หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ การใช้สื่อใหม่ของศิลปินท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเพลงคำเมือง

ผู้เขียน นายยุทธพงษ์ ยะตา

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารศึกษา)

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ธีรภัทร วรรณฤมล

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการใช้สื่อใหม่ของศิลปินท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเพลงคำเมือง มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารเพื่อเผยแพร่เพลงคำเมืองและวิเคราะห์กระบวนการส่งเสริมเพลงคำเมืองผ่านสื่อใหม่ของศิลปินท้องถิ่น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แนวคิดเรื่องรูปแบบการสื่อสารและทิศทางการกระจายข่าวสาร ทฤษฎีบทบาทหน้าที่สื่อมวลชน แนวคิดเรื่องเพลงคำเมืองและศิลปินเพลงคำเมือง และแนวคิดเรื่องสื่อใหม่ เป็นกรอบในการวิเคราะห์ จากการใช้เฟซบุ๊กของศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่น จำนวน 5 ราย

โดยผลการศึกษาวิเคราะห์พบว่า ศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่นมีรูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทางที่ศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่นใช้เฟซบุ๊กที่เป็นบัญชีส่วนบุคคลเป็นช่องทางติดต่อสื่อสารกับแฟนเพลง และแฟนเพลงสามารถตอบกลับสิ่งที่ปรากฏในเฟซบุ๊กได้ทันที เช่น การกดถูกใจ การแสดงความคิดเห็น หรือแชร์ โพสนั้นๆ ไปยังเฟซบุ๊กของตนและศิลปินก็สามารถที่จะตอบโต้สิ่งเหล่านั้นได้ทันที ในขณะเดียวกันแฟนเพลงคนอื่นๆ ก็สามารถกดถูกใจ หรือแสดงความคิดเห็น เพิ่มเติมในความคิดเห็นของแฟนเพลงด้วยกัน จึงนับเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่นกับแฟนเพลงและระหว่างแฟนเพลงด้วยกันเอง

ประเภทของเนื้อหาที่เกิดขึ้นในเฟซบุ๊กของศิลปินท้องถิ่น พบว่า สามารถจำแนกประเภทของเนื้อหาที่ปรากฏโดยดูจากเนื้อหาที่ศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่นโพสในเฟซบุ๊กได้อยู่ 4 ลักษณะ ได้แก่ การพูดคุยทั่วไป การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรมการแสดงต่างๆ และผลงานเพลงคำเมือง

บทบาทของเนื้อหาที่เกิดขึ้นในเฟซบุ๊กของศิลปินท้องถิ่น พบว่า สามารถจำแนกบทบาทของเนื้อหาที่ปรากฏโดยดูจากเนื้อหาที่ศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่นโพสในเฟซบุ๊กได้อยู่ 4 ลักษณะ ได้แก่ บทบาทในด้านการแจ้งข้อมูลข่าวสารทั่วไป การประสานสัมพันธ์ การสืบสานวัฒนธรรมและการให้ความบันเทิง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การศึกษากระบวนการใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมเพลงคำเมือง สรุปผลเป็น 2 ประเด็น คือ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมเพลงคำเมือง พบว่า เมื่อมีการโพสต์ข้อความเกิดขึ้นผู้ติดตาม หรือแฟนคลับเมื่อได้รับสารดังกล่าว จะมีการตอบสนองที่ต่างกัน บางคนก็ทำการกดไลค์เพียงอย่างเดียว บางคนก็ทั้งกดไลค์และคอมเมนต์แสดงความคิดเห็นลงไปในโพสต์นั้น บางคนอาจมีการแชร์ต่อโพสต์ดังกล่าวไปยังหน้าเฟซบุ๊กของตัวเอง ส่งผลให้ข้อความที่ศิลปินพื้นเมืองได้สื่อสารออกไปแพร่ออกไปเป็นวงกว้างมากขึ้น ในส่วนบทบาทของเนื้อหาที่เกิดขึ้นในเฟซบุ๊กของศิลปินท้องถิ่น พบว่า สามารถจำแนกบทบาท ของเนื้อหาที่ปรากฏโดยดูจากเนื้อหาที่ศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่นโพสในเฟซบุ๊กได้อยู่ 4 ลักษณะ ได้แก่ บทบาทในด้านการแจ้งข้อมูลข่าวสารทั่วไป การประสานสัมพันธ์ การสืบสานวัฒนธรรม และการให้ความบันเทิง

สื่อใหม่มีผลต่อการส่งเสริมเพลงคำเมือง พบว่า ศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่นใช้สื่อใหม่เพื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอผลงานของตนเอง และศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่นใช้สื่อใหม่เพื่อเป็นช่องทางในการพูดคุย และเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างศิลปินท้องถิ่นกับผู้ติดตาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title New Media Uses by Lanna Artists to Promote Lanna Songs

Author Mr. Yuttaphong Yata

Degree Master of Arts (Communication Studies)

Advisor Assoc. Prof. Terapatt Vannaruemol

ABSTRACT

This research aims to analyze a communication's pattern and a process of Lanna songs' promotion via new media by Lanna artists. It is a qualitative research based on a concept of communication's pattern, direction in broadcasting news, theory of roles and functions of mass media, a concept of Lanna songs and artists, and a concept of new media. The research studied the use of Facebook by five Lanna artists.

It is found that Lanna artists use Facebook in a pattern of two-way communication in which they use their private Facebook account to communicate with their followers and their followers can respond immediately to the posts e.g. like, comment or share. The Lanna artists can promptly respond to their followers and the other followers can "like" and "comment" to the previous followers' comments. Thus, an interaction as well as a relationship between Lanna artists and their followers, and the followers and followers are established.

The content found in Lanna artists' Facebook based on the nature of the content can be classified into 4 types: (1) general talk, (2) news promotion, (3) activities, and (4) Lanna songs work.

Moreover, Lanna artists' content on Facebook is classified into four roles and functions that are: (1) news promotion, (2) activity coordination among groups, (3) culture preservation, and (4) entertainment.

Additionally, the process of New Media uses to Promote Lanna songs can be summarized into two aspects: (1) the behavior in New Media uses to Promote Lanna songs and (2) the roles and functions of New Media to Promote Lanna songs.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1. For the behavior in New Media uses to Promote Lanna songs, it is found that there are different responses of the followers towards the posts. There are followers who only prefer to “like”, both “like” and “comment”, and “share” the posts on their Facebook wall, resulting messages from Lanna artists is communicating widely.

2. For the role of content on Lanna artists’ Facebook, the classifications based on the content of the posts by Lanna artists on Facebook are: (1) role of news promotion, (2) role of activity coordination among groups, (3) role of culture preservation, and (4) role of entertainment.

Lastly, it is found that New Media has influence on promotion of Lanna songs; (1) Lanna artists use New Media as a channel to present their works, and (2) Lanna artists use New Media as a channel to communicate and exchange idea among Lanna artist groups and their followers.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved