

การศึกษากระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองหลังยุคจรัล มโนเพ็ชร มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างสรรค์และผลิตเพลงคำเมือง 2. เพื่อศึกษาการทำงานขององค์กร/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์เพลงคำเมือง และ 3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมเพลงคำเมือง วิธีการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการศึกษาพบว่าหลังจาก จรัล มโนเพ็ชร เสียชีวิต (พ.ศ.2545-2551) เพลงคำเมืองมีกระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองสามารถแบ่งออกเป็นการสร้างสรรค์ระดับท้องถิ่น และการสร้างสรรค์ในระดับประเทศ ซึ่งในระดับท้องถิ่นนั้น ศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่นมีรูปแบบการเข้าสู่อาชีพ 2 แบบ คือ 1. ศิลปินที่สังกัดบริษัท และ 2. ศิลปินที่ไม่สังกัดบริษัทหรือศิลปินอิสระ โดยเจ้าของบริษัท หรือโปรดิวเซอร์ สรรหาศิลปิน โดยไม่มีการกำหนดบุคลิกภาพศิลปิน การเลือกเพลงให้ศิลปินขับร้องจำนวน 10 เพลงในแต่ละอัลบั้ม จะมีสูตรสำเร็จว่าต้องเป็นเพลงเร็ว มีเนื้อหาแบบใด ก็เพลง หรือเพลงตลกก็เพลง ไม่มีขั้นตอนการพิจารณาที่ซับซ้อน ไม่ต้องวางแผนการตลาด เนื่องจากทราบพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายท้องถิ่นอยู่แล้ว ทำให้อัลบั้มเพลงหนึ่งชุด ใช้เวลาประมาณ 2 สัปดาห์ ถึง 1 เดือนเท่านั้น รูปแบบในการสร้างสรรค์เพลงคำเมือง สามารถแบ่งได้ 4 รูปแบบ คือ 1. เพลง โฟล์คของคำเมือง 2. เพลงตลกคำเมือง 3. เพลงลูกทุ่งคำเมือง 4. เพลงคำเมืองแบบสตริงคอมโบ โดยวงการเพลงคำเมืองระดับท้องถิ่นจะมุ่งเน้นการสร้างความบันเทิง

กระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองในระดับประเทศ ศิลปินจะสังกัดบริษัท มีสัญญาผูกมัดและระบบการแบ่งผลประโยชน์ระหว่างศิลปินกับบริษัทชัดเจน ผู้บริหารและโปรดิวเซอร์เป็นผู้สรรหาศิลปิน แต่จะมีการกำหนดบุคลิกภาพหรือดัดแปลงบุคลิกภาพของศิลปินเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด รูปแบบในการสร้างสรรค์แบ่งได้ 3 รูปแบบคือ 1. เพลงโฟล์คของเพื่อชีวิต 2. เพลงลูกทุ่งคำเมือง 3. เพลงคำเมืองเพื่อชีวิต การสร้างสรรค์ผลงานเพลงหนึ่งอัลบั้ม ใช้เวลาประมาณ 2 เดือนถึง 2 ปี ขึ้นอยู่กับความรีบเร่งในการวางแผน ซึ่งพิจารณาจากชื่อเสียงของศิลปิน มีขั้นตอนการพิจารณา การประชุมระดมความคิด โดยมีรูปแบบในการสร้างสรรค์เพลงคำเมือง เชื่อมโยงกับการวางแผนการตลาด โดยจะผลิตเพียง 2 เพลงเพื่อทดลองตลาดก่อน หากได้รับความนิยมจึงจะผลิตให้ครบ 10 เพลง บริษัทนิยมจัดหาผู้สนับสนุนศิลปิน เรียกว่า สปอนเซอร์ เพื่อสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการผลิตหรือรับเหมาผลงานของศิลปิน

องค์กรหรือบุคคลที่มีเกี่ยวข้องในการสร้างสรรค์เพลงคำเมือง ประกอบด้วย บริษัทหรือนายทุนอิสระ โปรดิวเซอร์ ครูเพลง/นักแต่งเพลง และศิลปินเพลงคำเมือง

ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมเพลงคำเมืองในระดับท้องถิ่นมี 6 ปัจจัย ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 2. ปัจจัยด้านสังคม 3. ปัจจัยด้านเนื้อหาเพลง 4. ปัจจัยด้านโอกาสและจังหวะในการวางแผน 5. ปัจจัยด้านอิทธิพลของสื่อ 6. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสื่อ

ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมเพลงคำเมืองในระดับประเทศมี 5 ปัจจัย ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านสังคม 2. ปัจจัยด้านอิทธิพลของสื่อ 3. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสื่อ 4. ปัจจัยด้านตัวบทเพลง 5. ปัจจัยด้านโอกาสและจังหวะในการวางแผน

There are a total of 3 purposes, such as (1) To study the creative procedure of Northern Dialect Songs (2) To have a understanding of organization and individual working in the production work of producing Northern Dialect Songs (3) To have a clearer picture on the factor that is affecting the popularity of Northern Dialect Songs, so this will be a Qualitative Research.

The result of the study is after the Jaran Manopetch Era (during year of 2002-2008), the Northern Dialect Songs has progressed in both the local production and also as a national production. For local production, the Northern Dialect Songs Artist there are 2 different types in the trading line such as (1) dependent artists (2) Independent artists (Indy) that the company or producer seek talents who can be able to be artist without character control, then they can choose such songs for them to perform, with about 10 songs per album. It is also fixed mind in fast speed of rhythm, lyric (fixed meaning and amount) and comedy song (fixed amount), so they don't have any complicated process, without marketing plan because of they are targeting local well-known. The estimated time for producing an album ranged from about 2 weeks to 1 month. The creation structure of Northern Dialect Songs has divided into 4 different types such as (1) Northern Dialect Songs (2) Comedy Dialect Song (3) Country Dialect Song (4) String Combo Dialect Song, so the local Northern Dialect Song society is focusing purely on entertainment only.

The Northern Dialect Songs processing by nation production, such artist belongs to Entertainment Company, it has agreement to commit and specify as benefit between artist and company clearly. Director and producer are seekers who look for artist, also to specify character or adjust individuality in order to be in line with the marketing target. There are 3 creations of

such structures, namely Song for Life's Folk Song, Lanna Country Dialect Song, Dialect Song for Life. The creation of an album can be as fast as 2 month to as long as 2 years that depends on the hastiness for the launching of the album which considers by fame of the artist, consideration procedure, brainstorming with creation structure of Folk Song that link to marketing plan, so will produce only 2 songs for the purpose of testing the market responses of the popularity that can be achieved. When the results are firmed, the balance of the 10 songs will then be launched and complete. In addition, they like to seek for such person who supports the artist namely 'sponsor' in order to patronize production cost or taking artist's work.

For those organization or individual who relates to Creative Procedure of Northern Dialect Songs, consists with enterprise or capitalist, producer, composer and Northern Dialect Song Artists.

By local, there are 6 factors that will affect the Popularity of Northern Dialect Songs; they are (1) Economy Factors (2) Social Factors (3) Lyric Factors (4) Opportunity and Chances of Planning (5) Media Influence Factors and (6) Management of Media Factors.

And by national, there are 5 factors that will affect the Popularity of Northern Dialect Songs; they are (1) Social Factors (2) Media Influence Factors (3) Management of Media Factors (4) Lyric Factors and (5) Opportunity and Chances of Planning.