

## บทที่ ๖

### การดำเนินกลยุทธ์ของสื่อโทรทัศน์ในการนำเสนอหมอลำ

รายการหมอลำทางโทรทัศน์ แบ่งออกเป็น ๒ ประเภท คือ

(ก)รายการในส่วนภูมิภาค และ (ข)รายการในส่วนกลาง

#### (ก) รายการหมอลำทางโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาค

รายการหมอลำ ทางโทรทัศน์ในส่วน ภูมิภาคซึ่งเผยแพร่โดยสถานีโทรทัศน์สี

เขต ๑ ขอนแก่น ช่อง ๑๑ กรมประชาสัมพันธ์ (แต่ก่อนคือ สถานีโทรทัศน์สีช่อง ๔)

เท่าที่ผู้วิจัยได้สำรวจเมื่อเดือน กันยายน พ.ศ. ๒๕๔๐ ปรากฏว่ายังมีรายการหมอลำในผังรายการ ดังนี้

ทุกวันจันทร์ เวลา ๑๗๐๐ - ๑๗๓๐ น. รายการลำซิ่งคอนเสิร์ตจากแม่ราตรี

ผู้ผลิตรายการคือนางราตรี ศรีวิไล เจ้าของสำนักงานหมอลำราตรี ศรีวิไล

ทุกวันอังคารและวันพุธ เวลา ๑๗๐๐ - ๑๗๓๐ น. รายการหมอลำห้าดาว

ผู้ผลิตรายการคือ นายประยูร จันทร์สุสอน เจ้าของสำนักงานหมอลำห้าดาว

ทุกวันพฤหัสบดี เวลา ๑๗๐๐ - ๑๗๓๐ น. รายการหมอลำสยาม

ผู้ผลิตรายการคือ นายวิเชียร รอดชมภู เจ้าของสำนักงานหมอลำสยามธุรกิจบันเทิง

ผู้วิจัยเลือกรายการหมอลำที่ปรากฏตามผังรายการทั้งหมด ของช่อง ๑๑ เขต ๑ ขอนแก่น มาเป็นตัวอย่างกรณีศึกษาสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ทั้งนี้เพราะรายการหมอลำทั้งหมด นี้ มีการออกอากาศบ่อย มีความหลากหลายทางรูปแบบและเนื้อหา แสดงให้เห็นพัฒนาการและ จุดเปลี่ยนที่ชัดเจน และเป็นที่รู้จักทั่วไปในภาคอีสาน ทั้งนี้เพราะสถานีโทรทัศน์สีช่อง ๑๑ กรมประชาสัมพันธ์ เขต ๑ ขอนแก่น มีเครือข่ายสถานี Delay อีก ๔ แห่งคือ ที่จังหวัด อุดร เลย สกลนคร และ นครราชสีมา ซึ่งสามารถแพร่ภาพออกอากาศครอบคลุมทั้ง ๑๑ จังหวัดทั่ว ภาคอีสาน

เพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์กลยุทธการใช้สื่อมวลชนเพื่อการส่งเสริมหมอลำ ผู้วิจัยจึงแบ่งลักษณะการนำเสนอรายการหมอลำทางโทรทัศน์ของส่วนภูมิภาคโดยวิเคราะห์ในแง่มุมมองต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

๑. จุดเริ่มต้นของรายการหมอลำทางโทรทัศน์ในส่วนท้องถิ่น

๒. รูปแบบการผลิตรายการ

๒.๑ หมอลำที่แสดงสดนอกสถานที่ (Outdoor on real places )

๒.๒ หมอลำที่แสดงสดบนเวที (On stage)

๒.๓ หมอลำที่บันทึกเทปในห้องสตูดิโอ (Studio)

๓. ผู้สนับสนุนรายการ (สปอนเซอร์)

๓.๑ สำนักงานหมอลำที่หมอลำสังกัดอยู่

๓.๒ ผู้ผลิตสินค้าทั่วไป

๓.๓ ค่ายเทป

๔. เนื้อหาของหมอลำที่นำมาผลิตรายการ

๕. ผู้นำเสนอ สำหรับที่นี้ผู้เสนอหมายถึงหมอลำ

๖. ลักษณะเด่นและข้อได้เปรียบของสื่อโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาค

๗. ลักษณะด้อยและข้อเสียเปรียบของสื่อโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาค

๘. กลยุทธการโปรโมตหมอลำของสื่อโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาค

### ๑. จุดเริ่มต้นของรายการหมอลำทางโทรทัศน์ในส่วนท้องถิ่น

แม้ว่าในประเทศไทยจะมีโทรทัศน์มาตั้งแต่สมัยจอมพล ป. พิบูลสงครามซึ่งตั้งสถานีโทรทัศน์เป็นครั้งแรกในประเทศไทยเมื่อ พ.ศ. ๒๔๙๘ ออกอากาศช่อง ๔ ในนามบริษัทไทยโทรทัศน์จำกัด แต่ก็ยังเป็นเพียงโทรทัศน์ที่แพร่ภาพออกอากาศในส่วนกลางเท่านั้นและกว่าจะมาตั้งสถานีโทรทัศน์ส่วนท้องถิ่นที่จังหวัดขอนแก่นก็เป็นเวลาอีก ๕ ปีต่อมา(ประมาณ พ.ศ. ๒๕๐๓) โดยครั้งแรกของการก่อตั้งนั้น ชื่อว่าสถานีโทรทัศน์ช่อง ๕ แพร่ภาพออกอากาศด้วยระบบ ๕๒๕ เส้น เป็นภาพขาวดำ สามารถแพร่ภาพออกอากาศได้ในบริเวณจังหวัดใกล้เคียงเท่านั้นเพราะเครื่องส่งมีศักยภาพจำกัด ทั้งยังไม่มีสถานีเครือข่ายที่จะใช้ในการส่งคลื่น Delay ต่อไป ต่อมาเมื่อ พ.ศ. ๒๕๒๔ ก็เปลี่ยนมาเป็นช่อง ๔ ขอนแก่น แพร่ภาพออกอากาศด้วยระบบ ๖๒๕ เส้น จนกระทั่งเปลี่ยนมาเป็นช่อง ๑๑ กรมประชาสัมพันธ์ เขต ๑ จังหวัดขอนแก่นเมื่อ พ.ศ. ๒๕๓๖ จนมาถึงปัจจุบัน (พ.ศ. ๒๕๔๑) และสามารถแพร่ภาพออกอากาศไปได้ทั่วทุกจังหวัดในภาคอีสาน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสถานีโทรทัศน์ส่วนภูมิภาคแห่งนี้จะได้รับการจัดตั้งขึ้นหลังจากสถานีโทรทัศน์ในส่วนกลาง แต่รายการหมอลำทางโทรทัศน์ในส่วนท้องถิ่นนั้นกลับมีความเป็น

มาที่ยาวนานกว่ารายการหมอลำในโทรทัศน์ของส่วนกลางเสียอีก ทั้งนี้เนื่องจากว่า พอการจัดตั้ง สถานีโทรทัศน์ส่วนท้องถิ่นและเครื่องมืออุปกรณ์ บุคลากรทุกอย่างแล้วเสร็จพร้อมที่จะผลิตรายการ ออกอากาศ หลังจากนั้นเพียงไม่กี่ปี ก็ได้มีการนำหมอลำมาออกรายการแม้ตอนแรกจะยังไม่ มีรายการประจำ แต่หมอลำก็ได้ออกโทรทัศน์อยู่ตลอดเวลา โดยมีการจัดประกวดหมอลำและนำไปสู่การผลิตเป็นรายการประจำในที่สุด เรียกได้ว่าหมอลำเป็นหนึ่งในบรรดารางวัลที่อยู่คู่กับ สถานีโทรทัศน์ช่อง ๑๑ กรมประชาสัมพันธ์ เขต ๑ มานาน

จากข้อมูลดังกล่าวเท่ากับเป็นการบอกว่า หมอลำเป็นสื่อพื้นบ้านที่ “จุมูกไว ตากว่าง รู้ทางเร็ว” เพราะหมอลำได้รู้จักใช้สื่อโทรทัศน์เป็นช่องทางให้กับหมอลำมาตั้งแต่ต้น นอกเหนือจากการใช้สื่อวิทยุ โดยใช้โทรทัศน์เป็นหนทางใหม่ในการโปรโมตตัวเองแบบให้เห็นทั้งภาพ และได้ยินทั้งเสียง และการที่สื่อโทรทัศน์ส่วนภูมิภาคอย่างช่อง ๑๑ เขต ๑ เป็นช่องทางให้หมอลำ มาตั้งแต่แรกและก่อนที่สื่อโทรทัศน์ส่วนกลางจะมาใหม่โปรโมตหมอลำอย่างที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

จากข้อมูลการสัมภาษณ์นายสมโภชน์ สุทธาธิวงศ์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการของ สถานีโทรทัศน์สี่ช่อง ๑๑ กรมประชาสัมพันธ์เขต ๑ ผู้ทำงานคร่ำหวอดอยู่กับสถานีโทรทัศน์แห่งนี้ มานาน ทำให้ทราบว่า รายการหมอลำทางโทรทัศน์ที่จังหวัดขอนแก่นนี้มีมาตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๐๙ แล้ว

“รายการหมอลำที่ช่อง ๑๑ แห่งนี้เหอ.. เดิมทีเรียกช่อง ๔ ขอนแก่นนะ เป็นรายการที่พวกเรา(สถานีโทรทัศน์สี่ช่อง ๔) ผลิตเอง ก็มีมาตั้งนานแล้วละ เริ่มออกอากาศมาตั้งแต่ ประมาณ พ.ศ. ๒๕๐๙ แรกทีเดียวก็ยังไม่ได้เป็นรายการอะไร ยังไม่มีหมอลำเป็นตัวเป็นตน ที่แรก เราเป็นฝ่ายไปขอให้หมอลำมาช่วยงานก่อน โดยไปดึงให้พวกเขามาโชว์ประกอบรายการต่าง ๆ พอเราก็เห็นว่า เอ๊ะ! เข้าทำนี่ ก็เลยชวนให้มาประกวดแล้วถ่ายทอดสดออกอากาศ พอประกวด ไป ๒-๓ ครั้ง หมอลำเขาก็เห็นว่าเข้าเวลาได้นี่ เขาก็มาขอเข้าเวลาแล้วก็เข้าเรื่อยมาอย่างทุกวันนี้” (สมโภชน์ สุทธาธิวงศ์ : สัมภาษณ์ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๔๐)

จะเห็นได้ว่า แรกทีเดียวนั้น สถานีโทรทัศน์ก็ได้ตั้งใจหรือคิดที่จะผลิตรายการ หมอลำโดยตรง แต่เป็นเพราะความบังเอิญที่ได้ไปขอให้หมอลำมาช่วยในงานเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ รายการ ประกอบกับทางรัฐบาลมีโครงการที่ขอให้มีการศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นบรรจุในรายการ ประจำด้วยจึงเกิดหมอลำเป็นตัวเป็นตนมา(มีการเข้าเวลาผลิตเป็นรายการประจำ)ตั้งแต่บัดนั้น

จากนั้นก็มีการนำเอารายการหมอลำมานำเสนอให้ผู้ชมได้ชมทางโทรทัศน์ใน ภาคอีสาน โดยในระยะแรกที่มีการนำหมอลำมาเผยแพร่ออกอากาศคือ พ.ศ. ๒๕๐๙ นั้น ใช้วิธีการถ่ายทอดการแสดงสดของหมอลำออกอากาศก่อน โดยเป็นรายการโชว์ เพราะแรก ๆ หมอลำ ยังไม่มีรายการเป็นของตัวเอง

นายธีระพงษ์ โสคาศรี หัวหน้าส่วนประชาสัมพันธ์จังหวัดขอนแก่นซึ่งเคยเป็น

หัวหน้าฝ่ายรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง ๑๑ เขต ๑ มาตั้งแต่สมัยที่ยังเป็นช่อง ๔ อยู่ ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“รายการหมอลำเริ่มแรกนั้น มีโครงการของรัฐบาลว่าขอให้หมอลำด้วย เราก็ไปติดต่อหมอลำมาเล่น ตอนแรกก็เป็นการเอามาโชว์ เล่นสดอยู่ที่สถานีโทรทัศน์เป็นบางครั้งบางคราว ต่อมาราว ๆ พ.ศ. ๒๕๑๒ ก็มีการจัดประกวดหมอลำแต่ไม่ได้เป็นรายการประจำ และก็ได้มีการนำหมอลำเข้ามาไว้ในรายการสมัยที่คณบุญกว้าง วาตะโยธา และคณบุญเรือง ดาวรสวัสดิ์ เป็นเจ้าหน้าที่อยู่สถานีโทรทัศน์ช่อง ๕ ขอนแก่น โดยมีการออกไปบันทึกเทปโทรทัศน์หมอลำนอกสถานที่ ส่วนใหญ่ไปถ่ายตอนกลางคืน โดยหมอลำไปสร้างเวทีข้างนอกแล้วให้เราไปถ่ายเทปโทรทัศน์ ก็มีชาวบ้านไปดูเยอะ ต่อมาก็มีการแสดงสดบนเวทีที่เราจัดไว้ในสถานีเป็นการอัดเทปโทรทัศน์ไว้แล้วนำไปติดต่อ หลังจากนั้นก็ค่อยมาเป็นการอัดเทปในห้องส่งเมื่อราว ๆ พ.ศ. ๒๕๒๐ เป็นต้นมา”

(ธีระพงษ์ ใจดาศรี : สัมภาษณ์ ๑ เมษายน ๒๕๔๑)

## ๒. รูปแบบการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งมี ๓ รูปแบบ คือ

- ๒.๑ หมอลำที่แสดงสดนอกสถานที่ (Outdoor on real places )
- ๒.๒ หมอลำที่แสดงสดบนเวที (On stage)
- ๒.๓ หมอลำที่บันทึกเทปในห้องสตูดิโอ (Studio)

แต่ละรูปแบบดังกล่าวนี้ ไม่ได้เกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน หากแต่เกิดขึ้นตามลำดับก่อนหลัง และการที่ต้องมี ๓ รูปแบบนั้น เป็นการพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตรายการ โดยพยายามเลือกและหารูปแบบที่เหมาะสมที่สุดสำหรับวัฒนธรรมของสื่อโทรทัศน์ที่เน้นว่าต้องใช้เวลาและพื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัด (Limited time and place) นั้นให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่าที่สุด ทั้งนี้ในการผลิตรายการหมอลำโดยสื่อโทรทัศน์ก็เช่นเดียวกัน จำเป็นต้องหารูปแบบที่เหมาะสมและให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายและเวลาน้อยที่สุด จึงเกิดรูปแบบการผลิตรายการต่าง ๆ ตามลำดับ ดังนี้

### ๒.๑ หมอลำที่แสดงสดนอกสถานที่ (Outdoor on real places )

คือการทำสถานีโทรทัศน์ช่อง ๔(สมัยนั้น) ยกคณะถ่ายทำเข้าไปถ่ายทำนอกสถานที่ หลังจากได้ตกลงนัดหมายวันและเวลาตลอดจนสถานที่ที่จะแสดงกับคณะหมอลำได้แล้ว อาจจะเป็นชนบทที่อยู่ไกลออกไปจากสถานีโทรทัศน์ หมอลำที่แสดงแบบนี้ ก็คล้ายกับการเปิดแสดงตามปกติตามหมู่บ้านหรือชุมชนทั่วไป อาจจะเป็นการแสดงที่มีเจ้าภาพจ้างไป หรือแสดงในงาน

ประเพณีประจำหมู่บ้าน หมอลำที่แสดงแบบนี้โดยมากจะเป็นหมอลำหมู่ (ลำเรื่องต่อกลอน) ซึ่งมีการลำต่อเนื่องยาวเป็นเรื่องเป็นราว โดยจะแสดงในตอนกลางคืน

การแสดงสดเพื่อการบันเทิงเทปเช่นนี้ เปิดให้ผู้ชมได้เข้าไปชมด้วย จึงมีคนสนใจตามไปชมการแสดงสดของหมอลำเป็นอันมาก บรรยากาศการแสดงก็จะเป็นไปอย่างเป็นธรรมชาติที่สื่อพื้นบ้านต้องการคือการมีผู้ชม ดังนั้น หมอลำจะสามารถเปล่งประกายของความเป็นศิลปินออกมาได้เต็มที่ หมอลำปรับอารมณ์ที่จะสามารถเล่นได้อย่างสมบทบาท เช่น ถ้าเป็นบทโศกก็ร้องไห้จริง ๆ จนคนดูสงสารพลอยน้ำตาไหลไปด้วย บทตลกก็ชวนหัวเราะได้อย่างถึงใจคนดู เพราะหมอลำสามารถเล่นกับคนดูได้ มีปฏิสัมพันธ์กับคนดูตลอดเวลา บทตัวร้ายก็แสดงได้ร้ายสมบทบาทอย่างยิ่งจนคนดูก็ดูไปด้วย พลังกันคำและแซ่ซึกหักกระดูกไปด้วย

นอกจากนี้จากและสถานที่ที่สมจริงสมจังเพราะเป็นสถานที่ตามธรรมชาติที่มีอยู่แล้ว โดยถ้าเป็นฉากป่าหรือถ้าก็ยกวงไปเล่นที่ป่าหรือถ้าจริง ๆ ฉากที่เป็นทุ่งนาหรือแม่น้ำก็ลงไปแสดงในทุ่งนาหรือในน้ำจริง ๆ จากการทำพิธีบายศรี ชวัญก็มีการทำพิธีจริง ๆ ดังนั้นหมอลำที่แสดงในยุคแรกของการบันทึกเทปนั้นจึงเรียกได้ว่าต่างจากหมอลำที่แสดงบนเวที หรือแสดงในห้องบันทึกเทปโดยสิ้นเชิงเพราะไม่มีการบอกบท และไม่มีการ take ใหม่ เป็นการบันทึกเทปรวดเดียวจบ คล้ายกับการถ่ายละครจักร ๆ วงศ์ ๆ

กลยุทธ์การผลิตในช่วงแรกนี้ เป็นการผลิตโดยเอาของเก่าคือหมอลำมาผสมผสานกับของใหม่คือสื่อโทรทัศน์ แต่ช่วงแรกก็ยังหนักมือไปทางใช้ของเก่าอยู่ เพราะยังใช้สถานที่จริงในการแสดง และเรื่องราวที่แสดงก็ยังเป็นเรื่องแบบเก่า เช่น เป็นนิทานและตำนานพื้นบ้าน จะใช้ของใหม่ก็แต่ส่วนที่ใช้สื่อโทรทัศน์ไปบันทึกเทปเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตาม นับวันหมอลำก็ยังจะเคลื่อนตัวเข้าไปหาสื่อของใหม่มากขึ้น ๆ จนเห็นของเก่าเพียงแค່รอยจาง ๆ เท่านั้น

ยุคนี้ (พ.ศ. ๒๕๑๒)จะเป็นยุคที่หมอลำที่เป็นคณะแบบหมอลำเรื่องต่อกลอน กำลังเฟื่องฟูมาก เนื่องจาก รูปแบบของหมอลำประยุกต์ที่เป็นศิลปินเดี่ยว เช่น พรศักดิ์ ส่องแสง ทิมพา พรศิริ ยังไม่เกิดขึ้น หมอลำที่จะไปแสดงตามงานต่าง ๆ ก็จะมีเพียงหมอลำเรื่องต่อกลอน และหมอลำกลอนเท่านั้น ดังนั้น หมอลำคณะต่างๆ ก็พยายามโปรโมตตัวเอง คือพยายามจะเป็นหนึ่งในคณะหมอลำที่ได้ชื่อว่า เคยออกทีวีมาแล้วเพื่อจะเป็นคะแนนเรียกร้องและเป็นใบรับประกันคุณภาพให้คนมาว่าจ้างไปแสดง เพราะการลงทุนเข้าเวลาสถานีโทรทัศน์นั้น ถือเป็นกำไรขนาดใหญ่ของตัวเองวิธีหนึ่งที่ได้ผลอย่างมากเพราะไม่ต้องเสียเวลาตระเวนแสดงทั่วภาคอีสานก็สามารถทำได้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว

จากการที่หมอลำพยายามโปรโมตตัวเองผ่านสื่อโทรทัศน์นี้แสดงให้เห็นว่า ก่อนหน้าที่หมอลำจะมีโทรทัศน์ หมอลำก็ได้พยายามโปรโมตตัวเองมาแล้ว โดยโปรโมตตัวเองในขณะที่แสดงสดในที่ชุมชน นอกจากนี้ ก็มีการโปรโมตตัวเองผ่านสื่อวิทยุด้วย แต่การแสดงสดนั้นแม้ผู้ฟัง

จะได้เห็นทั้งภาพและเสียงแต่ก็ทำให้คนได้รู้จักในบริเวณแคบเพียงไม่กี่จังหวัดที่ได้ไปแสดงเท่านั้น และการโปรโมตตัวเองผ่านสื่อวิทยุแม้ผู้ฟังจะได้รู้จักในบริเวณกว้าง แต่ก็ทำให้ได้ยินเสียงเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ดังนั้น เมื่อมีสื่อโทรทัศน์เกิดขึ้นก็เท่ากับเป็นโอกาสอันดีของหมอลำที่จะได้นำเสนอตัวเองให้เห็นทั้งภาพ ได้ยินทั้งเสียงและสามารถแพร่ภาพออกไปได้ในบริเวณกว้าง

หมอลำที่แสดงเพื่อนำมาออกอากาศในยุคแรกนั้นทั้งหมดจะเป็นหมอลำประเภทลำเรื่องตลกกลอน (หมอลำหมู่) มีผู้แสดงหลายคน โดยมีการแจกบทแต่ละตัวผู้แสดงเป็นราย ๆ ไป ผู้แสดงต้องจำบทกลอนลำของตัวเองให้ได้และต้องลำให้ถูกต้องตามท่วงทำนองแคนที่เป่าประกอบ พร้อมกับการแสดงออกให้สมบทบาท

การที่หมอลำมาแสดงออกอากาศนั้น เท่าที่ผ่านมามาดูจะเห็นว่าหมอลำเป็นฝ่ายเลือกสื่อเอง โดยในการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์นั้น หมอลำได้กำหนดรูปแบบการแสดงและเนื้อหาของหมอลำเอง โดยที่สื่อโทรทัศน์ทำหน้าที่เพียงบันทึกเทปและตัดต่อให้อยู่ในช่วงเวลาที่กำหนดและแพร่ภาพออกอากาศเท่านั้น

หมอลำที่มาแสดงนี้จะเป็นฝ่ายติดต่อมายังสถานีโทรทัศน์เป็นคณะ ๆ ไป เพื่อให้เจ้าหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์ไปบันทึกเทปแต่ละคณะที่ได้รับการบันทึกเทปเพื่อออกอากาศนั้นถือว่าเป็นหมอลำที่มีชื่อเสียงโด่งดังมาก ดังนั้นจึงมีหมอลำหลาย ๆ คณะที่ต่างก็พยายามมาเช่าเวลาสถานีเพื่อจะได้รับการบันทึกเทปเพื่อออกอากาศ ทั้งนี้เพราะการที่ได้ออกอากาศก็หมายถึงว่าจะมีผู้ชมรู้จักมากและนำไปสู่การจ้างไปแสดงในงาน

แสดงว่าในช่วงเวลาดังกล่าวนั้นมี Material คือหมอลำเป็นจำนวนมากจนเจ้าของ material เหล่านั้น ซึ่งเป็นสำนักงานหมอลำหรือสมาคมหมอลำพยายามผลักดันหรือหาช่องทางให้กับหมอลำในสังกัดของตัวเองปรากฏสู่สายตาประชาชนให้มากที่สุด วิธีหนึ่งก็คือการเขียนหน้าทางจอโทรทัศน์ให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็น

“เรามาดูติดต่อเรา เราเองก็มีการสนับสนุนสื่อท้องถิ่น โดยกลุ่มหมอลำก็มาเช่าช่วงเวลาเราออกอากาศซึ่งก็พอดีสอดคล้องกับนโยบายของเรา แต่ก่อนมีหมอลำที่ขอให้เราไปถ่ายทำแล้วเอามาออกอากาศเยอะมาก จนจำไม่ไหวไม่ไหว....

...ตอนนั้นเริ่มมีการถ่าย Outdoor ก่อน คือหมอลำจะไปแสดงข้างนอก แล้วเราก็ยกทีมไปถ่าย เคยดูละครจักร ๆ วงศ์ ๆ ไหมล่ะ เหมือนกันเลย ฉากต่าง ๆ ก็เป็นฉากที่มีอยู่แล้วตามธรรมชาติ เข้าถ้ำก็เป็นถ้ำจริง ๆ ลงน้ำก็ลงน้ำจริง ๆ การแสดงของหมอลำก็จะคล้ายละครที่บ้านนั่นแหละ” (สมโภชน์ สุทธาธิวงศ์ : สัมภาษณ์ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๔๐)

ต่อมา การบันทึกเทปโทรทัศน์หมอลำนอกสถานที่ก็เกิดปัญหามากเพราะต้องเตรียมคนและอุปกรณ์มากมาย เจ้าของคณะหมอลำต้องเป็นฝ่ายรับผิดชอบเรื่องค่าใช้จ่าย ค่าเช่าอุปกรณ์ และค่าจ้างทั้งหมด อีกทั้งการนัดหมายเวลาให้ตรงกันระหว่างคณะหมอลำและเจ้าหน้าที่

ของสถานีโทรทัศน์ก็เป็นไปอย่างลำบาก ทำให้เสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้น นอกจากนี้ การบันทึกเทปโทรทัศน์เช่นนี้ก็ยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร เพราะกล้องโทรทัศน์ที่นำไปบันทึกภาพนั้น ใช้เพียงกล้องตัวเดียวทำให้มุมของภาพที่ได้ไม่หลากหลาย ความพร้อมของแสงก็ไม่ดีเท่าที่ควร ดังนั้นจึงเกิดการเปลี่ยนไปใช้รูปแบบการผลิตรายการแบบใหม่ นั่นคือการบันทึกเทปการแสดงสด กลางแจ้งจากหน้าเวที (On stage) ของสถานีโทรทัศน์ขึ้นมาแทน

## ๒.๒ การบันทึกเทปการแสดงสดกลางแจ้งจากหน้าเวที (On stage)

การบันทึกเทปการแสดงสดกลางแจ้งจากหน้าเวที (On stage) นี้เป็นรูปแบบที่เคยใช้มาแล้วเมื่อยุคแรก ๆ ผิดแต่ว่า:แต่ก่อนนั้นเป็นการจัดประกวดหมอลำและเป็นการถ่ายทอดสดซึ่งมีเป็นบางครั้งบางคราวเท่านั้น แต่ในขั้นหลังที่มีรูปแบบนี้ก็กลับเป็นการแสดงสดกลางแจ้งบนเวทีแล้วบันทึกเทปโทรทัศน์เพื่อนำไปตัดต่อออกอากาศ และมีขั้นตอนต่อเนื่อง รูปแบบการผลิตรายการแบบนี้ทำให้ไม่ต้องสิ้นเปลืองเวลาและค่าใช้จ่ายมาก เพราะไม่ต้องเดินทางไปข้างนอก ทำให้สะดวกหลาย ๆ ประการเพราะผู้ชมก็มาชมได้สะดวก หมอลำก็สามารถแสดงได้วันละหลาย ๆ คน

สถานีโทรทัศน์จะเป็นฝ่ายจัดเตรียมเครื่องเสียงและเวที พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่และอุปกรณ์สำหรับการบันทึกเทปโทรทัศน์ไว้ให้หมอลำแต่ละคณะมาแสดง โดยเจ้าหน้าที่และอุปกรณ์ที่ใช้ก็มี ช่างกล้องโทรทัศน์ ๓ คนสำหรับกล้อง ๓ ตัว switching ๑ คน กำกับภาพ ๑ คน ,กำกับเสียง ๑ คน ,ผู้กำกับรายการอีก ๑ และอื่นๆ รวมประมาณ ๑๐ คน พร้อมกับเปิดให้ประชาชนเข้ามาชมฟรี ภายในบริเวณสถานีโทรทัศน์ช่อง ๔ หมอลำที่จะมาแสดงมีทั้งคณะหมอลำเพลิน และหมอลำหมู (ลำเรื่องต่อกลอน)

การแสดงกลางแจ้งทุกครั้งต้องมีผู้ชมเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งในการแสดงหมอลำด้วย ดังนั้นผู้ชมจึงมีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตและเป็นกลไกหนึ่งที่ทำให้มีการดำเนินกลยุทธ์ในการนำเสนอหมอลำเปลี่ยนไป เพราะในการบันทึกเทปกลางแจ้งนั้น เมื่อมีผู้ชมมาดูทำให้การแสดงหมอลำเป็นการแสดงสดให้มวลชนได้ดูจริง ๆ และแสดงอย่างเป็นธรรมชาติผลก็คือหมอลำสามารถแสดงได้อย่างสมบทบาท เป็นการแสดงที่สดและมีชีวิตชีวา การแสดงดำเนินไปได้อย่างราบรื่นไม่ติดขัด เพราะบรรยากาศการแสดงเป็นแบบการแสดงที่บ้านจริง ๆ

สถานีโทรทัศน์จะใช้วิธีการบันทึกเทปการแสดงสดของหมอลำบนเวทีแล้วนำมาตัดต่อภายหลัง ส่วนการถ่ายทอดสดจากสถานีไปยังเครื่องรับของผู้ชมเลยเหมือนกับการถ่ายทอดคอนเสิร์ตอย่าง ๗ สี คอนเสิร์ตนั้น ยังเป็นไปไม่ได้เนื่องจากเงื่อนไขทางด้านเวลาซึ่งสถานีมีเวลา

จำกัดนั่นเอง เพราะการแสดงแต่ละครั้งของหมอลำนั้น กว่าที่จะจบเรื่องก็กินเวลานานมาก ในขณะที่เวลาของสถานีมีไม่นานพอจะถ่ายทอดให้เห็นการแสดงตลอดทั้งเรื่องได้

“ทำสตั๊ดยากเพราะการแสดงใช้เวลาช้านาน แต่เวลาออกอากาศเรามีน้อย ดีที่สุดคืออัดเทปแล้วมาตัดต่อ การตัดต่อเป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เราเอง มีการเซ็นเซอร์ เพราะบางครั้งคำที่ติดมากับหมอลำ คือ พุดจาไม่เหมาะสมบ้าง อาจจะเป็นเพราะความมัน หรือมีบางภาพที่ดูไม่เหมาะสม เราก็ดูเสียงหรือตัดทิ้งเสียซึ่งเราทำเป็นหลักเสมอ เพื่อไม่ให้เป็นการข่มขู่”

(สมโภชน์ สุทธาธิวงศ์ : สัมภาษณ์ ๖ ตุลาคม ๒๕๔๐)

เมื่อเป็นรูปแบบการผลิตหมอลำแบบนี้ก็แสดงให้เห็นว่าหมอลำเริ่มขยับเข้ามาใกล้สื่อโทรทัศน์มากขึ้น อย่างไรก็ตามการที่หมอลำที่เข้ามาใกล้สื่อมากขึ้นเช่นนี้ ก็มีผลกระทบต่อการแสดงของหมอลำเช่นกัน เพราะหมอลำต้องปรับเปลี่ยนทั้งเวลาการแสดงและกลอนลำให้เข้ากับกฎระเบียบบางอย่างของสื่อ เช่น ถ้าหมอลำไปแสดงสดบนเวทีตามชุมชน ในการแสดงเรื่องเดียวกันหมอลำอาจจะใช้เวลาแสดงทั้งคืนอาจนานถึง ๖-๘ ชั่วโมง แต่พอมาลำบนเวทีเพื่อบันทึกเทปกลางแจ้ง ก็ต้องตัดรายละเอียดบางส่วนออกไปให้เหลือสั้นลงเพื่อจะแสดงให้จบลงภายในเวลาที่สื่อกำหนด นอกจากนี้ การแต่งกาย อีกทั้งถ้อยคำ และกลอนลำบางตอนที่เคยใช้ลำได้เมื่อไปแสดงสดบนเวทีตามชุมชน ก็ต้องปรับเปลี่ยนเพราะไม่เหมาะสมที่จะนำออกอากาศ

### ๒.๓ หมอลำที่บันทึกเทปในห้องสตูดิโอ (Studio)

ต่อมาการไปบันทึกการแสดงสดจากเวทีในสถานีเองนั้นก็ยังไม่สะดวกเท่าที่ควร เพราะปัญหาที่ประสบก็คือ เสียค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งสูงเพราะต้องมีการเตรียมการหลายขั้นตอน ทั้งยังต้องใช้เจ้าหน้าที่เป็นจำนวนมาก อนึ่ง การแสดงสดจากเวทีในสถานีเองก็ไม่สามารถจัดจากเพื่อสร้างความสมจริงสมจังได้ เพราะหมอลำต้องแสดงบนเวทีเพียงที่เดียวตั้งแต่ต้นจนจบเรื่อง ทั้งยังไม่สามารถใช้เทคนิคการใช้เสียงและแสงประกอบการแสดงได้ สาเหตุที่ในตอนแรกยังสามารถบันทึกเทปโทรทัศน์ได้นั้น เป็นเพราะการบันทึกเทปโทรทัศน์นอกสถานที่มีข้อดีประการหนึ่งคือ การที่มีผู้ชมเข้าร่วมชมการแสดงอย่างล้นหลามทำให้บรรยากาศการแสดงเป็นไปอย่างเป็นธรรมชาติ ด้วยเหตุที่ต้องประสบปัญหาดังกล่าว ดังนั้นภายหลังจึงเปลี่ยนมาเป็นการถ่ายทำในห้องสตูดิโอของสถานีแทนการบันทึกเทปนอกสถานที่ การบันทึกเทปในห้องสตูดิโอของสถานีโทรทัศน์ช่อง ๔ นี้เริ่มขึ้นเมื่อ พ.ศ. ๒๕๒๐

“ ต่อมาการถ่าย Outdoor เริ่มมีปัญหาเรื่องเจ้าหน้าที่ไม่พอ เพราะต้องลงทุนสูง เจ้าหน้าที่ต้องใช้จ่ายสูง จึงต้องมาถ่ายข้างในห้องส่งจะถูกกว่า จะเอาจากไหนล่ะ จากถ้ำ จากป่า จากวัด ได้ทั้งนั้น เพราะมีฝ่ายศิลปกรรมมาช่วยจัด”



(สมโภชน์ สุทธาธิวงศ์ : สัมภาษณ์ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๔๐)

แต่ปัญหาใหม่ที่ประสบเมื่อนำหมอลำเข้ามาบันทึกในห้องส่งคือ หมอลำไม่มีคนดู เพราะพื้นที่ของห้องส่งจำกัดและหากมีคนดูมาก ๆ ก็จะทำให้เจ้าหน้าที่ทำงานได้ไม่สะดวก

ตั้งแต่นั้นมาจนถึงปัจจุบันนี้ (๒๕๔๑) รายการหมอลำทุกรายการที่มีการเช่าเวลาของสถานีจะต้องใช้การบันทึกเทปโทรทัศน์ในห้องสตูดิโอของสถานี โดยสถานีโทรทัศน์จะมีฝ่ายที่จัดการเรื่องติดต่อบันทึกเทปโทรทัศน์และติดต่อให้หมอลำมีความยาวอยู่ในช่วงเวลาที่กำหนดตลอดจนรับผิดชอบเรื่องการแพร่ภาพออกอากาศเป็นตอน ๆ

จากการสัมภาษณ์นายสมโภชน์ สุทธาธิวงศ์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการของสถานีโทรทัศน์สีช่อง ๑๑ กรมประชาสัมพันธ์เขต ๑ จังหวัดขอนแก่น ได้ให้ข้อมูลของขั้นตอนการผลิตรายการหมอลำแบบบันทึกเทปในห้องส่งแก่ผู้วิจัยว่า

“เมื่อหมอลำคณะไหนพร้อม ก็ขึ้นบอร์ดไว้ว่าเวลานั้น วันนั้น จะมีการบันทึกเทปโทรทัศน์ในห้องส่ง สำหรับรายการหมอลำทุกวันนี้ ใช้กล้อง ๓ กำกับแสง ๑ : ๑ กับรายการ ๑ เสียง ๒ - ๕ ห้องเทปอีก ๒ และ Computer graphic อีก ๑ ก็พอแล้ว”

(สมโภชน์ สุทธาธิวงศ์ : สัมภาษณ์ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๔๐)

พอมาถึงช่วงที่มีการเปลี่ยนจากรูปแบบการผลิตแบบแสดงสดนอกสถานที่และบนเวทีไปเป็นการผลิตแบบบันทึกเทปในสตูดิโอ องค์ประกอบของการแสดงสดของหมอลำที่สำคัญ ๓ อย่างก็ขาดหายไป ประการแรกคือ คนดู เมื่อไม่มีคนดู การบันทึกเทปก็เป็นไปอย่างจืดชืดไม่มีชีวิตชีวา ประการที่สอง แทนที่หมอลำจะได้เล่นไปตามสบายก็ต้องคอยพะวงเรื่องเวลาที่จำกัดในการใช้ห้องสตูดิโอแต่ละครั้งเพราะถ้าเลยเวลาคณะหมอลำก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากสถานีโทรทัศน์คิดค่าเช่าห้องสตูดิโอเป็นชั่วโมง และประการที่สามคือบทเจรจาและกลอนลำบางส่วนที่ต้องตัดทิ้งไปเพราะอาจจะไม่เหมาะสมเมื่อนำไปออกอากาศ

นายสมโภชน์ สุทธาธิวงศ์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการของสถานีโทรทัศน์สีช่อง ๑๑ กรมประชาสัมพันธ์เขต ๑ จังหวัดขอนแก่น ได้ให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยว่า “ถ่ายในห้องสตูดิโอมีการ take ใหม่บ่อย ๆ จะติดกันตรงนี้ก็บันทึกที่ถ่าย Outdoor ตรงที่ Outdoor คนเล่นจะเล่นได้ in คือตีบทแตก ร้องให้จริง ๆ ความรู้สึกสมบูรณ์แบบ feeling ดี ช่างในสตูดิโอนี้คณะดัง ๆ จะตกม้าตายซะส่วนใหญ่ คือไม่คุ้นกับบรรยากาศการบันทึกเทปในห้องสตูดิโอ และที่สำคัญคือ ปฏิสัมพันธ์กับคนดู เพราะในห้องสตูดิโอคนดูไม่มี มีแต่ตากล้องกับพวกที่ไม่ได้เข้าจาก มันไม่ได้อารมณ์ เล่น ๆ ไปไม่ดี cut เอาใหม่ ต้องปรับอารมณ์กันใหม่”

(สมโภชน์ สุทธาธิวงศ์ : สัมภาษณ์ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๔๐)

จึงสรุปได้ว่า การบันทึกเทปในสตูดิโอได้ตัดหัวใจของการแสดงหมอลำออกไปถึง ๓ ประการ และเป็นเหตุให้หมอลำต้องปรับตัวให้เข้ากับลักษณะและวัฒนธรรมของการบันทึก

เทปโทรทัศน์ในห้องส่งของสื่อโทรทัศน์เช่น การ cut แล้ว take ใหม่บ่อย ๆ เมื่อหมอลำแสดงผิดหรือยังไม่เป็นที่พอใจของผู้กำกับรายการ ดังนั้น การนำหมอลำเข้าไปบันทึกเทปในห้องส่งจึงเป็นเสมือน “การลวงเอาหมอลำไปมาในห้องสตูดิโอ”

อย่างไรก็ตามเมื่อมีการผลิตรายการที่มีการบันทึกเทปในห้องส่งเช่นนี้ขึ้น นอกจากจะมีหมอลำเพลิน และหมอลำหมู่ แล้ว ก็ทำให้เกิดหมอลำพันธุ์ใหม่คลอดออกมา ซึ่งเป็นหมอลำที่มีศักยภาพสูงที่จะเกิดและอยู่ในห้องสตูดิโอ นั่นคือ หมอลำชิง (หมอลำชิงเกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๒๙ โดยหมอลำสุนทร ชัยรุ่งเรือง เป็นผู้คิดค้นรูปแบบนี้ขึ้นมา) และเริ่มมีการนำหมอลำชิงมาแพร่ภาพออกอากาศเมื่อ พ.ศ. ๒๕๓๖ เป็นครั้งแรกโดยหมอลำราตรี ศรีวิไล ซึ่งเป็นสำนักงานหมอลำชิงโดยเฉพาะ หมอลำชิงที่เกิดขึ้นนับว่าเกิดมาเพื่อตอบสนองความต้องการของสื่อมวลชนได้เป็นอย่างดีเพราะเป็นหมอลำที่มีคุณสมบัติอันสอดคล้องกับสื่อมวลชนอย่างโทรทัศน์มากที่สุด เช่น ไม่ต้องการใช้ feeling ในการแสดง หากแต่เน้นที่เอาความสนุกสนานและความมันเข้าอย่างเดียว ทั้งไม่จำเป็นต้องแต่งกายให้เข้ากับเนื้อหาของหมอลำ ไม่จำเป็นจะต้องมากำกับหรือบอกรบถกันให้วุ่นวาย นอกจากนี้ จุดเด่นอีกประการหนึ่งของหมอลำชิงก็คือความสามารถที่จะทำเวลาได้ตามความต้องการของสื่อ จะสั่งให้แสดงแบบสั้นก็ได้ ให้อาวุธก็ได้

ดังนั้น รูปแบบการผลิตรายการหมอลำแบบบันทึกในสตูดิโอนี้จึงมีการเลือกหมอลำมาออกอากาศด้วยกัน ๓ ประเภท คือหมอลำเพลิน หมอลำหมู่ ซึ่งใช้หมอลำจำนวนมากแสดงเป็นตัวต่าง ๆ และลำเป็นเรื่อง ๆ ไป และหมอลำชิงซึ่งมีหมอลำเพียงสองคน คือฝ่ายหญิงกับฝ่ายชาย ลำเป็นกลอนสั้น ๆ ไม่เป็นเรื่อง ไม่มีการแสดงเป็นตัวละคร

อย่างไรก็ตาม ในยุคการบันทึกเทปในห้องส่งนี้ เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการเช่าเวลาสูงขึ้น โดยจากแต่ก่อนที่อัตราค่าเช่าเวลาในช่วง ๑๗.๐๐ - ๑๗.๓๐ น. วันธรรมดา ๔ วัน วันละครึ่งชั่วโมงราคา ๕,๐๐๐ บาท (ครึ่งละครึ่งชั่วโมง ๔ ครั้งต่อ ๑ เดือน ราคา ๕,๐๐๐ บาท ข้อมูลปี พ.ศ. ๒๕๓๖ ) กลายมาเป็น ครึ่งละ ๕,๐๐๐ บาท (ครึ่งละครึ่งชั่วโมง ๔ ครั้งต่อ ๑ เดือน ราคา ๒๐,๐๐๐ บาท ข้อมูล พ.ศ. ๒๕๔๐ ) ทั้งสถานีโทรทัศน์ช่อง ๑๑ (ปัจจุบันยังคงจัดให้รายการหมอลำไปอยู่ในช่วงเวลา ๑๕.๐๐ - ๑๖.๐๐ น. ทำให้รายการหมอลำบางรายการไม่ต่อสัญญาผลก็คือมี สำนักงานหมอลำที่มาเช่าเวลาในการบันทึกเทปออกอากาศเหลือเพียงไม่กี่สำนักงานหมอลำ และค่อย ๆ ลดลงมาเรื่อย ๆ จนเท่าที่มีเหลืออยู่ในปัจจุบันนี้ (ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๔๐) เหลือหมอลำเพียงคณะเดียวที่ยังจัดคือ รายการหมอลำห้าดาว ของสำนักงานหมอลำสยามธุรกิจบันเทิงและก็มีเพียงเดือนละ ๑ ครั้ง ทั้งนี้เพราะรายการหมอลำในส่วนท้องถิ่นถูกย้ายเวลาออกอากาศให้ไปอยู่เวลาที่ไม่ใช่ช่วงเวลาทอง(prime time) (เวลา Prime time ของช่อง ๑๑ จ.ขอนแก่นจะอยู่ระหว่าง ๑๗.๐๐ น.ถึง ๒๐.๐๐ น.(ข้อมูลจากฝ่ายรายการ กรมประชาสัมพันธ์ เขต ๑ จ.ขอนแก่น) ) อีกทั้งกรมประชาสัมพันธ์ยังได้เก็บค่าเช่าเวลาเพิ่มขึ้นอีก สำนักงานคณะ

หมอลำจึงเลิกต่อสัญญา

จากการสัมภาษณ์นางราตรี ศรีวิไลเจ้าของสำนักงานหมอลำราตรี ศรีวิไล จังหวัดขอนแก่น ได้ให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยว่า

“รายการลำซิ่งคอนเสิร์ตจากแม่ราตรีจัดมา ๕ ปีแล้ว ตั้งแต่พ.ศ. ๒๕๓๖ ค่าเช่าเวลาเดิม ๔ ครั้ง ครั้งละ ๓๐ นาที ต่อ ๕,๐๐๐ บาท คือ เดือนละ ๕,๐๐๐ บาท ตอนนี่ (พ.ศ. ๒๕๔๐)มาเป็นเดือนละ ๒๐,๐๐๐ บาท ทุกอย่างเป็นธุรกิจไปหมด แตกกรมประชาสัมพันธ์จะมาเปลี่ยนเวลาให้เรา จาก ๕ โมงเย็นทุกวันจันทร์ ตอนนี้จะมาเปลี่ยนเวลาเป็นบ่าย ๓ โมง ก็ออกอากาศเวลานี้จะมีใครมาดูละ หมอลำที่จัดอยู่ด้วยกัน ๒ - ๓ รายการก็จะเลิกแล้ว”

(ราตรี ศรีวิไล : สัมภาษณ์ ๖ ตุลาคม ๒๕๔๐)

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้เราทราบว่า รายการหมอลำทางโทรทัศน์ในสวนภูมิภาคชกจะไปไม่รอดแล้ว เพราะพบกับอุปสรรคมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องค่าใช้จ่ายด้านการเช่าเวลาออกอากาศ (ชั่วโมงละ ๑๐,๐๐๐ บาท ข้อมูล เมษายน พ.ศ. ๒๕๔๑)และค่าเช่าห้องสตูดิโอเพื่อการบันทึกเทปโทรทัศน์ (ชั่วโมงละ ๑๒,๐๐๐ บาท ข้อมูล เมษายน พ.ศ. ๒๕๔๑) ซึ่งสำนักงานหมอลำต้องเป็นผู้ควักกระเป๋าเอง และบางครั้งก็เข้าเนื้อตัวเองเนื่องจากรายได้จากสปอนเซอร์มีไม่เพียงพอ

นี่ก็แสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันนี้ รัฐบาลไม่ได้ค่อยจะใส่ใจที่จะให้การสนับสนุนหมอลำอย่างจริงจังอีกต่อไป (แม้จะมีการลดราคาค่าเช่าสตูดิโอจากชั่วโมงละ ๒๔,๐๐๐ บาทมาเป็น ๑๒,๐๐๐ บาท ก็เป็นเพียงลดเพื่อดึงลูกค้าไว้ตามสภาพเศรษฐกิจ เช่นที่สื่อโทรทัศน์ส่วนกลางทำกัน) กล่าวได้ว่า เท่ากับตัวสื่อโทรทัศน์ซึ่งทำหน้าที่เป็นช่องทาง (Channel) ไม่ได้ช่วยส่งเสริมหมอลำให้ตลอดรอดฝั่ง คงปล่อยให้หมอลำต้องต่อสู้กับระบบเศรษฐกิจตามลำพัง ยิ่งไปกว่านั้นนอกจากจะไม่ช่วยเหลือแล้ว ยังไม่สนับสนุนด้วย เนื่องจากได้มีการเปลี่ยนเวลาในการออกอากาศของหมอลำเสียใหม่จากช่วงเวลาทอง(prime time) ไปเป็นเวลาช่วงอื่น โดยเอารายการบันเทิงอื่น ๆ ที่สถานีเห็นว่าให้ผลตอบแทนที่มากกว่า เช่น ละคร มาแทนรายการหมอลำ เท่ากับว่า สื่อไม่ได้เห็นหมอลำอยู่ในสายตาอีกต่อไป ซึ่งปรากฏการณ์นี้เริ่มมีขึ้นเมื่อประมาณพ.ศ. ๒๕๔๐ เป็นต้นมา

### ๓. ผู้สนับสนุนรายการหมอลำ (สปอนเซอร์ )

สปอนเซอร์ผู้สนับสนุนรายการหมอลำมี ๓ ประเภทคือ

๓.๑ สำนักงานหมอลำที่หมอลำสังกัดอยู่หรือ คณะหมอลำ

สำนักงานหมอลำ หรือ คณะหมอลำจะเป็นผู้ลงทุนจ่ายค่าจ้างสำหรับการไปบันทึกเทปโทรทัศน์นอกสถานที่และเช่าเวลาในการแพร่ภาพออกอากาศเองทั้งหมด สมัยเมื่อเริ่มมี

การตั้งหมอลำเป็นคณะ (ประมาณ พ.ศ. ๒๕๒๐) เป็นต้นมา มีหมอลำที่เป็นคณะเพียง ๒ รูปแบบ คือ หมอลำหมู่ และ หมอลำเพลิน ซึ่งทั้งสองแบบนี้จะแสดงเป็นเรื่องราว กินเวลานานกว่าจะลำจบแต่ละเรื่อง (ประมาณ ๔ - ๖ ชั่วโมง) บางเรื่องอาจจะใช้เวลาลำถึง ๘ ชั่วโมง

เนื่องจากมีคณะหมอลำมากเพราะกิจการและธุรกิจการแสดงหมอลำตลอดจน การจ้างหมอลำไปแสดงยังมีมาก ทำให้คณะหมอลำต่าง ๆ แข่งขันกันในทีเดียวการพยายาม โปรโมตตัวเอง พยายามสร้างสรรค์และเสนอผลงานตัวเองออกมาให้ดูโดดเด่น หมอลำคณะต่าง ๆ ที่อยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ก็พยายามหาโอกาสเช่าเวลาสถานีโทรทัศน์ช่อง ๔ เพื่อเสนอผลงานของตัวเอง จึงทำให้มีหมอลำหลายคณะมาออกรายการหมอลำทางโทรทัศน์อยู่ไม่ได้ขาด

จากการสัมภาษณ์นายสมโภชน์ สุทธาธิวงศ์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการของสถานีโทรทัศน์สีช่อง ๑๑ กรมประชาสัมพันธ์เขต ๑ จังหวัดขอนแก่น ได้ให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยว่า

“สปอนเซอร์ ก็เป็นคณะหมอลำนี่แหละ สมัยก่อนสปอนเซอร์มีน้อยกว่าทุกวันนี้ จะเป็นสำนักงานหมอลำซะโดยมาก ผลประโยชน์ของสำนักงาน หมอลำคือ ชื่อเสียงของเขาไง เพราะเขารู้ว่า ตรงนี้เป็นทางที่จะทำให้เงินเข้ามาสู่คณะเขา ถ้าได้ออกอากาศไปคณะคุณก็ดัง เขารู้ว่าสื่อมวลชนตรงนี้เป็นสื่อที่สร้างให้เขามีชื่อเสียงขึ้นมา พอมีชื่อเสียง คนก็ว่าจ้าง ใครได้ออกทีวีถือว่าดัง”

(สมโภชน์ สุทธาธิวงศ์ : สัมภาษณ์ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๔๐)

### ๓.๒ สปอนเซอร์ที่เป็นผู้ผลิตสินค้าทั่วไป

ในปัจจุบันสปอนเซอร์ที่สนับสนุนรายการหมอลำทางโทรทัศน์มีมากขึ้นโดยเฉพาะ สินค้าประเภทอุปโภคและบริโภคซึ่งเข้ามามีบทบาทเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ เช่น เครื่องดื่มชูกำลัง ยารักษาโรค ยาสีฟัน สบู่ ผงซักฟอก ยาสระผม ฯลฯ ซึ่งมักจะเป็นสินค้าที่มีราคาไม่แพง หาซื้อได้ตามตลาดทั่วไป เช่น ยาแก้ปวด ยีห้อบวดหาย ทัมใจ ยาสตรีตราแก่นนคร ยาสีฟันตาดอกบัวคู่ สบู่ซิง ซิง ฯลฯ เหมาะสำหรับลูกค้าที่มีกำลังซื้อไม่มาก ตลอดจนผู้ผลิตสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ประเภทอื่น ๆ ที่ต้องการให้การโฆษณาสินค้าของตัวเองได้รับการเผยแพร่สู่ประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้ใช้แรงงาน มีการโฆษณาเครื่องจักร เครื่องทุนแรงสำหรับการเกษตร ทั้งนี้สินค้านี้กล่าวหากโฆษณาในรายการหมอลำจะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มาก เพราะกลุ่มเป้าหมายของสินค้าเหล่านี้คือกลุ่มเดียวกับผู้ชมหมอลำนั่นเอง บริษัทผู้ผลิตสินค้าทั่วไปจะติดต่อกับสำนักงานหมอลำหรือคณะหมอลำอีกทอดหนึ่งเพื่อที่จะขอให้มีการแทรกการโฆษณาสินค้าของตัวเองลงไปในการหมอลำ โดยการช่วยสำนักงานหมอลำในการจ่ายค่าเช่าสถานี

### ๓.๓ สปอนเซอร์ที่เป็นค่ายเทป

เป็นสปอนเซอร์ที่เพิ่งจะเกิดเมื่อประมาณ พ.ศ. ๒๕๓๖ ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มมีการนำหมอลำซึ่งมาออกอากาศเป็นต้นมานี้เอง เท่าที่ผู้วิจัยพบคือบริษัท EVS Entertainment ซึ่งผลิตวิดีโอเทป และเทปหมอลำ ซึ่งเป็นบริษัทที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการผลิตวิดีโอและเทปหมอลำ

ออกขาย เนื่องจากกลุ่มทรัพยากรของบริษัท คือ หมอลำซึ่งทั้งหลายของนางราตรี ศรีวิไล ดังนั้นเมื่อสำนักงานหมอลำของ นางราตรี ศรีวิไล มาผลิตรายการเพื่อโฆษณาสำนักงานหมอลำซึ่ง นั่นก็เท่ากับว่าสามารถโฆษณาสื่อโทรทัศน์ที่บริษัทได้ผลิตออกขายด้วย

#### ๔. เนื้อหาของหมอลำที่นำมาผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อออกอากาศ

แม้ว่าจะมีหมอลำในรูปแบบหมอลำหมู่และหมอลำเพลินเกิดขึ้นมานานตั้งแต่ประมาณ พ.ศ. ๒๔๘๕ (ประมวล พิมพ์เสน, ๒๕๓๙) และพัฒนารูปแบบการแสดงเรื่อยมา จากคณะที่มีผู้แสดง ๑๐ - ๑๕ คนก็กลายมาเป็นคณะละ ๔๐ - ๕๐ คน หรือมากกว่า มีเครื่องดนตรีมากขึ้นจากแคนเดี่ยว ก็กลายมาเป็นเครื่องดนตรีสากล เช่น กลองชุด คีย์บอร์ด กีตาร์ไฟฟ้า กีตาร์เบสไฟฟ้า ทรัมเป็ต ฯลฯ แต่กว่าที่หมอลำจะเริ่มมีการบันทึกเทปเพื่อนำไปตัดต่อออกอากาศทางโทรทัศน์ก็เป็นเวลา ๒๑ ปีต่อมา

การผลิตรายการแบบที่เป็นการแสดงสดนอกสถานที่และแสดงสดบนเวทีนั้น หมอลำคณะต่างๆ ยังมีนันทนาการพื้นบ้าน และวรรณกรรมพื้นบ้านซึ่งเป็นที่คุ้นเคยและรู้จักกันแพร่หลายในภาคอีสานมาดัดแปลงแต่งเป็นกลอนลำแล้วลำเป็นเรื่องอยู่ เช่น *เรื่องผาแดงนางไอ่* *เรื่องท้าวท่ากาดำ* *เรื่องชูฉันทอ้ว* *เรื่องสังสินไซ(สังขศิลป์ชัย)* *เรื่องการะเกด* *เรื่องจำปาสี่ต้น* *เรื่องนางแดงอ่อน* *เรื่องลีลาวดี* *เรื่องสีทนมโนราห์* *เรื่องจันทโครพ* *เรื่องก่องข้าวน้อยฆ่าแม่* ฯลฯ

แต่พอมาเป็นช่วงที่มีการบันทึกเทปโทรทัศน์ในห้องสตูดิโอเนื้อหาที่หมอลำนำมาเสนอก็เปลี่ยนไป หมอลำคณะต่างๆ ซึ่งเป็นหมอลำหมู่และหมอลำเพลินที่เคยนันทนาการพื้นบ้าน และวรรณกรรมพื้นบ้านมาแสดงเป็นหมอลำนั้นเริ่มเหลือน้อยลง เพราะได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การนำเสนอเรื่องราว โดยเริ่มประดิษฐ์เรื่องราวแบบใหม่ ๆ มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวชีวิตจริง โดยมีทุกรูปแบบ รัก โศก ตลก นุ้ มีตัวละครที่เป็นประเภทบุคคลที่พบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน เนื้อเรื่องก็จะเป็นเรื่องใกล้ตัวและเกี่ยวข้องกับชีวิตคนธรรมดาสามัญมากขึ้น โดยเฉพาะที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับ ผัว ๆ เมีย ๆ เรื่องแม่ผัวลูกสะใภ้ พ่อตาลูกเขย การดำเนินเรื่องราวสอดคล้องกับความเป็นไปในสังคม มักมีชื่อเรื่องยาว ๆ เช่น *เรื่องเอาลูกสะใภ้มาเลี้ยงยา* *สำเอาห่ามาใส่เอียน* *เรื่องไปซาอุเสียน* *นา กลับมาเสียนเมีย* *เรื่องพี่อ้ายตาขาว* *นำสาวสะตั้ง* *เรื่องผัวไปนอก* *เมียหยอกผู้บ่าว* ฯลฯ

นอกจากนี้ก็มีกรนำละครโทรทัศน์เรื่องที่คนกำลังนิยมมาแสดงเป็นหมอลำ เช่น *เรื่องคู่กรรม* *เรื่องรักเดียวของเจนจิรา* *เรื่องแม่ภาคพระโขม* ฯลฯ เป็นต้น

การที่เกิดปรากฏการณ์เช่นนี้เป็นเพราะ การเปลี่ยนรูปแบบการแสดงนั่นเอง คือ เมื่อครั้งที่หมอลำแสดงสดอยู่นั้นยังต่อเนื่องจากหมอลำแบบดั้งเดิม คือมีเรื่องแบบนันทนาการพื้นบ้าน

แต่เมื่อจำเป็นต้องเปลี่ยนจากการแสดงสดมาเป็นการแสดงแบบแห้ง เนื้อหาก็ต้องเปลี่ยนไปด้วย ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสื่อนั่นเอง เพราะวัฒนธรรมที่สำคัญของสื่อโทรทัศน์นั้นเน้นที่เวลาจำกัด ใช้พื้นที่น้อย ดังนั้น เรื่องที่จะนำมาแสดงก็ต้องเป็นเรื่องที่ตัดต่อให้สั้นลงได้โดยไม่มีผลต่อตัวเรื่อง คือถ้าเป็นเรื่องที่แต่งขึ้นใหม่ก็จะสามารถปรับเปลี่ยนให้สั้นยาวอย่างไรก็ได้ กลอนลำจะมีเนื้อหาดำเนินไปอย่างไรก็ได้ จะตัดต่อตอนใดก็ได้เพราะไม่มีใครรู้เรื่องมาก่อน แต่ถ้าเป็นเรื่องจากวรรณกรรมพื้นบ้านและนิทานท้องถิ่น จะไปตัดต่อตามความพอใจของตัวเองไม่ได้ เนื่องจากคนดูเขารู้ว่า เรื่องจริง ๆ นั้นดำเนินไปอย่างไร บทไหนมีบทไหนไม่มี

นอกจากนี้การที่ material ด้านเนื้อหาเปลี่ยนไปอย่างมากเช่นนี้ ก็เพราะต้องการความสมจริงสมจังมากขึ้น (Realistic) ต้องการเสนอเรื่องที่เกี่ยวข้องเข้ามาใกล้กับชีวิตประจำวันมากขึ้น เพราะเรื่องที่พระเอกเหาะได้ มีของวิเศษ หรือมียักษ์มีพญานาคนั้น ดูจะเป็นเรื่องที่ห่างไกลจากชีวิตจริงเกินไป (Surrealistic) ทั้งการที่เอาเรื่องมาจากแหล่งอื่นเช่น จากละครโทรทัศน์ที่กำลังเป็นที่นิยมหรือเคยเป็นที่นิยมนั้น ก็เป็นลักษณะการเชื่อมโยงเนื้อหา (intertext) ที่ได้ผลเพราะคนดูเคยดูทางโทรทัศน์แล้วก็อยากรู้ว่าเมื่อนำมาเล่นเป็นหมอลำจะเป็นอย่างไร

สำหรับกาทรันทึกเทปนั้น ถ้าเป็นหมอลำเรื่องหรือหมอลำเพลินก็จะแสดงตั้งแต่ต้นจนจบเรื่อง ครั้งเดียวจบ โดยสถานีโทรทัศน์จะบันทึกไว้ทั้งเรื่อง เมื่อนำมาออกอากาศก็จะตัดเป็นตอน ๆ ไป คราวละครึ่งชั่วโมงบ้าง คราวละ ๑ ชั่วโมงบ้างแล้วแต่ความยาวของเรื่อง กว่าจบเรื่องก็ใช้เวลาหลายสัปดาห์ ทำให้ผู้ชมจึงต้องคอยติดตามชม

นอกจากนี้ การที่เริ่มมีหมอลำรูปแบบใหม่ ๆ เกิดขึ้น เช่น เมื่อมีหมอลำซึ่งเกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. ๒๕๒๙ ต่อมาเมื่อ พ.ศ. ๒๕๓๖ ก็มีการนำหมอลำซึ่งมาออกอากาศด้วยนั้น เนื้อหาของหมอลำก็เปลี่ยนไปด้วย คือ หมอลำซึ่งไม่มีการลำเป็นเรื่องเป็นราว แต่จะลำเป็นกลอนสั้น ๆ คล้ายเพลงสมัยใหม่ สลับกันระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย มีเนื้อหาการลำที่หลากหลาย ตั้งแต่ การเกี่ยวพาราสี การลำถามตอบ(ลำใจหทัยแก่) การลำกล่าวถึงสังคมยุคใหม่ การลำเป็นคติสอนใจพูดถึงจริยธรรม ศีลธรรม การลำเล่านิทาน ฯลฯ รวมกันอยู่แบบปะปนกัน

การออกอากาศสำหรับหมอลำประเภทนี้จึงเป็นไปอย่างง่าย ๆ คือ หมอลำจะลำเป็นคู่ ๆ ดังนั้น เวลาออกอากาศก็แพร่ภาพสัปดาห์ละคู่ โดยที่ผู้ชมไม่จำเป็นต้องติดตามชมเพราะไม่ได้ลำแบบเป็นเรื่องราว จึงจบเป็นตอน ๆ ไป นั่นเอง

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างหมอลำซึ่งกับหมอลำเพลินและหมอลำหมู่แล้ว สื่อโทรทัศน์จะเลือกหมอลำเพลินมากกว่า เพราะประการแรก หมอลำเพลินและหมอลำหมู่นั้นแม้จะเปลี่ยนรูปแบบการแสดงและเนื้อหาไปบ้างแต่ก็ยังคงมีลักษณะการลำแบบหมอลำอยู่มาก (ไม่ใช่การเน้นที่การร้องและเดินอย่างหมอลำซึ่ง) ประการที่สอง ในความเป็นจริงนั้น แม้หมอลำซึ่งจะดูสนุกสนานกว่าหมอลำเพลินและหมอลำหมู่เมื่อแสดงสดในที่ชุมชนนอกห้องส่งเพราะได้บรรยากาศ

การแสดง แต่เมื่อมาอยู่ในห้องสตูดิโอแล้ว หมอลำซึ่งก็เหมือนกับการลำเพียง ๒ คน เท่านั้น ดู  
 กล้วย ๆ จืดชืด ไม่สนุกสนาน ทั้งสื่อเองก็ยังคงระมัดระวัง ต้องคอยดูแล เรื่องกลอนลำและคำพูด  
 มากด้วยเพราะมีโอกาสที่จะหลุดไปทางหยาบโหลนได้มากกว่าหมอลำเพลินและหมอลำหมู่

### ๕. ผู้นำเสนอ สำหรับผู้นำเสนอในที่นี้จะหมายถึงหมอลำ

มี ๒ ประเภทคือ

๕.๑ หมอลำที่ใช้การผลิตรายการแบบที่เป็นการแสดงสดนอกสถานที่ ส่วนใหญ่  
 จะเป็นคณะหมอลำหมู่(ลำประกอบแคนตลอดทั้งเรื่อง)หมอลำเพลินนั้นยังมีไม่มาก เป็นหมอลำที่มี  
 ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญด้านการลำสูง เพราะเป็นหมอลำในยุคกลาง การแสดงออกจะ  
 สามารถแสดงได้ดีและตีบทแตก เพราะในขณะที่แสดงจะมีปฏิสัมพันธ์กับคนดู จะเน้นที่การลำและ  
 มีลีลาการฟ้อนที่สวยงามเช่น หมอลำจ้าววรรณ ดำเนิน (คณะวังสีมันต์) หมอลำป.ฉลาดน้อย  
 หมอลำทองมี มาลัย

๕.๒ หมอลำที่ใช้การผลิตรายการแบบแสดงสดบนเวทีและแสดงเพื่อบันเทิงเทป  
 โทรทัศน์ในห้องสตูดิโอ (Studio) ทั้งหมดจะเป็นหมอลำที่สังกัดในสำนักงานหมอลำต่าง ๆ ที่  
 ต้องการจะโปรโมตหมอลำในสังกัดของตน ต้องการเผยแพร่หรือโฆษณาให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป ใน  
 วงกว้าง ทั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็นว่าหมอลำในสังกัดตนนั้นมีหลายคนให้ได้เลือก และมีเรื่องที่จะ  
 แสดงแบบต่าง ๆ มากมายหลายเรื่อง และเป็นการรับประกันคุณภาพของหมอลำในสังกัดด้วยว่า  
 มีคุณภาพดีจริง ๆ เพราะโดยความรู้สึกของผู้ว่าจ้างหมอลำเพื่อไปแสดงนั้น ถ้าได้เห็นหรือได้ยิน  
 หมอลำผ่านสื่อมวลชนจะรู้สึกว่าเป็นหมอลำคณะที่ใหญ่ มีคุณภาพและความพร้อมในการแสดงสูง  
 กว่าหมอลำที่ไม่มีชื่อเสียง หรือไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อนเลย

หมอลำที่ใช้การผลิตรายการแบบแสดงสดบนเวทีและแสดงเพื่อบันเทิงเทป  
 โทรทัศน์ในห้องสตูดิโอนี้ แม้จะเป็นหมอลำชั้นหัวกะทิที่คัดสรรจากสำนักงานหมอลำแล้วก็ตาม  
 ส่วนใหญ่ก็ยังเป็นหมอลำในยุคหลัง ๆ ที่ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญด้านการลำยังมีน้อย  
 เป็นหมอลำที่ยังไม่ค่อยมีชื่อเสียง โดยมากจะเป็นคณะหมอลำเพลินและหมอลำหมู่ ที่เน้นการนำ  
 เอากลอนลำของหมอลำที่กำลังได้รับความนิยมมาลำแทรกในเรื่อง เน้นที่การเต้นมากกว่าการ  
 ฟ้อน และจะรวมไปถึงกลุ่มหมอลำซึ่งด้วย

น่าสังเกตว่า material หมอลำที่โทรทัศน์ได้มานี้ มักจะเป็น material ที่ไม่ค่อยมี  
 คุณภาพ เพราะ material ที่มีคุณภาพนั้นมีจำนวนน้อยลง เลยกลายเป็นว่าปรากฏการณ์นี้ไป  
 สนับสนุนทฤษฎีที่ว่า “สิ่งที่เป็น Mass มักจะ low taste เสมอ” เพราะการที่ไปลอกเลียนหรือเอา  
 อย่างมาจากวัฒนธรรมอื่น (เช่น การแสดงแบบเต้นมากกว่าการฟ้อนหรือการร้องมากกว่าและลำ)  
 พลอยลดให้รสนิยมของความเป็นหมอลำให้ตกต่ำลงไปด้วย

## ๖. ลักษณะเด่นและข้อได้เปรียบของสื่อโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาค

๖.๑ จากการทำหมอลำในส่วนภูมิภาคได้รับการแพร่ภาพออกอากาศนั้น ทำให้หมอลำคณะต่าง ๆ เป็นที่รู้จักกันทั่วไปในภาคอีสาน ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว เท่ากับเป็นการนำเสนอผลงานและโฆษณาตัวเอง ผลที่ตามมาคือ มีผู้สนใจติดต่อว่าจ้างให้ไปแสดงมากมาย

“เท่าที่เราได้ออกไปพูดคุย เราก็ได้รู้ว่า หมอลำทางโทรทัศน์เข้าถึงชาวบ้านทุกที่ เป็นผลดีกับหมอลำ พอรายการหมอลำออกอากาศไป ชาวบ้านก็โทรมาหาเรา มาเช่าหมอลำไปแสดง อย่างหมอลำราตรี ก่อนนี้ไม่มีใครรู้จัก พอเราบอกว่ามาออกอากาศที่ช่อง ๑๑ สี จะมีคนรู้จักเยอะนะ เราก็ได้มาเริ่มตรงนี้ด้วยกัน พอเริ่มออกอากาศก็เริ่มดัง ตอนนี้ขายได้ทั่วประเทศแล้ว” (สมโภชน์ สุทธาธิวงศ์ : สัมภาษณ์ ๖ ตุลาคม ๒๕๔๐)

นี่ก็เป็นอีกบทบาทหนึ่งของสื่อโทรทัศน์ที่ทำให้บุคคลที่มีคาเมสสามารถกลายเป็นผู้มีชื่อเสียง (From hero to celebrity) แสดงให้เห็นว่าสื่อเป็นสิ่งที่มีความสำคัญภาพในการให้ status conferral คือถ้าหมอลำคนใดหรือคณะใดได้ออกโทรทัศน์ ก็แสดงว่า ผู้นั้นเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและเป็นการรับรองโดยตรงว่า “นี่ดีจริง ๆ นะ ไม่เช่นนั้น ไม่ได้ออกทีวีหรอก” (ทั้ง ๆ ที่ความเป็นจริงนั้นดีหรือไม่ดี เป็นอีกเรื่องหนึ่ง)

๖.๒ การแพร่ภาพออกอากาศนั้นกระทำได้หลายครั้งและต่อเนื่องกัน ผู้ชมได้เห็นทั้งภาพการแสดงออกของหมอลำ และได้ยินทั้งเสียง สามารถตัดสินใจได้ว่า หมอลำคณะใดหรือหมอลำคู่ใดลำได้ดี โดยเฉพาะเมื่อเป็นการแสดงสด โทรทัศน์จะสามารถการบันทึกการแสดงสดหมอลำ ซึ่งทำให้ผู้ชมมีความรู้สึกว่าได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการชมนั้นด้วยตัวเอง เป็นข้อดีอีกอย่างหนึ่งของการเผยแพร่หมอลำผ่านสื่อโทรทัศน์

๖.๓ สามารถประหยัดค่าใช้จ่าย และเวลาได้ ตลอดจนสามารถควบคุมระบบเสียงและแสง ตลอดจนการสอดแทรกเทคนิคอื่น ๆ ที่สร้างบรรยากาศให้เข้ากับเนื้อเรื่องของหมอลำ เช่น ฟ้ำแลบ ฟ้ำร้อง ฟ้ำผ่า เสียงประกอบแบบ sound effect ในขณะบันทึกเทปได้ โดยเฉพาะเมื่อถ่ายทำในห้องสตูดิโอ

## ๗. ลักษณะด้อยและข้อเสียเปรียบของสื่อโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาค

๗.๑ ในช่วงที่มีรูปแบบการผลิตแบบหมอลำแสดงสดตามสถานที่จริงและแสดงสดบนเวทีนั้นต้องการยกทีมงานออกไปบันทึกเทปการแสดงสดของหมอลำเพื่อนำมาตัดต่อออกอากาศ ทำให้เปลืองเวลาและเสียค่าใช้จ่ายและใช้กำลังคนเป็นจำนวนมาก โดยถ้า



ออกไปบันทึกเทปนอกสถานที่นั้น จะใช้คนประมาณ ๑๘ คน (ช่างกล้อง ๓ ,คนลากสายกล้อง ๓ ,switching ๑,กำกับเสียง ๒ , กำกับแสง ๒ , กำกับรายการ ๑ , กำกับฉาก ๑ รวมทั้งคนขับรถและคนงานอื่นๆ เพื่อติดตั้งและขนอุปกรณ์อีกประมาณ ๕ คน ต่อการไป ๑ ครั้ง ในขณะที่ถ้าเป็นการบันทึกเทปโทรทัศน์ในห้องส่งของสถานีนั้นจะใช้คนเพียงประมาณ ๑๐ คนเท่านั้น (ช่างกล้อง ๓ , switching ๑,กำกับเสียง ๒ , กำกับแสง ๑ , กำกับรายการ ๑ , กำกับฉาก ๑ , และ computer graphic อีก ๑ คน)

๗.๒ เมื่อเป็นการแสดงบันทึกเทปในห้องสตูดิโอแล้ว ทำให้หมอลำไม่สามารถเปล่งประกายของความเป็นศิลปินที่บ้านได้เต็มที่เพราะถูกกระบวนการการผลิตรายการของสื่อมวลชนบีบบังคับให้ศักยภาพของการแสดงที่เป็นธรรมชาติของหมอลำบางอย่างต้องสูญไป เช่น การที่ไม่มีคนดูร่วมอยู่ในเหตุการณ์ด้วยนั้น (ในห้องสตูดิโอที่บันทึกเทปมีเพียงช่างเทคนิคและช่างถ่ายภาพ กับหมอลำผู้ที่ยังไม่ได้เข้าฉากเพียงไม่กี่คนเท่านั้น) อีกทั้งการที่หมอลำต้องคอยพะวงกับการที่ต้องรักษาเวลาให้เป็นไปตามที่สถานีโทรทัศน์กำหนดนั้น ทำให้การแสดงเป็นไปอย่างเร่งรีบ เรื่องราวก็ต้องแสดงอย่างรวบรัดตัดความ ศิลปะการลำบางอย่างจึงขาดหายไป เช่น หมอลำจะมาเสียเวลาพอนกันหรือลำเกี่ยวพาราสีกันก็ไม่ได้

ด้วยเหตุนี้อารมณ์ของการแสดงออกจึงพลอยสูญไปด้วย การบันทึกเทปหมอลำจึงเป็นไปอย่างแห้งแล้ง เพราะการบันทึกเทปในห้องสตูดิโอของสถานีโทรทัศน์ส่วนภูมิภาคนั้น แม้กระทั่งปัจจุบันนี้ยังไม่มีระบบจ้างคนดูเพื่อเข้ามาเติมบรรยากาศและสีสันการแสดงสดให้เต็ม

จากการสัมภาษณ์ซึ่งเคยมาบันทึกเทปโทรทัศน์ในห้องส่งนั้น ทำให้ทราบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องนี้ เช่น หมอลำเคน ดาเหลา ว่า

“ อี๊ดอัด เหมือนหายใจไม่อิ่ม ไม่ทั่วท้อง เพราะเขาไม่รู้ธาตุแท้ของหมอลำ ไม่รู้ว่าหมอลำจริง ๆ แล้วเป็นอย่างไร ทำให้แสดงได้อย่างไม่เป็นธรรมชาติ เขาจำกัดเรื่องกลอนลำ การแต่งตัว คือมันไม่สะดวกใจเลยเวลาอยู่ต่อหน้ากล้อง”

(เคน ดาเหลา : สัมภาษณ์ ๑ เมษายน พ.ศ. ๒๕๔๑)

“การทำงานกับสื่อ รูปแบบมักจะเป็นแบบธุรกิจสังคมซึ่งหมอลำต้องทำตามระบบและสคริปต์ที่วางไว้ ในที่ที่มีข้อจำกัดตรงที่ทุกอย่างต้องลงสื่อ ในเวลาที่จำกัด จะสอดแทรกอย่างอื่นที่นอกเหนือประเด็นที่เคยตั้งหรือตกลงไว้ไม่ได้ การลำแต่ละครั้งต้องมีจุดประสงค์ที่แน่นอน .....” (ฉวีวรรณ ดำเนิน : สัมภาษณ์ ๖ ตุลาคม ๒๕๔๐)

“ในทีวีเฝ้าไม่ได้ คำพูดคำจาก็ต้องระมัดระวัง ทีวีจำกัดเรื่องเวลามาก จะทำให้เต็มทีก็เต็มทีไม่ได้”

(ศิริพร อำไพพงษ์ : สัมภาษณ์ ๑๕ มกราคม ๒๕๔๑)

แสดงว่าในแต่ละครั้งที่ต้องอยู่ต่อหน้ากล้องในห้องส่งนั้น ตัวหมอลำต้องปรับตัวอย่างลำบาก ในการที่จะทำตัวให้คุ้นเคยกับวัฒนธรรมสื่อเพราะไม่ใช่คนที่ได้คลุกคลีอยู่กับสื่อตลอดเวลา

สิ่งที่หมอลำต้องทำเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสภาพการณ์เช่นนี้คือ การฝึกซ้อมอย่างมาก และแสดงสดตามที่ชุมชนให้บ่อยครั้งแล้วจึงมาบันทึกเทปโทรทัศน์ พร้อมกันนี้ก็อาศัยความช่วยเหลือของผู้กำกับรายการด้วย นายสมโภชน์ สุทธาธิวงศ์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง ๑๑ เขต ๑ ขอนแก่น ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“หมอลำ เวลาเข้ามาอัดเทปในห้องส่ง ด้วยความที่ว่าเขาไม่ชิน หมอลำเขาบ่นว่าเขาทำอารมณ์ไม่ได้ เพราะการบันทึกเทปสมัยนี้พอดิก็ต้อง take ใหม่ ต้องมานั่งปั้นอารมณ์ใหม่ ตรงนี้จะเป็นเรื่องที่เขาไม่ค่อยคุ้น ดังนั้น เขาจะต้องพร้อมจริง ๆ พิธีพิธีกันจริง ๆ บทอะไรก็ ต้องเนียบจริง ๆ ร้องให้ต้องร้องให้จริง ๆ ทางสถานีก็ช่วยได้บ้างบางครั้งว่า โอเค take ใหม่นะ คุณต้องเข้าอย่างนี้ ๆ นะ”

(สมโภชน์ สุทธาธิวงศ์ : สัมภาษณ์ ๑ เมษายน ๒๕๔๑)

๗.๔ การที่สถานีโทรทัศน์เป็นส่วนของราชการนั้น แม้หมอลำจะมีกำลังซื้อหรือเช่าเวลาเพื่อเผยแพร่หมอลำได้ แต่หมอลำเองไม่ได้มีอำนาจในการต่อรองที่จะเป็นผู้กำหนดหรือเลือกที่จะให้รายการของตนออกอากาศในช่วงใด เพราะการที่เป็นสถานีโทรทัศน์ส่วนท้องถิ่นนั้น ช่วงเวลาทอง (prime time) เป็นช่วงสั้น ๆ ไม่กว้างเหมือนสถานีโทรทัศน์ในส่วนกลาง ดังนั้น หากถูกย้ายเวลาหรือต้องออกอากาศผิดไปจากเวลาที่เคยออกอากาศ หรืออยู่ในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม ก็ไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ เพราะผู้ชมในภาคอีสานอาจจะไม่ติดตามชมรายการหมอลำ เนื่องจากมีตัวเลือกจากสถานีโทรทัศน์หลาย ๆ ช่องให้เลือกมากมาย

สิ่งนี้แสดงให้เห็นว่า ในสมัยก่อนเมื่อโทรทัศน์ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้คน ก็ได้อาศัยหมอลำเป็นรายการแก้ขัด สำรองไปก่อน จนสามารถทำคะแนนนิยมให้คนติดตามได้ แต่เมื่อมาถึงยุคปัจจุบัน โทรทัศน์มีรายการมากขึ้นหลากหลายขึ้น และโด่งดังแล้วก็เริ่มสลัดรายการหมอลำ ดังคำกล่าวที่ว่า “เสร็จนาฆ่าโคถึก เสร็จศึกฆ่าขุนพล” หมอลำกลายเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นต้องมีอยู่ในรายการอีกต่อไป

## ๘. กลยุทธ์การโปรโมตหมอลำของสื่อโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาค

รายการหมอลำที่นำเสนอทางโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาคนั้น สถานีโทรทัศน์ได้มีส่วนในการทำให้หมอลำปรับตัวให้เข้ากับสภาพการณ์ของตลาดผู้รับสารอยู่เสมอ โดยหลังจากที่เปลี่ยนรูปแบบการผลิตรายการจากการแสดงสดมาเป็นนั่ง(บันทึกเทปโทรทัศน์) ทำให้

๘.๑ หมอลำมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาในการนำเสนอ เป็นต้นว่า เมื่อเรื่องที่

นำมาเสนอเป็นเรื่องราว โศกนาฏกรรม ( วรรณกรรมหรือนิทานพื้นบ้าน) ก็มีการปรับให้ทันสมัยได้ เช่น แต่งเรื่องใหม่ที่มีเนื้อหาทันสมัยเข้ากับเหตุการณ์ในยุคปัจจุบัน แทนที่จะใช้เนื้อเรื่องแบบนิทานพื้นบ้านมาเล่า ก็มีการแต่งเรื่องที่มีเนื้อหาทันสมัย โดยการนำเอาเรื่องราวในชีวิตประจำวันซึ่งเป็นเรื่องใกล้ตัว หรือเรื่องจากละครโทรทัศน์ มาแต่งเป็นกลอนลำ

๔.๒ เมื่อสถานีโทรทัศน์เห็นว่า หมอลำซึ่งกำลังเป็นที่นิยมก็เลือก รูปแบบการลำแบบหมอลำซึ่ง มาบันทึกเทปโทรทัศน์ แทนที่จะมีแต่เฉพาะหมอลำเรื่องต่อกลอนหรือหมอลำเพลินให้ชม เพราะเท่าที่ผ่านมา ยังไม่มีผู้ได้นำหมอลำซึ่งมาผลิตเป็นรายการออกอากาศทางวิทยุหรือโทรทัศน์เลย โดยเฉพาะทางวิทยุ นั้น ไม่มีทางจะออกอากาศได้เลยเนื่องจากวิทยุไม่ใช่เวทีที่จะโปรโมตหมอลำซึ่ง เนื่องจากว่า หมอลำซึ่งจำเป็นต้องใช้โทรทัศน์เป็นช่องทางในการโฆษณาตัวเองมากกว่าวิทยุ เพราะหมอลำซึ่งไม่ต้องการโชว์เสียงเพียงอย่างเดียว แต่ต้องการโชว์ลีลาการเดิน การฟ้อน ตลอดจนรูปร่างหน้าตา ของหมอลำ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นจุดขายที่สำคัญที่สุดของหมอลำซึ่ง (ไม่ใช่หมอลำเสียง! เหมือนแต่ก่อน) ในขณะที่สื่อโทรทัศน์สามารถให้สิ่งเหล่านี้กับหมอลำซึ่งได้ทั้งหมด ส่วนสื่อวิทยุกลับไม่สามารถนำเสนอจุดขายของหมอลำซึ่งในส่วนนี้ได้ (เพราะได้ยินแต่เสียงไม่เห็นตัว) ดังนั้นเมื่อมีหมอลำซึ่งที่ออกอากาศทางโทรทัศน์จึงได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว

### (ข). รายการหมอลำทางโทรทัศน์ในสวนกลาง

รายการหมอลำทางโทรทัศน์ในสวนกลางนี้ จะมีความแตกต่างไปจากรายการหมอลำทางโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาค อาทิ ในด้านรูปแบบรายการ ผู้นำเสนอ(ตัวหมอลำ) อีกทั้งเนื้อหาของหมอลำ ตลอดจนช่วงเวลาที่ใช้ในการแพร่ภาพออกอากาศ เพราะรายการหมอลำในสวนกลางนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นการเผยแพร่หมอลำที่เกิดขึ้นในยุคใหม่ (ประมาณ พ.ศ. ๒๕๓๐ - ปัจจุบัน(๒๕๔๑)) ซึ่งเป็นยุคที่มีการประยุกต์ลีลาและท่วงทำนองการลำ ประยุกต์จังหวะให้สนุกสนานเร้าใจและเนื้อหาที่ลำก็จะเป็นเนื้อหาที่สั้น กระชับรัด จบเป็นกลอน ๆ

หมอลำที่ได้รับการนำเสนอทางโทรทัศน์ในสวนกลางนี้ โดยมากจึงเป็นหมอลำที่เป็น “หมอลำสำเร็จรูป” คือเป็นเป็นมิวสิกวิดีโอที่ลำเป็นกลอน ๆ จบภายในเวลาสั้น ๆ ๓-๕ นาที โดยศิลปินหมอลำประเภทกลุ่มผสมผสาน (Hybrid) (ออกเทป มีวงเดินสายรับจ้างแสดงทั่วไป) เช่น เฉลิมพล มาลาคำ พรศักดิ์ ส่องแสง จินตหรา พูนลาภ และ ศิริพร อำไพพงษ์ เป็นต้น หรือมีจะนั้นก็จะเป็นกลุ่มสมัยนิยมที่มีลักษณะสำคัญคือไม่มีวง แต่ออกเทป เช่น ไมค์ ภิรมย์พร ไกรสร เรื่องศรี ฟ้า สุภาวี ลาวัญญ์ จันทร์เพ็ญ เป็นต้น

การเลือกหมอลำที่เป็นกลุ่มสมัยนิยม (ไม่มีวง แต่ออกเทป) มาออกรายการโทรทัศน์นับเป็นการใช้กลยุทธ์แบบกลับหัวกลับหางต่างจากแต่ก่อนเป็นอย่างยิ่ง เพราะแต่ก่อนนั้น จะต้องมีวงเป็นของตัวเองจึงจะออกเทปได้ แต่พอมาถึงปัจจุบัน ไม่จำเป็นต้องมีวงก็ออกเทปได้ เพราะมีสื่อที่จะใช้เป็นตัวโปรโมตมากขึ้น

หมอลำทั้งสองประเภทดังกล่าวจะสังกัดนายทุนผู้ผลิตเทปทั้งหมด ดังนั้นจึงมีการผลิตเป็นมิวสิกวิดีโอเพื่อการโปรโมตหมอลำโดยเฉพาะซึ่งมีอยู่ในรายการประเภทเพลงลูกทุ่งหมอลำต่าง ๆ มากมายแพร่ภาพออกอากาศทั้งช่อง ๓ ช่อง ๕ ช่อง ๗ ช่อง ๙ และช่อง ๑๑

รายการหมอลำเท่าที่ปรากฏทางสื่อโทรทัศน์ในส่วนกลางเป็นประจำ (สำรวจเดือน กันยายน พ.ศ. ๒๕๔๐ - เดือนมกราคม พ.ศ. ๒๕๔๑) มีดังต่อไปนี้

ช่อง ๓ วันจันทร์	๐๑.๐๐ น.	รายการเพื่อคุณที่รัก
ช่อง ๕ วันจันทร์	๑๕.๓๐ น.	รายการอีสานบ้านเฮา ช่อง ๕ (ของทุกวันอาทิตย์ที่ ๒ และ ๔ ของเดือน)
วันจันทร์	๒๔.๐๐ น.	รายการลูกทุ่งห้าดาว
วันพุธ	๑๕.๐๐ น.	รายการย้อนทางอย่างไทย
วันพฤหัสบดี	๑๒.๓๐ น.	รายการหญิงยุคใหม่
วันศุกร์	๑๓.๐๐ น.	รายการภาพฝันวันสวย
วันศุกร์	เวลา ๑๔.๐๐ น.	รายการจ๊ะจ๋าวันศุกร์
ช่อง ๗ วันจันทร์	เวลา ๒๔.๐๐ น.	รายการลูกทุ่งสู่ฝัน
วันอังคาร	เวลา ๑๕.๓๐ น.	รายการเพลินใจกับเพลง
วันพุธ	เวลา ๑๓.๓๐ น.	รายการเพลงติดดาว
วันศุกร์	เวลา ๑๒.๓๐ น.	รายการลูกทุ่ง ๗ สี
ช่อง ๙ วันจันทร์	เวลา ๒๒.๓๐ น.	รายการลูกทุ่ง FM ที่วี๙
วันอังคาร	เวลา ๑๐.๐๐ น.	รายการก้าวแห่งชีวิต
วันพุธ	เวลา ๑๕.๐๐ น.	รายการเพลงดั่งบันเทิง
วันพฤหัสบดี	เวลา ๐๑.๐๐ น.	รายการพฤษ์สบันเทิง
วันเสาร์, อาทิตย์	เวลา ๐๒.๔๕ น.	รายการเวทีลูกทุ่ง
ช่อง ๑๑ วันจันทร์	เวลา ๒๓.๐๐ น.	รายการอนุรักษ์เพลงลูกทุ่งไทย

(อย่างไรก็ตาม แม้ว่ารายการหมอลำที่ได้ชมในส่วนกลางนี้ส่วนใหญ่จะเป็นมิวสิกวิดีโอ แต่ก็มีโชว์หมอลำที่ปรากฏทางสื่อโทรทัศน์ในส่วนกลางนี้ จะเป็นมิวสิกวิดีโอเพื่อการโปรโมตเทปหมอลำเสียทั้งหมด เพราะยังมีหมอลำที่สอดแทรกอยู่ในรายการประเภท

ปกิณกะบันเทิงโดยมีเนื้อหาของหมอลำแทรกอยู่บางช่วงเวลา เช่น รายการจันทร์กระจิบ ช่อง ๗ และรายการทไวไลท์โชว์ ช่อง ๓ แต่ในที่นี้จะไม่กล่าวถึงเพราะรายการเหล่านี้มีกลุ่มเป้าหมายหนึ่งอีกต่างหาก)

จากรายการหมอลำที่ปรากฏทางสื่อโทรทัศน์ในส่วนกลางที่สำรวจพบทั้งหมดนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งหมอลำที่ปรากฏทางสื่อโทรทัศน์ในส่วนกลางออกเป็นประเภทต่าง ๆ เพื่อให้เห็นพัฒนาการ ตลอดจนลักษณะและกลยุทธการโปรโมตหมอลำทางโทรทัศน์ ดังนี้

๑. รายการที่มีการนำหมอลำมาเผยแพร่ตลอดรายการ
๒. รายการประเภทมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งหมอลำ
๓. รายการคอนเสิร์ตหมอลำ

## ๑. รายการที่มีการนำหมอลำมาเผยแพร่ตลอดรายการ

เพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการวิเคราะห์ออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

- ๑.๑ จุดเริ่มต้น
- ๑.๒ ผู้เกี่ยวข้องในการผลิตรายการ
- ๑.๓ เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ
- ๑.๔ ผู้นำเสนอในที่นี้คือหมอลำ
- ๑.๕ ลักษณะเด่นและข้อได้เปรียบของรายการ
- ๑.๖ ลักษณะด้อยและข้อเสียเปรียบของรายการ
- ๑.๗ กลยุทธ์การโปรโมตหมอลำของรายการ

### ๑.๑ จุดเริ่มต้น

สำหรับรายการของโทรทัศน์ในส่วนกลางที่ปรากฏว่ามีการนำเอาหมอลำ มาออกรายการแบบเต็มเวลา คือมีเนื้อหาของรายการเป็นหมอลำตลอดทั้งรายการเป็นครั้งแรกที่ สุนั้น เท่าที่พอจะหาพยานบุคคลที่จะยืนยันได้คือนายชววิทย์ โสภา กรรมการผู้จัดการบริษัท โสภাপริทัศน์ จำกัด ผู้ผลิตรายการ “ย้อนทางอย่างไทย” ทั้งนี้ทำให้ทราบว่า หมอลำที่มาออก รายการโทรทัศน์ในส่วนกลางนั้นคือ “คณะสุนทราภิรมย์” เมื่อ พ.ศ. ๒๕๒๓ โดยนายชววิทย์ โสภา ได้ให้สัมภาษณ์และพูดถึงรายการที่เคยมีการนำเอาหมอลำมานำเสนอให้ฟังว่า

“ หมอลำที่ออกโทรทัศน์เหรอ ไม่มี ผมไม่เคยเห็นนะ ก่อนหน้านี้ก็ไม่เคยเห็น ใครทำรายการหมอลำทางทีวีเลยนี่ .....ประมาณ พ.ศ. ๒๕๒๓ นี่แหละที่ผมทำรายการนี้ขึ้นมา แล้วเอาหมอลำมาออกรายการคนแรกที่ช่อง ๕ ตอนนั้นรายการนี้ยังใช้ชื่อว่า “สยามปริทัศน์” อยู่เลย จำได้ว่าหมอลำที่มาออกรายการโทรทัศน์ตอนนั้นคือ “คณะสุนทราภิรมย์” เป็นหมอลำ แบบดั้งเดิมเลย ที่มีหมอลำสองคนกับคนเป่าแคนประกอบนะ เขาเรียกอะไรนะ เอ้อ หมอลำ กลอนนั่นแหละ ก็เอามาแสดงในห้องส่งของช่อง ๕ นี่แหละ ....”

( ชววิทย์ โสภา : สัมภาษณ์ ๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

รายการเช่นนี้แสดงให้เห็นว่า ความเป็นชาตินิยมก็เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้ผลิตรายการเลือกใช้กลยุทธ์หนึ่งในการผลิตรายการ โดยสังเกตได้จากการที่ผู้ผลิตรายการใช้คำว่า “ไทย” ในการตั้งชื่อรายการ และทั้ง ๆ ที่ผู้ผลิตรายการเองก็ไม่ใช่นักอีสาน แต่ผลิตรายการ ที่เกี่ยวกับหมอลำได้

## ๑.๒ ผู้เกี่ยวข้องในการผลิตรายการ

เนื่องจากรายการนี้ นายชูวิทย์ โสภา ได้ผลิตรายการให้กับโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง ๕ มาตลอดระยะเวลาเกือบ ๒๐ ปีมาแล้ว(๒๕๔๑) โดยใช้ห้องส่งของช่อง ๕ เป็นสถานที่บันทึกเทปตลอดมา ดังนั้นผู้ที่มีส่วนร่วมในการผลิตรายการจึงมี ๔ ฝ่ายด้วยกันคือ

บริษัทโสภา ปรีทัศน์ ของนายชูวิทย์ โสภา  
โทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง ๕  
ผู้สนับสนุนรายการที่เช่าเวลา  
คณะกรรมการที่มาแสดง

สำหรับผู้ที่มิบทบาทในการกำหนดรูปแบบรายการมากที่สุดคือ บริษัทผู้ผลิตรายการเอง เพราะช่อง ๕ เป็นเพียงผู้อำนวยความสะดวกในการบันทึกเทปและการแพร่ภาพเท่านั้น ส่วนผู้สนับสนุนรายการก็จะได้รับการโฆษณาสินค้าในช่วงเวลาของรายการตามเวลาที่ได้ตกลงกันไว้ โดยอัตราค่าโฆษณาในรายการปัจจุบันนาทีละ ๕๐,๐๐๐ บาท

คณะกรรมการที่จะมาทำการแสดงนั้น ผู้ผลิตรายการมีวิธีการอยู่ ๒ วิธีการเพื่อให้ได้มาซึ่งหมอลำรูปแบบต่าง ๆ มาบันทึกเทป คือ

๑. เปิดโอกาสให้คณะกรรมการเสนอตัวเองเข้ามาเพื่อแสดง

๒. ทางรายการเป็นฝ่ายเสาะหาคณะกรรมการ โดยการติดต่อไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับศิลปะการแสดงประจำจังหวัด เช่น ศูนย์วัฒนธรรมประจำจังหวัด สถาบันราชภัฏของจังหวัดในภาคอีสาน เพื่อให้เสนอหรือแนะนำคณะกรรมการที่เห็นว่าแสดงได้ดี มายังรายการ

ทั้ง ๒ วิธีการนี้ ผู้ผลิตรายการจะเลือกเอาเฉพาะคณะกรรมการที่คงสภาพศิลปะการแสดงแบบดั้งเดิมมากที่สุด เช่น หมอลำกลอนที่เป็นแม่แบบ เช่น หมอลำเคน ดาเหลา หรือ หมอลำฉวีวรรณ ดำเนิน ยิ่งถ้าเป็นหมอลำที่แปลกหรือหาดูได้ยากก็ยิ่งจะได้รับความสนใจจากผู้ผลิตรายการมาก เช่น หมอลำผญา ลำภูไท

การที่รายการในส่วนกลางเลือกใช้กลยุทธ์การเลือกประเภทหมอลำที่ต่างจากรายการในส่วนภูมิภาคนั้นน่าจะเป็นเพราะว่า รายการในส่วนกลางต้องการนำเสนอหมอลำในลักษณะที่เป็นของหาดูได้ยากมากกว่าความต้องการเสนอเนื้อหา หรือเนื้อเรื่องของหมอลำจริง ๆ อีกอย่างคือกลุ่มเป้าหมายของรายการในส่วนกลางไม่ใช่ผู้ชมที่เป็นคนอีสานแต่เป็นคนในเมืองที่ต้องการชมสิ่งแปลกและแตกต่าง จากรายการทั่ว ๆ ไปที่พวกเขาได้เห็นอยู่จนชินตา ดังนั้นผลที่เกิดตามมาคือ ทำให้หมอลำบางประเภทที่ไม่ใช่หมอลำที่มีคุณค่าทางพาณิชย์ยังคงมีให้เห็น ไม่ถึงกับสูญหายไปเสียทีเดียว

อย่างไรก็ตาม แม้หมอลำบางคนจะไม่ใช่หมอลำประเภทที่คงสภาพศิลปะการแสดงแบบดั้งเดิมไว้อย่างครบถ้วน แต่ผู้ผลิตรายการก็นำมาออกวิทยุกระจายเสียง เพราะว่าเป็นคณะที่เสนอตัวเข้ามา เช่น หมอลำคณะเรณูลำเพลิน และเนื่องจากเป็นการตามกระแสของยุคสมัย แม้โดยส่วนตัวของผู้ผลิตรายการเองจะไม่ใคร่เห็นด้วยก็ตาม

นายชูวิทย์ ไสภา ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการคัดเลือกหมอลำว่า

“แต่ก่อนเราก็พอเลือกได้ โดยเลือกเอาที่ชาวบ้านเขาเล่นกันแบบพื้นบ้านจริง ๆ แต่ตอนนี้เราเลือกไม่ได้แล้วเพราะมันกลายเป็นชิงไปหมดแล้ว ..... ขอให้แปลก บางทีคณะที่ไม่มีใครรู้จักผมก็เอามา ขอให้รักษาเอกลักษณ์ไว้ได้ก็เอาแล้ว ความจริงผมก็อยากให้เขาคงเอกลักษณ์แบบเก่า ๆ เอาไว้ แต่พอเป็นการเกี่ยวพาราสักกันก็ออกไปทางลามกนิดหน่อย ซึ่งมันก็มีข้อจำกัดของสถานี... มีหมอลำซึ่งเสนอมา คณะเรณูลำเพลิน ความจริงก็ไม่อยากเอาออกกระจาย เพราะมันล้ำหน้าเกินไป แต่ก็ตามกระแส เขารู้จักรายการเรา เขาก็ขอเอามาแสดง ตามกระแส ของเขาล้ำหน้าไป แต่คนมาดูเยอะนะ เต็มห้องส่งเลย เขาออกวิทยุด้วยนะประกาศให้คนคอยติดตามรายการ...

เราเคยคุยกับคณะหมอลำ อยากให้รักษาของเก่า ๆ เอาไว้ แต่หมอลำสมัยใหม่ทำไม่ได้ เพราะกระแสความนิยมรูปแบบการแสดงใหม่ ๆ มาแรงมาก”

(ชูวิทย์ ไสภา : สัมภาษณ์ ๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

จะเห็นได้ว่าตามหลักการของ Culture selective tradition ที่ได้กล่าวถึงในบทที่ ๒ นั้น อาจจะไม่ใช่วิธีระดับของตัวบุคคล กล่าวคือ ทุกอย่างไม่อาจจะเป็นไปตามความต้องการหรือการคัดเลือกหมอลำของผู้ผลิตรายการเสมอไป เพราะบางครั้งการคัดเลือกก็ต้องขึ้นอยู่กับโครงสร้างอันจำกัดของสื่อด้วย โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ที่ผู้ผลิตรายการต้องหา material มานำเสนอตามกระแสความต้องการของตลาดผู้ชม ดังนั้น แม้ผู้ผลิตรายการมีความต้องการให้หมอลำคงความเป็นเอกลักษณ์เดิมมากเพียงไรก็คงไม่เป็นผล เพราะการเอาใจตลาดของหมอลำเพื่อความอยู่รอดของหมอลำเองนั้นสำคัญกว่าสิ่งอื่นใด

### ๑.๓ เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ

เนื่องจากนายชูวิทย์ ต้องการรักษาวัตถุประสงค์เดิมของการจัดรายการเอาไว้ คือเป็นไปเพื่อสืบทอดและเผยแพร่ศิลปะและวัฒนธรรมการแสดงท้องถิ่นของทุกภาคในประเทศไทย ดังนั้น รูปแบบและเนื้อหาที่รายการต้องการจริง ๆ แล้วคือ การแสดงที่ยังคงเอกลักษณ์ของพื้นบ้านแบบ Original อย่างแท้จริง

อย่างไรก็ตาม เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป เนื้อหาของรายการแบบเดิมที่มีหมอลำแบบดั้งเดิมซึ่งไม่ได้ผ่านการปรุงแต่งอย่างที่นายชูวิทย์เคยนำมาออกวิทยุเมื่อสิบกว่าปีก่อน



เช่น คณะสุนทราภรณ์ นั้น ก็ต้องเปลี่ยนไปด้วย เพราะจากเดิมที่มีการนำเสนอหมอลำกลอน อันเป็นหมอลำแบบโบราณ มีหมอลำเพียงสองคนชายหญิง มีเครื่องดนตรีประกอบเพียงชิ้นเดียวคือแคน ไม่มีหางเครื่องมีแต่นักดนตรีเพียงคนเดียวคือหมอแคน ก็กลายมาเป็นการนำเสนอ หมอลำหนุ่ม หมอลำเพลิน หมอลำซิ่ง ซึ่งมีผู้แสดงหลายคน มีบทตัวพระ ตัวนาง ตัวผู้ร้าย และตัวตลก ฯลฯ มีหางเครื่องประกอบ กลอนที่ลำก็เป็นกลอนลำกึ่งเพลงลูกทุ่ง ใช้เครื่องดนตรีสมัยใหม่ เช่น กลองชุด กีตาร์ไฟฟ้า คีย์บอร์ด ฯลฯ

ส่วนรูปแบบรายการยังคงสืบเนื่องมาอย่างที่เคยทำคือ มีพิธีกรผู้ดำเนินรายการแนะนำผู้ชมรายการให้รู้จักกับหมอลำที่นำมาออกรายการ แล้วให้หมอลำแสดงเรื่อยไปจนจบชุดการแสดง เพียงแต่เวลาที่ใช้ในการนำเสนอ นั้นสั้นลงกว่าแต่ก่อนเนื่องจากค่าเช่าเวลาแพงขึ้นมาก (๘,๐๐๐ บาท ต่อ ๑ ชั่วโมงครึ่ง (ราคาเช่าเวลาเมื่อ พ.ศ. ๒๕๒๒)) จาก ๑ ชั่วโมงครึ่งต่อหนึ่งครั้งในสมัยก่อน เหลือเพียง ๓๐ นาทีต่อหนึ่งครั้งในปัจจุบัน

จากปรากฏการณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า หมอลำต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพความต้องการของสังคมที่เปลี่ยนไป โดยต้องให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายซึ่งต้องการดูหมอลำในรูปแบบใหม่ที่มีความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมการแสดงแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม เช่น เพลงลูกทุ่งลูกกรุง และเพลงสตริง โดยหมอลำนั้นถ้าไม่เป็นฝ่ายปรับตัวให้ทัน โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบการแสดงเพื่อดึงกลุ่มผู้ชมให้หันกลับมาสนใจหมอลำอีกครั้งก็อาจจะนำไปสู่การเสื่อมความนิยมในที่สุด

#### ๑.๔ ผู้นำเสนอในที่นี้คือหมอลำ

หมอลำที่มากออกรายการประเภทนี้ มักจะเป็นหมอลำที่เสนอตัวเองมาออกรายการ ส่วนใหญ่ในปัจจุบันจะเป็นหมอลำที่เป็นคณะของชาวบ้าน ซึ่งโดยมากจะเป็นหมอลำที่ยังไม่มีชื่อเสียง เพราะเป็นหมอลำแบบพื้นบ้านจริง ๆ เมื่อหมอลำประเภทนี้มากออกรายการก็เท่ากับเป็นการแลกเปลี่ยนกันกับผู้ผลิตรายการ เพราะผู้ผลิตรายการก็ได้หมอลำมาบรรจุเป็นเนื้อหาให้กับตัวเอง ในขณะที่เดียวกันหมอลำก็ได้โปรโมตตัวเองไปด้วย ดังนั้นหมอลำสามารถใช้เวทีของรายการเพื่อการโฆษณาคณะของตัวเองได้

อย่างไรก็ตาม ในรายการประเภทนี้ไม่เคยปรากฏว่า มีคณะหมอลำที่มีชื่อเสียงโด่งดังเป็นที่รู้จักมาก ๆ เช่น คณะเสียงอีสาน หรือ คณะศิริพร อำไพพงษ์ ฯลฯ มากออกรายการเลย เพราะช่วงเวลาในการแพร่ภาพไม่อยู่ในช่วงที่คนสนใจดู อีกทั้งรายการก็เป็นรายการเล็ก ๆ ไม่ใคร่เป็นที่รู้จักมากนัก จึงไม่เป็นที่สนใจของคณะหมอลำใหญ่ ๆ

### ๑.๕ ลักษณะเด่นและข้อได้เปรียบของรายการ

๑.๕.๑ ความสามารถที่จะนำมอลำมาเสนอได้บ่อย เพราะมีรายการทุกวันพุธ ดังนั้นจึงสามารถแพร่ภาพได้อย่างต่อเนื่อง สัปดาห์ต่อสัปดาห์ โดยหากการลำนั้นมีความยาวมากก็สามารถตัดเป็นตอน ๆ ได้หลายตอน

๑.๕.๒ การมีช่วงเวลาและสถานีโทรทัศน์เพื่อการแพร่ภาพออกอากาศที่แน่นอนเป็นของรายการ คือสถานีโทรทัศน์สีช่อง ๕ ซึ่งสามารถแพร่ภาพออกอากาศไปได้ทั่วประเทศ ดังนั้น รายการย้อนทางอย่างไทยนี้จึงสามารถเข้าถึงผู้ชมในพื้นที่กว้าง

๑.๕.๓ การที่ผู้ผลิตรายการเปิดโอกาสให้มีการแสดงมอลำหลายรูปแบบทำให้มีเนื้อหาของรายการคือมอลำประเภทต่าง ๆ จากที่ต่าง ๆ ซึ่งไม่สามารถหาดูได้ง่ายนักมานำเสนอได้เสมอ เช่น มอลำกลอนรุ่นเก่า ๆ มอลำเรื่องต่อกลอน เป็นต้น โดยอาจจะส่งเป็นเทปบันทึกภาพมาก็ได้ หรือจะมาบันทึกเทปโทรทัศน์ในห้องส่งก็ได้

๑.๕.๔ เป็นรายการเชิงสาระ ให้เกร็ดความรู้กับผู้ชม จึงมีพิธีกรประจำในการดำเนินรายการคอยแนะนำหรือบอกเล่าประวัติ ความเป็นมา ของการลำนอกจากการซักถามสัมภาษณ์มอลำที่มาร่วมรายการ

### ๑.๖ ลักษณะด้อยและข้อเสียเปรียบของรายการ

๑.๖.๑ งบประมาณในการผลิตรายการมีน้อย รายการต้องหาสปอนเซอร์เอง ทำให้ไม่สามารถซื้อเวลาในช่วง Prime time หรือช่วงใกล้เวลา Prime time ได้ ดังนั้นช่วงเวลาที่ยออกอากาศจึงไม่เป็นช่วงเวลาที่น่าจะมีคนสนใจติดตามมาก(๑๕.๐๐น.- ๑๕.๓๐ น. ของทุกวันพุธ )

๑.๖.๒ โครงสร้างรายการไม่ได้ใหญ่มาก กินเวลาสั้น ๆ ในแต่ละครั้ง ตลอดจน Rating ของรายการก็ไม่ได้สูงจนเป็นที่รู้จักของคนโดยทั่วไป เนื้อหาในแต่ละตอนที่น่ามาเสนอก็ไม่มีความหลากหลาย (Non Variety) และที่สำคัญผู้ผลิตรายการไม่ได้เน้นที่ความต้องการนำมอลำที่มีชื่อเสียงมาออกรายการ จึงไม่เป็นที่สนใจของผู้ชม

๑.๖.๓ เนื้อหารายการไม่สามารถสร้างความแปลกใหม่ทันสมัยได้มากนัก เพราะมีข้อจำกัดอยู่ที่การพยายามอนุรักษ์ศิลปะการแสดงแบบเดิม เช่น ถ้าเป็นมอลำก็จะเน้นมอลำกลอน ไม่ใช่มอลำที่มีการประยุกต์จนล้ำหน้าตามกระแสสังคมสมัยใหม่อย่างมอลำชิง ทำให้กลุ่มผู้ชมในยุคปัจจุบันมีจำนวนน้อยลงเพราะไม่สนใจติดตาม

๑.๖.๔ บางครั้งการที่ต้องเชิญคณะมอลำที่ผู้ผลิตรายการเลือกแล้วว่าแปลก น่าสนใจมาจากต่างจังหวัดเพื่อออกรายการก็ประสบปัญหาการไม่สามารถนัดเวลารว่างของห้องส่ง และคณะมอลำให้ตรงกันได้ ผลก็คือ ไม่สามารถนำมอลำมานำเสนอได้หลากหลายเท่าที่ควรจะเป็น

### ๑.๗ กลยุทธ์การโปรโมตหมอลำของรายการ

๑.๗.๑ การตัดต่อหมอลำที่ลำเป็นเรื่องยาวให้เป็นตอน ๆ ชวนให้ติดตามชม เป็นสิ่งที่ปกติอยู่แล้วสำหรับการที่นำคณะหมอลำมาเล่นแล้วบันทึกเทป เพราะหมอลำที่มีรูปแบบดั้งเดิมคือเล่นเป็นเรื่องราวนั้น จะต้องใช้เวลาในการแสดงนานเป็นพิเศษ เพราะไม่ใช่ลำแบบเป็นกลอน ๆ ดังนั้นการที่คณะหนึ่ง ๆ จะลำให้จบเรื่องได้ในเวลาอันสั้นจึงเป็นไปได้ จึงต้องมีการตัดเป็นช่วง ๆ ให้เหมาะกับเวลาที่มี ผลก็คือทำให้ผู้ชมสนใจและติดตามชมตอนต่อไป

๑.๗.๒ การพยายามนำหมอลำรูปแบบแปลก ๆ หรือหาดูยาก มานำเสนอ เช่น หมอลำผญา หมอลำกลอน หรือลำภูไท โดยการที่ผู้ผลิตรายการพยายามเสาะหาหมอลำ จากที่ต่าง ๆ ทั่วภาคอีสานเพื่อติดต่อให้มาแสดงหรือให้ส่งเทปบันทึกภาพมาแล้วแต่ความสะดวก

๑.๗.๓ การผลิตรายการที่ไม่ได้เน้นเฉพาะความบันเทิงอย่างเดียว หากแต่ได้พยายามสอดแทรกเกร็ดความรู้โดยได้จากการสอบถามหมอลำที่มาร่วมรายการ เช่น ความเป็นมา ลักษณะเด่น ของหมอลำประเภทนั้น ๆ

เมื่อมองภาพรวมแล้วสำหรับรายการประเภทนี้ แม้จะมี Rating ไม่สูงนักแต่ผู้วิจัยเห็นว่ารายการเช่นนี้ควรยึดพื้นที่ในสื่อมวลชนเอาไว้เนื่องจากจะเป็นรายการที่สนับสนุนหมอลำอีกแบบหนึ่งที่ไม่ได้เน้นเพื่อการพาณิชย์ โดยเฉพาะหมอลำที่ยังคงสภาพศิลปะการแสดงแบบดั้งเดิม ซึ่งนับวันจะลดน้อยลง อย่างน้อยจะได้มีเวทีที่จะเสนอให้คนทั่วไปได้เห็นว่ายังมีหมอลำอีกหลายประเภทที่ไม่ได้อยู่บนแผงเทปหรืออยู่ในมิวสิกวิดีโอ หากแต่ก็ยังทรงคุณค่าอีกลักษณะหนึ่งที่สื่อพื้นบ้านควรจะมีและควรจะเป็น กล่าวได้ว่า รายการประเภทนี้มีอยู่เพื่อการอนุรักษ์ของเราก็คงจะไม่ผิดนัก

## ๒. รายการประเภทมิวสิกวิดีโอทุกหมอลำ

เพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการวิเคราะห์ออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

- ๒.๑ จุดเริ่มต้น
- ๒.๒ ผู้เกี่ยวข้องในการผลิตรายการ
- ๒.๓ เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ
- ๒.๔ ผู้นำเสนอในที่นี้คือพิธีกร
- ๒.๕ ลักษณะเด่นและข้อได้เปรียบของรายการ
- ๒.๖ ลักษณะด้อยและข้อเสียเปรียบของรายการ
- ๒.๗ กลยุทธ์การโปรโมตหมอลำของรายการ

### ๒.๑ จุดเริ่มต้น

ยุคที่หมอลำเริ่มมีการใช้สื่อโทรทัศน์ของส่วนกลางเพื่อการโปรโมตหมอลำนั้น เริ่มต้นเมื่อประมาณ พ.ศ. ๒๕๒๖ โดยครั้งแรกสุดนั้นปรากฏเป็นมิวสิกวิดีโอคือ ชุด “หนุ่มยาวสาวสั้น” ลำโดยดาว บ้านดอนคู่กับ พิมพีใจ เพชรพลาญชัย ซึ่งบริษัทเทพบุตรสเตอริโอเป็นผู้ริเริ่มผลิตหมอลำให้ออกมาในรูปของมิวสิกวิดีโอหมอลำเป็นบริษัทแรก นับเป็นการสร้างความแปลกใหม่ให้กับวงการหมอลำเป็นอย่างยิ่ง เพราะก่อนหน้านั้น แม้จะมีบริษัทค่ายเพลงต่าง ๆ ผลิตมิวสิกวิดีโอเพื่อการโปรโมตหมอลำมากมายก็จริง แต่ก็ยังเป็นมิวสิกวิดีโอของเพลงไทยสากลทั้งหมด

ดังนั้น หลังจากบริษัทเทพบุตรสเตอริโอเป็นผู้บุกเบิกการนำเสนอมิวสิกวิดีโอหมอลำ ชุด “หนุ่มยาวสาวสั้น” เป็นชุดนำร่อง ก็มีบริษัทค่ายหมอลำอื่น ๆ ผลิตมิวสิกวิดีโอชุดต่าง ๆ เพื่อการโปรโมตทางโทรทัศน์ในเวลาต่อมาอีกมากมายเช่นที่เป็นอยู่อย่างทุกวันนี้

นับตั้งแต่ที่มีการนำเสนอมิวสิกวิดีโอหมอลำแพร่ภาพออกอากาศเพื่อโปรโมตหมอลำเป็นต้นมา หมอลำก็เป็นที่รู้จัก และได้รับความนิยมอย่างมากทั่วประเทศ ไม่ใช่เฉพาะในเขตภาคอีสานอีกต่อไป ที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดคือเมื่อ พ.ศ. ๒๕๒๙ ถึง พ.ศ. ๒๕๓๐ ซึ่งมิวสิกวิดีโอชุด “น้ำตาเมียซาอู” ของพิมพา พรศิริและชุด “दैยสาวจันทร์กัโอบ” ของพรรคดี สองแสง ออกแพร่ภาพก็ได้รับความนิยม เป็นที่ยอมรับและโด่งดังถึงสุดขีด

เมื่อทั้งชุด “दैยสาวจันทร์กัโอบ” และชุด “น้ำตาเมียซาอู” ได้รับความนิยมอย่างสูง หมอลำทั้งสองชุดนี้ติดตลาดเป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลให้มียอดขายเทปเกินความคาดหมายอย่างถล่มทลายสูงถึงล้านตลับ นับว่าเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์วงการหมอลำตั้งแต่เริ่มมีการบันทึกแผ่นเสียงครั้งแรกในอดีตจนถึงยุคนี้ที่มีการขายเทปหมอลำได้

มากมายเช่นนี้ โดยจากการสัมภาษณ์นายสุรินทร์ ภาคศิริ (ทิดโต สุดตะแนน)นักประพันธ์เพลงหมอลำและนักจัดรายการหมอลำทางวิทยุได้ให้ข้อมูลว่า

“นับว่าแปลก เพราะว่าหมอลำโดยทั่วไป ขายได้อย่างมากก็เป็นแสนตลับ แต่ทั้งชุดน้ำตาเมียซาอุของพิมพา และชุดสาวจันทร์กั้งโกบของพรศักดิ์นี้ เมื่อดูยอดขายของแต่ละชุดซึ่งดังแบบตุมเดียวทั่วประเทศ ขายได้ชุดละล้านกว่าตลับ ตอนนั้นก็ยังมีผลิตรายอยู่และยังขายต่อไปได้เรื่อย ๆ”

(สุรินทร์ ภาคศิริ : สัมภาษณ์ ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

อย่างไรก็ตามอาจจะเป็นไปได้ว่า ช่วงที่หมอลำทั้งสองชุดขายได้ถึงหลักล้านตลับนั้น (พ.ศ. ๒๕๓๐) เศรษฐกิจของประเทศยังไม่ได้อยู่ในภาวะวิกฤติเช่นปัจจุบันนี้ (พ.ศ. ๒๕๔๑ ยุค IMF) ประชาชนจึงยังมีกำลังซื้อมาก และเป็นช่วงที่หมอลำกำลังเริ่มได้รับความนิยมอย่างท่วมท้น ทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวกับหมอลำในขณะนั้น ไม่ว่าจะเป็นมิวสิกวิดีโอหมอลำ เทปหมอลำ รวมทั้งการออกเดินสายของหมอลำ ก็ได้รับความนิยมอย่างมาก

ผลที่เกิดขึ้นดังกล่าว ทำให้นายทุนผู้ผลิตเทปเล็งเห็นว่าหมอลำเป็นเนื้อหาอย่างหนึ่งซึ่งอยู่ในกระแสความนิยมอันสามารถทำกำไรได้มหาศาลเพราะมีผู้ฟังหมอลำทั้งที่เป็นคนอีสานและไม่ใช่นคนอีสานอยู่ทั่วประเทศ ด้วยเหตุนี้ นายทุนผู้ผลิตเทปหลายรายที่ได้ทุ่มเทปั้นหมอลำขึ้นมาอย่างจริงจัง แม้กระทั่งค่ายเพลงที่เน้นการผลิตเพลงไทยสากล เช่น บริษัทอาร์เอสโปรโมชั่น บริษัทแกรมมี่ บริษัทนิธิทัศน์โปรโมชั่น และก็ได้ผลิตหมอลำออกมาสู่ตลาดมากมาย จนมีหมอลำมากหน้าหลายตา ทำให้มีหมอลำหลายค่าย หลายสังกัด

เมื่อมีหมอลำเกิดขึ้นมากมายทั้งคนเก่า คนใหม่ บริษัทต่าง ๆ ก็จำเป็นต้องแข่งขันผลักดันให้เทปหมอลำในสังกัดของตนหรือหมอลำที่ตัวเองลงทุนผลิตให้มีส่วนแบ่งในตลาดมากที่สุด ต่างก็หาวิธีการโปรโมตหมอลำให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายโดยทุ่มเทงบประมาณซื้อหรือเช่าเวลาสื่อต่างๆที่มีอยู่โปรโมตหมอลำให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์มากที่สุด วิธีการที่ผู้ประกอบการเห็นว่าน่าจะได้ผลดีวิธีการหนึ่งคือการนำหมอลำมาออกโทรทัศน์ นี่คือการผลิตรายการหมอลำประเภทมิวสิกวิดีโอเพื่อเผยแพร่ทางโทรทัศน์ซึ่งมีหลายหลากมากมายอย่างที่เห็นอยู่ทุกวันนี้

## **๒.๒ ผู้เกี่ยวข้องในการผลิตรายการ**

ผู้เกี่ยวข้องในการผลิตรายการหมอลำประเภทมิวสิกวิดีโอนี้มีอยู่ ๓ ฝ่ายคือ

บริษัทค่ายเทปหมอลำ

บริษัทผู้ผลิตรายการ

ตัวหมอลำ

## ลักษณะการผลิตรายการนั้นมี ๒ ประเภทคือ

๑. บริษัทค่ายเพลงขนาดใหญ่ที่มีการทำงานผลิตทั้งสื่อและผลิตเทปครบวงจรก็จะเป็นฝ่ายดำเนินงานเพื่อการโปรโมตเพลงเองทั้งหมด โดยเป็นผู้ลงทุนในการเช่าเวลาจากสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ทั้งนี้บริษัทค่ายเพลงใหญ่เป็นผู้ผลิตรายการและมีลิขสิทธิ์ของตัวเองเพื่อป้อนรายการให้กับสถานีโทรทัศน์ เช่น บริษัทแกรมมี่ บริษัทอาร์ เอส เป็นต้น โดยรายการที่ผลิตเองทั้งหมดนี้จะเป็นรายการเพื่อโปรโมตศิลปินของค่ายตัวเองทั้งหมด เช่น รายการเพลงติดดาว ผลิตโดยบริษัทแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

รายการลูกทุ่งสุ่มฝัน ผลิตโดยบริษัทอาร์ เอส โปรโมชัน จำกัด

(ผังรายการช่อง ๗ เดือน กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

รายการลูกทุ่งธรรมชาติ ผลิตโดยบริษัทมาสเตอร์เทป จำกัด

รายการห่มหมันเทิง ผลิตโดยบริษัทพีจีเอ็ม ไรค์คอร์ด จำกัด

รายการจี๋จ๋วันศุกร์ ผลิตโดยบริษัทเสียงสยาม จำกัด

(ผังรายการช่อง ๕ เดือน กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

รายการพฤษ์หมันเทิง ผลิตโดยบริษัทพีจีเอ็ม ไรค์คอร์ด จำกัด

รายการมรสบาย ผลิตโดยบริษัทพีจีเอ็ม ไรค์คอร์ด จำกัด

(ผังรายการช่อง ๙ เดือน กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

การผลิตรายการแบบนี้จะเป็นที่นิยมของค่ายเพลงมอลำส่วนใหญ่ เนื่องจากหากซื้อเวลาเป็นของตัวเอง แล้วสามารถผลิตรายการป้อนสถานีได้ ก็เท่ากับมีรายการเป็นของตัวเอง นั่นก็ย่อมหมายความว่าสามารถนำผลงานของศิลปินในค่ายตนมาโปรโมตได้มากหรือบ่อยตามความต้องการ รวมทั้งสามารถผลิตรายการให้ออกมาในรูปแบบใดก็ได้ คือควบคุมได้ทั้งหมด ที่สำคัญคือ การที่มีรายการเป็นของตัวเองนั้นจะสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายด้านการโปรโมตได้อย่างมาก เพราะถ้าไปซื้อคิวเวลาจากรายการอื่นเพื่อโปรโมตเพลงครั้งละเพลงสองเพลง หรือซื้อสปอตคราวละน้อยแต่บ่อยครั้งนั้นเปรียบเทียบกับการซื้อเวลามาทำรายการเองนั้น การจ่ายแบบเบียดจ่ายรายทางเป็นการสิ้นเปลืองเป็นอย่างยิ่ง เช่น การจ้างเปิดเพลงเพียงเพลงเดียวในรายการอิสระก็จะเสียค่าใช้จ่าย ตั้งแต่หนึ่งถึงสามหมื่นบาทต่อหนึ่งครั้ง ในหนึ่งรายการอย่างเช่นที่นางสาวชุลีพร รื่นเริง เจ้าหน้าที่ฝ่ายMedia ของบริษัทPGM Record ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“ถ้าเราเป็นบริษัทเพลงแล้วเรามีรายการของเราเองจะดี เพราะถ้าไปซื้อสื่อจะแพงมาก อย่างทีวีเวลากลางคืน หนึ่งเพลง หนึ่งสปอตก็หมื่นขึ้น ในช่วงกลางวันอย่างน้อยก็สามหมื่นต่อหนึ่งคิว ...ดังนั้นถ้าซื้อเวลาทั้งแผงยกชั่วโมงเลยจะดีกว่า”

(ชุลีพร รื่นเริง : สัมภาษณ์ ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

ลักษณะการผลิตรายการแบบนี้เป็นที่นิยมสำหรับค่ายเทปทั่วไป เพราะมีโอกาสที่จะตกลงแลกเปลี่ยนคิวเวลายกันระหว่างค่ายเทป โดยค่ายเทปที่เป็นเจ้าของรายการจะเปิดโอกาสให้ค่ายเพลงอื่น ๆ นำสปอตและเพลงของค่ายนั้น ๆ ไปเปิดในรายการของตน ครั้นต่อไปตนก็จะได้นำสปอตและเพลงของค่ายตนไปเปิดในรายการของค่ายเทปอื่นบ้าง ผลดีคือเพลงในค่ายของตนเองจะกระจายไปได้ทั่ว ทำให้เพลงของตนได้หมุนเวียนไปออกอากาศในหลาย ๆ ช่องและหลายเวลา อย่างไรก็ตามหากจะมองในแง่ของการแย่งตลาดกันนั้น คงจะเป็นไปได้ยากเพราะหมอลำแต่ละคนมักจะมีแฟนประจำอยู่เสมอ ทั้งนี้ผู้วิจัยประเมินจากแบบสอบถามทำให้ทราบว่า ผู้ที่ฟังหมอลำแต่ละคนจะชื่นชอบหมอลำคนใดคนหนึ่งหรือหลายคนเป็นพิเศษ

เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายสื่อของบริษัทเสียงสยามจำกัด ซึ่งผลิตรายการ “จีระจำวันศุกร์” ให้กับช่อง ๕ ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“สมัยนี้ ค่ายเทปส่วนใหญ่เขาซื้อเวลาเป็นของตัวเองทั้งนั้น เพราะคิดดูสิ ถ้าเราจะไปซื้อคิวของทีวีนี้แพงมากเลย เราผลิตรายการของเราเองดีกว่าและยังมีโอกาสแลกเวลายกันระหว่างค่ายเทปได้อีกด้วย เพลงเราก็จะได้กระจายไปหลาย ๆ ช่องไป อย่างของเสียงสยามก็แลกคิวกับบริษัทโฟร์เอส ”

(เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายสื่อของบริษัทเสียงสยามจำกัด : สัมภาษณ์ ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

นอกจากนี้ การที่ค่ายเทปมีรายการเป็นของตัวเองนั้น ยังสามารถหารายได้โดยการขายคิวเวลาที่เปิดเพลงให้ค่ายเพลงอื่นได้อีกด้วย

๒. มีบริษัทอิสระที่ผลิตรายการประเภทต่าง ๆ เป็นผู้ลงทุนทั้งหมดในการเช่าเวลาจากสถานี ผลิตรายการเอง แล้วหาสปอนเซอร์เองโดยการเปิดให้ผู้สนใจซื้อสปอตโฆษณาหรือค่ายเพลงต่าง ๆ มาซื้อคิวเวลา ดังนั้นสปอนเซอร์ที่หาได้บางครั้งของรายการประเภทเพลงลูกทุ่งหมอลำก็คือค่ายเพลงต่าง ๆ ที่มาซื้อคิวเวลาเพื่อโปรโมตหมอลำในสังกัดเป็นคราว ๆ ไป

รายการประเภทนี้จะขายเวลาโดยการให้ค่ายเพลงซื้อคิวเวลาเพื่อโฆษณาหมอลำในรายการแบบ Package คือ ถ้าซื้อเวลาเพื่อจ้างให้รายการแพร่ภาพออกอากาศหมอลำที่ค่ายเทปต่าง ๆ ได้ทำเป็นมิวสิกวิดีโอเตรียมไว้แล้วนั้น ๑ กลอนลำ ก็จะเปิดสปอตโฆษณากลอนลำนั้นแถมให้อีกหนึ่งครั้ง เช่น รายการลูกทุ่งกรุงสยาม ผลิตโดยบริษัทโสภปริทัศน์ (ผังรายการช่อง ๕ เดือน กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

นายชูวิทย์ ผู้ผลิตรายการอิสระป้อนช่อง ๕ ได้ให้สัมภาษณ์ถึงรายได้ของรายการที่ผลิตว่า

“ เราก็มีการผลิตรายการอื่นด้วยอย่างรายการลูกทุ่งกรุงสยาม นาสปอนเซอร์เอง เอามิวสิกวิดีโอเขามาเปิด มันได้เงิน ได้เพลงละ ๒ หมื่นต่อ ๑ ครั้ง พิธีกรของรายการเราจ้างเขามาเป็น พูดแค่นิดเดียวเพราะไม่มีเวลา ครึ่งชั่วโมงก็เปิดได้แค่สี่ห้าเพลง”

(ซูวิทย์ โสภา : สัมภาษณ์ ๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

ส่วนหมอลำนั้น ในส่วนของการผลิตรายการแบบมิวสิกวิดีโอ มีบทบาทคือทำตามสคริปต์ที่ฝ่ายผลิตรายการของค่ายเทปหรือบริษัทผู้ผลิตรายการได้ออกแบบรูปแบบรายการมา เท่าที่พบในรายการแบบนี้มี ๒ ลักษณะคือ

๑. การถ่ายมิวสิกวิดีโอ ผู้ผลิตรายการอาจจะให้ตัวหมอลำแสดงเป็นตัวละครแล้วลำในเรื่องที่ใช้ประกอบกลอนลำนั้น ก็ได้ หรืออาจจะให้ตัวหมอลำลำแบบ Lip sync ในห้องสตูดิโอ หรือนอกสถานที่ เพื่อการถ่ายทำแล้วนำไปตัดต่อ ลงเสียงประกอบทำเป็นมิวสิกวิดีโอ วิธีการนี้ เป็นที่นิยมปฏิบัติกันมาก เพราะค่ายเทปต้องการให้ผู้ชมเห็นรูปร่างหน้าตาของตัวศิลปิน ตลอดจนเสียงลำอยู่แล้ว ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหมอลำทุกคน ทุกค่ายเทป ที่มีการโปรโมตโดยใช้รูปแบบของมิวสิกวิดีอนั้น จะต้องเคยถ่ายทำมิวสิกวิดีโอกันทั้งนั้น

๒. สก๊อปสั้น ๆ ที่ผู้ผลิตรายการจะนำไปแทรกในรายการหมอลำเพื่อโปรโมตมิวสิกวิดีโอ เช่น การสัมภาษณ์ตัวหมอลำ เรื่องการแต่งหน้า การเตรียมการแสดง หรือความรู้สึกที่มีต่อผลงานหมอลำชุดใหม่

### ๒.๓ เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ

จากการสังเกตรายการหมอลำประเภทมิวสิกวิดีโอทั้งหมด ที่ปรากฏทางโทรทัศน์ส่วนกลางทั้งหมดนั้น พบว่า โดยมากบริษัทรับผลิตรายการจะต้องมีพิธีกรประจำรายการที่จะดำเนินรายการตลอดเวลา ทุกรายการเสมอ โดยพิธีกรจะเป็นผู้แนะนำว่า ผู้ชมจะได้ชมมิวสิกวิดีโอชื่อกลอนลำอะไร อยู่ในชุดหรืออัลบั้มใดเป็นผลงานของศิลปินคนใด หมอลำชุดนี้เป็นของค่ายเทป หรือบริษัทผลิตเทปใด วางแผงแล้วเมื่อใด ตลอดจนเนื้อหาอื่น ๆ ของรายการที่พิธีกรจะนำมาประกอบในรายการนั้น ๆ

นางจรรุณีย์ กิจานนท์ หัวหน้าแผนกควบคุมรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง ๕ ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบของรายการประเภทมิวสิกวิดีโอว่า

“รายการประเภทมิวสิกวิดีโอโดยมากจะเป็นค่ายเพลงโดยเฉพาะที่มาซื้อเวลาการคิดรูปแบบรายการเป็นเรื่องของผู้ผลิตรายการเอง แล้วแต่เขาจะเอาอะไรมาออก แต่เราก็เลือกรายการที่มีโครงสร้าง มี concept ไปกันได้กับทางสถานี...



ถึงจะเป็นมิวสิกวิดีโอก็ขอให้มีสาระบ้าง ต้องมีพิธีกร มีสาระสอดแทรกบ้าง คือมีทั้งสาระและบันเทิง เพราะไม่ใช่เพลง cut ชน ประเภทเพลงชนเพลง แบบนั้นเราก็ไม่ให้ ใครอยากฟังแต่เพลงก็ไปฟังวิทยุก็แล้วกัน”

(จารุณีย์ กิษานนท์ : สัมภาษณ์ ๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

นอกเหนือจากคุณภาพการสร้างสรรค์ผลงานกลอนลำของแต่ละค่ายและ ความมีชื่อเสียงของศิลปินในสังกัดแล้ว สิ่งหนึ่งที่ค่ายเทปต้องคำนึงถึงคือ ความแปลกใหม่ ความน่าสนใจติดตามของรายการ เนื่องจากโดยมากเนื้อหาของรายการประเภทนี้ มักจะออกมาในรูปแบบเดียวกันหรือใกล้เคียงกันอยู่แล้ว นั่นคือเป็นมิวสิกวิดีโอหมอลำ ซึ่งจะได้รับการ นำมาออกอากาศซ้ำ ๆ กันเป็นระยะ ๆ ไป แล้วแต่จะอยู่ในช่วงการโปรโมตเทปชุดใด ก็ให้เห็น มิวสิกวิดีโอของหมอลำคนนั้น ลำกลอนนั้น ๆ อยู่ในรายการนั้น ๆ อยู่ตลอดเวลา จนกว่าจะมีการโปรโมตเทปชุดใหม่ต่อไป

ลักษณะที่ซ้ำ ๆ กันของหมอลำนั้นเป็นเพราะว่าค่ายเทปจะลงทุนผลิตเป็น มิวสิกวิดีโอของหมอลำแต่ละคนในสังกัด ชุดหนึ่ง ๆ นั้น เพียง หนึ่งหรือสองกลอนเท่านั้น ทั้งนี้ เป็นเพราะต้องใช้ทุนและเวลาสำหรับการผลิตมากพอสมควร

ดังนั้น รายการต่าง ๆ ที่โปรโมตหมอลำโดยใช้มิวสิกวิดีโอก็จะพยายามผลิต มิวสิกวิดีโอให้แปลกตา มีความน่าดู เช่น กลอนลำรักโผล่โสนแย้ม ในชุด “ริอคนหมอลำ” ของ จินตหรา พูนลาภ จะแสดงการลำของหมอลำ ประกอบทางเครื่องจํานวนน้อยไม่ใช่เล่นเวที อย่างในคราวแสดงจริง พร้อมกันนี้ ทางเครื่องก็แต่งตัวแบบ dancer ของวงสตริง เช่น กระโปรงสีฉูดฉาด การฟ้อนของทางเครื่องและหมอลำก็มีลีลาที่แปลกต่างจากหมอลำทั่ว ๆ ไป หรือ ชุด “แม่ฮ้างน้อย” ของ ศิริพร อำไพพงษ์ ก็ทำเป็นมิวสิกวิดีโอเป็นเรื่องราวติดตลก มีตัวละครแสดงประกอบ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สำคัญของตัวมิวสิกวิดีโอที่จะดึงดูดผู้ชมให้ติดตามชมรายการไปตลอด ไม่เปลี่ยนช่องไปช่องอื่น

**เนื้อหาของรายการที่โปรโมตหมอลำโดยใช้มิวสิกวิดีโอนี้ มีโครงสร้างหลัก ๆ ๓ ประการคือ**

#### ๑. มิวสิกวิดีโอ

เวลาเกือบทั้งหมดของรายการประเภทนี้จะหมดไปกับการเปิดมิวสิกวิดีโอของศิลปินในค่ายเพลง ซึ่งจะมีการแบ่งประเภทของเพลงอย่างชัดเจน เช่น ถ้าเป็นรายการประเภท เพลงลูกทุ่งและหมอลำก็จะมีแต่เพลงลูกทุ่งหมอลำ โดยค่ายเทปจะขนบรรดาศิลปินน้อยใหญ่ ในสังกัดที่ออกเทปแล้วและมีการผลิตหมอลำเหล่านั้นเป็นมิวสิกวิดีโอก็จะนำมาเปิดสลับกันไป

เช่น ของค่ายแกรมมี่มิวสิกวิดีโอหมอลำของ จินตหรา พูนลาภ กับ ของ ไมค์ ภิรมย์พร ก็จะทำหมอลำที่ได้ผลิตเป็นมิวสิกวิดีโอหมอลำแล้วของทั้งสองคนมาเปิดออกอากาศ

### ๒. การดำเนินรายการของพิธีกร

แต่ละรายการจะมีแบบฉบับของการดำเนินรายการเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละรายการไป คือการแสดงออกของพิธีกร การแบ่งช่วงของรายการ การเอาศิลปินมาออกรายการ เพราะแต่ละรายการจะเป็นของแต่ละค่าย ดังนั้น การนำเสนอจึงมีการนำเสนอต่างกัน เช่น ยาว อยุธยา เป็นพิธีกรในรายการลูกทุ่งสุ่มฝัน (ช่อง ๗) แม้จะดำเนินรายการเพียงคนเดียว แต่แบ่ง รายการออกเป็นช่วงต่าง ๆ โดยจะแต่งหน้าและแต่งตัวต่างกัน แสดงเป็นคนต่างบุคลิก โดยเมื่อแจ้งรายการมิวสิกวิดีโอก็จะเป็นพิธีกร พอช่วงตอบจดหมายก็จะเป็นอาศรรัก ปักใจ ส่วนรายการลูกทุ่งห้าดาว (ช่อง ๕) มีพิธีกรคือ ไนต์ เจริญยิ้ม กับตลกหญิงอีกคนหนึ่ง เป็นพิธีกรร่วมกัน ในระหว่างรายการจะมีตลกคาเฟ่แทรกทุกครั้ง

### ๓. การโฆษณา

เนื้อหาของโฆษณาที่พบในรายการประเภทนี้ จะเป็นการโฆษณาสปอตของเพลง และหมอลำในค่ายเทปทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญที่จะดึงดูดผู้ชมได้นั้นจึงขึ้นอยู่กับปัจจัย ๒ ประการ

คือ

๑. การผลิตเนื้อหาของรายการให้ดูสร้างสรรค์อย่างมีสีสันและมีชีวิตชีวาแปลกใหม่ ทันสมัย โดยการเลือกพิธีกร ที่โดดเด่น เป็นที่รู้จักและชื่นชอบของผู้ชม หรือให้ผู้ชมแม้จะชมอยู่ที่บ้านก็ได้มีส่วนร่วมในรายการ เช่น รายการเพลงติดดาว ช่อง ๗ ผลิตโดยบริษัทแกรมมี่ เลือกมยุรา เสวตศิลา เป็นพิธีกร มีการให้ผู้ชมโหวตเข้ามาในรายการเพื่อจัดอันดับเพลงที่ชื่นชอบ แล้วมีการจับรางวัลหาผู้โชคดีที่จะได้รับแหวนทองคำ เป็นต้น

รายการเส้นทางสู่อเมซิ่งไทยแลนด์ ช่อง ๕ ผลิตโดยบริษัท PGM Record นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งพอดีเข้ากับช่วงเวลาที่รัฐบาลกำหนดให้เป็นช่วงปี “อเมซิ่งไทยแลนด์” พ.ศ. ๒๕๔๑ - พ.ศ. ๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999) พร้อมทั้งนี้ก็นำเสนอเพลงและหมอลำประกอบรายการไปด้วย

รายการลูกทุ่งสุ่มฝัน ช่อง ๗ โดยพิธีกร(ยาว อยุธยา)ซึ่งสมมุติตัวว่าเป็นอาศรรัก ก็จะเป็นผู้อ่านและตอบจดหมายทางโทรศัพท์ที่มีการให้ผู้ชมส่งจดหมายเข้ามาในรายการเพื่อร่วมรายการช่วง “ศรรัก ปักใจ”

รายการลูกทุ่ง ๕ ดาว ช่อง ๕ มีไนต์ เจริญยิ้ม เป็นพิธีกร ก็จะมีการพูดกระเช้าเข้าแห่ หยอกล้อกันและมีช่วงตลกมาแสดงคั่นบางช่วงของรายการ เพื่อให้เกิดความสนุกสนานครึกครื้น

ตัวอย่างการผลิตรายการโดยมีเนื้อหาต่าง ๆ ดังกล่าว ล้วนแล้วแต่จะเป็นวิธีการดึงดูดผู้ชมให้ติดตามและใจจดใจจ่ออยู่กับรายการด้วยความรู้สึกอยากรู้ อยากเห็น ไม่ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกเบื่อหน่ายว่ามีแต่มิวสิกวิดีโอกับสปอตของมิวสิกวิดีโอให้ดูเท่านั้น

๒. การผลิตมิวสิกวิดีโอให้น่าดู โดยการเลือกเพลงที่ไพเราะ หรือสนุกสนาน น่าจะถูกใจผู้ชมเมื่อออกมาเป็นมิวสิกวิดีโอ สิ่งที่พบในการโปรโมตคือ การคัดเลือกกลอนลำที่บริษัทเล็งหรือคาดการณ์แล้วว่า กลอนลำที่จะนำไปผลิตเป็นมิวสิกวิดีอนั้นน่าจะได้รับความนิยมอย่างแน่นอน มาออกรายการบ่อย ๆ เพียงหนึ่งหรือสองกลอนลำเท่านั้น เพื่อให้ติดตามติดตามผู้ชม แต่จะไม่พบว่ามีการนำเอากลอนลำทุกกลอนของอัลบั้มหรือทั้งชุดนั้นมาผลิตเป็นมิวสิกวิดีโอออกรายการเลย เพราะเสียค่าใช้จ่ายในการผลิตมากนั่นเอง

ส่วนรูปแบบการผลิตมิวสิกวิดีโอหมอลำ นั้น มี ๓ รูปแบบคือ

๑. เป็นมิวสิกวิดีโอคอนเสิร์ต บันทึกภาพการแสดงสดของหมอลำคนต่าง ๆ เพื่อเอาเฉพาะภาพและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ แล้วเอามาลงเสียงใหม่ซึ่งเสียงที่ลงใหม่จะเป็นเสียงที่บันทึกในห้องอัด ไม่ใช่เสียงจากการแสดงสด

การผลิตมิวสิกวิดีโอหมอลำแบบนี้ เมื่อดูจากอดีตของโทรทัศน์กับหมอลำแล้ว ก็เหมือนกับเป็นการย้อนไปยุคแรกที่เล่นอย่างเป็นธรรมชาติ ที่ใช้จากจริง เพียงแต่ต่างกันที่สดกับไม่สดเท่านั้น เพราะถ้าเป็นการลำเพื่อบันทึกเทปโทรทัศน์ในยุคแรกจะไปลำในสถานที่จริง พอมาเป็นมิวสิกวิดีโอก็สามารถรองรับนิยมแบบเก่าของคนดูได้เพราะ มีการไปลำประกอบฉากที่มีบรรยากาศเป็นธรรมชาติเช่นกัน ต่างกันแต่เพียงการลำประกอบมิวสิกวิดีอนั้นเป็นของไม่สด แต่อย่างไรก็ตามการผลิตมิวสิกวิดีโอแบบนี้ก็ดีกว่าการมาเล่นบันทึกเทปในสตูดิโอ

๒. เป็นมิวสิกวิดีโอลำ Lip sync อย่างเดียว มี ๒ แบบคือ

๒.๑ ถ่ายเฉพาะตัวหมอลำกำลังลำในอิริยาบถต่าง ๆ ในสถานที่ต่าง ๆ ที่ใช้เป็นฉาก หมอลำอาจจะสวมชุดแต่งกายต่าง ๆ กัน สลับกันไปจนจบกลอน

๒.๒ ถ่ายบนเวทีในห้องสตูดิโอ (ไม่มีคนดู) เป็นการลำ Lip sync แบบนี้จะมีทางเครื่องเดิน หรือฟ้อนรำประกอบด้วย มีการจัดแสง สี ประกอบอย่างแพรวพราว เมื่อออกมาเป็นมิวสิกวิดีโอแล้วมักมีสีสันสวยงาม สร้างความตื่นตาตื่นใจ

๓. เป็นรูปแบบผสมผสานระหว่างการลำ Lip sync คือเป็นภาพหมอลำกำลังลำ สลับกับเรื่องที่เป็นละครสั้น ๆ ที่ตัดตอนมาประกอบกันเข้าเป็นมิวสิกวิดีโอในแต่ละเพลง ละครนั้นอาจจะเป็นตัวหมอลำแสดงเองด้วย ลำเองด้วยก็มี หรือเป็นตัวละครอื่นแสดงทั้งหมดก็มี

ปัจจุบัน มิวสิกวิดีโอแทบทั้งหมดจะใช้รูปแบบการผลิตประเภทที่ ๓ เพราะผู้ชมได้เห็นทั้งเรื่องและเห็นทั้งตัวหมอลำ เนื่องจากการดูโทรทัศน์ของคนเรานั้นคนดูมักจะคุ้นกับการดูเป็นเรื่องเป็นราวมีตัวละคร โดยจะเห็นได้จากการดูละครโทรทัศน์ ซึ่งคล้ายกับหมอลำเรื่องต่อกลอนที่มีการแสดงเป็นเรื่องเช่นกัน สิ่งนี้แสดงให้เห็นวัฒนธรรมการเลือกคือเลือกเอารูปแบบการแสดงที่คนดูคุ้นเคยหรือชอบดูมานำเสนอใหม่ในรูปแบบของมิวสิกวิดีโอ เพียงแต่ทำให้สั้นลงเหมือนเป็นละครขนาดสั้นนั่นเอง

สิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงในการถ่ายทำมิวสิกวิดีโอประเภทนี้คือ ตัวละครที่เล่นในเรื่องต้องสวยหรือหล่อ แต่บรรยากาศหรือฉากที่ใช้ในการดำเนินเรื่องต้องคล้ายคลึงกับความเป็นอยู่ของผู้บริโภคมากที่สุด ด้วยเหตุนี้ ถ้าจะว่าไปแล้วความประณีตและความละเอียดอีกทั้งการลงทุนในการผลิตมิวสิกวิดีโอหมอลำก็จะน้อยกว่ามิวสิกวิดีโอเพลงสตริงเป็นธรรมดา

นายณรงค์ศักดิ์ เทพพิทักษ์ หัวหน้าฝ่าย Promotion ของบริษัท PGM Record ได้ให้สัมภาษณ์ถึงการ ผลิตมิวสิกวิดีโอหมอลำดังนี้

“ความพิถีพิถันในการทำมิวสิกวิดีโอหมอลำน้อยกว่าเพลงไทยสากล เพราะกลุ่มเป้าหมายของคนดูเพลงไทยสากล จะเป็นชั้นกลางไปถึงสูง เขามีการเปรียบเทียบกับสื่ออื่น ๆ ที่เขาเห็น เช่น หนังสือ หรือ เคเบิลทีวี ในขณะที่กลุ่มเป้าหมายของหมอลำเป็นระดับกลาง ๆ ลงมาถึงล่าง ส่วนใหญ่พวกเขาดูหนังสือ ดูตลกคาเฟ่ หนังสือไม่ค่อยประณีต ภาพที่เขาค้นเคยจึงเป็นเหตุการณ์ธรรมดา เช่น ถ้าจะถ่ายทำมิวสิกวิดีโอหมอลำแล้วไปเอาจากคฤหาสน์หรูหรา พระเอกดีกอล์ฟ เขาก็จะเข้าไม่ถึง ชีวิตเขาต้องไปตกลปลา ทำนาทำไร่ ดังนั้น ถึงเราจะสามารถพัฒนาคุณภาพของมิวสิกวิดีโอหมอลำได้ ก็ดีในแง่ของการพัฒนาเท่านั้น แต่ยอดขายไปด้วยกันไม่ได้ เราจึงไม่เอา concept การผลิตแบบเพลงสตริงมาใช้”

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ทำให้เราทราบกลยุทธ์การผลิตมิวสิกวิดีโอหมอลำว่าไม่จำเป็นต้องผลิตอย่างพิถีพิถันให้มีคุณภาพ และองค์ประกอบ เช่น ฉาก ตัวแสดง ไม่จำเป็นต้องดีขนาดเท่ามิวสิกวิดีโอเพลงสตริงก็ได้ เพราะกลุ่มผู้ชมเป้าหมายต้องการแค่ดูเอาเรื่อง ไม่ได้ต้องการดูว่ามิวสิกวิดีโอนั้นผลิตอย่างไรประณีตหรือไม่ เพราะผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของหมอลำไม่มีภาพในสมองที่จะมาเปรียบเทียบว่าอันไหนดีหรือไม่ดี ไม่ได้ต้องการดูจากอันหรูหรา หรือ มุมกล้องแบบวูบวาบ ๆ แปลกตา เพียงแต่ต้องการดูแล้วรู้เรื่องราว ใคร ทำอะไร กับใคร ที่ไหนอย่างไร เท่านั้นเอง

อนึ่ง กลยุทธ์การเลือกเนื้อหาเพื่อมาผลิตมิวสิกวิดีโอหมอลำนั้น เห็นได้ชัดว่าไม่จำเป็นที่จะต้องแสดงเรื่องราว หรือเนื้อหาที่สลับซับซ้อน เข้าใจยาก ประเภทดูแล้วต้องตีความว่าทำไมจึงเป็นเช่นนั้น เหตุใดไม่เป็นเช่นนั้น เพราะผู้ชมมิวสิกวิดีโอหมอลำใกล้ชิดอยู่กับ

เหตุการณ์พื้น ๆ เหตุการณ์ในชีวิตประจำวันที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป ไม่ใช่เหตุการณ์ที่ผู้ชมไม่รู้จักเลย

นอกจากนี้ นายณรงค์ศักดิ์ ยังได้ให้สัมภาษณ์ถึงรูปแบบและกระบวนการผลิตมิวสิกวิดีโอดังนี้ “เริ่มจากผู้ใหญ่ของบริษัทเสนอว่า เพลงนี้น่าจะมาแรง ตกลงเลือกกลอนลำได้แล้ว เราก็เอากลอนลำมาศึกษาว่า กล่าวถึงอะไร หมายถึงอะไรบ้าง แล้วก็มาเลือกแบบมิวสิกว่าจะเอาแบบไหนใน ๓ ประเภท สมมุติว่าจะเอาแบบเป็นเรื่อง เราก็มาสร้างเรื่อง ได้ concept ออกมา จะเอาแบบน้ำเน่าหน่อย ตาราที่แสดงจะเอาแบบไหน ต้องมีชื่อด้วยนะ เราก็เรียกผู้กำกับมา บอกว่าอยากได้แบบนี้ ๆ เหมือนเราเป็น Agency แล้วให้ Production House มาทำให้อีกครั้งหนึ่ง เขาเขียนเรื่องมาให้เรา เราก็มาดูอีกที เป็นที่พอใจแล้วเราก็ลงมือผลิต

จากนั้นก็เลือกสถานที่ที่จะถ่าย ถ่ายทำจนเสร็จ ขั้นตอนมา ก็เอาเข้าห้องตัดต่อ ตัดต่อภาพที่ได้ โดยตัดตามเสียงหมอลำ เอาเสียงเป็นไกด์ เรามีระบบแยกภาพและเสียงออกจากกัน คือ record เฉพาะภาพลงไป ให้ภาพที่เลือกนั้นสัมพันธ์กับเนื้อหาของกลอนลำ เมื่อตัดต่อภาพเสร็จ เราค่อยมาลงเสียงใหม่อีกครั้งหนึ่ง ก็จะได้ม้วนมาสเตอร์มิวสิกวิดีโอ เตรียมไว้ให้ฝ่ายรายการไปร้อยเป็นรายการต่อไป”

(ณรงค์ศักดิ์ เทพพิทักษ์ : สัมภาษณ์ ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

เมื่อได้วัตถุดิบคือมิวสิกวิดีโอมาแล้ว ต่อไปคือขั้นตอนการนำเสนอทางสื่อมวลชนเพื่อการโปรโมตต่อไป การโปรโมตหมอลำทางโทรทัศน์นั้น ต้องมีกลยุทธ์บางอย่าง ซึ่งจำเป็นต้องดำเนินการไปตามหลักการวางแผนสื่อ หรือตามธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิด เช่น การออกสปอตทางวิทยุหรือเปิดตามวิทยุเสียก่อน กระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกสนใจและเริ่มเป็นที่รู้จักเสียก่อน แล้วค่อยแพร่ภาพออกอากาศเป็นมิวสิกวิดีโอ เป็นการตอกย้ำให้ผู้ชมที่มีโอกาสได้ชมเกิดความประทับใจ อันจะนำไปสู่ความอยากซื้อเทปมาไว้ฟังต่อไป

นางสาวชุลีพร รื่นเริง เจ้าหน้าที่ฝ่าย Media ของบริษัท PGM Record ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับกลยุทธ์การเลือกและการโปรโมตหมอลำทางโทรทัศน์ว่า

“การโปรโมตหมอลำนั้น ขึ้นอยู่กับว่าผู้บริหารจะเลือกกลอนลำอะไร ก็จะส่งลงมาว่าเทปชุดนี้จะโปรโมตเพลงไหน ก็ให้ทำสปอตเพลงนั้น ๆ แล้วก็นำไปทำเป็นมิวสิก ... ส่วนใหญ่ค่ายเทปจะยิงสปอตตามวิทยุก่อน อาศัยวิทยุถึงความนิยมขึ้นมาก่อน เราออกวิทยุได้เพราะราคาถูกแล้วเราออกได้ที่ พอคนรู้จักทั่ว ชักติดหูแล้วเราก็ออกทีวีก็ได้ พอเทปติดตลาดแล้ว เราก็พอจะออกทีวีได้ซักวันละครั้งต่อสัปดาห์ แล้วก็ยิงไปเรื่อย ๆ ไม่ให้แห้งเหี่ยวไป

เทพหมอลำชุดหนึ่งเขาไม่ได้โปรโมตหลายเพลงหรอก เขาก็ต้องเอาเพลงเด่น เพลงเดียว แล้วก็ยังมีเพลงรองอีกหนึ่งเพลงต่อหนึ่งชุด สมมุติโปรโมตเพลงแรกไป ไม่ว่าจะยอดขาย จะดีหรือไม่ดี เราก็เปลี่ยนเพลงโปรโมตใหม่ หรือบางครั้งเพลงแรกที่เราโปรโมตทำให้ยอดขาย ดี แล้วเราเปลี่ยนเพลงโปรโมตทำให้ยอดขายตกไป ก็ไม่มีปัญหาอะไร เรากลับมาเชียร์เพลง แรกใหม่ก็ได้ หรืออย่างเพลงแรกไม่ดี เราก็เปลี่ยนเอาเพลงรองมาเชียร์แทน....

การที่มีการสุ่มเลือกผลิบบางกลอนลำเป็นมิวสิกวิดีโอ นั้น ก็เป็นอีกกลยุทธ์ หนึ่งในการเผยแพร่ เพื่อจะหาช่องทางว่า ทำอย่างไรจึงจะทราบแนวหมอลำที่อยู่ในใจผู้ฟังได้ เพราะแม้แต่ฝ่ายผู้ผลิตก็เดาใจผู้ฟังไม่ออก ต้องใช้วิธีการลองผิดลองถูกแบบแทงหอยเอา คือ ถ้าแทงถูกก็เป็นอันว่าสามารถโปรโมตกลอนลำนั้นต่อไปได้ แต่ถ้าแทงผิดก็ต้องรีบเปลี่ยน กลอนลำที่จะโปรโมตในทันที

.....ที่ต้องทำแค่สองเพลง เพราะเทพชุดหนึ่งนะคุณ ยิ่งอยู่เพียงสามเดือน ภายในสาม เดือน อย่างเดือนแรกเราก็รู้แล้วว่า ยอดขายเป็นอย่างไรกับเพลงที่เราโปรโมตไป ถ้ามันดีจริง หรือไม่ดีเราก็เปลี่ยนเพลงอยู่แล้ว ถ้าไม่ดีเราเปลี่ยนเพลงก็อาจจะทำให้ยอดขายเราดีขึ้น ก็ โอเค ถ้าเพลงแรกดีแล้วเราเปลี่ยนเพลงไปเป็นเพลงรอง ไม่ดี ไม่ดัง เราก็ย้อนกลับมาเชียร์ เพลงแรกได้ ไม่ใช่ทั้งม้วน ดึงมาโปรโมตทุกเพลงมันไม่เหมือนวิทยุ เพราะทีวี ถ้าจะดึงมา โปรโมตทุกเพลงจะสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมาก ”  
(สุสิทธิ์ รื่นเริง : สัมภาษณ์ ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้ทราบว่า ผู้ผลิตเองก็จะมีกลยุทธ์ในการโปรโมต หมอลำเป็นรูปแบบเฉพาะ ๆ ไปซึ่งขึ้นอยู่กับรูปแบบที่นำเสนอหมอลำว่าเป็นแบบใด เช่น ถ้าเป็นหมอลำทางวิทยุก็สามารถเปิดกลอนลำหลาย ๆ กลอนในชุดเดียวกันแบบหว่านให้ทั่วได้ ไม่จำเป็นต้องลองผิดลองถูก เพราะไม่ต้องใช้ต้นทุนการผลิตมาก แต่เมื่อมาเป็นมิวสิกวิดีโอ หมอลำ จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์อีกแบบหนึ่งต่างหาก เพราะค่าใช้จ่ายในการโปรโมตสูง ดังนั้นจึง เป็นเรื่องธรรมดาที่ผู้ผลิตหรือค่ายเทพจะเลือกเอาหมอลำที่คิดว่าเป็นตัวจริงมีที่เด็ดที่สุดมา โปรโมตก่อนเป็นการชิมลาง และเมื่อใดก็ตามหากตัวจริงทำท่าว่าจะไปไม่สวยก็ยังมี การ เปลี่ยนเอาตัวสำรองมาโปรโมตต่อ

#### ๒.๔ ผู้นำเสนอในที่นี้คือพิธีกร

พิธีกรที่ดำเนินรายการของรายการมิวสิกวิดีโอหมอลำ มีการนำดารานักร้อง หรือตลก ที่มีชื่อเสียงมาเป็นพิธีกร ทั้งนี้เพื่อให้ได้บุคคลที่มีบุคลิกดูสนุกสนาน พุดจาจะฉาน มี ลูกเล่นมาก โดยเฉพาะพิธีกรที่เป็นตลกก็มักจะมีมุขตลกดึงให้ผู้ชมได้หัวเราะและติดตามชม ตลอดเวลา เช่น

รายการ “เพื่อคุณที่รัก” ซ่ง ๓ มีลาวัลย์ จันทร์เพ็ญ เป็นพิธีกรดำเนินรายการ พิธีกรของรายการนี้ เป็นศิลปินหมอลำ ดังนั้น รายการจึงดูแปลกใหม่ เพราะไม่เคยปรากฏมาก่อนว่า รายการประเภทมิวสิกวิดีโอรายการใดนำหมอลำมาเป็นพิธีกร โดยเฉพาะมิวสิกวิดีโอในรายการเองก็มีผลงานหมอลำของพิธีกรอยู่ด้วย

รายการ “ลูกทุ่ง ๕ ดาว” ซ่ง ๕ มีไนต์ เจริญยิ้ม เป็นพิธีกรดำเนินรายการคู่กับพิธีกรหญิงอีกคนหนึ่ง พิธีกรของรายการนี้ทั้งคู่เป็นศิลปินตลก รายการจึงมีความสนุกสนาน เพราะผู้ดำเนินรายการจะคอยสอดแทรกมุขตลก มีการโยนมุขและรับมุข หยอกล้อกระเช้าเข้าแห่กัน อยู่ตลอดเวลา

รายการ “เพลงติดดาว” ซ่ง ๗ มีมยุรา เศวตศิลา เป็นพิธีกรดำเนินรายการ พิธีกรของรายการนี้ เป็นพิธีกรมืออาชีพ หูจางะฉาน มีการแสดงออกทั้งท่าทางและสีหน้าที่ชวนให้สนุกสนาน การดำเนินรายการจึงดูมีสีสัน ได้อารมณ์ความสนุกสนาน

รายการ “พฤษ์บันเทิง” ซ่ง ๙ มีศิรินทรา นิยากร เป็นพิธีกรดำเนินรายการ พิธีกรของรายการนี้ เป็นศิลปินนักร้อง มีการแนะนำหมอลำและสอดแทรกเนื้อหาที่นอกเหนือจากสเปคตและโฆษณาหมอลำ เช่น การสัมภาษณ์วัยรุ่นเรื่องยาเสพติด

การเลือกคนเด่นคนดังมาเป็นพิธีกรดำเนินรายการเช่นนี้ มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ให้กับรายการ เพราะหากพิธีกรสามารถทำให้รายการเกิดภาพลักษณ์ที่ดีได้ ก็ย่อมหมายความว่า ครองใจคนดูโทรทัศน์ไปส่วนหนึ่งแล้ว และเมื่อคนชื่นชอบตัวบุคคล (อย่างน้อยก็ชอบดูพิธีกร) ก็ย่อมจะทำให้ติดตามรายการ อันจะส่งผลให้การโปรโมตหมอลำได้ผล เพราะในที่สุดก็มีแฟนประจำรายการ

### ๒.๕ ลักษณะเด่นและข้อได้เปรียบของรายการประเภทมิวสิกวิดีโอ

#### ๒.๕.๑ ความสามารถในการเสนอภาพและเสียงได้ในเวลาเดียวกัน

มิวสิกวิดีโอหมอลำสามารถแสดงภาพและเสียงที่มีความสัมพันธ์กันได้อย่างกลมกลืน เช่น เมื่อเป็นการลำในห้องส่งเพื่อบันทึกเทป ก็ได้เห็นภาพของตัวหมอลำกับได้ฟังการร้องประกอบทำนองดนตรี หรือเมื่อเป็นเรื่องประกอบมิวสิกวิดีโอ ก็ให้เห็นเป็นการแสดงเป็นเรื่อง ประกอบเสียงลำ เป็นต้น

๒.๕.๒ สามารถเผยแพร่ออกไปสู่กลุ่มเป้าหมายในบริเวณกว้าง เมื่อมีรายการที่เป็นมิวสิกวิดีโอ นั้นก็ย่อมต้องออกอากาศทางโทรทัศน์ ซึ่งผู้ชมสามารถรับชมได้ทั่วประเทศ รายการประเภทนี้จึงเข้าถึงผู้ชมได้ทุกระดับและมีความถี่ในการเผยแพร่มาก เนื่องจากมีรายการแบบนี้ในทุกสถานี และมีทุกวัน

๒.๕.๓ ความมีสีสัน มีชีวิตชีวาของการดำเนินรายการและเนื้อหาที่น่าเสนอ เนื่องจากการผลิตรายการประเภทนี้ ผู้ผลิตมีความพร้อมทั้งด้านเงินทุนและเวลา ตลอดจนบุคลากรฝ่ายสร้างสรรค์รายการ ที่จะคิดค้นวิธีการนำเสนอรายการให้ออกมาในรูปแบบที่แปลกใหม่อยู่เสมอ เริ่มตั้งแต่การเปิดรายการ สถานที่ที่ถ่ายทำในขณะผลิตรายการ ไม่ว่าจะเป็นในห้องสตูดิโอ หรือนอกสถานที่ที่ดี ล้วนแล้วแต่มีการคัดสรร และจัดฉากให้ดึงดูดผู้ชมได้

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในส่วนของตัวมิวสิกวิดีโอเอง การที่ผลิตออกมาเป็นเรื่อง ประกอบหมอลำ หรือเป็นการแสดงของหมอลำประกอบหางเครื่อง และจังหวะดนตรีนั้น กล่าวได้ว่ามีลีลาการเคลื่อนไหวที่น่าดู

เนื้อหาที่น่าเสนอก็สามารถดัดแปลงได้หลายแบบ เช่น ติดตามการตระเวนแสดงสดตามที่ต่าง ๆ ของศิลปิน หรือการสัมภาษณ์ถึงความรู้สึกส่วนตัวของหมอลำ ซึ่งบางครั้งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ชมที่บ้านอยาก رؤ้อยากเห็นมากกว่ามิวสิกวิดีโอเสียอีก เพราะมิวสิกวิดีโอ นั้น ๆ อาจจะเคยดูมาบ่อยครั้งแล้ว

๒.๕.๔ นำเสนอได้หลากหลายรูปแบบ ในการเสนอรายการที่เป็นมิวสิกวิดีโอ แต่ครั้งนั้น ผู้ผลิตสามารถเลือกรูปแบบของมิวสิกวิดีโอที่จะนำมาร้อยหรือบรรจุไว้ในรายการ ได้มากมายหลายแบบ เช่น ของศิลปินหมอลำคนแรกเป็นแบบคอนเสิร์ต ของศิลปินหมอลำคนที่สองเป็นแบบเรื่องประกอบเสียงลำ

๒.๕.๕ สามารถนำสิ่งต่าง ๆ เข้ามาสอดร้อยในรายการได้มาก รายการหมอลำที่เป็นมิวสิกวิดีโอ นั้น สามารถรวมกับเนื้อหาแบบอื่น ๆ ได้อย่างกลมกลืน เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว การอนุรักษ์วัฒนธรรม การรณรงค์เพื่อต่อต้านยาเสพติด แม้กระทั่งการตอบจดหมายและการจับรางวัล ฯลฯ

ลักษณะนี้ก็เหมือนกลอนลำแบบดั้งเดิมซึ่งเป็นศิลปะแบบเปิด โดยที่มีที่ว่าง และอนุญาตให้คนอื่นหรือเนื้อหาอื่นเข้ามาแทรกหรือใช้ที่ว่างนั้นได้ เช่น กลอนลำที่ลำเป็นเรื่องแบบหมอลำหนุ่มก็ยังมีเรื่องการบรรยายธรรมชาติแทรกอยู่ หรือการเกี่ยวพาราสีก็มีการกล่าวถึงประเพณี ธรรมเนียมปฏิบัติ การสอดแทรกศีลธรรม เอาไว้ เป็นต้น

๒.๕.๖ สามารถนำไปเปลี่ยนคิวกันระหว่างค่ายเทปเพื่อให้ออกอากาศได้ในหลาย ๆ เวลาและหลายสถานี คือผลิตเป็นมิวสิกวิดีโอครั้งเดียวก็สามารถกระจายการเผยแพร่ ออกไปได้ในหลาย ๆ รายการที่มีรูปแบบเดียวกัน

## **๒.๖ ลักษณะค้อยและข้อเสียเปรียบของรายการประเภทมิวสิกวิดีโอ**

๒.๖.๑ ตัวมิวสิกวิดีโอมีอายุสั้น เพราะมีอายุในการโปรโมตเพียง ๓ เดือนเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องมาจากเหตุผล ๒ ประการคือ



ประการแรก ค่ายเทปมีกลอนล่ำมากพอที่จะผลิตเป็นผลงานชุดใหม่ได้อยู่เรื่อย ๆ เช่น ค่าย PGM Record บันทึกเสียงหมอลำให้กับศิริพร อำไพพงษ์ คราวละเป็นร้อย ๆ กลอน เนื่องจากมีกลอนล่ำมาก แล้วค่อยมาคัดเลือกเอากลอนเด่น ๆ ดังนั้น จึงมีกลอนล่ำรอจัดคิวที่จะไปรีมอดมาก เมื่อเป็นเช่นนี้ มีวสิกวีดิโอที่ผลิตขึ้นมาจึงมีอายุการใช้งานสำหรับการไปรีมอดสั้น เพราะต้องรีบเซ็นผลงานที่เหลือออกมาไปรีมอดต่อไป ประการที่สอง อีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้มีวสิกวีดิโอหมอลำมีอายุสั้นคือ หากเพลงใดผลิตขึ้นมาแล้วไม่ได้รับการตอบสนองจากกลุ่มเป้าหมายเท่าที่ควรก็จะถูกถอดออกจากการไปรีมอด แล้วผลิตมีวสิกวีดิโอหมอลำเพลงใหม่หรือชุดใหม่ขึ้นมาแทนเพื่อไปรีมอดต่อไป

#### ๒.๖.๑ ต้นทุนการผลิตรายการสูง

เริ่มจากการซื้อเวลาเพื่อผลิตรายการสำหรับการไปรีมอดก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก ยังไม่รวมถึงค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและผลิตมีวสิกวีดิโอ เมื่อรวมแล้วแต่ละครั้งจึงเสียค่าใช้จ่ายมาก ยิ่งค่ายเทปใดที่ไม่มีเวลาเป็นของตัวเองก็ต้องเสียเงินในการซื้อสล็อตและไปรีมอดเพลงแต่ละครั้งเป็นจำนวนมาก

๒.๖.๒ ช้ำซาก จำเจ เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการผลิตมีวสิกวีดิโอแต่ละเพลงนั้นสูงมาก ( ราคา ๕๐,๐๐๐ บาทต่อ ๑ เพลงสำหรับค่ายเพลงที่ถ่ายทำและตัดต่อเอง และสูงถึง ๑๐๐,๐๐๐ บาทต่อ ๑ เพลงสำหรับค่ายเพลงที่ต้องจ้างบริษัทอื่นผลิตให้ทั้งหมด (ข้อมูลจากนายณรงค์ศักดิ์ เทพพิทักษ์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายไปรีมอดชั้น ของบริษัท PGM Record) ) ดังนั้น ค่ายเทปจึงจำเป็นต้องเลือกเพียงเพลงเดียวหรือสองเพลงจากแต่ละชุดเพื่อนำมาผลิตเป็นมีวสิกวีดิโอ

เมื่อมีวสิกวีดิโอของศิลปินมีน้อย ก็จำเป็นต้องนำผลงานเหล่านั้นมาหมุนเวียนออกอากาศบ่อยครั้ง จนทำให้ผู้ชมรู้สึกว่รายการนี้เห็นแต่เพลงของหมอลำคนนี้อยู่ซ้ำไป

๒.๖.๓ เปลี่ยนแปลงได้ไม่มาก เนื่องจากค่ายเทปคาดการณ์ว่าเพลงที่น่าจะติดตลาดที่สุดมี ๑ หรือ ๒ เพลงต่อชุดเท่านั้น ค่าใช้จ่ายในการผลิตมีวสิกวีดิโอก็สูง การเปลี่ยนแปลงมีวสิกวีดิโอแต่ละครั้งจึงต้องกินเวลาในการผลิตใหม่มาก ดังนั้นหากจะต้องมีการเปลี่ยนแปลง ปรับกลยุทธ์ในการไปรีมอด จึงปรับเปลี่ยนลำบาก สาเหตุต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ไม่อาจถ่ายถอดออกมาเป็นมีวสิกวีดิโอได้หลายเพลงในคราวเดียวกัน ไม่เหมือนกับวิทยุที่พอเปลี่ยนเพลงก็เปลี่ยนได้ทันที เพราะผลิตสล็อตได้ง่าย และเพลงก็มีรวมกันให้เลือกเปิดอยู่ในแผ่นซีดีแผ่นเดียวกันอยู่แล้ว

#### ๒.๖.๔ กระบวนการผลิต ยุ่งยากซับซ้อน ใช้เวลาวางแผนและผลิตนาน

โดยเฉพาะเมื่อต้องผลิตออกมาเป็นรายการป้อนให้กับสถานีโทรทัศน์ ต้องคำนึงถึงกฎระเบียบของสื่อมวลชนอยู่ตลอดเวลา ทุกครั้งต้องผ่านการตรวจสอบจากสถานี และต้องเป็น

ไปตามกระแสโครงสร้างรายการของสถานีโทรทัศน์แห่งนั้น ๆ ที่ได้ซื้อเวลาไว้ จึงใช้เวลาและ  
การวางแผนการผลิตนานพอสมควร

### ๒.๗ กลยุทธ์การโปรโมตหมอลำของรายการประเภทมิวสิกวิดีโอ

๒.๗.๑ กลยุทธ์การทำรายการเดียวให้ประกอบด้วยหลายๆ ช่วงเพื่อให้ดูมีความหลากหลาย การแต่งเติมสีสันให้กับรายการประเภทนี้ก็เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ทำให้รายการน่าสนใจได้ มีหลายวิธี เช่น การสัมภาษณ์ศิลปิน การจับรางวัล การตอบจดหมาย ฯลฯ แม้ว่าจะเป็นกรโปรโมตหมอลำเหมือนกัน แม้กระทั่งค่ายเพลงเดียวกัน แต่ก็มีความแตกต่างกันในเรื่องรูปแบบอย่างเห็นได้ชัด

๒.๗.๒ กลยุทธ์การเลือกพิธีกรแบบต่าง ๆ การเลือกพิธีกรที่เหมาะสมกับเนื้อหาของรายการก็เป็นวิธีหนึ่งที่จะสร้างความสนใจให้ผู้ชม โดยเฉพาะพิธีกรที่มีชื่อเสียง รู้จักเรื่องราวของหมอลำหรือดำเนินรายการได้ดีไม่ติดขัด ก็จะทำให้รายการนั้นโดดเด่นได้ เช่น รายการ “เพื่อคุณที่รัก” ช่อง ๓ มีลาวัณย์ จันทร์เพ็ญ ซึ่งเป็นศิลปินหมอลำและเป็นพิธีกรดำเนินรายการด้วย (ถือว่าเป็นคนในวงการ) แม้จะทำให้รายการดูแปลกใหม่ก็จริง เพราะยังไม่มีรายการใดนำหมอลำมาเป็นพิธีกร แต่ก็ไม่ค่อยประสบความสำเร็จเท่าที่ควรเพราะลีลาการนำเสนอ การพูดจา สีหน้า ท่าทางยังไม่คล่อง เมื่อเทียบกับ มยุรา เสวตศิลา (ถือว่าเป็นคนนอกวงการ) ซึ่งเป็นพิธีกรมืออาชีพ ดำเนินรายการ “เพลงติดดาว” ของช่อง ๗ ก็เห็นความแตกต่างอย่างชัดเจน เพราะพูดจาจะฉาน ท่าทางกระฉับกระเฉง มีการแสดงออกทั้งท่าทางและสีหน้าที่ชวนให้ครีครื้น การดำเนินรายการจึงดูมีสีสัน ได้อารมณ์ความสนุกสนาน

๒.๗.๓ กลยุทธ์การเลือกและผลิตมิวสิกวิดีโอให้น่าสนใจ หลังจากฝ่ายบริหารได้เลือกเพลงของหมอลำที่น่าจะได้รับการโปรโมตแล้ว ฝ่ายโปรโมชันก็จะนำมาวางแผนว่าจะผลิตเป็นมิวสิกวิดีโออย่างไรจึงจะเหมาะสมกับ เนื้อหาของกลอนลำนั้น ๆ เช่น บางกลอนที่มีเนื้อร้องและทำนองสนุกสนาน ไม่เน้นความลึกซึ้งกินใจก็สามารถผลิตเป็นมิวสิกวิดีโอแบบ Lip sync ถ่ายทำในห้องสตูดิโอแต่บางกลอนที่มีเนื้อร้องกินใจ ชวนคิด ก็อาจจะทำเป็นมิวสิกวิดีโอแบบมีเรื่องประกอบ เช่น ทำให้เป็นเรื่องตลก เรื่องเศร้า รักผิดหวังหรือสมหวังตามแต่ เนื้อหาของกลอนลำนั้น ๆ

### ๓. รายการคอนเสิร์ตหมอลำ

เพื่อให้ง่ายแก่การวิเคราะห์ ผู้วิจัยจึงได้แบ่งประเด็นออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

- ๓.๑ จุดเริ่มต้น
- ๓.๒ ผู้เกี่ยวข้องในการผลิตรายการ
- ๓.๓ เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ
- ๓.๔ ผู้นำเสนอในที่นี้คือพิธีกรและหมอลำ
- ๓.๕ ลักษณะเด่นและข้อได้เปรียบของรายการ
- ๓.๖ ลักษณะด้อยและข้อเสียเปรียบของรายการ
- ๓.๗ กลยุทธ์การโปรโมตหมอลำของรายการ

#### ๓.๑ จุดเริ่มต้น

แม้ว่าหมอลำจะมีการแสดงบนเวทีที่ยิ่งใหญ่ ตระการตา แบบคอนเสิร์ตของวงสตริง คือใช้เวทีขนาดใหญ่ ใช้ระบบแสง สี เสียงที่ซับซ้อนและสมบูรณ์แบบมากขึ้น มีบุคคลากรในวงมากเป็นจำนวนถึงร้อยกว่าคน มาตั้งแต่ช่วงพ.ศ. ๒๕๒๗ ซึ่งเป็นยุคเริ่มบูมของหมอลำแบบคอนเสิร์ตเป็นต้นมาแล้ว แต่ก็ยังเป็นเพียงการตระเวนแสดงสดตามชุมชนทั่วไปเท่านั้น ยังไม่ได้มีการนำเสนอมอลำแบบคอนเสิร์ตทางโทรทัศน์เลย

การเสนอรายการที่เป็นรูปแบบคอนเสิร์ตหมอลำทางโทรทัศน์นั้นได้เริ่มขึ้นในช่วงที่หมอลำกำลังเป็นที่รู้จักของคนทั่วประเทศ คือช่วงที่พรรคดี สองแสงกำลังมีชื่อเสียงจากผลงานกลอนลำเดี่ยวประยุกต์ชุด “สาวจันทร์กั๊กโกบ” เมื่อ พ.ศ. ๒๕๒๘ โดยครั้งนั้นมีสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง ๗ เป็นผู้นำเสนอทางรายการ ๗ สีคอนเสิร์ต ซึ่งเป็นปีแรกที่เริ่มมีรายการ ๗ สีคอนเสิร์ตอันเป็นรายการประเภทถ่ายทอดสดการแสดงคอนเสิร์ต โดยหมอลำที่มาแสดงคอนเสิร์ตออกรายการนั้นก็มิใช่ว่าหมายหลักคือเพื่อออกโทรทัศน์ (ข้อมูลจากคุณ สุภัณฑิต หัวหน้าฝ่ายควบคุมรายการ ๗ สีคอนเสิร์ต สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง ๗ )

การที่ค่ายเทปเลือกใช้ช่องทางนี้เพื่อการโปรโมตหมอลำในสังกัดนั้น ก็เนื่องจากเหตุผลด้านผู้ชมกลุ่มเป้าหมายนั่นเอง เพราะกลุ่มผู้ชมรายการคอนเสิร์ตประเภทที่เปิดให้คนเข้าดูฟรี เช่นที่ลานเพลิน(เดิมอยู่ที่ช่อง๗ ปัจจุบันย้ายมาอยู่ที่ปิ่นเกล้า) และลานโลกดนตรี (ช่อง ๕) นั้น เป็นคนอีสานที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ เป็นจำนวนมาก ดังนั้นเมื่อนำคอนเสิร์ตหมอลำมาลงลานเพลินก็เท่ากับสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้เต็ม ๆ และได้ผล

ในครั้งนั้น วงหมอลำของพรรคดี สองแสงเป็นวงหมอลำวงแรกที่ค่ายเทปต้นสังกัดของหมอลำได้ติดต่อไปยังช่อง ๗ สีเพื่อขอเวลาเพื่อจะได้ไปแสดงสดบนเวทีคอนเสิร์ตที่ลานเพลินของช่อง ๗ ต่อมาก็มียุคหมอลำอีกหลายคนที่ได้แสดงดนตรีหมอลำและ

ได้รับการถ่ายทอดสดในลักษณะของคอนเสิร์ตหมอลำ เช่น พิมพา พรศิริ, จินตหรา พูนลาภ , เฉลิมพล มาลาคำ ฯลฯ นอกจากรายการ ๗ สีคอนเสิร์ตของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง ๗ แล้วยังมีรายการ คอนเสิร์ต ทวี ๕ (เดิมคือ รายการโลกดนตรี)ของสถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง ๕ อีกด้วย

สำหรับวิธีการที่สถานีโทรทัศน์ทั้งสองแห่งจะจัดสรรหาคอนหมอลำมาแสดง ในรายการคอนเสิร์ตหมอลำมีวิธีการ ๓ อย่างคือ

๑. ค่ายเทพเสนาหมอลำในสังกัดมาแล้วคณะกรรมการของสถานีโทรทัศน์เป็น ฝ่ายพิจารณาคัดเลือก

๒. สถานีโทรทัศน์ตัดสินใจคัดเลือกเอง โดยเลือกศิลปินผู้ที่กำลังโด่งดังมาก ในช่วงนั้น หรือโดยการให้ผู้ชมโหวตเข้ามาแล้วสถานีโทรทัศน์ตัดสินใจคัดเลือกก็มี

๓. สถานีโทรทัศน์จัดรายการเอง เรียกว่า “รวมฮิตสุดฮอต” (เฉพาะรายการ ๗ สีคอนเสิร์ต) มีการเชิญศิลปินต่าง ๆ มาแล้วให้ร้องเพลงเดี่ยว ๆ คนละเพลงสองเพลง

วิธีการแรกที่สถานีโทรทัศน์จะเปิดโอกาสให้ค่ายเทพที่ต้องการโปรโมตศิลปิน ในสังกัด เสนอเรื่องมาว่าจะขอให้ศิลปินคนใดมาแสดงในรายการ ในลักษณะของการเช่าเวลา จากสถานีโทรทัศน์นั้น เป็นวิธีการที่นิยมปฏิบัติมากที่สุดของทุกสถานีที่จัดรายการประเภทนี้

เกณฑ์การคัดเลือกหมอลำเพื่อมาแสดงบนเวทีนั้น ฝ่ายสถานีโทรทัศน์เองก็มี คณะกรรมการที่จะประชุมกันเป็นวาระเพื่อจะพิจารณาคัดเลือกว่าศิลปินคนใดจะมีความ เหมาะสมที่สุดจะได้ขึ้นแสดงบนเวทีคอนเสิร์ตของสถานี โดยมีเกณฑ์ ดังนี้

๑. ความมีชื่อเสียงของศิลปิน
๒. ความนิยมของคนในขณะนั้น
๓. คุณภาพการผลิตงานเพลงของศิลปิน

“ทางสถานีก็จะมีบอร์ดประชุมกัน เพื่อเลือกว่าคณะใดหรือวงใดที่เหมาะสมจะ มาออกรายการ โดยดูที่ ความมีชื่อเสียงของศิลปิน ความนิยมของคน และคุณภาพของศิลปิน เป็นหลัก...แต่บางครั้ง เราก็มีการเชิญศิลปินไปนะคะ อย่างถ้าใครกำลังโด่งดัง มาแรงอย่างมากในช่วงนั้น ถึงเขาจะไม่เสนอมาราก็เชิญเขาไป เช่น สดใส รุ่งโพธิ์ทอง ชูตริกน่องพรกำลัง ดัง หรือบางที่เราก็มีสถานีจัดเองบ้างเหมือนกัน เรียกว่ารวมฮิตสุดฮอต ที่เชิญศิลปินจาก หลาย ๆ ที่มาแสดงในคราวเดียวกัน นอกจากนี้รายการก็ต้องให้ค่ายเทพเสนอเพลงที่เขาจะ เล่นมาเพื่อดูว่าผ่าน กบว.ใหม่ ออกอากาศได้ไหม ชูตริกน่องโพธิ์ทองและทำเด็นนั้คุณภาพหรือ เปล่า”

(ยูวดี เจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง ๗ : สัมภาษณ์ ๒๓

กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

สำหรับช่อง ๕ นั้น นางจารุณีย์ กิษานนท์ หัวหน้าแผนกควบคุมรายการได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับวิธีการเลือกหมอลำเข้ามาออกรายการว่า “การคัดเลือกวงดนตรีที่จะมาออกรายการคอนเสิร์ตของช่อง ๕ เรามีคณะกรรมการคัดเลือกทุกครั้ง จะต้องผ่านที่ประชุมเห็นชอบว่าจะให้ใครมาออกรายการโดยข้อมูลที่จะนำมาพิจารณานั้นเราใช้วิธีการให้ผู้ชมโหวตเข้ามาทั้งทางโทรศัพท์และไปรษณีย์บัตร”

(จารุณีย์ กิษานนท์ : สัมภาษณ์ ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

การที่รายการโทรทัศน์ในส่วกลางมีการตั้งกฎเกณฑ์คัดเลือกหมอลำเช่นนี้ ผู้วิจัยสันนิษฐานว่า เนื่องจากเวลาถ่ายทอดสดนั้น เป็นการแพร่ภาพไปทั่วประเทศ ไม่ใช่เฉพาะให้คนอีสานดู ดังนั้น กว่าจะเลือกหมอลำสักคนหนึ่งได้ จำเป็นต้องมีการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนว่า เป็นหมอลำที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากพอสมควรจึงจะนำมาออกรายการโทรทัศน์ประเภทนี้ได้

แต่เมื่อเปรียบเทียบกับตอนหมอลำไปออกรายการโทรทัศน์ที่ช่อง ๔ ขอนแก่น ยุคแรก ๆ จนมาถึงปัจจุบันนั้นก็ยังไม่มีการบวกรับที่ซับซ้อนเช่นนี้ เพราะการคัดเลือกหมอลำเป็นหน้าที่ของสำนักงานหมอลำที่จะส่งหมอลำที่คิดว่าดีที่สุดเป็นลำดับ ๑, ๒, ๓ ในสังกัดตัวเองมาออกอากาศอยู่แล้ว สถานีโทรทัศน์ทำหน้าที่เพียงตั้งกฎเกณฑ์การออกอากาศบางประการ เช่น ควบคุมเรื่องเวลา การแต่งกาย

### ๓.๒ เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ

การนำเสนอคอนเสิร์ตหมอลำทางโทรทัศน์นี้มีรูปแบบ ๒ ประเภทคือ

#### ๑. คอนเสิร์ตที่มีการแสดงสดของหมอลำของวงหมอลำเพียงวงเดียว

เป้าหมายหลักของคอนเสิร์ตหมอลำแบบนี้คือ การมุ่งโปรโมตหมอลำ โดยคอนเสิร์ตหมอลำแบบนี้จะมีทางเครื่องและวงดนตรีเล่นประกอบ รายการลักษณะนี้จะเป็นรายการประจำของสถานีโทรทัศน์ที่มีศิลปินจากค่ายเทปต่าง ๆ มาแสดงสดบนเวทีขนาดใหญ่ มีพื้นที่บริเวณกว้างให้คนเข้ามาดูในภายบริเวณที่สถานีโทรทัศน์ได้จัดเตรียมไว้ เพราะเป็นรายการที่เปิดให้คนเข้ามาดูฟรีแล้วถ่ายทอดสดทั่วประเทศ เช่น รายการ ๗ สีคอนเสิร์ต ปัจจุบัน (พ.ศ. ๒๕๔๑) ย้ายจากลานเพลินมาจัดรายการที่เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า และรายการคอนเสิร์ตทีวี ๕ จัดที่ช่อง ๕ สนามเป้า

ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า ลักษณะร่วมของหมอลำที่จะมาแสดงในรายการแบบนี้ มักจะต้องมีลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

๑. เป็นหมอลำที่มีชื่อเสียงมากในระดับประเทศ ที่สำคัญที่สุดคือ ต้องมีวงเป็นของตัวเอง เป็นวงขนาดใหญ่ มีผลงานการลำมากพอสมควร ตลอดจนมีนางเครื่องและทีมงานเป็นจำนวนมาก

๒. เป็นหมอลำที่เป็นการแสดงแบบประยุกต์คือ ต้องร้องหมอลำแบบกิ่งลูกทุ่ง (เนื้อกลอนลำมีท่อนลำสลับกับท่อนที่ร้องทำนองลูกทุ่ง) ลำจบเป็นกลอนแต่ละกลอนไป เช่น วงของพรศักดิ์ ส่องแสง วงของพิมพ์า พรศิริ วงของจินตนา พูนลาภ

๓. รายการคอนเสิร์ตหมอลำประเภทนี้ จะไม่เปิดโอกาสให้วงหมอลำที่ลำแบบเป็นเรื่องราวใช้เวลานาน ๆ เช่น หมอลำหมู่ ซึ่งเป็นหมอลำที่มีชื่อเสียงในระดับภาค (Regional Famous) มาออกรายการเลย

เกณฑ์ทั้งหมดดังกล่าวนี้เป็นวัฒนธรรมการเลือกสรร (Selective tradition) อย่างเห็นได้ชัด ว่าโทรทัศน์ในสวนกลางนั้นมีกลยุทธ์การคัดเลือกหมอลำให้ดูค่อนข้างเป็นแนวที่คล้ำ : วงดนตรีลูกทุ่งมากที่สุด ทั้งนี้สาเหตุหลักก็เพราะต้องแพร่ภาพให้คนได้ดูทั่วประเทศ ดังนั้นจำเป็นต้องให้ดูยิ่งใหญ่ และให้คนดูภาคอื่น ๆ ที่ไม่เข้าใจภาษาอีสานพอจะฟังหรือดูรู้เรื่องหรือดูแล้วสนุกบ้าง ไม่ใช่เป็นการเฉพาะเจาะจงจนเกินไป อนึ่ง การที่ไม่มีหมอลำประเภทลำเป็นเรื่องยาว ๆ เพราะต้องคำนึงถึงว่า หมอลำประเภทนี้ใช้ภาษาอีสานในการลำทั้งหมด จึงควรเป็นรายการเฉพาะคนอีสานดู เช่นเดียวกับที่มโนราห์สำหรับคนภาคใต้ดู เท่านั้น ที่สำคัญคือ หมอลำประเภทลำเป็นเรื่องยาว ๆ นั้นไม่สามารถนำมาออกรายการประเภทแสดงสดและถ่ายทอดสดเช่นนี้เป็นอันขาดเพราะใช้เวลาในการแสดงยาวนานมาก (อย่างน้อย ๔ ชั่วโมง) ซึ่งแน่นอนอยู่แล้วว่า ผู้ผลิตรายการย่อมไม่มีเวลาที่จะให้ได้มากขนาดนั้น ดังนั้นหมอลำประเภทดังกล่าวจึงไม่เหมาะสมด้วยประการทั้งปวง

ถึงแม้การลำจะเป็นการแสดงสด แต่คอนเสิร์ตหมอลำประเภทนี้ จะมีการซ้อมใหญ่ร่วมกับพิธีกรก่อนถ่ายทอดสดจริงทุกครั้ง ดังนั้นการแสดงที่ปรากฏทางโทรทัศน์จึงไม่มีติดขัด เพราะมี script สำหรับพิธีกร มีการวางลำดับรายการและการนัดแนะกับหมอลำที่จะมาออกรายการ ตลอดจนกลอนลำที่จะลำและกำหนดเวลาเตรียมไว้เรียบร้อยแล้ว

นอกจากนี้ยังมีการโฆษณาแนะนำหมอลำที่จะมาออกในรายการล่วงหน้าทางโทรทัศน์อีกด้วย

สิ่งเหล่านี้ แสดงให้เห็นวัฒนธรรมของโทรทัศน์ (Television Culture) ที่จำเป็นจะต้องมีการชักซ้อม ทำความเข้าใจเพื่อหาข้อบกพร่องและแก้ไข ก่อนลงมือแสดงจริง เนื่องจากการถ่ายทอดสดนั้นพลาดแล้วเริ่มการแสดงใหม่เหมือนการบันทึกเทปไม่ได้

เนื้อหาของคอนเสิร์ตหมอลำประเภทนี้ เป็นการแสดงดนตรีหมอลำ มีการลำของหัวหน้าวงประกอบการฟ้อนและการเดินของนางเครื่องล้วน ๆ กลอนลำที่นำมาลำนั้น

เกือบทั้งหมดจะเป็นกลอนลำในชุดหรืออัลบั้มใหม่และกำลังอยู่ในช่วงการโปรโมต จะมีผลงานกลอนลำเก่าบ้างแต่เป็นกลอนที่โด่งดังและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

การพูดคุยระหว่างหมอลำกับคนดูจะใช้ภาษาถิ่นอีสาน เพราะคนที่มาดูแทบทั้งหมดจะเป็นคนอีสานที่เข้ามาทำงานในเมืองหลวง และเนื้อหาของบทพูดของหมอลำแต่ละคนที่มาออกกรายนั้นเน้นที่การแนะนำผลงานกลอนลำชุดใหม่ของตนเอง และฝากให้ “มิตรหมอแคน แฟนหมอลำ” (คนที่ชอบฟังหมอลำ) ช่วยซื้อหาไปฟังด้วย

นอกจากนี้ ในการแสดงคอนเสิร์ตหมอลำประเภทนี้จะไม่มีการเปิดเตล็ดอย่างอื่นของหมอลำแทรกเหมือนการตระเวนแสดงสดทั่ว ๆ ไป เช่น การร้องเพลงหรือลำของหมอลำระดับรองคนอื่น ๆ ในวง การแสดงของตลกประจำวง โดยในรายการจะมีพิธีกรคอยดำเนินรายการและควบคุมการแสดงสดนั้นให้อยู่ในช่วงที่กำหนดไว้ เริ่มจากการเริ่มเปิดรายการ การพูดคุยกับศิลปินและการตัดรายการไปสู่ช่วงโฆษณา จนกระทั่งปิดรายการ

ทั้งนี้การใช้กลยุทธ์การเลือกรูปแบบรายการและการนำเสนอเช่นนี้ ก็เพื่อให้เป็นการประหยัดเวลาเป็นสำคัญ เพราะสิ่งที่ค่ายเทปต้องการโปรโมตจริง ๆ คือ ผลงานของหมอลำ ไม่ใช่การแสดงประกอบอื่น ๆ นอกจากนี้ การที่ไม่มีรายการเปิดเตล็ดดังกล่าวยังเป็น การลดความเสี่ยงต่อการล่อแหลมที่ตลกจะหลุมขบแบบหยาบโหลนออกมาอีกด้วย

## ๒. คอนเสิร์ตที่มีการแสดงของหมอลำหลายคน

คอนเสิร์ตประเภทนี้จะมีวงเครื่องและมีวงดนตรีกลางเล่นประกอบ ไม่ใช่ วงเครื่องและนักดนตรีของแต่ละวงมาเล่น เพราะต้องเล่นดนตรีให้ศิลปินหลาย ๆ คน รายการลักษณะนี้มักจะเป็นรายการพิเศษ เป็นการจัดคอนเสิร์ตขึ้นเป็นการเฉพาะกิจ เช่น ในงานเฉลิมฉลองเนื่องในโอกาสวันสำคัญประจำปี หรืองานที่จัดขึ้นเพื่อหารายได้สมทบทุนต่าง ๆ โดยความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานของทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน เช่น สมาคมต่าง ๆ และค่ายเทป เป็นต้นว่า รายการคอนเสิร์ต “ลูกทุ่ง-หมอลำไทยช่วยไทย” เป็นการถ่ายทอดสดการแสดงของหมอลำทั้งหลายเพื่อช่วยชาติในช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำ โดยสถานีโทรทัศน์สีช่อง ๑๑ กรมประชาสัมพันธ์ เมื่อพ.ศ. ๒๕๔๑

ในงานนี้ มีการรวมเอาหมอลำมีชื่อเสียง หลาย ๆ คนมาแสดงบนเวทีคอนเสิร์ตขนาดใหญ่ในคราวเดียวกัน หมอลำที่ขึ้นมาอยู่บนเวทีคอนเสิร์ตประเภทนี้จะเป็นหมอลำที่อย่างน้อยเคยบันทึกแผ่นเสียง ออกเทปกันมาแล้วทั้งนั้น แม้ว่าบางคนจะไม่มีวงเป็นของตัวเองก็ตาม

เนื้อหาของคอนเสิร์ตหมอลำประเภทนี้ เป็นการแสดงดนตรีหมอลำเหมือนประเภทแรก กลอนลำที่นำมาลำนั้น ทั้งหมดจะเป็นกลอนลำที่เด่นหรือดังที่สุดในชุดหรืออัลบั้มใหม่และกำลังอยู่ในช่วงการโปรโมตอยู่เพียงหนึ่งหรือสองกลอนเท่านั้นเพราะมีเวลาจำกัด โดย

จะมีพิธีกรคอยแนะนำหมอลำที่จะผลัดเปลี่ยนกันขึ้นมาลำ ประกอบดนตรีและการเดินของ  
นางเครื่อง และเช่นเดียวกันกับหมอลำประเภทแรกนอกจากการแสดงดนตรีหมอลำแล้ว เมื่อ  
พิธีกรเปิดโอกาสให้หมอลำพูดคุยกับผู้ชมทั้งที่อยู่ด้านหน้าเวทีและอยู่ทางบ้าน การพูดของ  
หมอลำแต่ละคนที่มาออกรายการนั้นเน้นที่การแนะนำและฝากผลงานกลอนลำชุดใหม่ของตน  
เอง

คอนเสิร์ตลักษณะนี้แม้จะมีไม่บ่อยครั้ง แต่จะดูยิ่งใหญ่และหลากหลายต่าง  
จากคอนเสิร์ตหมอลำประเภทแรกเพราะมีหมอลำมากหน้าหลายตา และมีช่วงเวลาการแสดง  
ที่ยาวนาน โดยที่ไม่มีการโฆษณาค้นในรายการเลย

เหตุที่มีความแตกต่างกันอย่างมากระหว่างคอนเสิร์ตทั้งสองประเภทนั้น เนื่อง  
จากคอนเสิร์ตประเภทแรกเป็นการมุ่งโปรโมตหมอลำเพียงอย่างเดียว ดังนั้น การหวังผลในการ  
โปรโมตจึงมีสูงมาก ผู้ผลิตรายการและค่ายเทปจึงต้องมีการเตรียมงานทุกอย่างให้สมบูรณ์ที่  
สุดและแต่ละครั้งก็ทุ่มเทเวลาให้กับศิลปินเพียงคนเดียวเท่านั้นเพื่อให้การโปรโมตนั้นบรรลุผล  
มากที่สุด ในขณะที่คอนเสิร์ตประเภทที่สองนั้นมีจุดมุ่งหมายอื่นเป็นหลัก เช่น มุ่งที่การหาราย  
ได้ หรือการรับบริจาคให้มาก ๆ การที่ดึงศิลปินหมอลำมาช่วยงานพร้อมกันหลาย ๆ คนจึงเป็น  
การทำเพื่อดึงดูดใจคนดู

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เหมือนกันระหว่างคอนเสิร์ตทั้งสองประเภทนั้นอยู่ที่  
เกณฑ์การคัดเลือกหมอลำมาออกรายการ ว่าจะต้องเป็นหมอลำที่มีชื่อเสียงปรากฏทางสื่อ  
ประเภทต่าง ๆ โดยเป็นหมอลำที่ได้รับการบันทึกเสียง และถ่ายมิวสิกวิดีโอมาแล้วทั้งนั้น จึง  
จะได้รับเชิญให้มาแสดงบนเวทีคอนเสิร์ตหมอลำทั้งสองประเภท เพราะการขึ้นมาแสดงบนเวที  
แล้วมีการถ่ายทอดสดไปทั่วประเทศนั้น ถือว่าเป็นการโปรโมตหมอลำอีกแบบหนึ่งที่สามารถ  
กระจายสู่ผู้ชมได้ทั่วประเทศ และที่สำคัญคือเป็นหมอลำที่แสดงสด แล้วถ่ายทอดสด ซึ่งผู้ชม  
ทางบ้านและผู้ชมทางเวทีได้ดูในเวลาพร้อม ๆ กัน เป็นสิ่งที่หาดูได้ยากสำหรับผู้ชมทั่วไปที่  
ไม่ค่อยได้มีโอกาสออกไปชมการแสดงสดนอกบ้าน

### ๓.๓ ผู้นำเสนอในที่นี้คือพิธีกรและหมอลำ

พิธีกรในรายการคอนเสิร์ตหมอลำทั้งสองประเภทดังกล่าวนี้ มีหน้าที่หลักคือ  
การพาผู้ชมเข้าสู่รายการและแนะนำหมอลำที่มาออกรายการ ตลอดจนบอกลำดับกลอนลำที่  
หมอลำจะลำด้วย นอกจากนี้อาจจะมีการพูดคุยกับหมอลำและการได้ถามเรื่องผลงานการลำ  
ชุดใหม่

แต่ที่แตกต่างกันคือพิธีกรของรายการคอนเสิร์ตหมอลำประเภทแรกนั้น จะ  
เป็นพิธีกรอาชีพ และมีการเตรียมบทพูด และวางคิวกับหมอลำไว้เรียบร้อยแล้ว โดยบริษัทค่าย



เทพจะเป็นผู้ส่งสคริปต์ให้ฝ่ายรายการ เพื่อให้พิธีกรของฝ่ายรายการได้เตรียมตัว แม้กระทั่งบทสัมภาษณ์และคำถามต่าง ๆ นั้น จะมีการเตรียมไว้ก่อนล่วงหน้า โดยที่ฝ่ายรายการจะตกลงร่วมกับค่ายเทพว่าจะถามอะไรบ้าง เพื่อให้ค่ายเทพได้มีเวลาไปเตรียมการ ชักซ้อมกับหมอลำในสังกัด เช่น รายการ ๗ สี คอนเสิร์ต (ข้อมูลจากคุณยุวดีเจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการ ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง ๗)

นอกจากนั้นพิธีกรจะมีการพูดคุยกับผู้ชมที่มาร่วมการแสดงสด มีการเล่นกับผู้ชม โดยการให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการตอบปัญหาเกี่ยวกับศิลปินที่มาแสดงในครั้งนั้น ๆ การดำเนินรายการจึงเป็นไปอย่างราบรื่น ในขณะที่คอนเสิร์ตหมอลำประเภทหลังซึ่งเป็นรายการเนื่องในโอกาสพิเศษนั้น พิธีกรและหมอลำจะไม่ค่อยคุ้นเคยกันนัก และโอกาสที่จะมาประสานงานในการเตรียมบทระหว่างพิธีกรกับค่ายเทพนั้นไม่มีเลย ทั้งหมอลำที่มาออกรายการก็มีมากมายจนเวลาเฉลี่ยของหมอลำแต่ละคนที่จะได้อยู่บนเวทีนั้นมีน้อย เวลาที่จะได้พูดคุยกับพิธีกรก็พลอยน้อยตามไปด้วย

จะเห็นได้ว่า พิธีกรของรายการคอนเสิร์ตหมอลำนั้นมี ๒ จำพวกคือ ประเภทที่ ๑ เป็นพิธีกรมืออาชีพ เป็นพิธีกรของรายการคอนเสิร์ตโดยตรง มีความสามารถดำเนินรายการได้เป็นอย่างดี กับประเภทที่ ๒ ซึ่งเป็นพิธีกรสมัครเล่น

ส่วนหมอลำของรายการคอนเสิร์ตแบบแรกนั้น เนื่องจากเป็นการแสดงของคนเพียงคนเดียวจึงสามารถแสดงผลงานการลำของตัวเองได้เป็นจำนวนมาก แสดงออกได้อย่างเต็มที่และเต็มความสามารถ ทั้งยังมีเวลาพอที่จะทักทาย พูดคุยกับผู้ชมโดยไม่ต้องรีบร้อน เรียกได้ว่า สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้ชมได้มาก ในขณะที่หมอลำของรายการคอนเสิร์ตแบบที่สองนั้นมีมาออกรายการพร้อมกันหลาย ๆ คน แต่ละคนมีเวลาจำกัด การที่จะแสดงความสามารถในการลำการพ็อนนั้นก็แทบจะทำได้ กลายเป็นว่าคล้ายกับการมาปรากฏตัวมากกว่า เนื่องจากเวลามีน้อย ศิลปินมีมาก ขึ้นเวทีแล้วก็ต้องรีบลงเวที จึงลำได้เพียงคนละกลอนสองกลอน พอหอมปากหอมคอแก่ผู้ชมเท่านั้นเอง

### ๓.๔ ลักษณะเด่นและข้อได้เปรียบของรายการคอนเสิร์ตหมอลำ

๓.๔.๑ เป็นเทคนิคการนำเสนอหมอลำทางโทรทัศน์อีกรูปแบบหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมได้ชมการแสดงสด โดยที่ไม่จำเป็นต้องมาดูในสถานที่จริง ทั้งนี้มีข้อดีกว่ามิวสิกวิดีโอหมอลำคือ ผู้ชมได้ชมการลำที่เป็นการแสดงสดอย่างมีชีวิตชีวา และที่สำคัญคือมีความหลากหลายมากกว่าเพราะถ้าเป็นคอนเสิร์ตประเภทแรกถึงแม้จะเป็นการแสดงของศิลปินเพียงคนเดียวแต่ก็จะได้ชมกลอนลำหลาย ๆ กลอนลำ และถ้าเป็นคอนเสิร์ตประเภทที่สองก็จะได้เห็นภาพการแสดงของหมอลำจากค่ายเพลงหลาย ๆ ค่าย

๓.๔.๒ สามารถเตรียมการ เตรียม script และควบคุมรายการได้เกือบทั้งหมด

๓.๔.๓ ถ่ายทอดสดการแสดงสดไปให้ผู้ชมได้ชมพร้อมกันได้ทั่วประเทศ

### ๓.๕ ลักษณะข้อดีและข้อเสียเปรียบของรายการคอนเสิร์ตหมอลำ

๓.๕.๑ เป็นการแสดงที่ไม่เต็มรูปแบบการแสดงของหมอลำวงนั้น ๆ บางอย่างไม่อาจจะนำเสนอได้ เช่น การแสดงของตลกประจำคณะ เครื่องแต่งการและท่าเต้นบางชุดของนางเครื่อง เพราะเงื่อนไขของการแพร่ภาพออกอากาศ หรือการลำเป็นเรื่องหลังการแสดง หรือการแสดงของหมอลำระดับรอง ๆ ของวง เพราะข้อจำกัดทางเวลา

๓.๕.๒ โอกาสที่จะได้นำเสนอเป็นคอนเสิร์ตมีไม่บ่อยนัก เพราะเวทีของ ๗ สีคอนเสิร์ตหรือคอนเสิร์ตทีวี ๕ นั้น ไม่ได้สงวนไว้สำหรับหมอลำเพียงอย่างเดียว หากแต่ยังมีวงดนตรีวงดนตรีลูกทุ่ง ฯลฯ มาใช้ด้วย ดังนั้นกว่าจะมีหมอลำเวียนมาแสดงแต่ละครั้งก็นานพอสมควร

### ๓.๖ กลยุทธ์เพื่อการโปรโมตหมอลำของรายการคอนเสิร์ตหมอลำ

๓.๖.๑ กลยุทธ์การคัดสรร จะเลือกกลอนลำที่โด่งดัง เป็นที่รู้จัก หรือเป็นผลงานชุดที่สร้างชื่อเสียงให้กับหมอลำ พร้อมกับเตรียมการแสดงที่ดีที่สุดของหมอลำวงนั้น เพื่อมานำเสนอในคอนเสิร์ต

๓.๖.๒ กลยุทธ์การเลือกหมอลำที่จะมาแสดงเพื่อถ่ายทอดสดของสถานีโทรทัศน์ เช่น สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง ๕ ใช้วิธีการให้ผู้ชมทางบ้านโทรศัพท์ หรือเขียนไปรษณียบัตร เข้ามาโหวตในรายการเพื่อเลือกศิลปินที่จะเชิญมาแสดงในรายการ “คอนเสิร์ตทีวี ๕” ลักษณะการเลือกเช่นนี้แสดงให้เห็นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายการตลาดเต็มที่ เพราะขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด นั่นคือหมอลำเป็นฝ่ายได้รับการเลือกจากการโหวต ในขณะที่ถ้าเป็นที่โทรทัศน์ช่อง ๔ ขอนแก่น หมอลำจะเป็นฝ่ายเลือกที่จะไปเล่น แต่เมื่อมาเป็นโทรทัศน์ของส่วนกลาง หมอลำกลับเป็นฝ่ายถูกเลือก

ด้วยเหตุนี้ กลยุทธ์การวางแผนสื่อ (Media plan Strategy) เพื่อโปรโมตหมอลำจึงเป็นหัวใจหลัก โดยการวางแผนที่จะใช้สื่อบ้านหน้า เช่น วิทยุ มีความสำคัญมาก เพราะต้องช่วยกรุยทางให้ก่อนโดยทำให้คนได้คุ้นเคยหรือรู้จักในระดับหนึ่ง แล้วค่อยให้สื่อบ้านหลวงคือ มีวสิทวิดีโอออกโรง เมื่อกลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจและอยากดูอยากเห็นในรายละเอียด ก็จะได้ถึงเวลาที่สื่อหลักคือ คอนเสิร์ต ที่จะเรียกคะแนนนิยมจากกลุ่มเป้าหมายได้อย่างท่วมท้น เพราะผู้ที่มาดูคอนเสิร์ตนั้นแน่นอนว่าต้องเป็นกลุ่มเป้าหมายของหมอลำทั้งหมด

๓.๖.๓ กลยุทธ์การทำให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วมในการแสดงออกพร้อม ๆ กับการแสดง เช่น ได้ร่วมเต้นหรือร้องหมอลำเมื่อถึงตอนที่คนดู(หน้าเวที)ร้องได้ ไปพร้อม ๆ กับหมอลำและนางเครื่องที่อยู่บนเวที หรือการได้เข้ามาจับไม้จับมือ ทักทายกับหมอลำที่คนดูชื่นชอบ

ในส่วนนี้นับว่าคอนเสิร์ตหมอลำยังมีกลิ่นอายของหมอลำแบบสื่อพื้นบ้านดั้งเดิมนั้นคือการให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการแสดง เช่นเดียวกับหมอลำกลอนที่เปิดโอกาสให้คนดูพูดคำสอยประกอบขณะที่หมอลำกำลังลำ

### ความแตกต่างระหว่างรายการโทรทัศน์ในส่วนกลางกับส่วนท้องถิ่น

จากข้อมูลเรื่องการวิเคราะห์กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมหมอลำของโทรทัศน์ส่วนภูมิภาคและส่วนกลางดังที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างระหว่างโทรทัศน์ส่วนภูมิภาคและส่วนกลางดังหัวข้อต่อไปนี้

๑. รูปแบบรายการ
๒. ลักษณะผู้นำเสนอ (ตัวหมอลำและพิธีกร)
๓. เนื้อหาของรายการ
๔. เวลาและความถี่ในการออกอากาศ

#### ๑. รูปแบบรายการ

รูปแบบรายการของหมอลำที่ได้รับการโปรโมตทางโทรทัศน์ของส่วนท้องถิ่นนั้นมีน้อยกว่ารายการในส่วนกลาง ทั้งนี้เพราะเหตุผลคือ การผลิตรายการต่าง ๆ ของส่วนกลางนั้นมีความหลากหลายให้เลือกดูอยู่แล้ว ไม่จำเป็นที่ส่วนท้องถิ่นจะต้องผลิตรายการต่างๆ ให้ซ้ำซ้อนกับที่ส่วนกลางผลิต ไม่ว่าจะเป็นรายการประเภทปกิณกะบันเทิง หรือ รายการประเภทมิวสิกวิดีโอ เพียงแต่ส่วนท้องถิ่นผลิตรายการหมอลำที่โดดเด่น เพื่อตอบสนองคนอีสานที่อยู่ในท้องถิ่น เพียงรูปแบบเดียวก็พอแล้ว

นั่นก็หมายความว่า ผู้ชมต่างจังหวัดในภาคอีสานได้ดูรายการหมอลำอย่างกว้างขวางและหลากหลายกว่าใคร ๆ เพราะได้ดูจากทั้งรายการในส่วนกลางและยังมีรูปแบบ

หมอลำเฉพาะที่ลำเป็นเรื่อง ลำโดยใช้ภาษาอีสานล้วน ๆ อันเป็นสูตรเข้มข้นของตัวเองอีกด้วย ปัจจุบันรูปแบบหมอลำที่มีอยู่ประจำฝั่งรายการของสถานีโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาคคือ รายการหมอลำที่เสนอเป็นประจำซึ่งเป็นหมอลำแบบพื้นบ้านล้วน ๆ เพื่อให้ผู้ชมในภาคอีสานที่ต้องการดูหมอลำทางโทรทัศน์ในรูปแบบที่คนอีสานคุ้นเคย และหากอยากดูรายการหมอลำแบบอื่น ๆ ที่โทรทัศน์ส่วนกลางได้ผลิตอยู่และมีออกอากาศทั้ง ๕ ช่อง ก็ สามารถเลือกชมได้

## ๒. ลักษณะผู้นำเสนอ (ตัวหมอลำและพิธีกร)

ในส่วนกลางนั้น แม้จะเป็นรายการหมอลำ แต่พิธีกรใช้ภาษากลางในขณะที่ดำเนินรายการ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นรายการที่ผลิตเพื่อเผยแพร่ออกอากาศไปทั่วประเทศ ไม่ได้เฉพาะเจาะจงว่าต้องเป็นคนอีสานเท่านั้นจึงจะสามารถดูรายการได้

สิ่งนี้ต่างจากรายการหมอลำทางโทรทัศน์ของส.นภูมิภาคซึ่งออกอากาศเฉพาะในพื้นที่ของภาคอีสานเท่านั้น พิธีกรเป็นคนอีสาน พูดภาษาอีสานตลอดรายการ ต้องเป็นคนอีสานหรือใช้ภาษาอีสานเท่านั้น จึงจะดูและฟังได้รู้เรื่อง ทั้งนี้เพราะกลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้ชมในท้องถิ่นและเป็นการสร้างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับผู้ชมในท้องถิ่น

ในส่วนของหมอลำก็แสดงให้เห็นการปรับตัวของหมอลำด้วย เพราะหมอลำก็จะมีอยู่ ๒ สูตรคือ แบบสูตรเข้มข้นและสูตรเจือจาง แล้วแต่ว่ากลุ่มผู้ชมจะอยู่ในระดับใด โดยถ้าเป็นกลุ่มผู้ชมในระดับท้องถิ่น (Regional) หมอลำก็จะเป็นแบบสูตรเข้มข้น เช่น ใช้ภาษาถิ่นอีสานลำล้วนๆ แต่งกายแบบหมอลำแท้ ๆ ถ้าเป็นกลุ่มผู้ชมในระดับประเทศ (National) หมอลำก็จะเป็นแบบสูตรเจือจาง เช่น ใช้ภาษาถิ่นอีสานลำสลับกับการร้องแบบเพลงลูกทุ่ง

ส่วนศิลปินหมอลำนั้น ที่ปรากฏในรายการซึ่งผลิตในส่วนกลางจะมีหมอลำทุกประเภทเพียงแต่มีเงื่อนไขว่า เกือบทั้งหมดจะเป็นหมอลำที่สังกัดค่ายเทปซึ่งมีทุนในการโปรโมตหมอลำสูงมาก สามารถผลิตรายการให้หมอลำในสังกัด ปรากฏทางสื่อได้หลาย ๆ รูปแบบ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ทุกช่อง ที่เด่นชัดออกไปยิ่งกว่านั้น หมอลำที่ปรากฏทางสื่อในส่วนกลางนั้นเป็นหมอลำที่มีชื่อเสียงได้รับการยอมรับแล้วว่า เป็นที่รู้จักทั่วทั้งประเทศ (Nationalized) หมอลำจะมีความโดดเด่นเป็นรายบุคคล (Individual Distinguished) เพราะชื่อของหมอลำเพียงคนเดียวก็สามารถตั้งเป็นชื่อวงได้ หรือเอ่ยถึงหมอลำคนเดียวก็เป็น ที่รู้จัก

หมอลำที่ปรากฏในรายการที่ผลิตในส่วนกลางที่เป็นรายการเพื่อความบันเทิงนั้น ทั้งหมดเป็นหมอลำที่ได้รับการบันทึกเสียง ทั้งที่มีวงและไม่มีวงเป็นของตัวเอง สามารถตระเวนออกโชว์ตัวและแสดงไปในที่ต่าง ๆ ได้ทั่วทุกภาคของเมืองไทย เพราะมีพัฒนาการด้าน

การประยุกต์วงให้เป็นหมอลำกึ่งลูกทุ่ง โดยกลอนลำทั้งหมดเป็นการลำที่จบเป็นกลอน ๆ ไป คล้ายกับเพลงลูกทุ่ง มีนางเครื่องเด่นประกอบ มีชุดการแสดงที่ชวนตื่นตาตื่นใจ ใช้เครื่องดนตรีแบบตะวันตกทั้งหมด โดยเน้นที่รูปแบบการแสดงแบบสมัยใหม่

หมอลำกึ่งลูกทุ่งนี้นับเป็นการปรับตัวครั้งใหญ่ของหมอลำ เพราะเป็นการใช้ภาษากลางเข้ามาผสมกับภาษาอีสาน ซึ่งหมอลำแต่ก่อนไม่มีลักษณะเช่นนี้(เพราะเป็นหมอลำกลอนซึ่งใช้ภาษาอีสานล้วน ๆ) แต่สิ่งที่ยังคงเหลือคล้ายหมอลำแบบดั้งเดิมคือ การที่ยังคงใช้กลอนลำที่จบเป็นกลอน ๆ ไป เพราะแม้ว่าหมอลำจะมีกลอนลำยาวเพียงไร ก็จะต้องจบเป็นกลอน แต่ละกลอนแยกเป็นเอกเทศ เพียงแต่อาจจะมึเนื้อหาที่ต่อเนื่องและสัมพันธ์กัน เช่น หมอลำเรื่องต่อกลอน

ในขณะที่หมอลำในส่วนภูมิภาคนั้น เป็นหมอลำสังกัดสำนักงานหมอลำที่อยู่ในท้องถิ่น ลักษณะของหมอลำก็เป็นหมอลำที่ยังคงความเป็นศิลปะการแสดงพื้นบ้านเอาไว้มากพอสมควร สิ่งที่ได้เด่นจนทำให้สามารถแยกออกจากหมอลำที่อยู่ในรายการที่ผลิตใน ส่วนกลางคือ

๒.๑ ลักษณะการลำ ยังเป็นการลำเรื่อง(หมอลำหมู่) และ ลำกลอน ซึ่งหมอลำทั้งสองประเภทนี้ใช้ภาษาอีสานในการลำทั้งหมด

๒.๒ เนื้อหาของการลำบ้างก็ยั้งใช้เรื่องจากวรรณกรรมพื้นบ้าน และวรรณคดีนิทานมาดัดแปลงเป็นเรื่องเพื่อการลำ

๒.๓ เครื่องดนตรีที่ใช้เล่นประกอบก็ยังมีการใช้แคน แม้จะมีการใช้เครื่องดนตรีตะวันตกตามยุคสมัย แต่ก็ยังอาศัยแคนเป็นหลักเมื่อต้องลำแสดงเป็นเรื่อง

๒.๔ ตัวหมอลำ เป็นศิลปินในระดับท้องถิ่น (Local) คือเป็นที่รู้จักในระดับจังหวัดเพียงไม่กี่จังหวัด และบางคณะอาจจะมีชื่อเสียงไปจนถึงระดับภาค(Regional) โดยที่ทั้งหมดจะยังคงความเป็นศิลปินพื้นบ้าน หมอลำจะมีชื่อเสียงในนามของคณะ จะไม่มีความโดดเด่นเป็นรายบุคคล (Individual) จนสามารถเอาชื่อคนเพียงคนเดียวไปตั้งชื่อวงได้

จะเห็นได้ว่า ยิ่งหมอลำขยายขอบเขตออกไปเพื่อให้คนทั่วประเทศได้ฟังหรือได้เห็น หมอลำก็ยิ่งต้องสร้างความเป็นศิลปะและการแสดงที่สามารถเสฟได้ในระดับประเทศ (Nationalize) ขึ้นมา ดังนั้นจึงทำให้หมอลำต้องใช้สูตรเจือจางลงไปอีกเพื่อให้คนทั่วไปปรับได้ ( เช่น ใช้การลำแบบลำเดิน ลำเพลิน ซึ่งสามารถใช้ภาษากลางและทำนองเพลงลูกทุ่งเข้ามาผสมกับการลำภาษาอีสานได้ และไม่ใช้หมอลำเรื่อง หรือหมอลำกลอน ) ทั้งนี้เพื่อจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย(reach target) ขนาดใหญ่ ดังนั้น ยิ่งหมอลำแผ่กว้างออกไป ก็ยิ่งลงลึกไม่ได้ทั้งเนื้อหาที่ใช้ลำและรูปแบบในการนำเสนอ เช่น จะนำลำเรื่อง หรือลำกลอนที่ใช้ภาษาอีสาน

ล้วน ๆ (ซึ่งถือว่าเป็นสูตรเข้มข้น) ไปล่าออกขายหรือออกอากาศทั่วประเทศไม่ได้ ในขณะที่ถ้าเป็นหมอลำเฉพาะในเขตภาคอีสาน หมอลำยังสามารถลงลึกได้ทั้งเนื้อหาและรูปแบบ

### ๓. เนื้อหาและรูปแบบของรายการ

แม้ว่า รายการหมอลำทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคจะมีวัตถุประสงค์เพื่อการโปรโมตหมอลำเหมือนกัน แต่หมอลำที่ปรากฏในรายการที่ผลิตในส่วนกลางนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นรายการเพื่อการโปรโมตเทพ เพื่อให้คนรู้จักแล้วจะได้ไปซื้อเทพ ดังนั้น เนื้อหาที่มีมากและเด่นชัดที่สุดจนแทบจะกล่าวได้ว่าเป็นตัวแทนของรายการหมอลำที่พบในส่วนกลางคือ รายการหมอลำที่เป็นมิวสิกวิดีโอ

แต่ความหลากหลายของเนื้อหาที่ยังมีมากกว่าส่วนภูมิภาค ดังที่ได้กล่าวมาแล้วถึงประเภทต่าง ๆ ของรูปแบบและเนื้อหาของรายการ ทั้งนี้เพราะเป็นการผลิตรายการเพื่อเอาใจกวดูหลายกลุ่มและหลายระดับให้สามารถเลือกดูได้ กล่าวคือ เนื้อหาของรายการในส่วนกลางนั้นจะมีทั้งที่เป็นเนื้อหาแบบคอนเสิร์ตหมอลำ แบบมิวสิกวิดีโอหมอลำ และแบบการแสดงของหมอลำเป็นคณะในบางรายการที่นำหมอลำมาสาธิตเชิงอนุรักษ์ ในขณะที่เนื้อหารายการของหมอลำในส่วนภูมิภาคนั้น จะเป็นรายการหมอลำแบบลำเป็นเรื่องเกือบทั้งหมด (มีหมอลำซึ่งแทรกบ้างบางรายการ)

ในขณะที่หมอลำในส่วนภูมิภาคนั้น เป็นหมอลำสังกัดสำนักงานหมอลำที่อยู่ในท้องถิ่น ลักษณะของหมอลำก็เป็นหมอลำที่ยังคงความเป็นศิลปะการแสดงพื้นบ้านเอาไว้มากพอสมควร และหมอลำที่ปรากฏในรายการที่ผลิตในส่วนภูมิภาคก็เป็นรายการเพื่อการโปรโมตหมอลำทั้งคณะ เพื่อให้คนรู้จักแล้วมาจ้างไปแสดง ดังนั้น เนื้อหาของรายการจึงเป็นหมอลำแบบพื้นบ้านมากที่สุด โดยการลำเป็นหมู่คณะ มีการแสดงโดยสวมบทบาทต่าง ๆ เช่น หมอลำเรื่อง หมอลำเพลิน(ที่มีการลำเป็นเรื่อง) และหมอลำกลอน ไปจนถึงหมอลำซิ่งซึ่งประยุกต์จากหมอลำกลอนอีกชั้นหนึ่ง ทั้งนี้ การผลิตรายการไม่ได้เน้นที่การเผยแพร่ทั่วประเทศ หากแต่เป็นการผลิตเพื่อให้คนในท้องถิ่นได้ชม ดังนั้น ไม่ได้เน้นที่ความหลากหลายของเนื้อหาและรูปแบบในการนำเสนอ เพื่อให้คนหลาย ๆ ระดับได้เลือกชมแต่อย่างใด

ทั้งหมดที่กล่าวมาในส่วนนี้ แสดงให้เห็นว่า กลยุทธ์การเลือกเนื้อหาและรูปแบบของหมอลำนั้นจะได้รับการกำหนดจากเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ เช่น ถ้าต้องเป็นรายการที่จะเผยแพร่ทั่วประเทศโดยผ่านช่องทางของโทรทัศน์ในส่วนกลางนั้น เนื้อหาจะเป็นหมอลำประเภทที่คนทั่วไปทั้งประเทศฟังได้ เช่น หมอลำเดิน หมอลำเพลิน ซึ่งเป็นหมอลำประยุกต์ แต่ถ้าเป็นหมอลำที่จะเผยแพร่ในส่วนภูมิภาคเท่านั้น เนื้อหาหมอลำจะเป็นหมอลำเรื่อง หมอลำกลอน ที่เป็นหมอลำแบบที่คนอีสานเท่านั้นจึงจะฟังได้รู้เรื่อง

#### ๔. เวลาและความถี่ในการออกอากาศ

ในส่วนกลางนั้น รายการหมอลำที่ผลิตอาศัยทุนมาก เพราะผลิตโดยค่ายเทปขนาดใหญ่ มีกำลังทรัพย์ในการผลิตรายการและซื้อเวลาสูง นอกจากนี้ ในส่วนกลางก็ยังมีโทรทัศน์หลายช่อง ทำให้สามารถเลือกสถานีที่จะออกอากาศได้มากมายหลายช่อง และเลือกเวลาออกอากาศได้บ่อยครั้งโดยมีเทคนิคการแลกคิวเวลากันระหว่างค่ายเทปแต่ละค่ายเพื่อการกระจายการออกอากาศรายการที่บริษัทตัวเองผลิตให้มากและบ่อยที่สุด เช่น มิวสิกวิดีโอหมอลำเพียงเพลงเดียวของบริษัทเดียว อาจจะสามารถปรากฏในรายการหลาย ๆ รายการในแต่ละวันได้

อนึ่งการที่สถานีช่องต่าง ๆ ในส่วนกลางนั้นได้เปิดเวลาไว้ให้ค่ายเทปต่าง ๆ ได้เข้าเพื่อการออกอากาศหรือผลิตรายการเพลงไว้หลายช่วงเวลาในแต่ละวัน ดังนั้นเวลาเพื่อการโปรโมตหมอลำจึงครอบคลุมในหลายช่วงเวลาของแต่ละวันด้วย

ประเด็นนี้ตรงกันข้ามกับรายการในส่วนภูมิภาคโดยสิ้นเชิง เพราะสถานีโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาคมีเพียงสถานีเดียว คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง ๑๑ กรมประชาสัมพันธ์ เขต ๑ จังหวัดขอนแก่น ทำให้ผู้ผลิตรายการคือสำนักงานหมอลำไม่สามารถเลือกสถานีที่จะออกอากาศได้หลายช่อง ยิ่งไปกว่านั้น เวลาที่จะออกอากาศก็มีน้อย จึงไม่อาจจะออกอากาศได้บ่อยครั้ง ทั้งยังไม่สามารถเลือกเวลาในการออกอากาศได้ เพราะสถานีเป็นผู้กำหนดช่วงเวลาเอาไว้ โอกาสที่รายการหมอลำในส่วนภูมิภาคจะได้รับการถ่ายทอดไปสู่ผู้ชมจึงมีน้อยลงไปอีก ดังนั้น สำนักงานหมอลำที่เคยนำหมอลำในสังกัดตัวเองมาออกอากาศจึงลดจำนวนลงจนเหลือเพียงสำนักงานเดียวในปัจจุบัน (เมษายน พ.ศ. ๒๕๔๑)

เมื่อเป็นเช่นนี้ก็แสดงว่า ช่องทางในพื้นที่ส่วนภูมิภาคเริ่มตีบตัน แต่กว้างขวางในระดับประเทศ ซึ่งเหมือนกับช้างที่หาที่อยู่ภูมิภาคอื่นไม่ได้ เพราะขาดแคลนปัจจัยสำคัญที่จะทำให้อยู่รอดได้ ดังนั้นจึงต้องออกตระเวนเข้าเมืองหลวง หมอลำก็เช่นเดียวกัน เมื่อไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างพอเพียงจากสื่อส่วนภูมิภาคด้วยเหตุผลดังกล่าวในตอนต้น และสื่อส่วนภูมิภาคเองก็ไม่ใช่ช่องทางที่กว้างขวางพอที่จะเผยแพร่หมอลำได้ ดังนั้นทั้งหมอลำก็ดีและค่ายเทปผู้ผลิตหมอลำก็ดี ต่างก็จำเป็นต้องเสาะแสวงหารูทางใหม่ ๆ ที่จะโปรโมตหมอลำให้ได้กว้างกว่าและหลากหลายกว่า

สื่อโทรทัศน์ในส่วนกลางจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ทั้งหมอลำและค่ายเทปเลือกใช้เพราะมีข้อได้เปรียบกว่าสื่อโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาคหลาย ๆ ประการ เช่น มีสถานีโทรทัศน์หลายช่องให้เลือกใช้ แต่ละช่องสามารถแพร่ภาพไปได้ทั่วประเทศ และช่วงเวลาออกอากาศในแต่ละวันของแต่ละช่องก็ยาวนานมากพอที่จะผลิตรายการหมอลำป้อนให้ได้หลาย ๆ รายการ

อย่างไรก็ตาม เมื่อค่ายเทพหมอลำและหมอลำๆได้เลือกใช้ช่องทางของสื่อโทรทัศน์ในส่วนกลางแล้ว ผลที่ตามมาคือ ทั้งรูปแบบและเนื้อหารายการ และตัวหมอลำ ตลอดจนวัตถุประสงค์ ก็พลอยเปลี่ยนไปด้วย จากเดิมที่สื่อโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาคเคยเสนอแต่ตัวหมอลำเป็นหมอลำพื้นบ้านและหมอลำแบบดั้งเดิม พอมาอยู่ในสื่อโทรทัศน์ในส่วนกลางก็เปลี่ยนเป็นหมอลำประยุกต์แบบกึ่งลูกทุ่ง รูปแบบและเนื้อหารายการของสื่อโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาคที่เคยมีแต่หมอลำเรื่องต่อกลอนและหมอลำที่ลำเป็นเรื่อง พอมาอยู่ในสื่อโทรทัศน์ในส่วนกลางก็เปลี่ยนเป็นหมอลำแบบมิวสิกวิดีโอและหมอลำแบบคอนเสิร์ต วัตถุประสงค์ของหมอลำที่เผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาคที่เคยมีเพื่อโปรโมตคณะหมอลำและเพื่อนำไปสู่การจ้างหมอลำไปแสดงในงาน พอมาเป็นหมอลำที่เผยแพร่ในสื่อโทรทัศน์ในส่วนกลางก็เปลี่ยนเป็นการโปรโมตหมอลำเป็นรายบุคคลและเพื่อโฆษณาขายเทพหมอลำ