

| | |
|-----------------|---------------------------|
| ชื่อวิทยานิพนธ์ | สแลงในเพลงไทยสากลสมัยนิยม |
| ผู้เขียน | นางสาวปิยะวรรณ มากหอม |
| สาขาวิชา | ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร |
| ปีการศึกษา | 2547 |

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสแลงในเพลงไทยสากลสมัยนิยมในประเด็นของโครงสร้าง ที่มาและความหมาย และสุนทรียภาพจากการสื่อสารด้วยสแลง จากเพลงไทยสากลสมัยนิยมที่เผยแพร่ในปีพุทธศักราช 2544 ของบริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) และบริษัท อาร์.เอส. โปรโมชัน จำกัด (มหาชน) จำนวน 78 เพลง

การศึกษาและวิเคราะห์สแลงที่ปรากฏในเพลงไทยสากลสมัยนิยมพบว่า โครงสร้างของสแลงปรากฏในระดับคำ คือ คำมูล คำประสม และคำซ้ำ สแลงที่เป็นคำมูลจะแบ่งตามชนิดของคำได้ 3 ชนิด คือ คำนาม คำกริยา และคำขยาย สแลงที่เป็นคำกริยาจะมีจำนวนมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะเพลงไทยสากลสมัยนิยมถ่ายทอดเนื้อหาที่มุ่งสื่ออารมณ์ ความรู้สึกของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ ส่วนสแลงที่เป็นคำประสมมีเพียง 2 ชนิดตามชนิดของหมวดคำ คือ คำประสมที่เป็นคำนาม และคำประสมที่เป็นคำกริยา สำหรับสแลงที่เป็นคำซ้ำจะมีคำซ้ำทั้งคำ และคำซ้ำเฉพาะส่วนของคำ

ในส่วนที่มาของสแลงแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ คำสร้างใหม่ และคำที่มีอยู่เดิม คำที่มีอยู่เดิมแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ คำเดิมที่มีความหมายใหม่ คำเดิมที่เปลี่ยนเสียงหรืออักขรวิธีแต่มีความหมายเดิม คำเดิมที่เปลี่ยนเสียงหรืออักขรวิธีและมีความหมายใหม่ และคำเดิมที่เพิ่มเสียงตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ สแลงที่เป็นคำที่มีอยู่เดิมจะมีจำนวนมากที่สุด

ความหมายของสแลงมี 3 ประเภท คือ ความหมายเฉพาะ ความหมายเปลี่ยนไปเป็นความหมายอื่น ซึ่งจำแนกเป็นความหมายไม่เกี่ยวข้องกับความหมายเดิมและความหมายที่มีเค้าความหมายเดิม และสแลงประเภทความหมายคงเดิม

สำหรับสุนทรียภาพจากการสื่อสารด้วยสแลงปรากฏ 2 ลักษณะ คือ สุนทรียภาพด้านอารมณ์ ความรู้สึก ได้แก่ การหลงรัก ความผิดหวัง ความรู้สึกแข็งกระด้างหรือแข็งกร้าว ความกังวลและสงสัย ความเฉื่อยชาและอ่อนล้า การเหม่อลอย การพลาดพลั้ง และสุนทรียภาพด้านจินตนาการ ได้แก่ ความลึกลับ การพะเน้าพะนอ การตีจาก ความตื้นตื้น กระปรี้กระเปร่า

การโหวกเหวกหรือโวยวาย ความเร่งรีบ กิริยาอาการต่าง ๆ ของบุคคล การตามรังควาน
สุนทรียภาพด้านอารมณ์ ความรู้สึก และสุนทรียภาพด้านจินตนาการที่ได้จากการสื่อสารด้วยสแลง
ในเพลงจะกระทบความคิดและความรู้สึกของผู้ฟังให้คล้อยตามและซาบซึ้งได้ ทำให้เกิดอารมณ์
ในการฟังเพลงมากขึ้น

| | |
|----------------------|---------------------------------|
| Thesis Title | Slang in Thai Popular Songs |
| Author | Miss Piyawan Markhom |
| Major Program | Thai Language for Communication |
| Academic Year | 2004 |

Abstract

This research aims to study slang in Thai popular songs focusing on structures, sources and meanings, and aesthetics from 78 Thai popular songs of GMM. Grammy Public Company Limited and RS. Promotion Public Company Limited broadcasting in 2001.

The examination and analysis of slang appearing in Thai popular songs discovers that slang structures are found in basic words, compound words and repeated words. Basic word slang is divided into noun, verb and adjective. Verb slang is mostly found since lyrics of Thai popular songs tend to convey a person's emotions and feelings. As for compound word slang, there were only compound nouns and compound verbs existing, while repeated word slang consists of the repetition of both entire and partial words.

In term of slang sources, there are new-formed words and old-existing words. The later is classified into old-existing words with new meanings, old existing words with changes in sounds or orthography but old meanings, old existing words with changes in sounds or orthography and new meanings, and old existing words with more sounds following English grammar rules. The old existing word slang is the most numerous.

Regarding slang meanings, the three types of them are specific meanings, transformed meanings including ones which are different from old meanings and ones which maintain traces of old meanings, and old meaning slang.

Concerning aesthetics from slang communication, the two types occurring are acsthetics in emotions and feelings: fondness, disappointment, discourteousness, anxiety and curiosity, inactiveness and weariness, absent-minded condition and mistake and aesthetics in imagination: overflow, flattery, desertion, excitement, liveliness, tumult, haste, human manners and harassment.

The mentioned sorts of aesthetics depicted from slang communication in songs affect thoughts and feelings of listeners to follow and appreciate. This allows more poetic flavor in song listening.