

บทที่ 1

บทนำ

ปัญหาและความเป็นมาของปัญหา

ภาษาเป็นวัฒนธรรมที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อสื่อความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ค่านิยม ความเชื่อ ตลอดจนข้อเท็จจริงต่าง ๆ ในสังคม ในการสื่อสารด้วยภาษานั้น ผู้ส่งสารย่อมแสดงความคิดเห็นของตนตามกรอบของ โลกทัศน์ของสังคมที่ตนเองอาศัยอยู่ ภาษาจึงเป็นเครื่องสะท้อนความคิดของบุคคลซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมทางความคิดของกลุ่มหรือสังคมโดยรวม (ดวงมน จิตรจ้านงค์ และอาภาพรธม วรรณโชติ, 2535 : 6) นอกจากภาษาจะเป็นเครื่องสะท้อนความคิดของบุคคลและสังคมแล้ว ภาษายังมีอิทธิพลอย่างมากต่อกระบวนการรับรู้ และกระบวนการเรียนรู้ของสังคม ภาษาจึงมีส่วนช่วยกำหนดวิธีคิดของคนในสังคมอีกด้วย (ประสิทธิ์ กาพย์กลอน, 2529 : 1-2) กล่าวได้ว่า “ภาษาเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและให้ประโยชน์แก่มนุษย์อย่างมากในการติดต่อสัมพันธ์กันในชีวิตประจำวัน” (ประสิทธิ์ กาพย์กลอน, 2529 : 5)

งานเขียนหรือวรรณกรรมก็เป็นการสื่อสารอย่างหนึ่ง นักเขียนจำเป็นต้องอาศัยภาษาเพื่อสื่อสารเนื้อหาไปยังผู้อ่าน ภาษาจึงเป็นวัสดุสำคัญของวรรณกรรม (ม.ล.บุญเหลือ เทพยสุวรรณ, 2543 : 3) การที่นักเขียนหรือผู้สร้างงานจะสร้างสรรค์วรรณกรรมแต่ละชนิดขึ้นนั้น นักเขียนจะต้องเลือกใช้วัสดุซึ่งก็คือภาษาที่มีอยู่หรือเกิดขึ้นในยุคสมัยของตนเป็นสำคัญ ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นผลให้ภาษาที่ปรากฏในวรรณกรรมมีความแตกต่างกันในแต่ละยุคสมัย ลักษณะเด่นของภาษาในยุคสมัยหนึ่งสามารถบ่งบอกถึงสภาพสังคมในยุคสมัยนั้น ๆ ได้ ฉะนั้น บทเพลงในแต่ละยุคสมัยซึ่งมีลักษณะเด่นเฉพาะของภาษาแตกต่างกัน ก็สามารถสื่อสารให้ผู้รับสารรับรู้และเข้าใจสภาพสังคมได้เช่นกัน

บทเพลงเป็นวรรณกรรมประเภทบันเทิงคดีที่นักแต่งเพลงสร้างสรรค์ขึ้นประสานกับทำนองดนตรีเพื่อถ่ายทอดความรู้สึกรู้สึกนึกคิด และเร้าอารมณ์ให้ผู้ฟังเข้าใจและซาบซึ้ง วรรณกรรมเพลงสามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกกลุ่มวัยในทุกหนทุกแห่ง เป็นวรรณกรรมประเภทเดียวที่ผู้รับสามารถเสพได้พร้อมกับการประกอบกิจกรรมอื่น การเสพด้วยการฟังทำให้บทเพลงเข้าถึงประชาชนได้แพร่หลาย ดังที่ บุญยงค์ เกศเทศ (2536 : 116-117) ได้กล่าวไว้ว่า

...จะเข้าถึงประชาชนได้ดีกว่าวรรณกรรมประเภทอื่น โดยมีต้องไป
 พะวงอ่าน เพียงผ่านโสตประสาทหูก็เกิดสุนทรียะ มีรสชาติ และเกิดความสะเทือน
 อารมณ์ได้ บทเพลงมีบทบาทมากขึ้นในสังคมปัจจุบัน เนื่องจากผู้แต่งเพลงได้พยายาม
 หยิบยกปัญหาชีวิตความเป็นอยู่ของคนในทุกระดับสังคม สะท้อนสภาพทางเศรษฐกิจ
 การเมือง การประกอบอาชีพ ตลอดจนในวงธุรกิจต่าง ๆ ออกมาตีแผ่ได้อย่างมี
 ประสิทธิภาพ ผู้ฟังมักจดจำได้ง่าย อาจเป็นเพราะเสียงดนตรีประกอบ ทำให้เกิด
 ความสนุกสนาน ไม่เคร่งเครียดเหมือนความเป็นอยู่จริง ๆ ที่ประสบในชีวิต
 ประจำวัน...

การที่วรรณกรรมเพลงมีภาษาเป็นวัสดุ ในการถ่ายทอดอารมณ์ และความรู้สึกของ
 นักแต่งเพลงนี้ ทำให้นักแต่งเพลงจำเป็นต้องเลือกสรรและสร้างสรรค์ถ้อยคำที่เรียบเรียง
 อย่างประณีตและมีศิลปะ เพื่อให้เกิดพลังทางวรรณศิลป์ที่ผสมผสานกับดนตรีหรือคีตศิลป์ได้อย่าง
 เหมาะสม และส่งผลให้เกิดอรรถรสได้ตามความปรารถนา ดังที่ ประสิทธิ์ เลี้ยวสิริพงษ์ (2530 : 44,
 อ้างถึงใน สมหญิง เมืองแมน, 2537 : 4) กล่าวว่า “ศิลปะแห่งการเรียบเรียงถ้อยคำที่ดี
 การเรียบเรียงเสียงดนตรีที่ดี คือ การใส่ความงามให้แก่ธรรมชาติ เพลงที่ดีควรมีความงามทั้งภาษา
 และดนตรีในตัวของตัวเอง และความงามนั้นต้องสอดคล้องกัน”

เพลงไทยสากลเป็นประเภทเพลงที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างดนตรีสากลกับเพลง
 ไทยเดิมตั้งแต่การรับอิทธิพลวัฒนธรรมตะวันตกในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว
 เพลงไทยสากลเป็นที่รู้จักกันดีในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อสมเด็จพระ
 พระเจ้าบรมวงศ์เธอเจ้าฟ้าบริพัตรสุขุมพันธุ์ กรมพระนครสวรรค์วรพินิต พระราชโอรสในรัชกาล
 ที่ 5 ทรงพระนิพนธ์เพลงไทยแบบสากลขึ้นเป็นเพลงแรก หลังจากเสด็จกลับจากการศึกษาในยุโรป
 เพลงไทยสากลในยุคแรกยังมีจังหวะและท่วงทำนองคล้ายเพลงไทยเดิมอยู่มาก จนกระทั่ง
 พรานบูรพ์ได้สร้างความนิยมต่อเพลงไทยสากลที่ปรับให้มีท่วงทำนองอย่างตะวันตกมากขึ้น
 นักแต่งเพลงจึงได้สร้างสรรค์เพลงในลักษณะดังกล่าวนี้เรื่อยมา ทั้งเพลงประกอบละครเรื่อง
 เพลงประกอบภาพยนตร์ เพลงปลุกใจ และเพลงที่ใช้ในราชการ โดยยังคงให้ความสำคัญกับ
 วรรณศิลป์และขนบของเพลงไทยอยู่เช่นเดิม (สมบัติ กิ่งกาญจนวงศ์, 2534 : 22-30)

เพลงไทยสากลในยุคหลังนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2510 เป็นต้นมา มีพัฒนาการด้านจังหวะและ
 แนวดนตรีคล้ายเพลงสากลมากขึ้น นักแต่งเพลงต่างนิยมนำทำนองเพลงสากลซึ่งมีหลากหลายแนว
 เช่น ร็อก แจ๊ซ และอื่น ๆ มาสร้างสรรค์บทเพลงให้นักร้องขับร้องกันอย่างแพร่หลาย (สุกรี
 เจริญสุข, 2538 : 234-235) เป็นผลให้วงการเพลงเติบโตและขยายตัว จนมีการดำเนินการเป็นระบบ

ธุรกิจ บริษัทเพลงหลายบริษัทมุ่งแข่งขันกันเรียกร้องความสนใจจากกลุ่มผู้ฟังด้วยการนำเสนอหมวดกับภาพลักษณ์ ของนักร้อง แนวดนตรีรูปแบบใหม่ ตลอดจนภาษาแปลกใหม่ที่ใช้ในเพลง การใช้กลยุทธ์ดังกล่าวนี้ร่วมกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนหลายประเภททั้งสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อโฆษณาอื่น ๆ ส่งผลให้เพลงไทยสากลได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในกลุ่มผู้ฟัง โดยเฉพาะวัยรุ่น ด้วยเหตุนี้ บริษัทเพลงจึงมุ่งผลิตผลงานเพลงเพื่อเอาใจหรือสนองความต้องการผู้บริโภควัยรุ่นเป็นหลัก เพลงไทยสากลในปัจจุบันจึงเป็นเพลงไทยสากลสมัยนิยมสำหรับวัยรุ่นซึ่งเป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ที่มีอำนาจในการซื้อสูงกว่ากลุ่มอื่น (สุขุมาล จันทวี, 2536 : 1-2)

เพลงไทยสากลสมัยนิยมของวัยรุ่นมักให้ความสำคัญกับความทันสมัยของเครื่องดนตรี ความเร้าใจของจังหวะและทำนอง รวมทั้งภาพลักษณ์ของนักร้องมากกว่าคุณภาพเสียง สังเกตได้ว่าความพิถีพิถันของการเลือกใช้คำให้ไพเราะตามขนบเดิมได้เปลี่ยนแปลงไป กลายเป็น “ภาษาที่ฟังแล้วเข้าใจง่าย ตรงไปตรงมา ใช้ถ้อยคำหรือความซ้ำ ๆ ที่ฟังแล้วคิดหุ่ยง่าย โดยไม่ให้ความสำคัญกับการสัมผัสคล้องจองในคำร้องมากนัก” นอกจากนี้ยังมีถ้อยคำแปลกใหม่และทันสมัยอย่างสแลง สอดแทรกอยู่ด้วย (สุขุมาล จันทวี, 2536 : 2) สแลงจึงเป็นสีสันอีกอย่างหนึ่งของเพลงไทยสากลสมัยนิยมในการดึงดูดความสนใจของผู้ฟังวัยรุ่น นอกเหนือจากความสนุกสนานของจังหวะดนตรีและความประทับใจในตัวนักร้อง

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2546 : 1140) ได้ให้ความหมายของสแลงว่า หมายถึง “ถ้อยคำหรือสำนวนที่ใช้เข้าใจกันเฉพาะกลุ่มหรือชั่วระยะเวลาหนึ่ง ไม่ใช่ภาษาที่ยอมรับกันว่าถูกต้องตามหลักภาษา” สแลงจะใช้กันเพียงช่วงหนึ่ง ยกเว้นสแลงบางคำที่คงอยู่และใช้กันทั่วไปจนได้บันทึกไว้ในพจนานุกรม (เสฐียรพงษ์ วรรณปก, 2543 : 234) เนื่องจากสแลงสามารถช่วยให้การสื่อสารมีสีสัน มีรสชาติ และสร้างความรู้สึกร่วมกันกับกลุ่มผู้ฟังได้ นักแต่งเพลงจึงมักนิยมสร้างสรรค์และเลือกใช้สแลงตามรสนิยมของวัยรุ่นในเนื้อเพลงอยู่เสมอ ดังตัวอย่าง

*ภาพลักษณ์ คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของคนเรา อาจเป็นภาพของสิ่งมีชีวิต หรือสิ่งที่ไม่มีชีวิตก็ได้ เป็นภาพที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งสร้างให้เกิดขึ้นแก่จิตใจของเรา หรืออาจเป็นภาพที่เรานึกสร้างเองก็ได้ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2544 : 76)

เพลงสะดุ้ง

คิดแล้วมันก็เข็ดแล้ว คิด ๆ แล้วก็กลัวใจ
 คิด ๆ ไปก็ที่ยังไม่วายปอด ๆ
 รักที่เจอตึงก็ครั้ง รักแล้วพึ่งอยู่รำไ
 รักแล้วมันวุ่นวายจนหัวใจจอด ๆ
 จะขึ้นจะขันสัญญาตัวเองตลอด
 ว่ารักไม่เอาอีกแล้ว
 รัก ๆ ไปแล้วต้องมาวุ่นวายสุด ๆ
 รักทำไม รักแล้ววุ่นวายจัง
 คิดตั้งใจจะไม่รัก คิด ๆ ลองจะพักใจ
 คิดไม่ไปชอบใครก็เพราะใจหวั่น ๆ
 รักรับรองจะไม่รัก รักรับรองไม่รักใคร
 รักแล้วมันจะตาย คงต้องบายผ่าน ๆ
 จะขึ้นจะขันสัญญาตัวเองตลอด
 ว่ารักไม่เอาอีกแล้ว
 กำลังเพติน ๆ ต้องมาตกใจ
 แค่ว่าเธอเดินผ่าน ไปแป๊บเดียว
 มันเป็นอะไรไม่รู้ สะดุ้งเมื่อเจอกับเธอ
 ผ่านแว๊บเดียว สะดุ้งไปหมดอีกครึ่ง
 ขนลุกขึ้นมาจับปลิ้น ใจคอมันเต้นตึงตึง
 ลืมสัญญาที่เคยตั้งใจ...(ก็อยากสวยทำไม)

ทัช ณ ตะกั่วทุ่ง ชุด SPARKING

เพลงนี้แสดงความรู้สึกตื่นเต้น หัวใจไหวของชายหนุ่มที่พบบสาวงามก็เปลี่ยนใจ จากที่คิดจะไม่รักใครเพราะผิดหวังมาหลายครั้ง มาเป็นเกิดความรักใหม่ในทันที

หากพิจารณาการใช้ภาษาในเพลง กล่าวได้ว่า ภาษาที่เลือกสรรมานั้น โดยภาพรวมมีความเรียบง่ายคล้ายภาษาพูด ไม่ได้ประคิดประคองถ้อยคำเพื่อสื่อความหมายอันลึกซึ้ง จุดเด่นของเพลงนี้ นอกจากนักแต่งเพลงจะเลือกภาษาปาก หรือใช้คำศัพท์ทั่วไปที่มีความหมายตรง ๆ แล้ว

ยังเจตนาจะใช้สแลงมาแทรกไว้ด้วย สแลงที่ปรากฏในเพลง ได้แก่ “จอด ๆ”, “สุด ๆ”, “บาย” “สะตุ๋ง” และ “ตุ๋งตุ๋ง”

สแลงที่ปรากฏในเพลงดังกล่าวนี้มีโครงสร้างเป็นคำ มีทั้งที่เป็นคำมูล คำซ้ำ และคำซ้อน สแลงบางคำเป็นคำที่มีอยู่แล้วแต่นำมาใช้ในบริบทใหม่ จึงให้ความหมายใหม่ ได้แก่ “จอด ๆ”, “สุด ๆ” และ “สะตุ๋ง” ส่วนคำว่า “บาย” และ “ตุ๋งตุ๋ง” นั้นมีที่มาจากภาษาต่างประเทศและถูกขียนใหม่ด้วยการเลียนเสียงตามลำดับ

ความหมายและสุนทรียภาพที่สื่อด้วยสแลงในบทเพลงนี้มีดังนี้

คำว่า “จอด” หมายถึง “หยุดอยู่หรือทำให้หยุด , หยุดอยู่ชั่วคราว มักใช้กับรถ เรือ เป็นต้น” (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542, 2546 : 293) คำว่า “จอด” เมื่อใช้เป็นสแลงมักหมายถึง หมดสภาพ ใช้งานไม่ได้ เช่น “จอดไม่ต้องแจว” เมื่อซ้ำคำเป็น “จอด ๆ” ให้ความหมายว่า ยังไม่หมดสภาพเสียทีเดียว เนื้อเพลงข้างต้น ได้นำคำว่า “จอด ๆ” มาใช้เป็นคำกริยาในประโยคขยาย คือ “... วุ่นวายจนหัวใจจอด ๆ” หมายความว่า หัวใจใกล้จะหมดสภาพ ดีความได้ว่า ความวุ่นวายเมื่อมีความรัก ทำเอาหัวใจหมดพลังหรืออ่อนล้าใกล้จะเสื่อมสภาพ ในที่นี้คงเป็นเพราะผิดหวัง ไม่มีความซาบซ่านเพราะความรักใคร่อีก

คำว่า “สุด” หมายถึง “อยู่ปลายยอดหรือท้าย เช่น สุดแดน สุดแผ่นดิน ในที่สุด , ปลายทางใดทางหนึ่ง เช่น เหนือสุด ขวสุด บนสุด” (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542, 2546 : 1203) เมื่อซ้ำคำเป็น “สุด ๆ” ให้ความหมายเชิงสแลงว่า ถึงขีดสุด เป็นที่สุดหรือเป็นอย่างมาก เนื้อเพลงข้างต้น ได้นำคำว่า “สุด ๆ” มาใช้เป็นคำวิเศษณ์ขยายคำกริยา “วุ่นวาย” ในข้อความ “... ต้องมาวุ่นวายสุด ๆ” เมื่อกล่าวคำว่า “วุ่นวายสุด ๆ” จึงหมายความว่า วุ่นวายถึงขีดสุด วุ่นวายเป็นอย่างมาก ดังนั้น คำว่า “สุด ๆ” จึงเป็นคำที่ช่วยให้ผู้รับสารรับรู้ถึงความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือเหตุการณ์หนึ่งที่มีมากเกินกว่าปกติ เช่น ที่วัยรุ่นกล่าวว่า “สนุกสุด ๆ”, “อรรอยสุด ๆ” เป็นต้น

คำว่า “บาย” เป็นคำที่มาจากคำภาษาอังกฤษ คือ “bye” ซึ่งมีที่มาจากคำว่า “bye-bye” หรือ “goodbye” แปลว่า ลาก่อน (So Sethaputra , 1997 : 187) ในเนื้อเพลงข้างต้น คำว่า “บาย” ทำหน้าที่เป็นคำกริยาในข้อความ “คงต้องบายผ่าน ๆ” มีความหมายว่า ขอลา เป็นคำที่สื่อให้ผู้รับสารรับรู้ถึงความรู้สึกเศร้าเสียใจระคนความสิ้นหวังของบุคคลหนึ่ง จึงคิดจากลาความรักตลอดไป

คำว่า “สะตุ๋ง” หมายถึง “ไหวตัวขึ้นทันทีด้วยความตกใจ เพราะไม่ทันรู้ตัวหรือไม่ได้นึกคาดหมายไว้ เป็นต้น เช่น เมื่อได้ยินเสียงระเบิดก็สะตุ๋งสุดตัว” (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542, 2546 : 1150) “สะตุ๋ง” ในเพลงนี้ทำหน้าที่เป็นคำกริยาในประโยค มีความหมายเชิงสแลง หมายถึง ตันตื้นหรือมีอาการตะลึง โดยไม่รู้ตัวเมื่อเห็นสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คำนี้สื่อให้ผู้รับสารรับรู้ถึง

ความรู้สึกตื่นเต้นของชายหนุ่ม และเข้าใจภาวะจิตใจที่ไม่ปกติของชายหนุ่มเมื่อพบสาวงามคนใหม่

คำว่า “ตั้งตั้ง” ใช้ขยายคำกริยา “เดิน” ในข้อความ “ใจคอมันเดินตั้งตั้ง” คำนี้ไม่ปรากฏในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 แต่ก็อธิบายความหมายได้ว่า หมายถึง เคลื่อนที่อย่างกระเด็นกระดอน หรือเปลี่ยนระดับสูงต่ำอย่างรวดเร็วและมีจังหวะ โดยปกติเราพูดว่า ใจเต้นตึกตักหรือตึกตัก หรือใจเต้นตึก ๆ บอกเสียงหัวใจเต้น เพราะความตื่นเต้น คำว่า “ตั้งตั้ง” เป็นคำเลียนเสียงการเดินของหัวใจเช่นเดียวกัน แต่เสียงของคำว่า “ตั้งตั้ง” ให้ความรู้สึกแปลกใหม่เข้ากับยุคสมัยได้มากกว่า ฟังที่เล่นที่จริงได้มากกว่า ดังนั้น ความหมายของ “ตั้งตั้ง” ในเนื้อเพลงจึงสื่อได้ถึงการเดินทางอย่างรวดเร็วและเป็นจังหวะของหัวใจชายหนุ่ม เนื่องจากความตื่นเต้นที่ได้เห็นสาวงาม คำนี้จึงสื่อให้ผู้รับสารรับรู้ถึงความรู้สึกตื่นเต้นของชายหนุ่ม และเกิดจินตนาการได้

กล่าวโดยสรุปได้ว่า สแลงที่ปรากฏในเพลงดังกล่าวข้างต้นนี้ ส่วนใหญ่เป็นคำที่มีอยู่แล้ว แต่นำมาใช้ในบริบทใหม่ เกิดความหมายใหม่ เพื่อสื่อให้เกิดสุนทรียภาพแก่ผู้สื่อสาร แม้ว่าคำที่นำมาใช้ในเพลงตรงกับคำที่มีอยู่แล้ว แต่เห็นได้ว่าใช้ต่างจากเดิม เช่น ใช้จืด ๆ กับหัวใจ บางคำก็เป็นสำนวนพูดในชีวิตประจำวันของวัยรุ่น เช่น ขอบาย , สูด ๆ เป็นต้น ถือว่าทันสมัยกว่าที่จะพูดว่า “ขอลาจาก” และ “เป็นอย่างมาก” อย่างภาษาแบบแผน สแลงมีจุดเด่น คือสามารถสื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกสะดุดใจ รู้สึกทันสมัยและเป็นพวกเดียวกัน นอกจากนี้การเลือกใช้สแลงมาแทรกไว้ในเนื้อเพลงยังบ่งบอกได้อีกว่า ผู้ฟังซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นนั้น ไม่ได้จริงจังกับความรูสึกเท่าไรนัก ความรู้สึกต่าง ๆ อาจเกิดขึ้นได้บ่อยครั้งและสิ้นสุดลงได้ในเวลาไม่นาน เนื่องจากสแลงไม่ใช่ภาษามาตรฐาน และจัดอยู่ในระดับภาษาที่ไม่เป็นทางการหรือไม่เป็นแบบแผน ดังนั้นการสื่อสารด้วยภาษาดังกล่าวนี้จึงเป็นการสื่อสารที่ไม่จริงจังและเป็นกันเอง

ปัจจุบันสแลงนิยมใช้อย่างแพร่หลายในวงการเพลง โดยเฉพาะเพลงไทยสากลสมัยนิยม ความแปลกใหม่และความโดดเด่นของสแลงมีบทบาทในการแต่งเนื้อเพลงอย่างมาก กล่าวได้ว่า สแลงในเนื้อเพลงเป็นจุดขายอย่างหนึ่งที่บริษัทเพลงใช้ในการจูงใจกลุ่มผู้ฟัง ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจและเลือกศึกษาสแลงในเพลงไทยสากลสมัยนิยมในประเด็น โครงสร้าง ที่มา ความหมายและสุนทรียภาพที่สื่อด้วยสแลง เพื่อจะได้ทราบว่าสแลงเหล่านั้นมีโครงสร้าง ที่มาและความหมายอย่างไร และก่อให้เกิดสุนทรียภาพอย่างไรบ้างในการสื่อสาร

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับสแลง

1.1 ลักษณะและหน้าที่ของสแลง

สมเด็จพระปราชญ์ดำรงค์ราชานุภาพทรงให้คำอธิบายลักษณะของสแลงซึ่งทรงเรียกว่า “ศัพท์แสลงหรือคำแสลง” ว่า

คำแสลงเป็นของมีทุกภาษา มักเกิดแต่มีใครอุทานขึ้นเฉพาะเรื่องอันหนึ่ง แล้วผู้อื่นชอบใจ จำเอาไปพูด จนเลยเป็นคำสำหรับพูดกันแพร่หลาย แต่คำแสลงไม่ใคร่อยู่ยั่งยืน เพราะเหตุที่คำแสลงมีเกิดขึ้นใหม่เสมอตั้งแต่โบราณมาจนทุกวันนี้ คำแสลงเกิดขึ้นในชั้นไหนก็มักพูดกันอยู่ในชั้นนั้น ครั้นล่วงสมัยมามีคำเกิดขึ้นใหม่ในชั้นหลัง คนชั้นหลังก็ใช้คำใหม่พูดจากัน คำแสลงชั้นเก่าก็เสื่อมสูญไป มีน้อยคำที่จะคงอยู่ได้นานถึงหลายชั่วชั้นบุรุษ (อ้างถึงใน เปลื้อง ณ นคร, 2528 : 21 -22)

ในปัจจุบันมีศัพท์บัญญัติเรียกสแลงว่า “คำคะนอง” คนส่วนใหญ่ยังไม่นิยมใช้คำนี้ เพราะคุ้นชินกับคำว่า “สแลง” มากกว่า (เปลื้อง ณ นคร, 2528 : 126) พระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจารยางกูร) จัดคำคะนองเป็นส่วนหนึ่งของสยามพากย์ซึ่งผู้ใช้ต้องรู้จักแยกแยะให้เหมาะกับเนื้อความ ดังกล่าวว่า “สยามพากย์นั้น คือคำพูดภาษาไทยชั้นเก่า และชั้นใหม่ ทั้งคำแสลงและคำตรง ให้รู้จักคำสูง คำต่ำ คำหยาบ คำละเอียด คำละเมียด คำคะนอง ผ่อนใช้ให้ต้องตามความ” (อ้างถึงใน คุณหญิงสมโรจน์ สวัสดิกุล ณ อยุธยา, 2526 : 110)

ชื่อคำคะนองที่ใช้เรียกสแลงบ่งบอกว่า คำเหล่านี้สร้างขึ้นเพราะความคะนองปากของบุคคลเฉพาะกลุ่ม เพื่อสร้างความแปลกหู และความสนุกสนาน (เจือ สตะเวทิน, 2518 : 13 , อ้างถึงใน สมใจ เสรีวงศ์, 2526 : 1) ที่มาของสแลงอาจเป็นเหตุการณ์หรือสิ่งที่กลุ่มสนใจร่วมกัน การผูกคำขึ้นใช้ก็สนองความมุ่งหมายล้อเลียน หรือพูดเล่นกันสนุกปาก (คุณหญิงสมโรจน์ สวัสดิกุล ณ อยุธยา, 2526 : 110)

จุดเด่นของสแลงอยู่ที่การปลุกเร้าอารมณ์ ความรู้สึกรักของบุคคล ความหมายของสแลงจะผันแปรไปตามบริบทแวดล้อม ดังนั้น สแลงที่บุคคลใช้สื่อสารกันนั้น อาจสื่อได้ทั้งความหมายตรง ความหมายแฝง และความหมายเปรียบเทียบ (สมใจ เสรีวงศ์, 2526 : 81)

นักภาษาลงความเห็นว่า “ภาษาสแลงเป็นชีวิตของภาษา ทำให้ภาษามีรส มีชีวิตชีวา” สแลงในปัจจุบันนี้ส่วนใหญ่เป็นคำที่ใช้กันอยู่แล้วโดยปกติ แต่นำมาใช้ในความหมายใหม่ เช่น คำว่า “เบี้ยว” , “เพี้ยน” , “เหยียบ” (เร่งเครื่องยนต์) , “มั่ว” ฯลฯ (เปลื้อง ณ นคร, 2533 : 235) นอกจากนี้ยังมีสแลงอีกจำนวนไม่น้อยที่เป็นคำเกิดใหม่ในสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น คำว่า “ตุ้ย” , “ท่วยล์” , “ชะเถียร์” ฯลฯ (เสฐียรพงษ์ วรรณปก, 2543 : 234-235)

ในแง่ความนิยมใช้สแลง กล่าวได้ว่าขึ้นอยู่กับวัยคล้ายเหมือนกัน สังเกตได้ว่าวัยรุ่นนึ่งมีการพลิกแพลงภาษาพูดเป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่ม ดังที่ จิรนนท์ โคมลิตติสกุล (2531) ศึกษาเรื่อง “การใช้คำสแลงของนักศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ” โดยการสัมภาษณ์ และสังเกตการสนทนาของกลุ่มนักศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า สแลงที่ใช้พูดกันในกลุ่มนักศึกษามีโครงสร้าง 2 ลักษณะ คือ คำและกลุ่มคำ โดยจำแนกลักษณะออกได้ 10 ลักษณะ คือ 1) คำปกติที่ใช้ความหมายใหม่ 2) คำที่นำมาจากเพลง 3) คำที่มาจากภาษาต่างประเทศ 4) คำที่มาจากภาษาต่างประเทศด้วยการตัดคำให้สั้นลง 5) คำที่ได้รับอิทธิพลจากไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ 6) คำที่มีการสลับตำแหน่งพยัญชนะและสระ 7) คำที่มีเสียง /ร/ เข้าไปในภาษาปกติ 8) คำที่สร้างขึ้นใหม่ 9) คำที่มีการเติมกริยา ‘เป็น’ หรือ ‘ออก’ หน้าคำ 10) คำที่มาจากภาษาถิ่น

1.2 การใช้สแลงในสื่อมวลชน

การสื่อสารที่เอื้อให้ใช้สแลงเพื่อสร้างความสนใจผู้รับสาร และเพื่อมุ่งผลทางการค้า ก็คือการสื่อสารในสื่อมวลชน (เจือจันทร์ ไหวพริบ, 2542 : 200) วงการสื่อมวลชน รวมทั้งภาพยนตร์ใช้สแลงสร้างความแปลกใหม่ กระตุ้นความสนใจและทำให้จดจำได้ง่าย ดังเช่น ชื่อภาพยนตร์ “สยัมมีย์”, “สะแคว่แห้ว” หรือชื่อและเนื้อร้องของเพลง เช่น “ศักดิ์ศรีเก้าใจ” เป็นต้น (ดวงพร คำบุญวัฒน์, 2537 : 17)

ในสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ มีผู้ศึกษาว่าภาษาพูดหัวข่าวดและวรรณคดีซึ่งเป็นส่วนต่อเนื่องจากข้อความพูดหัวข่าวนั้น มักนิยมใช้สแลงหรือคำที่มีความหมายแฝง เพื่อแสดงความรู้สึกรุนแรง น่ากลัว และให้ภาพเกินความจริงในการจงใจให้ผู้อ่านสนใจติดตามรายละเอียดของข่าวนั้น ๆ ต่อไป (วิรัช วงศ์กันันท์วัฒนา, 2536 : 42 -48) ผลการศึกษาดังกล่าวนี้สอดคล้องกับวิไลวรรณ ขนิษฐานันท์ (2540 : 31 -35) ที่ศึกษาเรื่อง “ภาษาในข่าวหนังสือพิมพ์และข่าวโทรทัศน์” ซึ่งได้สรุปว่า ภาษาในพูดหัวข่าวทั้งในข่าวหนังสือพิมพ์และข่าวโทรทัศน์นิยมใช้สแลงและคำสมมุตินามเป็นส่วนใหญ่ เพราะเป็นคำที่แสดงความคุ้นเคยกับผู้รับสาร ได้มากกว่าคำที่เป็นทางการหรือคำสุภาพทั่วไป ทั้งยังสามารถดึงดูดความสนใจได้

ในแง่โครงสร้าง ที่มาและความหมายของสแลง โดยเฉพาะในหนังสือพิมพ์ งานวิจัยของเน่งน้อย บุญยณตร (2529) เรื่อง “คำคะนองในหนังสือพิมพ์รายวันระหว่างปีพุทธศักราช 2521 -2525” พบว่าคำที่ใช้เป็นคำคะนองอาจเป็นคำเกิดขึ้นใหม่ คำที่เปลี่ยนเสียงไปจากเดิม คำที่เปลี่ยนความหมาย คำที่มาจากภาษาต่างประเทศ และคำที่เลียนวิธีการเปลี่ยนคำตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ ส่วนประกอบของคำคะนองมีทั้งเป็นคำคำเดียว คำประสม วลี หรือเป็นประโยค

ก็ได้ ส่วนความหมายของคำคະนองนั้นมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะของคำคະนอง คือ คำคະนองที่เป็นคำเกิดใหม่มีความหมายสื่ออารมณ์ ความรู้สึก ส่วนคำคະนองที่เป็นคำเปลี่ยนจากคำเดิมมีความหมาย 2 ประการ คือ ประเภทที่มีความหมายใหม่คล้ายความหมายเดิม ได้แก่ คำที่เปลี่ยนจากคำเดิมด้านเสียงและการเขียน และประเภทที่มีความหมายใหม่แตกต่างจากความหมายเดิม ได้แก่ คำซึ่งเปลี่ยนความหมาย และคำยืมจากภาษาต่างประเทศ

ส่วน สุชาติดา เทวะผลิน (2531) ได้ศึกษาเรื่อง “คำสแลงในภาษาไทยจากหนังสือพิมพ์รายวัน” พบว่า สแลงสามารถจำแนกประเภทได้ 2 ประเภท คือ สแลงแท้ และสแลงไม่แท้ สแลงแท้มีรูปที่ให้ความหมายเชิงสแลงได้โดยไม่ต้องพึ่งบริบท และยังสามารถจำแนกประเภทตามที่มาได้เป็น 6 ประเภท คือ 1) คำเปลี่ยนเสียงหรืออักษรวิธ 2) คำพวน 3) คำยืม 4) คำกำหนดให้มีเสียงเลียนเสียงธรรมชาติ 5) คำกำหนดให้สื่อความหมายด้วยเสียง 6) คำประสมขึ้นใหม่ ส่วนสแลงไม่แท้ นั้นเกิดจากการนำคำที่ใช้กันอยู่ในภาษาปกติมาใช้ในบริบทแล้วเกิดความหมายใหม่ซึ่งมีความหมายเชิงสแลง

1.3 สุนทรียภาพที่สื่อด้วยสแลง

สุนทรียภาพ หมายถึง ความงามทางศิลปะที่ประณีต ชับซ้อนซึ่งเป็นผลจากการประสานกันอย่างเป็นเอกภาพของรูปแบบและเนื้อหาที่เป็นสื่อทางความคิดและอารมณ์ของมนุษย์ (ดวงมน จิตรจ้านงค์, 2536 : 8) มนุษย์ใช้ศิลปะเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดความคิด อารมณ์และประสบการณ์ของตนเองไปยังบุคคลอื่น ศิลปะจึงเป็น “เครื่องสื่อสารที่มีพลังเร้าอารมณ์สะเทือนใจของมนุษย์” ได้เป็นอย่างดี (ดวงมน จิตรจ้านงค์, 2536 : 5) วรรณกรรมเป็นศิลปะแขนงหนึ่งที่มีความแตกต่างจากศิลปะแขนงอื่นตรงที่ต้องอาศัยภาษาในการสื่อความหมาย ความรู้สึกนึกคิดของผู้ประพันธ์ให้ผู้อ่านรับรู้ และเกิดความเข้าใจได้อย่างลึกซึ้ง ผู้ประพันธ์หรือผู้สร้างสรรค์วรรณกรรมจึงจำเป็นต้องเลือกสรรถ้อยคำหรือภาษาที่มีลักษณะ และคุณค่าทางสุนทรียะเพื่อให้กระทบใจผู้อ่าน ส่วนผู้อ่านก็ควรต้องมีความรู้ความสามารถทางภาษาและวิจารณ์งานบ้างพอสมควร เพื่อยังผลต่อการทำความเข้าใจในวรรณกรรมนั้น ๆ ได้ใกล้เคียงหรือตรงตามเจตจำนงของผู้ประพันธ์ (เจตนา นาควิษระ, 2520 : 26)

ในการเลือกสรรภาษาของวรรณกรรมในปัจจุบัน สแลงซึ่งถูกจัดอยู่ในกลุ่มภาษาระดับปากหรือภาษาที่ไม่เป็นทางการเป็นภาษาหนึ่งที่ผู้ประพันธ์มักนิยมเลือกใช้กัน โดยเฉพาะในสื่อมวลชน (เสฐียรพงษ์ วรรณปก, 2543 : 234) เพราะนอกจากสแลงจะมีรูปคำศัพท์และเสียงที่แปลกกว่าคำศัพท์ปกติแล้ว ความหมายของสแลงยังสื่อถึงคุณค่าทางสุนทรียะในด้านต่าง ๆ ได้อีกด้วย

สุนทรียภาพหรือสุนทรียรสที่บุคคลซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้อ่านหรือผู้ฟังสัมผัสได้จากการสื่อสารด้วยสแลงมักปรากฏอยู่ 2 ด้านด้วยกัน คือ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก และด้านจินตนาการหรือภาพพจน์ ดังจะเห็นได้จากการศึกษาการสื่อสารด้วยสแลงในสื่อมวลชนที่สรุปได้ว่า สแลงในพาดหัวข่าวช่วยจูงใจผู้อ่านให้สนใจติดตามรายละเอียดของข่าว เพราะสแลงสามารถแสดงความรู้สึกกับผู้อ่านได้มากกว่าคำที่เป็นทางการ และสแลงบางคำสามารถสื่อให้ผู้อ่านรับรู้ถึงความรู้สึกที่รุนแรงเกินความเป็นจริงและเห็นภาพได้ (วิรัช วงศ์กนิษฐ์วัฒนา, 2536 : 42-48 ; วิไลวรรณ ขนิษฐานันท์, 2540 : 31-35) นอกจากนี้ สแลงยังช่วยสร้างความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน เช่น สแลงของวัยรุ่น สแลงของคารา สแลงของทหาร เป็นต้น ทั้งยังช่วยอำพรางหรือกลบเกลื่อนคำต้องห้าม หรือคำที่มีความหมายค่อนข้างรุนแรงบางคำได้อีกด้วย (กาญจนา นาคสกุล, 2543 : 43 ; สมใจ เสรีวงศ์, 2526 : ก)

2. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับเพลงไทยสากล

2.1 เพลงวัยรุ่นและบริษัทผลิตเทปเพลง

เพลงเป็นสิ่งที่บันเทิงประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยมนมากในกลุ่มวัยรุ่น ด้วยเหตุผลที่ "...เพลงเป็นสื่อของความฝัน และกำลังเป็นสิ่งที่หลงใหลคลั่งไคล้ในสังคมของวัยรุ่น..." (สมาคมผู้ปกครองและครูแห่งประเทศไทย, 2528 : 22, อ้างถึงใน อมรพันธ์ อุดสาหกรรม, 2532 : 5) เพลงที่วัยรุ่นนิยมฟังกันนั้นมีหลากหลายแนว เช่น ริทึมแอนด์บลู (Rhythm & Blue), โฟล์ก (Folk Music), คันทรี่ (Country Western), แจ๊ซ (Jazz), ฮิปฮอป (Hiphop), แร็ป (Rap), ป๊อปปแดนซ์ (Pop-dance), เทค โนแดนซ์ (Technodance) และร็อก (Rock) (วิภาวี วิโรจน์พันธุ์, 2539 : 12) เพลงร็อกเป็นเพลงที่มีอิทธิพลต่อผู้ฟังวัยรุ่นมากกว่าเพลงแนวอื่น เพราะเป็นเพลงที่สร้างขึ้นโดยวัยรุ่น และเพื่อวัยรุ่นอย่างแท้จริง ดังจะเห็นได้จากความหนักหน่วง และความรุนแรงของจังหวะดนตรีในการสร้างความตื่นเต้น เร้าใจ และสนองอารมณ์ของวัยรุ่น (ลีนา เอี่ยมสะอาด, 2539 : 203) แนวดนตรีจึงมีส่วนสำคัญในการเลือกเปิดรับฟังเพลง และการตัดสินใจซื้อ "เทปเพลง" ดังที่ นุชนาฏ รามสมภพ (2529) ซึ่งศึกษาเรื่อง "การศึกษาความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครต่อเทปคาสเซ็ทเพลงไทยสากล" พบว่า แนวดนตรีเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่นิสิต นักศึกษาใช้ในการพิจารณาเพื่อเลือกซื้อสินค้า ผลงานเพลงของนักร้องจะต้องเป็นเพลงที่มีแนวความคิดสร้างสรรค์ มีความแปลกใหม่ และไม่ซ้ำซากจำเจ เพราะผู้ฟังยุคใหม่ให้ความสนใจในแนวดนตรี และความสามารถของนักร้อง นักดนตรีมากขึ้น

ในการผลิตผลงานเพลงของนักร้อง บริษัทผู้ผลิตจะกำหนดแนวเพลงและคัดเลือกผู้ที่จะมาเป็นนักร้อง โดยพิจารณาจากบุคลิก หน้าตา ความเหมาะสมกับแนวเพลงที่นำมาร้อง และความ

สามารถในการแสดงออกเป็นสิ่งสำคัญ แล้วจึงสร้างภาพลักษณ์ของนักร้องแต่ละคนให้มีความโดดเด่นแตกต่างกันตามความสามารถของตัวนักร้องเอง หรือตามความเห็นชอบของบริษัทเพลง (เนตพล ฤทธิคำรพ, 2539 : 2) ในงานวิจัยของอมรรัตน์ รัตนภาสุร (2534) เรื่อง “การนำเสนอภาพความเป็นชายในเพลงไทยสมัยนิยม : วิเคราะห์นักร้องชายยอดนิยมระหว่างปี พ.ศ. 2531 -2533” พบว่า ผู้ผลิตเทปเพลงจะให้ความสำคัญกับบุคลิกหน้าตาของนักร้องมากกว่าคุณภาพเสียง ภาพลักษณ์ของนักร้องชายที่ปรากฏออกมาในช่วงเวลาดังกล่าวจึงมีด้วยกัน 2 แบบ คือ ผู้ชาย ล้ำอาจ สุภาพและอ่อนโยน และผู้ชายคมเข้ม แข็งแกร่ง และมีความเป็นผู้นำ

นอกจากการดำเนินการกำหนดแนวเพลง และการนำเสนอภาพลักษณ์ของนักร้องที่บริษัทผู้ผลิตใช้จูงใจกลุ่มผู้ฟังแล้ว บริษัทยังมีการวางแผนการใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายร่วมด้วย การส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยหนึ่งที่บริษัทผลิตเทปทุกบริษัทเล็งเห็นความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะอาจสร้างความชื่นชอบ และกระตุ้นผู้ฟังให้ซื้อสินค้าได้มากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้ จึงเกิดการแข่งขันกันในการใช้กลยุทธ์ทุกรูปแบบเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์เทปที่ถูกผลิตออกมา (ธนา สติรวิศาลกิจ, 2539 : 64)

กลยุทธ์สำคัญในการส่งเสริมการขายของบริษัทผลิตเทปที่ปรากฏในปัจจุบัน ได้แก่ การผลิตมิวสิกวิดีโอ และการจัดคอนเสิร์ต สุรางค์รัตน์ เมฆพัก (อ้างถึงใน ธนา สติรวิศาลกิจ, 2539 : 14) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ในการผลิตมิวสิกวิดีโอมีจำนวนได้ 2 ด้าน คือ ด้านจิตวิทยาและด้านพฤติกรรม กล่าวคือ ผู้ผลิตต้องการให้ผู้ชมมิวสิกวิดีโอเกิดความรู้สึก และเกิดความเข้าใจในเนื้อหาของเพลงอย่างลึกซึ้ง และกระตุ้นการซื้อสินค้าให้มีจำนวนมากขึ้น เพื่อผลทางการค้าของบริษัทผู้ผลิตเอง

ส่วนการจัดคอนเสิร์ตก็เป็นการสร้างความบันเทิง ความสนุกสนาน และการแสดงออกที่ผู้ชม ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น รูปแบบของคอนเสิร์ตที่บริษัทผู้ผลิตจัดขึ้นและปรากฏอยู่ทั่วไปในปัจจุบันนี้ คือ คอนเสิร์ตสำหรับประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายเทปเพลงของนักร้องในบริษัท คอนเสิร์ตพิเศษ เป็นคอนเสิร์ตที่บริษัทผู้ผลิตจัดขึ้นเพื่อหารายได้จากการขายบัตรเข้าชมหรือบัตรผ่านประตูกับกลุ่มผู้บริโภค คอนเสิร์ตเฉพาะกิจ มักจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมภาพพจน์ของบริษัท และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน เงินรายได้ทั้งหมดจากคอนเสิร์ตรูปแบบนี้จะบริจาคเพื่อการกุศล และคอนเสิร์ตนอกสถานที่ มักจัดกันตามสถานที่เดินราหรือสถานบันเทิงทั่วไป (सानิต ชูติมากุล, อ้างถึงใน ธนา สติรวิศาลกิจ, 2539 : 25-26)

2.2 งานวิจัยเกี่ยวกับเพลงไทยสากล

เพลงในแต่ละยุคสมัยมักถ่ายทอดเรื่องราวหรือเหตุการณ์ รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดของสังคมให้ผู้ฟังได้รับรู้และเข้าใจได้ การศึกษาความสัมพันธ์ของเพลงกับสังคมเฉพาะยุคสมัยปรากฏในงานวิจัยของสุนธชา ศักดิ์ชัยสมบูรณ์ (2540) เรื่อง “เพลงไทยสากลตามนโยบายของจอมพล ป.พิบูลสงคราม พ.ศ. 2481 -2487” พบว่าเนื้อหาส่วนใหญ่ของเพลงในช่วงเวลาดังกล่าวมักเกี่ยวกับการสร้างชาติ เพื่อเผยแพร่ลัทธิชาตินิยม มีการปลุกฝังทัศนคติให้ประชาชนเกิดความรักชาติตามนโยบายสร้างชาติ และยึดตัวผู้นำของจอมพล ป.พิบูลสงคราม และงานวิจัยเรื่อง “ภาพสะท้อนสังคมและวัฒนธรรมไทยจากเพลงไทยสากลหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 - พ.ศ. 2500” ของพรรณี ปรัชญาบำรุง (2542) ก็มีผลการศึกษาว่า สภาพสังคมที่นำเสนอผ่านบทเพลงบ่งบอกได้ถึงความคิดเห็นครุ่น และความขาดแคลนของประชาชนจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ส่วนลักษณะวัฒนธรรมของไทยยังคงแสดงถึงเอกลักษณ์โดยรวมเป็นหลัก ทั้งในเรื่องระบอบชนชั้น สถาบันครอบครัว ระบบค่านิยม ความเชื่อและโลกทัศน์

นอกจากนี้ พรเพ็ญ ต้นประเสริฐ (2532) ซึ่งศึกษาเรื่อง “เพลงไทยสากลระหว่างปี พ.ศ. 2529 -2531 : การศึกษาในด้านลักษณะภาษาและการสะท้อนวัฒนธรรมไทย” ยังพบลักษณะทางวัฒนธรรมของยุคสมัยหลังปี พ.ศ. 2500 หลายประการด้วยกัน คือ ความยึดมั่นในศาสนา ความมีอิสระอาศัย ความสุภาพอ่อนโยน การให้อภัย การชื่นชมคนรวยและคนมีการศึกษาระดับปริญญา ยิ่งไปกว่านั้น เนื้อหาของเพลงยังบ่งชี้ถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดในสังคมขณะนั้น ได้ด้วย เช่น ปัญหาคนชนบทเข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร ปัญหาการขาดดุลการค้ากับต่างประเทศ ปัญหาครอบครัว ปัญหาโสเภณี ปัญหาการว่างงาน และปัญหาการก่อมลพิษ

ในด้านคุณค่าและสุนทรียภาพที่ได้จากเพลง กล่าวได้ว่า เพลงทุกเพลงล้วนมีคุณค่าที่สามารถส่งผลต่อผู้ฟัง ได้แทบทั้งสิ้น คุณค่าของเพลงในงานวิจัย ได้แก่ คุณค่าทางวรรณศิลป์ และคุณค่าทางความคิดหรือคติธรรม ดังจะเห็นได้จากการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์เพลงไทยสุนทรภรณ์” ของวัชรภรณ์ อาจหาญ (2535) การศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์เพลงไทยสากลแนวใหม่ในช่วงปี พ.ศ. 2524 -2534” ของสุขุมาล จันทวี (2536) ก็ได้ผลการศึกษาว่าเพลงไทยสากลแนวใหม่ให้คุณค่าด้านวรรณศิลป์ด้วยการแปลงคำและใช้โวหารที่แปลกใหม่ ทันสมัย ให้ภาพพจน์ชัดเจนให้คุณค่าด้านอารมณ์ คือ สร้างความเพลิดเพลินใจ และให้คุณค่าด้านสังคม คือ นำเสนอสภาพปัญหาต่าง ๆ ในสังคมผ่านบทเพลง เช่น ปัญหายาเสพติด ปัญหาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ส่วน งานวิจัยเรื่อง “เพลงไทยสากลตามนโยบายของจอมพล ป.พิบูลสงคราม พ.ศ. 2481-2487” ของสุนธชา ศักดิ์ชัยสมบูรณ์ (2540) ก็มีผลการศึกษาว่า เพลงไทยสากลตามนโยบายของจอมพล ป.พิบูลสงครามนั้นมีทั้งคุณค่าในด้านวรรณศิลป์ด้วยการใช้ถ้อยคำ และสำนวน

โวหารต่าง ๆ ที่ช่วยผู้ฟังเกิดจินตภาพตามเพลง คุณค่าด้านอารมณ์ด้วยการให้ความบันเทิงใจ และ แฝงความรู้เกี่ยวกับรักชาติ ความสามัคคีแก่ประชาชน และคุณค่าด้านสังคมด้วยการปลูกฝังทัศนคติต่าง ๆ ตามนโยบายการสร้างชาติของผู้นำ

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาอิทธิพลของเพลงต่อผู้รับหรือผู้ฟัง ดังที่ อมรพันธ์ อุดสาหกิจ (2532) ศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของเพลงไทยสมัยนิยมที่มีผลต่อจริยธรรมของเยาวชน” พบว่าเนื้อร้องเพลงไทยสมัยนิยมมีความหมายเกี่ยวข้องกับจริยธรรม 2 ด้าน คือ ด้านส่งเสริม และด้านทำลาย ด้านส่งเสริมมักพบมากกว่าด้านทำลาย เนื้อหาด้านส่งเสริมจริยธรรมที่พบมากที่สุด คือ การรู้จักความพอดี ความพอใจในสิ่งที่ตนมีอยู่ รองลงมา คือ การรู้จักอดทนอดกลั้น การรู้จักฟังตนเอง มีอุดมคติ และการให้ความรักความห่วงใย ตามลำดับ ส่วนเนื้อหาด้านทำลายที่พบมากที่สุด คือ ความไม่มีสติ รองลงมา คือ การพูดปด พูดบิดเบือนและพูดเพ้อเจ้อ จากผลศึกษาดังกล่าว เพลงไทยสมัยนิยมจึงมีอิทธิพลต่อการพัฒนาจริยธรรมของเยาวชนเป็นอันมาก เพราะสามารถชักจูงจิตใจของเยาวชนให้ปฏิบัติตามสิ่งที่สอดแทรกอยู่ในเนื้อร้องของเพลงได้

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าการศึกษาศแลงมักมุ่งศึกษาประเด็นที่มาและความหมายเป็นส่วนใหญ่ ส่วนในการศึกษาเกี่ยวกับเพลงไทยสากลก็มักให้ความสำคัญต่อเนื้อหาและคุณค่ามากกว่าประเด็นอื่น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาศแลงในเพลงไทยสากลสมัยนิยม โดยเลือกศึกษาในประเด็น โครงสร้าง ที่มา ความหมาย และสุนทรียภาพที่ได้เมื่อนำมาใช้ในการสื่อสารผ่านบทเพลง การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้กรอบแนวคิด โดยสรุปดังนี้

ด้านโครงสร้างและที่มา ศแลงที่ใช้สื่อสารกันทั้งทางตรง และทางอ้อมโดยผ่านสื่อต่าง ๆ นั้นมีโครงสร้าง 2 ลักษณะ คือ คำและกลุ่มคำ และสามารถจำแนกที่มาออกได้ 5 ทางด้วยกัน คือ 1) คำเกิดใหม่ 2) คำเดิมในความหมายใหม่ 3) คำเปลี่ยนเสียงหรืออักษรวิธี 4) คำที่มาจากภาษาต่างประเทศ 5) คำที่เลียนวิธีการเปลี่ยนคำตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ

ด้านความหมาย ศแลงอาจสื่อความหมายได้ทั้งที่เป็นความหมายตรง ความหมายแฝง หรือความหมายเปรียบเทียบ โดยพิจารณาจากบริบทแวดล้อมเป็นสำคัญ ส่วนสุนทรียภาพที่ได้จากการสื่อสารด้วยศแลงนั้น ก็สื่อได้ทั้งในด้านอารมณ์ ความรู้สึก และด้านจินตนาการหรือภาพพจน์

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาศแลงในเพลงไทยสากลสมัยนิยมในประเด็นต่อไปนี้

1. โครงสร้าง
2. ที่มาและความหมาย

3. ศูนย์วิทยภาพจากการสื่อสารด้วยสแลง

ความสำคัญและประโยชน์ของการวิจัย

1. ทำให้ทราบโครงสร้าง ที่มา ความหมายของสแลง และศูนย์วิทยภาพจากการสื่อสารด้วยสแลงในเพลงไทยสากลสมัยนิยม
2. เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ภาษา กล่าวคือ ช่วยสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสแลง ได้มากขึ้น และนำไปใช้สื่อสารได้อย่างเหมาะสม

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะสแลงในเนื้อเพลงไทยสากลสมัยนิยมที่เผยแพร่ในปี พุทธศักราช 2544 ได้แก่ ผลงานเพลงของบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายที่มีชื่อเสียง และได้รับความนิยม 2 บริษัท คือ บริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) และบริษัทอาร์.เอส. โปรโมชัน จำกัด (มหาชน) โดยคัดเลือกเฉพาะเพลงที่มีการใช้สแลงในเนื้อร้องจำนวนชุด 44 ชุด รวมจำนวนเพลงทั้งสิ้น 78 เพลง ดังต่อไปนี้

1. บริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

- 1.1 ชุดของขึ้น ของอับรินทร์ นิตินน ได้แก่ เพลงลูกเจี๊ยบ
- 1.2 ชุดไท-ใจเป็นหนึ่ง ของไท ทนาวุฒิ ได้แก่ เพลงฉันโต๊ะเธอ
- 1.3 ชุดนอกคอก ของกะลา ได้แก่ เพลงแม่ (ภาค 2) , ไปรักกันให้ไกล ๆ , ไม่หล่อแต่รักจริง
- 1.4 ชุดมะลิก็รักก็ขี้ ของ NATALIE ได้แก่ เพลงมะลิก็รักก็ขี้ , แมลงไม้ แมลงเม่า , โอมเพี้ยง
- 1.5 ชุดลูกหิน ของลูกหิน ได้แก่ เพลงลูกหิน , ตกม้า , SAY ไฉะ
- 1.6 ชุดสลัด...สะบัด ของปฏิภาณ ปฐวีกานต์ ได้แก่ เพลงเซ่อเถอะครับ
- 1.7 ชุด AMP'S TALES เรื่องเล่าสาวลักษณ์ ของสาวลักษณ์ ลีละบุตร ได้แก่ เพลง รักกันเบาเบา
- 1.8 ชุด CHEER/MALE , FEMALE ของ CHEER ได้แก่ เพลงรักจริงหวังฝัน , ต้นส้ว , เพื่อนคือสายน้ำ
- 1.9 ชุด FLYMAN ของ FLY ได้แก่ เพลงไอ้ฟ้าย
- 1.10 ชุด HEY! BOY ของ BUBBLEGIRLS ได้แก่ เพลง HEY! BOY

- 1.11 ชุด JEEDD! ของญา ญา ฉิ่ง ได้แก่ เพลงแป็บ
- 1.12 ชุด LOSOLAND ของ LOSO ได้แก่ เพลงอิสระเสรี , ไม่ว่าง , เรชชอบนาย
- 1.13 ชุด MOS KAT ของปฏิภาณ ปฐวีกันต์และแคทริยา อิงลิช ได้แก่ เพลงฉันไม่ใช่
ตัวปลอม
- 1.14 ชุด POWER POP ของ POWER PAT ได้แก่ เพลงคิซุอะโนเนะ
- 1.15 ชุด ROCK UP ของ Y NOT 7 ได้แก่ เพลงเชื่อแล้วเชื่อเลย , คนประหลาด
- 1.16 ชุด SUNISA ของสุนิสา สุขบุญสังข์ ได้แก่ เพลงแห้ว , อย่างก็ก
- 1.17 ชุด TA-KE-CHI ของ NATT VASSANA ได้แก่ เพลงมิโยโกะ , ดีกว่าอยู่เปล่า ๆ ,
รักแล้วรอนี้ออก
- 1.18 ชุด TAXI ของ TAXI ได้แก่ เพลงนำนี่นำ
- 1.19 ชุด TEERAPAT ของธีรภัทร์ สัจจกุล ได้แก่ เพลงรู้ตัวดีว่ามีไม่พอ
- 1.20 ชุด THE VOICE ของอู๋ หฤทัย ม่วงบุญศรี ได้แก่ เพลงน้องเอ๋ย
- 1.21 ชุด WHITE ALBUM ของ DRAGON 5 ได้แก่ เพลงอุปสรรค
- 1.22 ชุด 333 ของภครมัย โปตระนันท์ ได้แก่ เพลงชกกับฉันเลยใหม่ , มีดตัดดี

2. บริษัทอาร์.เอส.โปรโมชั่น จำกัด (มหาชน)

- 2.1 ชุดบันเทิงใจของทัช ณ ตะกั่วทุ่ง ได้แก่ เพลงบันเทิงใจ
- 2.2 ชุดปลื้มของปลื้ม ได้แก่ เพลงพิชซ่า , บานไม่รู้โรย
- 2.3 ชุดพายุธรรม์ณธรของธรรม์ณธร ปาลกะวงษ์ ได้แก่ เพลงมีของ
- 2.4 ชุดสมัยชาคนชนของอาร์ม ศิริโรจน์ ศิริเจริญ ได้แก่ เพลงตื่นตัน , ลงขัน(โอเอ) ,
OH! MY GOD
- 2.5 ชุดหวานผ่าซากของธนพร แวกประยูร ได้แก่ เพลงใจถึงไม่กลัว
- 2.6 ชุดออกกรสของอาร์ม ศิริโรจน์ ศิริเจริญ ได้แก่ เพลงโอ้ย! , ปืด
- 2.7 ชุด BAZOO 2001 ของ BAZOO ได้แก่ เพลงพลาดไม่ได้ , สวยในชอย , ลำตัด 2001 ,
สนุกกับชีวิต , โอ้ย...เจ็บ! , VERY กร๊อค
- 2.8 ชุด DANCE MOB ของ VITAMIN A ได้แก่ เพลงพูดว่ารัก (ไข่ม้อย)
- 2.9 ชุด DANCE WORLD ของ VITAMIN A ได้แก่ เพลงหลุดโลก , SUPERMAN
- 2.10 ชุด DOME NAKED ของโดม ปกรณ์ ลัม ได้แก่ เพลงเต็มทีกับชีวิต
- 2.11 ชุด D2B ของ D2B ได้แก่ เพลงซ่าส์...(สั้น ๆ) , โอ้ย!(มินต์้า) , JIGSAW (ต่อกันนะ)
- 2.12 ชุด FUN FEVER ของ NATALIE-JAZKY ได้แก่ เพลงยา

- 2.13 ชุด IDIOT ของ IDIOT ได้แก่ เพลงลั่งมาเลย , เค็งคิง , จิกโก้
- 2.14 ชุด JAMES CLIMAX ของเรื่องศึกคัล ถอยชูศึกคัล ได้แก่ เพลงได้เวลา JAM
- 2.15 ชุด JAMES FESTIVAL ของเรื่องศึกคัล ถอยชูศึกคัล ได้แก่ เพลงเผ็ด
- 2.16 ชุด NANCY THE ANGEL ของแนนซี่ นันทพร สว่างแจ้ง ได้แก่ เพลงเดี่ยวจะทำให้ดู , ไม่จริง...ก็หลอก , ไม่สามารถค่ะ
- 2.17 ชุด OUT ของ OUT ได้แก่ เพลง OUT
- 2.18 ชุด ROCK BALANCE ของ THE TYCOON ได้แก่ เพลงของจริง
- 2.19 ชุด SPARKING ของทัช ณ ตะกั่วทุ่ง ได้แก่ เพลงสะอื้น , ปิดคดี
- 2.20 ชุด SPICY MOMAY ของนภัสสร บุรณะศิริ ได้แก่ เพลงอย่าหยุดขยับ
- 2.21 ชุด THE BEST OF ROCK ได้แก่ เพลงเมื่อรักมันห่วย , มั่ว نیم
- 2.22 ชุด THE CELEBRATION ได้แก่ เพลงห้าไฟ , สวิท

ข้อตกลงเบื้องต้น

ในการศึกษานี้จะศึกษาสแลงจากเนื้อร้องที่เป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพลงไทยสากลสมัยนิยม หมายถึง เพลงที่มีพัฒนาการจากเพลงไทยสากลนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2510 เป็นต้นมา ส่วนที่เหมือนกันกับเพลงไทยสากล คือ เป็นเพลงที่ใช้ดนตรีสากลในการบรรเลงประกอบการร้อง ส่วนที่แตกต่างกัน คือ เพลงไทยสากลสมัยนิยมจะมีความหลากหลายของแนวดนตรี ตลอดจนความเร็วของจังหวะและทำนองคล้ายเพลงสากลมากกว่าเพลงไทยสากล และเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้ฟังวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่

สแลง หมายถึง คำหรือกลุ่มคำที่ใช้กันเฉพาะกลุ่มในระยะเวลาหนึ่ง และมักเลิกใช้ไป เพราะหมดความนิยม ลักษณะภาษาจัดอยู่ในระดับต่ำกว่ามาตรฐาน และไม่เป็นที่ยอมรับในการใช้อย่างเป็นทางการ นอกจากนี้ยังมีความหมายผันแปรไปตามบริบทแวดล้อมเป็นสำคัญ แต่ส่วนใหญ่มักให้ความหมายเชิงอารมณ์ จึงช่วยให้การสื่อสารมีสีสัน และสามารถจูงใจผู้รับสารให้เกิดความสนใจได้มากขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “สแลงในเพลงไทยสากลสมัยนิยม” ผู้วิจัยจะศึกษาค้นคว้าสแลงในขอบเขตของการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด และเสนอผลการศึกษาค้นคว้าแบบพรรณนาวิเคราะห์ โดยมีขั้นตอนในการวิจัย ดังนี้

1. สืบค้นและรวบรวมหนังสือ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสแลงและเพลงไทยสากลสมัยนิยม
2. รวบรวมข้อมูลสแลงที่ปรากฏในเพลงไทยสากลสมัยนิยมของบริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) และบริษัทอาร์.เอส. โปรโมชัน จำกัด (มหาชน) ที่ผลิตและเผยแพร่ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2544 รวมจำนวนเพลงทั้งสิ้น 78 เพลง
3. นำข้อมูลสแลงที่รวบรวมได้มาศึกษาวิเคราะห์ดังนี้
 - 3.1 โครงสร้าง
 - 3.2 ที่มาและความหมาย
 - 3.3 สุนทรียภาพจากการสื่อสารด้วยสแลง
4. สรุป อภิปรายผลการวิจัย และให้ข้อเสนอแนะ