อนเพราะผู้เล่นที่ส่งสัญลักษณ์ดังกล่าวไม่สามารถพิมพ์  
ข้อความได้ทันที ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผลการจากสื่อสารผ่านสื่อ ทำให้บางครั้งเกิดการปรากฏขึ้นของ #000 ติดต่อกัน  
เพราะผู้ร่วมสนทนาส่งข้อความในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันได้

นอกจากนี้ ตัวอย่างที่ 7 ยังแสดงให้เห็นการชิงผลัดระหว่างผู้เล่นอย่างชัดเจนด้วยการใช้ระบบสัญลักษณ์  
กล่าวคือ จากการปรากฏใช้ #000 ในผลัดที่ 2 3 และ 5 กล่าวคือ ในผลัดที่ 2 และ 3 นั้น อาจเกิดจากผู้เล่นส่ง  
ข้อความ #000 ในเวลาเดียวกันทำให้ข้อความปรากฏขึ้นในเวลาใกล้เคียงกันได้ แล้ว ผู้เล่นคนที่ 4 ยังไม่รอให้ผู้เล่น  
คนที่ 3 ตอบข้อความก่อนตามข้อตกลงการใช้สัญลักษณ์ แต่กลับส่ง #000 เพื่อชิงผลัดถัดไปที่ผู้เล่นคนที่ 2  
ตอบข้อความ การกระทำเช่นนี้แสดงให้เห็นว่า ผู้เล่นมีความพยายามที่จะชิงผลัดการสนทนาในการเล่นบทบาท  
สมมติบนเฟซบุ๊ก

ไม่เพียงแต่การใช้สัญลักษณ์แล้ว ผู้วิจัยพบว่า มีบางครั้งในการสนทนา มีการตกลงเงื่อนไขเกี่ยวกับการ  
จัดการผลัดเอาไว้ตั้งแต่ผลัดแรกที่เริ่มเล่นบทบาทสมมติด้วย เช่น การสร้างลำดับผลัดแบบถาวรโดยการกำหนด  
หมายเลขให้กับผู้ร่วมสนทนาอย่างเป็นระบบ หรือ ระบุระบบการแบ่งผลัดระหว่างผู้ควบคุมกับผู้เล่นในอัตรา ผลัด  
ของผู้เล่น 2 ผลัด ต่อ ผลัดของผู้ควบคุม 1 ผลัด เพื่อให้การสนทนาดำเนินไปอย่างราบรื่นดังตัวอย่างนี้

#โรดภารกิจ

[ภารกิจรายสัปดาห์ SS2] สัปดาห์ที่ 1 [T04/1] คะแนนสูงสุด 50 แต้ม

=====

สถานที่: งานปาร์ตี้หน้ากาก ในโรงแรมหรู เวลา 21.30 ถูกจัดขึ้นบนชั้นสูงสุดของโรงแรม  
พื้นที่ 20x20 เมตร ในห้องจะถูกล้อมด้วยกระจก ทำให้เห็นวิวด้านนอก ยกเว้นทางเข้าที่  
ต้องเข้าจากภายในโรงแรม มีการควบคุมประตูสองคน

ความสามารถ : [ไม่ระบุ]

โทเท็ม : [ไม่ระบุ]

สเตตัส : Srt - S/Vit - B/Agi - A/Dex - B/Int - A

=====

**ปาร์ตี้ 3 คน = [1,2,0, 3,1,0, 2,3,0, 1,2,0]**

ตัวอย่างที่ 8 การระบุเงื่อนไขการจัดการผลัดในการเล่นเกมบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก

จากตัวอย่างที่ 8 จะเห็นว่าในข้อความที่ผู้วิจัยเน้นตัวหนาไว้ มีการระบุลำดับการส่งข้อความในการ  
เล่นเกมบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก รูปภาพ **ปาร์ตี้ 3 คน** มีความหมายว่า ในกระดานนี้มีผู้ร่วมเล่นเกมบทบาทสมมติ  
ทั้งหมด 3 คน ไม่รวมผู้เปิดการเล่น และจากลำดับทั้งหมด ดังนั้น ผู้ร่วมสนทนาในกระดานจะมีทั้งหมด 4 คน  
เรียงลำดับการส่งผลัดตามที่กำหนดไว้ในวงเล็บเหลี่ยม

การกำหนดลำดับการส่งผลัดนี้ ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ก่อนเริ่มเล่นผู้เล่นจะต้องทำการตกลง  
กันก่อนว่า ผู้เล่นคนใดอยู่ลำดับหมายเลขใด ส่วนหมายเลข 0 ในกลุ่มจะมีข้อตกลงร่วมกันว่าให้เป็น  
หมายเลขของผู้เปิดการเล่น เมื่อตกลงกันเรียบร้อยแล้ว ผู้เล่นและผู้เปิดเล่นจะเรียงลำดับตามที่กำหนดไว้  
เช่น ในภาพที่ 4.5 1,2,0 ตามด้วย 3,1,0 ลำดับจะเป็น ผู้เล่นคนที่ 1 ตามด้วยผู้เล่นคนที่ 2 และ ผู้เปิดการ  
เล่น จากนั้นจะเป็น ผู้เล่นคนที่ 3 ตามด้วย ผู้เล่นคนที่ 1 และ ผู้เปิดการเล่น นั่นเอง

การเรียงลำดับการส่งผลัดนี้ ส่งผลต่อการกระทำในเรื่องและส่งผลให้ไม่เกิดคู่แทรกของถ้อยคำ  
กล่าวคือ เมื่อผู้เล่นแบ่งลำดับกันอย่างเคร่งครัด จะไม่มีการส่งข้อความมาแทรกภายในลำดับที่กำหนด  
ข้อความจึงเกิดความต่อเนื่องเป็นเนื้อเดียวกันได้จากผลัดที่ตามมาเป็นลำดับนั่นเอง

จากการศึกษาการเปลี่ยนผลัดในการเล่นเกมบทบาทสมมติทั้ง 4 กลุ่ม พบว่าแม้จะมีการเปลี่ยนผลัดเกิดขึ้นแต่  
ข้อความก็ยังคงมีความต่อเนื่องกัน กลมกลืนกันเป็นเรื่องเดียว แสดงให้เห็นว่าผู้เล่นพยายามรักษาความเป็นเอกภาพ  
ของเรื่องเอาไว้ เพื่อเอื้อให้ผู้เล่นคนอื่นๆที่กำลังเขียนเรื่องร่วมกันสามารถต่อเรื่องได้ ในขณะที่ก็ต้องเล่าเรื่องในส่วนของ  
ของตัวเองไปด้วย กล่าวคือ แม้จะเกิดการชิงผลัด คำว่าผลัด หรือ ไม่สนใจว่าผู้เล่นคนก่อนหน้านั้น จะมอบผลัดให้กับ

ผู้เล่นคนใด ตัวละครใด หรือ ไม่ได้มอบผลดีให้กับใครเป็นพิเศษ แต่ผู้เล่นที่ทำการตอบข้อความทุกคนนั้น จะพยายามเขียนเรื่องให้ผู้เล่นคนอื่นสามารถใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินเรื่องต่อไปได้นั่นเอง

ข้อจำกัดในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กคือ ผู้เล่นจำเป็นต้องโยนผลัด ในขณะที่ยังต้องเล่าเรื่องของตัวเองไปด้วย ส่งผลให้เมื่อผู้เล่นดำเนินบทบาทของตัวเองแล้วต้องมอบผลดีให้กับผู้เล่นคนอื่นตามกฎของการเล่นที่ว่า ผู้เล่นไม่มีสิทธิในการสวมบทบาทเป็นตัวละครที่ไม่ได้เป็นเจ้าของ ดังนั้นผู้เล่นจึงต้องทำการมอบผลดีให้ผู้เล่นคนอื่นหลังสิ้นสุดผลัดของตนเอง ทั้งที่ยังเล่าเรื่องในส่วนของตนเองไปด้วย ลักษณะเช่นนี้สัมพันธ์กับการพยายามรักษาเอกภาพของเรื่องไว้ เพราะนอกจากจะเกี่ยวกับเรื่องการเอื้อให้ผู้อื่นสามารถต่อเรื่องได้ ยังแสดงให้เห็นว่าผู้เล่นไม่สามารถเล่าเรื่องของตนเองให้จบในผลัดเดียวได้ ดังนั้นผู้เล่นจึงจำต้องรักษาเอกภาพของเรื่องเอาไว้ เพื่อให้การเล่นสามารถดำเนินไปได้นั่นเอง

## 5. สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาการเปลี่ยนแปลงผลัดการเล่าเรื่องในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กพบว่า การเปลี่ยนแปลงผลัดในกลุ่มการเล่นทั้งระยะสั้นและระยะยาว มีกฎการใช้ทั้ง 3 ข้อของ แซกส์และคณะ (Sack et al., 1974) อยู่มาก นอกจากนี้ยังพบว่าผู้เล่นมักจะมีแนวโน้มในการเสนอตนเองในการสนทนา กล่าวคือ ผู้เล่นพยายามคว้าผลัดเพื่อให้มีส่วนร่วมในการสนทนา แม้ว่าจะมีการกล่าวถึงผู้พูดคนถัดไป และ พยายามเล่าเรื่องในส่วนของตนเองในจบ อีกทั้งยังพบว่าการคว้าผลัดนี้อาจส่งผลให้เกิดคู่แทรกของถ้อยคำขึ้นด้วยระหว่างการเล่าเรื่องร่วมกัน

การพยายามรักษาเอกภาพของเรื่องร่วมกันเล่าในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้น สอดคล้องกับเรื่อง การมอบผลัดสัมพันธ์กับการรักษาความต่อเนื่องของปฏิสัมพันธ์ ของ ศิริพร ปัญญาเมธิกุล (2546) ด้วย เนื่องจากข้อความการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก มีจุดประสงค์หลักคือการเล่าเรื่องร่วมกันและผู้สนทนากำลังพูดเรื่องเดียวกันอยู่ แตกต่างจากห้องสนทนาที่ผู้สนทนาต่างสนทนากับผู้สนทนาบางคนเท่านั้น ดังนั้นในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก เอกภาพของเรื่องร่วมกันเล่าจึงเปรียบเสมือนการพยายามรักษาความต่อเนื่องของการมีปฏิสัมพันธ์ในแบบฉบับที่เป็นการเล่าเรื่องร่วมกันนั่นเอง

การเกิดคู่แทรกของถ้อยคำในการสนทนานั้น สอดคล้องกับที่ ศิริพร ปัญญาเมธิกุล (2558) ได้อธิบายไว้ เนื่องจากการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กก็เป็นการสื่อสารผ่านสื่อประเภทหนึ่งเช่นกัน แต่การเกิดขึ้นของคู่แทรกของถ้อยคำในงานวิจัยนี้นั้น เกิดจากการส่งข้อความประเภทเรื่องเล่าที่มีความสอดคล้องกับข้อความทั้งหมดของผู้เล่นในกระทู้ และ มีการจัดการแบบเฉพาะตัว ด้วยการจัดลำดับการสนทนาอย่างเคร่งครัด นั่นเอง

การเกิดขึ้นของคู่แทรกของถ้อยคำลักษณะนี้ อาจเพราะผู้เล่นต้องการมีส่วนร่วมในการสนทนา กล่าวคือ ผู้เล่นพยายามนำเสนอเรื่องของตัวเอง เพื่อดำเนินเล่าเรื่องในส่วนของตัวเองจนจบ โดยการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องร่วมกันเล่า หรือ พยายามให้ตัวละครตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยพบว่า แม้จะมีการกำหนด

สัญลักษณ์เพื่อชิงผลัดเช่น #000 แต่ก็มีกรณีการละเมิดกฎเกิดขึ้นอยู่บ้าง ลักษณะนี้ อาจมองได้ว่า ผู้เล่นบางคนส่งข้อความพร้อมกับที่ผู้เล่นคนอื่นๆ พิมพ์ #000 หรือ จงใจละเลย #000 เพื่อเล่าเรื่องของตัวเองก็ได้ สังเกตได้จากการพยายามส่งข้อความและการนำเสนอตัวเองของผู้เล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กและการเกิดขึ้นน้อยของกฎข้อที่ 3 ของแซกส์และคณะ (Sack et al., 1974)

ศิริพร ปัญญาเมธิกุล (2558) กล่าวว่า นอกจากเรื่องคู่แทรกของถ้อยคำแล้ว ในการสื่อสารผ่านสื่อ นั้นมีอุปสรรค คือ ขาดการตอบสนองแบบทันทีทันใดและการไม่รู้ว่าผู้สนทนาคนใดกำลังพิมพ์อยู่ แม้ว่าบางครั้ง เฟซบุ๊กจะปรากฏสัญลักษณ์ .... ร่วมกับเสียง เพื่อแสดงให้เห็นว่ามีผู้ร่วมสนทนาจ้างพิมพ์ข้อความ แต่ก็ไม่สามารถระบุได้แน่ชัดว่า ผู้ที่กำลังพิมพ์ข้อความอยู่ มีจำนวนเท่าใดหรือเป็นใคร

ในการเล่นบทบาทสมมติแม้ผู้เล่นจะเริ่มพิมพ์ข้อความหลังจากอ่านผลัดก่อนหน้าจบทันที หรือ เฟซบุ๊กจะขึ้นว่ามีผู้พิมพ์ข้อความอยู่ที่ตาม แต่ผู้เล่นก็จะไม่ทราบอยู่ดีว่า ผู้สนทนาคนใดเป็นคนพิมพ์ ลักษณะดังกล่าวนี้เองก็เป็นส่วนหนึ่งของการเกิดขึ้นของคู่แทรกของถ้อยคำด้วย แต่ในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กก็แสดงให้เห็นแล้วว่า ผู้เล่นตระหนักถึงอุปสรรคและข้อจำกัดในการสนทนา จึงมีความพยายามที่จะจัดการผลัดเพื่อความราบรื่นในการสนทนาและการเชื่อมโยงให้ข้อความต่อเนื่องกันในผลัดที่ใกล้เคียงกัน ด้วยการกำหนดลำดับผลัดหรือสร้างระบบสัญลักษณ์เพื่อจัดการผลัดนั่นเอง ทั้งนี้ รวมถึงกฎการตกลงร่วมกันในกลุ่มด้วย

แม้งานวิจัยนี้จะยังไม่แสดงให้เห็นในเชิงปริมาณว่า ข้อใดเป็นปัจจัยหลักในการก่อให้เกิดการจัดการผลัดขึ้น แต่แสดงให้เห็นว่าในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้น มีการจัดการผลัดที่เฉพาะตัว นั่นคือการลำดับผลัดและการใช้ระบบสัญลักษณ์ การพยายามจัดการข้อจำกัดเหล่านี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของแฮร์ริง (Herring, 1999) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้สนทนาพยายามแก้ปัญหาและจัดการกับข้อจำกัดในการสื่อสารผ่านสื่อ เพื่อชดเชยในสิ่งที่ขาดหายไปในการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (face-to-face conversation) นั่นเอง

ผู้วิจัยพบงานของ รัชชานนท์ จิตธีสรพร และ นรุตม์ คุปต์ธนโรจน์ (2562) ศึกษาเกี่ยวกับอนุภาคและแบบเรื่องของเรื่องเล่าของขวัญสมัยใหม่ในแอปพลิเคชันจอยลดดา ผลการศึกษาพบว่า เรื่องเล่าของขวัญทั้ง 50 เรื่องที่นำมาวิเคราะห์นั้น แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีมีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเรื่องเล่าและเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ถูกนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์เรื่องเล่า

จากงานของรัชชานนท์และนรุตม์ ผู้วิจัยเห็นว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กก็เช่นกัน ผู้เล่นใช้เฟซบุ๊กในการสร้างสรรค์เรื่องเล่าและพยายามจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์เรื่องเล่านั้นด้วย แม้การเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กจะมีความแตกต่างกับแอปพลิเคชันจอยลดดาอยู่ในเรื่องของรูปแบบการเล่าเรื่องแบบต้นสดและผู้อ่านสามารถมีส่วนร่วมในการผลิตตัวบทไปพร้อมกับผู้เล่นคนอื่นๆ ได้ก็ตาม

นอกจากนี้ผู้วิจัยสังเกตจากตัวข้อมูลว่า เมื่อผู้เล่นต้องการการแบ่งส่วนระหว่างข้อความการเล่นบทบาทสมมติกับข้อความที่ใช้สื่อสารระหว่างเจ้าของตัวละคร บางครั้งผู้เล่นจะใช้สัญลักษณ์ # การใช้สัญลักษณ์นี้คล้ายกับโครงสร้าง # ที่ปรากฏในงานวิจัยของ พิทยา กล่อมจิต (2561) ในงานวิจัยที่ศึกษาการใช้

ภาษาในเพจได้เที่ยงดารา โดยพรียกกล่าวถึงโครงสร้าง # ตามด้วยวลีต่างๆ ไว้เพียงว่าเป็นลักษณะเด่นของการใช้ภาษาในเพจดังกล่าว และมีจำนวนการใช้มากที่สุด ผู้วิจัยสังเกตว่า การเล่นเกมบทบาทสมมติก็มีปรากฏใช้ # เช่นกัน โดยที่ใช้เพื่อแบ่งส่วนระหว่างข้อความการเล่นกับการสื่อสารระหว่างเจ้าของตัวละคร ผลจากการวิจัยนี้ร่วมกับการกล่าวถึงโครงสร้าง # ในงานวิจัยของพรียา ทำให้ผู้วิจัยจะต้องศึกษาเกี่ยวกับการเล่นเกมบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กต่อในงานวิจัยชิ้นต่อไปด้วย

## 6. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การเล่นเกมบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก มีการใช้สัญลักษณ์หรือการจัดลำดับเพื่อจัดการปัญหาของการเขียนเรื่องร่วมกันผ่านการสื่อสารผ่านสื่อ ส่งผลให้อาจตั้งคำถามได้ว่า ในการสื่อสารผ่านสื่ออื่น ๆ มีกฎหรือข้อตกลงในการสนทนาร่วมกันแบบใดและการจัดการผลัดลักษณะใดบ้าง

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอเสนอว่า ในงานวิจัยชิ้นต่อไป ควรศึกษาเกี่ยวกับการครองครองการสนทนาและความร่วมมือในการสนทนาของเกมบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก โดยอาจใช้แนวคิดหลักการร่วมมือในการสนทนา เพราะจากการศึกษาผู้วิจัยเชื่อว่าผู้ร่วมสนทนาทุกคนร่วมมือในการสนทนาอย่างมาก แสดงให้เห็นจากความพยายามรักษาเอกภาพของเรื่องที่ดำเนินร่วมกันไว้นั่นเอง

## บรรณานุกรม

- ถำรงสิทธิ์ พจนานุกรม และสิริวรรณ นันทจันทูล. (2558). การใช้คำของคำคมที่ปรากฏในเว็บเพจคำคมจากเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก. *เรื่องเต็มการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 53: สาขาศึกษาศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 2558, 786-793. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*
- พีรญา กล่อมจิต. (2561). *การใช้ภาษาในเพจใต้เตียงดารา*. ม.ป.ก., การนำเสนอโครงการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานระดับชาติของนักศึกษา ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 1/2561 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ ค้นจาก <http://hs.ssu.ac.th/useruploads/files/20181003/882ea2309d9cb9baa560d85f084f546d93baa101.pdf>
- มิ่งขวัญ สังฆะวัฒน์ และสุธาสิณี ปิยพสุนทร. (2562). *คำเรียกตัวละครและคำเรียกเจ้าของตัวละครของผู้เล่นชาวไทย ในกลุ่มการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก : การศึกษาด้วยแนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ภาษาผ่านสื่อคอมพิวเตอร์*. เอกสารนำเสนอในการประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติสรรพศาสตร์สรรพศิลป์ ประจำปี 2562 (394-411). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วัชรระ กัณธียาภรณ์. (2557). *การวิเคราะห์รูปแบบการร้องด้นสดของ บอบบี้ แมคเฟอร์ริ่น*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- รัชชานนท์ จิตธีรสรพ และนรุตม์ คุปต์ธนโรจน์. (2562) *อนุภาคและแบบเรื่องของเรื่องเล่าสยองขวัญสมัยใหม่ในแอปพลิเคชันจอยลดดา*. ค้นจาก <https://rsucon.rsu.ac.th/proceeding/article/2178>
- ศิริพร ปัญญาเมธีกุล. (2546). *ความต่อเนื่องของปฏิสัมพันธ์ในห้องสนทนาไทย : การส่งผลต่อกันระหว่างการเชื่อมโยงความ การมอบผลัดและความเกี่ยวข้องของเรื่องที่สนทนา*. (วิทยานิพนธ์ดุสิตบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ศิริพรปัญญาเมธีกุล. (2558). *ภาษาและอินเทอร์เน็ต Language & the Internet*. กรุงเทพฯ: พิธีร์ คอร์เนอร์
- สิริญา สุขสวัสดิ์ (2558). *ลักษณะภาษาและกลวิธีการใช้ภาษาตามแนววจนปฏิบัติศาสตร์ในหน้าแฟนเพจ "ข้อความโดนๆ" ในเฟซบุ๊ก*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- Crytal, D. (2001). *Language & the internet*. United Kingdom : Cambridge University Press
- Herring, S. C. (1999). Interactional coherence in CMC. *Journal of Computer-Mediated Communication* 4 (4), 0. doi: 10.1111/j.1083-6101.1999.tb00106.x



Sack et al. (1974). A Simplest Systematics for the Organization of Turn-Taking for Conversation.  
*Language*, 50(4), 696-735.

VACANA JOURNAL

# การเปรียบเทียบหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ ในภาษาไทยกับหน่วยที่สื่อ ความหมายลักษณะเดียวกันในภาษาจีนกลาง

## A comparison of VP-NOT-dây construction in Thai and its Mandarin semantic equivalents

ธีรวัฒน์ ธีรพจน์<sup>1</sup>

Received 9 May 2020

Revised 7 June 2020

Published 22 June 2020

### บทคัดย่อ

หน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ ในภาษาไทยเป็นหน่วยสร้างที่ใช้แสดงทัศนภาวะกลุ่มศักยภาพและสามารถเทียบความหมายกับหน่วยสร้างภาษาจีนได้หลายหน่วยสร้าง ลักษณะทางภาษาเช่นนี้ทำให้เกิดปัญหาในการใช้ภาษาจีนของผู้เรียนชาวไทย ซึ่งสาเหตุหนึ่งอาจมาจากการถ่ายโอนทางลบของภาษาแม่หรืออาจเกิดจากขั้นตอนหรือเนื้อหาที่ใช้สอน งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า หน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ มีความหมายเทียบเคียงกับหน่วยสร้างอะไรในภาษาจีนกลางบ้าง และมีความคล้ายคลึงและความแตกต่างทางความหมายอย่างไร นอกจากนี้ยังต้องการศึกษาว่าตำราภาษาจีนกลางที่นิยมใช้สอนในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทยจะปรากฏการใช้หน่วยสร้างภาษาจีนที่เทียบได้กับหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ในลักษณะใดบ้างและมีแนวโน้มที่จะส่งเสริมให้ผู้เรียนเข้าใจการแสดงทัศนภาวะเหล่านี้หรือไม่

ผลการศึกษาพบว่า หน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ เทียบได้กับหน่วยสร้างภาษาจีนกลาง 4 หน่วยสร้าง ได้แก่ หน่วยสร้าง *bù-huì-VP* หน่วยสร้าง *bù-néng-VP* หน่วยสร้าง  $V_1-bù-V_2$  และหน่วยสร้าง *bù-kěyǐ-VP* ซึ่งแต่ละหน่วยสร้างสามารถแสดงทัศนภาวะได้มากกว่า 1 ประเภท และจะแสดงความหมายย่อยที่แตกต่างกันในแต่ละทัศนภาวะ ส่วนตำราภาษาจีนกลางปรากฏการใช้หน่วยสร้างภาษาจีนที่เทียบได้กับหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ ในทุกการแสดงทัศนภาวะ แต่จะอธิบายการใช้แยกกัน หากมีการอธิบายเชื่อมโยงกันก็จะส่งเสริมให้ผู้เรียนเข้าใจและสามารถใช้หน่วยสร้างเหล่านี้ได้ดียิ่งขึ้น

**คำสำคัญ:** ทัศนภาวะ, ศักยภาพ, การปฏิเสธ, การสอนภาษาจีน

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำ สาขาวิชาภาษาจีน ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### Abstract

*VP-NOT-dây* construction in Thai can be used for expressing enabling modalities. It can be compared with many Mandarin semantic equivalents. This language phenomenon causes problems in the use of Chinese by Thai learners. One reason may be due to the negative transfer of mother tongue. Or may be caused by steps or content used in teaching. The objectives of this research are to study 1) what are the Mandarin semantic equivalents that can be compared with *VP-NOT-dây* construction, including their similarities and differences. And 2) how the popular Chinese textbook used in Thai universities presents these Mandarin semantic equivalents. And is there a tendency to support Thai learners to understand these modalities.

The results show that *VP-NOT-dây* construction is equivalent to these four Mandarin constructions; which are *bù-huì-VP* construction, *bù-néng-VP* construction,  $V_1$ -*bù*- $V_2$  construction and *bù-kěyǐ-VP* construction. All construction can express more than one modality, and indicates different minor meanings in each modality. For their presentation in Mandarin textbook, these Mandarin equivalents can be expressed in all kind of modalities but the explanation was separated. However, the explanations should be related to each other to let learners easily understand and efficiently express these constructions.

**Keywords:** Modality; Enabling Modalities; Negation; Teaching of Chinese

## 1. บทนำ

ปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยผลักดันให้การจัดการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น คือ การทราบดีความเข้าใจพื้นฐานทางความคิดของผู้เรียน ความเข้าใจธรรมชาติของภาษาเป้าหมายจะช่วยอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจภาษาและเป็นแนวทางนำไปใช้ แต่ความเข้าใจความแตกต่างระหว่างภาษาเป้าหมายกับภาษาแม่ของผู้เรียนจะช่วยแก้ไขปัญหาคิดพลาดในการใช้ภาษาให้แก่ผู้เรียน

ปัญหาหนึ่งในการเรียนภาษาจีนกลางของผู้เรียนชาวไทย คือ การใช้ทัศนภาวะกลุ่ม ศักติภาวะ (enabling modalities) สื่อความหมายแสดงความสามารถหรือความเป็นไปได้ ซึ่งส่วนมากจะปรากฏอยู่ในการใช้คำ *huì*(会) *néng*(能) และ *kěyǐ*(可以) Gao (2009, p. 68) ได้ศึกษาข้อผิดพลาดในการใช้คำทั้งสามของผู้เรียนชาวไทยพบว่า ผู้เรียนชาวไทยเข้าใจว่าทั้งสามคำสามารถใช้แทนที่กันได้หรือไม่เข้าใจความแตกต่างทางความหมายของคำทั้งสาม และปัญหาสำคัญอยู่ที่การใช้รูปปฏิเสธของ *néng* และ *kěyǐ* ปัญหาการแสดงความปฏิเสธนี้ยังสะท้อนให้เห็นจากข้อผิดพลาดของผู้เรียนชาวไทยที่หลีกเลี่ยงการใช้รูปปฏิเสธของรูปแสดงความเป็นไปได้<sup>2</sup> (Qi and Qiu, 2011; Hu, 2018) Qi and Qiu (2011, pp. 87-88) พบว่าปัญหาที่มีความถี่ในการเกิดสูงที่สุดก็คือการเลี่ยงการใช้รูปปฏิเสธของรูปแสดงความเป็นไปได้ (*V<sub>1</sub>-bù 不-V<sub>2</sub>*)<sup>3</sup> แล้วใช้รูป *bù 不-néng 能-VP* แทนที่ คิดเป็นร้อยละ 53.1 และในทางกลับกันมีความผิดพลาดประเภทที่ควรจะใช้รูป *bù-néng-VP* แต่กลับใช้เป็นรูปแสดงความเป็นไปได้แทน คิดเป็นร้อยละ 27.1

ผลการวิจัยส่วนใหญ่จะสรุปว่า สาเหตุแห่งความผิดพลาดนั้นเกิดขึ้นจากการถ่ายโอนทางลบของภาษาแม่ (Corder, 1983, pp. 195-209 อ้างถึงใน Zhao, 2019, p. 940) เนื่องจากภาษาแม่มีวิธีการแสดงความหมายในอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งจะทำให้การใช้ภาษาจีนกลางของผู้เรียนต่างชาติไม่ถูกต้อง แต่ยังไม่มีการศึกษาปัจจัยเฉพาะที่ทำให้ทราบว่าภาษาแม่กับภาษาเป้าหมายมีความแตกต่างกันจนทำให้เกิดปัญหาข้อผิดพลาดเหล่านั้นอย่างไร การศึกษาความเหมือนและความแตกต่างระหว่างคำทั้งสามนี้มีอยู่มากมาย ทั้งจากมุมมองภาษาจีนกลางภาษาเดียว (Zhu, 2000; Liu, 2003; Lu, 2003) และมุมมองการเปรียบเทียบภาษา (Thawongklang, 2010; Wang, 2013) ทั้งนี้ผลการวิจัยส่วนใหญ่จะเน้นมุมมองจากภาษาจีนกลางเป็นหลักแล้วจึงค่อยนำไปเปรียบเทียบกับภาษาไทย และระบุผลเพียงว่า ความหมายต่าง ๆ ของคำกริยาช่วยภาษาจีนกลางที่ได้วิเคราะห์แล้วนั้น เกือบทั้งหมดสามารถสื่อความหมายเป็นภาษาไทยด้วยคำว่า *ได้* อาจมีบางความหมายเท่านั้นที่ต้องใช้คำภาษาไทยคำอื่นมาเทียบความหมาย ซึ่งยังไม่มีการศึกษาอย่างละเอียดว่าคำภาษาไทยที่ใช้เทียบความหมายนั้นมีลักษณะการแสดงความหมายเช่นนั้นได้อย่างไร

<sup>2</sup> ตำราไวยากรณ์จีนทั่วไปจะเรียกว่า “ส่วนเสริมกริยาบอกความเป็นไปได้” (可能补语) แต่บางส่วนจะเรียกว่า “รูปแสดงความเป็นไปได้ของหน่วยสร้างกริยา-ผลหรือทิศทาง” (动结式与动趋式的可能式) ในการศึกษานี้จะใช้คำเรียกแบบหลังเนื่องจากเป็นการเรียกที่ครอบคลุมกว่า เทียบเท่ากับการเรียกว่าเป็น “หน่วยสร้างกริยาหลักและส่วนเสริมกริยาบอกความเป็นไปได้”

<sup>3</sup> *V<sub>1</sub>* คือคำกริยา (verb) ที่ทำหน้าที่เป็นกริยาในประโยค ส่วน *V<sub>2</sub>* คือคำกริยาที่ทำหน้าที่เป็นส่วนเสริม (complement) ในประโยค

นอกจากนี้ การศึกษาเปรียบเทียบความหมายจะเน้นในความบอกล่าเป็นหลัก อาจกล่าวถึงความปฏิเสธบ้าง แต่ถือเป็นรายละเอียดส่วนน้อยเท่านั้น ทั้งที่จริง หากเปรียบเทียบคำ ได้ ในความปฏิเสธ หรือคือ การศึกษาหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ กับภาษาจีนกลางจะพบว่า ขอบเขตการศึกษาของงานวิจัยก่อนหน้ายังไม่ครบถ้วน ผลการวิจัยยังไม่สามารถอธิบายความแตกต่างของหน่วยสร้างต่าง ๆ ในภาษาจีนที่แสดงความหมายปฏิเสธได้ การแสดงความปฏิเสธไม่ใช่เพียงแค่การเติมคำบอกปฏิเสธ bù (不) ไว้หน้า *hui néng* และ *kěyǐ* ก็จะถือเป็นการปฏิเสธตามความหมายที่แสดงในรูปบอกล่าได้ เนื่องจากการแสดงความหมายของคำในรูปบอกล่าและปฏิเสธไม่สมมาตรกัน (Hao (郝维), 2002 อ้างถึงใน Sun, 2009: 102) ความไม่สมมาตรกันระหว่างรูปบอกล่าและรูปปฏิเสธ หมายถึง ความหมายที่รูปบอกล่าสามารถแสดงได้นั้นไม่ปรากฏรูปปฏิเสธขึ้นเทียบ อาจต้องใช้รูปปฏิเสธของหน่วยสร้างอื่นมาสื่อความหมายทดแทน หรือ รูปปฏิเสธของหน่วยสร้างหนึ่งสามารถเป็นความหมายตรงข้ามให้กับรูปบอกล่าของหน่วยสร้างได้ หลายหน่วยสร้าง ความไม่สมมาตรกันนี้แสดงให้เห็นชัดเจนในการใช้คำ *kěyǐ* กล่าวคือ เมื่อใช้ในความอนุญาตที่เป็นรูปบอกล่ามักนิยมใช้คำว่า *kěyǐ* แต่เมื่อใช้ในความปฏิเสธ (ไม่อนุญาต) จะใช้รูปปฏิเสธของคำ *néng* แทน จากการศึกษาคลังข้อมูลเอกสารทางกฎหมายพบว่ามีการใช้หน่วยสร้าง *bù+kěyǐ+VP* จำนวน 34 ครั้ง และพบการใช้หน่วยสร้าง *bù+néng+VP* จำนวน 8,712 ครั้ง (Gao, 2009, p. 70) อาจกล่าวได้ว่าความไม่สมมาตรนี้ได้จับคู่ความหมายการอนุญาตในรูปบอกล่าจะแสดงด้วยหน่วยสร้าง *kěyǐ+VP* แต่รูปปฏิเสธจะแสดงด้วยหน่วยสร้าง *bù+néng+VP*

งานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาว่า หน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ ในภาษาไทยมีความหมายเทียบเคียงกับหน่วยสร้างอะไรในภาษาจีนกลางบ้าง และมีความคล้ายคลึงและความแตกต่างทางความหมายอย่างไร โดยมีสมมติฐานว่า หน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ ในภาษาไทยจะแสดงทัศนภาวะในกลุ่มศักยภาพ (enabling modalities) ได้ครบทั้ง 4 ความหมาย มีคู่เทียบความหมายกับหน่วยสร้างภาษาจีนกลางอย่างครบถ้วน และแต่ละความหมายมีคู่เทียบภาษาจีนกลางมากกว่า 1 หน่วยสร้าง ซึ่งจะพิสูจน์โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยก่อนหน้า ประมวลเป็นกรอบประโยคทดสอบเพื่อใช้วิเคราะห์จัดประเภทความหมายทัศนภาวะของหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ ซึ่งปรากฏในประโยคที่สุ่มมาจากคลังข้อมูลภาษาไทยแห่งชาติ ส่วนการกำหนดคู่เทียบความหมายกับหน่วยสร้างภาษาจีนกลางจะสรุปจากงานวิจัยที่ได้ศึกษาความหมายทัศนภาวะกลุ่มศักยภาพของคำกริยาช่วยในภาษาจีนกลาง นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ยังต้องการศึกษาว่า ตำราภาษาจีนกลางที่นิยมใช้สอนในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทยจะปรากฏการใช้หน่วยสร้างภาษาจีนที่เทียบได้กับหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ ในลักษณะใดบ้างและมีแนวโน้มที่จะส่งเสริมให้ผู้เรียนเข้าใจการแสดงทัศนภาวะเหล่านี้หรือไม่ โดยมีสมมติฐานว่า ตำราภาษาจีนไม่ปรากฏหน่วยสร้างภาษาจีนกลางได้ครบถ้วนทุกหน่วยสร้างที่สามารถแสดงความหมายทัศนภาวะต่าง ๆ ได้ และไม่สามารรถนำเสนอเนื้อหาที่ทำให้ผู้เรียนเข้าใจความหมายและการใช้หน่วยสร้างภาษาจีนกลางดังกล่าวได้ ซึ่งจะพิสูจน์โดยการวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาและความหมายทัศนภาวะของประโยคที่ปรากฏหน่วยสร้าง *bù-huì-VP*

หน่วยสร้าง *bù-néng-VP* หน่วยสร้าง *bù-kěyǐ-VP* และหน่วยสร้าง  $V_1-bù-V_2$  ในตำราภาษาจีน *Hànyǔ jiàochéng* 《汉语教程》<sup>4</sup> เล่มที่ 1 ถึง 6

การศึกษานี้จะช่วยทำให้ผู้เรียนชาวไทยเข้าใจขอบเขตการปฏิเสธของการแสดงทัศนภาวะกลุ่ม ศักติภาวะและเลือกใช้หน่วยสร้างภาษาจีนกลางเพื่อสื่อความหมายได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้นจากทั้งมุมมอง ทางภาษาศาสตร์และการสอนภาษา อันเป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนภาษาจีนกลางสำหรับครูผู้สอน และผู้เรียนชาวไทยต่อไป

## 2. ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยแบ่งการทบทวนวรรณกรรมออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) ความหมายของคำว่า “ได้” ที่แสดง ทัศนภาวะในกลุ่มศักติภาวะ (enabling modalities) (2) การปฏิเสธด้วยคำว่า “ไม่” ในภาษาไทย และ (3) ความหมายของหน่วยสร้างภาษาจีนแสดงทัศนภาวะกลุ่มศักติภาวะ (enabling modalities) เพื่อใช้เป็นกรอบความคิดวิเคราะห์ความหมายของหน่วยสร้าง  $VP+ไม่+ได้$  และเปรียบเทียบหน่วยสร้าง ดังกล่าวกับหน่วยสร้างที่สื่อความลักษณะเดียวกันในภาษาจีนกลางจากมุมมองการแสดงทัศนภาวะ

ทัศนภาวะ (modality) หมายถึง การแปลงความคิดเห็นทัศนคติหรือความเป็นอัตวิสัย (subjectivity) ของผู้พูดให้กลายเป็นรูปทางไวยากรณ์ (Palmer, 1986, p. 16) เป็นการแสดงความเห็นหรือ ทัศนคติของผู้พูดที่มีต่อข้อความที่เป็นข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่งหรือต่อเหตุการณ์ที่มีการอธิบาย ข้อเท็จจริงดังกล่าว (Lyons, 1977, p. 452) อาจเป็นการแสดงความความสามารถของผู้พูดที่จะก่อให้เกิด เหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ (dynamic modality) อาจเป็นการแสดงการคาดคะเนจากความเชื่อของผู้พูด (epistemic modality) หรือแสดงความปรารถนาหรือทัศนคติของผู้พูด (deontic modality) เพื่อประเมินว่า สิ่งที่ได้กล่าวนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องเกิด (necessity) หรือเป็นไปได้ที่จะเกิด (possibility) (Palmer, 1986, pp. 12, 18-20)

### 2.1 ความหมายของคำว่า “ได้” ที่แสดงทัศนภาวะในกลุ่มศักติภาวะ (enabling modalities)

Takahashi (2004, pp. 702-714) แบ่งประเภทความหมายของคำ ได้ ออกเป็น 5 ประเภท *ประเภทแรก* คำ ได้ ทำหน้าที่เป็นกริยาแท้ *ประเภทที่สองและสาม* คำ ได้ ปรากฏหน้าหน่วยกริยา แสดง ความหมายการปรากฏของการดำรงอยู่ (existence) การสำนึกรู้ (realization) ด้านสถานที่ เวลา และผล ของการกระทำ (ตัวอย่างที่ 1-4) ส่วน *ประเภทที่ 4* คำ ได้ ปรากฏท้ายหน่วยกริยา แสดงการสัมฤทธิ์ผล (accomplishment) ซึ่งปริมาณเชิงกายภาพ แสดงการมีผล (effect) ซึ่งปริมาณเชิงเวลา และแสดงการ บรรลุผล (attainment) ซึ่งคุณภาพเชิงอัตวิสัย (ตัวอย่างที่ 5-7) ซึ่งทั้ง 4 ประเภทข้างต้นนี้ Takahashi ระบุว่า เป็นเหตุการณ์ที่เกิดในโลกจริง

<sup>4</sup> เป็นตำราที่สถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่ในประเทศไทยเลือกใช้ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2559: VII)

- |   |                                  |
|---|----------------------------------|
| (1) มานะ <u>ได้</u> รางวัลที่หนึ่ง  | (การดำรงอยู่)                    |
| (2) มานะ <u>ได้</u> ไปกรุงเทพ   | (การสำนึกถึงสถานที่)             |
| (3) ตอนไปต่างประเทศ <u>ได้</u> รู้ <u>ได้</u> เห็นอะไรมากมาย                        | (การสำนึกถึงเวลา)                |
| (4) ผมพยายามเบียดไปจน <u>ได้</u> ยืนอยู่หน้าสุด                                     | (การสำนึกถึงผลของการกระทำ)       |
| (5) มานะ <u>จับ</u> ปลา <u>ได้</u> 2 ตัว  | (การสัมฤทธิ์ผล-ปริมาณเชิงกายภาพ) |
| (6) แอร์มันเย็น <u>ขึ้นมา</u> <u>ได้</u> 2-3 วันแล้วก็กลับไม่เย็น <u>ขึ้นมา</u> อีก | (การมีผล-ปริมาณเชิงเวลา)         |
| (7) เขา <u>ทำงาน</u> <u>ได้</u> ดี  | (การบรรลุผล-คุณภาพเชิงอัตวิสัย)  |

ความหมายประเภทที่ 5 ของคำ ได้ เป็นความหมายเชิงทัศนภาวะ จึงเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการศึกษานี้ ปรากฏอยู่ในรูป [(NP) VP (ก็) ได้] แสดงความหมายเชิงทัศนภาวะ 5 ประเภท ได้แก่

- 1) การแสดงความสามารถ (ability) จะอยู่ในโครงสร้างที่ประธานของประโยคเป็น “ผู้กระทำ (agent)” (ตัวอย่างที่ 8)
- 2) การแสดงสมรรถภาพ/วิสัยความสามารถ (capability/capacity) จะอยู่ในโครงสร้างที่ประธานของประโยค “ไม่ใช่ผู้กระทำ” ซึ่งจะเป็นการบรรยายการมีอุปกรณ์พร้อม มีสมรรถภาพหรือ มีคุณสมบัติที่จะเป็นของประธาน (ตัวอย่างที่ 9-11)
- 3) การแสดงความเป็นไปได้ (possibility) จะอยู่ในโครงสร้างที่ประธานของประโยคเป็น “องค์ประกอบแวดล้อม” เช่น เวลาหรือสถานที่ ซึ่งเป็นการบรรยายว่าคุณสมบัติขององค์ประกอบแวดล้อมนั้นมีเงื่อนไขที่พร้อมใช้/ทำ (ตัวอย่างที่ 12-13)
- 4) การแสดงความน่าจะเป็น (probability) มักจะปรากฏร่วมกับ อาจจะ และปรากฏ ก็ หน้าคำ ได้ เป็นการคาดการณ์ว่า เหตุการณ์บางอย่างจะเกิดขึ้นตามหลักฐานแวดล้อมที่ผู้พูดทราบมา แต่เหตุการณ์นั้นอาจไม่เกิดขึ้นจริงก็ได้ (ตัวอย่างที่ 14-15)
- 5) การแสดงการอนุญาต (permissibility) จะอยู่ในโครงสร้างที่ประธานของประโยคเป็น “ผู้กระทำที่ได้รับอนุญาต” ซึ่งแสดงว่าประธานของประโยคกระทำกริยาได้โดยได้รับการยินยอมจากผู้พูดแล้ว (ตัวอย่างที่ 16)

- |   |                                    |
|---|------------------------------------|
| (8) มานะ <u>เล่น</u> เปียโน <u>ได้</u>  | (ความสามารถ)                       |
| (9) ตูกดตาดูนี้หัวเราะ <u>ได้</u> ร้อง <u>ให้</u> <u>ได้</u>                                      | (สมรรถนะ/มีอุปกรณ์พร้อม)           |
| (10) รถคันนี้ <u>ขึ้น</u> ภูเขา <u>ได้</u>  | (สมรรถภาพ)                         |
| (11) กระเป๋าใบนี้ใส่ <u>เครื่อง</u> คอมพิวเตอร์ <u>ได้</u>  | (วิสัยความสามารถ/มีคุณสมบัติ)      |
| (12) ที่ <u>นี้</u> สูบบุหรี่ <u>ได้</u>  | (ความเป็นไปได้/มีเงื่อนไขพร้อมใช้) |
| (13) วัน <u>นี้</u> ติดธุระ <u>ไป</u> ไม่ <u>ได้</u> พุธ <u>นี้</u> ไป <u>ได้</u>                 | (ความเป็นไปได้/มีเวลาที่พร้อมทำ)   |
| (14) พุธ <u>นี้</u> ฝน <u>อาจ</u> จะ <u>ตก</u> ก็ <u>ได้</u>                                      | (ความน่าจะเป็น)                    |
| (15) เรา <u>มา</u> สาย <u>ไป</u> หน่อย เขา <u>อาจ</u> จะ <u>กลับ</u> ไป <u>แล้ว</u> ก็ <u>ได้</u> | (ความน่าจะเป็น)                    |
| (16) คุณ <u>จะ</u> มา <u>เมื่อ</u> ไร <u>ก็</u> <u>ได้</u>  | (การอนุญาต)                        |

คำว่า *ได้* ในภาษาไทยเมื่อใช้เป็นคำแสดงทัศนภาวะจะมีความหมายหลากหลายในกลุ่ม ศักติภาวะ (enabling modalities) ซึ่งหมายถึง การแสดงศักยภาพที่ไม่เกิดขึ้นจากการถูกบังคับ ประกอบด้วย ความสามารถ (ability) ความเป็นไปได้แท้ (intrinsic possibility) การอนุญาต (permission) และความเป็นไปได้จากการคาดคะเน (epistemic possibility) (Radden and Dirven, 2007, p. 253) งานวิจัยก่อนหน้านี้ที่ศึกษาเรื่องทัศนภาวะจะเรียกชื่อหรือจำแนกประเภทของทัศนภาวะไว้หลากหลายไม่มี คำเรียกเฉพาะคำใดที่แน่นอน ในส่วนนี้ ผู้วิจัยจะทบทวนการแบ่งประเภทของทัศนภาวะกลุ่ม ศักติภาวะตาม แนวทางของโสรัจ เรื่องมณี (2553) ซึ่งได้ศึกษาคำ *được* 'ได้' ที่ปรากฏในตำแหน่งหลังคำกริยาหลักใน โครงสร้างกริยาเรียงในภาษาเวียดนาม เนื่องจากการใช้คำว่า *được* เพื่อแสดงทัศนภาวะเป็นลักษณะร่วม ของภาษาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Enfield, 2003)

โสรัจ เรื่องมณี (2553, น. 128-145) พบว่า คำ *được* ในภาษาเวียดนาม มีความหมายเป็นคำ บอกทัศนภาวะได้ทั้งหมด 4 ประเภท ประเภทแรก คือ ทัศนภาวะอ้างอิงจากผู้กระทำ (agent-oriented modality) เป็นการแสดงถ้อยคำโดยการอ้างอิงจากเงื่อนไขภายในตัวผู้กระทำเหตุการณ์ที่สามารถเอื้อให้ เกิดการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งได้ (Bybee, Perkins and Pagliuca, 1994, p. 177) ทัศนภาวะนี้จะ คำนี้ถึงศักยภาพที่มีอยู่โดยธรรมชาติของคนใดคนหนึ่งหรือสิ่งของใดสิ่งหนึ่งอันเป็นศักยภาพที่จะสามารถ ก่อให้เกิดหรือกระทำกริยาอย่างใดอย่างหนึ่งให้เป็นจริงขึ้นมาได้ ซึ่งตรงกับการแสดงความหมายของ *ได้* ดังที่แสดงไว้ในตัวอย่างที่ 8-11

ประเภทที่สอง คือ ทัศนภาวะอ้างอิงจากสถานการณ์แวดล้อม (root possibility modality) ทัศนภาวะอ้างอิงจากสถานการณ์แวดล้อมเป็นทัศนภาวะที่สถานการณ์หรือสภาวะแวดล้อมเป็นตัวจำกัด การแสดงความสามารถผู้พูดในการที่จะกระทำหรือก่อเหตุการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง กล่าวคือ สถานการณ์ แวดล้อมซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกตัวผู้พูดจะเป็นสิ่งที่กำหนดการกระทำของผู้พูดว่าจะทำสิ่งนั้น ๆ ได้หรือไม่ได้ การแสดงทัศนภาวะนี้ตรงกับแสดงความเป็นไปได้ (possibility) ของคำ *ได้* ดังที่ได้แสดงไว้ในตัวอย่างที่ 12-13

ประเภทต่อมา คือ ทัศนภาวะอ้างอิงจากผู้พูด (speaker-oriented modality) จัดว่าเป็น ทัศนภาวะที่แสดงทัศนคติที่ผู้พูดมีโดยตรงต่อเหตุการณ์หรือการกระทำที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้ยึดติดกับเงื่อนไข หรือทัศนคติในการกระทำเหตุการณ์ของผู้กระทำเหตุการณ์ (actor) เองแต่อย่างใด หากเป็นการอนุญาตให้ ผู้พูดมีส่วนในเงื่อนไขที่ทำการกระทำนั้น ๆ โดยที่ผู้กระทำเหตุการณ์คือผู้ฟังนั่นเอง ทัศนภาวะนี้แสดงความ คิดเห็นหรือเจตนาของผู้พูดด้วยวัจนกรรม (speech act) แบบใดแบบหนึ่ง เช่น การบังคับ (obligation) หรือ การอนุญาต (permission) คำ *ได้* ก็แสดงทัศนภาวะนี้เช่นกัน ดังที่ได้แสดงไว้ในตัวอย่างที่ 16

ประเภทสุดท้าย คือ ทัศนภาวะอ้างอิงจากการคาดคะเน (epistemic modality) ซึ่งเป็น ทัศนภาวะที่แสดงระดับความเชื่อและความมั่นใจต่อข้อมูลของผู้พูด ซึ่งทัศนภาวะนี้เกี่ยวข้องกับการเข้าไป มีส่วนร่วมในการประเมินศักยภาพของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นของผู้พูด ผู้พูดจะประเมินความเป็นจริงของ



เหตุการณ์ในสภาวะปกติว่ามีลักษณะเป็นอย่างไรแล้วจึงแสดงทัศนะผ่านถ้อยความออกมา การแสดงทัศนะภาวะนี้ตรงกับการแสดงควมน่าจะเป็น (probability) ของคำ ได้ ดังที่ได้แสดงไว้ในตัวอย่างที่ 14-15

ตารางที่ 1: ตารางแสดงความหมายเชิงทัศนภาวะกลุ่มศักดิ์ภาวะในภาษาไทย

ประเภทของทัศนภาวะ <sup>1</sup>	ความหมายของคำว่าได้ <sup>2</sup>	ตัวอย่างประโยค
อ้างอิงจากผู้กระทำ	ความสามารถ สมรรถภาพวิสัยสามารถ	มานะเล่นเปียโนได้ รถคันนี้ขึ้นภูเขาได้
อ้างอิงจากสถานการณ์แวดล้อม	ความเป็นไปได้	วันนี้ติดธุระไปไม่ได้ พรุ่งนี้ไปได้
อ้างอิงจากผู้พูด	การอนุญาต	คุณจะมาเมื่อไรก็ได้
อ้างอิงจากการคาดคะเน	ความน่าจะเป็น	พรุ่งนี้ฝนอาจจะตกก็ได้

<sup>1</sup>ไสร็จ เรืองมณี (2553); <sup>2</sup>Kiyoko Takahashi, Tasanee Methapisit (2004)

## 2.2 การปฏิเสธด้วยคำ ไม่ ในภาษาไทย

การปฏิเสธด้วยคำว่า ไม่ ในภาษาไทยเป็นการปฏิเสธแบบมาตรฐาน ซึ่งลักษณะของการปฏิเสธแบบมาตรฐานมี 4 ประการ ดังนี้ 1) มีขอบเขตการปฏิเสธในระดับประโยค 2) เป็นการปฏิเสธประโยคบอกเล่า 3) ต้องมีภาคแสดงหลักของประโยคเป็นกริยา 4) เป็นวิธีการปฏิเสธพื้นฐานที่ใช้กันมากในภาษา (รุจิรา บำรุงกาญจน์, 2559, น. 86) นอกจากนี้ การใช้คำ ไม่ เพื่อปฏิเสธยังถือเป็นการปฏิเสธแบบสมมาตร (symmetric negation) ตามแนวคิดของเมียสตาโม (Miestamo, 2005 อ้างถึงใน รุจิรา, 2559, น. 87) กล่าวคือ ประโยคบอกเล่าและประโยคปฏิเสธแตกต่างกันเพียงประการเดียว คือการปรากฏหรือไม่ปรากฏของรูปปฏิเสธ ไม่ การศึกษาหน่วยสร้าง  $V+ไม่+ได้$  นี้ จะศึกษาลักษณะการปรากฏ ไม่ ในหน่วยสร้างกริยาเรียง ซึ่งมีขอบเขตการปฏิเสธครอบคลุมตามตำแหน่งที่ ไม่ ปรากฏ กล่าวคือ หากปรากฏอยู่หน้ากริยาทั้งสองก็จะปฏิเสธความทั้งหมด แต่หาก ไม่ ปรากฏอยู่ระหว่างกริยาทั้งสอง ขอบเขตความหมายของการปฏิเสธจะครอบคลุมแค่กริยาวลีที่สองเท่านั้น โดยส่วนมากตำแหน่งของ ไม่ จะปรากฏอยู่หน้าหน่วยสร้างกริยาเรียงเพื่อปฏิเสธความทั้งหมด เช่น

(17) วันนี้เขาไม่ไปเรียน (ไม่ไป+ไม่เรียน)

(18) พอเถาะ ฉันไม่อยากฟังแล้ว (ไม่อยาก+ไม่ฟัง)

พบว่า การปรากฏในเหตุการณ์ที่ทั้งสองเหตุการณ์เกิดต่อเนื่องกันและแสดงเหตุการณ์ก่อนผล คำ ไม่ จะปรากฏอยู่ระหว่างกริยาวลีทั้งสอง (ตัวอย่าง 19) หน่วยสร้างแสดงเหตุการณ์ก่อนผลนี้จะแสดงความหมายว่าการกระทำสิ่งใด ๆ ในกริยาวลีแรกจะแสดงเจตจำนง หรือความตั้งใจที่จะให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งตามมาในกริยาวลีที่สอง เช่น *นอนหลับ* ในประโยคตัวอย่างที่ 20 แสดงให้ทราบว่าเมื่อนอนแล้วก็ต้องการที่จะหลับ เมื่อรูปปฏิเสธ ไม่ แทรกระหว่างกริยาวลีทั้งสอง ไม่ จะมีขอบเขตการปฏิเสธครอบคลุมที่กริยาวลีที่สอง แสดงความหมายปฏิเสธว่าผลจากการกระทำนั้นไม่ได้เกิดขึ้น หากคำ ไม่ ปรากฏอยู่หน้ากริยาวลีแรกก็เท่ากับว่าเป็นการปฏิเสธการกระทำ (รุจิรา, 2559, น. 110-111) คีโยโกะ (2539, น. 75)

อภิปรายในมุมมองนี้ว่า ถ้าไม่มีการกระทำ ย่อมไม่ปรากฏผล จึงไม่มีความจำเป็นในการสื่อสารว่าผลไม่เกิดขึ้นในกรณีที่ไม่มีการกระทำใด ๆ

(19) [กริยา<sub>1</sub> + (นามวลี) + *ไม่* + กริยา<sub>2</sub> + (นามวลี)]

(20) ถ้าดื่มน้ำชาแก่ ๆ จะทำให้ท้องผูกได้ และจะนอนไม่หลับถ้าดื่มในยามค่ำคืน

### 2.3 ความหมายของหน่วยสร้างภาษาจีนแสดงทัศนภาวะกลุ่มศักดิ์ภาวะ

Li (2004, pp. 137-175) เสนอแนวความคิดการแบ่งประเภททัศนภาวะในภาษาจีนกลางจากมุมมองของอรรถศาสตร์และวัจนปฏิบัติศาสตร์ ซึ่งการแสดงทัศนภาวะกลุ่มศักดิ์ภาวะจะปรากฏใน 3 ประเภท ซึ่งสามารถเทียบกับวิธีการจัดประเภทของโสรัจ (2553) ได้ทั้งหมด มีหน่วยสร้างที่สอดคล้องกับการแสดงทัศนภาวะกลุ่มศักดิ์ภาวะทั้งสิ้น 5 หน่วยสร้าง (รายละเอียดตามข้อ 2.3.1-2.3.5)

Hsieh (2005, pp. 46-49) เสนอว่าคำที่แสดงทัศนภาวะอาจจะไม่ได้แสดงเพียงแค่ทัศนภาวะเดียว การเขียนประโยคในรูปบอกเล่าหนึ่งอาจจะต้องวิเคราะห์ความกำกวมทางความหมายก่อนจึงจะสามารถจัดประเภทได้ถูกต้อง เช่น คำ *néng* (สามารถ/ได้) ในประโยคตัวอย่างที่ 21 อาจจะจัดเป็นทัศนภาวะแสดงความสามารถ (หรือแบบอ้างอิงผู้กระทำตามเกณฑ์ของการศึกษานี้) หากความหมายที่แฝงไว้คือ “เขามีความสามารถในการขับรถ (เขาจึงขับรถได้) หรืออาจจะจัดเป็นทัศนภาวะแสดงความปรารถนา (deontic) (หรือแบบอ้างอิงผู้พูดตามเกณฑ์ของการศึกษานี้) หากความหมายที่แฝงไว้คือ “ฉันอนุญาตให้เขาขับรถได้” หรือ “สถานการณ์บางประการอนุญาตให้เขาขับรถได้ เช่น เขามีใบขับขี่ เขามีอายุถึงเกณฑ์กำหนด (เขาจึงขับรถได้)” หรืออาจจะตีความเป็นทัศนภาวะย่อยของทัศนภาวะความสามารถเชิงพลวัต (dynamic) ที่เรียกว่า “ทัศนภาวะที่เป็นกลาง (neutral)” ตามที่ Palmer (1990, p. 37 อ้างถึงใน Hsieh, 2005, p. 47) เสนอไว้ หากความหมายที่แฝงไว้คือ “เงื่อนไขบางประการยอมให้/เพียงพอให้การขับรถของเขาเกิดขึ้น เช่น เขาหลับพักผ่อนเพียงพอ เขาสวมแว่นแล้ว หรือตอนนี้เขามีเวลาพอดี (เขาจึงขับรถได้)” (หรือแบบอ้างอิงสถานการณ์แวดล้อมตามเกณฑ์ของการศึกษานี้)

(21) 他 能 开 车。

Tā néng kāi chē.

เขา ได้ ขับ รถ

‘เขาสามารถขับรถได้’

#### 2.3.1 หน่วยสร้าง 可能 *kěnéng-VP*

คำว่า 可能 *kěnéng* เป็นคำวิเศษณ์ใช้สำหรับคาดคะเนความน่าจะเป็นโดยเฉพาะ เทียบได้กับภาษาไทยว่า “อาจ” ใช้เพื่อแสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงจากการคาดคะเน ประเมินว่าบางสิ่งบางอย่างจะกลายเป็นจริงหรือไม่ (Li, 2004, p. 138) หน่วยสร้างนี้ไม่ใช่คู่เทียบของหน่วยสร้าง VP+*ไม่*+*ได้* เพราะคำ *kěnéng* มีความหมายว่า “อาจ(จะ)...(ก็ได้)” คำ “ได้” ที่แสดงความหมายการคาดคะเนมักจะปรากฏคู่กับคำ “อาจ(จะ)” “คง(จะ)” หรือ “น่า(จะ)” ซึ่งทั้งสามคำที่ปรากฏคู่นี้สามารถแสดงความหมายการคาดคะเนได้โดยไม่จำเป็นต้องมี “(ก็)ได้” ปรากฏร่วม กล่าวคือ เราสามารถเทียบหน่วยสร้าง *kěnéng-VP* กับ

หน่วยสร้าง “อาจ+VP(+ก็+ได้)” แต่ไม่สามารถเทียบกับหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ โดยที่ไม่มีคำ “อาจ” ปรากฏ  
ร่วมด้วย

(22) 他可能没那么喜欢我。

Tā kěnéng méi nàme xǐhuān wǒ.

เขา อาจจะ ไม่ ขนาดนั้น ชอบ ฉัน

‘เขาอาจ(จะ)ไม่ได้ชอบฉันขนาดนั้น (ก็ได้)’

### 2.3.2 หน่วยสร้าง 能 néng-VP

คำ 能 néng เป็นคำกริยาช่วยที่เป็นตัวแทนของทัศนภาวะกลุ่มศักดิ์ภาวะในภาษาจีนกลาง กล่าวคือ néng สามารถแสดงทัศนภาวะได้ทุกแบบในกลุ่มนี้ néng เป็นคำพื้นฐานที่สุดสำหรับการแสดง ทัศนภาวะที่อ้างอิงจากผู้กระทำ (เป็นตัวแทนของการมีศักยภาพ หน้าที่ คุณลักษณะหรือคุณภาพ) รวมถึง ความสามารถที่ฟื้นคืนกลับมาอีกครั้ง (ตัวอย่างที่ 23-24) นอกจากนี้ néng ยังแสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงจาก การคาดคะเนโดยจะสันนิษฐานจากเหตุแวดล้อม ประเมินไปตามเงื่อนไขที่เป็นภาวะวิสัย มีน้ำเสียงที่มั่นใจ น้อยกว่า 会 huì (Zhao, 2012, p. 157) และแสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงจากผู้พูดหรือสถานการณ์แวดล้อม (ตัวอย่างที่ 26) แต่จะเน้นแสดงความหมายในความที่ไม่ใช่บอกเล่า (non-assertion) (Li, 2004, pp. 140-142, 151-152, 163-164)

(23) 他感冒好了, 能上课了。 (ความสามารถที่ฟื้นคืน)

Tā gǎnmào hǎole, néng shàngkè le.

เขา เป็นหวัด ดี แล้ว ได้ เข้าเรียน แล้ว

‘เขาหายหวัดแล้ว เข้าเรียนได้แล้ว’

(24) 蜂蜜能做药。 (สมรรถนะ/คุณลักษณะ)

Fēngmì néng zuò yào.

น้ำผึ้ง ได้ ทำ ยา

‘น้ำผึ้งใช้ทำยาได้’

(25) 天这么晚了, 他能来吗? 我看他不能来了。

Tiān zhème wǎn le, tā néng lái ma? Wǒ kàn tā bù néng lái le.

ฟ้า ขนาดนี้ มีด แล้ว เขา ได้ มา หรือ ฉัน ดู เขา ไม่ ได้ มา แล้ว

‘มีดขนาดนี้แล้ว เขาจะมาได้หรือ ฉันว่าเขามาไม่ได้แล้ว’ (การคาดคะเน)

(26) 我现在能走了吗? (การอนุญาต)

Wǒ xiànzài néng zǒu le ma?

ฉัน ตอนนี้ ได้ ไป แล้ว ไหม/หรือ

‘ตอนนี้ฉันไปได้แล้วหรือ’

### 2.3.3 หน่วยสร้าง 会 huì-VP

หน่วยสร้าง 会 huì-VP เป็นหน่วยสร้างที่แสดงทัศนภาวะได้ 2 ประเภท ประเภทแรกแสดง ทัศนภาวะที่อ้างอิงจากการคาดคะเน ซึ่งสามารถแสดงระดับความแน่นอน/มั่นใจได้มากกว่า 可能

*kěnéng* (Li, 2004, p. 144) *hui* มีความกำกวมระหว่างการแสดงความเป็นอนาคตและการคาดคะเนความน่าจะเป็น ในความนี้จะสังเกตจากคำเทียบภาษาไทยได้ด้วยเช่นกัน เพราะคำเทียบในภาษาไทยมักใช้คำว่า “จะ” การแสดงความคาดคะเนนี้ *hui* และ *néng* สามารถใช้แทนกันได้ แต่ *hui* มักจะคาดคะเนจากความเห็นส่วนตัวของผู้พูด มีน้ำเสียงที่ค่อนข้างมั่นใจในความเป็นจริงของสมมติฐานมากกว่า *néng* (ตัวอย่างที่ 27) ประเภทที่สอง *hui* แสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงจากผู้กระทำ เน้นแสดงความสามารถทางปัญญาหรือความสามารถทางการเรียนรู้ (mental ability) มีนัยยะแฝงว่า คุณสมบัติที่เป็นความสามารถนั้นต้องได้รับมาจากการเรียนรู้หรือฝึกฝน เป็นความสามารถเชิงสัมพัทธ์ กล่าวคือ เป็นความสามารถที่ไม่ใช่ทุกคนจะสามารถทำได้โดยธรรมชาติ นอกจากนี้ยังสามารถอนุมานระดับความสามารถของ *hui* ว่าถึงระดับชำนาญ (ตัวอย่างที่ 28) (Li, 2004, pp. 139-140, 142, 154-155; Zhao, 2012, p. 157)

(27) 下这么大的雨，他会来吗？ (การคาดคะเน)

Xià zhème dà de yǔ, tā huì lái ma?

ตก ขนาดนี้ ใหญ่ [คช] ฝน เขา ได้ มา หรือ

‘ฝนตกแรงอย่างนี้ เขาจะมา(ได้)หรือ’

(28) 导游会说英语。 (ความสามารถ)

Dǎoyóu huì shuō yīngyǔ.

มัคคุเทศก์ ได้ พูด ภาษาอังกฤษ

‘มัคคุเทศก์พูดภาษาอังกฤษได้/เป็น’

### 2.3.4 หน่วยสร้าง 可以 *kěyǐ-VP*

หน่วยสร้าง 可以 *kěyǐ-VP* เป็นหน่วยสร้างที่แสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงจากผู้พูดที่สำคัญที่สุด (ตัวอย่างที่ 29) (อาจใช้ 可 *kě* แทนได้หากใช้ในรูปแบบที่เป็นทางการ) มีความสัมพันธ์กับผู้กระทำ (ประธานของประโยค) หากผู้กระทำเป็นผู้พูดเองจะสื่อว่าตนเองไม่มีเงื่อนไขที่เป็นอุปสรรคที่จะทำการกระทำนั้นเป็นไปได้ มองอีกนัยหนึ่งก็คือ ผู้พูดได้ถ่ายโอนอำนาจการกระทำให้กับตัวเองซึ่งเป็นผู้กระทำ (ตัวอย่างที่ 30) (Thawongklang, 2010, p. 22) แต่หากผู้กระทำเป็นผู้อื่นจะมีน้ำเสียงแนะนำให้ทำ หน่วยสร้างนี้อาจปรากฏการใช้ในเชิงที่แสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงจากผู้กระทำหรืออ้างอิงจากการคาดคะเนได้แต่ไม่ถึงขั้นเป็นตัวบังคับ หากใช้เชิงความสามารถจะไม่สามารถอนุมานระดับความสามารถได้ บอกได้เพียงแค่ “มี” ความสามารถนั้นเท่านั้น (ตัวอย่างที่ 31-32) (Li, 2004, pp. 143-144, 157-158, 166-167; Zhao, 2012, p. 157)

(29) 你可以拿去仔细读几遍。 (อนุญาต/แนะนำให้ทำ)

Nǐ kěyǐ ná qù zǐxì dú jǐ biàn.

คุณ ได้ เอา ไป ละเอียด อ่าน 2-3 รอบ

‘เธอเอาไปอ่านให้ละเอียดสักสองสามรอบได้’

(30) 我今天晚上有空，可以跟你一起去。(เป็นไปได้)

Wǒ jīntiān wǎnshàng yǒu kòng, kěyǐ gēn nǐ yìqǐ qù.

ฉัน วันนี้ ตอนเย็น มี ว่าง ได้ กับ คุณ ด้วยกัน ไป  
'ฉันว่างคืนนี้ไปกับเธอได้'

(31) 将来 的 命运 可以 是 好的, 也 可以 是 坏 的。

Jiānglái de mìngyùn kěyǐ shì hǎo de, yě kěyǐ shì huài de.  
อนาคต ของ โชคชะตา ได้ เป็น ดี ที่ ก็ ได้ เป็น ร้าย ที่  
'โชคชะตาในวันหน้าอาจจะดี อาจจะร้ายก็ได้' (การคาดคะเน)

(32) 骆驼 可以 好 几 天 不 吃 东 西。 (ความสามารถ)

Luòtuó kěyǐ hǎo jǐ tiān bù chī dōngxī.  
อูฐ ได้ หลาย ก็ วัน ไม่ กิน ของ  
'อูฐไม่กินอาหารได้หลายวัน'

### 2.3.5 หน่วยสร้าง $V_1$ -得 $de$ ( $dé$ ) ( $+V_2$ )

หน่วยสร้าง  $V_1$ -得  $de$  ( $+V_2$ ) ถือเป็นหน่วยสร้างสลับตำแหน่งของ 能  $néng$ -VP แสดงความหมายคล้ายกันมาก ต่างกันที่  $néng$  วางหน้ากริยา ส่วน  $de$  วางหลังกริยา (Li, 1924[rpt1992, p. 371]; Wang, 1943[rpt1985, p. 69] อ้างถึงใน Li, 2004, pp. 158-159) และสามารถสื่อความหมายในกลุ่มคำติภาวະได้ทุกประเภทเช่นเดียวกับ  $néng$  แต่ยังไม่ถึงขั้นเป็นตัวบ่งชี้ให้กับทัศนภาวະใด (Li, 2004, pp. 143, 169) Wang (1943, 1985, p. 69 อ้างถึงใน Li, 2004, p. 158) เสนอว่า หน่วยสร้างนี้แสดงความหมายว่า "สามารถทำได้ดังหวังไว้" แต่มักจะปรากฏในรูปปฏิเสธ ( $V_1$ -不  $bù$ - $V_2$ ) ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าคือการแสดงความหมายว่า "การกระทำบางอย่างไม่สำเร็จอย่างที่หวัง" การประกอบเป็นหน่วยสร้างนี้จะมีเงื่อนไขคัดเลือกว่า กริยาแรกต้องเป็นกริยาที่ตั้งใจทำได้ และกริยาหลังต้องเป็นเป้าหมายของการกระทำที่แสดงโดยกริยาแรก (Zhang, 1999, p. 142) ทั้งนี้ เงื่อนไขดังกล่าวจะต้องไม่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นและความรู้สึก (เป็นสิ่งที่ถูกค้นพบไม่ใช่สิ่งที่ถูกสร้างขึ้น) (Sugimura, 2010, p. 187) ซึ่งการแสดงความหมายนี้ตรงกับการแสดงทัศนภาวະที่อ้างอิงจากสถานการณ์แวดล้อม

(33) 星光 下 看 得 出 路 径。 (อ้างอิงจากสถานการณ์แวดล้อม)

Xīngguāng xià kàn de chū lùjìng.  
แสงดาว ได้ ดู ได้ ออก เส้นทาง  
'ได้แสงดาวมองทางได้(เห็น)'

(34) 要是 你 抓 得 紧, 还 赶 得 上 火 车。 (อ้างอิงจากการคาดคะเน)

Yàoshi nǐ zhuā de jǐn, hái gǎn de shàng huǒchē.  
ถ้า คุณ จับ ได้ แน่น ยัง เร่งทัน ได้ ติด รถไฟ  
'ถ้าเธอรีบหน่อยยังไปขึ้นรถไฟได้ทัน'

(35) 你 现在 还 走 得 了 吗? (อ้างอิงจากผู้กระทำ)

Nǐ xiànzài hái zǒu dé liǎo ma?  
คุณ ตอนนี ยัง เดิน ได้ ไหว(สำเร็จ) ไหม  
'ตอนนี้เธอยังไปได้(ไหว)ไหม'

(36) 她去得为什么我不能去? (อ้างอิงจากผู้พูด)  
 Tā qù dé wèishéme wǒ bùnéng qù?  
 เขาไป **ได้** ทำไม ฉัน **ไม่** ได้ ไป  
 ‘เขาไปได้ทำไมฉันไปไม่ได้’

3. วิธีดำเนินการวิจัย

1) ทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการแสดงทัศนภาวะกลุ่มศักดิ์ภาวะ ความหมายของคำ **ได้** การแสดงความปฏิเสธด้วยคำ **ไม่** เพื่อประมวลเป็นกรอบความหมายของหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ จากนั้น กำหนดกรอบประโยคทดสอบที่สอดคล้องกับกรอบความหมายดังกล่าว เพื่อใช้ทดสอบการแสดงทัศนภาวะต่าง ๆ ของหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ การกำหนดกรอบประโยคทดสอบจะพิจารณาสร้างจากกรอบความหมายในแต่ละทัศนภาวะ และพยายามเลี่ยงการใช้คำที่สื่อสารได้หลายความหมาย เช่นคำว่า “สามารถ” ซึ่งมีลักษณะเหมือนคำว่า “ได้” เป็นคำทดสอบ ผู้วิจัยจะเลือกในคำที่สามารถสื่อได้เพียงทัศนภาวะเดียวเพื่อให้แน่ใจว่าความหมายของ “ได้” จะเป็นการแสดงทัศนภาวะที่ตัดสินนั้นจริง

ตารางที่ 2: ตารางแสดงกรอบความหมายและกรอบประโยคทดสอบของทัศนภาวะ

ทัศนภาวะ	กรอบความหมาย	กรอบประโยคทดสอบ
อ้างอิงจากผู้กระทำ	คนคนหนึ่ง <b>ไม่มี</b> ศักยภาพบางอย่างในตัวที่จะสามารถก่อให้เกิดหรือกระทำกริยาอย่างใดอย่างหนึ่งให้เป็นจริงขึ้นมาได้	x- <b>ไม่มี</b> ความสามารถที่จะ-VP-ได้ (x คือผู้กระทำ) (VP คือการกระทำ)

ตารางที่ 2: ตารางแสดงกรอบความหมายและกรอบประโยคทดสอบของทัศนภาวะ (ต่อ)

ทัศนภาวะ	กรอบความหมาย	กรอบประโยคทดสอบ
อ้างอิงจากสถานการณ์แวดล้อม	สถานการณ์ภายนอกบางอย่างมาจำกัดให้บางสิ่งบางอย่าง <b>ไม่สามารถ</b> เกิดขึ้นหรือคนคนหนึ่ง <b>ไม่สามารถ</b> กระทำหรือก่อเหตุการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งได้ แม้ว่าในตัวบางสิ่งหรือบางคนนั้นจะมีศักยภาพที่จะกระทำได้ก็ตาม	ด้วย-x-จึงทำให้-y- <b>ไม่</b> พร้อมที่จะ-VP-ได้ (x คือสถานการณ์ภายนอก) (y คือผู้กระทำ) (VP คือการกระทำ)
อ้างอิงจากผู้พูด	ผู้พูดมีอำนาจแห่งการกระทำใดการกระทำหนึ่งครอบครองอยู่แต่ <b>ไม่</b> ถ่ายโอนกรรมสิทธิ์ของ <b>ความสามารถ</b> นั้นไปให้ผู้กระทำหรือ <b>ริบสิทธิ์</b> ของผู้กระทำซึ่งอาจจะเป็นตนเองหรือผู้อื่นผู้ใดก็ได้	<b>ห้าม</b> -x-VP (x คือผู้กระทำ) (VP คือการกระทำ)
อ้างอิงจากการคาดคะเน	ผู้พูดมีความมั่นใจในสมมติฐานของตน ความมั่นใจนั้นเป็นความคิดเห็นของผู้พูดเอง ผู้พูด <b>ใช้ความมั่นใจ</b> นั้นคาดการณ์เหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้น	x- <b>ไม่น่า</b> จะ-VP-ได้ (x คือผู้กระทำ) (VP คือการกระทำ)

2) สืบค้นข้อมูลประโยคที่มีหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ จากข้อมูลทั้ง 6 ประเภทในคลังข้อมูลภาษาไทยแห่งชาติเพื่อวิเคราะห์ประเภทความหมายที่แสดง รวมถึงสัดส่วนและแนวโน้มการใช้ทัศนภาวะในความหมายต่าง ๆ ของหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ จากการสืบค้นโดยใช้คำสำคัญ "ได้" มีการปรากฏทั้งสิ้น 396,834 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกโดยให้ระบบคัดเลือกตัวอย่างจากข้อมูลทุกประเภทเอกสารโดยอัตโนมัติ และคัดเลือกคราวละ 1,000 ตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลไปคัดตัวอย่างที่มีการปรากฏค่า "ไม่" ร่วมด้วย และต้องไม่ใช่ "ไม่ได้" ที่ปรากฏอยู่นำกริยา แล้วทำซ้ำจนได้ข้อมูลที่ต้องการจำนวน 500 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นปริมาณที่พอจะเป็นตัวแทนและสามารถปฏิบัติได้ เพื่อนำไปศึกษาวิเคราะห์ต่อไป

3) ศึกษาและจัดประเภทหน่วยสร้างต่าง ๆ ในภาษาจีนกลางที่แสดงทัศนภาวะกลุ่มคักติภาวะ เพื่อนำมาจัดกลุ่มเทียบความหมายกับหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ ตามลักษณะการแสดงทัศนภาวะต่าง ๆ

4) สกัดประโยคที่ปรากฏหน่วยสร้าง *bù+hui+VP* หน่วยสร้าง *bù+néng+VP* หน่วยสร้าง *bù+kěyǐ+VP* และหน่วยสร้าง  $V_1+bù+V_2$  ทั้งหมดที่ปรากฏในตำราเรียน *Hànyǔ jiàochéng* 《汉语教程》 เล่มที่ 1-6 เพื่อศึกษาสัดส่วนการแสดงความหมายเชิงทัศนภาวะรวมถึงสัดส่วนและแนวโน้มการนำเสนอข้อมูลของหน่วยสร้างต่าง ๆ ในตำราเรียน เพื่อใช้วิเคราะห์และเสนอแนวทางการศึกษาการแสดงทัศนภาวะกลุ่มคักติภาวะของผู้เรียนชาวไทย

5) สรุปและอภิปรายผล เสนอคู่เทียบความหมายของหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ กับหน่วยสร้างภาษาจีนกลางตามลักษณะการแสดงทัศนภาวะ กำหนดแนวทางการเลือกใช้หน่วยสร้างภาษาจีนกลางจากลักษณะการแสดงความหมายย่อยที่แตกต่างกัน ในกรณีมีหน่วยสร้างมากกว่า 1 หน่วยสร้างที่แสดงทัศนภาวะเดียวกัน

#### 4. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์การแสดงทัศนภาวะของหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ เพื่อศึกษาประเภท ความหมายที่แสดง รวมถึงสัดส่วนและแนวโน้มการใช้ทัศนภาวะในความหมายต่าง ๆ ส่วนต่อมาเป็นการระบุหน่วยสร้างภาษาจีนกลางที่มีความหมายเทียบได้กับหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ และส่วนสุดท้ายคือการวิเคราะห์การปรากฏของหน่วยสร้างภาษาจีนกลางที่มีความหมายเทียบได้กับหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ ในตำราเรียนภาษาจีนกลาง

##### 4.1 การแสดงทัศนภาวะของหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลตัวอย่างประโยคที่ปรากฏหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ จำนวน 500 ประโยคจากคลังข้อมูลภาษาไทยแห่งชาติพบว่า การแสดงทัศนภาวะของหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ สอดคล้องกับการแสดงทัศนภาวะของคำว่า ได้ กล่าวคือ คำปฏิเสธ ไม่ จะมาทำหน้าที่เปลี่ยนความหมายเชิงบอกเล่าให้เป็นปฏิเสธโดยที่ยังคงกรอบความหมายหลักแบบเดิม ผลการศึกษานี้ถือเป็นการยืนยัน

ผลการวิจัยของ Takahashi (2004) และสอดคล้องกับการใช้คำลักษณะเดียวกันในภาษาเวียดนามตาม การแบ่งประเภทของโสรัจ (2553) การแสดงทัศนภาวะกลุ่มศักดิ์ภาวะของหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ มีดังนี้

1) อ้างอิงจากผู้กระทำ (agent-oriented)

การแสดงความหมายที่อ้างอิงจากผู้กระทำ คือ การแสดงว่าการกระทำบางอย่างจะไม่เกิดขึ้นเนื่องจากผู้กระทำที่เป็นมนุษย์ไม่มีความสามารถ (ability) หรือสิ่งของไม่มีสมรรถภาพหรือ วิสัยความสามารถ(capability/capacity) การประเมินว่าหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ จะแสดงความหมายนี้หรือไม่ สามารถทดสอบได้จากกรอบประโยคทดสอบที่ว่า “X-ไม่มีความสามารถที่จะ-VP-ได้” X คือผู้กระทำเช่น

(37) ระหว่างทางจะมีทั้งนกใหญ่จนกเล็ก ทั้งที่บินได้และบินไม่ได้

“บินไม่ได้” = “ไม่มีความสามารถที่จะบินได้”

(38) หล่อนถูกคุณวิรัชขอบรมนิตหนอยฐานที่ดึงลูกค้ำกลับมาไม่ได้

“ดึงลูกค้ำกลับมาไม่ได้” = “ไม่มีความสามารถที่จะดึงลูกค้ำกลับมาได้”

2) อ้างอิงจากสถานการณ์แวดล้อม (root possibility)

การแสดงความหมายที่อ้างอิงจากสถานการณ์แวดล้อม คือ การแสดงว่าการกระทำ บางอย่างจะไม่เกิดขึ้นเนื่องจากสถานการณ์แวดล้อมบางอย่างซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกตัวผู้พูดมา กำหนดการ กระทำของผู้พูดว่าจะทำสิ่งนั้น ๆ ไม่ได้ การประเมินว่าหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ จะแสดงความหมายนี้ หรือไม่ สามารถทดสอบได้จากกรอบประโยคทดสอบที่ว่า “ด้วย-X-จึงทำให้-Y-ไม่พร้อมที่จะ-VP-ได้” X คือ สถานการณ์แวดล้อมและ Y คือผู้กระทำ เช่น

(39) เราได้ถ่ายรูปร่วมกันกับพ่อยก แม่ยก ลูกยก หลานยก นับไม่ถ้วนกลุ่ม ขึ้นชมสโมสรนัส คุยกันจนหมดเรื่องคุยแล้ว ยัง**หาจ้งหะกลับไม่ได้** ไม่มีใครยอมเคลื่อนกายบ้ายหน้าออกไปจาก จะออก ปากหน้ายนิตก็หาไม่

“หาจ้งหะกลับไม่ได้” = “ด้วย-ไม่มีใครยอมเคลื่อนกายบ้ายหน้าออกไปจาก-จึงทำ ให-(ประธาน)-ไม่พร้อมที่จะ-หาจ้งหะกลับ-ได้”

(40) ส่วนอื่นของร่างกาย เช่น แขนข้างหนึ่งตรงกับช่องคลอด ทารกก็จะ**คลอดออกมาไม่ได้**

“คลอดออกมาไม่ได้” = “ด้วย-แขนข้างหนึ่งตรงกับช่องคลอด-จึงทำให้-(ทารก)-ไม่ พร้อมที่จะ-คลอดออกมา-ได้”

3) อ้างอิงจากผู้พูด (speaker-oriented)

การแสดงความหมายที่อ้างอิงจากผู้พูด คือ การแสดงว่าการกระทำบางอย่างจะไม่เกิดขึ้น เนื่องจากผู้พูดไม่ยอม/ไม่ส่งต่ออำนาจหรือความสามารถให้ผู้กระทำเหตุการณ์ กระทำการใด ๆ การประเมินว่าหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ จะแสดงความหมายนี้หรือไม่ สามารถทดสอบได้จากกรอบประโยค ทดสอบที่ว่า “ห้าม-X- VP” X คือผู้กระทำ เช่น

(41) ต่อไปมีครอบครัวแล้วจะ**ทำอย่างนี้ไม่ได้** ต้องรู้จักเก็บ เอาละ หนนี้ก็แล้วไป



“ทำอย่างนี้ไม่ได้” = “ห้าม-(ผู้ฟัง)-ทำอย่างนี้”

(42) เธอจะปล่อยให้มันเกิดขึ้นอีกไม่ได้ เพราะไม่อย่างนั้นเธออาจจะต้องสูญเสียเขาไปตลอดกาล

“ปล่อยให้มันเกิดขึ้นอีกไม่ได้” = “ห้าม-(เธอ)-ปล่อยให้มันเกิดขึ้นอีก”

4) อ้างอิงจากการคาดคะเน (epistemic)

การแสดงความหมายที่อ้างอิงจากการคาดคะเน คือ การแสดงระดับความเชื่อและความมั่นใจต่อข้อมูลของผู้พูด ผู้พูดจะประเมินความเป็นจริงของเหตุการณ์ว่าไม่อาจเกิดขึ้นได้ การประเมินว่าหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ จะแสดงความหมายนี้หรือไม่ สามารถทดสอบได้จากกรอบประโยคทดสอบที่ว่า “X-ไม่น่าจะ-VP-ได้” X คือผู้กระทำ เช่น

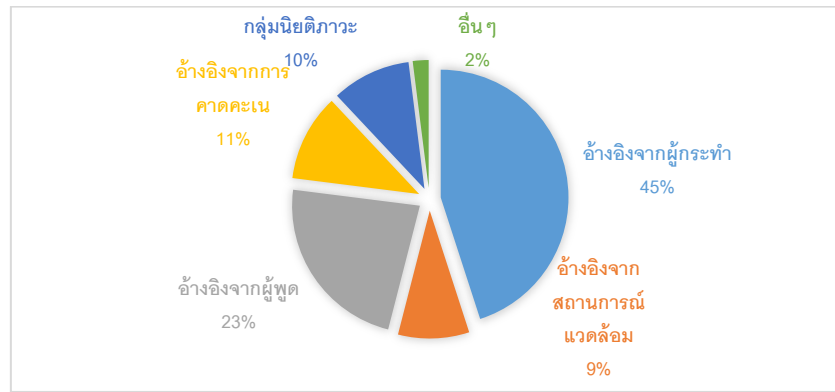
(43) เราจัดวันจันทร์ ตอนแรกก็คิดว่าคนอาจจะมาไม่ได้ เพราะเป็นวันทำงาน

“มาไม่ได้” = “(คน)-ไม่น่าจะ-มา-ได้”

(44) ผากบอกพี่ธานินทร์หน่อยได้มั้ยว่าช่วงนี้ฉันคงไปซ้อมไม่ได้สักพัก คงต้องรอให้ไปแข่งจบก่อนนะ ^^

“ไปซ้อมไม่ได้” = “(ฉัน)-ไม่น่าจะ-ไปซ้อม-ได้”

ผลการวิเคราะห์สัดส่วนการแสดงทัศนภาวะของหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ พบว่า ส่วนใหญ่จะแสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงผู้กระทำ คือ การแสดงความหมายว่าบางสิ่งไม่มีความสามารถ/สมรรถภาพ/วิสัยสมรรถภาพที่จะกระทำหรือมีสภาพบางอย่างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมา คือทัศนภาวะที่อ้างอิงจากผู้พูดหรือการแสดงความหมายว่าผู้พูดไม่อนุญาต (ห้าม) ให้บางสิ่งกระทำบางอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23 ส่วนการแสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงการคาดคะเนและอ้างอิงจากสถานการณ์แวดล้อมมีจำนวนปรากฏน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 11 และ 9 ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังพบข้อมูลตัวอย่างที่มีลักษณะความหมายอย่างอื่นซึ่งคาดว่าน่าจะพัฒนาความหมายไปจากรูป VP+ไม่+ได้ มีความหมายเป็นการเฉพาะ เช่น กลุ่มที่ความหมายย้ายจากการแสดงทัศนภาวะกลุ่มศักดิ์ภาวะ (enabling modalities) ไปเป็นกลุ่มนิยติภาวะ (compelling modalities) แสดงความจำเป็น (necessity) หรือมีเงื่อนไขบังคับ (obligation) เช่น “อด+VP+ไม่+ได้” “ไม่+VP+ไม่+ได้” “(เห็น)+VP+เป็น+ไม่+ได้” “VP+หน่อย+ไม่+ได้” “เป็นอะไรไปไม่+ได้” “ช่วยไม่+ได้” “VP+อย่างเสียไม่+ได้” “VP+อย่างเล็ยงไม่+ได้” ซึ่งตัวอย่างในกลุ่มนี้มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 10 (เฉพาะหน่วยสร้าง “อด+VP+ไม่+ได้” เพียงอย่างเดียวคิดเป็นร้อยละ 8) นอกจากนี้ยังพบกลุ่มที่มีแนวโน้มกลายเป็นคำ (lexicalized) เพื่อใช้ประเมินค่าอะไรบางอย่าง เช่น “รับไม่+ได้” “ใช้ไม่+ได้” เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 2



### แผนภูมิที่ 1: แผนภูมิแสดงสัดส่วนการใช้ทัศนภาวะในความหมายต่าง ๆ ของหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้

แนวโน้มการใช้ทัศนภาวะของหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ มักจะอ้างอิงตัวบุคคล กล่าวคือ จำนวนที่แสดงทัศนภาวะโดยที่อ้างอิงผู้กระทำหรือผู้พูดรวมกันมีถึงร้อยละ 68 มากกว่า 2 ใน 3 ของการใช้ทั้งหมด อาจกล่าวได้ว่า หน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ เป็นการให้ข้อมูลที่แฝงทัศนภาวะของผู้พูดว่า “บางสิ่งบางอย่างทำไม่ได้” เพราะไม่มีคุณสมบัติที่จะทำหรือไม่ได้รับการยินยอมให้กระทำ นอกจากนี้ยังพบว่า หน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ ซึ่งแสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงผู้พูดสามารถละกิริยาลีในหน่วยสร้าง ปรากฏเป็น “ไม่ได้” แต่หน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ ซึ่งแสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงผู้กระทำไม่สามารถละกิริยาลีได้ กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า หากพบการใช้ “ไม่ได้” แบบเดี่ยวอาจตีความในความหมายแรกได้ว่า “ไม่ได้รับอนุญาต” ก็ได้

(45) หากคนเหล่านี้หาชีวิตไม่แล้วก็ให้ไปขอกจากนาย ถ้าไม่ได้ จะต้องถูกนำไปจำตรวน

(46) พุดแค่นี้ก็ไม่ได้หรือไง

(47) วัคซีนนี้ก็ป้องกันเฉพาะไข้หวัดใหญ่นะครับ ไข้หวัดเล็กป้องกันไม่ได้

นอกจากนี้ การศึกษาแนวโน้มนี้พบว่า สิ่งที่ควรให้ความสำคัญในการศึกษาต่อไปซึ่งไม่ได้อยู่ในขอบเขตการศึกษานี้คือ การเปลี่ยนไปแสดงความหมายในกลุ่มนิยติภาวะ (compelling modalities) ของหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ เพราะถือว่าการเพิ่มขอบเขตการแสดงความหมายที่น่าสนใจ โดยเฉพาะหน่วยสร้าง “อดีต+VP+ไม่+ได้” ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ใกล้เคียงกับการแสดงความหมายของแบบอ้างอิงสถานการณ์แวดล้อม ผู้วิจัยเห็นว่าสาเหตุที่ทำให้ความหมายเปลี่ยนไปอาจเกิดขึ้นจากรูปแบบความหมาย “นิเสธซ้อนนิเสธ” คำ อด แปลว่า “อยากได้แต่ไม่ได้” เมื่ออยู่ในหน่วยสร้าง “อดีต+VP+ไม่+ได้” จะหมายถึง “ห้าม(ใจ)ให้ไม่ทำไม่ได้”

#### 4.2 หน่วยสร้างภาษาจีนกลางที่มีความหมายเทียบได้กับหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้

จากการศึกษาหน่วยสร้างภาษาจีนกลางที่สามารถเทียบได้กับหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ ในภาษาไทย พบว่า หน่วยสร้างภาษาจีนกลางก็สามารถแสดงทัศนภาวะในกลุ่มทัศนภาวะได้หลายประเภท หน่วยสร้างที่สามารถแสดงความหมายได้ครบทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ หน่วยสร้าง *bù-néng-VP* และหน่วยสร้าง *V<sub>1</sub>-bù-V<sub>2</sub>* ส่วนหน่วยสร้าง *bù-huì-VP* แสดงทัศนภาวะได้ 2 ประเภท คือ แบบอ้างอิง

ผู้กระทำและอ้างอิงการคาดคะเน และหน่วยสร้าง *bù-kěyǐ-VP* แสดงทัศนภาวะได้ 2 ประเภทเช่นกัน คือ แบบอ้างอิงสถานการณ์แวดล้อมและแบบอ้างอิงผู้พูด เมื่อนำมาจับเป็นคู่เทียบความหมายกับหน่วยสร้าง *VP+ไม่+ได้* ตามทัศนภาวะแต่ละประเภท ก็จะมีคู่เทียบประเภทละ 3 หน่วยสร้าง แต่ความหมายของหน่วยสร้างภาษาจีนกลางที่แสดงทัศนภาวะแบบต่าง ๆ ก็มีรายละเอียดความหมายที่ไม่เหมือนกัน จึงทำให้ต้องมีการเลือกใช้หน่วยสร้างที่เหมาะสมที่สุดที่จะใช้ในการแสดงทัศนภาวะนั้น การแสดงความหมายทัศนภาวะกลุ่มศักดิ์ติภาวะของหน่วยสร้างภาษาจีนกลางที่มีความหมายเทียบได้กับหน่วยสร้าง *VP+ไม่+ได้* แสดงไว้ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3: ตารางแสดงทัศนภาวะกลุ่มศักดิ์ติภาวะของหน่วยสร้างภาษาจีนกลาง

ประเภทของทัศนภาวะ	หน่วยสร้างภาษาจีนกลาง			
	<i>bù-huì-VP</i>	<i>bù-néng-VP</i>	$V_1-bù-V_2$	<i>bù-kěyǐ-VP</i>
อ้างอิงจากผู้กระทำ	✓	✓	✓	
อ้างอิงจากสถานการณ์แวดล้อม		✓	✓	✓
อ้างอิงจากผู้พูด		✓	✓	✓
อ้างอิงจากการคาดคะเน	✓	✓	✓	

(พัฒนาจากตาราง 4-7 ของของ Li (2004, p. 184)

การแสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงจากผู้กระทำสามารถแสดงด้วยหน่วยสร้างภาษาจีนกลาง 3 หน่วยสร้าง ได้แก่ หน่วยสร้าง *bù-huì-VP* หน่วยสร้าง *bù-néng-VP* และหน่วยสร้าง  $V_1-bù-V_2$  แต่มีความแตกต่างกันในความหมายย่อยที่สำคัญ คือ หน่วยสร้าง *bù-huì-VP* จะปฏิเสธว่าผู้กระทำไม่มีความรู้หรือไม่ได้รับการฝึกฝนมาก่อนจึงทำไม่ได้ หน่วยสร้าง *bù-néng-VP* จะปฏิเสธว่าผู้กระทำไม่มีสมรรถภาพหรือวิสัยสามารถจึงทำไม่ได้ หน่วยสร้าง  $V_1+bù+V_2$  อาจแสดงทัศนภาวะนี้ได้แต่ไม่ชัดเจนเหมือน 2 หน่วยสร้างแรก

การแสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงจากสถานการณ์แวดล้อมสามารถแสดงด้วยหน่วยสร้างภาษาจีนกลาง 3 หน่วยสร้างเช่นกัน ได้แก่ หน่วยสร้าง *bù-néng-VP* หน่วยสร้าง  $V_1-bù-V_2$  และหน่วยสร้าง *bù-kěyǐ-VP* ซึ่งมีความแตกต่างกันที่ระดับความชัดเจนของการแสดงความหมาย กล่าวคือ สถานการณ์แวดล้อมที่ใช้อ้างอิงของหน่วยสร้าง *bù-néng-VP* มักเป็นเงื่อนไขบางอย่างที่อาจส่งผลให้มีความกำกวมและตีความเป็นทัศนภาวะอื่นได้ (ดูตัวอย่างที่ 21) ส่วนหน่วยสร้าง *bù-kěyǐ-VP* จะแสดงทัศนภาวะนี้ได้ในกรณีที่ประธานของประโยคต้องเป็นผู้พูดเท่านั้น เพราะหน่วยสร้างรูปบอกเล่า *kěyǐ+VP* จะสื่อว่าผู้พูดไม่มีเงื่อนไขที่เป็นอุปสรรคที่จะทำให้การกระทำนั้นเป็นไปได้ (ดูตัวอย่างที่ 30) ดังนั้นรูปปฏิเสธจะสื่อว่าผู้พูดมีเงื่อนไขซึ่งเป็นอุปสรรคให้การกระทำนั้นเป็นไปได้ไม่ได้ หน่วยสร้าง  $V_1-bù-V_2$  เป็นหน่วยสร้างที่แสดงทัศนภาวะนี้ได้ชัดเจนที่สุดเนื่องจากไม่มีเงื่อนไขจำกัดเหมือน 2 หน่วยสร้างแรก

การแสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงจากผู้พูด สามารถแสดงด้วยหน่วยสร้างภาษาจีนกลาง 3 หน่วยสร้างเช่นกัน ได้แก่ หน่วยสร้าง *bù-néng-VP* หน่วยสร้าง  $V_1-bù-V_2$  และหน่วยสร้าง *bù-kěyǐ+VP* ซึ่งมีข้อจำกัดในการใช้ที่แตกต่างกัน คือ การแสดงทัศนภาวะนี้ของหน่วยสร้าง  $V_1-bù-V_2$  มีข้อจำกัดว่า  $V_2$  ต้องเป็นคำว่า 得 *dé* เท่านั้น ส่วนหน่วยสร้าง *bù-kěyǐ+VP* ก็มีความถี่ในการใช้ต่ำมาก จากการศึกษาค้นข้อมูลเอกสารทางกฎหมายพบว่ามีการใช้หน่วยสร้าง *bù-kěyǐ+VP* จำนวน 34 ครั้ง และพบการใช้หน่วยสร้าง *bù-néng-VP* จำนวน 8,712 ครั้ง (Gao, 2009, p. 70) ดังนั้นหน่วยสร้าง *bù-néng-VP* จึงเป็นหน่วยสร้างที่สำคัญที่สุดในการแสดงทัศนภาวะนี้

การแสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงจากการคาดคะเนสามารถแสดงด้วยหน่วยสร้างภาษาจีนกลาง 3 หน่วยสร้างเช่นกัน ได้แก่ หน่วยสร้าง *bù-huì-VP* หน่วยสร้าง *bù-néng-VP* และหน่วยสร้าง  $V_1-bù-V_2$  ซึ่งมีความแตกต่างกันที่ข้อสันนิษฐานในการคาดคะเนและระดับความมั่นใจ หน่วยสร้าง *bù-huì-VP* จะคาดคะเนจากความเห็นส่วนตัวของผู้พูด ส่วนหน่วยสร้าง *bù-néng-VP* จะสันนิษฐานจากเหตุแวดล้อม ประเมินไปตามเงื่อนไขที่เป็นภาวะวิสัย มีน้ำเสียงที่มั่นใจในความเป็นจริงของสมมติฐานน้อยกว่า หน่วยสร้าง *bù-huì-VP* (ดู 2.3.2 และ 2.3.3) หน่วยสร้าง  $V_1-bù-V_2$  ที่แสดงทัศนภาวะการคาดคะเน  $V_2$  มักจะเป็นกริยาที่แสดงผลไปประสงค์ของ  $V_1$  ซึ่งจะสื่อว่าการกระทำ  $V_1$  ไม่น่าจะสำเร็จจนเกิดผล  $V_2$  ได้

#### 4.3 การปรากฏของหน่วยสร้างภาษาจีนกลางที่มีความหมายเทียบได้กับหน่วยสร้าง VP+ไม่ได้ ในตำราเรียนภาษาจีนกลาง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลประโยคที่ปรากฏหน่วยสร้างแสดงทัศนภาวะกลุ่มศักดิ์ภาวะซึ่งสามารถเทียบความหมายกับหน่วยสร้าง VP+ไม่ได้ ในภาษาไทย จากตำรา *Hànyǔ jiàochéng* 《汉语教程》 เล่ม 1-6 พบว่า ไม่ปรากฏหน่วยสร้าง *bù-kěyǐ-VP* ในตำราทั้ง 6 เล่ม ซึ่งสอดคล้องกับการไม่สมมาตรทางความหมายที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น หน่วยสร้าง *bù-kěyǐ-VP* ที่แสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงจากผู้พูดจะมีกริยาใช้น้อยกว่าหน่วยสร้าง *bù-néng-VP* และจากที่พบในตำราเรียนนี้แสดงให้เห็นว่าไม่เพียงใช้น้อยกว่า แต่เป็นการใช้แทนที่เนื่องจากไม่ปรากฏการใช้เลย แม้แต่การแสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงสถานการณ์แวดล้อมก็ไม่ปรากฏด้วยเช่นกัน เป็นไปได้ว่าถูกแทนที่ด้วยหน่วยสร้าง  $V_1-bù-V_2$  และหน่วยสร้าง *bù-néng-VP*

ในตำราเรียนที่ใช้วิเคราะห์นี้จึงปรากฏการใช้หน่วยสร้างเพียง 3 หน่วยสร้างเท่านั้น มีทั้งสิ้น 359 ครั้ง ทัศนภาวะที่ปรากฏการใช้มากที่สุดคือ แบบอ้างอิงจากผู้พูด มีจำนวนการใช้ 123 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34 มีรูปแบบการใช้เพียงรูปแบบเดียว คือ หน่วยสร้าง *bù-néng-VP* การปรากฏเป็นจำนวนมากเหล่านี้เกินกึ่งหนึ่งเกิดจากการข้อห้ามการใช้รูปประโยคที่ผิดหลักไวยากรณ์ในตำรา รูปแบบที่ปรากฏการใช้มากรองลงมาคือ แบบอ้างอิงจากผู้กระทำ จำนวน 117 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33 ของการใช้ทั้งหมด โดยมีหน่วยสร้าง  $V_1-bù-V_2$  เป็นรูปแบบที่มีความถี่ในการปรากฏสูงสุด การแสดงทัศนภาวะทั้งสองแบบมีสัดส่วนรวมกันเป็นร้อยละ 67 ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหลักในการใช้ และเป็นสัดส่วนที่สอดคล้องกับการใช้หน่วยสร้าง

VP+ไม่+ได้ เช่นกัน ส่วนหน่วยสร้างที่แสดงทัศนภาวะแบบอ้างอิงจากสถานการณ์แวดล้อม มีจำนวนการใช้ทั้งหมด 67 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19 มีหน่วยสร้าง  $V_1-bù-V_2$  เป็นรูปแบบที่มีความถี่ในการปรากฏสูงสุดเช่นกัน และสุดท้ายแบบอ้างอิงจากการคาดคะเน ปรากฏการใช้จำนวน 52 ครั้งจากการใช้ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 14 มีหน่วยสร้าง  $bù-huì-VP$  เป็นรูปแบบที่มีความถี่ในการปรากฏสูงสุด

จากข้อมูลที่พบในตำรานี้ อาจอนุมานได้ว่าหน่วยสร้าง  $V_1-bù-V_2$  เป็นคู่เทียบหลักของทัศนภาวะที่อ้างอิงจากผู้กระทำและที่อ้างอิงจากสถานการณ์แวดล้อม หน่วยสร้าง  $bù-néng-VP$  เป็นคู่เทียบหลักของทัศนภาวะที่อ้างอิงจากผู้พูด หน่วยสร้าง  $bù-huì-VP$  เป็นคู่เทียบหลักของทัศนภาวะที่อ้างอิงจากการคาดคะเน

ตารางที่ 4: ตารางแสดงสัดส่วนการแสดงทัศนภาวะของหน่วยสร้างภาษาจีนกลาง (หน่วยนับ: ครั้ง)

	$bù+huì+VP$	$bù+néng+VP$	$V_1+bù+V_2$	รวม
อ้างอิงจากผู้กระทำ	39	13	65	117
อ้างอิงจากสถานการณ์แวดล้อม	0	29	38	67
อ้างอิงจากผู้พูด	0	123	0	123
อ้างอิงจากการคาดคะเน	27	6	19	52
รวม	66	171	122	359

หากวิเคราะห์จากการปรากฏของหน่วยสร้างต่าง ๆ จะพบว่า หน่วยสร้างที่มีการปรากฏสูงสุดคือหน่วยสร้าง  $bù-néng-VP$  มีจำนวนปรากฏทั้งสิ้น 171 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 48 และปรากฏการใช้ในการแสดงทุกทัศนภาวะ การปรากฏนี้สะท้อนการใช้งานตามความสามารถจริงของหน่วยสร้าง  $bù-néng-VP$  และพบการปรากฏในตำราทุกเล่มตั้งแต่เล่มที่ 1 ถึง 6 เพราะมีการอธิบายการใช้ไวยากรณ์อยู่ในทุกเล่ม หากตัดส่วนคำอธิบายการใช้ไวยากรณ์ออกจะพบว่าหน่วยสร้างนี้จะแสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงสถานการณ์แวดล้อมมากที่สุด หน่วยสร้างที่มีการปรากฏการใช้รองลงมาคือหน่วยสร้าง  $V_1-bù-V_2$  ซึ่งจากความเป็นไปได้ในการใช้งานแล้วควรจะแสดงทัศนภาวะได้เหมือนกับหน่วยสร้าง  $bù-néng-VP$  คือสามารถแสดงทัศนภาวะได้ทุกแบบ แต่จากการวิเคราะห์ในตำรากลับไม่พบการแสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงจากผู้พูด ซึ่งอาจเป็นเพราะการแสดงทัศนภาวะที่อ้างอิงจากผู้พูดของหน่วยสร้างนี้จำกัดรูปให้อยู่ในรูป  $V_1-bù-dé$  เท่านั้น และการใช้รูปดังกล่าวจะเป็นการใช้วัจนลีลาแบบเป็นทางการซึ่งมีลักษณะคล้ายภาษาจีนโบราณซึ่งไม่เหมาะสำหรับผู้เรียนภาษาในขั้นต้นและขั้นกลาง หน่วยสร้าง  $V_1-bù-V_2$  มีความซับซ้อนของหน่วยสร้างและความหมายที่ปรากฏมากกว่าหน่วยสร้างอื่น เริ่มปรากฏในตำราเล่มที่ 4 จนถึงเล่มที่ 6 หน่วยสร้างสุดท้ายคือ หน่วยสร้าง  $bù-huì-VP$  ปรากฏการใช้ 2 ทัศนภาวะ ได้แก่ แบบอ้างอิงผู้กระทำและแบบอ้างอิงการคาดคะเน จากการวิเคราะห์การปรากฏในตำราพบว่าหน่วยสร้าง  $bù-huì-VP$  ปรากฏในตำราเล่มที่ 2 เล่มที่ 4 เล่มที่ 5 และเล่มที่ 6 โดยในสองเล่มแรกจะปรากฏการใช้ทัศนภาวะแบบอ้างอิงผู้กระทำเป็นหลัก ส่วนในสองเล่มหลังจะปรากฏการใช้แบบอ้างอิงจากการคาดคะเนเป็นหลัก

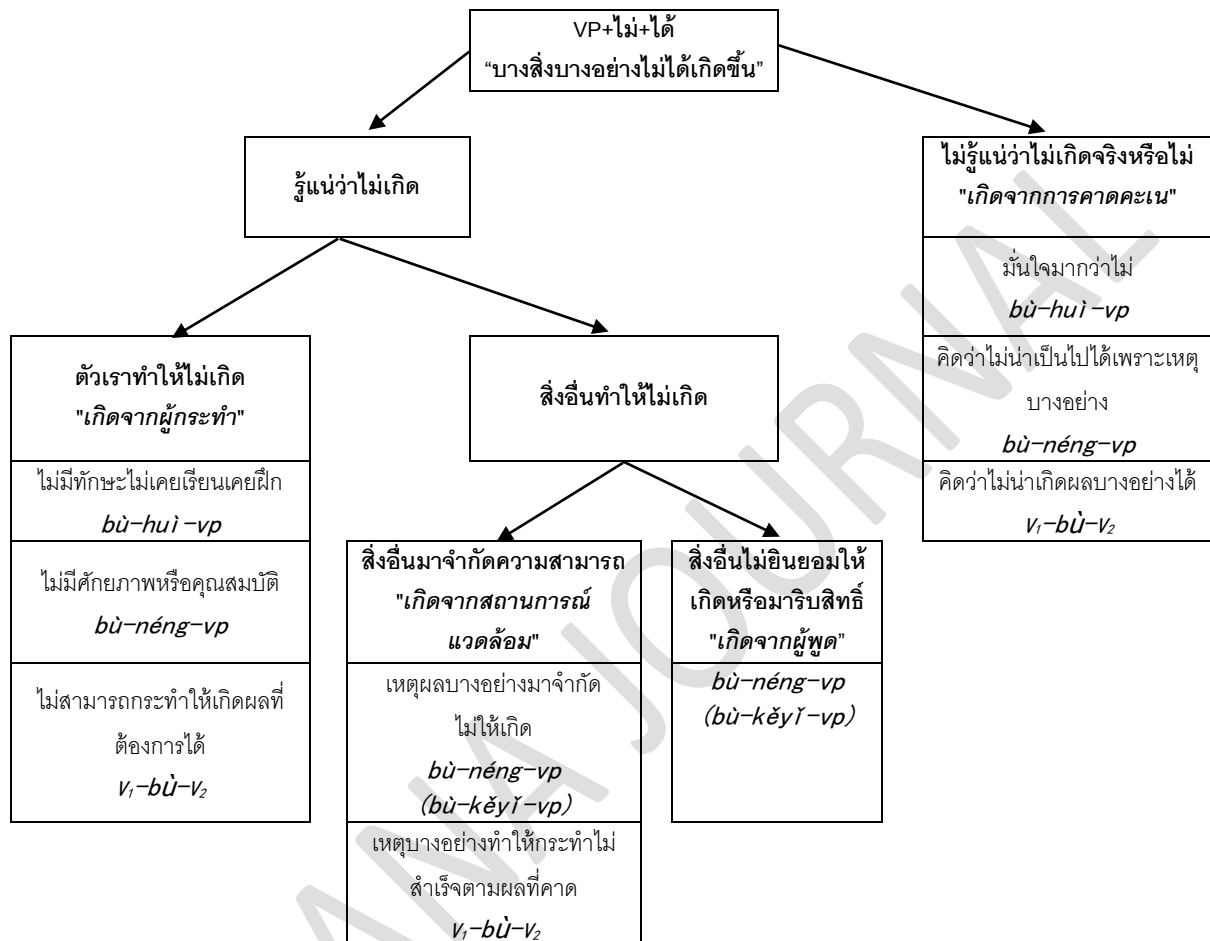
## 5. อภิปรายผล

จากข้อค้นพบทั้งหมดที่ได้ศึกษาในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอเสนอว่า แนวทางที่จะใช้ภาษาแม่ (ภาษาไทย) เพื่อสร้างความเข้าใจในการแสดงทัศนภาวะกลุ่มศักดิ์ภาวะในภาษาจีน คือ การสร้างความตระหนักรู้ถึงความต่างในความเหมือน ผู้เรียนชาวไทยอาจรู้สึกว่าการทำความเข้าใจหน่วยสร้างภาษาจีนที่แสดงทัศนภาวะเหล่านี้ยิ่งต้องแก้เป็นเรื่องที่ยาก เพราะหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ เทียบกับหน่วยสร้างภาษาจีนได้ถึง 4 หน่วยสร้าง และมี 2 หน่วยสร้างที่สามารถแสดงความหมายได้ครบทั้ง 4 แบบ ผู้เรียนต้องพยายามทำความเข้าใจความแตกต่างจากตัวภาษาจีนให้ได้ แต่เมื่อต้องใช้ภาษาในสถานการณ์จริง ลักษณะการใช้ในภาษาแม่ก็จะเข้ามามีบทบาทในการตัดสินใจเลือกใช้หน่วยสร้าง กล่าวคือ เมื่อหน่วยสร้างที่รองรับความหมายในภาษาไทยมีเพียงหน่วยสร้างเดียว เมื่อต้องประมวลผลย้อนกลับก็จะเลือกใช้หน่วยสร้างที่มีความหมายกว้างที่สุดและเมื่อเทียบแล้วคล้ายกับภาษาไทยมากที่สุด ซึ่งก็คือหน่วยสร้าง *bù-néng-VP* เมื่อใช้แล้วมีโอกาสสูงที่จะใช้ได้ถูกต้อง แต่จากการศึกษาลักษณะแสดงความหมายเบื้องต้นจากตำราก็ไม่เป็นเช่นนั้น ดังจะเห็นได้ว่า หน่วยสร้าง *bù-néng-VP* มีบทบาทสำคัญที่สุดในการแสดงทัศนภาวะแบบอ้างอิงผู้พูด หากใช้หน่วยสร้าง *bù-néng-VP* ในการแสดงทัศนภาวะอื่นซึ่งมีหน่วยสร้างอื่นที่มีความถูกต้องมากกว่าก็จะทำให้สื่อสารได้ไม่สมบูรณ์ ดังนั้น การตระหนักรู้ความต่างในความเหมือนก็คือ การฝึกให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ได้ว่า “การทำไม่ได้” ที่ปรากฏด้วยหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้ นั้นแสดงความหมายอย่างไรกันแน่ แนวทางการฝึกคิดอาจกระทำได้ตามขั้นตอนดังนี้

- 1) พิจารณาว่า VP+ไม่+ได้ ที่แสดงว่า “บางสิ่งบางอย่างไม่ได้เกิดขึ้น” นั้น เรารู้แน่ชัดว่าไม่ได้เกิดขึ้นจริงใช่หรือไม่ หากผลคือไม่รู้แน่ แต่ผู้พูดคิดเองว่าจะไม่เกิดขึ้น ให้เรียกว่า “เกิดจากการคาดคะเน” แต่หากเป็นผลคือ รู้แน่แล้วว่าไม่ได้เกิดขึ้น ให้วิเคราะห์ต่อไป
- 2) พิจารณาว่าเหตุที่ทำให้บางสิ่งบางอย่างไม่ได้เกิดขึ้นนั้นอยู่ที่สิ่งใด อาจเป็นตัวเราหรือสิ่งของหรือสิ่งอื่น หากผลคือตัวสิ่งที่พูดถึงเอง ให้เรียกว่า “เกิดจากผู้กระทำ” หากเป็นสิ่งอื่น ให้วิเคราะห์ต่อไป
- 3) พิจารณาว่าสิ่งอื่นที่เป็นเหตุให้บางสิ่งบางอย่างไม่ได้เกิดขึ้นนั้น เข้ามามีบทบาทในลักษณะใด ระหว่าง “การเป็นไปหรือการมีอยู่ของสิ่งนั้นมาจำกัดความสามารถที่จะเกิดของผู้กระทำ” หรือ “สิ่งอื่นนั้นไม่ยินยอมหรือริบสิทธิ์การกระทำของผู้กระทำไป” หากเป็นอย่างแรกให้เรียกว่า “เกิดจากสถานการณ์แวดล้อม” หากเป็นอย่างหลังให้เรียกว่า “เกิดจากผู้พูด(ใครสักคน)”

หลักคิดดังกล่าวอาจดูซับซ้อนในช่วงการฝึกฝนแต่หากสามารถวางกรอบความคิดเช่นนี้ได้ เมื่อต้องใช้ภาษาก็จะสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ผู้เรียน และอาจทำให้ผู้เรียนเรียนรู้ที่จะแก้ไขความผิดพลาดของตนเองได้ สิ่งนี้ผู้วิจัยถือเป็นการนำความรู้ภาษาศาสตร์ (metalinguistic knowledge) ของทัศนภาวะมาประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนภาษา เพื่อให้ผู้เรียนผลิตภาษาได้อย่างถูกต้อง แต่อย่างไรก็ตามการจะ

ศึกษาตามแนวทางการฝึกคิดข้างต้น ผู้เรียนก็ควรจะได้อธิบายหน่วยสร้างทั้งหมดแล้ว มิเช่นนั้นก็อาจจะทำให้เกิดการสับสนได้ แนวทางการฝึกคิดสรุปเป็นแผนภูมิได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 2: แผนภูมิแสดงแนวทางการฝึกคิดการใช้หน่วยสร้างภาษาจีนที่เทียบได้กับหน่วยสร้าง VP+ไม่+ได้

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเห็นว่าการอธิบายความหมายของหน่วยสร้างต่าง ๆ ของการแสดงทัศนภาวะ กลุ่มคำกิริยาในภาษาจีนกลางในตำราเรียนภาษาจีนควรมีความละเอียดมากกว่าที่เป็น การให้ข้อมูล บางอย่างแต่ไม่ครบถ้วนอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือความสับสนในการแสดงความหมาย ประเด็นที่ ควรให้ความสำคัญเพิ่มเติมคือ เรื่องความไม่สมมาตรกันของรูปบอกเล่าและรูปปฏิเสธในการแสดง ความหมายของหน่วยสร้างต่างๆ กล่าวคือ ผู้เรียนชาวไทยใช้หน่วยสร้าง *bù-kěyǐ-VP* ได้บ่อยและเป็น ธรรมชาติเนื่องจากการใช้หน่วยสร้างรูปบอกเล่า *kěyǐ-VP* มีความถี่ในการใช้สูงมาก ผู้เรียนอาจไม่เห็น ความแตกต่าง ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับธรรมชาติในการใช้ภาษาของเจ้าของภาษา นอกจากนี้ เมื่อผู้เรียน อาจไม่สามารถใช้รูปบอกเล่าและรูปปฏิเสธในกรณีที่รูปบอกเล่าคือ *néng-VP* ( $V_1-V_2$ ) แต่รูปปฏิเสธกลับ

นิยมใช้  $V_1$ - $bù$ - $V_2$  ลักษณะที่ไม่สมมาตรกันนี้ เป็นธรรมชาติที่เกิดขึ้นโดยทั่วไปของการใช้ภาษาของเจ้าของภาษา แต่อาจเกิดขึ้นได้ยากสำหรับผู้เรียนต่างชาติ ดังนั้นจึงควรได้รับการฝึกฝนเพิ่มเติม

## 6. สรุป

ปัญหาการใช้ทัศนภาวะกลุ่มคำที่สื่อความหมายแสดงความสามารถหรือความเป็นไปได้ของผู้เรียนชาวไทยซึ่งเกิดขึ้นจากหน่วยสร้างที่ใช้เทียบความหมายไม่สมมูลกัน กล่าวคือ หน่วยสร้างในภาษาไทยที่สื่อความหมายดังกล่าวคือ หน่วยสร้าง  $VP+ไม่+ได้$  แต่ภาษาจีนกลับใช้ได้ถึง 4 หน่วยสร้าง ได้แก่ หน่วยสร้าง  $bù$ - $hui$ - $VP$  หน่วยสร้าง  $bù$ - $néng$ - $VP$  หน่วยสร้าง  $V_1$ - $bù$ - $V_2$  และหน่วยสร้าง  $bù$ - $kěyǐ$ - $VP$  ความสัมพันธ์ของหน่วยสร้างภาษาไทยกับภาษาจีนสามารถเชื่อมโยงกันได้ผ่านการแสดงทัศนภาวะ ซึ่งแบ่งเป็น 4 ประเภทได้แก่ ทัศนภาวะที่อ้างอิงผู้กระทำ ทัศนภาวะที่อ้างอิงสถานการณ์แวดล้อม ทัศนภาวะที่อ้างอิงผู้พูด และทัศนภาวะที่อ้างอิงการคาดคะเน

งานวิจัยนี้ศึกษาการแสดงความหมายของคำ *ได้* ตามลักษณะการแสดงทัศนภาวะ และศึกษาการบอกปฏิเสธโดยใช้คำ *ไม่* เพื่อประมวลเป็นกรอบความหมายและกรอบประโยคทดสอบและใช้วิเคราะห์การแสดงทัศนภาวะต่าง ๆ ของหน่วยสร้าง  $VP+ไม่+ได้$  ผลการศึกษาพบว่า การแสดงทัศนภาวะของหน่วยสร้าง  $VP+ไม่+ได้$  สอดคล้องกับรูปแบบบอกเล่าเพียง เป็นคู่ตรงข้ามความหมายที่ใช้คำปฏิเสธ *ไม่* ลักษณะการแสดงความหมายทั้งหมดสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Takahashi (2004) และสอดคล้องกับการแสดงทัศนภาวะของคำลักษณะเดียวกันในภาษาเวียดนามตามการแบ่งประเภทของโสรัจ (2553)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เน้นศึกษารูปปฏิเสธของการแสดงความหมายดังกล่าวในภาษาจีนกลาง ซึ่งมักไม่ได้รับการกล่าวถึงในงานวิจัยที่เปรียบเทียบภาษาหรือตำราสอนภาษาจีนกลาง การศึกษานี้ พบว่าการใช้หน่วยสร้างรูปปฏิเสธ  $bù$ - $kěyǐ$ - $VP$  มีข้อจำกัดทางการใช้ กล่าวคือ งานวิจัยทั่วไปจะเสนอว่า รูปปฏิเสธของหน่วยสร้าง  $kěyǐ$ - $VP$  คือ  $bù$ - $néng$ - $VP$  และข้อมูลที่ได้ไม่พบการปรากฏของหน่วยสร้าง  $bù$ - $kěyǐ$ - $VP$  ในตำราเรียนภาษาจีนที่ยืนยันคำอธิบายนี้ คือ ข้อมูลที่ได้ไม่พบการปรากฏของหน่วยสร้าง  $bù$ - $kěyǐ$ - $VP$  ในตำราเรียนเลยแม้แต่ตำแหน่งเดียว ข้อค้นพบนี้ควรได้รับการเน้นย้ำต่อไป และเปลี่ยนทัศนคติด้วยว่า จะใช้หน่วยสร้างนี้แสดงความหมายก็ได้ เพราะไม่ผิดไวยากรณ์ แต่อาจไม่นำพาให้ผู้เรียนเข้าใจสภาพการใช้ภาษาของเจ้าของภาษา

งานวิจัยนี้ยังพบว่าตำราภาษาจีนกลางที่นิยมใช้สอนในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทยปรากฏการใช้หน่วยสร้างภาษาจีนที่เทียบได้กับหน่วยสร้าง  $VP+ไม่+ได้$  ในทุกการแสดงทัศนภาวะ แต่เนื่องจากการลำดับการอธิบายความหมายจะแสดงแยกกัน และไม่อธิบายเชื่อมโยงกันมากพอที่จะทำให้เข้าใจความต่างของหน่วยสร้างต่าง ๆ ที่แสดงทัศนภาวะลักษณะเดียวกันได้ และจำนวนที่ปรากฏของหน่วยสร้างต่าง ๆ สามารถสะท้อนความถี่ของการใช้ภาษาจริงได้ เมื่อรวบรวมข้อมูลทั้งหมดจึงประมวลเป็น



แนวทางการทำความเข้าใจขอบเขตการปฏิเสธของการแสดงทัศนภาวะกลุ่มศักดิ์ภาวะและเลือกใช้  
หน่วยสร้างภาษาจีนกลางเพื่อสื่อความหมายได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้นแก่ผู้เรียนภาษาจีนกลางชาวไทย

VACANA JOURNAL

## เอกสารอ้างอิง

- ศิโยโกะ ทาคาฮาชิ. (2539). *การปฏิเสธในหน่วยสร้างกริยาเรียงพื้นฐานในภาษาไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุจิรา บำรุงกาญจน์. (2559). *คุณสมบัติทางวากยสัมพันธ์ อรรถศาสตร์ และวัจนปฏิบัติของรูปปฏิเสธ ไม่ และ เปล่า ในภาษาไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2559). *รายงานการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทย ระดับอุดมศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- โสรัจ เรืองมณี . (2553). *ความหมายของคำว่า “được” “ได้” ในภาษาเวียดนาม : การศึกษาตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bybee, J. L., Perkins, R. D., and Pagliuca, W. (1994). *The evolution of grammar: Tense, aspect and modality in the language of the world*. Chicago: University of Chicago Press.
- Corder, S. P. (1983). A role for the mother tongue. In S. Grass, & L. Selinker (Eds.), *Language Transfer in Language Learning*, 1, 85-97.
- Enfield, N. J. (2003). *Linguistics epidemiology: semantics and grammar of language contact in mainland Southeast Asia*. London: Routledge.
- Gao, L. 高良连. (2009). Taiguo xuesheng “neng”, “keyi”, yu “hui” pianwu fenxi 泰国学生“能”、“可以”与“会”偏误分析. *Haiwai Huawen Jiaoyu 《海外华文教育》*, 1, 68-72.
- Radden, G. and Dirven, R. (2007). *Cognitive English grammar (Cognitive Linguistics in Practice 2)*. Amsterdam-Philadelphia: John Benjamins Publishing.
- Hsieh, C. (2005). Modal verbs and modal adverbs in Chinese: An investigation into the semantic source, *USTWPL*, 1, 31-58.
- Hu, X. 胡雪. (2018). Taiguo xuesheng Hanyu keneng buyu pianwu yanjiu 泰国学生汉语可能补语偏误研究 (Master's Thesis). Dalian University of Foreign Languages, Liaoning.
- Lyons, J. (1978). *Semantics*. Volume 2. Cambridge: Cambridge University Press.
- Miestamo, M. (2005). *Standard negation: The negation of declarative verbal main clauses in a typological perspective*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Palmer, F. R. (1986). *Mood and modality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Palmer, F. R. (1990). *Modality and the English modals*. 2nd ed. London; New York: Longman.
- Takahashi, K. and Methapisit, T. (2004). *Observations on form and meaning of dáy*. Papers from the 11th Annual Meeting of the Southeast Asian Linguistics Society 2001 (2004), 701-719.
- Li, J. 黎锦熙. (1924). *A new grammar of Chinese language 《新著国语文法》*. Shanghai 上海: Shangwu Yinshuguan 商务印书馆. Rpt. by Beijing: Commercial Press, 1992.
- Li, R. (2004). *Modality in English and Chinese: A typological perspective*. Boca Raton, FL: Dissertation.com
- Liu, Y. et al. 刘月华等. (2003). *Shiyong Xiandai Hanyu Yufa 《实用现代汉语语法》*. Beijing 北京: Shangwu Yinshuguan 商务印书馆.

- Lu, S. 吕叔湘. (2003). *Xiandai Hanyu ba bai ci* 《现代汉语八百词》. Beijing 北京: Shangwu Yinshuguan 商务印书馆.
- Qi, C. and Qiu, L. 齐春红、秋兰. (2011). Taiguo xuesheng Hanyu keneng buyu xide qingkuang kaocha 泰国学生汉语可能补语习得情况考察. *Xinan Shiyou Daxue Xuebao (shehui kexue ban)* 《西南石油大学学报(社会科学版)》, 5, 85-95.
- Sugimura, H. 杉村博文. (2010). Keneng buyu de yuyi fenxi—cong HanRiyu duibi de jiaodu 可能补语的语义分析——从汉日语对比的角度. *Shijie hanyu Jiaoxue*, 2, 183-191.
- Sun, Z. 孙娅爱. (2009). *Xiandai Hanyu keneng buyu yanjiu* 现代汉语可能补语研究 (Doctoral dissertation). Beijing Language and Culture University, Beijing.
- Thawongklang, S. 徐美玲. (2010). *HanTai qingtai zhuci "neng, hui, keyi" yu DAI de duibi yanjiu* 汉泰情态动词“能、会、可以”与DAI的对比研究 (Master's Thesis). Zhejiang University, Hangzhou.
- Wang, L. 王力. (1943). *Modern Chinese Grammar* 《中国现代语法》. Shanghai 上海: Shangwu Yinshuguan 商务印书馆. Rpt. by Beijing: Commercial Press, 1985.
- Wang, Y. 王勇. (2013). *Hanyu zhudongci "hui", "neng", "keyi" yu Taiyu zhudongci /Daj/ de bijiao yanjiu* 汉语助动词“会”“能”“可以”与泰语助动词“ได้/Daj/的比较研究 (Master's Thesis). Hunan Normal University, Changsha.
- Zhang, W. 张旺熹. (1999). *Hanyu teshu jufa de yuyi yanjiu* 《汉语特殊句法的语义研究》. Beijing 北京: Beijing Yuyan Daxue Chubanshe.
- Zhao, L. 赵凌燕. (2012). Qiantan "hui", "neng", "keyi" de yuyong chayi ji nengyuan dongci de jiaoxue celue 浅谈“会”、“能”、“可以”的语用差异及能愿动词的教学策略. *Beifang Wenxue (xia ban yue)*, 8, 157-158.
- Zhao, Y. N. (2019). Negative transfer of mother tongue in English. *Creative Education*, 10, 940-946.
- Zhu, D. 朱德熙. (2000). *Yufa Jiangyi* 《语法讲义》. Beijing 北京: Shangwu Yinshuguan 商务印书馆.

# การคุกคามหน้าคู่สนทนาของชุกก ในเรื่องมหาเวสสันดรชาดก ฉบับเทศน์มหาชาติ 13 กัณฑ์

Jujaka's Face Threatening Strategies against Addressees:

Mhavessantara Jataka, 13-Sermon Mahajati

สัพพัญญู สุขพิระวัฒนกุล<sup>1</sup>

ศิริพร ปัญญาเมธีกุล<sup>2</sup>

Received 24 May 2020

Revised 12 June 2020

Published 27 June 2020

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กลวิธีการคุกคามหน้าคู่สนทนาของชุกกในเรื่องมหาเวสสันดรชาดก ฉบับเทศน์มหาชาติ 13 กัณฑ์ โดยใช้เกณฑ์การคุกคามหน้าของบราวน์และเลวินสัน (Brown & Levinson, 1987) ในการวิเคราะห์ ผลจากการศึกษาพบว่าชุกกใช้กลวิธีการคุกคามหน้าคู่สนทนา 17 กลวิธี แบ่งเป็นการคุกคามหน้าด้านบวกของผู้ฟัง 6 กลวิธี คือ การใช้อวด การบริภาษ การพูดถึงสิ่งต้องห้าม การยกเรื่องที่ไม่สมควรขึ้นมาพูด การใช้คำเรียกขานที่ไม่เหมาะสม และการปฏิเสธ ส่วนการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟังพบ 11 กลวิธี คือ การสัญญา การสั่ง การสอน การขอร้อง การให้ข้อเสนอ การชม การอวยพร การทำทนาย การข่มขู่ การโน้มน้าว และการกล่าวหา จากผลการวิเคราะห์พบว่าชุกกเลือกใช้กลวิธีการคุกคามหน้าคู่สนทนา โดยพิจารณาจากอำนาจและสถานภาพของคู่สนทนาเป็นหลัก

**คำสำคัญ :** การคุกคามหน้า ชุกก มหาเวสสันดรชาดก

---

<sup>1</sup> นิสิตปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

## Abstract

This article aims to analyze Jujaka's face threatening strategies against addressees in Mahavessantara Jataka, 13-Sermon Mahajati using face threatening criteria of Brown and Levinson (1987). The results show that Jujaka uses 17 strategies in face threatening 6 of which are positive face threatening which includes boasting, scolding, talking about the forbidden, talking about the inappropriate, name calling, and refuting. Eleven strategies are negative face threatening which includes promising, commanding, teaching, begging, offering, complimenting, wishing, dare, threatening, persuading and blaming. It was found that Jujaka's chosen face threatening strategies against addressees are mainly based on the addressee's power and status.

**Keywords:** face-threatening acts, Jujaka, Mahavessantara Jataka

## บทนำ

มหาเวสสันดรชาดกเป็นเรื่องราวในอดีตของพระสัสมมาสัมพุทธเจ้า ซึ่งกล่าวถึงสมัยที่พระองค์เสวยพระชาติเป็นพระเวสสันดรบรมโพธิสัตว์ที่ทรงบำเพ็ญทานบารมีเป็นพระชาติสุดท้าย ชาดกเรื่องนี้ถือว่าเป็นชาดกที่สำคัญที่สุดในบรรดาชาดกทั้งหลาย โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 13 กัณฑ์ มหาเวสสันดรชาดกฉบับเทศน์มหาชาติ 13 กัณฑ์ เป็นผลงานของกวีสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นหลายท่านร่วมกันแต่งขึ้น ซึ่งแต่ละท่านต่างเป็นผู้ที่มีความถนัดและความรู้ในกัณฑ์นั้นๆ ทำให้เรื่องนี้มีภาษาที่ไพเราะงดงามและเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายตั้งแต่อดีตจนกระทั่งปัจจุบัน

ในเรื่องมหาเวสสันดรชาดกมีตัวละครหนึ่งที่มีความน่าสนใจในการใช้ภาษา นั่นคือ ชูชก ผู้ซึ่งแม้จะเกิดในตระกูลพราหมณ์ แต่เป็นพราหมณ์ที่ยากจน ต้องเที่ยวขอทานเลี้ยงชีวิต ชูชกมีรูปลักษณะภายนอกที่อัปลักษณ์มาตั้งแต่กำเนิด ซึ่งตรงกับลักษณะของบุรุษโทษ 18 ประการ<sup>3</sup> เป็นที่รังเกียจของคน

---

<sup>3</sup>บุรุษโทษ 18 ประการ คือ 1) เท้าหุ้มตะแคง 2) เล็บเน่า 3) ปลิ้นน่องย้อยยาน 4) ริมฝีปากบนยาว 5) น้ำลายไหลยืด 6) เขี้ยวออกนอกเหมือนเขี้ยวหมูป่า 7) จมูกหักแพบ 8) ท้องพลุ่งดังหมอน้ำ 9) หลังค่อม 10) ตาข้างหนึ่งเล็กข้างหนึ่งใหญ่ 11) หนวดแดง 12) ผมบางเหลือง 13) หนังย่นเป็นเกลียวตัวตกรกระ 14) ตาเหลือง 15) คดสามแห่ง คือ เอว หลัง และคอ 16) ขากาง 17) เดินผิดปกติ และ 18) ขนตามตัวยาวและหยาบ (สุวินัย ชวนสนิท, 2519, น. 163)

ทั่วไปที่พบเห็น ด้วยลักษณะนิสัยเจ้าเล่ห์และมีความสามารถในพูด ทำให้ชุกสามารถขอทานจนสะสมเงินได้เป็นจำนวนมาก ในการขอครั้งสำคัญของชุกที่สามารถทูลขอพระกัณหาและพระชาติ ซึ่งเป็นพระกุมารทั้งสองของพระเวสสันดรได้ ชุกมีวาทะในการหว่านล้อมคนเพื่อให้เชื่อตนเอง ดังตัวอย่าง (1)

ชุกกล่าวสรรเสริญชื่นชมน้ำพระทัยของพระเวสสันดรในการให้ทาน และกล่าวถึงความยากจน ความลำบากของตน เพราะต้องการขอพระกัณหาและพระชาติไปเป็นทาส และเพื่อให้พระเวสสันดรสำเร็จพระโพธิญาณจากการบริจาคบุตรทานบารมีให้แก่ตนในครั้งนี้ ดังตัวอย่าง (1)

(1) “เสมีอนหนึ่งน้ำพระทัยพระทูลกระหม่อมแก้ว อันยากมาถึงแล้วไม่เลือกหน้า ตามแต่จะปรารถนา ทุกยวดยานกาญจนอลงกตรถรัตน อัสวสรรพสารพัดพิพิทโกโดย จนกระทั่งถึงภายในปัญจมหาบริจาคอันเป็นยอดยากยิ่งทานไม่ทอดย ด้วยพระองค์หมายมั่นพระสร้อยสรพชดาญาณ พระคุณเจ้าเอ๋ย ข้าพระสมภารนี้เป็นคนจนทุพพลภาพสุดเข็ญ จะหาเข้าได้กินเย็นก็ทั้งยาก ครั้นนี้อุตสำหรับบ่าวกนุกป่าฝ่าพงพนัส แสนกันดาร หวังจะรับพระราชทานพระชาติกัณหาไปเป็นทาสาทาสทาสี ขอพระองค์จงทรงยกยอดปิยบุตรทานบารมีให้แก่ข้าราชินีเกิด”

(ปรมาณูชิตชิโนรส, กรมสมเด็จพระ และคณะ., 2533, น. 153)

ถึงแม้ว่าชุกจะมีลักษณะภายนอกที่น่ารังเกียจ แต่ชุกกลับมีความชาญฉลาดในการเจรจากับคู่สนทนา ดังเช่น เมื่อพบพรานเจตบุตรและถูกพรานเจตบุตรขู่จะฆ่า เนื่องจากพิจารณาจากลักษณะภายนอกของชุกแล้วน่าสงสัย ไม่น่าเชื่อถือ ชุกใช้ปฏิภาณไหวพริบในการแก้ปัญหาจากการถูกฆ่าได้อย่างทันที่ทันใด โดยกล่าวอ้างว่าตนเป็นทูตจากพระเจ้ากรุงสยชัยถือพระราชสาส์นสำคัญ กำลังจะไปพบพระเวสสันดร ซึ่งชุกอุปลอกนุ่งกลองใส่อาหารของตนว่าเป็นกลองใส่พระราชสาส์นจากพระเจ้ากรุงสยชัยถือว่าเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับทูตต้องดูแลรักษาเป็นอย่างดี พรานเจตบุตรเมื่อได้ยินเช่นนั้นจึงให้ความช่วยเหลือชุกเป็นอย่างดี เห็นได้จากพรานเจตบุตรยกกลองนั้นขึ้นเหนือศีรษะของตนซึ่งเปรียบเสมือนของที่สำคัญยิ่ง และการมีผ้ารองรับก่อนวางกลองลง พร้อมก้มลงกราบ (พระครูวินัยธรรมานพ กนฺตสีโล, 2551, น. 143) ความสำเร็จจากการใช้คำพูดของชุกมีอิทธิพลและทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ ถึงแม้ว่ารูปร่างหรือร่างกายภายนอกของชุกจะไม่น่าเชื่อถือก็ตาม ดังปรากฏในตัวอย่าง (2)

(2) “เข้าระดับประคองแต่ค่อยค่อยพยุพยุงงยาม ได้ยินเสียงกรุกกรักก็ทักถามว่าอะไรนั่นเจ้าข้า ตาแกก็กลับลักพริกกลั๊งว่าใส่สาส์นตราพระราชสีห์ เจตบุตรก็ยืนดึกขึ้นทูนหัว เฒ่าก็ร้องส่ำทับว่ารับ แต่ค่อยค่อยของมันหนัก กลั๊งนี้มีไซ้ชั้วอย่าเหวี่ยงวางลงให้ราบ เจตบุตรก็ปูผ้าลงกราบๆ นี่กว่าจริง”

(ปรมาณูคติชินโรส, กรมสมเด็จพระ และคณะ., 2533, น. 101)

จากตัวอย่าง (1) และตัวอย่าง (2) การใช้คำพูดของชูชกหากพิจารณาในแง่มุมของความรู้สึก ตามทฤษฎีความรู้สึกของบราวน์และเลวินสัน (Brown & Levinson, 1987) ไม่ว่าจะเป็นการขอ พระกัณหาและพระราชสีห์ซึ่งเป็นบุตรของพระเวสสันดร และการกล่าวเพื่อป้องกันตนเองจากการถูกฆ่า การหลอกพรานเจตบุตรว่าเป็นทูต การใช้คำพูดของชูชก นอกจากจะกล่าวได้น่าเชื่อถือแล้ว การใช้คำพูด เหล่านั้นถือเป็นการคุกคามหน้าของผู้ฟังด้วยเช่นเดียวกัน เนื่องจากการใช้คำพูดของชูชกส่วนใหญ่เป็นไป เพื่อการขอ ซึ่งเป็นการคุกคามหน้าคู่สนทนาทำให้ผู้ฟังต้องปฏิบัติตามหรือกระทำตามที่ชูชกกล่าว และอีก หลายกัณฑ์ที่ผู้วิจัยพบว่าชูชกแสดงการกระทำที่ทำให้ผู้ฟังรู้สึกไม่ดี แต่ต้องยอมรับหรือปฏิบัติตามที่ชูชก กล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจวิเคราะห์ว่าชูชกใช้กลวิธีหรือมีวิธีการใดในการพูดคุกคามหน้าของคู่สนทนา หรือผู้ฟัง โดยทำการวิเคราะห์เรื่องมหาเวสสันดรชาดก ฉบับเทศน์มหาชาติ 13 กัณฑ์ เนื่องจากชูชกเป็น ตัวละครหนึ่งที่สำคัญในเรื่องมหาเวสสันดรชาดก และมีคุณสมบัติการใช้ภาษาในการเจรจาได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะผู้นั้นจะเป็นผู้มีอำนาจหรือไม่มีอำนาจ หากชูชกต้องการหรือปรารถนาสิ่งใด ชูชกจะทำการพูดโดยไม่ คำนึงว่าผู้ฟังจะได้รับความเสียหายหรือมีความรู้สึกอย่างไร ซึ่งในการพูดส่วนใหญ่ ชูชกมักประสบความสำเร็จเสมอ จึงมีความน่าสนใจในการศึกษาแง่มุมการคุกคามหน้าของคู่สนทนาว่ามีลักษณะเป็น อยางไร จึงทำให้ประสบความสำเร็จในการสนทนา

นอกจากนี้ แนวคิดเรื่องการคุกคามหน้าอธิบายปรากฏการณ์ทางภาษาที่เชื่อมโยงการสนทนา ระหว่างบุคคล โดยมีภาพลักษณ์ของคู่สนทนาและต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านสังคม เช่น อำนาจ สถานภาพ ทางสังคม เป็นสิ่งสำคัญ ผู้วิจัยจึงสนใจนำแนวคิดนี้มาวิเคราะห์การคุกคามหน้าคู่สนทนาของชูชก เนื่องจากคนส่วนใหญ่มองชูชกว่าเป็นตัวละครที่มีความโดดเด่นด้านการใช้วาทศิลป์ในการสื่อสาร และมัก มีมุมมองหรือการอธิบายเกี่ยวกับชูชกในทางวรรณคดีเป็นหลัก งานวิจัยนี้นำเสนอการสื่อสารของชูชกใน อีกมิติหนึ่งโดยใช้ทฤษฎีทางภาษาศาสตร์มาประยุกต์ในการวิเคราะห์บทบาทและการสื่อสารของตัวละคร ในวรรณคดี เพื่อให้เข้าใจการใช้ภาษาและการตีความความสามารถในการสื่อสารของชูชกได้อย่าง ชัดเจนในเชิงประจักษ์มากยิ่งขึ้น

## การคุกคามหน้า (Face-Threatening Acts: FTAs)

บราวน์และเลวินสัน (Brown & Levinson, 1987) กล่าวว่าความสุภาพเป็นพฤติกรรมที่คู่สนทนาใช้ในการรักษาหน้าระหว่างการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ซึ่งผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันจะมี “หน้า” หรือที่เรียกว่าภาพลักษณ์ของผู้พูดที่ต้องการให้เป็นที่ยอมรับต่อสาธารณะและผู้พูดคาดหวังให้ผู้ฟังตระหนักถึงภาพลักษณ์หรือเข้าใจความรู้สึกทางอารมณ์และสถานภาพของตน บราวน์และเลวินสันกล่าวถึง “หน้า” ที่คนต้องการมี 2 ด้าน คือ หน้าด้านลบ (negative face) หมายถึง ความต้องการที่จะเป็นอิสระ ไม่ถูกกีดรอนสิทธิหรือถูกรบกวนจากผู้ใด โดยที่สามารถปฏิบัติตามความมุ่งหมายของตนได้อย่างเสรี ส่วนหน้าด้านบวก (positive face) หมายถึง ความต้องการการยอมรับหรือการชื่นชมจากผู้อื่น เพื่อให้สามารถเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสังคม การอธิบายทฤษฎีความสุภาพ (politeness theory) บราวน์และเลวินสัน (Brown & Levinson, 1987, pp. 65-68) กล่าวถึง “การคุกคามหน้า” หมายถึง การใช้คำพูดหรือการกระทำที่ทำให้อีกฝ่ายเสียหน้า เสียเกียรติ และรู้สึกไม่พอใจ ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยบราวน์และเลวินสันอธิบายว่าการคุกคามหน้าเกิดได้ทั้งผู้พูดและผู้ฟัง กล่าวคือ

1. **การคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง** หมายถึง การที่ผู้ฟังถูกกีดรอนสิทธิและรบกวนอิสรภาพจากคู่สนทนา เช่น การสั่งเป็นการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง เนื่องจากผู้ฟังต้องกระทำในสิ่งที่ผู้พูดต้องการ ซึ่งเป็นการกีดรอนสิทธิของผู้ฟัง การแนะนำเป็นการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง เนื่องจากผู้ฟังควรทำสิ่งผู้พูดแนะนำ ซึ่งอาจเป็นการรบกวนผู้ฟังหรือผู้ฟังอาจไม่อยากกระทำ การเตือนเป็นการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง เนื่องจากผู้ฟังต้องจำให้ได้ว่าต้องกระทำตามสิ่งที่ผู้พูดพูด ซึ่งอาจเป็นการกีดรอนสิทธิของผู้ฟัง นอกจากนี้ การเสนอ การสัญญา ผู้พูดประสงค์ให้ผู้ฟังยอมรับความปรารถนาดีของตน ถึงแม้ว่าผู้ฟังจะต้องการข้อเสนอหรือคำสัญญานั้นๆ หรือไม่ก็ตาม ซึ่งอาจทำให้เกิดหนี้บุญคุณ การชมเป็นการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง เนื่องจากผู้พูดอาจสื่อเจตนาว่าตนอยากได้สิ่งของที่ตนกล่าวชมออกไป ซึ่งผู้ฟังครอบครองอยู่ การแสดงอารมณ์รุนแรงต่างๆ เช่น ความเกลียดชัง ความลุ่มหลง ผู้พูดอาจจะับอารมณ์ของตนเองไม่อยู่ ขณะที่กล่าวถ้อยคำออกไป หากเป็นเช่นนั้นมีความเป็นไปได้ว่าผู้พูดอาจลงมือทำร้ายผู้ฟังหรือทำอันตรายต่อสิ่งที่ผู้ฟังหวงแหน (Brown & Levinson, 1987, อ้างถึงใน ทรงธรรม อินทจักร, 2550, น. 162-163)

2. **การคุกคามหน้าด้านบวกของผู้ฟัง** หมายถึง การที่ผู้ฟังถูกลดทอนคุณค่าและความชื่นชมในตัวผู้ฟัง โดยการทำให้ผู้ฟังรู้สึกไม่เป็นที่ยอมรับ เช่น การบ่นและการวิจารณ์เป็นการคุกคามหน้าด้านบวกของผู้ฟัง เนื่องจากการกระทำทำให้ผู้ฟังเสียความมั่นใจและรู้สึกว่าตนผิด การกล่าวถึงเรื่องต้องห้าม (taboo) หรือหัวข้อที่ล่อแหลมต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อผู้ฟัง เช่น การนับถือศาสนา การสนับสนุนลัทธิ



การเมือง และรสนิยมส่วนตัว เป็นต้น แสดงว่าผู้พูดไม่สนใจว่าสิ่งที่ผู้ฟังไม่ประสงค์จะให้กล่าวถึงนั้นจะมีความสำคัญต่อผู้ฟังหรือจะทำให้ผู้ฟังรู้สึกไม่สบายใจหรือไม่ การบอกข่าวร้ายและการพูดจาโอ้อวด หรือสื่อเจตนาของผู้พูดในทำนองใกล้เคียงกัน แสดงว่าผู้พูดไม่รู้สึกหรือให้ความสนใจว่าผู้ฟังจะรู้สึกเครียดหรือไม่เมื่อได้รับฟัง นอกจากนี้ การไม่ให้ความร่วมมือในการสนทนา เช่น การพูดขัดจังหวะ การไม่ตั้งใจฟังและการใช้คำเรียกขานที่ไม่เหมาะสมกับสถานภาพของตนเองและผู้ฟังถือเป็นการคุกคามหน้าด้านบวกเช่นเดียวกัน (Brown & Levinson, 1987, อ้างถึงใน ทงรธรรม อินทจักร, 2550, น. 163-164)

**3. การคุกคามหน้าด้านลบของผู้พูด** หมายถึง การที่ผู้พูดยอมรับและปฏิบัติตามคำสั่งหรือความต้องการของคู่สนทนา เช่น การยอมรับข้อเสนอ การยอมรับ การขอขอบคุณ และการสัญญาอย่างไม่เต็มใจเป็นการคุกคามหน้าด้านลบของผู้พูด เนื่องจากเป็นการลดทอนสิทธิของผู้พูดทำให้ผู้พูดต้องกล่าวคำยอมรับข้อเสนอ ขอขอบคุณ หรือพูดสัญญาอย่างไม่เต็มใจออกไป การกล่าวแก้ตัวแสดงว่าผู้พูดหาเหตุผล เพื่อลดล้างความผิดของตนซึ่งเป็นการบังคับตนเองทางอ้อมไม่ให้เกิดกระทำผิดซ้ำอีก (Brown & Levinson, 1987, อ้างถึงใน ศิริพร ปัญญาเมธีกุล, 2563, น. 190)

**4. การคุกคามหน้าด้านบวกของผู้พูด** หมายถึง การที่ผู้พูดแสดงออกถึงการลดทอนคุณค่าของตนเองหรือการยอมรับว่าตนเองได้กระทำบางอย่างที่ไม่เป็นที่พึงพอใจ เช่น การขอโทษและการสารภาพเป็นการคุกคามหน้าด้านบวกของผู้พูด เนื่องจากผู้พูดต้องการได้รับความชื่นชม แต่ผู้พูดกลับต้องกล่าวคำขอโทษ หรือต้องกล่าวสารภาพออกไป ซึ่งทำให้ผู้พูดเสียหน้า

## งานวิจัยเกี่ยวกับตัวละครชุก

จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับตัวละครชุกพบว่ามีการศึกษาในหลายแง่มุม เช่น งานวิจัยของพระสมหมาย ปวโร (ติตะปัน) (2555, น. 76-83) วิเคราะห์วรรณคดี เรื่องมหาเวสสันดรชาดก โดยพบว่าคุณสมบัติและบุคลิกลักษณะของชุกตรงกับที่เรียกว่า บุรุษโทษ 18 ประการ คือ มีความอปลักษณ์และเป็นที่น่ารังเกียจของสังคม แต่ลักษณะนิสัยของชุก ชุกเป็นผู้ที่มีปฏิภาณไหวพริบดี ฉลาดแกมโกง ประหยัด และรู้จักเก็บหอมรอมริบ ชุกเป็นคนชอบคุยโวโอ้อวด มีความตลกขบขัน แต่ไม่ให้อภัย ซึ่งจากการศึกษาพบว่าชุกเป็นบุคคลที่มีหลายลักษณะจึงนับได้ว่าเป็นตัวละครที่มีหลายมิติมาก และจากงานวิจัยของจักริน จุลพรหม (2560, น. 140-153) ศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกลักษณะของชุก โดยพบว่าชุกมีลักษณะเป็นนักรบ ชุกเป็นผู้มีชั้นเชิงทางวาทศิลป์เป็นอย่างดี เห็นได้จากตอนกล่าวหว่านล้อมสรรเสริญพระเวสสันดรเพื่อขอพระกุมารทั้งสอง โดยคุณลักษณะนักรบของชุกถูกนำเสนอผ่านเครื่องรางของขลัง

ทางเมตตามหานิยมในด้านการสื่อสาร ซึ่งคนเชื่อว่าบูชาชุกแล้วจะขอสิ่งใด เจรจากับใครจะประสบความสำเร็จ ซึ่งตรงกับงานวิจัยของพระอนุเทพ ขนฺติโพล (สุขศรี) (2556, น. 193-204) ที่ศึกษาปรากฏการณ์การบูชาชุกในสังคมไทย พบว่าการที่คนในสังคมเลือกบูชาชุก เนื่องจากเห็นว่าชุกเป็นผู้มีความสามารถในการพูดจาหวานล่อม จนใครๆ สงสารและให้ของแก่ชุก และชุกเป็นผู้ให้โชคลาภที่สำคัญ คือ เป็นผู้เสริมบารมีให้กับพระเวสสันดรในการบรรลुพระโพธิญาณ

## วิธีดำเนินการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลการคุกคามหน้าผู้ฟังของชุกจากเรื่องมหาเวสสันดรชาดก ฉบับเทศน์มหาชาติ 13 กัณฑ์ ซึ่งจัดพิมพ์โดยโครงการมูลนิธิหอไตร พุทธศักราช 2533 ผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะกัณฑ์ที่มีถ้อยคำที่แสดงการใช้ภาษาในการคุกคามหน้าผู้ฟังของชุกเท่านั้น ซึ่งปรากฏทั้งหมด 5 กัณฑ์ ได้แก่ 1) กัณฑ์ชุกของพระเทพมุนี (ด้วง) วัดสังกระจาย 2) กัณฑ์จุลพน ของสมเด็จพระมหาสมณเจ้ากรมพระปรมานุชิตชิโนรส 3) กัณฑ์มหาพน ของพระเทพโมลี (กลิ่น) 4) กัณฑ์กุมาร ของเจ้าพระยาพระคลัง (หน) และ 5) กัณฑ์มหาราช ของสมเด็จพระมหาสมณเจ้ากรมพระปรมานุชิตชิโนรส

การวิเคราะห์กลวิธีการคุกคามหน้าคู่สนทนาของชุก ผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องการคุกคามหน้าของบราวน์และเลวินสัน (Brown & Levinson, 1987) โดยจำแนกการคุกคามหน้าออกเป็นการคุกคามหน้าด้านบวก และการคุกคามหน้าด้านลบ ในงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะการคุกคามหน้าของผู้ฟัง นั่นคือ บุคคลที่ชุกกล่าวสนทนาด้วยเท่านั้น

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์กลวิธีการคุกคามหน้าคู่สนทนาของชุกในเรื่องมหาเวสสันดรชาดก ฉบับเทศน์มหาชาติ 13 กัณฑ์ พบกลวิธีในการคุกคามหน้าของผู้ฟังทั้งหมด 17 กลวิธี แบ่งเป็นการคุกคามหน้าด้านบวกของผู้ฟัง 6 กลวิธี ได้แก่ การโอ้อวด การบริภาษ การพูดถึงสิ่งต้องห้าม การยกเรื่องที่ไม่สมควรขึ้นมาพูด การใช้คำเรียกขานที่ไม่เหมาะสม และการปฏิเสธ การคุกคามหน้าด้านลบ ของผู้ฟัง 11 กลวิธี ได้แก่ การสัญญา การสั่ง การสอน การขอร้อง การให้ข้อเสนอ การชม การอวยพร การทำทนาย การข่มขู่ การโน้มน้าว และการกล่าวหา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### 1. การคุกคามหน้าด้านบวกของผู้ฟัง

#### 1.1 การโอ้อวด

การพูด “โอ้อวด” หมายถึง การพูดอวดความรู้ ความสามารถหรือความมั่งมี (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556, น. 1440) เป็นการคุกคามหน้าด้านบวกของผู้ฟัง เนื่องจากผู้ฟังจะรู้สึกว่าคุณผู้พูด ต้องการลดศักดิ์ศรีและคุณค่าของผู้ฟัง โดยการที่ผู้พูดโอ้อวดความรู้ความสามารถของตนว่ามีมากกว่าผู้ฟัง ดังตัวอย่าง

(3) “อย่างนี้หรือจะเป็นพราหมณ์ไพร่พลัดเพลงมาขอทาน **พราหมณ์ ทุโต** ฎเป็นพราหมณ์มหาศาล บุโรहित ทั้งเป็นเสวกทูตสำเร็จกิจการพระนคร”

(ปรมานุชิตชินโรส, กรมสมเด็จพระ และคณะ., 2533, น. 93)

ตัวอย่าง (3) กล่าวถึงสถานการณ์ที่ชุกกพบพราหมณ์เจตบุตรในป่าจูลพน ขณะที่พราหมณ์เจตบุตรกล่าว ล่วงเกินและกำลังจะทำร้ายชุกก เนื่องจากเห็นบุคลิกลักษณะของชุกกไม่น่าไว้ใจ กลัวว่าชุกกจะเข้าไป ทำความเดือดร้อนให้กับพระเวสสันดรในเขาวงกต ชุกกจึงคิดอุบาย โดยการพูดโอ้อวดว่าตนไม่ใช่ขอทาน ขึ้นตำ หากแต่เป็นพราหมณ์บุโรहितที่ทำหน้าที่เป็นทูตแห่งพระนคร ชุกกหลอกพราหมณ์เจตบุตรด้วยการใช้ ตำแห่งและฐานะทางสังคมในการโอ้อวดคู่สนทนา ซึ่งในความเป็นจริงชุกกไม่ได้เป็นทูตแต่อย่างใด การ โอ้อวดทำให้พราหมณ์เจตบุตรรู้สึกว่าเป็นคนที่ต่ำกว่าและไม่มีศักดิ์ศรีเท่าทูต ซึ่งการพูดของชุกกทำให้พราหมณ์ เจตบุตรรู้สึกเกรงขามในอำนาจที่ชุกกมี จึงเป็นการคุกคามหน้าของพราหมณ์เจตบุตร

## 1.2 การบริภาษ

วิสันต์ สุขวิสิทธิ์ (2547, น. 6) กล่าวว่า การบริภาษ คือ การที่ผู้พูดต้องการกล่าวถึงความไม่น่า พอใจต่อการกระทำของผู้ฟัง ซึ่งมีความผิดหรือไม่น่าพอใจ เพื่อทำร้ายจิตใจผู้ฟัง เป็นการคุกคามหน้าด้าน บวกของผู้ฟัง เนื่องจากผู้พูดไม่สนใจและกล่าวถึงสิ่งที่ผู้ฟังไม่พึงประสงค์จะให้กล่าวถึง ซึ่งทำให้ผู้ฟังเกิด ความรู้สึกอับอาย ตัวอย่างเช่น

(3) “**ตยา สทิส** เจ้าข้าเอ๋ยบุคคลผู้ใดเลยในโลกนี้ ที่จะเจรจาตลบเลี้ยวลดสดๆ ร้อนๆ เหมือน เจ้าพระยาเวสสันดรซีไพร เป็นว่าหามีได้นี้แล้วแล”

(ปรมานุชิตชินโรส, กรมสมเด็จพระ และคณะ., 2533, น. 140)

(4) “**พระพุทธเจ้าข้า** สุดแต่แต่ว่าพระปัญญาจะหยั่งลง ทรงพระวินิจฉัย”

(ปรมานุชิตชินโรส, กรมสมเด็จพระ และคณะ., 2533, น. 198)

ตัวอย่าง (3) ชูชกกล่าวบริภาษหรือติเตียนพระเวสสันดร เนื่องจากพระเวสสันดรสัญญาว่าจะยกพระกุมารทั้งสองให้แก่ชูชก แต่กลับให้ชูชกรอพระนางมัทรีกลับมาก่อน ชูชกจึงกล่าวบริภาษพระเวสสันดรว่าเป็นคนสับปลับ พุดจากลับกลอก ไม่สมกับเป็นนักบวชผู้ทรงศีล การบริภาษเป็นการคุกคามหน้าของผู้ฟัง โดยไม่สนใจว่าพระเวสสันดรเป็นใคร ชูชกกล่าวพุดติเตียนเพื่อทำให้พระเวสสันดรรู้สึกผิดในการกระทำของตน ส่วนตัวอย่าง (4) ชูชกเข้าไปหาพระเจ้ากรุงสยชัย ณ กรุงสีพี โดยที่พระเจ้ากรุงสยชัยกล่าวหาชูชกเข้าไปหลอกลวงพระเวสสันดรเพื่อขอพระกุมารทั้งสอง ชูชกได้ตอบโดยการใช้กลวิธีการบริภาษกับพระเจ้ากรุงสยชัยว่าการไปหลอกลวงพระเวสสันดรได้นั้นจะเป็นความจริงได้อย่างไร ขอให้พระเจ้ากรุงสยชัยใช้สติปัญญาของตนคิดดูว่าเป็นไปได้หรือไม่ เนื่องจากพระเวสสันดรไม่ใช่คนโง่ที่จะยกบุตรของตนเองให้กับผู้อื่นๆ ได้ง่าย การพุดบริภาษของชูชกเป็นการคุกคามหน้าพระเจ้ากรุงสยชัย ซึ่งเป็นพระราชินีต้องมีสติปัญญาดี มีความสามารถในการคิดและการปกครองบ้านเมือง

### 1.3 การพุดถึงสิ่งต้องห้าม

“สิ่งต้องห้าม (taboo)” หมายถึง ข้อห้ามที่ไม่พึงปฏิบัติในสังคม ซึ่งแต่ละสังคมและวัฒนธรรมมีข้อห้ามที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น การพุดถึงสิ่งต้องห้ามถือเป็นการคุกคามหน้าด้านบวชของผู้ฟัง เนื่องจากผู้พุดไม่สนใจว่าสิ่งที่พุดจะเป็นสิ่งที่ผู้ฟังไม่ต้องการให้กล่าวถึง ถึงแม้ว่าสิ่งที่ผู้พุดพุดจะสำคัญต่อผู้ฟังหรืออาจทำให้ผู้ฟังไม่สบายใจก็ตาม (ทรงธรรม อินทจักร, 2550, น. 163)

(5) **“อกรา กมม”** ที่นี้งานการเจ้าอย่าได้ทำ ทั้งหุงต้มต้กตำตามใจเจ้าเถิดนะแม่ ขอแต่ว่ามานั่งให้พื้นแลๆ พอให้ชื่นใจ พี่ก็จะรับกระทำไปไม่ละเลย **มาเม อุทก มหาริ** เจ้าจงนั่งนิ่งเฉิดเฉยอย่าเหยียบย่างไปตีนท่า **อหิ อุทกมาหิสสุ** พี่จะต้กน้ำตำข้าวเฝ้าหอบหามาเลี้ยงเจ้า มิให้นางน้องแม่หมองเศร้าสลดนวล พี่จะอุตสาห์ครุ่นครวญกระทำไปให้ทุกเวลา”

(ปรมาณูชิตชิโนรส, กรมสมเด็จพระ และคณะ., 2533, น. 84)

ตัวอย่าง (5) ชูชกกล่าวปลอบใจนางอมิตตดา หลังจากที่ถูกนางพราหมณีด่าทอและทุบตีที่ท่าน้ำ ทำให้นางอมิตตดาคับแค้นใจมาก ชูชกจึงกล่าวว่านับจากนี้ไป หน้าที่การงานในบ้านและการทำอาหารต่างๆ ที่นางอมิตตดาเคยทำ ชูชกจะทำแทนทุกอย่าง อย่างไรก็ตาม ในสังคมสมัยนั้นคำกล่าวของชูชกถือเป็นสิ่งต้องห้าม เนื่องจากหน้าที่ของสามี คือ การเลี้ยงดูภรรยา โดยการทำงานนอกบ้าน ส่วนงานบ้านเป็นงานของภรรยาเท่านั้น หากหญิงใดที่ไม่ทำงานบ้านจะถูกสังคมประณามว่าเป็นหญิงไม่ดีที่ไม่ยอมปฏิบัติตามจารีตประเพณีของสังคม หากพิจารณาตามเกณฑ์ของบราวน์และเลวินสัน (Brown &

Levinson, 1987) การกล่าวถึงสิ่งต้องห้ามในสังคมเป็นการคุกคามหน้าผู้ฟัง ซึ่งก็คือ นางอมิตตดา ถึงแม้ว่าชุกจะพูดด้วยความรักที่มีต่อนางอมิตตดา แต่การให้สามีทำงานเป็นการกระทำที่ผิดในสังคม นอกจากนี้ ยังเห็นได้จากการกล่าวตอบกลับของนางอมิตตดาที่กล่าวว่า

(6) “**นาห์ ตมฺเห กุเล ชาตา เอ๊ะๆ** เป็นกระไรกระนั้นนา ท่านพราหมณ์เอ๋ย อัญญาติกาของกูนี้ไม่เคยจะเป็นเหมือนเช่นว่า ตัวเป็นภริยาท่านนะหรือจะหาญใช้สามีเล่นต่างทาส ให้ผิดบุราณราชฎีแต่ก่อนเก่า”

(ปรมาณูชิตชิโนรส, กรมสมเด็จพะ และคณะ., 2533, น. 84)

ตัวอย่าง (6) นางอมิตตดาไม่เห็นด้วยกับสิ่งหรือการกระทำที่ชุกเสนอว่าจะกระทำงานบ้าน แทนทุกอย่างเพื่อนางอมิตตดา เนื่องจากการให้สามีทำงานแทนภรรยาเป็นสิ่งต้องห้ามในสังคม

#### 1.4 การยกเรื่องที่ไม่สมควรขึ้นมาพูด

การยกเรื่องที่ไม่สมควรขึ้นมาพูด หมายถึง การที่ผู้พูดกล่าวถึงเรื่องหรือสถานการณ์ที่ทำให้ผู้ฟังรู้สึกไม่ดี หรือเป็นการพูดที่ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่ผู้ฟังกำลังประสบอยู่ โดยเป็นการคุกคามหน้าด้านบวกของผู้ฟัง เนื่องจากผู้พูดไม่สนใจว่าสิ่งที่กล่าวจะทำให้ผู้ฟังไม่สบายใจหรือไม่

(7) “**กุหิ เวสฺสนฺตโร ราชา ฮาเอี้ยนะชาวเจ้าทุกวันนี้ อันว่าสมเด็จพะปิ่นเกล้าเจ้าภริณีธรรมิกิเบศร์** ผู้ผ่านพิภพเวียงวิเซตเอกอัครนครเลิศโลก กตตุ ปสฺเสมุ ขตฺติยฺ ยังอยู่เป็นบรมสุข หรือทุกข์โศกแค้นเคืองพระหฤทัย เสด็จประทับทางทิศที่ใดใครยังจะรู้มั่ง ว่าให้แจ้งจริงจงอย่าเท็จโทษ”

(ปรมาณูชิตชิโนรส, กรมสมเด็จพะ และคณะ., 2533, น. 91)

ตัวอย่าง (7) ชุกเดินเข้าไปถามชาวเมืองสีพีเกี่ยวกับเรื่องราวของพระเวสสันดร เพื่อจะหลอกถามว่าขณะนี้พระเวสสันดรประทับอยู่ที่ใด การกล่าวถึงเรื่องพระเวสสันดรในขณะที่ชาวเมืองกำลังโศกเศร้าเสียใจ เนื่องจากพระเวสสันดรถูกเนรเทศออกจากเมือง จึงถือว่าชุกกล่าวเรื่องที่ไม่สมควรยกขึ้นมาพูดในขณะนั้น จัดเป็นการคุกคามหน้าด้านบวกของผู้ฟัง ซึ่งก็คือ ประชาชน ชุกพูดทั้งๆ ที่รู้ว่าเกิดอะไรขึ้นกับพระเวสสันดร ชุกกล่าวถามโดยไม่สนใจใคร ไม่สนใจผู้ฟัง ไม่สนใจว่าการถามจะทำให้เกิดความไม่พอใจหรือไม่ ชุกต้องการเพียงคำตอบที่ตนเองต้องการเท่านั้น

#### 1.5 การใช้คำเรียกขานที่ไม่เหมาะสม

พจนานุกรมศัพท์ภาษาศาสตร์ให้ความหมายของ “คำเรียกขาน” ว่าหมายถึง คำหรือวลีที่ผู้พูดใช้เรียกผู้ฟังก่อนที่จะพูดเรื่องต่างๆ เป็นคำที่แปรตามปัจจัยสังคม โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างผู้

พูดกับผู้ฟัง คำเรียกขานมีตำแหน่งที่สังเกตง่าย คือ มักอยู่หน้าประโยคและไม่ทำหน้าที่เป็นส่วนใดของประโยค (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2560, น. 9) ซึ่งการใช้คำเรียกขานที่ไม่เหมาะสม คือ การที่ผู้พูดเลือกใช้คำเรียกขานที่ทำให้ผู้ฟังรู้สึกไม่ดี อาจเรียกโดยใช้สิ่งที่เป็นปมด้อย จุดอ่อน หรือข้อบกพร่องของผู้ฟังมาใช้เป็นคำเรียกขาน ซึ่งเป็นการคุกคามหน้าด้านบวกของผู้ฟัง

(8) “เฮ้ย อ้ายชาวป่าหน้าบ้านนอก มากูจะบอกคดี”

(ปริมาณชุดชินโนรส, กรมสมเด็จพระ และคณะ., 2533, น. 99)

ตัวอย่าง (8) ชูชกเรียกพรานเจตบุตร โดยเลือกใช้คำเรียกขานว่า “อ้ายชาวป่าหน้าบ้านนอก” ซึ่งเป็นการใช้คำเรียกขานที่ไม่เหมาะสม เป็นคำที่กล่าวถึงฐานะทางสังคมที่ต่ำต้อยของพรานเจตบุตร คือ ไม่เรียกว่า “นายพราน” แต่ชูชกเลือกที่เรียกให้ดูไม่ดี คือ “ชาวป่า” ซึ่งมีความหมายแฝงว่าไม่ใช่ทั้งคนที่อยู่ในเมืองและไม่ใช่นายพราน แต่เป็นเพียง “คนที่อาศัยอยู่ในป่าเท่านั้น” อีกทั้งกล่าวเรียกโดยใช้ “หน้าตาบ้านนอก” หมายถึง แม้กระทั่งหน้าตายังไม่เหมือนคนที่อาศัยในเมือง คำเรียกขานนี้เป็น การคุกคามหน้าของผู้ฟังเป็นอย่างยิ่ง ดูหมิ่นทั้งฐานะทางสังคมและรูปลักษณ์ภายนอก และใช้คำว่า “อ้าย” หรือ “ไอ้” ซึ่งเป็นการเรียกที่ดูถูกคนเป็นอย่างมาก

## 1.6 การปฏิเสธ

พระมหาธีรราชย์ มาตาเป้า (2557, น. 1) ให้ความหมายของคำว่า “ปฏิเสธ” หมายถึง การไม่ตอบสนองตามเจตนาของผู้พูดโดยอาจใช้คำพูด ท่าทาง หรือการปฏิบัติ ถือเป็น การคุกคามหน้าด้านบวกของผู้ฟัง เนื่องจากผู้พูดไม่ยอมรับในสิ่งที่ผู้ฟังกล่าว ซึ่งทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่าตนเองถูกลดความสำคัญหรือความน่าเชื่อถือ

(9) “ข้าทูลชี้แจงพร้าหมณ์โหดหินชาติเหมือนเช่นว่า ไม่จงหวังตั้งหน้ามาขอทานกระทำให้เสียจารีต รามราชวิสัยมหาศาลสืบประเพณี”

(ปริมาณชุดชินโนรส, กรมสมเด็จพระ และคณะ., 2533, น. 116)

ตัวอย่าง (9) ชูชกสนทนากับอจตุตถาจารย์ในป่ามหาพน โดยอจตุตถาจารย์ถามว่าชูชกเป็นยาจกขอทานที่จะมาขอพระราชทานสิ่งของจากพระเวสสันดรใช่หรือไม่ ซึ่งชูชกปฏิเสธว่าตนไม่ใช่พร้าหมณ์ชั้นต่ำที่จะมาขอทานให้เสื่อมเสียวงศ์ตระกูลที่ยิ่งใหญ่ ชูชกเลือกการปฏิเสธในการโต้ตอบข้อกล่าวหาข้างต้น เพื่อเป็นการคุกคามหน้าของอจตุตถาจารย์ให้เสียความน่าเชื่อถือในสิ่งที่อจตุตถาจารย์พูดกับชูชก

(10) “เผเมาก็ทูลตอบคดีในทันใด ว่าไม่ได้ไม่ได้พระพุทธเจ้าข้า ซึ่งจะทรงพระกรุณาไม่เห็นด้วย คว้าเสี้ยที่ลิมิเป็นการ คำบูรณาท่านกล่าวไว้แต่ก่อนปลาย ขุนนางใช้พ่อแม่หีนแ่งใช้ตายาย”

(ปรมาณูชิตธิโนรส, กรมสมเด็จพะ และคณะ. , 2533, น. 139)

ตัวอย่าง (10) ชุชกกล่าวว่า “...ไม่ได้ไม่ได้พระพุทธเจ้าข้า...” “...ซึ่งจะทรงพระกรุณาไม่เห็นด้วย...” ชุชกปฏิเสธด้วยคำว่า “ไม่” หลายครั้งกับสิ่งที่พระเวสสันดรเสนอโดยทันที โดยไม่คิดหรือเกรงกลัวว่าจะได้รับโทษหรืออย่างไร เนื่องจากหากพิจารณาว่าพระเวสสันดรใช้วจนกรรมสัญญาว่าจะให้พระกุมารทั้งสองพระองค์แล้ว การสัญญาเป็นเงื่อนไขที่ผูกติดกับวจนกรรมนี้ คือ ผู้พูดต้องกระทำได้ คือ ให้พระกุมารได้จริงๆ อีกประการหนึ่งที่ชุชกต้องรีบปฏิเสธ เนื่องจากพระเวสสันดรแนะนำให้ชุชกนำพระกุมารทั้งสองไปพบพระเจ้ากรุงสุย ซึ่งเป็นพระอัยกา เพื่อให้พระองค์พระราชทานรางวัล เสมือนทำให้ชุชกคิดว่าจะได้รับรางวัลตอบแทนได้ แต่ในความเป็นจริงหากชุชกนำพระกุมารไปพบพระเจ้ากรุงสุย ชุชกเกรงว่าจะต้องถูกลงโทษอย่างแน่นอน ชุชกจึงยกคำโบราณเพื่อสนับสนุนคำปฏิเสธของตนที่ว่า “...ขุนนางใช้พ่อแม่ หีนแ่งใช้ตายาย..” ซึ่งหมายความว่า “ไม่ควรไว้ใจใครทั้งสิ้น” ดีความได้ว่าชุชกไม่พาพระกุมารไปแน่นอน เพราะพระเวสสันดรสัญญาว่าจะให้พระกุมารแล้ว คือ สิ้นสุดความปรารถนาของตนแล้วนั่นเอง ซึ่งจากตัวอย่างนี้เป็น การปฏิเสธการกระทำ โดยการไม่ปฏิบัติตามที่พระเวสสันดรเสนอ เป็นการคุกคามหน้าด้านบวก กล่าวคือ เป็นการไม่ให้ความเชื่อถือต่อพระเวสสันดร และชุชกทำให้พระเวสสันดรเห็นว่าสิ่งที่พระเวสสันดรเสนอเป็น การทำผิดหรือไม่มีเหตุผลในการกระทำ ซึ่งการปฏิเสธจะทำให้ผู้ฟังรู้สึกไม่ดีและขาดการชื่นชมจากสังคมได้ หากพิจารณาตามเกณฑ์ของบราวน์และเลวินสัน (Brown & Levinson, 1987)

## 2. การคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง

### 2.1 การสัญญา

การสัญญา คือ ผู้พูดผูกมัดตนเองเพื่อการกระทำในอนาคตที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ฟัง (Brown & Levinson, 1987, p. 66) ผู้พูดคิดว่าผู้ฟังต้องการให้เกิดขึ้นและเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง ผู้พูดต้องปฏิบัติตามในสิ่งที่ผู้พูดพูดออกไป ซึ่งเป็นความพยายามในการสร้างข้อตกลงระหว่างผู้พูดกับผู้ฟัง เป็นการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง เนื่องจากการที่ผู้พูดกล่าวคำสัญญาเป็นการกดดันให้ผู้ฟังตอบรับหรือปฏิเสธ

(11) “**ฐเปตฺวา** เฒ่าก็เฝ้าฝากพร้าแล้วพร้าเล่า ว่าเรามีให้ท่านเฝ้าเปล่าป่วยการ แล้วเถิดเราจะทดแทนคุณท่านให้ถึงใจเมื่อภายหลัง”

(ปรมาณูชิตชินโรส, กรมสมเด็จพระ และคณะ., 2533, น. 68)

ตัวอย่าง (11) ชุชกสนทนากับพรานเจตบุตร โดยที่ชุชกให้สัญญากับพรานเจตบุตรว่าชุชกจะทดแทนคุณอย่างเต็มที่ภายหลัง ในถ้อยคำที่ว่า “...เราจะทดแทนคุณท่านให้ถึงใจเมื่อภายหลัง” ถ้าพรานเจตบุตรบอกทางให้พบกับพระเวสสันดร เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์ของบราวน์และเลวินสัน (Brown & Levinson, 1987) วิเคราะห์ได้ว่าการสัญญาหากผู้พูดไม่สัญญาอะไร ผู้ฟังก็ไม่จำเป็นต้องทำอะไรตอบแทนกับผลประโยชน์ที่ผู้ฟังอาจจะอยากได้หรือไม่อยากได้ก็ได้ ดังนั้น จึงจัดว่าเป็นการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง

## 2.2 การสั่ง

การสั่ง คือ การกระทำในอนาคตของผู้ฟังและผู้พูดคิดว่าผู้ฟังสามารถกระทำสิ่งนั้นได้ ผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังปฏิบัติตามที่บอก (Searle, 1979) การสั่งจึงเป็นการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง เนื่องจากผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังกระทำสิ่งนั้นตามที่ผู้พูดบอก โดยไม่ได้คำนึงว่าผู้ฟังต้องการกระทำตามหรือไม่ก็ตาม

(12) “**อปเปฺหิ** จงหลีกออกไป ไปเสียอย่าอยู่”

(ปรมาณูชิตชินโรส, กรมสมเด็จพระ และคณะ., 2533, น. 132)

ตัวอย่าง (12) ชุชกกำลังจะเข้ามาพบพระเวสสันดร พระเวสสันดรให้พระชาลีเข้ามาต้อนรับและพาชุชกเดินเข้ามาหา ขณะเดียวกันชุชกได้ทวาดพระชาลีและไล่พระชาลีออกไปให้พ้นทาง ด้วยการสั่งว่า “จงหลีกออกไป ไปเสียอย่าอยู่” เป็นการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง คือ พระชาลี เนื่องจากพระชาลีทำตามที่พระเวสสันดรบอกให้ต้อนรับชุชก แต่พระชาลีกลับถูกชุชกสั่งให้ออกไป ทั้งๆ ที่พระชาลีไม่ได้ต้องการทำเช่นนั้น จึงเป็นการคุกคามหน้าด้านลบของพระชาลีที่ต้องปฏิบัติตามคำสั่งของชุชก ซึ่งเป็นคนที่ตนไม่รู้จัก

## 2.3 การสอน

การสอน คล้ายกับการแนะนำ คือ ผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังกระทำการตามที่ผู้พูดต้องการ โดยคิดว่าผู้ฟังควรกระทำสิ่งนั้นแล้วจะดี ซึ่งถือเป็นการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง เนื่องจากผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังทำอะไรบางอย่าง เป็นการรบกวนความเป็นอิสระของผู้ฟัง



(13) “**วิกาเล มา นิกุมมิ** คำมีตมิตเวลาอย่าลงล่าง ปิดประตูหน้าต่างเป็นบันไดทั้งลิ้มกลอนสลักใส่ให้แน่นแน่น ถ้ามาตรแมนมันจะกระแอมแอบเข้ามา แม้อย่าได้พูดจาทักทาย มันจะรู้แบายบายว่าพี่ไม่อยู่อันนักเลงเจ้าชู้แบายบายมันมีมาก ที่จะพูดแล้วก็หวานแต่รากลอดปลาย ทำเป็นประเปรยปรายเข้ามาแอบอิงทำที่เล่นที่จริงไม่ยิ้มแย้ม ทำเป็นสนิทสนมเหน็บแนมน้อมตัวเข้าไป ใครมีรู้เชิงชายก็ตายใจหลงไปด้วย มันก็จะระริระรอยริบจนสิ้นตัว อันเมียงามกว่าตัวนี้ระมักได้ความเดือดร้อน เจ้าจงฟังคำที่สั่งสอนให้โอวาท”

(ปรมาณูชิตินิโรธ, กรมสมเด็จพะ และคณะ. , 2533, น. 90)

ตัวอย่าง (13) ชุขกสนนางอมิตตดาให้ปฏิบัติตามที่ตนบอกในขณะที่ตนไม่อยู่ ต้องเดินทางไปขอพระราชทานพระกุมารทั้งสองจากพระเวสสันดร โดยชุขกสนนางอมิตตดาว่าปิดประตูใส่กุญแจให้แน่นหนาในเวลากลางคืน อย่าพูดกับใครหากได้ยินเสียงใด เพราะอาจจะเป็นผู้ชายเจ้าชู้ที่อยากจะสนิทสนมกับนางอมิตตดา ให้นางอมิตตดาระวังตัว เนื่องจากนางอมิตตดาเป็นคนสวยจึงน่าจะเป็นที่สนใจของผู้ชาย การกล่าวเช่นนี้เป็นการคุกคามหน้าของนางอมิตตดาเสมือนว่านางไม่รู้ว่าจะต้องปิดประตูบ้านตอนค่ำ ห้ามเปิดประตูรับใครหากสามีไม่อยู่ และนางอมิตตดาไม่รู้เล่ห์เหลี่ยมของผู้ชาย

## 2.4 การขอร้อง

การขอร้อง เป็นการคุกคามหน้าที่มีลักษณะคล้ายกับการสั่ง คือ ผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังกระทำหรือหลีกเลี่ยงการกระทำบางอย่างตามที่ผู้พูดต้องการให้ทำ (Brown & Levinson, 1987, p. 66) ซึ่งละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้ฟัง

(14) “**ยทิ ชานาสี** ถ้าเจ้าเจตบุตรแจ้งใจหนทางที่จะจร ยังเขาคิงขรรจรกต จะเป็นทุเรศกำหนดเนิ่นนานสักเท่าใด ช่วยแนะนำนิเทศให้เราไปได้คล่องๆ”

(ปรมาณูชิตินิโรธ, กรมสมเด็จพะ และคณะ. , 2533, น. 101)

(15) “แต่จากเมืองมาอยู่ป่าไพรเป็นความจริง ข้าพระเจ้ายังมีได้เห็นพระองค์เลย พระคุณเจ้าเอ๋ย เอ็นดูเถิดถ้ารู้แห่ง จงช่วยชี้ตำแหน่งนิเวศน์สถาน ให้แก่อาจารย์ ณ กาลบัดนี้เถิด”

(ปรมาณูชิตินิโรธ, กรมสมเด็จพะ และคณะ. , 2533, น. 118)

(16) “ครั้งนี้อยู่ดลสำหรับบายบากบุกป่าฝ่าพวงพนัสแสนกัณดาร หวังจะรับพระราชทานพระชาติกัณหา ไปเป็นทาสทาสี ขอพระองค์จงทรงยกอดยิ่งปิยบุตรทานบารมี ให้แก่ข้าทชีนี้เถิด”

(ปรมาณูชิตินิโรธ, กรมสมเด็จพะ และคณะ. , 2533, น. 133)

ตัวอย่าง (14) และตัวอย่าง (15) ชุชกขอร้องให้พรานเจตบุตรและอจตุตญาสีให้บอกทางที่จะไปพบพระเวสสันดร ณ เขาวงกต และตัวอย่าง (16) ชุชกขอร้องพระเวสสันดรให้ยกพระกุมารทั้งสองพระองค์คือ พระชาลีและพระกัณหาให้กับชุชก จากตัวอย่าง (14)- (16) ชุชกขอร้องทุกคน ไม่ว่าจะเป็นพรานเจตบุตร อจตุตญาสี และพระเวสสันดร เพื่อให้กระทำตามที่ตนต้องการ ซึ่งทั้ง 3 คนไม่ได้อยากกระทำตาม แต่ชุชกมีวาทศิลป์จนทุกคนยอมทำตามที่ชุชกขอร้อง ซึ่งการขอร้องดังกล่าวเป็นการคุกคามหน้าผู้ฟังเนื่องจากทำให้ผู้ฟังขาดอิสรภาพ ลิดรอนสิทธิในการปฏิเสธ ผู้ฟังจึงต้องปฏิบัติตามที่ชุชกต้องการ

## 2.5 การให้ข้อเสนอ

การให้ข้อเสนอ เป็นการกระทำที่ผู้พูดต้องการกระทำบางสิ่งแทนผู้ฟังเพื่อให้ประโยชน์แก่ผู้ฟัง โดยผู้พูดไม่คำนึงว่าผู้ฟังต้องการให้กระทำหรือไม่ ซึ่งก่อให้เกิดหนี้บุญคุณกับผู้ฟัง (Brown & Levinson, 1987, p. 66)

(17) “ตาก็จะช่วยทูลยกย่องอย่าปรารมภ์ ว่ามาได้ในไพรพนมเพราะพรานป่า”

(ปรมาณูชิตชินโรส, กรมสมเด็จพระ และคณะ., 2533, น. 101)

ตัวอย่าง (17) ชุชกสนทนากับพรานเจตบุตร และเสนอว่าตนจะเป็นผู้ทูลเสนอความดีความชอบของพรานเจตบุตรที่บอกเส้นทางให้มาพบพระเวสสันดรได้สำเร็จ การให้ข้อเสนอของชุชกเป็นการคุกคามหน้าพรานเจตบุตร เนื่องจากทำให้ดูเหมือนพรานเจตบุตรเป็นหนี้บุญคุณชุชกว่าได้ความดีจากการที่ชุชกบอกให้พระเวสสันดรทราบว่าพรานเจตบุตรเป็นผู้บอกทางชุชก ทั้งๆ ที่พรานเจตบุตรอาจต้องการหรือไม่ต้องการก็ได้

## 2.6 การชม

ผู้พูดกล่าวชม เกิดจากการที่ผู้พูดชอบในสิ่งที่ผู้ฟังมีหรืออยากได้บางสิ่งบางอย่างที่เป็นของผู้ฟัง (Brown & Levinson, 1987, p. 66) จัดเป็นการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง เนื่องจากผู้พูดกล่าวบางสิ่งบางอย่างให้แก่ผู้ฟัง โดยการที่ผู้พูดอาจสื่อเจตนาว่าตนอยากได้สิ่งของที่ตนกล่าวชมออกไป ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ฟังครอบครองอยู่

(18) “พระพุทธเจ้าข้า วาริวโห เมาะ **ปญจ มหานทีโย** พระคุณเจ้าเอ๋ย อันว่าแม่น้ำทั้งห้ากระแสนายชลชลา ไหลมาจากห้วงคงคาเป็นห้าแถว นองไปด้วยน้ำแฉวมเต็มฝั่งฝ้า นามชื่อว่า คงคา ยมูนา อจิรวดี สรรภูณี มหิมहासाครเศ จึงแตกเป็นเทศกุนที่น้อยๆ ประมาณห้าร้อยโดยสังขยา ฯลฯ เสมือนหนึ่งน้ำ

พระทัยพระทูลกระหม่อมแก้ว อันยากมาถึงแล้วไม่เลือกหน้า ตามแต่จะปรารถนาทุกยวดยานกาญจนะอ  
ลงกตรถรัตน์ อัครสรรพสารพัดพิพิโกไค จนกระทั่งถึงภายในปัญจมหาบริจาต อันเป็นยอดยากยิ่งทานไม่  
ท้อถอย”

(ปรมาณูชิตชิโนรส, กรมสมเด็จพะ และคณะ. , 2533, น. 133)

ตัวอย่าง (18) ชุชกกล่าวชมพระเวสสันดรด้วยการหว่านล้อมเพื่อให้พระเวสสันดรยอมใจอ่อน  
ยกพระกุมารทั้งสองให้ ชุชกกล่าวชมในคุณสมบัติที่พระเวสสันดรมี คือ น้ำพระทัย ที่ยิ่งใหญ่เทียบเท่ากับ  
แม่น้ำสายใหญ่ในอินเดียทั้ง 5 สาย ได้แก่ คงคา ยมุนา อจิรวดี สรรภู และมहि หรือตั้งสำนวนที่ว่า “ชักแม่น้ำ  
ทั้งห้า” เพื่อเป็นเหตุผลในการยกพระกุมารทั้งสองพระองค์แก่ชุชก การชมนี้เป็นการคุกคามหน้าด้านลบ  
ของพระเวสสันดร เนื่องจากสอดคล้องกับการวิเคราะห์ตามที่บราวน์และเลวินสันอธิบายว่าผู้พูดกล่าวชม  
เพราะมีความปรารถนาในสิ่งที่ผู้ฟังมี นั่นก็คือ พระกุมารทั้งสองพระองค์ ซึ่งเป็นบุตรของพระเวสสันดร

## 2.8 การอวยพร

การอวยพร เป็นการพูดที่ผู้พูดเชื่อว่าเป็นสิ่งที่ดี ผู้พูดต้องการให้มีสิ่งดีๆ เกิดขึ้นกับผู้ฟัง เป็น  
ความพยายามของผู้พูดที่ต้องการให้สิ่งที่ตนพูดเกิดขึ้นกับผู้ฟัง การอวยพรถือเป็นการคุกคามหน้าด้านลบ  
ของผู้ฟัง เนื่องจากผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังยอมรับความปรารถนาดีของผู้พูด โดยที่ไม่สนใจว่าผู้ฟังจะต้องการ  
หรือไม่ ทั้งนี้ ผู้พูดอาจสื่อเจตนาว่าตนอยากได้บางสิ่งบางอย่างจากผู้ฟัง

(19) “ส่วนแต่่าจัญไรตาแก่ได้ช่อง ก็เหยาเย่องยอบกายหมายภิมุขหมอบประณมมือถวายเป็นบังคมพระ  
เวสสันดร เอื้อนโอบอุ้มถวายเป็นพระศรีทธาผล”

(ปรมาณูชิตชิโนรส, กรมสมเด็จพะ และคณะ. , 2533, น. 132)

ตัวอย่าง (19) ชุชกเข้าไปหาพระเวสสันดรและประณมมือทำความเคารพต่อพระเวสสันดร ชุชก  
ได้ “ถวายเป็นพระ” หรืออวยพรแด่พระเวสสันดร เพื่อนำไปสู่เจตนาที่จะกล่าวต่อไป การอวยพรคล้ายกับ  
การชม คือ คุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง เนื่องจากผู้ฟังอาจไม่ได้ต้องการการอวยพรนั้นก็ได้อ และการชม  
กับการอวยพร ผู้พูดคาดหวังบางสิ่งบางอย่างจากผู้ฟัง ซึ่งการอวยพรของชุชก ความคาดหวังที่อยากได้  
จากพระเวสสันดร คือ พระกุมารทั้งสองพระองค์

## 2.9 การทำทนาย

การทำทนาย คือ การที่ผู้พูดแสดงให้เห็นว่าผู้พูดหรืออาจมีคนอื่นหรือสิ่งอื่นจะก่อให้เกิดบางสิ่งบางอย่างที่ไม่ดีกับผู้ฟัง ยกเว้นถ้าผู้ฟังกระทำตามที่ผู้พูดพูด สิ่งนั้นจะไม่เกิดขึ้น (Brown & Levinson, 1987, p. 66) การทำทนายเป็นการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง เนื่องจากผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังยอมกระทำบางสิ่งซึ่งเป็นความลำบากใจของผู้ฟัง ซึ่งถือเป็นการรบกวนความเป็นส่วนตัวของผู้ฟัง

(20) “แม้พระองค์ทรงพระศรัทธาแท้แล้ว จะโปรดเรียกพระลูกแก้วมาพระราชทาน กระหม่อมฉานจะพาไปเป็นทาสช่วงใช้ให้นางอมิตตดาผู้โสมมตรู เห็นจะดีกว่าอยู่ที่นี่แล้วแล”

(ปรมาณูชิตชิโนรส, กรมสมเด็จพะ และคณะ. , 2533, น. 134)

ตัวอย่าง (20) ชูชกทำทนายแรงศรัทธาของพระเวสสันดรในการกระทำนุตราหนบารมี โดยกล่าวว่าหากพระองค์มีศรัทธาที่จะบำเพ็ญเพียรบารมีเพื่อบรรลุเป็นพระพุทธเจ้าแล้ว ทานอันยิ่งใหญ่ คือ การยกพระกุมารทั้งสองให้แก่ตนเพื่อนำไปเป็นทาสรับใช้นางอมิตตดา การทำทนายเป็นการคุกคามหน้าพระเวสสันดรเป็นอย่างมาก เนื่องจากหากไม่ยกพระกุมารทั้งสองตามที่ชูชกขอพระราชทาน จะขัดกับแรงศรัทธาในการให้ทานที่พระเวสสันดรได้ตั้งไว้ ทำให้เกิดความลำบากใจในการตัดสินใจของพระเวสสันดรเป็นอย่างมาก

## 2.10 การข่มขู่

การข่มขู่ มีลักษณะคล้ายกับการทำทนาย คือ การที่ผู้พูดแสดงให้เห็นว่าผู้พูดหรืออาจมีคนอื่นหรือสิ่งอื่นจะก่อให้เกิดบางสิ่งบางอย่างที่ไม่ดีกับผู้ฟัง ยกเว้นถ้าผู้ฟังกระทำตามที่ผู้พูดพูด สิ่งนั้นจะไม่เกิดขึ้น (Brown & Levinson, 1987, p. 66) การข่มขู่จึงเป็นการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง เนื่องจากผู้พูดต้องการกำหนดการกระทำของผู้ฟัง โดยการกำหนดหรือกดดันให้ผู้ฟังทำหรือไม่ทำพฤติกรรมนั้นตามที่ผู้พูดต้องการ

(21) “ตสฺมา หิ ทฺตํ น หนฺติ ถ้าใครฆ่ากูให้สิ้นชีวิตชีวาว่าตมฺ์ ทั้งเจ็ดชั่วโคตรประยูรญาติยับสิ้นทั้งนั้น”

(ปรมาณูชิตชิโนรส, กรมสมเด็จพะ และคณะ. , 2533, น. 99)

(22) “อปฺเปหิ จงหลีกออกไปเสียอย่าอยู่ว่า ว่าแล้วยังแลดูตาอยู่อีกเล่า ภูเหวียงลงด้วยไม้เท้านี้เกิดฤๅตาแก่ก็ทำฮึดฮือฮึกยกเท้ายกขาทำท่าจะตี พระชาลีก็หลีกออกไป”

(ปรมาณูชิตชิโนรส, กรมสมเด็จพะ และคณะ. , 2533, น. 132)

ตัวอย่าง (21) ชูชกข่มขู่พรานเจตบุตรว่าหากใครบังอาจสังหารตนแล้ว พ่อแม่ญาติพี่น้องของผู้นั้นจะต้องถูกประหารชีวิตเจ็ดชั่วโคตรตามกฎหมายพระราชอาญา ส่วนตัวอย่าง (22) ชูชกข่มขู่พระชาลีโดยการกล่าวว่า “จะตีด้วยไม้เท้า” เพื่อให้พระชาลีกลัวและอยู่ในอาณัติการบังคับของชูชกแต่โดยดี ทั้งสองตัวอย่างสื่อถึงการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง คือ พรานเจตบุตรที่ห้ามทำอะไรชูชก ไม่เช่นนั้นจะถูกประหารชีวิตเจ็ดชั่วโคตร และคุกคามหน้าพระชาลีว่าหากยังคือ ไม่ฟังชูชก จะถูกตีด้วยไม้เท้า ด้วยความเป็นเด็กพระชาลีย่อมกลัวการข่มขู่ จึงเลือกที่จะอยู่ในการบังคับของชูชกอย่างไม่เต็มใจ เช่นเดียวกับพรานเจตบุตรที่กลัวถูกประหาร จึงต้องทำตามที่ชูชกข่มขู่

## 2.11 การโน้มน้าว

การโน้มน้าว เป็นการที่ผู้พูดเชื่อว่าการกระทำนั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ฟัง ผู้ฟังควรทำตามที่ผู้พูดพูด การโน้มน้าวเป็นการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง เนื่องจากผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังประพฤติหรือปฏิบัติตามคำเชิญชวนของผู้พูดโดยการอ้างเหตุผล หรือผลดีที่จะเกิดกับผู้ฟัง ดังตัวอย่าง

(23) “กลัวแต่ว่าจะรวยเรือนฝากระดานสามสี่ห้าห้อง ทั้งทาสทารเงินทองถ้วนทุกสิ่ง ทั้งยศศักดิ์ก็จะมียวดยังเป็นเจ้าจอมหม่อมเจตบุตร ลูกหลานก็ได้ยังหยุดนั้นจริง ๆ อย่กริ่งตริ กลัวแต่ว่าจะกินข้าวเหนียวน้ำกะทิทุกวันไม่ไหว”

(ปริมาณุชิตชิโนรส, กรมสมเด็จพะ และคณะ. , 2533, น. 101)

ตัวอย่าง (23) ชูชกพูดโน้มน้าวให้พรานเจตบุตรยอมบอกเส้นทางเพื่อไปพบพระเวสสันดรที่เขาเวงกต โดยให้พรานเจตบุตรคิดให้ดีๆ เพราะการบอกเส้นทางให้แก่ชูชกจะเป็นความดีความชอบให้แก่พรานเจตบุตร ซึ่งจะส่งผลให้พรานเจตบุตรได้รับการปูนบำเหน็จต่างๆ ทั้งแก้วแหวนเงินทอง ข้าทาสบริวารยศถาบรรดาศักดิ์ อาหารการกิน รวมถึงที่อยู่อาศัยที่ใหญ่โตโอ่อ่า การพูดโน้มน้าวของชูชกเป็นการคุกคามหน้าด้านลบของพรานเจตบุตร เนื่องจากพรานเจตบุตรไม่จำเป็นต้องการทำตามที่ชูชกกล่าวก็ได้ แต่ชูชกพยายามชักจูงโดยการกล่าวถึงประโยชน์ที่พรานเจตบุตรจะได้รับในภายหลัง

## 2.12 การกล่าวหา

การกล่าวหา เป็นการกล่าวถึงเหตุการณ์หรือการกระทำที่ผู้พูดเชื่อว่าผู้ฟังกระทำสิ่งนั้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ดีและไม่เหมาะสม ผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังยอมรับว่าได้กระทำสิ่งนั้น การกล่าวหาจึงเป็นการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง เนื่องจากผู้พูดกล่าวหาผู้ฟังเพื่อให้ผู้ฟังยอมรับหรือปฏิเสธในสิ่งนั้น

(24) “ครั้นว่าเขารู้เท่ามิไปเหมือนใจคิด ก็จนจิตนั่งนิ่งทำหน้าที่เฉย ขยิบตาชำเลื่องเลยลอบแลลอด สอดพังกหน้าให้ลูกหนี ฉะ ออซาลก็ไวเหลือลูกประสม เห็นพ่อทำตามคมคอยขยับ พอเป็นหงับก็ไปเหียงบ ไม่ทันเงย”

(ปรมาณูชิตชินโรส, กรมสมเด็จพระ และคณะ. , 2533, น. 140)

ตัวอย่าง (24) ชูชกกล่าวหาพระเวสสันดรว่าเป็นผู้ช่วยเหลือให้พระกุมารทั้งสองหนีไป หลังจากที่พระองค์ได้พระราชทานให้เป็นทาสของชูชกแล้ว ทั้งนี้ เนื่องจากว่าพระกุมารทั้งสองรู้ว่าชูชกเป็นผู้มีจิตใจ ทรยศ จึงได้คิดหนีลงไปแอบอยู่ในสระบัว เมื่อชูชกหาพระกุมารทั้งสองไม่พบจึงกล่าวหาว่าพระเวสสันดร เป็นใจให้พระกุมารทั้งสองหนีไป การกล่าวหาจึงเป็นการคุกคามหน้าด้านลบของพระเวสสันดรที่ต้อง ยอมรับหรืออาจปฏิเสธในการหายไปของพระกุมารทั้งสองพระองค์ ทั้งๆ ที่พระเวสสันดรไม่ได้กระทำการ ดังที่ชูชกได้กล่าวหา

## สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิเคราะห์หักกลวิธีการคุกคามหน้าคู่สนทนาของชูชกในเรื่องมหาเวสสันดรชาดก ฉบับ เทศน์มหาชาติ 13 กัณฑ์ โดยพิจารณาเฉพาะถ้อยคำที่ชูชกได้กล่าว ซึ่งพบใน 5 กัณฑ์ ชูชกกล่าวถ้อยคำ ทั้งหมด 73 ถ้อยคำ ถ้อยคำที่เป็นการคุกคามหน้าผู้ฟังมีทั้งหมด 54 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 73.97 ของ ถ้อยคำทั้งหมดที่ชูชกกล่าวใน 5 กัณฑ์ โดยมีรายละเอียดแต่ละกัณฑ์ ดังนี้

1. กัณฑ์ชูชก พบถ้อยคำที่ชูชกใช้จำนวน 42 ถ้อยคำ และถ้อยคำที่ชูชกใช้ในการคุกคามหน้าผู้ฟัง มีจำนวน 31 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 73.81
2. กัณฑ์จุลพน พบถ้อยคำที่ชูชกใช้จำนวน 2 ถ้อยคำ และถ้อยคำที่ชูชกใช้ในการคุกคามหน้าผู้ฟัง มีจำนวน 1 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 50
3. กัณฑ์มหาพน พบถ้อยคำที่ชูชกใช้จำนวน 5 ถ้อยคำ และถ้อยคำที่ชูชกใช้ในการคุกคามหน้าผู้ฟัง มีจำนวน 3 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 60
4. กัณฑ์กุมาร พบถ้อยคำที่ชูชกใช้จำนวน 22 ถ้อยคำ และถ้อยคำที่ชูชกใช้ในการคุกคามหน้าผู้ฟัง มีจำนวน 18 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 81.82
5. กัณฑ์มหาธาต พบถ้อยคำที่ชูชกใช้จำนวน 2 ถ้อยคำ และถ้อยคำที่ชูชกใช้ในการคุกคามหน้า ผู้ฟังมีจำนวน 1 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 50

จากจำนวนการใช้ถ้อยคำในการคุกคามหน้าคู่สนทนาของชูชก คิดเป็นร้อยละ 73.97 เป็นข้อพิสูจน์ได้ดีว่าการพูดของชูชกส่วนใหญ่ที่ปรากฏในเรื่องมหาเวสสันดรชาดกประสบความสำเร็จ ไม่ว่าจะในการขอการเจรจา หรือการพูดใดๆ เนื่องจากการคุกคามหน้าผู้ฟังทั้งสิ้น หากพิจารณาในหลักการหรือทฤษฎีความสุภาพของบราวน์และเลวินสัน (Brown & Levinson, 1987) และสอดคล้องกับผลจากงานวิจัยของจักริน จุลพรหม (2560, น. 140-153) ที่พบว่าชูชกมีลักษณะเป็นนักขอ ชูชกเป็นผู้มีชั้นเชิงทางวาทศิลป์เป็นอย่างดี

ผลการวิเคราะห์การใช้ถ้อยคำของชูชกพบว่าชูชกใช้กลวิธีการคุกคามหน้าผู้ฟังทั้งหมด 17 กลวิธี โดยประกอบด้วยการคุกคามหน้าด้านบวกของผู้ฟังจำนวน 6 กลวิธี และการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟังจำนวน 11 กลวิธี ดังรายละเอียดในตาราง 1

**ตาราง 1** กลวิธีการคุกคามหน้าด้านบวกและหน้าด้านลบที่ชูชกเลือกใช้ในการสนทนากับผู้ฟัง

กลวิธี	จำนวน	ร้อยละ
การคุกคามหน้าด้านบวกของผู้ฟัง	19	35.19
การคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง	35	64.81
<b>รวม</b>	<b>54</b>	<b>100</b>

ตาราง 1 แสดงให้เห็นภาพรวมการใช้กลวิธีการคุกคามหน้าคู่สนทนาที่ชูชกเลือกใช้มากที่สุด คือ กลวิธีการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟัง ซึ่งมีจำนวนถึง 35 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 64.81 ของกลวิธีทั้งหมด มากกว่ากลวิธีการคุกคามหน้าด้านบวกของผู้ฟังเกือบเท่าตัว คือ มีการเลือกใช้ 19 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.19 กล่าวคือ ชูชกเลือกที่จะทำให้ผู้ฟังถูกลิดรอนสิทธิและรบกวนอิสรภาพมากกว่าการทำให้ผู้ฟังถูกลดทอนคุณค่าและความชื่นชมในตัวผู้ฟัง โดยการทำให้ผู้ฟังรู้สึกไม่เป็นที่ยอมรับ โดยในแต่ละการคุกคามหน้าผู้ฟัง จากผลการวิเคราะห์พบกลวิธีย่อยในการคุกคามหน้าด้านบวกของผู้ฟังจำนวน 6 กลวิธี ได้แก่ การโอ้อวด การบริภาษ การพูดถึงสิ่งต้องห้าม การยกเรื่องที่ไม่สมควรขึ้นมาพูด การใช้คำเรียกขานที่ไม่เหมาะสม และการปฏิเสธ ส่วนการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟังพบจำนวน 11 กลวิธี ได้แก่ การสัญญา การสั่ง การสอน การขอร้อง การให้ข้อเสนอ การชม การอวยพร การทำทนาย การข่มขู่ การโน้มน้าว และการกล่าวหา ดังรายละเอียดในตาราง 2

ตาราง 2 กลวิธีที่ย่อยในการคุกคามหน้าคู่สนทนาของชูชก

กลวิธีการคุกคามหน้า ด้านบวกของผู้ฟัง	จำนวน	ร้อยละ	กลวิธีการคุกคามหน้า ด้านลบของผู้ฟัง	จำนวน	ร้อยละ
1. การโอ้อวด	3	15.78	1. การสัญญา	2	5.71
2. การบริภาษ	9	47.36	2. การสั่ง	4	11.42
3. การพูดถึงสิ่งต้องห้าม	1	5.26	3. การสอน	5	14.28
4. การยกเรื่องที่ไม่สมควรขึ้นมา พูด	2	10.52	4. การขอร้อง	6	17.14
5. การใช้คำเรียกขานที่ไม่ เหมาะสม	1	5.26	5. การให้ข้อเสนอ	3	8.57
6. การปฏิเสธ	3	15.78	6. การชม	5	14.28
			7. การอวยพร	2	5.71
			8. การทำทนาย	3	8.57
			9. การข่มขู่	2	5.71
			10. การโน้มน้าว	2	5.71
			11. การกล่าวหา	1	2.85
<b>รวม</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>รวม</b>	<b>35</b>	<b>100</b>

ตาราง 2 พบว่ากลวิธีการคุกคามหน้าด้านบวกของผู้ฟังที่ชูชกเลือกใช้มากที่สุด คือ การบริภาษ คิดเป็นร้อยละ 47.36 ส่วนกลวิธีการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟังที่ชูชกเลือกใช้มากที่สุด คือ การขอร้อง คิดเป็นร้อยละ 17.14 จะเห็นได้ว่ากลวิธีการการบริภาษเป็นกลวิธีคุกคามหน้าด้านบวกของผู้ฟังที่ชูชกเลือกใช้มากที่สุด โดยชูชกเลือกใช้กับนางอมิตตดา พรานเจตบุตร หรืออจตุตญาณี ซึ่งการเลือกใช้นี้สอดคล้องกับอำนาจ สถานภาพทางสังคม ซึ่งชูชกมีมากกว่าทั้ง 3 คน กล่าวคือ ความสัมพันธ์ระหว่างชูชกกับนางอมิตตดาเป็นแบบสามีภรรยา ซึ่งในสมัยก่อนอยู่ในโครงสร้างสังคมแบบปิตาธิปไตย (patriarchy) ซึ่งถือว่าสามีมีอำนาจและสถานภาพทางสังคมสูงกว่าภรรยา รวมถึงชูชกมีอายุมากกว่านางอมิตตดา ส่วนการสนทนากับพรานเจตบุตรและอจตุตญาณี ชูชกใช้วิธีการพูดหลอก โทก พูดอวดอ้างตำแหน่งและความสนิทสนมกับพระเวสสันดร เพื่อให้พรานเจตบุตรและอจตุตญาณีเกรงกลัว และด้วยความเชื่อของทั้ง 2 คน จึงเชื่อที่ชูชกกล่าว ทำให้ชูชกดูเหมือนมีอำนาจและสถานภาพสูงกว่าพรานเจตบุตรและอจตุตญาณี ซึ่งสอดคล้องกับ



งานวิจัยของ เฉิน (Chen, 2017, p. 164) ที่ศึกษาการคุกคามหน้าระหว่างครูและนักเรียน ซึ่งพบว่าบทบาทและความสนิทสนมเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการคุกคามหน้าได้

อย่างไรก็ตาม ในบางสถานการณ์ชุกเลือกใช้การคุกคามหน้าด้านบวกของคู่สนทนาที่มีสถานภาพทางสังคมสูงกว่าตนเองเช่นกัน เช่น พระเวสสันดร พระชาติ และพระเจ้ากรุงสุโขทัย ซึ่งเป็นผลจากการที่พระเวสสันดรเลือกใช้วัจนกรรมผูกมัด (commissives) กล่าวคือ วัจนกรรมสัญญาที่สื่อถึงการผูกมัดเพื่อให้เกิดการกระทำในอนาคต โดยที่ผู้พูดต้องเป็นผู้กระทำตามวัจนกรรมนั้นๆ คือพระเวสสันดรจะต้องยกพระกุมารทั้งสองให้แก่ชุกจึงเป็นการเพิ่มอำนาจให้กับชุกในการเจรจา และเมื่อพระเวสสันดรใช้วัจนกรรมแถลงการณ์ (declarations) โดยการประกาศยกพระกุมารทั้งสองให้เป็นทาสรับใช้ชุก สิ่งนี้ส่งผลให้ชุกมีอำนาจและสถานภาพสูงขึ้น ทำให้ชุกเลือกใช้กลวิธีการปฏิเสธ ซึ่งเป็นการคุกคามหน้าด้านบวกกับพระเวสสันดรที่มีอำนาจและสถานภาพสูงกว่าได้ ดังในตัวอย่าง (10) “เฒ่าก็ทูลตอบคดีในทันใด ว่าไม่ได้ไม่ได้พระพุทเจ้าข้า ซึ่งจะทรงพระกรุณาไม่เห็นด้วย คว้าเสียมี่สิมิเป็นการคำบุราณท่านกล่าวไว้แต่ก่อนปลาย ขุนนางไซ้พ่อแม่หिनแ่งไซ้ตายาย” (ปรมาณูชิตชิโนรส, กรมสมเด็จฯ และคณะ., 2533, น. 139)

ทั้งนี้ ชุกเลือกคุกคามหน้าพระเวสสันดรและพระเจ้ากรุงสุโขทัย โดยใช้กลวิธีการบริภาษ ดังตัวอย่าง (3) “**ตยา สทิส** เจ้าข้าเอ๋ยบุคคลผู้ใดเลยในโลกนี้ ที่จะเจรจาตลบเลี้ยวลดสดๆ ร้อนๆ เหมือนเจ้าพระยาเวสสันดรไซ้ไซ้ไร เป็นว่าหามีได้นี้แล้วแล” (ปรมาณูชิตชิโนรส, กรมสมเด็จฯ และคณะ., 2533, น. 140) และตัวอย่าง (4) “**พระพุทเจ้าข้า** สุดแท้แต่ว่าพระปัญญาจะหยั่งลง ทรงพระวินิจฉัย” (ปรมาณูชิตชิโนรส, กรมสมเด็จฯ และคณะ., 2533, น. 198) ชุกไม่เกรงกลัวสิ่งใด กล้าบริภาษ และใช้อำนาจเหนือพระเวสสันดรและพระเจ้ากรุงสุโขทัย เพราะพระกุมารทั้งสองพระองค์เป็นทาสรับใช้ของชุกแล้ว

ส่วนกลวิธีการขอร้องเป็นกลวิธีการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟังที่ชุกเลือกใช้มากที่สุด เนื่องจากการคุกคามหน้าด้านลบของผู้ฟังเป็นการละเมิดความต้องการพื้นฐานของผู้ฟังที่ไม่ต้องการถูกผู้ใดรบกวนหรือลดทอนสิทธิ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ชุกจะเลือกใช้กลวิธีการคุกคามหน้าอื่นๆ ประกอบด้วย เช่น การสัญญา การชม การอวยพร การให้ข้อเสนอ ซึ่งเป็นกลวิธีที่ใช้แล้วเกิดประโยชน์แก่ผู้ฟัง เพื่อให้ผู้ฟังรู้สึกเห็นใจและเป็นหนี้บุญคุณ โดยต้องมีการตอบแทนในภายหลัง ในขณะที่เดียวกันชุกจะไม่เลือกใช้กลวิธีการเตือน การสั่ง การสอน การข่มขู่ กับคู่สนทนาที่มีอำนาจและสถานภาพสูงกว่า เช่น พระเวสสันดร หรือพระเจ้ากรุงสุโขทัย

การคุกคามหน้าคู่สนทนาของชุกชกยังแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของตัวละครที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการสื่อสารในชีวิตจริง เช่น การที่ชุกชกกล่าววัจจนกรรมการชมในการบำเพ็ญทานบารมีของพระเวสสันดร เพื่อหว่านล้อมให้พระเวสสันดรยกพระกุมารทั้งสองให้ โดยใช้พระโพธิญาณซึ่งเป็นสิ่งที่พระเวสสันดรปรารถนามาแสดงให้เห็นถึงผลของการให้บุตรทานบารมีในครั้งนี้ ดังข้อความที่ว่า “เจ้าประคุณของสัตว์ผู้ยากเอ๋ย อันทานนี้ยากที่บุคคลผู้ใดเลยจะกระทำได้ เว้นไว้แต่หน่อพระชินสีห์ อันทรงสร้างพระบารมีมามากแล้ว ขอให้พระทูลกระหม่อมแก้วจงสำเร็จ แต่พระวิสุทธิสร้อยสรพรเพ็ชฎีพุทธธรรอนาวรณญาณ ในอนาคตกาลนั้นเกิด” (ปรมาณูชิตชิโนรส, กรมสมเด็จพระ และคณะ., 2533, น. 198)

ประเด็นดังกล่าวนี้สอดคล้องกับการสื่อสารในชีวิตจริง คือ ผู้พูดย่อมจะกล่าวชมผู้ฟัง โดยที่ผู้พูดหวังหรือต้องการได้บางสิ่งบางอย่างจากผู้ฟัง ซึ่งในกรณีของชุกชก คือ พระกุมารทั้งสอง โดยใช้ถ้อยคำที่สุภาพและเหมาะสมกับสถานภาพของพระเวสสันดรที่เป็นคู่สนทนาของตน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิวดล วราเอกศิริ (2556, น. 175-213) ที่ศึกษาวัจจนกรรมเกี่ยวกับความสุภาพและแนวคิดเรื่องหน้ากับการคุกคามหน้าของตัวละครในรามเกียรติ์ โดยพบว่าตัวละครในเรื่องรามเกียรติ์มีการสื่อสารที่ไม่แตกต่างจากสังคมมนุษย์ กล่าวคือ การปฏิสัมพันธ์ของตัวละครที่ส่งสารมีการเลือกใช้ความสุภาพ ตลอดจนจนตัวแปรด้านวัจจนปฏิบัติศาสตร์มาเป็นเงื่อนไขในการสื่อสาร โดยผู้ส่งสารจะคำนึงถึงสถานภาพของผู้รับสารหรือผู้ฟังเป็นสำคัญ นั่นคือ หากผู้รับสารอยู่ในสถานภาพที่สูงกว่าผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารจะเลือกใช้ถ้อยคำให้มีความสุภาพมากขึ้น หากอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารจะเลือกใช้ความสุภาพลดลงตามไปด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการสื่อสารที่เป็นคุณสมบัติเฉพาะตัวของชุกชกได้เป็นอย่างดี

บุคลิกภาพที่โดดเด่นด้านการสื่อสารของชุกชกที่กล่าวมานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของจักริน จุลพรหม (2560, น. 140-153) ที่ศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกลักษณะของชุกชก โดยพบว่าชุกชกมีลักษณะเป็นนักขอ เนื่องจากการขอที่ประสบความสำเร็จสูงสุดของชุกชก คือ การขอพระกุมารทั้งสองจากพระเวสสันดร ซึ่งภาพลักษณ์ของชุกชกด้านนี้ แสดงออกมาในรูปแบบของเครื่องรางของขลังทางเมตตามหานิยมในด้านการสื่อสารที่เชื่อว่าเมื่อบูชาชุกชกแล้วจะขอสิ่งใด เจรจากับใครก็จะสมความปรารถนา (พระอนุเทพ ขนุติพิไล (สุขศรี), 2556, น. 193-204)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่าชุกชกปรับและเลือกใช้กลวิธีการคุกคามหน้าให้เหมาะสมโดยพิจารณาจากสถานการณ์ว่า ณ ขณะที่กำลังกล่าวถ้อยคำ ชุกชกเป็นผู้มีอำนาจหรือเสียเปรียบ พิจารณาจากปัจจัยทางสังคม อำนาจ และสถานภาพของคู่สนทนา เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ชุกชกต้องการ

## เอกสารอ้างอิง

- จักริน จุลพรหม (2560). ชูชก: จากชาดกสู่งานศิลปะ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 37(1), 140-153.
- ปรมาณูชิตชิโนรส, กรมสมเด็จพระ และคณะ. (2533). *วรรณคดีมหาเวสสันดรชาดก: ฉบับเทศน์มหาชาติ 13 กัณฑ์*. กรุงเทพฯ: โครงการมูลนิธิหอไตร.
- ทรงธรรม อินทจักร. (2550). *แนวคิดพื้นฐานด้านวัจนปฏิบัติศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พระครูวินัยธรรมมานพ กัณฑ์สีโล. (2551). *สถานที่และบทบาทของตัวละครในเรื่องมหาเวสสันดรชาดก*. ใน *เฉลิมศักดิ์ เย็นสำราญ เทศน์มหาชาติมหากุศลเฉลิมพระเกียรติ ถวายพระราชกุศลแด่ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พระมหาธวัชชัย มาตาเป้า. (2557). *วัจนกรรมปฏิเสชของภิกษุ*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (ภาษาศาสตร์ การศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระสมหมาย ปวโร (ดีตะปัน). (2555). *การศึกษาวิเคราะห์วรรณมหาเวสสันดรชาดก: กรณีศึกษาชูชก กัณฑ์ ในคัมภีร์ใบลาน อักษรขอม*. วิทยานิพนธ์ พธ.ม. (พระพุทธศาสนา). กรุงเทพฯ: บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระอนุเทพ ขนุดิโ (สุขศรี). (2556). *การศึกษาวิเคราะห์ปรากฏการณ์การบูชาชูชกในสังคมไทย*. วิทยานิพนธ์ พธ.ม. (พระพุทธศาสนา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ ราชวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์ พับลิเคชันส์.
- วิสันต์ สุขวิสิทธิ์. (2547). *วัจนกรรมการบริภาษในภาษาไทย*. วิทยานิพนธ์ อ.ม. (ภาษาไทย). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพร ปัญญาเมธีกุล. (2563). *ความหมายและการตีความ*. กรุงเทพฯ: פריןท์ คอ์เนอร์.
- ศิวดล วราเอกศิริ. (2556). *วัจนกรรมเกี่ยวกับความสุภาพและแนวคิดเรื่องหน้ากับการคุกคามหน้าของตัว ละครในรามเกียรติ์*. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 33(1), 175-213.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2560). *พจนานุกรมศัพท์ภาษาศาสตร์ (ภาษาศาสตร์ทั่วไป) ฉบับราช บัณฑิตยสภา*. กรุงเทพฯ: สำนักงานราชบัณฑิตยสภา.
- สุนีย์ ชวนสนธิ. (2519). *วิเคราะห์รายยาวมหาเวสสันดรชาดกทางวัฒนธรรมไทย*. วิทยานิพนธ์ อ.ม. (ภาษาไทย). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Chen, I-Ju. (2017). Face-Threatening Acts: Conflict between a Teacher and Students in EFL Classroom. *Open Journal of Modern Linguistics*, 7, 151-166
- Searle, J. R. (1979). *Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press.

VACANA JOURNAL

# An Analysis of Multimodal Text Design in Social Media Marketing: A Case Study of Starbucks Posts on Instagram

Nichakan Horphet<sup>1</sup>

Aranya Srijongjai<sup>2</sup>

Received 14 April 2020

Revised 9 June 2020

Published 7 July 2020

## บทคัดย่อ

ความนิยมของการทำตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทำให้แบรนด์หลายๆ แบรนด์พยายามที่จะออกแบบโฆษณาดิจิทัลให้อยู่ในรูปของข้อความที่สื่อสารแบบผสมผสานเพื่อที่จะเข้าถึงลูกค้าออนไลน์ งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเทคนิคการออกแบบที่ใช้ในบริบทดังกล่าว และดูการมีอิทธิพลซึ่งกันและกันระหว่างภาพและข้อความ ในการออกแบบ โดยคัดเลือกข้อความที่สื่อสารแบบผสมผสานที่อยู่ในโพสต์ของอินสตาแกรมของสตาร์บัคส์มาเป็นกรณีศึกษา และใช้การวิเคราะห์ตามหลักการออกแบบทรัพยากรภาพในข้อความที่สื่อสารแบบผสมผสานของโจนส์และฮาฟเนอร์ (Jones & Hafner, 2012) และแนวคิดภูมิทัศน์สัญศาสตร์ของเครสและฟาน ลีเออเวน (Kress & van Leeuwen, 2006) องค์ประกอบในการออกแบบที่ศึกษา ได้แก่ รูปแบบ สี และการจัดวางภาพและคำ ผลการศึกษาพบว่าผู้ออกแบบใช้เทคนิคของศิลปะโปป อาร์ต การใช้ภาษาแบบไม่เป็นทางการ การเล่นคำ การออกแบบและการจัดตัวอักษร การใช้สีคู่ตรงข้าม และการจัดองค์ประกอบของภาพและข้อความเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ใช้อินสตาแกรม ผลการศึกษายังพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างภาพและข้อความที่อยู่ในข้อความที่สื่อสารแบบผสมผสานบนอินสตาแกรมของสตาร์บัคส์เป็นแบบการสื่อสารข้อมูลที่เหมือนกัน

---

<sup>1</sup> Master's student, M.A. Program in English, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

<sup>2</sup> Lecturer, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

นอกจากนี้ ข้อความที่สื่อสารแบบผสมผสานเหล่านี้สามารถชักจูงให้เกิดอารมณ์ด้านบวกเพื่อสร้างความผูกพันกับลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์

**คำสำคัญ:** การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การออกแบบข้อความที่สื่อสารแบบผสมผสาน ภูมิทัศน์สัญศาสตร์

### Abstract

Due to the popularity of social media marketing, many brands have attempted to design digital advertisements in the form of multimodal texts to reach their customers online. This research aims to investigate some of the design techniques used in this context and the interplay between image and text used in the design. In this case study, selected multimodal texts in Starbucks' Instagram posts were analyzed by applying Jones and Hafner's (2012) design principles of visual resources in multimodal texts and Kress and van Leeuwen's (2006) semiotic landscape approach. The design elements that were examined consisted of styles, colors, and alignment of image and text. The findings of this study revealed that the designer applied the techniques of using pop art, informal language, wordplay, typographical devices, complementary colors, and image and text composition to attract Instagram users' attention. It was also found that the relationship between image and text in Starbucks' multimodal texts on Instagram was in concurrence. Furthermore, these multimodal texts could appeal to positive emotions in order to generate customer engagement on social media.

**Keywords:** social media marketing, multimodal text design, semiotic landscape approach

## 1. Introduction

Social media plays a significant role in the world of marketing at present. This is due to the fact that social media has many advantages in terms of time, audience, relations, and cost (Kirtis & Karahan, 2011). As of 2019, over 3.4 billion people are active on social media (Kemp, 2019). In light of this, using social media is a cost-efficient strategy since it is an inexpensive channel for easily and quickly distributing content marketing to a mass audience (Kirtis & Karahan, 2011). Business owners and brands can also take this opportunity to communicate or engage with their target customers, as well as to maintain customer relationships.

As numerous photo and video-sharing applications have emerged rapidly, social media marketers have tended to rely on using multimodal texts in their online marketing and advertisements. These texts are viewed as multimodal because they are designed with the use of multiple modes (namely linguistic, visual, aural, gestural, and spatial) to communicate with the audience (Arola, Sheppard, & Ball, 2014). Thus, it is important for business owners and marketers to know how to design multimodal texts to engage customers online.

Starbucks is one of the most famous coffee brands which comes to millennials' mind when speaking of coffee. The first Starbucks store was opened in 1971 (Starbucks Coffee Company, 2020). From the start of business, Starbucks positioned itself differently from competitors to be "One that not only celebrated coffee and the rich tradition, but that also brought a feeling of connection" (Starbucks Coffee Company, 2020, para. 6). It can be assumed that this business strategy has effectively led Starbucks to its success. Statistics show that the brand earned \$13.29 billion annually with 30,000 branches around the world (Gaille, 2017).

Numerous studies have investigated the marketing strategies used by Starbucks (Katerina, 2015; Mazouni, 2017; Nuraini & Ririn, 2015). Previously, research has reported the positive effect of using the word-of-mouth effect of marketing—spreading reputation via verbal communication (Kim, Zhang, & Lee, 2009). However, in the new media era, it is essential to touch on marketing in the

form of social media as it has influenced marketing for over 15 years (Baines, Fill, Rosengren, & Antonetti, 2017).

In terms of advertising, Starbucks creates its own social media channels to share campaigns and products to online users. Instagram is one of the social media platforms used by Starbucks for business and marketing purposes. Currently, Starbucks has over 18 million Instagram followers (Starbucks Coffee, n.d.-a). This application is a popular marketing tool and has been used as the powerful main channel to reach young adults for business marketing (Dorfman, Vaca, Mahmood, Fine, & Schierle, 2018). As most of the Instagram users are millennials (Statista, 2019), it can be beneficial to study Starbucks' social media marketing via the use of multimodal texts to approach this group of customers.

## 2. Objective

In order to enhance power of social media marketing through Instagram, it is essential to understand how multimodal texts are designed to build users' engagement online. Therefore, the study attempts to investigate the design of multimodal texts in Starbucks' Instagram posts for its social media marketing. It also aims to examine the interplay between image and text used in the design to engage the audience. The Starbucks brand was chosen for this study due to its popularity among millennials who are the largest age group of Instagram users.

## 3. Significance of the Study

The results of this study can offer a guideline for business owners and marketers on designing multimodal texts to support their advertisement on social media. In addition, this study can contribute to multimodality and marketing scholarship. Scholars whose interests lie in these fields can apply the ideas derived from this study to further investigate the elements of multimodal texts in advertisement design.



## 4. Literature Review

This section presents the review of literature related to this study. First, the background of social media marketing is sketched out to provide the general information about the topic. Then, a brief overview of Instagram is delivered in order to explicate the characteristics of this kind of social media. Next, the concepts related to multimodal text design used in this study are provided. Finally, the related research of using multimodal texts on social media marketing are also reviewed.

### 4.1 Social Media Marketing

The term “social media” has been defined by contemporary scholars in different ways. For example, Fowler (2018) defines social media as platforms for generating, sharing, and viewing contents online. According to Li (2019), social media refers to “any media that is shared via social networking platforms or channels” (para. 2). In addition, Leonardi, Huysman, and Steinfield (2013) view social media as software applications which people can use to create or share content with others online. To simplify the meaning, social media refers to a website or mobile application which acts as a medium for online communication.

Social media not only facilitates interaction in the personal domain, but it is also employed as a tool for marketing. This new form of marketing is recognized as Social Media Marketing (SMM) which refers to “the utilization of social media technologies, channels, and software to create, communicate, deliver, and exchange offerings that have value for an organization’s stakeholders” (Tuten & Solomon, 2015, p. 21). That is to say, it is considered as an alternate way that marketers employ to deliver advertisements and communicate with their customers in an instant.

In terms of marketing, several advantages of social media can facilitate the advertising of particular brands. Marketers use this kind of media as one of the tools to approach customers online. The use of social media is for branding promotion, market research, customer service, and maintaining relationships with customers (Jaakonmäki, Müller, & Vom Brocke, 2017).

## 4.2 Instagram

Launched in October 2010, Instagram is an application that comes with the functions for uploading and sharing posts, usually pictures, with friends and other people on Apple iOS, Android, and Windows Phone (Instagram, 2019). Considered to be one of the social media platforms, Instagram is also used as a tool for business owners and marketers for advertising their products.

According to Statista (2019), a provider of market and consumer data, most of the Instagram users are millennials. This group of users was born between 1981-1996. Millennials require different marketing approaches than the previous generations, due to a variety of lifestyle choices and abundance of media (Neuborne & Kerwin, 1999). In order to engage millennial users on Instagram, a brand should ensure that each content of Instagram posts represents its own identity to attract users. Gutierrez (2019) also adds that “once you’ve got their attention, you can subtly sell to them and trust their loyalty to do the rest” (para. 20). It can be inferred that brands need to pay attention to users on social media for maintaining trust from customers. Therefore, it is essential for brands to seek effectively designed advertisements to engage users on social media.

## 4.3 Multimodal Text Design

Multimodal texts are those created by using multiple modes for meaning making (Jones & Hafner, 2012). This term is based on the concept of multimodality which emerged in the late twentieth century. According to Kress and van Leeuwen (2006), the concept of multimodality lies in a belief that communication is not limited only to the use of language which is the traditional model. Rather, it should be conceived in the wider semiotic scope that embraces other modes, for example image, layout, and design (Kress & van Leeuwen, 2006).

According to the concept of multimodality, modes are several ways to support meaning making. For texts, there are modal resources including “syntactic, grammatical, and lexical resources, graphic resources such as font type, size” (Bezemer & Kress, 2008, p. 171). In addition,

images contain slightly different modal resources including shape, size, color, and position (Bezemer & Kress, 2008, p. 171).

The design of multimodal texts reflects the intention of designers to attract the audience. According to Bezemer and Kress (2008), the design of multimodal texts refers to the “process of giving shape to the interests, purposes, and intentions of the rhetor” (p. 174). Meanwhile, it is important for designers to know the target audience with which they prefer to engage. As stated by Bezemer and Kress (2008), designers’ interests and the characteristics of the audience may work together on designing multimodal texts.

Although the literature regarding multimodality covers a wide range of concepts, this review solely focuses on the design principles of visual resources and the composition principle of information value of the semiotic landscape approach. These principles are essential for analyzing the visual resources in the design of multimodal texts.

#### 4.3.1 Design Principles of Visual Resources

According to Jones and Hafner (2012), the design principles of visual resources in multimodal text design are: 1) how image and text interact to connote meaning, 2) how image reflects reality and stimulates interaction from viewers, 3) how image appeals to viewers’ emotions, and 4) how the previous three principles can also be applied to the design of video. As this project aims to analyze only the still images in Starbucks’ Instagram posts, only the first three principles were employed for the analysis. More information about these principles are described as follows.

##### **Image Text Interaction**

Image text interaction is how text collaborates with image to convey meaning by framing each other or creating extra-contextual information for interpretation (Jones & Hafner, 2012). In an advertisement, image is usually added as a supplement to text for clarification. Despite the digital text on a screen, an image can provide “a better understanding of not just the message, but what’s

behind the message — explained easier, faster, and clearer than just a cluster of written words.” (Hollingsworth, 2018, para. 5).

According to Jones and Hafner (2012), the interaction between image and text can be observed in three forms namely concurrence, complementarity, and divergence. Concurrence of the information happens if the key message of the visual and textual information is the same and strengthen each other. If the visual and textual information is slightly different but provides additional message, the interaction is complementarity. Finally, if the image and text convey different or conflicting messages, they create divergence of the information.

#### **Interaction and Involvement**

Images can determine viewers' attitudes. Kress and van Leeuwen (2006) note that the interaction of images can occur between the representative participants and interactive participants. The representative participants refer to people, objects, or places; while the interactive participants refer to the communication between an artist and the viewers.

In order to effectively engage viewers with the design of multimodal texts, it is important to consider the techniques of Kress and van Leeuwen's visual grammar. The language of text contains structural rules, the same as images do. As stated by Ware (2012), elements of design work together to communicate a message. Visual grammar comprises gaze, the distance of viewers, camera angle, framing and position of images (Kress & van Leeuwen, 2006).

#### **Appeals to Emotion and Visual Argument**

Referring to the visual elements of images, the elements can stimulate emotional interaction from viewers. As claimed by Jones and Hafner (2012), images appeal to viewers' emotions differently from the text as they can present visual arguments to viewers. However, in the context of multimodal texts, the combination of images and text can be effective in persuading viewers to accept a particular idea as well. Considering one of the modes of persuasion pointed out by Aristotle (as cited in Elsbach & Kramer, 2015), pathos—emotional appeal—occurs from using the

effective word choices to convey a positive or negative meaning. Therefore, the visual elements and text altogether can create visual arguments.

#### 4.3.2 The Composition Principle of Information Value: Semiotic Landscape Approach

It is noticeable that each multimodal text has a different style of layout. In some multimodal text designs, the designer emphasizes an illustration with which most of the space on screen is occupied with pictures; while in other multimodal text designs, the designer draws attention to the text, rather than pictures. However, the size of text and pictures is not the only concern for designing a multimodal text; in addition, the way these elements are arranged on screen is another factor that makes an advertisement more attractive. The decision of arranging each element may come from the intention of designers; how they make the choice of composition.

Viewing composition through the semiotic landscape approach, Kress and van Leeuwen (2006) point out that composition represents each element of the image itself and provides the meaning of the image to each other. In creating multimodal texts, there are several ways in which designers arrange each element on the screen with different information value. According to Kress and van Leeuwen (2006), the principle of information value is “the placement of elements...endows them with the specific informational values attached to the various ‘zones’ of the image” (p. 177). Based on this principle, elements of visual layouts can be composed in three ways: left and right, top and bottom, and center and margin. The meaning of composition of the informational values presented in these layouts can be interpreted as shown in Figure 1.

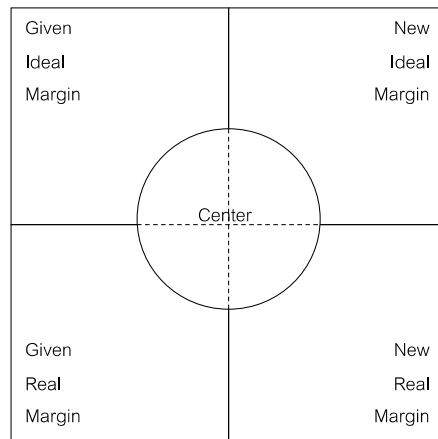


Figure 1. The principle of information value (adapted from Kress and van Leeuwen, 2006).

#### Left and Right Information Value

The relationship between left and right is usually presented in newspapers and magazines. The reader can read words and view pictures from left to right. As stated by Kress and van Leeuwen (2006), the “given” information is comprised of the elements on the left of the screen, whilst the elements on the right represent “new” information (see Figure 1). Kress and van Leeuwen (2006) add that elements on the left side are for information that readers already know, or “a familiar and agreed-upon point of departure for the message” (p. 181). In contrast, elements on the right side are for the new information that readers need to pay attention to as it is the new message.

#### Top and Bottom Information Value

Another layout used in multimodal text design is the ‘top and bottom’ configuration. This composition style is suitable for convincing readers to follow information from top to bottom of an artifact. As noted by Kress and van Leeuwen (2006), the top elements, usually an image, of an artifact provide an “ideal” or emotional appeal information to convince readers. The bottom elements, usually text, of an artifact work as the “real” information part for readers to know more about the top elements as in Figure 1. This orientation can be seen through advertisements.

### Center and Margin Information Value

Thirdly, multimodal texts can be presented in the ‘center and margin’ layout. Kress and van Leeuwen (2006) point out that an element in the middle refers to “center” information surrounded by other elements which are “margins” (see Figure 1). To put it in another way, an element in the middle is the topic or the dominant information of a particular multimodal text, while other elements are minor details, or subservient to the one in the middle.

In terms of multimodal text design, composition is the arrangement of different elements in a single artifact (Jones and Hafner, 2012). Therefore, the choice of composition plays an important role in how a single multimodal text is viewed and it can also shape the viewer’s experience.

## 5. Related Research

Previously, there has been much research investigating the use of multimodal texts on social media marketing, including the use of multimodal texts to promote brands and to maintain relationships with customers.

In terms of the design of multimodal texts for marketers for branding promotion, Kuswandini’s (2018) study is an example. They investigated the use of multimodality in car advertisements and found that visual elements, such as colors, camera angles, and computer graphics were presented to promote the unique style of each product. For example, *BMW*’s advertisement added several blue and yellow linear lines around the car to show that the environment surrounding is blurred as the car is extremely fast. Moreover, the use of taglines in advertising can be beneficial in branding promotion. Therefore, it can be assumed that the gimmick of multimodal text design of advertisements on social media can be used as a tool to promote products and brands.

Multimodal text design can also support marketers in maintaining relationships with customers on social media. A study on 15 Instagram accounts of junk food marketing conducted by Vassallo et al. (2018) reported that brands use engagement posts on social media to captivate

users rather than presenting descriptions of their products. For example, most energy drinks on Instagram featured posts of sportspeople to appeal to men millennials (Vassallo et al., 2018). This kind of drink did not provide information about the taste, or pricing on Instagram posts. In this case, it can be indicated that brands intend to have users participate in comments in order to sustain relationships.

## 6. Methodology

A qualitative research method was used to examine the techniques of multimodal text design in this case study. The data were analyzed by applying the design principles of visual resources in multimodal texts outlined by Jones and Hafner (2012). These principles were 1) image text interaction, 2) interaction and involvement, and 3) appeals to emotion and visual argument. The data were also analyzed using Kress and van Leeuwen's (2006) semiotic landscape approach, focusing mainly on the composition principle of information value.

Artifacts of the analysis were the multimodal texts selected from Starbucks' Instagram posts. These multimodal texts were chosen based on the following criteria:

- 1) The artifacts should be still images, not videos because most of the videos on Starbucks Instagram only contain moving visual images without text which are not in the scope of the study.
- 2) The artifacts should consist of image and text to convey the meaning which aims to engage users on Instagram.
- 3) The artifacts should be selected from the main official Starbucks' Instagram posts (<https://www.instagram.com/starbucks/>) to investigate how Starbucks uses multimodal texts for its worldwide social media marketing.



- 4) The posts should be high-engagement posts. In this light, the researchers selected the posts based on the number of likes on Instagram. Each of the selected posts have reached over 60,000 likes.
- 5) The artifacts should contain phrases or sentences, not a single word to examine the interplay between text and image used in each of the design.

According to the aforementioned criteria, the posts of Starbucks' Instagram from its debut on the platform in December 2010 until 2018 were excluded as they mostly contained pictures or images without text, which did not meet the selection criteria. These posts usually presented Starbucks' coffee products and the brand as shown in Figure 2.

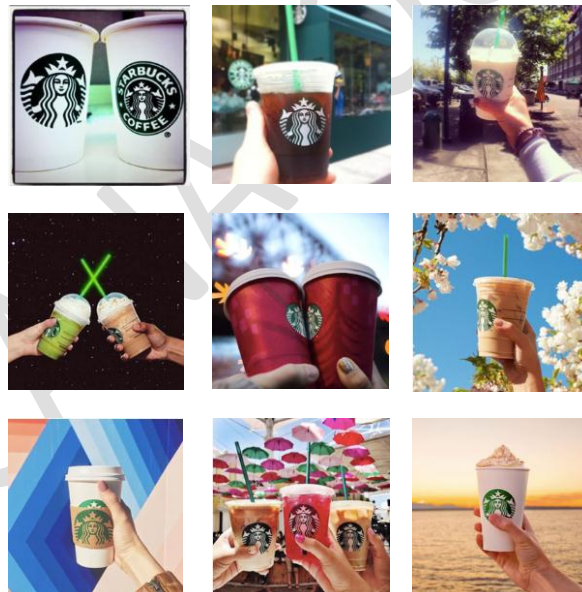


Figure 2. Examples of Starbucks' Instagram posts from 2011 to 2018 (Starbucks Coffee, n.d.-b).

In 2019, Starbucks participated in the U.S. and Canada's National Coffee Day on September 29 (while the International Coffee Day was on October 1 (International Coffee Organization, 2019)). To honor this special occasion, Starbucks posted a set of multimodal texts on Instagram on September 25, September 26, and September 29, 2019. These posts came with #NationalCoffeeDay which comprised 14 multimodal texts in total as listed below and presented in Figures 3-5. All of these multimodal texts meet the selection criteria, so they were selected as the artifacts of analysis for this study.

- Starbucks' Instagram post on September 25, 2019 (one post with a set of four ads)

*Which One Have You Experienced?*

1. *Coffee Comes First*
2. *That Warm Fuzzy Feeling*
3. *You've Found the One*
4. *Always on Your Mind*



Figure 3. Which One Have You Experienced? set of ads (Starbucks Coffee, 2019a).

- Starbucks' Instagram posts on September 26, 2019 (four posts in a roll)

*Here's to Those Who...*

5. *Order Cold Brew, Even When It's -2°*
6. *Only Drink It One Way: Black*
7. *Show Up Late with Starbucks Coffee in Hand*
8. *Know All Their Friends' Orders by Heart*



Figure 4. Here's to Those Who... set of ads (Starbucks Coffee, 2019b, 2019c, 2019d, 2019e).

- Starbucks' Instagram post on September 29, 2019 (one post with a set of six ads)

Here's to the ...

9. 83% of You
10. 114, 421 of You
11. 100,213 of You
12. 51% of You
13. 40% of You
14. You All Love Coffee



Figure 5. Here's to the... set of ads (Starbucks Coffee, 2019f).

## 7. Scope of the Study

This study intends to understand how multimodal texts are designed for social media marketing. In this case study, Starbucks Instagram was selected as the site of the study, and images in specific Starbucks' Instagram posts were chosen as artifacts. Hence, the present research study is confined to the analysis of still images.

## 8. Results

In this section, the results of the analysis of multimodal text design are presented in two main topics: general characteristics and design of multimodal texts for #NationalCoffeeDay. First, the general characteristics of the selected Starbucks' Instagram posts are described. Then the elements of multimodal text design of these artifacts are discussed with regard to image text interaction, interaction and involvement, and appeals to emotion and visual argument.

### 8.1 General Characteristics

The design of 14 multimodal texts for the National Coffee Day posts can reflect some characteristics of the prior design of Starbucks' posts. Tracing back to Starbucks' earlier posts on Instagram, the common gimmick of each post was only a photo of a Starbucks' coffee cup held out by a customer's hand with a picture caption as seen in Figure 6. This characteristic can be also found in advertisements of other typical coffee brands, such as Nescafé, Costa Coffee, McCafé. In this regard, the only thing that could possibly affect customers' behavior on buying a product was the appearance of the product itself. Nowadays, multimodal text design is employed for creating artifacts of many Starbucks' Instagram posts for advertising. That is, the producer might foresee that the combination of images and text provides more details to stimulate customers' purchasing decisions.



Figure 6. Frappuccino advertisement (Starbucks Coffee, 2012).

Starbucks' Instagram posts for the National Coffee Day can be recognized by several characteristics. The collection of the artifacts differs from other posts not only in terms of the use of multimodal texts, but also its general characteristics of style, color, and alignment of images and text. These characteristics play a significant role in making this collection more noticeable as well.

Instead of using real images of a Starbucks cup and realistic scenario, the collection of #NationalCoffeeDay posts is presented in the style of graphic design images with a colorful palette. This color scheme of images and text is chosen based on the green color from Starbucks Coffee logo: a dark shade of green-cyan. There are also five other colors including, red, pink, light green, brown, and light blue. Images and text are aligned in several compositions comprising left and right, top and bottom, and center and margin (depending on the size of images and the amount of text). More information about the design of the selected posts are examined in the following section.

## 8.2 Design of Multimodal Texts for #NationalCoffeeDay

The multimodal text design of the National Coffee Day posts was analyzed based on Jones and Hafner's (2012) design principles of visual resources in multimodal texts and Kress and van Leeuwen's (2006) composition principle of information value under the semiotic landscape approach as follows.

### 8.2.1 Image Text Interaction

The collection of #NationalCoffeeDay advertisements aims to see how audiences can relate to the special occasion by using image and text to connote meaning. Based on Unsworth (2008 as cited in Jones & Hafner, 2012), the message of images and text in each post in Figure 3 *Which One Have You Experienced?* and Figure 4 *Here's to Those Who...* are in concurrence. That is, images and text convey the same messages.

In “*Coffee Comes First*” post in Figure 3, the concept of the illustration is using a gigantic sunrise to attract audiences' eyes. There is also a person stretching their arms out on a bed, with two pillows behind. These elements indicate that the event occurs in the morning. It is obvious that essential messages from the image are similar to the text: “Coffee Comes First. Enjoy Your Starbucks' Coffee without Interruption.” The relationship of images and text in the post can be described in Table 1.

Table 1. A description of the same messages of images and text from *Coffee Comes First*.

Objects and Symbols	Text
A Peace Sign	Enjoy
A Cup of Coffee	Starbucks Coffee
The Sun	First
A Bed	Without Interruption

Another example is from “*Here's to Those Who...Order Cold Brew, Even When It's -2<sup>o</sup>*” post in Figure 4. There is a person wearing a mitten and holding a cup with ice cubes inside. The essential messages of both image and text are also the same as shown in Table 2.



Table 2. A description of the same messages of images and text from *Order Cold Brew*.

Objects and Symbols	Text
A cup with ice cubes	<i>Order Cold Brew</i>
A mitten	<i>When It's -2°</i>
Snow	

### 8.2.2 Interaction and Involvement

In creating multimodal texts, there are several techniques that can be employed to engage viewers. Considering elements of the sample collection of Starbucks' posts, it is interesting to notify the styles of art, language, colors, and alignment as they are predominant elements that attract viewers.

**Style of Art** — In respect of the style of images, the collection of Starbucks' National Coffee Day Instagram posts drew on the style of "Pop Art". The pop art style emerged in the middle of the 20th century (Khan Academy, 2020). One characteristic of pop art is to use vibrant and bright colors, with high saturated colors and the contrast of complementary colors (Christophe, Hoarau, Kasbarian, & Audusseau, 2012). The reason for choosing this style of art might be that it can convey energy and emotions, which are easily comprehensible to the modern audience.

**Style of Language** — In terms of wording, the level of diction is informal. This style could be detected from the use of contractions and tone of the artifacts. For example, "You've", "Here's", and "We're" are some contractions used in the written text of the collection. The word "Your" in "*Always on Your Mind*" and "*Coffee Comes First*" posts is a second-person possessive determiner which is used in an interpersonal context. To this extent, it can be assumed that the creator tries to reach Instagram users with a personal tone which can communicate directly with Instagram users. By

selecting this choice of diction, readers can feel more relaxed to read the text in the collection of artifacts.

Apart from the informal language, a few styles of wordplay were also found in the collection of Starbucks' National Coffee Day Instagram posts. Wordplay is the technique of using words in the clever and amusing way including the use of literary and linguistic devices (Literaryterms, n.d.). It can be spotted by the spelling, sound, meaning, and pronunciation of words that persuade readers (Literaryterms, n.d.). This technique is commonly used in advertising for many brands since it can be an effective tool which helps to build positive feeling with an advertisement and its brand (Korčák, 2011).

To exploit the capacity of wordplay, the creator of Starbucks' National Coffee Day posts employed alliteration, homophones, and rhymes as the main linguistic devices to attract attention of readers. Alliteration is "the repetition of initial word sounds across two or more proximal words" (Center for Services Leadership, 2019, para. 1). The repetitive feature of alliteration plays a crucial role in advertising as it can have a positive influence on customers' purchase behavior (Davis, Bagchi, & Block, 2016). In pop culture, numerous businesses also employed this type of linguistic devices for the better recognition of branding such as, Krispy Kreme, Coca-Cola, and Dunkin' Donuts (Literaryterms, n.d.). it was also found that using alliteration could be more effective than other memory cues (Rubin, 1995).

In the collection of Starbucks' National Coffee Day Instagram posts, alliteration could be found in the text of "*Coffee Comes First*" and "*That Warm Fuzzy Feeling*" posts in Figure 3. "Coffee" and "Comes" are repetition of the consonant letter/sound /k/ and "Fuzzy" and "Feeling" are repetition of the consonant letter/sound /f/. To this extend, the creator might prefer to use these alliterations to catch the readers' attention to the marketing content as they are more captivating than using simple wording or statements.

Homophones could also be detected in Starbucks' National Coffee Day posts. A homophone is “[a] word which is pronounced the same as another but has a different spelling and meaning” (Cuddon & Habib, 2013, p. 338). Thus, people have to take a pause for a moment to think of the actual meaning of each homophonic word within a phrase. In advertising, homophones are “treated as a means of enriching the communicative resources of the language” (Leech, 1966 as cited in Fišer, 2007, p. 24). In such a way, using homophones tends to make a particular advertisement more outstanding.

An example of homophones in advertising can be seen in *83% of You* post in Figure 5. The designer intends to spell the word “PURRRFECT” instead of “PERFECT” to imitate a cat's sound. This linguistic choice is in line with the use of a visual image of a cat on the advertisement.

Rhyme is the last type of wordplay found in the National Coffee Day collection. The use of rhyme in advertising is popular because it is a simple tool that can make an advertisement memorable in the consumer's mind (Bowdery, 2008). An example of rhymes in this collection of Instagram posts is *“Here's to Those Who...Order Cold Brew, Even When It's -2°”* in Figure 4. In this case, “Who”, “Brew”, and “2” are rhyming words which can make the advertisement easier to remember than others in the same set of posts.

In addition to the use of wordplay, the designer also employed some typographical devices to draw customer attention. For instance, the use of “Santana Black Font” in bold and regular font in different sizes was found in every advertisement of Starbucks. This unique font is actually an official font of the Starbucks brand (as shown in Figure 7). It is a good technique to remind Instagram users that this is an advertisement of Starbucks Coffee. The full use of capitalization in Starbucks' National Coffee Day collection can also help achieve an emphatic effect.



Figure 7. Starbucks Coffee Logo (Pngpix, 2018).

**Colors** — The artist drew on the technique of complementary colors: green and red as presented in the color wheel theory in Figure 8. This color wheel illustrates the opposite color of the dark shade of green-cyan, which is red.

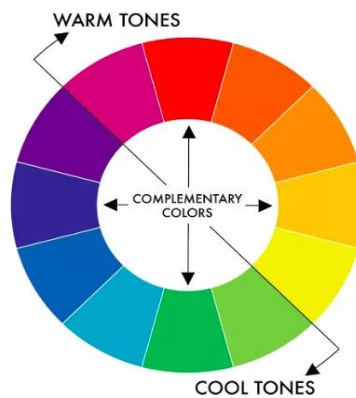


Figure 8. Color Wheel Theory (Kim, n.d.).

According to Kamps (2013), the function of complementary colors is that it draws the viewer's eyes. Considering the placement of light blue Starbucks cups in every artifact, all of the cups are placed in either green or red shade of backgrounds. If the backgrounds of light blue Starbucks cups are bright, the picture will appear less attractive. This is in line with Kamps' (2013) rule of higher complementary colors, as Starbucks cups in the sample pictures (Figures 3-5) draw more attention from viewers.

In accordance with the theory of colors above, the two dominant colors of the National Coffee Day posts are the dark green and red. Four other colors from the palette are toned down. Thus, there are six colors for the National Coffee Day in total: dark green, red, light green, pink, brown, and light blue. The eye-catching color palette used in the collection of Starbucks' National Coffee Day Instagram posts are illustrated in Table 3.

Table 3. An illustration of the color palette used in each Starbucks post for the National Coffee Day.

Posts	Dark Green	Red	Light Green	Pink	Brown	Light Blue
Coffee Comes First	•	•	•	•	•	•
That Warm Fuzzy Feeling	•	•	–	•	•	•
You've Found the One	•	•	•	•	•	•
Always on Your Mind	•	•	•	•	•	•
Order Cold Brew, Even When It's -2°	•	•	•	•	•	•
Only Drink It One Way: Black	•	•	•	•	•	•
Show Up Late with Starbucks Coffee in Hand	•	•	•	•	•	•
Know All Their Friends' Orders by Heart	•	•	•	•	–	•
83% of You	•	•	–	•	•	•
114, 421 of You	•	•	–	•	–	•
100,213 of You	•	•	–	•	•	•

Posts	Colors	Dark Green	Red	Light Green	Pink	Brown	Light Blue
51% of You		•	–	–	•	•	•
40% of You		•	•	–	–	•	•
You All Love Coffee		•	–	–	•	–	•

As shown in Table 3, the symbolic dark green color of the Starbucks Coffee logo displays in every post for Starbucks' National Coffee Day collection. The red color, the opposite color of dark green, is also used to draw attention from viewers. Following the red is the light blue which mostly represents the Starbucks cups and snow. In addition, the light blue color is selected as the color of text for dark backgrounds. At a certain point, the lighter color helps to make the text more readable for viewers due to higher contrast.

**Alignment** — The choice of selecting where different elements of modes should be placed is vital in terms of multimodal text design. Based on the semiotic landscape approach, Kress and van Leeuwen (2006) remark that the composition can affect how viewers read. By investigating the alignment of the sample Starbucks posts on Instagram, three types of composition can be seen in the following table.

Table 4. An illustration of images and text composition in each post of the National Coffee Day.

Post	Alignment	Left and Right	Top and Bottom	Center and Margin
Coffee Comes First		–	–	•
That Warm Fuzzy Feeling		–	–	•
You've Found the One		–	–	•

Post	Alignment	Left and Right	Top and Bottom	Center and Margin
Always on Your Mind		–	–	•
Order Cold Brew, Even When It's -2°		•	–	–
Only Drink It One Way: Black		•	–	–
Show Up Late with Starbucks Coffee in Hand		•	–	–
Know All Their Friends' Orders by Heart		•	–	–
83% of You		–	•	–
114, 421 of You		–	•	–
100,213 of You		–	•	–
51% of You		–	•	–
40% of You		–	•	–
You All Love Coffee		–	•	–

According to the categorization of images and text composition in Table 4, it is noticeable that each set of images, including set 1) *Which One Have You Experienced?*, set 2) *Here's to Those Who...*, and set 3) *Here's to the ...*, has different configurations of image and text alignment. Based on Kress and van Leeuwen's (2006) principle of information value of visual layout regions, three types of image and text composition can be seen through the collection of the National Coffee Day posts.

### Left and Right

In *Here's to Those Who...* set of advertisements in Figure 4, the designer places text and images in the left and right composition. However, left and right composition in this design cannot be interpreted that the given information is on the left with the new information on the right as it is usually found in newspaper and magazines. In this context, it is more likely that the designer puts an emphasis on both the image and the text as they can convey the same messages.

### Top and Bottom

Top and bottom is the composition found in the advertisements of *Here's to the...* set of posts in Figure 5. However, most of the artifacts in this set presents the statistical information, i.e. "83% of You," "114,421 of You," and "100,213 of You," which is the factual information or the 'real' on the top to establish relationships with coffee lovers. The bottom textual elements, such as "Sip Your Way to Success," "Real Friends Will Get It," and "That's Commitment," suggest the 'ideal' information which comes in the form of aspiration or the interpretation of the information at the top. Interestingly, in the last post of the set which is also the last of the National Coffee Day collection, the designer follows the principle of information value by placing the text "You All Love Coffee" as the ideal information at the top and the text "We're 100% with You" and the image of a Starbucks' cup at the bottom as the real information. This arrangement might be intended to emphasize the key message of Starbucks' commitment to customers.

### Center and Margin

In *Which One Have You Experienced?* set of advertisements in Figure 3, all of the elements including image and text are aligned in the center. It can be assumed that the artist intends to align text in the middle with the gigantic sun in the first image of the set to capture the viewers' eyes. Then, the designer decides to arrange other images at the center in order to have all elements balanced and to create the continuity of reading.



### 8.2.3 Appeals to Emotion and Visual Argument

In the case of the collection of the National Coffee Day, viewers are persuaded by the artist to appreciate the coffee season. In terms of the emotional appeal, the collection of Starbucks posts appeals to the viewers' emotions of calmness and joy. The emotion of calmness can be notified by the warm tone of dark green and brown colors, whereas the joy can be implied from delightful wording and visual elements such as glitters, stars, and hearts. Most importantly, the image of Starbucks coffee cups is emphasized along with these positive emotions. As seen from Figures 3-5, the National Coffee Day collection of ads aims to convince the viewers that Starbucks could be part of every coffee lover's experience. Therefore, the collection ends with the *"You All Love Coffee. We're 100% with You"* advertisement to strengthen the emotional appeal and create customer engagement.

## 9. Conclusion

This study aims to investigate the multimodal text design of Starbucks' Instagram posts for its social media marketing and the interplay between text and image in this context. Three sets of posts in the National Coffee Day collection were selected as the artifacts of analysis. Jones and Hafner's (2012) design principles of visual resources and Kress and van Leeuwen's (2006) semiotic landscape approach were applied in the methodology.

Overall, the results showed that the chosen artifacts employed several techniques in designing multimodal texts for customer engagement. In addition, the design principles of visual resources in multimodal texts proposed by Jones and Hafner (2012), coupled with Kress and van Leeuwen's (2006) semiotic landscape approach, could be applied in designing a still multimodal image for social media marketing. These principles include image text interaction, interaction and involvement, and appeal to emotion and visual arguments on artifacts.

First, the interaction between image and text could be significant in designing multimodal texts. It was found that the relationship between image and text of the artifacts was in concurrence.

As seen from the results, the main elements, like words, images, and symbols, presented in each post conveyed the same meaning. In this way, the key messages delivered through the visual and textual information reinforced each other. It is considered to be a useful design to help the audience receive the core messages from the multimodal texts.

Second, the techniques of interacting and captivating audience involvement, such as styles, colors, and alignment of images and words were detected throughout multimodal texts of all Starbucks Instagram posts. In designing multimodal texts, designers should know which target group of people they prefer to engage. As found in the study, the designer applied the techniques of using pop art, informal language, wordplay, typographical devices, complementary colors, and image and text composition to engage the millennial age group. So far, the key reasons that brands should consider are the customers' interests and lifestyles in order to design an effective advertisement for social media marketing. To this extent, it is in accordance with Vassallo et al.'s (2018) study which found that brands often select images that are based on customers' preference in order to maintain relationships with customers.

Nevertheless, regarding the image and text composition, it could be pointed out that the multimodal text design of some Starbucks' Instagram posts in the same collection did not follow the principle of information value. As online advertising is competitive these days, good display advertisements rely very much on visuals which include a flexible structure (Smith, 2020). This flexibility might allow designers to achieve creativity and break down the barriers of designing advertisements for target customers.

Third, it was discovered that emotional appeals also play a crucial role in designing multimodal texts for marketing. In this study, it was found that the use of multimodal texts in order to appeal to the emotions of viewers by embedding objects, signs, and word choices was used in Starbucks Instagram posts. The images in the selected multimodal texts could appeal to viewers with delightful and calm emotions in spite of using emotional context. This plausibly shows that the

designers of the Starbucks Instagram posts analyzed here considered emotionally appealing content to be beneficial for social media marketing on brand promotion and for maintaining relationships with customers.

Ultimately, it might be concluded that each element of the visual artifacts in the selected Starbucks Instagram posts represented the brand to social media users with an outstanding concept to build engagement on social media. As the collection of posts aims to participate in the special occasion of National Coffee Day, the design of the multimodal texts tries to engage with customers through their coffee experience rather than selling particular products. This design is unique when compared to other Starbucks' Instagram posts in general and the advertisements of other typical coffee brands which emphasize the use of photos and captions. This style of multimodal text design is apparently a useful option for marketing in the digital era.

## References

- Arola, K. L., Sheppard, J., & Ball, C. E. (2014). *Writer/designer: A guide to making multimodal projects*. Boston: Bedford/St Martin's.
- Baines, P., Fill, C., Rosengren, S., & Antonetti, P. (2017). *Fundamentals of marketing*. London: Oxford University Press.
- Bezemer, J., & Kress, G. (2008). Writing in multimodal texts: A social semiotic account of designs for learning. *Written Communication, 25*(2), 166-195. doi: 10.1177/0741088307313177
- Bowdery, R. (2008). *Basics advertising 01: Copywriting*. Switzerland: AVA.
- Center for Services Leadership. (2019). *ServiceFriday: All about alliteration – the impact of alliterative promotions on purchase behavior*. Retrieved from <https://research.wpcarey.asu.edu/services-leadership/2019/07/19/servicefriday-all-about-alliteration-the-impact-of-alliterative-promotions-on-purchase-behavior/>

- Christophe, S., Hoarau, C., Kasbarian, A., & Audusseau, A. (2012, September). *A framework to make Pop Art map design*. Paper presented at the GIScience 2012 Conference. Columbus, Ohio, USA.
- Cuddon, J. A., & Habib, M. A. R. (2013). *A dictionary of literary terms and literary theory* (M. Birchwood, V. Velickovic, M. Dines, & S. Fiske, Eds., 5th ed.). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Davis, D. F., Bagchi, R., & Block, L. G. (2016). Alliteration alters: Phonetic overlap in promotional messages influences evaluations and choice. *Journal of Retailing*, 92(1), 1-12. doi: 10.1016/j.jretai.2015.06.002
- Dorfman, R. G., Vaca, E. E., Mahmood, E., Fine, N. A., & Schierle, C. F. (2018). Plastic surgery-related hashtag utilization on Instagram: Implications for education and marketing. *Aesthetic Surgery Journal*, 38(3), 332-338. doi: 10.1093/asj/sjx120
- Elsbach, K. D., & Kramer, R. M. (Eds.). (2015). *Handbook of qualitative organizational research: Innovative pathways and methods*. New York: Routledge.
- Fišer, D. (2007). *Linguistic creativity in the language of print advertising*. Retrieved from <https://dk.upce.cz/handle/10195/25082>
- Fowler, E. F. (2018). *Political advertising in the United States*. New York: Routledge.
- Gaille, B. (2017). *21 Incredible Starbucks statistics*. Retrieved from <https://brandongaille.com/20-incredible-starbucks-statistics/>
- Gutierrez, D. (2019). *How to tailor your Instagram for millennial audiences*. Retrieved from <https://www.prdaily.com/how-to-tailor-your-instagram-for-millennial-audiences/>
- Hollingsworth, S. (2018). *7 Reasons why content needs amazing images, videos & visuals*. Retrieved from <https://www.searchenginejournal.com/why-content-needs-amazing-images-videos-visuals/268911/>
- Instagram. (2019). *What is Instagram?*. Retrieved from <https://help.instagram.com/424737657584573>

- International Coffee Organization. (2019). *Welcome to International Coffee Day 2019*. Retrieved from <https://www.internationalcoffeeday.org>
- Jaakonmäki, R., Müller, O., & Vom Brocke, J. (2017, January). The impact of content, context, and creator on user engagement in social media marketing. In *Proceedings of the 50th Hawaii international conference on system sciences*. doi: 10.24251/HICSS.2017.136
- Jones, R. H., & Hafner, C. A. (2012). *Understanding digital literacies: A practical introduction*. New York: Routledge.
- Kamps, H. J. (2013). *The Rules of Photography and When to Break Them*. New York: Routledge.
- Katerina, H. (2015). Starbucks marketing analysis. *CRIS - Bulletin of the Centre for Research and Interdisciplinary Study*. doi: 10.1515/cris-2015-0002
- Kemp, S. (2019). *Digital 2019*. Retrieved from <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
- Khan Academy. (2020). *Pop art in the US*. Retrieved from <https://www.khanacademy.org/partner-content/tate/global-modernisms/global-pop/a/pop-art-in-the-us>
- Kim, E. (n.d.). *Color Wheel Theory* [Picture]. Retrieved from <https://erickimphotography.com/blog/2017/11/08/dynamic-tension-opponent-based-theory-for-photography/>
- Kim, M., Zhang, B. T., & Lee, J. S. (2009). Social influence models based on Starbucks networks. In *Proceedings of 2009 International Conference on Computational Aspects of Social Networks* (pp. 3-9). Fontainebleu, France: IEEE. doi: 10.1109/CASoN.2009.26
- Kirtis, A. K., & Karahan, F. (2011). To be or not to be in social media arena as the most cost-efficient marketing strategy after the global recession. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 260-268. doi: 10.1016/j.sbspro.2011.09.083
- Korčák, J. (2011). *Word play in advertising: A linguistic analysis*. Retrieved from <http://digilib.k.utb.cz/handle/10563/20303>

- Kress, G. R., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Kuswandini, E. (2018). Multimodal analysis of car advertisements. In *Proceedings of International Conference on Language Phenomena in Multimodal Communication (KLUA 2018)* (pp. 348-352). Paris: Atlantis Press.
- Leonardi, P. M., Huysman, M., & Steinfield, C. (2013). Enterprise social media: Definition, history, and prospects for the study of social technologies in organizations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(1), 1-19. doi: 10.1111/jcc4.12029
- Li, X. (2019). *Herding and social media word-of-mouth: Evidence from Groupon*. Retrieved from <https://www.hec.edu/en/knowledge/instant/herding-and-social-media-word-of-mouth-evidence-groupon>
- Literaryterms. (n.d.). *Alliterations*. Retrieved from <https://literaryterms.net/alliteration/>
- Mazouni, M. (2017). *How Starbucks uses pricing strategy for profit maximization*. doi: 10.13140/RG.2.2.19028.30085
- Neuborne, E., & Kerwin, K. (1999, February 15). Generation Y. *Business Week*, pp. 46-50.
- Nuraini, S., & Ririn, H. (2015). Analysis method of transfer pricing used by multinational companies related to tax avoidance and its consistencies to the arms length principle. *Bonus Business Review*, 6, 341-355. doi: 10.21512/bbr.v6i3.944.
- Pngpix. (2018). *Starbucks Coffee Logo* [Picture]. Retrieved from <http://www.pngpix.com/download/starbucks-logo-png-transparent-2>
- Rubin, D. C. (1995). *Memory in oral traditions: The cognitive psychology of epic, ballads, and counting-out rhymes*. New York: Oxford University Press.
- Smith, B. (2020, April 12). 5 design principles to master for better display Ads [Web log post]. Retrieved from <https://www.wordstream.com/blog/ws/2018/07/30/design-principles>

- Starbucks Coffee [@starbucks]. (2012, May 13). Frappuccino [Instagram picture]. Retrieved from <https://www.instagram.com/p/KiboH8xc3K/?igshid=1h40ozdxbuy2x>
- Starbucks Coffee [@starbucks]. (2019a, September 25). Which one have you experienced? [Instagram pictures]. Retrieved from <https://www.instagram.com/p/B21dUX-n3UB/>
- Starbucks Coffee [@starbucks]. (2019b, September 26). Here's to those who order cold brew, even when it's -2° [Instagram picture]. Retrieved from [https://www.instagram.com/p/B24Aj\\_NHTW4/](https://www.instagram.com/p/B24Aj_NHTW4/)
- Starbucks Coffee [@starbucks]. (2019c, September 26). Here's to those who only drink it one way: black [Instagram picture]. Retrieved from <https://www.instagram.com/p/B24AqfanYGP/>
- Starbucks Coffee [@starbucks]. (2019d, September 26). Here's to those who show up late with Starbucks coffee in hand [Instagram picture]. Retrieved from <https://www.instagram.com/p/B24AvLPHXI/>
- Starbucks Coffee [@starbucks]. (2019e, September 26). Here's to those who know all their friends' orders by heart [Instagram picture]. Retrieved from <https://www.instagram.com/p/B24A1jqHuxi/>
- Starbucks Coffee [@starbucks]. (2019f, September 29). Here's to the... [Instagram pictures]. Retrieved from [https://www.instagram.com/p/B2\\_v6PwH1zz/](https://www.instagram.com/p/B2_v6PwH1zz/)
- Starbucks Coffee [@starbucks]. (n.d.-a). Followers [Instagram profile]. Retrieved December 12, 2019, from <https://www.instagram.com/starbucks/?hl=en>
- Starbucks Coffee [@starbucks]. (n.d.-b). Posts [Instagram profile]. Retrieved December 12, 2019, from <https://www.instagram.com/starbucks>
- Starbucks Coffee Company. (2020). *Company information*. Retrieved from <https://www.starbucks.com/about-us/company-information>
- Statista. (2019). *Distribution of Instagram users by age group*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/398166/us-instagram-user-age-distribution/>

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2015). *Social media marketing* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Vassallo, A. J., Kelly, B., Zhang, L., Wang, Z., Young, S., & Freeman, B. (2018). Junk food marketing on Instagram: content analysis. *JMIR Public Health and Surveillance*, 4(2), e54. doi: 10.2196/publichealth.9594

Ware, C. (2012). *Information visualization: Perception for design*. Waltham, MA: Elsevier.

VACANA JOURNAL