

## บทที่ 7

### การศึกษากระบวนการสร้างภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่

ในการผลิตและสร้างสรรค์ผลงานของนักร้องหญิงสักหนึ่งคน สำหรับในปัจจุบันค่อนข้างจะแตกต่างจากสมัยก่อนมาก ในหลายประการ เช่น สมัยก่อนงานเพลงที่จัดทำขึ้นค่อนข้างเป็นไปในรูปแบบศิลปะเพื่อศิลปะมากกว่าที่จะเป็นไปในเชิงธุรกิจพาณิชย์ศิลป์ เช่นในปัจจุบัน และประกอบกับยุคสมัยเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปทำให้งานเพลงที่จัดทำขึ้นมาส่วนใหญ่ จะมีจุดมุ่งหมาย เพื่อการจำหน่ายเทป เพื่อให้คุ้มค่าในการลงทุนประกอบกิจการเทปเพลง และทั้งนี้ยังรวมไปถึงรสนิยมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาอีกด้วย

จากสมัยก่อนที่ผู้ฟังนิยมฟัง "เพลง" เป็นหลัก ถ้านักร้องมีเสียงอันไพเราะ และมีการประพันธ์ดนตรี ที่มีท่วงทำนองสวยงาม ก็จะทำให้นักร้องคนนั้นได้รับความนิยมได้โดยง่าย หากแต่ในปัจจุบัน ด้วยเสียงอันไพเราะของนักร้องเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถเป็นหลักประกันได้ว่านักร้องผู้นั้นจะได้รับความนิยมหรือมียอดจำหน่ายเทปที่สูง ถ้าไม่พิจารณาถึง "ภาพ" ที่มีความน่าสนใจของนักร้องที่ออกไปสู่สาธารณชน ดังนั้นนอกจากตัวเพลงแล้วภาพพจน์นักร้องยังมีส่วนสำคัญในการส่งเสริม และสนับสนุนให้เกิดความนิยมชมชอบจากกลุ่มผู้บริโภค ด้วยภาพลักษณ์อันโดดเด่นของตัวนักร้องเอง

แต่กว่าจะเป็นนักร้องสักหนึ่งคนนั้น กระบวนการสร้างภาพให้ตัวนักร้อง จึงนับเป็นกระบวนการสำคัญที่สุด ของการสร้างภาพให้นักร้องประสบความสำเร็จในงานเพลงชิ้นนั้น โดยจะสามารถสร้างความเป็นเอกภาพ (Unity) และความ เป็นหนึ่งเดียวให้กับผลงานเพลง เพื่อให้ทั้งผลงานเพลงและภาพลักษณ์ของนักร้อง ที่ออกไปมีความลงตัวมากที่สุด

ปัจจุบันเกือบจะทุกบริษัทเพลงได้ให้ความสำคัญกับการสร้างภาพมากเป็นพิเศษ โดยจะรวมอยู่ในขั้นตอนที่เรียกว่า การผลิตและสร้างสรรค์ผลงานเพลง (production) และยังมี การนำเอาหลักการตลาด (marketing) มาใช้กับการผลิตผลงานเพลง โดยมีการทำการศึกษาวิจัยถึงกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดต่างๆ ส่วนแบ่งการตลาดระหว่างบริษัทเทปเพลงด้วยกันเอง รวมไปถึง การศึกษาความนิยมของตลาดในระดับต่างๆ เพื่อการผลิตผลงานออกมาให้ตรงกับกระแสแนวเพลงหลักในขณะนั้น ๆ ได้

สำหรับในขั้นตอนการสร้างสรรคภาพให้กับนักร้องคนหนึ่ง ๆ นั้น จะต้องผ่านกระบวนการอยู่หลายขั้นตอน อาทิเช่น ต้องผ่านเกณฑ์การคัดเลือกนักร้อง มีการทดสอบความสามารถในด้านารร้องเพลงหรือความสามารถพิเศษอื่น ๆ การพูดคุยกับตัวนักร้อง การวางแผนความคิดในงานเพลง การสร้างภาพบุคลิกที่ชัดเจนให้นักร้อง และการประชาสัมพันธ์หรือการโปรโมชันในสิ่งต่าง ๆ

จากนักร้องหญิงที่มีภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ทั้ง 19 คน ส่วนใหญ่จะเป็นการดำเนินการสร้าง ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันในพื้นที่ขั้นตอนการสร้างนักร้อง โดยทั่วไป หากแต่จะมีความแตกต่างในรายละเอียดของแต่ละขั้นตอน โดยผู้วิจัยจะขอแบ่งเป็นกระบวนการการสร้างภาพออกเป็นขั้นตอนใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้

1. การคัดเลือกและการแสวงหาความเป็นตัวตนของนักร้อง
2. การวางแผนความคิดหลักงานเพลงและการกำหนดภาพลักษณ์
3. การส่งเสริมประชาสัมพันธ์และการโปรโมชัน

## 1. การคัดเลือกและการแสวงหาความเป็นตัวตนของนักร้อง

ในบรรดานักร้องที่มีภาพลักษณ์ความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ทั้ง 19 คน ต่างต้องผ่านการคัดเลือก และค้นหาโดยทีมงานของบริษัทเพลง เมื่อพิจารณาจากนักร้องหญิงทั้ง 19 คนแล้ว จะเห็นได้ว่าการคัดเลือกมาจากกลุ่มบุคคลดังต่อไปนี้

1.1 กลุ่มผู้มีชื่อเสียงมาก่อน ในกลุ่มนี้ผู้หญิงที่มาเป็นนักร้องจะมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของประชาชนมาก่อน อาจจะมาจากนักแสดง นางแบบ ที่เคยผ่านงานด้านการแสดงละครชุดทางโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือโฆษณา เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ในฐานะ "ดาราดัง" ก่อนที่จะก้าวมาเป็นนักร้อง โดยที่ไม่ได้มีความรู้พื้นฐานทางดนตรีมาก่อน บางคนก็อาศัยความมีพรสวรรค์ทางด้านดนตรี ประกอบกับการมีใจรักทางด้านร้องเพลง จึงเข้ามามีผลงานทางด้านนี้ ในขณะที่บางคนก็เห็นว่าเป็นอีกบทบาทหนึ่งที่น่าจะลองทำ โดยอาศัยการฝึกฝนการร้องเพลง ทั้งนี้จากการชักชวนจากบริษัทผู้ผลิตเอง

นักร้องหญิงที่ก้าวมาจากความมีชื่อเสียงมาก่อน ในกลุ่มนี้ได้แก่ มาชา วัฒนพานิช ตวีรัก รักการดี เพ็ญพักตร์ ศิริกุล ใหม่ เจริญปุระ อลิษา อินทุสมิต ภัทรวรินทร์ ทิมกุล ณททัย พิจิตรา

อลิษา อินทุสมิต ได้กล่าวถึง การก้าวเข้ามาเป็นนักร้องว่า

" มีพี่จากแกรมมี่ เข้ามาชวน และคิดว่าได้โอกาสอะไรบางอย่าง ซึ่งคนอื่นจะหายากนะค่ะ คิดว่าถ้าไม่ฉวยเอาโอกาสนี้ ก็คงไม่มีอีกแล้วพี่ก็ได้ทำอะไรหลายๆอย่าง ในวงการมา อย่างเล่นหนัง เป็นพิธีกร หรือแม้กระทั่ง การถ่ายแบบแฟชั่น มันไม่ค่อยเป็นตัวเองมากสักเท่าไรนัก

คือเป็นได้นิดหน่อย ไม่มีหรอกว่า ละครเรื่องนี้เล่นเป็นตัวเองนะ ไม่ใช่ เราต้องเล่นเป็นคนโน้น คนนี้ อย่างการถ่ายแพชชั่นก็เหมือนกัน ให้โพสทำเป็น ตัวเองเซอร์ๆ ๗ ใครเขาจะให้โพสทำอย่างนั้น ไม่มีทาง มีแต่ทำหน้าที่สวยๆ ทำหน้าที่เก๋ๆ อะไรก็ว่ากันไป ซึ่งพอมาถึงตรงนี้แล้ว ยึดคิดว่า มันถึงเวลาที่จะทำอะไรเป็นเรื่องเป็นราว ที่คนหรือสื่อมวลชน จะได้เห็นจริงๆ จังๆ ว่าโอเค. ยึดทำได้

ตั้งแต่ในชีวิตการทำงานของยึด เป็นต้นมา ยึดคิดว่า นี่คือนสิ่งที่คิดว่า ได้ทำอะไรที่เป็นตัวของตัวเองมากที่สุด

ในการทำงานเพลงของยึดต้องใช้เวลา ขอให้นานหน่อย แต่ออกมา ดีๆ ดีกว่า เพราะไหนๆก็ทำงานชิ้นนี้แล้ว ยึดเองมีจุดประสงค์ที่จะทำ ไม่ใช่ทำเพื่อเงินอย่างเดียว เรื่องการร้องเพลง ยึดคิดว่าศักยภาพก็คงยังไม่มีพอ เพราะ ฉะนั้นก็เลยต้องเรียน ต้องใช้เวลา"

นอกจาก อลิสา อินทุสมิต ที่มีชื่อเสียงมาจากการเป็นนางแบบมาก่อน ก็ยังมี ตริรัก รักการดี ที่มาจากการประกวด"สาวแพรว" ในปี พ.ศ. 2529 และเป็นดารานักแสดงดาวรุ่งจากการประกวดของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 หลังจากนั้นก็เซ็นสัญญาร้องเพลงกับบริษัทคีตาฯ

" หลังจากทางคีตาฯชวนบุ่มมาร้องเพลง บุ่มก็เซ็นสัญญา แล้วปีกว่า ถึงได้เข้าห้องอัดกันจริงๆจังๆ สาเหตุที่งานมันช้า เพราะว่าตอนแรกบุ่มมักจะเกเรหนึ่งงานไปรับจ้างงานอื่นเสมอๆ แล้วไม่ค่อยมาเรียนร้องเพลง จน 6 เดือนสุดท้าย ช่วงนี้พี่เขาขอ บุ่มก็ต้องตัดใจไม่รับงานอื่น มาเรียนร้องเพลง แล้วก็ออกผลงานเพลงมาอย่างที่เราเห็น"

คุณจินตนา เจริญสนธิชัย ศรีเอทีพี ฝ่ายผลิตและสร้างสรรค์ผลงานเพลง ของ บริษัทแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ กล่าวว่า

"ก่อนจะมาเป็นนักร้องนี้ อย่างถ้าเขาเคยเป็นดารามาก่อน เขาจะต้องร้องเทสต์ดูก่อนว่าผ่านไหม สมมติว่ามีคนอยู่หนึ่งคน ร้องเพลงดีมาก แต่ไม่สามารถทำให้ใครสนุกได้เลย ไม่มีลักษณะของความเป็น entertainer เขาก็อาจจะเป็นนักร้องไม่ได้ ศักยภาพการเป็นนักร้อง นอกเหนือจากเสียงดีแล้ว เพลงดี เขาก็ต้องมีสิ่งที่เรียกว่าวิธี entertain ต่างๆ นานาตามสไตล์ของเขา ดูว่าเขามีความเป็นตัวเขาอย่างไรสดใสหรือเปล่า พวกนี้พอมาร้องเทสต์แล้วจะเห็นเลยว่าเขาทำได้ไหม

จากนั้นเราก็จะมา screen ภาพดูว่าเป็นอย่างไร ส่งให้โปรดิวเซอร์ดูว่าเป็นอย่างไร ตอนทำเพลง เราก็ต้องค้นหากันในสิ่งที่เขาร้องได้ อย่างใหม่หรือเพ็ญพิภตร์ เขามีภาพที่ค่อนข้างแข็งแรง เราก็อาจจะให้เป็นเพลงป๊อปที่มีสำเนียงร็อคหน่อยๆ อาจจะใส่ความเป็นบลูส์หรือโซลเข้าไปบ้าง แต่โดยพื้นฐานแล้ว นักร้องต้องสนใจ หรือมีความชอบในเพลงเหล่านั้นมาก่อน เราจะไม่สามารถจับให้เขาร้องอะไรก็ได้ โดยที่เขาไม่ชอบ มันจะดูเป็นการฝืนมากกว่า เพราะฉะนั้นนักร้องที่ดีเขาจะต้องรู้จักตัวเอง เขาจะหามาเองเลยว่า เขาชอบอย่างนั้นๆ ไม่ชอบอย่างนั้นๆ"

(จินตนา เจริญสนธิชัย, สัมภาษณ์, 10 กพ.2540)

1.2 กลุ่มผู้ที่มีความสามารถทางดนตรีที่เคยมีผลงานเพลงมาก่อน ในกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มผู้หญิงที่เคยมีผลงานเพลงมาก่อน และมีความสามารถทางดนตรี เช่น การเล่นดนตรี การประพันธ์เพลงทั้งเนื้อร้องและทำนองด้วยตนเอง นักร้องกลุ่มนี้ได้แก่ เสาวลักษณ์ ลีละบุตร พรรณี วิจารณ์กุล นรินทร์ ณ บางช้าง อัญชลี จงคดีกิจ และ สุกัญญา มิเกล

นักร้องทั้ง 5 คน ต่างเคยมี ผลงานเพลงมาแล้วในอดีต เช่น เสาวลักษณ์ ลีละบุตร เคยเป็นอดีตนักร้องวง สาวสาวสาว มีผลงานที่ทำชื่อเสียง อาทิเช่น ชุด รักปักใจ ชุด ประตู่ใจ ชุด ในวัยเรียน ฯลฯ หลังจากทิ้ง สาวสาว สาว ได้แยกตัวออกไป ด้วยความสามารถในการประพันธ์เพลง เสาวลักษณ์ ลีละบุตร จึงมีตำแหน่งประจำเป็นนักประพันธ์เพลงในบริษัทแกรมมี่ และมีผลงานมาแล้ว 2 ชุดคือ ชุด บันทึกของดอกไม้เหล็ก และ ชุด ชีวิตและจิตใจ

พรรณี วิจารณ์กุล หรือ อัยย์ เคยมีผลงานกับวง เอ็กซีท มาก่อน และจบการศึกษามาทางด้านดนตรี นรินทร์ ณ บางช้าง เคยร้องเพลงกับวงของบิดาคือ ช.อ้น ณ บางช้าง และถนัดการร้องเพลงแนวร็อค และเฮฟวี่

ส่วน อัญชลี จงคดีกิจ เคยมีผลงานชุด หนึ่งเดียวคนนี้ และ สะดุดรัก ที่สร้างความนิยมให้ อัญชลีเป็นตัวแทนของ ร็อคเกอร์สาวในยุคนี้ ด้วยบุคลิกที่เหมือนผู้ชาย ท่าทางห้าวๆ เป็นตัวของตัวเอง การใส่กางเกงยีนส์สีดำ เสื้อหนังสีดำ เป็นสัญลักษณ์ของวัยรุ่นในขณะนั้น

สุกัญญา มิเกล ก็เคยมีผลงานเพลงชุดแรก คือชุด หน้ากาก กับค่าย VIP มาก่อน และมีความสนใจ ติดตามผลงานเพลงร็อคต่างๆ อยู่เสมอ เนื่องจากเป็นความสนใจส่วนตัวในเพลงประเภทดังกล่าวมากเป็นพิเศษ

นอกจากนี้ สุกัญญา มิเกล ซึ่งเป็นนักร้องหญิงคนหนึ่งที่มีลักษณะภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ ยังเคยร้องเพลงเป็นอาชีพมาก่อนจะมาออกผลงานเพลง ยังได้กล่าวถึง ขั้นตอนต่างๆก่อนที่เธอจะมาเป็นนักร้องในสังกัดบริษัท วอร์นเนอร์ฯ ว่า

"จริงๆ แล้วนี่ มิเกลมีอัลบั้มชุดแรกเมื่อวันที่ 12 เดือน พ.ย.พ.ศ.2537 เริ่มเข้าค่ายนี้ชื่อ VIP มีคุณตั๋วย เศรษฐา เป็นคนดูแลเป็นค่ายใหม่ในตอนนั้น ซึ่งตอนนั้นกำลังเกิดค่ายใหม่กันเยอะแยะมากมาย มีสโตน มีอะไรต่างๆพวกนี้

เมื่อก่อน เราร้องเพลงอาชีพอยู่ในฉบับชื่อบลูจิ้นส์อยู่แถวซอยรางน้ำ พอได้มาออกเทปกับ VIP พอไปได้สัก 4-5 เดือน เราก็ขอยกเลิกกับทาง VIP เนื่องจากมีปัญหาบางอย่าง ต่อจากนั้นก็ว่างงานไปสักพัก แต่ก็ยังเป็นนางแบบและนักแสดงอยู่บ้างประปราย หลังจากนั้น มันจะมีคาราบาวกำลังทัวร์ชุดข้างใต้ เราก็เลยแจมกับเขาเรื่อยไปเหนื่อยันได้ ได้งานละ 2 พัน ร้องทีละ 4-5 เพลง ร้องเพลงสากลให้กับคุณอ๊อด โอภากุล แล้วก็แกะเพลงในอัลบั้มหน้ากาก อัลบั้มแรกให้ 2-3 เพลง เราก็หาเพลงอะไรพวกนี้มา เพลงสากลบ้าง ลูกทุ่งบ้าง พอทัวร์ตอนนั้นเราก็ไปเข้าห้องอัด Center Stage บ่อย ๆ พอดีเจอ คุณป๋ม พงษ์พรหม สนิทวงศ์ ณ อยุธยา วงดาวัน เขาเห็นเข้า เขาก็ถามว่าชอบเพลงร็อคไหม เราก็ว่าชอบ ชอบร็อคแอนด์โรลไหม ก็ชอบจะเป็นร็อคอะไรก็ชอบหมด หลังจากนั้น ประมาณสัก 2 เดือน 3 เดือน เขาให้คนมาตามหาตัว เพื่อที่จะไปทำเพลงในวอร์นเนอร์ แต่วิธีที่เขาคัดเลือกเขาไม่ได้คัดเลือกที่เราเป็นมิเกล แต่เขาไปเอาเพลงชุดหน้ากากมาฟัง คุณป๋ม-พงษ์พรหม ฟังเสียงร้อง ฟังวิธีการร้อง ค่าที่ใช้ในการร้องเพลง เวลาร้องเพลงค่าเป็นอย่างไรพี่ป๋มจะรู้ดี และมีความรู้สึกว่ามันน่าจะน่าจะทำเพลง สรุปลงแล้วคุณป๋ม เขาเห็นเราแล้วก็เลยชวนไปทำเพลงกับวอร์นเนอร์"

(สุกัญญา มิเกล, สัมภาษณ์, 31 มค.2540)

คุณมรธา รัตนสัมพันธ์ ผู้ช่วยหัวหน้าฝ่าย เอ แอนด์ อาร์ บริษัท วอร์นเนอร์มิวสิค (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวถึงการคัดเลือกนักร้องของบริษัท ไว้ว่า

"สำหรับทางบริษัทวอร์นเนอร์มิวสิค เราจะมีโครงการที่ชื่อ "Star is born" ซึ่งจะจัดประมาณ 3 เดือนครั้ง เพื่อจะคัดเลือกนักร้องหน้าใหม่ และดูคนที่มีความสามารถ ทางบริษัทเราเน้นเสียงร้องที่มีคุณภาพจริงๆ บริษัทเราก็มีแอมมอง คือคนที่คอยหานักร้อง แต่ว่าถ้าเป็นนักร้องที่ยังไม่ได้รับการยอมรับ คือ ยังไม่มีชื่อเสียงมานี้ ก็ต้องขอดูกันก่อน อย่างสมมติว่าเราไปเจอ นักร้องที่ฉับ แล้วก็เออ...นักร้องคนนี้ ร้องดีจังเลย เราก็จะขอนัดเขาให้มา ร้องให้คณะกรรมการของบริษัททุกคนที่วอร์นเนอร์ ฟังดูก่อนเราจะมีคณะกรรมการ Board ของวอร์นเนอร์ มีพนักงาน มีพวก Sale และ อาจจะมี สื่อมวลชนบางส่วนแล้วที่สำคัญคือตัวโปรดิวเซอร์ในวงการ..."

(มรธา รัตนสัมพันธ์, สัมภาษณ์, 28 มค. 2540)

1.3 กลุ่มผู้ที่มีความสามารถทางดนตรีแต่ไม่มีชื่อเสียงมาก่อน ในกลุ่มนี้จะ เป็นกลุ่มผู้หญิงที่ไม่เคยมีผลงานทางดนตรีมาก่อน แต่เป็นบุคคลที่ทางบริษัทพิจารณา แล้วเห็นแววการเป็นนักร้อง หรือเห็นความสามารถของนักร้องว่ามีพรสวรรค์ด้าน การร้องเพลง หรือการแสดงออก

สำหรับนักร้องหญิงที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ คริสติน่า อาร์กิลาร์ เจนนิเฟอร์ คิม ทรงพรรษา วาสนรุ่งเรือง รัชดา อนันต์สวัสดิ์ รุ่งนภา เสตะสุข สร้อยสวัสดิ์ เชื้อชาติ และ อรอรีย์



นักร้องหญิงเหล่านี้ล้วนแต่เป็นผู้ที่ยังไม่เคยมีผลงานเพลง และไม่เคยมีชื่อเสียงในวงการบันเทิงมาก่อน แต่ก้าวเข้ามาในวงการเพลงด้วยการค้นพบของทีมงานจากบริษัทผู้ผลิตเพลง โดยอาจจะมีการบอกเล่าจากบุคคลในวงการเพลง ถึงความสามารถในการร้องเพลง หรือจากการไปพบเห็นเข้าโดยบังเอิญ และการสังเกตเห็นบุคลิกลักษณะอันเฉพาะตัวที่มีความแปลกหรือโดดเด่น

คุณพุมิกร ยมกกุล ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท นีโอ มิวสิค เน็ทเวิร์ค จำกัด ได้กล่าวถึงการคัดเลือกนักร้องของบริษัทว่า

"ทางค่ายนีโอของเราไม่ค่อยเหมือนค่ายอื่น ๆ ก่อนเราจะ สร้างนักร้องสักหนึ่งคน หรือจะออกอัลบั้มเพลงหนึ่งชุด บริษัทเราจะมีการทำวิจัยก่อนว่า เพลงแต่ละชนิดในวงการเพลงไทยมีอะไรได้รับความนิยมบ้าง เราสุ่มตัวอย่างจาก 2,000 คนทั่วประเทศ โดยแบ่งเป็น 10 กลุ่มเป้าหมายโดยเมื่อเสร็จแล้วสมมตินะว่าตลาดเพลงไทย มีมูลค่าราว ๆ 2,500 ล้านบาท แล้วมีเพลงแบบนี้ 5% จะเป็นเงินเท่าไรต้องทำเทปก็ม้วนมียอดขายเท่าไรจึงจะได้ตรงนั้นมา ทางนีโอเราทำเพลงทุกประเภท ทุกกลุ่มเป้าหมาย อย่างตลาดของอาร์เอส คีตา แกรมมี่ เราทำหมด เพราะเราต้องการจะ share ให้ได้หมดทุกตลาดเพราะฉะนั้นการคัดเลือกนักร้องของเรานี้ คงไม่ได้ระบุไปเลย ว่าเราจะเลือกนักร้องคนนั้นคนนี้หรือเอาคนที่ชื่อเสียงอยู่แล้วมันมีอยู่ 2 อย่างนะ คือ หนึ่งเราเลือกนักร้องของเราเองสองคือ มีนักร้องมาเสนองานกับเรา แล้วถ้าเพื่อนะเราเห็นว่าเขาทำได้ ทุกคนในบริษัทเห็นพ้องต้องกันว่า เออ.. เขาเก่งนะและก็ดูดีด้วย เราก็จะเอาเลย จากนั้นก็ต้องมาคุยกันก่อนเพื่อดูว่า เราจะทำเทปขายใคร..."

(พุมิกร ยมกกุล, สัมภาษณ์, 3 กพ. 2540)

หากว่าบุคคลนั้นยังไม่เป็นที่รู้จัก หรือยังไม่มีชื่อเสียง หลังจากมีการคัดเลือกตัวนักร้องแล้ว ทางบริษัทก็ต้องเรียกนักร้องมาคุยกันซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่ง เพื่อที่จะได้รู้ว่านักร้องมีตัวตนอย่างไร นิสัยใจคอเป็นอย่างไรและมีรสนิยมในด้านใดบ้าง อันเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้กระบวนการขั้นตอนต่อไป คือ การวางแผนความคิดหลักของงานเพลง และการกำหนดภาพลักษณ์ของนักร้องนั้นชัดเจนมากยิ่งขึ้น

"...ขั้นตอนต่อไปนะ ก็ต้องเอาตัวนักร้องมาคุยกันทุกฝ่ายตั้งแต่ฝ่ายการตลาด ฝ่ายโปรดิวเซอร์ ฝ่ายครีเอทีฟว่าจะวางแผนกันอย่างไร และที่สำคัญคือเพื่อที่จะหาตัวตนของเขาก่อนว่า เขาเป็นคนอย่างไร ชอบอะไร ฟังเพลงสไตล์ไหน ร้องเพลงแบบไหน ทำอะไรได้บ้าง และตัวเขานะอยากร้องเพลงอะไร ถนัดเพลงสไตล์ไหน เราก็มาพิจารณาว่า เราจะสามารถปรับ หรือเปลี่ยนเขาไปในแบบไหนได้บ้าง แล้วจะมีรูปแบบการชಾಯงานได้แค่ไหน..."

อย่างป๊อป... (รุ่งนภา สะเดตข) นี้นะ เราไปเจอเขาที่นครปฐม ก็ร้องเพลงกับวงพ่อวงแม่เขา พอเจอเขา เราก็เกิดความประทับใจว่า เออ เด็กผู้หญิงคนนี้ร้องเพลงได้ดีนะ เราก็พาเขามาทดสอบดู เขาก็เสียงดี

ทางนีโอ ค่อนข้างให้ความสำคัญกับเสียงมากกว่านักร้องที่เข้ามา นีโอได้นี้ ต้องมีเสียงดีและมีความสามารถในการร้องเพลงได้ดีในระดับหนึ่ง เราไม่เหมือนกับบางค่าย ที่ให้ความสำคัญกับหน้าตาหรือภาพที่ออกไปมากกว่า เสียงจะไม่ดี จะห่วยยังไงก็แล้วแต่ เขาทำ ก็จริงอยู่ ว่าเขาสามารถชಾಯเทพได้ในระดับหนึ่งมีตลาดรองรับ แต่ทางนีโอเราไม่ต้องการอย่างนั้น เราต้องการคนที่ร้องเพลงได้ดีในระดับหนึ่งแล้วเราค่อยเอาเขามาปรับปรุงให้ดูดีขึ้นโดยดูจากการพูดคุยกับตัวนักร้อง และเราก็จะดูว่า เราจะชಾಯเขาได้ในกลุ่มเป้าหมายระดับไหนบ้าง..." (พุฒิกร ยมกกุล, สัมภาษณ์, 3 กพ. 2540)

โดยทั่วไปแล้ว ในการคัดเลือกนักร้อง ทางบริษัทผู้ผลิตจะมีทีมงานคัดเลือกโดยเฉพาะ เมื่อสรรหาบุคคลมาได้แล้ว จึงจะต้องมาผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการของบริษัทอีกทีหนึ่ง เพื่อลงความเห็นกันว่า บุคคลนั้นมีความเหมาะสมอย่างไร ต้องมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงในด้านใดบ้าง โดยเกณฑ์พิจารณาคัดเลือกนักร้อง โดยพื้นฐาน มีดังนี้

1. ต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการร้องเพลงได้ดีพอสมควร ทั้งนี้ อาจจะขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละบริษัทที่จะให้ความสำคัญระหว่างน้ำเสียง หรือ ภาพลักษณ์ภายนอกของนักร้องมากกว่ากัน แต่อย่างไรก็ตามเกือบทุกบริษัทก็มักจะเน้นการมีเสียงร้องใช้ได้ มีเส้นเสียงที่เมื่อพิจารณาแล้วสามารถนำไปฝึกฝนได้ โดยที่บางบริษัทจะมีแผนการฝึกร้องเพลง หรือการอบรมด้านการใช้เสียงอย่างถูกต้องให้กับนักร้องหรืออาจจะมีการจ้างอาจารย์จากต่างประเทศมาฝึกสอนให้โดยเฉพาะ เพื่อให้มีพื้นฐานทางดนตรีมาบ้างพอสมควร จะช่วยให้มีความเข้าใจในทฤษฎีดนตรี และสะดวกในการสื่อสารให้ เข้าใจกันระหว่างโปรดิวเซอร์และนักร้อง

2. เป็นผู้ที่มีบุคลิกโดดเด่น หรือมีความสามารถในด้านการแสดงออกด้านใดด้านหนึ่ง เช่น ด้านการพูด ซึ่งนับว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการแสดงบนเวที ซึ่งสามารถก่อให้เกิดความประทับใจในตัวนักร้องคนนั้น หรือด้านการแสดง โดยบุคคลนั้นอาจจะมีประสบการณ์ด้านการแสดงละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์โดยเป็นดารานางแบบมาก่อน ทำให้เกิดจุดขายในอัลบั้มเพลงชุดนั้น ๆ ได้อย่างชัดเจนขึ้นในแต่ละบริษัทจะมีฝ่ายสร้างสรรค์ โดยมีผู้คอยกำหนดภาพของนักร้องให้ชัดเจนและมีเอกภาพซึ่งจะพิจารณาจากความเป็นตัวตนของนักร้องนั่นเอง

3. เป็นผู้ที่มีพรสวรรค์ทางด้านดนตรี อาจจะเป็นผู้ที่มีความสามารถในการเล่นดนตรี อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น กีตาร์ การที่นักร้องสามารถเล่นดนตรีได้นั้นจะเป็นส่วนช่วยเสริมบุคลิก และ แสดงให้เห็นความสามารถของตัวเอง

เป็นส่วนช่วยแสดงควมมีระดับของความเป็นนักร้องคุณภาพ หรือนักร้องอาจจะมีส่วนช่วยในการแต่งเนื้อร้องทำนองในงานเพลงของตนเอง มีส่วนร่วมในการวางแนวความคิดหลักงานเพลง ซึ่งล้วนแต่จะเป็นผลดีในการประชาสัมพันธ์ตัวนักร้องคนนั้น ๆ

สำหรับในขั้นตอนแรกนี้ พบว่านักร้องที่มีภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่นั้น ก่อนที่จะได้มาสร้างงานเพลง ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีบุคลิกโดดเด่น อาจจะเคยผ่านการแสดงละคร เป็นดาราภาพยนตร์มาก่อน เช่น มาช่า วัฒนพานิช ตีรภัทร รักการดี เพ็ญพักตร์ ศิริกุล อัญชลี จงคดีกิจ ใหม่ เจริญปุระ อลิสา อินทุสมิต ภัทรวรินทร์ ทิมกุล ณัทภย์ พิจิตรรา และรัชดา อนันต์สวัสดิ์ ซึ่งเหล่านี้เป็นบุคคลที่กลุ่มผู้บริหารรู้จักกันเป็นอย่างดี ทำให้เกิดจุดขายในความเป็นตัวนักร้องได้ชัดเจนขึ้น ภาพความเป็นผู้หญิงที่ออกไปส่วนหนึ่งก็คือ ความเป็นตัวตนของนักร้องเอง โดยทางผู้ผลิตงานเพลง เพียงแต่หาความเป็นเอกภาพในงานชิ้นนั้น ๆ จากการพูดคุยกับตัวนักร้อง

ในขณะที่อีกกลุ่มหนึ่ง คือ ผู้ที่มีความสามารถในทางดนตรี หรือการร้องเพลงมาโดยเฉพาะ เช่น อรอรีย์ เสาวลักษณ์ ลีละบุตร สุกัญญา มิเกล พรรณี วิจารณ์กุล นรินทร์ ณ บางช้าง หรือผู้ที่ทางบริษัทเห็นความสามารถในด้านการร้องเพลง เช่น สุรัสวดี เชื้อชาติ รุ่งนภา เสตะสุข คริสติน่า อาร์กิลาร์ บางคนก็เป็นนักร้องที่ผ่านการประกวดร้องเพลงชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทยเช่น ทรงพรรษา วาสนรุ่งเรือง และเจนนิเฟอร์ คิม บุคคลเหล่านี้มีความสามารถทางดนตรีอยู่ในตัว ทางบริษัทจะทำการค้นหาความเป็นตัวตนของแต่ละคน เพื่อนำมาแสดงออกในงานเพลงชิ้นนั้น โดยเน้นจุดเด่นที่ความสามารถในการร้องเพลง และเล่นดนตรีของตัวเอง

## 2. การวางแผนความคิดหลักงานเพลงและการกำหนดภาพลักษณ์

หลังจากที่ได้ผ่านการคัดเลือกและการพูดคุยกับทางบริษัทแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือ การหาแนวความคิดหลักของอัลบั้มและการกำหนดภาพลักษณ์ของนักร้อง โดยที่การวางแผนความคิดหลักนี้ ผู้ผลิตจะพยายามค้นหาและสร้างสรรค์จากบุคลิกของนักร้องคนนั้น โดยมีการปรับเปลี่ยนลักษณะภายนอก รูปแบบท่าทางการแสดงออก ให้มีลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานเพลงที่จะนำเสนอ ซึ่งแต่ละบริษัทจะยึดเอาลักษณะเด่นของผู้หญิงแต่ละคนเป็นพื้นฐาน

เมื่อพิจารณาจากนักร้องหญิงทั้ง 19 คนแล้ว อาจจะพอแบ่งรูปแบบการกำหนดภาพลักษณ์ ออกเป็น 2 รูปแบบ กล่าวคือ

2.1 การให้ความสำคัญกับลักษณะท่าทางและรูปร่างหน้าตา ในรูปแบบนี้ ผู้ผลิตมีการกำหนดภาพลักษณ์โดยดูจากรูปร่างหน้าตา ลักษณะท่าทางภายนอกก่อนอื่น นักร้องหญิงที่จัดอยู่ในประเภทนี้ คือนักร้องที่มาจากกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียง มีความเป็นดาราหรือนักแสดงอยู่ก่อนได้แก่ มาช่า วัฒนพานิช ตรีรัก รักการดี เพ็ญพักตร์ ศิริกุล ใหม่ เจริญปุระ อลิสา อินทุสมิต ภัทรวรินทร์ ทิมกุล และณัทย พิจิตรา

โดยผู้ผลิตสามารถกำหนดภาพลักษณ์ส่วนหนึ่งจากบุคลิกเดิมที่มีอยู่ก่อน โดยอาจจะสร้างเสริมให้ลักษณะพื้นฐานดังกล่าวมีความเป็นเอกภาพ(unity)และความน่าสนใจขึ้นด้วยการแต่งกาย และการแสดงออก

นักร้องในกลุ่มนี้ โดยขั้นต้นแล้ว จะมีลักษณะการร้องเพลงที่เป็นแบบธรรมดา กล่าวคือพอฟังได้เรื่อยๆ มีเสียงร้องที่ไม่โดดเด่น แต่เป็นลักษณะการร้องเพลงแบบ how to communicate สามารถสื่อสารกับผู้ชมได้ อย่างไรก็ตาม หากตัวนักร้องเองมีพรสวรรค์ด้านการร้องเพลงอยู่ เมื่อผ่านการฝึกฝนจาก

การเรียนร้องเพลงตามทฤษฎี ก็จะทำให้เสียงร้องนั้นพัฒนาตามขึ้นมาเอง

โดยช่วงเวลาก่อนที่จะออกอัลบั้มนั้น ถ้านักร้องยังไม่มีประสบการณ์ทางดนตรีที่พอเพียง หรือ ยังต้องการการฝึกฝนในด้านการอ่านโน้ตตามจังหวะ และด้านการใช้เสียง ทางแต่ละบริษัทก็จะจัดให้เข้าเรียนการร้องเพลงก่อน เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม

"เรื่องงานเพลงแต่ละชุด ทางบริษัทเราจะค่อยๆ สร้าง ค่อยๆ ทำ คิดกันไปให้ดีที่สุด กว่าที่จะผ่านชุดหนึ่ง ๆ 3-4 เดือน นักร้องต้องเอามาพัฒนาอีกเพราะเรามีสัญญาว่าจะดูแลคุณ เรามีการส่งไปเรียนร้องเพลงฝึกเพิ่มเติม ตอนนั้นเราก็มีครูเป็นฝรั่งมาจาก Berkeley มาสอนคอร์สการร้องเพลงโดยเฉพาะ ให้เขาเรียนการออกเสียง สอนกันเป็น Class ประมาณ Class ละ 3-4 คน เรียกว่าถ้าทำเพลงออกไปแล้วไม่อายุใคร"

(มรุชา รัตนสัมพันธ์, สัมภาษณ์, 25 มค.2540)

สำหรับการวางแผนความคิดหลักงานเพลง ส่วนหนึ่งก็ต้องอยู่ในการควบคุมของโปรดิวเซอร์ ซึ่งจะเป็นผู้แนะนำและคอยกำหนดลักษณะผลงานเพลง โดยการวางแผนคิดดังกล่าวส่วนหนึ่ง ก็จะต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภคด้วย โดยไม่สามารถจะทำตามความถนัดหรือความต้องการของนักร้องได้หมดทุกอย่าง

"ตำแหน่งเพลงนะ ส่วนตัวบ๊มไม่ค่อยชอบเพลงช้าเลย เพราะไม่ถนัด คือบ๊มจะชอบฟังมากกว่านะ คือเป็นผู้หญิงชอบนั่งฟังเพลงซึ้งๆ แต่ไม่ชอบร้องเลยก็บอกให้พี่เขาทำแต่เพลงเร็ว ทีมงานบอกไม่ได้ต้องมี เพราะเพลงช้าขายได้นานกว่า และอีกอย่างเพลงช้าก็จะเป็นเพลงโปรโมทด้วยเลยจำต้องมี 3 เพลง ที่เหลือเป็นเพลงเร็ว"(ตรีรัก รักการดี, สัมภาษณ์ อ้างถึงใน ข้าวสดเฉพาะกิจ 2539:88)

สำหรับการกำหนดภาพลักษณ์ ก็จะต้องดูความสำคัญจากลักษณะท่าทาง ภายนอกที่ออกไป มาสร้างสรรค์โดยดำเนินการควบคู่กับการวางความคิดหลักงาน เพลงดังกล่าว เพื่อให้เกิดความลงตัวระหว่างงานเพลงและภาพของนักร้องที่ปรากฏ ออกไป

คุณจินตนา เจริญสนธิชัย ครีเอทีฟ บริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทน เม้นท์ จำกัด กล่าวว่

"การสร้างภาพนักร้อง เราดูจากนักร้องที่ทางบริษัทส่งมาให้ อย่าง การกำหนด Concept หรือแนวเพลงอย่างนี้ที่สำคัญเราก็จะกำหนดโดยดูจาก ลักษณะนิสัย ดูจากเสียงร้องสมมติว่า ถ้าเสียงเซ็กซี่ ก็แสดงว่า ตัวแนวเพลง ก็มีสิทธิ์จะเซ็กซี่ได้ แต่ถ้าเป็นเสียงใสๆวัยยังเด็ก ก็อาจจะเป็นแนวเพลงใสๆ วัยรุ่นเด็กๆ พอเราได้เสียงร้องเป็น sound ดนตรีมาแล้ว ก็มีตัวนักร้อง ที่ยังไม่เป็นอะไรเลยมา เราก็จะมาดูว่า เขาจะเป็นอะไรได้บ้างมากน้อย แค่ไหน

อย่าง ใหม่ เจริญปุระ ท่าทางเขาเข้มแข็งสู้ชีวิต แกร่ง เพลงของเขา น่าจะออกมาในแนวร็อคนิดๆ เราจะกำหนดภาพเขาอย่างไร จะให้ใส่อะไร กางเกงยีนส์ใหม่ เพราะกางเกงยีนส์ มันให้แลดูมีความเป็นร็อคมากขึ้น ดูทะมัดทะแมง คล่องแคล่ว แต่เราก็ต้องพิจารณาด้วยว่า ตัวนักร้องมีจุดบอด ทางสรีระตรงส่วนไหนเขาใส่แล้วสวยไหม เป็นอย่างไรบ้างเรา ต้องดู movement เขาด้วยว่า เขาจะเคลื่อนไหว อย่างไรสะดวกหรือเปล่า ถ้ารูปแบบของแนวเพลงเป็นแนว dance ทำนองนี้"

(จินตนา เจริญสนธิชัย, สัมภาษณ์, 10 กพ.2540)

2.2 การให้ความสำคัญกับความสามารถและการแสดงออก ในรูปแบบนี้ผู้ผลิตจะให้ความสำคัญกับความสามารถทางดนตรีที่ผู้หญิงมี เสียงร้องและการแสดงออกที่แปลกใหม่ โดยไม่คำนึงถึงรูปร่างหน้าตาเป็นหลัก

นักร้องที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ จะเป็นผู้ที่มาจากกลุ่มบุคคลที่มีความสามารถทางดนตรีทั้งที่เคยมีผลงานเพลงมาก่อน และกลุ่มบุคคลที่ยังไม่เคยมีชื่อเสียงมาก่อน โดยอาจจะแบ่งเป็นกลุ่มย่อยได้อีก 2 กลุ่ม คือ

2.2.1 กลุ่มที่เน้นความสามารถทางดนตรี ได้แก่ เสาวลักษณ์ ลีละบุตร พรรณี วีรานุกูล นรินทร ณ บางช้าง รุ่งนภา เสตะสุข สุกัญญา มิเกล อัญชลี จงคดีกิจ และ อรอรีย์ ในกลุ่มนี้จะเป็นผู้หญิงที่มีความสามารถทางดนตรีสามารถเล่นดนตรีได้ ประพันธ์เพลงเนอร้องและทำนองได้ และมีความถนัดในการร้องเพลงแนวใดแนวหนึ่งเป็นพิเศษ เช่น สุกัญญา มิเกล และ นรินทร ณ บางช้าง ต่างเป็นนักร้องในแนวร็อคด้วยกันทั้งคู่

โดยการวางแนวความคิดหลักงานเพลง และกำหนดภาพลักษณ์ ก็จะดึงเอาจุดเด่นนั้นๆ ก็คือความสามารถ หรือ ความถนัดส่วนตัวดังกล่าว ออกมาสร้างสรรค์ ให้ปรากฏเด่นชัดขึ้น โดยมักจะเปิดโอกาสให้นักร้องเข้ามามีส่วนร่วมในการคิดและวางแผนแนวความคิดในผลงานเพลงของตนเองมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันความคิดส่วนหนึ่งก็ต้องดำเนินไป ตามหลักความเป็นไปได้ของการผลิตงานเพลง

เนื่องจากนักร้องคนหนึ่ง อาจจะชอบแนวเพลงอย่างนี้ แต่เสียงร้องและภาพลักษณ์ภายนอกเช่น บุคลิกหน้าตาหรือท่าทาง อาจจะไม่ใช่กับแนวเพลงที่ตนเองชอบและถนัดที่สุด โดยทางบริษัทก็จะพลิกแพลงปรับเปลี่ยนแนวเพลงขณะที่ก็ยังคงความสามารถของนักร้องไว้



"เราต้องการมากเลย ให้นักร้องมีส่วนร่วมในอัลบั้มให้มากที่สุด เขาสามารถบอกเรามาได้หมดเลยว่า เขาคิดอะไรอยู่บ้าง ชอบเพลงแนวไหน ถ้าเป็นแนวนี้จะออกมาเป็นอย่างไร ตัวนักร้องนะเขาสามารถคิดมาได้หมดเลย แต่ถ้าเป็นไปตามนั้นไม่ได้ เราก็จะแย้งเขา หรือนักร้องไม่มีอะไรมาเลยเรา ก็จะทำให้เขาหมด โดยมองเขาอย่างที่เขาเป็น"

(มธุรา รัตนสัมพันธ์, สัมภาษณ์, 28 มค.2540)

"หลังจากที่เราคุยกับนักร้องแล้ว เราจะให้Creative คิด Concept ออกมาว่า โอเค นักร้องคนนี้ ควรเป็นอย่างนั้นนะ ในขณะเดียวกันฝ่ายการตลาดก็ต้องออกมาทำการบ้านว่า ถ้างานออกมาให้รูปแบบนั้นะ เราจะต้องขายใคร กลุ่มเป้าหมายของเรา (target group) เป็นอย่างไร เป้าหมายไหน เด็กวัยรุ่น ผู้ใหญ่ คนในเมือง คนชานเมือง กลุ่มA+ B+ C+ อะไรพวกนั้น เราต้องดูตลาดด้วย

อย่างป๊อปปี้ จริงๆ เขาชอบเพลงแนว dance เป็นพวกเต้นรำอะไรทำนองนี้ แต่ที่สำคัญ เสียงเขา กับบุคลิกเขาที่ออกมาควรจะเป็นแนวร็อคเสียมากกว่า ก็คุยกันว่า โอเคเป็นเพลงร็อคก็แล้วกันนะ เป็นร็อคที่มีความสามารถ เป็น hero หน่อยๆ เพราะเขาเล่นดนตรีได้ ก็ให้เขามีกีตาร์ประจำตัวเขา เป็นกีตาร์สีชมพูตัวโปรด อะไรอย่างนี้ แสดงความสามารถที่เขามีอยู่ออกไป "

(พัญกร ยมกุล, สัมภาษณ์, 3 กพ.2540)

สุกัญญา มิเกล กล่าวถึงการวางความคิดให้อัลบั้มของตนเองว่า

"...จริง ๆ แล้ว การวาง Concept ทั้งหมด เริ่มต้นที่เราคุยกับคุณป๊ม ก่อน เขาจะถามว่า ตัวตนเราจริงๆ เป็นอย่างไร ชอบเพลงแบบไหนบ้าง สไตลด์นตรีที่ชอบ แนวอะไรวงดนตรีที่ชอบมีใครบ้าง คุณป๊มเป็นคนหนึ่งที่ทำ ข้อมูลจากมิเกล คนที่สองก็คือ คุณแจ๊ค (พรชัย ศรีขจร) ที่เป็นโปรดิวเซอร์ ให้อัลบั้มทั้งสองชุด คุณแจ๊คก็จะถามว่าเราชอบเพลงแบบไหน ชอบวงอะไร เพื่อจะหาตัวตนจริงๆ ที่มีเกลเป็นอยู่ตอนนั้น

พี่แจ๊คนี่ เป็นคนที่หัวทันสมัย เป็นทัพหน้า กล้าแสดง กล้านำเสนอ กล้าคิด ทุกอย่างลองหมด ส่วนนี้ทำให้เราทำงานเข้ากันได้ดี เพราะมิเกล ชอบความกล้า...

ก็สรุปได้ว่าเป็นแนวเพลงร็อค ตั้งแต่ชุด Wedtime จะมี คุณปิติ ลิมเจริญ ดูแลเรื่องการเขียนเนื้อเพลงทั้งหมดส่วนคุณแจ๊คก็จะดูแลด้านทำนอง เพลงทั้งหมดดนตรี จะเอาเป็นร็อคแบบไหน ถ้าชอบแนวร็อคละก็ จะเป็นร็อค ประมาณไหนดีส่วนเนื้อร้องคุณตุ้ (ปิติ ลิมเจริญ) ก็จะมาถามว่าจะเอา ประมาณไหน มิเกลก็จะบอกว่า เอาแนวนี้ละ หรือควรจะมีอย่างนี้บ้างนะ พูดถึงเรื่องราวแบบนี้ ดีกว่าแบบนี้..."

(สุกัญญา มิเกล, สัมภาษณ์, 31 มค.2540)

2.2.2 กลุ่มที่เน้นการแสดงออกที่แปลกใหม่ ได้แก่ คริสติน่า อาร์กิลาร์ เจนนิเฟอร์ คิม ทรงพรรษา วาสนรุ่งเรือง รัชดา อนันท์สวัสดิ์ และ สุรัสวดี เชื้อชาติ

นักร้องในกลุ่มนี้ ผู้ผลิตจะเน้นที่ความสามารถในการแสดงออกที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร โดยอาจจะไม่คำนึงถึงหน้าตา รูปร่าง อย่าง เจนนิเฟอร์ คิม สุรัสวดี เชื้อชาติ รัชดา อนันท์สวัสดิ์ แต่เน้นรูปแบบการนำเสนอที่เป็นผู้หญิงอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ไม่จำเป็นต้องสวย แต่มีบุคลิกลักษณะที่เป็นตัวของตัวเอง พร้อมกับความสามารถในการร้องเพลง โดยจะทำออกมาในลักษณะที่โดดเด่นไม่เหมือนใคร

ตัวอย่างเช่น เจนนิเฟอร์ คิม ที่ผู้ผลิตนำเอาลักษณะที่ควรจะเป็นจุดด้อย มาสร้างสรรค์ และเปิดเผยโดยทำให้กลายเป็นจุดเด่นซึ่งกลายเป็นจุดขาย และจุดที่ให้ความสนใจ โดย เจนนิเฟอร์ คิม ได้กล่าวถึงที่มาของชื่อตนเองที่ใช้เป็นชื่อผลงานเพลงว่า

"ความหมายของคำว่า JFK คือ J หมายถึง เจนนิ F หมายถึง เฟอร์ K หมายถึง คิม ที่แปลว่าทอง JENNIFER นี้พูดไปแล้ว มันคนละประเทศ ที่มาของชื่อมันมีอยู่ว่า เป็นคนเพื่อนเยอะ มีอยู่วันหนึ่งร้องเพลงอยู่ ก็มีพี่คนหนึ่งตะโกนเรียก เจนนิเฟอร์ เราก็งอ๊ะ พี่เขาเรียกใคร เขาก็บอกเรียกเรานั้นแหละ คิมก็อู้ พี่หน้าอย่างนั้นะ เจนนิเฟอร์ พี่เขาบอกเปล่าหรือกเห็นตัวใหญ่ๆ คล้ายกับเฟอร์นิเจอร์ ที่นั่งอยู่ก็เลยเรียกให้เขียนไปอย่างนั้นเอง จากคำว่า เฟอร์นิเจอร์ เลยกลายเป็น เจนนิเฟอร์ คิมก็ปังขึ้นมา เพราะคนจีนฮ่องกงเขาจะมีชื่อภาษาอังกฤษกันก็เลยออกมาเป็น เจนนิเฟอร์ คิม หรือ หมวยอินเตอร์ ลูกครึ่งจีน-ไทยที่ชอบร้องเพลง"

สำหรับ คริสติน่า อาร์กีลาร์ และ ทรงพรรษา วาสนรุ่งเรื่องต่างเป็นนักร้องในแนวเต้นรำ โดยผู้ผลิตจะใช้ลักษณะที่เปิดเผย กล้าแสดงออกของผู้หญิงรุ่นใหม่ ในตัวคริสติน่าและทรงพรรษามาเป็นจุดเด่น ในการกำหนดภาพลักษณ์ ทำให้เกิดการแสดงออกที่แปลกใหม่ มีความน่าสนใจ และ น่าติดตาม จารุวัฒน์ วงศ์คำจันทร์ ครีเอทีฟของบริษัท แกรมมี่ ได้กล่าวว่า

"ภาพของดีนาจะออกมาในลักษณะของผู้หญิงสมัยใหม่ มีความมั่นใจสูง กล้าคิดกล้าแสดงออก สนุกสนานไปตามเรื่อง อาจจะดูกล้าหรือสมัยใหม่มากในบางเรื่อง จุดเด่นมากที่สุดของตัวเองในเทปคือเสียงร้อง วิธีการร้อง การออกเสียง การทำงานส่วนหนึ่งเพลงเป็นตัวกำหนดด้วย บุคลิกอย่างนี้เราก็เอาเสื้อผ้ามาใส่ให้เขา ให้อัลบั้มมันดูลงตัว เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เราจะพยายามสร้างตามเพลง เพราะต่อไปนี้นักร้องจะต้องออกไปร้องเพลงให้คนฟัง"(อ้างถึงใน ณิชกรรณ์ สธิกรกุล, 2537)

ในส่วนหนึ่งนั้น ความลงตัวระหว่างเพลงและภาพลักษณ์ ที่ปรากฏจะต้องมีความเข้ากันและมีลักษณะที่ไปกันได้ โดยที่ฝ่ายโปรดิวเซอร์ และ ฝ่ายครีเอทีฟจะต้องประชุมกันเพื่อที่จะหาคุณสมบัติของนักร้อง สิ่งที่นักร้องเป็นอยู่ และความสามารถของนักร้อง เพื่อที่จะวางแนวเพลง

"เวลาเราสร้างภาพนี้ เราต้องทำควบคู่ไปกับตัวนักร้องเพราะว่าภาพที่ปรากฏออกไปคือ นักร้อง อย่างเช่น พวกเสื้อผ้า เขาใส่แล้ว เขารู้สึกสบายใจหรือเปล่า เช่น ถ้าเราให้เขาโป๊ เข็กซึนิด ๆ แล้วเขาไม่สบายใจ แสดงว่าชุดที่ให้ไปมันก็ไม่เวิร์ค

สิ่งที่เราเสนอออกไป จริงๆ หลักๆ เลขก็มาจากตัวเขาเองนั่นแหละ เพราะว่าเวลาที่เขาร้องเขาเต้น หรือมี movement บนเวทีนั่นคือเขาที่รู้ดีที่สุด ว่าควรจะเป็นอย่างไร เพราะฉะนั้นเขาต้องร่วมกันค้นหาไปพร้อมๆ กันกับเรา นักร้องบางคนทำการบ้านดีมาก มี reference ให้เราตลอดว่าอันนี้ อันนั้นนะ ไซ้ใหม่ ทางครีเอทีฟเองก็จะมี reference อยู่ ว่าเป็นอย่างนี้ อย่างนี้ เรา 2 ฝ่ายก็จะเอาของทุกคนมา share กัน ว่าเป็นอย่างนี้ ไซ้ใหม่ ในช่วงการประชุมกัน

ต่อจากนั้นเราก็จะมีสิ่งที่เรียกว่า screen test คือ ลองให้ทำอย่างที่เรากำหนดกันไว้ มีชุดให้ใส่ ลองทำผมดูสิได้ไหม ตอนนี้มีมันก็ไฮเทคขึ้นนะ บางทีเราก็สามารถจะ match รูปกันไปในคอมพิวเตอร์เลย ว่าเป็นอย่างไร สิ่งที่สำคัญก็คือ เขาจะต้องเชื่อในสิ่งเขาจะเป็น สิ่งที่เขาจะใส่ ถ้าหาก เขาไม่เชื่อในสิ่งนั้น พอทำออกมาแล้วมันจะดูไม่ดี ทำให้นักร้องไม่มีความมั่นใจในตัวเอง พอ present ออกไป ก็จะทำให้เกิดอาการต่อต้าน ที่นี้เราเรียกว่า ต้องมี "ความลงตัว"

(จินตนา เจริญสนธิชัย, สัมภาษณ์, 10 กพ.2540)

การวางแผนความคิดหลักงานเพลงและการกำหนดภาพลักษณ์จึงต้องดำเนินไปด้วยกลไกหลายๆ ส่วนประกอบกัน ทั้งจากกลยุทธ์ด้านการตลาด การกำหนดขั้นตอนโดยฝ่ายผลิตและสร้างสรรค์ผลงานเพลง และลักษณะบุคลิก หน้าตา รูปร่าง ท่าทาง ตลอดจนจนการมีความสามารถ เช่น ด้านการดนตรี การแสดงออกบนเวที หรือบุคลิกอันโดดเด่น แปลกตา ไม่เหมือนใครซึ่งจะทำให้ นักร้องและผลงานเพลงเกิดความน่าสนใจขึ้นมา

### 3. การส่งเสริมประชาสัมพันธ์และการโปรโมชัน

เมื่อสร้างงานเพลงเรียบร้อยแล้ว กระบวนการขั้นต่อไปคือการประชาสัมพันธ์ นักร้องกับอัลบั้มชุดนั้น ๆ เพื่อให้ได้ภาพลักษณ์ของนักร้องที่ชัดเจนและมีความต่อเนื่อง เป็นการสร้างกระแสความนิยมให้กลุ่มผู้บริโภคได้ ทั้งนี้ให้กลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจภาพที่เสนอออกไป ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะเป็นการสร้างความเป็นเอกภาพให้กับงานเพลง และยังเป็นแรงดึงดูดใจให้เกิดความนิยมในตัวนักร้องและเพลงต่างๆ ในอัลบั้ม อันเป็นผลดีต่อยอดขายหน่วยเทปในแต่ละชุด

หน้าที่โดยทั่วไปของการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ หรือการโปรโมชัน ก็คือ ทำความเข้าใจกับตัวนักร้องและอัลบั้มที่ออกมา โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับตัวนักร้อง ทั้งที่จะเป็นผลดีและผลเสียกับตัวนักร้องเอง ฝ่ายประชาสัมพันธ์ก็จะพยายามเสนอข่าวสารต่าง ๆ ไปยังสื่อมวลชน อาทิเช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ เพื่อเป็นการตอกย้ำภาพของนักร้องที่ออกไปให้มีความหนักแน่นและชัดเจน เกือบทุกบริษัทจะเน้นการประชาสัมพันธ์ไปยังหนังสือพิมพ์มากที่สุด เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงคนทุกระดับ มีเป้าหมายครอบคลุมและกว้างขวางกว่าวิทยุและโทรทัศน์

ในการประชาสัมพันธ์นั้น จากข้อมูลพื้นฐานตามลักษณะส่วนตัวของนักร้อง เช่น ความมีชื่อเสียง ความสามารถพิเศษในด้านต่างๆ จะถูกหยิบยกขึ้นมาใช้เป็นจุดที่ดึงความสนใจให้กับอัลบั้ม หากเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงมาก่อน การประชาสัมพันธ์จะเป็นในแนว ที่งานเพลงชุดนั้นๆจะเท่ากับเป็นการนำเสนอบทบาทในอีกรูปแบบหนึ่งในกรณีที่เป็นนักร้องที่ยังไม่มีชื่อเสียงมาก่อน ข่าวประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ จะพยายามสร้างความแปลกใหม่ ท้าทาย ให้เกิดความสนใจ ใคร่รู้และชวนติดตาม

กล่าวโดยรวมแล้ว อาจแบ่งกระบวนการส่งเสริมประชาสัมพันธ์  
 นักร้องด้วยวิธีการต่างๆ ดังต่อไปนี้ คือ

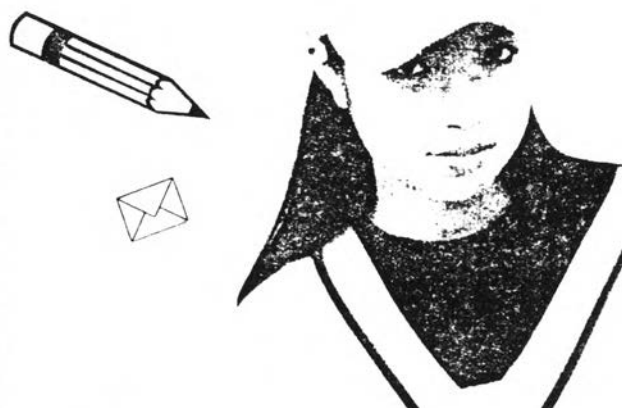
3.1 การผลิตโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ตามสื่อโทรทัศน์ และวิทยุ  
 ในส่วนนี้ทางบริษัทผู้ผลิตจะทำการส่งโฆษณาสั้นๆ (spot) โดยเป็นการแนะนำ  
 ตัวจากภาพในspot หรือเพลงจากแผ่นซีดีที่ตัดออกเป็นsingle เพื่อการแพร่ภาพ  
 และเสียงตามช่วงเวลาทางวิทยุ หรือตามรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ ใน  
 ช่วงเวลาที่เหมาะสมและตรงตามกลุ่มเป้าหมาย หากบริษัทดังกล่าวมีรายการวิทยุหรือ  
 รายการโทรทัศน์เป็นของตนเองก็จะได้เปรียบกว่าบริษัทอื่น

3.2 การส่งข่าวแจกและภาพโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปยังหนังสือพิมพ์และ  
 นิตยสารต่างๆ ทางผู้ผลิตมีการจัดทำข่าวแจกให้กับสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นในรูปแบบ  
 การแนะนำตัว ประวัติ รายละเอียดในงานเพลงชุดนั้น เพื่อสร้างความน่าสนใจและ  
 น่าติดตาม

3.3 การผลิตมิวสิกวิดีโอ ในช่วงที่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แนะนำ  
 ตัวนั้น ทางบริษัทต้องดำเนินการผลิตมิวสิกวิดีโอ โดยเลือกจากเพลงเด่นๆ  
 ในอัลบั้มที่ใช้เป็นเพลงโปรโมท เพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์ สร้างสีสันและความ  
 ดึงดูดใจมากขึ้น

3.4 การแสดงคอนเสิร์ตตามรายการโทรทัศน์หรือจัดคอนเสิร์ตเป็นของ  
 ตัวเอง เมื่อเทปออกวางจำหน่ายได้ในระยะหนึ่ง และได้รับความนิยมพอสมควรแล้ว  
 ต้องมีการแสดงออกของศิลปินบนเวที เพื่อเรียกร้องความสนใจ ถ้าหากนักร้องคน  
 ดังกล่าวมีบุคลิกดึงดูดใจ มีความสามารถทางการสื่อสารกับผู้ชม ก็อาจจะมีผลทำให้  
 ยอดการจำหน่ายเทปสูงขึ้น

ต่อไป ผู้วิจัยจะแสดงตัวอย่างของลักษณะข่าวแจก หรือข่าวประชาสัมพันธ์ที่ร้องดังต่อไปนี้



### NEO

หลังจากที่ค่าย "นีโอ มิวสิค เนทเวิร์ก" ประสบความสำเร็จกับศิลปินเบอร์แรก "สมิทธี & เซน" มาแล้วในอัลบั้ม "MUSIC'S CHAIR" (เก้าอี้แห่งดนตรี) วันนี้สังกัด "นีโอฯ" ได้เปิดตัวศิลปินเบอร์ 2 "ป๊อป" เด็กหญิงวัย 16 ปี กับอัลบั้มแรกในชีวิต "POP:POCK ON STAGE" ติดตามความสามารถของเธอได้ เพราะเธอมีความสามารถและประสบการณ์ร่วมมาแสดงดนตรีกับพ่อแม่มาตั้งแต่เด็กเป็นเครื่องการันตี

ตัวอย่างข่าวแจกประชาสัมพันธ์

รุ่งนภา เสตะสุข

แทปชุด ป๊อป ร็อค ออน สเตจ



## ขาใจยกนิ้วให้ "ป๊อป"

### ร้องเพลง "น่าเบื่อ" สะใจ

#### "ป๊อป-รุ่งนภา เสตะสุข"

หลังจากฝากความประทับใจมาแล้วกับบทเพลงแรก "ก็ไม่ใช่ใจ" ซึ่งเพลงนี้ได้ถูกถ่ายทอดออกเป็นมิวสิกวิดีโอสร้างความตื่นตาตื่นใจใหญ่ จนทำให้ยอดจำหน่ายอัลบั้มชุดนี้พุ่งขึ้นถึง 2 แสนม้วนในเวลาอันรวดเร็ว ล่าสุดเพื่อเป็นการขอบคุณแฟน ๆ ที่ให้การต้อนรับอัลบั้มชุดนี้เป็นอย่างดี ดันสังกัด "นีโอ" จึงสั่งทำมิวสิกวิดีโอเพลงใหม่ของสาว "ป๊อป"

อ่านต่อหน้า 35



## ป๊อป

ต่อจากหน้า 39  
เป็นการควั่น โดยเลือกบทเพลงที่แฟน ๆ เกิดอาการมันส์ สนุกสุดขีด ริมขอบเวทีร่วมกับสาว

"ป๊อป" เวลาออกคอนเสิร์ตมากที่สุดมาทำเป็นมิวสิกใหม่ ซึ่งผลการวัดคะแนนเสียงจากหลายเวที ปรากฏว่าเพลง "น่าเบื่อ" มาแรงสุด ๆ ....แฟน ๆ ขาดใจ ขาดใจ ร่วมใจ กอดคอดิ้นกันกั๊กง สนุกสนาน... เหตุนี้เองบทเพลงนี้จึงได้ถูกนำมาทำเป็นมิวสิกวิดีโอเพลงใหม่ เอาใจแฟนเพลง โดยได้รับอรรถรสทั้งภาพและเสียงไปพร้อม ๆ กับ จนเขาใจ ยกนิ้วให้กันอย่างเต็มหัวใจ.

ตัวอย่างข่าวแจกประชาสัมพันธ์

รุ่งนภา เสตะสุข

เทปชุด ป๊อป ร็อค ออน สเตจ

10 สารประกอบ

**พาราเซตามอน****1. U-TURN** ยังกั้น

ก็บอกแล้วไงว่าผู้หญิงสมัยนี้เป็นตัวของตัวเอง แล้วก็รู้ทันพอหนุ่มทั้งหลายที่ชอบมาวนๆ เวียนๆ ให้เธอปวดหัวข้างเดียวเป็นประจำ แล้วก็มั่นใจซะเหลือเกิน ว่าไม่พลาดแน่ เลยฟาดหัวฟาดหางแม่แม่เบ๊ใหญ่ แหม!...มันจะเกินไปแล้วโซเมียคะอย่างนี้ต้องสั่งสอน ให้กลับเนื้อกลับตัวโดยด่วน ถ้ายังจะเขี้ยวต่ออีกคงจะต้องเอาข้าวสารเสกมาไล่แล้ว ละคะทีนี้

ป.ล. เป็นเพลงแร็ปที่มีลีลากระดุกกระดิงอันอาจหนีงมาจากเสียงทักทายตัวเอง (ซึ่งดอแหลหรือติดดินในน้ำเสียง) เล็กน้อยถึงปานกลางและหนีงจากจังหวะที่ สุกสนานอยู่แล้ว เพลงนี้เลยมีความน่ารักดุจดั่งไปอีกแบบคะ

**2. ยอมเธอคนเดียว**

ผู้หญิงสมัยนี้มีงาน มีเพื่อน มีปาร์ตี้ (ที่ต้องกลับดึก) เยอะขึ้นกว่าเมื่อก่อน เรียกว่า WORK ไม่แพ้ผู้ชายเลยแหละก็เลยเป็นเหตุให้ผู้ชายที่เคยน่ารักของเธอกลายเป็นชายหนุ่มที่จุกจิกจู้จี้ขึ้น แนะ...จะมาจำกัดเวลาและอิสรภาพของเธอได้ยังไง ก็เธอเป็นตัวของตัวเอง... ตัวเองขนาดนั้นมาตั้งนานแล้ว เธอก็เลยวินแตก! เล็กๆ เข้าให้ ใจละ จะได้เลิกบนชะที่ ฮีๆ

ป.ล. เป็นเพลงสนุก อ่อนๆ กรนๆ ชายหนุ่มที่รวม บน ดรัยก็คือนายมอก-อภีร์ดิน เอกจิตต์นั่นเอง

ตัวอย่างข่าวแจกประชาสัมพันธ์

ทรงพรรษา วาสนรุ่งเรือง

เทพชุด พาราเซตามอน

# ทรงพรรษา

เธอเป็นผู้หญิงที่เปี่ยมไปด้วยพลัง...ความสามารถในการร้องเพลงมีความกล้าในการแสดง  
ออกในทุกอารมณ์ ไม่ว่าจะสุข... สุข ...หรือ เศร้า เติบโตมาในครอบครัวที่มีแต่เสียงเพลง  
ด้วยคุณพ่อเป็นนักดนตรี และเป็นคนสอนร้องเพลงให้...ปลูกฝังให้เธอรักเสียงเพลง เพลง  
แรกที่เธอหัดร้องคือ เพลงสากล จิ๋ม ออฟ เดอะ เบน เธอบอกว่า

“ก่อนร้องเพลงให้แม่ ลูกก็รำลึกใจไม่เจอเหมือนกัน...ก็จะแต่งเสียงเหมือนแม่เลย  
แต่ตอนนั้นแม่จะร้องเพลงว่าทำไมมันจะไม่สนุก...และจะเศร้าขึ้นมา ก็เลยพาเธอไปร้องนอก  
รั้วบ้านของตัวเอง...สามคืนแล้วจะเป็นคนคุยสนุก...หลาย ๆ คนบอกว่าร่าเริงดีมีเสน่ห์...ก็เลยร้อง  
เพลงให้คนอื่นฟัง...ก็เลยจะไปไหนก็ฟังเพลงของเธอแล้ว...สบายใจ...หายเครียด...สนุก...บางทีเพลงบางเพลง  
ไม่มีเนื้อที่สื่ออะไรก็เพราะที่พูด...แต่เราจะทำอย่างไรให้ร้องได้อารมณ์มากกว่าพูด”

ก่อนหน้าที่จะมีผลงานเพลงของตัวเอง...ทรงพรรษา เคยผ่านการประกวด ชูบารุ  
อวอร์ด เข้าไปทีรอบ 10 คน สดท้าย...ผ่านการร้องเพลงเป็นนักร้องอาชีพที่เป็นที่ยอมรับของใคร ๆ  
มานาน และยังมีโอกาสไปร่วมแสดงละครเวที ราหุมนครารัตน์ เมื่อไม่นานมานี้

อีกมุมแรกในชีวิตของเธอ...ในสังกัด สโตน เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ก็คือ พาราเซตามอน...  
ชื่อสามัญทางแพทย์ของยาบรรเทาปวด ไม่ว่าจะปวดศีรษะ ปวดเมื่อยตามตัว...เปรียบได้กับบท  
เพลงในชุดนี้ของ ทรงพรรษา ก็มีสรรพคุณ เหมือนยาแก้ปวด ด้วยเนื้อหาของบทเพลงในชุดนี้ สนุก  
สนาน ฟังแล้วไม่เครียด สามารถโยกตัวตามให้หายปวดเมื่อย โดยไม่ต้องมีใครมาช่วยนวด...และอาจจะ  
ทำให้ผู้ฟังสัมผัสอาการปวดที่เป็นอยู่ เพียงแค่ได้ขยับปากร้องเพลงตามเธอ...

อีกมุม พาราเซตามอน มี บรูซ แกลตัน เป็นโปรดิวเซอร์ให้...แน่นอน ที่สีสันของ  
ดนตรีในงานชุดนี้ ย่อมต้องสะดุดหูฟังอย่างแน่นอน...บรูซ แกลตัน ไม่เคยทำงานเพลงธรรมดา ๆ  
และกับการที่เขาเลือก ทรงพรรษา เป็นนักร้องหญิงคนแรก ที่รับเป็นโปรดิวเซอร์ให้...อะไรจะเกิดขึ้น  
ในวงการเพลงไทย...?

กับการทำงานในชุดนี้...กว่าจะเสร็จสิ้นงานมีสรรพคุณเป็นยาแก้ปวดให้ผู้ฟัง  
นั้น...นักร้องที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดนั้น...ปวดหัว อ่อนเพลียระเบิด...

ตัวอย่างข้าวแฉกประจำสัมพันธ์  
ทรงพรรษา วาสนารุ่งเรือง  
เทพชุด พาราเซตามอน

# พจนานุกรมศัพท์คอมพิวเตอร์

## 10 ปี ต้ม น ก น ต้ม



"คนดีคือ" คือ "ดาวดวงรุ่ง จีน-ไทย" ใช้เวลาส่วนใหญ่ไปร่ำเรียน 10 ปี กว่าจะมีอีก  
"คนดีคือ" คือ "ดาวดวงรุ่ง จีน-ไทย" ใช้เวลาส่วนใหญ่ไปร่ำเรียน 10 ปี กว่าจะมีอีก

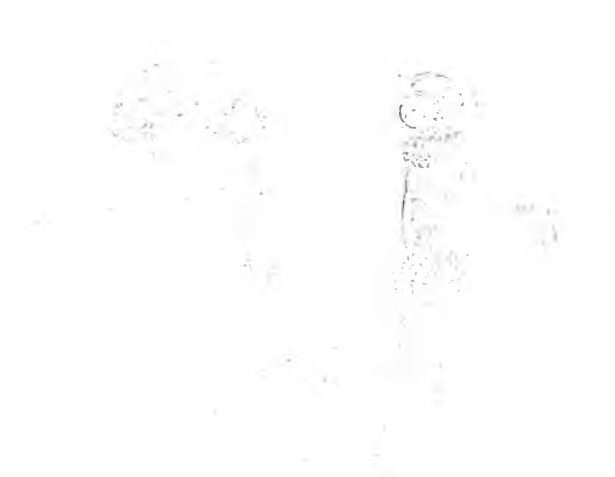
"คนดีคือ" คือ "ดาวดวงรุ่ง จีน-ไทย" ใช้เวลาส่วนใหญ่ไปร่ำเรียน 10 ปี กว่าจะมีอีก

"คนดีคือ" คือ "ดาวดวงรุ่ง จีน-ไทย" ใช้เวลาส่วนใหญ่ไปร่ำเรียน 10 ปี กว่าจะมีอีก

ตัวอย่างข่าวแจกประชาสัมพันธ์

เจนนิเฟอร์ คิ้ม

เทพชุต หมวยใหญ่



เปิดตัว MV เพลงแรก "ระบำ  
19" ของศิลปินสาวสวยที่ก้าว  
เข้ามาในวงการเพลงไทย  
ด้วยดี และยังมีผลงาน  
ใหม่ ๆ อีกมากมาย เธอได้  
เผยถึงเบื้องหลังการทำงาน  
ในวงการเพลงของเธอว่า  
การทำงานในวงการเพลง  
เป็นเรื่องที่ท้าทายและ  
ต้องมีความมุ่งมั่น  
และการทุ่มเทอย่างมาก  
หลายครั้งต้องเผชิญกับ  
ความกดดันและอุปสรรค

# “คิม” ฟ้าตกบันไดของวงการ ไทย ดัน “สาวเท้าขาว”



เปิดตัว MV เพลงแรก “ระบำ  
19” ของศิลปินสาวสวยที่ก้าว  
เข้ามาในวงการเพลงไทย  
ด้วยดี และยังมีผลงาน  
ใหม่ ๆ อีกมากมาย เธอได้  
เผยถึงเบื้องหลังการทำงาน  
ในวงการเพลงของเธอว่า  
การทำงานในวงการเพลง  
เป็นเรื่องที่ท้าทายและ  
ต้องมีความมุ่งมั่น  
และการทุ่มเทอย่างมาก  
หลายครั้งต้องเผชิญกับ  
ความกดดันและอุปสรรค

หายไปได้อย่างน่าอัศจรรย์  
ทันทีที่เราสุดท้ายที่เราต้อง  
จนถึงตรงที่บนลงมารอีกรอบ  
โดยใช้เวลาพักฟื้นอย่างถึง  
พริกถึงชิง... เป็นไปจากที่ยาก  
พอควรจึงต้องมีการพักผ่อน  
ตั้งกันเปรี๊ยะมา... พอเริ่มถ่ายทำ  
ก็มาทำหน้าตาไม่ต่างมา... ทำให้  
ทีมงานหลายคนสงสัยว่าเธอ  
เคยเจอหน้าผมตอนหนึ่งก่อน  
หรือเปล่า... วาจาให้หมายใหญ่  
มองเสียงก็รู้... บนหลังกอย

เกาะเห็น... เพื่อหนีไอพีพีพี  
จนปลดปล่อยหัวใจ 3 ลูก...  
เธอเธอเธอเธอใจ... ซึ่งถ่าย  
สไลด์ตามใจเธอ  
แต่ใจยังคงคอยพิศวงมขม  
MV สไลด์หนีเงิน “ระบำ 19”  
ของสาวสวยใหญ่ได้เร็วๆ...  
ทางสถานีโทรทัศน์ทุกช่องและ  
เคเบิลทีวีช่องต่างๆ

ตัวอย่างข่าวแจกประชาสัมพันธ์  
**เจนนิเฟอร์ คิม**  
**เทปชุด หมวยใหญ่**

**ปกปกชิต**

**ลแบบสะใจ**

ช็อกกันทั้ง  
วงการเมื่อสาวซ่าสื่ออย่าง  
สุกัญญา มิเกล ส่งแผ่นซี  
ดีตัดตัวอย่าง ไปยังสถานี  
วิทยุสร้างความตื่นตะลึง  
ไปทั่วทุกห้องส่ง เพราะ

อ่านต่อหน้า 34



มิเกล

### สุกัญญา

ต่อจากหน้า 35

หน้าปกแผ่นตัดนั้น  
เขียนว่า "FUCK OF"  
เมื่อชุดตัวหนังสือออก  
จะเห็นรอยสักที่ตะโพก  
และข้อเขียนที่สะดึง  
ของ สุกัญญา มิเกล ซึ่ง  
เป็นไอเดียที่แปลก  
แหวกแนว เพราะยังไม่  
มีใครกล้าคิดทำมาก่อน  
อีกทั้งปกหลังยังมีข้อ  
ความให้ชุดอ่านเช่น  
เดียวกัน ซึ่งเธอได้ทิ้ง  
ท้ายไว้ว่า "คุณว่ามันสท  
พอหรือไม่ที่จะใช้คำนี้"  
"CROSSOVER"  
อัลบั้มเพลงใหม่ล่าสุด  
เตรียมประกาศศกศัศรี  
ดนตรีร็อกกลางเดือน  
มิถุนายนนี้.

ตัวอย่างข่าวแจกประชาสัมพันธ์

สุกัญญา มิเกล

เทปชุด ครอบสื่อเวอร์



## มิเกล หัว : เลือกสี่แยกพระพรหม ถ่ายมิวสิกวิดีโอ

สัญญา มิเกล ทำหัวด้วยการเลือกเอาบริเวณสี่แยกถนนหน้าพระพรหมตรงข้ามห้างเวสต์เทรต เป็นสถานที่ถ่ายทำมิวสิกวิดีโอ งานเพลง "กล้าหรือเปล่า" จากอัลบั้มครอสโอเวอร์ งานเพลงชิ้นล่าสุด โดยเจ้าตัวเผยเพียงว่ามีคนสัญจรเยอะทำให้ได้ภาพที่หลากหลายถูกใจ

“ตอนแรกคิดกันไว้หลายที่เหมือนกัน แต่ มิเกล ชอบที่นี้มากที่สุด เพราะเป็นสี่แยกผู้คนสัญจรผ่านไปผ่านมาเยอะดี มีคนทุกประเภทหลายเชื้อชาติ อยากได้ภาพที่หลากหลายและคนที่มางดูเรานั้นก็หลาย ความรู้สึก มิเกล บอกพี่ไซ (ประสาน ชลตรานันท์-ผกก.) พยายามเก็บลีลาท่าทางของคนที่มางดูในวันนั้นให้มากที่สุด เพราะบางคนสนุกเดินตามเราไปด้วย แต่บางคนอาจทำหน้าแบบเคร่งเครียด คิดว่าเรามาหรือเปล่าที่มาร้องเดินอยู่ข้างถนน จริงๆ แล้วคุณนั่นแหละที่เป็นคนมาทำหน้าเคร่งเครียด แต่พวกเราสนุกจะตายได้ร้อง ได้เต้น ได้ทำในสิ่งที่อยากทำมีความสุขจะตาย ซึ่งในมิวสิกเพลงนี้ จะให้ความรู้สึกเยอะมาก”

สาวเสียงหัวสรุป

ตัวอย่างข่าว แจกประชาสัมพันธ์

สัญญา มิเกล

เทปชุด ครอสโอเวอร์

## “มิเกล” ระห่ำสุดสุด

### ถ่ายมิเกลกลางถนน

ระห่ำสุดสุด สุกัญญา มิเกล เปิดตัว  
ช่วยมิวสิกวิดีโอ เพลง “กัธหรือเปตา” งานเพลงจาก  
อัลบั้มล่าสุด CROSSOVER (ครอสโอเวอร์) โดย  
ร่วมมือกับผู้กำกับมือทอง ประสาน ชลศรานั้นท์ นักถ่าย  
ทางมิวสิกวิดีโอทุกสาขา เป็นการระดมกันกันครั้ง  
แรกระหว่างผู้กำกับ และนักร้องเจ้าของอัลบั้ม เพื่อให้



ได้งานที่ออกมาสมบูรณ์  
ที่สุด โดยยึดถนนหน้าพระ  
พรหม สีแยกเวสต์เทรค  
เป็นที่ถ่ายทำ โดยตั้งเวที  
 อ่านต่อหน้า 37

#### มิเกล

ต่อจากหน้า 39  
พร้อมเครื่องดนตรีเปิด  
คอนเสิร์ตแบบข้อม ๆ  
ริมถนนฟุตบอล เรียก  
ความสนใจจากผู้คนได้  
อย่างคึกคัก เพราะพากัน  
มามุงดูอยู่เป็นจำนวนมาก  
บางคนทนไม่ไหวถึงกับขยับ  
ขยับขวาทลวดลายไปตาม  
เพลงด้วย และผู้ที่เลือก  
สถานที่ถ่ายทำก็คือเจ้าของ  
อัลบั้ม สุกัญญา มิเกลนั่นเอง.

ตัวอย่างข่าวแจกประชาสัมพันธ์

สุกัญญา มิเกล

เทปชุด ครอสโอเวอร์



ตามกระบวนการขั้นตอนการสร้างภาพที่กล่าวมาแล้วทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าการสร้างนักร้องคนหนึ่ง ในปัจจุบันมีการดำเนินการเป็นระบบที่ให้ความสำคัญต่อ "ภาพ" ของนักร้อง ซึ่งต่างจากในสมัยก่อนที่มักจะเน้น "เสียง" และความรู้พื้นฐานทางดนตรีเป็นหลัก

หากจะกล่าวโดยสรุปแล้ว ในการสร้างภาพนั้น ส่วนหนึ่งต้องอ้างอิงหลักพื้นฐานทางการตลาด โดยสิ่งที่ผู้ผลิตหรือทางบริษัทผลิตผลงานเพลงต้องคำนึงถึง คือ

1. ลักษณะด้านจุดขายของตัวนักร้อง (selling point) ผู้ผลิตเน้นการคัดเลือกบุคคลที่จะมาเป็นศิลปิน โดยพิจารณาหลายๆ ด้าน เช่น ความสามารถในการร้องเพลง ความมีบุคลิกโดดเด่นหรือความเป็นผู้มีชื่อเสียงเป็นดาราเป็นนักแสดงเป็นนางแบบมาก่อน ส่วนใหญ่ถ้าบุคคลนั้นๆ เป็นผู้ที่ประชาชนรู้จักมาก่อน จะเป็นแนวทางที่ส่งเสริมให้ การประชาสัมพันธ์ หรือการโปรโมชัน ของนักร้องผู้นั้นสะดวกมากขึ้น เนื่องจาก บุคคลนั้น มีลักษณะเป็น "ภาพในใจ" ที่ผู้บริโภครู้จักเป็นอย่างดีแล้ว

2. ลักษณะด้านการตลาด (marketing point) เมื่อทางบริษัทได้ทำการคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมมาแล้ว เป้าหมายทางการตลาดด้านการทำเพลงในแนวใด เพื่อจะขายใคร ในกลุ่มเป้าหมายระดับไหน โดยบางบริษัทจะมีการทำ แผนทางการตลาด (marketing brief) ล่วงหน้า แสดง ภาพรวมย่อๆ ของอัลบั้มชุดนั้นๆ เช่น ภาพของนักร้อง จุดเด่นของนักร้อง เสื้อผ้า เครื่องแต่งตัวที่ใช้ กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด แล้วจึงดำเนินการไปตามขั้นตอนที่ได้กำหนดไว้

3. ลักษณะด้านความมีคุณภาพของผลงานเพลง ในปัจจุบันเนื่องจากตลาดและผู้บริโภคขยายตัวมากขึ้น และกลุ่มคนฟังเพลงแต่ละกลุ่ม มีการเลือกสรรที่จะบริโภคผลงานเพลงที่มีคุณภาพ ทำให้ทางผู้ผลิตต้องไม่ละเลย ที่จะเน้นถึง

ลักษณะความมีคุณภาพของผลงานเพลงที่ออกไป ประกอบกับการสร้างนักร้องและผลิตผลงานเพลงชุดหนึ่งๆ ต้องอาศัยการลงทุนสูงมาก ดังนั้นการสร้างนักร้องให้เป็นที่ยอมรับกันโดยการเน้นคุณภาพเพลง จะทำให้ผลงานของนักร้องเป็นที่ชื่นชอบเป็นระยะเวลานานกว่าในกลุ่มตลาดที่แน่นอน เช่น กลุ่มที่นิยมงานเพลงที่มีคุณภาพ

จะเห็นได้จากความเป็นระบบตามขั้นตอนดังกล่าวนี้ แสดงให้เห็นว่าภาพลักษณะความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ ความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ตลอดจนลักษณะความเป็นบุคคลสมัยใหม่ที่ปรากฏในเนื้อหาของเพลง ส่วนหนึ่งก็เท่ากับมี ความเป็นมายา (illusion) เนื่องจากต้องผ่านกระบวนการสร้างภาพที่เป็นขั้นตอนทั้งสิ้น

ในส่วนนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า ปัจจัยต่างๆที่มีความส่วนกำหนดในการสร้างภาพความเป็นผู้หญิงนั้นมีดังต่อไปนี้

### 1. ปัจจัยด้านผู้ผลิต

1.1 กระบวนการขั้นตอนการผลิตงานเพลง เนื่องจากมีขั้นตอนการคัดเลือกที่เป็นกระบวนการ ต้องผ่านการพิจารณาจากหลายฝ่าย เช่น ฝ่ายผลิตและสร้างสรรค์ผลงานเพลง โปรดิวเซอร์ (producer) ครีเอทีฟ (creative) สไตลิสต์ (stylist) เพื่อหาภาพรวมของนักร้อง อีกทั้งยังต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารของบริษัท (board of directors) ทำให้"ภาพ"ที่ออกไปในส่วนใหญ่จึงต้องผ่านกระบวนการคัดเลือกและสร้างสรรค์แล้วทั้งสิ้น

การคัดเลือกนักร้องที่มีบุคลิก ความสามารถ ที่ต้องผ่านการสรรหาจากบริษัท ทำให้กลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียง เคยเป็นนักแสดงและเป็นที่รู้จักของประชาชน จึงได้รับโอกาสที่จะผ่านการพิจารณาสูง เพราะนอกจากจะมีหน้าตา รูปร่างดีแล้วยังมีกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายชัดเจนกว่าบุคคลที่ยังไม่เคยเป็นที่รู้จักมาก่อน

ตัวอย่างเช่น นักร้องที่มีลักษณะความเป็นผู้หญิงกล้า มักจะเป็นผู้ที่มาผ่านการคัดเลือกจาก กลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียงมาก่อน เช่น ณัทย พิจิตรรา อลิสา อินทุสมิต และ ตริรัก รักการดี โดยบุคคลเหล่านี้ จะได้รับการนำเสนอภาพผู้หญิงสมัยใหม่ ที่มีความกล้าแสดงออก มั่นใจในตนเอง เนื่องจากการนำเสนอบุคลิกทางการแสดงมักจะเป็นผู้หญิงที่มีลักษณะดังกล่าว

แต่ก็อาจจะมีบุคคลที่คัดเลือกมาจากบุคคลที่ยังไม่มีชื่อเสียง แล้วก้าวเข้ามาเป็นนักร้องที่มีลักษณะความเป็นผู้หญิงกล้าได้ เช่น คริสติน่า อาร์กัลล่า ที่ต้องขึ้นอยู่กับลักษณะพื้นฐานส่วนตัว เช่น มีหน้าตาดี ทำทางมั่นใจ อยู่แล้ว ประกอบกับกระบวนการและขั้นตอนการสร้างสรรค์"ภาพ"ให้กับนักร้องคนนั้นๆด้วย

1.2. กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด การคำนึงถึงตลาดผู้บริโภค เช่น เพื่อจะขายงานเพลงให้กับกลุ่มวัยรุ่น ถ้าเป็นนักร้องหญิงที่ยังมีความเป็นวัยรุ่น การสร้างภาพที่ออกไปก็เป็นลักษณะยังเป็นเด็กน่ารักสดใสไร้ราเริง เช่น รุ่งนภา เสตะสุข ยังมีก็ตาร์ตัวโปรดเป็นสีชมพู กลุ่มที่ชอบความแปลกใหม่ ชอบอะไรที่ไม่เหมือนใคร และชอบดนตรีร็อค ภาพที่ออกไปก็เน้นความแปลก หนักแน่น อย่าง สุกัญญา มิเกล

## 2. ปัจจัยด้านตัวนักร้อง

นอกจากปัจจัยด้านกระบวนการสร้างภาพทั้ง 2 ประการ ที่มีส่วนเป็นตัวกำหนด ภาพที่ปรากฏออกไปแล้ว ยังมีปัจจัยด้านที่เกี่ยวข้องกับตัวนักร้องอีก 2 ประการ ดังนี้ คือ

2.1 ความเป็นตัวตนของผู้หญิง กล่าวคือผู้หญิงที่มีความเป็นตัวของตัวเอง กล้าแสดงออก และมีความสามารถในหลาย ๆ ด้าน เมื่อเข้ามาเป็นศิลปินย่อมจะแสดงลักษณะของความเป็นตัวเองที่โดดเด่นออกมา ฉะนั้น "ภาพ" ที่สร้างออกไปจึงเน้นในสิ่งที่ตัวเองเป็นอยู่และต้องการจะเป็น โดยจะไม่สามารถเปลี่ยนแปลงให้ตัวเองเป็นในภาพลักษณ์ที่ตรงกันข้ามกับความรู้สึกของตัวเองได้ ซึ่งจะทำให้เกิดความไม่ลงตัวในผลงานเพลง ทั้งยังเป็นการทำให้เกิดความไม่มั่นใจในตนเองอีกด้วย

ตัวอย่างเช่น นักร้องหญิงที่มีความสามารถ มักจะจัดอยู่ในลักษณะความเป็นผู้หญิงเก่ง เช่น เสาวลักษณ์ ลีละบุตร ที่สามารถประพันธ์เพลงให้กับผลงานของตนเองได้ อัญชลี จงคดีกิจ และ อัยย์ พรรณี วีรานุกูล ที่เล่นดนตรีประกอบการแสดงได้ เป็นที่สังเกตว่านักร้องที่มีความสามารถส่วนหนึ่ง มักจะมาจากกลุ่มบุคคลที่ยังไม่มีชื่อเสียงมาก่อน เช่น เจนนีเฟอร์ คิม หรือ อรอรีย์ โดยมักจะไม่นับที่รูปร่างหน้าตา แต่จะให้ความสำคัญกับความสามารถ และ บุคลิกที่ความแปลกไม่เหมือนใคร

อย่างไรก็ตาม หากผู้หญิงมีความสามารถหลายด้าน แม้จะมาจากกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียง ก็อาจจะได้รับโอกาสให้แสดงความสามารถนั้นๆ ออกมา เช่น มาชา วัฒนพานิช ที่สามารถเล่นกีตาร์ประกอบการแสดงดนตรี และยังประพันธ์เพลงให้กับผลงานของตนเองได้

และนักร้องหญิงที่มีบุคลิกเป็นตัวของตัวเอง มีความถนัด และชอบดนตรีร็อกที่หนักแน่น ทำทางเข้มแข็งสู้ชีวิต จึงมีการนำเสนอนักร้องคนนั้นๆ ออกมาในลักษณะความเป็นผู้หญิงแกร่ง ที่มีความอดทน ไม่ยอมแพ้อะไรง่ายๆ อย่างเช่น สุกัญญา มิเกล หรือ ใหม่ เจริญปุระ

ดังนั้น กระบวนการสร้างภาพต่าง ๆ จึงทำหน้าที่เป็นส่วนสร้างเสริมให้บุคคลมีลักษณะ ความคิดและความสามารถที่มีอยู่ของผู้หญิงเองให้มีความโดดเด่นขึ้นมา

2.2 การมีส่วนร่วมในการผลิตผลงานเพลง การให้โอกาสผู้หญิงที่มีความสามารถในทางดนตรี หรือด้านอื่น ๆ เข้าไปมีส่วนร่วมในการผลิตผลงานเพลงของตนเอง ย่อมจะทำให้งานเพลงที่ออกมาแสดงความเป็นตัวของตัวเอง ในทิศทางที่แน่นอนมั่นคง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านเนื้อหาของอัลบั้มที่ผู้หญิงเข้าไปมีส่วนร่วมในทางความคิดหรือแนวความคิดหลักของงานเพลงที่เกิดจากการพูดคุยกัน ระหว่างนักร้องกับโปรดิวเซอร์ เพื่อทำให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ที่มีเอกภาพในผลงานเพลงชุดนั้น