

กลวิธีทางภาษาในการพูดเพื่อการสร้างแรงบันดาลใจของ สินธุเสน เขจรบุตร

วันที่รับบทความ: 6 กุมภาพันธ์ 2564 / วันที่แก้ไขบทความ: 28 มีนาคม 2564 / วันที่ตอบรับบทความ: 7 เมษายน 2564

วริฐฐา ศรีช่วย

ธนสิน ชุตินธรานนท์

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ประเภทและลักษณะของทำเนียบภาษา ตลอดจนสังเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทำเนียบภาษากับเนื้อหาต่างประเภทในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของ สินธุเสน เขจรบุตร ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ตัวบท และการวิเคราะห์เนื้อหา โดยเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลเนื้อหาในคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ในเฟซบุ๊กแฟนเพจ K.S. Khunkhao จำนวน 30 คลิป ก่อนนำมาตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าเพื่อความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ประเภทและลักษณะของทำเนียบภาษาที่ สินธุเสน เขจรบุตร ใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ จำแนกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ทำเนียบภาษาตามประเภทไวยากรณ์ พบการใช้คำที่ปรากฏเป็นลักษณะเด่นจำนวนทั้งสิ้น 11 ประเภท และ 2) ทำเนียบภาษาตามกลุ่มความหมาย การสังเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทำเนียบภาษากับเนื้อหาต่างประเภทในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของ สินธุเสน เขจรบุตร ประกอบด้วยเนื้อหาต่างประเภทจำนวน 2 กลุ่มหลัก คือ 1) ประเภทเนื้อหาด้านการดำเนินชีวิต และ 2) ประเภทเนื้อหาด้านความสัมพันธ์ ที่ส่งผลต่อลักษณะการใช้ทำเนียบภาษาที่แตกต่างกัน ซึ่งลักษณะการใช้ภาษาดังกล่าวข้างต้นมีความสำคัญต่อการสร้างเอกลักษณ์ของผู้พูดในฐานะนักสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ฟังหลากหลายกลุ่มอย่างครอบคลุม ตลอดจนเสนอแนะทางการออกแบบโครงสร้างสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของสินธุเสน เขจรบุตร ที่มีลักษณะเด่นทั้งใน ส่วนนำ ส่วนเนื้อหา และ ส่วนสรุป โดยมีแนวทางการเล่าเรื่องที่สอดคล้องกับความคุ้นเคยของคนไทยคล้ายการฟังนิทานอีสปที่เริ่มต้นด้วยสถานการณ์และทิ้งท้ายด้วยข้อคิด หลังจากนั้นจะเป็นการกล่าวลาด้วยการอวยพรเพื่อแสดงความปรารถนาดี

คำสำคัญ: ทำเนียบภาษา, การสร้างแรงบันดาลใจ, วาทนิพนธ์, นักพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

วริฐฐา ศรีช่วย (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2563, E-mail: warittha.sc@gmail.com) และธนสิน ชุตินธรานนท์ (ค.ด. สาขาวิชาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559) ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาภาษาไทยและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งจากโครงการวิชาชีพเรื่อง “กลวิธีทางภาษาในการพูดเพื่อการสร้างแรงบันดาลใจของ สินธุเสน เขจรบุตร ของ วริฐฐา ศรีช่วย ซึ่ง ผศ.ดร. ธนสิน ชุตินธรานนท์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิชาชีพ

Language Strategies for Inspiring Speech

by Sindhusen Khaejornbut

Received: February 6, 2021 / Received in revised form: March 28, 2021 / Accepted: April 7, 2021

Warittha Srichuay

Thanasin Chutintaranond

Abstract

The research methods used were of mixed methods that aim to analyze the types and characteristics of language register, also synthesize the relationships between the language register and the different contents in the inspiring speech by SINDHUSEN KHAJORN BUT. The textual analysis and content analysis were used in this research, collected data from the content sources in 30 video clips that were published on SINDHUSEN KHAJORN BUT's Facebook fan page, under the name of K.S. Khunkhao. Methodological triangulation was used for accuracy and completeness of the information. the result found that the types and characteristics of the language register that SINDHUSEN KHAJORN BUT used in the inspiring speech included data analysis and use of words categorization as the language register into 2 parts: 1) Language register according to grammar types; there were 11 types of distinctive use of word and 2) Language register according to meaning groups was divided into 6 groups. Synthesis of the relationships between the language register and the different contents in the inspiring speech by SINDHUSEN KHAJORN BUT consisted with 2 main groups as 1) Lifestyle and 2) The human relationships which affect the way to use the language register. As mentioned above, uses of language are important for creating the identity of the speaker as an inspiration to the audiences as well as reflect the guidelines of outstanding content structure design for Sindhusen Khaejornbut's Inspiring speech. This includes the part of the introduction the content and the summary which corresponded with the familiarity of Thai people on listening to Animal Tales that begun by scenario and ended with commentaries. Then, it would be blessing goodbye for wishing well.

Keyword: Register, Inspiring Speech, Speech Composition, Life Coach

Warittha Srichuay (M.A. (Communication Arts), Chulalongkorn University, 2020, E-mail: warittha.sc@gmail.com) and Thanasin Chutintaranond, Ph.D. ((Higher Education), Faculty of Education, Chulalongkorn University, 2016) He is currently appointed as Assistant Professor, Department of Speech Communication and Performing Arts, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, Thailand.

This article is part of an Independent Study entitled "Language Strategies for Inspiring Speech by Sindhusen Khaejornbut" written by Warittha Srichuay, whom Asst. Prof. Thanasin Chutintaranond, Ph.D. is her advisor.

บทนำ

เซ็นเกอร์ ฟอล์คแมน (Zenger Folkman) สถาบันด้านการพัฒนาภาวะผู้นำ ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในระดับโลก ได้ศึกษาวิจัยและชี้ให้เห็นประเด็นความสำคัญของแรงบันดาลใจ (The Importance of Inspiration) โดยพบว่า ผู้จัดการที่มีความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจจะสามารถสร้างอิทธิพลเชิงบวกต่อผู้ใต้บังคับบัญชาและเพิ่มระดับความผูกพันต่องานและต่อองค์กรสูงขึ้น อีกทั้งยังทำให้พวกเขามีความมุ่งมั่นทุ่มเทและมีความกระตือรือร้นในการทำงานมากยิ่งขึ้น รวมถึงสามารถรักษา (Retain) บุคลากรให้คงอยู่กับองค์กรได้ยาวนานกว่าด้วยผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น (John H. Zenger, Joseph R. Folkman and Scott K. Edinger, 2009) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การสร้างแรงบันดาลใจเป็นทักษะความสามารถที่สำคัญของผู้บังคับบัญชา เพราะหากผู้ใต้บังคับบัญชา รู้สึกไม่มีความสุขในการทำงาน อาจถึงขั้นส่งผลให้บุคคลนั้นไร้คุณค่าในสายตาต่อองค์กร ผู้ร่วมงาน และผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสุดท้ายอาจจะรู้สึกไร้คุณค่าในความรู้สึกของตนเองด้วย

“Inspiration” แปลว่า “แรงบันดาลใจ” หมายถึง “ลมหายใจ” ซึ่งเป็นรากศัพท์ของคำว่า “Spirit” ที่แปลว่า “จิตวิญญาณ” คำกริยา “To inspire” โดยรากศัพท์แปลว่า “การผ่านลมหายใจหรือการผ่านจิตใจของคนหนึ่งเข้าไปในอีกคนหนึ่ง” ลมหายใจหรือจิตใจที่ผ่านเข้าไปนี้ จึงเปรียบเสมือนสิ่งที่ทำให้ผู้รับนั้น ดำเนินชีวิตหรือดำรงชีวิตอยู่ได้ (ดุฎฎิ โยเหลา, วิไลลักษณ์ ลังกา, ศรีณย์ พิมพ์ทอง และ นริศรา พิงโพธิ์สภ, 2556) จากนิยามดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า แรงบันดาลใจเกี่ยวข้องกับการที่บุคคลหนึ่งมีความจับใจ ประทับใจ เลื่อมใส ศรัทธา ในแนวคิด ที่กำกับให้คน ๆ หนึ่ง มีพฤติกรรมหรือทัศนคติอย่างใดอย่างหนึ่งอันเหนียวแน่น จนกลายเป็น *พลัง หลักการ* และเป็น *ตัวตน* ในที่สุดสอดคล้องกับที่อริสโตเติล (Aristotle) นักปรัชญาชาวกรีกได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ซึ่งเป็นสัตว์สังคมไว้ว่า “มนุษย์ไม่สามารถมีชีวิตอยู่ได้โดยลำพัง หากมนุษย์นั้นอยู่อย่างโดดเดี่ยว การดำเนินชีวิตก็จะเป็นไปอย่างจำกัด ซึ่งการอยู่กันเป็นสังคมนั้นจะเพิ่มโอกาสในการอยู่รอดจากสภาวะแวดล้อมมากขึ้น”

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสังคมปัจจุบันเป็นยุคที่สังคมตกอยู่ใต้อิทธิพลของข้อมูลข่าวสาร บริการ และเทคโนโลยี เมื่อคนส่วนใหญ่มาอยู่รวมกันเป็นสังคม ย่อมทำให้เกิดความกังวล ความกดดัน อันเนื่องมาจากความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยม และสถานะทางสังคมได้ (ปวีณสุดา เนื่อคลอง, ปาริชาติ แก้วนวน, พัชรพรรณ ดั่งสุข, สมิตร์ชาต พุมมา และ อลิสา คุ่มเคี่ยม, 2562) ซึ่งงานวิจัยของเกษดา จารรัตน์ (2557) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้และทัศนคติของผู้ใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) กรณีศึกษาจากเกิลพลัส (Google+) พบประเด็นที่น่าสนใจว่า พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกหาทางออกในปัญหาที่เกิดขึ้นหรือความเครียดในเรื่องต่าง ๆ จากการฟังสื่อของนักคิด นักเขียนในการสร้างแรงบันดาลใจจากการใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค (เอธิกา เอกวาริสกุล และปัทมา พัฒน์พงษ์, 2562)

สินธุเสน เขจรบุตร หรือ ชุนเขา คือหนึ่งในนักพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจชาวไทยในฐานะ “นักคิดรุ่นใหม่” คนหนึ่งที่ประสบความสำเร็จจนมีจำนวนคนติดตามจำนวนมากและมีชื่อเสียงในโลกออนไลน์ ซึ่งบางคลิปวิดีโอที่มียอดวิวสูงเป็น หลักล้านวิว โดยผู้พูดเป็นนักจิตวิทยาพัฒนาสมอง ผู้สำเร็จการศึกษาด้านจิตวิทยาที่ Australian National University มหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศออสเตรเลีย ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้สารนั้นสามารถเข้าถึงและเป็นที่จดจำของเหล่าบรรดาผู้ติดตาม (Follower) ได้ คือ กลวิธีการใช้ภาษาด้วยการพูดที่เป็นเอกลักษณ์ อันเป็นสิ่งเราที่ใช้ในการสื่อสารอันมีผลต่อการรับรู้ของบุคคลเป็นอย่างมาก ซึ่งต้องอาศัยการเรียนรู้และฝึกฝนทักษะ จนทำให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อถือ ศรัทธา คล้อยตาม และสามารถปฏิบัติตามได้ในที่สุด เรียกว่า “วาทศิลป์” (วรวิทย์ ภักดีบุรุษ, 2552)

ด้วยเหตุที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาและสังเคราะห์ข้อมูลกลวิธีทางภาษาในการพูดสำหรับสถานการณ์ในบริบทเฉพาะ¹ ที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของสินธุเสน เขจรบุตร จนทำให้ได้รับกระแสความนิยมนตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้

สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นสิ่งที่นักนิเทศศาสตร์ควรให้ความสำคัญและคำนึงถึงคุณสมบัติของภาษาที่ใช้สื่อสารให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนเทคโนโลยีการสื่อสารในสังคมยุคโลกาภิวัตน์ เพื่อเป็นพื้นฐานให้สามารถนำความรู้ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้กับงานด้านสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์ในลักษณะเดียวกัน อันจะเกิดผลสัมฤทธิ์ทางการสื่อสาร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ประเภทและลักษณะของทำเนียบภาษาที่ สินธุเสน เขจรบุตร ใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ
2. เพื่อสังเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทำเนียบภาษากับเนื้อหาต่างประเภทในการสื่อสาร เพื่อสร้างแรงบันดาลใจของ สินธุเสน เขจรบุตร

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

กลวิธีทางภาษา หมายถึง ทำเนียบภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

ทำเนียบภาษา หมายถึง ภาษาที่เกิดจากวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจของสินธุเสน เขจรบุตร โดยในงานวิจัยนี้ ศึกษาเฉพาะลักษณะการใช้คำที่ปรากฏในการสื่อสาร

ระบบคำในภาษาไทย หมายถึง การวิเคราะห์ระบบของคำในภาษาไทย สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยมุ่งให้ความสนใจกับการใช้ภาษา ในลักษณะของการใช้คำในมิติทำเนียบภาษาที่เชื่อมโยงกับความหมายและบริบทในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของสินธุเสน เขจรบุตร

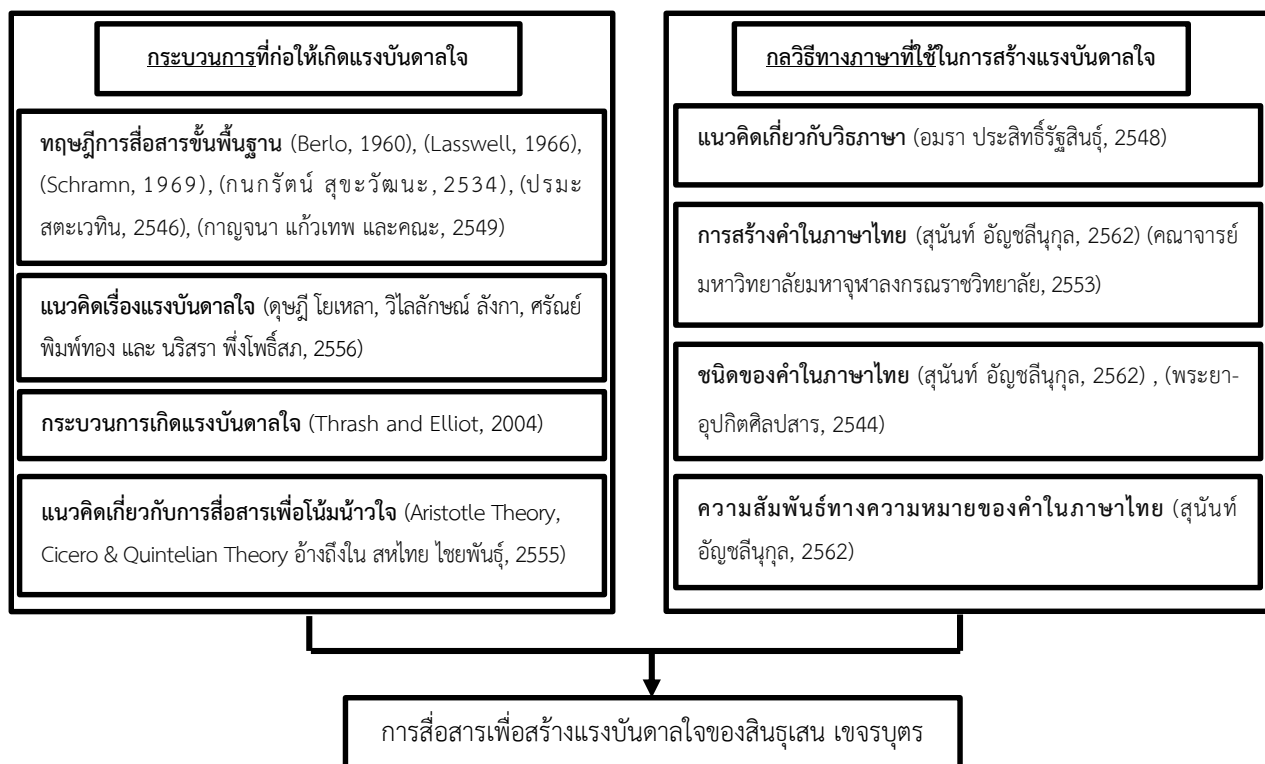
เฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook fanpage) หรือเพจ (Page) หมายถึง หน้าบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์สิ่งต่าง ๆ ของบุคคลที่มีชื่อเสียง และมีการเผยแพร่แบบสาธารณะ ในงานวิจัยนี้ คือ เฟซบุ๊กแฟนเพจของสินธุเสน เขจรบุตร โดยมีชื่อว่า K.S. Khunkhao

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษาวิเคราะห์ศึกษากลวิธีทางภาษาในมิติทำเนียบภาษาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของสินธุเสน เขจรบุตร โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาการสื่อสารฯ ดังกล่าวผ่านคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ในเฟซบุ๊กแฟนเพจภายใต้ชื่อว่า K.S. Khunkhao ซึ่งคลิปวิดีโอดังกล่าวที่ผู้วิจัยเลือกนำมาศึกษานั้นอยู่ในระหว่างตั้งแต่ปี 2559 – 2563 โดยมีความยาวระหว่าง 1 - 7 นาที รวมจำนวนทั้งสิ้น 30 คลิปวิดีโอที่มียอดวิวสูงที่สุด เพื่อให้แน่ใจว่าเป็นคลิปวิดีโอที่ได้รับความนิยมจากสมาชิกแฟนเพจ และประชาชนมากที่สุด

¹หรือเป็นทำเนียบภาษาหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ทำเนียบภาษา (register) หมายถึง วิธภาษาที่แตกต่าง จากวิธภาษาอื่น ๆ โดยพิจารณาจากการใช้ เช่น ใช้ต่างกันตามหน้าที่ สถานการณ์ วัตถุประสงค์และแวดวง ดังนั้น ภาษาที่ใช้ในสถานการณ์ที่เป็นทางการก็จัดว่าเป็นทำเนียบภาษาหนึ่ง ซึ่งต่างจากทำเนียบภาษาไม่เป็นทางการ ภาษากฎหมาย ภาษาแพทย์ก็เป็นทำเนียบภาษาเช่นเดียวกับภาษาโฆษณา และภาษาที่ใช้ในการเสนอข่าวกีฬา (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2548 : 8)

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง กลวิธีทางภาษาในการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของสินธุเสน เขจรบุตร เป็นการงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ภาษาในลักษณะของการใช้คำจากหนังสือ ชนิดของคำในภาษาไทย ของสุนันท์ อัญชลีกุล (2562) เป็นหลัก อันหมายรวมถึงการพิจารณาการจำแนกชนิดของคำตามแนวไวยากรณ์ดั้งเดิมที่มีแนวคิดจากจากหนังสือ *หลักภาษาไทย* ของพระยาอุปทิศศิลปสาร (2514) และความสัมพันธ์ทางความหมายของคำในภาษาไทย ตลอดจนวิเคราะห์ความหมายของคำในบริบทการสื่อสาร โดยอ้างอิงข้อมูลจากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานพุทธศักราช 2554 และ

การจัดหมวดหมู่ตามความหมายของคำจากหนังสือคลังคำของนวรรณ พันธุเมธา (2559) และเมื่อวิเคราะห์จนปรากฏเป็นทำเนียบภาษาตามประเภทไวยากรณ์และทำเนียบภาษาตามกลุ่มความหมายแล้ว ผู้วิจัยจึงนำผลของทำเนียบภาษาดังกล่าวมาสังเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างทำเนียบภาษากับเนื้อหาที่ต่างประเภทของเนื้อหาสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้ข้อมูลคลิป์วิดีโอที่มีการเผยแพร่ตั้งแต่แรกเริ่มการก่อตั้งเฟซบุ๊กแฟนเพจของสินธุเสน เขจรบุตร ตั้งแต่ปี 2559 จนถึงข้อมูล ณ ปัจจุบันของการทำวิจัยในปี 2563 รวมจำนวนทั้งสิ้น 30 คลิป์วิดีโอ ที่มียอดวิวสูงที่สุด (View Rate) โดยคณะปีของการเผยแพร่ เพื่อให้แน่ใจว่าเป็นคลิป์วิดีโอที่ได้รับความนิยมและความสนใจสูงสุดจากสมาชิกแฟนเพจหรือประชาชนทั่วไป

ผลการวิจัย

1. ประเภทและลักษณะของทำเนียบภาษาที่ สินธุเสน เจริญบุตร ใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

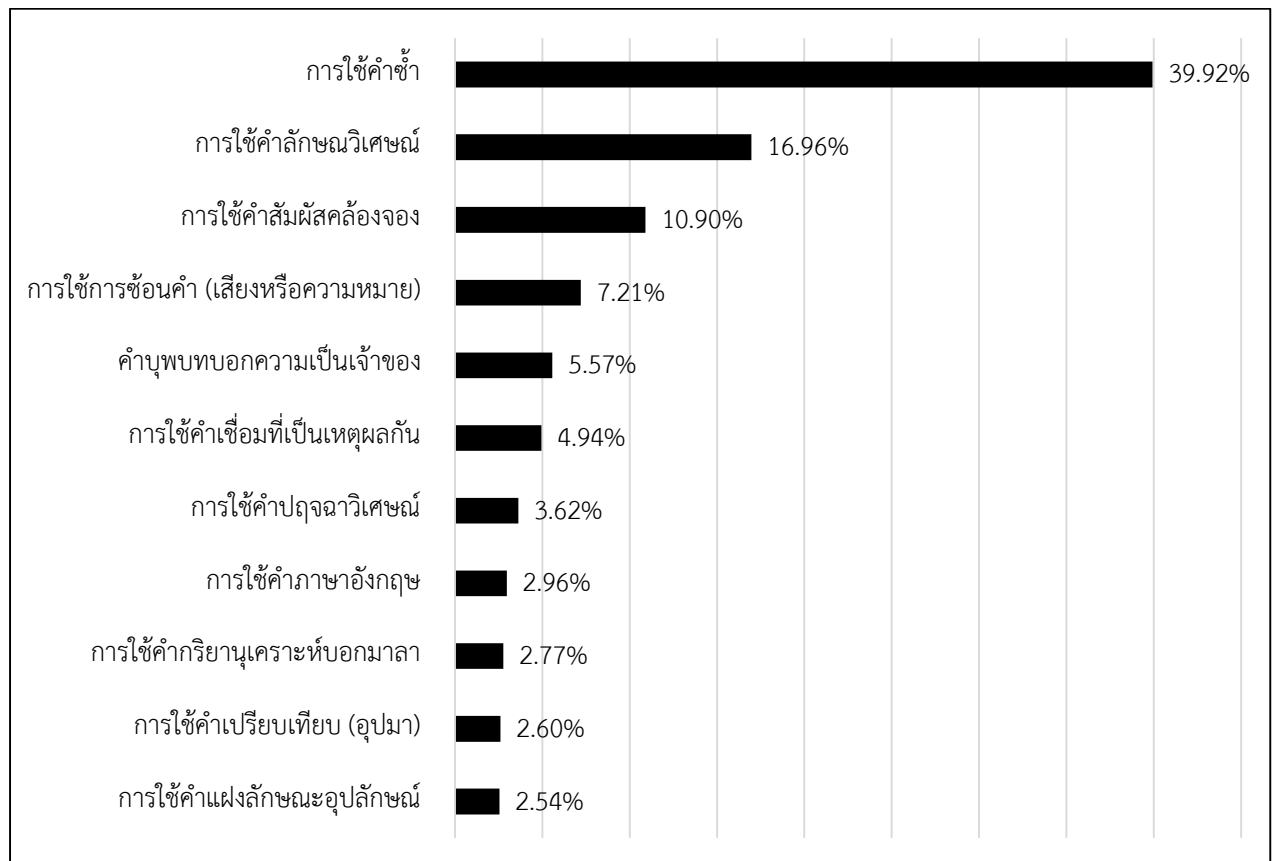
ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลและจำแนกประเภทการใช้คำในมิติทำเนียบออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ทำเนียบภาษาตามประเภทไวยากรณ์ และทำเนียบภาษาตามกลุ่มความหมาย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ทำเนียบภาษาตามประเภทไวยากรณ์

การใช้คำที่ปรากฏเป็นลักษณะเด่นในสื่อคลิปวิดีโอทัศนการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของ สินธุเสน

เจริญบุตร จำนวนทั้งสิ้น 11 ประเภท เรียงลำดับจากที่พบมากไปยังที่พบน้อย ได้แก่ การใช้คำซ้ำ การใช้คำลักษณวิเศษณ์ การใช้คำสัมผัสคล้องจอง การใช้การซ้อนคำ (ซ้อนเสียงหรือ ซ้อนความหมาย) คำบุพบทบอกความเป็นเจ้าของ การใช้คำเชื่อม (ที่เป็นเหตุผลกัน) การใช้คำปฏิเสธสรรพนาม การใช้คำภาษาอังกฤษ การใช้คำกริยานุเคราะห์บอกมาลา การใช้คำเปรียบเทียบ (อุปมา) และการใช้คำแฝงลักษณะอุปลักษณ์ ซึ่งสามารถสรุปผลการปรากฏเป็นลักษณะเด่นของแต่ละทำเนียบภาษา ดังที่แสดงในภาพที่ 1

ภาพที่ 1 แสดงทำเนียบภาษาตามประเภทไวยากรณ์ทั้งหมด 11 ประเภท



จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงลักษณะการใช้คำในมติทำเนียบภาษาตามประเภทไวยากรณ์ที่สินธุเสน เจริญบุตรใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในเฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยลักษณะการใช้คำที่ปรากฏมากที่สุดคือ การใช้คำซ้ำ คิดเป็นร้อยละ 39.92 รองลงมาคือ การใช้คำลักษณะพิเศษชนิดคิดเป็นร้อยละ 16.96 การใช้คำสัมผัสคล้องจอง คิดเป็นร้อยละ 10.90 การใช้การซ้อนคำ (เสียงหรือความหมาย) คิดเป็นร้อยละ 7.21 การใช้คำบุพบทบอกความเป็นเจ้าของ คิดเป็นร้อยละ 5.57 และการใช้คำเชื่อมที่เป็นเหตุผลกัน คิดเป็นร้อยละ 4.94 โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ลักษณะการใช้ทำเนียบภาษาตามประเภทไวยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์ทางความหมายของแต่ละประเภทของคำ ดังต่อไปนี้

1) การใช้คำซ้ำ ผู้วิจัยพบจำนวนการใช้ประเภทคำดังกล่าวมากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เน้นความหมาย แสดงความต่อเนื่องของการกระทำหรือเหตุการณ์นั้น ๆ และเน้นย้ำความสำคัญของเรื่องราวหรือการกระทำของตัวละครที่กำลังใช้สื่อสาร อย่างไรก็ตาม การใช้คำซ้ำที่สินธุเสนฯ ใช้สื่อสารในบริบทการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจมีความน่าสนใจที่ไม่ใช่เพียงแค่จำแนกวัตถุประสงค์การใช้ตามที่กล่าวมาข้างต้นเท่านั้น แต่ผู้พูดมักเน้นการซ้ำคำโดยการนำเดิมมาใช้ซ้ำในระดับวลี และในระดับประโยค เพื่อเล่นคำให้ผู้ฟังสามารถจดจำเนื้อหาและเพิ่มความน่าสนใจของสารได้ชัดเจนยิ่งขึ้นด้วยการใช้คำซ้ำที่มีความหมายกำกวม ให้สามารถเข้าใจถึงผู้รับสารได้มากที่สุดอย่างไม่มีข้อจำกัด แม้ไม่มีตัววัดที่ชัดเจน

ตัวอย่างที่ 1 “แต่มันไม่ได้แปลว่าคุณแย่กว่า ด้อยกว่า ไร้ค่ากว่า” อีกคนหนึ่งหรืออีกทางเลือกหนึ่ง”

(ทำไม่คุณถูกทั้ง 18/10/2561)

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า “กว่า” เป็นคำใช้เปรียบเทียบแสดงความยิ่งหรือหย่อนต่อ เช่น *มากกว่า น้อยกว่า ดีกว่า* (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) เมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่า คำดังกล่าวเป็นการซ้ำคำในระดับกลุ่มคำหรือวลี อย่างไรก็ตาม ในบริบทนี้ เป็นการใช้คำซ้ำเพื่อก่อให้เกิดการปลุกใจให้มีกำลังใจ ซึ่งสะท้อนอารมณ์ของผู้พูดที่กำลังสื่อความหมายว่า *ตัวเราเองไม่ได้แย่ไปกว่าแฟนใหม่ของแฟนเก่าแต่อย่างใดเลย* โดยการใช้คำซ้ำเพื่อแสดงการ

เปรียบเทียบขั้นกว่าในตัวอย่างข้างต้นนี้ ไม่มีหลักฐานอย่างเป็นประจักษ์ถึงการชี้วัดระดับความดีที่นำมาเปรียบเทียบกับระหว่างคนรักเก่าและคนรักปัจจุบัน

ตัวอย่างที่ 2 “เมื่อเรานั่งเงียบๆ อยู่กับตัวเองมากพอ เราจะเข้าใจ 3 อย่างนี้อย่างที่ท่าน ว. วัชร 1. ไม่ เทียง 2. ไม่ทน 3. ไม่แพ้”

(นี่คือธรรมชาติของจิตใจ 14/09/2561)

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า “ไม่” หมายถึง คำปฏิเสธความหมายของคำที่อยู่ถัดไป เช่น *ไม่กิน ไม่ได้* (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) อย่างไรก็ตาม การใช้คำดังกล่าวข้างต้นด้วยวิธีการซ้ำคำ นอกจากจะเป็นการใช้เพื่อเน้นความหมายแล้ว แต่ในบริบทการสื่อสารนี้ ผู้พูดยังใช้การซ้ำคำเพื่อเล่นคำอย่างชัดเจน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความประทับใจและสร้างการจดจำของสาร จนผู้ฟังสามารถนำไปใช้แบ่งปัน (Share) บนโลกออนไลน์ต่อไปได้ เช่น การนำไปตั้งสถานะในสังคมออนไลน์ หรือเกิดเป็นไวรัล (Viral) ในลักษณะที่ทำให้คนพูดถึงกันแบบปากต่อปาก จนเกิดเป็นกระแสขึ้นมาได้

2) การใช้คำลักษณะพิเศษ เป็นคำวิเศษณ์ที่ใช้ขยายบอกลักษณะเพื่อให้เกิดจินตภาพ

ตัวอย่างที่ 3 “ถ้าเราเปลี่ยนตรงนั้นได้ เราจะบรรลุล้ำก๊ลายเป็นคนใหม่ ที่แข็งแกร่ง เก่ง ฉลาด มีความสุข มีเมตตาดีกว่าเดิมจากการที่เราจะบรรลุลัยครั้งนั้นแต่เราไม่บรรลุลัย”

(ไม่ “บรรลุลัย” ก็ “บรรลุลัย” 10/04/2562)

จากตัวอย่างข้างต้น เมื่อพิจารณาความหมายของคำวิเศษณ์จากพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 จะให้ความหมายของคำว่า “ใหม่” หมายถึง เพิ่งมี เช่น *มาใหม่ รุ่นใหม่* หรือมีอีกนัยนอกจากที่เคยมีอยู่แล้ว คำว่า “แข็งแกร่ง” หมายถึง อดทนไม่ท้อถอย คำว่า “เก่ง” สามารถในทางใดทางหนึ่ง เช่น *เก่งคำนวณ เรียนเก่ง* และคำว่า “สุข” หมายถึง สบายกายสบายใจ เช่น *เดี๋ยวนี้เขายู่สุขสบายดี* โดยในบริบทนี้ ผู้พูดมักใช้คำลักษณะพิเศษดังกล่าวเพื่อแสดงการเปรียบเทียบขั้นกว่า ในที่นี้ คือ การ

เปรียบเทียบระหว่างการเป็นคนในแบบเก่า และการเป็นคนในแบบใหม่ที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่ดีขึ้นแล้ว นอกจากนี้ ผู้วิจัยมักพบการใช้ลักษณะพิเศษในลักษณะเชิงเปรียบเทียบขึ้นกว่าจำนวนบ่อยครั้ง เนื่องจากการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจเป็นการพูดเพื่อการโน้มน้าวใจในทางแนะนำหรือสั่งสอนให้ผู้ฟังปฏิบัติตาม การใช้คำลักษณะพิเศษในลักษณะเชิงเปรียบเทียบจึงเปรียบเสมือน “ผลลัพธ์” สำหรับผู้ฟัง โดยมักจะมีความ “กว่า” ควบคู่กับการใช้คำดังกล่าวด้วย โดยผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจว่า หากคำลักษณะพิเศษได้ถูกนำมาใช้กับคำนามที่เป็นคน ผู้พูดมักใช้คำพิเศษบอกลักษณะที่เป็นชนิด เช่น ดี ชั่ว เป็นต้น อย่างไรก็ตาม คำพิเศษที่บอกลักษณะที่เป็นขนาด เช่น ใหญ่ โต เล็ก กว้าง ยาว แคบ เป็นต้น มักใช้กับคำนามที่เป็นประเภทวัตถุหรือสิ่งของ เพื่อให้ผู้ฟังเกิดจินตนาการและเห็นภาพสิ่งที่ผู้พูดกำลังบรรยาย ดังตัวอย่างที่ 4

ตัวอย่างที่ 4 “ผมไปว่ายน้ำอยู่ที่สโมสรกองทัพบก แล้วรู้สึกว่ายว่ายน้ำที่สโมสรมันสวยมากเลย แล้วผมก็เลยคิดว่า เออทีน่ะ ถ้าเกิดว่าเราจะมีสระว่ายน้ำที่มีวิวที่ดูขนาดนี้และใหญ่ขนาดนี้ในบ้าน”

(ทำใจดี เมื่อเจอคนมีเจ้าของ 22/11/62)

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า “สวย” หมายถึง งาม น่าพึงพอใจ และ คำว่า “ดี” หมายถึง สวย งาม เช่น หน้าที่ดี เรียบร้อย เช่น มรรยาทดี เพราะ เช่น เลี้ยงดี อยู่ในสภาพปกติ เช่น สุขภาพดี (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) โดยในบริบทนี้ ผู้พูดมีจุดประสงค์เพื่อบรรยาย “สภาพ” ของสระว่ายน้ำโดยการใช้คำลักษณะพิเศษ ซึ่งจะทำให้ผู้ฟังเกิดจินตนาการภาพของสระว่ายน้ำจากการใช้คำดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

3) การใช้คำสัมผัสคล้องจอง เป็นลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาการใช้คำในภาษาไทย โดยเป็นคำที่มีเสียงสระเดียวกัน และถ้ามีตัวสะกดจะต้องอยู่ในมาตราเดียวกัน โดยในบริบทการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของสินธุเสน ฯ มีการใช้คำคล้องจองในรูปแบบถ้อยคำที่มีความยาวไม่มากนัก เพื่อให้ผู้ฟังจดจำสารได้ง่ายและเกิดความประทับใจ

ตัวอย่างที่ 5 “นักเรียนจะพัฒนาและเด็กจะฉลาดชาติจะเจริญเอง” (คำขวัญวันเด็กประจำปี พ.ศ. 2516)

(ครูไทยห่วย? หรือเด็กไทยโง่ 15/01/2562)

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า “ฉลาด” และคำว่า “ชาติ” เป็นคำคล้องจองกัน โดยมีตัวสะกดอยู่ในมาตราเดียวกัน คือ แม่กด คำว่า “ฉลาด” หมายถึง ฉลาดแหลมไหวพริบดี ปัญญาดี ส่วนคำว่า “ชาติ” หมายถึง เหล่ากอ เทือกเถา เผ่าพันธุ์ เช่น ชาตินักรบ ชาติไพร่ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

ตัวอย่างที่ 6 “ความเจ็บปวดนี้จะผ่านไป แต่ความยิ่งใหญ่ของผลงานเราจะคงอยู่ จงสู้ต่อไปจนกว่าแสงสว่างของชีวิตใหม่จะคืนมา นอกจากนั้นในช่วงเวลาที่เรารู้สึกเหนื่อย เราจะยิ่งเล่าเรื่องได้ลึกซึ้งงดงาม จินตนาการเปลี่ยนความเจ็บเป็นความจริง ที่วิ่งผ่านไปตามตัวอักษรและจะเปลี่ยนความเสียใจเป็นบทกลอนที่สอนให้คนเห็นธรรม”

(สิ่งที่คนสำเร็จมีเหมือนกันทุกคน คือ.....? 06/03/2563)

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้พูดได้ใช้คำคล้องจองในหลายตำแหน่งเพื่อให้ภาษาเกิดความไพเราะและน่าจดจำมากขึ้น ได้แก่คำว่า “ไป” หมายถึง เคลื่อนจากตัวผู้พูด เช่น เขาไปตลาด เขาเซ็นเรือไม่ไปเพราะเรือเกยตื้น คำว่า “ใหญ่” หมายถึง มีขนาดโต คำว่า “ใหม่” หมายถึง เพิ่งมี เช่น มาใหม่ รุ่นใหม่ คำว่า “เศร้า” หมายถึง สลด ระทด หมอง ไม่เบิกบาน เป็นทุกข์ คำว่า “จริง” หมายถึง เป็นอย่างนั้นแน่แท้ ไม่กลับเป็นอย่างอื่น เช่น ข้อนี้เป็นความจริง คำว่า “วิ่ง” หมายถึง การยกขาของขึ้นแล้วเหยียดไปแตะพื้น ข้างหน้าสลับกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ร่างกายเคลื่อนที่ไปโดยเร็ว เช่น คนวิ่งไปวิ่งมา คำว่า “อักษร” หมายถึง ตัวหนังสือ วิชาหนังสือ เช่น ฉลาดรอบรู้ในอักษรสยาม คำว่า “บทกลอน” หมายถึง คำประพันธ์ที่เป็นบทร้อยกรอง และคำว่า “สอน” หมายถึง บอกวิชาความรู้ให้ เช่น ครูสอนหนังสือนักเรียน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) โดยประกอบไปด้วยตัวสะกดอยู่ในมาตราเดียวกันและสระที่มีเสียงเดียวกัน ได้แก่ เสียงสระไอ คือ ไป - ใหญ่ - ใหม่ เสียงสระเอา คือ เศร้า - เล่า คำที่อยู่ในมาตราแม่กง คือ จริง - วิ่ง และคำที่อยู่ในมาตราแม่กน คือ อักษร - บทกลอน - สอน

4) การใช้การซ้อนคำ (เสียงหรือความหมาย)

เป็นการนำคำที่มีความสัมพันธ์กันทางเสียงหรือความหมายที่เหมือนกัน โกล้เคียงกัน หรือตรงกันข้ามกันมาประสมรวมกัน ซึ่งอาจเกิดความหมายใหม่หรือมีความหมายเดิม ในงานวิจัยนี้ พบการซ้อนคำทั้งทางเสียงและความหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มน้ำหนักความหมายของสารให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เนื่องจากหากพูดเพียงคำเดียวอาจทำให้เข้าใจความหมายผิดพลาดหรือไม่ตรงกันกับสิ่งที่ผู้พูดต้องการจะสื่อสารได้ และเห็นภาพหรือระดับการบอกลักษณะของคำที่ไม่ชัดเจน

ตัวอย่างที่ 7 “แก้วราคาอย่างดีเขาจะไม่รินไวน์
ราคาแพงในแก้วราคาชั้นถูก ราคาต่ำ ส่วนแก้วพลาสติกดู
เน่าอย่างนี้ก็จะไปรองน้ำสกปรกโสโครก”

(วิธีวัดระดับจิตของตัวเอง 18/10/2561)

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า “สกปรกโสโครก” เป็นการซ้อนคำเพื่อความหมาย โดยการนำคำที่มีความหมายเหมือนกันอย่างสมบูรณ์มาซ้อนกันตั้งแต่ 2 คำขึ้นไป โดยประกอบด้วยคำว่า “สกปรก” หมายถึง เปราะหรือเปื้อนด้วยสิ่งที่ไม่ดีว่าน่าเกลียดหรือไม่พึงประสงค์ เช่น เสื้อผ้าสกปรก เนื้อตัวสกปรกด้วยฝุ่นละออง มาประกอบกับคำว่า “โสโครก” หมายถึง สกปรก เปื้อนเปราะน่ารังเกียจ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) โดยในบริบทนี้ ถึงแม้จะเป็นการซ้อนคำที่มีความหมายเหมือนกัน แต่เจตนาที่ผู้พูดใช้คำซ้อนลักษณะดังกล่าวเพื่อเป็นการเพิ่มน้ำหนักของความหมายให้มากและชัดเจนยิ่งขึ้น เนื่องจากหากพูดเพียงคำเดียวอาจทำให้เข้าใจความหมายผิดพลาดหรือไม่ตรงกันกับสิ่งที่ผู้พูดต้องการจะสื่อสารได้ และเห็นภาพหรือระดับการบอกลักษณะของคำที่ไม่ชัดเจน

ตัวอย่างที่ 8 “ให้เราเอาใจของเราไปจดจ่อไว้ที่
เป้าหมาย และความฝันของเราตลอดเวลาแล้วเราจะไม่เหงา
เลย”

(วิธีเอาชนะความเหงา 24/03/2562)

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้พูดใช้คำซ้อนได้แก่คำว่า “จดจ่อ” โดยเป็นการซ้อนคำเพื่อเสียง จากการนำคำที่มีเสียงคล้ายกันมาซ้อนกัน ซึ่งมีเสียงพยัญชนะต้นเหมือนกัน แต่เสียงสระต่างกันมาซ้อนกัน เพื่อให้ออกเสียงง่ายขึ้น อีกทั้ง เนื่องจากคำไทยที่มีสระและพยัญชนะเดียวกัน ถ้าเสียงวรรณยุกต์ต่างกันเพียงเล็กน้อย อาจทำให้ความหมายของคำก็จะแตกต่างกันไปด้วย ถ้าฟังผิดเพี้ยนไปหรือฟังไม่ถนัด ก็จะทำให้ผู้ฟังเข้าใจความหมายผิดพลาดได้ ดังนั้น ผู้พูดจึงต้องมีการซ้อนคำเพื่อกำกับความหมายให้ชัดเจน โดยในบริบทดังกล่าวนี้เป็นคำว่า “จดจ่อ” มีความหมายว่า มีใจฝักใฝ่ผูกพันอยู่ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

5) การใช้คำบุพบทบอกความเป็นเจ้าของ

โดยในบริบทการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจเพื่อบอกความเป็นเจ้าของเพื่อแสดงความเจาะจงระหว่างผู้พูดและผู้ฟังว่ากำลังกล่าวถึงสิ่งใด และใครเป็นผู้ครอบครองสิ่งนั้นอยู่

ตัวอย่างที่ 9 “เพราะฉะนั้น จำไว้ว่าถ้าเกิดคุณไป
อาฆาตแค้นคนที่ต่ำกว่าคุณ แสดงว่าระดับจิตของคุณอยู่ต่ำกว่าเขา”

(วิธีวัดระดับจิตของตัวเอง 06/06/2562)

ตัวอย่างที่ 10 “คือเมื่อไม่นานมานี้มีแฟนคลับส่ง
รูปมาให้ผม จากร้าน B2S เซ็นทรัล เฟสติวัล พัทยา เป็น
หนังสือของผมที่ขึ้นแท่น Best-seller หน้าร้านพร้อมกัน 9
เล่ม”

(สิ่งที่คนสำเร็จมีเหมือนกันทุกคน คือ.....? 6/03/2563)

จากทั้งสามตัวอย่างข้างต้น คำว่า “ของ” มีความหมายเหมือนคำว่า “แห่ง” โดยเป็นการใช้สำหรับนำหน้านามที่เป็นผู้ครอบครอง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) โดยในบริบทนี้ ผู้พูดได้ใช้คำบุพบทบอกความเป็นเจ้าของเพื่อแสดงความเจาะจงระหว่างผู้พูดและผู้ฟังว่ากำลังกล่าวถึงสิ่งใด และใครเป็นผู้ครอบครองสิ่งนั้นอยู่ โดยในงานวิจัยนี้คำว่า “ของคุณ” ปรากฏการใช้ในจำนวนบ่อยครั้งมากกว่าสรรพนามอื่น ๆ แม้จะเป็นสรรพนามที่มีความหมายคลุมเครือและกำกวมที่อาจไม่ชัดเจน แต่กลับให้ความหมายกว้างและครอบคลุม และช่วยยกระดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้พูดและผู้ฟังให้รู้สึกพิเศษให้ความรู้สึกเหมือนผู้ฟังกำลังสนทนาจริงกับผู้พูด

6) การใช้คำเชื่อมที่เป็นเหตุผลกัน พบการใช้คำว่า “เพราะฉะนั้น” ปรากฏเป็นลักษณะเด่นของผู้พูดอย่างชัดเจนเพื่อใช้สรุปความในช่วงสุดท้ายของคลิปวิดีโอ และเพื่อเป็นการทบทวนและบอกเหตุผลของสิ่งที่สื่อสารไปตั้งแต่ช่วงต้นของเนื้อหาว่า จุดประสงค์ของการพูดครั้งนี้คืออะไร ผู้ฟังควรต้องปฏิบัติตามอย่างไรต่อไป รวมถึงต้องการทั้งท้ายด้วยข้อคิด ซึ่งผู้พูดมักใช้ควบคู่กันก่อนประโยคที่มีคำกริยาว่า “ฝาก” ที่หมายถึง การมอบให้ไว้หรือตามด้วยประโยคคำสั่งอย่าง “จงจำไว้ว่า” และส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นเพียงแค่ครั้งเดียวต่อการใช้ในคลิปวิดีโอเท่านั้น

ตัวอย่างที่ 11 “การโพสต์นั้นเพื่อเป็นการโพสต์ที่เรียกร้องความสนใจ แต่ให้คุณค่าน้อย ผมพยายามที่จะไม่ทำ เพราะฉะนั้น ผมแค่ฝากตรงนี้ไปกับทุกคนเท่านั้นแหละครับว่า ครั้งหน้าที่เราจะโพสต์อะไร ถามตัวเองเถิดว่าเราทำเพื่อจะเรียกร้องความสนใจ หรือเพื่อจะให้คุณค่าออกไป”

(โพสต์เพื่ออะไร 29/07/2562)

ตัวอย่างที่ 12 “เพราะฉะนั้น จึงอยากจะฝากเป็นข้อคิดสุดท้ายนี้ไว้ครับว่า ถ้าเราดี เวลาจะพาคนไม่ดีออกไปจากชีวิตเราเอง แต่ถ้าเราไม่ดี เวลาจะพาคนดี ๆ ออกไปจากชีวิตเราเอง เพราะฉะนั้น ดี จึงดึงดูด ดี นี่แหละคือวิถีวัดระดับจิตของตัวเอง”

(วิถีวัดระดับจิตของตัวเอง 6/06/2562)

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า “เพราะฉะนั้น” หมายถึง คำสำหรับนำหน้าความที่บอกผลหรือข้อสรุป (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) โดยการใช้วลีลักษณะนี้เป็นการสรุปความในรูปแบบวรรณคดีคำสอน (Didactic Literature) สอดคล้องกับความคุ้นเคยของคนไทยมานานคล้ายการฟังนิทานอีสปที่มักทั้งท้ายด้วยประโยคว่า “เรื่องนี้สอนให้รู้ว่า” จากแนวทางการสรุปความดังกล่าวนี้ สะท้อนความคิดของผู้ส่งสารว่า สารที่ส่งออกไปยังผู้รับสารไม่สามารถรับได้เท่ากันทั้งหมด อาจมีการตีความผิดหรือเข้าใจผิดไป ด้วยความตั้งใจของผู้ส่งสารที่ต้องการให้ผู้รับสารในทิศทางเดียวกัน

การใช้คำเชื่อมที่เป็นเหตุเป็นผลกันจึงมีบทบาทสำคัญในการช่วยป้องกันความผิดพลาดของสารที่ส่งออกไป

7) การใช้คำปฤจฉาวิเศษณ์ เป็นคำวิเศษณ์ที่แสดงความสงสัยหรือใช้ในคำถาม เพื่อถามกลับไปยังคนฟังให้คิดตาม อีกทั้งยังทำให้ผู้ฟังรู้สึกเหมือนกับว่าพวกเขาได้สนทนากับผู้พูดจริง ๆ หรือรู้ดีกว่าผู้พูดอยู่ต่อหน้าในลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง รวมถึงเพื่อสร้างความแน่ใจว่า ผู้ฟังกำลังรับฟังและไม่ได้หลุดจากประเด็นในสิ่งที่ผู้พูดกำลังสื่อสาร นอกจากนี้ ยังพบประเด็นที่น่าสนใจจากผลการใช้คำปฤจฉาวิเศษณ์ในบริบทการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของสินธุเสน เขจรบุตร โดยพบว่าเป็นการใช้แสดงอาการเสียดสี หรือประชดประชัน และเพื่อเป็นการตอกย้ำ เราอารมณ์ให้ผู้ฟังรู้สึกสะเทือนใจอีกด้วย ซึ่งจากทั้งหมดที่กล่าวมานี้ ผู้พูดไม่ได้มีเจตนาถามเพื่อที่จะได้รับคำตอบ แต่เป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้ตัวสารในการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องคำวิเศษณ์: ลักษณะเด่นทางภาษาของวัยรุ่นไทย (อาภิสรา พลรัตน์ และกิตติมา อินทรมพรรย์, 2558) ซึ่งผู้วิจัยได้กล่าวว่า การตั้งคำถามโดยการใช้คำลักษณะเช่นนี้ ทางวัจนปฏิบัติศาสตร์เรียกว่า วาทศิลป์ (Rhetoric) เป็นวัจนกรรมอันที่ใช้รูปประโยคของถ้อยคำที่ทำหน้าที่ไม่ตรงตามรูปประโยคซึ่งเป็นรูปประโยคคำถาม (Interrogative) แต่ไม่มีเจตนาถามหรืออยากได้รับคำตอบใดจากผู้ฟัง

ตัวอย่างที่ 13 “ลองคิดดูดี ๆ นะฮะว่า อะไรทำให้คุณอิจฉาคน ๆ หนึ่ง? ถ้าคุณลองคิดดูดี ๆ คุณจะพบว่า มันคือความสุขของเขาเสมอ”

(คุณแพ้เขา ตั้งแต่คุณเริ่มอิจฉาเขาแล้ว 03/06/2562)

จากตัวอย่างข้างต้น “อะไร” คือ การแสดงคำถาม เช่น อะไรอยู่ในตู้ คำใช้แทนนามที่ไม่เฉพาะเจาะจง เช่น อะไรก็เกิดขึ้นได้เสมอ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) โดยในบริบทนี้ ผู้พูดต้องการถามกลับไปยังคนฟังให้คิดตาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ เปิดประเด็น สร้างความสนใจก่อนเข้าสู่ช่วงเนื้อหาของคลิปวิดีโอ

ตัวอย่างที่ 14 “ลองนึกภาพนะครับคุณขับรถเฟอร์รารีหรือแลมโบกินีอยู่บนถนน แล้วก็มียอดมือสามที่แบบ 20 ปีที่แล้วเก่าโคตร ซาเล้งอะ ไช้กระจกกลงมาแล้วถามว่าเฮ้ย มาชนกันปะ? แล้วดูว่าใครเก่งกว่ากัน ถามว่าคุณจะชนไหม จะชนทำไม? โง่สิครับ คุณเป็นรถแลมโบกินีแล้วคุณจะไปชนกับซาเล้งทำไม?”

(เมื่อมีคนมาด่าคุณ คุณจะเป็นรถราคาเท่าไร 16/09/2561)

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้พูดมีวัตถุประสงค์ของการใช้คำดังกล่าวเพื่อแสดงอาการเสียดสีอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการสั่งสอน โดยในบริบทนี้ โดยผู้พูดใช้รุ่นของรถยนต์มาเปรียบเทียบกับให้คุณค่าของตนเองว่าตัวเราวางตัวเองไว้อยู่ระดับใด และไม่ควรนำตัวเองเข้าไปแลกกับอะไรก็ตามที่ไม่คู่ควร

8) การใช้คำภาษาอังกฤษ ผู้วิจัยพบการใช้คำในภาษาต่างประเทศ 3 ลักษณะ ได้แก่ การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ การใช้ภาษาอังกฤษแทนการใช้คำภาษาไทย และการใช้ภาษาอังกฤษกำกับคำศัพท์เฉพาะ นอกจากนี้ ยังพบว่า ในบริบทการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจนั้น ผู้พูดได้พยายามยกกรณีศึกษา (Case Study) จากบุคคลที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศมาใช้ เพื่อเล่าเรื่องราวได้อย่างมีอรรถรส กินใจ และประทับใจมากขึ้น จึงทำให้การใช้คำภาษาอังกฤษมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการสื่อสาร เนื่องจากหากแปลเป็นภาษาไทยแล้ว อาจทำให้ความหมายผิดเพี้ยน

ตัวอย่างที่ 15 “แต่ถ้าเราแบบตัวอยู่แล้วเราก็มามีแชร์ (Share) ว่าเราเกิดมารวยยังงี้ และตอนนี้ก็ยิ่งรวยยังงี้ อยู่ คนก็จะแบบ โอเค แล้วไงวะ”

(ข้อดีของความจน 10/08/2562)

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า “แชร์” เป็นคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ โดยมาจากคำว่า “share” แปลว่า “แบ่ง” แทนการใช้คำภาษาไทย โดยหากพิจารณาความหมายของคำว่า “แชร์” ตามราชบัณฑิตยสถาน (2554) จะหมายความว่า การลงหุ้นเป็นจำนวนเงินและตามวาระที่กำหนดแล้ว ประมวลว่าจะให้ดอกเบี่ยเท่าไร ผู้ลงหุ้นที่ให้ดอกเบี่ยสูงสุดจะได้รับเงินก่อน เวียนไปจนครบจำนวนผู้ถือหุ้น เรียกการลงหุ้นเช่นนั้น ว่า เล่นแชร์ อย่างไรก็ตาม ในบริบทนี้ หมายถึง การ

แบ่งปันประสบการณ์ของบุคคลนั้นว่า ทำอย่างไรถึงจะประสบความสำเร็จจนมีฐานะร่ำรวยอย่างที่เห็นในทุกวันนี้

ตัวอย่างที่ 16 “ทำให้มันเวิร์ค (Work) ได้แต่ทำในร่างใหม่ หรืออีกอย่างหนึ่งปล่อยไปเลยโดยที่คิดว่ามอธ (Mourn) ภาษาไทย ก็คือ ไว้ทุกข์ให้กับคนๆ นั้นที่ตายไปแล้ว เหมือนกับเวลาที่เรามีคนที่รักตาย ไม่ว่าจะเป็นหมาแมวหรือญาติ ปู่ ย่า ตา ยาย ที่เสียชีวิตคุณก็จะไว้อาลัยเขา”

(ตัดใจจากแฟนเก่าใน 3 นาที 19/11/2561)

จากตัวอย่างข้างต้น มีการใช้คำภาษาอังกฤษ 2 ลักษณะ คือ คำว่า “เวิร์ค” เป็นคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ โดยมาจากคำว่า “work” แปลว่า “ใช้การได้” แทนการใช้คำภาษาไทย ในขณะที่คำว่า “มอธ” หรือ “Mourn” หมายความว่า “เศร้าโศก เสียใจ ไว้อาลัย ไว้ทุกข์” เป็นการใช้คำกำกับศัพท์เฉพาะ กล่าวคือ การพูดคำในภาษาอังกฤษแล้วแปลความหมายเป็นภาษาไทยประกอบการอธิบายให้ผู้ฟังได้รู้และเข้าใจถึงข้อความคำในภาษาอังกฤษ โดยจะใช้ในกรณีที่คำศัพท์ที่คนไทยอาจไม่คุ้นเคยหรือไม่ได้ใช้ในชีวิตประจำวันในบริบทการใช้ชีวิตประจำวันทั่วไปกับทุกครั้งที่หลังการใช้

9) การใช้คำกริยาบุรุษบอกรบอบมาลา เป็นคำกริยาที่ช่วยกริยาหลักเพื่อบอกเจตนาต่าง ๆ โดยในบริบทการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ สั้นๆ มักใช้เพื่อแสดงความคิดเห็นในเชิงแนะนำหรือสั่งสอนหรือแสดงความมั่นใจ

ตัวอย่างที่ 17 เราคิดไปว่าถ้าเราไม่มีเขา เราจะต้องตาย

(ความสัมพันธ์ของคุณเป็นแบบไหน 25/03/2561)

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า “ต้อง” เป็นกริยาช่วยบอกความแน่ใจหรือบังคับ เช่น เขาต้องมานะ เด็กต้องนอนแต่หัวค่ำ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ในบริบทการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจก็เช่นกัน ที่ผู้พูดมีเจตนาเพื่อแสดงความมั่นใจ อย่างกรณีตัวอย่างข้างต้น ผู้พูดใช้คำว่า “ต้อง” เพื่อแสดงอารมณ์เชิงเสียดสี และประชดประชัน

ตัวอย่างที่ 18 “คนเดียวที่จะตามเราไปทุกที่ ก็คือตัวเราเองคนๆ นั้นแหละครับ ที่เราควรเกรงใจให้มากเช่นเดียวกัน”

(คนไข้เกรงใจ โปรดฟัง 19/06/2562)

จากทั้งสองตัวอย่างข้างต้น คำว่า “ควร” เป็นคำช่วยกริยาบอกความคล้ายตาม เช่น *ควรทำ ควรกิน* (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) อย่างไรก็ตาม ในบริบทนี้ ผู้พูดใช้คำว่า “ควร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการแนะนำ เนื่องจากการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจนั้นจำเป็นต้องเสนอทางออกหรือแนวทางการแก้ไขปัญหาเพื่อสร้างพลังเชิงบวกให้กับผู้ฟัง การใช้ “ควร” จึงเป็นคำที่มีบทบาทสำคัญสำหรับการแนะนำข้อเสนอให้แก่ผู้ฟัง

10) การใช้คำเปรียบเทียบ (อุปมา) แสดงการเปรียบเทียบ เพื่อเน้นให้เห็นจริงว่า เหมือนอย่างไร ในลักษณะใด โดยในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจพบประเด็นที่น่าสนใจ คือ ก่อนที่ผู้พูดจะใช้คำเพื่อแสดงการเปรียบเทียบกับสิ่งที่เหมือนกันหรือเป็นลักษณะเด่นของสิ่งนั้น ผู้พูดจะให้คำนิยามหรือให้ความหมายของลักษณะของสิ่งที่นำมาเปรียบเทียบก่อนทุกครั้ง โดยเป็นการให้เหตุผลทางอ้อมว่าเหตุใด ผู้พูดถึงได้เปรียบเทียบกับกำลังสื่อสารกับสิ่งที่นำมาเปรียบเทียบ ที่นอกจากจะทำให้ผู้ฟังเข้าใจความหมายของการเปรียบเทียบในแต่ละครั้งแล้ว ยังทำให้ผู้ฟังเกิดจินตภาพ เป็นการเปลี่ยนสิ่งที่เป็นามธรรมให้เป็นรูปธรรม เพื่อเพิ่มความสร้างความน่าสนใจและให้ความหมายอันลึกซึ้งของสารที่อาจต้องอาศัยการตีความจากผู้ฟังร่วมด้วย

ตัวอย่างที่ 19 “และที่สำคัญมากที่ผมอยากจะฝากก็คือว่า อยากให้ทุกคนใช้ชีวิตเป็นเหมือนดังรวงข้าว รวงข้าวยิ่งเต็มมันจะยิ่งโน้มลงต่ำ แต่รวงข้าวที่ไม่มีอะไร รวงข้าวกลวงๆ ไม่มีเมล็ดสักเม็ดหนึ่งมันจะลู่ลมส่ายมากเลยนะครับ”

(ยังสำเร็จยังต้องกตัญญู 06/02/2562)

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า “ดัง” มีความหมายเหมือนคำว่า “ดัง” กรณีใช้ในการเปรียบเทียบ หมายถึง เช่นอย่าง รวงกับ คล้าย เหมือน เช่น *ได้ดังใจ* (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) โดยในบริบทนี้ เป็นการเปรียบเทียบระหว่างการแสดงความรู้สึกับผู้มีบุญคุณต่อชีวิตของเราเปรียบเทียบกับรวงข้าวที่ส่ายไปมาหรือสามารถพัดไปตามระดับความแรงของลมได้ ยิ่งลมพัดแรง รวงข้าวจะอยู่ในลักษณะโน้มลงมาต่ำ เปรียบเสมือนกับกริยาของมนุษย์เวลาแสดงอาการโน้มตัวลงต่ำเพื่อใช้ในการแสดงความเคารพ

ตัวอย่างที่ 20 “เราก็คงรู้ว่า ถ้าเราอยากจะไปรักหรือทำให้ความรักมันเป็นไปได้กับร่างเดิมในใจใหม่นี้ เราก็คงต้องทำแบบนั้น แต่ไม่ใช่จะไปขุดค้นหาคนที่ตายไปแล้วให้ฟื้นขึ้นมา มันก็เหมือนไปหลงรักกับศพ ศพเนี่ยเป็นสิ่งที่ตายไปแล้ว เราจะไปเขย่าๆ ให้มันมารักเรานั้นก็ทำไม่ได้”

(ตัดใจจากแฟนเก่าใน 3 นาที 19/11/2561)

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า “เหมือน” มีความหมายว่า ดัง เช่น ดังเช่น อย่างในบริบทนี้เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความรักหรือความสัมพันธ์ที่ผิดหวัง “ศพ” ในที่นี้ มิได้หมายถึงร่างของคนที่ยังตายไปแล้ว (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) แต่หมายถึง คนรักที่เลิกรากันไปหรือไม่มีความสัมพันธ์ในรูปแบบของคนรักกันอีกต่อไปแล้วด้วยเหตุผลบางประการ การเปรียบเทียบในเรื่องความสัมพันธ์กับ “ศพ” จึงเปรียบเสมือนกับการที่เราไปรักคนที่ไม่มีหัวใจให้กับเราแล้ว ต่อให้เราพยายามเพียงใดก็ตาม คน ๆ นั้นก็คือร่างที่ไม่มีจิตใจ โดยการเปรียบเทียบลักษณะนี้ นอกจากจะเป็นการเร้าอารมณ์ สร้างความสะเทือนใจให้แก่ผู้ฟังแล้ว ยังทำให้ผู้ฟังเกิดจินตนาการถึงภาพของศพจริง ๆ

11) การใช้คำแฝงลักษณะอุปลักษณ์ อีกหนึ่งประเภทของคำที่ต้องอาศัยการตีความจากผู้ฟัง ซึ่งผู้พูดได้ใช้คำแฝงลักษณะอุปลักษณ์ โดยมีความหมายที่ไม่ได้หมายถึงหรือมีความเกี่ยวข้องกับความหมายโดยตรงของแต่ละคำแต่อย่างใด เป็นการเปรียบเทียบที่ไม่มีกรกล่าวตรง ๆ แต่ใช้การกล่าวเป็นนัยให้เข้าใจหรือตีความด้วยตัวผู้รับสารเอง จึงทำให้ผู้ฟังจำเป็นต้องอาศัยการตีความเพื่อเข้าใจสารเหล่านี้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังเห็นความสำคัญจากการใช้คำแฝงลักษณะอุปลักษณ์ในบริบทการสื่อสารเพื่อ

สร้างแรงบันดาลใจว่า ผู้พูดได้พยายามใช้คำดังกล่าวเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความประทับใจในถ้อยคำแห่งการเปรียบเทียบ เพราะหากคำหรือสารที่ใช้สามารถเข้าใจได้โดยทันทีโดยปราศจากความซับซ้อนอาจทำให้สารดังกล่าวไม่มีความน่าสนใจหรือไม่น่าค้นหาหรือน่าติดตาม โดยจำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์ร่วมของผู้ฟังเพื่อใช้ตีความเข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นการใช้คำที่เน้นความรู้สึกมากกว่าความเป็นเหตุเป็นผล

ตัวอย่างที่ 23 “แก้วราคาอย่างดี เขาจะไม่รินไวน์ราคาแพงในแก้วราคาชั้นถูกราคาต่ำ ส่วนแก้วพลาสติกดูน่าอย่างนี้ก็จะไปรองน้ำสกปรกโสโครก รองน้ำที่หยดจากหลังคารั่วหรืออะไรก็แล้วแต่ เพราะฉะนั้น แก้วจะเหมาะสมกับน้ำที่จะเทใส่มันเสมอ เราต้องถามตัวเองว่าแล้ว แก้วใจของเราละ เป็นแก้วราคาเท่าไร?”

(วิธีวัดระดับจิตของตัวเอง 06/06/2562)

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า “แก้ว” หมายถึงภาชนะที่ทำด้วยแก้วสำหรับใส่น้ำกิน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) อย่างไรก็ตาม ในบริบทนี้ คำว่า “แก้วใจ” หมายถึงจิตใจของเรา โดยผู้พูดได้ให้ผู้ฟังประเมินตัวเองว่าจิตใจของเรานั้นอยู่ในระดับใด และคู่ควรกับสิ่งใด

ตัวอย่างที่ 24 “ในทุก ๆ ความสำเร็จ จะมี กำแพงกันอยู่ 3 ชั้น”

(กำแพง 3 ชั้น” ที่กั้นคนไม่ให้สำเร็จ 01/11/2562)

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า “กำแพง” หมายถึงเครื่องกั้น เครื่องล้อม ที่ก่อด้วยอิฐ ดิน หรือหิน เป็นต้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) โดยในบริบทนี้ คำว่า “กำแพง” หมายถึง อุปสรรค ซึ่งผู้พูดต้องการจะสื่อความหมายว่า การที่คนเราจะประสบความสำเร็จไปได้ จำเป็นต้องฝ่าฟันอุปสรรคให้ผ่านพ้นไปได้เสียก่อน กล่าวคือ ความสำเร็จเป็นสิ่งที่มิได้ใฝ่มาง่าย ๆ เราทุกคนต้องพิสูจน์ตัวเองจากการข้ามผ่านอุปสรรค (กำแพง) ไปให้ได้เสียก่อน

1.2. ทำเนียบภาษาตามกลุ่มความหมาย

จากชุดข้อมูลคลิปวิดีโอที่เผยแพร่บนเฟซบุ๊กแฟนเพจของสินธุเสน เขจรบุตร - K.S. Khunkhao จำนวนทั้ง 30 คลิป ซึ่งมีเนื้อหาในการสื่อสารที่หลากหลาย อาทิ

ด้านการใช้ชีวิต การพัฒนาตนเอง การยกระดับความคิด การมองโลกในแง่ดี ความสัมพันธ์กับคนรัก การทำงานให้มีความสุข ซึ่งส่งผลให้ปรากฏการใช้คำในมิติด้านความหมาย ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์คำที่มีความสัมพันธ์ตามกลุ่มความหมายที่สินธุเสน เขจรบุตรใช้ในบริบทการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจจำนวนทั้งสิ้น 6 กลุ่มความหมายตามแนวคิดการจัดแบ่งคำเป็นหมวดหมู่ตามความหมาย กล่าวคือ รวมคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันไว้เป็นหมวดเดียวกัน โดยอ้างอิงการจัดหมวดหมู่ความหมายของคำดังกล่าวตามแนวคิดของนวรรธ พันธ์ธมธะ (2559) ดังนี้

1) **หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับจิตใจ สติปัญญา ความคิด ความรู้สึก ของมนุษย์ในเชิงจิตวิทยา** ได้แก่ กลุ่มคำด้านจิตใจและขวัญ สติสัมปชัญญะ ปัญญาและความรู้ ความคิด ความหวังและการแสดงออกทางความรู้สึก การรับรู้ การเข้าใจ และการจำ ความรู้สึก และอารมณ์ ลักษณะบุคคลที่เกี่ยวกับความรู้สึก ความต้องการที่เกี่ยวกับผู้อื่น ความมุ่งมั่นหมาย

2) **หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับการกระทำของมนุษย์ในเชิงพฤติกรรม** ได้แก่ กลุ่มคำด้านการกระทำที่ดีและไม่ดี การกระทำอีกครั้งหนึ่งหรือหลายครั้ง หลักและแนวปฏิบัติ ผลจากการกระทำ ความใส่ใจเรื่องเล็กน้อย

3) **หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับการมีหรือการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์** ได้แก่ กลุ่มคำด้านความสัมพันธ์และสภาพความสัมพันธ์ของบุคคล การช่วยเหลือ การยอมให้ทำได้ การตอบสนองผู้อื่น

4) **หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับสรรพสิ่ง สัจธรรมต่าง ๆ ของมนุษย์** ได้แก่ กลุ่มคำด้านลักษณะของบางสิ่ง การมีและไม่มีอยู่ ธรรมชาติในโลก การเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา การไม่มีอีกต่อไป การจบชีวิต ความเป็นไปในชีวิต

5) **หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับบ้านเมือง สภาพสังคมและเศรษฐกิจ** ได้แก่ กลุ่มคำด้าน เงิน ภาษี และสถานะเศรษฐกิจ อาณาเขตและลักษณะการปกครอง กลุ่มอาชีพ การครอบครอง

6) **หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับเวลา** ได้แก่ กลุ่มคำด้านเวลา ช่วงเวลา และระยะเวลา การใช้เวลาการมีความสัมพันธ์ สิ่งที่น่าไปสู่สิ่งที่จะเกิดต่อไป เนื้อหาของเหตุการณ์ การประสบและการพยายามไม่ประสบ

2. การสังเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทำเนียบภาษา กับ เนื้อหาต่างประเภทในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ของสินธุเสน เจริญบุตร

เมื่อวิเคราะห์จนปรากฏเป็นผลทำเนียบภาษาตาม ประเภทไวยากรณ์และทำเนียบภาษาตามกลุ่มความหมาย ตามผลการศึกษาที่ปรากฏในขั้นแรกแล้ว ผู้วิจัยจึงนำผลของ ทำเนียบภาษาดังกล่าวมาสังเคราะห์หาความสัมพันธ์

ระหว่างทำเนียบภาษา กับ เนื้อหาที่ต่างประเภทของเนื้อหา สารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ผลการศึกษาสรุปได้ว่า เนื้อหา ต่างประเภทจำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ ประเภทเนื้อหาด้านการ ดำเนินชีวิต และประเภทเนื้อหาด้านความสัมพันธ์ ส่งผลต่อ ลักษณะการใช้ทำเนียบภาษาตามประเภทไวยากรณ์ และทำเนียบภาษาตามกลุ่มความหมายที่แตกต่างกัน รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทำเนียบภาษา กับ เนื้อหาที่ต่างประเภท

ประเภทเนื้อหา	ทำเนียบภาษา ตามประเภทไวยากรณ์	ทำเนียบภาษา ตามความหมาย
ประเภทเนื้อหา ด้าน การดำเนินชีวิต	- การใช้คำซ้ำ - การใช้คำลักษณวิเศษณ์ - การใช้คำสัมผัส คล้อง จอง	- หมวดคำที่เกี่ยวข้องจิตใจ สติปัญญา ความคิด ความรู้สึก ของมนุษย์ในเชิงจิตวิทยา - หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับการกระทำของมนุษย์ใน เชิงพฤติกรรม - หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับเวลา
ประเภทเนื้อหา ด้าน ความสัมพันธ์	- การใช้คำเปรียบเทียบ (อุปมา)	- หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับการมีหรือการสร้าง ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์ - หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับสรรพสิ่งสังขธรรมต่าง ๆ ของมนุษย์

2.1 ประเภทเนื้อหา ด้านการดำเนินชีวิต

ประกอบไปด้วย 3 หัวข้อย่อย คือ แนวทางการดำรงชีวิตให้มีความสุข การพัฒนาตนเอง และการมองวิกฤตให้เป็นโอกาส ที่สินธุเสน เจริญบุตร ใช้ในการสื่อสารผ่านคลิป วิดีทัศน์บนเพชบุ๊คแฟนเพจ ส่งผลต่อทั้งทำเนียบภาษาตาม ประเภทไวยากรณ์ และทำเนียบภาษาตามกลุ่มความหมาย เนื่องจากการสื่อสารภายใต้เนื้อหาประเภทดังกล่าวนี้มัก เริ่มต้นการสื่อสารจากปัญหาของมนุษย์หรือพยายามจำลอง สถานการณ์ให้เลวร้าย เพื่อแสดงให้เห็นว่าทุกปัญหาสามารถ นำไปสู่ทางออก โดยการแก้ไขหรือบรรเทาความวิกฤตของ สถานการณ์ให้ดีขึ้น การใช้คำซ้ำจะช่วยส่งเสริมให้ผู้ฟังเข้าใจ และไม่หลุดออกจากประเด็นในขณะนี้กำลังสื่อสารความ ต่อเนื่องของเหตุการณ์ อย่างไรก็ดี การเล่าถึงสถานการณ์ หรือรายละเอียดของเหตุการณ์ดังกล่าวนี้ จำเป็นต้องอาศัย การใช้คำลักษณวิเศษณ์เพื่อสร้างจินตนาการ ความนึกคิดให้

เกิดเป็นมโนภาพต่าง ๆ รวมถึงใช้สำหรับการอธิบาย รายละเอียดของสิ่งที่กำลังกล่าวถึงให้มีความชัดเจนมากขึ้น ส่งเสริมให้สารมีอรรถรสและน่าติดตาม อีกประเด็นที่ น่าสนใจ คือ ผู้พูดมักใช้คำคล้องจองกับประเภทเนื้อหาที่ เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตเพื่อส่งเสริมให้สารมีความน่าสนใจ และเกิดความประทับใจ เนื่องจากปัจจุบันมีนักสื่อสารเพื่อ สร้างแรงบันดาลใจรายใหม่เกิดขึ้นมากมายและมักใช้เนื้อหา ด้านการดำเนินชีวิตดังกล่าวนี้นในการสร้างเรื่องราวเป็น พื้นฐานสำคัญของเส้นเรื่องอยู่แล้ว การใช้คำคล้องจองจึงมี บทบาทที่สำคัญที่ทำให้สารนั้นมีความง่ายต่อการจดจำ สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผู้พูด

สำหรับในส่วนของการทำเนียบภาษาตามกลุ่ม ความหมาย ผู้วิจัยพบคำที่ปรากฏเป็นลักษณะเด่นที่ผู้พูดใช้ ในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในด้านการดำเนินชีวิต จำนวนทั้งสิ้น 3 หมวดคำ ได้แก่ *หมวดคำที่เกี่ยวข้องจิตใจ*

สติปัญญา ความคิด ความรู้สึก ของมนุษย์ในเชิงจิตวิทยา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคำที่ใช้แสดงออกทางความรู้สึกในเชิงอารมณ์หรือจิตใจของมนุษย์ เนื่องจากการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจเป็นการพูดเพื่อการโน้มน้าวใจ โดยในเนื้อหาประเภทนี้ มักมีเจตนาให้ผู้ฟังเกิดความความสบายใจหรือผ่อนคลายความเครียดจากสถานการณ์หรือปัญหาทั่วไปของมนุษย์ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน ผู้พูดจึงใช้คำที่แสดงถึงความรู้สึกเกี่ยวกับเหตุการณ์นั้น ๆ เพื่อให้ผู้ฟังรู้สึกเหมือนไม่ได้เผชิญกับความทุกข์อยู่เพียงลำพังและยังเป็นการใช้คำด้านจิตวิทยาที่แสดงความรู้สึกเพื่อให้บุคคลได้เกิดความเข้าใจ ยอมรับ เพื่อนำไปสู่การปล่อยวางหรือรู้จักการให้อภัยได้ *หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับการกระทำของมนุษย์ในเชิงพฤติกรรม* เป็นหมวดคำที่ผู้พูดมักใช้เพื่อการบอกผลของการกระทำในเชิงเปรียบเทียบ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างจากผลแห่งการกระทำทั้งความล้มเหลวและการประสบความสำเร็จ อีกทั้ง ประเภทเนื้อหาที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตดังกล่าวนี้ มักมีการกล่าวถึงการให้กำลังใจผู้ฟังให้เกิดพลังหรือมองโลกในแง่บวก *หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับการกระทำของมนุษย์ในเชิงพฤติกรรม* จึงมีบทบาทที่สำคัญในแง่ของการใช้คำที่เกี่ยวข้องกับหลักหรือนวปฏิบัติ และ *หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับเวลา* เป็นอีกหมวดที่สำคัญเพื่อใช้ในการลำดับเหตุการณ์ประกอบการเล่าเรื่องราวต่าง ๆ เนื่องจากผู้พูดมักอ้างอิงถึงบุคคลที่ประสบความสำเร็จเพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาหรือเป็นแบบอย่างประกอบการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในประเภทเนื้อหาที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิต *หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับเวลา* จึงถูกนำมาใช้ในเนื้อหาประเภทนี้บ่อยครั้ง เพื่อใช้ลำดับเรื่องราวของบุคคลที่กำลังกล่าวถึงเกี่ยวกับเส้นทางก่อนที่บุคคลนั้นจะประสบความสำเร็จอย่างที่เราเห็นกันทุกวันนี้

2.2 ประเภทเนื้อหาด้านความสัมพันธ์ ประกอบไปด้วย 2 หัวข้อย่อย คือ การสูญเสียความสัมพันธ์ และความสัมพันธ์ที่เป็นไปไม่ได้ โดยจากชุดข้อมูลพบว่า การสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจที่มีเนื้อหาด้านความสัมพันธ์ทั้งหัวข้อการสูญเสียความสัมพันธ์ และความสัมพันธ์ที่เป็นไปไม่ได้ ที่สินธุเสน เจริญบุตร ใช้ในการสื่อสารผ่านคลิปวิดีโอบนเฟซบุ๊กแฟนเพจส่งผลต่อทั้งทำเนียบภาษาตามประเภทไวยากรณ์ และทำเนียบภาษาตามกลุ่มความหมาย โดยเนื้อหาประเภทดังกล่าวนี้ ส่งผลต่อทำเนียบภาษาตามประเภทไวยากรณ์ คือ การใช้คำเปรียบเทียบ (อุปมา) เนื่องจากเนื้อหาความรักหรือความสัมพันธ์เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกของมนุษย์ และเป็นสิ่งที่เปี่ยมนามธรรม ด้วยเจตนาของของผู้พูดที่ปรารถนาให้ผู้ฟังสามารถเข้าใจสารในทิศทางที่ตรงกัน จึงส่งผลต่อการใช้ถ้อยคำที่เป็นการกล่าวทำนองเปรียบเทียบ ให้เห็นจริง และเกิดความเป็นรูปธรรมมากขึ้น

สำหรับในส่วนของการทำเนียบภาษาตามกลุ่มความหมายมีจำนวนทั้งสิ้น 2 หมวดคำที่มีบทบาทสำคัญต่อเนื้อหาประเภทความสัมพันธ์เป็นอย่างมาก ได้แก่ *หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับการมีหรือการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์* ซึ่งผู้พูดมักใช้คำเหล่านี้ในการสื่อสารเพื่อแสดงความสัมพันธ์และสภาพความสัมพันธ์ของบุคคล รวมถึงปฏิกิริยาการตอบสนองต่อผู้อื่นทั้งด้านบวกและด้านลบ ซึ่งสอดคล้องกับเนื้อหาประเภทนี้ไม่ได้กล่าวถึงเฉพาะรูปแบบความสัมพันธ์แบบคนรัก แต่ยังหมายรวมถึงความสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์อีกด้วยและ *หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับสรรพสิ่ง สัจธรรมต่าง ๆ ของมนุษย์* เนื่องจากผู้พูดมักใช้หลักทางพุทธศาสนาที่เกี่ยวข้องกับหลักสัจธรรมของความโดยยึดหลักแนวคิดที่ว่า ความรักเป็นสิ่งไม่แน่นอน ผู้พูดจึงสอนให้ผู้ฟังไม่คาดหวังหรือยึดติดกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากเกินไป และต้องไม่คิดว่าการรักกันแล้วจะได้คู่กัน หรือบุคคลที่เคยบอกว่ารักเรา จะต้องอยู่กับเราไปจนตาย รวมถึงแนวคิดที่ว่า มีทุกข์ย่อมมีสุข มีเกิดย่อมมีดับ คือ สัจธรรมของชีวิต ความรักก็เช่นเดียวกัน มีรัก มีเลิก มีโกรธ มีเกลียด *หมวดคำดังกล่าวนี้* จึงเป็นอีกหมวดคำที่สำคัญในการกล่าวถึงความเป็นไปในชีวิตในด้านความสัมพันธ์

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลสรุปการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นนั้น นำไปสู่การอภิปรายผลที่สามารถสะท้อนให้เห็นในประเด็นที่น่าสนใจ 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. เอกลักษณะและวิธีการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

การที่จะเป็นนักพูดที่ดีนั้นจำเป็นต้องมีทักษะในการสื่อสารประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ ผู้พูด (Speaker) คำพูด (Speech) และผู้ฟัง (Audience) กล่าวคือ การพูดโน้มน้าวใจจะมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการดังกล่าวนี้ ซึ่งการใช้ทำเนียบภาษาที่ปรากฏในงานวิจัยนี้ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารตามหลักทฤษฎีของอริสโตเติล (Aristotle Theory) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ทัศนคติและความเชื่อ (Ethos) นอกจากบุคลิกลักษณะของสินธุเสน เขจรบุตร ที่ทำให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อ ความประทับใจ และมีศรัทธาแล้ว หากพิจารณาจากทำเนียบภาษาที่ให้ความสำคัญด้านการเลือกสรรคำที่ปรากฏในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ จะเห็นว่าหมวดคำที่พบในงานวิจัยนี้สะท้อนภูมิหลังของตัวผู้พูดที่ส่งเสริมให้สารมีความน่าเชื่อถือได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่ชี้วัดว่า สินธุเสน เขจรบุตร มีความรู้ในเรื่องที่พูด กล่าวคือ ในงานวิจัยนี้พบการใช้หมวดคำที่เกี่ยวข้องจิตใจ สติปัญญา ความคิด ความรู้สึก ของมนุษย์ในเชิงจิตวิทยา และหมวดคำที่เกี่ยวข้องกับการกระทำของมนุษย์ในเชิงพฤติกรรม ปรากฏเป็นลักษณะเด่นในมิติทำเนียบภาษาตามกลุ่มความหมาย ซึ่งสอดคล้องกับประวัติของผู้พูดที่สำเร็จการศึกษาด้านจิตวิทยา จากมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศ ออสเตรเลีย อีกทั้งด้วยประสบการณ์การทำงานในฐานะคอลัมน์นิสต์ วิทยากร และนักเขียนด้านสมอง การพัฒนาชีวิตจิตวิทยา พุทธปรัชญา ศาสตร์แห่งความสำเร็จ ส่งผลให้ผู้พูดใช้หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับสรรพสิ่ง ลัทธิธรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ได้อย่างเชี่ยวชาญ นอกจากนี้ การใช้หมวดคำดังกล่าวเหล่านี้ ยังช่วยส่งเสริมและตอกย้ำให้ภาพลักษณ์การปรากฏตัวต่อสาธารณชน (Appearance) ของสินธุเสน เขจรบุตร มีลักษณะเป็นบุคคลที่มีทัศนคติที่ดีต่อผู้ฟัง เป็นผู้มีความรู้ และมีคุณธรรม และเป็นบุคคลที่เหมาะสมกับการทำเนื้อหา (Content) เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

นอกจากนี้ มิใช่แค่เพียงทำเนียบตามกลุ่มความหมายที่ผู้วิจัยได้กล่าวข้างต้น ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้พูดแต่เพียงเท่านั้น แต่ทำเนียบภาษาตามประเภทไวยากรณ์บางชนิดยังสะท้อนสติปัญญาของผู้ส่งสารอีกด้วย อาทิ การใช้คำอุปมาอุปไมยเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความประทับใจในถ้อยคำแห่งการเปรียบเทียบ อันจะให้ความหมายที่ลึกซึ้งมากกว่าการพูดโดยให้ความหมายแบบนัยตรง ซึ่งคุณลักษณะที่นำมาเปรียบเทียบกับอีกสิ่งหนึ่ง อาจใกล้เคียงหรือไกลจากความเป็นจริง เพื่อแสดงความเฉียบแหลมในการหาจุดเหมือนที่บ่งบอกถึงประสบการณ์และทัศนคติของผู้พูด (อรรพรรณ ปิณฑน์โอวาท, 2549) เช่นเดียวกับที่นักกวีและนักเขียนนิยมใช้อุปมาอุปไมยในการแต่งวรรณกรรม

ตรรกวิทยา (Logos) การชี้แจงเหตุผล หรือเนื้อหาสาระหรือวาทะของสินธุเสน เขจรบุตร ที่แสดงให้เห็นอย่างเป็นประจักษ์ โดยมีการอ้างอิงงานผลงานวิจัยและกรณีศึกษา (Case Study) ทั้งจากต่างประเทศ และในประเทศเป็นการแสดงให้เห็นความจริงอันประกอบด้วยเหตุผลมาเสนอต่อผู้ฟัง โดยสังเกตได้จากทำเนียบภาษาในส่วนของหมวดคำที่เกี่ยวข้องกับบ้านเมือง สภาพสังคมและเศรษฐกิจที่สะท้อนแนวทางการใช้ภาษาดังกล่าว โดยจะเป็นคำที่มีลักษณะเป็นทางการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระแสสังคม หรือบ้านเมือง อันแสดงให้เห็นถึงการใส่ใจในการเตรียมข้อมูล ข้อเท็จจริง หลักฐานและเหตุผลต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับทัศนคติ ความเชื่อและค่านิยมของคนไทย

ความรู้สึก (Pathos) เป็นส่วนที่สินธุเสน เขจรบุตร ให้ความสำคัญมากที่สุดเพื่อเร้าอารมณ์ผู้ฟังอันหมายถึง สภาพอารมณ์ของผู้พูด และผู้ฟังที่มีร่วมกัน โดยมักเป็นประเภทเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความผิดหวัง ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาในกลุ่มด้านการดำเนินชีวิต หรือความสัมพันธ์ ซึ่งผู้พูดเป็นฝ่ายสร้างขึ้นเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังเกิดความเสียใจ ความเจ็บปวด หรือความจรรโลงใจ โดยหากพิจารณาจากการใช้หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับการมีหรือการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์ สะท้อนให้เห็นว่า ผู้พูดเข้าใจธรรมชาติความสัมพันธ์ของมนุษย์ และเลือกที่จะใช้หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับสรรพสิ่ง ลัทธิธรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ เพื่อจะแสดงให้เห็นว่าผู้พูดมิได้ไม่ไปขัดต่อความรู้ดั้งเดิมหรือความรู้สึกของผู้ฟังอย่างระมัดระวัง แต่ทุกอย่างล้วน

เป็นไปตามกฎแห่งกรรม ซึ่งผู้พูดมักใช้ถ้อยคำดังกล่าวนี้ในเชิงปลอบประโลมให้ผู้ฟังรู้จักยอมรับ ให้อภัย และปล่อยวาง นอกจากนี้ สิ่งเหล่านี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีที่สามารถอธิบายขั้นตอนและกระบวนการพูดจนเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางอย่างหลัก 5 ประการของซีเซโร (Cicero) และควินติเลียน (Quintilian) ที่ให้ความสำคัญกับทางปฏิบัติมากขึ้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการสื่อสารสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจเป็นการพูดผ่านสื่อออนไลน์ในรูปแบบคลิปปิดทัศน์ที่ ดังนั้น ผู้วิจัยจะอภิปรายลักษณะและกระบวนการสื่อสารที่สามารถสังเกตได้อย่างชัดเจนจากช่องทางดังกล่าว โดยประกอบไปด้วย การคิดค้น (Invention) การประมวลความคิดหรือเตรียมการนำเสนอ (Arrangement) และการใช้ภาษาและลีลา (Style) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1) การคิดค้น (Invention) เนื่องจากภาวะทางสังคมและความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยม และสถานะทางสังคมที่สร้างความกดดันมากขึ้น ดังนั้นพฤติกรรมของคนส่วนใหญ่จึงเลือกหาทางออกในปัญหาที่เกิดขึ้นหรือความเครียดในเรื่องต่าง ๆ จากการฟังสื่อของนักคิดนักเขียนในการสร้างแรงบันดาลใจเพื่อฟื้นฟูสภาพจิตใจของตนเองที่กำลังประสบกับปัญหาต่าง ๆ ในชีวิต โดยหัวข้อในการนำเสนอที่ปรากฏเป็นลักษณะเฉพาะในเนื้อหาของสินธุเสน เขจรบุตร นิยมตั้งต้นมาจาก “ความเครียดของคนไทย” ที่สะท้อนความอ่อนแอทางด้านจิตใจอันเนื่องมาจากปัญหามโนทัศน์ของชีวิตมนุษย์ เช่น ปัญหาด้านความรัก ปัญหาด้านเศรษฐกิจ เป็นต้น และนำมาตั้งเป็นประเด็น (Stasis) อย่างเป็นขั้นตอนที่ช่วยให้ผู้พูดมีความชัดเจนในประเด็นหลักของเรื่อง จนพบว่า อะไรเป็นสิ่งที่ควรนำเสนอให้ผู้ฟังทราบและจะหาทางออกให้กับปัญหาเหล่านี้ได้อย่างไรที่จะทำให้ผู้ฟังรับประโยชน์มากที่สุด และมีจุดยืนในฐานะที่ปรึกษาหรือคู่คิดของผู้ฟัง (Partner) มากกว่าความเป็นอาจารย์ (Instructor) สอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธธัญญา บุญเต็ม และพรทิพย์ เย็นจะบก (2563) ในการศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเอง (Life Coach) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่พบว่า การฟังนักพูดส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติและพฤติกรรมในทางที่ดีจากที่เคยคิดลบ กลายเป็นคนคิดบวกและหัวข้อในการนำเสนอยัง

สามารถสร้างประโยชน์แก่คนฟังในมุมมองอื่น ๆ ที่ในบริบทต่าง ๆ ได้อีกด้วย

การประมวลความคิดหรือเตรียมการนำเสนอ (Arrangement) การสื่อสารเพื่อสร้างบันดลใจมาจากกระบวนการปรุงแต่งความคิด (Organizing Speech) ที่สามารถจูงใจผู้ฟังให้คล้อยตาม ซึ่งหากวิเคราะห์จากตัวบทแล้ว โครงสร้างของแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของสินธุเสน เขจรบุตรแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนนำ ผู้พูดนิยมเริ่มต้นด้วยคำทักทายผู้ฟังในตัวบทการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจส่วนใหญ่ของสินธุเสน เขจรบุตร ที่เผยแพร่ผ่านคลิปปิดทัศน์ คือ คำว่า “สวัสดีครับ” ซึ่งเป็นคำทักทายของคนไทย และอาจจะตามคำเรียกขานผู้ฟัง เช่น “สวัสดีครับทุกท่าน สวัสดีครับ” อย่างไรก็ตาม จุดเด่นของผู้พูดที่ใช้สละสลวยพฤติกรรมของผู้ฟังมักเริ่มต้นการพูดด้วยการถามนำหรือการตั้งคำถาม เพื่อนำเข้าสู่เรื่องที่จะพูด ซึ่งการถามนำจะเป็นการถามสั้นๆ และการตั้งคำถามกับสิ่งที่เกิดขึ้นจะเป็นการเล่าถึงสิ่งที่เกิดขึ้นเพียงสั้นๆ โดยจะถามในตอนต้นของการพูดให้ผู้ฟังได้มีโอกาสดูตามเท่านั้น โดยผู้พูดเพียงต้องการกระตุ้นให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมกับสิ่งที่ผู้พูดกำลังจะพูด และเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้พูดกับผู้ฟังอย่างหนึ่ง

ส่วนเนื้อหา เป็นการกล่าวถึงประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้พูดต้องการจะสื่อสารกับผู้ฟัง โดยการพูดของสินธุเสนฯ ส่วนใหญ่เป็นการเล่าตามลำดับเวลาแบบเรื่องเล่าหรือเป็นการอธิบาย แต่จะมีการลงรายละเอียดที่มากกว่าหรือเป็นการขยายสิ่งที่เกิดขึ้นจากส่วนนำ และเป็นการเล่าถึงเหตุการณ์ สถานการณ์ หรือปัญหาที่เกิดขึ้น และส่วนท้ายสุดของส่วนเนื้อหาก่อนเข้าสู่ส่วนสรุป จะเป็นการให้คำแนะนำหรือข้อคิดเห็นกับผู้ฟังควรจะทำอย่างไรหลังจากที่ได้เล่าถึงสิ่งที่เกิดขึ้นหรือประสบการณ์มาแล้วในตอนต้น

ส่วนสรุป สิ่งปรากฏเป็นลักษณะเด่นของผู้พูดสำหรับการสรุปเนื้อหาในช่วงท้ายคลิปปิดทัศน์ คือ ผู้พูดใช้อุปมาอุปไมยบอกเล่าที่มีรูปแบบของการบอกว่าผู้พูดอยากจะฝากหรือทิ้งด้วยอะไรถึงผู้ฟัง ด้วยวลีอย่าง “เพราะฉะนั้น จงจำไว้ว่า” หรือ “ผมขอฝากไว้ว่า” ซึ่งวิธีการแบบนี้สอดคล้องกับความคุ้นเคยของคนไทยคล้ายการฟังนิทานอีสปที่มียกสถานการณ์หรือตัวละครต่าง ๆ มาเปรียบเทียบให้เกิดจินตภาพ และทิ้งท้ายด้วยข้อคิด ซึ่งส่วนของการสรุป

ความในลักษณะดังกล่าวนี้ถูกพบในทุกตัวบทของการพูด เพื่อสร้างแรงบันดาลใจจากคลิวิตทัศน์ หลังจากนั้นจะเป็น การกล่าวอวยพรเพื่อแสดงความปรารถนาดีทั้งท้ายให้แก่ ผู้ฟัง ด้วยประโยคที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผู้พูด (Signature) “และนี่คือข้อคิดจากขุนเขา ขอให้ทุกคนมีความสุขสงบ และทรงพลัง สวัสดิ์ครับ”

จากที่กล่าวมาทั้งหมดในข้างต้นนี้ ได้สะท้อนว่า นิพนธ์ของสินธุเสน เจริญบุตร (Speech Composition) ใน บริบทการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ตลอดจนชี้ให้เห็น ถึงความสำคัญของแนวทางการลำดับสารในแต่ละส่วนของ ตัวบท เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของเอริกา เอกวาริสกุล และ ปัทมา พัฒน์พงษ์ (2562) ในการศึกษาโครงสร้างสัมพันธสาร การพูดสร้างแรงบันดาลใจในภาษาไทยที่กล่าวไว้ว่า ในการ พูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจนับเป็นการพูดเพื่อชักจูงใจผู้ฟัง อย่างจริงจังคำนึงถึงการลำดับการพูดเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม สำหรับในการศึกษาครั้งนี้ แม้มุ่งให้ความสำคัญด้าน การใช้คำในมิติทำเนียบภาษา แต่ก็มิอาจปฏิเสธได้ว่า กระบวนการการเรียบเรียงหรือลำดับสารเป็นสิ่งที่ต้อง พิจารณาก่อนการสรรหาคำ (Word Selection)

การใช้ภาษาและลีลา (Style) การพูดเพื่อสร้าง แรงบันดาลใจของสินธุเสน เจริญบุตร แม้เป็นการใช้สไตล์ ธรรมดา (Plain style) สำหรับใช้เพื่อการสั่งสอน (Instruct) แต่ผู้พูดยังคงรักษาเอกลักษณ์ในการเลือกสรรภาษา การใช้ คำและภาษาที่ถูกต้องทั้งไวยากรณ์และสำนวน โดยเฉพาะ การให้ความสำคัญกับเลือกสรรคำ (Word Choice) เป็น อย่างมาก โดยมักจะเป็นคำที่ให้ความหมายกำกวมเน้นการใช้ กับผู้รับสารได้ทุกกลุ่มอย่างไม่มีข้อจำกัด สอดคล้องกับ ลักษณะของการพูดที่ดีตามที่ยุดา รักไทยและปานจิตต์ โภญจนาวรรณ (2543) ที่ได้กล่าวไว้ว่า นอกเหนือจากเนื้อหา สารในการพูดที่ต้องสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ฟังได้ แล้ว ต้องอาศัยการพูดให้ถูกจังหวะ เนื่องจากการใช้น้ำเสียง หนัก - เบาเป็นสิ่งที่สำคัญในการสื่อสารที่อาจส่งผลลัพท์ จากผู้ฟังได้อย่างแตกต่างกัน

2. ช่องทางในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

การเลือกใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการ นำเสนอเนื้อหาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจก็เป็นกลวิธีอย่างหนึ่ง ที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ฟังได้ตามวัตถุประสงค์ โดย ปัจจุบันการดูคลิวิตทัศน์ในระยะสั้น ๆ (ความยาวไม่เกิน 7 นาที) ของนักพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจสามารถหาดูได้โดย ไม่เสียค่าใช้จ่ายตามสื่อออนไลน์ อย่างไรก็ตาม ด้วยทักษะ การพูด รวมถึงประเภทเนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอเรื่องราว ต่าง ๆ เป็นที่สนใจถูกจริตของคนในยุคนี้ การกลายมาเป็น บุคคลที่มีชื่อเสียงบนโลกออนไลน์อาจไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไปบนพื้นที่ของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่ทำให้สื่อ มี พัฒนาการ 4 ประการ ตามที่ McQuail (1994 อ้างใน สุทธธัญญ์ บุญเต็ม และพรทิพย์ เย็นจะบก, 2563) กล่าวไว้ ดังนี้ 1. *ตัวเทคโนโลยี* คือ สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมี ฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย เช่น การโพสต์ข้อความ การ โพสต์ รูปภาพและวิดีโอ การแบ่งปันข้อมูล รวมถึงการ ถ่ายทอดสด (Live) ตามเวลาจริง (Real Time) ซึ่งสามารถ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง ผู้ใช้งานและผู้รับสารสามารถได้รับประโยชน์ร่วมกันเสมือน ชุมชนในสังคมออนไลน์ 2. *สภาพเศรษฐกิจ สังคม และ การเมือง* ซึ่งสังเกตได้จากประเภทเนื้อหาบางอย่างที่อาจไม่ เกี่ยวข้องกับด้านการดำเนินชีวิตและด้านความสัมพันธ์ แต่ นำมาโยงเรื่องราวเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ อาทิ มีการ วิเคราะห์ข่าวอาชญากรรม ข่าวสังคม หรือปรากฏการณ์ ต่าง ๆ ที่กำลังเกิดขึ้นเป็นกระแสสังคม โดยสิ่งเหล่านี้ส่งผล ให้ผู้พูดและผู้ฟังมีส่วนในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกัน และกันได้ 3. *การนำเสนอในสิ่งที่ผู้ฟังต้องการ* นั่นก็คือ การเป็นที่พึ่งพาทางด้านจิตใจให้ผู้ฟัง ดังเช่นที่ อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์ (2563) กล่าวไว้ว่า คนไทยมีความอ่อนแอทาง จิตใจมาก จนต้องหาที่พึ่งพา หาคำปรึกษาปรึกษาคนไทย จำนวนหนึ่งขาดทักษะชีวิตและคิดเองไม่เป็น ส่งผลให้เกิด กระแสนิยมนักพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ หรือ Life Coach เป็นที่นิยมแพร่หลายอย่างมากที่สุด และ 4. *ผู้ส่งและผู้รับ ข้อมูลต่างมีส่วนทำให้สื่อเกิดการพัฒนา* ตามความ เจริญก้าวหน้าของสื่อไปด้วยกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

1. นำแนวคิดเรื่องวิธภาษาและทำเนียบภาษาไปดำเนินการวิจัยด้วยการวิเคราะห์ตัวบท ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักพูดเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่หลากหลายมุมมอง
2. นำแนวคิดเรื่องวิธภาษาและทำเนียบภาษาไปศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในระดับคุณภาพประโยคในมิติทำเนียบภาษา
3. นำแนวคิดเรื่องการสร้างคำและชนิดของคำในภาษาไทย ไปศึกษาในงานเขียนเพื่อวิเคราะห์ระดับคำในภาษาไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหากลยุทธ์การเขียนเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในหนังสือของนักเขียนที่ได้รับความนิยมหรือเป็นหนังสือที่ขายดีในสังคมไทย

4. นำแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องไปดำเนินวิจัยเพื่อทดสอบการวัดผลการรับรู้ ไปจนถึงการเปลี่ยนพฤติกรรมในระดับหมู่คณะจากการฟังสื่อนักคิดของนักพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

1. นำองค์ประกอบของทำเนียบภาษาไปสร้างสรรค์ เพื่อตั้งต้นเป็นแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างอิทธิพลต่อความรู้สึกเชิงบวกเพื่อให้ได้มาซึ่งสารที่มีประสิทธิภาพ
2. นำองค์ประกอบของทำเนียบภาษาไปประยุกต์ใช้ต่อยอดเพื่อสร้างสรรค์ผลงานออกแบบเนื้อหาสารทั้งงานพูด งานเขียน หรืองานประเภทวาทนิพนธ์ (Speech Composition) ที่เกี่ยวข้องกับการการสร้างแรงบันดาลใจเพื่อนำเสนอผ่านสื่อรูปแบบต่าง ๆ

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กนกรัตน์ สุชะวัฒนะ. (2534). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโรคเอดส์ กับความรู้ ทักษะและพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของหญิงโสเภณี : กรณีศึกษาที่หน่วยควบคุมกามโรค อ.หาดใหญ่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2549). ใต้ฟ้าฟ้าแห่งการศึกษาต่อบุคคลและเครือข่ายการสื่อสาร : ภาพรวมจากงานวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เกษดา จารุรัตน์. (2557). พฤติกรรมการใช้และทัศนคติของผู้ใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค (SOCIAL NETWORK) กรณีศึกษา กูเกิล พลัส (GOOGLE+). กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- คณาจารย์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2553). ภาษาศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ดุขฤ โยเหลา, วิไลลักษณ์ ลังกา, ศรีณย์ พิมพ์ทอง และ นริศรา พิงโพธิ์สภ. (2556). การประเมินผลจากการชมภาพยนตร์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นพวรรณ พันธุมธา. (2559). คลังคำ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อมรินทร์.
- ประม อดิเรก. (2546). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปวีณสุดา เหนือคลอง, ปาริชาติ แก้วนวน, พัชรธรณ ดั่งสุข, สมิตซ์ชาติ พุมมา และ อลิสา คุ่มเคี่ยม. (2562). การใช้ภาษาในการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของฉนวน บุณยะศิริ. กรุงเทพมหานคร: วลัยลักษณ์วิจัย.
- วรวิมล ภัคดิบุรุษ. (2552). ศิลปะการใช้ภาษาเพื่องานนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ทริปเพิ้ลเอ็ดดูเคชั่น.
- สหไทย ไชยพันธุ์. (2555). แนวคิดทฤษฎีการพูดสื่อสารในสังคม. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์, 4(3), 140-154.
- สุทธยาณัฏ บุญเต็ม และพรทิพย์ เย็นจะบก. (2563). การสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเอง (Life Coach) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์. ในการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยรังสิต. ประจำปี 2563, ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สุนันท์ อัญชลินกุล. (2562). ระบบคำภาษาไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์. (2563). ปรากฏการณ์ Life Coach สะท้อนความอ่อนแอทางจิตใจของคนไทย.[ออนไลน์] วันที่เข้าถึงข้อมูล 11 เมษายน 2563, แหล่งที่มา <https://mgronline.com/daily/detail/9630000066585>
- อาภิสรา พลนรัตน์ และกิตติมา อินทรมพรรย. (2558). คำวิเศษณ์: ลักษณะเด่นทางภาษาของวัยรุ่นไทย. ในการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 53, กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2548). ภาษาในสังคม ความหลากหลาย การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรธรณ ปิณฑน์โอภาส. (2549). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอธิกา เอกวาริสกุล และปัทมา พัฒน์พงษ์. (2562). โครงสร้างสัมพันธ์สารการพูดสร้างแรงบันดาลใจในภาษาไทย. *Journal of Language and Culture*, 38(1), 1-20.

ภาษาอังกฤษ

Bloomfield, L. (1933). *Language*. New York: Rinehart and Winston.

Erwin P. Bettinghaus and Michael J. Cody. (1987). *Persuasive Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

John H. Zenger, Joseph R. Folkman and Scott K. Edinger. (2009). *The Inspiring Leader : Unlock the secret of how extraordinary leaders motivate*. New York: McGraw-Hill Education.

R.H. Robins. (1964). *A Short History of Linguistics*. New York: Longman.

Schramm, W. (1969). *Mass Communication*. University of Illinois Press.

Thrash, T. M., & Elliot, A. J. (2004). Inspiration: core characteristics, component processes, antecedents, and function. *Journal of personality and social psychology*, 87(6), 957.

Winston L. Brembeck, & William S. Howell. (1976). *Persuasion: a means of social influence*. Englewood Cliffs. New Jersey Prentice-Hall.