

เพลงโคราช : ภูมิปัญญาชาวบ้านสู่มรดกทางวัฒนธรรม Korat Song: From Local Wisdom to Cultural Heritage

วัลย์ลิกา เจริญศิลป์

Wanlika Charoensilpa

คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

Faculty of Sciences and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Isan

Dr.wanlika@gmail.com

บทคัดย่อ

จากการละเล่นพื้นบ้านที่ใช้ไหวพริบของหมอเพลง เป็นเพลงที่ไม่มีเครื่องดนตรีประกอบในการร้อง เพลงโคราชเป็นการละเล่นในงานพิธีต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นมาของชาวโคราชมาตั้งแต่อดีต เมื่อยุคสมัยกาลเวลาเปลี่ยน ความนิยมในการฟังเพลงเปลี่ยนไป ทำให้การละเล่นที่ถือว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมกำลังจะเลือนหายไปตามกาลเวลา จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรักษามรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญนี้ให้อยู่คู่กับเมืองโคราชสืบไป ด้วยการใช้ส่วนประสมทางการตลาดตามทฤษฎีการส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ การส่งเสริมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ เพลงโคราชให้มีเนื้อหาที่หลากหลายตรงใจผู้ฟังมากขึ้น ด้านราคา (Price) ต้องมีการควบคุมราคาให้เหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้วยการใช้ช่องทางออนไลน์ การส่งเสริมการตลาด(Promotion) ด้วยการนำเพลงโคราชเข้าร่วมงานเทศกาลและส่งเสริมการตลาดทางสื่อออนไลน์ ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ด้วยการเพิ่มพื้นที่จอดรถ รถรับส่งนักท่องเที่ยว และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในการนั่งฟังเพลงโคราช กระบวนการให้บริการ (Process) ด้วยการใช้ Application ในการให้ข้อมูลเพลงโคราชและการชำระค่าสินค้าผ่าน smart phone และบุคลากร (People) ด้วยการให้ความรู้และฝึกฝนคนรุ่นใหม่ในการร้องเพลงโคราชในสถานศึกษาและการเพิ่มผู้บรรยายในการให้ข้อมูลเพลงโคราช

คำสำคัญ: เพลงโคราช, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, มรดกทางวัฒนธรรม

Abstract

Korat songs are folk performing arts of Nakhon Ratchasima Province without use of the music but a sense of singer. The songs were regularly used in ceremonies to convey stories of people from the town of Nakhon Ratchasima dating back to ancient times. Due to the passage of time, appreciation of the Korat song has decreased, and the folk performing arts considered as cultural heritage are diminishing accordingly. Therefore, Korat songs have to be preserved as a cultural heritage of Nakhon Ratchasima by using marketing mix concept based on marketing theories for promoting cultural tourism as follows: product - creating a wide variety of Korat songs touching audiences' heart, price - restrictions on the prices, place - online distribution channels, promotion - playing Korat songs in festivals and promoting them through online media, physical evidence - increasing parking capacity, tour bus numbers and facilities for listening to the songs, process - offering lyrics of Korat songs and product payment service through smart phone application and people - educating and training new generation as to singing Korat songs in educational institutes as well as increasing numbers of lecturers in delivering information of Korat songs.

Keywords: Korat Song, Traditional Knowledge, Cultural heritage

Received: 2019-04-11

Revised: 2019-06-20

Accepted: 2019-08-15

บทนำ

“ภูมิปัญญา” ตามความหมายของ พจนานุกรม ฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2555 ได้ให้ความหมายว่าหมายถึง พื้นความรู้ความสามารถ (พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน,ออนไลน์) หรือตรงกับคำว่า Wisdom ในภาษาอังกฤษ ซึ่งมีความหมายว่า ปัญญา สติปัญญา ความเฉลียวฉลาด ส่วนความหมายของคำว่าท้องถิ่น (Local) หมายถึง ท้องที่ใดท้องที่หนึ่งโดยเฉพาะ เช่น เวลาท้องถิ่น ประเพณีท้องถิ่น อีกทั้ง ยศ สันตสมบัติ (2541) ได้ให้ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น (Traditional Knowledge) ว่าเป็นองค์ความรู้ที่พัฒนาขึ้นในบริบททางกายภาพและวัฒนธรรมของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนกับระบบนิเวศ มีการสืบทอดและพัฒนาเป็นเวลานานร้อยนับพันปี และมีการปรับตัว และเปลี่ยนแปลงพัฒนาไปตามบริบททางเศรษฐกิจสังคมและการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ภูมิปัญญาท้องถิ่นก่อกำเนิดขึ้นจากเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมและมีลักษณะเป็นองค์รวมรอบด้าน โดยมีอาจแยกส่วนต่าง ๆ ออกจากกันไปอย่างเด็ดขาด อย่างไรก็ตาม สามารถแบ่งแยกเพื่อการวิเคราะห์องค์ประกอบของภูมิปัญญาท้องถิ่นได้เป็น 4 ระดับ คือ องค์ความรู้ในเรื่องอาหารและยา องค์ความรู้ในเรื่องระบบการผลิตและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาพื้นบ้านที่ปรากฏในรูปของความเชื่อพิธีกรรมจารีตประเพณี และวิถีปฏิบัติ และวิถีคิด ดังนั้นภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom), (Traditional Knowledge) หรือ ภูมิปัญญาชาวบ้าน (Folk Wisdom) จึงหมายถึง ความรู้ความสามารถของคนในท้องถิ่นที่สืบทอดกันมายาวนาน เป็นองค์ความรู้ของเรื่องราวต่าง ๆ เช่นการประกอบอาหารและยา การจัดการกับทรัพยากรธรรมชาติ หรือแม้แต่ภาษาและ การละเล่นนั่นเอง

ในส่วนของมรดกทางวัฒนธรรมนั้น องค์การวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nation Educational, Scientific ,and Cultural Organization) (n.d.)

หรือองค์การ UNESCO ได้ให้คำจำกัดความของคำว่ามรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) ไว้ในการประชุมสามัญที่จัดขึ้น ณ กรุงปารีส ในปี ค.ศ.1972 ไว้ว่าเป็น

(ก) อนุสรณ์สถาน (Monuments) อันรวมไปถึง ผลงานทางสถาปัตยกรรม ผลงานประติมากรรมหรือจิตรกรรม ส่วนประกอบหรือโครงสร้างของโบราณคดีธรรมชาติ จารึก ถ้าที่อยู่อาศัยและร่องรอย ซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นในระดับสากลด้านประวัติศาสตร์ ศิลปศาสตร์ หรือวิทยาศาสตร์

(ข) กลุ่มอาคาร (group of buildings) อันรวมไปถึงกลุ่มของอาคารไม่ว่าจะแยกจากกันหรือเชื่อมต่อกันโดยลักษณะทางสถาปัตยกรรมหรือโดยความสอดคล้องกลมกลืน หรือโดยสภาพทางภูมิทัศน์ซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นในระดับสากลทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปศาสตร์ และวิทยาศาสตร์

(ค) แหล่งอันรวมไปถึงผลงานที่เกิดจากมนุษย์ (sites) หรือผลที่เกิดจากมนุษย์และธรรมชาติ และบริเวณอันรวมถึงแหล่งโบราณคดีซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นในระดับสากลทางด้านประวัติศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ ชาติพันธุ์วิทยา หรือมานุษยวิทยา

เว็บไซต์มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม (มปป,ออนไลน์) ได้ให้ความหมายของคำว่า “มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม” หมายถึง การปฏิบัติ การแสดงออก ความรู้ ทักษะ ตลอดจนเครื่องมือ วัตถุ สิ่งประดิษฐ์ และพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเหล่านั้น ซึ่งชุมชนกลุ่มชน หรือในบางกรณีปัจเจกบุคคลยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมของตน มรดกภูมิปัญญา ทางวัฒนธรรมซึ่งถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่งนี้ เป็นสิ่งซึ่งชุมชนและกลุ่มชนสร้างขึ้นมาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของตน เป็นปฏิสัมพันธ์ของพวกเขาที่มีต่อธรรมชาติและประวัติศาสตร์ของตน และทำให้คนเหล่านั้นเกิดความภูมิใจในตัวตนและ

ความรู้สึกสับสนก่อให้เกิดความเคารพต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์

ในประเทศไทยเองก็มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางมรดกวัฒนธรรมที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดนครราชสีมาซึ่งตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีพื้นที่มากที่สุดในประเทศไทย ประมาณ 20,494 ตารางกิโลเมตร(สถาบันราชภัฏนครราชสีมา, 2557) เป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายและโดดเด่น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ “เพลงโคราช” เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเพลงที่มีลักษณะพิเศษ คือเป็นการละเล่นร้องเพลงโคราชด้วยภาษาโคราช ที่ไม่มีเครื่องดนตรีประกอบในการร้อง ใช้เพียงไหวพริบการร้องเพลงโต้ตอบกันระหว่างหมอลำเพลงเท่านั้น ในอดีตเพลงโคราชจะใช้เป็นมหรสพแสดงในงานต่างๆ แต่ในปัจจุบันการละเล่นเพลงโคราชมีเพียงแค่ที่บริเวณลานอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีและเวทีการแสดงที่วัดศาลาลอย อีกทั้งเป็นเพียงการร้องเพื่อแก้บนเท่านั้น สอดคล้องกับ วีระ เลิศจันทิก (2541) ได้ระบุว่า ช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ.2475 ได้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ ทำให้บทบาทของเพลงโคราชได้เปลี่ยนไป อีกทั้งปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ความบันเทิง และด้านการคมนาคมพัฒนาขึ้นมาก ทำให้คนในพื้นที่เองนิยมฟังเพลงโคราชน้อยลง นอกจากนี้ในปัจจุบัน เพลงที่ให้ความบันเทิงมีหลากหลายมากขึ้น และใช้ภาษาที่ทันสมัยตรงใจคนรุ่นใหม่ ทำให้เพลงพื้นถิ่นดั้งเดิมได้รับความนิยมลดน้อยลงไปเรื่อย ๆ ทำให้คนรุ่นหลังจึงไม่ทราบเรื่องราวและความเป็นมาของเพลงโคราช จนอาจจะทำให้เพลงโคราชกำลังจะเลือนหายไป ด้วยเหตุผลดังที่กล่าวมานี้ บทความวิชาการนี้จึงมุ่งนำเสนอ 4 ประเด็น คือ 1) ประวัติความเป็นมาและความสำคัญของเพลง

โคราช 2) ภาษาที่ใช้ในการร้องเพลงโคราชและวิธีการร้องเพลงโคราช 3) สภาพปัจจุบันของเพลงโคราช 4) แนวทางการส่งเสริมเพลงโคราชให้เป็นที่รับรู้แก่คนทั่วไปและนักท่องเที่ยว

ประวัติความเป็นมาและความสำคัญของเพลงโคราช

เพลงโคราช คือการร้องแก้เกี้ยวระหว่างหญิงและชาย เป็นเพลงปฏิพากย์ (โต้ตอบกัน) โดยใช้ไหวพริบของหมอลำเพลง ยังไม่มีหลักฐานปรากฏว่ามีเพลงโคราชมาตั้งแต่สมัยใด มีเพียงคำบอกเล่าว่า สมัยท้าวสุรนารียังมีชีวิตอยู่ ท่านโปรดเพลงโคราชมาก (ก่อน พ.ศ. 2394) ซึ่งได้มีหลักฐานปรากฏว่า นายหรี บ้านสวนข่า ได้มีโอกาสเล่นเพลงโคราชถวายสมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ เมื่อครั้งเสด็จพระราชดำเนินมาทรงเปิดถนนจอมสุรางค์ยาตรในปี พ.ศ. 2456 และเริ่มมีงานฉลองอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีมาตั้งแต่ พ.ศ.2477 ก็ได้มีการละเล่นเพลงโคราชที่อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีจนถึงปัจจุบันโดยมีการตั้งคณะเพลงโคราช และมีการเล่นเพลงโคราชแก้บนที่เวทีการแสดงบริเวณอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีและเวทีการแสดงที่วัดศาลาลอยเป็นประจำ โดยมีนายกสมาคมคนแรกคือ นายกำป็น นิธิวรไพบูลย์ (กำป็น บ้านแท่น) ในปัจจุบันนายกสมาคมคือ นายบุญสม สังข์สุข (บุญสม กำปัง)

ความสำคัญของเพลงโคราชเป็นการแสดงในงานมงคลและงานอวมงคล ได้แก่ งานโกนจุกบวชนาค ขึ้นบ้านใหม่ งานฉลองต่าง ๆ งานอวมงคลงานแก้บนที่วัดศาลาลอย และที่อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีจำนวน 3 โรง (3 เวที) สำหรับการแต่งกายของผู้เล่นเพลงโคราชหรือหมอลำเพลงนั้น หมอลำเพลงทั้งชายหญิงจะนุ่งผ้าถุงกระเบนโดยแต่เดิมใช้ผ้าหางกระรอกที่เป็นผ้าที่มีลักษณะพิเศษและมีชื่อเสียงของนครราชสีมาหรือใช้ผ้าม่วง เสื้อหมอลำฝ่ายชายใช้เสื้อคอกลมหรือคอฮาวายแขนสั้นลายสีใดก็ได้ มีผ้าขาวม้าเคียน หรือคาดพุง ฝ่ายหมอลำเพลงหญิงนิยมสวมเสื้อรัดรูปไม่มีปก แขนสั้น ปัจจุบันมีการแต่งกายตามสีวันตามความเชื่อของ

คนไทย สำหรับสถานที่เล่นเพลงโคราชนั้น ในสมัยก่อนไม่มีการจำกัดการละเล่น เพียงแต่ต้องมีภาชนะใส่น้ำมาตั้งไว้ให้หมอเพลงได้เติมน้ำเมื่อคอแห้งขณะร้องเพลง ต่อมาได้มีการพัฒนาเวทีการแสดงเพลงโคราช มีเสา 4 ต้น พื้นยกสูงประมาณ 1 เมตร พื้นปูกระดานไม้ หลังคามุงด้วยก้านมะพร้าวหรือวัสดุอื่น และมีถังน้ำตั้งไว้กลางเวทีให้หมอเพลง ในปัจจุบันเวทีการแสดงเพลงได้มีการพัฒนาให้ทันสมัยยิ่งขึ้น และมีการจัดเก้าอี้ไว้ให้ผู้ฟังเพลงด้วย (เพลงโคราชเฉลิมพระเกียรติเล่ม 1, ออนไลน์)

ภาษาที่ใช้ในการร้องเพลงโคราช

ภาษาโคราชเป็นภาษาที่ผสมกันระหว่างภาษาไทยกลางกับไทยอีสานและภาษาเขมร จนมีลักษณะเฉพาะตัว สำเนียงเฉพาะตัว ที่เรียกว่าภาษาโคราช ตัวอย่างภาษาโคราช ได้แก่

คำศัพท์ที่มาจากภาษาอีสาน เช่น เมียน หมายถึง เก็บ, มุลม้ง หมายถึง ทรัพย์หรือมรดก

คำศัพท์ที่มาจากภาษาเขมร เช่น ตะลูก หมายถึง หลุมเล็ก ๆ , ฝนละลิม หมายถึง ฝนปรอย ๆ , สระเพลง หมายถึง สระน้ำฝน (เพลงมาจากแปรแปลว่าน้ำฝน)

คำศัพท์ที่มาจากภาษาโคราช เช่น กะต๊ีบ หมายถึง ผลอ่อน ๆ , กะต๊ะกะเต็ง หมายถึง ครึ่ง ๆ กลาง ๆ , แจ็ด หมายถึง จัด, โมน หมายถึง ตี, โต่งน้ำ หมายถึง ร่องน้ำฝน, โต่งผ้า หมายถึง เย็บผ้าถุง, ผ่าน้อย หมายถึง ผ้าเช็ดหน้า, ปะวะ หมายถึง เจียดเวลามาทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง, ชี๊สีก หมายถึง น้ำใสโครก

สำหรับสำเนียงภาษาโคราชนั้น เป็นการนำภาษาไทยกลางมาปรับเสียงวรรณยุกต์ให้เพี้ยนเหนือมาเป็นเสียงโคราช ได้แก่

อักษรต่ำเสียงตรีมาปรับเป็นเสียงโท เช่น ม้าเป็น มา, คำ เป็น ค่า, น้อย เป็น น่อย, เล็ก เป็น เล็ก ฯลฯ

อักษรกลางและอักษรสูงคำตายเสียงเอกปรับเป็นเสียงตรี เช่น กบ เป็น กีบ, กับ เป็น กีบ,

แกะ เป็น แกะ, ปด เป็น ปัด, ขด เป็น คด, หมด เป็น มด ฯลฯ (เพลงโคราชเฉลิมพระเกียรติเล่ม 1, ออนไลน์)

กล่าวได้ว่า เพลงโคราชมีประวัติความเป็นมาที่ร้อยเรียงด้วยเรื่องราวของวิถีชีวิตขนบธรรมเนียม ประเพณี การละเล่นที่มีความสำคัญ โดยผ่านภาษาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นทั้งในด้านการออกเสียง สำเนียง ภาษา และความหมายที่แตกต่างจากภาษาของภูมิภาคอื่นในประเทศไทย ถือได้ว่าเพลงโคราชนั้นเป็นสมบัติอันล้ำค่าที่ควรอนุรักษ์ให้คงอยู่คู่เมืองโคราช

วิธีการร้องเพลงโคราช

สำหรับรูปแบบของการร้องเพลงโคราช นายบุญสม สังข์สุข นายกสมาคมเพลงโคราชได้กล่าวว่า มี 2 รูปแบบ ได้แก่ กลอนสมบูรณ์ จะมีคำคู่ทุกท่อน ท่อนละ 3 คู่ กลอนแบบที่สอง คู่แรกทุกท่อนจะไม่สัมผัส ส่วนสัมผัสอื่นเหมือนกลอนสมบูรณ์ ในส่วนของวิธีการร้องเพลงโคราช จะมีหมอเพลงชาย 2 คน หญิง 2 คน มีขั้นตอนในการเล่นเพลงคือ พิธีไหว้ครูและลำดับขั้นตอนการเล่นเพลงดังนี้

1. พิธียกครู เมื่อหมอเพลงแต่งตัวแล้วเสร็จ จะต้องยกครู เครื่องไหว้ครูประกอบด้วย กรวยครู 6 กรวย ดอกไม้ ธูป) เทียน ผ้าขาว เหล้าขาว บุหรี่ เงินบูชา 24 บาท หมอเพลงทุกคนจะยกครูเฉพาะตัวตามลำดับความอาวุโส โดยฝ่ายชายจะยกครูก่อนที่จะระลึกถึงบรรพบุรุษ ครูเพลง บิดามารดา อุปัชฌาย์ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ (ย่าโม) และตาปู่เจ้าบ้านเพื่อให้ลูกหลาน (หมอเพลง) ว่าเพลงได้สะดวกเมื่อยกครูเสร็จหมอเพลงฝ่ายชายจะลงเรือนขึ้นเวทีก่อน ก่อนขึ้นเวทีจะขึ้นทักโหนดองดูฤกษ์ยามตามวัน หากขึ้นผิดทิศเชื่อว่าจะถูกผีหลวงหลาวเหล็ก (พญามาร) ทำให้ดันเพลงไม่ออก

2. ลำดับขั้นตอนของการเล่นเพลงโคราช มีดังนี้

2.1 ประกาศ ฝ่ายชายที่ขึ้นเวทีก่อนจะเกริ่นบอกให้รู้ถึงสาเหตุที่จัดให้มีการเล่นเพลงนี้เพื่อ

อะไร ในงานอะไร ใครเป็นเจ้าของภาพ มีจุดประสงค์อะไร และมีการขอยกยผู้ชมก่อนหากเสียงไม่ดีหรือมีข้อบกพร่อง และการแนะนำหมอลำเพลงทุกท่าน

2.2 เพลงเชิญ ฝ่ายชายจะว่าเพลงเชิญฝ่ายหญิงให้ลงจากเรือนเพื่อมาว่าเพลงกับตน เมื่อฝ่ายหญิงลงจากเรือนแล้วขึ้นโรงเพลงจะว่าเพลงโดยฝ่ายหญิงจะแก้ว่าที่ลงมาช้าเพราะต้องแต่งกายให้สวยงาม ที่ลงมาช้าก็ขอยกย แล้วแนะนำตนเองว่าเป็นใคร

2.3 เพลงท่วง (ทักท้วง) ฝ่ายหญิงจะท้วงฝ่ายชายโดยหาจุดบกพร่องของฝ่ายชายมาท้วง (ทักท้วง) เพื่อให้คนดูเห็นด้วย คนดูก็จะโห่ร้องเห็นด้วย ฝ่ายชายก็จะแก้คำที่แสดงปมด้อยและถูกเหน็บแนม โดยดูที่สถานการณ์ผู้ฟัง อาจจะประมาณคู่ละ 10 กลอน จะมากหรือน้อยแล้วแต่ความสนุกของผู้ฟัง

2.4 เพลงถามข่าว ฝ่ายหญิงจะถามถึงครอบครัว อาชีพ ทุกข์สุข ตามบริบทของการพบกัน

2.5 เพลงขอยกย ฝ่ายหญิงจะกล่าวขอยกยฝ่ายชายหากเผลอสบประมาทเปรียบเทียบกับคำหนักคำเบา แล้วฝ่ายชายให้อภัย แล้วขอยกยฝ่ายหญิง

2.6 เพลงไหว้ครู ฝ่ายหญิงว่าเพื่อระลึกถึงครู-อาจารย์ ที่ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ พร้อมทั้งไหว้คุณพระรัตนตรัยและพญามาร แล้วฝ่ายชายจะขึ้นไหว้ครู

2.7 เพลงหากิน หลังจากไหว้ครูแล้วก็ปรึกษากันว่าจะเริ่มเล่นเพลงอะไรก่อน

2.8 เพลงเปรียบเทียบ ฝ่ายหญิงจะถ่อมตัวหรือท้าทายฝ่ายชายให้สนุกสนาน

2.9 เพลงเรื่อง แยกเป็น

2.9.1 เรื่องทำบุญของเจ้าภาพ สรุปลด้วยอานิสงส์ของการทำบุญ

2.9.2 เรื่องอะไรแล้วแต่คนดูชอบ เช่น ท้าวปาจิต-อรพิม, นกกระเจา

2.9.3 เพลงเกี่ยว ฝ่ายหญิงเกี่ยวผู้ชมและเกี่ยวกันเองจะทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นกับผู้ชม

2.9.4 เพลงชวน ฝ่ายหญิงจะชวนฝ่ายชายไปบ้านฝ่ายหญิง เพลงลักหาพาหนี

2.9.5 เพลงเรื่อง เป็นเพลงเล่าเรื่องโดยเฉพาะ เช่น มหาเวสสันดร, ศุภมิต-เกศินี, อานิสส์บวชนาค

2.9.6 เพลงลองปัญญา เป็นการสอบถามประวัติของบางสิ่งบางอย่างเพื่อทดสอบปัญญากัน

2.9.7 เพลงเกี่ยวแถมจาก ฝ่ายหญิงและฝ่ายชายส่งแลกกัน อวยชัยให้พรแก่กันและบางครั้งก็ชวนไปอยู่ด้วยกัน

2.9.8 เพลงปลอบ เป็นเพลงที่บอกให้แต่ละฝ่ายไม่ให้เสียใจเมื่อต้องจากกัน

2.9.9 เพลงคร่ำครวญ เป็นเพลงที่แสดงถึงความรันทดในการพลัดพรากจากกัน

2.9.10 เพลงให้พร เป็นเพลงที่ให้พรเจ้าภาพ รวมทั้งผู้ฟังเพลงทุกท่าน

2.9.11 เพลงลา เป็นเพลงกล่าวอำลาเจ้าภาพ ผู้ฟัง และหมอลำที่เล่นด้วยกัน

3. ทำรำของหมอลำโคราช แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

3.1 ทำรำช้า ลักษณะการรำรำ ฝ่ายชายจะควงแขนทั้งสองข้างออกพองาม แขนมีออกรำขึ้นรำลงข้างตัว โดยย่างก้าวตามจังหวะของกลอนเพลง ฝ่ายหญิงรำเหมือนฝ่ายชาย ต่างกันตรงที่มีจีบมือและวงแขนแคบ

3.2 ทำรำเร็ว ฝ่ายชายจะรำเหมือนท่ารำช้าแต่จะเร่งจังหวะให้เร็วขึ้นตามลีลาของกลอนเพลง และย่างรุดหน้าเข้าหาฝ่ายหญิงทำนองว่าจะไปถูกเนื้อต้องตัวฝ่ายหญิง ฝ่ายหญิงท่ารำเหมือนท่ารำช้าฝ่ายชายรุกมาก็จะทำท่าถอยหนีมือทั้งสองต้องคอยรำปิดป้องมิให้ฝ่ายชายรำถูกเนื้อต้องตัวได้ เรียกว่า ในตอนแรกฝ่ายชายจะรุก ฝ่ายหญิงจะถอยและตอนหลังฝ่ายหญิงจะรุกหา ชายจะถอยสลับกัน เป็นที่สนุกสนานตามทำนองของ

ภาษาและอารมณ์เพลง (เพลงโคราชเฉลิมพระเกียรติเล่ม 1, ออนไลน์) นอกจากนี้ รัตติกาล ศรีชัยชนะ (2558) ได้ระบุว่า ประกอบด้วย 7 ท่า แบ่งออกเป็นท่ารำหลัก 4 ท่า ได้แก่ ท่าช้างเทียมแม่ท่าจึก ท่าหย่อง ท่าปลาไหลพันพวง ท่ารับระหว่าง การร้องมีจำนวน 3 ท่า ได้แก่ ท่าปักหลัก ท่าประจัญบานและท่าอย่างสามชุก

สรุปได้ว่า ทั้งวิธีการร้องเพลง เนื้อหาเพลง ท่ารำ ของหมอลำเพลงทั้งฝ่ายหญิงและฝ่ายชายจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน แต่เป็นการร้องรำ ที่สนุกสนาน สอดแทรกเรื่องราวและความรู้ต่าง ๆ ให้ผู้ฟังได้อย่างลงตัว

สภาพปัจจุบันของเพลงโคราช

ปัจจุบันการแสดงเพลงโคราช จะมีเวทีการแสดงบริเวณอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี ผู้คนที่มากราบไหว้สักการะท้าวสุรนารี หรือคุณย่าโม ที่ชาวโคราชเรียกขาน โดยผู้ที่มาบนบาน ขอพรคุณย่าเมื่อสิ่งที่ขอสมหวังแล้ว ผู้มาขอพรจะนิยมจ้างเพลงโคราชร้องถวายคุณย่าโม ด้วยเหตุที่เพลงโคราชเป็นสิ่งที่คุณย่าโมโปรดปราน เกวลิ สติธิธัญกรรม หมอลำเพลงโคราช ได้กล่าวถึงสภาพปัจจุบันของเพลงโคราชว่า “ปัจจุบันผู้ที่มาฟังเพลงโคราชส่วนมากจะเป็นผู้ที่มาแก้บนคุณย่า นักท่องเที่ยวทั่วไปจะมากกราบไหว้ขอพรคุณย่าเท่านั้น และด้วยสภาพอากาศที่ค่อนข้างร้อนในช่วงกลางวัน จึงทำให้นักท่องเที่ยวไหว้สักการะคุณย่าเสร็จแล้วรีบเดินทางกลับ อีกทั้งเพลงโคราชเป็นเพลงที่ใช้ภาษาโคราชในการร้อง นักท่องเที่ยวต่างถิ่นอาจจะไม่เข้าใจในเนื้อหาของเพลง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงอยากให้มีคอกุเทศ์ที่สามารถอธิบายเนื้อหาของเพลงให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจในเนื้อเพลงด้วย สำหรับราคาค่าบริการในการของเพลงโคราช จะคิดตามเวลา โดยมีราคาแบบแพคเกจคือ 899,1090,1999 บาท ” (สัมภาษณ์: 15 สิงหาคม 2562) นอกจากนี้ พุติตา เกียรติสมทรัพย์ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ได้ให้ข้อมูลว่า “มาเที่ยวที่จังหวัด

นครราชสีมาหลายครั้ง โดยครั้งนี้ตั้งใจจะมาสักการะคุณย่าโม และได้ลองฟังเพลงโคราชที่บริเวณเวทีการแสดงหลังอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี เข้าใจในเนื้อหาเพลงบางตอน บางตอนไม่ทราบว่า คำศัพท์ที่หมอลำร้องแปลว่าอะไร ครั้งนี้ไม่ได้มาแก้บน จึงไม่ได้จ้างเพลงโคราชถวายคุณย่า และคิดว่าอัตราค่าแสดงเพลงโคราชค่อนข้างราคาสูง”

เมื่อจะกล่าวถึงการละเล่นเพลงพื้นบ้านในประเทศไทยนั้น จะมีการแบ่งประเภทของเพลงพื้นบ้านได้หลายวิธี โดยขึ้นอยู่กับวิธีการจัดแบ่ง (จตุพร ศิริสัมพันธ์, 2552) ได้แก่

การแบ่งตามพื้นที่ เป็นการแบ่งตามสถานที่ที่ปรากฏเพลง การแบ่งตามภาค เช่น เพลงพื้นบ้านภาคกลาง เพลงพื้นบ้านภาคเหนือ เพลงพื้นบ้านภาคอีสาน เพลงพื้นบ้านภาคใต้ หรืออาจแบ่งย่อยลงไปอีกเป็นเขตจังหวัด อำเภอ ตำบล เช่น เพลงพื้นบ้านตำบลเขาทอง อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ เพลงพื้นบ้านของอำเภอยะนวม จังหวัดกาญจนบุรี

แบ่งตามกลุ่มวัฒนธรรม เป็นการแบ่งตามกลุ่มชนท้องถิ่นที่มีวัฒนธรรม หรือเชื้อชาติต่างกัน เช่น เพลงพื้นบ้านกลุ่มวัฒนธรรมไทยโคราช เพลงพื้นบ้านกลุ่มวัฒนธรรมเขมร-ส่วย เพลงพื้นบ้านกลุ่มวัฒนธรรมไทย-ลาว เพลงพื้นบ้านกลุ่มไทยมุสลิม

แบ่งตามโอกาสที่ร้อง เป็นกลุ่มหนึ่งเป็นเพลงที่ร้องตามฤดูกาลหรือเทศกาล เช่น เพลงที่ร้องในฤดูกาลเก็บเกี่ยว ได้แก่ เพลงเกี่ยวข้าว เพลงสงพาง เพลงนา และเพลงที่ร้องในเทศกาลสงกรานต์ ได้แก่ เพลงบอก เพลงร่ายพรรษา เพลงตรึง อีกกลุ่มหนึ่งเป็นเพลงที่ร้องได้ทั่วไปไม่จำกัดโอกาส เช่น ซอ หมอลำ เพลงโคราช เพลงลำตัด เพลงฉ่อย เพลงอีแซว

แบ่งตามจุดประสงค์ในการร้อง เช่น เพลงกล่อมเด็ก เพลงปลอบเด็ก เพลงประกอบการละเล่นของเด็ก เพลงปฏิพากย์ เพลงร้องรำพื้น เพลงประกอบการละเล่นของผู้ใหญ่ และเพลงประกอบพิธีกรรม

แบ่งตามจำนวนผู้ร้อง เป็นเพลงร้องเดี่ยว และเพลงร้องหมู่ เช่น เพลงกล่อมเด็ก เพลงพาดควาย จ้อย เป็นเพลงร้องเดี่ยว ส่วนเพลงเกี่ยวข้าว เพลงเรือ เป็นเพลงร้องหมู่ นอกจากนี้ ยังมีการแบ่งประเภทเพลงพื้นบ้านแบบอื่น ๆ เช่น ตามความสั้นยาวของเพลง แบ่งตามเพศของผู้ร้อง แบ่งตามวัยของผู้ร้อง ในที่นี้ขอกล่าวถึงเพลงพื้นบ้าน โดยแบ่งตามเขตพื้นที่เป็นภาค 4 ภาค คือ เพลงพื้นบ้านภาคกลาง เพลงพื้นบ้านภาคเหนือ เพลงพื้นบ้านภาคอีสาน เพลงพื้นบ้านภาคใต้

จากข้อมูลดังกล่าวจะพบว่า เพลงโคราช นั้นเป็นเพลงพื้นบ้านที่อยู่ในขอบเขตของเพลงพื้นบ้านในทุกประเภท และมีจุดที่แตกต่างอย่างโดดเด่นคือเป็นเพลงที่ไม่มีดนตรีประกอบ และใช้ภาษาเฉพาะถิ่นของโคราชในการขับร้อง จึงถือว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญและควรรักษาไว้

แนวทางการส่งเสริมเพลงโคราชให้เป็นที่รับรู้แก่คนทั่วไปและนักท่องเที่ยว

สำหรับการส่งเสริมเพลงโคราชให้เป็นที่รับรู้แก่คนทั่วไปและนักท่องเที่ยวนั้น จะต้องใช้ต้องใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Misiura (2006) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดเชิงวัฒนธรรมประกอบด้วย 7 Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) กระบวนการให้บริการ (Process) และบุคลากร (People) จากแนวคิดดังกล่าวจึงสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสำหรับการส่งเสริมเพลงโคราชให้เป็นที่รับรู้แก่คนทั่วไปและนักท่องเที่ยวได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product) สำหรับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ณ ที่นี้หมายถึง เพลงโคราช ซึ่งเป็นการละเล่นเพลง จะต้องมโน้ตของเพลงที่หลากหลาย เข้ากับสถานการณ์ และเพื่อสร้าง

ความบันเทิงให้แก่ผู้มาฟังเพลงโคราช โดยจำเป็นต้องมีการให้ความรู้เกี่ยวกับความหมายของคำที่ใช้ร้องให้นักท่องเที่ยวได้ทราบเพื่อทำความเข้าใจ เป็นการเพิ่มอรรถรสในการฟังเพลง

ราคา (Price) สำหรับราคาของการจ้างการแสดงเพลงโคราชนั้น บุคคลทั่วไปสามารถฟังได้ฟรี เมื่อมีผู้มาว่าจ้างเพลงโคราชถวายคุณย่าโม โดยมีอัตราจ้างเพลง คือ 899,1090,1999 บาท โดยราคาขึ้นอยู่กับเนื้อหาและระยะเวลาในการทำการแสดง ทั้งนี้จะต้องมีการควบคุมด้านราคาให้เหมาะสมโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจุบันช่องทางการจัดจำหน่ายใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยควรจัดทำเว็บไซต์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญและเนื้อหารายละเอียดของการแสดงเพลง เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั่วไป หรือผู้ที่ต้องการจะมาจ้างเพลงโคราชแก่นักคุณย่าโม ได้ศึกษารายละเอียดและราคา และสามารถจองรอบการแสดงเพลงคุณย่าโมได้ทางออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและผู้ที่จะมาจ้างการแสดงเพลงโคราช

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สามารถแยกได้ 2 ประเด็นได้แก่ 1) การนำเพลงโคราชเข้าร่วมในงานประจำปี คือ งานฉลองชัยชนะท้าวสุรนารี โดยมีการจัดงานขึ้นทุกปีในช่วงวันที่ 23 มีนาคม – 3 เมษายนของทุกปี โดยเมื่อเริ่มงานจะมีการรำถวายบวงสรวงคุณย่าโม โดยในปี 2562 นี้ มีผู้เข้ารำถวายคุณย่าโมประมาณ 6 พันคน และมีการแสดงเพลงโคราชาภายในงานด้วย 2) การส่งเสริมการตลาดด้วยการใช้ช่องทางผ่านสื่อออนไลน์ ได้แก่ การส่งเสริมการตลาดผ่าน Facebook, การโปรโมทผ่านเว็บไซต์ทางการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย

ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) สามารถแบ่งประเด็น ได้แก่ 1) การจัดพื้นที่จอดรถเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ด้วยบริเวณอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน

จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัวหาสถานที่จอดรถได้ยาก เพราะบริเวณโดยรอบลานอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีจะมีรถยนต์จอดเป็นจำนวนมากตลอดทั้งวัน จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเพิ่มสถานที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยว และถ้าหากสถานที่จอดรถค่อนข้างไกลจึงควรมีรถรับส่งระหว่างที่จอดรถและลานอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีด้วย 2) เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวในการฟังเพลงโคราช ด้วยการเพิ่มเก้าอี้ให้ผู้ที่มาฟังเพลงได้นั่งจำนวนมากขึ้น และด้วยสภาพอากาศที่ร้อนจึงควรมีพัดลมไอน้ำติดตั้งไว้เพื่อบรรเทาความร้อนด้วย ในด้านการดูแลด้านความปลอดภัย ควรมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดในแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณลานจอดรถเพื่อสร้างความมั่นใจในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว

กระบวนการให้บริการ (Process)

สามารถแบ่งได้ 3 ประเด็น ดังนี้ 1) การจัดลำดับคิวการแสดงของหมอลำเพลงแต่ละคณะให้ชัดเจน เพื่อให้หมอลำฟังมีรายได้อย่างทั่วถึงทุกคน 2) การให้บริการข้อมูลเพลงโคราชด้วยการพัฒนา Application ที่สามารถใช้ได้กับ smart phone เพื่อให้ผู้คนที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย 3) การใช้ smart phone ในการชำระค่าสินค้าและบริการได้โดยสะดวก

บุคลากร (People) สามารถแยกประเด็นการพัฒนาด้านบุคลากรได้ดังนี้ 1) ให้ความรู้เรื่องเพลงโคราชในสถานศึกษา เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และส่งเสริมให้เด็กรุ่นใหม่ได้ฝึกฝนการร้องเพลงโคราชโดยมีหมอลำเพลงเป็นผู้ให้ความรู้ 2) เพิ่มผู้บรรยาย เพื่อเป็นผู้อธิบายภาษาเนื้อหาของเพลงโคราชให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ โดยในอนาคตเมื่อท่าอากาศยานนครราชสีมาเปิดให้บริการแล้ว จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดนครราชสีมา จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีมัคคุเทศก์ที่

สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาจีนได้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

บทสรุป

เพลงโคราชนับเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าของชาวนครราชสีมาที่สามารถบอกเล่าเรื่องราว วิถีชีวิตตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันได้เป็นอย่างดี โดยผ่านการบอกเล่าด้วยบทเพลงโคราชที่ใช้ภาษาอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป ความนิยมในการฟังเพลงก็ได้เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา พร้อมกันนี้ยังมีเพลงจากต่างชาติเข้ามามีบทบาทกับคนไทยเป็นอย่างมาก จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการรักษาเพลงโคราชไว้โดยใช้ทฤษฎีการส่งเสริมการตลาดของ Misiura (2006) ด้วย การส่งเสริมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ คือเพลงโคราชให้มีเนื้อหาที่หลากหลายตรงใจผู้ฟังมากขึ้น ด้านราคา ต้องมีการควบคุมราคาให้เหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยการใช้ช่องทางออนไลน์ การส่งเสริมการตลาดด้วยการนำเพลงโคราชเข้าร่วมงานเทศกาลและส่งเสริมการตลาดด้วยสื่อออนไลน์เพื่อง่ายต่อการเข้าถึง ลักษณะทางกายภาพด้วยการเพิ่มพื้นที่จอดรถ รถรับส่งนักท่องเที่ยว และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในการนั่งฟังเพลงโคราช กระบวนการให้บริการด้วยการใช้ Application ในการให้ข้อมูลเพลงโคราชและการชำระค่าสินค้าผ่าน smart phone และด้านบุคลากร ด้วยการให้ความรู้และฝึกฝนคนรุ่นใหม่ในการร้องเพลงโคราชในสถานศึกษาและการเพิ่มมัคคุเทศก์ในการให้ข้อมูลเพลงโคราช ซึ่งสอดคล้องกับ Middleton V. (1990) ได้ให้ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยวว่าเป็นการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว (อุปสงค์ทางการท่องเที่ยว) และการจัดองค์ประกอบที่สำคัญของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงให้เหมาะสมสอดคล้องกัน

เอกสารอ้างอิง

- จตุพร ศิริสัมพันธ์. (2552)., “เพลงพื้นบ้าน” สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่มที่ 34, หน้า 48. ค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2562, จาก http://kanchanapisek.or.th/kp6/Ebook/BOOK34/book34_2/Default.html
- มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม.(ม.ป.ป.). ความหมายของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม. ค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2562, จาก <http://ich.culture.go.th/>
- ยศ สันตสมบัติ. (2541). สิทธิชุมชน: การกระจายอำนาจจัดการทรัพยากรสถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา. กรุงเทพฯ: สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.
- รัตติกกร ศรีชัยชนะ. (2558). กระบวนท่ารำในเพลงโคราช. วารสารวิชาการราชพฤกษ์. 13(2). กรุงเทพฯ. พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พศ.255 (ม.ป.ป.). ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2562, จาก <http://www.royin.go.th/dictionary/>
- วีระ เลิศจันทิก. (2541). เพลงโคราชในกระแสโลกาภิวัตน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิตสาขามนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สถาบันราชภัฏนครราชสีมา. (2557). ศักยภาพเชิงพื้นที่ของจังหวัดนครราชสีมา. สถาบันราชภัฏนครราชสีมา: นครราชสีมา
- สำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. (ม.ป.ป.).เพลงโคราชเฉลิมพระเกียรติเล่ม 1. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2562, จาก www.koratmuseum.com/download-art.html
- Misiura, S. (2006). *Heritage marketing*. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
- Middleton V. (1990). แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด. ค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2562, จาก www.teacher.ssru.ac.th/chantouch_wa/pluginfile.php/438/block_html/content
- United Nation Educational, scientific and Cultural Organization. (n.d.). *Convention concerning the protection of the world cultural and natural heritage*. Retrieved 22 March 2019, from <http://whc.unesco.org/en/conventiontext>