

**บทวิเคราะห์สื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องในการสร้างความมีชื่อเสียงให้แก่ศิลปินเพลงไทยสากล**

สื่อมวลชนเริ่มเกี่ยวข้องกับการสร้างความมีชื่อเสียงให้แก่ศิลปินเพลงไทยสากลตั้งแต่การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงของกรมโฆษณาการในยุคของเพลงไทยสากลรุ่นเก่า จนกระทั่งระบบธุรกิจเทปเพลงไทยสากลก็เข้ามาใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมืออย่างเต็มที่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ดังเช่นในปัจจุบัน ซึ่งมีสื่อมวลชนทุกประเภทที่เกี่ยวข้องต่อการสร้างความมีชื่อเสียงให้แก่ศิลปินเพลงไทยสากลดังที่ได้วิเคราะห์ดังต่อไปนี้

สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่เพลงไทยสากล

สื่อมวลชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเผยแพร่เพลงไทยสากลที่สำคัญ ประกอบไปด้วย

1. สื่อโทรทัศน์
2. สื่อวิทยุกระจายเสียง
3. สื่อสิ่งพิมพ์ และในแต่ละสื่อมีลักษณะการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. สื่อโทรทัศน์ ในปัจจุบันมีการเผยแพร่ผลงานเพลงไทยสากลที่มีความสำคัญต่อระบบธุรกิจเทปเพลงไทยสากลในลักษณะต่าง ๆ คือ

- 1.1 รายการเพลง - มีลักษณะเป็นการจัดทำเป็นรายการที่น่าเสนอผลงานเพลงไทยสากล โดยการนำเสนอเป็นมิวสิกวิดีโอที่เป็นเรื่องราวหรือเป็นมิวสิกวิดีโอที่เป็นภาพประกอบเพลงที่ไม่ได้มีการสร้างเป็นเรื่องราว รวมถึงรายการแสดงสดหรือคอนเสิร์ต (Concert) โดยมีพิธีกรเป็นผู้เชื่อมโยงเพลงต่อเพลงในรายการ

สำหรับรายการเพลงที่มีการนำเสนอผลงานเพลงไทยสากลโดยนำเสนอมิวสิกวิดีโอ

- ได้แก่ รายการมันดีมันเดย์ (อาร์.เอส.โปรโมชัน ทุกวันจันทร์ เวลา 24.15-01.15 น. ช่อง 9)  
รายการมิตไนท์ ชะ ชะ ชะ (อาร์.เอส.โปรโมชัน ทุกวันพุธ เวลา 24.15-01.15 น. ช่อง 7)  
รายการเพลงติดดาว (แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ทุกวันพุธ เวลา 16.00-16.30 น. ช่อง 7)  
เป็นต้น ส่วนรายการคอนเสิร์ตที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ ได้แก่ รายการโลกดนตรี (ช่อง 5

ทุกวันอาทิตย์ เวลา 12.00-13.00 น.) รายการ 7 สีคอนเสิร์ต (ช่อง 7 ทุกวันเสาร์ เวลา 12.00-13.30 น.) เป็นต้น

1.2 รายการวาไรตี้ - มีลักษณะเป็นรายการที่มีการนำเสนอหลากหลายรูปแบบ เช่น การสัมภาษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียง ซึ่งรวมถึงศิลปิน นักร้อง นักดนตรี การแสดงตลก การแสดงมายากล และการนำเอาผลงานเพลงมานำเสนอ ในรายการร่วมกับกับส่วนอื่น ๆ ของรายการ โดยมีทั้งการแสดงสดของศิลปินเพลงในผลงานเทปของตนหรือเพลงที่ไม่ใช่ผลงานเทปของตน รวมทั้งการนำมิวสิกวิดีโอมาแพร่ภาพในรายการ ซึ่งมักจะขาดไม่ได้ในรายการวาไรตี้ ที่จะต้องมีส่วนของเพลงไทยสากลอยู่ด้วย รายการวาไรตี้ ที่มีการนำเสนอผลงานเพลงไทยสากลที่มีอยู่ในปัจจุบัน มีเป็นตัวอย่างเช่น รายการสี่ท่อมส์แควร์ (ช่อง 7 ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 22.00-24.00 น.) รายการที่กรุงเทพฯ (ช่อง 5 ทุกวันพุธ เวลา 22.00-24.00 น.) รายการคืนวันอาทิตย์ (ช่อง 3 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.00-24.00 น.) เป็นต้น

1.3 สเปเชียลโฆษา - มีลักษณะเป็นโฆษาผลงานเพลงที่ค่ายเทปเพลงได้จัดทำไว้เพื่อเผยแพร่คืนในรายการโทรทัศน์ในลักษณะเดียวกับการโฆษาสินค้า โดยมากจะอยู่ในช่วงของรายการเพลง มากที่สุด

1.4 รายการละครโทรทัศน์ - มักจะมีการนำเสนอในรูปแบบของเพลงนำละครหรือเพลงประกอบละคร ซึ่งในระยะหลัง ๆ นี้ ผลงานเพลงนำละครมักจะถูกนำมาผลิตเป็นเทปเพลงรวมเพลงฮิตในละครออกจำหน่ายในภายหลัง ละครที่นำเพลงจากเทปมาประกอบละครหรือเป็นเพลงนำละครได้แก่ เพลงจากละครเรื่อง ส่องฝั่งคลอง ขีบริ่องโดย ชูรินทร์ ภรมนตรี และต่อมาได้รวมอยู่ในผลงานเพลงชุดส่องฝั่งฝัน ของชูรินทร์ ภรมนตรี ด้วย เป็นต้น

2. สื่อวิทยุกระจายเสียง มีการเผยแพร่ผลงานเพลงไทยสากลในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

2.1 รายการเพลง - เป็นรายการเพลงที่มีผู้จัดรายการ หรือที่เรียกกันว่า ดี.เจ. เป็นผู้ควบคุมรายการให้ดำเนินไป โดยเน้นการเปิดเพลงที่มีเป็นผลงานออกจำหน่ายที่ทั้งรายการเพลงไทยสากลที่แบ่งแยกประเภทออกเป็น เพลงฮิต หรือเพลงที่เป็นที่นิยม รายการเพลงลูกทุ่ง รายการเพลงลูกกรุง รายการเพลงเก๋ๆ ฯลฯ และในรายการเพลง นอกจากเปิดเพลงเป็นหลักแล้ว ยังมีการนำเอาศิลปินเพลงไทยสากลที่กำลังมีผลงานเพลง ออกจำหน่ายเป็นที่นิยม มาสัมภาษณ์พูดคุยในรายการ โดยมีดี.เจ. เป็นผู้ดำเนินการสนทนา และมีการพูดคุยพร้อม ๆ กับเปิดเพลงที่เป็นผลงานเพลงของศิลปินที่รับเชิญมา ในรายการสลับกันไป รวมทั้งมีการเปิดโอกาสให้แฟนเพลงโทรศัพท์เข้ามา ร่วมสนทนา ร่วมพูดคุยกับศิลปินที่รับเชิญมาสัมภาษณ์ได้ด้วยในบางรายการ

2.2 สัปดาห์โฆษณา - เป็นสัปดาห์โฆษณาที่มีเวลานั้น ๆ มีจุดประสงค์เพื่อ โฆษณาผลงานเพลงที่กำลังวางจำหน่ายโดยเป็นการจัดทำของค่าย เทป โดยเน้นที่การเสนอเรื่องราวของผลงานเพลง และศิลปินที่กำลังจะมี ผลงานออกจำหน่าย พร้อมทั้งตัวอย่างสั้น ๆ ของเพลงที่เป็นเพลงเด่นใน อัลบั้ม

3. สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่แยกย่อยหลายประเภทดังต่อไปนี้

3.1 สื่อหนังสือพิมพ์ - เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับผลงานเพลงไทย สากลมากที่สุด ทั้งในเรื่องผลงานเพลงและเรื่องของศิลปินเพลงโดยมีเนื้อหา พร้อมภาพประกอบ ดังลักษณะต่าง ๆ คือ

ก. ข่าวการแสดงสด/ข่าวการปรากฏตัวในรายการต่าง ๆ / ข่าว การวางแผงเทป ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพที่ 6.1 ภาพข่าวการแสดงสด/ข่าวการปรากฏตัวในรายการต่าง ๆ / ข่าวการวางแผงเทป

ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐฉบับประจำวัน ที่ 27 ธันวาคม 2535 หน้า 21

**คีตาขลังปรับขบวนทิวรัคคอนเสิร์ต**

**"พงษ์พัฒน์" นำทัพ แสงระวี-ยุ้ย ลุย**

"พงษ์พัฒน์" ไร้กลยุทธป่าล้อมเมืองออกทัวร์หาแฟนเพลงต่างจังหวัด โดยมี พยัคฆ์สาวแสงระวี ที่เปิดหัวลั่นเรือกมกๆ ร่วมออกทัวร์ด้วยพร้อมๆ กับ ยุ้ย-ปีทมวรรณ รวมเป็น 3 พลังทิวรัคยิ่งใหญ่

ซึ่งข่าวจากคีตาฯแจ้งว่า ทิวรัค 3 พลังครั้งนี้ นับเป็นมหกรรมบันทึกครบรูปแบบ และหลากหลายคุ้มต่อการเข้าชมเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งนักร้องทั้งสามคนจะนำผลงานเพลงของตนมาออบให้ความบันเทิงกันอย่างเต็มอิม ในลีลาที่ต่างกันไปตามแบบฉบับของตน โดยจะเริ่มให้ความบันเทิงส่งท้ายปีเก่าวันที่ 30 ธ.ค. ที่ปัตตานี และวันที่ 31 ธ.ค. ที่หาดใหญ่ จากนั้นก็จะประเดิมสักการาใหม่ในวันที่ 2 ม.ค. ที่ภูเก็ต ก่อนจะขึ้นมาลุยต่อทางภาคกลางและภาคตะวันออก

สำหรับทิวรัคคอนเสิร์ต 3 พลังครั้งนี้ นับเป็นทิวรัคครั้งสำคัญและยิ่งใหญ่ ที่คีตาฯมอบให้กับแฟนเพลงของ พงษ์พัฒน์, แสงระวี และ ยุ้ย-ปีทมวรรณ โดยเฉพาะ.



ภาพจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 27 ธันวาคม 2535 หน้า 21

**ไม่มีบัตรใบนี้...ก็ดูจากทีวีได้**

**คอนเสิร์ต ออกซิเจน สุขชอบฟ้า**

**ยูโง+ใหม่**

เจ รึ ยู รึ :

ณ.ลานโลกดนตรี ช่อง 5 เทียงตรง วันนี

ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 29 ธันวาคม 2535 หน้า 14

## ย้อนอดีต 10 เพลงคิง "สาวสาวสาว" นำความจำใน "แมกไม้และสายธาร"

จากฝีมือและชื่อเสียงของ สาว สาว สาว ที่แฟนเพลงทั้งเมืองและขบถไม่รู้ว่าจะเป็น แอม, แหม่ม, ไ้ม่ ล้วนเป็นนักร้องที่แฟนเพลงรู้จัก และเคยประทับใจในผลงานเพลงมาตลอด แม้วันนี้ สาว สาว สาว จะแยกตัวกันไปทำงาน ทว่าผลงานในอดีตยังเป็นความทรงจำในใจแฟนเพลงอยู่เสมอ

และวันนี้ จากผลงานเพลงที่เคยโด่งดังและเรียบหายไปแล้วกว่า 5 ปีเต็ม รถไฟคนตรี ได้นำกลับมาวางแนวใหม่อีกครั้ง เพื่อทบทวนความทรงจำในอดีตด้วยชุด โฟล์คซอง แมกไม้และสายธาร ซึ่งรวมเพลงเพราะไว้ทั้งหมดถึง 10 เพลงด้วยกันคือ หากนรวันฝัน, รักไม่กลับคืน, ผิดสัญญา, อายากมีรัก, เด็กน้อยกับดวงดาว, สมเพ้อ, หุ่นอ้อ, คำสัญญา, ก็นใจ, บทเพลงเพื่อชีวิต ซึ่งขณะนี้เพลงเหล่านี้มีให้แฟนเพลงได้ทบทวนความทรงจำกันแล้วทุกแผงทั่วประเทศ



## ระวีวรรณ เปิดสีสัน อีกครั้ง ให้بوبป๊อปแดนแจ๊สเพียงบางๆ

"อีกครั้ง" งานคุณภาพล่าสุดจาก อุัย ไชวบีช เตรียมวางแผง 18 ธันวาคม ข่าวน่าสนใจ อุัย-ระวีวรรณ จินดา นักร้องสาวที่เปี่ยมไปด้วยความสามารถ ได้ทำเพลงคุณภาพในชุด "อีกครั้ง" เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งอีกนับชุดนี้บรรจุเพลงโห-



ระถึง 10 เพลง จากฝีมือและความสามารถระดับเซียนของทีมงานคนตรีหลายคน เช่น เพชรมารี, สุรสิทธิ์, อธิกุล, พิไลวรรณ, บุญฉัตร, ณรงค์วิทย์ เศษอะระวัณ เป็นต้น

ซึ่งแนวเพลงชุดนี้ จะเป็นเพลงป๊อป ที่มีแจ๊สเป็นสีส้มบางๆ โดยมีกลิ่นอายของ POP - DANCE อยู่บ้าง ส่วนเนื้อหาของเพลงจะเป็นเรื่องราวของผู้หญิงยุคใหม่ ที่เข้มแข็งกล้าแสดงออก และเป็นที่แน่นอนแล้วว่า ในวันที่ 15 เดือนนี้ ไชวบีชจะนำออกมาให้ที่สุ่มคุณภาพของนักร้องสาวผู้นี้


ข. โฆษณาที่มีลักษณะของการซื้อเนื้อที่ในการโฆษณา เป็นการซื้อ  
 คอลัมน์หรือส่วนหนึ่งในหน้าหนังสือพิมพ์ เพื่อโฆษณาผลงานเทปเพลง  
 โดยเฉพาะ โดยมีข้อความที่มีลักษณะของการโฆษณาชวนเชื่อ ดัง  
 ตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพที่ 6.2 ภาพโฆษณาเทปเพลงในหน้าหนังสือพิมพ์

ภาพจากหนังสือพิมพ์ไทยรับ ฉบับวันที่ 27 ธันวาคม 2535 หน้า 8

**“พีชรา” แรงจัดเพิ่มมิวสิกฯ**

กลับมาเป็นนักร้องหญิงยอดนิยมอย่างรวดเร็ว ด้วยผลงานเพลง  
 ใหม่ในชุด “กลักริน” สำหรับ “พีชรา แวงวรรณ” หลังจากนำเพลง และ  
 มิวสิกฯ อีกพร้อมกันคือ กลักริน, ใครคนหนึ่งถึงใครสักคน, เราจะโทษใคร  
 ซึ่งประทับใจแฟนเพลงไปแล้ว “นิธิตัน” จัดให้ทีมงาน ถ่ายมิวสิกฯ เห็น  
 ค่อยอีก 3 เพลงทันทีอันมี บาดดาตาใจ, ใจรัก, หัวใจที่ว่างเปล่า ซึ่งกำหนด  
 แพร่ภาพเพลงดังกล่าวออกอากาศหลังจากทดลองปีใหม่วาดต้นเดือนมกราคม  
 นี้ นับเป็นศิลปินหญิงคนเดียวที่มีมิวสิกวิดีโอมากกว่าใคร โฆษณา



ภาพจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 29 ธันวาคม 2535 หน้า 14

แรงสุดขีด จาก “ไบร์ทริทส์ดำ  
 วันนี้อร่อยสุด...สุด จาก “ไฟใกล้ฟาง”



**ศิริพร  
 อำไพพงษ์**

พบกับ ศิริพร อำไพพงษ์ พร้อมงานชุดใหม่ “ไฟใกล้ฟาง” จากทุกสื่อของ ที จี เอ็ม  
 TEL.: 274-4910-3, 274-4791 Fax: (02) 274-4374 (24)

ภาพจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 30 ธันวาคม 2535 หน้า 14

๑๑ นะ... วันหยุดนี้..  
ขอมอบสไปดด้วยคนนะ  
สัญญาว่าจะไม่ควน... นะ... ๑๑

**MOS**  
มอส...โอ้อโฮอ  
คอยคุณอยู่แล้ว *ภูมแพง*

ภาพจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 27 ธันวาคม 2535 หน้า 8

\*\*\*\*\*

ฉันมีใหม่ ชีวิตใหม่ ให้สู้  
องเปรมปรีดิ์ การงานดี ไม่ลำบาก  
มีความรัก อย่างมั่นคง อบอุ่น  
องหลุดพ้น ทุกข์โศก โรคภัยเอย

ด้วยความจริงใจ และขอบคุณมาก จาก...พยาบาลสาว " อังสนา ช่างเสวต "

ที่กำลังพยาบาลใจ คนอกหัก ด้วยเพลงชุด "วงน่าน"

**WITS** สร้างสรรค์ **R** จัดจำหน่าย

\*\*\*\*\*

ภาพจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 7 มกราคม 2536 หน้า 21



**2 กล้วยฮิตปี 36**  
 ชื่ออะไรอะเปล่า ออกมาเดิน กอรับเกิด แกรีน  
 แรงกับ 4 เพลงฮิตจาก 4 ค่ายดัง

**BIG HITS 1 2**  
 ปี ก ฮิต 1 2

ออกมาเดิน เทวโฝ รอนาได๋ อิมโนเลา หลอหลอฉาย เอ็ดดิมมิม สุระชัย 3 ซา ไม่อยากเป็นเบรกลีพัน บ่อสร้างทางจ่อ หัวจิตหัวใจ ไซ้ไฟไม่รัก รุ่งแล้วอย่าทำ  
 ชื่ออะไรอะเปล่า ยอกรับคนสวย ทบพวน มาเพื่อลา บุญริษา รักภานา คีตคิก ไซโย รักทรหด ไฉยง ทบพวน (ดนตรีมีห้อง)

RS DAY N GFA  
 รวมสรรไมสรรกัฒนธรรมกัฒนธรรมประพันธ์  
 307 พิษณุ

ภาพจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 25 ธันวาคม 2535 หน้า 14

**ทำไมถึงต้อง? “ทนต์ทุกที”**

**ค้นหาคำตอบได้ใน**  
 อัลบั้มครบรอบ 12 ปี  
 อันยิ่งใหญ่ผู้ลึกลับ  
**แจ๊สลายไทย 2**

(ติดตามชม MYSI TV-8.0. เพลง ทนต์ทุกที ทางสถานีโทรทัศน์

\*ฉันเองมีแค่เธอ ก็เลยไม่มีเพื่อน, ไม่เคยคิดกับใคร เหมือนคิดกับเธอ ไร้ใจเพียงแค่นั้น ทำไม? (แล้วโย)  
 มาทำร้าย เห็นฉัน ไม่มีใคร ก็เลยได้ใจ แค่งั้นไม่โกรธ ไม่หุดอะไร-ทนต์ทุกที ที่เธอร่า-ฉันรักเธอ  
 เธอก็เธอดีดี

วันนี้ : ทุกแผง เทป  
 ONPA  
 CHARLES JORDAN  
 Wetchae  
 ดนตรีไทย



ค. บทวิจารณ์ มีลักษณะของการวิจารณ์โดยนักเขียนข่าว ประจำคอลัมน์ต่าง ๆ ในหน้าหนังสือพิมพ์ ที่มักจะมีการว่าจ้างให้นักข่าวเขียนวิจารณ์ในทางที่ดีและมีผลในการโฆษณาแก่เพลงและศิลปินเพลงมากกว่าที่จะวิจารณ์ในแง่ลบ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพที่ 6.3 ภาพและบทวิจารณ์ผลงานเพลง

ภาพจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 29 ธันวาคม 2535 หน้า 21



**“ความจริงใจ”  
เสน่ห์ของ  
“สวนอน”**

ได้ฟังงานชุดแรกของวง สวนอน อัลบั้ม สวนอนซะแล้ว นี่ต้องยอมรับว่า สมกับที่เป็น “วงดนตรีของคนรุ่นใหม่” จริงๆ พวกเขา คิดอะไร รู้สึกอย่างไร อยากจะบอกอะไร ก็บอกออกมาตรงๆ ไม่ต้องอ้อมค้อม โดยเฉพาะ “ความจริงใจ” ที่อยู่เนื้อเพลงทุกเพลงในงานชุดนี้

อย่างเพลง “อย่ามายุ่งกับฉัน” แค่ชื่อเพลงก็สามารถบอกได้ว่า เขา รู้สึกอย่างไร ก็บอกความรู้สึกนั้นออกมาตรงๆ



“อย่ามายุ่งกับฉัน” คำคำนี้แม้บางคนจะบอกว่า ผู้ชายไม่น่าจะเป็นคนร้องก็ตามที แต่ผมกลับมองคนละมุม ผมรู้สึกว่า ผู้ชายที่พูดคำคำนี้ออกมาได้นี้ พูดด้วยความรู้สึกจริงๆ ไม่ใช่เสแสร้ง

ผมเคยคิดว่า ถ้อยคำที่รุนแรง ไม่น่าจะนำมาร้องเป็นเพลงได้เพราะเรา แต่สวนอน ทำตรงนี้ได้อย่างเหลือเชื่อ... น่าฟัง

หรืออย่างเพลงอื่นๆอย่าง ไม่เอาไหน, โอ๊ย...มาอีกแล้ว, ขอบใจที่เป็นห่วง, ก็เท่านั้นเอง, รักน้องจริง ฯลฯ ก็เหมือนกัน ภาษาที่ใช้จะเป็นภาษาง่ายๆฟังแล้วเข้าใจเลย ไม่ต้องลึกลับซ้อนไปมาหลายดลยให้มันปวดหัว

เพลงเหล่านี้ เมื่อได้นักร้องที่ร้องด้วยความรู้สึกในลักษณะเดียวกัน ก็ยิ่งทำให้เพลงเหล่านี้ มีชีวิตชีวา มากขึ้น ซึ่งผมว่าหาได้ยากยิ่งเต็มที สำหรับวงดนตรีหน้าใหม่ในยุคนี้.

**เวียง รมณีย์**

ภาพจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 4 ธันวาคม 2535 หน้า 21

**“พัชรา” กลับมาตั้ง  
เพลง “กล้ากล้า”  
แต่งเอง-ร้องเอง**

ชื่อของ “พัชรา แวงวรรณ” ดังสนั่นอีก  
ครั้ง หลังจากห่างเหินแฟนเพลงเมืองไทยไปร้อง  
เพลงให้คนไทยในอเมริกา, ยุโรป ฟัง และชื่นชม  
กับผลงานเพลงฮิตต่างๆ ของเธอเป็นเวลาร่วม ๑ ปี  
วันนี้ “พัชรา แวงวรรณ” (เอ๋) กลับคืนสู่  
เมืองไทย พร้อมกับมีผลงานเพลงชุดใหม่ล่าสุดที่  
กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย จนกลายมา  
เป็นเทปเพลงยอดฮิตขายดีอยู่ในขณะนี้  
“กล้ากล้า” ซิมเปิ้ลน่ารักที่สุดและเพลงที่  
“พัชรา” แต่งเอง ร้องเองได้อย่างมีประสิทธิภาพที่  
สุด สะสมประสบการณ์อันยาวนาน กลั่นกรอง  
ออกมาจากส่วนลึกของอารมณ์และหัวใจ  
กลายเป็นงานที่ประทับใจใครต่อใครอยู่ในขณะนี้  
จนมีนักร้องศรัทธาตามคนเฝ้าต่างๆ นำไปตั้งร้องกับ  
วงของตัวเองออกซิงเกิ้ลนี้:

นอกจากเพลง “กล้ากล้า” แล้ว ยังมี  
เพลงอีกหลายเพลงในชุดนี้ที่ทำได้คะแนนนิยมดี  
คู่กันมา เช่นเพลง “โลกกะหนึ่มใครสักคน”  
และ “เราจะโทษใคร” ก็ได้กลายเป็นเพลงประ  
ทับใจผู้ฟังทั่วประเทศ ไม่แพ้กันจริงๆ

นำเสียงและลีลาการร้องของ “พัชรา”  
ถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของตัวเองอย่างไม่มีใครมา  
เลียนแบบได้ หลายคนกล่าวว่าฟังเสียงของ “เอ๋  
พัชรา” แล้วสบายหู ไม่มีเบื่อ เพราะร้องได้อย่าง  
นำฟังที่สุดมาตลอด

“นิธิทัศน์” จัดทำมิวสิกวิดีโอทั้ง ๑ เพลงนี้  
แล้ว เพื่อให้ความสุขทุกรูปแบบทั้งเสียงทั้งภาพ ต่า  
หรับผู้ชมและแฟนเพลงที่มีอุปการคุณสนับสนุน  
“เอ๋ พัทธรา” มาตลอด

ติดตามชมได้ในรายการเครื่องสำอาง “นิธิ  
ทัศน์” และ “แอ๊ดโฟร์”

ด่วน!! ฟังนี้ “แอ๊ดโฟร์” (นิธิทัศน์,  
อาร์เอส, ดี.เจ.บี, บุษเชอ, เอสพี, สมาร์ท บอย) นำ  
ศิลปินชื่อดังร่วมงาน “5 ธันวาคมหาราช” ที่ลาน  
พระบรมรูปฯ พบกับ อลิศ, อี๊ด โอภาส, เทย์,  
กษยาพันธ์, ทอม, อุทธิพร, เสก, วงษา, ชูชี ฯลฯ  
และวันที่ ๘ ธ.ค. “นิธิทัศน์” นำ อี๊ด-อลิศ-  
ปานามา-แครอท-ท๊อบ-อ๊ว-จิ้ง-โหน่ง-คริสตัล  
พลาดไม่ได้ทั้ง 2 วันดังกล่าว.

**เรিং รมณีย์**

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ง. การเสนอเรื่องราวส่วนตัวของศิลปินเพลงเพื่อเน้นความบันเทิง  
 เป็นการเขียนข่าวหรือเรื่องราวของศิลปินเพลงไทยสากลที่ไม่ใช่การ  
 โฆษณาหรือการวิจารณ์ แต่เป็นเสมือนการเล่าสู่กันฟังในเรื่องทั่วไป  
 เช่น เรื่องส่วนตัว เรื่องชู้ชู้ เรื่องเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยเกี่ยวกับ  
 ศิลปินเพลง แต่โดยมากจะมีการแฝงการโฆษณาเพราะมักจะเป็นข่าว  
 ในช่วงที่ผลงานเพลงของศิลปินนั้นกำลังอยู่ในระหว่างการวางจำหน่าย  
 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพที่ 6.4 ภาพและการนำเสนอเรื่องราวส่วนตัวของศิลปินเพลง

ภาพจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 4 มกราคม 2536 หน้า 14

ศูนย์วิจัย  
จุฬาลงกรณ์

**“ใหม่” แหมมปีดราคาตัวแพง**  
**7 หมีน-ร้องสามเพลงแล้วกลับ**

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า จารณีย์ ร้อยเข็มผู้ดีดอกรางโจไร่ได้รับบทที่สุด ในเพลงลูกใหม่ที่มีบทบาท เป็นลูกพี่ เป็น ใหม่ เจ็ญปุระ อัจฉริยะเอก ละคร วิทยาน นินอที่นี้ ผู้สื่อข่าว ได้รับทราบกับเทรนมาโชโจวรวมลา จึง ใหม่ เจ็ญปุระ นินอที่นี้ มาจะ 7 หมีนบาท ร้องสามเพลงแล้วกลับ แต่ทว่าเป็นคอนเสิร์ตของ ใหม่ วลา จะกระเด็นขึ้นจึงคัดลอกแบบมา

ส่วนคอนเสิร์ต วิทยาน มาว่าวิ่งรอดทุกคู่ ในชั่วโมงท่อน เมื่อใหม่มีผ่านมา ทั้งนี้ ผู้สื่อข่าวได้รับทราบจาก ทานอว มาเลน 6 มีงานไร่ สิบบาทหนึ่งๆ และให้ข้อมูลว่า เป็น นินอ

“ช่วงใหม่ นำไปใส่สิ่งประมาทแสดงหมิ่นบาทต่องาน ซึ่งกับก็มีประมาทต่อ นินอมาบ แต่แล้วกันก็มีไปให้ โดคัลงานจะสติงที่หมิ่นบาท”

ทางด้าน สันติสุข ธรรมศิริ ได้ให้สัมภาษณ์ผู้สื่อข่าวว่า สาเหตุที่รับให้เพียงนี้คือ อดใหม่ สิบบาท โดยให้ไปกระหนาบต่อที่หมิ่นบาทต่องาน ผู้สื่อข่าวถามต่อ จึงขอ ทรา สุขทัศน์ ก็ได้บอกทันที ว่าแล้วขอ นินอว่าท่อนกระหนาบหมิ่นบาทต่องาน

**ใหม่**

ภาพจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 27 ธันวาคม 2535 หน้า 21

### 'เต้-สวอน' ครวญ 'อย่ามายุ่งกับฉัน'

#### เจอตำรวจยื่นจดหมายพิสดารพันลึก

มีรายงานข่าวเผยว่า ขณะนี้วัยรุ่นให้ความสนใจ "สวอน" ที่มี เต้-ทัตพงศ์ พงศ์ทัต นักร้องนำของวงเป็นอย่างมาก หลังจากอัลบั้มชุด "สวอนชนะแล้ว" วางแผง ส่งผลให้เพลง "อย่ามายุ่งกับฉัน" และ "คำว่า ไป" ถูกถามถึงมากที่สุดนับครั้งไม่ถ้วน

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า ตั้งแต่อัลบั้มชุดนี้วางแผงเมื่อปลายเดือน พ.ย. ที่ ผ่านมา บรรดาวัยรุ่นกว่า 90 x ที่เป็นหญิง ได้ส่งจดหมายมา ถึงวงสวอนเป็นจำนวนมาก และลักษณะของจดหมายจะแตกต่างจากจดหมายทั่วไป อันมีลักษณะพิสดารถึงแก่ขีดสุดจนหมายไปจนถึงกระดากเขียนจดหมาย

เต้-ทัตพงศ์ ได้กล่าวถึงความภูมิใจที่แฟนเพลงให้การต้อนรับว่า จดหมายทุกฉบับที่ส่งมาถึงสวอน พวกตนจะอ่านและตอบให้ทุกฉบับ และฝากขอบคุณผ่านสื่อมวลชนว่า จดหมายที่ถึงๆ ประหลาดประหลอยส่งเข้ามานั้น พวกตนจะเก็บไว้เป็นที่ระลึกเสมือนของขวัญปีใหม่ไปในคำ



ภาพจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 25 ธันวาคม 2535 หน้า 21

### "แซม" ครวญโรคภัยกำเริบหนัก

#### เขมัสสรนเกือบ 20 ปี พยาธิรักษาไม่ได้อีก



แซมหมดโอกาสรักษาโรคนี้นี้ที่เป็นเรื้อรังมา 10 กว่าปี ทุกวันนี้พยายามฝึกร่างกายให้แข็งแรงเพื่อไม่ให้โรคกำเริบ

ยุรพันธ์ ภรรยาของแซม กล่าวกับหนังสือพิมพ์ไทยรัฐว่า ระยะนี้รู้สึกว่าการที่โรคนี้นี้กำเริบขึ้นมา จนบางครั้งทำให้รู้สึกปวดหัวและสับสนจนงานไม่อาจทำงานได้ ต้องกินยาตลอดเวลาเพื่อบรรเทาอาการดังกล่าว ซึ่งแซมบอกอย่างราคาญต่อโรคนี้คือว่า ไปหาหมอไม่รู้จักก็หมอแล้ว แต่ก็ยังรักษาโรคนี้นี้ไม่หาย ซ้ำหมอยังบอกอีกว่าโรคนี้นี้รักษาไม่ได้ นอกจากจะต้องพักผ่อนและออกกำลังกายให้มากๆ

"แซมไม่ค่อยจะมีเวลาพักผ่อนหรอกครับ ทำงานทุกวันนี้ และก็ยังไม่วายหยุดด้วย ระยะนี้งานเข้ามาเยอะมาก ทำให้โรคนี้นี้กำเริบขึ้นมาเรื่อยๆ เลยต้องกินยาตลอดเวลาก็อากาศเย็นๆ อย่างนี้ มันทรมานมาก ไม่รู้จะทำยังไงให้โรคนี้นี้หายได้ ใครมียาดีช่วยบอกด้วยนะครับแซมจะแปอยู่แล้ว ถ้าใครเป็นโรคนี้นี้หรือทราบว่ามันมีราคาญขนาดไหน ตอนนั้นแซมเลยต้องพยายามออกกำลังกาย และต้องไปให้หมอตรวจสุขภาพทุกเดือน ไม่งั้นเดี๋ยวมันจะเป็นมากกว่านี้ แต่ที่แซมก็ไม่ไหวแล้วครับ" แซมกล่าวอย่างเบื่อหน้า

3.2 สื่อนิตยสาร - เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการเผยแพร่เรื่องราวของศิลปินและเพลงไทยสากล ในลักษณะต่าง ๆ คือ

ก. การสัมภาษณ์ศิลปินเพลง นักแต่งเพลง โปรดิวเซอร์ เจ้าของค่ายเทป เพลง และผู้ที่เกี่ยวข้องอยู่ในวงการเพลงไทยสากล ทั้งในเรื่องงาน และเรื่องส่วนตัว ตัวอย่างเช่น

อำพน ลำพูน "ผมว่าที่รามเป็นศูนย์รวมของนักศึกษา เป็นมหาวิทยาลัยที่มีนักศึกษา มาก ที่นั่นเป็นศูนย์รวมของคนรุ่นใหม่ ผุดงาย ๆ ว่าเป็นศูนย์รวมของวัยรุ่นที่เข้าไปศึกษาอยู่ วิทยาลัย มีกรับอะไรง่าย ๆ และใหม่ ๆ ได้เสมอ ผมรู้สึกชอบที่ได้ไปเปิดคอนเสิร์ตในรามค่าแห่ง ไม่จำเป็นว่าจะจะเป็นลานอะไรก็ได้ ขึ้นชื่อว่ามหาวิทยาลัยผมว่ามันเหมาะกับคอนเสิร์ตที่สุด ผมอยากจะทำให้ประเทศนี้มีคอนเสิร์ตเยอะๆ ไม่ว่าจะฟรีหรือเสียสตางค์ ขอให้เป็นคอนเสิร์ตดี ๆ ก็แล้วกัน"

(จากนิตยสารบันเทิงคดี ฉบับวันที่ 2 กรกฎาคม 2532 หน้า 17)

ข. การลงข่าวเป็นคอลัมน์ซุบซิบ เป็นเกร็ดข่าวย่อย ตัวอย่างเช่น

"รายแรกนั้นคงหนีไม่พ้นสาวรีด นรินทร์ ณ บางช้าง ซึ่งมีข่าวออกมาแล้วว่า เทปของเธอจะออกวางในวันที่ 17 พฤษภาคม ศกนี้ โดยที่ทางแกรมมี่บอกว่าถ้าต้องการให้เทปออกทันวันที่ 16 ซึ่งเป็นวันเกิดของ "จีเอ" นรินทร์ แกรมมี่ก็ยินดี ส่วนของ "พีต่าย" เพ็ญพิศตร์นั้น พี่เต๋อบอกว่าทำมา 2 ปีแล้ว แต่ก็แก้แล้วแก้อีกเพราะยังไม่ถูกใจ แนวเพลงจะออกมาในลักษณะเพลงป๊อปสบาย ๆ ตามสไตล์คนไทยที่ชอบอะไรสบาย ๆ อยู่แล้ว "

(ข้อมูลจากนิตยสาร Young Executive ฉบับที่ 55 พ.ค. 34 หน้า 57)

ค. บทวิจารณ์ผลงานเพลงและศิลปินเพลงที่มีทั้งแง่ดีและแง่ลบ โดยขึ้นอยู่กับ  
ความคิดเห็นและอคติของผู้เขียน ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ศิลปิน กษาปณ์

อัลบั้ม กษาปณ์

สังกัด มูเซอ

ศิลปินหนุ่มหน้าตัว  
เปิดของค่ายใหม่  
จากมันสมองเก่า  
ลูกหม้อของคีตา นามประภาส  
ชลศรานนท์ ในชื่อสังกัดมูเซอ มา  
ถึงวันนี้ กษาปณ์สลับผ่านกับการ  
วางตลาดไปแล้วเรียบร้อย ด้วยบท  
เพลงภาษาสะใจ "มีอะไรอะเปล่า"

ถ้าจะให้บอกความเห็นอย่าง  
ไม่ซีเรียส เอาเป็นเพลงฟังเพลินๆ  
ก็ต้องบอกว่าชอบเพลงนี้ เพราะมัน  
ออกมากวน-นทวนใจที่น่ารักไปอีก  
แบบ แต่ถ้าจะให้ตอบว่า จะฟังเพลง  
นี้ได้นานมัย ก็คงตอบได้ทันทีว่า  
เดือนเดียวก็เต็มกลืน

เราคิดว่านี่เป็นการเปิดตัว  
ในมุมมองที่รอบคอบ สมกับที่ผ่าน  
การสร้างนักดนตรีมากมายของ  
ประภาส ในยุคสมัยที่ศิลปินไม่  
จำเป็นต้องทำงานเองเป็น คุณ-  
สมบัติที่สังกัดควรจะมองเมื่อไว้ก็คือ  
เสียงร้องพองเขินไหว และหน้าตา  
ต้องจับใจคนฟัง

ถึงกษาปณ์จะมาในลักษณะ  
ของนักร้องที่ถูกปั้นให้ดัง มากกว่า  
ที่จะจริงจังกับอาชีพนักร้องมาก่อน  
หน้า แต่สำหรับบทบาทการแสดง  
สดบนเวทีคอนเสิร์ตที่ผ่านมา เขาก็  
จัดเป็นนักร้องที่ร้องเพลงได้และมี  
ลักษณะของเอนเตอร์เทนเนอร์ที่ดี

เพลงในชุดนี้ยืนพื้นอยู่ที่  
เครื่องดนตรีน้อยชิ้น ซินธิไซเซอร์  
ก็ไม่ได้มีบทบาทมาก อย่างที่งาน  
ศิลปินหน้าใหม่นิยมทำกัน เพลง  
"ฉันมันเลว" ของฉัตรชัย คุริยะ-  
ประณีต เป็นเพลงหนึ่งที่กษาปณ์  
แสดงพลังการร้องออกมาได้ดี ใน  
ขณะที่คนแต่งเพลงมีอะไรอะเปล่า  
ระวี กังสนารักษ์ ถนัดเพลงที่มี  
ภาษาทวน ก่าย ไทใจ อีกเพลง  
ของเขาก็คือ "हांฉันเลย"

สุรัช บุญแดง โปรดิวเซอร์  
และทีมงานคนสำคัญของมูเซอ จัด  
วางเพลงไว้อย่างเหมาะสม ถึงชื่อ  
ที่มันงานจะไม่คุ้นหู แต่เมื่อหัวเรือ  
ใหญ่ลงมาก็ดึงค้ำขยงแล้ว มีหรือ  
ลูกเรือจะต้องกลัวพายุ

ค่ายเก่าทั้งหลายควรตั้งตัว  
รับพายุลูกนี้ให้ดี เราว่าเขาต้องมี  
เซอร์ไพรส์ที่เด็ดกว่านี้แน่

**เพลงไทยสุดสัปดาห์**

“เรือนแก้ว”

(ข้อมูลจากเพลงไทยสุดสัปดาห์ นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ ฉบับปีที่ 10 16 กันยายน 2535 หน้า 194)

ง. การเป็นปกนิตยสารหรือถ่ายแบบในนิตยสาร ของนักร้องนักดนตรี ซึ่งมี  
ผลในการสร้างความสนใจให้มากขึ้นนอกเหนือไปจากเรื่องของผลงาน  
เพลง ซึ่งเริ่มนิยมจากช่วงที่เพลงประเภทสตริงๆได้รับความนิยม ทำให้  
มีนิตยสารประเภทเพลงวัยรุ่นมากขึ้น เช่น วัยน่ารัก วัยระเร่ วัยหวาน  
เชอกับฉิน ฯลฯ

จ. เป็นนิตยสารที่เกี่ยวกับเพลงโดยตรง คือ เป็นหนังสือเพลงที่ลงเกี่ยวกับ  
ผลงานเพลง เนื้อเพลง ภาพประกอบ และบทสัมภาษณ์ต่าง ๆ

3.3 สื่อสิ่งพิมพ์ย่อย ๗ ได้แก่ โปสเตอร์ ที่ติดตามแผงเทป ป้ายรถเมล์ หลังรถเมล์ หรือตามสถานที่ต่าง ๆ แผ่นพับโฆษณา ที่แจกฟรีตามแผงเทปหรือห้างสรรพสินค้า โดยมักทำเป็นช่องแจกของแถม เช่น ปฏิทินและภาพของเบิร์ด ธงไชย แมคอินไตรี ที่แจกพร้อม ๆ กับการซื้อฟิล์มสีฟูจิ เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงปกเทป ที่มีการถ่ายทำกันอย่างดีเพื่อให้มีจุดเด่นน่าสนใจ และมีรายละเอียดของเนื้อเพลง ผู้ประพันธ์คำร้อง ทำนอง ผู้ผลิตและทีมงานต่าง ๆ ไว้อย่างครบถ้วน รวมทั้งรูปของศิลปินเจ้าของอัลบั้มในลักษณะต่าง ๆ ที่มีการออกแบบถ่ายทำมาอย่างดี

วิเคราะห์ลักษณะการดำเนินงานของสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ผลงานและศิลปินเพลง

### ไทยสากล

สื่อมวลชนต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว ต่างมีการดำเนินงานในรูปแบบที่มีคล้ายคลึงกันดังต่อไปนี้

#### 1. การดำเนินงานโดยอิสระ

หมายถึงสื่อมวลชนไม่ได้ตกเป็นเครื่องมือของค่ายเทปในการเผยแพร่ โฆษณาประชาสัมพันธ์โดยตรง แต่ตัวสื่อมวลชนมีผู้ควบคุมในการดำเนินงานที่ไม่เกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจค่ายเทป นอกเหนือไปจากการเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ตามหน้าที่ เช่น รายการเพลงของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด รายการสไมล์เรดิโอ ที่จัดเป็นรายการเพลงไทยสากลที่ไม่ขึ้นอยู่กับสังกัดค่ายเพลงใด ๆ อิสระในการเลือกเปิดเพลงอยู่ที่ ตี.เจ. ผู้ดำเนินรายการ ซึ่งคัดเลือกเพลงจากการขอเข้ามาในรายการของผู้ฟังทั่วไป ส่วนรายการทางโทรทัศน์ ได้แก่ รายการประเภทวาไรตี้ เช่น สี่ทุ่มสแควร์ ที่กรุงเทพฯ ทไวไลท์โชว์ ช่อง 5 วาไรตี้ ฯลฯ หรือรายการคอนเสิร์ต เช่น โลกดนตรี 7 สี คอนเสิร์ต คอนเสิร์ต 9 อ.ส.ม.ท. เป็นต้น

สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ ในนิตยสารจะมีความเป็นอิสระมากกว่าในหน้าหนังสือพิมพ์ เนื่องจากนิตยสารไม่ได้มีลักษณะของการโฆษณาโดยตรงเช่นในหนังสือพิมพ์ แต่มีความเป็นอิสระในการลงข่าวต่าง ๆ หรือการสัมภาษณ์ต่าง ๆ ในขณะที่ในหนังสือพิมพ์มักมีการจ้องคอฉิมน์เพื่อการโฆษณาไว้ตลอดเวลาจากค่ายเทปต่าง ๆ

## 2. การดำเนินงานโดยการควบคุมของค่ายเทปเพลง

ในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ จะมีความคล้ายคลึงกัน คือ ค่ายเทปเพลงใช้การเหมาซื้อเวลาทั้งหมด เช่น รายการเพลงทางโทรทัศน์หรือวิทยุ ที่จัดโดยค่ายเทปก็จะมีแต่ผลงานของค่ายเทปนั้นอยู่ในรายการ โดยไม่มีผลงานเพลงของค่ายอื่นปะปน\* นอกจากการเหมาเวลาแล้วยังใช้การซื้อคิวเพลง ที่มีลักษณะของการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ผลงานเพลงไทยสากลกับรายการอิสระอื่น ๆ หรือรายการเพลงทางวิทยุ และโทรทัศน์ของค่ายอื่น ๆ ที่รับคิวเพลง เป็นต้น

สำหรับในสื่อสิ่งพิมพ์ ปรากฏชัดในหน้าหนังสือพิมพ์ ที่มีแยกคอลัมน์เป็นข่าวต่างๆ มากมาย ซึ่งส่วนมากมักเป็นข่าวที่ทางค่ายเทปติดต่อขอให้ลงในหนังสือพิมพ์ โดยมีค่าจ้างให้แก่ทางหนังสือพิมพ์เป็นกรณีพิเศษ นอกจากนี้ยังรวมถึงโปรสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิวต่าง ๆ ที่ผลิตโดยค่ายเทปโดยตรง

\* ยกเว้นในกรณีของ แพ็ค โฟร์ (PACK 4) ที่เพิ่งเริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2535 โดยการรวมตัวของค่ายเทป 6 ค่าย คือ อาร์เอส โปรโมชัน ดี.เดย์. เอ็นเตอร์เทนเมนต์ เอส.พี.ศุภมิตร (GP.C) มูเซอ นิทัศน์โปรโมชัน และสมาร์ท บอมบ์ ที่รวมตัวกันในการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนในระบบผสม เช่น การออกผลงานชุด BIG HITS 1,2 ที่รวมผลงานเพลงของทั้ง 6 ค่าย และการที่เพลงในชุด BIG HITS นี้สามารถนำไปเผยแพร่ในรายการของแต่ละค่ายที่เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ ได้



วิเคราะห์ลักษณะการดำเนินงานของค่ายเทปที่ใช้สื่อมวลชนเป็นกลไกในการเผยแพร่ผลงานเพลง  
ไทยสากล

สื่อโทรทัศน์

1. ใช้วิธีการซื้อเวลาของทางสถานีเป็นช่วงยาว ๆ เช่น 30 นาที 60 นาที ในทุกสัปดาห์ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรือทุกเดือน ๆ ละ 1 ครั้ง หรือในช่วงเวลาวันหยุดพิเศษ ฯลฯ วิธีนี้ทางค่ายเทปจะใช้การเช่าซื้อเวลาทั้งช่วงมาจากทางสถานี แล้วผลิตรายการเพลงที่ประกอบไปด้วยมิวสิกวิดีโอเป็นสำคัญ โดยมีผลงานเพลงเฉพาะของค่ายเทปของตนเอง
2. ใช้วิธีการซื้อคิวเพลงจากรายการเพลงทั่วไปที่รับคิวเพลง โดยค่ายเทปเสียค่าใช้จ่ายเฉพาะในส่วนที่ต้องการให้มีผลงานเพลงของตนออกอากาศเป็นรายเพลงไป
3. ใช้วิธีการซื้อเวลาในการลงโฆษณา โดยทำเป็นสปอตโฆษณา ไปลงในรายการเพลง หรือรายการบันเทิงทั่วไปในสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ แล้วจ่ายค่าโฆษณาเป็นรายครั้ง
4. ใช้วิธีการร่วมมือกันระหว่างรายการต่าง ๆ กับค่ายเทป โดยค่ายเทปอนุญาตให้ศิลปินไปร่วมรายการที่มีความประสงค์จะให้ศิลปินนั้นได้ไปออกในรายการต่าง ๆ โดยค่ายเทปไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ แต่ตัวศิลปินจะยังได้รับค่าจ้าง ค่าเดินทาง จากรายการเหล่านั้นด้วย

สื่อวิทยุกระจายเสียง

1. ใช้วิธีการเช่าซื้อเวลาจากทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ตั้งแต่ 30 นาทีขึ้นไป จนถึงระยะเวลายาวตลอดเวลาทำการถ่ายเทของทางสถานี โดยทางค่ายเทปใช้วิธีการเช่าเวลาจากสถานีต่าง ๆ และมีนักจัดรายการที่รับนโยบายและแนวทางในการดำเนินรายการของบริษัท
2. ใช้วิธีการซื้อคิวเพลงจากนักจัดรายการอิสระทั่วไป ที่รับจ้างเปิดเพลงตามความต้องการของค่ายเทป โดยรับค่าตอบแทนโดยตรงเพลงต่อเพลง
3. ใช้วิธีการลงสปอตโฆษณาในรายการเพลง หรือรายการทางวิทยุทั่วไป โดยทำเป็นสปอตโฆษณาสั้น ๆ คั่นในรายการนั้น ๆ โดยจ่ายค่าลงโฆษณารายครั้งไป
4. ใช้วิธีการที่อาศัยความสัมพันธ์ รู้จักชอบพอกันระหว่างนักจัดรายการเพลงด้วยกัน กับค่ายเทป หรือบุคคลในค่ายเทป โดยที่ค่ายเทปส่งแผ่นเสียงไปให้ในรายการต่าง ๆ โดยไม่คิดมูลค่า และขอให้ทางรายการเปิดเพลงของตนโดยไม่มีการจ้างวานให้เปิด

สื่อสิ่งพิมพ์ : หนังสือพิมพ์

1. ใช้วิธีการซื้อเนื้อที่ในการโฆษณาเป็นคอลัมน์ ซึ่งทางค่ายเทปเป็นผู้จ่ายค่าเนื้อที่ลงโฆษณาให้แก่หนังสือพิมพ์ และทำให้มีข่าวหรือเรื่องราวของผลงานเพลงและศิลปินเพลงมีอยู่เสมอและแน่นอน โดยที่ค่ายเทปเป็นผู้จัดทำอาร์ตเวิร์ค (Art work) ที่ต้องการจะลงโฆษณาให้กับทางหนังสือพิมพ์ หรืออาจให้ข้อมูลที่ต้องการจะลงข่าวให้ทางหนังสือพิมพ์จัดทำอาร์ตเวิร์คให้เอง โดยเสียค่าลงโฆษณาในลักษณะนี้เป็นรายครั้ง หรือรายเดือน (ใน 1 เดือน ต้องมีข่าวลงให้ 5 ครั้ง เป็นต้น)
2. ใช้วิธีการจ้างวานให้นักข่าวที่มีเนื้อที่ในหนังสือพิมพ์เขียนข่าวของเพลงและศิลปินเพลงที่ต้องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือที่เรียกว่า "จ้างให้เขียนเชียร์" ในที่นี้บางครั้งเป็นการตกลงระหว่างนักข่าวกับค่ายเทปเองโดยตรง โดยไม่เกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ ทำให้เกิดระบบ "ใต้โต๊ะ" กันขึ้นจนเป็นปกติในปัจจุบัน
3. ใช้วิธีการของคนรู้จักคุ้นเคยกัน และขอให้ช่วยเหลือในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยทางค่ายเทปจะส่งข่าว ส่งภาพ ส่งเรื่องราวต่าง ๆ ที่ต้องการนำเสนอไปให้ทางนักข่าวหรือสำนักพิมพ์ โดยทางสำนักพิมพ์จะสามารถเลือกข่าวลงได้โดยไม่มีข้อจำกัด หรือจะไม่ลงข่าวให้ก็ได้เช่นกัน

สื่อสิ่งพิมพ์ : นิตยสาร

1. ใช้วิธีการซื้อเนื้อที่เพื่อลงโฆษณาผลงานเทปเพลงใน 1 หน้ากระดาษ เช่น ปกใน ปกหลัง หน้ากระดาษในเล่ม
2. ใช้วิธีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ศิลปินเพลงในสังกัดไปเป็นข่าวให้สัมภาษณ์ หรือถ่ายภาพเป็นปกหนังสือ ซึ่งในบางกรณีศิลปินจะได้รับค่าตอบแทนจากทางนิตยสาร แต่ในบางกรณีนิตยสารก็จะถือว่าได้ทำการโปรโมชันให้ด้วยการให้ขึ้นปก ดังนั้นศิลปินก็จะไม่ได้รับค่าใช้จ่าชใด ๆ จากทางนิตยสาร
3. ใช้วิธีการส่งข่าวสารข้อมูลให้กับผู้จัดทำนิตยสาร โดยมีลักษณะเป็นข่าวทั่วไป ฝ่ายนิตยสารมีสิทธิ์เลือกนำข่าวลงโดยตนเอง และไม่ถือเป็นการจ้างวานให้เขียนข่าว

### สื่อสิ่งพิมพ์ : โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปิดโฆษณา

ค่ายเทปจัดทำขึ้นเอง โดยเน้นที่ภาพถ่ายของศิลปินเป็นหลัก และใช้สำหรับปิดตามร้านค้าที่จำหน่ายเทปเพลงแจกฟรี หรือปิดโฆษณาตามที่ต่าง ๆ เช่น Bus back Bus Side หรือป้ายจอดรถประจำทาง ซึ่งในลักษณะนี้ต้องจ่ายค่าเช่าที่โฆษณาให้แก่หน่วยงานหรือองค์กรที่ขายเนื้อที่โฆษณานั้น ๆ

นอกจากนี้ ยังมีการใช้การจัดงานเปิดตัวศิลปินหรือผลงานเพลงไทยสากลใหม่ ๆ โดยจัดตามโรงแรมใหญ่ ๆ ต่าง ๆ เพื่อให้สื่อมวลชนทุกแขนงที่ได้รับเชิญมาร่วมงาน ได้มีโอกาสถ่ายภาพหรือสัมภาษณ์ศิลปินเพลงและบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อไปทำข่าวเผยแพร่อีกทอดหนึ่ง ซึ่งมีค่ายเทปบางค่ายใช้วิธีนี้มากขึ้น เนื่องจากสะดวกในการสร้างความรู้จักคุ้นเคย ระหว่างศิลปินและนักข่าวจากสื่อมวลชนทุกประเภทได้อย่างดีในเวลาเดียวกัน

สำหรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยสื่อมวลชนนั้น โดยสรุปแล้ว มีขอดีการใช้จ่ายสูงสุด ถ้าเปรียบเทียบกับการผลิตผลงานเพลงแต่ละชุด คิดเป็นค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการจำหน่ายต่อค่าใช้จ่ายในการผลิตผลงานเพลงไทยสากลชุด มีอัตราเป็น 8 ต่อ 2\* ซึ่งเห็นได้ว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่มีราคาสูงกว่าการผลิตโดยทั่วไปซึ่งค่าส่งเสริมการจำหน่ายคือค่าใช้จ่ายในการให้ผลงานเพลงได้เผยแพร่ไปยังสื่อต่าง ๆ ซึ่งสามารถแสดงค่าใช้จ่ายแยกย่อยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ และวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

\* The sound of music and money, "Business Review Magazine. 163, P.48

ตารางที่ 6.1: ตารางแสดงอัตราค่าใช้จ่ายของการเผยแพร่ผลงานเพลงไทยสากลในสื่อมวลชน\*\*

ประเภทของสื่อและวิธีการที่โฆษณา	รูปแบบของการโฆษณาโดยทั่วไป	อัตราค่าใช้จ่าย
สื่อโทรทัศน์ : สปอตโฆษณา	ครั้งละ 15 วินาที ถึง 60 วินาที	30,000 บาท ถึงกว่า 100,000 บาท
สื่อโทรทัศน์ : การซื้อคิวเพลง	ซื้อคิวเป็นเพลง ๆ ไปในราคาเพลงต่อเพลง	1,000 บาทถึง 20,000 บาท
สื่อโทรทัศน์ : การเหมาเวลาของสถานีเป็นช่วง ๆ และถ่ายเทปจัดรายการเพลงเอง	มีตั้งแต่ 30 นาทีขึ้นไป ถึง 1 ชั่วโมง	ช่วงป้ายราคา ถูก ประมาณ 60,000 บาท สูงสุดในช่วง หลังข่าว ชั่วโมงละ 400,000 บาท
สื่อวิทยุ : สปอตวิทยุ	ครั้งละ 1 สปอต ๆ ละ 15 วินาที ถึง 30 วินาที	1,500 บาทถึง 2,000 บาท

\*\* ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ค่ายเทปเพลงไทยสากล 3 บริษัทคือ บริษัท รถไฟดนตรี บริษัท แกรมมี่ฯ และบริษัท อาร์.เอส.โปรโมชั่น

ประเภทของสื่อและวิธีการที่โฆษณา	รูปแบบของการโฆษณาโดยทั่วไป	อัตราค่าใช้จ่าย
สื่อวิทยุ : การซื้อคิวเพลง	ซื้อเป็นรายเพลงต่อเพลง หรือซื้อเป็นช่วง ๆ เวลาสั้น ๆ	เพลงละ 1,500 บาทถึง 1,700 บาท
สื่อวิทยุ : การประมูลหรือเช่าซื้อเวลาของสถานีวิทยุแล้วค่อยเทปจัดรายการเอง	มีตั้งแต่ 30 นาทีขึ้นไป จนถึง 20 ชั่วโมง (เหมาเต็มวัน เป็นรายเดือน โดยมีสัญญาเช่าเป็นปี)	ต่ำสุด 3-50,000 สูงสุด(เต็มวัน) กว่า 1,000,000 บาทต่อ1 เดือน
สื่อสิ่งพิมพ์ : การลงโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์	เหมาเป็นเดือนในแต่ละคอลัมน์หรือจ่ายเป็นต่อครั้งที่ลงโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือเขียนเช็ชร์	อยู่ในระดับ 5,000 บาทถึง 35,000 บาท
สื่อสิ่งพิมพ์ : การโฆษณาในนิตยสาร	ลงปกหลังหรือลงโฆษณาย่อยจ่ายเป็นรายครั้งไป	ประมาณ 3,000 บาทถึง 30,000 บาท

ประเภทของสื่อและวิธีการที่โฆษณา	รูปแบบของการโฆษณาโดยทั่วไป	อัตราค่าใช้จ่าย
สื่อสิ่งพิมพ์ : โปสเตอร์ แผ่นพับ ข่าวแจก ฯลฯ	พิมพ์ครั้งละไม่ต่ำกว่า 10,000 แผ่นควบคู่ ไปกับปกเทปเพลง รวมถึงข่าวแจก แผ่น พับย่อย ๆ ต่าง ๆ	ขึ้นอยู่กับจำนวน ราคากระดาษ/ และรูปแบบงาน พิมพ์ แต่ไม่ ต่ำกว่า 30,000 บาท
สื่อทุกประเภท : การแถลงข่าวเปิดตัวศิลปินใหม่หรือผลงานเพลงใหม่	ใช้สถานที่โรงแรมใหญ่ ๆ เป็นที่จัดงาน และเชิญสื่อมวลชนทุกแขนงมาร่วมงาน	ประมาณ 10,000 ถึง 50,000 บาท ขึ้นไป

จากตารางดังกล่าว จะเห็นว่าค่าใช้จ่ายในสื่อโทรทัศน์ มีราคาสูงที่สุดถ้าเทียบกับสื่อประเภทอื่น ๆ แต่ในขณะเดียวกัน ความถี่ในการเผยแพร่ก็มีอยู่จำกัด เช่น สัปดาห์ละครั้งต่อ 1 รายการ รวมถึงความถี่ในการโฆษณาทางสปอต หรือคิวเพลงก็จะถูกจำกัดไปตามรายการเพลงที่มี และเวลาที่ได้ออกอากาศในขณะที่สื่อวิทยุกระจายเสียงในวงกว้างกว่า มีสถานีมากกว่า และแต่ละสถานี รายการส่วนมากก็จะเป็นรายการเพลง ดังนั้นในอัตราราคาที่ต่ำกว่าการโฆษณาทางโทรทัศน์ ในทางตรงกันข้ามความถี่ของการใช้สื่อวิทยุกลับมีมากกว่า สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์นั้น หนังสือพิมพ์จะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ค่ายเทปใช้ในการเผยแพร่มากที่สุด เนื่องจากเข้าถึงกลุ่มคนในทุกระดับชั้น และมีการผลิตวันละหลายแสนฉบับ ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่มีข่าวของศิลปินเพลงและการลงโฆษณาผลงานเพลงทุกวัน และมีมากขึ้นเทียบเท่ากับข่าวของวงการละคร หรือวงการภาพยนตร์ ซึ่งแต่เดิมเคยเป็นจุดสำคัญของการมีหน้าบันเทิงในหนังสือพิมพ์ แต่ในปัจจุบันความเป็นที่นิยมของเพลงไทยสากลทำให้ศิลปินเพลงไทยสากลกลายเป็นจุดสนใจและมีผู้ใคร่รู้เรื่องราวต่าง ๆ ของพวกเขา


เหล่านั้นค่อนข้างมาก ซึ่งบางครั้งมีมากกว่าดาราส์เสียอีก หน้าบันเท็งตามหนังสือพิมพ์จึงหนีไม่พ้น เรื่องเพลง เรื่องศิลปินเพลงทั้งเรื่องผลงานและเรื่องส่วนตัว ทำให้บริษัทต้องเสียค่าใช้จ่าย ในการให้ข่าว และการโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์ในอัตราที่สูงเช่นกัน ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เช่น นิตยสาร โบสเตอร์ แผ่นพับต่าง ๆ เป็นการเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดถ้าเทียบกับราคาในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทั้งหมด เพราะทำเพียงครั้งเดียว ไม่มีการผลิตต่อเนื่อง ยกเว้นการผลิตซ้ำหรือ พิมพ์ซ้ำเพราะเทปขาด ทำให้มีแรงโปรโมทสูงมากขึ้น

สำหรับการแถลงข่าวนั้น เป็นการลงทุนที่ดูจะมีราคาสูงในแต่ละครั้ง แต่โดยมากจะทำการเปิดตัวกันเพียงครั้งเดียวสำหรับศิลปินใหม่ ๆ หรือผลงานใหม่ ค่ายเทปใหม่ เป็นต้น แต่จะไม่มีผลต่อเนื่องทางด้านสื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ มากกว่า การแถลงข่าวเปิดตัวจึงเป็นการลงทุนในระยะเริ่มแรก และมีความถี่ในการจัดทำน้อยที่สุด

#### ความแตกต่างระหว่างบทบาทของสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ผลงานและศิลปินเพลงไทย สักรจากอดีตสู่ปัจจุบัน

จากการวิจัยได้พบว่า ในอดีตบทบาทของสื่อมวลชนในการเผยแพร่ผลงานและสร้างชื่อเสียงให้แก่ศิลปินเพลงไทยสักรยังมีไม่มากนัก โดยเฉพาะในยุคของดนตรีลีลาศ ดนตรีลูกกรุง ลูกทุ่ง และวงประเภทแจ๊ซไต้หวัน เป็นยุคที่สื่อมวลชนยังเพิ่งเริ่มมีบทบาทเล็กน้อยทางการเผยแพร่ผลงานเพลง เริ่มจากวิทยุเป็นอันดับแรก จากนั้นจึงเริ่มกระจายมาสู่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร และโทรทัศน์ และมีลักษณะของสื่อเข้าหาศิลปินและผลงานเพลง โดยที่เพลงใดเป็นที่นิยม ศิลปินเพลงเป็นที่นิยม สื่อต่าง ๆ ก็จะไปหาหา เข้ามามีส่วนร่วม เช่น นำเพลงไปเปิดในรายการ นำข่าวไปลงทางหนังสือต่าง ๆ หรือเชิญไปสัมภาษณ์รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ โดยที่ศิลปินเป็นฝ่ายถูกเชิญให้ไปและมีโอกาสได้รับคำตอบแทนจากสื่อมวลชน แต่ในยุคเริ่มระบบธุรกิจเทปเพลงตั้งแต่ช่วงของดนตรีสตริงฯจนถึงปัจจุบัน สื่อมวลชนกลายเป็นสิ่งจำเป็นที่ค่ายเทปและศิลปินเพลงต้องเป็นฝ่ายเข้าหาสื่อ เพื่อผลในการส่งเสริมการจำหน่ายที่ต้องใช้กลยุทธ์มากมายในการให้ได้สื่อมวลชนเข้ามาอยู่ในมือให้มากที่สุด ต้องทำในลักษณะยึดเหยียดผลงานเพลง และศิลปินเพลง หรือเรื่องราวต่าง ๆ ให้เข้าไปหาสื่อ เช่น มีการไปเยี่ยมชมกิจการของสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น น.ส.พ. ไทยรัฐ เพื่อให้ได้เป็นข่าวว่ามาเยี่ยมชม มีการสัมภาษณ์กัน หรือค่ายเทปต้องคอยส่งข่าวคร่าว

ไปลงโฆษณาตลอดเวลา รวมทั้งส่งเสริมให้ศิลปินไปออกรายการต่าง ๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ บางรายการต้องมีการจองล่วงหน้า เช่น รายการโลกดนตรี รายการ 7 สี คอนเสิร์ต เหล่านี้เป็นต้น ความเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นเพราะระบบธุรกิจเทปเพลงที่ทำให้เกิดการแข่งขันกัน ประกอบกับมีค่ายเทปมากขึ้น มีการผลิตผลงานเพลงและศิลปินใหม่ ๆ มากขึ้น สื่อมวลชนจึงเป็นหนทางเดียวที่จะทำให้เพลงและศิลปินเพลงเป็นที่รู้จักได้อย่างแพร่หลาย ส่วนจะเป็นที่นิยมมีชื่อเสียงมากน้อยเพียงไรขึ้นอยู่กับบทเพลง ศิลปินเพลง และการสร้างสรรค์ควบคุมรูปแบบและแนวทางของค่ายเทปผู้ผลิตเอง ซึ่งก็ได้มีการพัฒนามาโดยตลอด และคาดว่าจะมีการแข่งขันสูงขึ้นในอนาคต รวมทั้งสื่อมวลชนก็จะเป็นเครื่องมือและช่องทางสำคัญที่มีส่วนสำคัญที่สุดที่ค่ายเทปยังต้องใช้ในอนาคต



ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย