



การสื่อสาร “โนรา” ผ่านเพลงลูกทุ่งและมิวสิกวิดีโอ ของค่ายเพลงอินดี้

Meanings of Nora in Thai Country Songs and
Music Videos Created by Independent Record Labels

พັນธกานต์ ทานนท์* เหมือนฝัน คงสมแสง² และมาโนช ชุ่มเมืองปึก¹

¹คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

²คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

¹Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University

²Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

*Corresponding Author, E-mail: phanthakan.tha@dpu.ac.th

unคัดยอ Abstract

บทความนี้ขอเชิญชวนทุกท่านร่วมหาคำตอบว่า การสื่อสารความหมายของ “โนรา” ศิลปะการแสดงของภาคใต้ ในเพลงลูกทุ่งและมิวสิกวิดีโอจากค่ายเพลงอินดี้ นั้น ได้รับการนำเสนอในแง่มุมใด และมีวิธีคิดอย่างไรบ้าง ข้อค้นพบได้คลี่ขยายให้เห็นความหมายของโนราใน 2 มิติ มิติแรก โนราเป็นเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ที่สำคัญของชาวใต้ ซึ่งสะท้อนถึงความสวยงามและเป็นศิลปะการแสดงที่อยู่ในวิถีชีวิตของชาวใต้ที่เปิดรับให้ผู้คนต่างวัฒนธรรมได้เข้ามาสัมผัส และมิติที่สอง โนรากับการสืบทอด ที่พยายามย้ำเตือนให้ชาวใต้รุ่นหลังอย่าหลงลืมโนรา และช่วยกันสานต่อให้อยู่คู่พื้นที่ภาคใต้ ในภาวะที่วิถีชีวิตและสังคมเปลี่ยนแปลงไป

คำสำคัญ: ค่ายเพลงอินดี้, โนรา, เพลงลูกทุ่ง, มิวสิกวิดีโอ

This article examines meanings of the traditional performing art of southern Thailand “Nora” represented in Thai country songs and music videos created by independent record labels. The findings demonstrate meanings of Nora and the way it is represented in two aspects. First, Nora is represented as a significant identity marker of southern Thais. The songs and music videos showcase the beauty and aesthetics of the performing art. It is part of the people’s way of life which invites visitors to learn and explore. Second, Nora is represented in the aspect of cultural inheritance. Stories of the songs and music videos remind the younger generation not to overlook Nora and also ask them for carrying on their cultural identity amid social and cultural change.

Keywords: Independent Record Label, Music Video, Nora, Thai Country Song

เปิดฉากโนรา

“มโนรีปีกลอง

โนราห์ชาวใต้ก็ก้องทั่วไป

คนบางกอกยังร้องบอกว่า

กลอนโนราห์ ยังดังแว่ว

เจ้าทั้งตะโพนน้อย

ปลอ่ยให้พีนีต้องเหวว่า

เป็นเสียงทำนองเพลงตะลุง

จนถึงเมืองกรุง

เพลงจังหวะมโนราห์เริงตุงตุงตุง

นางเอกไปเสียแล้วไปอยู่เมืองกรุง

ลืมปี่ตริตร้อยลืมหุ่นท่องทุ่ง

ไปอาบน้ำประปาแล้วอย่าลืมผ้าถุง”

เพลงอย่าลืมโนราห์-เอกชัย ศรีวิชัย

หลายคนคงเคยได้ยินเพลง “อย่าลืมโนราห์” ที่ขับร้องโดยเอกชัย ศรีวิชัย ศิลปินแดนใต้ผู้เปี่ยมด้วยแท้มัทพแวหน้าที่ยกย่องวัฒนธรรมของคนได้ออกมานำเสนอผ่านพื้นที่ของสื่อบันเทิงอย่างน่าสนใจ หากพิจารณาเนื้อเพลงข้างต้นจะเห็นนัยบางประการที่น่าสนใจจากการผูกเรื่องราวการตั้งถิ่นฐานเพื่อเดินทางเข้าสู่เมืองกรุงของหญิงสาว จนหลงลืมถิ่นฐานและความเป็นรากเหง้าของตนเองไป เพลง ๆ นี้เป็นหนึ่งในตัวอย่างของวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) ในรูปแบบของสื่อบันเทิงที่ถูกใช้ถ่ายทอดและนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโนราในฐานะวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของภาคใต้ รวมถึงสื่อสารถึงความกังวลที่วัฒนธรรมการแสดงนี้จะสูญหายไป

(independent record label) ในจังหวัดทางภาคใต้ โดยค่ายเพลงเหล่านี้เองที่กำลังเข้ามามีบทบาทในการถ่ายทอดและสื่อสารความเป็นได้ผ่านวัฒนธรรมประชานิยมในรูปแบบของบทเพลงลูกทุ่งและมิวสิกวิดีโอที่เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะยูทูบ

การเกิดขึ้นของยูทูบส่งผลต่อการผลิตงานเพลงและมิวสิกวิดีโอของผู้คนในพื้นที่ต่าง ๆ ทำให้การพึ่งพากระบวนการสร้างนักร้องจากค่ายเพลงขนาดใหญ่ตามกระบวนการดั้งเดิมลดน้อยลง นับเป็นการถ่ายโอนอำนาจของผู้คนจาก “ผู้รับสาร” สู่อำนาจ “ผู้สร้างสาร” หรือมีบทบาททั้งสองด้านในเวลาเดียวกันที่เรียกว่า Prosumer (เกิดจากการผสมคำว่า Producer และ Consumer เข้าด้วยกัน) สอดคล้องกับที่เหมือนฝัน

“**การเกิดขึ้นของยูทูบส่งผลต่อการผลิตงานเพลงและมิวสิกวิดีโอของผู้คนในพื้นที่ต่าง ๆ ทำให้การพึ่งพากระบวนการสร้างนักร้องจากค่ายเพลงขนาดใหญ่ตามสูตรดั้งเดิมลดน้อยลง นับเป็นการถ่ายโอนอำนาจของผู้คนจาก “ผู้รับสาร” สู่อำนาจ “ผู้สร้างสาร”**”

สิ่งที่น่าสังเกตคือ ในยุคหนึ่ง เพลงที่หยิบยกโนรามานำเสนอมากมาจากค่ายเพลงกระแสหลักหรือค่ายเพลงขนาดใหญ่ เช่น แกรมมี่โกลด์ และอาร์สยาม ซึ่งมีศิลปินลูกทุ่งที่มีพื้นเพจากภาคใต้อยู่ในสังกัด แต่ภายหลังการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัล ซึ่งส่งผลต่ออุตสาหกรรมและการดำเนินธุรกิจสื่อทุกประเภทสำหรับธุรกิจค่ายเพลงนั้น จะพบแนวโน้มที่ค่ายเพลงและการผลิตเพลงกระจายออกสู่ภูมิภาคมากขึ้น และอำนาจในการสร้างสรรค์เนื้อหาที่ไม่กระจุกตัวอยู่ในค่ายเพลงกระแสหลักอีกต่อไป ดังที่จะเห็นจากการเติบโตของค่ายเพลงขนาดเล็กหรือ “ค่ายอินดี้”

คงสมแสง พันธกานต์ ทานนท์ และพรสุรีย์ วิภาศรีนิมิต (2564, น. 37) ได้อธิบายไว้ว่า ยูทูบนับเป็นสนามหรือพื้นที่แห่งใหม่ของการแจ้งเกิดให้กับนักร้องหน้าใหม่ ซึ่งสามารถเข้ามาสร้างสรรค์และนำเสนอผลงานของตนเองได้ เป็นการเปลี่ยนผ่านอำนาจให้กับผู้ใช้สื่อที่สามารถสถาปนาตัวเองให้เป็นศิลปินได้อย่างง่ายดาย

นอกจากเป็นโลกแห่งความบันเทิงของคนจำนวนมากแล้ว เพลงลูกทุ่งและมิวสิกวิดีโอก็ยังเป็นพื้นที่ในการสื่อสารความหมายและวิถีคิดบางอย่างสู่การรับรู้ของผู้รับสารเช่นเดียวกับสื่อประเภทอื่น ๆ ดังที่ Shuker

(1994 อ้างถึงในอมรรัตน์ทิพย์เลิศ, 2545, น. 476) ได้เสนอไว้ว่า การมองหรือการวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอ นั้นสามารถพิจารณามิวสิกวิดีโอได้ 3 สถานะ คือ มิวสิกวิดีโอในฐานะเป็นอุตสาหกรรม (industrial) มิวสิกวิดีโอในฐานะเป็นสินค้าเชิงธุรกิจ (commercial product) และมิวสิกวิดีโอในฐานะเป็นแบบแผนทางวัฒนธรรม (cultural form) โดยในการศึกษาครั้งนี้ผู้เขียนจะพาผู้อ่านไปสัมผัสและร่วมวิเคราะห์ว่า “โนรา” ซึ่งถูกติดไว้ในพื้นที่ของเพลงลูกทุ่งและมิวสิกวิดีโอในยุบทบกำลังสื่อสารความหมายอย่างไร ในแง่มุมใด และชุกช่อนวิถีคิดเช่นไรไว้บ้าง

ค่ายเพลงอินดี้กับพื้นที่บรรจ “โนรา”

จุดประสงค์ของบทความชิ้นนี้ คือ การสำรวจการสื่อสารความหมายของโนราในเพลงลูกทุ่ง โดยผู้เขียนได้คัดเลือกเพลงและมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งจากค่ายเพลงอินดี้ โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้

1. เป็นมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโนราเป็นหลัก หรือโนราเป็นส่วนสำคัญในเพลง และมีทั้งการนำเสนอศิลปินและเรื่องราวประกอบคล้ายละครควบคู่กัน
2. เป็นผลงานการผลิตจากค่ายเพลงอินดี้ในภาคใต้ที่เผยแพร่ในยูทูบ
3. เป็นผลงานที่เผยแพร่ในช่วงปี พ.ศ. 2560 -2564 เท่านั้น โดยยึดตามวัน เดือน และปีที่เผยแพร่จากค่ายเพลงเป็นสำคัญ

จากเกณฑ์ข้างต้น กลุ่มตัวอย่างเพลงและมิวสิกวิดีโอที่นำมาวิเคราะห์ในบทความนี้มีทั้งสิ้น 7 ผลงาน ดังนี้



ชื่อเพลง โนราห์หน้าปาก

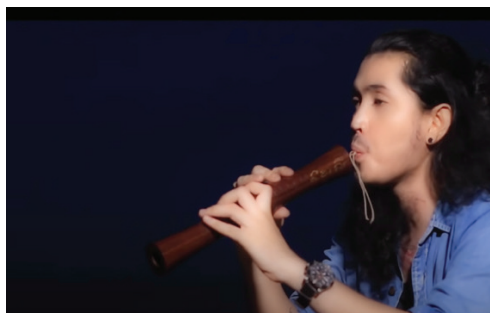
ชื่อศิลปิน วงกินรี

ค่ายเพลง กรีนไลฟ์ ไทยเมโลดี้

วันเดือนปีที่เผยแพร่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2560

ภาพ 1 มิวสิกวิดีโอเพลงโนราห์หน้าปาก

ที่มา: www.youtube.com/watch?v=oyoXAz9RNZM



ชื่อเพลง ปักขี้ไต้

ชื่อศิลปิน โชค สมิหลา

ค่ายเพลง พาราฮัท

วันเดือนปีที่เผยแพร่ 6 มกราคม พ.ศ. 2561

ภาพ 2 มิวสิกวิดีโอเพลงปักขี้ไต้

ที่มา: www.youtube.com/watch?v=c1bq5xsOUTQ



ชื่อเพลง เทียวปักขี้ไต้

ชื่อศิลปิน วงแถมมะริน

ค่ายเพลง โรงสีเพลงเพื่อชีวิต

วันเดือนปีที่เผยแพร่ 18 เมษายน พ.ศ. 2561

ภาพ 3 มิวสิกวิดีโอเพลงเทียวปักขี้ไต้

ที่มา: www.youtube.com/watch?v=x8CnnFLskic



ชื่อเพลง สาวโนราห์

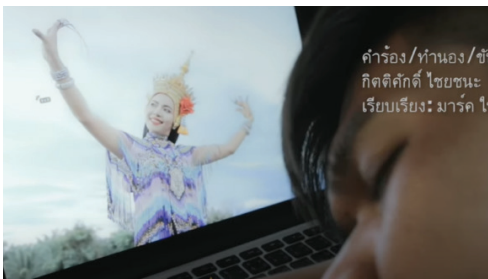
ชื่อศิลปิน เดช อีสระ

ค่ายเพลง JPS Records

วันเดือนปีที่เผยแพร่ 6 กันยายน พ.ศ. 2561

ภาพ 4 มิวสิกวิดีโอเพลงสาวโนราห์

ที่มา: www.youtube.com/watch?v=xm3JO6Ai-hI



ชื่อเพลง หลงมนต์โนราห์

ชื่อศิลปิน กิตติศักดิ์ ไชยชนะ

ค่ายเพลง กิตติศักดิ์ ไชยชนะ Official

วันเดือนปีที่เผยแพร่ 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2562

ภาพ 5 มิวสิกวิดีโอเพลงหลงมนต์โนราห์

ที่มา: www.youtube.com/watch?v=upEP0QtCqd4



ชื่อเพลง หลงโรง

ชื่อศิลปิน นนวด จิรภัทร

ค่ายเพลง โรงสีเพลงเพื่อชีวิต

วันเดือนปีที่เผยแพร่ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2563

ภาพ 6 มิวสิกวิดีโอเพลงหลงมนต์โนราห์

ที่มา: www.youtube.com/watch?v=EPFXVg9T3JU



ชื่อเพลง เด็กบ้าน ๆ

ชื่อศิลปิน บาวThe Tig & บ.เบิ้ล 300 & แดง ศศิวรรณ

ค่ายเพลง TIG Record

วันเดือนปีที่เผยแพร่ 4 มิถุนายน พ.ศ. 2564

ภาพ 7 มิวสิกวิดีโอเพลงเด็กบ้าน ๆ

ที่มา: www.youtube.com/watch?v=F5RJE_-ldkU

แหวกม่าน “ส่องโนรา” ผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง

จากกลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งทั้ง 7 เพลง ผู้เขียนค้นพบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโนราที่ได้รับการนำเสนอผ่านเนื้อเพลง และเรื่องราวที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเหล่านั้นซึ่งฉายภาพและสื่อสารความหมายของโนราไว้อย่างน่าสนใจ โดยสามารถสรุปได้ 2 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ โนรา: ความงดงามและอัตลักษณ์ของคนใต้ และ โนรา: วัฒนธรรมจะซ้ำซาก หากไม่ช่วยบอกสอนลูกสอนหลาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. โนรา: ความงดงามและอัตลักษณ์ของคนใต้

ในแต่ละท้องถิ่นของไทยมีความแตกต่างด้านภูมิประเทศ ภาษา อาหาร ดนตรี และวิถีชีวิต ส่งผล

ต่อการก่อเกิดวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละท้องถิ่นที่เชื่อมโยงผู้คน ชุมชน หรือกลุ่มนั้น ๆ เอาไว้

เฉกเช่นเดียวกับโนรา ศิลปะการแสดงของคนใต้ที่ถูกนำมาเล่าผ่านเพลงและมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งเพื่อนำเสนอให้เห็นถึงคุณค่า วิถีชีวิต ความสวยงามของโนราที่เชื่อมโยงให้ผู้คนเข้ามาสัมผัส ดังเช่นในเนื้อเพลงที่เย็บปักชำได้ เนื้อเพลงได้เชิญชวนหญิงสาวจากต่างวัฒนธรรมไปตีไม้ด้ากับแดนใต้ที่มีความงดงามของธรรมชาติ อาหาร และการแสดง โดยการแสดงที่เพลงหยิบยกมานำเสนอนั้นคือ โนรา ที่เป็นวัฒนธรรมหลักที่ถูกคัดสรรมานำเสนอในฐานะอัตลักษณ์แทนตัวตนของคนใต้ที่คนภายนอกวัฒนธรรมก็รู้จักเป็นอย่างดี

เพลง : เย็บปักชำได้

“จะพาคนดีนั้นมาเย็บปักชำได้
และมีต้นพร้าวเต็มข้างหาดทราย
รับรองมาแล้วเธอจะไม่เศร้า
จะพาละไปแลหนึ่งลึงโนรา
จะพาละไปกินข้าวแกงเครื่องแรง
ถ้าหากไม่รักนะก็ไม่พามา
ถ้าไม่ถูกใจนะก็ไม่พามา

ปักชำได้บ้านเรามีทะเลมีภูเขา
จะพาคนดีนั้นมาแลปักชำได้ ปักชำได้บ้านเรา
มาเที่ยวบ้านเราเธอไวใจได้
ดำนาคูปลาในเล ปะการังสวย
ที่ทำให้เธอหน้าแดง แล้วพีมคำอีแหลง อีแหลงให้เธอได้รู้
ถ้าหากไม่ชอบนะก็ไม่พามา
เธอละไม่ต้องกลัวว่าเสียเวลา รับรองได้มาเธอจะติดใจ”

นอกจากนี้ ในส่วนของการนำเสนอของมิวสิกวิดีโอเพลงนี้ก็ได้สื่อสารความหมายของโนราไว้อย่างน่าสนใจ กล่าวคือ การผูกเรื่องราวของหญิงสาวต่างถิ่นที่มาเที่ยวภาคใต้ โดยมีชายหนุ่มผู้เป็นเจ้าของบ้านพาไปสัมผัสกับการแสดงโนรา ซึ่งเป็นศิลปะการแสดงของคนใต้ถึงหน้าเวที และยังได้พาไปเรียนรู้เกี่ยวกับเครื่องแต่งกายของโนรากับนักแสดงโนรากันถึงหลังเวที ยิ่งเป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงความสวยงามของโนราที่เปิดรอให้ผู้คนต่างวัฒนธรรมเข้ามาสัมผัส



ภาพ 8 ภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงเย็บปักชำได้ที่นำเสนอให้เห็นการพาผู้คนต่างถิ่นไปรู้จักโนรา
ที่มา: www.youtube.com/watch?v=x8CnnFLskic

สำหรับในเนื้อเพลงหลงมนต์โนราห์ จะเป็นอีกหนึ่งมุมมองของผู้ชายต่างถิ่นที่ได้เข้ามาสัมผัสกับสาวชาวใต้ผู้เป็นโนรา ซึ่งมีความสวยงามของท่วงท่าการรำ การแต่งกาย และมีการกล่าวชื่นชมสาวไต้ผู้้นั้นที่ได้สืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างโนราไว้

เพลง: หลงมนต์โนราห์

“เดินทางแสนไกล กลับเหมือนใกล้เพราะใจตั้งมั่น
ที่ได้เจอน้อง เหมือนใจพี่ต้องมนต์สะกดใจ
ผ้าปลิวไสว ใจพี่สั่นคลอน
ดั่งเหมือนสวรรค์ สรรสร้างให้มาได้ชม
สืบต่อสืบสาน ตำนานท่ารำนานมา

อยากรู้ในสิ่งที่ฝัน ก็พลันได้พบความหมาย
สวมเทริด ลูกบิดเรียงราย

สาวไต้ในตาชม ผู้นิยมในศิลปะ
สาวมโนราห์ นำพาที่มาเยือนถิ่นนี้”

ภาพที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงหลงมนต์โนราห์ได้ต่อยอดความสวยงามของโนราผ่านท่วงท่าการรำรำและการแต่งกาย รวมทั้งมีการนำเสนอให้เห็นถึงเรื่องราวความรักระหว่างชายหญิง ที่ได้ฝ่ายหญิงได้สอนท่วงท่าการรำรำให้ชายต่างถิ่นผู้นั้นด้วย

การสื่อให้เห็นว่า โนราเป็นเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญของคนใต้ และเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของคนใต้ รวมทั้งมีการนำเสนอให้เห็นถึงวิถีคิดของการสืบสานอนุรักษ์ให้คนรุ่นหลังช่วยกันรักษาโนราให้อยู่คู่กับแผ่นดินใต้ ปรากฏอย่างชัดเจนในเนื้อเพลงปักษ์ใต้

เพลง: ปักษ์ใต้

“ดินแดนนี้ เมืองหนังโนราห์
ลูกชาวดังเกปนเป ลำเนียงทองแดง
มากมายวัฒนธรรม
หัวค้ำ ขวนแลโนราห์
หนังลุงโนราห์ ช่วยกันรักษา คู่ด้ามขวานทอง”



ภาพ 9 ภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงหลงมนต์โนราห์ที่ตัวละครหลงใหลในศิลปะการแสดงโนรา
ที่มา: www.youtube.com/watch?v=upEP0QtCqd4

สุดตา มีเขา มีเล ลูกสวนยาง
ดินแดนนี้ นั่นคือปักษ์ใต้
หนุ่มสาวไต้ รูปร่างผิวดำ
จะออ จะแอ

หากลองพินิจในการเล่าเรื่องราวในมิวสิกวิดีโอในเพลงปักขี้ได้ จะพบการตอกย้ำให้เห็นถึงความสวยงามของโนรา และแสดงให้เห็นว่า การชมโนราเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของชาวใต้ รวมทั้งภาพของการแสดงโนราที่มีความยิ่งใหญ่ตระการตา ที่ชาวใต้ทั้งชายหญิงและรุ่นเด็ก วัยรุ่น และผู้ใหญ่ต่างก็ให้การตอบรับ

2. โนรา: วัฒนธรรมจะซ้ำซาก หากไม่ช่วยบอกสอนลูกสอนหลาน

อีกหนึ่งความหมายและวิถีคิดที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งกำลังพยายามสื่อสาร คือ “การอนุรักษ์” โดยผูกโยงเรื่องราวการเปลี่ยนผ่านของผู้คนในสังคมภาคใต้ที่ย้ายถิ่นฐานไปสู่สังคมเมือง อาจด้วยเหตุผลจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องไปเรียนหนังสือ หรือการไปทำงาน จึงเกิดเป็นความห่างไกลและกำลัง “หลงลืมโนรา” โดยเพลงจะทำหน้าที่ย้ำเตือนไม่ให้หลงลืม และเรียกคนใต้กลับบ้าน ดังจะเห็นได้ในเนื้อเพลงโนราห์หน้าปก ซึ่งกล่าวถึงหญิงสาวชาวใต้ที่

ย้ายถิ่นฐานเพื่อไปเรียนต่อในสังคมเมือง และไปเป็นดาราถ่ายนู้ดหน้าปกนิตยสาร ชายเนื้อหนังมังสา โดยเพลงกำลังย้ำเตือนให้เธอให้กลับมาซบซ่านและสืบสานโนรา

เพลง: โนราห์หน้าปก

“ขึ้นปกถ่ายนู้ด เรตติงกระชูด ใส่ชุดวันเกิด

พ่อแม่เคยสอน แต่ก่อนลืมแล้วกานดา

หนังลุงโนราห์ หรือลิเกป่า ร้องเงืงเพลงบอก

น้องเล็กซื่อรัก ขึ้นปกนิตยสาร หลบมาชั้นบอร์ด



ภาพ 10 ภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงปักขี้ได้ที่นำเสนอให้เห็นการตอบรับที่ดีของผู้ชมโนรา
ที่มา: www.youtube.com/watch?v=c1bq5xsOUTQ



ภาพ 11 ภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงโนราห์หน้าปกที่นำเสนอให้เห็นหญิงสาวที่เกือบจะหลงลืมโนรา
ที่มา: www.youtube.com/watch?v=oyoXAZ9RNZM

โนราห์ใส่ชุดสวมเทริด แล้วไซเธอเปิดเนื้อหนังมังสา

ว่าอยู่ที่ไหน ทำไรไม่ว่า แค่น้องเหี้ยผ้า อย่าเปิด

วัฒนธรรมซ้ำซาก หากไม่ช่วยบอก สอนลูกสอนหลาน

ว่ากลอนซบซ่าน และรำสืบสาน ตำนานโนราห์”

ในการสื่อสารผ่านเรื่องราวของมิวสิกวิดีโอเพลงโนราห์หน้าปก ตอนท้ายของเพลงนำเสนอให้เห็นภาพของหญิงสาวที่หลงผิดจนเกือบจะหลงลืมโนรา แต่สุดท้ายเธอก็ตัดสินใจกลับบ้าน โดยภาพฉายให้เห็นถึงการรำรำโนราเพื่อตอกย้ำให้เห็นถึงคุณค่าของโนราที่ยึดโยงความรู้สึกของเธอไว้ได้

เช่นเดียวกันกับในเนื้อเพลงหลงโรงที่ฝากไปถึงหญิงสาวได้ ซึ่งทั้งโนราไปทำงานเป็นสาวโนราในบ้านเหล้าในสังคมเมือง บทเพลงพยายามสื่อสารให้เห็นถึงความงดงาม และคุณค่าของโนราที่หญิงสาวกำลังหลงลืม โดยเนื้อเพลงตอกย้ำว่า “อย่าหลงลืมโนรา” เพราะเธอ นั้นเป็นสายเลือดของโนรา ดังเนื้อเพลงความว่า

เพลง: หลงโรง

“โนราห์หลงโรงไปเป็นสาวโนรา
ใจพี่บ่าวพลัดหลงเจ้าลืมสัญญาของพี่บ่าว
อย่าเปลี่ยนผ้า เปลี่ยนกาย
ลืมไหมลืมได้ แต่เจ้าอย่าลืมโนราห์
เสียงกลองเสียงปี่ โหม่งจึงถามไถ่

เจ้าถอดชุดมโนราห์ ไปเป็นโนราในบ้านเหล้า
ถึงเจ้าจะกลายไป เป็นเด็กในเมือง
เจ้าคือสายเลือดมโนราห์
ทำรำพันหน้า ยังจำได้หม้าย
โนราห์อยู่ไหน ออ ออ”



ภาพ 12 ภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงหลงโรงที่นำเสนอให้เห็นหญิงสาวที่กลับมารำโนราหน้าโรงศพ
ที่มา: www.youtube.com/watch?v=EPFXVg9T3JU

ในมิวสิกวิดีโอเพลงหลงโรงได้นำเสนอให้เห็นความเข้าใจของพ่อแม่และปู่ย่าตายายที่พยายามสืบสานโนราให้กับคนรุ่นใหม่ แต่ผู้เป็นลูกหลานกลับหลงไปกับแสงสีและความเจริญ ถอดเทริดโนรา กลายเป็นหญิงโนราในบ้านเหล้า กระทั่งบรรพบุรุษเสียชีวิต สุดท้ายจึงทำได้เพียงการกลับมารำรำโนราหน้าโรงศพในวันที่สายเกินไป

คล้ายคลึงกับเพลงสาวโนราห์ ที่กล่าวถึงหญิงสาวโนราที่ผลัดถิ่นไปในสังคมเมืองและกำลังหลงลืมผ้าถุง หล่งแสงสีเมืองกรุง เนื้อเพลงกล่าวถึงการลืมเสียงปี่ลืมเสียงทับ การไปเที่ยวผับพร้อมการแต่งกาย และการรำรำที่ยั่ววนผู้ชาย ซึ่งเข้ามาแทนที่โนรา

เพลง: สาวโนราห์

“โนราห์โรงครูปีนี้
เป็นเพราะสาวโนราห์ไม่อยู่
ฝากเป็นเพลงฝากสายลมพา
วันที่น้องจะลาจากไป
แล้วให้พี่นี้คอย คอยใจเหว่หว่า
ว่าอน้องเอ๋ย น้องสาวโนราห์
จึงลืมผ้าถุงลืมกลองตุ้ม
ทิ้งพี่ให้คอยถ้าขาดเหงา เศร้าใจหรือใช่
เปลี่ยนจากท่าแม่โนราห์รำไซ้

เสียงโหม่งปี่ไม่เพราะเสนาะหู
ขาดวังเอี้ยวังเวง
ทวงสัญญาน้องยังจำได้หม้าย
บอกไม่นานอีหลบมา
คอยน้องหลบมา คอยแล้วคอยหาย
ไม่รู้ไปรำเปลี่ยนผ้าอยู่กับใครที่ไหน
ไปหลงกรุงแสงสีแล้วเศร้า
ลืมเสียงปี่ลืมเสียงทับ ไปเที่ยวผับแต่งตัวโก้ ๆ
เป็นท่ารำอวดชาย”

โดยภาพที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอสาวโนราห์ สอดคล้องกับเนื้อหาที่นำเสนอให้เห็นการเปลี่ยนผ่านของสาว ชาวใต้จากเดิมที่สวมใส่ชุดโนรา ชุดที่เผยเนื้อหนังม้งสาบทำทางการเต้นที่ยั่ววนขาย สร้างความทุกข์ใจให้กับ ชายคนรักผู้รอคอยให้เธอกลับมา

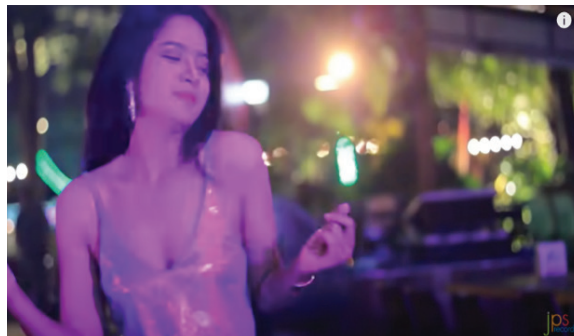
สำหรับในเพลงเด็กบ้าน ๆ มีการนำเสนอถึงเรื่องราวความรักของชายหญิง ที่ฝ่ายหญิงเข้าไปหลงแสงสี ในเมืองกรุง จากสาวชาวบ้านที่ร่าเริงในรา เมื่อไปอยู่ในสังคมเมืองก็ใช้ของแบรนด์เนม มีการแต่งกายที่ เปลี่ยนแปลงไป และอยู่ในโลกของสื่อสังคมออนไลน์

เพลง: เด็กบ้าน ๆ

“เจ้านกบินหลาบักซีได้
โนราเจ้าเคยพาที่
เพลงบอกยังกลายเป็นเพลงแดนซ์
ไปเทใจให้กับชาเนล
โนราทอดแขนออนแอ่นอรชร
ไปรับแบรนด์เนมกุชชีสไตล์
ไปเป็นดาราตึกตอก
เธอบอกว่าจะไปเป็นดารา

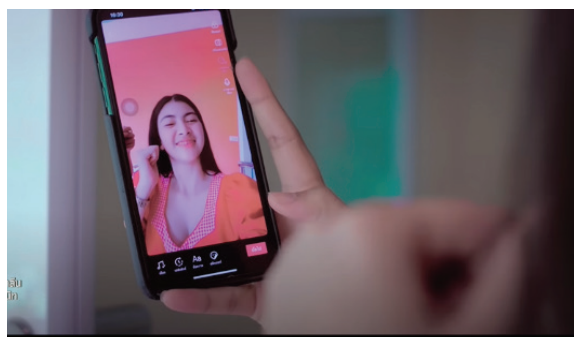
ภาพในมิวสิกวิดีโอเหล่านี้นำเสนอให้เห็นถึงการเปลี่ยนผ่านของชีวิตคนได้ โดยเฉพาะผู้หญิงที่มักจะถูกสื่อสารให้เป็นคนที่ย้ายถิ่นฐานไปอยู่ในสังคมเมือง เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตจนหลงลืมโนรา และวิถีชีวิตแบบเดิมไป โดยใช้การแต่งกายที่เผยเนื้อหนัง การหลงไหลในวัฒนธรรมบริโภคนิยมและชื่อเสียงเป็นภาพแทนของความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับหญิงสาวชาวใต้เหล่านั้น

จากเนื้อเพลงและภาพในมิวสิกวิดีโอ ผู้เขียนมีข้อสังเกต 2 ประการ เกี่ยวกับกลวิธีการสื่อสารของ



ภาพ 13 ภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงสาวโนราห์ที่นำเสนอให้เห็นสาวโนรากับการเต้นยั่ววนในผับบาร์
ที่มา: www.youtube.com/watch?v=xm3JO6Ai-hI

เจ้าบินแล้วหายเข้าเมืองแสงสี
มาในวันนี้หลงแสงนีออน
ในมือเธอถือกุชชี
ลืมพี่บาวแล้วสาวว่า
งามงอนลืมบ้านแล้วหม้าย
เที่ยวใส่ลิ่วยวดแล้ว
ในยูทูบสายเอาจ
แต่เห็นกานดาในมือถือ”



ภาพ 14 ภาพจากมิวสิกวิดีโอเพลงเด็กบ้าน ๆ ที่นำเสนอให้เห็นการหลงอยู่ในกระแสสื่อออนไลน์
ที่มา: www.youtube.com/watch?v=F5RJE_-ldkU

เพลงเหล่านี้ ประการที่หนึ่ง หากลองพิจารณาเนื้อหาการนำเสนอในเพลงและมิวสิกวิดีโอ “ผู้หญิง” มักจะถูกตีตราให้กลายเป็นจำเลยของการหลงลืมโนรา ซึ่งเหตุผลด้านหนึ่งเพราะส่วนใหญ่เพลงเหล่านี้เป็นการเล่าจากมุมมองของ “ผู้ชาย” ที่ร้องเรียกหาหญิงสาวอันเป็นที่รัก เพราะฉะนั้นสิ่งที่น่าสนใจศึกษาต่อไป คือ หากเพลงและมิวสิกวิดีโอที่ถูกนำเสนอผ่านนักร้องหญิง หรือมุมมองการเล่าเรื่องของผู้หญิง จะถูกสื่อสารออกมาในแง่มุมใด จะมีการต่อสู้ต่อรองเกี่ยวกับภาพของผู้หญิงอย่างไร

ประการที่สอง การสื่อสารของสาวโนราในเพลงและภาพในมิวสิกวิดีโอ มักจะมีการนำเสนอภาพคู่ตรงข้ามระหว่างความเป็นเมือง-ชนบท โดยเปรียบเทียบภาพของสาวโนราให้เห็นถึงความแตกต่างดังเช่น การร่ายรำแบบโนรา มักจะเป็นคู่ตรงข้ามกับการเต้นยั่วยวนในผับบาร์ หรือการแต่งกายแบบมิดชิด มักจะถูกเปรียบเทียบกับภาพการแต่งกายแบบวาวหวีดตามสมัยนิยม ซึ่งลักษณะนี้เป็นกลวิธีการเล่าเรื่องพื้นฐานในสื่อที่สามารถช่วยให้ประเด็นหรือแก่นเรื่องถูกสื่อสารไปยังผู้ชมได้เข้าใจได้ง่าย โดยในที่นี้ คือ ผู้ผลิตเพลงต้องการจะนำเสนอว่า ลูกหลานชาวใต้จำเป็นต้องช่วยกันสืบทอดโนราให้อยู่คู่พื้นที่ภาคใต้ต่อไป

บทสรุป: การสื่อสารขับเคลื่อนโนรา มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมสู่การรับรู้ของผู้คน

โนรา เป็นวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชาวใต้ซึ่งมีความพยายามในการรักษาและดำรงไว้ไม่ให้สูญหายไป นับตั้งแต่การได้เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของไทยประจำปี พ.ศ. 2552 และขยายขอบเขตแห่งความรู้จักไปทั่วโลก เมื่อองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก) ได้ประกาศรับรองขึ้นทะเบียนโนรา ให้เป็น

มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติ ในปี พ.ศ. 2564 (กรุงเทพมหานคร, 2564; ชาวไทยพีบีเอส, 2564; ผู้จัดการออนไลน์, 2564)

การปรากฏของโนราในเพลงลูกทุ่งและมิวสิกวิดีโอ แสดงให้เห็นบทบาทของสื่อบันเทิงในการสื่อสารทางวัฒนธรรม โดยต้องนับว่าสื่อบันเทิงเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้โนรายังคงอยู่ในการรับรู้ของผู้คน ทำให้วัฒนธรรมพื้นบ้านหรือวัฒนธรรมประจำภูมิภาคยังคงมีพื้นที่ในการเชื่อมต่อกับผู้คนในสังคมร่วมสมัย ผู้เขียนมองว่าการที่ผู้ผลิตเพลงลูกทุ่งนำเรื่องราวของโนรามาขับขานในบทเพลงมีความสำคัญไม่แพ้การขับเคลื่อนในพื้นที่เป็นทางการหรือพื้นที่อื่น ๆ ซึ่งมีหลายฝ่ายและหลายหน่วยงานพยายามดำเนินการอยู่

ในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลกลายเป็นแกนหลักในการดำเนินชีวิตของผู้คน สิ่งหนึ่งที่ถือว่าการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดังกล่าวซึ่งแสดงให้เห็นในบทความนี้ก็คือ การเพิ่มโอกาสและอำนาจในการสื่อสารของคนกลุ่มต่าง ๆ ที่อาจไม่ได้มีทุนจำนวนมาก โดยในยุคดิจิทัลนี้ ผู้รับสารสามารถสถาปนาตัวเองเป็นผู้ผลิตได้ในเวลาเดียวกัน เชื้อประโยชน์ต่อกระบวนการทำงานเพลงที่สามารถสร้างค่ายเพลงขึ้นมาได้เองจากพื้นที่ในชุมชน ดังนั้น ผู้ที่อาจไม่เคยเข้าถึงการผลิตและเผยแพร่สื่อจึงมีโอกาสและอำนาจในการเล่าเรื่องของโนราได้ไม่ยาก เอื้อให้โนราซึ่งเคยเป็นวัฒนธรรมพื้นถิ่น ขับเคลื่อนต่อไปได้ และเพิ่มโอกาสในการกระจายสู่การรับรู้ของผู้คนได้กว้างขวางขึ้น

การนำเสนอโนราในพื้นที่ของเพลงลูกทุ่ง และมิวสิกวิดีโอจากค่ายเพลงอินดี้อาจเป็นรูปแบบหนึ่งของพลังการสื่อสารเพื่อกระจายวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อช่วงชิงและต่อรองกับวัฒนธรรมกระแสหลักทั้งในระดับชาติและระดับโลก โดยมีการตัดเย็บความหมายผ่านภาพและเสียง โดยจุดยืนและมุมมองของผู้ผลิต

ที่เป็นคนในท้องถิ่น ภายใต้วิธีคิดเพื่อจะสืบสานเป็นสำคัญ สิ่งที่เป็นคำถามต่อยอดสำหรับผู้สนใจศึกษาต่อคือ แล้วในสื่อบันเทิงอื่น ๆ ในเวลานั้นถูกปั้นแต่งโฉมหน้าหรือนำเสนอความหมายออกมาอย่างไร

รวมถึงปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อกระบวนการสร้างความหมายเหล่านั้น โดยเฉพาะเมื่อโนราถูกยกให้เป็นมรดกของมนุษยชาติ การเดินทางต่อของโนราในพื้นที่สื่อบันเทิงอื่น ๆ จะมีที่ท่าอย่างไร ●

เอกสารอ้างอิง

- Birdbt. (2561, 18 เมษายน). *เที่ยวปักษ์ใต้-วงแถมมะริน [4K MusicVideo]*. [Video]. YouTube. www.youtube.com/watch?v=x8CnnFLskic
- Birdbt. (2563, 15 ตุลาคม). *หลงโรง-หนาวด จิรวาท [4K MusicVideo]*. [Video]. YouTube. www.youtube.com/watch?v=EPFXVg9T3JU
- Greenlife Channel. (2560, 25 มิถุนายน). *โนราห์หน้าปาก - วงกินรี [Official MV]*. [Video]. YouTube. www.youtube.com/watch?v=oyoXAz9RNZM
- JPS Channel. (2561, 6 กันยายน). *สาวโนราห์-เดช อิศระ [Official MV]*. [Video]. YouTube. www.youtube.com/watch?v=xm3JO6Ai-hI
- PARAHUT MUSIC CHANNEL. (2561, 6 มกราคม). *ปักษ์ใต้-โชค สมิหลา [Official MV]*. [Video]. YouTube. www.youtube.com/watch?v=c1bq5xsOUTQ
- TIG Record. (2564, 4 มิถุนายน). *เด็กบ้าน ๆ (ด๊ากC70) (สาวนุ้ยเด็กได้ 1.2)-บาว The Tig x บ.เบิ้ล 300 x แดง ศศิวรรณ [OFFICIAL MV]*. [Video]. YouTube. www.youtube.com/watch?v=F5RJ_E-ldkU
- กรุงเทพธุรกิจ. (2564, 16 ธันวาคม). ต่อยอด “โนรา” สร้างงาน แหล่งเรียนรู้ สู่งานท่องเที่ยวชุมชน. สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2565, สืบค้นจาก www.bangkokbiznews.com/social/977692
- กิตติศักดิ์ ไชยชนะ. (2562, 28 พฤษภาคม). *หลงมนต์โนราห์-กิตติศักดิ์ ไชยชนะ [Official MV]*. [Video]. YouTube. www.youtube.com/watch?v=upEP0QtCqd4
- ข่าวไทยพีบีเอส. (2564, 15 ธันวาคม). ยูเนสโกขึ้นทะเบียน “โนรา” เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมฯ. สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2565, สืบค้นจาก news.thaibps.or.th/content/310713
- ผู้จัดการออนไลน์. (2564, 16 ธันวาคม). กรมส่งเสริมวัฒนธรรมเตรียมแถลง ยูเนสโกขึ้นทะเบียน “โนรา” มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม. สืบค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2565, สืบค้นจาก mgronline.com/online-section/detail/9640000124123
- เหมือนฝัน คงสมแสง, พันธกานต์ ทานนท์, และ พรสุรีย์ วิชาศรีนิมิต. (2564). กลยุทธ์การสื่อสารดิจิทัลอัลบั้มเพลงลูกทุ่งอีสาน: มนต์แคน แก่นคูน. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 15(2), 33-73.
- อมรรตน์ ทิพย์เลิศ. (2545). *มิวสิกวิดีโอ: เต็มใจที่จะเจ็บ ไม่เคยเข็ดในรัก*. ใน *สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ* (น. 408-492). ออล อเบอร์ท ฟรินท์.