

กระบวนการสร้างสรรค์สื่อเพลงเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา เพลง 111 ปี เล่าขานตำนานเมืองเบตง*
THE PROCESS OF CREATING MUSIC MEDIA FOR PROMOTING
CULTURAL TOURISM A CASE STUDY OF THE 111 - YEARS SONG
TELLS THE LEGEND OF BETONG

กชพรรณ สกุลพุทธพร

Kotchaphan Sakulbuddhaphorn

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Thailand

E-mail: sakulbuddhaphorn@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ความรู้ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สื่อเพลง และ 2) ศึกษากระบวนการสร้างสรรค์สื่อเพลง โดยเป็นวิจัยแบบสหวิทยาการ กลุ่มเป้าหมายคือผู้อำนวยการผลิต โดยเครื่องมือในการวิจัยมีทั้งแบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสำรวจความพึงพอใจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ สื่อ และบุคคล ทั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการเขียนบรรยาย ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ความรู้ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ถูกนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สื่อเพลงนั้น มาจาก 1.1) ประสบการณ์ตรงจากการลงพื้นที่จริงของนักแต่งเพลง และ 1.2) การค้นคว้าเอกสารและสื่อที่เกี่ยวข้อง โดยเอกสารหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือหนังสือ “ไผ่งามนาม เบตง 111 ปี เล่าขานตำนานเมืองเบตง” เนื่องจากเป็นแนวคิดหลักที่ผู้อำนวยการผลิตต้องการให้ถ่ายทอดออกมา และ 2) กระบวนการสร้างสรรค์สื่อเพลง นั้นถูกแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ด้วยกัน คือ 2.1) ขั้นตอนการผลิต (Pre - production) และ 2.2) ขั้นตอนการผลิต (Production) โดยขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre - production) นั้น ผู้อำนวยการผลิต (Producer) กำหนดโจทย์งานร่วมกับผู้วิจัย ได้ประเด็นสำคัญดังนี้ 1) เมืองในหมอก 2) ใต้สุดสยาม 3) อัตลักษณ์เฉพาะของคนเบตง ส่วนขั้นตอนการผลิตนั้น (Production) เป็นความร่วมมือระหว่าง ผู้อำนวยการผลิต (Producer) ผู้วิจัยหรือนักแต่งเพลง (Song writer) ผู้เรียบดนตรี (Composer) และนักร้อง (Singer) เพื่อทำงานในขั้นตอนสุดท้ายโดยเนื้อหาของเพลงถูกสร้างจากมุมมองของชาวเบตงที่ต้องการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว โดยเน้น

* Received 31 December 2020; Revised 12 January 2021; Accepted 28 January 2021

สร้างภาพลักษณ์ให้เบตงเป็นเมืองสมานฉันท์ และหวังลบภาพจำเรื่องเหตุการณ์ความไม่สงบ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในอนาคต

คำสำคัญ: สื่อเพลง, ประชาสัมพันธ์, การท่องเที่ยว, วัฒนธรรม, เบตง

Abstract

This research paper aims to 1) study the knowledge of cultural tourism sites that inspired the creation of music media and 2) study the process of creating music media. This is an interdisciplinary research. The target group is the producer. The research tools include in - depth interviews. Satisfaction survey and the data were collected from documents, books, media and people. The qualitative data analysis was done by writing lectures. The results of the research showed that 1) the knowledge of cultural tourism sites that were used as inspiration for the creation of music media came from 1.1) direct experiences from actual field trips of the composers and 1.2) Researching documents. And related media the main document used in this research is “Phai Ngam Nam Betong 111 Years Tell the Legend of Betong”. This is the main concept that the production director wanted to convey and 2) the music media creation process. Is divided into two steps together, which is 2.1) Pre - production) and 2.2) Production. By Pre - production, Producer determines the problem with the researcher. Get the following important points 1) The city in the fog 2) The southernmost of Siam 3) Unique identity of Betong people. As for the production process is collaboration between Producer, Researcher or song writer, Composer and Singer to work on the final step. The song's content is created from the perspective of Betong people who want to communicate with tourists. By focusing on creating an image for Betong as a city of harmony and hoping to delete remember the situation of the unrest to stimulate the tourism economy in the future.

Keywords: Music Media, Public Relations, Tourism, Culture, Betong

บทนำ

“เมืองในหมอก ดอกไม้งาม ใต้สุดสยาม เมืองงามชายแดน” คือคำขวัญของอำเภอเบตง จังหวัดยะลาที่ได้รับการยอมรับให้เป็น “ต้นแบบเมืองสมานฉันท์” และ “เมือง



ต้นแบบการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน” ตามโครงการ “เมืองต้นแบบสามเหลี่ยม มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” จนนำมาสู่การจัดงาน “111 ปีเล่าขานตำนานเมือง เบตง” ขึ้นระหว่างวันที่ 11 - 13 พฤษภาคม 2560 ซึ่งคำว่า 111 ปี นั้น ไม่ได้หมายถึงจำนวนปีตั้งแต่ก่อตั้งอำเภอเบตง เพราะความจริงแล้วประวัติของอำเภอเบตงยาวนานกว่า 111 ปี แต่คำว่า 111 ในที่นี้ คือการรวมความเป็นหนึ่งเดียว 3 ประการที่เป็นเอกลักษณ์และมีอยู่ในอำเภอเบตงเท่านั้นเอาไว้ ได้แก่ 1) อำเภอ เบตงเป็นอำเภอหนึ่งในประเทศที่อยู่ใต้สุดสยาม 2) อำเภอเบตง มีผู้ไปรษณีย์ที่สูงและใหญ่ที่สุดในโลก และ 3) อำเภอเบตงมีป่าหะเปียนรเบตงหนึ่งในประเทศไทย ทั้งนี้การจัดงานดังกล่าว ถือเป็นการเฉลิมฉลองเมืองเบตง รวมถึงการรำลึกวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในอำเภอเบตง ทั้งยังเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวของอำเภอเบตงให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น (ชุมศักดิ์ นรานันตวงศ์ และคณะ, 2560)

สื่อเพลง นับได้ว่าเป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดเนื้อหาและความรู้สึกสู่กลุ่มผู้ชมได้อย่างรวดเร็วและลึกซึ้ง เนื่องจากใช้เวลาในการรับสื่อไม่มาก เข้าถึงได้ง่าย และฟังซ้ำได้สะดวก โดยธรรมชาติมนุษย์มักับสื่อเพลงเพื่อเป็นการผ่อนคลายอารมณ์อยู่แล้ว หากผู้ส่งสารต้องการสื่อความหมายผ่านบทเพลงเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ใด ๆ แล้วนั้น สื่อเพลงจึงเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมเสมอมาทั้งในแง่การให้ความรู้ การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หรือเพื่อความบันเทิง (Entertainment) ก็ตามที การสร้างสรรค์สื่อเพลงจึงต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ (Purpose of use) และกลุ่มเป้าหมาย (Target group) ที่ต้องการสื่อสารมาเป็นอันดับแรก จึงสามารถสร้างสรรค์สื่อดังกล่าวได้อย่างเหมาะสม

ผู้วิจัย ในฐานะผู้สร้างสรรค์เนื้อร้องและทำนองเพลง 111 ปี เล่าขานตำนานเมืองเบตง จึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษากระบวนการสร้างสรรค์สื่อเพลงดังกล่าว เนื่องจากองค์ความรู้จากงานสร้างสรรค์สามารถนำมาอธิบายให้เห็นกระบวนการทำงานที่เป็นขั้นตอน โดยเริ่มต้นจากการวางกรอบของงานสร้างสรรค์เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะจากผู้ควบคุมการผลิต (Producer) การค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมของผู้สร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่แรงบันดาลใจในการสร้างผลงาน จนกระทั่งการประสานความร่วมมือจากทั้งผู้ควบคุมการผลิต (Producer) ผู้สร้างสรรค์หรือนักแต่งเพลง (Creator or Song writer) ผู้เรียบเรียงดนตรี (Composer) และนักร้อง (Singer) ซึ่งเมื่องานวิจัยชิ้นนี้แล้วเสร็จ ก็จะสามารถเห็นกระบวนการทำงานที่มีการบูรณาการศาสตร์แขนงต่าง ๆ เข้าด้วยกัน อาทิ แรงบันดาลใจในการประพันธ์เพลง ประวัติศาสตร์เมืองเบตง แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองเบตง แนวคิดเรื่องการประพันธ์บทเพลงและกระบวนการผลิตเพลง เหล่านี้ล้วนเป็นเครื่องมือสำคัญในการประกอบสร้างบทเพลงดังกล่าวให้สำเร็จเป็นรูปธรรมจนสามารถนำไปใช้ได้จริงอย่างเหมาะสมกับความต้องการของคณะผู้อำนวยการผลิตในฐานะผู้จัดงาน โดยผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์และแนวทางในการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ นวัตกรรม ตามกลุ่มศาสตร์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ความรู้ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สื่อเพลง
2. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างสรรค์สื่อเพลง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์ (Creative Research) โดยผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยแบบสหวิทยาการ ทั้งการสำรวจข้อมูลจากสถานที่จริง (Survey) การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากงานเอกสาร งานวิจัย และสื่อที่เกี่ยวข้อง (Textual Analysis) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interviews) ผู้ควบคุมการผลิต (Producer) แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาสร้างสรรค์บทเพลงจนแล้วเสร็จตามความต้องการของ ผู้ควบคุมการผลิต (Producer) โดยมีการวัดความพึงพอใจโดยใช้แบบสอบถามอีกครั้ง

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างสรรค์ได้สร้างเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แนวคำถาม สัมภาษณ์เชิงลึกแบบปลายเปิด เกี่ยวกับขอบข่ายความต้องการกลุ่มเป้าหมาย หรือ โจทย์สำหรับการสร้างสรรค์งาน อันประกอบไปด้วยเนื้อหา และอารมณ์ที่ผู้ควบคุมการผลิต (Producer) ต้องการนำเสนอผ่านบทเพลง รวมถึงการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ดำเนินการผลิต (Producer) หลังจากได้ฟังเพลงฉบับสมบูรณ์ และมีขั้นตอนและวิธีการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ขั้นศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประวัติความเป็นมา ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอำเภอเบตง ร่วมกับประสบการณ์เดิมที่เคยไปท่องเที่ยวในสถานที่จริง บุรณาการกับแนวคิดเรื่องการประพันธ์บทเพลงและกระบวนการผลิตเพลง

2. สร้างแนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกแบบปลายเปิด เพื่อหาข้อสรุปเกี่ยวกับโจทย์ของการทำงานที่ชัดเจนและครอบคลุมทุกมิติ

3. สร้างแบบสัมภาษณ์ความพึงพอใจของผู้ดำเนินการผลิต (Producer) หลังจากได้ฟังเพลงฉบับสมบูรณ์

กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ นายกรณีสักก์ ตั้งหทัยชูหิรัญ ในฐานะผู้ดำเนินการผลิต และผู้กำกับการแสดงชุด 111 เล่าขานตำนานเมืองเบตง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เคยลงไปใช้ชีวิตในสถานที่จริงราวหนึ่งสัปดาห์และได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจากเอกสาร คำบอกเล่า และสื่อต่าง ๆ เพิ่มเติมโดยสามารถจำแนกข้อมูลพื้นฐานสำหรับงานสร้างสรรค์บทเพลง 111 ปี เล่าขานตำนานเมืองเบตง ซึ่งจัดอยู่ในกระบวนการขั้นเตรียมการผลิต (Pre - Production) คือ การค้นคว้าข้อมูลและ



สร้างแรงบันดาลใจเพื่อเตรียมสร้างสรรค์เพลงตามโจทย์ และขั้นตอนการผลิต (Production) กระบวนการประพันธ์เพลงและการสื่อสารจนได้ผลงานเป็นที่พอใจ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลออกมาในรูปแบบการเขียนบรรยายเชิงคุณภาพตามหัวข้อเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้หนังสือ ใฝ่गามนามเบตง เป็นเอกสารหลัก และสัมภาษณ์ผู้อำนวยการผลิตเป็นกรอบในการสร้างสรรคงานเพลง เนื่องจาก บทเพลงดังกล่าวมีเป้าประสงค์เฉพาะเจาะจง ส่วนแนวคิดด้านการประพันธ์เพลงนั้นถูกนำมาวิเคราะห์การทำงานส่วนของการประพันธ์เพลงนั่นเอง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า

1. องค์ความรู้ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ถูกนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สื่เพลงนั้น มาจากประเด็นหลักต่อไปนี้

1.1 ประสบการณ์ตรงจากการลงพื้นที่ ผู้วิจัยได้มีโอกาสไปร่วมทำการแสดงและเป็นพิธีกรในงานเทศกาลโกเบตง โดยได้ใช้เวลาทำงานและพักผ่อนที่อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ราว 1 สัปดาห์ เนื่องจากมีเพื่อนสนิทอาศัยอยู่ที่นั่น จึงทำให้ได้มีโอกาสใช้เวลาท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ อย่างไม่เร่งรีบทั้งยังได้มีโอกาสสัมผัสกับวิถีชีวิตของผู้คนที่หลากหลาย ได้เข้าใจมุมมองของคนพื้นที่ที่มีความภาคภูมิใจในถิ่นฐานของตน และเชื่อมั่นในศักยภาพของเมืองเบตงว่าสามารถพัฒนาให้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อได้ไม่ยาก นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้มีโอกาสชิมอาหารหลากหลายรสอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะรวมถึงได้ฟังคำบอกเล่าถึงที่มาและความพิเศษของอาหารแต่ละอย่าง จึงทำให้เกิดความประทับใจไม่น้อย โดยตั้งใจไว้ว่าหากมีโอกาสจะกลับไปเยือนเบตงอีกหลาย ๆ ครั้ง

1.2 การค้นคว้าเอกสารและสื่อที่เกี่ยวข้อง นอกจากงานวิจัยและสื่อต่าง ๆ แล้ว เอกสารหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือหนังสือ “ใฝ่गามนาม เบตง” เนื่องจากเป็นแนวคิดหลักที่คณะผู้จัดงานต้องการให้ถ่ายทอดออกมา โดยได้นิยามเบตงว่าเป็น “เมืองอาบหมอกในอ้อมกอดสันกาลาศีรี” ทั้งยังแบ่งเนื้อหาออกเป็นสามภาคด้วยกัน คือ ภาคหนึ่ง ว่าด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ตั้งแต่แหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์ จนถึงการร่วมยุคสมัยลังกาสุกะ - ศรีวิชัย - ปาตานี - อยุธยา - รัตนโกสินทร์ ทั้งยังมีเรื่องชนเผ่าซาไก ซึ่งเป็นคนพื้นเมืองดั้งเดิม (โอรังอัสลี) พัฒนามาสู่การทำสวนทำไร่ ซึ่งเป็นวิถีชาวมลายูท้องถิ่น จนมาถึงการย้ายเมือง การเสียดินแดน และการกำเนิด “เบตง” จนมาถึงเนื้อหาภาคที่สอง ว่าด้วยเรื่องการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลง การมาถึงของผู้พยพชาวจีนโพ้นทะเล การปรากฏตัวของพรรคคอมมิวนิสต์มาลายา และฮาลา ชุมชนประวัติศาสตร์ จนกระทั่ง ญี่ปุ่นบุก และมาสู่ช่วงเวลาแห่งแสงสว่างจากพระมหากรุณาธิคุณที่ชาวเบตงได้รับจากสถาบันพระมหากษัตริย์



โดยมีเนื้อหาส่วนที่สามกล่าวถึง ภาพปัจจุบันและอนาคตของเมืองเบตงซึ่งได้กล่าวถึงความเป็นเมืองต้นแบบของความสามัคคี และภาพลักษณ์ของความเป็น “เมืองในหมอก ดอกไม้งาม ได้สุดสยาม เมืองงามชายแดน” จนมาสู่ความภาคภูมิใจของการเป็นเมืองต้นแบบการพัฒนาที่พึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน ในที่สุดผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างสรรค์จึงได้หารือกับผู้อำนวยการผลิตและคัดเลือกประเด็นที่จะนำมากล่าวถึงในบทเพลง โดยคำนึงถึงความร่วมสมัย บวกกับภาพจำที่ชาวเบตงต้องการสื่อและหากบุคคลภายนอกได้สัมผัสจะต้องประทับใจได้ดังนี้

1.2.1 เบตงเป็นเมืองในหมอก จากความโดดเด่นของทะเลหมอกที่ยอดเขาขุนซิลิปัต ทะเลหมอกธารน้ำทิพย์ (ทะเลหมอกสองแผ่นดิน) และทะเลหมอกอัยเยอร์เวง เป็นการเน้นย้ำจุดเด่นของเบตงจากคำขวัญที่กล่าวว่า เมืองในหมอก ซึ่งทำให้ผู้วิจัยจินตนาการว่าที่นี้เปรียบเหมือนแดนสวรรค์ในอุดมคติ ซึ่งเป็นจุดเด่นที่ตักใจนำเสนอในบทเพลง

1.2.2 เบตงเป็นดินแดนใต้สุดสยาม เนื่องจากเป็นอำเภอเดียวของไทยที่มีพื้นที่ใต้สุดติดประเทศมาเลเซีย ผู้วิจัยจึงเลือกใช้เป็นคำสำคัญในการแต่งเนื้อเพลงอีกด้วย นอกจากนี้ภาพจำที่เด่นชัดอีกประการของเบตงคือสวนไม้ดอกเมืองหนาว (สวนหมื่นบุปผา) ที่อยู่ใกล้กับอุโมงค์ปิยะมิตร อุโมงค์ดินที่ขบวนการโจรคอมมิวนิสต์มลายา สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2519 สำหรับเป็นฐานปฏิบัติการต่อสู้ทางการเมือง หลบการโจมตีทางอากาศ และสะสมเสบียง แต่ต่อมาก็ได้กลับมาร่วมพัฒนาชาติไทยและสร้างสันติสุขตราบจนปัจจุบัน โดยในเส้นทางเดียวกันนั้นก็มีบ่อน้ำพุร้อนสาธารณะไว้ให้คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวแช่และอาบเพื่อผ่อนคลายอีกด้วย ถัดออกมานอกเมืองที่ บ.ขอแยะ - บาตา ต.แม่หวาด อ.ธารโต ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทางหลวงหมายเลข 410 ยะลา - เบตง ที่ตัดผ่านคดเคี้ยว และย่นระยะทางได้ถึง 9.5 กม. เราจะพบความสวยงามของเขื่อนบางลาง จากสะพานข้ามทะเลสาบฮาลา - บาลา ที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นจุดพักรถก่อนเดินทางเข้าสู่ตัวอำเภอเบตง จะเห็นได้ว่าด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติ และเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ที่กล่าวมาทำให้เบตงเป็นเมืองสวรรค์บนดินได้ไม่ยากเลย

1.2.3 ชาวเบตงมีอัตลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่น ผู้คนที่มีความรักสามัคคี ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน คนสูงวัยเล่าต่อกันว่า มัสยิดกลางเบตงในปัจจุบัน มีคนไทยเชื้อสายจีนช่วยก่อสร้าง เวลามีนางบุญชาวไทยมุสลิม ชาวไทยเชื้อสายจีน ชาวไทยพุทธ และชาวไทยที่นับถือศาสนาคริสต์ต่างก็ไปมาหาสู่ช่วยเหลือกัน จึงไม่แปลกที่จะเกิดการแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดทางวัฒนธรรมจนเป็นอัตลักษณ์เฉพาะและอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติ เหล่านี้ล้วนทำให้ระบบสังคมของเบตงเข้มแข็ง อาจเนื่องมาจากในอดีตที่ตั้งของอำเภอเบตงเป็นเมืองกลางหุบเขา ทำให้การติดต่อกับบุคคลภายนอกไม่สะดวกนัก จึงทำให้ชาวเบตงพยายามสร้างทุกอย่างที่เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตขึ้นมาด้วยตัวเอง ทั้งสถานศึกษา โรงพยาบาล ศาสนสถาน สถานที่ราชการ สวนสาธารณะ พิพิธภัณฑ์ และสนามกีฬา จนเป็นที่มาของการมีป้ายทะเบียนรถเบตงหนึ่งเดียวในประเทศไทย โดยรากฐานเหล่านี้มาจากความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรที่



เอื้อให้ทำอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งเป็นอาชีพหลักของประชากรส่วนใหญ่ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้สัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวที่ล้วนเป็นภาพจำของ เบตง อาทิ หอนาฬิกาเบตง อุโมงค์เบตงมงคลฤทธิ์ วัดพุทธาธิวาส ป้ายใต้สุดสยาม ตู๊ปรชนีที่ใหญ่ที่สุดในเบตง ศาลเจ้าพ่อโต๊ะนิ มัสยิดกลางเบตง สนามกีฬาเบตง เป็นต้น นอกจากสถานที่ต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยได้มีโอกาสได้ลิ้มรสอาหารพื้นถิ่นของเบตงและพบว่ามีความโดดเด่นเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็น ไก่เบตง ผัดผักน้ำ ถั่วเจียน กบฏเขา เคาหยก เฉาก๊วย ซึ่งได้มีคำกล่าวของชาวเบตงว่า “เมื่อคุณมาที่นี่มากกว่าการกินอาหารคือการได้เสพวัฒนธรรมของเรา” เหล่านี้ล้วนสะท้อนว่าชาวเบตงมีความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของตนเป็นอย่างยิ่ง ด้วยเหตุนี้ภาพความทรงจำทั้งหมดที่กล่าวมาล้วนแต่เป็นแรงบันดาลใจให้ผู้วิจัยสามารถสร้างสรรค์ผลงานออกมาผ่านมุมมองของชาวเบตงได้อย่างสิ้นไหล ดังคำกล่าวที่ว่า “สิบปากว่า ไม่เท่าตาเห็น สิบตาเห็น คงไม่เท่าลงไปสัมผัสด้วยตัวเอง” อย่างไรก็ตามผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างสรรค์ได้มีความเห็นร่วมกันกับผู้อำนวยการผลิตว่าไม่ควรเอ่ยถึงชื่อสถานที่ท่องเที่ยวและอาหารอย่างเฉพาะเจาะจง แต่ควรเลือกใช้วิธีการพรรณนาโวหารให้เห็นภาพรวมความงดงามของเบตงที่สื่อสารอารมณ์ความรู้สึกออกมาแทน

2. กระบวนการสร้างสรรค์สื่อเพลง **นั้นถูกแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน** ด้วยกัน คือ

1) ก่อนการผลิต (Pre - production) และ 2) ขั้นตอนการผลิต (Production)

2.1 ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre - production) มีกระบวนการดังนี้

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก นายกรณันศักดิ์ ตังหทัยชูหิรัญ ในฐานะผู้อำนวยการผลิต (Producer) ครั้งแรกเมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2560 โดยผู้อำนวยการผลิตให้ข้อมูลว่า “คณะจัดงานต้องการแนวเพลงที่เข้าถึงผู้คนได้ง่าย ความเป็นสากล จังหวะสนุกสนาน แต่ก็ไม่เร็วจนเกินไป ทั้งยังต้องการให้การฟังเพลงได้อารมณ์ผ่อนคลาย สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เบตงกลายเป็นเมืองแห่งมิตรภาพพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวในอนาคต” (กรณันศักดิ์ ตังหทัยชูหิรัญ, 2560) เมื่อผู้วิจัยได้รับโจทย์งานดังกล่าว จึงได้นำข้อมูลมาสร้างสรรค์งานเพลง แล้วส่งให้ผู้อำนวยการผลิตฟังในครั้งแรกอย่างไม่เป็นทางการ จึงได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก นายกรณันศักดิ์ ตังหทัยชูหิรัญ ครั้งที่สองในวันที่ 9 เมษายน 2560 โดยได้โจทย์งานเพิ่มเติมว่า “บทเพลงนี้ต้องสามารถใช้ได้ในโอกาสอื่น ๆ ได้ด้วย คณะผู้จัดงานจึงไม่ได้ต้องการให้มีชื่องานอยู่ในบทเพลง โดยกลุ่มเป้าหมายหลักคือนักท่องเที่ยววัยรุ่นจนถึงวัยทำงานทั้งในและนอกพื้นที่อำเภอเบตง โดยคณะผู้จัดงาน ต้องการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองเบตง ในฐานะอำเภอหนึ่งของจังหวัดยะลา ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้น เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจของเมืองเบตงที่ในอนาคตคาดว่าจะมีรายได้หลักมาจากการท่องเที่ยว เนื่องจากเบตงมีแผนก่อสร้างและเปิดให้บริการท่าอากาศยานนานาชาติเบตงในราวปี 2563 โดยช่องทางการเผยแพร่สื่อเพลง จะใช้เปิดในงาน “111 ปี เล่าขานตำนานเมืองเบตง” ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 11 - 13 พฤษภาคม 2560 และประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอื่น ๆ อาทิ



สถานีวิทยุกระจายเสียงอำเภอบาง, YouTube, Facebook เป็นต้น” (กรณีสักก์ ตั้งหทัยชู หิรัญ, 2560)

เมื่อผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของอำเภอบาง แล้วได้ข้อสรุปดังนี้ 1) บางเป็นเมืองในหมอก 2) บางเป็นดินแดนใต้สุดสยาม และ 3) ชาวบางมีอัตลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่น ซึ่งเมื่อนำเสนอและทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้อำนวยการผลิต (Producer) ในวันที่ 20 เมษายน 2560 ก็มีความเห็นพ้องกัน และได้มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า อยากให้เน้นย้ำคำว่า “ใต้สุดสยาม” ให้อยู่ในเพลงด้วย ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอแนวเพลงอ้างอิงจากวงดนตรีชื่อดังอย่าง เจ็ตเซตเตอร์ (Jetset'er) โดยได้เสนอให้จิณตนากรเอาไว ซึ่งก็ได้ความเห็นพ้องจาก ผู้อำนวยการผลิต (Producer) และ ผู้เรียงดนตรี (Composer) ในทิศทางเดียวกัน (กรณีสักก์ ตั้งหทัยชูหิรัญ, 2560)

2.2 ขั้นตอนการผลิต (Production) มีกระบวนการดังนี้

เมื่อได้ข้อสรุปจากขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre - production) ผู้วิจัยจึงเข้าสู่ขั้นตอนของการการผลิต (Production) โดยลงมือประพันธ์เนื้อร้องทำนองเพลงดังกล่าว (Composing / Sketching) จากแรงบันดาลใจ โดยใช้เวลาต่อเนื่องทั้งสิ้น 2 ชั่วโมง ซึ่งผู้วิจัยนั้นไม่ได้มีพื้นฐานเกี่ยวกับการเล่นดนตรี เพียงแต่มีพื้นฐานการไถ่ดนตรีและการร้องเพลงอยู่บ้าง การแต่งเพลงในส่วนของเนื้อร้องและทำนองจึงเกิดขึ้นพร้อมกันในสมอง จากนั้นผู้วิจัยจะใช้วิธีอัดเสียงร้องของตนลงในโทรศัพท์อย่างคร่าว ๆ เพื่อจะได้ไม่ลืมทำนอง ก่อนจะเขียนลงในกระดาษและปรับแก้ตามความเหมาะสม หลังจากนั้นก็จะทดลองร้องเพลงดังกล่าวให้ได้เนื้อร้องและทำนองที่ชัดเจนที่สุดเพื่อต่อการสื่อสาร ก่อนจะทำการบันทึกเนื้อเพลงที่เขียนเสร็จและเสียงร้องของตน ดังเนื้อเพลงต่อไปนี้

เนื้อเพลง 111 ปีเล่าขานตำนานเมืองบาง (บาง ที่นี้มีรัก)

(A) มีคนบอกไว้ โลกเรามันช่างกว้างใหญ่ รอคอยให้หัวใจฉันเจอ

(B) ใต้สุดสยาม บางนั้นช่างงดงาม และรอคอยให้เธอมาเจอ

(C) ฉันยังรอจะพบกัน หวังให้เธอได้เจอฉัน เมื่อเธอมา มาหากัน

เธอจะเห็นถึงความผูกพัน บ้านของฉันดินแดนแห่งนี้ยังคงมี ยังมีความรัก

(Hook) ความรักมีไว้รอเธอมา และเธอจะได้รู้เองว่า หลายภาษา หลากเชื้อ

ชาติ

แล้วลงตัว มันเป็นอย่างไร ที่ท่องเที่ยวก็มีมากมาย อากาศหนาวเรามีหมอก

ขาวราวกับอยู่

อยู่ในสวรรค์ บ้านฉันมีรักและหวังดี อาหารเด็ดมากมายเลยที่นี่

(D) ฉันยังรอจะพบกัน หวังให้เธอได้มาบ้านฉัน เมื่อเธอมา มาหากัน

เธอจะเห็นถึงความผูกพัน บ้านของฉันดินแดนแห่งนี้ยังคงมี ยังมีความรัก



จากเนื้อเพลงดังกล่าว สามารถอธิบายถึงความมุ่งหมายของผู้วิจัยในการสร้างสรรค์สื่อเพลงได้ดังนี้

2.2.1 เนื้อร้อง จะเห็นได้ว่าผู้วิจัยเลือกสื่อสารจากมุมมองของคนเบตงไปสู่คนภายนอก ซึ่งเลือกใช้เป็นภาษาร่วมสมัยให้ความรู้สึกเหมือนเพื่อนสื่อสารกัน โดยเลือกใช้สรรพนาม “ฉัน” เป็นตัวแทนของชาวเบตง และสรรพนาม “เธอ” เป็นตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน ทั้งยังเลือกใช้คำสัมผัสในแต่ละวรรคของเพลงเพื่อความลื่นไหล และสร้างสร้างการจดจำ โดยการเลือกใช้คำซ้ำ จากวรรคสู่วรรค ภาษาเช่นนี้ก็ให้เกิดการเน้นย้ำ และสร้างจังหวะการร้องเฉพาะ ทำให้ผู้ฟังสัมผัสได้ว่าการมาเที่ยวเบตงเปรียบเหมือนการมาเที่ยวบ้านเพื่อน ที่เต็มไปด้วยความรัก มิตรภาพ ความสวยงามของทิวทัศน์โดยเฉพาะสายหมอกที่ทำให้เมืองนั้งดงามราวสรวงสวรรค์ และที่นี่ยังมีอาหารรสเด็ดที่รอคอยนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนให้ได้ชิมเข้ากับกระแสนิยมที่ว่า “ที่ท่องเที่ยวต้องสวยงาม แปลกตา อาหารอร่อยหลากหลาย” ทั้งนี้เพื่อลบความกลัวและภาพจำเรื่องความรุนแรงจากสถานการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนใต้ และตอกย้ำความเป็นเมืองสมานฉันท์ที่มีความปลอดภัย สัมคคี และสันติสุขอีกด้วย

2.2.2 เสียงร้อง เนื้อเสียงและเทคนิคการขับร้องของศิลปิน ใจ ธนรัฐ ปิ่นเวหา มีความทุ้ม นุ่ม เนื้อเสียงแน่น มีพลัง ทว่าอบอุ่น ทำให้สัมผัสถึงความน่าเชื่อถือและเป็นมิตรในเวลาเดียวกัน สอดคล้องกับเนื้อหาของเพลง โดยข้อดีของการเลือกนักร้องมืออาชีพมาขับร้องคือ ตัวศิลปินมีพื้นฐานทางด้านเทคนิคการร้องที่เหมาะสมและสามารถทำความเข้าใจโจทย์งานที่ผู้สร้างสรรค์ต้องการท่ามกลางข้อจำกัดในการทำงานทั้งเรื่องของเวลาและระยะทาง

2.2.3 ทำนอง ทำนองเพลงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสอดคล้องกับเนื้อหา เนื่องจากการแต่งเพลงนี้ไม่ได้แยกส่วนระหว่างเนื้อร้องกับทำนอง แต่ทั้งสองสิ่งเกิดขึ้นพร้อมกันในจินตนาการ หลังจากทีสรุปโจทย์งานและทำการค้นคว้าข้อมูลอย่างเพียงพอแล้วนั้น จึงเลือกให้ทำนองมีความเป็นสากลร่วมสมัย จังหวะสนุกสนาน ไม่เร็วหรือช้าจนเกินไป ฟังแล้วได้อารมณ์ผ่อนคลาย เป็นมิตร และอบอุ่น สอดคล้องกับอีกสององค์ประกอบข้างต้นนั่นเอง

ขั้นตอนต่อมาผู้วิจัยได้ส่งไฟล์บันทึกเสียงร้องตัวอย่างและเนื้อร้องไปให้ผู้อำนวยการผลิต (Producer) และ ผู้เรียบเรียงดนตรี (Composer) ฟัง ในเบื้องต้น โดยใช้วิธีการสื่อสารแบบประชุมทางไกลเพื่อทำความเข้าใจให้ตรงกัน โดยผู้เรียบเรียงดนตรี (composer) ได้นำเสียงร้องตัวอย่างดังกล่าว ไปร้องใหม่เป็นเสียงผู้ชายและทำจังหวะดนตรีประกอบคร่าว ๆ (Demo) เพื่อให้ผู้อำนวยการผลิต (Producer) นำตัวอย่างเพลงไปเสนอที่ประชุมคณะกรรมการจัดงาน เมื่อมติที่ประชุมเห็นพ้องให้ผลิตเพลงนี้ได้ ผู้เรียบเรียงดนตรี (composer) จึงนำเพลงดังกล่าวกลับมาสู่ขั้นตอนการเรียบเรียงดนตรี (Arranging and MIDI Sequencing) และอัดเสียงจริง (Recording) กับนักร้องที่คัดเลือกไว้ โดยได้ส่งตัวอย่างเพลง



กลับมาให้ผู้آنวยการผลิต (Producer) และผู้วิจัย ได้ฟัง เพื่อเสนอแนวทางปรับแก้ หลังจากนั้น ผู้آنวยการผลิต (Producer) ได้นำตัวอย่างเพลงไปนำเสนอความคืบหน้าให้ที่ประชุม คณะกรรมการจัดงานได้ฟังอีกครั้ง ก่อนจะมีมติให้ผู้เรียบเรียงดนตรี (Composer) เข้าสู่ขั้นตอนการผลิตเสียงขั้นสุดท้าย (Mixing and Mastering) รวมระยะเวลาทั้งกระบวนการประมาณ 1 เดือน เนื่องจากเป็นการทำงานระหว่างกรุงเทพฯ - เบตง เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว การสื่อสารส่วนใหญ่จึงผ่าน สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ และแอปพลิเคชันต่าง ๆ โดยเมื่อเพลงแล้วเสร็จ ผู้เรียบเรียงดนตรี (Composer) ได้ส่งผลงานให้กับ ผู้آنวยการผลิต (Producer) เพื่อนำไปใช้ต่อยอดในการผลิตสื่อมิวสิควิดีโอ จนถือว่าเสร็จสิ้นกระบวนการสร้างสรรค์สื่อเพลงโดยสมบูรณ์ ซึ่งนายกรณันศักดิ์ ตั้งหทัยชูหิรัญ ผู้آنวยการผลิต ได้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจหลังจากนำบทเพลงดังกล่าวไปใช้งาน ในวันที่ 12 พฤษภาคม 2560 โดยมีความคิดเห็นต่อเพลงสามารถแบ่งเป็น 3 ส่วนด้วยกัน คือ 1) เนื้อร้อง เนื้อหาของเพลงมีการสื่อสารตรงใจทำงาน และใช้ภาษาเหมาะสมกับแนวเพลง 2) เสียงร้อง เนื้อเสียงและเทคนิคการขับร้องของศิลปิน ใจ์ ธนรัฐ ปิ่นเวหา มีความเหมาะสม สอดคล้องกับบทเพลงในภาพรวม ทำให้ดูลงตัว กลมกลืน 3) ทำนอง ทำนองของเพลงและการเรียบเรียงดนตรีมีความเป็นสากลร่วมสมัย จังหวะสนุกสนาน ไม่เร็วหรือช้าจนเกินไป ฟังแล้วได้อารมณ์ ผ่อนคลาย ตอบโจทย์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ต้องการได้อย่างเหมาะสม (กรณันศักดิ์ ตั้งหทัยชูหิรัญ, 2560)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยข้อที่ 1) ศึกษาองค์ความรู้ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สื่อเพลง ผู้วิจัยเริ่มต้นหาข้อมูลทั้งจากประสบการณ์ตรงที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยว ณ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ร่วมกับการศึกษาประวัติและแหล่งท่องเที่ยวของเบตงผ่านทางหนังสือ “ไผ่งามนามเบตง 111 ปีเล่าขานตำนานเบตง” เป็นแหล่งข้อมูลหลัก ร่วมกับข้อมูลจากสื่อ เอกสาร และบุคคล พบว่า จุดเด่นของเมืองเบตงคือความเป็นพหุวัฒนธรรมที่มีการอยู่ร่วมกันอย่างลงตัวและงดงาม โดยสิ่งต่าง ๆ ถูกต่อยอดผ่านความเป็น “ต้นแบบเมืองสมานฉันท์” (ชุมศักดิ์ นรานันทวงศ์ และคณะ, 2560) ซึ่งเห็นว่าชาวเบตงมีความพยายามในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองเบตง โดยดึงศักยภาพของการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีทั้งความเป็นพหุวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม และสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นออกมาเป็นจุดขายผ่านการสร้างสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญิมา แก้วงาม และวิไลวรรณ จงวิไลเกษม ที่ว่าอำเภอเบตงมีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารท่องเที่ยวโดยใช้สื่อกิจกรรม สื่อบุคคล และสื่อออนไลน์เป็นหลัก โดยเนื้อหาสาระส่วนใหญ่จะมีทั้งภาพและข้อความเกี่ยวกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ประเพณีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และแสดงถึงอัตลักษณ์



ของชุมชนตลอดจนอาหารท้องถิ่น สินค้าพื้นเมืองวิถีชีวิตและบรรยากาศของเมืองเพื่อแสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแม้จะอยู่ภายใต้สถานการณ์ความรุนแรง โดยมีความถนัดในการสื่อสารออกไปอย่างสม่ำเสมอตนเองยังเป็นการเน้นย้ำความต้องการของ ทางคณะผู้จัดงานโดยนายกรณันท์ศักดิ์ ตั้งหทัยชูหิรัญ ผู้อำนวยการผลิต (Producer) (กัญฐิมา แก้วงาม และวิไลวรรณ จงวิไลเกษม, 2561) เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2) ศึกษากระบวนการสร้างสรรค์สื่อเพลง โดยกระบวนการเริ่มจากผู้อำนวยการผลิตได้ติดต่อมายังผู้วิจัยว่าต้องการเพลงประชาสัมพันธ์งาน 111 ปีเมืองเบตงที่มีกลิ่นอายร่วมสมัย เข้าถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยในภูมิภาคอื่น ๆ ด้วย โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยขั้นการผลิต (Production) นั้นผู้วิจัยในฐานะนักแต่งเพลงได้บอกเล่าเนื้อเพลงผ่านมุมมองของคนเบตง ทั้งนี้บทเพลงไม่ได้ถูกสร้างสรรค์แบบแยกส่วน เนื่องจากผู้สร้างสรรค์ไม่ได้มีความรู้เรื่องทฤษฎีดนตรี แต่สามารถแต่งเนื้อร้องทำนองเพลงจากจินตนาการแล้วบันทึกลงกระดาษ ก่อนจะอัดเสียงร้องพร้อมทำนองเป็นตัวอย่าง ลักษณะการทำงานเช่นนี้มีรูปแบบสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตพงษ์ ตรีมาศ ที่กล่าวว่า นักแต่งเพลง 5 ใน 12 คน จะใช้วิธีแต่งทำนองและเนื้อเพลงไปพร้อม ๆ กัน โดย การทำงานต้องเลือกใช้ถ้อยคำและความหมายของถ้อยคำให้สอดคล้องกับเป้าหมายของเพลง (จิตพงษ์ ตรีมาศ, 2561) ดังที่ งานวิจัยของ รวีดา สีสด ได้ศึกษาลักษณะการใช้ถ้อยคำและความหมายของถ้อยคำในบทเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาณรณนต์ เนื่องจากมีความสำคัญในการสร้างและสื่อความหมาย ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า ผู้วิจัยในฐานะนักแต่งเพลงได้มีแรงบันดาลใจถึงแนวดนตรีร่วมสมัยของวง เจ็ตเซตเตอร์ (Jetset'er) ซึ่งเป็นดนตรีแนว ป๊อป และใช้ดนตรีอิเล็กทรอนิกส์เป็นแนวทางสำคัญ เพราะอยากให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้ง่าย ตามขอบข่ายของโจทย์งานที่ได้รับ (รวีดา สีสด, 2558) โดยวิธีคิดดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพล ดีคำ ที่ได้กล่าวถึงสถิติฟีดแบ็กประพันธ์เพลงชาวอเมริกัน ผู้บุกเบิก ดนตรีแบบ Minimal Music ในสหรัฐอเมริกาช่วงทศวรรษที่ 1960 โดยดนตรีของ มีความพิเศษตรงที่สามารถข้ามผ่านไปยังผู้ฟัง กลุ่มอื่นที่ไม่ใช่ผู้ฟังดนตรีคลาสสิกจึงทำให้แนวคิดของเขาส่งอิทธิพลต่อนักแต่งเพลง - นักดนตรี ร็อคป๊อปและดนตรีอิเล็กทรอนิกส์รุ่นหลังจำนวนมากนั่นเอง (ณัฐพล ดีคำ, 2561) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยลักษณะคล้ายกันของ กรฤต นิลวานิช ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างสรรค์บทเพลงเกี่ยวกับพืชจำปาตะซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจและผลไม้ประจำจังหวัดสตูล โดยงานวิจัยดังกล่าวได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่บทเพลงในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพืชจำปาตะของจังหวัดสตูลนั่นเอง เหล่านี้ล้วนเป็นการยืนยันว่าสื่อเพลงนั้นมีประสิทธิภาพในการสื่อสาร และสามารถต่อยอดเป็นองค์ประกอบของสื่ออื่น ๆ ได้เป็นอย่างดี (กรฤต นิลวานิช, 2560)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

บทความวิจัย เรื่อง กระบวนการสร้างสรรค์สื่อเพลงเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษา เพลง 111 ปี เล่าขานตำนานเมืองเบตง สามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ดังกล่าวออกเป็นสองส่วนด้วยกันคือ 1) องค์ความรู้ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สื่อเพลง มาจากประสบการณ์ตรงของผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างสรรค์บทเพลง ที่ได้เคยไปทำงานและพักผ่อนที่เบตงด้วยตัวเอง และการพูดคุยค้นคว้าเอกสารและสื่อที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม และ 2) กระบวนการสร้างสรรค์สื่อเพลงถูกแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนด้วยกัน คือ 1) ขั้นตอนการผลิต และ 2) ขั้นตอนการผลิตรายการ โดยสามารถอธิบายกระบวนการดังกล่าวได้สอดคล้องกับแนวคิดการประพันธ์เพลงโดยพื้นฐาน เพียงแต่การประพันธ์เนื้อร้องและทำนองเพลง เกิดขึ้นพร้อมกันในจินตนาการของผู้สร้างสรรค์ ไม่ได้มาจากการกำหนดทำนองโดยเครื่องดนตรี ซึ่งเมื่อทำการศึกษาแล้วนั้น จึงนำมาสู่ข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้ 1) สื่อเพลงประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เมื่อถูกสร้างสรรค์ออกมาแล้ว ย่อมต้องการกลยุทธ์ในการเผยแพร่ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้เกิดการฟังซ้ำ ติดหู นำไปสู่การพิจารณาเนื้อหา และเกิดความรู้สึกว่าอยากมาสัมผัสด้วยตนเอง ซึ่งการมีช่องทางการเผยแพร่ที่ชัดเจน หลากหลาย การกระทำซ้ำอย่างสม่ำเสมอ จะช่วยให้สื่อดังกล่าวถูกใช้งาน ได้เต็มประสิทธิภาพ 2) สื่อเพลงดังกล่าวนอกจากจะสามารถนำไปต่อยอดเป็น มิวสิควิดีโอแล้วนั้น ยังสามารถดัดแปลงเป็นเพลงประกอบภาพยนตร์สั้น งานเขียน และงานศิลปะประเภทอื่นๆ ได้อีกมากมาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการใช้งาน จากการศึกษาข้อมูลที่ผ่านมา เห็นได้ชัดว่า อำเภอเบตง มีความพยายามในการผลิตซ้ำภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมออยู่แล้ว แต่หากต้องการกระแสเป็นวงกว้างและระยะยาว น่าจะมีการเชิญศิลปินแขนงต่าง ๆ มาร่วมถ่ายทอดงานศิลปะร่วมกันเป็นการเฉพาะ เช่น อาจมีบทเพลงเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของอำเภอเบตง จากหลากหลายศิลปิน หลากหลายแนวเพลง และหลากหลายภาษา เพื่อตอบโจทย์ความเป็นเมืองพหุวัฒนธรรมต้นแบบเมืองสมานฉันท์ ดังที่หนังสือ “ไผ่งามนามเบตง” ได้กล่าวไว้นั่นเอง

เอกสารอ้างอิง

- กรณันท์ศักดิ์ ตั้งหทัยชูหิรัญ. (9 เมษายน 2560). ข้อจำกัดและโอกาสในการนำเพลง 111 ปีเล่าขานตำนาน เมืองเบตงไปใช้. (กชพรรณ สกุลพุทธพร, ผู้สัมภาษณ์)
- _____. (9 มีนาคม 2560). ขอบข่ายงานและความต้องการในการผลิตบทเพลงประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา เพลง 111 ปีเล่าขานตำนานเมืองเบตง. (กชพรรณ สกุลพุทธพร, ผู้สัมภาษณ์)



- _____. (12 พฤษภาคม 2560). ความพึงพอใจในการนำบทเพลง 111 ปีเล่าขานตำนานเมืองเบตงไปใช้งานจริง. (กชพรรณ สกฤตพุทธพร, ผู้สัมภาษณ์)
- _____. (20 เมษายน 2560). จุดเน้นย้ำและคำสำคัญที่ต้องการให้ปรากฏในบทเพลง 111 ปีเล่าขานตำนานเมืองเบตง. (กชพรรณ สกฤตพุทธพร, ผู้สัมภาษณ์)
- กรฤต นิลวานิช. (2560). การสร้างสรรค์บทเพลงเกี่ยวกับพืชจำปาตะ. ใน รายงานวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาและองค์การบริหารส่วนจังหวัดสตูล.
- กัญฐิมา แก้วงาม และวิไลวรรณ จงวิไลเกษม. (2561). เบตง: กลยุทธ์การสื่อสารท่องเที่ยวภายใต้ภาวะวิกฤตความรุนแรงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. เรียกใช้เมื่อ 12 พฤษภาคม 2563 จาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcomm/article/view/226715/154694>.
- ชิตพงษ์ ตรีมาศ. (2561). การแต่งเพลงละครโทรทัศน์. เรียกใช้เมื่อ 12 พฤษภาคม 2563 จาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EDUCU/article/view/163441/118187>
- ชุมศักดิ์ นรานันทวงศ์ และคณะ. (2560). ไฟงามนามเบตง 111 ปี: เล่าขานตำนานเมืองเบตง. อำเภอเบตง จังหวัดยะลา: หจก. พงศ์นราการพิมพ์ และ หจก.ควอลิตี้ ออฟ อาร์ต.
- ณัฐพล ดีคำ. (2561). การประพันธ์เพลงร่วมสมัยจากแนวความคิดดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ผ่านบทประพันธ์. เรียกใช้เมื่อ 11 มกราคม 2562 จาก www.journal.rmutt.ac.th.
- รวิดา สีสด. (2558). ลักษณะบทเพลงและภาพประกอบในภาพยนตร์โฆษณารถยนต์. ใน วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์เพื่อการสื่อสาร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.