

กลวิธีทางภาษาโน้มน้าวใจในรายการเกมโชว์ : เกมต่อชีวิต Persuasive Language Strategies Use in the “GameTorChevit” T.V. Game Show

อภิสร่า ชั่วทอง*¹ เขมรฤทัย บุญวรรณ²

Apissra Chuathong*¹ Khemruthai Boonwan²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาโน้มน้าวใจเพื่อการบริจาคนของดราม่าเกมโชว์รายการเกมต่อชีวิต การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเทปบันทึกการรายการเกมต่อชีวิต เฉพาะช่วงสะพานบุญ ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงตุลาคม พ.ศ. 2563 จำนวนทั้งสิ้น 81 เทป โดยใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและกรอบแนวคิดภาษาโน้มน้าวใจเป็นแนวทางในการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่ามีการใช้กลวิธีทางภาษาในการโน้มน้าวใจผู้ชมให้ช่วยเหลือหรือสนับสนุนผู้ร่วมรายการ 6 กลวิธี ได้แก่ การเลือกใช้วลีหรือคำศัพท์เพื่อสื่อถึงถึงการขอบริจาค การใช้คำแสดงปริมาณ การใช้ภาพพจน์เปรียบเทียบ การอ้างอำนาจ การอ้างหลักฐาน และการอ้างถึงลักษณะนิสัยของคนไทย ซึ่งการใช้กลวิธีทางภาษาโน้มน้าวใจดังกล่าวคำนึงถึงความสอดคล้องเรื่องความเชื่อเรื่องบุญกุศลในพุทธศาสนาและสภาพสังคมไทย

คำสำคัญ: ภาษาโน้มน้าวใจ กลวิธีทางภาษา ดราม่าเกมโชว์

* Corresponding author, e-mail: apissara.chu@student.mahidol.edu

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

¹ Student, Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

² ดร., อาจารย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

² Dr., Lecturer, Faculty of Liberal Arts, Mahidol University



Abstract

This qualitative research aimed to study strategies in using persuasive language for giving donations in the GameTorChevit TV game show episodes by analyzing only the persuasive language used when asking for donations which in Thai, it is called “Saphanboon” from January to October 2020, totally 81 tapes, by the persuasive communication framework and the persuasive language concept to research

The results found six strategies to persuade the audiences, including 1) using phrases or words to imply a donation, 2) using quantitative words, 3) using the figure of speech to compare, 4) mentioning the result of merit, 5) referring to dharma, and 6) referring to the characters of Thai people which concern about consistency in belief in merit and Thai society.

Keywords: Language of Persuasion Language Strategies Drama Game Show

บทนำ

รายการเกมโชว์เป็นรายการสร้างความบันเทิงประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยมสูงจากผู้ชมทั่วประเทศ เนื่องจากรายการเกมโชว์เป็นรายการที่ให้ความบันเทิง และสาระ สถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ จึงเริ่มแข่งขันโดยการนำเสนอสาระความบันเทิงที่มีคุณภาพและสามารถดึงดูดใจของผู้ชมเพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงรายการดังกล่าวได้มากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงเป็นการเปิดกว้างทางการตลาดเพิ่มขึ้น

ปัจจุบันนี้ผู้คนมักจะเห็นช่องทางการสื่อสารเพื่อการบริจาคตามสื่อโซเชียลมีเดียอย่างการโพสต์เปิดรับบริจาคใน Facebook หรือการตั้งโต๊ะรับบริจาคตามสถานที่ต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์รับบริจาคในโฆษณาหรือแม้กระทั่งรายการประเภทเกมโชว์ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ใช้เป็นสื่อในการโน้มน้าวเพื่อการบริจากรูปแบบแฝง ดังจะเห็นได้จากรายการต่าง ๆ อาทิ รายการ “ไมค์หมดหนี้” ทางช่อง Workpoint รายการ “ดวลเพลงชิงทุน” ทางช่อง One รายการ “ร้องได้ให้ล้าน” ทางช่องไทยรัฐทีวี รายการเหล่านี้เป็นรายการที่ให้ผู้ร่วมแข่งขันโชว์ความสามารถของตนเองเพื่อแข่งขันชิงเงินรางวัล ระหว่างรายการมีการเล่าเรื่องราวชีวิตความเป็นอยู่ของผู้เข้าแข่งขันเพื่อโน้มน้าวใจผู้ชมให้รู้สึกเห็นใจและเอาใจช่วยผู้ร่วมแข่งขัน รายการ “เกมต่อชีวิต” ทางช่องไทยรัฐทีวีก็เป็นหนึ่งในเกมโชว์ที่มีการโน้มน้าวใจผู้ชมเช่นเดียวกัน รายการ “เกมต่อชีวิต” เป็นรายการเกมโชว์ประเภทดราม่าเกมโชว์ที่เน้นการเร้าอารมณ์ผู้ชมให้รู้สึกเห็นใจผู้ร่วมรายการเพื่อให้การช่วยเหลือ สิ่งเหล่านี้จึงน่าสนใจว่าทำไมผู้คนถึงให้ความสนใจกับดราม่าเกมโชว์รายการนี้ ทั้ง ๆ ที่รายการที่ได้รับความนิยมส่วนมากจากข้อมูลกระแสความนิยมที่กล่าวข้างต้นนั้น มักจะเป็นรายการวาไรตี้เกมโชว์ที่เน้นการนำเสนอความตลก ความสนุกสนาน และสร้างความจรรโลงใจแก่ผู้ชม และรายการ “เกมต่อชีวิต” เป็นการสื่อสารโน้มน้าวใจเพื่อการบริจาคที่มีกลวิธีโน้มน้าวใจผู้ชมทั้งทางอ้อมและทางตรง กล่าวคือมีการเล่าเรื่องราวชีวิตของผู้ร่วมรายการเพื่อเร้าอารมณ์ผู้ชมให้เกิดความเห็นใจ และมีการใช้ภาษาพูดโน้มน้าวใจผู้ชมให้ร่วมสนับสนุนและช่วยเหลือผู้ร่วม

รายการในตอนท้าย นอกจากนี้ยังมีรูปแบบรายการที่แตกต่างออกไปจากรายการอื่น คือ ผู้ร่วมรายการไม่ต้องชิงเงินรางวัลจากการแสดงความสามารถใด ๆ เพียงแค่ตอบคำถามเกี่ยวกับเรื่องใกล้ตัวของผู้ร่วมรายการให้ถูกต้องตามจำนวนข้อที่กำหนดก็จะได้รับเงินรางวัล

“เกมต่อชีวิต” รายการประเภทดราม่าเกมโชว์ทางช่องไทยรัฐทีวี ช่อง 32 จุดมุ่งหมายรายการคือ ช่วยเหลือครอบครัวที่วิกฤตและเป็นสะพานบุญให้กับผู้รับชม ดังสโลแกนของรายการว่า “*ถ้าคุณมีวิกฤตชีวิตที่หาทางออกไม่ได้ ขอให้เราได้เป็นโอกาสช่วยเหลือครอบครัวของท่านให้รอดพ้นจากวิกฤต*” ออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2561 โดยมี ไชยา มิตรชัย เป็นพิธีกรดำเนินรายการเพื่อที่จะนำผู้ชมให้รับรู้ถึงเรื่องราวความยากลำบากในชีวิตของผู้ร่วมรายการและครอบครัว

ในปี พ.ศ. 2563 รายการ “เกมต่อชีวิต” ได้รับรางวัล “ประชาชนดี” ประเภทสื่อสร้างสรรค์ จากกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ซึ่งเป็นรางวัลเชิดชูเกียรติผู้ทำคุณประโยชน์ดีเด่นแก่ผู้อยู่ในสภาวะยากลำบาก โดยทางกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการได้กล่าวเชิดชูรายการ มีใจความดังนี้ “*รายการ เกมต่อชีวิต เป็นรายการที่นำผู้อยู่ในสภาวะยากลำบากต่าง ๆ โดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อย มีหนี้สิน หรือต้องเลี้ยงดูครอบครัวแต่รายได้ไม่เพียงพอ โดยรายการจะนำเสนอให้ผู้ชมเห็นว่าครอบครัวนั้นมีสภาวะยากลำบากอย่างไร ...นอกจากทางรายการจะมอบเงินรางวัลให้แล้ว ทางรายการจะเชิญชวนผู้ชมให้ร่วมกันสนับสนุนช่วยเหลือ ทั้งด้วยเงินและด้วยเครื่องอุปโภค*” จากข้อความดังกล่าวจึงเห็นได้ว่ารายการ “เกมต่อชีวิต” ไม่ได้เป็นเพียงรายการเกมโชว์ทั่วไปที่มุ่งเร้าอารมณ์ผู้ชมเท่านั้น แต่รายการยังมีบทบาทในการเป็นช่องทางช่วยเหลือผู้คนในสังคมอีกด้วย

ในมุมมองด้านวิชาการจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจ พบว่ามีการศึกษากลวิธีทางภาษาโน้มน้าวใจกับหลากหลายกิจกรรม เช่น ทวีป ลิมปกรณวัฒน์ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ

บุคคลให้มาบริจาคอวัยวะ อภิลักขณ์ เกษมผลกุล (2547) ได้ศึกษาเรื่องเพลงบอกบุญ จังหวัดตราด: กลวิธีโน้มน้าวใจและบทบาทต่อสังคม วิระวัลย์ ดีเลิศ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง กลวิธีการโน้มน้าวใจในปริเฉทปาฐกถาธรรม พระพรหม มังคลาจารย์ (หลวงพ่อบัญญานันทภิกขุ)

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการใช้ภาษาโน้มน้าวใจเพื่อการบริจาคของ “ดราม่าเกมโชว์” รายการ “เกมต่อชีวิต” โดยจะเลือกวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาของรายการเกมต่อชีวิต ในช่วงปี พ.ศ. 2563 เนื่องจากในปีดังกล่าวนั้น รายการมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่โดยเพิ่มรางวัลโบนัสให้กับผู้ร่วมรายการมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ปีพ.ศ. 2563 ยังเป็นปีที่ผู้คนต่างต้องประสบกับปัญหาการระบาดของโควิด 19 ถือได้ว่าเป็นวิกฤติที่ทำให้ผู้คนนั้นต่างต้องใช้ชีวิตที่ลำบากมากยิ่งขึ้น เมื่อวิกฤติทำให้ผู้คนต้องการความช่วยเหลือทั้งการดำรงชีวิตและทางการเงินมากขึ้น ผลจากวิจัยจะเป็นแนวทางให้ผู้อื่นนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์รายการเกมโชว์ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อองค์กรที่มีความสนใจและต้องการศึกษากลวิธีทางภาษาในการโน้มน้าวใจเพื่อการบริจาคต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษากลวิธีการใช้ภาษาโน้มน้าวใจเพื่อการบริจาคของ “ดราม่าเกมโชว์” รายการเกมต่อชีวิตทางช่องไทยรัฐทีวี

นิยามศัพท์

ภาษาโน้มน้าวใจ ภาษาที่ปรากฏใช้ในรายการทั้งในระดับคำและระดับข้อความเพื่อให้ผู้ชมรายการเกิดความเข้าใจและรู้สึกประทับใจ เห็นใจและมีความเห็นคล้อยตามที่รายการนำเสนอ

กลวิธีทางภาษา วิธีการใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้รับชมรายการร่วมบริจาค หรือสนับสนุนเงิน รวมทั้งเครื่องอุปโภคบริโภคให้แก่ผู้ร่วมรายการ

ดราม่าเกมโชว์ เป็นรายการโทรทัศน์ประเภทหนึ่งที่ทำให้ผู้คนจากทางบ้าน มาร่วมเล่นเกมชิงเงินรางวัล โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อเร้าอารมณ์ผู้ชมให้รู้สึกร่วมหรือ เห็นใจผู้ร่วมรายการ ผ่านการเล่าเรื่องราวชีวิตของผู้ร่วมรายการ จนนำมาสู่การให้ความช่วยเหลือหรือสนับสนุนผู้ร่วมรายการในท้ายที่สุด

สมมุติฐานของการวิจัย

“ดราม่าเกมโชว์” รายการเกมต่อชีวิต ใช้กลวิธีโน้มน้าวใจโดยใช้อารมณ์ ความรู้สึก ผ่านการใช้กลวิธีทางภาษา ได้แก่ การใช้ภาพพจน์เปรียบเทียบ การใช้ คำแสดงปริมาณ การอ้างหลักฐาน และการอ้างอิงถึงอานิสงส์ของการบริจาค เพื่อโน้มน้าวให้ผู้รับชมรายการร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของให้ผู้ร่วมรายการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “เกมต่อชีวิต: กลวิธีทางภาษาโน้มน้าวใจเพื่อการบริจาคในดราม่าเกมโชว์” ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและแนวคิดเกี่ยวกับภาษาโน้มน้าวใจเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ

อรรถพรณ ปิรันธน์โอวาท (2554) กล่าวว่า การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ คือ การที่ผู้โน้มน้าวใจมีความตั้งใจที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้ถูกโน้มน้าวใจ โดยปกติแล้วผู้ถูกโน้มน้าวใจจะมีทางเลือกมากกว่าหนึ่งและผู้โน้มน้าวใจจะพยายามชักจูงผู้ถูกโน้มน้าวใจให้ยอมรับทางเลือกที่ตนเสนอ ทั้งนี้สิ่งที่ผู้โน้มน้าวใจต้องการคือ การเปลี่ยนแปลง การสร้าง หรือการดำรงไว้ซึ่งความคิดเห็น ทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อของผู้ถูกโน้มน้าวใจ ซึ่งจะส่งผลต่อปัจจัยอื่น อันได้แก่ อารมณ์ความรู้สึก ความรู้และสำนึก รวมถึง

พฤติกรรมของผู้ถูกโน้มน้าวใจ ส่วนลักษณะการโน้มน้าวใจโดยใช้รางวัล (Rewards as Appeals) ผู้ส่งสารจะจูงใจผู้รับสารโดยจะใช้เป็นของรางวัลตอบแทนกลับคืน หากผู้รับสารให้ความร่วมมือในกิจกรรมที่ผู้ส่งสารจัดขึ้น

แวนอาซีซะห์ ดาหะยี (2556) ได้อธิบายว่า การสื่อสาร (communication) และการโน้มน้าวใจ (persuasion) เป็นสองหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ว่า เราจะสื่อหรือพูดอะไร (what to say) และจะสื่อหรือพูดอย่างไร (how to say) กับผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อโน้มน้าวให้ผู้รับสารเกิดแรงจูงใจ หรือเกิดความต้องการที่จะแสดงพฤติกรรมตอบสนองตามที่ผู้สื่อสารคาดหวัง

กล่าวโดยสรุป การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ คือ การที่ผู้ส่งสารใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการส่งสารให้กับผู้รับสาร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อจูงใจให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์ความรู้สึก ทักษะคติ รวมไปถึงพฤติกรรมให้เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ผู้ส่งสารคาดหวังไว้ ซึ่งกรอบแนวคิดการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจนี้สอดคล้องกับงานวิจัยนี้ที่ผู้ส่งสารจะใช้กลวิธีต่าง ๆ ทางภาษาเป็นเครื่องมือในการจูงใจผู้รับสารซึ่งคือผู้รับชมรายการ ได้ร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของ หรือรวมไปถึงให้ความสนับสนุนผู้เข้าร่วมรายการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ที่เข้าร่วมรายการนั้นมีชีวิตที่ราบรื่นขึ้นกว่าเดิม

2. แนวคิดเกี่ยวกับภาษาโน้มน้าวใจ

อวยพร พานิช และคณะ (2550) กล่าวถึงการเขียนเพื่อโน้มน้าวใจว่า การโน้มน้าวใจหรือการจูงใจมีเป้าหมายคือให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจและรู้สึกตามที่ผู้เขียนต้องการ ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงการถ่ายทอดข้อเท็จจริง การเล่าประสบการณ์หรือการแสดงความคิดเห็นธรรมดา แต่ต้องสามารถทำให้อ่านเกิดความประทับใจ มีความเห็นคล้อยตามและมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่อง สามารถทำได้ดังนี้

- 1) บอกให้ทราบว่าจะชักชวนให้ทำอะไร
- 2) อธิบายให้เข้าใจว่าสิ่งที่ชักชวนคืออะไร หรือเป็นอย่างไร

- 3) ชี้ให้เห็นว่าจะเกิดผลดีผลเสียอย่างไรหากปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติตามคำชักชวน
- 4) ใ้รายละเอียดต่าง ๆ ให้มากพอที่จะให้ผู้รับการชักชวนทำตามได้หากเห็นพ้องด้วย
- 5) ไม่ควรบังคับให้ทำตาม ควรเปิดโอกาสให้ผู้รับการชักชวนตัดสินใจเองว่าจะกระทำตามหรือไม่

จากหลักการใช้ภาษาโน้มน้าวใจดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์การใช้ภาษาโน้มน้าวใจเพื่อการบริจจาคในดราม่าเกมโชว์ รายการเกมต่อชีวิต

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเรื่องการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและภาษาโน้มน้าวใจ
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลจากเทปบันทึกการรายการ “เกมต่อชีวิต” ทางช่องไทยรัฐทีวี บนแพลตฟอร์มเว็บไซต์ Youtube โดยกำหนดขอบเขตระหว่างเดือน มกราคม ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2563 และถอดเทปให้ได้ข้อมูลที่มีลักษณะเป็นข้อความเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป รวมทั้งสิ้นจำนวน 81 เทป
3. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ภาษาที่ใช้ในการโน้มน้าวใจทั้งในระดับคำและระดับข้อความ ตามแนวคิดการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ของ อรวรรณ ปิรันธน์ โอวาท (2554) แนวคิดภาษาโน้มน้าวใจ ของ อวยพร พานิช และคณะ (2550) โดยผู้วิจัยจำแนกข้อความที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการโน้มน้าวใจประเภทต่าง ๆ ได้แก่ การแสดงเหตุผล การตั้งคำถามเชิงวาทศิลป์ การอ้างพุทธพจน์ และการอ้างอิงถึงอานิสงส์ เพื่อพิจารณากลวิธีทางภาษาที่ผู้ส่งสารนิยมใช้ในการโน้มน้าวใจผู้ชมให้ร่วมบริจจาคและสนับสนุนผู้ร่วมรายการ
4. การนำเสนอข้อมูล นำเสนอข้อมูลผลการวิจัยนี้จะใช้วิธีพรรณนาวิเคราะห์ ซึ่งจะบรรยายรายละเอียดผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล และยกตัวอย่าง

ข้อความที่ผู้ส่งสารเลือกใช้เพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้รับชมรายการร่วมบริจาคและสนับสนุนเงินหรือเครื่องอุปโภคบริโภคให้กับผู้ร่วมรายการ

ผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ภาษาโน้มน้าวใจเพื่อการบริจาคในรายการ “เกมต่อชีวิต” ทางช่องไทยรัฐทีวี ดังนี้

1. การเลือกใช้วลีและคำศัพท์เพื่อสื่อถึงถึงการขอบริจาค เป็นกลวิธีที่ผู้ส่งสารใช้ในการโน้มน้าวใจมากที่สุด โดยในแต่ละครั้งได้เลือกใช้วลีและคำที่หลากหลายในการสื่อถึงถึงการให้ความช่วยเหลือผู้ร่วมรายการแทนการใช้คำว่าบริจาคโดยตรง เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำคัญจากความช่วยเหลือของตน และกระตุ้นให้ผู้ชมร่วมบริจาค ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างดังนี้

(1) ไชยา มิตรชัย: เรามาช่วยกันต่อเส้นทางนี้ให้เขาเดินกันอย่างราบรื่น **นะครับ** ช่วยกันคนละเล็กคนละน้อยนะครับคุณผู้ชม ขออนุญาตขึ้นเลขที่บัญชีไว้ด้านล่างนี้ เพราะว่าเด็กน้อยก็ยังต้องได้รับการรักษา ช่วยกันนะครับ ได้บุญได้กุศลจริง ๆ (26 มกราคม 2563)

จากตัวอย่างที่ 1 ผู้ส่งสารได้เลือกใช้คำว่า “ต่อเส้นทาง” เพื่อสื่อถึงการขอความช่วยเหลือจากผู้ชมแทนการใช้คำว่า “บริจาค” ที่มีความหมายตรงตัวเป็นการสื่อให้เห็นว่า เมื่อความยากลำบากเป็นตัวกำหนดทางเดินของผู้ร่วมรายการให้แคลง ดังนั้นการที่ผู้ชมให้ความช่วยเหลือผู้ร่วมรายการจึงเป็นการปูทางให้ชีวิตของคนอีกหลายคนได้มีหนทางเดินต่อไปได้ไกลยิ่งขึ้น

(2) ไชยา มิตรชัย: เรามาช่วยกันฟื้นฟูกำลังใจให้ครอบครัวของป้าแจ่งกัน ผมขออนุญาตขึ้นเลขที่บัญชีด้านล่างนี้นะครับ ช่วยกันคนละไม้ละมือ

เชื่อเถอะครับว่า คนกำลังตกทุกข์ได้ยาก ถ้าเราช่วยเขา เราก็ได้ความสุขทางใจ ด้วยนะครับ (23 กุมภาพันธ์ 2563)

จากตัวอย่างที่ 2 ผู้ส่งสารได้ใช้คำว่า “พื้พุกำลังใจ” เพื่อสื่อให้เห็นความลึกซึ้งของช่วยเหลือ เพราะความยากลำบากนั้นทำให้คนหลายคนหมดกำลังใจในการใช้ชีวิตต่อไป ดังนั้นการยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือ จึงเป็นการเติมเต็มกำลังใจให้กับผู้คนที่กำลังตกอยู่ในความยากลำบากได้มีแรงลุกขึ้นสู้อีกครั้ง

(3) ไชยา มิตรชัย: มาช่วยกันต่อยอดคุณงามความดีของเด็กน้อยเด็กชายคนนี้นะครับ เพื่อเป็นกำลังใจให้กับเด็กน้อย เพื่อเขาจะได้เดินต่อไปได้นะครับ (5 กรกฎาคม 2563)

จากตัวอย่างที่ 3 ผู้ส่งสารเลือกใช้คำว่า “ต่อยอดคุณงามความดี” สื่อถึงการขอความช่วยเหลือจากผู้ชม เพื่อชี้ให้เห็นว่า การช่วยเหลือของผู้ชมนั้นจะเป็นแรงผลักดันสำคัญให้ผู้ร่วมรายการสามารถดูแลครอบครัวให้ดียิ่งขึ้น และการช่วยเหลือผู้ร่วมรายการที่มีชีวิตยากลำบากเหมือนกับการได้ให้รางวัลตอบแทนในการทำความดีของผู้ร่วมรายการ

2. การใช้คำแสดงปริมาณ คือ การเลือกใช้คำศัพท์ที่สื่อความหมายถึงการคะเนจำนวนที่พอเหมาะพอควร ผู้ชมสามารถช่วยเหลือผู้ร่วมรายการได้ไม่ว่าจะในจำนวนน้อยหรือมาก เพื่อทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าได้ถูกบีบบังคับให้ช่วยเหลือ แต่เป็นการเสนอแนะแนวทางในการช่วยเหลือที่ไม่ได้กำหนดจำนวนหรือสิ่งของที่ตายตัว จึงทำให้ผู้ชมนั้นมีอิสระในการเลือกช่วยเหลือและสนับสนุน มีตัวอย่างดังนี้

(4) ไชยา มิตรชัย: ผมอยากให้คุณผู้ชมช่วยกันเติมร่องรอยแห่งความทุกข์ยากนั้นให้เต็มไปด้วยความสุขให้กับครอบครัวนี้ด้วย ขออนุญาตขึ้นเลขที่บัญชีด้านล่างนี้นะครับ ถ้าเผื่อว่าใครพร้อมที่จะช่วยเหลือครอบครัวนี้ **ช่วยกันนะครับคนละไม้คนละมือ** (4 มกราคม 2563)

จากตัวอย่างที่ 4 พบการใช้คำว่า “คนละไม้คนละมือ” คำว่า “คนละ” นั้น หมายถึง คนหนึ่ง หรือแต่ละคน แสดงให้เห็นว่าการช่วยเหลือนั้นผู้ชมแต่ละคน สามารถช่วยเหลือในจำนวนที่พอสมควร โดยไม่ได้กำหนดแน่ชัดว่าจำนวนเท่าใด

(5) ไชยา มิตรชัย: ผมเชื่อในพลังความรักและผมก็เชื่อนะครับ เชื่อมั่นในน้ำใจ ของคุณผู้ชมที่อยู่ทางบ้านด้วยว่า คุณผู้ชมไม่ทอดทิ้งครอบครัวของคุณตาแน่ ๆ นะครับ น้ำใจเล็ก ๆ น้อย ๆ ของท่าน เปลี่ยนชีวิตหลาย ครอบครัวมาแล้ว (1 สิงหาคม 2563)

จากตัวอย่างที่ 5 พบการใช้คำว่า “เล็ก ๆ น้อย ๆ” เป็นคำที่ใช้สื่อถึงจำนวนที่ไม่มาก แสดงให้เห็นถึงจำนวนในการช่วยเหลือเบื้องต้นโดยไม่ได้กำหนดว่าจะต้องเป็นเท่าไร แต่สามารถช่วยเหลือได้ในจำนวนตั้งแต่หนึ่งเป็นต้นไป

(6) ไชยา มิตรชัย: วันนี้ทุกข์พຽງนี้อาจจะสุขก็ได้และคุณผู้ชม นะครับ ก็ สามารถส่งต่อความสุขนี้ให้กับครอบครัวของแม่ราญให้มีวันพຽງนี้ที่สมหวังได้ด้วยธารน้ำใจของคุณผู้ชม คนละเล็กคนละน้อย ขออนุญาตฝากชื่อและเลขที่บัญชีของครอบครัวแม่ราญไว้ด้านล่างนี้ ถ้าหากท่านหนึ่งท่านใดอยากจะช่วยกัน นะครับ จะเป็นอิฐคนละก้อนก็ดี จะเป็นหลังคาคนละแผ่นก็ยิ่งดี (3 ตุลาคม 2563)

จากตัวอย่างที่ 6 พบว่ามีการใช้คำว่า “คนละเล็กละน้อย” และ “อิฐคนละก้อน หลังคาคนละแผ่น” ที่เป็นคำที่แสดงให้เห็นถึงจำนวนหนึ่งที่ไม่ตายตัว ซึ่งการไม่กำหนดจำนวนที่ตายตัวนั้นเพื่อเป็นการสร้างอิสระในการให้ความช่วยเหลือให้กับผู้ชม ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าจะไม่ว่าจะมีกำลังช่วยเหลือเท่าใดก็สามารถร่วมสนับสนุนและช่วยเหลือผู้ร่วมรายการได้ตามกำลังของตน

3. การใช้ภาพพจน์เปรียบเทียบ

3.1 การใช้อุปลักษณ์เปรียบเทียบการช่วยเหลือของผู้ชม เป็นการนำความเหมือนระหว่างสิ่งสองสิ่งมาเชื่อมโยง เพื่อให้ผู้ชมเกิดจินตภาพ เห็นภาพและรู้สึกถึงความสำคัญในการร่วมเป็นส่วนหนึ่งที่ได้ช่วยเหลือผู้ร่วมรายการ มีตัวอย่างดังนี้

(7) ไชยา มิตรชัย: แต่หัวใจนักสู้ของเราจะเป็นแสงสว่างนำทางให้เราผ่านพ้นความมืดมนนั้นไปได้ เรามาช่วยกันเป็นกำลังใจและเป็นแสงสว่างนำทางให้ครอบครัวของป่าแขกได้ผ่านพ้นวิกฤตนี้ไป (14 มิถุนายน 2563)

จากตัวอย่างที่ 7 จะเห็นได้ว่าการเปรียบเทียบความช่วยเหลือของผู้ชมเป็น “แสงสว่างนำทาง” เพื่อทำให้เห็นถึงความสำคัญของการช่วยเหลือ เพราะความยากลำบากนั้นทำให้ผู้ร่วมรายการไม่สามารถมองเห็นหนทางข้างหน้าในการต่อสู้ได้ เนื่องจากหนทางนั้นเต็มไปด้วยความมืดมน ดังนั้นการเปรียบเทียบความช่วยเหลือเป็นแสงสว่างนำทาง จึงเป็นการชี้ให้ผู้ชมเห็นภาพความสำคัญความช่วยเหลือของตนเองที่มีความหมายกับผู้ร่วมรายการถึงขั้นเป็นแสงที่นำทางให้ผู้ร่วมรายการสามารถเดินทางไปใช้ชีวิตต่อได้

(8) ไชยา มิตรชัย: ความผิดพลาดจะเป็นแผลในใจของลูกตราบชั่วชีวิต แต่ความรักของพ่อกับแม่จะเป็นยาสมานแผลในใจนั้นให้ดีขึ้นดีคืนอย่างเช่นครอบครัวของพ่อจรัสครับ...ช่วยต่อชีวิตต่อลมหายใจ ช่วยกันเป็นดวงตาให้กับเด็กน้อยด้วยนะครับ เพราะว่าตอนนี้เด็กน้อยต้องได้รับการผ่าตัดอย่างรวดเร็วที่สุด ไม่เช่นนั้นเขาอาจจะสูญเสียดวงตาไปได้ (15 สิงหาคม 2563)

จากตัวอย่างที่ 8 การเปรียบเทียบความช่วยเหลือของผู้ชมเป็น “ดวงตาของเด็กน้อย” เป็นการชี้ให้ผู้ชมเห็นว่า ความช่วยเหลือของผู้ชมนั้นมีความสำคัญกับผู้ร่วมรายการเพียงใด เพราะผู้ร่วมรายการกำลังพบเจอกับความยากลำบากคือ ต้องได้รับ

การผ่าตัดดวงตาอย่างรวดเร็วที่สุด ดังนั้นการเปรียบเทียบความช่วยเหลือของผู้ชมเป็นดวงตาจึงเป็นการชี้ให้เห็นว่า ความช่วยเหลือของผู้ชมในส่วนนี้คือ การมอบการมองเห็นให้กับผู้ร่วมรายการได้อีกครั้งหนึ่ง

3.2 การใช้อุปมาเปรียบเทียบความยากลำบากของผู้ร่วมรายการ

อุปมา หมายถึง การเปรียบเทียบและมีการเชื่อมโยงด้วยการนำมาเปรียบเทียบความยากลำบากในชีวิตของผู้ร่วมรายการ เพื่อเร้าอารมณ์ผู้ชมให้เกิดความเห็นใจและให้ผู้ชมได้มองเห็นภาพการใช้ชีวิตที่ยังต้องการความช่วยเหลือของผู้ร่วมรายการได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ตัวอย่างดังนี้

(9) ไชยา มิตรชัย : แต่วันนี้อาจจะรู้สึกว่าจะพบทางออก ไม่ว่าจะอะไรจะเกิดขึ้นชีวิตยังต้องดำเนินต่อไป ช่วยกันเป็นกำลังใจให้กับครอบครัวของป้าอารีย์ให้ผ่านทุกเรื่องราวไปได้ นะครับ **เพราะว่าแกใช้ชีวิตเหมือนเสาหลัก** ในตอนนี้ผมอยากให้ครอบครัวของป้าอารีย์ นะครับ ได้เจอวันที่ฟ้าสดใส (22 สิงหาคม 2563) จากตัวอย่างที่ 9 การเปรียบเทียบชีวิตของผู้ร่วมรายการกับเสาหลักนั้น แสดงให้เห็นภาพความยากลำบากของผู้ร่วมรายการที่เป็นที่พึ่งพาเดียวของคนในครอบครัว และต้องเป็นผู้ดูแลทุกอย่างในครอบครัว การใช้ความเปรียบเช่นนี้จะทำให้ผู้ชมเห็นถึงความต้องการความช่วยเหลือของผู้ร่วมรายการมากยิ่งขึ้น

(10) ไชยา มิตรชัย: คุณผู้ชมครับ **ความรักของคุณตาชะลอและคุณยายพูน นะครับก็เหมือนกับเรือที่ขาดหางเสือไม่ได้** เรามาช่วยกันต่อเติมและซ่อมแซมเรือลำนี้ให้แล่นต่อไปได้ (22 มีนาคม 2563)

จากตัวอย่างที่ 10 แสดงให้เห็นถึงความรักของตากับยายที่แม้จะลำบากก็พร้อมจะเดินเคียงข้างกันไป เพราะเมื่อเรือไม่มีหางเสือก็ไม่สามารถเดินไปต่อได้ ดังนั้นการเปรียบเทียบความรักของผู้ร่วมรายการกับเรือที่ขาดหางเสือ จึงเป็นการเร้าอารมณ์ของผู้ชมให้รู้สึกเห็นใจและเห็นภาพการต่อสู้กับความยากลำบากได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

4. การอ้างอานิสงส์

อานิสงส์ หมายถึง ผลแห่งกุศลกรรม ผลบุญ หรือประโยชน์ที่เกิดจากการทำบุญ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) เป็นผลผลิตจากการประกอบความดีต่าง ๆ การโน้มน้าวใจ กล่าวอ้างถึงรางวัลหรือสิ่งตอบแทนเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับผู้รับสารคือ อานิสงส์ผลบุญ เนื่องจากทางรายการมีจุดประสงค์ของการโน้มน้าวใจเพื่อให้ผู้ชมช่วยเหลือหรือ สนับสนุนผู้ร่วมรายการที่ชีวิตตกอยู่ในสภาวะที่ยากลำบาก ซึ่งการช่วยเหลือนี้ในทาง พุทธศาสนาเรียกว่า การทำบุญ และอานิสงส์ของการทำบุญ คือ การได้รับบุญ ดังตัวอย่าง

(11) ไชยา มิตรชัย: เพราะในวันที่เราลำบากเนี่ยหากได้มิตรแท้ มิตรที่ดี เราก็ จะสามารถผ่านเรื่องราว ๆ นี้ไปได้ เช่นเดียวกับครอบครัวของป่าทองบล จากจังหวัดสมุทรปราการ...ถ้าเผื่อว่าใครที่พร้อมจะอุดหนุนจนเจือ เพราะว่า ป่าลำบากจริง ๆ ช่วยคนที่ตกทุกข์ได้ยาก ผมเชื่อครับว่า อานิสงส์ผลบุญ ไม่ไปไหนก็อยู่กับตัวเราและครอบครัวของเรา ผู้ที่ช่วยเหลือนี้แหละครับ

(12 มกราคม 2562)

จากตัวอย่างที่ 11 จะเห็นได้ว่าผู้ส่งสารกล่าวอ้างว่า การช่วยเหลือผู้อื่นนั้นมักจะ ส่งผลดีกลับมายังผู้ช่วยเหลือและครอบครัว เพื่อให้ผู้ชมนั้นได้ตระหนักถึงผลดีที่จะตามมา ที่ไม่เพียงแต่ส่งผลมายังตนเองเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อเนื่องไปถึงคนในครอบครัวอีกด้วย

(12) ไชยา มิตรชัย: ความสุขของครอบครัวไม่ได้ขึ้นอยู่กับเงินทองที่มากองอยู่ ตรงหน้า แต่ความรักของคนในครอบครัวนั้นสำคัญมากกว่า เหมือนอย่างเช่น ครอบครัวของคุณลุงณรงค์และป่าसानะครับ ท่านได้ทำเพื่อลูก ๆ หลาน ๆ ครอบครัวที่กำลังตกทุกข์ได้ยากในช่วงนี้ ทำเถอะครับ คนที่เค้ากำลังมีความ ทุกข์ กำลังเดือดร้อน ถ้าเรายื่นมือเข้าไปช่วยเค้าให้เค้าลืมตาอ้าปากได้

ผมว่า ตรงนั้นคือความสุขที่เราจะมอบให้ แล้วเราก็จะได้อานิสงส์ผลบุญด้วยนะครับ (28 มิถุนายน 2563)

จากตัวอย่างที่ 12 จะเห็นได้ว่า ผู้ส่งสารกล่าวถึงการร่วมให้ความช่วยเหลือของผู้ชมนั้นคือการมอบความสุขในทางอ้อมให้กับผู้ร่วมรายการ ซึ่งการที่ผู้ชมได้มอบความสุขนั้น ไม่ใช่การมอบให้เพียงแต่ฝ่ายเดียว เพราะผู้ให้ความช่วยเหลือก็จะได้ อานิสงส์ผลบุญจากสิ่งที่ทำด้วยเช่นเดียวกัน

5. การอ้างหลักธรรม

หลักธรรม หมายถึง หลักคำสอนอันเป็นที่ตั้งทางศาสนาที่เป็นความดีงาม เมื่อนำไปปฏิบัติแล้วจะช่วยให้เกิดความดีงามในชีวิตของตนเองและสามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างปกติสุข ในรายการผู้ส่งสารได้อ้างถึงหลักธรรมความเชื่อทางพระพุทธศาสนาที่สอดคล้องกับจุดประสงค์การโน้มน้าวใจของรายการที่ว่า เพื่อเป็นสะพานบุญเปิดรับความช่วยเหลือให้กับผู้ร่วมรายการ จากการวิจัยพบว่าหลักธรรมที่ถูกนำมาอ้างถึงในการโน้มน้าวใจนั้น ได้แก่ ความกตัญญู และกรรม ดังตัวอย่าง

(13) ไชยา มิตรชัย: หนี้ เป็นแล้วมันเกิดความทุกข์หมั่นหั่นต์ของคนที่เป็นหนี้จริง ๆ แต่หนี้ไม่ใช่ทั้งหมดของชีวิต เวลาที่ท้อที่เหนื่อยเรากลับบ้านไปหาที่พักใจไปเติมกำลังใจด้วยการกอดของคนที่รักเรา ผมเชื่อนะครับว่า คนที่มีความกตัญญูอย่างน้องเบิร์ด ต้องพ้นจากหนี้จากสินได้ในเร็ววันเร็วคืนแน่นอนนะครับ (14 มีนาคม 2563)

จากตัวอย่างที่ 13 จะเห็นได้ว่าการนำความกตัญญูมาใช้กล่าวอ้างสนับสนุนความดีของผู้ร่วมรายการ เพื่อให้ผู้ชมเห็นถึงความเหมาะสมในการร่วมให้ความช่วยเหลือผู้ร่วมรายการ และยังแสดงให้เห็นว่าผู้ร่วมรายการนั้นได้พยายามต่อสู้ดิ้นรนอย่างมาก เพื่อให้ครอบครัวได้หลุดพ้นจากความยากลำบากนี้มาก่อนแล้ว

(14) ไชยา มิตรไชย: เราทุกคนเกิดมาบนโลกใบนี้เพื่อสะสมภารกิจการบางอย่างที่ติดค้างมา ในทางพุทธศาสนาก็จะเรียกว่า กรรม แต่กรรมนั้นมีทั้งกรรมดีและกรรมไม่ดี ถ้าเรามัวโฟกัสไปที่การชดใช้กรรมที่ไม่ดี จนไม่มีเติมกรรมดี เราอาจจะต้องอยู่ในวังวนของกรรมไปอีกนาน (21 ตุลาคม 2563)

จากตัวอย่างที่ 14 จะเห็นได้ว่า “กรรม” ได้นำมาอ้างอิงถึงความยากลำบากของผู้ร่วมรายการ เพื่อชี้ให้เห็นว่าการยังไม่หลุดพ้นจากความยากลำบากนี้เป็นผลมาจาก “กรรม” ที่เคยได้ทำไว้ ซึ่งเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ความยากลำบากที่เป็นกรรมของคนเหล่านี้ ผู้ชมสามารถเป็นผู้บรรเทาความยากลำบากได้ด้วยการให้ความช่วยเหลือ และการให้ความช่วยเหลือนั้นก็ถือเป็นกรรมดีที่จะติดตัวผู้ให้ไปตลอด

6. การอ้างอิงลักษณะนิสัยของคนไทย

รายการ *เกมต่อชีวิต* มีการอ้างอิงลักษณะนิสัยของคนไทยที่มีน้ำใจและชอบช่วยเหลือผู้อื่น โดยใช้ความเป็นชาติเดียวกันและลักษณะนิสัยคนไทยที่มีน้ำใจและชอบช่วยเหลือผู้อื่นมาเร้าอารมณ์ผู้ชมให้เกิดความเห็นใจผู้ร่วมรายการเพื่อนำไปสู่การให้ความช่วยเหลือผู้ร่วมรายการ ตัวอย่างดังนี้

(15) ไชยา มิตรชัย: คุณผู้ชมครับ ล้มแล้วลุกนี่คือวิถีของนักสู้ เหมือนอย่างเช่นครอบครัวของคุณต่าย ที่ไม่ว่าจะต้องล้มต้องลุกสักกี่หน พวกเขาก็ไม่เคยยอมแพ้ ผมขอฝากครอบครัวนักสู้ครอบครัวนี้ ไว้ในหัวใจของคุณผู้ชมด้วยนะครับ ขอขึ้นเลขที่บัญชีด้านล่างนี้ ตอนนี้ถ้าเผื่อว่าใครที่พอจะมีกำลังทรัพย์ช่วยเหลือกันได้ ผมเชื่อนะครับว่าคนไทยไม่ทิ้งกันแน่นอน และคนไทยเป็นชาติที่มีน้ำใจงดงามเหลือเกินนะครับ (12 กรกฎาคม 2563)

จากตัวอย่างที่ 15 จะเห็นได้ว่า ผู้ส่งสารอ้างอิงความเป็นชาติเดียวกัน นั่นคือการเป็นคนไทยด้วยกัน เพื่อโน้มน้าวให้ผู้ชมรู้สึกว่าการร่วมรายการคือเพื่อนร่วมชาติที่กำลังพบเจอกับความยากลำบากในชีวิต ดังนั้นเมื่ออ้างอิงถึงความเป็นไทยแล้ว

จึงมักจะกล่าวปิดท้ายด้วยคำว่า “คนไทยไม่ทิ้งกัน” ให้ผู้ชมรู้สึกตระหนักถึงความเป็นคนไทยที่เป็นชาติชอบช่วยเหลือเพื่อนร่วมชาติด้วยกันเสมอ เพื่อนำมาซึ่งการบริจาค หรือให้ความช่วยเหลือผู้ร่วมรายการ

สรุปผลและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง เกมต่อชีวิต: กลวิธีภาษาโน้มน้าวใจในดราม่าเกมโชว์ แสดงให้เห็นว่า รายการดังกล่าวมีกลวิธีการใช้ภาษาโน้มน้าวใจผู้ชมให้ร่วมบริจาคแก่ผู้ร่วมรายการซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัย กล่าวคือ การใช้ภาพพจน์เปรียบเทียบการใช้คำแสดงปริมาณ การอ้างหลักฐาน และการอ้างอิงถึงอันิสงส์ของการบริจาค โดยผลการวิจัยพบ 6 กลวิธี ได้แก่ การเลือกใช้วลีและคำศัพท์เพื่อสื่อนัยยะถึงการขอบริจาค เป็นกลวิธีที่ผู้ส่งสารใช้ในการโน้มน้าวใจมากที่สุด การใช้คำแสดงปริมาณ การใช้ภาพพจน์เปรียบเทียบ การอ้างอันิสงส์ การอ้างหลักฐาน และการอ้างถึงลักษณะนิสัยของคนไทย

กลวิธีภาษาโน้มน้าวใจดังกล่าวสื่อถึงเรื่องราวความยากลำบากของผู้ร่วมรายการ ทำให้ผู้ชมเกิดความเห็นใจและเห็นภาพการใช้ชีวิตที่ยังต้องการความช่วยเหลือของผู้ร่วมรายการได้ชัดเจน รวมถึงการอ้างอันิสงส์ผลบุญ ซึ่งความกตัญญูนำมาใช้อ้างถึงผู้ร่วมรายการที่ยังเป็นเด็กหรือเยาวชน เพื่อแสดงให้ผู้ชมเห็นถึงคุณสมบัติของความเป็นคนดีที่ยังขาดโอกาส ส่วนเรื่องกรรมนำมาอ้างถึงเรื่องความยากลำบากของผู้ร่วมรายการที่เชื่อว่าเป็นผลมาจากกรรมเก่าที่ไม่สามารถแก้ไขได้ เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกเห็นใจและเห็นถึงความเหมาะสมในการให้ความช่วยเหลือผู้ร่วมรายการ ซึ่งเป็นศาสนาหลักของคนไทย ในทางพุทธศาสนานั้นมีความเชื่อเรื่องการสะสมบุญ ยิ่งเมื่อเกิดวิกฤตการระบาดของโรคโควิด-19 ผู้คนต่างก็ได้รับผลกระทบจากการระบาดในครั้งนี้ ดังนั้นการใช้กลวิธี การใช้คำแสดงปริมาณที่ไม่ได้เจาะจงจำนวนตายตัวนั้น จึงเป็นกลวิธีหนึ่งในการโน้มน้าวใจผู้ชมให้รู้สึกอยากช่วยเหลือผู้ร่วมรายการ เพราะการใช้กลวิธีนี้ทำให้ผู้ชมมีอิสระในการเลือกจำนวนที่จะต้องการช่วยเหลือได้ด้วยตนเอง อีกทั้งผู้ชมมีสิทธิ์ในการเลือกช่วยเหลือผู้ร่วม

รายการอย่างเต็มที่ ส่วนกลวิธีการอ้างถึงลักษณะนิสัยของคนไทยเพื่อให้ผู้ชมรู้สึกว่าเป็นผู้ร่วมรายการคือเพื่อนร่วมชาติที่กำลังพบเจอความยากลำบาก และเมื่อคนในชาติกำลังพบเจอความยากลำบาก ความเป็นคนไทยเหมือนกันจึงมักจะเกิดความเห็นอกเห็นใจและให้ความช่วยเหลือกันอยู่เสมอ กลวิธีการโน้มน้าวใจเพื่อให้ร่วมบริจาคดังกล่าว เป็นลักษณะที่ให้เห็นประโยชน์ทางด้านจิตใจและอารมณ์มากกว่าเหตุผลที่เป็นประโยชน์ในการใช้สอย ซึ่งสอดคล้องกับอรรถพรณ ปิณฑน์โอวาท (2554) ที่กล่าวถึงจุดจูงใจในสารโดยใช้รางวัลว่า สารที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับสารจะประสบความสำเร็จมากกว่าสารที่ไม่ได้ให้คำสัญญาสิ่งใดกับคนฟัง ยิ่งสารมีรางวัลหรือสิ่งตอบแทนมาก ก็จะมีเรียกร้องความสนใจหรือจูงใจคนฟังได้มาก ซึ่งสิ่งตอบแทนในที่นี้ คือ การได้รับผลบุญกุศลจากการบริจาคช่วยเหลือผู้ร่วมรายการนั่นเอง และสอดคล้องกับอภิสิทธิ์ เกษมผลกุล (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่อง เพลงบอกบุญ จังหวัดตราด: กลวิธีโน้มน้าวใจและบทบาทต่อสังคม โดยการใช้กลวิธีทางเนื้อหา ได้แก่ การยกตัวอย่างการทำทานและผลของทานของบุคคลสำคัญทางศาสนา การพรรณนารายละเอียดของความขาดแคลน การอ้างหลักฐานการอ้างถึงอานิสงส์ อีกทั้งยังสอดคล้องกับทวีป ลิ้มปกรณวัฒน์ (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจบุคคลให้มาบริจาคอวัยวะ พบว่า เนื้อหาที่ใช้โน้มน้าวใจบุคคลจะอยู่ในลักษณะของความเชื่อเกี่ยวกับบุญกุศล ซึ่งเป็นความเชื่อหลักของคนไทยที่มีความคิดว่าการกระทำความดีจะเป็นการสร้างบุญกุศลให้กับตนเองและครอบครัว ถือว่าเป็นความเชื่อหลักที่ปรากฏในสังคมไทยมานาน

ดังนั้นกลวิธีภาษาโน้มน้าวใจของดราม่าเกมโชว์ รายการ “เกมต่อชีวิต” สามารถสะท้อนให้เห็นว่า อิทธิพลของความเชื่อทางพุทธศาสนาเรื่องบุญกุศลและเนื้อความทางภาษาเป็นสิ่งที่มีความรู้สึกรู้สึกของผู้คนในสังคมเป็นอย่างมาก นอกจากนี้กลวิธีภาษาโน้มน้าวใจยังสามารถเป็นแนวทางการศึกษาภาษาโน้มน้าวใจในบริบทหรือรายการในลักษณะใกล้เคียงกันได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการใช้กลวิธี

โน้มน้าวใจที่มีความสอดคล้องกับสภาพสังคมและค่านิยมของสังคมนั้น ๆ ซึ่งเป็นกลวิธีที่ตอบโจทย์การตลาดของอุตสาหกรรมบันเทิงในสังคมไทยได้เป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการพัฒนาสังคมฯ. (2563). พม. จัดพิธีประทานรางวัล ประชาบดี ประจำปี 2563 เชิดชูเกียรติบุคคลต้นแบบความดี ช่วยเหลือผู้อยู่ในสภาวะยากลำบาก.

<https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/37574>

ณัฐชุตตา วิจิตรจามรี. (2556). การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ. สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ทวีป ลิ้มปกรณวัฒน์. (2547). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจบุคคลให้มาบริจาค อวัยวะ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].

Chulalongkorn University Intellectual Repository

(CUIR). <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/1123>

ไทยรัฐออนไลน์. (2561). เกมต่อชีวิต.

<https://www.thairath.co.th/entertain/news/1216025>

ไทยรัฐออนไลน์. (2563). ไทยรัฐทีวี เฮ เกมต่อชีวิต คว่ำสื่อสร้างสรรค์ รางวัลประชาบดี.

https://www.thairath.co.th/entertain/news/1993527?cx_testId=0&cx_testVariant=cx_0&cx_artPos=0&cx_rec_section=entertain&cx_rec_topic=news#cxrecs

บุญชอบ เรืองทรัพย์. (2520). อุปมา อุปไมย ในพระไตรปิฎก [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Intellectual

Repository (CUIR). <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/25227>

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกภาษาไทย.

โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.



ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554.

<https://dictionary.orst.go.th/>

วิระวัลย์ ดีเลิศ. (2557). กลวิธีการโน้มน้าวใจในปริเฉทปาฐกถาธรรม พระพรหมมิ่งคลาจารย์ (หลวงพ่อบัญญานันทภิกขุ). วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 3(1), 89-107.

แวอาชีชะห์ ดาหะยี. (2556). เอกสารประกอบการสอนศิลปะการใช้ภาษาเพื่องานนิเทศศาสตร์ [เอกสารไม่ได้ตีพิมพ์]. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

อภิสิทธิ์ เกษมผลกุล. (2547). เพลงบอกบุญ จังหวัดตราด: กลวิธีโน้มน้าวใจและบทบาทต่อสังคม [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR).

<http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/25658>

อรรธรณ ปิรันธน์โอวาท. (2554). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (พิมพ์ครั้งที่ 6). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อวยพร พานิชและคณะ. (2550). ภาษาและหลักการเขียนเพื่อการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 5). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

TV Watch Digital. (2563). รายการวาไรตี้ เกมโชว์ยอดนิยม ครึ่งปีแรก 2563.

<https://www.tvdigitalwatch.com/top10-rating-halfyears-63/>