

การชมในเฟซบุ๊กของชาวญี่ปุ่น

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเด็นการชม วิธีการเขียนข้อความชม และรูปแบบภาษาที่ใช้เขียนข้อความชมในเฟซบุ๊กของชาวญี่ปุ่น การศึกษาประเด็นการชมได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้เฟซบุ๊กชาวญี่ปุ่น จำนวน 124 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ส่วนการศึกษาวิธีการเขียนข้อความชมและรูปแบบภาษาที่ใช้เขียนข้อความชม เก็บข้อมูลจากข้อความชมที่พบจริงในเฟซบุ๊กจำนวน 200 ข้อความ ผลการวิจัยพบว่า ประเด็นการชมมากที่สุดในเฟซบุ๊กคือ ประเด็นเรื่องความสามารถ และการกระทำที่บ่งบอกถึงอุปนิสัย โดยชาวญี่ปุ่นนิยมใช้วิธีการเขียนข้อความชมในเฟซบุ๊กแบบตรงเพียงวิธีเดียวด้วยข้อความสั้นๆ 1 หน่วยความหมายย่อย รูปแบบภาษาที่ใช้ในวิธีการเขียนข้อความชมแบบตรงมี 2 ประเภทคือ 1) คำคุณศัพท์ที่ใช้ประเมินค่าในเชิงบวกอย่างชัดเจน และ 2) คำศัพท์หรือสำนวนที่ไม่ใช่คำคุณศัพท์ที่ใช้ประเมินค่าในเชิงบวกอย่างชัดเจน แต่เป็นคำศัพท์หรือสำนวนที่ใช้บรรยายถึงคุณลักษณะด้านบวกของผู้รับคำชมเช่นเดียวกัน รูปแบบภาษาที่ใช้ในวิธีการเขียนข้อความชมแบบอ้อมมีทั้งหมด 6 ประเภท โดยรูปแบบที่ปรากฏมากที่สุดคือ คำศัพท์หรือสำนวนที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกของผู้เขียนชม และสำนวนที่ใช้แสดงความยินดีซึ่งสามารถตีความหมายโดยนัยได้ว่าเป็นการชม

คำ

สำคัญ

เฟซบุ๊ก, ประเด็นการชม, การชมแบบตรง, การชมแบบอ้อม, รูปแบบภาษา

Japanese Compliments on Facebook

Abstract

This study aimed to study complimentary topics, complimentary writing methods, and language forms that were used to write Facebook comments of the Japanese. The target population of the study were 124 Japanese Facebook users. Online questionnaires were used as a method for data collection. To investigate the complimentary writing methods and language forms, 200 comments being analyzed were drawn from Facebook. The most frequently complimentary topics used were “abilities” and “actions reflecting personalities or behaviors”. Japanese Facebook users preferred to write explicit and short compliments mostly in one semantic formula. Two language forms found in writing explicit compliments were 1) adjectives with obvious positive evaluation and 2) vocabulary or expressions without obvious positive evaluation of adjectives, which described positive characteristics of compliment receivers. The language forms that were used to write implicit comments consisted of 6 language forms. The most frequently used language forms found in this research were vocabulary or expressions reflecting the feelings of compliment writers and congratulatory expressions that could be used to implicate compliments.

Key words

Facebook, complimentary topics, explicit complimentary, implicit complimentary, language forms

1. บทนำ

การชมถือเป็นเรื่องธรรมดาที่ตรงตาม “หลักชื่นชมยินดี (Approbation Maxim)” ซึ่งเป็นหนึ่งในหลักเกณฑ์ความสุภาพของ Leech (1983) ที่กล่าวไว้ว่า ในการติดต่อสื่อสารหรือมีปฏิสัมพันธ์กัน ผู้พูดควรกล่าวถ้อยคำที่เชื่อว่าเป็นการไม่ยกย่อง หรือไม่สนับสนุนผู้อื่นให้น้อยที่สุด และให้กล่าวถ้อยคำที่เชื่อว่าเป็นการยกย่องหรือเป็นการสนับสนุนผู้อื่นให้มากที่สุด (อ้างใน สุจริตลักษณ์ ดิผดุง 2549, น.118) นอกจากนี้ การชมยังตรงตาม “แนวคิดเรื่องหน้า (Face)” ตามทฤษฎีความสุภาพของ Brown & Levinson (1987) ที่กล่าวไว้ว่า ในการติดต่อสื่อสารหรือมีปฏิสัมพันธ์กันของบุคคลในสังคม แต่ละบุคคลต่างก็มี “หน้าด้านบวก (Positive Face)” ที่มีความคาดหวังว่าภาพลักษณ์ของตนเอง หรือหน้าของตนเองในที่สาธารณะจะได้รับยกย่องชื่นชมจากผู้อื่น

ในอดีตที่ผ่านมา ชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะกล่าวชมผู้รับคำชมในเวลาที่อยู่ต่อหน้ากัน แต่ในปัจจุบันการชมผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก (Facebook) เริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้น วัตถุประสงค์ในการใช้เฟซบุ๊กก็เพื่อโพสต์บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะเรื่องราวที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในชีวิตให้เพื่อนในเฟซบุ๊กได้ทราบ จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้เฟซบุ๊กชาวญี่ปุ่นจำนวนหนึ่งทำให้ทราบว่า หลังจากโพสต์บอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ลงไปแล้ว ผู้โพสต์คาดหวังว่าจะมีเพื่อนในเฟซบุ๊กมาเขียนแสดงความคิดเห็น (Comment) ต่อสิ่งนั้น โดยเฉพาะหากเป็นโพสต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวที่น่าชื่นชมยินดี ผู้โพสต์ยังมีความต้องการให้บุคคลที่เป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กมาเขียนข้อความชมต่อสิ่งนั้น แสดงให้เห็นว่าผู้โพสต์มีความคาดหวังว่าหน้าของตนเองจะได้รับการยกย่องชื่นชมจากผู้อื่น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่า การชมทั้งต่อหน้าและชมผ่านเฟซบุ๊กจะเป็นการใช้ภาษาที่มีเนื้อหาในด้านบวก แต่หากกล่าวชมด้วยถ้อยคำที่ไม่เหมาะสม อาจส่งผลด้านลบต่อ

ความสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่ายได้ ดังนั้น ผู้กล่าวชมควรพิจารณาเลือกใช้สำนวนการชมให้เหมาะสม การเลือกใช้สำนวนการชมในภาษาญี่ปุ่นให้เหมาะสม ไม่เพียงเป็นสิ่งที่ยากสำหรับชาวญี่ปุ่นซึ่งเป็นเจ้าของภาษาเองเท่านั้น แต่ยังเป็นปัญหาสำหรับผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นชาวไทยอีกด้วย ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของ บุชบา บรรจงมณี (2552) ที่กล่าวไว้ว่า ผู้เรียนชาวไทยยังมีปัญหาในการสื่อสารเกี่ยวกับการชม มีการใช้สำนวนที่ไม่เหมาะสม

ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการชมในภาษาญี่ปุ่นถือเป็นสิ่งที่จำเป็น เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนให้แก่ผู้เรียนชาวไทย แต่จากการสำรวจงานวิจัยเกี่ยวกับการชมที่ผ่านมาพบว่า ทั้งหมดเป็นงานวิจัยที่ศึกษาการชมในกรณีที่ชมต่อหน้าเท่านั้น ยังไม่พบงานวิจัยเกี่ยวกับการชมผ่านเฟซบุ๊ก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การชมผ่านตัวอักษรบนเฟซบุ๊กเป็นประเด็นใหม่ที่น่าสนใจในการศึกษาวิจัย เนื่องจากในปัจจุบันชาวญี่ปุ่นและผู้เรียนชาวไทยมีแนวโน้มที่จะติดต่อสื่อสารกันผ่านเฟซบุ๊กมากขึ้น การศึกษาวิจัยดังกล่าวจะทำให้ทราบและเข้าใจถึงกฎเกณฑ์การใช้ภาษา และค่านิยมของชาวญี่ปุ่นเกี่ยวกับการชมที่สะท้อนผ่านการชมในเฟซบุ๊ก

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประเด็นการชมในเฟซบุ๊ก
2. เพื่อศึกษาวิธีการเขียนข้อความชมในเฟซบุ๊ก
3. เพื่อศึกษารูปแบบภาษาของข้อความชมในเฟซบุ๊ก

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถแบ่งหัวข้อการศึกษาที่เกี่ยวกับการชมได้ 3 หัวข้อ ดังนี้

3.1 ประเด็นการชม

จากการศึกษางานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการชมของชาวญี่ปุ่น เช่น งานของ 丸山 (1996),

¹ คำว่า “ข้อความชม” ในงานวิจัยนี้หมายถึง ข้อความที่ใช้เฟซบุ๊กเขียนแสดงความคิดเห็นโดยมีเนื้อหาเป็นการชมสิ่งที่เป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กโพสต์ลงในหน้าไทม์ไลน์ (Timeline) ของเขา โดยสิ่งที่เพื่อนโพสต์ลงไปอาจเป็นเพียงข้อความที่เพื่อนเขียนโพสต์เอง หรือเป็นเพียงรูปถ่ายหรือวิดีโอ หรืออาจเป็นหลายอย่างรวมกันก็ได้

大野 (2003), 古川 (2003), 金 (2004), บุษบา บรรจงมณี (2552), ナジエージダ・ウエインベルグ (2016) สามารถสรุปประเด็นที่ชาวญี่ปุ่นใช้ชมได้ทั้งหมด 5 ประเด็นหลักคือ 1) รูปลักษณ์ภายนอก 2) สิ่งของ 3) ความสามารถ 4) ความประพฤติ การกระทำ อุปนิสัย 5) คนในครอบครัวของผู้รับคำชม

3.2 วิธีการชม²

จากการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับวิธีการเขียนข้อความชมในเฟซบุ๊ก ดังนั้น ในการศึกษาคั้งนี้จึงอ้างอิงงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับวิธีการชมต่อหน้าของชาวญี่ปุ่น ดังนี้

金 (2004) แบ่งวิธีการชมไว้ 2 ประเภทคือ 1) การชมแบบเปิดเผยชัดเจน (明示的ほめ) และ 2) การชมแบบเป็นนัยไม่ชัดเจน (暗示的ほめ) ส่วน 袁 (2012) แบ่งวิธีการชมไว้ 4 วิธีคือ 1) การชมอย่างแท้จริงแบบเปิดเผยชัดเจน (明示的実質ほめ) 2) การชมอย่างแท้จริงแบบเป็นนัยไม่ชัดเจน (暗示的実質ほめ) 3) การชมที่มีวัตถุประสงค์อื่นแบบเปิดเผยชัดเจน (明示的形式ほめ) และ 4) การชมที่มีวัตถุประสงค์อื่นแบบเป็นนัยไม่ชัดเจน (暗示的形式ほめ)

大野 (2009) แบ่งวิธีการชมบุคคลที่มีสถานะทางสังคมที่สูงกว่าไว้ 12 วิธีคือ 1) การกล่าวประเมินค่าผู้รับคำชมโดยตรงด้วย “คำที่ใช้ประเมินค่า”³ อย่างชัดเจน 2) การกล่าวถึงความเป็นจริงที่เกิดขึ้นว่าผู้รับคำชมทำอะไรด้วยถ้อยคำที่ไม่ใช่การประเมินค่าอย่างชัดเจน 3) การกล่าวถึงความเป็นจริงที่เกิดขึ้นโดยนำการกระทำของผู้รับคำชมมาเปรียบเทียบกับตนเองเพื่อช่วยลดระดับการประเมินค่าให้น้อยลง 4) การกล่าวแสดงอารมณ์ความรู้สึกที่ดี หรือความประทับใจต่อสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นในเวลาและสถานที่ที่เกิดเหตุการณ์นั้น 5) การกล่าวถ้อยคำที่แสดงให้เห็นว่าตัวผู้ชมรู้สึกอิจฉาสิ่งที่เกิดขึ้นกับผู้รับคำชม 6) การกล่าวแสดงความตั้งใจที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

เนื่องจากได้รับอิทธิพล หรือแรงบันดาลใจจากผู้รับคำชม โดยคิดว่าสิ่งนั้นจะสามารถเกิดขึ้นได้ในขณะที่ที่กล่าวชมอยู่ตอนนั้น 7) การกล่าวแสดงความขอบคุณผู้รับคำชม 8) การกล่าวชมโดยยกความเป็นจริงที่เกิดขึ้นกับบุคคลที่สามขึ้นมาพูด ซึ่งบุคคลที่สามจะมีคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ 9) การถามเพื่อขอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเด็นที่ชม 10) การกล่าวให้กำลังใจหรือขอบคุณต่อความเหนื่อยยากลำบาก 11) อื่นๆ เช่น การขอร้องหรือขอความกรุณาจากผู้รับคำชม 12) การไม่พูดอะไรเลย หรือไม่สามารถพูดอะไรได้เลย

坂本他 (2017) แบ่งวิธีการชมไว้ 2 ประเภทใหญ่ ตามแนวคิดของ 蒲谷他 (1990) คือ การชมโดยมีวัตถุประสงค์ในการชมผู้รับคำชมอย่างแท้จริง และการชมที่มีวัตถุประสงค์อื่นมากกว่าการชมผู้รับคำชมอย่างแท้จริง วิธีการชมประเภทแรก สามารถแบ่งเป็นประเภทย่อยได้ 5 วิธีคือ 1) การกล่าวชมที่ตรงตามคำจำกัดความที่แคบที่สุดของคำว่า “ชม” (ほめ 『狭義』) 2) การประเมินค่า (評価) 3) การขอบคุณ 4) การชมแบบอื่น ๆ นอกเหนือจาก 3 วิธีที่กล่าวมา และ 5) การชมผู้รับคำชมโดยแสดงออกด้วยการกระทำ ไม่แสดงออกทางคำพูด ในส่วนของวิธีการชมประเภทหลังสามารถแบ่งเป็นประเภทย่อยได้ 10 วิธีคือ 1) การชมโดยการยกผู้รับคำชมให้สูงขึ้น 2) การชมที่ใช้เป็นการเกริ่นนำก่อนการขอร้อง 3) การชมที่ใช้เป็นการเกริ่นนำก่อนที่จะตำหนิหรือวิพากษ์วิจารณ์สิ่งใด 4) การชมที่ใช้เป็นการตอบกลับเพื่อแสดงความขอบคุณเมื่อได้รับอะไรจากผู้รับคำชม 5) การชมเป็นมารยาทเพื่อการคบค้าสมาคมกับคนในสังคม 6) การชมโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นการเกริ่นนำก่อนจะพูดเนื้อหาอะไรสักอย่าง หรือเพื่อใช้เป็นการรักษาความสัมพันธ์กับผู้รับคำชม 7) การชมที่ใช้ในสถานการณ์การเฉลิมฉลองหรือการแสดงความคิดเห็น 8) การชมที่ใช้เหมือนเป็นการสั่งสอนให้ผู้รับคำชมปรับปรุงตัวหรือ

² ในงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการชม มีผู้ใช้คำศัพท์เกี่ยวกับวิธีการกล่าวชมไว้แตกต่างกัน เช่น “วิธีการชม” “กลวิธีการชม” “รูปแบบการชม” “ประเภทการชม” เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการเขียนข้อความชมในเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยจึงขอใช้คำว่า “วิธีการเขียนข้อความชมในเฟซบุ๊ก”

³ “คำที่ใช้ประเมินค่า (評価語)” คือ คำที่แสดงให้เห็นถึงการประเมินค่าผู้รับคำชมอย่างชัดเจน โดยคำดังกล่าวอาจเป็นคำสั้นๆ เพียง 1 คำ หรือเป็นสำนวนที่มีมากกว่า 1 คำก็ได้ เช่น 「いい」 「美しい」 「立派だ」 「なかなかできない (ことだ)」 เป็นต้น

พัฒนาขึ้น 9) การชมเพื่อปลอบใจหรือให้กำลังใจผู้รับคำชมเมื่อผู้รับคำชมตกอยู่ในสภาวะที่ไม่ดี 10) การชมเพื่อทำให้ผู้รับคำชมรู้สึกสนิทสนมกับตนเองมากขึ้น

3.3 รูปแบบภาษาของการชม

งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบภาษาของการชมของชาวญี่ปุ่นมี ดังนี้

熊取谷 (1989) กล่าวว่ารูปแบบภาษาของการชมมีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล แต่รูปแบบภาษาที่ชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ใช้มากที่สุดมี 3 รูปแบบคือ 1) สิ่งที่ดี + คำคุณศัพท์ 2) คำคุณศัพท์ + สิ่งที่ดี และ 3) สิ่งที่ดี + ความชอบ คำคุณศัพท์ในที่นี้หมายถึงคำคุณศัพท์ที่ให้ความหมายในเชิงบวกซึ่งตรงกับงานวิจัยของ Daikuhara (1986), 小玉 (1993) และ 金 (2004) ที่กล่าวว่า รูปแบบภาษาที่พบมากในการชมคือ รูปแบบภาษาที่ใช้คำคุณศัพท์ที่ให้ความหมายในเชิงบวก และคำคุณศัพท์ที่พบมากทั้งในงานของ Daikuhara, 小玉 และ 金 ได้แก่ 「いい」「すごい」「きれいい」「かわいいい」

大野 (2009) แบ่งรูปแบบภาษาของการชมไว้ 3 รูปแบบคือ 1) รูปแบบภาษาที่ยกผู้รับคำชมขึ้นมาเป็นหัวเรื่องในประโยค 2) รูปแบบภาษาที่ยกผู้ชมขึ้นมาเป็นหัวเรื่องในประโยค และ 3) รูปแบบภาษาที่ยกบุคคลที่สามขึ้นมาเป็นหัวเรื่องในประโยค ส่วน 袁 (2012) แบ่งรูปแบบภาษาของการชมไว้ 6 รูปแบบคือ 1) คำที่ใช้ประเมินค่า 2) คำที่ใช้ประเมินค่า + เหตุผล 3) คำที่ใช้ในการแสดงความคิดเห็น 4) คำที่แสดงให้เห็นว่าผู้ชมไม่ได้คิดเช่นเดียวกับผู้รับคำชม 5) คำอุทานที่แสดงถึงการชื่นชม และ 6) คำที่ใช้ประเมินค่า + จำนวนที่ใช้ขอข้อมูลเพิ่มเติม

4. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาวิเคราะห์เนื้อหา 2 ส่วนสำคัญเกี่ยวกับการชมในเฟซบุ๊ก ได้แก่ 1) ประเด็นการชมในเฟซบุ๊ก

และ 2) วิธีการเขียนข้อความชมและรูปแบบภาษาของข้อความชมในเฟซบุ๊ก รายละเอียดเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง และการวิเคราะห์ข้อมูลของทั้ง 2 ส่วนมีดังนี้

4.1 ประเด็นการชมในเฟซบุ๊ก

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นการชมโดยแจกแบบสอบถามออนไลน์ให้แก่ผู้ใช้เฟซบุ๊กชาวญี่ปุ่นเพื่อศึกษาว่าชาวญี่ปุ่นชมประเด็นใดบ้าง โดยประเด็นการชมที่ยกมาใส่ในแบบสอบถามได้อ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่ 1) คนในครอบครัวของผู้รับคำชม 2) รูปลักษณ์ภายนอก 3) ความสามารถ 4) สิ่งของในครอบครอง 5) การกระทำที่บ่งบอกถึงอุปนิสัย

กลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมด 124 คน เพศชายจำนวน 56 คน เพศหญิงจำนวน 68 คน อายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 1 คน อายุระหว่าง 18 – 29 ปี จำนวน 60 คน อายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 24 คน อายุระหว่าง 40 – 49 ปี จำนวน 18 คน อายุระหว่าง 50 – 59 ปี จำนวน 14 คน และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน

4.2 วิธีการเขียนข้อความชมและรูปแบบภาษาของข้อความชมในเฟซบุ๊ก

หลังจากทราบผลในข้อ 4.1 แล้ว ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อความชมจากผู้ใช้เฟซบุ๊กจริง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์วิธีการเขียนข้อความชมและรูปแบบภาษาของข้อความชมในเฟซบุ๊ก โดยเก็บรวบรวมข้อความชมจากทั้ง 5 ประเด็นการชม ในแต่ละประเด็นการชม เก็บรวบรวมจากเพศชายและเพศหญิงอย่างละ 20 ข้อความ รวมทั้งสิ้น 200 ข้อความ

หลังจากรวบรวมข้อความชมแล้ว ผู้วิจัยได้เริ่มทำการวิเคราะห์ข้อความชมด้วยการจำแนกข้อมูลแต่ละหน่วยความที่ปรากฏในข้อความชมโดยอ้างอิงจากเกณฑ์การจำแนก “หน่วยความหมายย่อย (Semantic formulas : 意味公式⁴)” ของ Beebe et al. (1990)

⁴ คำว่า “semantic formulas” ถูกแปลเป็นภาษาไทยไว้หลายคำ เช่น “หน่วยความหมาย” “เกณฑ์ความหมายของข้อความย่อย” หรือ “สูตรสำเร็จเชิงความหมาย” ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยขอใช้คำว่า “หน่วยความหมายย่อย” ซึ่งหมายถึง หน่วยทางความหมายในประโยคที่ใช้พูดหรือเขียนที่มีขนาดเล็กที่สุด แต่มีความหมายแสดงให้เห็นได้ว่าหน่วยทางความหมายหน่วยนั้นแสดงหน้าที่อะไร โดยหน่วยทางความหมายนี้จะป็นหน่วยความหมายย่อยที่เป็นส่วนประกอบทำให้เกิดวัจนกรรมทางภาษาต่าง ๆ โดยใน 1 วัจนกรรมทางภาษาอาจประกอบด้วย 1 หน่วยความหมายย่อย หรือหลายหน่วยความหมายย่อยก็ได้

เพื่อศึกษาว่าในแต่ละข้อความชมประกอบด้วยหน่วยความหมายย่อยใดบ้าง และเพื่อศึกษาว่าชาวญี่ปุ่นมีแนวโน้มที่จะเขียนข้อความชมด้วยปริมาณที่สั้นหรือยาวเพียงใด หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาที่ใช้ในแต่ละหน่วยความหมายย่อยว่าเป็นเนื้อหาที่ใช้วิธีการเขียนข้อความชมแบบใด วิธีการเขียนที่ปรากฏในข้อความชมมี 3 วิธี ดังนี้

1) วิธีการเขียนข้อความชมแบบตรง คือ วิธีที่ผู้เขียนแสดงเจตนาว่าผู้เขียนชื่นชมสิ่งที่ได้รับคำชมโพสต์ในเฟซบุ๊ก โดยผู้เขียนใช้รูปแบบภาษาที่สามารถแปลความหมายตรงตามตัวอักษรได้ว่าเป็นความหมายในเชิงบวกที่สื่อให้เห็นถึงการชมได้อย่างชัดเจน

2) วิธีการเขียนข้อความชมแบบอ้อม คือ วิธีที่ผู้เขียนไม่ได้ใช้รูปแบบภาษาที่สามารถแปลความหมายตรงตามตัวอักษรได้ว่าเป็นความหมายในเชิงบวกที่สื่อให้เห็นถึงการชมได้อย่างชัดเจน แต่เมื่อพิจารณาจากบริบทก่อนหลังในประโยค หรือจากประสบการณ์และธรรมเนียมปฏิบัติในการใช้ภาษาของคนในสังคมแล้ว สามารถตีความหมายโดยนัย (Implicature) ได้ว่าผู้เขียนแสดงเจตนาชื่นชมสิ่งที่ได้รับคำชมโพสต์ในเฟซบุ๊ก

3) วิธีการเขียนข้อความที่ไม่ใช่การชม คือ วิธีที่ผู้

เขียนไม่ได้ใช้รูปแบบภาษาที่สามารถแปลความหมายตรงตามตัวอักษรได้ว่าเป็นความหมายในเชิงบวกที่สื่อให้เห็นถึงการชมได้อย่างชัดเจน และเมื่อพิจารณาจากประสบการณ์และธรรมเนียมปฏิบัติในการใช้ภาษาของคนในสังคมแล้ว ก็ไม่สามารถตีความหมายโดยนัยได้ว่าผู้เขียนแสดงเจตนาชื่นชมสิ่งที่ได้รับคำชมโพสต์ในเฟซบุ๊ก กล่าวคือ วิธีการเขียนแบบนี้ ผู้เขียนไม่ได้ใช้ทั้งวิธีการเขียนข้อความชมแบบตรงและแบบอ้อม แต่ผู้เขียนใช้ถ้อยคำอื่นที่ไม่ใช่การชม เช่น การแสดงความคิดเห็น การบอกเล่าเรื่องราวของตัวเอง หรือการชักชวน

หลังจากจำแนกวิธีการเขียนข้อความชมเสร็จแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์รูปแบบภาษาที่ใช้ในแต่ละวิธีการเขียนข้อความชม โดยรูปแบบภาษาที่นำมาวิเคราะห์นั้น เป็นรูปแบบภาษาที่ใช้ในวิธีการเขียนข้อความชมแบบตรงและแบบอ้อมเท่านั้น ไม่นำรูปแบบภาษาที่ไม่ใช่การชมมาวิเคราะห์

5. ผลการวิจัย

5.1 ประเด็นการชมในเฟซบุ๊ก

ประเด็นการชมในเฟซบุ๊กจากแบบสอบถาม เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประเด็นการชมในเฟซบุ๊ก

| ประเด็นการชม | จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกประเด็นการชม | | |
|------------------------------|--|----------------|-----------------|
| | ชาย | หญิง | รวม |
| ความสามารถ | 47 คน (37.9%) | 68 คน (54.84%) | 115 คน (92.74%) |
| การกระทำที่บ่งบอกถึงอุปนิสัย | 42 คน (33.87%) | 55 คน (44.35%) | 97 คน (78.22%) |
| รูปลักษณ์ภายนอก | 26 คน (20.96%) | 44 คน (35.49%) | 70 คน (56.45%) |
| สิ่งของในครอบครอง | 28 คน (22.58%) | 28 คน (22.58%) | 56 คน (45.16%) |
| คนในครอบครัวของผู้รับคำชม | 15 คน (12.1%) | 35 คน (28.22%) | 50 คน (40.32%) |

จากตารางที่ 1 ทำให้ทราบว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊กชาวญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิงนิยมเขียนข้อความชมเรื่องความสามารถมากที่สุด รองลงมาคือ เรื่องการกระทำที่บ่งบอกถึงอุปนิสัยของผู้รับคำชม ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลสรุปของ Daikuhara, 古川 และบุษบาบรรจจณนิ จึงสามารถกล่าวได้ว่า ไม่ว่าจะเป็นการชมต่อหน้า หรือชมผ่านสื่อโซเชียลมีเดียอย่างเฟซบุ๊ก ชาวญี่ปุ่นก็มีแนวโน้มที่จะชม 2 ประเด็นนี้มากอยู่ดี

5.2 จำนวนหน่วยความหมายย่อยที่ปรากฏในแต่ละข้อความชม

จากผลการจำแนกหน่วยความหมายย่อยที่ปรากฏในแต่ละข้อความชมทำให้ทราบว่า จำนวนหน่วยความหมายย่อยที่ปรากฏมากที่สุดในข้อความชมทั้งของเพศชายและเพศหญิงคือ 1 หน่วยความหมายย่อยในเกือบทุกประเด็นการชม กล่าวคือ ผู้ใช้เฟซบุ๊กชาวญี่ปุ่นโดยส่วนใหญ่มักจะเขียนข้อความชมแบบสั้นๆ เพียง 1 หน่วยความหมายย่อย เช่น 「素晴らしい!」 「△△⁵ちゃん最高 ✨」 「△△君いい笑顔 !!」 「美味しそう😊」 ผลจากการสัมภาษณ์แบบติดตามผล (Follow up interview) กลุ่มตัวอย่างบางส่วนทำให้ทราบว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊ก

คิดว่าเนื่องจากผู้รับคำชมกับผู้เขียนข้อความชมเป็นเพื่อนกันในเฟซบุ๊กซึ่งรู้จักกันอยู่แล้ว เวลาจะเขียนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่เพื่อนโพสต์จึงไม่จำเป็นต้องเขียนคำทักทาย หรือสำนวนอื่น ๆ ที่เป็นรูปแบบตายตัวที่ถูกกำหนดไว้เหมือนการเขียนจดหมายหรืออีเมล ผู้ใช้เฟซบุ๊กคิดว่าเขียนเพียงข้อความที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการชมแบบสั้น ๆ ก็เพียงพอแล้ว นอกจากนั้น ผู้ใช้เฟซบุ๊กยังคิดว่าการที่เพื่อนในเฟซบุ๊กนำเรื่องราวที่น่าชื่นชมยินดีมาโพสต์ในทวิตไทม์ไลน์ก็เพียงพอให้คนที่เห็นเพื่อนกันในเฟซบุ๊กมีความรู้สึกชื่นชมยินดีร่วมกับสิ่งนั้น การเขียนข้อความชมที่แสดงให้เห็นว่าตัวผู้เขียนชมเองก็รู้สึกร่วมกับผู้รับคำชมแบบสั้นและง่ายจึงเป็นสิ่งที่เพียงพอแล้ว

5.3 วิธีการเขียนข้อความชมในเฟซบุ๊ก

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้ทราบว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊กชาวญี่ปุ่นมีวิธีการเขียนข้อความชมที่แตกต่างกัน ผู้ใช้เฟซบุ๊กบางคนใช้วิธีการเขียนข้อความชมเพียงวิธีเดียว แต่บางคนใช้หลายวิธีร่วมกัน วิธีการเขียนข้อความชมที่ชาวญี่ปุ่นใช้สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 วิธีการเขียนข้อความชมในเฟซบุ๊ก

| วิธีการเขียนข้อความชม | จำนวนผู้ใช้ | | | | | | | | | | |
|---|-------------|----|----------|---|-----------|----|---------|---|----------|----|----------------|
| | ความสามารถ | | การกระทำ | | รูปลักษณ์ | | สิ่งของ | | ครอบครัว | | รวม |
| | ช | ญ | ช | ญ | ช | ญ | ช | ญ | ช | ญ | |
| เขียนชมแบบตรงเพียงอย่างเดียว | 13 | 13 | 13 | 9 | 18 | 17 | 11 | 9 | 10 | 12 | 125 (62.5%) |
| เขียนชมแบบตรง + เขียนชมแบบอ้อม | 3 | 3 | 1 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 7 | 34 (17%) |
| เขียนชมแบบตรง + เขียนข้อความที่ไม่ใช่การชม | 3 | 3 | 4 | 3 | - | - | 2 | 2 | 4 | - | 21 (10.5%) |
| เขียนชมแบบตรง + เขียนชมแบบอ้อม + เขียนข้อความที่ไม่ใช่การชม | 1 | 1 | 1 | 1 | - | - | 1 | 2 | 1 | 1 | 9 (4.5%) |

⁵ เครื่องหมาย “△△” ในงานวิจัยนี้ เป็นเครื่องหมายที่ใช้แทนชื่อคน

| วิธีการเขียนข้อความชม | จำนวนผู้ใช้ | | | | | | | | | | |
|--|-------------|----|----------|----|-----------|----|---------|----|----------|----|-------------|
| | ความสามารถ | | การกระทำ | | รูปลักษณ์ | | สิ่งของ | | ครอบครัว | | รวม |
| | ช | ญ | ช | ญ | ช | ญ | ช | ญ | ช | ญ | |
| เขียนชมแบบอ้อมเพียงอย่างเดียว | - | - | - | 3 | - | 1 | - | 3 | 1 | - | 8 (4%) |
| เขียนชมแบบอ้อม + เขียนข้อความที่ไม่ใช่การชม | 3 | 3 | 1 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 7 | 34 (17%) |
| เขียนชมแบบตรง + เขียนข้อความที่ไม่ใช่การชม | - | - | 1 | - | - | - | 2 | - | - | - | 3 (1.5%) |
| รวม | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 200 |

จากตารางที่ 2 ทำให้ทราบว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊กส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเพศชายหรือเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะเขียนข้อความชมด้วยวิธีการเขียนชมแบบตรงเพียงอย่างเดียวมากที่สุด ในทุกประเด็น ข้อความที่ใช้วิธีการเขียนชมแบบตรงเพียงอย่างเดียวอาจเป็นข้อความที่ประกอบด้วย 1 หน่วยความหมายย่อย หรือตั้งแต่ 2 หน่วยความหมายย่อยขึ้นไป เช่น ชมความสามารถในการวิ่งแข่งของผู้รับคำชมด้วยข้อความชมเพียง 1 หน่วยความหมายย่อยว่า 「①組トップは凄いですよ!!」 ชมการแต่งชุดกิโมโนของผู้รับคำชมด้วยข้อความชมที่ประกอบด้วย 2 หน่วยความหมายย่อยว่า 「①めーちや似合うじゃん! ②お人形みたいo(∇^∇)o」 ในตัวอย่างนี้ แม้จะเป็นข้อความชมที่ประกอบด้วย 2 หน่วยความหมายย่อย แต่ทั้ง 「①めーちや似合うじゃん!」 และ 「②お人形みたいo(∇^∇)o」 เป็นหน่วยความหมายย่อยที่ใช้วิธีการเขียนข้อความชมแบบตรงทั้งคู่ จึงถือว่าเป็นตัวอย่างนี้ใช้วิธีการเขียนข้อความชมแบบตรงเพียงอย่างเดียว

วิธีการเขียนข้อความชมที่ผู้ใช้เฟซบุ๊กใช้มากเป็นอันดับสองได้แก่ วิธีการเขียนข้อความชมแบบตรงร่วมกับแบบอ้อม วิธีการเขียนแบบนี้คือ วิธีการเขียนชมสิ่งที่ผู้รับคำชมโพสต์ในเฟซบุ๊กตั้งแต่ 2 หน่วยความหมายย่อยขึ้นไป เช่น 「①なんと素敵なお家なんでしょう。②羨ましい。」 หน่วยความหมายย่อยแรกในประโยคตัวอย่างนี้ ผู้เขียนใช้รูปแบบภาษาที่สื่อให้เห็นถึงการชม

บ้านของผู้รับคำชมอย่างชัดเจนว่าเป็นบ้านที่เยี่ยมยอดวิเศษ (素敵) ส่วนในอีกหนึ่งหน่วยความหมายย่อย ผู้เขียนไม่ได้ใช้รูปแบบภาษาที่สื่อให้เห็นถึงการชมบ้านของผู้รับคำชมอย่างชัดเจน แต่ใช้คำที่แสดงความรู้สึกอิจฉา (羨ましい) ผู้รับคำชมที่มีบ้านที่เยี่ยมยอด วิเศษ เช่นนั้น แม้ว่าคำที่แสดงความรู้สึกอิจฉาจะเป็นคำที่ไม่สามารถแปลความหมายตรงตามตัวอักษรได้ว่าเป็นคำที่มีความหมายในเชิงบวกที่สื่อให้เห็นถึงการชมได้อย่างชัดเจน แต่ก็ถือเป็นคำที่สามารถตีความหมายโดยนัยได้ว่าผู้เขียนแสดงเจตนาชื่นชมบ้านของผู้รับคำชม

วิธีการเขียนข้อความชมที่ถูกใช้มากเป็นอันดับสามได้แก่ วิธีการเขียนข้อความชมแบบตรงร่วมกับวิธีการเขียนข้อความที่ไม่ใช่การชม เช่น 「①いいなあ、②新しい冷蔵庫! ③うちも同じくらいの期間冷蔵庫使ってる。④そろそろやばいかなあと夏が来るたびドキドキ。」 ในประโยคตัวอย่างนี้ 「①いいなあ、」 และ 「②新しい冷蔵庫!」 ถือเป็นหน่วยความหมายย่อยที่ผู้เขียนใช้รูปแบบภาษาที่สื่อให้เห็นถึงการชมเกี่ยวกับตู้เย็นอย่างชัดเจน ส่วน 「③うちも同じくらいの期間冷蔵庫使ってる。」 และ 「④そろそろやばいかなあと夏が来るたびドキドキ。」 เป็นการเขียนบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับตู้เย็นของตัวเอง แม้จะเป็นเรื่องของตัวเองเช่นเดียวกัน แต่เนื่องจากเป็นเรื่องตู้เย็นของผู้เขียนชมเอง จึงถือว่าเป็นการเขียน

ถ้อยคำที่ไม่ใช่การชมสิ่งของของผู้รับคำชม

ผลจากการวิเคราะห์วิธีการเขียนข้อความชมที่พบมาก 3 อันดับแรกทำให้ทราบว่า วิธีการเขียนข้อความชมที่ถูกใช้มากที่สุดคือวิธีการเขียนข้อความชมแบบตรง

5.4 รูปแบบภาษาของข้อความชมในเฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์รูปแบบภาษาของข้อความชมในเฟซบุ๊กสามารถสรุปได้ดังนี้

5.4.1 รูปแบบภาษาที่ใช้ในวิธีการเขียน

ข้อความชมแบบตรง

รูปแบบภาษาที่ใช้ในวิธีการเขียนข้อความชมแบบตรงคือ รูปแบบภาษาที่มีข้อความที่สื่อให้เห็นถึงการชมได้อย่างชัดเจน โดยคำที่ปรากฏในรูปแบบภาษานี้เป็นคำที่ให้ความหมายในเชิงบวกที่ผู้เขียนข้อความชมใช้บอกคุณลักษณะด้านบวกของตัวผู้รับคำชม หรือคนในครอบครัวหรือสิ่งของของผู้รับคำชม คำที่ให้ความหมายในเชิงบวกสามารถแบ่งได้ 2 ประเภทดังนี้

1) คำคุณศัพท์ที่ใช้ประเมินค่าตัวผู้รับคำชม หรือคนในครอบครัวหรือสิ่งของของผู้รับคำชมว่ามีคุณลักษณะด้านบวกอย่างชัดเจน เช่น 「△△ちゃん、可愛い♡😊」「△△、良い時計してますね～！(*≥▽≤*)」 เป็นต้น คำคุณศัพท์ที่ปรากฏในประเภทนี้มีทั้งหมด 28 คำ และคำคุณศัพท์ที่ปรากฏมากที่สุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ 「可愛い」「素敵」「いい／よい」「すごい」「かっこいい」 คำคุณศัพท์ทั้ง 5 คำนี้ถือเป็นคำที่นิยมใช้มากในการชมของชาวญี่ปุ่นซึ่งตรงตามงานวิจัยของ Daikuhara , 小玉, 金 และบุซบา บรรจงมณี จึงสามารถกล่าวได้ว่าไม่ว่าจะเป็นการชมต่อหน้า หรือชมผ่านเฟซบุ๊ก ชาวญี่ปุ่นก็นิยมใช้คำคุณศัพท์เหล่านี้ในการชม และในคำคุณศัพท์ทั้ง 5 คำนี้ คำคุณศัพท์ที่ปรากฏในทุกประเด็นการชมมีจำนวน 4 คำ ได้แก่ 「素敵」「いい／よい」「すごい」「かっこいい」 จึงสามารถกล่าวได้ว่าคำคุณศัพท์ทั้ง 4 คำนี้เป็นคำที่สามารถใช้ชมได้ในทุกประเด็น

2) คำศัพท์หรือสำนวนที่ไม่ใช่คำคุณศัพท์ที่ใช้ประเมินค่าตัวผู้รับคำชม หรือคนในครอบครัวหรือสิ่งของ

ของผู้รับคำชมว่ามีคุณลักษณะด้านบวกอย่างชัดเจน เหมือนคำที่ปรากฏในประเภท 1) แต่เป็นคำศัพท์หรือสำนวนที่บรรยายถึงคุณลักษณะด้านบวกของฝ่ายรับคำชมเช่นเดียวกัน เช่น 「ほんとイケメンですねー❖」「おめでと!!!最高か!お疲れ様!」「可愛い😊ほんとに、しっかりしたお顔!」 เป็นต้น

5.4.2 รูปแบบภาษาที่ใช้ในวิธีการเขียนข้อความชมแบบอ้อม

รูปแบบภาษาที่ใช้ในวิธีการเขียนข้อความชมแบบอ้อมคือ รูปแบบภาษาที่ไม่มีคำที่สื่อให้เห็นถึงการชมตัวผู้รับคำชม หรือคนในครอบครัวหรือสิ่งของของผู้รับคำชมอย่างชัดเจนปรากฏอยู่ แต่มีคำที่สามารถตีความหมายโดยนัยได้ว่าผู้เขียนแสดงเจตนาชื่นชมสิ่งที่คุณรับคำชมโพสต์ในเฟซบุ๊ก คำที่สามารถตีความหมายโดยนัยดังกล่าวสามารถแบ่งได้ 6 ประเภท ดังนี้

1) คำศัพท์หรือสำนวนที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกของผู้เขียนข้อความชมต่อตัวผู้รับคำชม ต่อคนในครอบครัวหรือสิ่งของของผู้รับคำชม ซึ่งประกอบด้วยคำอุทานที่สื่อให้เห็นถึงอารมณ์ความรู้สึกในการชื่นชม เช่น 「お、」「あら」「わー!」 คำที่สื่อให้เห็นว่าผู้เขียนข้อความชมรู้สึกอิจฉาต่อสิ่งที่ผู้รับคำชมโพสต์ในเฟซบุ๊ก เช่น 「羨ましい」 คำที่สื่อให้เห็นว่าผู้เขียนข้อความชมรู้สึกอย่างไรต่อสิ่งที่โพสต์ เช่น รู้สึกขำ รู้สึกสนุก (ウケる／笑える)

2) คำศัพท์หรือสำนวนที่แสดงถึงความต้องการของผู้เขียนข้อความชมอย่างชัดเจน หรือคำที่สามารถตีความหมายโดยนัยได้ว่าผู้เขียนข้อความชมมีความต้องการต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น 「フランク三浦!私も欲しいです!!!」

3) คำศัพท์หรือสำนวนที่แสดงให้เห็นว่า ความคาดหวังของผู้เขียนข้อความชมจะสามารถเป็นจริงขึ้นได้ต้องมาจากเจตนาหรือการอนุญาตของผู้รับคำชม เช่น 「可愛いねえ☆*.o(≥▽≤)o .:*☆いつかは非会わせて★」

4) คำศัพท์หรือสำนวนที่แสดงให้เห็นว่า เมื่อนำตัวผู้เขียนข้อความชม หรือคนในครอบครัวของผู้เขียนข้อความชมไปเปรียบเทียบกับผู้รับคำชม หรือคนในครอบครัวของผู้รับคำชมแล้ว ฝ่ายผู้เขียนข้อความชมมีความสามารถเท่ากับฝ่ายผู้รับคำชม เช่น 「おめでとう♥努力家だよー。なかなか真似出来ないよー。」

5) คำศัพท์หรือสำนวนที่ใช้แสดงความยินดีซึ่งสามารถตีความหมายโดยนัยได้ว่าเป็นการชม เช่น 「納車おめでとう ございます😊また乗せて下さいね(o^^o)」

6) คำศัพท์หรือสำนวนที่แสดงถึงเจตนาธรรมของผู้เขียนข้อความชมว่าจะกระทำสิ่งใด เช่น 「自分も興味有り。内容が良ければ教えて下さい。購入します。」

จากรูปแบบภาษาทั้ง 6 ประเภท รูปแบบที่ปรากฏในทุกประเด็นการชมคือ ประเภท 1) , 2) และ 5) คำศัพท์หรือสำนวนที่ปรากฏในประเภท 1) เป็นคำศัพท์หรือสำนวนที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกของผู้เขียนข้อความชมต่อตัวผู้รับคำชม ต่อคนในครอบครัวหรือสิ่งของของผู้รับคำชม ซึ่งคำที่ปรากฏมากที่สุดคือ คำอุทานที่สื่อให้เห็นถึงอารมณ์ความรู้สึกในการชื่นชม และคำที่สื่อให้เห็นว่าผู้เขียนข้อความชมรู้สึกอิจฉาต่อสิ่งที่ผู้รับคำชมโพสต์ในเฟซบุ๊ก เช่น 「お、相変わらずイケメンだな!!」

「わー!素晴らしい!!!」「パパも息子ちゃんもやさしいネ(^-^)/~♥♡うらやましい♪」 คำอุทานหรือคำแสดงความรู้สึกอิจฉาเช่นนี้ แม้จะเป็นคำที่ไม่สื่อให้เห็นถึงการชมอย่างชัดเจน แต่ก็สามารถตีความหมายโดยนัยได้ว่าผู้เขียนข้อความชมแสดงเจตนาชื่นชมผู้รับคำชม

คำศัพท์หรือสำนวนที่ปรากฏในประเภท 2) เป็นคำศัพท์หรือสำนวนที่แสดงถึงความต้องการของผู้เขียนข้อความชม ได้แก่ สำนวน 「~たい」 「~(が)欲しい」 และ 「~てほしい」 ซึ่งสำนวน 「~たい」 เป็นสำนวนที่ปรากฏมากที่สุดในประเภทนี้ ตัวอย่างเช่น 「美味しそう! 今度作って〜♡食べたいっ😊」「その髪

型△△もやりたい(͡° ͜°)♥」「可愛いー♥どんな子に育つか楽しみです♪ お店にも来て下さい😊抱っこしたい😊」 จากตัวอย่างอาจกล่าวได้ว่า สำนวน 「~たい」 เป็นสำนวนที่แสดงความต้องการของผู้เขียนชมอย่างชัดเจน เนื่องจากผู้เขียนชมรู้สึกชื่นชมสิ่งที่ผู้รับคำชมโพสต์มากจนอยากจะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ผู้รับคำชมโพสต์

คำศัพท์หรือสำนวนที่ปรากฏในประเภท 5) เป็นสำนวนที่ใช้ในการแสดงความยินดีทั้งหมดจำนวน 19 ครั้ง เป็นสำนวน 「おめでとう ございます」 จำนวน 11 ครั้ง และสำนวน 「おめでとう」 จำนวน 8 ครั้ง เนื่องจากสำนวน 「おめでとう」 มีรากศัพท์มาจากคำว่า 「めでたい」 ซึ่งแปลว่า “น่ายินดี” จึงถือว่าสำนวน 「おめでとう(ございます)」 เป็นสำนวนที่สามารถตีความหมายโดยนัยได้ว่าเป็นการชมแบบอ้อม สำนวนแสดงความยินดีที่ปรากฏในงานวิจัยครั้งนี้ เป็นการแสดงความยินดีในโอกาสต่าง ๆ เช่น 「めっちゃ可愛いー♥卒業おめでとう😊😊😊」「結婚記念日おめでとう ございます😊😊😊さすがセンスの良い贈り物ですね😊羨ましいー♥♥♥」「△△先生出産おめでとう ございます! 可愛いですね😊」

6. อภิปรายและสรุปผล

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบว่า ประเด็นการชมในเฟซบุ๊กมี 5 ประเด็น คือ ความสามารถ การกระทำที่บ่งบอกถึงอุปนิสัย รูปลักษณ์ภายนอก สิ่งของในครอบครอง และคนในครอบครัวของผู้รับคำชม ประเด็นที่ผู้ใช้เฟซบุ๊กชาวญี่ปุ่นนิยมหยิบยกขึ้นมาชมมากที่สุดมี 2 ประเด็น คือ ประเด็นเรื่องความสามารถ และประเด็นเรื่องการกระทำที่บ่งบอกถึงอุปนิสัย การเลือกประเด็นในการชมเช่นนี้สะท้อนให้เห็นค่านิยมของชาวญี่ปุ่นว่าชาวญี่ปุ่นโดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการชมประเด็นเรื่องการกระทำซึ่งเกิดจากอุปนิสัยที่เป็นเนื้อแท้ภายในของตัวบุคคลมากกว่าสิ่งที่ไม่ได้อยู่ภายในตัวบุคคล โดย

เฉพาะการกระทำที่เกิดจากความสามารถเฉพาะตัวของบุคคล ชาวญี่ปุ่นมีแนวโน้มจะให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก และหากวิเคราะห์ตามแนวคิดของ 大野 (2003) ผลจากการกระทำที่ตื้นนั้น ถือเป็นสิ่งที่มีหลักฐานอย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน เป็นสิ่งที่ทุกคนในสังคมส่วนใหญ่ยอมรับ ชาวญี่ปุ่นจึงมักจะหยิบยกประเด็นเรื่องผลของการกระทำนั้นขึ้นมาชมมากกว่าเรื่องรูปลักษณ์ภายนอก หรือสิ่งของในครอบครองซึ่งไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่ารูปลักษณ์ภายนอกหรือสิ่งของนั้นดีหรือไม่ดี ไม่สามารถหาหลักฐานที่เป็นรูปธรรมชัดเจนมาพิสูจน์ได้ว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่น่าชื่นชมหรือไม่ การจะมองว่ารูปลักษณ์ภายนอกหรือสิ่งของในครอบครองเป็นสิ่งที่น่าชื่นชมยินดีหรือไม่นั้น เป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับความชอบส่วนบุคคล ไม่ใช่สิ่งที่คนในสังคมส่วนใหญ่จะยอมรับได้เหมือนกันทุกคน

การเขียนข้อความชมผ่านเฟซบุ๊กถือเป็นการถ่ายทอดเจตนาในการชมผ่านตัวอักษร ไม่ใช่การถ่ายทอดผ่านการพูด ผู้เขียนจึงพยายามเขียนข้อความชมให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ง่าย กล่าวคือ ในกรณีพูดต่อหน้าคู่สนทนา ผู้พูดสามารถดูปฏิกิริยาโต้ตอบของคู่สนทนาได้เป็นระยะว่าควรดำเนินการสนทนาอย่างไรให้เป็นไปอย่างราบรื่น โดยผู้พูดสามารถถามยืนยันสิ่งที่ไม่เข้าใจจากคู่สนทนา หรือหยุดพูดเพื่อให้คู่สนทนาทำความเข้าใจสิ่งที่ตัวเองพูดได้ หรือหากพูดผิดก็สามารถแก้ไขสิ่งที่พูดได้ทันทีในขณะที่สนทนา แต่ในกรณีของการเขียน หลังจากผู้เขียนส่งข้อความไปแล้ว ผู้เขียนไม่สามารถรับรู้ปฏิกิริยาโต้ตอบของผู้อ่านได้ทันที ผู้เขียนไม่สามารถถามยืนยันสิ่งที่ผู้อ่านไม่เข้าใจได้ ผู้เขียนจึงต้องพยายามจินตนาการถึงปฏิกิริยาโต้ตอบของผู้อ่าน และพยายามหลีกเลี่ยงข้อความที่มีความยาวมากจนอาจทำให้ผู้อ่านเข้าใจวัตถุประสงค์ที่ต้องการถ่ายทอดคลาดเคลื่อน ด้วยเหตุนี้ ผู้เขียนจึงเลือกใช้วิธีการเขียนข้อความชมแบบตรงมากกว่าวิธีการเขียนแบบอื่น เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจนว่าผู้เขียนต้องการชมสิ่งที่ผู้รับคำชมโพสต์

นอกจากนั้น ชาวญี่ปุ่นยังมีแนวโน้มที่จะเขียนชมผู้รับคำชมด้วยข้อความสั้น ๆ เพียง 1 หน่วยความหมายย่อย สาเหตุอาจเนื่องมาจากเฟซบุ๊กเป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่เปรียบเสมือนพื้นที่แบบไม่เป็นทางการในการโพสต์บอกเล่าเรื่องราวในชีวิตประจำวัน และเป็นพื้นที่สำหรับเขียนแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องราวต่าง ๆ ของคนรู้จักที่เป็นเพื่อนกันในเฟซบุ๊ก ผู้โพสต์และผู้เขียนแสดงความคิดเห็นจึงไม่จำเป็นต้องเขียนข้อความทักทาย หรือข้อความอื่น ๆ ที่เป็นทางการ ผู้เขียนส่วนใหญ่จึงมีแนวโน้มที่จะเขียนข้อความแบบสั้นและง่าย นอกจากนั้น ในกรณีที่มีการโพสต์เรื่องราวที่น่าชื่นชมยินดีนั้น ผู้ที่เข้าไปอ่านโพสต์ย่อมได้รับความรู้สึกในเชิงบวกร่วมกับเจ้าของโพสต์ได้อยู่แล้ว ดังนั้น เมื่อทั้งผู้โพสต์และผู้อ่านโพสต์ได้รับความรู้สึกในเชิงบวกร่วมกัน การเขียนแสดงความคิดเห็นที่เป็นการชื่นชมเกี่ยวกับเรื่องนั้นจึงไม่จำเป็นต้องเขียนข้อความที่มีความยาวมาก เขียนเพียงแค่ข้อความสั้น ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความรู้สึกในเชิงบวกร่วมกันเพียง 1 หน่วยความหมายย่อยก็เพียงพอแล้ว

รูปแบบภาษาที่ใช้ในวิธีการเขียนข้อความชมแบบตรงมี 2 ประเภทคือ 1) คำคุณศัพท์ที่ใช้ประเมินค่าในเชิงบวกอย่างชัดเจน ซึ่งคำคุณศัพท์ที่ปรากฏเป็นจำนวนมากและปรากฏในทุกประเด็นการชม ได้แก่ 「素敵」 「いい／よい」 「すごい」 「かっこいい」 จึงสามารถกล่าวได้ว่าคำคุณศัพท์ทั้ง 4 คำนี้ถือเป็นคำที่สามารถใช้ชมได้ในทุกประเด็น และเป็นคำที่ชาวญี่ปุ่นนิยมใช้ในการชม 2) คำศัพท์หรือสำนวนที่ไม่ใช่คำคุณศัพท์ที่ใช้ประเมินค่าในเชิงบวกอย่างชัดเจนเหมือนประเภท 1) แต่เป็นคำศัพท์หรือสำนวนที่เป็นคำนาม คำกริยา หรือคำวิเศษณ์ที่ใช้บรรยายถึงคุณลักษณะด้านบวกของผู้รับคำชมเช่นเดียวกัน เช่น 「さすが」 「最高」 「イクメン」 「手を入る」 เป็นต้น โดยส่วนใหญ่คำศัพท์หรือสำนวนเหล่านี้จะปรากฏเพียงแค่ครั้งเดียว คำแต่ละคำจะไม่ปรากฏหลายครั้งเหมือนคำคุณศัพท์ในประเภท 1) การที่ผู้ใช้เฟซบุ๊กส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้คำคุณศัพท์

ในประเภท 1) มากกว่าเลือกใช้คำศัพท์หรือสำนวนในประเภท 2) อาจเนื่องมาจากคำคุณศัพท์ในประเภท 1) เป็นคำที่แสดงให้เห็นถึงการชมได้อย่างชัดเจนมากกว่าคำศัพท์หรือสำนวนในประเภท 2) เมื่อผู้รับคำชมได้อ่านข้อความที่ใช้คำคุณศัพท์ในประเภท 1) ผู้รับคำชมก็จะสามารถเข้าใจได้ทันทีว่าผู้เขียนข้อความชมมีเจตนาชื่นชมสิ่งที่ตัวเองโพสต์ลงในเฟซบุ๊ก

รูปแบบภาษาที่ใช้ในวิธีการเขียนข้อความชมแบบอ้อมมีทั้งหมด 6 ประเภท รูปแบบที่ปรากฏในทุกประเด็นการชมมี 3 ประเภทได้แก่ 1) คำศัพท์หรือสำนวนที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกของผู้เขียนข้อความชมต่อตัวผู้รับคำชม ต่อคนในครอบครัวหรือสิ่งของของผู้รับคำชม ซึ่งคำที่ปรากฏมากที่สุดในรูปแบบนี้คือ คำอุทานที่สื่อให้เห็นถึงอารมณ์ความรู้สึกในการชื่นชม และคำที่สื่อให้เห็นว่าผู้เขียนข้อความชมรู้สึกอิจฉาต่อสิ่งที่ผู้รับคำชมโพสต์ในเฟซบุ๊ก 2) คำศัพท์หรือสำนวนที่แสดงถึงความต้องการของผู้เขียนข้อความชมอย่างชัดเจน หรือคำที่สามารถตีความหมายโดยนัยได้ว่าผู้เขียนข้อความชมมีความต้องการต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งคำที่ปรากฏมากที่สุดในรูปแบบนี้คือ สำนวน 「～たい」 และ 3) คำศัพท์หรือสำนวนที่ใช้แสดงความยินดีซึ่งสามารถตีความหมายโดยนัยได้ว่าเป็นการชม เช่น 「おめでとう (ごさいまつ)」 เนื่องจากรูปแบบภาษาทั้ง 3 ประเภทนี้ปรากฏในทุกประเด็นการชม จึงถือเป็นรูปแบบภาษาที่สามารถใช้เขียนข้อความชมแบบอ้อมได้ในทุกประเด็นการชม

7. ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ไม่สามารถนำปัจจัยเรื่องความแตกต่างด้านอายุ สถานะทางสังคม และความสนิทสนมของกลุ่มตัวอย่างมาเป็นปัจจัยในการวิเคราะห์ได้ จึงทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์การชมในเฟซบุ๊กของชาวญี่ปุ่นที่แตกต่างกันในด้านอายุ สถานะทางสังคม และความสนิทสนมกัน แต่อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงภาพโดยรวมของการชมในเฟซบุ๊กซึ่งสามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการสอนเกี่ยวกับการชมให้แก่ผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นชาวไทยได้ว่า ในการชมคนญี่ปุ่นควรเลือกชมประเด็นเรื่องการกระทำที่เกิดจากความสามารถเฉพาะตัว หรืออุปนิสัยที่เป็นเนื้อแท้ภายในตัวผู้รับคำชมมากกว่าชมเรื่องรูปลักษณ์ภายนอก เรื่องสิ่งของในครอบครอง หรือเรื่องอื่นที่ไม่ใช่สิ่งที่อยู่ภายในตัวผู้รับคำชม นอกจากนั้น เวลาที่เพื่อนชาวญี่ปุ่นโพสต์เรื่องราวที่น่าชื่นชมยินดีลงในหน้าไทม์ไลน์บนเฟซบุ๊ก ผู้เรียนชาวไทยควรเขียนข้อความชมแบบตรงต่อสิ่งที่เพื่อนโพสต์ เพื่อแสดงความรู้สึกชื่นชมยินดีร่วมกับเพื่อนด้วยข้อความสั้น ๆ เพียง 1 หน่วยความหมายย่อย โดยรูปแบบภาษาที่ใช้เขียนข้อความชมนั้น ควรเป็นรูปแบบภาษาที่ให้ความหมายในเชิงบวกที่สื่อให้เห็นถึงการชมได้อย่างชัดเจน หากผู้เรียนชาวไทยสามารถเขียนข้อความชมเช่นนี้ได้ อาจเป็นการช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนชาวไทยและเพื่อนชาวญี่ปุ่นให้ดียิ่งขึ้นไปได้



เอกสารอ้างอิง (References)

- [1] บุชบา บรรจงมณี. (2552). วัฒนธรรมในภาษา: เปรียบต่างการชมด้วยภาษาญี่ปุ่นของชาวไทยและชาวญี่ปุ่น. วารสารเจแปน ฟาวน์เดชั่น กรุงเทพฯ 6. 65-75.
- [2] สุจริตลักษณ์ ดีผดุง. (2549). วจนปฏิบัติศาสตร์เบื้องต้น. นครปฐม: สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [3] Beebe, L. M., Takahashi, T., & Uliss-Welts, R. (1990). Pragmatic transfer in ESL refusals. In R. Scarcella, E. Anderson, & S. Krashen (Eds.), *Developing Communicative Competence in a Second Language*. New York: Newbury House, 55-73.
- [4] Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- [5] Daikuhara, M. (1986). A study of compliments from a cross-cultural perspective: Japanese vs. American English. *Working Papers in Educational Linguistics*, 2 (2), 103-134.
- [6] Leech, G. N. (1983). *Principles of Pragmatics*. London: Longman.
- [7] 袁帥 (2012). 「日中接触場面における『ほめ』—中国人日本語学習者の『ほめ』の言語行動と言語問題を中心に—」『外来性に関わる通時性と共時性 接触場面の言語管理研究』10, pp.107-122.
- [8] 大野敬代 (2003). 「人間関係からみた『ほめ』とその工夫について—シナリオにおける『働きかけ表現』として—」『早稲田大学大学院教育学研究科紀要 別冊』10, pp.337-346.
- [9] _____ (2009). 「日本語母語話者と学習者の目上への『ほめ』のあり方—アンケート調査の結果からみえる両者の配慮—」『早稲田日本語研究』18, pp.60-71.
- [10] 蒲谷宏・川口義一・坂本恵 (1996). 「待遇表現としてのほめ」『日本語学』15, pp.13-22.
- [11] 金庚芬 (2004). 「日・韓大学生の会話に見られる『ほめ』の表現」『日語日文学研究』51, pp.391-409.
- [12] 熊取谷哲夫 (1989). 「日本語における褒めの表現形式と談話構造」『言語習得及び異文化適応の理論的・実践的研究』2, pp.97-102.
- [13] 小玉安恵 (1993). 「ほめ言葉にみる日米の社会文化的価値観—外見のトピックを中心に—」『言語文化と日本語教育』6, pp.22-35.
- [14] 坂本恵・ナジェージダ, ウェインベルグ (2017). 「ほめの諸相—日本語母語話者は何をほめと認識するか—」『東京外国語大学留学生日本語教育センター論集』43, pp.121-136.
- [15] 総務省 (2017). 「平成24年版情報通信白書」
- [16] ナジェージダ, ウェインベルグ (2016). 「日本のビジネス場面のほめ言葉—日露ビジネス関係者の視点から—」『日本語・日本学研究』6, pp.163-181.

- [17] 古川由里子 (2003). 「書き言葉データにおける〈対者ほめ〉の特徴—対人関係から見た『ほめ』の分析—」 『日本語教育』 117, pp.33-42.
- [18] 丸山明代 (1996). 「男と女とほめ—大学キャンパスにおけるほめ行動の社会言語学的分析—」 『日本語学』 , pp.68-80.
-

หน่วยงานผู้แต่ง: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

Affiliation: Faculty of Humanities and Social Sciences, Chandrakasem Rajabhat University

Corresponding email: tawatcru@hotmail.com