

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “กระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมือง หลังยุคจรัล มโนเพ็ชร” นี้ มุ่งเน้น การศึกษากระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองและองค์ประกอบที่มีส่วนในการสร้างสรรค์เพลงคำ เมือง ทั้งระดับท้องถิ่น และระดับประเทศ โดยใช้ศึกษาเพลงคำเมืองหลังจรัล มโนเพ็ชร เสียชีวิต (พ.ศ. 2545 - 2551) ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3 ข้อ คือ

1. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างสรรค์และผลิตเพลงคำเมือง
2. เพื่อศึกษาการทำงานขององค์กร/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์เพลงคำ เมือง
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมเพลงคำเมือง

ระเบียบวิธีวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ( Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิง ลึก (Depth Interview) และการค้นคว้าข้อมูลงานวิจัยและเอกสาร บทความของนักวิชาการที่มี เนื้อหาเกี่ยวข้อง และได้สรุปผลการวิเคราะห์ในประเด็นต่างๆ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

#### สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4 โดยแบ่งเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ ของการวิจัยทั้ง 3 ข้อ ดังต่อไปนี้

#### วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 กระบวนการสร้างสรรค์และผลิตเพลงคำเมือง

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สรุปกระบวนการ สร้างสรรค์เพลงคำเมืองในระดับท้องถิ่น และ การสร้างสรรค์เพลงคำเมืองในระดับประเทศ ดังต่อไปนี้

##### 1. กระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองในระดับท้องถิ่น

กระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองในระดับท้องถิ่นนั้น ศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่นมี รูปแบบการเข้าสู่อาชีพ 2 แบบ คือ 1. ศิลปินที่สังกัดบริษัท มีสัญญาผูกมัดและระบบการแบ่ง ผลประโยชน์ระหว่างศิลปินกับบริษัทชัดเจน มีรายได้จากงานแสดงที่บริษัทเป็นผู้ประสานงานให้ และ 2. ศิลปินที่ไม่สังกัดบริษัทหรือศิลปินอิสระซึ่งอาจมีลักษณะลิขสิทธิ์ผลงานเป็นของตนเอง โดย มีผู้สนับสนุนเงินทุน แลกกับการมีตราสัญลักษณ์ (logo) ของผู้สนับสนุน บนปกซีดีผลงานของ ศิลปินนั้น ขณะที่ศิลปินอิสระบางคน จะรับจ้างร้องเพลงเป็นอัลบั้ม โดยไม่มีสัญญาผูกมัด มีรายได้ จากการรับจ้างบันทึกเสียงและแสดงมิวสิกวิดีโอ

การสรรหาศิลปินสำหรับบริษัทในระดับท้องถิ่นนี้ สามารถทำได้โดยเจ้าของบริษัท หรือ โปรดิวเซอร์ โดยไม่มีการกำหนดบุคลิกภาพศิลปิน การเลือกเพลงให้ศิลปินขับร้องจำนวน 10 เพลงในแต่ละอัลบั้ม จะมีสูตรสำเร็จว่าต้องเป็นเพลงเร็ว มีเนื้อหาแบบโคกเพลง หรือเพลงตลกก็เพลง กระบวนการสร้างสรรค์เพลงที่ไม่มีการปรุงแต่งบุคลิกภาพของศิลปิน ไม่มีขั้นตอนการพิจารณาที่ซับซ้อน ไม่มีการการประชุมหารือในบริษัท ทำให้อัลบั้มเพลงหนึ่งชุด ใช้เวลาประมาณ 2 สัปดาห์ ถึง 1 เดือนเท่านั้น อีกทั้งโปรดิวเซอร์สามารถตัดสินใจร่วมกับผู้บริหารบริษัทได้โดยตรงจึงทำให้การทำงานรวดเร็ว ทั้งนี้เพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายนั่นเอง

การสร้างสรรค์เพลงคำเมืองในระดับนี้ไม่ต้องวางแผนการตลาด เนื่องจากทราบพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายท้องถิ่นอยู่แล้ว เพียงแต่จะคำนึงถึงจังหวะในการวางเพลง ซึ่งควรเป็นช่วงก่อนเทศกาลรื่นเริงในท้องถิ่นเท่านั้น

รูปแบบในการสร้างสรรค์เพลงคำเมือง สามารถแบ่งได้ 4 รูปแบบ คือ

1. เพลงโฟล์คของคำเมือง มีรูปแบบของบทเพลง คนตรี บุคลิกภาพของศิลปินคล้ายคลึง จรัส มโนเพ็ชรและสุนทรี เวชานนท์ แต่ไม่ประสบความสำเร็จในระดับประกอบอาชีพได้
2. เพลงตลกคำเมือง เป็นบทเพลงที่มีบทล้อ สลับกับบทพูด เนื้อหาจะเน้นความสนุกสนาน เรื่องตลกขบขัน เรื่องเสียดสีสังคม บางเพลงมีเนื้อหาสองแง่สองง่ามบ้าง
3. เพลงลูกทุ่งคำเมือง เพลงที่มีวิธีการแต่งเพลงเป็นร้อยกรองและวิธีการร้องใช้ลูกคอ มีรูปแบบเพลงลูกทุ่ง แต่ขับร้องเป็นคำเมือง เพลงลูกทุ่งคำเมืองนี้ได้รับความนิยมมากที่สุด
4. เพลงคำเมืองแบบสตริงคอมโบ เป็นเพลงคำเมืองที่มีจังหวะเร็ว และนำเสนอในรูปแบบการแสดงคอนเสิร์ตบนเวที เน้นการโชว์แดนเซอร์เช็กชี จำหน่ายในรูปวีซีดีบันทึกการแสดงสด

วงการเพลงคำเมืองระดับท้องถิ่น มุ่งเน้นการสร้างความบันเทิงให้แก่ผู้ฟัง ทั้งในแง่ของสร้างความสนุกสนานด้วยเพลงตลก สร้างความบันเทิงด้วยการแสดงที่มีแดนเซอร์แต่งกายล่อแหลม เดินท่าขำขวย โดยผู้ผลิตมีทัศนคติว่า หากทางการตรวจสอบและให้หมายเลขทะเบียนอนุญาตให้เผยแพร่แล้ว ทุกอย่างจึงเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ ซึ่งผู้ฟังในท้องถิ่นก็นิยมนักร้องงานนอก ที่มีพฤติกรรมดังกล่าวพอสมควร นอกจากนี้ก็จัดรายการวิทยุชุมชนนิยมสร้างผลงานเพลงและเผยแพร่ในช่วงรายการของตนเองแต่คุณภาพเพลง คนตรี และการเรียบเรียงไม่ได้มาตรฐาน ทำให้เพลงไม่มีคุณภาพ ด้วยภาพลักษณ์ดังกล่าวส่งผลให้นักร้องงานนอกหรือแม้แต่ศิลปินท้องถิ่น มักไม่ได้รับการว่าจ้างให้ทำการแสดงในงานระดับจังหวัด อย่างไรก็ตามแม้ศิลปินอิสระบางกลุ่มที่สร้างสรรค์

ผลงานเพลงคำเมือง ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ได้ได้รับความนิยมนจากผู้ฟัง ทั้งนี้ศิลปินดังกล่าวยอมรับว่าไม่สามารถคาดหวังผลกำไรจากการสร้างผลงานได้

## 2. กระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองในระดับประเทศ

รูปแบบของศิลปินเพลงคำเมือง ในระดับประเทศ จะเป็นศิลปินที่สังกัดบริษัท มีสัญญาผูกมัดและระบบการแบ่งผลประโยชน์ระหว่างศิลปินกับบริษัทชัดเจน มีรายได้จากงานแสดงและยอดขายหน่วยผลงาน การสรรหาศิลปินไม่แตกต่างจากการสรรหาศิลปินจากท้องถิ่นมากนัก กล่าวคือผู้บริหารและโปรดิวเซอร์เป็นผู้สรรหาผู้มีความสามารถจากเวทีประกวดต่างๆ หรือคนรู้จักที่มีการร้องเพลงที่ดี แต่จะมีการกำหนดบุคลิกภาพหรือคัดแปลงบุคลิกภาพของศิลปินเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด

### รูปแบบในการสร้างสรรค์แบ่งได้ 3 รูปแบบคือ

1. เพลงโฟล์คซองเพื่อชีวิต คล้ายเพลงโฟล์คซองคำเมืองของจรัส มโนเพชร และสุนทรี เวชานนท์ในยุคหลัง คือ ใช้ภาษาไทยกลางและไม่มีเนื้อหาวิถีชีวิตชาวล้านนา คงไว้แต่บุคลิกภาพและเครื่องแต่งกายด้วยเสื้อผ้าแบบชาวเหนือ

2. เพลงลูกทุ่งคำเมือง เป็นรูปแบบที่แพร่หลายมากที่สุด มีทั้งการสร้างทำนองขึ้นใหม่หรือใช้ทำนองซอพื้นเมือง ใช้ภาษาไทยกลางปนคำเมือง มีการแต่งกายที่ใช้ผ้าปักชาวเขาเพื่อแสดงถึงความเป็นชาวเหนือ

3. เพลงคำเมืองเพื่อชีวิต มีการใช้แนวดนตรีและเนื้อเพลงคล้ายเพลงเพื่อชีวิต

การสร้างสรรค์ผลงานเพลงหนึ่งอัลบั้ม ใช้เวลาประมาณ 2 เดือนถึง 2 ปี ขึ้นอยู่กับความรีบเร่งในการวางแผน ซึ่งพิจารณาจากชื่อเสียงของศิลปิน ศิลปินที่มีชื่อเสียงได้รับความนิยม สร้างรายได้ให้แก่บริษัทจะมีความถี่ในการวางแผนปีละ 1-2 อัลบั้ม กระบวนการสร้างสรรค์จะต้องรวดเร็ว ใช้เวลาประมาณ 2 เดือน ขณะที่ศิลปินในลำดับต่อมาจะมีการผลิตการพิจารณาออกไปก่อนอย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะใช้เวลาเท่าไรจะยังคงมีขั้นตอนการพิจารณา การประชุมระดมความคิด โดยมีรูปแบบในการสร้างสรรค์เพลงคำเมือง เชื่อมโยงกับการวางแผนการตลาด อาจใช้ ในขั้นตอนการทำดนตรีจะมีการใช้โปรแกรมทดแทนดนตรีร่วมกับการบรรเลงเครื่องดนตรีจริงเพื่อให้เกิดอรรถรส โดยจะผลิตเพียง 2 เพลงเพื่อทดลองตลาดก่อน หากได้รับความนิยมจึงจะผลิตให้ครบ 10 เพลง การวางแผนการตลาดในระดับประเทศ นอกจากจะโอกาสทางการตลาด วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายก่อนที่จะสร้างผลงาน และให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์แล้ว ยังนิยมนำค่าใช้จ่ายและความเสี่ยงทางธุรกิจโดยการจัดหาผู้สนับสนุนศิลปิน เรียกว่า สปอนเซอร์ เพื่อสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการผลิตหรือรับเหมาผลงานของศิลปิน โดยแลกกับการที่ศิลปินไปเป็นพรีเซนเตอร์ผลิตภัณฑ์ให้

วงการเพลงคำเมืองระดับประเทศนั้น บริษัทอาร์สยาม จำกัด มีความโดดเด่นใน การสร้างสรรค์ผลงานเพลงคำเมืองมากที่สุด มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาการสร้างสรรค์เพลง และซื้อพื้นที่สื่อสื่อกระแสหลัก เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อโปรโมตสร้างกระแสความนิยมเพลงคำเมือง อย่างไรก็ตาม บริษัทส่วนกลางมักประสบปัญหาการลอกเลียนแบบเนื้อเพลง ทำนองเพลง และดนตรี จากบริษัทท้องถิ่น แม้เพลงคำเมืองจากส่วนกลางจะได้รับความนิยมระดับประเทศ แต่เป็นเพียงความ นิยมราว 5 ปี ไม่ได้มีความเป็นอมตะอย่างเช่นความนิยมของจรัล มโนเพ็ชร

## วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการทำงานขององค์กร/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์เพลงคำเมือง

องค์กรหรือบุคคลที่มีเกี่ยวข้องในการสร้างสรรค์เพลงคำเมือง ประกอบด้วย บริษัทหรือนายทุนอิสระ โปรดิวเซอร์ ครูเพลง/นักแต่งเพลง และศิลปินเพลงคำเมือง โดยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

**บริษัทหรือนายทุนอิสระ** จะเป็นผู้ลงทุนในการสร้างสรรค์ผลงานให้กับศิลปิน โดยข้อตกลงในการจัดสรรผลประโยชน์ระหว่างบริษัท/นายทุน กับศิลปินแตกต่างกันตามนโยบายของตนเอง มีบทบาทอย่างมากในการวางแผนบริหารผลงานศิลปิน ทั้งนี้มีวิธีการทำงานที่แตกต่างกัน เช่น บริษัทส่วนกลางมีระบบขั้นตอนในการผลิตผลงาน และมีค่าใช้จ่ายการลงทุนสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินสูง จึงมีความรอบคอบและคำนึงถึงความคุ้มค่า พร้อมทั้งมีนโยบายในการป้องกันตนเองจากความเสี่ยงทางธุรกิจ การปกป้องชื่อเสียงศิลปินและบริษัทจากผลงานเพลงที่หมิ่นเหม่ ขณะที่บริษัทระดับท้องถิ่น จะลดขั้นตอนในการพิจารณาผลงานโดยมีมุมมองว่าการพิจารณาหลายขั้นตอนยิ่งเพิ่มค่าใช้จ่าย และต้นทุนด้านเวลามากกว่า

**ครูเพลง / นักแต่งเพลง** ผู้ประพันธ์เพลงอาวโส มักเรียกตัวเองว่า ครูเพลง นิยมการแต่งเนื้อเพลงแบบกลอนแปด และใช้ทำนองไทยเดิม เนื้อหาของเพลงได้รับแรงบันดาลใจจากเหตุการณ์ใกล้ตัว หรือกระแสสังคม วิธีการแต่งเพลง จะแต่งเนื้อเพลงก่อนที่จะเลือกทำนองไทยเดิมภายหลัง ขณะที่ ผู้ประพันธ์เพลงยุคหลัง จะเรียกตนเองว่า นักแต่งเพลง มักไม่ยึดหลักการในการแต่งเพลง แต่เน้นถ้อยคำที่สละสลวย และสร้างสรรค์ทำนองใหม่ ไม่ว่าครูเพลงหรือนักแต่งเพลง มักไม่ได้เรียนในสาขาเกี่ยวกับการดนตรี วรรณกรรม อักษรศาสตร์ หรือด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษา แต่จะมีอาชีพใดอาชีพหนึ่งที่ข้องเกี่ยวกับบทเพลง

**โปรดิวเซอร์** มีบทบาทเกือบทุกขั้นตอนของการสร้างสรรค์เพลงคำเมือง นับตั้งแต่การสรรหาศิลปิน การคัดเลือกเพลงไปจนเสร็จสิ้นเป็นอัลบั้ม หากผู้บริหารบริษัทจะเข้ามาดูแลขั้นตอนใดด้วยตนเอง โปรดิวเซอร์ก็จะดูแลขั้นตอนต่อไป โปรดิวเซอร์สามารถสื่อสารกับผู้บริหารบริษัทเพื่อให้ได้ศิลปินและผลงานเพลงที่ตรงตามความต้องการ โปรดิวเซอร์เพลงคำเมืองในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศมีวิธีการทำงานและวิธีคิดที่แตกต่างกัน คือสามารถสื่อสารและทำงานร่วมกับผู้บริหาร ได้โดยตรงทั้งในเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ การสร้างสรรค์ผลงานจะเน้นความรวดเร็วและแนวเพลงสนุกสนานตามรสนิยมของผู้ฟังในท้องถิ่นบทบาทของโปรดิวเซอร์ระดับท้องถิ่นจะครอบคลุมไปถึงการถ่ายทำมิวสิกวิดีโอ การออกแบบปกซีดี และมีผลงานบางส่วนที่หมิ่นเหม่ต่อจริยธรรม

ในขณะที่โปรดิวเซอร์ในระดับประเทศจะทำงานร่วมกับผู้บริหารในเชิงนโยบาย โดยมีการประชุมทุกสัปดาห์เพื่อระดมความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน ด้วยขั้นตอนในการทำงานของบริษัทที่มากกว่าทำให้การสร้างสรรค์ผลงาน มีความรอบคอบและพิถีพิถัน บทบาทของโปรดิวเซอร์ส่วนกลางจะยุติหลังจากทำดนตรีเพลงแล้วเสร็จ ขั้นตอนถัดมา เช่น การถ่ายทำมิวสิกวิดีโอ จะทำได้เพียงให้คำแนะนำ หากทีมงานที่รับผิดชอบมาปรึกษา

ปัจจัยด้านครอบครัว การศึกษาและ สังคมในสถาบันการศึกษาส่งผลให้บุคคลที่มีอาชีพโปรดิวเซอร์มีความชื่นชอบและมีโอกาสทำงานสร้างสรรค์เพลงตั้งแต่ยังศึกษาอยู่ จนมีความเชี่ยวชาญในระดับมืออาชีพ โปรดิวเซอร์เพลงคำเมืองจะรู้จักกันตั้งแต่เมื่อครั้งศึกษาระดับอุดมศึกษาหรือ รู้จักกันตั้งแต่วัยรุ่น แต่โอกาสในชีวิตทำให้ได้ทำงานต่างสถานที่กัน

**ศิลปินเพลงคำเมือง** ศิลปินที่มีอายุ 30ปีขึ้นไปมักมีพื้นฐานด้านศิลปวัฒนธรรมทั้งจากครอบครัว และการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง จนมีพื้นฐานดนตรี ทำให้ได้มาอยู่ในสังคมของคนที่มีอาชีพเกี่ยวกับเพลงและดนตรี และก้าวสู่อาชีพนักร้องเพลงคำเมือง ในขณะที่ศิลปินเพลงคำเมืองรุ่นใหม่ จะไม่มีพื้นฐานความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม แต่เคยประกอบอาชีพอื่นๆในวงการเพลง เช่น แคนเซอร์ หรือ นักร้องงานนอก มาก่อนที่จะถูกทาบทามเข้าสู่วงการเพลงคำเมือง ศิลปินเพลงคำเมืองจะให้ความหมายของอาชีพตนเองว่าเป็นผู้ถ่ายทอดบทเพลง โดยใช้ภาษาเหนือ หรือมีเอกลักษณ์ความเป็นล้านนาอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทั้งสองอย่าง ผลงานต้องมีคุณภาพมีความเป็นศิลปะ จนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ โดยส่วนใหญ่จะมีความรู้สึกไม่ยอมรับนักจัดรายการวิทยุชุมชนที่ใช้เทคโนโลยีผลิตผลงานเพลงของตนเองว่าเป็นศิลปิน เพราะเห็นผลงานยังไม่ได้คุณภาพเพียงพอ

ศิลปินเพลงคำเมือง ตระหนักถึงบทบาทของตนเองที่มีต่อสังคม ทั้งในด้านการส่งเสริม สืบทอด และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของภาคเหนือ ด้านการทำหน้าที่ประสานงานระหว่างองค์กร

ต่างๆให้เกิดกิจกรรมที่น่าสนใจในสังคม เนื่องจากเห็นว่าตนเองสามารถชักจูงกลุ่มคนให้ทำกิจกรรมร่วมกันได้ นอกจากนี้ยังมีบทบาทด้านการทำงานเพื่อการกุศล และบทบาทในการกระตุ้นเตือนให้สังคมตระหนักหรือมองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้น บทบาทในประเด็นหลังนี้หากศิลปินหรือผู้แต่งเพลงขาดความเข้าใจต่อปัญหาที่ต้องการนำเสนอ จะทำให้สารที่ส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายผิดพลาดไปด้วย

ศิลปินเพลงคำเมืองจะมีรายได้แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับกระแสความนิยมและฐานะของกลุ่มเป้าหมายที่จ้างให้แสดงด้วย และมีความคาดหวังต่ออาชีพในระดับที่แตกต่างกัน หากสามารถประกอบอาชีพอื่นๆได้ จะคาดหวังเพียงชื่อเสียงและความสำเร็จในอาชีพศิลปินเพลงคำเมือง แต่สำหรับผู้ที่ยึดอาชีพนี้เป็นอาชีพหลักจะมีความคาดหวังสูง ในขณะที่หากมีผลงานหลายครั้งแต่ไม่ประสบผลสำเร็จก็เกิดความท้อแท้และจะไม่มี ความคาดหวังเลย

ระหว่างศิลปินเพลงคำเมืองที่มีสถานะต่างกัน จะมีทัศนคติระหว่างกันในประเด็นต่างๆที่ตนเองได้รับผลกระทบ เช่น ศิลปินระดับท้องถิ่นจะคิดว่า กระแสความนิยมของศิลปินส่วนกลางมีผลต่ออาชีพของตน ในขณะที่ศิลปินเพลงคำเมืองระดับประเทศและศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่นบางส่วน คิดว่า พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่นบางคน ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของตนเอง

### วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมเพลงคำเมือง

จากข้อมูลพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมเพลงคำเมืองในระดับท้องถิ่นและในระดับประเทศมีความคล้ายคลึงกัน แต่จะแตกต่างกันบ้างในรายละเอียดปลีกย่อย สรุปได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมเพลงคำเมืองในระดับท้องถิ่นมี 6 ปัจจัย ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เมื่อผู้ฟังประสบภาวะเครียดจากปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำ จะหันมานิยมฟังเพลงตลก 2. ปัจจัยด้านสังคม หรือรสนิยมของคนในสังคม กล่าวคือ เพลงที่จะได้รับความนิยมในท้องถิ่นนั้นมักเป็นเพลงที่ชาวบ้านสามารถนำไปร้องได้ในงานรื่นเริงต่างๆ 3. ปัจจัยด้านเนื้อหาเพลง จากปัจจัยข้อที่ 1 และ 2 การทำเพลงคำเมืองในระดับท้องถิ่น จึงมีลักษณะสนุกสนาน เฮฮาเป็นเพลงสไตล์สนุกสนาน เฮฮา และมีเนื้อหาเพลงที่สะท้อนตัวตนของคนในสถานะต่างๆในสังคม 4. ปัจจัยด้านโอกาสและจังหวะในการวางแผน มักจะวางแผนก่อนเทศกาลรื่นเริง 5. ปัจจัยด้านอิทธิพลของสื่อ การที่สื่อมวลชนเปิดเพลงใดเพลงหนึ่งบ่อยครั้ง เพลงนั้นจะประสบความสำเร็จมาก และได้รับความนิยม 6. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสื่อ ผู้ผลิตเพลงคำเมืองท้องถิ่นใช้วิธีการจ้างนักจัดรายการเปิดเพลงเพื่อให้ผู้ฟังได้ยินเพลงบ่อยๆจนคุ้นเคย และจดจำได้

3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมเพลงคำเมืองในระดับประศมี 5 ปัจจัย ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านสังคมโดยเฉพาะพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการได้รับความนิยมของเพลงคำเมืองระดับประเทศและเป็นปัจจัยที่บริษัทผลิตเพลงนำมาใช้ในการตัดสินใจสร้างสรรค์ศิลปินเพลงคำเมือง 2. ปัจจัยด้านอิทธิพลของสื่อ สื่อมีอิทธิพลอย่างมากในการที่จะส่งเสริมให้เพลงใดเพลงหนึ่งได้รับความนิยม โดยเฉพาะสื่อวิทยุและโทรทัศน์ การแข่งขันพื้นที่การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายจึงเกิดขึ้นในหมู่ศิลปินทั้งในสังกัดเดียวกันและต่างสังกัดกัน 3. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสื่อ เนื่องจากการใช้พื้นที่สื่อโทรทัศน์ในช่วงประมาณสูง บริษัทจึงมีการบริหารสื่อด้วยการเข้าเป็นเจ้าของสื่อ เช่น เคเบิลทีวี เพื่อที่จะสามารถใช้เวลาทั้งหมดในการเผยแพร่ผลงานเพลงของศิลปินได้อย่าง 4. ปัจจัยด้านตัวบทเพลง เนื้อเพลงควรที่จะสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วย 5. ปัจจัยด้านโอกาสและจังหวะในการวางแผง หากศิลปินใหม่หรือศิลปินที่ยังไม่มีชื่อเสียงมากนักมีผลงานเพลงตรงกับศิลปินทำเงินของบริษัทซึ่งบริษัทให้ความสำคัญมากกว่า จะทำให้ศิลปินใหม่ไม่มีพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์ผลงานเพลง ผู้ฟังจึงไม่รู้จักผลงานเพลง

## อภิปรายผลการวิจัย

### 5.2.1 กระบวนการสร้างสรรค์และผลิตเพลงคำเมือง

จากการศึกษาพบว่า กระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองในระดับท้องถิ่นและส่วนกลางมีความเหมือนและแตกต่างกันในบางประเด็น ในขณะที่ประเด็นหลักที่เหมือนกันก็มีความแตกต่างในรายละเอียด ดังนี้

ประเด็นที่มีความเหมือนกันคือ การสรรหาศิลปินและการคัดเลือกเพลงให้ศิลปิน ขับร้องในแต่ละอัลบั้ม โดยทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่นเจ้าของบริษัทหรือโปรดิวเซอร์เป็นผู้สรรหาศิลปิน แต่เพลงคำเมืองท้องถิ่นจะไม่มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพศิลปินในขณะที่เพลงคำเมืองระดับประเทศมีการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพศิลปินตามกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด สำหรับการคัดเลือกเพลงในแต่ละอัลบั้มนั้น ทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่นโปรดิวเซอร์จะมีบทบาทอย่างสูงเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เป็นเพราะกระบวนการในการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ ผู้บริหารและโปรดิวเซอร์มีอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจ

ประเด็นที่มีความแตกต่างกันในประเด็น การเข้าสู่อาชีพของศิลปินเพลงคำเมือง รูปแบบในการสร้างสรรค์เพลงคำเมือง การทำดนตรีจนเสร็จอัลบั้ม และการแผนการตลาดในการทำอัลบั้มเพลงให้ศิลปิน โดยกระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองระดับท้องถิ่นมีความซับซ้อน และการวางแผนน้อยกว่า เนื่องจากต้องการลดต้นทุนจากขั้นตอนในการสร้างสรรค์ เพลงคำเมืองที่ได้มี

รูปแบบเพลงคำเมืองดั้งเดิมมากกว่าเพลงคำเมืองในระดับประเทศ แต่มีการใช้ภาษาที่ไม่สุภาพปะปนอยู่

ทั้งนี้เนื่องจาก เพลงคำเมืองในท้องถิ่นนั้นมีพัฒนาการมาจากเพลงพื้นบ้าน คือ “ซอ” ซึ่งมีคำร้อง ทำนอง และดนตรีพื้นเมืองเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ทำหน้าที่สร้างความบันเทิงให้กับผู้คนในยามรื่นเริง และยามมีงานสำคัญของศาสนาและชุมชน เมื่อถึงเวลาในช่วงเย็นจะมีคำร้องที่สองแ่งสองงาม และการทำท่ายฝ่ายเพศตรงข้ามที่เป็นผู้ขับร้องคู่ (คู่ถ้อง) ในเรื่องเพศ หรือที่เรียกว่า ซอเก็บนก สร้างความสนุกสนานและความพึงพอใจให้กับผู้ฟัง จากนั้นจึงขอโทษผู้ฟังที่ผู้ขับร้องได้ใช้คำพูดไม่สุภาพ ซึ่งเป็นการขอโทษโดยมารยาทก่อนลงจากเวทีการแสดง

ต่อมา เมื่อมีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและการเปิดรับวัฒนธรรมเพลงจากภายนอก เพลงคำเมืองจึงถูกผลิตและดัดแปลงบนพื้นฐานของความชื่นชอบของผู้ฟังแบบดั้งเดิม ซึ่งผู้วิจัยขอกล่าวถึงการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองในระดับท้องถิ่น เพราะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเพลงจากซอพื้นบ้านดั้งเดิม มาเป็นวงดนตรีซอสดริ่งแบบธุรกิจรอบครัวและระบบแผ่นเสียง จนกระทั่งเข้าสู่ระบบธุรกิจแบบบริษัทที่มีเงินทุนหมุนเวียนมากกว่า จนทำให้ซอสดริ่งแบบครอบครัวหายไป และรูปแบบ การดำเนินกิจการแบบส่วนตัวหรือแบบครอบครัวจะกลายเป็นศิลปินลูกจ้างของบริษัท เพลง คำเมืองก็ทิ้งไว้ซึ่งความสนุกสนาน เฮฮา และอาจมีการใช้ภาษาในการแสดงที่ไม่สุภาพ ส่อไปทางเพศบ้าง แต่มีกระบวนการผลิตที่มีการบันทึกเสียง การทำดนตรีแบบใหม่ และการเผยแพร่ในวงกว้างที่แตกต่างกันไป จากเดิม ด้วยการจัดจำหน่ายในรูปแบบวีซีดี และเผยแพร่ด้วยสื่อวิทยุและการแสดงบนเวทีตามงานเลี้ยงสังสรรค์ต่างๆ

สอดคล้องกับการศึกษาของ ฉกาจ ราชบุรี (2536) ศึกษาเรื่อง ประวัติศาสตร์ธุรกิจ เพลงลูกทุ่งไทย พ.ศ. 2507-2535 พบว่า สามารถแบ่งยุคระบบธุรกิจเพลงลูกทุ่งในยุคแรกของการทำแผ่นเสียง คือ พ.ศ. 2507 เป็นปีกำเนิดเพลงลูกทุ่ง ระบบธุรกิจในยุคนี้แบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภท คือ

- 1.1 ธุรกิจแผ่นเสียง โดยมีสถานีวิทยุเป็นสื่อเผยแพร่ที่สำคัญ ธุรกิจแผ่นเสียงนอกจากจะตกอยู่กับนายทุนห้างแผ่นเสียงแล้ว ยังพบว่านักร้อง และนักประพันธ์ เพลงบางคน ก็ผลิตแผ่นเสียงออกจำหน่ายเองด้วย
- 1.2 ธุรกิจวงดนตรีลูกทุ่ง นับเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อนักร้องเพลงลูกทุ่งมากที่สุดเพราะเป็นแหล่ง รายได้ การทำวงดนตรีลูกทุ่งในระยะนี้ยังไม่ถูกแทรกแซง จากนายทุน นักร้องที่มีชื่อเสียงสามารถตั้ง วงดนตรีออก เดินสายไปแสดงได้ทั่วประเทศ ธุรกิจวงดนตรีในยุคนี้ เป็นธุรกิจแบบครอบครัวหรือ ควบกับศิษย์ ทั้งนี้ ช่วงระหว่าง พ.ศ. 2511-2520 มีการพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านเทปคาสเซต ซึ่งราคา ถูกง่าย และ สะดวกในการใช้ จึงได้รับความนิยมอย่าง

รวดเร็ว ส่งผลให้ระบบแผ่นเสียงเริ่มเสื่อมความนิยมลงไปเรื่อย ๆ ระบบนายทุน จึงเริ่มเข้ามาเกี่ยวข้องกับนี้ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน ตั้งแต่ พ.ศ. 2515 เป็นต้นไป ระบบธุรกิจวงดนตรีลูกทุ่ง ซึ่งเคยเป็นระบบธุรกิจแบบครอบครัวแบบครูกับศิษย์ ก็เริ่ม อ่อนตัวลงช่วงระหว่าง พ.ศ. 2521-2535 กระบวนการผลิตจนถึงมือผู้บริโภคนั้น ตกอยู่กับนายทุนทั้งสิ้น ทั้งนี้เพราะระบบเทปคาสเซตเป็นระบบที่ผลิตจำนวนมากเพื่อขาย ธุรกิจวงดนตรีลูกทุ่งในยุคนี้ธุรกิจ วงดนตรี เป็นของนายทุนทั้งหมด ระบบวงดนตรีแบบครอบครัวเสื่อมสลายไป ระบบธุรกิจวงดนตรีแบบบริษัทเข้ามาแทนที่ นักร้องมีหน้าที่ แค่เพียงนักร้องรับจ้างเท่านั้น

จะเห็นได้ว่าพัฒนาการของเพลงคำเมืองและเพลงลูกทุ่งไทยจะสอดคล้องกัน กล่าวคือ เกิดการเปลี่ยนแปลงด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบนายทุนในรูปแบบบริษัท และการผลิตในเชิงอุตสาหกรรม คือผลิตจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันและการใช้ต้นทุนสูง ทำให้ผู้สร้างสรรค์เพลงรายย่อยหายไปจากวงการเพลงนั่นเอง

อย่างไรก็ตาม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้สามารถบันทึกข้อมูลเพลงไว้ได้จำนวนมากและเก็บรักษาได้นาน และระบบนายทุนทำให้เกิดการผลิตจำนวนมากและ การส่งเสริมการขายจึงสามารถเผยแพร่ผลงานอย่างกว้างขวางมากขึ้น เพลงคำเมืองสามารถฟังได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยการควบคุมด้านสถานที่และเวลา ไม่สามารถควบคุมกลุ่มและวุฒิภาวะของผู้ฟังได้ ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วดังกล่าวอาจเป็นสาเหตุให้ผู้มีส่วนในการสร้างสรรค์เพลงเพลงคำเมือง ปรับแนวคิดไม่ทัน เพลงคำเมืองบางส่วนจึงยังมีรูปแบบภาษาและการแสดงเหมือนเมื่อครั้งเป็น เพลงพื้นบ้าน หรือ ซอ ซึ่งไม่เหมาะสมที่จะเผยแพร่ในบางโอกาส

เทคโนโลยีสารสนเทศในยุคที่ผู้คนต้องการความรวดเร็วและลดต้นทุนในการผลิต ยังทำให้เกิดโปรแกรมดนตรีขึ้น ซึ่งสามารถเล่นเสียงเครื่องดนตรีต่างๆได้เหมือนมาก โดยที่ไม่ต้องใช้ นักดนตรีมาบันทึกเสียง แต่หากผู้มีความรู้ได้ฟังเพลงดังกล่าวจะทราบทันทีว่าไม่ใช่ดนตรีสดและ ไม่ได้ชื่นชม การทำดนตรีในรูปแบบนี้ จากข้อมูลการสัมภาษณ์ Mr. Thomas ชาวเอ็นจีเนียร์จาก Tomasso studio อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่ชื่นชมเพลงที่ใช้โปรแกรมดนตรีแทนการ บันทึกเสียงสด เนื่องจากฟังแล้วไม่มีอารมณ์ของงานศิลปะ ปัจจุบันปรากฏความละเมียดละไมในการทำดนตรีสำหรับเพลงอยู่บ้าง คือการทำเพลงประกอบภาพยนตร์ เช่น คุณพ่อบรม สนิทวงศ์ ณ อยุธยา ทำเพลงและดนตรีประกอบภาพยนตร์ “คนไททิ้งแผ่นดิน” ให้กับบริษัท กันตนา จำกัด (มหาชน) ที่ต้องเดินทางไปบันทึกเสียงร้องเพลงท้องถิ่นถึง สิบสองปันนา หรือการนำนักดนตรี ภาคเหนือไปบรรเลงในห้องบันทึกเสียงในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเห็นว่ารูปแบบการทำงานที่

แตกต่างกันมากนี้ เกิดจากงบประมาณเป็นตัวแปรสำคัญ จึงเกิดโปรแกรมดนตรีขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ทำเพลงที่มีต้นทุนจำกัด

ประเด็นด้านเทคโนโลยีนี้ สอดคล้องกับการทำดนตรีที่ใช้ MIDI MIDI ย่อมาจาก Musical Instrument Digital Interface คือการผสมผสานเสียงของเครื่องดนตรีไฟฟ้า 2 เครื่องให้สามารถเล่นไปได้พร้อมๆ กัน เช่นต่อ Piano เข้ากับ Drum Machine คุณสามารถเล่นที่ Piano แล้วได้ยินเสียงกลองออกมาด้วย เช่น เล่น Note C2 (Middle C=C4) จะได้ยินเสียง Bass Drum, D2 จะได้ยิน Snare, F#2 จะได้ยิน Hi Hat ฯลฯ เป็นต้น

### การทำงานขององค์กร/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์เพลงคำเมือง

กระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมือง มีองค์กรและบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง 4 กลุ่ม ได้แก่ บริษัทหรือผู้ลงทุน ครูเพลง/นักแต่งเพลง โปรดิวเซอร์ และศิลปิน

จากข้อมูลที่ได้ผู้วิจัยเห็นว่า บริษัทหรือผู้ลงทุนนั้น สร้างสรรค์ผลงานเพลงโดยคำนึงถึงผลตอบแทนทางธุรกิจเป็นหลักโดยไม่คำนึงถึงความสวยงาม หรือสุนทรียะของเพลง ซึ่งพบทั้งในวงการเพลงคำเมืองท้องถิ่นและเพลงคำเมืองระดับประเทศ ในลักษณะที่แตกต่างกัน โดยอ้างถึงการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจเป็นหลัก ซึ่งหมายถึงผลกำไรนั่นเอง แม้จะมีการเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเสนอผลงานและแนวความคิดได้ แต่การตัดสินใจเด็ดขาดก็ยังอยู่ที่บริษัทหรือผู้ลงทุนอยู่นั่นเอง ดังนั้นไม่ว่าครูเพลง นักแต่งเพลง โปรดิวเซอร์ หรือศิลปินจะเสนอแนวคิดหรืองานแนวที่แตกต่าง หากผู้บริหารไม่เห็นด้วย ก็ไม่สามารถที่จะสร้างสรรค์งานได้ งานเพลงที่ออกสู่ตลาดจึงมีลักษณะซ้ำไปมา และเน้นความสนุกสนานเป็นหลัก ตามที่ ธเนศวี เจริญเมือง (2546 : 25-67) ระบุไว้ว่ามีบทเพลงลักษณะท้องถิ่นนิยม สัจนิยม มนุษยนิยม หรือลักษณะไฟหาคณธรรม ความดีงามและ ให้กำลังใจแก่ชีวิต (ตามรายละเอียดหน้า 39) พบว่าเพลงคำเมืองภายใต้การควบคุมของบริษัท มีลักษณะมนุษยนิยม กล่าวถึงความรักในแง่มุมต่างๆ ของมนุษย์

การคำนึงถึงความต้องการของผู้ฟังเป็นหลัก ทำให้เพลงคำเมืองจากกระบวนการสร้างสรรค์ในระดับท้องถิ่นส่วนใหญ่เน้นความสนุกสนาน มีเรื่องราวเกี่ยวกับสามี ภรรยา ในด้านลบ ที่ไม่ส่งเสริมสถาบันสังคม หรือพฤติกรรมการดื่มสุรา ใช้ภาษาสองแง่สองง่าม และมีการแสดงของแดนเซอร์ที่ยั่ววน ผลิตซ้ำไปมา

สอดคล้องกับการศึกษาของสมกมล ลิ้มปิจัย (2532) พบว่า เจ้าของเงินทุนนั้น คำนึงถึงกำไรขาดทุนมากกว่าศิลปะ และมีผลทำให้ศิลปินไม่ว่าจะเป็นผู้แต่งเพลงหรือนักร้องถูกจำกัดเสรีภาพในการสร้างสรรค์ตามไปด้วย ผลงานที่ออกมา คือ เพลงมีลักษณะซ้ำซาก ทั้งนี้เพราะ

คุณภาพเพลงไม่ได้อยู่ที่สาระของเพลง หากแต่อยู่ที่ตลาดผู้ฟัง เพลงแบบใดก็ตามถ้าผู้ฟังชอบก็ถือว่าเป็นเพลงที่ใช้ได้ ด้านผู้ฟัง เนื่องจากรสนิยมของผู้ฟังถูกดึงให้ต่ำลงเพราะแทนที่เพลงจะทำหน้าที่ในการยกระดับรสนิยมของผู้ฟังกลับกลายเป็นรสนิยมของผู้ฟังจึงมาตรฐานเพลงให้ต่ำลงมาทุกที เช่น ผู้ฟังจะดูมากกว่าดนตรี เป็นต้น

### ปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมเพลงคำเมือง

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลของสื่อ มีผลต่อความนิยมของเพลงคำเมือง ไม่ว่าจะเป็นเนื้อเพลงจะมีคุณค่า คุณภาพเสียงร้องและดนตรีจะดีหรือไม่ หรือสภาพเศรษฐกิจจะเป็นเช่นไร หากมีการใช้สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในช่องทางต่างๆแล้ว เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับฟังเพลงคำเมืองนั้นบ่อยครั้งเพลงดังกล่าวก็จะได้รับความนิยม โดยการใช้สื่อเพื่อสร้างความนิยมต่อเพลงคำเมืองในระดับท้องถิ่น จะคำนึงถึงงบประมาณเป็นหลัก และเน้นช่องทางการใช้สื่อวิทยุ เนื่องจากมีเงินทุนน้อยกว่า ในขณะที่สร้างความนิยมต่อเพลงคำเมืองในระดับประเทศ จะเน้นช่องทางโทรทัศน์ และวิทยุ โดยมุ่งการเป็นเจ้าของสื่อด้วย เพราะมีเงินทุนและสายป่านทางธุรกิจมากกว่า

สอดคล้องกับการศึกษาของ สมกมล ลิ้มปัสัย (2532) ที่พบว่า ลักษณะสำคัญอีกประการของธุรกิจเทปเพลงไทยสากล คือ ในอดีตหากกระบวนการผลิตดี การจัดจำหน่ายก็จะดีไปด้วย ภายหลังปี พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา แม้กระบวนการผลิตจะไม่ดี แต่หากกระบวนการในการส่งเสริมดี จะส่งผลต่อการจัดจำหน่ายอย่างมาก จากเหตุผลที่มีการส่งเสริมเทปเพลงอย่างมากมายนี้เอง ทำให้ผู้ฟังได้ฟังเพลงอย่างซ้ำซาก จำเป็นต้องชอบ และนิยมไปเองในท้ายที่สุด

สอดคล้องกับวิชา ประดิษฐ์ผลพานิช (2007) ที่กล่าวถึงแนวคิดด้านการสื่อสารพัฒนาว่า

- นวัตกรรมได้ถูกส่งผ่านจากแหล่งสารหรือผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านช่องทางการสื่อสารโดยมีเกณฑ์ในการเลือกใช้สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร เช่น มีสื่ออะไรให้เลือกบ้างสื่อใดเข้าถึงประชาชนมากที่สุดโดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด หรือสื่อใดมีอิทธิพลมากที่สุด เป็นการพิจารณาอิทธิพลของสื่อแต่ละชนิดที่มีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารมากที่สุด

ผู้วิจัยเห็นว่านอกจากผลกระทบจากสื่อมวลชนดังกล่าวแล้ว การที่สื่อมวลชนสื่อสารในสิ่งเดิม ซ้ำไปซ้ำมา ให้กับผู้รับสาร จะสร้างค่านิยมว่าสิ่งนั้นเหมาะสม หรือเรื่องปกติ เป็นที่ยอมรับ

ได้ หรือสามารถทดแทนช่องว่างภายในจิตใจได้ ในกรณีของเพลงคำเมืองนั้น สะท้อนจากมุมมองการฟังเพลงคำเมืองของผู้ฟัง ที่ผู้วิจัยได้ไปสัมภาษณ์เพิ่มเติม เช่น

จากการสนทนากลุ่ม ข้าราชการครู เพศชาย 3 คน แสดงความเห็นว่ “เพลงตลกกลามจะคลายเครียด จริงๆในอดีช่วงซอกก็มีซอกเก็บนก ที่มีเนื้อหาสองแง่สองง่ามอยู่แล้ว และชาวบ้านในชนบทจะชอบ แต่เพราะซอกมีหลายรูปแบบคนฟังจะขึ้นชอบปฏิกานของช่วงซอกมากกว่า สำหรับการแสดงร้องเพลงคำเมืองที่มีการเดินยั่วยวน เซ็กซี่ ในปัจจุบันก็มักจะเอาไปเปิดในงานศพ ในช่วงดึก แทนการฉายหนังไป”

สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ ของเจ้าของวงดนตรีรับจ้างตามงานทั่วไป กล่าวว่า “เพลงคำเมืองที่ดึๆก็ฟัง แบบดึดำในความไพเราะ แต่สำหรับเพลงที่มีเนื้อหาหมิ่นเหม่ก็ฟังเพื่อความสนุกสนาน อย่างไรก็ตามคิดว่าผลงานเพลงที่ขัดต่อศีลธรรมมีผลต่อภาพลักษณ์ของคนล้านนา แต่วงดนตรีของตนเองไม่อนุญาตให้ักร้องงานนอก ให้ผู้ชมลวงเกินจับต้องร่างกายเพราะ ไม่เหมาะสม ทั้งนี้เคยสอบถามนักร้องดังกล่าวทำไมจึงมีพฤติกรรมแบบนี้ ได้คำตอบว่า เงินที่ได้จากการให้ลัวงหน้าอกมากกว่าค่าจ้างร้องเพลง”

ด้านผู้ฟังเพลงคำเมืองและเจ้าของร้านอาหาร ย่านถนนประชาสัมพันธ์ ตำบลช้างคลาน จังหวัดเชียงใหม่ มีความเห็นสอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟังข้างต้นว่า ศิลปินเพลงคำเมืองแบ่งได้ 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่มีสร้างสรรค์ผลงานเพลงที่มีความสวยงามทางด้านภาษาและดนตรีซึ่งถูกคาดหวังว่าจะเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมล้านนา กับศิลปินอีกกลุ่มหนึ่งที่บทเพลงเน้นความสนุกสนาน มีภาษาไม่เหมาะสมบ้าง ก็ไม่ได้ตำหนิเพราะกลุ่มนี้ผลิตเพลงมาเพื่อความบันเทิงเท่านั้น

จากทัศนคติของผู้ฟังที่มีต่อเพลงคำเมืองข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่า การที่บริษัทผู้ผลิตเพลง ในบทบาทขององค์กรผู้ผลิตสื่อ (เพลง) ทำหน้าที่สร้างผลงานเพลงคำเมืองที่เน้นความสนุกสนานมากเกินไป จนผู้ฟังมีทัศนคติว่า ฟังเพลงแล้วคลายเครียดจนมองข้ามปัญหาต่างๆในสังคมที่มีอยู่แล้วจากปัจจัยอื่นๆ และปัญหาที่อาจเกิดจากเพลงคำเมืองที่ขาดการรับผิดชอบต่อสังคมนี้ ในขณะที่สื่อมวลชนแขนงต่างๆ กลับเผยแพร่บทเพลงเหล่านี้ และสังคมยังเปิดพื้นที่ให้การแสดงที่ไม่เหมาะสมโดยมีเด็กและเยาวชนเป็นผู้ชม ซึ่งเป็นการสร้างค่านิยมและการครอบงำทางความคิดว่าสิ่งเหล่านี้เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับ อาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่เกิดปัญหาสังคมในด้านการประพฤติปฏิบัติตนของผู้หญิง และ การขาดความเคารพในกรอบวัฒนธรรมประเพณี

สอดคล้องกับ ข้อเขียนของ กาญจนา แก้วเทพ ( 2547 : 76-78 ) ที่กล่าวว่าระบบทุนนิยมสมัยใหม่ ใช้การโฆษณากระตุ้นการบริโภค และเติมช่องว่างในความแปลกแยกของมนุษย์ การโฆษณาทำให้เชื่อว่าความต้องการของคนสามารถบรรลุเป้าหมาย เช่น เครื่องเสียงดีๆช่วยให้เหงาได้ เป็นต้น การบริโภคและการโฆษณา รวมถึงผลงานจากสื่อมวลชน ทำให้คนเราหลบหนี (Escapist) จากปัญหาที่แท้จริง ไม่ใส่ใจกับการวิเคราะห์ต้นตอของปัญหา ที่มีรากเหง้ามาจากโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งหันมาใช้วิธีการแก้ปัญหาด้วยการเสพสื่อเพื่อผ่อนคลายเป็นระยะ เพื่อหลีกเลี่ยง การแก้ไขปัญหาด้านรูปแบบชีวิตและสังคม

นอกจากนี้ผู้วิจัย เห็นว่า เพลงคำเมืองที่ถูกสร้างสรรค์ด้วยบุคคลกลุ่มเดิมๆที่มีแนวคิดมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคท้องถิ่น โดยไม่ปรารถนาในการยกระดับสนิยมของผู้ฟัง ทั้งยังนำเสนอประสบการณ์ต่างๆผ่านบทเพลง เช่น ความขัดแย้งระหว่างสามี ภรรยา เรื่องชู้สาว การดื่มสุรา การใช้ยาจากาบจ้างสตรีเพศ ฯลฯ เหล่านี้เป็นเรื่องปกติและยอมรับได้ เป็นการให้ประสบการณ์ที่ไม่เป็นผลดีแก่ผู้ฟัง และก่อให้เกิดแนวคิด ความเชื่อผิดๆ เช่น หากผิดหวังในความรัก ต้องดื่มเหล้ากลายเป็นจ๊มา เป็นต้น ซึ่งผลกระทบดังกล่าวจะตกอยู่กับผู้ฟัง และคนรอบข้าง

สอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ ( 2547 : 69-70 ) กล่าวว่า สัดส่วนความรู้ความคิดที่รับมาจากผู้อื่นนั้น จะมากกว่าความรู้จากประสบการณ์โดยตรง โดยเฉพาะในสังคมยุคข้อมูลข่าวสารปัจจุบัน สื่อทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดความคิดให้กับคนในสังคม ซึ่งบางอย่างไม่เป็นประโยชน์ต่อตัวเราเอง แต่เรากลับยอมรับไว้ เรียกว่า “จิตสำนึกที่ผิดพลาด” และกระบวนการสร้างความคิดดังกล่าวเรียกว่า “การครอบงำทางความคิด ”

นอกจากนี้ จิลเลอร์ เฮอร์เบิร์ต ไอ ( 2544 : 87) กล่าวว่า ปัจจัยพื้นฐานในการนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้อีกคือ การแสวงหากำไรนั่นเอง แท้จริงแล้วความไม่รู้เกี่ยวกับผลที่ตามมาเป็นความไม่ใส่ใจในความสูญเสียทางสังคม ผลกระทบเหล่านี้ตกอยู่กับสังคมไม่ใช่ผู้ผลิต

#### ความบกพร่องในการใช้ภาษาที่พบในเพลงคำเมือง

ผู้วิจัยวิเคราะห์ประเด็นนี้ ทั้งกระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองในระดับท้องถิ่น และระดับประเทศ ดังนี้

วงการเพลงคำเมืองท้องถิ่น จะสร้างสรรค์ผลงานเพลงคำเมือง ที่เน้นความสนุกสนาน ใช้ภาษาสองแง่สองง่ามตลอดจนการผลิตผลงานลักษณะคอมโบที่มีแดนเซอร์แต่งตัวและเต้น

ช่วยวน ซึ่งผู้ผลิตอ้างว่าสร้างสรรค์ ตามรสนิยมของผู้ฟัง เพราะหากผลิตงานเพลงผิดไปจากนี้ก็จะไม่สามารถจำหน่ายได้ และไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรม

ในขณะที่วงการเพลงคำเมืองระดับประเทศ แม้จะไม่ได้มีความหมั่นหมั่นทางด้านภาษาและการแสดงที่ลือเลื่อง แต่การใช้ดนตรีร่วมสมัยสอดแทรกจนแทบจะไม่หลงเหลือดนตรีพื้นเมือง ในบทเพลง ทำให้ขาดอรรถรสของเพลงคำเมือง แม้จะมีการใช้ภาษาคำเมืองปะปนกับภาษาไทยกลาง แต่ในขณะเดียวกันก็เกรงจะไม่ได้มีความเป็นเมืองเหนือในบทเพลง เพลงคำเมืองในระดับประเทศจึงใช้ คำเมืองจำนวนน้อยแต่สามารถสื่อได้ว่าเป็นคำเมืองโดยไม่เข้าใจความถูกต้องของภาษาและวิธีการใช้ ปัญหาที่พบคือเกิดความผิดพลาดด้านวรรณกรรมขึ้น เช่น ในเพลงเปิดใจสาวแต่ ที่ใช้ทำนองชอละม้าย แต่คำลงท้ายของเนื้อเพลง “นี่ละนอ นนอละนาย” เป็นคำลงท้ายของทำนองชอตั้งเชิงใหม่ เป็นต้น

ความบกพร่องของการใช้ภาษาดังกล่าว นอกจากการมุ่งเน้นผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นหลักแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่าน่าจะมาจากการที่ครูเพลงหรือนักแต่งเพลงขาดทักษะ หลักการ และความรู้ความเข้าใจด้านภาษาโดยเฉพาะผู้แต่งเพลงคำเมืองให้กับบริษัทเพลงส่วนกลาง ที่เน้นจุดขายด้านวัฒนธรรมและคำเมืองแปลกใหม่ แต่ขาดความเข้าใจในด้านรูปแบบของคำที่ใช้ในร้อยกรองท้องถิ่นที่มีแตกต่างกัน เมื่อเผยแพร่ให้กับกลุ่มผู้ฟังที่ไม่มีความรู้ด้านนี้มาก่อน ก็จะเข้าใจว่ารูปแบบร้อยกรองที่ปรากฏในเพลงเป็นสิ่งที่ถูกต้อง

สอดคล้องกับวิบูลย์ศรี (2526 : 186) กล่าวว่า มีการใช้ภาษาในเพลงคำเมืองที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ การใช้คำและสำนวนที่จำเจ การใช้คำผิดบริบทและผิดกาลเทศะ การใช้ภาษาถิ่นปนภาษาอื่น การใช้คำที่มีความหมายผิดไปจากเดิม

กรณีการ พวงเกษม (2535 : 30-32) กล่าวว่า การใช้คำทับศัพท์ ความบกพร่องใน การใช้ภาษาในเพลงคำเมือง ส่งผลให้เด็กและเยาวชนเกิดการเลียนแบบและนำไปใช้โดยไม่รู้ว่าสิ่งนั้นถูกต้องหรือไม่ ทั้งการพูด การเขียน ซึ่งพบปัญหาว่าเด็กและเยาวชนใช้คำหยาบ คำแสดงหรือคำที่ใช้ในกลุ่มของตน เลียนแบบเพลงคำเมือง

จากข้อสังเกตเรื่องความบกพร่องด้านภาษาในเพลงคำเมืองข้างต้น สอดคล้องกับบทความของ ทรงศักดิ์ ปรางวัฒนากุล (2525 : 43) ว่า การเสื่อมสลายของเพลงคำเมืองพื้นบ้าน เกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือ ปัจจัยภายใน ได้แก่ ลักษณะเฉพาะของเพลงคำเมืองที่ยากต่อการสืบทอด ไม่มีโครงสร้างหรือหลักเกณฑ์ตายตัว ผู้ได้รับการสืบทอดต้องมีการฝึกฝนอย่างมาก เพราะการตั้งสอนใช้วิธีมุขปาฐะและความทรงจำ ไม่มีบันทึกลายลักษณ์อักษร คนรุ่นใหม่จึงหันไปศึกษาเครื่อง

ดนตรีสมัยใหม่แทน ด้านปัจจัยภายนอก คือเพลงคำเมืองจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิตชาวบ้าน เมื่อวิถีชีวิตเปลี่ยนไปก็จะเป็นเหตุที่ทำให้เพลงคำเมืองเปลี่ยนแปลงและเสื่อมสูญไปด้วย รวมถึงกระแสวัฒนธรรมจากภาคกลางและจากตะวันตกลดความนิยมไปตามลำดับ โดยมีเพลงของภาคกลางและเพลงสากลเข้ามาแทนที่

การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสมของเพลงคำเมืองในระดับท้องถิ่น ยังสอดคล้องกับการใช้ภาษาไม่เหมาะสมในเพลงลูกทุ่งที่ผลิตโดยไม่มีสังกัด เช่นกรณีข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ ซึ่งเว็บไซต์กระปุก นำมาสรุปข่าวอีกครั้ง กล่าวว่า เพลงลูกทุ่งได้คืน ของศิลปิน "พัทลุง" ซึ่งมีเพลง "หนุ่มซัดว่า สาวตกเบ็ด" ที่มีทำนองแดนซ์สนุกสนานในสไตล์ลูกทุ่ง ซึ่งเมื่อฟังแล้วจะคล้ายๆ กับเพลง "หนุ่มนาข้าว สาวนาเกลือ" แต่เนื้อเพลงเป็นของที่แต่งขึ้นใหม่ ซึ่งถือว่าล่อแหลมมาก โดยเป็นเพลงร้องชายหญิง โดย อ.สุรินทร์ ภาคศิริ ครูเพลงลูกทุ่งชื่อดังกล่าวถึงกรณีนี้ว่า สำหรับเพลงลูกทุ่งนั้น ตามปกติจะมีเพลงที่ล่อแหลมออกมาบ้าง เป็นแบบสนุกสนาน แต่จะใช้คำเปรียบเปรย ไม่ใช่คำตรงๆ แบบนี้ "ยังทำออกมาแบบนี้ ก็เหมือนยังทำร้ายวงการเพลงลูกทุ่งไทย พวกนี้เราต้องประณาม มันไม่ใช่เพื่อความสนุกสนาน แต่เป็นการทำลาย ทุกฝ่ายต้องช่วยกันดูแล เพลงได้คืนขายทั่วไปไม่ได้ ก็ไปขายหรือให้ดาวน์โหลดกันในอินเทอร์เน็ต การปราบปรามคงยาก เพราะฉะนั้น ดีเจเปิดเพลงหรือคนฟังต้องช่วยกัน ไม่ใช่ไปสนับสนุน วงการเพลงลูกทุ่งไทยจะได้ไม่แย่ง"

### ความขัดแย้งที่ปรากฏในความนิยมเพลงคำเมือง

จากการศึกษา แม้เพลงคำเมืองบางส่วนจะมีข้อบกพร่องบ้าง แต่เพลงคำเมืองยังคงมีคุณค่า แม้บุคคลที่มีส่วนในการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองจะต้องคำนึงถึงผลตอบแทนทางการตลาดมากกว่าจรรยาบรรณ หรือความรับผิดชอบต่อสังคม บางท่านมีความเข้าใจดีต่อผลกระทบต่องานสังคม แต่ด้วยระบบทุนนิยมที่มนุษย์ต้องพึ่งพาเงินในการดำรงชีวิต และการบริหารจัดการสังคมเชิงโครงสร้างมานาน ทำให้ระบบทุนนิยมและการบริหาร เชิงโครงสร้างดังกล่าว ส่งผลต่อความขัดแย้งด้านจิตสำนึก ความคิด และการตัดสินใจของบุคคลเหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นการขัดแย้งภายในตนเองหรือการขัดแย้งระหว่างชนชั้นในสังคม

ในกรณีการขัดแย้งภายในตนเอง ซึ่งตกอยู่ภายใต้ระบบคิดแบบทุนนิยม วัตถุนิยม และการบริหารเชิงโครงสร้างแบบบนลงล่าง ให้การพิจารณาความถูกต้องเหมาะสมของเพลงเป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐ เช่น ผู้มีส่วนในการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองในระดับท้องถิ่นมีความรู้และเข้าใจด้านจรรยาบรรณสื่อเป็นอย่างดี แต่ความจำเป็นด้านการเลี้ยงชีพ จึงต้องสร้างสรรค์ผลงานที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และเห็นว่าหน้าที่ในการตรวจสอบ เป็นของหน่วยงาน

ที่พิจารณาให้เลขอนุญาตจำหน่ายซีดีหรือวีซีดี (เลข กท) ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรม หากอนุญาตให้เลขที่อนุญาตจำหน่ายแล้ว ภาพหรือเนื้อเพลงที่ปรากฏก็น่าจะอยู่ในเกณฑ์ที่สังคมรับได้

สอดคล้องกับ คำให้การของนักร้องงานนอก (ไม่เปิดเผยชื่อ) อายุ 28 ปี มีอาชีพหลักคือเป็นลูกจ้างรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง เงินเดือนอยู่ในหลักพัน กำลังศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิตในสถาบันอุดมศึกษาแห่งหนึ่ง โดยกลางคืนจะมีอาชีพเสริมเป็นนักร้องงานนอก และมีพฤติกรรมให้ผู้ชมสัมผัสร่างกายแลกกับการให้เงินที่ใส่ในเสื้อชั้นใน กล่าวว่า “รายได้จากการเป็นนักร้องงานนอก ในแต่ละเดือนอยู่ในหลักหมื่น มากกว่าเงินเดือนที่ได้จากอาชีพหลัก รายได้ส่วนนี้นำไปซื้อรถยนต์ ซิดาน เปลี่ยนโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ และจ่ายค่าเทอม โดยส่วนตัวไม่คิดว่าเสียหายเพราะมารดา ก็ชื่นชมที่ตนเองสามารถมีรายได้มาก เลี้ยงดูท่านได้ นักร้องงานนอกที่ร้องเพลงอย่างเดียวก็จะได้เงินเพียงวันละ 500 เท่านั้น และที่ทำงานหรือสังคมนอกวงการเพลงค่าเมืองก็ไม่ได้รู้ว่าตนเองรับจ้าง ร้องเพลงด้วย”

ในขณะที่ความขัดแย้งระหว่างชนชั้น ปรากฏให้เห็นทั้งในกลุ่มศิลปินเพลงคำเมือง และสื่อมวลชน โดยศิลปินที่ให้ความสำคัญด้านคุณภาพและคุณค่าของบทเพลง มีความรู้สึกไม่ดีต่อการสร้างสรรค์เพลงลูกทุ่งคำเมืองที่มีเนื้อหาหมิ่นเหม่ต่อศีลธรรม หรือลอกเลียนแบบเพลงเนื่องจากส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ศิลปินเพลงคำเมืองโดยรวมนั้น ขัดแย้งกับแนวคิดของนักร้องที่มีผลงานเพลงข้างต้น โดย ศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่น (ไม่เปิดเผยชื่อ) เพศชาย อายุ 32 ปี ร้องเพลงที่เลียนแบบทำนองจากเพลงดังจากส่วนกลาง และแปลงเนื้อเพลงให้มีลักษณะสองแง่สองง่าม และส่อไปในเรื่องเพศกล่าวว่า “บางเพลงที่เนื้อหาเพียงแค่ทะเล่ถึงเรียกเสียงหัวเราะก็สามารถร้องได้อย่างสบายใจ แต่บางเพลง ที่เนื้อหารุนแรงมากก็ไม่ค่อยสบายใจ เพราะเกรงว่าจะต้องพบกับเจ้าของผลงานเพลงตัวจริงใน สักวัน แต่เท่าที่ร้องเพลงมายังไม่เคยเจอกัน ทั้งยังได้รับความนิยมทั้งซีดีและงานจ้างให้ไปแสดง ทำให้มีรายได้ดี ต่อไปก็คงทำงานเพลงแนวนี้ไปอีก เพราะถูกใจชาวบ้าน แม้แต่ข้าราชการยังซื้อผลงานของตนเอง” ศิลปินชายดังกล่าวไม่คิดว่า งานเพลงของตนจะมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์วงการเพลงคำเมือง เพราะศิลปินที่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว ก็ยังมีงานอยู่ ส่วนคนที่งานลดลงน่าจะเป็นเรื่องกระแสความนิยมลดลงด้วย และในวงการเพลงคำเมืองท้องถิ่นก็มีศิลปินหลายคนที่มีผลงานเพลงในรูปแบบเดียวกับตน

ด้านสื่อมวลชนนั้น พบว่าสื่อมวลชนในกลุ่มวิทยุชุมชน ซึ่งเข้าถึงประชาชนในระดับรากหญ้าได้มากกว่า สื่อมวลชนวิทยุที่สังกัดหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน จะเปิดเพลงโดยคำนึงถึงความสนุกสนานเป็นหลัก และสื่อมวลชนกลุ่มนี้จะรับค่าจ้างเปิดเพลงจากผู้ผลิตเพลงคำเมือง

ท้องถิ่นด้วย เมื่อรับค่าจ้างมาแล้วก็จะเปิดเพลงให้ไม่ว่ารูปแบบเพลงจะเป็นอย่างไร ในขณะที่สื่อมวลชนนักจัดรายการวิทยุ คุณเดือน อินตะ นักจัดรายการวิทยุ สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ในอดีตจัดรายการรอบเวียงเชียงใหม่ ที่สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (ส.ว.ท) เชียงใหม่ ซึ่งเป็นรายการเพลงคำเมือง ที่มีผู้ฟังหลากหลายวัย ตั้งแต่เด็กถึงผู้สูงอายุ กล่าวว่า “ตนเองและคุณวีระอนงค์ (นักจัดรายการร่วม) มีแนวคิดที่จะไม่เปิดเพลงที่หมิ่นเหม่ขัดศีลธรรม เช่น ฮักแม่แม่เลี้ยง, เปิดกระโปรงสาวแต่ หรือ เพลงเกี่ยวกับความสุขของผู้ดื่มสุรา เช่น ขี้เหล้ามักไมค์, ขี้เมาสามซ่า ฯลฯ เพราะตระหนักถึงจรรยาบรรณวิชาชีพ ซึ่งหลักเกณฑ์ดังกล่าวเกิดจากจิตสำนึกของความเป็นสื่อ ไม่ได้มาจากนโยบายของสถานีแต่อย่างใด โดยจะขอโทษกับเจ้าของผลงานเพลงและผู้ฟังที่ขอเพลงนั้น พร้อมชี้แจงเหตุผล ที่ไม่สามารถสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เพลงได้ ในขณะที่ผู้ฟังบางคนจะโทรศัพท์มาพูดคุย ในรายการวิทยุที่จัดและวิจารณ์งานเพลงคำเมืองที่ไม่เหมาะสมเอง”

คุณเดือน มีข้อเสนอแนะว่า เพลงคำเมืองสามารถทำให้น่าฟัง น่าสนใจได้ แต่ในปี พ.ศ. 2551 มีเพลงของศิลปินคนหนึ่งที่มีเนื้อเพลงคล้ายกับสอนพูดเมือง นำมาเสนอแต่คำหยาบคาย รู้สึกว่าไม่เหมาะสม ทั้งที่ภาษาเหนือที่ไพเราะและความหมายดีมีมากมาย ปัจจุบันคุณเดือน ย้ายไปจัดรายการที่ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (ส.ว.ท) แม่ฮ่องสอน ได้มีมุมมองเพิ่มขึ้นว่า เพลงที่ล้อเลียนสำเนียงการพูดไม่ชัด ของชาวเขาและชาวไทยใหญ่ ก็ได้รับการต่อต้านของกลุ่มชาติพันธุ์เช่นกัน ดังนั้นการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองที่เน้นตลกโปกฮา อาจจะไม่ใช่วิธีทางออกที่ดีของเพลงคำเมืองเสมอไป

ข้อขัดแย้งดังกล่าวมาทั้งการขัดแย้งในตัวเองของผู้ที่มีบทบาทในการสร้างสรรค์เพลง การขัดแย้งระหว่างชนชั้นในอาชีพเดียวกัน และการขัดแย้งระหว่างของผู้ฟังเพลงคำเมืองซึ่งมีสองกลุ่ม คือ กลุ่มชาวบ้าน และกลุ่มที่ชนชั้นกลาง ในขณะที่ชนชั้นกลางมีอำนาจในการสร้างกระแสสังคมได้มากกว่า เพลงคำเมืองในระดับท้องถิ่นที่ไม่ตอบสนองรสนิยมของชนชั้นกลางได้จึงไม่ได้รับความนิยมทั่วประเทศ ในขณะที่เพลงคำเมืองในระดับประเทศที่ตอบสนองรสนิยมชนชั้นกลางได้มากกว่า ทั้งในรูปแบบดนตรี ภาษา เช่น เพลงของจรัล มโนเพชร์ จึงสามารถขายได้ทั่วประเทศ และได้รับความนิยม มาจนถึงทุกวันนี้ สอดคล้องกับ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2549) ได้วิเคราะห์ชนชั้น กระฎุมพีกับความนิยมของวรรณกรรมสุนทรภู่ ว่าชนชั้นกระฎุมพี จะมีแนวโน้มในการดูหมิ่นชนชั้นล่างหรือปฏิสัณฐานวัฒนธรรมดั้งเดิม ในขณะที่ผลงานที่สอดคล้องกับรสนิยมของกระฎุมพี จะได้รับการยอมรับ เพราะวัฒนธรรม ที่สืบมาคือวัฒนธรรมของชนชั้นกลางซึ่งถูกสร้างโดย

วัฒนธรรมต่างชาติ ผนวกกับวัฒนธรรมเจ้านายบวกกับวัฒนธรรมชาวบ้าน กลายเป็นวัฒนธรรม  
แห่งชาติ

ผู้วิจัยเห็นว่า การจะหาข้อสรุปว่าเพลงคำเมืองรูปแบบใด คือ รูปแบบที่เหมาะสมที่สุดนั้น  
เป็นเรื่องยาก และอาจใช้เวลาในการศึกษาอีกซึ่งและต้องแท้มากกว่านี้ โดยศึกษาทั้งจากมุมมองของ  
ผู้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เพลง ผู้ฟัง จากส่วนกลางและท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่การ  
ระบุว่าเพลงคำเมืองที่ด้นั้นไม่ควรมีลักษณะอย่างไรจะเป็นสิ่งที่สามารถทำได้ โดยมองจากรากเหง้า  
ของเพลง คำเมือง นั่นคือ วัฒนธรรม

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยและจากค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเพลงคำเมือง พบว่ายังมีงานวิจัย  
ไม่มากนักที่ให้ความสำคัญกับการค้นคว้าวิจัยเพลงคำเมือง ในแง่ผลกระทบที่เกิดในสังคม เนื่องจาก  
สื่อชนิดนี้มีความใกล้ชิดกับชุมชน ทำให้เด็กและเยาวชนได้ร่วมชมกับผู้ปกครองอย่างเลียงไม่ได้  
ผู้วิจัยเคยประสบเหตุการณ์ที่ทำให้ลูกคิดเกี่ยวกับเพลงคำเมือง โดยครั้งแรก ณ งานขึ้นบ้านใหม่แห่ง  
หนึ่ง ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบกลุ่มเด็กวัยประถมขึ้นไปเดินเลียนแบบท่าเต้นที่ขั้วชวนของ  
แดนเซอร์บนเวที โดยที่ผู้ใหญ่ นั่งปรบมือชื่นชมด้านล่าง และครั้งที่สอง ณ งานเปิดร้านอาหาร  
พื้นเมือง ที่ นักร้องคำเมืองอาวุโส ใช้ภาษาสองแ่งสองงามพูดกับแดนเซอร์ที่แต่งกายล้อแหลมบน  
เวที จนพิธีกรต้องปรามว่า มีเด็กชมการแสดงอยู่ด้วย ผู้วิจัยเห็นว่าท้องถิ่นเป็นกำลังสำคัญยิ่งในการ  
ขับเคลื่อนประเทศชาติ และความบันเทิงและผ่อนคลายควรอยู่ในระดับที่พอดีและผู้ชมควรมี  
ภูมิคุ้มกัน และมีวิจารณญาณในการชมได้

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้รับข้อคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อนักวิชาการและนักวิจัยว่า  
มักใช้จรัส มโนเพ็ชร เป็นตัวแทนของเพลงคำเมือง ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาวิจัยในด้านที่เกี่ยวข้อง  
หรือการพูดถึงเพลงคำเมือง ทั้งที่จริงแล้วเพลงคำเมืองมีหลายประเภทและมีศิลปินที่มีชื่อเสียงใน  
พื้นที่ภาคเหนือในระดับจรัส มโนเพ็ชร อยู่จำนวนหนึ่ง และเพลงของภาคเหนือก็ไม่ได้มีแต่เพลงช้า  
หวาน แต่อย่างเดียวน การที่จรัส มโนเพ็ชร เป็นตัวแทนของเพลงคำเมืองทั้งหมดก็เหมือนกับคิดว่  
การฟ้อนรำทางภาคเหนือ ต้องนึกถึงฟ้อนเล็บ การเคลื่อนไหวที่ช้า ซึ่งเป็นการสร้างมายาคติของชน  
ชั้นกลาง แท้จริงแล้วเพลงคำเมืองมีหลายประเภท การฟ้อนรำแบบที่รวดเร็ว กระโดดโลดเต้นก็มี  
หากต้องการศึกษาอย่างถ่องแท้ควรศึกษาให้ถึงเพลงที่กลุ่มชาวบ้านซึ่งเป็นประชากรจำนวนมาก  
สนใจด้วย

ผู้วิจัยจึงขอเสนอข้อคิดเห็นสำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวกับเพลงคำเมืองดังนี้

1. ควรมีการศึกษาและวิเคราะห์ว่าท่วงทำนองที่ปรากฏในเพลงคำเมืองทุกรูปแบบเพื่อสะท้อนให้เห็นสภาพสังคม และปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไข
2. ควรมีการศึกษาการรับรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมของคนท้องถิ่น ในฐานะของผู้รับสารที่มีต่อเพลงคำเมือง
3. ควรมีการศึกษายทบาทหน้าที่ในการตรวจสอบมาตรฐานผลงานเพลงท้องถิ่นของหน่วยงานของรัฐและสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved