การสื่อสารด้วยการแต่งหน้าของหมอลำในฐานะอวัจนภาษา

Nonverbal Communication through Makeup of Thai Northeastern Folksingers (Morlum).

กฤษณ์ คำนนท์*
Krit Kamnon*

วันที่รับบทความ 1 กรกฎาคม 2566
วันที่แก้ไขบทความ 29 กันยายน 2566
วันที่ตอบรับบทความ 11 ตุลาคม 2566

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ลักษณะการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ในฐานะอวัจนภาษา และลักษณะความลื่นไหลแห่งอัตลักษณ์จากการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารด้วยการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ถือเป็นอวัจนภาษา ใน 3 ลักษณะ คือ อวัจนภาษาที่ปรากฏทางกายภาพ อวัจนภาษาที่เกี่ยวด้วยวัตถุหรือสิ่งต่าง ๆ และอวัจนภาษาที่ปรากฏทางปริภาษา โดยการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ถือเป็นการสื่อสารด้วยการใช้ภาษาเครื่องหมาย (Sign Language) นอกจากนั้นพบว่า การแสดงตัวตน (Self) ด้วยการแต่งหน้าของ “หมอลำ” เป็นการสร้างตัวบท (Text) ในบริบท (Context) ของการแสดง “หมอลำ” ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งลักษณะของการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ล้วนเป็นผลมาจากการใช้รหัส (Code) ในการแต่งหน้า ที่สามารถส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงระดับอัตตะการสื่อสาร (Meta-communication) นั่นคือ การเกิดพลวัตของความหมายและอัตลักษณ์ของการแต่งหน้าที่มีความลื่นไหลและไม่หยุดนิ่ง ดังนั้นเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและลักษณะของการแต่งหน้าก็ล้วนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของมนุษย์ได้อย่างหลากหลายเช่นเดียวกัน และสามารถนำไปสู่การความสนุกสนาน ความรื่นรมย์ และความบันเทิง ในลักษณะที่เรียกว่า “จุดประสบสุข” (Moment of happiness) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้

* สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
* Department of Communication Arts, Faculty of humanities and social sciences, Sisaket Rajabhat University
E-mail : web_webmaz@live.com *

คำสำคัญ: การสื่อสาร, การแต่งหน้า, หมอลำ, อวัจนภาษา

Abstract

This article aimed to analyze characteristics and dynamics of nonverbal communication identities through the makeup of Thai northeastern folksingers. The study revealed that folksingers' makeups were sign language and concluded as nonverbal communication in three aspects: gestures, artifacts (items and images), and paralinguistics (such as volume or tone of voice). Furthermore, text was formed in situations during folk singing performances by self-expression through folksinger makeup. The application of codes in makeup resulted in a dynamic of identities as a level of meta-communication, resulting in different makeup of folksingers. Thus, the alteration of forms and characteristics altered human perceptions in numerous outcomes, resulting in enjoyment and enthusiasm known as the moment of happiness between senders and receivers.

Keywords: communication, makeup, Thai northeastern folksinger, non-verbal

บทนำ

หมอลำ เป็นศิลปะการแสดงพื้นบ้านของภาคอีสาน ใช้การขับร้องเพลงพื้นบ้านประกอบการรำ โดยตัวผู้แสดงต้องมีทักษะการ ท่องจำบทกลอน มีความชำนาญในการขับร้องกลอนลำได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะมีการประพันธ์บทขึ้นเป็นภาษาถิ่นอีสาน หมอลำ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) หมอลำที่แสดงเพื่อความบันเทิง ได้แก่ หมอลำกลอน หมอลำพื้น หมอลำเรื่อง หมอลำเพลิน 2) หมอลำ ที่แสดงในพิธีกรรม ได้แก่ หมอลำผีฟ้าเป็นการลำที่มีจุดประสงค์ คือ รักษาคนป่วยและพยากรณ์ดินฟ้าอากาศ จะมีแคนเป็นเครื่องดนตรีประกอบหลัก ซึ่งปัจจุบัน ผู้ชมมักให้ความสนใจการชมหมอลำอีกประเภทหนึ่ง คือ หมอลำเรื่องต่อกลอน เป็นหมอลำที่มีการ พัฒนามาจากหมอลำพื้น เป็นการลำเพื่อเล่าเรื่องนิทานพื้นบ้านหลังจากนั้นได้พัฒนาเป็นหมอลำหมู่ เริ่มมีการแสดงเป็นเรื่องโดยการให้ผู้แสดงสมมุติบทบาทเป็นตัวละครต่าง ๆ (บุษกร บิณฑสันต์ และขำคม พรประสิทธิ์, 2553: 95)

หมอลำในบทบาทมหรสพมีการพัฒนามาโดยตลอดและได้รับความนิยมทุกยุคทุกสมัย ยิ่งสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป และความเจริญมากขึ้นเท่าใด ศิลปินหมอลำก็พยายามที่จะปรับปรุงแบบการแสดง วิธีการแสดงให้ทันสมัยเช่นกัน นอกจากหมอลำจะมีบทบาทต่อชุมชนอีสานมาโดยตลอดในด้านพิธีกรรมและด้านมหรสพ และยังมีบทบาทที่ช่วยรักษาประเพณีพื้นบ้านรักษาวรรณกรรมของประเทศไทยเป็นอาชีพและเป็นสื่อสัมพันธ์กับมวลชน จากการที่แสดงหมอลำเป็นที่นิยมของผู้ชม ทำให้หมอลำแต่ละคนจะต้องมีการพัฒนาการแสดงของคณะตนอยู่เสมอเพื่อให้เป็นที่ถูกใจของผู้ชม (มนูศักดิ์ เรืองเดช, 2552: 3)

การแสดง “หมอลำ” เป็นสิ่งที่อยู่คู่กับสังคมชาวอีสานมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน “หมอลำ” เป็นการนำเสนอความบันเทิง ความรู้ ทัศนคติ คติสอนใจ คุณธรรม จริยธรรม และข้อมูลข่าวสารผ่านการเรื่องเล่า (Narrative) วรรณกรรมอีสาน (Fork Literary of Isan) กลอนลำ (Klon Lam texts) และศิลปะการแสดง (Performing Art) การแสดง “หมอลำ” จึงถือเป็นการสื่อสารเนื่องด้วยการแสดง “หมอลำ” สามารถนำเสนอ ถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนแนวความคิด ทัศนคติ ข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ ผ่าน บทเพลง กลอนลำและคำพูด โดยมีฐานะเป็นการสื่อสารเชิงวัจนภาษา (Verbal Communication) ผสมผสานกับลักษณะการแสดงออกทางสีหน้า แววตา อากัปกิริยา ท่าทาง และสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่มีฐานะเป็นการสื่อสารในเชิงอวัจนภาษา (Non-verbal communication) ที่อยู่ภายในเวทีการแสดง

นอกจากบทเพลง กลอนลำ และคำพูดที่เป็นการสื่อสารในเชิงวัจนภาษาแล้ว ผู้เขียนได้สังเกตเห็นประเด็นที่มีความน่าสนใจ คือ การสื่อสารในเชิงอวัจนภาษา ผ่านลักษณะของการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ที่ล้วนมีความสำคัญไม่แตกต่างจากการสื่อสารในเชิงวัจนะภาษาเลยในการแสดง “หมอลำ” ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจวิเคราะห์และทำความเข้าใจถึงลักษณะการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ในฐานะอวัจนภาษา เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจถึงพลวัตแห่งความหมายทางการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ในปัจจุบัน

บทความนี้ผู้เขียนใช้มุมมองบนจุดยืนของสำนักเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism) ที่ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีทางการสื่อสารในฐานะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม โดยได้ยึดถือความหมายของการสื่อสาร คือ การสร้างและการแลกเปลี่ยนของความหมายภายใต้บริบทใดบริบทหนึ่ง เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจพื้นฐานของการสื่อสารของมนุษย์เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน (Mutual understanding) ซึ่งสามารถนำองค์ความรู้ไปปรับประยุกต์ใช้ในการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าและต่อยอดความรู้ในการผลิตงานทางการสื่อสารต่อไป

การสื่อสารด้วยการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ในฐานะอวัจนภาษา

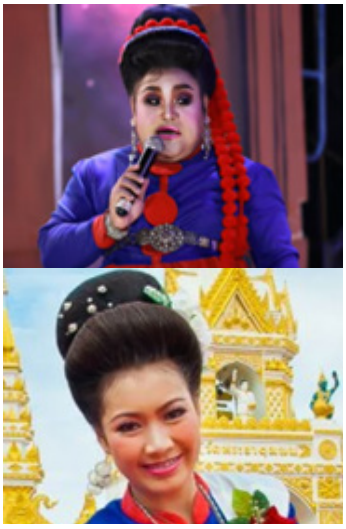
การสื่อสารของมนุษย์ (Human Communication) ประกอบด้วยการฟังการพูด การอ่านและการเขียนหาก มุ่งหวังประสิทธิภาพในการสื่อสารจำเป็นต้องคำนึงถึงวัจนภาษาและอวัจนภาษาร่วมด้วยซึ่งในส่วนของการสื่อสาร ผ่านช่องทางการพูดนั้นวัจนภาษาอันได้แก่คำพูด ภาษา ส่วนอวัจนภาษาในการสื่อสารได้แก่ท่าทาง สีหน้าแววตา น้ำเสียงที่ประกอบคำพูดและภาษานั้น ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร ถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จ โดยทั่วไปแล้วอวัจนภาษามีส่วนสำคัญอย่างมาก ที่ทำให้ความหมายของสารเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบใดก็ได้ในการสื่อสารหรือการพูดคำคำหนึ่งหากใช้ท่าทีและน้ำเสียงที่แตกต่างกัน คำพูดนั้นก็ให้ความหมายที่ต่างกันได้ (ปอรรัชม์ ยอดเณร., 2561: 16)

หมอลำ คือ ผู้ดำรงบทบาทสำคัญในการขับร้องและทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ อย่างเป็นท่วงทำนองให้แก่ผู้ชม โดยใช้ “การลำ” หมายถึง การขับร้อง การเปล่งเสียงหรือถ้อยคำ ให้เป็นท่วงทำนองต่าง ๆ ตาม “กลอนลำ” ซึ่งเป็นบทร้องที่ถูกประพันธ์ขึ้นในลักษณะบทร้อยกรอง ไม่มีจังหวะตายตัว ใช้สำหรับลำให้ผู้ฟังได้รับรู้ถึงเนื้อความต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวรรณกรรมพื้นบ้าน นิทาน

ชาดก คติสอนใจ คุณธรรม จริยธรรม จารีต ประเพณี ค่านิยม รวมไปถึงความเชื่อต่าง ๆ ของผู้คนในท้องถิ่น (บุษกร บิณฑสันต์ และขำคม พรประสิทธิ์, 2553: 1) หมอลำถือว่าเป็นศิลปะการแสดงที่สะท้อนให้เห็นรากเหง้าของคนในท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน โดยผ่านตัวบทที่มีผู้แสดงถ่ายทอดออกมาสู่สาธารณะอย่างเปิดเผย ไม่เพียงแต่เป็นผู้บริโภคสื่อรับตัวบทจากผู้แสดงเท่านั้น สิ่งสำคัญของหมอลำ ก็คือ บรรยากาศแห่งงานบุญหรือเทศกาล หมอลำจึงไม่ได้ หมายถึง หมอลำที่มีหมอ แคน คนลำ หางเครื่อง ดนตรีฉากไฟ แสง สีแต่หมายถึง การขับเคลื่อนบรรยากาศวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นที่แห่งความพึงพอใจ และเพลิดเพลินเป็นรูปลักษณ์ของการแสดงที่เป็นชุมทางเรื่องราวของสังคมและมานุษยวิทยาอย่างสมบูรณ์ (พระครูจิรธรรมธัช, 2553: 1)

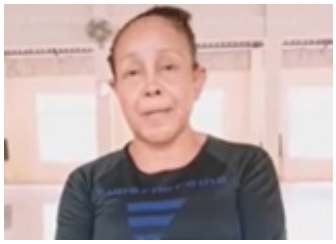
“หมอลำ” เป็นผู้ที่มีความสำคัญทางการสื่อสารในฐานะของผู้สื่อสาร (Communicator) โดยได้มีการใช้ภาษาผ่านบทเพลง กลอนลำ และคำพูด ที่มีฐานะเป็นการสื่อสารเชิงวัจนภาษา (Verbal Communication) ที่สามารถทำให้ผู้รับสารจดจำ รับรู้ และเข้าใจรูปแบบ สีลาและความสามารถในการขับร้องของ “หมอลำ” แต่ละคนได้ ทว่าสิ่งที่จะช่วยทำให้ผู้รับสารจดจำถึงบุคลิกลักษณะของ “หมอลำ” จำเป็นต้องอาศัย “การแต่งหน้า” ที่มีฐานะเป็นการสื่อสารในเชิงอวัจนภาษา (Non-verbal communication) ที่สามารถช่วยเสริมสร้างและเติมเต็มบุคลิกลักษณะของ “หมอลำ” ซึ่งเป็นการสื่อสารในเชิงอวัจนภาษาที่มีความจำเป็นและขาดไม่ได้ในการแสดง โดยมีความสัมพันธ์กับ “หมอลำ” ในลักษณะดังต่อไปนี้

มิติแรกการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ในฐานะอวัจนภาษาที่ปรากฏทางกายภาพ (Physical Appearance) คือ การแต่งหน้าได้ถูกนำมาประกอบเป็นลักษณะภายนอกของ “หมอลำ” โดยเป็นสิ่งที่สามารถเสริมสร้าง อำพราง ปกปิดหรือเปลี่ยนแปลงการสื่อสารของใบหน้าดั้งเดิมของ “หมอลำ” ซึ่งมีวัตถุประสงค์ เพื่อช่วยเสริมสร้างบุคลิกลักษณะและสภานภาพต่าง ๆ ให้แก่ “หมอลำ” ที่เข้าไปสวมบทบาทต่าง ๆ ในแต่ละบริบท สอดคล้องกับขวัญชัย วชิระญาโญ (2549) กล่าวว่า อวัจนภาษาที่ปรากฏทางกายภาพ (Physical Appearance) หมายถึง อวัจนภาษา ที่ประกอบเป็นลักษณะภายนอกของบุคคล ได้แก่ รูปร่างหน้าตา ความสูง ต่ำ อ้วน ผอม เป็นตน ลักษณะทางกายภาพนี้มีส่วนในการสื่อสารเบื้องต้น เพราะถือเป็นประตูด่านแรกซึ่งผู้รับสาร สังเกตเห็น หากผู้ส่งสารมีรูปร่างหน้าตาเป็นที่ประทับใจของผู้รับสาร ถือเป็นการเปิดประตูสู่การสื่อสาร ลักษณะทางกายภาพของบุคคลนี้มีส่วนในการสร้างความนิยมชมชอบเช่นเดียวกับอวัจนภาษาประเภทอื่น



ภาพที่ 1 (บน) การแต่งหน้าของหมอลำในฐานะอวัจนภาษาที่ปรากฏทางกายภาพ ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=hTj16Xx24ik
ภาพที่ 2 (ล่าง) การแต่งหน้าของนางรำภูไทในการแสดง “การฟ้อนภูไท” ที่มา: http://www2.nakhonphanom.go.th/charm/detail/35/data.html

สำหรับการแต่งหน้าของ“หมอลำ”ในฐานะอวัจนภาษาที่ปรากฏทางกายภาพเห็นได้จากการแต่งหน้าของ “โยโกะ ศรีสะเกษ” จากวงดนตรีหมอลำคณะเสียงอิสาน (ภาพที่ 1) ได้ใช้การแต่งหน้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกลักษณะทางกายภาพ ด้วยการจำลองหรือทำเทียม (Simulation) เพื่อสวมบทบาทในแสดงสถานภาพเป็น “นางรำภูไท” เมื่อพิจารณาพบว่า การแต่งหน้ามีลักษณะการสมสัณฐาน (Isomorphism) ซึ่งความคล้ายคลึงกับลักษณะการแต่งหน้าของ “นางรำภูไท” (ภาพที่ 2) ในการแสดง “การฟ้อนภูไท” ที่มีฐานะเป็นตัวแทน (Referent) โดยมีลักษณะคล้ายคลึงใน 2 ด้าน คือ ลความคล้ายคลึงด้านองค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะและความคล้ายคลึงด้านโครงสร้างของการแต่งหน้า เช่น การปัดแก้มด้วยบลัชออนสีชมพูอ่อน การทาปากด้วยลิปสติกสีชมพูอ่อน และการทาเปลือกตาด้วยอายแชโดว์สีน้ำตาล โดยสามารถสื่อความหมายถึงความอ่อนหวาน ความอ่อนโยน และความน่ารัก ดังนั้นการแต่งหน้าในลักษณะนี้จึงเรียกว่า สื่อเชิงเสมือน (analog medium)



ภาพที่ 3 ใบหน้าของ “นกน้อย อุไรพร” ที่ไม่ได้แต่งหน้า ที่มา: https://women.kapook.com/gallery/222473/275969

ภาพที่ 4 ลักษณะการแต่งหน้าของ “นกน้อย อุไรพร” ในการแสดง “หมอลำ”ที่มา: https://www.khaosod.co.th/entertainment/news_6723325

มิติที่สอง สำหรับการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ในฐานะอวัจนภาษาที่เกี่ยวด้วยวัตถุหรือสิ่งต่าง ๆ (Object) ซึ่งการแต่งหน้ามีลักษณะของการผสมร่วมของสัญญะ (Sign) หรือเครื่องหมายต่าง ๆ ที่มาจากการใช้เครื่องสำอาง ซึ่งผู้รับสารสามารถทำความเข้าใจจากสภาพแวดล้อมหรือบริบท (Context) สอดคล้องกับ ขวัญชัย วชิระญาโญ (2549) กล่าวว่า วัตถุสิ่งของหรือวัสดุอุปกรณ์ล้วนมีผลต่อการสื่อสารของบุคคล ขึ้นอยู่กับทัศนคติในใจของแต่ละบุคคล และแต่ละสังคมที่ความชอบหรือค่านิยมแตกต่างกันไป เครื่องสำอางให้ความสดชื่น สดใส สร้างบุคลิกที่น่าประทับใจแก่ผู้ใช้ ปัจจุบันเครื่องสำอางมีส่วนในการดำเนินชีวิตเป็นอย่างมากในแง่ที่ช่วยเสริมสร้างบุคลิก

จากลักษณะการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ในฐานะอวัจนภาษาที่เกี่ยวด้วยวัตถุหรือสิ่งต่าง ๆ เช่น การแต่งหน้าของ “นกน้อย อุไรพร” จากวงดนตรีหมอลำคณะเสียงอิสาน ได้มีการประยุกต์ใช้เครื่องสำอางในการแปรงรูปของใบหน้าที่มาฐานะเป็นสื่อตัวเดิม (Medium) (ภาพที่ 3) ซึ่งแสดงให้เห็นอัตตะการสื่อสาร คือ หญิงชรา (ดูรายละเอียดเพิ่มเติม พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525: 115) ทั้งนี้ในการแต่งหน้าได้มีการประยุกต์ใช้ร่วมกับองค์ประกอบทางศิลปะ (Element of Art) คือ สี เส้น สี รูปทรง รูปร่าง ลักษณะผิว แสง และเงา และโครงสร้างของการแต่งหน้า คือ 1. การรองพื้น 2. การไฮไลท์ 3. การเฉดดิ้ง 4. การทาแป้งฝุ่น 5. การเขียนคิ้ว 6. การปัดมาสคาร่าคิ้ว 7. การเขียนขอบตา 8. การทาอายแชโดว์ 9. การปัดมาสคาร่า 10. การติดขนตาปลอม 11. การปัดแก้ม และ 12. การทาปาก ภายใต้ธรรมเนียมปฏิบัติหรือรหัส (Code) คือ การแต่งหน้า

“หมอลำ” ที่สื่อความหมายถึงความอ่อนหวาน ความอ่อนช้อย และความผ่องใส แต่ยังคงไว้ซึ่งความหนาและความคมชัด (ภาพที่ 4) สอดคล้องกับ สุริยพงษ์ บุญโกมล (2558: 46) ได้กล่าวถึงลักษณะการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ไว้ว่า ลักษณะการแต่งหน้าคล้ายคลึงกับการแต่งหน้าของการแสดงลิเก คือ จะแต่งหน้าค่อนข้างหนา มีการทารองพื้น การเขียนคิ้ว เขียนตา ลงแป้งที่ผิว เพื่อให้เมื่อโดนแสงไฟแล้วผิวเนียนและผ่องใส โดยการแต่งหน้าในลักษณะนี้ได้แสดงให้เห็นอัตตะการสื่อสาร คือ นักร้องหมอลำลูกทุ่ง (ดูรายละเอียดเพิ่มเติม พระครูจิรธรรมธัช, 2553)

ภาพที่ 5 การแต่งหน้าของ “นกน้อย อุไรพร” ในแบบเป็นธรรชาติ (Natural Look) ที่มา: https://www.thairath.co.th/news/local/northeast/2013467

นอกจากนั้นผู้เขียนเห็นว่า ในสื่อการแสดงประเภท “หมอลำ” เป็นสื่อการแสดง ที่ต้องแสดงในช่วงเวลากลางคืนจึงต้องอาศัยแสงไฟส่องสว่างบริเวณรอบเวที หากใช้ลักษณะการแต่งหน้าในแบบเป็นธรรชาติ (Natural Look) (ภาพที่ 5) ที่ใช้การแต่งหน้าในลักษณะที่เบาบาง เช่น การเขียนคิ้วด้วยสีน้ำตาลอ่อน การทาปากด้วยสีพีช หรือการปัดแก้มด้วยสีชมพูอ่อน อาจจะทำให้ใบหน้าของ “หมอลำ” เมื่อปรากฏอยู่บนเวทีการแสดงจะเหมือนคนป่วยหรือคนไม่สบาย ทำให้การแต่งหน้าของ “หมอลำ” กลายเป็นจุดบกพร่องทางการสื่อสาร และอาจนำไปสู่การถอนตัว (Exit Option) และการโวยวาย (Voice Option) (ดูรายละเอียดเพิ่มเติม Hirschman, 1970) ของกลุ่มแฟนคลับ (Fanclub) และแฟนดอม (Fandom) (ดูรายละเอียดเพิ่มเติม Jenkins, 1992) เนื่องจากขาดอรรถรสแห่งความสวยงาม ความบันเทิง และความน่าติดตามก็เป็นได้

มิติที่สาม การแต่งหน้าของหมอลำ ในฐานะอวัจนภาษาที่ปรากฏทางปริภาษา (Paralangauge) การแต่งหน้าถือการสื่อสารที่มีโครงสร้างของการแต่งหน้าอันเปรียบเสมือนหลักไวยากรณ์ในระบบภาษาทางการสื่อสาร ผู้เขียนได้เชื่อมโยงโดยนำแนวคิดเรื่อง Paratextuality (ดูรายละเอียดเพิ่มเติม Genette, 1997) ที่ได้นำเสนอการศึกษาถึงลักษณะของปรสิตตัวบทเฉพาะในงานเขียน ทว่าผู้เขียนได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเทียบเคียงกับลักษณะการสื่อสารกับการแต่งหน้าของ “หมอลำ” โดยการแต่งหน้ามีฐานะเป็น “ตัวบท” (Text) หรือ “ตัวสาร” (Message) เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยผู้สื่อสารที่มีฐานะเป็นผู้ส่งสาร โดยตัวสารเกิดจากการประกอบสร้างขึ้นจากการผสมรวมจากสัญญะหรือเครื่องหมายต่าง ๆ อันมาจากเครื่องสำอาง องค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะ และโครงสร้างของการแต่งหน้า จนเกิดเป็นการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ที่มีความหมายขึ้นมาได้

ภาพที่ 6 การแต่งหน้าของ “หมอลำ” ในฐานะอวัจนภาษาที่ปรากฏทางปริภาษา ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=0wTxqagWZsk

สำหรับการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ในฐานะอวัจนภาษาที่ปรากฏทางปริภาษา มักจะพบ

ในลักษณะของการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ที่ต้องสวมบทบาทเป็น “ตัวตลก” เช่น ” “โยโกะ ศรีสะเกษ” จากวงดนตรีหมอลำคณะเสียงอิสาน ได้มีการประยุกต์ใช้เครื่องสำอาง องค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะ และโครงสร้างของการแต่งหน้าที่มากหรือน้อยกว่าภาวะปกติ เช่น การเขียนคิ้วที่โค้งกว่าปกติจนแลดูเหมือนการ์ตูน การทาปากให้ใหญ่กว่าปกติจนแลดูเหมือนตัวตลกโบโซ่ (Boso) หรือการปัดแก้มแดงจนแลดูเหมือนก้นลิง เป็นต้น (ภาพที่ 6) จากการใช้ลักษณะของการแต่งหน้าที่มากกว่าหรือน้อยกว่าปกติ ล้วนมีบทบาทเป็นตัวกำหนดความหมายของการแต่งหน้าของ “ตัวตลก” ให้เกิดขึ้นได้ โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างความสนุกสนาน ความตลกขบขัน ความรื่นรมย์ และความบันเทิงให้ผู้รับชมได้ในขณะที่ชมการแสดง “หมอลำ” ซึ่งลักษณะเช่นนี้เรียกว่า “ปรสิตการสื่อสาร” (Paracommunication)

จากการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ล้วนแสดงให้เห็นว่า การแต่งหน้าเป็นการสื่อสารในฐานะอวัจนะภาษาที่มีความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ดังที่ปรากฏในการแสดง “หมอลำ” โดยการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ถือการสื่อสารในเชิงอวัจนภาษาในลักษณะที่เรียกว่า การใช้ภาษาเครื่องหมาย (Sign Language) ที่ถูกนำมาประกอบสร้างความหมายให้แก่ “หมอลำ” อันเกิดจากการผสมรวมของสัญญะ (Sign) หรือเครื่องหมายต่าง ๆ ที่ถูกกำหนดขึ้นมาแทนความหมายล้วนเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมหรือบริบท (Context) ซึ่งความหมายสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้อย่างเป็นพลวัต

ความลื่นไหลแห่งอัตลักษณ์จากการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าของ “หมอลำ”

7

8

เมื่อกล่าวถึง “วงดนตรีหมอลำคณะเสียงอิสาน” ปัจจุบันน้อยคน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ฟัง เพลงลูกทุ่งและนิยมหมอลำที่จะไม่รู้จัก วงดนตรีหมอลำคณะเสียงอิสานนำโดย นกน้อย อุไรพร มีความโดดเด่นในด้านต่าง ๆ หลายอย่าง เช่น ศิลปินผู้แสดงโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งพระเอกและนางเอกของคณะ ผู้แสดงตัวตลกก็มีความสามารถสูง ตลอดจนแสง สี เสียง ฉากการแสดงต่าง ๆ (พระครูจิรธรรมธัช, 2553: (1) การแสดงของคณะเสียงอิสานได้นำเสนอ รูปแบบการแสดงทั้งหมด 4 รูปแบบ คือ (1) การแสดงลำเรื่องต่อกลอน (2) การแสดงตลก (3) การแสดงคอนเสิร์ต และ (4) การแสดง วัฒนธรรมร่วมสมัย (ปัณณทัต ลำเฟือย และอนุกูล โรจนสุขสมบูรณ์, 2564: 80)

ภาพที่ 7 การแต่งหน้าของ “โยโกะ ศรีสะเกษ”เพื่อสวมบทบาทเป็นนักร้องคาเฟ่ ในช่วงการแสดงตลก ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=fD7DT8j-9tw

ภาพที่ 8 การแต่งหน้าของ “โยโกะ ศรีสะเกษ”เพื่อสวมบทบาทเป็น “โยโกะ ศรีสะเกษ” ในช่วงการแสดงคอนเสิร์ต ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=fD7DT8j-9tw

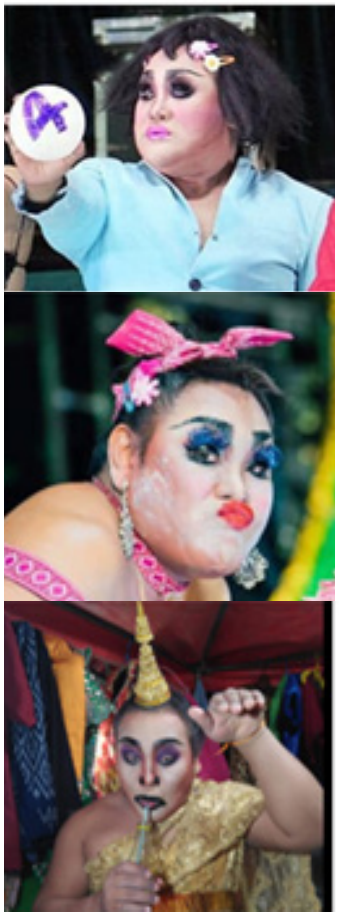
นอกเหนือจากนกน้อย อุไรพร ในฐานะศิลปินผู้แสดงที่มีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทางด้านการร้องและการแสดงหมอลำแล้ว ผู้เขียนมีความสนใจ “โยโกะ ศรีสะเกษ” ผู้ที่สวมบทบาทเป็นศิลปินและตัวตลกใน “วงดนตรีหมอลำคณะเสียงอิสาน” “โยโกะ ศรีสะเกษ” กลายเป็น “หมอลำ” ที่มีชื่อเสียงจากความสามารถในการร้องเพลง ร้องกลอนลำ และการแสดงตลก ทั้งนี้ “โยโกะ ศรีสะเกษ” ได้นำการแต่งหน้าเข้ามาใช้ในการสื่อความหมายของตัวตน (Self) ในบทบาทที่แตกต่างกันออกไปตามบริบทของการสื่อสารได้อย่างสมบูรณ์และชัดเจน จึงทำให้เกิดกระแสแฟนคลับและดอมทั้งในโลกออฟไลน์และออนไลน์

สิ่งที่ปรากฏให้เห็นได้อย่างชัดเจน คือ ลักษณะการแต่งหน้าของ “โยโกะ ศรีสะเกษ” ได้แสดงให้เห็นถึงการแสดงตัวตน (Self) ของผู้สื่อสาร ที่เกิดลักษณะความไม่ชัดเจนของอัตลักษณ์ ดังเห็นได้จาก ในช่วงการแสดงตลก “โยโกะ ศรีสะเกษ” ได้ใช้การแต่งหน้าในลักษณะที่มากกว่าปกติ เช่น การเขียนคิ้วที่เข้มและใหญ่กว่าปกติ การปัดแก้มเป็นวงกลมกลางพวงแก้ม หรือการทาปากที่หนาใหญ่เกินขอบของริมฝีปาก นั่นคือ “การใช้รหัสของการแต่งหน้าของตัวตลกของวงดนตรีหมอลำคณะเสียงอิสาน” เพื่อใช้สวมบทบาทเป็นนักร้องคาเฟ่ จากนั้นเมื่อเข้าสู่ช่วงการแสดงคอนเสิร์ต “โยโกะ ศรีสะเกษ” ได้ใช้การแต่งหน้าในลักษณะเสริมสร้างบุคลิกให้ตนเองเกิดความสวยงาม เพื่อสวมบทบาทเป็น “โยโกะ ศรีสะเกษ” นั่นก็คือ “การใช้รหัสของการแต่งหน้าศิลปินของวงดนตรีหมอลำคณะเสียงอิสาน”

ในการแสดงหมอลำ “โยโกะ ศรีสะเกษ” ได้ใช้การแต่งหน้าซึ่งเป็นสร้างใบหน้าเทียมขึ้นมาใช้ในการสื่อสารขณะที่แสดงเพื่อสวมแสดงบทบาทได้หลากหลาย ซึ่งลักษณะของการแต่งหน้าจะเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมหรือบริบทที่แตกต่างกันออกไป ดังเฉกเช่นที่ ศิริชัย ศิริกายะ (2558: 10) กล่าวว่า ความมีตัวตน (Self) ของตัวผู้สื่อสารเองซึ่งแสดงถึงอัตลักษณ์ที่มีความชัดเจน ตัวตนในยุคนี้พิจารณาจากบทบาทที่แสดงออกมาเท่านั้น และสามารถแสดงออกมาได้หลายบทบาทในเวลาเดียวกัน อันเป็นที่ยอมรับกันได้ เพราะฉะนั้นภาพลักษณ์ต่าง ๆ ของความเป็นตัวจนในแต่ละบทบาทที่แสดงออกมาจึงเป็นเรื่องสำคัญ

สำหรับการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าสามารถทำให้ ความมีตัวตนของ “โยโกะ ศรีสะเกษ” แสดงออกถึงอัตลักษณ์ที่ไม่ชัดเจน ทว่าการมีอัตลักษณ์ที่ไม่มีความชัดเจน ในทุกครั้งที่ “โยโกะ ศรีสะเกษ” ได้แสดงหมอลำ สามารถสร้างความตื่นเต้นและความน่าสนใจในขณะที่แสดง นอกจากนั้นการตอบสนองกับความต้องการที่เกินพอดี (Extravagant expectation) ของผู้รับสารที่ต้องการสร้างความสนุกสนาน ความพึงพอใจและความบันเทิงให้แก่ตนเอง สอดคล้องกับ ศิริชัย ทัพขวา (2560) ได้อภิปรายผลการศึกษา การพัฒนารูปแบบการแสดงหมอลำหมู่เชิงธุรกิจว่าคณะหมอลำมีการปรับตัวให้ตรงตามความนิยมของผู้ชมผู้ฟังในด้านรูปแบบการแสดง เครื่องแบบการ แสดง การจัดเวที แสง สีเสียง แต่อย่างไรก็ตามต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้ชมที่มีหลากหลาย เข้าถึงผู้ชมทุกกลุ่ม

ทั้งนี้ในมิติของความต้องการที่เกินพอดีของผู้รับสารหรือแฟนคลับ ทำให้การสร้างตัวตนในฐานะ “ตัวตลก” ของ “โยโกะ ศรีสะเกษ” ได้นำการแต่งหน้าแฟนตาซี (Fantasy) เข้ามาประยุกต์ใช้ในการแต่งหน้า รังสรรค์ ศิริชู (2530) กล่าวว่า การแต่งหน้าแฟนตาซีไม่มีขีดจำกัด จึงเป็นสนาม



ภาพที่ 9 การแต่งหน้าแฟนตาซีของ “โยโกะ ศรีสะเกษ” ที่มา: https://www.facebook.com/YOKO-FANCLUB555

การแต่งหน้าที่ให้ช่างแต่งหน้า (Make-Up Artist) แสดงศิลปะของตนเองอย่างเต็มที่ในแนวความคิดที่สร้างสรรค์ ผู้เขียนพิจารณาว่า “โยโกะ ศรีสะเกษ” ได้ใช้การแต่งหน้าแฟนตาซีเข้ามาช่วยเสริมสร้างบทบาทและสถานภาพให้ “ตัวตลก” ที่ตนเองได้สวมบทบาท เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์และชัดเจนทางการสื่อสารขึ้น เช่น การแต่งหน้าเป็นพนักงานหมุนวงล้อของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล การแต่งหน้าเป็นสาวน้อยที่โดนปะแป้งระหว่างการเล่นน้ำสงกรานต์ หรือการแต่งหน้าเป็นนางกวัก (ภาพที่ 9)

สำหรับการแต่งหน้า “แฟนตาซี” ถือได้ว่าสามารถตอบสนองและสนับสนุนภาพในความคิด (จินตนาการ) ของกลุ่มแฟนคลับที่อยากเห็นภาพกลุ่มบุคคลเหล่านั้นมีลักษณะเป็น “ตัวตลก” ซึ่งเป็นสิ่งที่ตนเองไม่สามารถพบเห็นได้ในชีวิตจริง จึงต้องอาศัย “โยโกะ ศรีสะเกษ” เป็นผู้สานฝันให้เกิดขึ้น ทางด้านกฤษณ์ ทองเลิศ (2535: 6) ได้อธิบายเกี่ยวกับคำว่า “แฟนตาซี” ในเชิงจิตวิทยาที่ว่า มนุษย์ทุกคนต้องมีการคิดจินตนาการ (Fantasy) หมายถึง กระบวนการที่ปัจเจกบุคคลสร้างเรื่องราวขึ้นภายในจิตใจหรือเป็นการฝันกลางวัน (Daydream) เพื่อตอบสนองความปรารถนาที่ไม่อาจเป็นไปได้ในชีวิตจริง นอกจากนั้นผู้เขียนยังเห็นว่าเมื่อ “โยโกะ ศรีสะเกษ” ได้ปรากฏตัวบนเวทีการแสดง กลุ่มแฟนคลับต่างปรบมือ การกรีดร้อง และการส่งเสียงกรี๊ดท่ามกลางฝูงชน เพื่อแสดงออกถึงความชื่นชอบและประทับใจ ซึ่งถือได้ว่าเป็น “จุดประสบสุข” (Moment of happiness) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ ดังนั้นการใช้การแต่งหน้าเพื่อสวมบทบาทที่หลากหลายของ “โยโกะ ศรีสะเกษ” ในการแสดงหมอลำของวงดนตรีหมอลำคณะเสียงอิสานทำให้เห็นว่า เมื่อเกิดการแต่งหน้าของ “โยโกะ ศรีสะเกษ” ทำให้ใบหน้าที่มีฐานะเป็นสื่อตัวเดิม กลายมาเป็นสารของการแต่งหน้าที่มีฐานะเป็นสื่อตัวใหม่ขึ้น โดยเนื้อหาของสื่อเดิมได้ถูกลดทอนลงไป เมื่อเกิดการแปลงรูปของตัวสื่อ (Tran media) ด้วยการแต่งหน้าล้วนเป็นผลมาจากรหัส (Code) ซึ่งสามารถส่งผลต่อการแปลงระดับอัตตะการสื่อสาร นั่นคือ การแต่งหน้าของตัวตลก และการแต่งหน้าของศิลปิน ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การสื่อสารด้วยการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ในฐานะอวัจนภาษาสามารถเสริมสร้างบุคลิกลักษณะ ความหมาย สภานภาพ และบทบาทต่าง ๆ ให้แก่ “หมอลำ”ให้เกิดความสมบูรณ์และความชัดเจน อันนำไปสู่การเข้าใจร่วมกันทางการสื่อสารได้

สรุป

การสื่อสารด้วยการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ในฐานะอวัจนภาษา โดยการแต่งหน้าถือเป็นอวัจนภาษา ใน 3 ลักษณะ คือ อวัจนภาษาที่ปรากฏทางกายภาพ อวัจนภาษาที่เกี่ยวด้วยวัตถุหรือสิ่งต่าง ๆ และอวัจนภาษาที่ปรากฏทางปริภาษา โดยการแต่งหน้าของ “หมอลำ” เป็นการสื่อสารผ่านการผสมรวมสัญญะหรือเครื่องหมายต่าง ๆ ผ่านการใช้รหัสที่มีความละเอียดอ่อนซึ่งไม่ได้มีการบันทึกไว้อย่างเป็นลายลักษณ์อักษรแต่เป็นที่เข้าใจร่วมกันได้ในแต่ละวัฒนธรรม ดังนั้นการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ในฐานะอวัจนภาษา ถือเป็นการสื่อสารด้วยการจำลองหรือการทำเทียมด้วยการใช้ภาษาเครื่องหมาย (Sign Language) ที่เสมือนตัวบท (Text) ที่ไม่ได้มีสูตรสำเร็จที่ตายตัวหากแต่มีการเปลี่ยนแปลงความหมายไปตามสภาพแวดล้อมของสังคมวัฒนธรรมหรือบริบท (Context)

ในมิติของการแสดงตัวตน (Self) ด้วยการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ล้วนเป็นผลมาจากการใช้รหัส (Code) ของการแต่งหน้าของ “หมอลำ” โดยสามารถส่งผลต่อแปลงระดับอัตตะการสื่อสาร ดังนั้นเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและลักษณะของการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าก็ล้วนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของมนุษย์ได้อย่างหลากหลาย ดังนั้นการแต่งหน้าจึงเป็นการสื่อสารที่มีฐานะเป็นตัวสื่อ (Medium) ซึ่งสามารถเป็นตัวกำหนดและขยายประสบการณ์ของ “ใบหน้า” (Extension of face) มนุษย์ให้กว้างขวางออกไปอย่างไม่หยุดยั้ง สอดคล้องกับ Marshall McLuhan (1964) นักคิดชาวแคนาดาจากสำนักโตรอนโต ที่ได้ตีพิมพ์ผลงานในหนังสือชื่อ “Understanding Media : The Extensions of Man” กล่าวว่า “สื่อทุกประเภท คือ ส่วนขยายของมนุษย์และสามารถจะกำหนดบุคลิกของบุคคล ตลอดจนถึงการต่อให้เกิดรูปแบบของความตระหนักรู้และประสบการณ์ของคนแต่ละคนได้” ดังนั้นการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ในการเปิดการแสดงในแต่ละฉาก แต่ละตอน ถือเป็นสิ่งที่สามารถสร้างเสริมประสบการณ์ที่หลากหลายให้แก่ผู้ชม เช่น ความตื่นตาตื่นใจ ความสดใส ความเพลิดเพลิน ความเร้าใจ หรือแม้กระทั่งความตลก ซึ่งไม่ได้ถูกจำกัดการใช้เพียงแค่เพื่อสร้างความ “สวยงาม” เท่านั้น เมื่อพิจารณาถึงการแต่งหน้าของ “หมอลำ” ทำให้เห็นว่าการแต่งหน้าถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ปฏิเสธไม่ได้ หากปราศจากการแต่งหน้าอาจจะทำให้การแสดง “หมอลำ” ขาดความน่าสนใจก็เป็นได้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กฤษณ์ ทองเลิศ. (2535). *ลักษณะของการสร้างฝันจินตนาการทางเพศในสื่อมวลชนไทย.* วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุษกร บิณฑสันต์ และขำคม พรประสิทธิ์. (2553). *หมอลำ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปัณณทัต ลำเฟือย และอนุกูล โรจนสุขสมบูรณ์. (2564). การแสดงหมอลำคณะเสียงอิสาน. *วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม5*(3), 76-83.

ปอรรัชม์ ยอดเณร. (2561). การพัฒนาอวัจนภาษาในการสื่อสารผ่านกระบวนการสื่อสารการแสดง. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาฉบับพิเศษ ฉบับพิเศษเรื่อง "ทัศนคติ ความพึงพอใจ กับการสื่อสารผ่านสื่อที่แตกต่าง", 11*(special edition2018): 15-25.

พระครูจิรธรรมธัช. (2553). *การประยุกต์หลักพุทธธรรมที่ใช้ในการบริหารจัดการวงดนตรี หมอลำคณะเสียงอิสาน นกน้อยอุไรพร.* วิทยานิพนธ์รปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

มนูศักดิ์ เรืองเดช. (2552). *การแสดงหมอลำ กรณีศึกษาชุมชนหมอลำข้างวัดมัชฌิมาวาสกับบริบททางสังคม จังหวัดอุดรธานี.* วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รังสรรค์ ศิริชู. (2530). *เรียนรู้เทคนิคและศิลปะการ ถ่ายภาพ*. กรุงเทพฯ: บางกอกสาส์น.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525.* กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

ศิริชัย ทัพขวา. (2560). *การพัฒนารูปแบบการแสดงหมอลำหมู่เชิงธุรกิจ.* วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ศิริชัย ศิริกายะ. (2558). แบบจำลองการสื่อสารในยุคดิจิทัล. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์ 13*(15), 8-13.

สุริยพงษ์ บุญโกมล (2558). *วิธีการขับร้องหมอลำกลอน ของหมอลำ ป.ฉลาดน้อย.* วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาดุริยางค์ไทย คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

<u>ภาษาอังกฤษ</u>

Genette, G .(1997). *Paratexts : thresholds of interpretation*. (Translated by Channa Newman and Claude Doubinsky). Lincoln: University of Nebraska Press.

Hirschman, A. (1970). *Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Fims,* Organizations, and States. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Jenkins, H. (1992). *Sexual Poachers.* New York and London : Routledge