

บทบาทและการดำเนินกลยุทธ์ของสื่อมวลชนเพื่อการส่งเสริม “หมอลำ”

นายประยุทธ์ วรรณอุดม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2540

ISBN 974-638-512-7

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**THE ROLES AND STRATEGY OF MASS MEDIA FOR PROMOTING MAWLUM**

**Mr. Prayut Wannaudom**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of**

**Master of Arts in Mass Communication**

**Department of Mass Communication**

**Graduate School**

**Chulalongkorn University**

**Academic Year 1997**

**ISBN 974-638-512-7**





# 3970977328 JOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: MAWLUM / MASS MEDIA / STRATEGY / SELECTIVE TRADITION

PRAYUT WANNAUDOM : THE ROLE AND STRATEGY OF MASS MEDIA FOR PROMOTING MAWLUM.

THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. KANCHANA KAEWTEP, Ph.D. 218 pp. ISBN 974-638-512-7.

Mass media nowadays have roles in being producer of Mawlum and in being channel for promoting Mawlum. However, in order to achieve the most effective result in the production and promotion of Mawlum, it is necessary for mass media to have suitable role and should the most suitable strategy in producing and promoting Mawlum.

This research considered five kinds of mass media : Radio, Television, Visual and audio media, Journal, and Film which have their own ways to choose and use strategies in producing and promoting Mawlum. Each kind of mass media has its own roles in promoting Mawlum ; therefore, each has different strategy in the promotion. The kind of mass media which has the most apparent roles and strategies in producing Mawlum is Visual and audio media. Whereas : Radio, Television, Journal, and Film are the ones which present their roles and use strategy as channel for the promotion of Mawlum. Although these mass media have their suitable strategy, they share the same mass media culture, for example Radio and Television have the same condition in launching the same strategy of time control and of the most effective use of limited space.

In addition, this research leads to the answer that different kinds of mass media share the same criteria for the choices of Mawlum they will promote, that is they are tempted to choose the kind of Mawlum which are highly demanded in the market and which can be mostly applied to the new cultural current such as Applied Mawlum, Hybrid Mawlum. Whereas such original Mawlum as Mawlum klon, Mawlum phuen are not or rarely chosen to be produced and promoted.

If the chosen Mawlum has same characteristics which are greatly different for mass media culture, there will be some change in the forms and matters of Mawlum. It can be concluded that mass media nowadays are both advantageous and disadvantageous to the presentation of Mawlum. The advantages are that they are channel for promoting Mawlum among the society and they, as the producers, make Mawlum exist nowadays. As for the disadvantages, mass media culture is the main factor which make Mawlum change so greatly in form and in matter that its original cannot be traced.

ภาควิชา.....การสื่อสารมวลชน.....  
สาขาวิชา.....การสื่อสารมวลชน.....  
ปีการศึกษา.....๒๕๕๐.....

ลายมือชื่อนิสิต.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างมีอาหาหาที่เปรียบได้ของรองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ ซึ่งท่านได้ให้ความกรุณาแนะนำ ชี้แนวทาง และช่วยแก้ไขข้อบกพร่องในงานวิจัยมาด้วยดีตลอด

อนึ่ง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบุคคลต่างๆ ทั้งที่เป็นหมอลำ สื่อมวลชน ตลอดจนนักวิชาการ ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลในการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา - มารดา ที่เป็นกำลังใจและสนับสนุนด้านการเงินแก่ผู้วิจัยตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

และที่สุดของความซาบซึ้ง คือ คุณยุคลธร ธรรมมา ผู้เป็นสุดที่รักยิ่งของผู้วิจัย ที่ได้ให้ความช่วยเหลือนานัปการ คอยอยู่เคียงข้างเป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยโดยมิได้เหน็ดเหนื่อย และมีส่วนทำให้งานวิจัยครั้งนี้ บรรลุผลสำเร็จลงได้ทันเวลา

# สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
บทที่	
๑ บทนำ.....	๑
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	๑
๑.๒ ปัญหานำการวิจัย.....	๑๐
๑.๓ วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	๑๐
๑.๔ ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น.....	๑๐
๑.๕ คำนิยามศัพท์.....	๑๐
๑.๖ ขอบเขตการวิจัย.....	๑๑
๑.๗ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	๑๒
๒ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	๑๓
๓ ระเบียบวิธีวิจัย.....	๒๗
๔ ธรรมชาติของหมอลำและประเภทของหมอลำ .....	๓๒
๕ การดำเนินกลยุทธ์ของสื่อวิทยุในการนำเสนอหมอลำ.....	๔๙
๖ การดำเนินกลยุทธ์ของสื่อโทรทัศน์ในการนำเสนอหมอลำ.....	๕๘
๗ การดำเนินกลยุทธ์ของสื่อสิ่งพิมพ์ในการนำเสนอหมอลำ.....	๑๔๔
๘ การดำเนินกลยุทธ์ของสื่อทัศนูปกรณ์ในการนำเสนอหมอลำ.....	๑๖๒
๙ การดำเนินกลยุทธ์ของสื่อภาพยนตร์ในการนำเสนอหมอลำ.....	๑๘๒
๑๐ วิเคราะห์บทบาทและกลยุทธ์ของสื่อมวลชนเพื่อการส่งเสริมหมอลำ...๑๙๔	
๑๑ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	๒๑๑
รายการอ้างอิง.....	๒๑๙
ประวัติผู้วิจัย.....	๒๒๑