

เพลงไวรัล เพลงฮิตติดหู:
การศึกษากลวิธีทางภาษาเชิงสร้างสรรค์ในเพลงไวรัลบนแอปพลิเคชัน TikTok
From Catchy to Viral: A Linguistic Study of Creative Language
Strategies in Viral Songs on TikTok¹

ทรงพร แสงทอง
Songporn Saengthong
ประภาภัทร ปากรณ์พรหม
Praphaphat Pakornprom
มณฑนา สุวรรณรัตน์
Manthana Suwannarat
พรหมมินทร์ ประไพพงษ์
Prommin Prapaipong
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University
songporn.i43@gmail.com

Received: 10 May 2025

Revised: 26 July 2025

Accepted: 4 September 2025

บทคัดย่อ

เพลงไวรัล (viral song) เป็นเพลงที่ได้รับความนิยมและเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างรวดเร็ว จนกลายเป็นเพลงยอดนิยม บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาเชิงสร้างสรรค์ที่ปรากฏในเพลงไวรัล โดยใช้แนวคิดความคิดสร้างสรรค์เชิงภาษา (linguistics creativity) และศึกษาข้อมูลจากเพลงไวรัลบนแอปพลิเคชัน TikTok จำนวน 177 เพลง ผลการศึกษาพบกลวิธีทางภาษาเชิงสร้างสรรค์ทั้งหมด 9 กลวิธี ได้แก่ การดัดแปลงเสียง การเล่นเสียง การซ้ำคำ การใช้ภาษาไทยสลับภาษาอังกฤษ การใช้คำสแลง การสร้างศัพท์ การใช้ความไม่เข้ากัน การใช้อุปมาอุปไมย และการนำเพลงเก่ามาดัดแปลงใหม่ กลวิธีข้างต้นทำให้เพลงไวรัลมีความสนุกสนานและแปลกใหม่ ส่งผลให้เพลงได้รับความนิยม

คำสำคัญ: เพลงไวรัล ความคิดสร้างสรรค์เชิงภาษา TikTok

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาสัมมนาการวิจัยทางภาษาไทยสำหรับครู หลักสูตรการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น สาขาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Abstract

Viral song refers to a rapidly popular track played through social media in one moment, eventually becomes the most popular song. This article aims to examine the creative linguistic strategies illustrated in viral songs, drawing on linguistics creativity concept. The data was collected from 177 viral songs on TikTok application. The study found 9 creative linguistic strategies used in the songs: sound modification, phonological play, word repetition, code-switching between Thai and English languages, slang usage, coinage, intentional incongruity, metaphorical language, and the adaptation of existed songs. These strategies create the novelty, playfulness, and memorability to the songs which are playing a crucial role in their widespread and success.

Keywords: viral song, linguistic creativity, TikTok

บทนำ

เพลงไวรัล หรือ viral song² เป็นปรากฏการณ์ของเพลงที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในช่วงระยะเวลาอันสั้น และสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่ศิลปินได้ ปัจจุบันเพลงที่เป็นไวรัลโดยส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นจากการสร้างกระแส และส่งต่อเพลงบนสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ (Melanie Naumann, 2024; เมทยา ปรียานนท์ และ เอกวิชญ์ เรืองจรรณู, 2568) ลักษณะดังกล่าวจึงแตกต่างจากอดีตที่เพลงยอดนิยมจะเผยแพร่ผ่านสื่อกระแสหลัก (Mass Media) เช่น โทรทัศน์ รายการวิทยุ

สื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการสร้างเพลงไวรัลคือ “แอปพลิเคชัน TikTok” เนื่องจากเป็นช่องทางบนโลกออนไลน์ (Platform) ที่ได้รับความนิยม ดังผลสำรวจการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ในประเทศไทยที่มีมากถึง 44.38 ล้านบัญชี (สปริงนิวส์, 2567) นอกจากนี้ TikTok ยังเป็นเครื่องมือสำคัญของอุตสาหกรรมเพลง เนื่องจาก Tiktok มีลักษณะของแพลตฟอร์มที่ส่งผลต่อความเป็นไวรัลของเพลง เพราะเป็นการแสดงคลิปวิดีโอหรือแผ่นเสียงสั้น ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มผู้ฟังซ้ำ ๆ ได้มากขึ้น จึงถือเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้เพลงใหม่ เพลงนอกกระแส และเพลงเก่าได้รับความนิยมได้ในระยะเวลาอันรวดเร็วจากการซึมซับเนื้อเพลงซ้ำ ๆ เป็นระยะเวลาหนึ่ง (อมรินทร์ทีวีออนไลน์, 2567) ทั้งนี้แอปพลิเคชัน TikTok มีการจัดอันดับและมอบรางวัลแก่ศิลปินที่ทำให้เพลงเป็นไวรัลในการประกาศรางวัล TikTok Awards Thailand สาขา Viral Song of the Year ด้วย

² งานวิจัยนี้ใช้คำว่า “เพลงไวรัล” แทนคำภาษาอังกฤษ “viral song” เนื่องจากเป็นคำที่คนทั่วไปรับรู้ และเข้าใจความหมาย เพลงไวรัล หมายถึง เพลงที่ได้รับความนิยมและแพร่หลายผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างรวดเร็ว จนกลายเป็นกระแสนิยมในวงกว้างทั้งในแง่ของการรับฟัง การเผยแพร่ และการมีส่วนร่วมของผู้ฟัง

เพลงไวรัลบนแอปพลิเคชัน TikTok นั้นแตกต่างจากแอปพลิเคชันอื่น ๆ เนื่องจากเพลงที่เผยแพร่บน TikTok เป็นคลิปวิดีโอหรือแผ่นเสียงสั้น ๆ อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งกับคลิปวิดีโอหรือแผ่นเสียงที่ได้รับความนิยม มากไปกว่านั้นคือ แอปพลิเคชัน TikTok จะใช้อัลกอริทึม (Algorithm) ในการแนะนำคลิปวิดีโอต่าง ๆ ตามความสนใจของผู้ใช้งานในหน้า For You อัลกอริทึมจึงมีส่วนช่วยให้มีการเปิดการมองเห็นคลิปวิดีโอในกระแสมากยิ่งขึ้น ลักษณะดังกล่าวล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เพลงบนแอปพลิเคชัน TikTok สร้างกระแสความนิยมได้มากกว่าช่องทางอื่น (Okanovic และ Agnès, 2023; Chen และคณะ, 2023; ณรงค์ วงศ์ไชย, 2567)

ความท้าทายประการสำคัญในการเผยแพร่เพลงบนแอปพลิเคชัน TikTok คือ ข้อจำกัดด้านเวลา เนื่องจากการเผยแพร่เพลงไม่สามารถนำเสนอเพลงได้ทั้งหมด จึงต้องคัดสรรท่อนเพลงเพียงบางส่วน ซึ่งอาจเป็นท่อนฮุค หรือท่อนอื่น ๆ ของเพลงก็ได้ ดังนั้นท่อนเพลงที่คัดสรรมานั้นผู้ใช้งานย่อมต้องประเมินแล้วว่าเป็นท่อนเพลงที่เพราะ ดิดู เป็นเอกลักษณ์ และอาจทำให้เด่นตามได้ ซึ่งสัมพันธ์กับลักษณะการใช้งานของแอปพลิเคชันที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งกับคลิปวิดีโอ ยิ่งผู้เผยแพร่เพลงต้องการสร้างชื่อเสียงให้แก่เพลงมากเพียงใด การคัดสรรเพลงย่อมต้องประเมินจากองค์ประกอบต่าง ๆ ร่วมกันเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น ทว่าองค์ประกอบหนึ่งที่เป็นส่วนสำคัญของเพลง คือ การใช้ภาษาในเพลง เนื่องจากภาษามีส่วนในการขับเคลื่อนความคิดและอารมณ์ของเพลงให้เด่นชัด ช่วยให้เพลงจดจำได้ง่าย รวมทั้งยังสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านดนตรี โดยเฉพาะจังหวะ และทำนองของเพลง ด้วยเหตุนี้จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่าเพลงไวรัลบนแอปพลิเคชัน TikTok แต่ละเพลงมีการเลือกใช้ภาษาอย่างไร

อย่างไรก็ดี ปัจจุบันมีงานวิจัยหลายเรื่องที่ศึกษาการใช้ภาษาในเพลง ทั้งเพลงไทยสากล (สุขุมล จันทวี, 2536; ศิวีโล ชูวิจิตร, 2549) เพลงลูกทุ่ง (พีรพงษ์ เคนทรภักดี, 2564; กุลธิดา ทองเนตร และ อรทัย สุขจีระ, 2565) เพลงเพื่อชีวิต (ปุ่น ชมภูพระ, ปิพิญา พรหมกันธา, พัทธนันท์ พาป้อ, 2564; สาวิตรี พฤกษาชีวะ, 2550) เพลงประจำสถาบัน (กรณชรัตน์ หัสจามรงค์, 2561; กรณชรัตน์ หัสจามรงค์ และ สุวัฒนา เลี่ยมประวัติ, 2562) งานวิจัยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ท่วงทำนองภาษาในเพลง และใช้กรอบแนวคิดด้านเสียง คำ ประโยค สำนวน ภาพพจน์ และวจนลีลา การวิจัยเกี่ยวกับท่วงทำนองภาษาในเพลงจึงยังมีขอบเขตค่อนข้างจำกัด และมีผลการศึกษาในแนวทางเดียวกันคือ การมุ่งอธิบายว่าในแต่ละเพลงมีการใช้ภาษาอย่างไร อาทิ การใช้คำซ้อน การใช้คำซ้ำ การสัมผัสอักษร ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นว่าเพลงแต่ละประเภทเลือกใช้ท่วงทำนองภาษาหลากหลายกลวิธีร่วมกัน และเพลงแต่ละประเภทมีลักษณะเด่นที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ด้ผลการศึกษาดังกล่าวยังไม่ได้อธิบายถึงบทบาทหน้าที่ของภาษา และยังไม่สะท้อนความสร้างสรรค์ทางภาษาที่สะท้อนผ่านบทเพลงนั้น ๆ เท่าไรนัก

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เพลงที่จะเป็นไวรัลจะมีลักษณะเด่นในด้านความคิดสร้างสรรค์ที่สื่อผ่านภาษา โดยผู้เขียนเพลงได้คิดค้น และถ่ายทอดผ่านเพลง เพื่อต้องการสื่อสารความหมาย และความคิดใหม่ ๆ ในบทเพลงให้สอดคล้องกับบริบทสังคม และความต้องการของผู้ฟัง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

มาวิ่งในใจ มีปัญหามากปะ

Stop playing with my heart เธอจะเล่นใช่ปะ

I see you every night คิดว่ารอดไหมละ

ตัวอย่างที่ 2

สวัสดีค่าบ เรียกหนูว่าไอจ๊าบ ตรงนี้มีแต่คนเท่ ๆ มีแต่คนเพี้ยว ๆ มีแต่คนจ๊าบ ๆ

แล้วพี่จะเอาอย่างไรดีค่าบ ถ้าหนูอยากจะเลี้ยงยีราฟ

เคยเลี้ยงแมวแล้วมันไม่เท่ มันไม่ใช่หนูมันไม่ใช่จ๊าบ

จากตัวอย่างข้างต้นมีการใช้กลวิธีทางที่น่าสนใจ ตัวอย่างที่ 1 ใช้การใช้ภาษาไทยสลับภาษาอังกฤษ เพื่อเน้นย้ำเนื้อความที่กล่าวก่อนหน้านี้คือ “Stop playing with my heart” และการเล่าเรื่องของเพลงคือ “I see you every night” อีกทั้งยังใช้อุปลักษณ์ [หัวใจคือสนามเด็กเล่น] โดยมีเธอเข้ามายังพื้นที่แห่งนี้ เพื่อให้อีกฝ่ายรู้สึกดีและอยากจะสานความสัมพันธ์ด้วย ส่วนตัวอย่างที่ 2 เลือกใช้คำผิดอย่างจงใจ คือ คำว่า “ค่าบ” และใช้คำสแลงทั้ง “เพี้ยว” และ “จ๊าบ” เพื่อทำให้เพลงมีความร่วมสมัยและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารที่เป็นวัยรุ่น กลวิธีทางภาษาดังกล่าวต่างมีส่วนทำให้เพลงมีความน่าสนใจและได้รับความนิยมจากผู้ฟัง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่ากรอบแนวคิดเรื่อง ความคิดสร้างสรรค์เชิงภาษา (Linguistics creativity) น่าจะเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาในเพลงไวรัล เนื่องจากเป็นแนวคิดที่ศึกษาภาษาในด้านการสร้างความหมาย และการสื่อสารที่มีเอกลักษณ์และแปลกใหม่ เพื่อสะท้อนถึงลักษณะการใช้ภาษาที่ต่างจากรูปแบบเดิม

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาข้อมูลเพลงไวรัลบนแอปพลิเคชัน TikTok ว่ามีการใช้กลวิธีทางภาษาเชิงสร้างสรรค์อย่างไร โดยใช้แนวคิดความคิดสร้างสรรค์เชิงภาษามาเป็นกรอบการวิเคราะห์ ผลการวิจัยนี้อาจทำให้ได้ข้อค้นพบที่เกี่ยวกับมุมมองด้านการเลือกใช้ภาษาในเพลงที่ต่างจากเดิม รวมทั้งอาจเป็นแนวทางการแต่งเพลงให้มีความคิดสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาเชิงสร้างสรรค์ที่ปรากฏในเพลงไวรัลบนแอปพลิเคชัน TikTok

การทบทวนวรรณกรรม

ความคิดสร้างสรรค์เชิงภาษา (Linguistics creativity)

ความคิดสร้างสรรค์เชิงภาษา หรือ Linguistics creativity เป็นแนวคิดที่นักภาษาศาสตร์สนใจศึกษา และมีการเสนอแนวคิดอย่างหลากหลาย ประเด็นสำคัญที่มีข้อโต้แย้งกันคือ นิยามของคำว่า “ความคิดสร้างสรรค์” แนวคิด Chomsky เป็นแนวคิดที่มีการกล่าวถึงอย่างแพร่หลาย โดยอธิบายความคิดสร้างสรรค์ไว้ว่า “ภายใต้แนวคิดภาษาศาสตร์แบบดั้งเดิมมีความเข้าใจว่า ลักษณะประการหนึ่งที่ทุกภาษามีร่วมกันคือ ความคิดสร้างสรรค์ เพราะคุณสมบัติของภาษาคือการเป็นเครื่องมือที่ใช้ถ่ายทอดความคิดได้อย่างไม่จำกัด และใช้ตอบสนองต่อสถานการณ์ใหม่ ๆ ได้อย่างเหมาะสมในหลายบริบท” (Chomsky, 1965, p. 6) อีกทั้ง “ภาษาเป็นกระบวนการการสร้างสรรค์อย่างเสรี แม้จะมีกฎเกณฑ์หรือหลักการของภาษาที่กำหนดไว้แล้ว แต่มนุษย์สามารถนำหลักการเหล่านั้นมาสร้างสรรค์ภาษาได้อย่างอิสระ และหลากหลายอย่างไร้ขอบเขต รวมทั้งการตีความและการใช้ถ้อยคำ ซึ่งจะสะท้อนถึงกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่จำกัดเช่นกัน” (Chomsky, 2003, p. 402) อย่างไรก็ตาม แนวคิดของ Chomsky ถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นแนวคิดความคิดสร้างสรรค์ที่จำกัดเพราะเป็นการสร้างสรรค์ที่อยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และยังไม่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ทางภาษาที่ต่างจากกฎเกณฑ์หรือสร้างความหมายใหม่ ๆ ได้อย่างครอบคลุม

Sampson จึงได้เสนอแนวคิดการจำแนกความคิดสร้างสรรค์เป็น 2 ประเภท (Sampson, 2016) ได้แก่

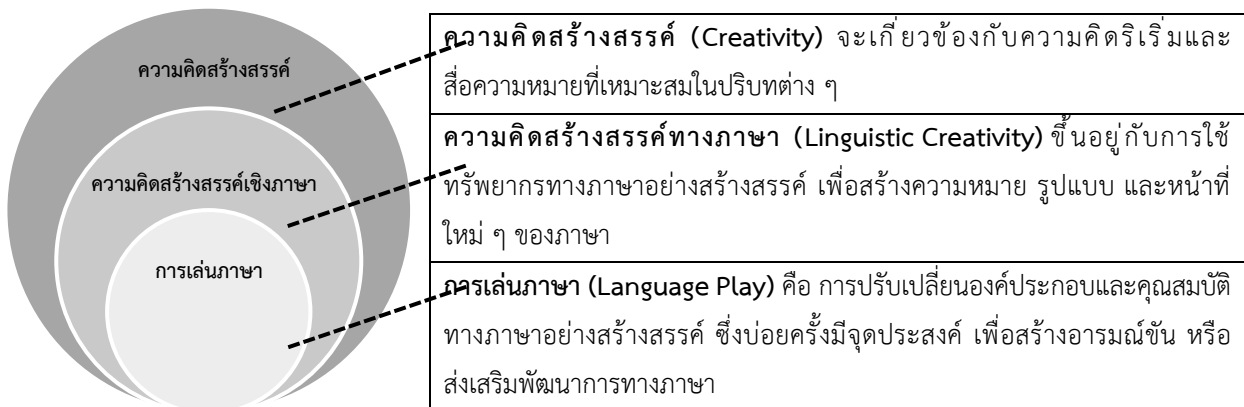
1) ความคิดสร้างสรรค์แบบตายตัว (Fixed creativity หรือ F-creativity) คือ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ภายใต้ขอบเขตของกฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เช่น การสร้างประโยคใหม่ตามกฎไวยากรณ์ การสร้างคำใหม่โดยใช้รูปแบบการสร้างที่มีอยู่ อีกทั้งความคิดสร้างสรรค์แบบตายตัวยังใกล้เคียงกับแนวคิดเรื่องผลิตภาวะ (Productivity) ในทางวิทยาหน่วยคำ (Morphology) ด้วย (Bauer, 2001 อ้างถึงใน Bergs, 2019, p. 175)

2) การขยายความคิดสร้างสรรค์ (Enlarging/Extending creativity หรือ E-creativity) คือ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่อยู่ภายใต้กฎเกณฑ์และขยายขอบเขตของระบบที่มีอยู่ อาจกล่าวได้ว่า เป็นสิ่งที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน เช่น การสร้างคำใหม่โดยไม่ใช้รูปแบบเดิม

Sampson มองว่าความคิดสร้างสรรค์ของ Chomsky เป็นเพียงความคิดสร้างสรรค์แบบตายตัวเท่านั้น และแนวคิดของ Sampson ก็มีแนวโน้มที่นักวิชาการนำไปใช้อ้างอิงมากกว่า เนื่องจากเป็นแนวคิดที่มีความยืดหยุ่น และครอบคลุมปรากฏการณ์ทางภาษาได้มากกว่า

การวิเคราะห์ความคิดสร้างสรรค์ที่สื่อผ่านภาษานั้น McDonough (1993) และ Bergs (2019) ได้จำแนกประเภทของความคิดสร้างสรรค์เชิงภาษาไว้สอดคล้องกัน ยกตัวอย่างเช่น 1) การสร้างคำใหม่ เช่น การสร้างคำศัพท์ใหม่ 2) ภาษาเชิงเปรียบเทียบ เช่น อุปลักษณ์ อุปมา ถ้อยคำนัยแฝง 3) การเล่นคำ เช่น คำพ้องเสียง คำพ้องความหมาย มุกตลก การใช้คำพูดตลกในรูปแบบอื่น ๆ 4) ภาษาร้อยกรอง 5) การใช้ภาษาสแลง และภาษาเฉพาะกลุ่ม 6) การเปลี่ยนแปลงทางภาษาที่เกิดขึ้นใหม่

เมื่อพิจารณาประเภทของความคิดสร้างสรรค์ทางภาษาข้างต้น อาจตั้งข้อสังเกตได้ว่ากลวิธีทางภาษาบางประเภทอาจมีลักษณะเช่นเดียวกันกับการเล่นทางภาษา (language play) ทั้งนี้เพราะความคิดสร้างสรรค์ทางภาษามีส่วนที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และ การเล่นทางภาษา (language play) ดังจะเห็นได้จากแผนภาพความสัมพันธ์ดังต่อไปนี้



(ปรับจาก Heidari-Shahreza, 2024: 20)

จากแผนภาพข้างต้น อาจกล่าวได้ว่าการเล่นภาษาเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดความคิดสร้างสรรค์ทางภาษา

“กลวิธีทางภาษาเชิงสร้างสรรค์” เป็นประเด็นการศึกษาหนึ่งที่นักวิชาการสนใจนำไปศึกษาในบริบทต่าง ๆ เพื่อค้นหาคำตอบว่าในแต่ละบริบทจะมีการใช้กลวิธีทางภาษาเชิงสร้างสรรค์อย่างไรบ้าง มีตัวอย่างงานวิจัยที่ใช้แนวคิดนี้ อาทิ บริบทการสื่อสารของกลุ่มคนเจนเอเรชั่น Z พบว่า การสื่อสารแอปพลิเคชัน Tiktok มีการใช้ ตัวอย่างแทนคำเต็มในการพูด การผสมผสานคำและภาพในการสื่อสาร การใช้คำใหม่ การใช้คำเฉพาะกลุ่ม การใช้โครงสร้างภาษาที่กระชับ และการเกิดความหมายใหม่ของคำและวลี (Ugoala, 2024) บริบทสื่อมวลชนพบว่า ในหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษมีสร้างคำศัพท์ใหม่ และมีการสร้างคำอย่างสร้างสรรค์ (Yeskendir, Zhumanbekova, & Nurzhanova, 2024) ส่วนบริบททวิสมัยใหม่ จะมีการใช้กลวิธีทางภาษารูปแบบใหม่ เช่น คำนามที่เกิดจากคำสรรพนาม คำกริยาคำสั่งที่มีรูปแบบการใช้กรรมแตกต่างจากปกติ คำกริยาสะท้อน (Reflexive verbs) คำคุณศัพท์สั้นที่เกิดจากคำคุณศัพท์เต็ม และรูปแบบของคำคุณศัพท์เปรียบเทียบ (Comparative adjectives) (Fateeva, 2018) นอกจากนี้มีงานวิจัยที่ศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างผู้พูดภาษาที่ 1 และ 2 พบว่า ผู้พูดภาษารัสเซียที่เติบโตในสภาพแวดล้อมที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก จะมีการสร้างวลีและโครงสร้างใหม่มากกว่ากลุ่มผู้เรียนภาษารัสเซียเป็นภาษาที่ 2 (Rakhilina, Vyrenkova, & Polinsky, 2016)

จากที่กล่าวมาข้างต้นทั้งส่วนที่เป็นแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นว่า “ภาษา” และ “ความคิดสร้างสรรค์” เป็นคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องซึ่งกันและกันในการถ่ายทอดความคิดต่าง ๆ อีกทั้งยังมีความเป็นพลวัตตามยุคสมัยและบริบทสถานการณ์ต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดความคิดสร้างสรรค์เชิงภาษาของ Sampson (2016) มาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ซึ่งจะให้เห็นความคิดสร้างสรรค์เชิงภาษารูปแบบใหม่ ๆ ที่ปรากฏในเพลงไวรัลบนแอปพลิเคชัน TikTok ตลอดจนอาจช่วยขยายมุมมองต่อการวิเคราะห์ภาษาในเพลงต่าง ๆ ให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ทบทวนแนวคิดเรื่องความคิดสร้างสรรค์เชิงภาษา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ 2 วิธีดังนี้

1) เก็บรวบรวมข้อมูลเพลงที่เข้าชิงรางวัล TikTok awards สาขา TikTok viral song ตั้งแต่ปี 2022-2024 จำนวน 77 เพลง เนื่องจากปี 2022-2024 เป็นปีแรกและปีล่าสุดที่มีการจัดมอบรางวัลขึ้น

2) เก็บรวบรวมข้อมูลจากจัดอันดับเพลงยอดนิยมบนแอปพลิเคชัน TikTok ของเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์ จำนวน 100 เพลง

ในกรณีที่มีเพลงซ้ำกันจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยทั้ง 2 วิธีนี้ ผู้วิจัยจะคัดเลือกข้อมูลเพลงเหล่านั้นเพียงครั้งเดียว เนื่องจากเพลงเหล่านั้นเป็นเพลงเดียวกัน จึงถือว่าข้อมูลเหมือนกัน

3. คัดเลือกข้อมูล ผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะท่อนเพลงที่เป็นไวรัล ไม่ใช่เนื้อเพลงทั้งหมด โดยการพิจารณาจากแผ่นเสียงที่มียอดผู้ชมมากที่สุด เนื่องจากการนำเสนอเพลงบนแอปพลิเคชัน TikTok มีข้อจำกัดด้านเวลา และบางเพลงส่วนที่เป็นไวรัลไม่ใช่ท่อนฮุคของเพลง

4. วิเคราะห์กลวิธีทางภาษาเชิงสร้างสรรค์ที่ปรากฏในเพลงไวรัลบนแอปพลิเคชัน TikTok ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดความคิดสร้างสรรค์เชิงภาษาแบบการขยายความคิดสร้างสรรค์ (Enlarging/Extending creativity หรือ E-creativity) มาคัดเลือกข้อมูล โดยใช้เกณฑ์ 2 ประการ ได้แก่ ภาษาที่เป็นรูปแบบใหม่ และภาษาที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ต่างจากเดิม จากนั้นวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาโดยใช้แนวคิดทางภาษาศาสตร์ต่าง ๆ เช่น การสร้างคำ อุปลักษณ์ การเล่นภาษา

5. เรียบเรียง สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

วิเคราะห์ผลการวิจัย

จากวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาเชิงสร้างสรรค์ในเพลงไวรัลบนแอปพลิเคชัน TikTok พบว่า เพลงที่ไวรัลมีการเลือกใช้กลวิธีทางภาษาที่ต่างจากไปจนบทการแต่งเพลงหลายกลวิธี และแต่ละกลวิธีมีหน้าที่ในการสื่อสารแตกต่างกัน สามารถจำแนกกลวิธีที่พบได้ 9 กลวิธี ดังนี้

1) การดัดแปลงเสียง เป็นกลวิธีการปรับเปลี่ยนวิธีการออกเสียงให้ต่างจากเดิม แต่ยังสามารถเชื่อมโยงกับคำและความหมายเดิมได้ ทั้งนี้การดัดแปลงเสียงในเพลงไวรัลพบการใช้หลายลักษณะ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

หากว่านานกว่านี้ไม่ไหว ก็ใจของฉันทัน Calling You ooh ooh
อยากเป็นแฟนแต่ได้แค่เพื่อนคุย เฮ้ย! มันจะเกินปุยมุ้ย
(เกินปุยมุ้ย (aww): เอ้ย จิรัช)

ตัวอย่างที่ 2

แต่ฉันขอสาปเธอ
ให้เธอคงไม่ดี
ขอบใครก็ให้โดนทุกที
เล่นมือถือก็ขอให้เน็ตไม่ดี
เพราะฉันจะฉาปเธอ ฉาปเธอ โวีะโอว
(ฉันจะฉาปเธอ (CURSE): bamm)

ตัวอย่างที่ 3

คำที่เคยบอกเธอ
ผมก็ทำไม่ได้
ไม่ใช่แค่หล่อเกิน
เธอบอกผมเสียไป
ผมก็แถมอง ต่อให้เค้าสวย
(Lean On Your Shoulder: KRK Ft.N/A ,Sakarin)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่า การดัดแปลงเสียงในเพลงไวรัลใช้ในวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน ดังตัวอย่างที่ 1 มีการดัดแปลงเสียงเสียงสระและวรรณยุกต์ จากคำว่า “ไปไหม” (pai -mǎj) เป็น “ปุยมุ้ย” (puy-múy) เพื่อสื่อถึงความไม่จริงจัง และสนุกสนาน ซึ่งสอดคล้องกับอารมณ์และเนื้อหาของเพลง เพราะแม้จะไม่สมหวังกับความรัก แต่ยังคงสนุกสนานได้ ส่วนตัวอย่างที่ 2 ดัดแปลงเสียงพยางค์จากคำว่า “สาป” (sàap) เป็น “ฉาป” (chàap) จะเห็นได้ว่าเพลงนี้ใช้คำว่า “สาป” ในเนื้อเพลงท่อนแรก และใช้คำว่า “ฉาป” ในเนื้อเพลงท่อนสุดท้าย ซึ่งสื่อความหมายของถ้อยคำต่างกัน การใช้คำว่า “ฉาป” ที่เป็นการเลียนแบบการออกเสียงไม่ชัดของเด็ก จึงช่วยลดระดับความรุนแรงของถ้อยคำเดิม และสื่อว่าไม่ได้มีเจตนาทำให้อีกฝ่ายเกิดอันตรายซึ่งสอดคล้องกับการสาปก่อนหน้า ที่ไม่ใช่เรื่องร้ายแรง ขณะที่ตัวอย่างที่ 3 หากพิจารณาบริบทของเพลงคำว่า “เสีย” ซึ่งหมายถึงพี่ชาย ไม่สอดคล้องกับเนื้อหาของเพลง ผู้แต่งน่าจะจงใจใช้คำนี้เนื่องจากเป็นคำที่ออกเสียง

คล้ายกับคำว่า “เหี้ย” ซึ่งเป็นการบริภาษเกี่ยวกับลักษณะของผู้ชายที่ไม่พึงประสงค์ จึงดัดแปลงเสียงวรรณยุกต์จากคำว่า “เหี้ย” (hia) เป็น “เฮี้ย” (hia) เพื่อเลี่ยงการใช้คำหยาบ แต่ผู้ฟังก็ยังเข้าใจความหมายที่เพลงต้องการสื่อได้

2) การเล่นเสียง เป็นกลวิธีการเลือกสรรถ้อยคำที่มีเสียงสัมผัสทั้งเสียงพยัญชนะ หรือเสียงสระ เพื่อให้เกิดความสนุกสนานของเพลง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 4

หนูอะจ๊าบตัวจริงโตมาจากท้องแม่
หนูจะไม่จั้งจั้ง จ้องเง้ง จองเง้ง³
ถ่ายรูปฟุ้งฟุ้ง กุ้งกิ้ง กองแกง
น่ารักตุ๊กตัก ปุกปึก ปองแป้ง
กินจ๊ิบกินจิบ จุกจิก จองเง้ง

(จ๊าบของแท้: Baimint)

ตัวอย่างที่ 5

ซัดเพียวไปแล้ว มันก็เริ่มตะแล่น แต้น ๆ
มันบอกคีนื้ออยากได้แฟน แล้วนี่ต้องทำยังไง (นี่ละ ๆ ๆ)
ขวดสามก็มา ขวดสี่ก็มา กูไม่ไหว
เฮ้ย นี่มันเป็นไปได้ไง อีเมมันเดินยั่วแล้ว (ยั่วแล้ว ยั่วแล้ว ยั่วเลย)

(เมร่อน: JUEPAK Ft. จ๊ะ นงผณี x GUNNER)

เมื่อพิจารณาจากตัวอย่างที่ 4 และ 5 จะเห็นว่าการเล่นเสียงในเพลงไวรัลน่าจะมุ่งเน้นความสนุกสนานของการออกเสียงที่คล้ายกัน และสร้างจังหวะของเพลงมากกว่าการสื่อความหมาย และความไพเราะ ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างที่ 4 มีการเล่นเสียงให้สอดคล้องกับคำขยายเพื่อบอกลักษณะทั้ง “จั้งจั้ง” “ฟุ้งฟุ้ง” “ตุ๊กตัก” “จ๊ิบ” และ “จิบ” โดยคำที่นำมาแต่งเพลงพบว่าเสียงของคำบางคำไม่มีความหมาย โดยพบการเล่นเสียงพยัญชนะหลายชุด ได้แก่ “จั้ง-จั้ง-จ้อง-เง้ง-จอง-เง้ง” “ฟุ้ง-ฟุ้ง” “กุ้ง-กิ้งก่อง-แกง” “ตุ๊ก-ตัก” “ปุก-ปึก-ปอง-แป้ง” และ “จ๊ิบ-จิบ-จุก-จิก-จอง-เง้ง” ส่วนการเล่นเสียงสระมีการใช้จังหวะของเสียงสระ 2 เสียงที่เหมือนกัน ได้แก่ คำว่า “ฟุ้งฟุ้ง-กุ้งกิ้ง” และ “ตุ๊กตัก-ปุกปึก” ในตัวอย่างที่ 5 มีการเล่นเสียงสระคือ “แล่น-แต้น-แต้น” ซึ่งเป็นคำที่ไม่มีความหมายทั้งหมด แต่ก็สามารถสื่อถึงกริยาอาการของตัวละครในเพลงได้ ทั้งยังช่วยสร้างจังหวะและอารมณ์ของเพลงให้มีความสนุกสนานมากยิ่งขึ้นด้วย

³ ผู้วิจัยเขียนคำศัพท์ตามการเขียนเนื้อเพลงต้นฉบับ ไม่ได้แก้ไขคำศัพท์ที่มีการสะกดผิด

3) การซ้ำคำ เป็นกลวิธีการนำคำมาซ้ำกันซึ่งปรากฏได้ทั้งการซ้ำแบบคำคำเดียว และการซ้ำคำหลายคำ เป็นรูปแบบ (pattern) การซ้ำคำในเพลงจะปรากฏในตำแหน่งเดิม หรือเปลี่ยนตำแหน่งก็ได้ มีตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 6

มองบน เงยหน้าสู้แสง แสง
เดินหน้าตึงเป็นแก๊งค์แก๊งค์
มีตัวเปิดตัวแทงค์แทงค์
เต็มกระเป๋ายาเลยแบงค์แบงค์
ปล่อยคินนี้แบบแบ๊ดแบ๊ด
เต็มเต็มล่ออย่างแรง ๆ

(โคตรชิง: แจ๊ส สปุ๊กนิค ปาปิยอง กู้กกัก)

ตัวอย่างที่ 7

เมล่อน อีเมล่อน เมร่อนเลย (เฮ้ย ๆ ๆ)
เมล่อน อีเมล่อน เมร่อนเลย (สู้เขา ๆ ๆ)
เมล่อน อีเมล่อน เมร่อนเลย (เฮะ ๆ ๆ ๆ)
เมล่อน อีเมล่อน เมร่อนเลย (มันต้องอย่างนี้สิเว้ย)

(เมร่อน: JUEPAK Ft. จี๊ะ นงผณี x GUNNER)

ตัวอย่างที่ 8

พวกกูมาก่อนสามคนเหมือนกับ โหน่ง เท่ง หม่ำ อะ
Drip ดิวะ เหมือนกับ หม่ำ เท่ง โหน่ง (ไม่ใช่ไม่ใช่)
โหน่ง เท่ง หม่ำ พวกกู drip ดิวะ เอ้า หม่ำ เท่ง โหน่ง (จัดไปน้องชาย)
โหน่ง เท่ง หม่ำ อะ drip ดิวะ เหมือนกับ หม่ำ เท่ง โหน่ง (ไม่ใช่ไม่ใช่)
โหน่ง เท่ง หม่ำ พวกกู drip ดิวะ เอ้า หม่ำ เท่ง โหน่ง (พี่บักมาแล้ว)

(หม่ำ-เท่ง-โหน่ง: GUNNER Ft. BIGSLP)

จากตัวอย่างที่ 6 มีการซ้ำคำคำเดียวในส่วนท้ายของแต่ละท่อน ทั้ง “แสง” “แก๊งค์” “แบงค์” “แบ๊ด” และ “แรง” ในตัวอย่างที่ 7 มีการซ้ำคำแบบชุดคำ 3 คำ คือ “เมล่อน อีเมล่อน เมร่อนเลย” โดยจะซ้ำจำนวน 4 รอบ และเนื้อเพลงในท่อนดังกล่าวไม่พบคำร้องอื่น ๆ เพิ่มเติม มีเพียงคอรัสที่จะมาร้องช่วงท้ายหลังการซ้ำคำ ส่วนตัวอย่างที่ 8 จะซ้ำคำแบบชุดคำ 3 คำ จำนวน 2 ชุด ได้แก่ “โหน่ง เท่ง หม่ำ” และ “หม่ำ เท่ง

โหน่ง” สลับกันไปมากับการซ้ำคำแบบชุดคำอีก 2 ชุด ได้แก่ “พวกกู drip ดิวะ เอ้า” และ “อะ drip ดิวะ เหมือนกับ” ในเนื้อเพลงที่ยกตัวอย่างมีเพียงเนื้อเพลงส่วนต้นเท่านั้นที่ไม่มีการซ้ำคำ

จากทั้ง 3 ตัวอย่างข้างต้นทำให้ลักษณะที่ต่างจากการซ้ำคำที่ปรากฏในเพลงอื่น ๆ เพราะการซ้ำคำในเพลงไวรัลมิได้มุ่งเน้นการทำให้ความหมายของคำเด่นชัดขึ้น แต่มีหน้าที่ในการทำให้คำที่ซ้ำกลายเป็นคำติดหู จำง่าย จำได้เร็ว อีกทั้งการซ้ำคำยังช่วยเน้นจังหวะของเพลงให้ชัดขึ้น นอกจากนี้อาจตั้งข้อสังเกตได้ว่าเพลงไวรัลอาจมิได้ให้ความสำคัญกับเนื้อหาและความหมายของเพลง ซึ่งเห็นได้ชัดจากตัวอย่างที่ 7 และ 8 ที่เกือบจะไม่มีเนื้อเพลง

4) การใช้ภาษาไทยสลับภาษาอังกฤษ เป็นกลวิธีการใช้คำ วลี หรือประโยคภาษาไทยสลับกับภาษาอังกฤษในการถ่ายทอดเนื้อหาของเพลง มีหน้าที่ในการสื่อความหมายต่าง ๆ ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 9

เธอชอบฉันตรงไหนให้เอาปากกามาวง
ส่วนฉันชอบเธอแบบนี้แบบที่เธอเป็นทุกตรง
ชอบที่เธอใจดี น่ารัก และชอบเอาใจทุกเรื่องตลอด
และถ้าให้ฉันเลือกได้ขอเดี๋ยวฉันคงเลือกไม่ลง
ขอวงเธอทั้งตัวแล้วกัน

I like everything about you

(เอาปากกามาวง: Bell Warisara)

ตัวอย่างที่ 10

อย่ามาเล่นกับไฟร้อน ร้อนจะไม่ดี
ฉันกลัวจะไม่ปลอดภัย, just stay away from me
เธอเข้ามาเล่น เล่นกับใจ แบบนี้ก็ไม่เอา
Cause I'm a fire boy, fire boy, yeah

(Fire Boy: PP Krit)

ตัวอย่างที่ 11

ไพล่อยคอยรัก ทำไมไม่ทักแล้วที่รักคอยไร
อยาก yes ก็มาจรัญดิ
Baby pull up ฝั่งธนดิ
อยาก yes ก็มาจรัญดิ
Your mama อยาก yes อะดิ

(จรัญ: GUNNER X BIGSLP)

จากตัวอย่างข้างต้นมีการใช้ภาษาไทยสลับกับภาษาอังกฤษในหน้าที่แตกต่างกัน ตัวอย่างที่ 9 จะใช้ประโยคภาษาอังกฤษว่า “I like everything about you” ปิดท้ายท่อนเพลง เพื่อสรุปและเน้นย้ำประเด็นสำคัญหลังจากท่อนที่เป็นเนื้อหาภาษาไทย ซึ่งมีเนื้อหากล่าวถึงการชอบทุกอย่างที่ฝ่ายตรงข้ามกระทำ ประโยคดังกล่าวเพียงประโยคเดียวสามารถครอบคลุมถึงเนื้อหาเพลงภาษาไทยทั้งหมด ขณะที่ตัวอย่างที่ 10 ใช้ประโยคภาษาอังกฤษว่า “Cause I'm a fire boy, fire boy, yeah” ซึ่งมีคำว่า “fire boy” ที่มีความหมายโดยนัยเกี่ยวกับเรื่องเพศ หากเนื้อเพลงท่อนนี้ใช้ภาษาไทยก็就会有ความล่อแหลม การใช้ประโยคภาษาอังกฤษมาสลับดังกล่าวอาจมีส่วนช่วยหลีกเลี่ยงการกล่าวถึงเรื่องต้องห้ามของสังคมไทยโดยตรงไปได้ นอกจากนี้คำว่า “fire boy” ยังสัมพันธ์กับเนื้อเพลงในท่อน “อย่ามาเล่นกับไฟร้อน ร้อนจะไม่ดี” ทั้งการใช้คำว่า “fire” เล่นเสียงกับคำว่า “ไฟ” ซึ่งมีลักษณะการออกเสียงคล้ายกัน รวมทั้งการเน้นย้ำความหมายของสำนวน “เล่นกับไฟ” ซึ่งหมายถึงลงมือเข้าไปเสี่ยงกับสิ่งที่รู้ว่าเป็นอันตราย เพื่อให้ความหมายดังกล่าวเด่นชัดมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ดีตัวอย่างที่ 11 มีการใช้ภาษาอังกฤษที่ต่างออกไป ดังจะเห็นจากการใช้คำว่า “yes” แปลว่า “ใช่” แต่ก็มีเสียงคล้ายกับคำภาษาไทยที่เกี่ยวกับกิจกรรมทางเพศด้วย การใช้คำว่า “yes” ในเพลงนี้อาจเป็นความตั้งใจให้เกิดความกำกวมและชวนให้คิดแบบสองแง่สองง่าม ส่วนการใช้คำว่า “Baby pull up” เพื่อสื่ออารมณ์ของเพลงให้มีสีสันมากขึ้น เนื่องจากใช้คำในภาษาไทยจะตรงกับคำว่า “มาเจอกันหน่อย” ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับบรรยากาศของเพลง และอาจตั้งข้อสังเกตได้ว่าเพลงแร็ปหรือฮิปฮอปมักจะใช้คำภาษาอังกฤษแทรกในเนื้อเพลง อีกคำหนึ่ง คือ “Your mama” ซึ่งหากแปลเป็นภาษาไทยอาจจะกลายเป็นคำหยาบ หรือคำบริภาษได้ ดังนั้นการใช้คำภาษาอังกฤษก็จะช่วยลดความรุนแรงของถ้อยคำ หรือทำให้รื่นหูมากกว่าการใช้คำภาษาไทย

5) การใช้คำสแลง เป็นกลวิธีการใช้ถ้อยคำ วลี หรือสำนวนที่ใช้และเข้าใจเฉพาะกลุ่ม ซึ่งมีความหมายต่างจากความหมายโดยทั่วไป โดยปกติคำสแลงจะนิยมใช้ในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น การใช้คำสแลงในเพลงไวรัลจะช่วยให้เนื้อเพลงมีความทันสมัยและทันเหตุการณ์ที่เป็นกระแสอยู่ในขณะนั้น มีตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 12

เธอชอบฉันตรงไหนให้เธอปากกามาวง

ส่วนฉันชอบเธอแบบนี้แบบที่เธอเป็นทุกตรง

ชอบที่เธอใจดี น่ากอด และชอบเอาใจทุกเรื่องตลอด

และถ้าให้ฉันเลือกได้ขอแค่ฉันคงเลือกไม่ลง

ขอวงเธอทั้งตัวแล้วกัน

(เอาปากกามาวง: Bell Warisara)

ตัวอย่างที่ 13

เงินในบัญชีไม่พอ (ใช้)

พอโอนให้ฟ้าหน่อย (ได้ไหม)

และอยากได้รักคนใหม่
นะคะ นะคะ นะฟ้ารักพอ”

(ฟ้ารักพอ: Badmixon)

การใช้ภาษาสแลงทั้ง 2 ตัวอย่างข้างต้นนิยมใช้กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+) จากนั้นได้เผยแพร่ไปยังวัยรุ่นกลุ่มต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น ในตัวอย่างที่ 12 วลี “เอาปากกามาวาง” หมายถึง การระบุข้อมูลหรือเจตนาต่าง ๆ ให้แน่ชัด โดยปกติจะใช้เพื่อท้าทายอีกฝ่ายให้พิสูจน์ข้อมูลบางประการ เช่น “ไม่สวยตรงไหนเอาปากกามาวาง” “โป๊ะตรงไหนเอาปากกามาวาง” ในบริบทเพลงนี้ใช้สื่อความหมายว่าอีกฝ่ายขึ้นชอบตนเพราะเรื่องใดต้องระบุให้แน่ชัด ส่วนตัวอย่างที่ 13 ประโยค “ฟ้ารักพอ” มีจุดเริ่มต้นจากละครเรื่องดอกส้มสีทอง โดยคำว่า “ฟ้า” คือชื่อตัวละครหญิง และคำว่า “พอ” คือคำเรียกตัวละครชายที่มีอายุมากทั้งคู่มีความสัมพันธ์ฉันชู้สาว และใช้ประโยคนี้เพื่อบอกรักกัน ประโยค “ฟ้ารักพอ” มีกระแสนิยมจากการกล่าวขานนักร้องชายท่านหนึ่งจนกระทั่งกลายเป็นคำยอดนิยมในโลกออนไลน์ โดยมักใช้ในบริบทที่เกี่ยวกับการบอกรักผู้ชาย (กตัญญู แก้วหานามและคณะ, 2564) จะเห็นได้ว่าเมื่อนำคำสแลงที่เป็นกระแสนิยม ณ ขณะนั้นมาใช้แต่งเพลงจะทำให้เพลงทันต่อเหตุการณ์ ผู้ฟังสามารถจดจำเนื้อเพลงได้ง่าย ซึ่งอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เพลงได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว

6) การสร้างศัพท์ เป็นกลวิธีการสร้างคำใหม่ในภาษา โดยการนำเสียงของคำที่มีอยู่แล้วในภาษามาสร้างคำใหม่ (กัญญนัช ชะนะจิตร, 2560) คำศัพท์ที่สร้างขึ้นมานั้นไม่ปรากฏการใช้มาก่อน ในบางกรณีผู้รับสารอาจไม่เข้าใจความหมายของคำศัพท์ จึงจำเป็นต้องตีความจากบริบทของคำศัพท์ใหม่ การสร้างศัพท์ใหม่ในเพลงไวรัลมีหลายคำ มีตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 14

น่ารักชิบปุงเลย
ได้เจอละผมเข้าไปอึ้งเลย
ก็เธอนะน่ารักชิบปุง
ปาลุงปุงปุง ปาลาลุงปุงปุง

(น่ารักชิบปุงเลย: Bonnadol FT.Sprite)

ตัวอย่างที่ 15

รอเธออยู่นะคะด้วยท่าแอ่นระแนง
จับที่หัวใจฉันแล้วกระแทกแรง ๆ
ช่วยกระแทกใส่ฉันด้วยคำพูดว่า “แฟน”
Oh, baby, baby, ไม่ได้อยาก one night stand

(แอ่นระแนง (ARCH): ALIE BLACKCOBRA)

ตัวอย่างที่ 14 คำว่า “อุง” เป็นการสร้างคำใหม่ที่ปรากฏการใช้มาก่อน ซึ่งอาจสันนิษฐานได้ว่าเป็น การเลียนเสียงร้องหรือเสียงกระโดดน้ำของแมวน้ำซึ่งมีลักษณะน่ารัก จากนั้นคำว่า “อุง” จึงนำมาใช้เป็น คำกริยา หมายถึง รัก เอ็นดู และใช้เป็นคำวิเศษณ์ หมายถึง น่ารัก น่าเอ็นดู น่าทะนุถนอม ในบริบทเพลงนี้ใช้ เป็นคำกริยา เพื่อสื่อความหมายว่า เมื่อเห็นความน่ารักของเธอ ผมจึงอยากเข้าไปแสดงความรัก และตัวอย่างที่ 14 คำว่า “แอ่นระแนง” เป็นการสร้างคำใหม่โดยใช้วิธีการประสมคำว่า “แอ่น” เป็นคำกริยาหมายถึง ทำให้ โค้งหรือนูนจากแนวหรือระดับ กับคำว่า “ระแนง” เป็นคำกริยาหมายถึง เรียง เมื่อมารวมกันแล้วกลายคำเป็น ใหม่ที่มีความหมายว่า ท่าทางการนอนคว่ำโดยมีอวัยวะราบกับพื้น และยกกันขึ้นให้สูงขึ้น ทั้งนี้ผู้แต่งเพลง ได้เปรียบเทียบความหมายไว้ว่า “แอ่นระแนง” หมายถึงท่ามาของคนที่ (โย, 2567) อย่างไรก็ตามในบริบท เพลงนี้จะใช้เพื่อสื่อความหมายว่าของการนอนรอเธออยู่ด้วยท่าทางดังกล่าว ซึ่งอาจสื่อถึงนัยยะเรื่องเพศใน ทำนองว่า นอนด้วยท่าทางอันยั่ววน เพื่อเร้าความรู้สึกทางเพศของอีกฝ่าย การสร้างคำศัพท์ที่มีความแปลก ใหม่อาจสร้างความสนใจให้แก่ผู้ฟังได้ เพราะผู้ฟังอาจมีข้อสงสัยว่าคำนั้น ๆ มีความหมายอย่างไร และยังทำ ทายให้ผู้ฟังได้ติดตามเนื้อหาของเพลงด้วย

7) การใช้ความไม่เข้ากัน เป็นกลวิธีการใช้ภาษาที่มีเนื้อความสองอย่างที่ไม่เกี่ยวข้องหรือขัดแย้งกัน มาอยู่ในบริบทเดียวกันอย่างจงใจ ทั้งนี้ความไม่เข้ากันเกิดจากสิ่งนั้นเปี่ยมเบนหรือแหวกออกมาจากระบบที่มีความ เป็นแบบแผน หรือเกณฑ์ปกติ หรือมาตรฐานของความเป็นปกติที่รับรู้กันในสังคม ทำให้เกิดการพลิก ความคาดหวัง (บุษดี อรสิริวรรณ, 2555) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 15

โดนัทยังมีรู แล้วเมื่อไร You จะมีใจ

ไม่มีใครลองมามีเรามา เอามาสิมาละ ลัลลาลัลลา

ไม่ชอบใครลองมาชอบเรามา เอามาสิมาละ ลัลลาลัลลา

ไม่มีแฟนลองเป็นแฟนเรามา เอามาสิมาละ ลัลลาลัลลา

(Stand by หล่อ: New Country)

ตัวอย่างที่ 16

จีบเธอไม่ได้ แม่ไม่ยอมให้มีแฟน

ก็เลยจีบแม่เธอแทน

จีบเธอไม่ได้ แม่เธอบอกว่าผม Bad

เลยอยากได้แม่เป็นแฟน

(จีบเธอไม่ได้(ก็เลยจีบแม่เธอแทน): Trumsey)

จากตัวอย่างที่ 15 มีการอ้างเหตุผลที่ไม่เกี่ยวข้องกัน โดยการอ้างว่า “โดนัทยังมีรู” กับ “แล้วเมื่อไร You จะมีใจ” จะเห็นได้ว่าการมีรูของโดนัทไม่เกี่ยวข้องอย่างใดกับความสัมพันธ์การจับคู่เทียบเคียง คุณลักษณะทั้งสองจึงไม่มีความสมเหตุสมผล ขณะที่ตัวอย่างที่ 17 เป็นการอ้างเหตุผลแบบผิดแผกไปจากชนบทกล่าวคือ เนื้อเพลงสื่อถึง 2 เหตุผล เหตุผลแรกมีเนื้อเพลงที่เป็นสาเหตุคือ “จิบเธอไม่ได้” และ “แม่ไม่ยอมให้มีแฟน” นำไปสู่ส่วนที่เป็นผลคือ “ก็เลยจิบแม่เธอแทน” เหตุผลที่สองมีเนื้อเพลงที่เป็นสาเหตุคือ “จิบเธอไม่ได้” และ “แม่เธอบอกว่าผม Bad” นำไปสู่ส่วนที่เป็นผลคือ “เลยอยากได้แม่เป็นแฟน” จะเห็นว่าส่วนที่เป็นเหตุและผลไม่ใช่สิ่งที่ควรเป็นเช่นนั้น เพราะกรณีที่เกิดหวงจากการจิบ ผลที่เกิดขึ้นเป็นได้หลายกรณี เช่น ยอมจำนน การพยายามจิบใหม่ การอ้อนวอน แต่การอ้างว่าจะจิบแม่ของเธอเป็นแฟนจึงไม่สมเหตุสมผลจะเห็นได้ว่าเหตุผลเหล่านี้ไม่มีความเกี่ยวข้องหรือสอดคล้องกันในแง่มุมของความหมายและปริบทแม้แต่น้อย ความไม่เข้ากันเช่นนี้ส่งผลให้ผู้ฟังรู้สึกประหลาดใจและเกิดความขบขัน

8) การใช้อุปลักษณ์ เป็นกลวิธีการเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่งที่ต่างวงความหมายกัน (Lakoff & Johnson, 1980; Saeed, 1997, อ้างถึงใน ญัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556, น. 99) เพลงไวรัลมีการใช้อุปลักษณ์ในการถ่ายทอดความคิดเรื่องต่าง ๆ ที่น่าสนใจ มีตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 17

ปล่อยให้ลอย ละ ลอย
ปล่อยให้ลอย ละ ลอย ละ ลอย
ให้ความรักพัดพาฉันไป
ตัวฉันเป็นเหมือนว่าวกระดาษ
ขึ้นมาสูงก็เลยลำบาก
เริ่มจะหนาวหัวใจ

(ว่าว: มินตรา อินทिरา)

ตัวอย่างที่ 18

“เจ็บเมื่อไรก็ไทม์มานะไทม์มา
ไม่ใช่หมอดูแต่จะขอเยียวยา
รับบทเป็นที่ปรึกษา ตอบได้ทุกปัญหา
คอยรักษาแผลใจให้เธอ”

(เจ็บเมื่อไหร่: KRIST)

จากตัวอย่างที่ 17 มีการใช้อุปลักษณ์ [ชีวิตคือว่าวกระดาษ] โดยใช้ถ้อยคำว่า “ว่าวกระดาษ” “ลอย” “พัดพา” เพื่อสื่อความหมายว่า ว่าวกระดาษเป็นสิ่งประดิษฐ์ที่มีน้ำหนักเบา ไม่มีความแข็งแรง คงทน จึง

สามารถลอยไปบนอากาศ มีกระแสลมคอยพัดให้วาวเคลื่อนไหวไป เมื่อลอยขึ้นสูงเท่าใด ก็ยังบังคับทิศทางยากมากเท่านั้น ซึ่งเปรียบเทียบกับชีวิตที่ไม่มีความมั่นคง ใช้ความรักเป็นแรงขับเคลื่อนให้ทำสิ่งต่าง ๆ ทว่าเมื่อมีความรักก็อาจจะสร้างความทุกข์ใจได้

ขณะที่ตัวอย่างที่ 18 มีการใช้อุปลักษณ์ [ความรักคือโรค] โดยใช้ถ้อยคำว่า “เจ็บ” “หมอ” “เยียวยา” “ปรึกษา” “รักษา” “แผล” เพื่อสื่อความว่า การเจ็บป่วยหรือบาดเจ็บเป็นสิ่งที่ผลกระทบต่อร่างกาย จึงต้องเข้าสู่กระบวนการทางการแพทย์ โดยใช้หมอเป็นผู้รักษาอาการบาดเจ็บให้หายดี ในเพลงนี้อาจตีความถึงการแอบรัก ดังจะเห็นได้จากเปรียบเทียบให้เห็น เมื่อคนที่ชอบผิดหวังจากความรัก จึงอยากให้คลายจากความทุกข์ โดยการเป็นที่ปรึกษา และช่วยดูแลความรู้สึกของเธอให้หายดี การใช้อุปลักษณ์ข้างต้นนอกจากจะทำหน้าที่ในการถ่ายทอดความคิดแล้ว ยังสามารถสร้างความน่าสนใจให้แก่เนื้อเพลง เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี

9) การนำเพลงเก่ามาดัดแปลงใหม่ เป็นกลวิธีการเลือกใช้เนื้อเพลงที่เคยมีมาก่อนในอดีตแล้วนำมาดัดแปลงให้เป็นส่วนหนึ่งของเพลงใหม่ หรือการเพิ่มเนื้อเพลงใหม่จากเพลงในอดีต มีตัวอย่างน่าสนใจ เช่น

ตัวอย่างที่ 19

ปาสั่งอะไรหรือยัง

แหม รู้ใจจังสิ่งที่หนูชอบ

แป๊ะชะ ปลาช่อนตัวใหญ่

ต้มยำน้ำใส หนูชอบชอบ

โอมากาเสะ chef table ชั้นดี

เชิญกอดนอน แรมซีย์จัดให้ที่ สิ่งทีหนูชอบ

แต่มีอีกสิ่งที่หนูอยากจะขอพ่อ

(ถ้าฟ้าต้องเสียตัว ฟ้าต้องได้เป็นแอร์)

(ฟ้ารักพ่อ: Badmixon)

ตัวอย่างที่ 20

อยากกินไข่พะโล้ โปะะ กินกับแกงกะหรี่ โปะะ

อยากกินกล้วยบัวชี่ อร่อยดี นกกินนกกิน

อยากกินไข่พะโล้ โปะะ กินกับแกงกะหรี่ โปะะ

อยากกินกล้วยบัวชี่ อร่อยดี นกกินนกกิน

เอายังไงดีนะ ก็ชอบ ๆ เธออยู่ บอกเธอไปเลยได้ไหม

เอาอย่างนี้จะกัน ลองเอามือขึ้นมา เธอเล่นเกมนี้เป็นไหม

(ไข่พะโล้ (Kaipalo): LUSS)

จากตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่า เพลงไวรัลนำเพลงในอดีตมาดัดแปลงได้อย่างน่าสนใจ ดังตัวอย่างที่ 19 เพลงฟาร์รักพ่อ ได้นำส่วนหนึ่งของเพลง “หนูซื้บซอบ” ซึ่งมีเนื้อเพลงว่า “ป่าสิ่งอะไรหรือยัง แหมรู้ใจจัง สิ่งทีหนูซอบ เป๊ะชะปลาซ่อนตัวใหญ่ ต้มยำน้ำใสหนูซื้บซอบ วุ่นเส้นกึ่งอบหม้อดินอยากกินอยากกินหนูซื้บซอบ กุ้งเผาเอาตัวโตโตส่งเป็นกิโลหนูซื้บซอบ” เพลงนี้เลือกเฉพาะเนื้อเพลงส่วนต้นมาใช้ จากนั้นดัดแปลงเนื้อหาและแต่งเนื้อเพลงเพิ่มเติม ซึ่งสามารถช่วยขยายความเนื้อหาของเพลงให้เด่นชัด โดยเฉพาะประเด็นการที่ผู้หญิงขอร้องให้ผู้ชายสูงอายุกว่าและมีฐานะร่ำรวย คอยส่งเสียเลี้ยงดูให้เธอสุขสบาย ส่วนตัวอย่างที่ 20 เพลงไข่มะลิ ได้นำส่วนหนึ่งของเพลงร้องเล่นของเด็กในสมัยก่อนมาแต่งเนื้อเพลงเพิ่มเติม แต่จะเห็นได้ว่าการเรียบเรียงเนื้อหาของเพลงร้องเล่นกับเนื้อเพลงที่แต่งใหม่ไม่ได้ความสัมพันธ์กันในเชิงเนื้อหา นัก เพราะเพลงร้องเล่นจะกล่าวถึงความน่ารักประหลาดของอาหาร ส่วนเนื้อเพลงที่แต่งใหม่กล่าวถึงความสับสนทางความคิดในการบอกชอบอีกฝ่าย อย่างไรก็ตามความไม่เข้ากันดังกล่าว ทำให้เพลงมีความแปลกใหม่และสร้างความน่าสนใจให้แก่ผู้ฟังได้

ผลการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า กลวิธีทางภาษาเชิงสร้างสรรค์แต่ละกลวิธีมีหน้าที่ในการทำเพลง กลายเป็นเพลงไวรัลแตกต่างกัน สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1

หน้าที่ของกลวิธีทางภาษาเชิงสร้างสรรค์ในเพลงไวรัล

กลวิธีทางภาษาเชิงสร้างสรรค์	หน้าที่
1) การดัดแปลงเสียง	- การสร้างความแปลกใหม่และความน่าสนใจ - การเลี่ยงคำหยาบ และความไม่สุภาพ
2) การเล่นเสียง	- การสร้างความสนุกสนาน และตลกขบขัน
3) การซ้ำคำ	- การทำให้เพลงติดหู และจำง่าย
4) การใช้ภาษาไทยสลับภาษาอังกฤษ	- การเน้นย้ำเนื้อหาให้เด่นชัด - การเลี่ยงคำหยาบ และความไม่สุภาพ
5) การใช้คำสแลง	- การทำให้เพลงติดหู และจำง่าย
6) การสร้างศัพท์	- การสร้างความแปลกใหม่ และความน่าสนใจ
7) การใช้ความไม่เข้ากัน	- การสร้างความสนุกสนาน และตลกขบขัน
8) การใช้อุปลักษณ์	- การสร้างความแปลกใหม่ และความน่าสนใจ
9) การนำเพลงเก่ามาดัดแปลงใหม่	- การสร้างความแปลกใหม่ และความน่าสนใจ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาเชิงสร้างสรรค์ที่ปรากฏในเพลงไวรัลบนแอปพลิเคชัน TikTok พบว่า กลวิธีทางภาษาเชิงสร้างสรรค์ 9 กลวิธี ได้แก่ การดัดแปลงเสียง การเล่นเสียง การซ้ำคำ การใช้ภาษาไทยสลับภาษาอังกฤษ การใช้คำสแลง การสร้างศัพท์ การใช้ความไม่เข้ากัน การใช้อุปลักษณ์ และการนำเพลงเก่ามาดัดแปลงใหม่ แต่ละกลวิธีมีลักษณะเด่นและมีหน้าที่ในการสื่อสารแตกต่างกัน ซึ่งเพลงไวรัลหนึ่งเพลงอาจเลือกใช้กลวิธีทางภาษาหลายกลวิธีร่วมกัน

ทั้งนี้กลวิธีทางภาษาเชิงสร้างสรรค์ที่โดดเด่นมี 3 กลวิธี ได้แก่ 1) การเล่นเสียง เนื่องจากเป็นกลวิธีที่จำเป็นต่อการแต่งเพลงให้มีชั้นเชิงทางภาษา รวมทั้งสร้างจังหวะและอารมณ์ของเพลงให้มีความสนุกสนาน การเล่นเสียงในเพลงไวรัลมีลักษณะบางประการที่ต่างจากเพลงทั่วไปคือ การเล่นเสียงที่ไม่ได้เน้นความงามทางวรรณศิลป์แต่เน้นสร้างความแปลกใหม่ การสรรคำมาเล่นเสียงบางครั้งอาจจะไม่มีความหมายก็ได้ 2) การใช้คำสแลง เพราะเป็นกลวิธีที่สะท้อนถึงการร่วมสมัยระหว่างเพลงกับสังคมได้ง่าย การเลือกใช้คำหรือสำนวนที่คนในสังคมนิยมใช้ในขณะนั้น จะทำให้เพลงติดหูได้ง่าย และเพลงก็จะทันต่อกระแสความเปลี่ยนแปลงของสังคม ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เมื่อมีคำสแลงที่นิยมใช้ในสื่อออนไลน์ ไม่นานนักจะมีการนำคำสแลงนั้น ๆ มาใช้ในเพลง ปรากฏการณ์นี้อาจเป็นการสร้างความรับรู้ร่วมกันในสังคมร่วมสมัย รวมทั้งสามารถช่วงชิงอัลกอริทึมของสื่อเพื่อให้เพลงได้รับการสนับสนุนให้เข้าถึงผู้ฟังมากยิ่งขึ้น 3) การใช้ภาษาไทยสลับภาษาอังกฤษ เป็นกลวิธีที่ทำให้เพลงมีความทันสมัย มีสีสัน และมีความสนุกสนาน ดังจะเห็นได้จากการใช้ภาษาอังกฤษแทนภาษาไทย เมื่อต้องการกล่าวถึงประเด็นอ่อนไหว ซึ่งทำให้สามารถถ่ายทอดประเด็นดังกล่าวได้อย่างอิสระ และอาจลดความเสี่ยงต่อการถูกระงับการเผยแพร่ นอกจากนี้ยังพบว่าเพลงไวรัลเลือกใช้กลวิธีนี้ต่างจากอดีตกล่าวคือ มีความสนใจใช้ภาษาอังกฤษสลับภาษาไทยในท่อนฮุคของเพลง อาจเป็นเพราะตำแหน่งดังกล่าวมักจะเป็นท่อนเพลงที่นำไปตัดคลิพวิดีโอ ซึ่งจะส่วนทำให้เพลงเกิดความไวรัลได้ง่าย

นอกจากนี้ผู้วิจัยมีข้อสันนิษฐานว่า เพลงไวรัลน่าจะต้องมีกลวิธีทางภาษาที่เป็นลักษณะบางประการที่ทำให้เพลงต่างจากเพลงทั่วไป จนกลายเป็นเพลงยอดนิยมได้ ผู้วิจัยพบว่ากลวิธีทางภาษาทั้ง 9 กลวิธีอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เพลงไวรัลโดดเด่น ติดหู และเข้าใจง่าย โดยอาจจำแนกหน้าที่สำคัญของกลวิธีทางภาษาดังกล่าวเป็น 4 ประการ ได้แก่

1. ด้านความสนุกสนาน เพลงไวรัลมีการเลือกใช้เลือกใช้กลวิธีทางภาษาที่สร้างความสนุกสนาน 2 ประการ ได้แก่ เสียงของคำ และความหมายของคำ ดังนี้

1) ด้านเสียงของคำ เกิดจากการเลือกใช้กลวิธีทางภาษาที่ทำให้เกิดจังหวะของถ้อยคำและจังหวะของทำนอง ส่งผลให้เพลงติดหูผู้ฟัง และสามารถร้องตามได้ง่าย ดังที่กลวิธีการซ้ำคำจะทำให้มีจังหวะของเพลง โดยเฉพาะการลงน้ำหนักเสียงของคำที่ซ้ำ การเล่นเสียงพยัญชนะและสระจะทำให้เพลงรื่นหู และการดัดแปลงเสียงช่วยให้เพลงมีเสียงเฉพาะตัว ทำให้การออกเสียงมีความซับซ้อนได้

2) **ด้านความหมายของคำ** ความสนุกสนานจะเกิดขึ้นจากการตีความของถ้อยคำที่อาจเหนือความคาดหมายของผู้ฟัง โดยเฉพาะกลวิธีการใช้ความไม่เข้ากัน ซึ่งอาจทำให้เกิดอารมณ์ขัน เพราะความไม่สมเหตุสมผล และความแหวกแนวได้ ส่วนกลวิธีการใช้อุปลักษณ์ในเพลงไวรัลหลายเพลงไม่ได้ใช้ อุปลักษณ์ตามขนบเดิม มีการเปรียบเทียบกับสิ่งใหม่ ๆ ที่บางกรณีก็น่าจะนำมาเปรียบกันได้ เช่น ความรักคือการทำข้อสอบความรักเป็นปัญหาที่ต้องแก้ไข จึงทำให้ผู้ฟังรู้ตลกไปการเปรียบเทียบที่นำมาใช้ในเพลง

2. **ด้านความแปลกใหม่** คือการทำให้เพลงมีความแตกต่างจากเพลงอื่น ๆ ในด้านใดด้านหนึ่ง ความแปลกใหม่ที่สร้างขึ้นจะทำให้ผู้ฟังสนใจ สามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ ได้แก่

1) **ด้านการร่วมสมัย** เพลงไวรัลจะต้องมีลักษณะสำคัญคือ การร่วมสมัย เพราะเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่ายู่ในบริบทวัฒนธรรมเดียวกัน กลวิธีทางภาษาที่มีลักษณะดังกล่าว คือ การใช้คำสแลง โดยเพลงไวรัลมักจะเลือกใช้คำพูดที่ใช้ในชีวิตจริง หรือคำพูดที่เป็นกระแสมาใส่ในเพลง เพื่อทำให้ผู้ฟังเข้าใจและเชื่อมโยงกับเพลงได้ง่าย ในขณะที่กลวิธีการสร้างศัพท์มีลักษณะที่ต่างออกไปคือ คำศัพท์ที่สร้างขึ้นใหม่อาจทำให้ผู้ฟังรู้สึกประหลาดใจ และตื่นตากับการตีความได้ ดังนั้นหากมีการนำเสนอคำศัพท์ใหม่ได้อย่างน่าสนใจ ก็อาจได้รับความนิยมจนกลายเป็นผู้นำกระแสสังคมได้

2) **ด้านความขัดแย้งกัน** เป็นลักษณะที่ทำให้ผู้ฟังรู้สึกแปลกใจ ขบขัน หรือสงสัยกับการนำองค์ประกอบสองประการที่ขัดแย้งกันมารวมกัน โดยเฉพาะกลวิธีการใช้ภาษาไทยสลับภาษาอังกฤษ ในอดีตอาจมองว่าเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม เพราะอาจทำให้ภาษาวิบัติ แต่ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าปัจจุบันก็มีการใช้ภาษาลักษณะดังกล่าวในชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตาม เมื่อเพลงไวรัลนำความแตกต่างมาใช้อย่างสร้างสรรค์ ทั้งการนำภาษาอังกฤษมาขยายความให้ชัดเจน และการเลี่ยงความไม่เหมาะสม สามารถทำให้เพลงมีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น ส่วนกลวิธีการนำเพลงเก่ามาดัดแปลงใหม่ เป็นวิธีการเล่นกับความทรงจำของผู้ฟังว่าเพลงที่เคยได้ยินถูกดัดแปลงอย่างไร และสอดคล้องกับเนื้อเพลงที่แต่งใหม่หรือไม่ การผสมผสานความเก่าใหม่นี้ดังกล่าวจึงทำให้ได้รับความสนใจจากผู้ฟังได้ง่าย

3) **ด้านจินตภาพของคำ** เนื่องจากเพลงเป็นสารรับผ่านการฟัง ผู้ฟังจึงต้องตีความถ้อยคำต่าง ๆ ของเพลง เพื่อทำความเข้าใจกับเนื้อหาและซาบซึ้งกับความหมายของเพลง ภาษาจึงกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดจินตภาพในใจ และมีอารมณ์ร่วมกับบทเพลง ดังจะเห็นได้จากการใช้อุปลักษณ์ที่แปลกใหม่ จะทำให้ผู้ฟังเกิดภาพในความคิดที่ต่างไปจากเดิมกล่าวคือ ผู้ฟังจะตีความถ้อยคำต่าง ๆ ในมุมมองที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะเมื่อใช้ความเปรียบที่ไม่เคยมีมาก่อนจะทำให้ผู้ฟังรับรู้หรือเข้าใจแบบใหม่ เช่น [ชีวิตคือวาระดาช] ผู้ฟังจะเห็นภาพชีวิตที่ล่องลอย ไม่แน่นอน ไม่มั่นคง พร้อมจะแปรเปลี่ยนไปทิศทางต่าง ๆ ซึ่งมีทั้งด้านดี และไม่ดี โดยมีความรักเป็นปัจจัยสำคัญ เมื่อผู้ฟังได้ตีความตามความหมายของถ้อยคำแล้ว ก็จะทำให้ผู้ฟังเข้าใจเนื้อหาเพลงอย่างลึกซึ้ง และมีอารมณ์ร่วมกับเพลงได้

3. **ด้านการผลิตสื่อให้สอดคล้องกับแพลตฟอร์ม** การเลือกใช้กลวิธีทางภาษาในเพลงไวรัลนั้นมีความสัมพันธ์กับรูปแบบและข้อจำกัดของแพลตฟอร์ม เนื่องจาก Tiktok เป็นแพลตฟอร์มที่เน้นวิดีโอขนาดสั้น

ทำให้เนื้อหาจำเป็นต้องสื่อสารอย่างกระชับ ชัดเจน และสามารถดึงดูดความสนใจได้ภายในช่วงเวลาสั้น ๆ การใช้กลวิธีทางภาษา เช่น กลวิธีการดัดแปลงเสียง การเล่นเสียง การซ้ำคำ การให้ความไม่เข้ากัน อาจทำให้เพลงมีความสะดุดหูของผู้ฟังได้ง่าย ซึ่งอาจเกิดจากความแปลกใจหรือความไม่เข้าใจเนื้อหาเพลงนั้น ๆ ลักษณะดังกล่าวนี้อาจทำให้เพลงสามารถติดหูผู้ฟังได้ระยะเวลายาวนาน ๆ และอาจเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ฟังฟังซ้ำ มากไปกว่านั้นคือ Tiktok เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาของตนเองร่วมกับเพลงได้ จากบทบาทของผู้ฟังจึงอาจเปลี่ยนเป็นผู้สร้างผลงานได้ โดยการนำท่อนเพลงที่ติดหูมาเป็นแผ่นเสียงประกอบการสร้างสรรค์เนื้อหาและเผยแพร่สู่สาธารณะส่งผลให้เพลงนั้น ๆ มีการต่อยอด และเพิ่มกลุ่มผู้ฟังให้หลากหลายจนนำไปสู่ความเป็นไวรัล

4. ด้านการสะท้อนสังคมวัฒนธรรม ด้วยลักษณะเฉพาะของแพลตฟอร์ม TikTok ที่ส่งเสริมการแสดงออกอย่างอิสระ และการสร้างสรรค์นอกรอบ จึงทำให้เนื้อหาของแพลตฟอร์มมีความแปลกใหม่ และสามารถเชื่อมโยงกับกระแสหรือประสบการณ์ร่วมในช่วงเวลานั้นได้อย่างรวดเร็ว ภาษาในเพลงไวรัลจึงสามารถสะท้อนให้เห็นถึงบริบททางสังคมร่วมสมัยในปัจจุบันได้ เช่น การใช้คำสแลงและการสร้างคำศัพท์ใหม่ที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่มหรือกระแสในสังคมออนไลน์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสังคมในปัจจุบันให้ความสำคัญและตอบสนองต่อสิ่งที่เป็กระแสบนโลกออนไลน์ การใช้ภาษาไทยสลับภาษาอังกฤษเพื่อเล่นคำหรือประเด็นเกี่ยวกับเรื่องเพศ สะท้อนให้เห็นว่าสังคมยังมีข้อจำกัดบางอย่างในการแสดงออกทางภาษา โดยเฉพาะการใช้คำที่เป็นข้อห้ามทางสังคม การใช้ความไม่เข้ากันที่นำแนวคิดต่างกันมาเชื่อมโยงอย่างตลกขบขัน หรือการนำเพลงเก่ามาดัดแปลงใหม่โดยใส่เนื้อหาที่ร่วมสมัย สะท้อนถึงการกล้าแสดงออกถึงตัวตนหรืออัตลักษณ์ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ และสะท้อนให้เห็นว่าวัฒนธรรมของกลุ่มคนที่มีความแตกต่างหลากหลายได้รับการยอมรับในสังคมปัจจุบันมากขึ้น

ข้อค้นพบสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การประยุกต์ใช้แนวคิด ความคิดสร้างสรรค์เชิงภาษามาเป็นกรอบการวิเคราะห์ ทำให้เห็นผลการศึกษาเกี่ยวกับภาษากับเพลงในแง่มุมที่ต่างออกไปจากงานวิจัยที่ผ่านมา โดยเฉพาะประเด็นการเลือกสรรถ้อยคำภาษา และหน้าที่ของแต่ละกลวิธีที่อาจต่างจากขนบการแต่งเพลงทั่วไป ตัวอย่างหนึ่งที่เห็นได้ชัดคือ การเล่นเสียงซึ่งเป็นกลวิธีที่สามารถพบได้ในเพลงต่าง ๆ และงานประพันธ์ร้อยกรองของไทย แต่เมื่อวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดนี้ก็สามารถทำให้เห็นบทบาทหน้าที่ใหม่ จากการใช้เพื่อสร้างจินตภาพในการพรรณนาเป็นกรใช้เพื่อสร้างความแปลกใหม่ แหวกแนว อีกทั้งคำที่ใช้เล่นเสียงบางครั้งอาจไม่มีความหมายก็ได้ ดังนั้นรูปแบบความคิดสร้างสรรค์เชิงภาษาและหน้าที่ดังกล่าวจะทำให้เพลงความโดดเด่นและได้รับความนิยม จึงอาจกล่าวได้ว่าการประยุกต์แนวคิดนี้จะทำให้เห็นความคิดสร้างสรรค์ในมุมมองที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

ท้ายที่สุด ผลการศึกษาในงานวิจัยนี้อาจเป็นข้อมูลหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่าเพลงไวรัลมิได้เกิดขึ้นจากอิทธิพลของสื่อเท่านั้น แต่ยังมีปัจจัยด้านภาษาเป็นเครื่องมือสำคัญในถ่ายทอดความคิด และความคิดสร้างสรรค์ต่าง ๆ ผ่านเพลง ผู้วิจัยจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า “ความคิดสร้างสรรค์” ที่สื่อผ่าน “ภาษา” ในงานวิจัยนี้ จะเป็น

แนวทางในการคัดสรรภาษาในการแต่งเพลงต่าง ๆ และเป็นประโยชน์ในการเลือกใช้ภาษาให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

จากผลการศึกษาในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยพยายามชี้ให้เห็นลักษณะความคิดสร้างสรรค์ที่สื่อผ่านภาษาแล้ว แต่ยังมีได้จำแนกว่า ลักษณะที่ต่างออกไปจากเดิมนั้นมีลักษณะร่วมกันอย่างไร และยังไม่ได้วิเคราะห์ถึงแนวโน้มของการใช้ภาษาในข้อมูลชุดนี้ จึงน่าสนใจอย่างยิ่งหากมีการศึกษาในประเด็นดังกล่าวอาจทำให้เห็นความคิดสร้างสรรค์เชิงภาษาในมุมมองที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้อาจนำแนวคิดความคิดสร้างสรรค์เชิงภาษาไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบระหว่างเพลงที่ได้รับความนิยมในอดีตกับปัจจุบันมีการใช้กลวิธีทางภาษาเชิงสร้างสรรค์อย่างไรและมีหน้าที่อย่างไร ตลอดจนอาจนำแนวคิดนี้ไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประเภทอื่น ๆ เช่น นวนิยายออนไลน์ แช็ต คลิเบต การพาดหัวข้อ การปฏิสัมพันธ์ที่มีลักษณะเฉพาะ

เกี่ยวกับผู้เขียน

ทรงพร แสงทอง: นิสิตสาขาวิชาภาษาไทย หลักสูตรการศึกษาศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประภาภรณ์ ปากรพรหม: นิสิตสาขาวิชาภาษาไทย หลักสูตรการศึกษาศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

มณฑนา สุวรรณรัตน์: นิสิตสาขาวิชาภาษาไทย หลักสูตรการศึกษาศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พรหมมินทร์ ประไพพงษ์: อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย หลักสูตรการศึกษาศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กตัญญู แก้วหานาม และคณะ. (2564). *ฟ้ารักพ่อ*. สถาบันพระปกเกล้า. <https://url.in.th/DpCgf>

กรัณฐรัตน์ หัสจางค์ และ สุวัฒนา เลี่ยมประวัตติ. (2562). การใช้วัฒนธรรมในเพลงประจำสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ. *วารสาร Veridian E-journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 12(3), 86–99.

กรัณฐรัตน์ หัสจางค์. (2561). เนื้อหาและการใช้ภาษาไทยเพลงประจำสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ (วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.

กัญญนัช ชะนะจิตร. (2560). การสร้างคำและความหมายของสแลงในเฟซบุ๊ก (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี

กุลธิดา ทองเนตร และ อรทัย สุขจีระ. (2565). กลวิธีการใช้ภาษาในบทเพลงลูกทุ่งที่ขับร้องโดยศิลปินแม่เมือง. *วารสารอักษรพิบูล*, 3(2), 51–68.

- ณรงค์ วงศ์ไชย. (2567, 10 กันยายน). TikTok: แพลตฟอร์มการสื่อสารและการสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล. มหาวิทยาลัยพะเยา.
<https://www.up.ac.th/NewsReadBlog2.aspx?itemID=32784>
- ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2556). วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์: แนวคิดและการนำมาศึกษาวาทกรรมในภาษาไทย. โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุษดี อธิวิธรรณ. (2555). กลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในการ์ตูนสามก๊กฉบับบันลือสาส์น. ในรายงานการประชุมวิชาการแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 9 (หน้า 606–614). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
- ปุ่น ชมภูพระ, ปพชญา พรหมกันธา, และ พัทธนันท์ พาป้อ. (2564). กลวิธีการใช้ภาษาในบทเพลงเพื่อชีวิตของ “พงษ์สิทธิ์ คำภีร์”. ใน รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 7 “วิถิพุทธ วิถีชุมชน รากฐานชีวิตสังคมล้านนาในสังคมวิถีใหม่” (หน้า 487–502). วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พีรพงษ์ เคนทรภักดี. (2564). วาทกรรมความรักในเพลงลูกทุ่งอีสานร่วมสมัย (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- เมทยา ปริยานนท์, และ เอกวิษณุ เรืองจรรณ. (2568). ปัจจัยที่ทำให้เพลงเป็นไวรัลบนโลกออนไลน์กรณี ศึกษาเพลง "เมอร์อน" โดย เอแคลร์ จือปาก. *วารสารดนตรีบ้านสมเด็จเจ้า*, 7(1), 142–156.
- โย. (2567, 13 พฤษภาคม). เพลงฮิต แอ่นระแนง แปลว่าอะไร ศัพท์ใหม่ติดหู พร้อมความนัยแบบเร้าร้อน. Thethaiger.
https://thethaiger.com/th/news/1140022/#google_vignette
- ศิริไล ชูวิจิตร. (2549). การวิเคราะห์การใช้ภาษาในเพลงไทยสากลของบริษัท อาร์.เอส.โปรโมชั่น 1992 จำกัด ช่วงปี พ.ศ. 2542 -2546 (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ
- สปริงนิวส์. (2567, 20 มีนาคม). เปิดสถิติ ปี 2024 ประเทศไทยมีคนใช้ TikTok ติดต่อก มากที่สุด คนไทยฉ่ำติดที่ 9. Springnews. <https://www.springnews.co.th/digitalbusiness/digital-marketing/848802>
- สาวิตรี พฤษชาชีวะ. (2550). การศึกษาวิเคราะห์บทเพลงเพื่อชีวิตของวงคาราบาว. *วารสารภาษาไทยและวัฒนธรรมไทย*, 1(1), 126–134.
- สุขุมล จันทวี. (2536). การวิเคราะห์เพลงไทยสากลแนวใหม่ในช่วงปี พ.ศ. 2524 ถึง พ.ศ. 2534 (ปริญญาานิพนธ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- อมรินทร์ทีวีออนไลน์. (2567, 6 กุมภาพันธ์). เปิดเหตุผล ทำไม TikTok มีอิทธิพลต่อวงการเพลง แม้ต้องฟันทนกับคำตอบแทนน้อยนิด. Amarintv. <https://www.amarintv.com/spotlight/business-marketing/59262>

ภาษาอังกฤษ

- Bauer, L. (2001). *Morphological productivity*. Cambridge University Press.
- Bergs, A. (2019). What, if anything, is linguistic creativity. *Gestalt Theory*, 41(2), 173–183.
- Chen, H., Ma, D., & Sharma, B. (2023). Short video marketing strategy: evidence from successful entrepreneurs on TikTok. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 26(2), 257–278.
- Chomsky, N. (1965). *Aspects of the theory of syntax*. MIT Press.
- Chomsky, N. (2003). *The reasons of state*. Penguin.
- Fateeva, N. A. (2018). Grammatical innovations in the modern poetry as manifestation of linguistic creativity. *Vestnik Volgogradskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Seriya 2, Jazykoznanije*, 17(2), 44–52.

- Heidari-Shahreza, M. A. (2024). When language is play: Looking into linguistic creativity through language play. *Creativity Journal: Theories, Research & Applications*, 11(1), 18–35.
- McDonough, R. (1993). Linguistic creativity. In *Linguistics and Philosophy* (pp. 125–162). Pergamon.
- Naumann, M. (2024). *How to write a viral song*. Lyric Mastery. <https://www.lyricmastery.com/how-to-write-a-viral-song>
- Okanovic, I., & Agnès, T. (2023). TikTok: A modern spotlight on emerging artists: Understanding why and how TikTok users take part in viral behaviors towards musical artists on the platform [Master's thesis, Jönköping University]. *DiVA Portal*.
- Rakhilina, E., Vyrenkova, A., & Polinsky, M. (2016). Linguistic Creativity in Heritage Speakers. *Glossa: a journal of general linguistics*, 1(1), 1–29.
- Sampson, G. (2016). Two ideas of creativity. In M. Hinton (Ed.), *Evidence, Experiment and Argument in Linguistics and the Philosophy of Language* (pp. 15–26). Peter Lang. <https://doi.org/10.3726/978-3-653-05840-6>
- Ugoala, B. (2024). Generation Z's lingos on TikTok: Analysis of emerging linguistic structures. *Journal of Language and Communication*, 11(2), 211–224.
- Yeskendir, S., Zhumanbekova, N., & Nurzhanova, Z. (2024). Linguistic creativity in British media discourse. *Scientific Herald of Uzhhorod University Series Physics*.
<https://doi.org/10.54919/physics/56.2024.1233bk9>