



บทที่ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นักคิดคนสำคัญของยุคหลังสมัยใหม่อย่าง Jacques Derrida ได้เสนอแนวคิดเรื่องความแตกต่างระหว่างภาษาพูด (Speech) และภาษาเขียน (Writing) ซึ่งเขาได้กล่าวไว้ว่า “The Voice is the privileged medium of the Meaning” โดยเป็นการให้ความสำคัญกับภาษาพูด (Speech) หรือการออกเสียง (Voicizations) ว่าเป็นสื่อกลางที่ดีที่สุดในการถ่ายทอดความหมาย เนื่องจากการเปล่งเสียงพูดจะถ่ายทอดสิ่งที่ใกล้เคียงกับความคิดของผู้พูดมากที่สุด (speech lies closet to thought) และยังคงกล่าวอีกว่า ภาษาเขียนเป็นเพียงสื่อกลางเพื่อนำเสนอภาษาพูด แต่ภาษาพูดต่างหากที่นำเสนอความคิดและจิตใต้สำนึกของคนเรา โดยหากเปรียบเทียบเสียงพูดเป็นเสมือนกับราชา ภาษาเขียนก็เปรียบได้กับศัตรูที่เป็นอันตรายอย่างยิ่งต่อการนำพาความจริงสู่ผู้รับสาร เพราะทำได้เพียงเป็นสื่อของภาษาพูดอีกทีหนึ่ง

ภาษาพูดจึงมีความสำคัญอย่างมากในการแสดงความหมายที่แท้จริงในการสื่อสาร โดย D. Abercrombie กล่าวไว้ในบทความชื่อ Paralanguage ในวารสาร British Journal of Disorders of Communication ปี 1968 ว่าลักษณะที่สำคัญที่สุดของภาษาพูดก็คือการใช้ Paralanguage ซึ่งหมายถึง ลักษณะข้างเคียงทุกประการที่เกิดขึ้นควบคู่ไปกับการพูด ไม่ว่าจะเป็นวิธีการใช้โทนเสียงหรือท่วงทำนองการออกเสียง ซึ่งจะแสดงถึงเจตนาที่แท้จริงของผู้พูดหรืออรรถการสื่อสาร (Metacommunication) ดังนั้นเราหากต้องการศึกษาภาษาพูด ก็จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการศึกษา Paralanguage ควบคู่กันไป เนื่องจากความหมายที่แท้จริงในการสื่อสาร ไม่ได้อยู่ที่ว่า เราใช้คำในภาษาว่าอย่างไร แต่หากขึ้นอยู่กับว่าเรานำเสียงในการพูดภาษานั้น อย่างไรต่างหาก (D. Abercrombie อ้างใน John Laver, Sandy Hutcheson, 1972)

อย่างไรก็ตาม D. Abercrombie กล่าวว่า แม้คนเราจะใช้คำพูดในการสื่อสาร แต่เรายังคงบูรณาการ (Integrate) ทั้งหมดออกมา ด้วยการให้ทุกส่วนของร่างกาย นั้นแสดงให้เห็นว่าเมื่อมีลักษณะที่เกิดขึ้นข้างเคียงวัจนภาษา (Verbal Communication) ย่อมมีลักษณะที่เกิดขึ้นข้างเคียงอวัจนภาษา (Non-Verbal Communication) ด้วยเช่นกัน ซึ่งลักษณะทั้งสองประการนี้มีความสำคัญไปไม่น้อยกว่ากันในการสื่อสาร ดังนั้นต่อมาการศึกษา Paralanguage จึงได้แยกออกเป็นการศึกษาการใช้เสียง (Vocalizations) และการเคลื่อนไหว (Kinesics) ซึ่งครอบคลุมลักษณะทุกประการของการสื่อสารเอาไว้ (D. Abercrombie อ้างใน John Laver, Sandy

Hutcheson, 1972) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าอาจเรียกลักษณะข้างเคียงที่เกิดขึ้นทั้งหมดในการสื่อสารว่า Paracomunication หรือปรสิตการสื่อสาร

คำว่า Para เป็น Prefix ที่เติมเข้ามาข้างหน้าคำว่า communication ซึ่ง Para มีความหมายว่า beside, beyond or distinct from ; but comparable to (www.askoxford.com) หรือในด้านภาษาศาสตร์ของไทยใช้คำว่า ปริ แปลว่าส่วนข้างเคียง ส่วนที่อยู่รอบๆ หรือเรารู้จักกันดีในคำว่า “กาฝาก” หรือในทางชีววิทยาจะใช้คำว่า “ปรสิต” ซึ่งหมายถึงสิ่งมีชีวิต (พืชหรือสัตว์) ที่อาศัยอยู่บนหรือในร่างกายของสิ่งมีชีวิตชนิดอื่น ที่โดยปกติแล้วจะส่งผลในแง่ลบกับผู้เป็นเจ้าของร่างกายนั้นๆ ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบว่าวัจนภาษาและอวัจนภาษาที่เราใช้ในชีวิตประจำวัน คือ “ตัวบทหลัก” (Main Text) ในการสื่อสาร ตัวบทอื่นๆที่เกิดขึ้นรอบๆ ก็คือ “ปรสิตการสื่อสาร” (Paracomunication) นั่นเอง

“ปรสิตการสื่อสาร” (Paracomunication) ถือเป็นส่วนที่มีความสำคัญอย่างมากในการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นดังที่ Jacques Derrida กล่าวไว้ว่า ภาษาพูด (Speech) นั้นมีลักษณะสำคัญของการใช้น้ำเสียงประกอบ (Jacques Derrida อ้างใน Bill Mayblin, Collins and Jeff, 1996) นอกจากนี้ ไม่ว่าจะเป็น การใช้เสียง (Vocalizations) หรือการใช้ภาษาท่าทาง (Kinesics) ล้วนจัดอยู่ในกลุ่มการสื่อสารแบบอวัจนภาษา (Non-Verbal Communication) ซึ่ง McCroskey และ Wheelless (1976) กล่าวว่าผลการวิจัยจำนวนมากพบว่าการสื่อสารของมนุษย์กว่าร้อยละ 60 มาจากการแสดงออกโดยอวัจนภาษา และมากกว่าร้อยละ 90 ของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม จะถูกกระตุ้นเร้าด้วยการสร้างความหมายจาก อวัจนภาษา

ผู้วิจัยสังเกตว่าในงานของสื่อมวลชนในปัจจุบันนั้น มีรายการแสดงในรูปแบบเพื่อความบันเทิง โดยเฉพาะรายการละครโทรทัศน์ รายการตลก จะมีลักษณะข้างเคียงหรือลักษณะเกินเลยตัวบทปกติที่ใช้ในการสื่อสารอยู่มาก ไม่ว่าจะเป็นการใช้เสียงสูง เสียงแหลม สำเนียงแปลกๆ การดัดแปลงเสียงพูด หรือกระทั่งการสรรหาคำแปลกๆ ที่นอกเหนือจากภาษาปกติมาใช้ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้แสดงตลกนั้นมักจะแสดงกริยาท่าทางต่างๆ ในลักษณะที่เกินจริง เช่น การทำหน้าตาบูดเบี้ยว การแสดงสีหน้าที่มากกว่าปกติ หรือการแต่งกายที่ผิดแผกไปจากกว่าภาวะปกติ จนอาจกล่าวได้ว่าทั้งหมดเป็นลักษณะโดดเด่น ที่พบในรายการตลกอยู่เสมอ จึงเป็นที่น่าศึกษาอย่างยิ่งว่าลักษณะที่เกินเลยตัวบทปกติ หรือปรสิตการสื่อสารที่เกิดขึ้นมีลักษณะอย่างไรบ้าง และปรสิตเหล่านี้มีส่วนสำคัญอย่างไรในบริบทของการสื่อสารความตลกขบขันให้กับผู้ชม

ผู้วิจัยเห็นว่าท่ามกลางรายการตลกที่พบในปัจจุบัน การแสดงโชว์คอนเสิร์ตของคณะวงโปงลางสะออน เป็นกรณีที่น่าสนใจอย่างยิ่งในการนำมาศึกษาการใช้ “ปรสิตการสื่อสาร” เนื่องจากการแสดงของคณะโปงลางสะออนนั้น มีลักษณะการใช้เสียงต่างๆ ที่หลากหลายประกอบกับสีหน้า

ท่าทางที่เกินกว่าภาวะปกติอย่างชัดเจน เช่น การใช้เสียงสูงผิดปกติ การเลียนเสียงหรือดัดแปลงเสียงต่างๆ การใช้จังหวะการพูดที่ผิดปกติ รวมทั้งลีลาการพูดในแบบต่างๆ เช่น ลาล่าซึ่งพูดภาษาไทยสำเนียงอังกฤษ หรือลูลู่ซึ่งพูดภาษาไทยเลียนแบบชาวพม่าที่อพยพมาอยู่ประเทศไทย โดยเทคนิคการใช้เสียงเหล่านี้ถูกแสดงออกมาพร้อมกับท่าทางในลักษณะต่างๆ ที่ค่อนข้างเกินกว่าความเป็นจริง (Over acting) โดยเฉพาะส่วนใบหน้า เช่น การอ้าปากค้าง การทำตาเบิกโพลง การทำหน้ามุดเบี้ยว



ภาพที่ 1.1 การแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง และการแต่งกายของวงโปงลางสะออน



ภาพที่ 1.2 - 1.4 การแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง และการแต่งกายของวงโปงลางสะออน

ซึ่งการแสดงออกทั้งหมดเหล่านี้ผู้วิจัยเห็นว่ามีความคล้ายกับลักษณะของตัวการ์ตูนเป็นอย่างมาก เพราะโดยธรรมชาติของการ์ตูนนั้นเป็นการสื่อสารด้วยการวาดลายเส้น โดยเฉพาะตัวการ์ตูนแบบ 2 มิติในภาพยนตร์จะไม่สามารถขยับอวัยวะต่างๆได้พร้อมกันที่ละหลายๆชิ้น ดังนั้นในภาพยนตร์การ์ตูนจึงปรากฏการใช้ปรสิติกการสื่อสารอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น โทนเสียงแหลมสูง การเน้นหรือการใช้ความดังของเสียงที่มากกว่าปกติ เพราะต้องใช้เสียงพากย์ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชมแทนภาพที่ไม่สามารถขยับได้มากนัก นอกจากนี้การ์ตูนยังให้ความสำคัญกับการแสดงอารมณ์ผ่านอวัยวะบนใบหน้าในลักษณะที่มากกว่าปกติ ดังเช่นที่ Harrison (1981) กล่าวว่านักเขียนการ์ตูนจะนำเอาหลัก 2 ประการมาใช้ คือ การทำให้ง่าย (Simplify) และ ความเกินจริง (Exaggerate) มาแสดงออกอารมณ์โดยเฉพาะการขยับปาก ตา คิ้ว อันเป็นองค์ประกอบที่เห็นชัดเจนและทำให้เคลื่อนไหวได้ง่ายกว่าส่วนอื่นๆ ซึ่งคล้ายกับการแสดงหน้าออกทางสีหน้าแบบเกินจริงของนักแสดงโปงกลางสะออน อีกทั้งผู้วิจัยเห็นว่าการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าและเครื่องประดับ เช่น ทัดดอกไม้ดอกใหญ่มาก การแต่งกายสีฉูดฉาด การใส่รองเท้าบูทคนละข้าง ก็ทำให้นักแสดงมีลักษณะเหมือนตัวการ์ตูนด้วย ซึ่งองค์ประกอบทั้งหมดที่กล่าวมานี้ได้ถูกนำมารวมกันเข้าเป็นการแสดงของวงโปงกลางสะออน ซึ่งสามารถสร้างความตลกขบขัน และสามารถเรียกเสียงหัวเราะจากผู้ชมอย่างท่วมท้น จนอาจกล่าวได้ว่าการแสดงโชว์ในลักษณะดังกล่าวนับเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้โปงกลางสะออนประสบความสำเร็จอย่างมากตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา

โปงกลางสะออนเป็นที่รู้จักของสาธารณชนเป็นครั้งแรกในรายการตีสิบเมื่อปี 2547 เนื่องจากเป็นกลุ่มศิลปินที่ไม่ได้มีความสามารถด้านการร้องเพลงเพียงอย่างเดียว แต่ยังโดดเด่นด้วยคำพูด มุขตลกและการแสดงต่างๆที่เรียกเสียงหัวเราะจากผู้ชมได้อย่างมากเมื่อทำการแสดง จนต่อมาในปี 2548 จึงได้มีโอกาสเข้ามาเป็นศิลปินสังกัดค่ายอาร์ สยาม ในเครือบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และด้วยกระแสความโด่งดังอย่างต่อเนื่อง ในปีเดียวกันจึงได้เกิดคอนเสิร์ตใหญ่ของวงขึ้นเป็นครั้งแรก ในชื่อ "โปงกลางสะออน โลฟอินบางกอก" จากนั้นมีคอนเสิร์ตใหญ่ต่อเนื่องทั้งในปี 2549 ในชื่อ "โปงกลางสะออน เดอะโชว์ มาสโก สะออน" และในปี 2550 ในชื่อ "โปงกลางสะออน ตอน อะเมซิ่งไทยแลนด์" ซึ่งทั้งการแสดงทั้ง 3 ครั้งนับว่าประสบความสำเร็จอย่างมากในแง่ผลกำไรของธุรกิจเพื่อความบันเทิง (ชนภูมิ จงตั้งปิติ. สัมภาษณ์, 8 มิ.ย.2551)

การแสดงคอนเสิร์ตของโปงกลางสะออนนั้น ประกอบไปด้วยเนื้อหา 3 ส่วนหลัก คือ การร้องเพลง การแสดงตลก และการแสดงทางศิลปวัฒนธรรม แม้รายละเอียดของการแสดงจะแตกต่างกันไปในแต่ละครั้ง แต่ผู้แสดงแต่ละคนยังคงรักษาบุคลิกที่ค่อนข้างเด่นชัดของตนเองโดยมี อี๊ด หรือ สมพงษ์ คุณาประถม เป็นหัวหน้าวง มีบทบาทในการควบคุม ดำเนินเรื่องราวทั้งหมดของการแสดง และมีนักแสดงหญิงหลักอีก 2 คน คือ ลาล่าที่มีบุคลิกเป็นสาวอินเตอร์ที่พูดไทยคำอังกฤษคำ

และลู่ที่มีบุคคลิกสาวบ้านนอกซึ่งเป็นแรงงานอพยพมาจากพม่า นอกจากนี้ยังมีนักแสดงประกอบและนักดนตรีของวงรวมทั้งหมด 22 คน โดยทุกคนจะแต่งกายในแบบวัฒนธรรมภาคอีสาน และจะทำการแสดงด้วยเสียงดนตรี การฟ้อนรำและการแสดงตลกผสมผสานกันไป อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่าแม้ชื่อที่ใช้เรียกการแสดงของโปงลางสะออนว่าเป็นคอนเสิร์ต แต่เมื่อวิเคราะห์สัดส่วนการใช้เวลาในการแสดงแล้ว เวลาในการแสดงตลกกลับมีมากกว่าการร้องเพลงหรือการแสดงทางศิลปวัฒนธรรมเสียด้วยซ้ำ ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่า ผู้ส่งสารให้ความสำคัญกับการสื่อสารอารมณ์ขันสู่ผู้รับสารเป็นอย่างมาก

“อารมณ์ขัน” นับเป็นลักษณะทางธรรมชาติของมนุษย์ที่มีติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด ซึ่งนับตั้งแต่อดีตมีนักคิดมากมายหลายท่านที่พยายามหาคำตอบว่าทำไมมนุษย์เราจึงรู้สึก “ฮา” หรือ “ตลก” ขึ้นมาได้ และสิ่งที่จะทำให้เรารู้สึกขำนั้นก็มีลักษณะอย่างไร อาทิ อริสโตเติลได้กล่าวไว้ว่า เรามักจะขำกับลักษณะที่เกินพอดีของมนุษย์ เช่น รูปร่างที่บิดเบี้ยวหรือเบี่ยงเบนไปจากมนุษย์ปกติ ขณะที่เพลโตมองว่าคนเรามักจะขำกับหายนะของผู้อื่น ด้วยความโล่งใจที่เราไม่ใช่ผู้ประสบเคราะห์กรรมนั้นเสียเอง (Morreal อ้างใน เมธา, 2539) ผู้วิจัยสังเกตว่าการสื่อสารความตลกของโปงลางสะออนนั้นจะใช้ทั้งวัจนภาษา และอวัจนภาษาประกอบกัน เพื่อสร้าง “มุก” ที่กระตุ้นเร้าให้ผู้ชมเกิดความตลกขบขันได้ ซึ่งในส่วนของวัจนภาษาที่ใช้สร้างความตลกขบขันนั้น นักภาษาศาสตร์ เช่น Raskin กล่าวไว้ว่า ความตลกหรือความขำขันนั้นถือได้ว่าเป็นความสามารถทางภาษาอย่างหนึ่ง (Linguistic Competence) ที่เจ้าของภาษาจะสามารถบอกได้ว่าข้อความใดตลกหรือไม่ตลก โดยมนุษย์จะมองอะไรเป็นเรื่องน่าขันหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของตนเอง (Raskin อ้างใน กาญจนา, 2548) แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัยเห็นว่าการใช้อวัจนภาษา เช่น ท่าทางต่าง ๆ นั้นสามารถกระตุ้นเร้าให้เกิดความตลกได้โดยไม่จำเป็นต้องอยู่ในวัฒนธรรมเดียวกัน เช่น เมื่อเราเห็นท่าทางของ “ซาลี แชนพลิน” คนจากหลายวัฒนธรรมเห็นตรงกันว่าเป็นเรื่องขบขัน ดังนั้นจึงเป็นที่น่าศึกษาอย่างยิ่งว่าลักษณะข้างเคียงหรือประวัติการสื่อสารที่ใช้ในการสร้างความตลกขบขันนั้นมีลักษณะอย่างไร ในฐานะที่เป็นอวัจนภาษารูปแบบหนึ่ง

จากข้อมูลของฝ่ายการตลาดบริษัท อาร์ สยาม จำกัด ในปีแรกที่จัดการแสดง วงโปงลางสะออนทำรายได้จากการขายบัตรคอนเสิร์ตความจุเต็มทุกที่นั่งกว่า 4,203,850 บาท และมียอดขายบันทึกการแสดงสด ทั้งวีซีดีถึง 1,584,021 แผ่น ซึ่งเป็นยอดขายที่มากที่สุดเท่าที่ศิลปินลูกทุ่งของไทยเคยมีมา และมากที่สุดของศิลปินไทยในรอบหลายสิบปีที่ผ่านมา ท่ามกลางกระแสเทปวีซีดีเดือนที่ระบอบอย่างหนักในประเทศไทย จนในปีแรกวงโปงลางสะออน ทำรายได้เฉพาะบันทึกการแสดงสดซึ่งไม่รวมยอดขายซีดีเพลงปกติให้กับบริษัทถึง 210,126,580 บาท (ชนภูมิ จงตั้งปิติ. สัมภาษณ์, 8 มิ.ย.2551) หลังจากสร้างชื่อเสียงอย่างมากในการแสดงคอนเสิร์ตครั้งแรก ทำ

ให้วงโปงลางสะออน ได้มีคอนเสิร์ตใหญ่ขึ้นในทุกๆปี โดยในปี 2549 มีคอนเสิร์ต “โปงลางสะออน เดอะโชว์ มาส โก สะออน” และในปี 2550 ในชื่อคอนเสิร์ต “2007 โปงลางสะออน ตอน อะเมซิ่งไทยแลนด์” โดยปี 2549 ซึ่งทำรายได้ให้กับบริษัทอยู่ที่ 87,696,500 บาท และปี 2550 ทำรายได้ อยู่ที่ 78,642,700 บาท ตามลำดับ ซึ่งแม้ยอดขายได้จะลดลงเมื่อเทียบกับปีแรก แต่เมื่อเทียบกับ ยอดการจำหน่ายวีซีดีและดีวีดีของศิลปินทั่วไปในช่วงเวลาเดียวกันของค่ายเพลงส่วนใหญ่ซึ่งมี ยอดจำหน่ายสูงสุดอยู่ที่ประมาณ 1-2 แสน แผ่นเท่านั้น ดังนั้นยอดจำหน่ายการแสดงคอนเสิร์ต ของโปงลางสะออนจึงนับเป็นยอดที่ยังคงสูงอยู่มาก (ชนภูมิ จงตั้งปิติ. สัมภาษณ์, 8 มิ.ย.2551) และทำให้วงโปงลางสะออนยังคงเป็นศิลปินเบอร์หลักของค่ายและของประเทศไทยในการแสดง โชว์ที่ประสบความสำเร็จอยู่เสมอ

ตารางที่ 1.1 สรุปผลประกอบการการแสดงโชว์คอนเสิร์ตของวงโปงลางสะออน ณ วันที่ 30 ตุลาคม 2550

ชื่อคอนเสิร์ต	โปงลางสะออน ไลฟ์อินบางกอก	โปงลางสะออน เดอะโชว์ มาสโก สะออน	โปงลางสะออน อะเมซิ่งไทยแลนด์
สถานที่	เอ็มซีซีฮอลล์ เดอะมอลล์ บางกะปิ	เอ็กซีบีชั่นฮอลล์ 1 อิมแพคเมืองทองธานี	อิมแพคอารีน่า เมืองทองธานี
วันที่	20-21 ส.ค. 48	27-28 ต.ค. 49	1 ก.ย. 50
จำนวนรอบ	2	2	1
ความจุต่อรอบ	4,000 คน	5,000 คน	10,000 คน
ราคาบัตร	1,500/1,000/800/ 500/300	2,000/1,500/900/ 600/300	2000/1500/1200/ 800/500/300
ยอดขายวีซีดี	1,584,021 แผ่น	614,200 แผ่น	556,890 แผ่น
รายได้คอนเสิร์ต	4,203,850	3,850,500	3,247,000
รายได้จาก Sponsor	-	4,000,000	3,000,000
รายได้จากการขายวีซีดี	205,922,730	79,846,000	72,395,700
รายได้รวม	210,126,580	87,696,500	78,642,700

แหล่งที่มา : ฝ่ายการตลาด บริษัทอาร์ สยาม จำกัด

ในแง่ของการเป็นสื่อมวลชน การแสดงคอนเสิร์ตใหญ่แต่ละครั้งของวงโปงลางสะออนนั้น จะถูกทำการบันทึกและผลิตซ้ำขึ้นใหม่ในรูปแบบของวีซีดี (Video Compact Disc) เพื่อออกจำหน่าย ซึ่งแม้เทคโนโลยีการบันทึกข้อมูลระบบดิจิทัลในปัจจุบัน จะก้าวไกลไปในขั้นของการใช้เทคโนโลยีแบบดีวีดี (Digital Video Disc) แล้ว แต่อย่างไรก็ตามทางบริษัทอาร์สยาม ผู้ผลิตและจัดจำหน่าย ยังคงเลือกที่จะผลิตเฉพาะสื่อดิจิทัลแบบวีซีดี (Video Compact Disc) ออกจำหน่ายเท่านั้น เนื่องจากทางทีมผู้ผลิตให้เหตุผลว่า กลุ่มเป้าหมายของโปงลางสะออน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชนชั้นกลางถึงชนชั้นล่างซึ่งเทคโนโลยีเครื่องเล่นดิจิทัลภายในบ้านยังคงไม่พัฒนาไปถึงดีวีดี อีกทั้งสื่อดีวีดียังมีราคาแพงกว่าสื่อวีซีดีอยู่พอสมควร ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายจึงอาจไม่ตัดสินใจซื้อสินค้า การผลิตแบบวีซีดีจึงมีตลาดที่กว้างกว่าสำหรับวงโปงลางสะออน

ธรรมชาติของสื่อวีซีดี (Video Compact Disc) มีลักษณะเป็นสื่อแบบมัลติมีเดีย ที่รวมภาพเคลื่อนไหว ภาพกราฟิก เสียงและข้อความจำนวนมากไว้ในสื่อเดียวกัน ซึ่ง Jay David Bolter (2002) อธิบายว่าสื่อดิจิทัลนั้นมีลักษณะของการปรับปรุงและนำเนื้อหาสารเดิมมาใช้ในสื่อใหม่ หรือ "remediation" ทั้งนี้ในธุรกิจสื่อมวลชนเพื่อความบันเทิงมักจะเนื้อหาสารเดิมไปผลิตใหม่ในสื่อที่แตกต่างออกไป อย่างเช่น ในการแสดงคอนเสิร์ตของโปงลางสะออนก็ถูกบันทึกและนำไปผลิตซ้ำลงบนแผ่นวีซีดี เพื่อให้สามารถนำไปใช้กับเครื่องรับโทรทัศน์เพื่อการชมภายในบ้านได้ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า สื่อประเภทดิจิทัลนั้นช่วยขยายประสบการณ์ของมนุษย์ให้มีส่วนร่วมได้ง่ายขึ้น เนื่องจากสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของความบันเทิงภายในบ้านได้ (Domestication Media) ผู้บริโภคจึงมีโอกาสดูชมการแสดงของโปงลางสะออนในจำนวนที่มากขึ้น แทนที่จะมีจำนวนแค่ความจุของสถานที่จัดคอนเสิร์ต แต่กลับกลายเป็นว่า ไม่ว่าใครก็มีโอกาสดูชมการแสดงของโปงลางสะออนได้เหมือนกัน เพียงแตกต่างกันที่สถานที่และเวลาเท่านั้น และด้วยศักยภาพของสื่อและความสามารถของวงโปงลางสะออน ทำให้พวกเขาเป็นที่รู้จักในฐานะคณะศิลปินที่น่าความบันเทิงสู่สาธารณชน

และจากความสามารถของวีซีดี ซึ่งเป็นสื่อดิจิทัลที่สามารถตัดต่อภาพ เสียง และกราฟฟิก มารวมกันไว้ในสื่อๆเดียวได้ ทำให้เนื้อหาการแสดงของโปงลางสะออนที่ผู้ชมชมอยู่ที่สถานที่จริง จะไม่เหมือนกับเนื้อหาที่นำมาผลิตใหม่ลงบนแผ่นวีซีดี เนื่องจากจะมีการตัดทอนและเพิ่มเติมเนื้อหา เช่น การเพิ่มไตเติ้ลรายการ เบื้องหลังการแสดง ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกันเนื้อหาการแสดง ตลกที่ถือเป็นตัวบทหลักในการสื่อสาร ดังนั้น ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าเมื่อนำเนื้อหาการแสดงมาผลิตใหม่ในอีกสื่อหนึ่ง ส่วนอื่นๆที่เพิ่มเติมเข้ามาซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับการแสดง ก็จะมีลักษณะของการเป็นปรสิตกการสื่อสารในระดับของการนำเสนอด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงเป็นที่น่าศึกษาอย่างยิ่งว่า ตัวบทต่างๆที่ถูกเพิ่มเติมขึ้นมาเหล่านี้มีผลอย่างไรต่อการสื่อสารความตลกในระดับสื่อวีซีดี

จากความสำเร็จของการแสดงตลกผ่านสื่อวีซีดีของวงโปงลางสะออนนี้เอง ทำให้ผู้วิจัย มีความสนใจที่ต้องการศึกษาการผลิตการสื่อสารที่ใช้ในการสร้างความตลกขบขันให้กับการแสดง ของโปงลางสะออน ในฐานะที่โชว์ของพวกเขาประสบความสำเร็จอย่างยิ่งในการสื่อสารความตลก และความบันเทิงสู่สาธารณชน การวิจัยครั้งนี้จะมุ่งพิสูจน์ให้เห็นข้อเท็จจริงในเรื่องการผลิต การสื่อสารที่เกิดขึ้นในบันทึกการแสดงสดผ่านสื่อดังกล่าว ซึ่งจะทำให้ทราบว่าลักษณะการผลิต การสื่อสารที่เกิดขึ้นจากการแสดงตลกผ่านสื่อวีซีดีนั้นมีลักษณะอย่างไรบ้าง

ปัญหานำการวิจัย

ลักษณะการผลิตการสื่อสารในการแสดงตลกจากสื่อวีซีดีของวงโปงลางสะออนเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อทราบถึงลักษณะการผลิตการสื่อสารในการแสดงตลกของวงโปงลางสะออนจากสื่อวีซีดี

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาการบันทึกการแสดงสดจากวีซีดีของวงโปงลางสะออน ซึ่งมี ลักษณะการใช้การผลิตการสื่อสาร โดยจะทำการศึกษาจากบันทึกการแสดงคอนเสิร์ตใหญ่ทั้งหมดที่ เกิดของโปงลางสะออน ได้แก่

1. บันทึกการแสดงสด “คอนเสิร์ตโปงลางสะออน ไลฟ์อินบางกอก” ทำการแสดงเมื่อวันที่ 20-21 สิงหาคม 2548
2. บันทึกการแสดงสด “คอนเสิร์ตโปงลางสะออน เดอะ โชว์ มาส โก สะออน” ทำการแสดง เมื่อวันที่ 27-28 ตุลาคม 2549
3. บันทึกการแสดงสด “คอนเสิร์ต 2007 โปงลางสะออน ตอน อะเมซิ่งไทยแลนด์” ทำการ แสดงเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2550

ข้อดกหลงเบื้องต้น

การศึกษาการผลิตการสื่อสารในงานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการศึกษาการผลิตการสื่อสารที่เกิดขึ้นใน การแสดงตลกขบขันเท่านั้น ไม่รวมการผลิตที่อยู่ในส่วนอื่นๆของวีซีดี ซึ่งไม่ได้สร้างความตลกขบขัน แต่อย่างใด

ข้อสันนิษฐาน

พฤติกรรมการสื่อสารในการแสดงตลกของโปงลางสะออนบนแผ่นวีซีดี จะเกิดขึ้นใน 2 ระดับ คือ ระดับภายในตัวบท หรือ เนื้อหาการแสดง โดยจะพบทั้งประวัติที่เกิดจากวัจนภาษา ได้แก่ การดัดแปลงเสียง (Speech Modification) และการใช้ท่วงทำนองของเสียง (Speech Intonation) และประวัติที่เกิดจากอวัจนภาษา ได้แก่ ประวัติที่เกิดจากรูปลักษณ์ภายนอก (appearance) ประวัติที่เกิดจากการแสดงสีหน้าและแววตา (Facial expression and use of eyes) และประวัติที่เกิดจากการเคลื่อนไหวและท่าทางของร่างกาย (Gesture and Posture) นอกจากนี้ยังพบประวัติระดับภายนอกตัวบท หรือ การนำเสนอวีซีดี โดยจะพบประวัติจากการตัดต่อภาพ การเลือกภาพและการใช้มุมกล้อง ซึ่งจะช่วยเสริมให้ตัวบทมีความตลกมากยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์

ตัวบท	หมายถึง	การแสดงตลกของวงโปงลางสะออน ซึ่งเป็นไฮสไตล์ของประวัติที่เกิดขึ้น
ประวัติภาษา	หมายถึง	ลักษณะที่เกิดขึ้นข้างเคียงจากการใช้วัจนภาษา ได้แก่ วิธีการใช้เสียง โทนเสียงหรือท่วงทำนองของเสียงที่เปล่งออกมาเวลาพูด
อวัจนภาษา	หมายถึง	การแสดงออกด้วยร่างกายและอวัยวะต่างๆ เช่น การแสดงสีหน้า การจัดวางท่าทาง การเคลื่อนไหวร่างกาย และรวมถึงการแต่งกาย
ความตลก หรือ อารมณ์ขัน	หมายถึง	อารมณ์ที่มนุษย์แสดงออกด้วยการยิ้ม การอมยิ้ม หรือเสียงหัวเราะเมื่อเผชิญกับเหตุการณ์ที่ผิด ความคาดหมายไปจากเดิม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการให้ความรู้เรื่องวิธีการแสดงตลกแบบไทยๆ ว่ามีลักษณะอย่างไร และสามารถสร้างความตลกขบขันให้กับผู้ชมได้อย่างไร เนื่องด้วยยังไม่มียานวิจัยเกี่ยวกับเรื่องตลกของไทยมากนัก
2. ผลจากการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาประวัติของภาษาในสื่อหรือรายการประเภทอื่นๆต่อไป
3. สามารถนำผลการวิจัยหน้าที่ของพฤติกรรมการสื่อสารไปประยุกต์ใช้ในการสร้างความตลกขบขันให้กับรายการประเภทอื่นๆได้