



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ดนตรี คือ ภาษาแห่งสุนทรียศาสตร์ที่สามารถสัมผัสถึงอารมณ์และความรู้สึกแห่งมนุษยชาติได้ในทุกชนชาติและชนชั้น ดังนั้นดนตรีจึง เป็นเสมือนภาษาที่สื่อความรู้สึกทั้งมวลได้ด้วยอารมณ์ และความรู้สึกของผู้ที่เปิดรับด้วยโสตประสาทและหัวใจ ดังที่คาลิล ยิบราน (อ้างในพนม วรรณศิริ, 2518:7) กล่าวว่า

ดนตรี เป็นบุปผาแห่งบิตุสุข

เป็น กลิ่นหอมหวาน และ เบ่งบานของความรู้สึก

เป็น ภาษารัก

เป็น มารดาแห่งอัสสชลของความรักที่ซ่อนเร้น

เป็น ผู้บันดาลใจกวี คีตกวี และ เหล่าสถาปนิก

เป็น เอกภาพแห่งความคิด

เป็น ผู้สร้างชนะแห่งความขมขื่น และ แจกกันแห่งความงาม

เป็น ผู้ปลุกปลอบหัวใจของนักรบ และ ผู้สร้างความเข้มแข็งแก้วิญญูณทั้งหลาย

เป็น ผู้ปลุกปลอบหัวใจของนักรบ และ ผู้สร้างความเข้มแข็งแก้วิญญูณทั้งหลาย

เป็น ห้วงสมุทรแห่งความปรารถนา และ ทะเลแห่งความอ่อนโยน

โอ้...ดนตรี ในความลึกของเจ้า เราได้วางหัวใจและวิญญูณของเราลง เจ้าได้

สอนเราให้เห็นด้วยโสตประสาท และได้ยินด้วยหัวใจของเรา

ดนตรีมีความสัมพันธ์กับมนุษย์อย่างแนบแน่นมาช้านาน สืบเนื่องมาตั้งแต่อดีตกาล เป็นความบันเทิงในโน้ตเพลงทุกกิจกรรมของมนุษย์ เสมือนเป็นปัจจัยหนึ่งของชีวิตที่ดำรงไว้ด้วยศิลปะ

ซึ่งหล่อหลอมจิตใจของมนุษย์ จนกระทั่งปัจจุบัน ดนตรีถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพของนักดนตรีและนักร้อง และดนตรียังถูกนำไปเป็นเครื่องมือในการแสวงหาผลประโยชน์นับพันล้านของนายทุนเจ้าของบริษัทเทปเพลง แม้ว่าดนตรีจะเป็นสิ่งบันเทิงใจที่ทุกคนไม่ปฏิเสธ แต่ภายใต้สิ่งบันเทิงเหล่านั้นยังแฝงด้วยการค้า รวมทั้งอุดมการณ์ ค่านิยม ทศนคติ ความเชื่อ ความคิดของผู้ผลิต และผู้ประพันธ์เพลงนั้น ๆ ด้วย ซึ่งเป็นการสะท้อนถึงประสบการณ์ชีวิตและเรื่องราวในสังคมผ่านสื่อมวลชน

จากการศึกษาเพลงเท่าที่ผ่านมาล้วนเป็นการศึกษาในแง่ธุรกิจ เช่น "บทบาทระบบธุรกิจเทปเพลงไทยสากลต่อการสร้างสรรค์ผลงานเพลง" (ศมกมล ลิ้มบิษัย, 2532) ที่มองถึงธุรกิจว่าเข้ามามีผลต่อการสร้างงานของศิลปินให้เข้าไปในรูปแบบเอาใจตลาด เรื่องของศิลปะและการสร้างสรรค์มาทีหลัง หรือการศึกษาเพลงในเรื่องของอุตสาหกรรมเพลงที่ต้องอาศัยมิวสิควิดีโอเป็นหัวใจหลักในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งบทบาทและผลกระทบของมิวสิควิดีโอต่อผู้ชม (Lull, 1987) หรือการศึกษาเพลงในแง่ของสังคมเกี่ยวกับผลกระทบของเพลงรักหวานๆ และมิวสิควิดีโอ "ซึ่งส่วนใหญ่มุ่งค้นคว้าเกี่ยวกับโครงสร้างทางดนตรีสมัยนิยมที่มีผู้ชายเป็นโครงสร้างหลักหรือเป็นคุณสมบัติของวงดนตรี" (Groce and Cooper, 1990: 220-229) จากการศึกษาวิจัยที่กล่าวมา เป็นเพียงการมองถึงดนตรีที่ถูกนำไปใช้ในระบทุนนิยม แต่ไม่ได้ช่วยอธิบายถึงสิ่งที่เป็นความรู้ ความเข้าใจในสังคม ไม่ได้มองถึงบทบาทหน้าที่หนึ่งของดนตรีในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนหนึ่งที่ถ่ายทอดและสานต่ออุดมการณ์ทางสังคม

บทบาทหน้าที่หนึ่งของ เพลงในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนก็คือ การถ่ายทอดอุดมการณ์ของสังคมที่สะท้อนถึงค่านิยมและ เรื่องราวต่างๆ ให้เกิดความเข้าใจถึงมนุษย์และสิ่งต่างๆ ที่สัมพันธ์กับมนุษย์ในสังคม การวิจัยเรื่อง "การนำเสนอภาพความเป็นชายในเพลง ไทยสมัยนิยม" ก็เป็นการศึกษาหนึ่งที่จะอธิบายถึงความหมายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่สะท้อนถึงค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติของผู้รับหรือสมาชิกในสังคมที่รับสารนั้นด้วย โดยการวิเคราะห์สาร (text)

เพลงไทยสมัยนิยม (popula music) ได้ถ่ายทอดถึงอุดมการณ์ของสังคมในเรื่องความรัก ความสัมพันธ์ของหญิงชายเป็นส่วนใหญ่ "ร้อยละ 90 ของเพลงทั้งหมดจะเป็นเรื่องราวของความรัก ความผูกพันของหญิงชาย" (เมตตา กฤตวิทย์, ถิรนนท์ อนวัชศรีวงศ์,

2532: 193) ถึงแม้ว่าเพลงไทยสมัยนิยมในปัจจุบันจะมีการพัฒนารูปแบบอยู่เสมอ แต่เรื่องราวหลัก ๆ ของบทเพลงก็ยังคงเป็นเนื้อหาสาระเดิมในเรื่องความรัก ความสัมพันธ์ของหญิงชายในด้านต่าง ๆ ซึ่งภายใต้เนื้อหาที่คงเดิมนี้มีการปรับเปลี่ยน ยืดหยุ่น ในการนำเสนอเช่นกันเพื่อความสอดคล้องกับสังคมที่มีการเคลื่อนไหว (dynamic) และมีทิศทางเวลา เพลงไทยสมัยนิยมจึงมีรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันคือ เพลงป๊อป ป๊อปรีดิก ป๊อปลูกทุ่ง ป๊อปเพื่อชีวิต ป๊อปแจ๊ส และป๊อปลูกกรุง ซึ่งมีการปรับเปลี่ยนแนวเนื้อหา มีการประนีประนอมเพื่อเอาใจกลุ่มผู้ฟัง ซึ่งหากกลุ่มผู้ฟัง เป็นผู้หญิง เพลงที่ร้อง โดยนักร้องชายก็ต้องสร้างความน่าสงสาร ซื่ออ่อน และซื่อสัตย์ ในแบบที่ผู้หญิงนึกฝันอยากให้มีหรือได้พบในสังคม หรือหากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ชาย เพลงที่ร้อง โดยนักร้องชายก็อาจมีลักษณะที่ห้าว แสดงถึงความเข้มแข็ง ความเป็นลูกผู้ชาย และยังคงสร้างผู้ชายแบบที่เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละระดับด้วย อาทิ เพลงป๊อป ที่เป็นเพลงแนวหวานซึ้ง มีทำนองเรียบง่ายและท่วงทำนองอ่อนหวาน ก็มักจะขายกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชายและหญิง ในระดับหนึ่ง ซึ่ง โดยมากเป็นชนระดับล่างหรือคนต่างจังหวัด หรือหากเป็นเพลงประเภทป๊อปรีดิก ก็สนองต่อกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชายที่ค่อนข้าง เป็นวัยรุ่นที่รักความอิสระและสนุกสนาน หรือเป็นวัยรุ่นหญิงที่มีความอิสระ เชื่อมั่นในตัวเอง หรือเป็นผู้หญิงแกร่ง และหากเป็นเพลงประเภทป๊อปเพื่อชีวิต ก็มักจะสนองต่อกลุ่มผู้ฟังที่เป็นผู้ชายเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นภาพผู้ชายที่สร้างขึ้นเพื่อสนองต่อกลุ่มผู้ฟังแต่ละกลุ่มจึงมีหลายแบบ

ผู้ผลิตจึงต้อง เสนอภาพผู้ชายเหล่านั้นหลาย ๆ แบบ เพื่อที่ว่าแบบใดจะ เป็นที่ยอมรับ หรือนิยมที่จะสามารถทำให้เทปเพลงขาย ได้มากที่สุด จึงจะ เห็นว่าหากเพลงแนวใดที่ได้รับความนิยมบริษัทเทปเพลงต่าง ๆ ก็จะมีผลิตนักร้องในแนวนั้นออกมาตามกันเป็นจำนวนมาก และพอเริ่มเสื่อมความนิยมลง ก็ผลิตแนวเพลงและภาพผู้ชายแบบใหม่ออกมาเพื่อทดลองในตลาดว่าจะเป็นที่นิยมของผู้ฟัง เพลงมีแบบใดบ้าง และเหตุใดจึงเป็นที่นิยม ซึ่งหากทำการวิเคราะห์จะทำให้เข้าใจถึงความหมายที่ผู้ผลิตใช้ติดต่อดสื่อสารกับสมาชิกในสังคมผ่านสัญลักษณ์ในแบบต่าง ๆ โดยการศึกษานักวิจัย เลือกที่จะศึกษาภาพความเป็นชายที่ถูกนำเสนอในเพลงไทยสมัยนิยม เนื่องจากในการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นพบว่า ปัจจุบันนักร้อง เพลงไทยสมัยนิยมเป็นชายเป็นส่วนใหญ่ที่ได้รับความนิยมสำเร็จเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย และภาพความเป็นชายของนักร้องเพลงไทยสมัยนิยมเหล่านี้ได้มีการปรับเปลี่ยน และยืดหยุ่นไปตามสภาพสังคม ผู้ชายที่เดิมต้องเป็นผู้นำ เข้มแข็ง และแสดงความรักได้อย่างเปิดเผยนั้น บางภาพก็มีการปรับ เช่น มีนักร้องชายแบบ

นุ่ม ๆ หรือมีการเปลี่ยนเช่น ผู้ชายร้องไห้ หรือคงเดิมในแบบผู้ชายเข้มแข็ง สิ่งเหล่านี้ผู้ผลิตมีการวิเคราะห์แสดความคิดหลักของสังคมซึ่งเป็นความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติของตนซึ่งได้รับถ่ายทอดมาจากสังคมมาสร้างนักร้องชายในแบบต่าง ๆ ที่เป็นตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นหญิง และมีการประนีประนอมเพื่อเอาใจกลุ่มผู้ฟัง ซึ่งการผลิตซ้ำ การปรับเปลี่ยนและการสร้างใหม่ในกระแสความคิดเหล่านี้หมายถึงอะไร และเหตุใดกระแสความคิดเก่าและใหม่จึงอยู่ร่วมกันในสังคมได้ซึ่งในการศึกษาเรื่อง "การนำเสนอภาพความเป็นชายในเพลงไทยสมัยนิยม" จะสามารถทราบถึงกระบวนการผลิตอุตสาหกรรม ความหมาย และสัญลักษณ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่าง โลกแห่งความฝันและ โลกแห่งความจริง ซึ่งเพลงก็เป็นภาษาหนึ่งที่ที่น่าสนใจศึกษาทางสื่อมวลชน "เพราะภาษาของการติดต่อสื่อสารมิได้จำลองอยู่ที่คำพูดและตัวอักษรเท่านั้น ยังมีสัญลักษณ์อีกมากมายที่สื่อสารให้ความหมายได้ และดนตรีก็เป็นหนึ่งในสัญลักษณ์เหล่านั้นเช่นกัน" (วันชัย ธนะวังน้อย, 2524: 62)

ภาพนักร้องชายที่บริษัทผู้ผลิตเทปเพลงสร้างขึ้นในโลกแห่งสัญลักษณ์ มีทั้งภาพผู้ชายแห่งความเป็นจริงและภาพผู้ชายในอุดมคติหรือความใฝ่ฝันของกลุ่มผู้รับที่เป็นผู้หญิง ผู้ชายที่มีบุคลิกลักษณะที่อ่อนโยนนุ่มนวล เช่น เบิร์ต ธงไชย แมคอินไตย์ หรืออริสมันต์ พงษ์เรืองรอง ก็เป็นผู้ชายที่เป็นพระเอกในอุดมคติของหญิงสาว หรือภาพผู้ชายเข้มแข็ง หัว ๆ แบบ บิลลี่ โอแกน อาทูล ล้ำพูน หรือแอ๊ด คาราบาว ต่างก็เป็นผู้ชายที่มีอยู่จริงในสังคม ซึ่งการเลือกนำเสนอภาพความเป็นชายแบบใดนั้น ผู้ผลิตต้องนำเสนอให้เหมาะสมกับบทเพลงและกลุ่มผู้รับ สิ่งเหล่านี้จะสะท้อนให้เห็นถึงอุดมการณ์ในการนำเสนอภาพความเป็นชายของผู้ผลิตผ่านบทเพลงไทยสมัยนิยม ทั้งในด้านเนื้อหาของสาระของเพลงและภาพที่ผู้ผลิตสร้างให้นักร้องแต่ละคน

นอกจากวิเคราะห์เนื้อหาของ เพลง ไทยสมัยนิยมและการวิเคราะห์ภาพความเป็นชายผ่านตัวนักร้องชายแล้ว การวิเคราะห์เนื้อหาของ เพลง จะทำให้ทราบถึงอุดมการณ์ของผู้ประพันธ์เพลง การวิเคราะห์ภาพความเป็นชายผ่านตัวนักร้องชายก็เป็นส่วนที่ทำให้เข้าใจถึงอุดมการณ์ของผู้ผลิตหรือนายทุนเจ้าของบริษัทเทปเพลง และการวิเคราะห่มิวสิควิดีโอ ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เข้าใจถึงอุดมการณ์ของผู้ผลิตมิวสิควิดีโอ หรือศิลปินผู้สร้างงานศิลปะในเชิงการค้า ซึ่งต้องสัมพันธ์กับอุดมการณ์ของผู้ผลิตเจ้าของบริษัทเทปเพลง จึงสามารถทำให้เห็นภาพความเป็นชายได้ชัดเจนขึ้น ในปัจจุบันบริษัทเทปเพลงใช้มิวสิควิดีโอเป็นสื่อในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เทป

เพลงและตัวศิลปินนักร้อง เพื่อการจำหน่ายเทปเพลงให้มากที่สุด ซึ่งจะเห็นว่าปัจจุบันการสร้างนักร้องของบริษัทเทปเพลงบางค่ายก็ให้ความสำคัญกับบุคลิก หน้าตา ของผู้ที่มาจะเป็นนักร้องมากกว่าคุณภาพของเสียง หรือความสามารถในการร้องเพลง เนื่องจากมีการแข่งขันทางธุรกิจสูง บริษัทเทปเพลงต่างๆ จึงต้องพยายามสร้างนักร้องหลายแบบที่คาดว่าจะได้รับความนิยมออกจำหน่าย จึงมีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการผลิตความมีชื่อเสียง บุคลิก หน้าตา ความเป็นคาราที่สามารถดึงดูดใจผู้ฟังและผู้ชม ได้กล้วนนำมาเป็นจุดขาย เพราะหลังจากปี พ.ศ. 2524 วงการเพลงไทยสากลเริ่มเติบโตขึ้นจากการผลิตในระบบครอบครัวก็เริ่มผลิตเป็นระบบอุตสาหกรรม บริษัทเทปเพลงต่างให้ความสนใจในธุรกิจนี้กันอย่างจริงจัง ดังนั้นการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์จึงถูกนำมาใช้เพื่อดึงดูดใจผู้ฟัง สื่อวิทยุซึ่งเคยเป็นสื่อหลักในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพลง เพื่อความบันเทิงก็เริ่มกลายเป็นสื่อเพื่อการค้า เมื่อผู้ดำเนินธุรกิจนี้มีมากขึ้น การแข่งขันก็ย่อมสูงขึ้น ดังนั้นวิทยุจึงไม่เพียงพอสำหรับธุรกิจเทปเพลงต่อไป เมื่อสื่อโทรทัศน์เข้ามามีบทบาทในการเสนอสิ่งบันเทิง โทรทัศน์ก็ถูกนำมาเป็นสื่อเพื่อการเสนอรายการเพลง แต่ต่อมาเมื่อเพลงไทยสากลมีการพัฒนารูปแบบไปอย่างรวดเร็ว การเสนอรายการเพลงจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบตามไปด้วย ประกอบกับเพลงไทยสมัยนิยมที่เข้ามาแทนที่เพลงไทยสากลแบบเดิม ก็เป็นเพลงที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นการเสนอรายการเพลงที่นำนักร้องมาขึ้นร้อง เพลงตามแผ่นเสียงก็เปลี่ยนมาเป็นการนำเสนอด้วยมิวสิควิดีโอ (Music video) มิวสิควิดีโอจึงเป็นสื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทในวงการเทปเพลง เป็นภาษาใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อสื่อสารกับกลุ่มวัยรุ่น โดยเฉพาะเพื่อเป้าหมายทางการค้า โดยการนำความคิดมาแปรรูปเป็นภาษาให้เข้าใจได้ด้วยกระบวนการผลิต หรือเป็นการนำเสนอภาพยนตร์เรื่องสั้น ๆ ประกอบบทเพลง "หน้าที่ (function) อย่างแรกของมิวสิควิดีโอคือ โฆษณาเพลงและตัวศิลปินนักร้อง" (Lull, 1987: 102) ดังนั้นภาพที่ปรากฏผ่านจอโทรทัศน์จึงเป็นจุดสนใจที่ฝ่ายผู้ผลิตให้ความสำคัญ จนบางครั้งการปั้นนักร้องใหม่จึงอาจไม่จำเป็นต้องมีเสียงที่ดีหรือมีคุณภาพ หากแต่มีบุคลิก หน้าตาดีก็เพียงพอ จึงทำให้วงการเพลงไทยสากลในบ้านเราด้วยคุณภาพ ดังที่อาจารย์ สุกกรี เจริญสุข (2532: 112) กล่าวว่า "ดนตรีในท้องตลาดที่เป็นอยู่กำลังเปลี่ยนโฉมหน้าจากประณีตศิลป์เป็นฉาบฉวยศิลป์ และมุ่งสู่พาณิชย์ศิลป์อย่าง เป็นล่ำเป็นสันเป็นเหตุสำคัญที่ทำให้ดนตรีด้วยคุณภาพพลง และช่องว่างระหว่างชื่อเสียงและความสามารถของศิลปินนั้นวันจะห่างออกไปทุกขณะ"

มิวสิกวิดีโอมีการพัฒนารูปแบบเพื่อดึงดูดใจผู้ชมอยู่เสมอ ดังนั้นมิวสิกวิดีโอรูปแบบเดิมที่เน้นร้องมาร้องประกอบเทปเพลง ที่เรียกว่า ลิบซิงค์ (lipsync) และมีฉากประกอบ ก็เริ่มเปลี่ยนเป็นการเสนอเรื่องราวประกอบบทเพลง จนกระทั่งในปี พ.ศ.2527 มิวสิกวิดีโอได้รับการพัฒนาให้มีเนื้อหาและเรื่องราวประกอบเพลงอย่างสมบูรณ์ขึ้น มีการถ่ายทำในสถานที่จริง จากมิวสิกวิดีโอชุดโปทะเล ของปานศักดิ์ รังสิพราหมณกุล ที่ผลิตโดยบริษัทในทีสโอดโปรดักชั่น "ณ จุดนี้เองที่มิวสิกวิดีโอเปิดตัวขึ้นในบ้านเราอย่างจริงจัง" (อิตเวฟในวงการมิวสิกวิดีโอ, 2529: 60-65) มิวสิกวิดีโอจึงเป็นสื่อหลักในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพลงในปัจจุบัน แม้ว่าเรื่องราวที่เสนอในมิวสิกวิดีโอจะเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับความรัก ความผูกพันของหญิงชายตามเนื้อหาของบทเพลง แต่ก็มีการเลือกในสัญลักษณ์มากมาย ใช้การให้ความหมายภาพผู้ชายที่ถูกนำเสนอ ในมิวสิกวิดีโอเป็นสัญลักษณ์หนึ่งที่สะท้อนถึงค่านิยมหรือความเชื่อเกี่ยวกับผู้ชายในสังคม ดังนั้นมิวสิกวิดีโอจึง เป็นสื่อที่สะท้อนเรื่องราวในโลกแห่งความจริงที่เราได้เรียนรู้ผ่านโลกแห่งสัญลักษณ์ เนื่องจากมนุษย์เรามีได้อาศัยและมีชีวิตอยู่ในโลกแห่งความจริงทั้งหมด แต่มนุษย์ยังต้องดำเนินชีวิตและทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยอาศัยการอ่านความหมายจากโลกแห่งสัญลักษณ์ที่ส่งผ่านสื่อมวลชน มิวสิกวิดีโอเป็นส่วนหนึ่งของ เพลงไทยสมัยนิยมที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ในวงการ เพลงไทยสมัยนิยมในปัจจุบัน ดังนั้นการศึกษาเพลงไทยสมัยนิยมจึงจำเป็นต้องศึกษาวิเคราะห์สัญลักษณ์ในมิวสิกวิดีโอด้วย เพื่อช่วยให้เห็นภาพความเป็นชายชัดเจนขึ้นและยังสามารถนำมาเปรียบเทียบกับภาพที่วิเคราะห์จากเนื้อเพลง ได้อีกว่ามีความเหมือนหรือต่างอย่างไร

จากที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นข้อยืนยันได้ที่ว่าดนตรี เป็นการสื่อสารหนึ่งซึ่งมนุษย์ใช้สื่อสารถ่ายทอดอุดมการณ์สืบทอดจากคนรุ่นหนึ่ง ไปยังอีกรุ่นหนึ่ง ดังที่ บุญยงค์ ศุทธิโรจน์ (2529:2-3) กล่าวไว้ว่า

ดนตรีเป็นสิ่งที่สะท้อนและ เสริมสร้างสังคม มันเป็นภาษาพูดของคนหนุ่มสาวและสำหรับผู้หญิงดนตรีเป็นจิตวิทยาอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกถึง เสรีภาพ และสำหรับผู้เล่นดนตรีก็เป็นเสรีภาพแห่งการแสดงออกทางศิลปะนั่นเอง ดนตรีสมัยนิยม (pop music) เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมวิทยา (sociological phenomenon) อย่างหนึ่ง ส่วนหนึ่งอาจเนื่องมาจากการที่มันสะท้อนถึงความยึดหยุ่น ความเติบโต และความเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยเฉพาะคนหนุ่มสาว....

ตั้งขึ้นการศึกษาวิจัยเรื่อง "การนำเสนอภาพความเป็นชายในเพลง ไทยสมัยนิยมจึงเป็นการศึกษาเพื่อเข้าใจถึงสมาชิกในสังคมที่มีส่วนทำให้สังคมมีการเปลี่ยนแปลง และเป็นหน้าที่หนึ่งที่ผู้วิจัยและศึกษาทางด้านสังคมศาสตร์พึงกระทำ วิชานิเทศศาสตร์ก็เป็นสาขาวิชาแขนงหนึ่งทางสังคมศาสตร์ที่มุ่งแสวงหาความรู้เกี่ยวกับติดต่อสื่อสารของมนุษย์ซึ่ง เป็นหน้าที่หนึ่งของสังคม สังคมจะไม่สามารถดำรงอยู่ได้หากปราศจากเสียซึ่งระบบการติดต่อสื่อสารที่สมาชิกของสังคมสามารถเข้าใจ เรียนรู้ และรับรู้ร่วมกันได้ สังคมมนุษย์จึงต้องมีระบบการติดต่อสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ (symbolic communication) เพื่อก่อให้เกิดการผดุงไว้ซึ่งค่านิยมร่วมกัน (common value) รวมทั้งเป็นการสร้างอำนาจบังคับ (sanction) ในกิจการต่าง ๆ ของสังคมด้วย การวิจัยเรื่องภาพพจน์ความเป็นชายในเพลง ไทยสมัยนิยม จึงเป็นการศึกษาที่จะช่วยให้เข้าใจถึงอุดมการณ์ของผู้ผลิตเพลง และอุดมการณ์ของสังคมทั้งที่เป็นค่านิยมกระแสหลักและกระแสความคิดที่ได้มีการปรับเปลี่ยนนั้นว่าสามารถดำรงอยู่ในสังคมได้อย่างไร และหมายถึงอะไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ภาพพจน์ความเป็นชายในเพลง ไทยสมัยนิยม
2. เพื่อทราบถึงอุดมการณ์ของผู้ผลิตเพลง ไทยสมัยนิยมและมิวสิควิดีโอในการสร้างภาพผู้ชายเป็นสินค้า
3. เพื่อทราบถึงลักษณะ รูปแบบ ความเป็นชายที่ได้รับความนิยม และ เป็นที่ยอมรับในสังคม
4. เพื่อทราบถึงกระบวนการนำเสนอภาพความเป็นชายในเพลง ไทยสมัยนิยม

ขอบเขตของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการนำเสนอภาพความเป็นชายในเพลง ไทยสมัยนิยมระหว่างปี พ.ศ. 2531-2533 ซึ่งนับเป็นช่วงที่ธุรกิจเทปเพลงมีการผลิตในระบอบอุตสาหกรรมคือหลังจากที่ได้มีการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายลิขสิทธิ์ฉบับปี พ.ศ. 2522 ธุรกิจเทปเพลงได้เติบโตขึ้นในระบบครอบครัว กระทั่งปี พ.ศ. 2524 เป็นต้นมา ธุรกิจเทปเพลงได้เริ่มกลายเป็นระบบ

อุตสาหกรรมอย่างค่อยเป็นค่อยไป จนกระทั่งปี พ.ศ.2531-2533 ซึ่งถือว่าเป็นช่วงปัจจุบันที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา มีความเด่นชัดของอุตสาหกรรมเทปเพลง โดยมีลักษณะการผูกขาดทางการผลิตในวงการเทปเพลง

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงกระบวนการผลิตและวิธีการนำเสนอภาพความเป็นชายในเพลงไทยสมัยนิยมใน 2 ส่วน คือ

1. ศึกษาถึงบริษัทผู้ผลิตเทปเพลง
2. ศึกษาตัวบท (text) ของบทเพลงไทยสมัยนิยม ซึ่งประกอบด้วย "ภาพ" และ "เพลง"

1. ศึกษาถึงบริษัทผู้ผลิตเทปเพลง ผู้วิจัยได้ทำการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 6 บริษัท ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำการผลิตสร้างสร้งงานเพลง และโปรโมชัน ได้แก่ บริษัท แกรมมีเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด บริษัท อาร์.เอส.โปรโมชัน จำกัด บริษัท นิธิทัศน์ โปรโมชั่น จำกัด บริษัท คีตา เรคคอร์ดส จำกัด บริษัท เอสพี. ศุภมิตร จำกัด และบริษัททรกไฟดนตรี จำกัด ทั้ง 6 บริษัทดังกล่าวจะมีความแตกต่างกันในขนาด คือมีทั้งที่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ บริษัทขนาดกลาง บริษัทขนาดเล็ก ซึ่งจะทำให้เห็นสภาพการดำเนินธุรกิจของแต่ละบริษัท

2. ศึกษาเนื้อหาของบทเพลงไทยสมัยนิยม ซึ่งประกอบด้วย "ภาพ" และ "เพลง" โดยการวิเคราะห์เทปเพลงจำนวน 180 ชุด ที่เป็นผลงานเพลงของนักร้องชายในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2531-2533 โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกโดยมีเกณฑ์พิจารณา ดังนี้

- 2.1 เป็นผลงานเพลงของนักร้องชายล้วน
- 2.2 เป็นผลงานเพลงไทยสมัยนิยมที่ประพันธ์ขึ้นใหม่สำหรับนักร้องคนนั้นหรือคนนั้น ๆ โดยเฉพาะ เช่นชุดบุมเมอแรง โดย ธงไชย แมคอินไตย์ เป็นต้น
- 2.3 หากเป็นผลงานเพลงที่มีนักร้องอื่นผลิตเป็นเทปคาสเซ็ทเพื่อจำหน่ายมาก่อนแล้ว ต้องขับร้องโดยนักร้องคนใหม่หรือคณะใหม่ เช่น ชุดที่สุคนธ์พรารักษ์ โดยคุณพล แก้วกาญจน์ ทั้งนี้ไม่รวมถึงผลงานเพลงเก่าที่นำมาขับร้องใหม่โดยนักร้องเดิมเจ้าของผลงาน เช่น ชุด 180 เดือน โดยชัยรัตน์ เทียบเทียม เป็นต้น

2.4 การศึกษานี้ไม่รวมถึงผลงานเพลงต่อไปนี้

- ก. รวมเพลงฮิตต่าง ๆ เช่น ชุดความทรงจำหมายเลข 1 โดยวงเรนโบว์ รวมฮิตไมโคร โดย วงไมโคร เป็นต้น
- ข. เพลงแปลงซึ่งเป็นการนำผลงานเพลงของนักร้องอื่นมาทำการแปลงเนื้อเพลงใหม่ เช่น ผลงานเพลงแปลงของ บุญธรรม พระประโทน
- ค. รวมเพลงจากละครโทรทัศน์ เช่น ชุด ของแท้ ชุด รักและคิดถึง โดย บดินทร์ คุ้ม เป็นต้น
- ง. รวมเพลงฮิตของนักร้องหลาย ๆ คนในค่ายบริษัทเทปเดียวกันเช่นชุดแม่สี โดยบริษัทแกรมมี่ฯ เป็นต้น
- จ. เพลงบรรเลง และ เพลงไทยเดิม เช่น ชุด เบียโนพาว์น โดย ภัทร ยนตรรักษ์ ชุด ลมไผ่ โดยธนิศร์ ศรีกลิ่นดี เป็นต้น

นิยามศัพท์

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้คำศัพท์อธิบายเรื่องราวการวิจัยซึ่งอาจแตกต่างไปจากภาษาเขียนทางวิชาการอยู่บ้าง จึงขออธิบายคำศัพท์เหล่านั้นให้เป็นที่เข้าใจร่วมกันดังนี้

1. ภาพความเป็นชาย หมายถึง ภาพพจน์และภาพลักษณ์ที่แสดงถึงลักษณะทางกายภาพและพฤติกรรม ความคิด ความรู้สึก การแต่งกาย ท่าทางการแสดงออกซึ่งผู้ผลิตได้แนวคิดเกี่ยวกับภาพผู้ชายจากประสบการณ์ชีวิต การสั่งสอนและการเรียนรู้จากสังคมแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

1.1 ภาพความเป็นชายในแบบผู้ชายสุขภาพและสวยงาม หมายถึง ผู้ชายที่มีลักษณะท่าทางการแสดงออกที่สุขภาพอ่อนโยน นุ่มนวล แต่งกายด้วยเสื้อเชิ้ตผูกเนคไท หรือเสื้อยืดสุขภาพ ผมตัดสั้นสุขภาพ หน้าตาสะอาดน่าอ่าน

1.2 ภาพความเป็นชายในแบบผู้ชาย เข้มและแกร่ง หมายถึง ผู้ชายที่มีลักษณะท่าทางการแสดงออกที่เข้มแข็ง คุดัน อารมณ์รุนแรง แต่งกายด้วยเสื้อแจ็กเก็ตและกางเกงยีนส์หรือหนัง ผมยาวรุงรัง หรือตัดสั้นจนเกเรียน หน้าตาเข้มด้วยการไว้หนวดหรือเครา

2. เพลงไทยสมัยนิยม หมายถึง เพลงที่มีเนื้อร้องเป็นภาษาไทย ส่วนดนตรีเป็นแนวสากลที่ประยุกต์ดัดแปลง ใช้กับเนื้อร้องภาษาไทยอย่างกลมกลืน โดยการแต่งทำนองและเนื้อร้องตามหลักทฤษฎีสากล บรรเลงด้วยเครื่องดนตรีสากลเป็นส่วนใหญ่ และเป็นเพลงที่ได้รับความนิยมในช่วงเวลาหนึ่งของสังคมหนึ่ง ๆ ซึ่งโดยมากเป็นวัยรุ่น ผู้วิจัยได้แบ่ง เพลงไทยสมัยนิยมไว้ 6 ประเภทดังนี้

2.1 เพลงป๊อป หมายถึง เพลงแนวสตริงที่มีทำนองอ่อนหวาน มีการใช้แนวดนตรีแบบสากล เนื้อหาสาระส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับความรัก ลีลา น้ำเสียงที่ใช้จะอ่อนหวาน อุดอ้อน

2.2 เพลงป๊อปรีด หมายถึง เพลงแนวสตริงที่ใช้จังหวะรีด (Rock) ของตะวันตก ซึ่งมีการปรับระดับความหนักแน่น รุนแรง ให้เหมาะสมกับเนื้อหาสาระแบบไทย ๆ และกลุ่มผู้ฟังเพลง ลีลาการร้องและน้ำเสียงที่ใช้จะลงเสียงหนักกระแทกจังหวะ

2.3 เพลงป๊อปลูกทุ่ง หมายถึง เพลงลูกทุ่งเดิมที่มีการผสมผสานของดนตรีในแนวป๊อป มีความเป็นสตริงมากขึ้นจากเพลงลูกทุ่งพื้นบ้านแท้ ๆ แต่ลีลาการร้องและน้ำเสียงที่ใช้ยังคงเป็นการร้องในแบบลูกทุ่ง คือร้องแบบเหนือ ๆ

2.4 เพลงป๊อปเพื่อชีวิต หมายถึง เพลงเพื่อชีวิตที่มีการดัดแปลงผสมผสานกับดนตรีตะวันตกมากขึ้น เนื้อหาสาระยังคงเสนอปัญหาสังคมและการเมืองอยู่เป็นส่วนใหญ่ แต่ปัจจุบันมีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความรักมากขึ้น แนวดนตรีก็มีการใช้แบบตะวันตกผสมกับแนวพื้นบ้าน ลีลาการร้องยังเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของกลุ่มเพื่อชีวิตคือร้องแบบสำเนียงพื้นบ้าน

2.5 เพลงป๊อปแจ๊ส หมายถึง เพลงไทยที่มีการนำทำนองแบบแจ๊สมาผสมผสานกับเนื้อหาแบบไทย มีการแบ่งวรรคตอนของเนื้อหาให้ลงตรงจังหวะ บ้างก็ลากเสียงยาวในบางจังหวะ หรือมีการเพี้ยนเสียงตามลักษณะ เพลงในแนวแจ๊ส เนื้อหาสาระส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับความรัก

2.6 เพลงป๊อปลูกกรุง หมายถึง เพลงไทยสากลในยุคเก่าที่นำมาเรียบเรียงดนตรีและขับร้องใหม่ให้เป็นสมัยนิยมขึ้น

3. มิลาสิควิดีโอ หมายถึง ภาพประกอบเพลงไทยสมัยนิยมที่บริษัทผู้ผลิตสร้างขึ้นให้มีเรื่องราวสอดคล้องกับเนื้อหาของบทเพลงในการนำเสนอภาพพจน์ ภาพความเป็นชายและลักษณะรูปแบบเพลง เพื่อการโปรโมทเทปเพลง โดยการบันทึกลงในวีดีโอเทป

4. กลยุทธ์ หมายถึง วิธีการที่บริษัทผู้ผลิตเทปเพลง ใช้ในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นพิเศษ เช่น กลยุทธ์การโปรโมท กลยุทธ์การนำเสนอภาพความเป็นชาย กลยุทธ์การสร้างนักร้อง เป็นต้น

5. การโปรโมชัน หรือการโปรโมท หมายถึง การโฆษณา และประชาสัมพันธ์สินค้า ซึ่งในที่นี้หมายถึงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เทปเพลง ตำนักร้อง และผลงานเพลง ซึ่งในวงการเพลงทั่วไปใช้ว่า "การโปรโมท"

ปัญหาวิจัย

1. ภาพพจน์ความเป็นชายที่ผู้ผลิตสร้างในเพลง ไทยสมัยนิยมมีลักษณะ และรูปแบบอย่างไร
2. ลักษณะ รูปแบบ ความเป็นชายที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับในสังคม เป็นอย่างไร
3. กระบวนการนำเสนอภาพความเป็นชายของนักร้อง เพลง ไทยสมัยนิยมมีวิธีการอย่างไร

ข้อตกลงเบื้องต้น

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเกี่ยวกับอุดมการณ์ของบริษัทผู้ผลิต และเนื้อหาสาระที่ผลิตออกมาเท่านั้น ไม่รวมถึงผู้รับสารหรือกลุ่มผู้ฟัง

ในการศึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาของ เพลง ไทยสมัยนิยม ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะ เพลงของนักร้องชายเท่านั้น ไม่รวมถึงนักร้องหญิงหรือนักร้องคู่ชาย-หญิง หรือวงดนตรีที่มีนักร้องหญิงรวมด้วย เนื่องจากการศึกษานี้มุ่งศึกษาภาพความเป็นชายเท่านั้น

ส่วนการวิเคราะห์นักร้องยอดนิยม ผู้วิจัยได้เลือกศึกษามิวสิควิดีโอของนักร้องยอดนิยมของผู้ชายแต่ละประเภทคือ ผู้ชายมาดหนุ่ม ผู้ชายมาดขรึม ผู้ชายมาดสนุกสนาน ผู้ชายห้าว

และผู้ชายเข้มเรียบ ซึ่งผู้ผลิตได้ทำการตอบแบบสอบถามเลือกนักร้องยอดนิยมให้จากเกณฑ์ยอดจำหน่ายเทปเพลงในชั้นดีมากที่สุดของแต่ละบริษัท

ข้อจำกัดของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์วิจัยได้เพียงในส่วนของผู้ผลิต และเนื้อหาเท่านั้น ผู้วิจัยไม่สามารถศึกษาในส่วนของกลุ่มผู้บริโภค เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเวลาและกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมาก

นอกจากนี้ข้อมูลจากบริษัทผู้ผลิตเทปเพลงที่ได้จากการสัมภาษณ์นั้น ข้อมูลบางอย่างเป็นความลับทางการตลาดซึ่งผู้ผลิตไม่สามารถให้รายละเอียดได้อย่างถี่ถ้วน ผู้วิจัยจึงต้องทำการวิจัยภาคสนามเพิ่มเติม โดยการเข้าทำงานในบริษัท คีตา เรคคอร์ดส จำกัด ดังนั้นตัวอย่างที่ยกมาประกอบส่วนใหญ่จึง เป็นตัวอย่างจากบริษัทคีตาฯ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงลักษณะ รูปแบบความเป็นชายในเพลงไทยสมัยนิยมและรูปแบบที่ได้รับความนิยม
2. ทราบถึงกระบวนการผลิตและการนำเสนอภาพความเป็นชายในเพลงไทยสมัยนิยม
3. เข้าใจถึงความหมายที่อ่านจากสัญลักษณ์ในเพลงไทยสมัยนิยมและมิวสิควิดีโอซึ่งทำให้เข้าใจถึงโลกแห่งความเป็นจริง หรือความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติของมนุษย์และสังคม
4. เป็นการสะสมความรู้ด้านสังคมศาสตร์ที่เกี่ยวกับมนุษย์และสังคม ในส่วนที่สัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชน
5. ผลที่ได้จากการวิจัยนี้จะ เป็นพื้นฐานในการศึกษาเรื่อง เกี่ยวกับเพลงไทยสมัยนิยมและมิวสิควิดีโอในอนาคตต่อไป

6. เป็นแรงกระตุ้นและผลักดันให้ผู้ที่ศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ ให้ความสนใจศึกษาวิจัย เรื่องของมนุษย์และสังคมให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ความคลาดเคลื่อนของงานวิจัย

การวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้วิธีสังเกตวิทยาในการวิเคราะห์ ซึ่งต้องมีการวิเคราะห์พิจารณา จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ประกอบการวิเคราะห์ด้วย (text) จึงอาจมีความคลาดเคลื่อน เนื่องจากข้อมูลจากการสัมภาษณ์อาจมีข้อมูลบางส่วนเป็นข้อมูลทางการตลาดซึ่งไม่สามารถเปิดเผยได้



ศูนย์วิทยพัทธยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย