

การสื่อสารภาพลักษณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นนักร้อง ของ “มาช่า วัฒนพานิช”

ประกายกาวิด ศรีจินดา
วนาวัลย์ คาคี

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมเพลงของประเทศไทยได้มีบทบาทสำคัญในการสร้างสุนทรียศาสตร์ให้กับคนไทยมาเป็นระยะเวลาเวลารวมกว่า 80 ปีมาแล้ว โดยเฉพาะ “เพลงไทยสากล” ที่มีลักษณะเป็นเพลงที่ขับร้องในภาษาไทย นำทำนองไทยเดิมใส่เนื้อร้องบรรเลงและขับร้อง โดยใช้มาตรฐานของโน้ตเพลงแบบสากล จนถือได้ว่าเป็นเพลงไทยแนวใหม่ที่ได้รับ ความนิยมอย่างรวดเร็วและมีพัฒนาการตามสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องตลอดหลายสิบปีที่ผ่านมา จากอิทธิพลของดนตรีตะวันตก ที่เข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมเพลงของไทยตั้งแต่ปี 2527 เป็นต้นมา ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนในวงการเพลงไทยสากล เมื่อผลงาน เพลงที่พยายามเสนอความแปลกใหม่หลายชุดเริ่มประสบความสำเร็จ ทำให้บริษัทผู้ผลิตเทปเพลงหลายบริษัทเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น เช่น บริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์, บริษัท นิธิทัศน์ โปรโมชั่น, บริษัท อาร์เอส โปรโมชั่น, บริษัท คีตา เร็คคอร์ด, บริษัท รถไฟดนตรี เป็นต้น โดยบริษัทเหล่านี้เริ่มทำการแข่งขันกันผลิตเพลงในสไตล์ดนตรีใหม่ๆ ออกมามากมาย เช่น แนวป๊อป (Pop) ป๊อปร็อก (Pop rock) แดนซ์ (Dance) เฮฟวี เมทัล (Heavy metal) ส่วนเพลงไทยแบบเก่าที่นำมา ผลิตใหม่ ได้แก่ เพลงเพื่อชีวิต, ลูกทุ่ง, ลูกกรุง, วงขับร้องประสานเสียง

ประกายกาวิด ศรีจินดา (น.ศ.ม. นิเทศศาสตร์พัฒนาการ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548) ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำสาขา วิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาดกลุ่มสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วนาวัลย์ คาคี (Ph.D. Mass Communication), College of Communication and Information science, The University of Alabama) ปัจจุบันเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ฯลฯ ก็ยังคงได้รับความนิยมแต่มีแนวโน้มความนิยมที่ลดลงเรื่อยๆ ทั้งนี้ บริษัทผู้ผลิตเทปเพลงแต่ละแห่งจึงได้พยายามรวบรวมเอาศิลปิน นักร้อง นักดนตรี และนักแต่งเพลงเข้าไว้ในสังกัดของตน ทำให้แนวดนตรีทุกประเภท ทุกสไตล์ ล้วนเกิดขึ้นภายใต้สังกัดในระบบธุรกิจทั้งสิ้น จึงทำให้มีเทปเพลงในแนวต่างๆ ออกมามากมายอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อนในอดีต (ถำเนา เอี่ยมสะอาด, 2539)

ศมกมล ลิมปิชัย (2536) ได้แบ่งพัฒนาการของเพลงไทยสากลในระยะเวลาที่ผ่านมาที่สามารถแบ่งตามช่วงเวลาเอาไว้ ดังนี้ ตั้งแต่ พ.ศ. 2500-2510 เป็นยุคของ “เพลงลูกทุ่ง” เกิดในสื่อโทรทัศน์, พ.ศ. 2508-2515 เป็นยุค “ร็อกแอนด์โรล” : วัยรุ่นไทยเลียนแบบตะวันตก, พ.ศ. 2510-2519 คือยุคกระแส “เพลงเพื่อชีวิต” ด้านเผด็จการเพื่อสังคมใหม่, พ.ศ. 2521-2526 เป็นยุคกำเนิดธุรกิจ “เพลงไทยสากล” และ พ.ศ. 2527-2531 เป็นยุคระบบธุรกิจสินค้าเริ่มเติบโตใหญ่ซึ่งนั่นหมายความว่าในช่วงเวลาดังกล่าวทำให้มีผู้ลงทุนและดำเนินธุรกิจด้านธุรกิจเทปเพลงนี้มากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งล้วนต้องอาศัยกลยุทธ์การตลาดมาเป็นส่วนสำคัญในการวางแผนและกำหนดแนวทางในการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป็นหลัก จากการศึกษาของปิยะรัตน์ เนตรไสว (2549) พบว่าค่ายเพลงส่วนใหญ่มักใช้กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ศิลปินให้มีลักษณะตามที่ตลาดต้องการเพื่อช่วยจูงใจให้เกิดความนิยมชมชอบอันจะนำไปสู่ยอดขายที่เพิ่มขึ้น โดยอาจไม่ได้คำนึงถึงตัวตนที่แท้จริงของศิลปินว่าต้องการทำเพลงแบบใด หรือให้ภาพตัวเองปรากฏออกมาในลักษณะไหนนี้ย่อมชี้ให้เห็นว่า ธุรกิจอุตสาหกรรมเพลงไทยสากลนั้นมีการใช้การสื่อสารการตลาดโดยการสร้างศิลปินให้มีลักษณะเป็น “ตราสินค้า” หรือ Personal Brand ซึ่งเป็นตราสินค้าของบุคคล ให้มีภาพลักษณ์

ที่โดดเด่นมีความแตกต่างทั้งแนวเพลง การแต่งกาย เพื่อใช้สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้นชอบผลงานเพลงและเกิดความนิยมในที่สุด ดังนั้น จึงถือเป็นเรื่องยากในการที่บุคคลใดคนหนึ่งที่มีอาชีพเป็นนักร้องนักแสดงในอุตสาหกรรมเพลงไทยสากลของเมืองไทย จะสามารถยืนหยัดได้รับความนิยมด้วยการธำรงรักษาชื่อเสียง ผลงานและความสำเร็จ ให้เป็นที่รู้จักของประชาชนในวงกว้างทั่วประเทศอย่างต่อเนื่องและยาวนาน แต่หากเป็นไปได้ว่า จะต้องมียอดประกอบสำคัญหลายประการที่จะทำให้ นักร้องผู้นั้นประสบความสำเร็จจนได้รับความนิยมอย่างยาวนาน ภายใต้ตราสินค้าที่มีความแข็งแรงและมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างรวมถึงศักยภาพและกลยุทธ์ของบริษัทค่ายเพลงที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร

มาช่า วัฒนพานิช คือ นักร้อง/นักแสดงหญิงคนหนึ่งที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยมาเป็นระยะเวลากว่า 25 ปี โดยเริ่มมีผลงานในวงการบันเทิงจากการแสดงภาพยนตร์เรื่องแรก คือ ตำรวจเหล็ก ในปี 2529 ในชื่อ “พิม วัฒนพานิช” จนได้รับรางวัลตุ๊กตาทองนักแสดงดาวรุ่งฝ่ายหญิง จากการประกาศผลรางวัลตุ๊กตาทองพระราชทาน พระสุรัสวดีในปี 2530 ทำให้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักภายในระยะเวลาอันรวดเร็วและมีผลงานภาพยนตร์ตามมาอีกหลากหลายแนวอย่างต่อเนื่อง อาทิ รักหน้อยนำ วนาลี (พ.ศ. 2529) ตะวันเพลิงกว่าจะรู้เตียงสา เพชรเลียนทอง ฟ้ายืนทอง วยเปรี้ยวปึก ๆ วุ่นที่สุดสะตูดรัก อ้อมกอดซาตาน (พ.ศ. 2530) และในปีถัดมาก็ได้รับรางวัลตุ๊กตาทองพระราชทาน พระสุรัสวดีนักแสดงนำหญิงยอดเยี่ยม จากภาพยนตร์เรื่องจิ้งจอก ในปี 2530 และมีผลงานภาพยนตร์ตามมาอีกจำนวนมาก ในปีถัดมา อาทิ ปีศาจสีเงิน เพชฌฆาตสีชมพู วิวาห์จำแลงรักหน้อยนำ อัจฉริยะ (พ.ศ. 2531) เป็นต้น

ภาพที่ 1: ภาพยนตร์เรื่อง “ตำรวจเหล็ก” ผลงานการแสดงครั้งแรกของมาช่า วัฒนพานิช ในชื่อ “พิม วัฒนพานิช”

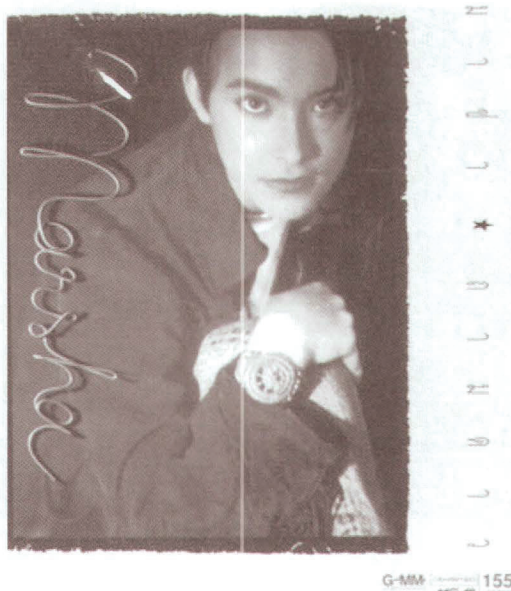


ในด้านผลงานการแสดงละครโทรทัศน์ พิม วัฒนพานิช เริ่มการแสดงละครครั้งแรกในปี 2531 ในละครเรื่อง กว่าจะรู้เดียงสา คู่กับ ลีวะ แตรสังข์ ทางสถานีโทรทัศน์ สีกองทัพบกช่อง 7 จนได้รับความสำเร็จอย่างท่วมท้น ทำให้มีผลงานละครเรื่องอยู่เพื่อรัก ร่วมกับ ลิขิต เอกมงคล ในปีต่อมา หลังจากนั้นในช่วงตั้งแต่ปี 2532 เป็นต้นไป พิม วัฒนพานิช เริ่มห่างหายจากผลงานการแสดงทั้ง ภาพยนตร์และผลงานละครโทรทัศน์เพื่อไปใช้ชีวิตครอบครัวร่วมกับ อำพล ลำพูน นักร้อง นักแสดงวัยรุ่นยอดนิยมในขณะนั้น และมีบุตรชายร่วมกัน 1 คนคือนวพล วัฒนพานิช (ลำพูน) โดยเป็นลักษณะของการจากการอำลาวงการอย่างเงียบๆ แบบไม่เป็นทางการของ พิม วัฒนพานิช นักแสดงสาวยอดนิยมอนาคตไกลในขณะนั้น เพื่อเตรียมใช้ชีวิตครอบครัวอย่างเต็มที่

จนกระทั่งในปี 2534 พิม วัฒนพานิช กลับมามีผลงานในวงการบันเทิงอีกครั้งด้วยภาพลักษณ์ใหม่ ในฐานะศิลปินนักร้องคนใหม่ของสังกัด แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ด้วยภาพของความเป็นผู้หญิง สวยทะมัดทะแมง

เท่ห์มั่นใจ ด้วยผมซอยสั้นแบบทอมบอย ในชื่อ Marsha หรือ มาช่า วัฒนพานิช กับผลงานเพลงชุดแรก “ถามดาว” ที่สร้างความฮือฮาให้กับวงการบันเทิงในขณะนั้นเป็นอย่างมาก เนื่องจากหลายคนเข้าใจว่าเธอได้หันหลังให้กับวงการบันเทิงไปใช้ชีวิตครอบครัวแล้วประกอบกับแนวเพลงป๊อปร็อกใสๆ ที่อยู่ในกระแสนิยมของกลุ่มผู้ฟังเพลงไทยในช่วงเวลานั้น ส่งผลให้ผลงานเพลงชุดถามดาวได้รับความนิยมอย่างมากมาจากกลุ่มผู้ฟังเพลงไทย จนได้มีการเปลี่ยนปกเทปคลาสเซ็ท ซึ่งในอดีตจะถือว่าหากงานเพลงชุดใดได้มีการเปลี่ยนปกนั้นแสดงว่ามียอดขายสูงและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ในผลงานเพลงชุดนี้มีผลงานเพลงฮิตติดหูจำนวนมาก อาทิ เหนื่อยไหมดาว โลกเอียง แตกหัก เป็นต้น และต่อย้ำความสำเร็จด้วยการแสดงสดคอนเสิร์ตใหญ่ครั้งแรก ณ เอ็ม.บี.ซี. ฮอลล์ มานูญครอง เซ็นเตอร์ ในวันที่ 16 พฤศจิกายน 2534 ในชื่อ “คอนเสิร์ต มาช่า มาโซว์” ที่มีผู้ชมซื้อบัตรเข้าชมอย่างคับคั่ง จนต้องมีการจัดทำเป็นเทปบันทึกการแสดงสดออกจำหน่ายในเวลาต่อมา

ภาพที่ 2: อัลบั้ม غامดาว ผลงานเปิดตัวการเป็นนักร้องครั้งแรกของ มาชา วัฒนพานิช ในปี 2534



หลังจากการกลับมามีผลงานในวงการบันเทิงในฐานะนักร้องสังกัดแกรมมี่ของ มาชา วัฒนพานิช ในปี 2434 ส่งผลให้มาเธอกลับมามีผลงานในวงการบันเทิงอย่างต่อเนื่องอีกเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็น ละครโทรทัศน์ที่กลับมามีผลงานอีกครั้งในปี 2535 ด้วยละครโทรทัศน์เรื่องไฟโซนแสง ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จนได้รับรางวัลโทรทัศน์ทองคำนักแสดงนำหญิงยอดเยี่ยมไปครอง ก่อนจะมีผลงานละครโทรทัศน์ตามมาอย่างสม่ำเสมอทุกปี รวมจนถึงปัจจุบันจำนวน 12 เรื่อง ประกอบด้วย ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้แก่ โสมส่องแสง (2536) เจ้าสาวมืออาชีพ (2544) ขอพลิกฟ้าตามล่าเธอ (2547) เจ็ดฉันทน์รักเธอ (2548) และ ลิขิตเสน่ห์หา (2554) ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้แก่ วังน้ำวน (2535) นางสาวไม่จำกัดนามสกุล (2540) หงส์เหนือมังกร (2542) และ สายลมกับแสงดาว (2547) ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้แก่ บ่วงบรรจถรณ์ (2547)

ในด้านของผลงานเพลงที่มีออกมาอย่างสม่ำเสมอ หลังจากอัลบั้มชุดแรก غامดาว ในปี 2534 เป็นต้นมาก็มีผลงานอัลบั้มเดี่ยวอีกจำนวน 9 ชุด อันประกอบด้วย รัชชาติความเป็นคน (2536) Room number three (2539) Re-entry (2540) Marsha maya (2542) Fine days (2544) The river of life (2546) Marsha in love (2548) Marsha Selection (2549) Let's have fun tonight (2550) รวมเป็น 10 ชุด ซึ่งผลงานเพลงในแต่ละชุดนั้นต่างก็ได้รับความนิยมจนมีผลงานเพลงเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ฟังเพลงชาวไทยในวงกว้างตลอดระยะเวลา 20 ปี จนทำให้เปิดบริษัทผลิตงานเพลงของตนเองในนาม บริษัท มาชา โปรดักชั่น จำกัด เพื่อผลิตผลงานเพลงอัลบั้มเดี่ยวนอกสังกัดแกรมมี่ เป็นครั้งแรกในผลงานเพลงชุดใหม่ของเธอในชื่อ Alive

ภาพที่ 3: มาช่า วัฒนพานิช ในปัจจุบัน (2554-2555)ที่กำลังจะมีผลงานเพลงอัลบั้มเดี่ยวชุดที่ 11 Alive



ซึ่งตลอดระยะเวลากว่า 25 ปี ในวงการบันเทิง มาช่า วัฒนพานิช มีผลงานการแสดงภาพยนตร์ไทยรวม 19 เรื่อง ผลงานการแสดงละครโทรทัศน์รวม 12 เรื่อง เพลงอัลบั้มเดี่ยวจำนวน 10 ชุด และ อัลบั้มพิเศษอีกกว่า 15 ชุด นอกจากนี้ยังมีการแสดงสดประเภทคอนเสิร์ตที่จัดเต็มรูปแบบของตัวเอง จำนวน 7 ครั้ง นั้นย่อมหมายความว่า “ความนิยม” ในตัวมาช่า วัฒนพานิช ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคจำนวนมากทั่วประเทศ อันขัดแย้งกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคเพลงไทยสากลที่นิยมชื่นชอบ และเป็นแฟนคลับ ศิลปิน นักร้องที่มีสถานะ “โสด” และยังไม่มีการหาคู่อย่างเป็นทางการนั้น จากความสามารถในการรักษาเสถียรภาพของความนิยมได้อย่างต่อเนื่องและยาวนานจึงถือเป็นปรากฏการณ์ที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งในการที่จะศึกษาถึงความเป็นอัตลักษณ์ของมาช่า วัฒนพานิช ในฐานะศิลปินนักร้อง และพัฒนาการของกลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารภาพลักษณ์ของมาช่า วัฒนพานิช ในฐานะศิลปินนักร้อง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเป็นลักษณะของการศึกษาข้อมูลเชิงลึก ทั้งนี้ เนื่องจากความเป็น “นักร้อง” นั้นเป็นผลงานที่จะ

“สะท้อน” ความเป็นตัวตนของศิลปินผ่านทางภาพลักษณ์ได้ชัดเจนกว่า “นักแสดง” ที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงตามบทบาทที่ได้รับ ดังนั้น ซึ่งผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนด “กลยุทธ์” ในการวางแผนการสื่อสารการตลาดของอุตสาหกรรมธุรกิจเพลงไทยสากลในประเทศไทย รวมถึงสามารถใช้เป็น “ต้นแบบ” ในการสื่อสารภาพลักษณ์และตราสินค้าที่มีเสถียรภาพและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

กาญจนา แก้วเทพ (2551) กล่าวในชุดความรู้ นิเทศศาสตร์ ที่ว่าด้วย หลักและทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์ว่าเป็นลักษณะของการเอา “ตัวสารและตัวสื่อ” เป็น “วัตถุแห่งการศึกษา” (Object of Study) โดยมีกลุ่มวิชาการที่ศึกษาการวิเคราะห์ตัวบท หรือเนื้อหา คือ การตีความ (Interpretation) “การตีความ” เป็นเครื่องมือในการจัดการ “ตัวบท” (Text) ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นหนังสือการ์ตูน เพลงป๊อป ภาพยนตร์ ฐู รายการโฆษณาทางโทรทัศน์ ฯลฯ โดยเฉพาะการจัดการที่เกี่ยวข้องกับ “เนื้อหา” (Message/Content) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำ

เอาการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) มาใช้เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการของการสื่อสารภาพลักษณ์ของมาช่า วัฒนพานิช ในฐานะนักร้องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยจะพิจารณาดัง “วิธีการสื่อสาร” ภาพลักษณ์ความเป็นนักร้องของมาช่า วัฒนพานิช ผ่านผลงานเพลงทั้ง 10 อัลบั้มทั้งแนวเพลง คอนเสิร์ต แฟชั่น เสื้อผ้า ทรงผม ฯลฯ เป็นอย่างไร โดยผู้วิจัยตั้งใจที่จะศึกษา “ดีความ” ในข้างใต้เนื้อหา” (Below the surface) เพื่อค้นหาความหมายที่ซ่อนอยู่ในนั้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการของการสื่อสารภาพลักษณ์ความเป็นศิลปิน นักร้องของมาช่า วัฒนพานิช ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของมาช่า วัฒนพานิช ในฐานะศิลปินนักร้อง

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเฉพาะพัฒนาการของกลยุทธ์การสื่อสารภาพลักษณ์ และอัตลักษณ์ของ “มาช่า วัฒนพานิช” ในฐานะศิลปินนักร้อง เฉพาะผลงานเพลง 10 อัลบั้มที่มีออกมาตั้งแต่ อดีตจนถึงปัจจุบัน (ปี 2534 – 2554) รวมระยะเวลา 20 ปี

นิยามศัพท์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัย

พัฒนาการของการสื่อสารภาพลักษณ์ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของภาพของมาช่า วัฒนพานิช ในความเป็นนักร้อง ไม่ว่าจะเป็น ทรงผม การแต่งกาย ตลอดจนแนวเพลง ที่ถูกนำเสนอออกสู่สาธารณชนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

กลยุทธ์การสื่อสาร หมายถึง การวางแผนและวิธีการสื่อสารของบริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ ในการพยายามใช้ความคิดสร้างสรรค์ ในการติดต่อเพื่อเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับผลงานเพลงของมาช่า วัฒนพานิชไปยังผู้ฟังเพลงที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ เป็นขั้นตอนและต่อเนื่อง

อัตลักษณ์ของมาช่า วัฒนพานิช หมายถึง ตัวตนความเป็น มาช่า วัฒนพานิช ที่ถูกสื่อสารออกมาในฐานะศิลปินนักร้อง เพื่อนำเสนอต่อสาธารณชน อันประกอบด้วยแนวเพลง การแต่งกาย ทรงผมเนื้อหาของเพลง และชื่ออัลบั้มซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงตามระยะเวลาที่ผ่านมา

เพลงฮิต หมายถึง บทเพลงในอัลบั้มเพลงของมาช่า วัฒนพานิชที่มีการผลิตเป็นมิวสิกวิดีโอ และมีการถูกรวบรวมอยู่ในอัลบั้มรวมเพลงฮิตของมาช่า วัฒนพานิชมากกว่า 1 ครั้ง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยในส่วนของพัฒนาการการสื่อสารภาพลักษณ์ความเป็นศิลปิน นักร้องของมาช่า วัฒนพานิช ในฐานะศิลปินนักร้อง สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการสื่อสารภาพลักษณ์สำหรับนักร้องของเมืองไทย รวมไปถึงการสื่อสารภาพลักษณ์สำหรับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ในประเทศไทย
2. ผลการวิจัยเกี่ยวกับอัตลักษณ์ สามารถนำมาใช้เป็นต้นแบบของในการวางแผนพัฒนาการสื่อสารการตลาดของอุตสาหกรรมเพลงไทยต่อไป
3. ผลการวิจัยทั้งสองส่วน สามารถใช้พัฒนาแบบจำลองของรูปแบบของการสื่อสารภาพลักษณ์และตราสินค้าที่มีเสถียรภาพและยั่งยืน ภายใต้ความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่ชัดเจนสำหรับนักร้อง/นักแสดงของเมืองไทย ให้สามารถใช้การสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับดนตรีสมัยนิยม (Popular Music) แนวคิดเกี่ยวกับดนตรีสมัยนิยม (Popular Music) มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสารภาพลักษณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นนักร้องของ “มาช่า วัฒนพานิช” เนื่องจากเป็นการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปอันเป็นคุณสมบัติ พื้นฐานของการเป็น “นักร้อง” ซึ่งถือได้ว่าเป็นลักษณะของเพลงที่อยู่ในประเภทของดนตรีสมัยนิยมอันเป็นหัวใจหลักของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

2. แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า (Brand) การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า(Brand)นี้ จะเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้เพื่อศึกษาในการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของความเป็นนักร้องของ “มาชา วัฒนพานิช” กับการสร้างภาพลักษณ์ในมุมมองของการสื่อสารการตลาด เพื่อให้เราสามารถใช้เป็นแนวทางในการมองภาพโดยรวมของอุตสาหกรรมเพลงไทยสากล เนื่องจาก “มาชา” เปรียบเสมือนเป็นตราสินค้าตราหนึ่ง (Personal Branding) และตราสินค้า (Brand) นั้นเป็นทุกสิ่งทุกอย่างของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ทั้งส่วนที่จับต้องได้ (tangible) และยังไม่จับต้องได้ (intangible) อีกชั้นหนึ่งไม่ว่าจะเป็น ความน่าเชื่อถือ (trust/reliability) ความมั่นใจ (confidence) ความคุ้นเคย (familiarity) ประสบการณ์ที่ได้สะสมมา (shared experiences) ความสัมพันธ์ และความผูกพัน (relationship) สถานภาพ (status) รวมไปถึงบุคลิกภาพ (personality) จึงมีความสำคัญและสอดคล้องกับเรื่องที่ต้องการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง

3. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ (Identity) อัตลักษณ์ (Identity) คือ ลักษณะเฉพาะที่แสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “มาชา วัฒนพานิช” ถือเป็นบุคคลสาธารณะที่มีอัตลักษณ์ในการนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านสื่อมวลชนย่อมเกิดการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ขึ้น ดังนั้นการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์จะช่วยให้สามารถเข้าใจเกี่ยวกับความชัดเจนในความเป็นตัวตนของ “มาชา วัฒนพานิช” และภาพลักษณ์ในฐานะนักร้องที่สะท้อนออกมาผ่านสื่อต่างๆ

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อค้นหาพัฒนาการของการ

สื่อสารภาพลักษณ์ของมาชา วัฒนพานิชในฐานะนักร้อง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และอัตลักษณ์ความเป็นศิลปินนักร้องของมาชา วัฒนพานิช ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ทั้ง 2 ข้อ

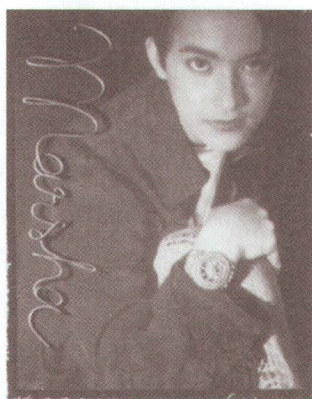
ผลการศึกษา สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. พัฒนาการของการสื่อสารภาพลักษณ์ของมาชา วัฒนพานิช ในฐานะนักร้องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

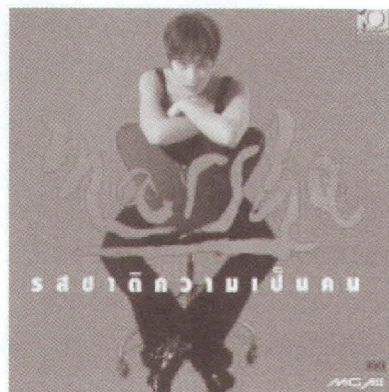
ผลการศึกษาในส่วนนี้มาจากการศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการของการสื่อสารภาพลักษณ์ของมาชา วัฒนพานิช ในฐานะนักร้องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันโดยผู้วิจัยทำการนำเสนอมาจากการศึกษาข้อมูล 3 ส่วน อันประกอบด้วย (1) การศึกษาเอกสารคือผลงานเพลงทั้ง 10 อัลบั้มทั้งหมดของคุณมาชา วัฒนพานิช (2) เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของบริษัทแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด และ (3) การสัมภาษณ์เชิงลึกคุณมาชา วัฒนพานิช เพื่อนำมาใช้ประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารนั้น ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

มาชา วัฒนพานิช เป็นนักแสดง/นางแบบที่ถูกชักนำเข้าสู่วงการเพลงโดย คุณนุชบา ดาวเรือง จงมันคง เพื่อนำมาเป็นศิลปินเพลงในสังกัดของ บริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ (ชื่อเดิมในขณะนั้น) โดยมีผลงานอัลบั้มเพลงที่ผลิตร่วมกับบริษัทแกรมมี่ นับตั้งแต่ผลงานชุดแรกคือ งามดาว (2534) รสชาติความเป็นคน (2536) Room number three (2539) Re-entry (2540) Marsha maya (2542) Fine days (2544) The river of life (2546) Marsha in love (2548) Marsha Selection (2549) Let's have fun tonight (2550) รวมเป็น 10 ชุด ซึ่งจากผลงานเพลงในแต่ละชุดของ มาชา วัฒนพานิชนั้น มีการเปลี่ยนแปลงด้านภาพลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ผลงานเพลงชุดแรกจนถึงชุดที่ 10 ได้ดังนี้

1. อัลบั้ม **ถามดาว (พ.ศ. 2534)** เป็นงานเพลงเดี่ยวชิ้นแรกของ มาช่า วัฒนพานิช ซึ่งมีแนวเพลงเป็นป๊อปใสๆ ฟังสบาย ภายใต้การควบคุมการผลิตโดยคุณกริช ทอมัส โดยที่มาของชื่ออัลบั้มนี้มาจาก “ท่อนหนึ่ง” ในบทเพลง “เหน้อยไหมดาว” เพลงแรกของอัลบั้ม ในรูปแบบของบัลลาดป๊อป ที่มีเนื้อหาพูดถึงชีวิตของคนเมื่อเปรียบเทียบกับดวงดาว เปรียบตั้งชีวิตของตัวเองของ มาช่า วัฒนพานิช ที่อยู่ในวงการบันเทิงมากกว่า 5 ปี ด้วยอายุเพียง 21 ปี ในขณะนั้น ที่ผ่านเรื่องราวที่หลากหลายทั้งร้ายและดี มีครอบครัวกับ (อดีต) สามี คืออำพล ลำพูน และมีบุตรชาย 1 คน โดยภาพลักษณ์ที่น่าเสนอในอัลบั้ม “ถามดาว” นั้น เป็นภาพของผู้หญิงเท่ๆ มองโลกในแง่ดี มีมุมมองการเล่าเรื่องที่แตกต่างเกินที่ผู้หญิงอายุ 21 ปี ทั่วไป ประสบการณ์ชีวิตมากกว่าคนอายุ 21 ปี เคยเผชิญมา โดยในอัลบั้มชุดนี้ประกอบด้วย 11 เพลง ซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นพูดถึงมุมมองเรื่องการใช้ชีวิต ส่วนเพลงช้าจะมีพูดถึงความรักที่มองโลกในแง่บวก แต่โดยรวมจะถูกครอบด้วยดนตรีป๊อปใสๆ และมีเสียงกีตาร์ออกแนวคันทรี่ในเพลงเร็ว

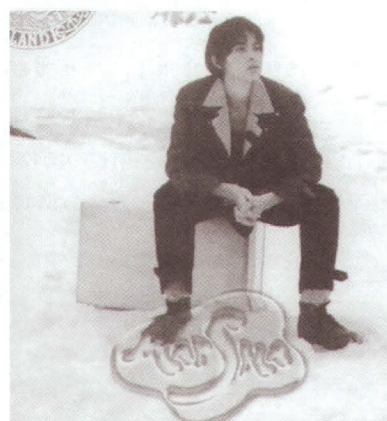


2. อัลบั้ม **รสนชาติความเป็นคน (พ.ศ. 2536)** เป็นงานเพลงชุดที่สองของ มาช่า วัฒนพานิช ที่มีความต่อเนื่องจากอัลบั้มชุดแรก ทั้งด้านแนวเพลง เนื้อหาและวิธีการนำเสนอ ซึ่งมีแนวเพลงเป็นเพลงป๊อปรักหนักแน่น และเนื้อหาจริงจังกับชีวิตมากขึ้น ซึ่งตรงกันข้ามกับอายุของเธอในขณะนั้นที่ยังไม่ข้ามผ่านวัยเบญจเพสเลย (ปี 2536 มาช่า วัฒนพานิช อายุ 23 ปี) ภายใต้การควบคุมการผลิตโดยคุณจาตุรนต์ เอมซ์บุตร ซึ่งมีชื่อด้านการเป็น



โปรดิวเซอร์ศิลปินร็อก อาทิ บิลลี่ โอแกน แหวน รุติมา เป็นต้น โดยที่มาของชื่ออัลบั้มนี้มาจาก “ชื่อเพลง” ในอัลบั้มที่มีเนื้อหาพูดถึงชีวิตของคนที่มีความแตกต่างกันออกไป ไม่มีชีวิตของใครที่ดีที่สุด ดังนั้นทุกชีวิตต้องสู้ และต้องดิ้นรนเพราะมันคือ “รสนชาติความเป็นคน” โดยภาพลักษณ์ในอัลบั้มรสนชาติความเป็นคนนี้ เป็นการนำเสนอความเป็น “ร็อกเกอร์สาว” ภายใต้ดนตรีที่หนักแน่น เนื้อหาของบทเพลงที่จริงจังและมีความต่อเนื่องกันมาจากอัลบั้มชุดแรกทั้งนี้มาจะมาจากอิทธิพลของแนวเพลงที่อยู่ในกระแสสมัย ณ ช่วงเวลานั้น คือ ต้นยุค 90 ที่เพลงร็อก และป๊อปร็อกล้วนเป็นที่ต้องการของตลาดเพลงไทยสากลในขณะนั้น

3. อัลบั้ม **Room number three (พ.ศ. 2539)** อัลบั้มเดี่ยวชุดที่ 3 ของมาช่า วัฒนพานิช คำว่า Room number three หรือ No.3 จึงมีความหมายมาจากงานดนตรีชุดที่ 3 ที่มาจากห้องดนตรีของตัวเอง เธอ ที่มีแนว



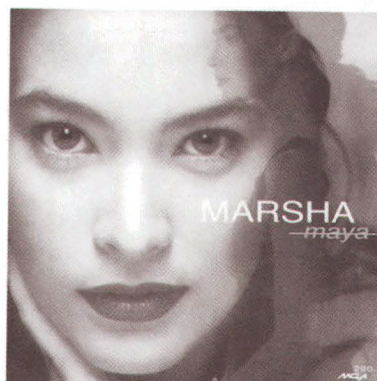
เพลงเป็นอะคูสติกร็อก ซึ่งถือเป็นแนวเพลงที่แปลกใหม่ในยุคนั้น (พ.ศ. 2538-2539) หรืออีกแนวทางการก็คือดนตรีทางเลือกหรืออัลเทอร์เนทีฟ (Alternative) นั่นเอง อัลบั้มนี้เธอมีการเปลี่ยนวิธีการร้องใหม่ด้วยการใช้ลูกเอื้อนและลีลาการลากเสียงอันเป็นผลมาสู่การร้องเพลงของเธอในชุดต่อๆ มาจนกลายเป็นสไตล์การร้องในปัจจุบันของเธอเอง นอกจากนี้ ยังเป็นครั้งแรกของการมีส่วนร่วมในอัลบั้มของตัวเองอย่างเป็นทางการ ด้วยวัยเพียง 25 ปี คือ การแต่งเพลง “ปลดปล่อย” รวมไปถึงการเป็นผู้กำกับมิวสิกวิดีโอเพลงครั้งแรกและครั้งเดียวในเพลง “รอ” ซึ่งเป็นเพลงที่โด่งดังที่สุดในอัลบั้มชุดนี้และกลายเป็นเพลงฮิตยอดนิยมของมาช่า วัฒนพานิช มาจนถึงปัจจุบัน โดยอัลบั้มนี้มีการนำเสนอภาพลักษณ์ความเป็นสาว Alternative ที่ติดดิน ธรรมดา ของผู้หญิงสวยอย่างมาช่า วัฒนพานิช ในภาพของการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ต่างประเทศ ภายใต้คอนเซ็ปต์ “ชีวิต... ความเปลี่ยนแปลง...การเดินทาง” โดยมีมิวสิกวิดีโอและสตูปีทุกชิ้น ถ่ายที่ประเทศนิวซีแลนด์ทั้งหมด จนได้ถูกคัดเลือกและสัมภาษณ์ลงหนังสือพิมพ์ West Coat Time ของประเทศนิวซีแลนด์ด้วย

4. อัลบั้ม Re-entry (พ.ศ. 2540) เป็นอัลบั้มพิเศษระหว่างการทำงานของมาช่า วัฒนพานิช โดยเป็นลักษณะของการนำเอาเพลงเก่าที่ได้รับความนิยมในอดีต (ไม่เกิน 10 ปี) ของแกรมมี่มาเรียบเรียงและขับร้องใหม่ และเป็นการทำงานกับโปรดิวเซอร์คนใหม่อีกครั้งของมาช่า วัฒนพานิช คือ คุณสมชัย ขำเลิศกุล (อดีตสมาชิกวงกัมปะนี) ซึ่งชุดนี้ถือเป็นครั้งสำคัญในการค้นพบแนวเพลงที่เหมาะสมกับตัวเธอมากที่สุด นั่นคือแนวเพลงฟังสบายๆ (Easy Listening) ที่ส่งผลให้เพลงในระยะหลังของเธอในแนวเดียวกันนี้ได้รับความนิยมจนกลายเป็นเพลงฮิตมาจนถึงปัจจุบันซึ่งถือเป็นจุดเด่นของอัลบั้ม Re-entry นี้ อยู่ที่เป็นการทำงานเพลงแบบสบายๆ ที่มีความลงตัวของเสียงร้องของมาช่า วัฒนพานิช และดนตรีแบบอะคูสติกลีๆ รวมทั้งบทเพลงที่ถูกเลือกมาในอัลบั้มนี้เป็นเพลงเก่าที่ไม่ค่อยได้ถูกหยิบมาร้องมากนัก จึงทำให้คนฟังเพลงหลายคนคิดว่าเป็นเพลงใหม่ของมาช่า วัฒนพานิช โดยในอัลบั้มชุดนี้นอกจาก



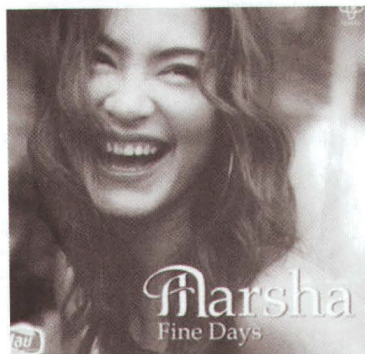
ประกอบไปด้วยเพลงเก่าจำนวน 9 เพลงแล้ว ยังมีเพลงใหม่ 2 เพลง คือ “ใครสักคน” ซึ่งเป็นเพลงประกอบละครเรื่อง “นางสาวไม่จำกัคนามสกุล” และเพลง “ไม่เป็นไร...คนดี” ที่มาช่า วัฒนพานิช เป็นคนแต่งทำนองเอง โดยได้ สีฟานักเขียนเพลงชื่อดังเป็นผู้เขียนคำร้องให้ และนับเป็นครั้งแรกที่คนฟังเพลงเห็นภาพของเธอในลักษณะที่เรียบง่ายสบายๆ และเป็นงานเพลงที่เริ่มเห็นความเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์จากความเป็นร็อกเกอร์สาวในงานเพลง 3 ชุดแรกมาสู่ภาพความเป็นผู้หญิงเรียบง่าย ซึ่งจะปรากฏได้ชัดเจนที่สุดจากภาพการแต่งกายบนปกอัลบั้ม

5. อัลบั้ม มายา (พ.ศ. 2542) ชุดที่ 5 เป็นการเปลี่ยนแปลงแนวเพลงของการทำงานที่แตกต่าง และแหวกแนวจากที่ภาพเดิมๆ ของมาช่า วัฒนพานิชมากที่สุด ทั้งคอนเซ็ปต์และแนวเพลงที่มีความแตกต่างและ “ล้ำ”



มากกว่าชุดก่อนๆ ทั้งนี้เนื่องจากการเข้ามาเป็นโปรดิวเซอร์ เป็นครั้งแรกของมาซ่า วัฒนพานิชซึ่งถือได้ว่าเป็นงานที่ ทำทายสำหรับมุมมองของผู้หญิงอายุ 29 ปีเช่นเธอด้วยการ เป็นโปรดิวเซอร์ร่วมกับคุณ Bruno Brugnano (บรูโน่) โปรดิวเซอร์ชาวฟิลิปปินส์ ทั้งยังเป็นอัลบั้มแรก หลังสถานะ “หม้าย” ของเธอ หลังการหย่าร้างกับสามี อำพล ลำพูนในปี 2541 โดยในอัลบั้มนี้ มาซ่า วัฒนพานิช มีส่วนร่วมในการเขียนเนื้อเพลงด้วยตัวเอง จำนวน 2 เพลง คือ เพลงคนใจแตก และเพลง เวลาที่กับคนสองคน ซึ่ง ทั้ง 2 เพลงก็ได้รับความนิยมอย่างสูงและกลายเป็น เพลงฮิตต่อเนื่องยาวนานมาจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะ เพลงเวลาที่กับคนสองคน ที่ได้พูดถึงชีวิตความรักของ ตัวเธอเอง โดยเป็นอัลบั้มที่มาซ่า วัฒนพานิช มีการ เปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ทั้งแนวเพลงและการแต่งกาย จากอัลบั้มชุดก่อนๆ โดยสิ้นเชิงเพราะ มาซา เป็นครั้งแรก ที่เธอได้มีการปรับการแต่งกายเป็นสาวเปรี้ยว แฟนตาซี ลึกลับ น่าค้นหา แต่ก็ยังมีความเท่ สวยสไตล์ตัวของ เธอเอง จึงเป็นงานเพลงเดี่ยวชุดแรกที่เปิดภาพลักษณ์ ของความเป็น “ผู้หญิง” ที่ชัดเจนเป็นครั้งแรกของเธอ

6. อัลบั้ม Fine Days (พ.ศ. 2544) เป็นอัลบั้ม ชุดที่ 6 ที่กลับมาเน้นภาพลักษณ์และแนวเพลงที่เรียบง่าย สไตล์คันทรี่ อะคูสติค พร้อมบทเพลงหลายๆ เพลงก็มี ลักษณะเป็นเพลงสบายๆ ฟังง่าย โดยที่ดนตรีเน้นใช้ กีตาร์และเครื่องสายเป็นหลัก สอดคล้องกับชื่ออัลบั้ม Fine Days ที่สื่อถึงความง่าย ๆ สบายๆ ทำให้ภาพลักษณ์ ของมาซ่าในอัลบั้มชุดนี้ สะท้อนภาพลักษณ์ผู้หญิงสวย สดใส อารมณ์ดี ด้วยเนื้อหาของเพลงทั้งหมดเป็นเพลง รักตามแนวทางของตัวเธอที่ถูกวางเอาไว้ว่าเป็นผู้หญิงอายุ



31 ปีที่มีความร่าเริง สดใส และมีมุมมองของความเหงา เศร้าแบบที่ไม่เหมือนใครโดยเฉพาะเพลงเศร้าที่จะไม่สื่อ ถึงความเศร้าแบบหดหู่หรืออกหักรักคุณอันเป็นที่นิยม โดยทั่วไป แต่จะเป็นเพลงช้าแบบผู้หญิงเหงาอ้างว้าง จะเห็นได้จากบทเพลง “จากคนอื่นคนไกล” ที่เขียนโดย นิติพงษ์ ห่อนาค ที่สะท้อนความเป็นตัวเธอได้อย่างชัดเจน เฉียบขาด จนกลายเป็นหนึ่งในเพลงประจำตัวของเธอที่ ถูกเรียกร้องให้ร้องมากที่สุดในทุกคอนเสิร์ตมาจนถึง ปัจจุบันหรือแม้แต่เพลง “ไม่อยากจะนอนคนเดียว” ก็เป็น แนวเพลงที่ถ่ายทอดออกมาอย่างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ตัวของมาซ่า วัฒนพานิช ที่ไม่ว่าใครจะหยิบมาร้องใหม่ ก็ไม่สามารถถ่ายทอดได้ดีเท่าเธอ

7. อัลบั้ม The River of Life (พ.ศ. 2546) เป็น อัลบั้มชุดที่ 7 แต่เป็นการร่วมงานครั้งที่ 3 กับโปรดิวเซอร์ คนเดิมคือบรูโน่ ติดกันนับตั้งแต่ มาซา, Fine Days มาถึงอัลบั้มนี้ มีความต่อเนื่องของวิธีการสื่อสารและ



นำเสนอเนื้อหาของบทเพลงได้สะท้อนความเป็นตัวของ มาซ่า วัฒนพานิชในวัย 33 ปี ด้วยดนตรีเรียบง่ายฟัง สบายๆ และเสียงร้องที่เหงๆ ของมาซ่า วัฒนพานิช ที่ถ่ายทอดออกมาอย่างลงตัว จนกลายเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัวของมาซ่า วัฒนพานิช มาจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะ เพลงโปรโมทเพลงแรก “สายน้ำไม่ไหลกลับ” ที่ถูกเขียน ขึ้นโดยคุณนิติพงษ์ ห่อนาค ที่พูดถึงชีวิตความรักที่ไม่มี วันย้อนคืนกลับหากแต่ยังสามารถคิดถึงกันได้ อันมาจาก มุมมองด้านความรักของเธอเอง โดยคำว่า The River of Life นั้น เปรียบเสมือนแม่น้ำก็คือเส้นทางของชีวิต มีความนุ่มนวล สวยงาม เหมือนการเดินทางของผู้หญิง

คนหนึ่งเป็นความเรียบง่ายที่แฝงไปด้วยเสน่ห์ ที่นำเสนอความเป็นผู้หญิงใสรๆ หวานๆ มากที่สุดเท่าที่มาชา วัฒนพานิช เคยมีผลงานเพลงมาทั้งหมด (ชุดที่ 1-6) ทั้งเนื้อหาและแนวเพลงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อต่อยอดภาพของ “นักร้องหญิงที่สวยงามที่สุดในประเทศไทย” (อ้างอิงจากนิตยสารสุดสัปดาห์ ฉบับเดือนตุลาคม 2549)

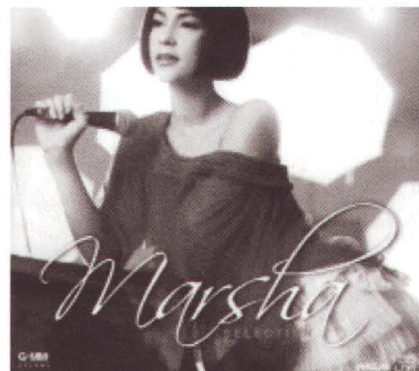
8. อัลบั้มชุดที่ 8 In Love (พ.ศ. 2548) กับแนวเพลงสนุกสนานร่วมสมัยกับการใช้เสียงดนตรีสังเคราะห์ ด้วยการทำงานกับโปรดิวเซอร์ถึง 2 คน 2 สไตล์ คือ คุณบรมิณี ซึ่งเป็นโปรดิวเซอร์คนเดิมที่เคยร่วมงานกันมาแล้วในอัลบั้มชุดที่ 5-6-7 ส่วนอีกคน คือ คุณหนึ่ง ณรงค์วิทย์ เตชะธนะวัฒน์ ที่เคยร่วมงานกันจากการที่มาชาไปเป็นนักร้องรับเชิญในเพลง “ไม่หลับไม่นอน” จากอัลบั้ม Sleepless Society ในต้นปี 2548 และอัลบั้มนี้จึงได้เป็นวาระที่ป๊อบที่มีความหลากหลายทางด้านดนตรี



ร่วมสมัย โดยทั้งอัลบั้ม In Love มีเนื้อหาหลักเป็นเรื่อง “ความรักครั้งใหม่” ของมาชา วัฒนพานิช ล้วนๆ Music Lover คือเพลงจังหวะเต้นรำ ที่โดดเด่นที่สุดในอัลบั้มที่ถูกใช้เปิดตัวภาพลักษณ์ใหม่ของมาชา วัฒนพานิช และได้รับความนิยมอย่างสูง ได้รับการตอบรับจากการนำไปร้อง Cover หลายครั้ง และถูกเปิดทางสถานีวิทยุ ผับ บาร์ จนถึงปัจจุบัน จึงกลายเป็นอีกหนึ่งเพลงที่คนจำได้มากที่สุดของมาชา วัฒนพานิช โดยเนื้อหาหลักๆ น่าจะเป็นการกล่าวถึงความรักที่เธอมีกับคนรักคนใหม่ในขณะนั้น (กฤษณ์ ศรีภูมิเศรษฐ์) ด้วยภาพลักษณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอีกครั้ง จากสาวหวาน ใสๆ เป็นสาวสวยมั่นใจเปรี้ยวแซ่ซี้เล็กๆ พร้อมแนวเพลงจังหวะเต้นรำสนุกสนานร่วมสมัย อัลบั้ม In love จึงเป็นจุดเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์

ครั้งสำคัญของ มาชา วัฒนพานิช อีกครั้ง จากร็อกเกอร์สาวในวัย 20 ตอนต้น ในอัลบั้มชุดที่ 1-3 มาสู่ สาวสวยเพลงใสๆ ในวัย 20 ตอนปลาย (ชุดที่ 4-7) มาสู่ภาพความเป็นนักร้องสาว สวย แซ่ซี้ กับดนตรีเต้นรำสนุกสนาน ซึ่งกลายเป็นภาพลักษณ์ที่ติดตัวของ มาชา วัฒนพานิช มาจนปัจจุบันนี้

9. อัลบั้ม Marsha Selection (พ.ศ. 2549) นับเป็นอัลบั้มชุดที่ 9 เนื่องจากเป็นผลงานที่มาชา วัฒนพานิช มีส่วนร่วมในการผลิตโดยการเป็นโปรดิวเซอร์ร่วมกับ เจษฎา สุขทรามร หรือ โอ้ ซีเปีย ซึ่งจะเรียกว่าเป็นอัลบั้มพิเศษอีกชุดหนึ่งของมาชา วัฒนพานิชก็ได้ เพราะหลังจากอัลบั้ม Re-entry เมื่อปี 2540 แล้ว ก็ยังไม่มีอัลบั้มพิเศษแบบนี้อีก นอกจากการไปร่วมแจมร้องเพลงพิเศษกับศิลปินคนอื่นๆ ในสังกัดแกรมมี่ แต่ความแตกต่างของ Selection และ re-entry ก็คือ เพลงที่เลือกมาในอัลบั้ม Selection นั้นจะเป็นเพลงเก่าร่วมสมัยมากกว่า คือเป็นเพลงในยุค 70-80 สมัยคุณพ่อคุณแม่ยังสาว แต่กลับมาด้วยสไตล์เพลงป๊อบแดนซ์ร่วมสมัย มีการตีความและออกแบบวิธีการร้องออกมาใหม่สไตล์มาชา วัฒนพานิช นอกจากนี้ยังมีการเดินทางไปถ่ายทำมิวสิกวิดีโอและสตูดิโอโปรโมท ณ ประเทศสิงคโปร์ตลอดทั้งอัลบั้ม เพลงที่โดดเด่นในอัลบั้มนี้ น่าจะเป็นเพลงโปรโมทคือ “เชื่อดฉัน” เพลงเก่าของวงแกรนด์เอ็กซ์ ที่มาชา วัฒนพานิช นำมาถ่ายทอจัดจังหวะดิสโก้ร่วมสมัยได้ความรู้สึกแตกต่างไปอีกแบบ ในขณะที่อีกเพลงที่น่าสนใจคือ “จงรัก” เพลงเก่าอมตะที่มาชา วัฒนพานิชเคยร้องไว้ในอัลบั้มเพลงประกอบภาพยนตร์เรื่องจงรักเมื่อปี 2531 และ



นำมาร้องใน Cover Night รวมอยู่ในอัลบั้ม Exchange 4(2542) ในสไตล์อะคูสติคใสๆ แต่ใน Selection ได้ถูกเรียบเรียงและทำดนตรีใหม่โดยใช้ชวรินทร์สนุกสนานแปลกๆ ดีความให้เป็นจรัล 2006 ตามสไตล์ของมาช่า วัฒนพานิช ส่วนการแต่งกาย Selection ถือเป็นแฟชั่นที่ว้าวไต่ มีความหลากหลาย ทั้งทรงผมและเครื่องประดับ ที่มีความเซ็กซี่และแอบหวานนิดๆ อยู่ในตัวเอง เพื่อให้เข้ากับความร่วมมือของแนวเพลง และเนื้อหาของบทเพลงที่นำเสนอในอัลบั้ม

10. อัลบั้ม Let's have fun tonight (พ.ศ. 2550)

เป็นงานเพลงที่ มาช่า วัฒนพานิช มีส่วนร่วมในการทำงานมากที่สุด ใน 10 อัลบั้มเพลงทั้งหมดของเธอ โดย Let's have fun tonight นี้ เธอทำหน้าที่สำคัญในการผลิตเกือบทั้งหมด ตั้งแต่ Executive Producer, Producer



และ ร้องประสานเสียง (Chorus) ด้วย นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการกำหนดคอนเซ็ปต์อัลบั้ม ว่าจะเป็นเพลงที่มีเนื้อหาสำหรับกลางคืนทั้งหมด พูดถึงคนที่เที่ยวกลางคืนในมุมต่างๆ แต่บทเพลงที่โด่งดังและเป็นที่น่าจดจำที่สุดของอัลบั้มนี้ คือเพลง “ผู้ชายห่วย ๆ” ที่แรงทั้งชื่อเพลง เนื้อหาและความนิยม รวมไปถึงมิวสิกวิดีโอที่ได้รับความนิยมการกล่าวขวัญถึงอย่างมาก จนผู้หญิงหลายคนได้นำเอาเพลงนี้ใช้สำหรับต่อว่าผู้ชาย ในส่วนของแฟชั่นการแต่งกายนั้น เรียกได้ว่า Let's have fun tonight เป็นอัลบั้มที่ มาช่า วัฒนพานิช “จัดเต็ม” ทุกอย่าง โดยเฉพาะแฟชั่นการแต่งกาย รวมถึงทรงผมที่เรียกว่าแรงที่สุด ตั้งแต่เธอมีผลงานเพลงออกมาจากทั้งหมด 10 อัลบั้มเลย ทั้งนี้เพราะ มาช่า วัฒนพานิชเอง เป็นผู้ควบคุมการผลิตทั้งหมดด้วยตัวเอง เพื่อให้แนวทางการแต่งกาย เสื้อผ้า หน้า ผม เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับเพลงที่พูดถึง เนื้อหาที่ค่อนข้างเป็น Concept อัลบั้ม Let's have fun tonight จึงเป็นงานสำคัญอีกชุดที่น่าจดจำของ มาช่า วัฒนพานิช

จากผลการวิเคราะห์ผลงานเพลงทั้ง 10 ชุดของ มาช่า วัฒนพานิช สามารถลำดับพัฒนาการภาพลักษณ์ความเป็นนักร้องของ มาช่า วัฒนพานิช ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปพัฒนาการภาพลักษณ์ผ่านผลงานเพลงชุดเดียวทั้งหมดของ มาช่า วัฒนพานิช

ปี พ.ศ.	ชื่ออัลบั้ม	แนวเพลง	ภาพลักษณ์
2534	ถามดาว	ป๊อบ	สาวห้าว ทอมบอย ผมสั้น บ๊อบเท
2536	รสชาติความเป็นคน	ป๊อบร็อก	ร็อกเกอร์สาว ผมชอยหน้าม้า
2539	Room number three	อะคูสติค ร็อก	สาวอัลเทอร์เนทีฟ เซอร์ เทห์
2540	Re-entry	อะคูสติค	ผู้หญิงเรียบ ง่าย สวยๆ
2542	มายา	อิเล็กทรอนิกส์ ป๊อบ	สาวลึกลับ แฟนตาซี น่าค้นหา
2544	Fine days	ป๊อบ อะคูสติค	สวยใส อารมณ์ดี
2546	The river of life	อีซี ลิซเทนนิง	สวยหวาน เหงา
2548	Marsha in love	ว้าวไต่ ป๊อบ ร่วมสมัย	สวยมั่นใจ เปรี๊ยะเซ็กซี่เล็ก ๆ
2549	Marsha Selection	ป๊อบแดนซ์ ร่วมสมัย	เซ็กซี่ ปนหวาน ร่วมสมัย

เมื่อพิจารณาจากผลการศึกษา พบว่าการสื่อสาร ภาพลักษณ์ของมาช่า วัฒนพานิช นั้นมีลักษณะสอดคล้อง กับการศึกษาของพัชริดา วัฒนา (2535) ได้ศึกษาเรื่อง “ศิลปินเพลงไทยสากลและสื่อมวลชน : วิธีทางในการ สร้างความมีชื่อเสียง” โดยมุ่งศึกษาเกี่ยวกับวิวัฒนาการ ของศิลปินเพลงไทยสากลและวิธีทางในการสร้างความ มีชื่อเสียงของศิลปินเพลงไทยสากล รวมถึงบทบาทของ สื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับการสร้างชื่อเสียงให้แก่ศิลปิน เพลงไทยสากลจากอดีตจนถึงปัจจุบัน พบว่ารูปแบบของ เพลงและแนวทางในการนำเสนอของตัวศิลปินเพลงไทย สากลนั้น มีวิวัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปตามอิทธิพล ทางดนตรีของชาติตะวันตก นอกจากนี้ยังถูกกำหนด โดยตลาดผู้บริโภคเทปเพลงที่เปลี่ยนจากกลุ่มผู้ใหญ่ ในอดีตมาเป็นวัยรุ่นในปัจจุบันเช่นเดียวกันว่าพัฒนาการ ภาพลักษณ์ของมาช่า วัฒนพานิช นั้นก็มีวิวัฒนาการที่ เปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาและตามอิทธิพลทาง ดนตรีของชาติตะวันตก โดยจะเห็นได้จากช่วงระหว่าง ปี พ.ศ. 2534-2537 นั้น อุตสาหกรรมเพลงไทยนิยม บทเพลงสไตล์ร็อกอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผลงานเพลง ของศิลปินในยุคนี้เน้นการนำเสนอแนวดนตรีแบบ ร็อกสูง ไม่ว่าจะเป็น อัสนี วสันต์ โชติกุล, ไมโคร, บิลลี่ โอแกน, แหวน รุติมา เป็นต้น ซึ่งก็สอดคล้อง กับงานเพลง 2 อัลบั้มแรกของมาช่า วัฒนพานิช คือ งามดาว (2534) และรสชาติความเป็นคน (2536) ที่มี ความเป็นแนวดนตรีแบบป๊อปร็อก และหลังจากปี 2537 เป็นต้นมาได้มีกระแสความนิยมของดนตรีที่เรียกว่า Alternative เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย จนเกิดศิลปิน จากสังกัดอิสระหน้าใหม่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก อาทิ โมเดิร์นด็อก แบล็กเฮด โลโซ พาราไดกซ์ เป็นต้น ซึ่งอัลบั้ม Room number three (2539) ก็นำเสนอแนวดนตรี อะคูสติกร็อก วิธีการร้องแบบใหม่และแฟชั่นการแต่งกาย ที่เป็นลักษณะของความเป็นสาว Alternative อย่างชัดเจน ส่วนในอัลบั้ม Re-entry (2540) นั้นยังคงต่อเนื่องใน เรื่องของแนวเพลงที่มีสไตล์ตามกระแสความนิยมของ สังคมไทยที่เริ่มเบื่อเพลงแบบสำเร็จรูปแล้ว จึงเกิดเป็น เพลงอัลบั้มแนวใหม่อย่าง มายา (2542) ที่แปลกแหวกแนว รับกระแส Millennium ของปี 2000 จากนั้นความนิยม

เพลงฟังง่าย ๆ ดนตรีสบาย ๆ ที่เรียกว่า Easy Listening ก็นิยมอย่างแพร่หลายในปี 2543 เป็นต้นมาและได้รับ การตอบรับอย่างต่อเนื่อง เป็นผลให้อัลบั้ม Fine Days (2544) และอัลบั้ม The river of life (2546) ออกมา ในระยะเวลาไม่ห่างกันมากนัก หลังจากนั้น ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมาได้เกิดขึ้นความหลากหลายและทาง เลือกแปลกใหม่ขึ้นในอุตสาหกรรมเพลงไทยจากวิกฤติ ของเทคโนโลยี MP3 ทำให้ผลงานเพลงของนักร้อง หลายคนในช่วงนี้จำเป็นต้องมีแนวทางที่หลากหลายและ แตกต่างอย่างเด่นชัดเพื่อสร้างยอดขายและต่อยอด Content อื่นๆ อีกตามมาเพื่อสร้างกำไรให้บริษัทฯ อย่างสูงสุด อาทิ Music video Karaoke, Calling Melody หรือการแสดงคอนเสิร์ต เป็นต้น อัลบั้มเพลง 3 ชุดสุดท้ายของมาช่า วัฒนพานิช จึงมีการปรับภาพลักษณ การนำเสนอที่แปลกกว่าที่เคยเป็นด้วยภาพลักษณ์ของ สาวเปรี้ยว เซ็กซี่ มั่นใจ กับดนตรีแดนซ์มิวสิคมีสไตล์ ไม่ว่าจะเป็น In love (2548) Selection (2549) และ Let's have fun tonight (2550) เพื่อนำเสนอต่อยอด ภาพออกมาทางมิวสิควิดีโอและการแสดงบนเวทีคอนเสิร์ต ซึ่งนั้นก็เป็นวิวัฒนาการของรูปแบบของเพลงและแนวทาง ในการนำเสนอภาพลักษณ์ของมาช่า วัฒนพานิชที่ เปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาและตามอิทธิพลทาง ดนตรีของชาติตะวันตก

โดยสรุปจากผลการศึกษาในส่วนของพัฒนาการ ภาพลักษณ์ของมาช่า วัฒนพานิช เราจึงสามารถแบ่ง ออกเป็น 3 ระยะ ตามพัฒนาการของแนวเพลงและ เนื้อหาของเพลง รวมถึงแฟชั่น ทรงผม การแต่งกาย คือ

ยุคที่ 1 Rocker ดนตรีแนว ป๊อปร็อก อะคูสติกร็อก (พ.ศ. 2534 - 2539)

มาช่า วัฒนพานิช ถูกนำเสนอภาพลักษณ์ในความเป็น ผู้หญิงที่มีความเท่เข้มแข็ง มั่นใจเป็นตัวของตัวเอง ด้วยภาพลักษณ์ของการไว้ทรงผมสั้นทะมัดทะแมง กับ แนวเพลง ป๊อป, ป๊อปร็อก, อะคูสติกร็อก และเนื้อหาที่ ออกแนวชีวิต ปรัชญา ที่หลากหลาย ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2534 - 2539 ซึ่งเป็นช่วงที่เธอใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับ (อดีต)สามี คืออำพล ลำพูน ประกอบกับความนิยมของแนวดนตรี



ในยุค 90 เป็นแนวป๊อปร็อกไปจนถึงอัลเทอร์เนทีฟ จึงค่อนข้างเป็นส่วนสำคัญที่มีอิทธิพลให้แนวดนตรีและภาพลักษณ์ของเธอเป็นไปในทิศทางนี้ โดยอัลบั้มตามดาว (2534) ทรงผมบ๊อบเทสั้น แฟชั่นสีน้ำตาล เสื้อหนัง สีน้ำตาล กางเกงยีนส์ อัลบั้มรสชาติความเป็นคน (2536) ทรงผมชอยสั้น เปรี๊ยวเทห์ แฟชั่นสี ดำ ขาว เสื้ออกกล้าม สีดำ กางเกงหนังสีดำ ส่วนอัลบั้ม Room number three (2539) ทรงผมชอยสั้น หน้าม้า ทำสีแดง เซอร์ ๆ แฟชั่น เสื้อผ้า หลากหลายสีสั้น ทั้งแขนยาว แขนสั้น เสื้ออกกล้าม แต่เน้นความเทห์ ทะมัดทะแมง กับกางเกงผ้าร่วมสมัย

ยุคที่ 2 BeautyListening ดนตรีแนว อะคูสติค ป๊อป ใส ๆ (พ.ศ. 2540-2546)

มาช่า วัฒนพานิช ถูกนำเสนอภาพลักษณ์ที่มีความเป็นผู้หญิงชัดเจนมากขึ้น โดยเน้นความใส สวย หวาน ด้วยทรงผมที่ยาวปานกลางไปจนถึงยาวมาก ทั้งผมตรง และตัดลอนเล็กหรือลอนใหญ่ ในแนวเพลง อะคูสติค

ป๊อป ใสๆ ด้วยเนื้อหาของบทเพลงที่ผ่อนคลายขึ้น ซึ่งทั้งหมดล้วนค่อย ๆ ปรากฏหลังสถานะ “หม้าย” ของเธอ หลังการหย่าร้างกับ สามี่ อัมพล ลำพูนในปี 2541 และมีความชัดเจนขึ้นเรื่อยๆ ในอัลบั้มชุดหลังๆ เริ่มตั้งแต่ อัลบั้ม Re-entry (2540) ที่เป็นครั้งแรกที่คนฟังเพลง เห็นภาพของเธอในลักษณะที่เรียบง่ายสบายๆ ทั้งแนวเพลง และภาพที่นำเสนอ อัลบั้มมาช่า (2542) เป็นครั้งแรกที่เธอปรับการแต่งกายเป็นการใส่กระโปรงในภาพของสาวแฟนตาซี ลึกลับ น่าค้นหา แต่ก็ยังมีความเทห์ สวย สไตล์ตัวของเธอเอง ส่วนอัลบั้ม Fine Days (2544) เป็นภาพลักษณ์ที่เน้นความเรียบง่าย สบายๆ ตามแนวเพลงและคอนเซ็ปต์อัลบั้ม และอัลบั้ม The river of life (2546) เป็นความเรียบง่ายที่แฝงไปด้วยเสน่ห์ ที่นำเสนอความเป็นผู้หญิง ใสๆ หวานๆ มากที่สุดเท่าที่เธอเคยมีผลงานเพลงมาทั้งหมด



ยุคที่ 3 Sexy Dancing ดนตรีแนวแดนซ์ร่วมสมัย (พ.ศ. 2548-2550)

มาซา วัฒนพานิช ถูกนำเสนอภาพลักษณ์ในความเป็นผู้หญิงที่ สวย เปรี๊ยะ เซ็กซี่ ทรงผมที่ถูกออกแบบและทำสีกันอย่างจัดจ้าน ทั้งผมสั้นเปรี๊ยะเฉียว และผมยาวตัดลอนเล็ก ในแนวเพลงป๊อบแดนซ์ร่วมสมัยไปจนถึงอิเล็กทรอนิกส์ เต็มรสทุกสถาน เนื้อหาของเพลงจะเน้นเรื่องราวด้านความรักเนื้อหาที่พูดถึงความรักที่ชัดเจนเป็นหลัก ซึ่งตรงกับช่วงเวลาในชีวิตจริงที่เธอมีคู่รักคือ กฤษณ์ ศรีภูมิเศรษฐ์ ตั้งแต่ อัลบั้ม In love (2548) เป็นต้นมาถือเป็นจุดเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ครั้งสำคัญของเธออีกครั้งคือความเป็นนักร้องสาว สาว เซ็กซี่ กับดนตรีเต็มรสทุกสถาน จนกลายเป็นภาพลักษณ์ที่ติดตัว

ความเป็นนักร้องของเธอมาจนถึงปัจจุบัน Selection (2549) ถือเป็นแพ้นท์ว่าไรดี มีความหลากหลายทั้งทรงผมและเลือกกระโปรง ที่มีความเซ็กซี่และแอบหวานนิดๆ อยู่ในตัวเอง เพื่อให้เข้ากับความร่วมมือของแนวเพลงและเนื้อหาของบทเพลงที่นำเสนอในอัลบั้มและ Let's have fun tonight (2550) เป็นอัลบั้มที่เธอ “จัดเต็ม” ทุกอย่าง โดยเฉพาะแพ้นท์การแต่งกาย รวมถึงทรงผมที่เรียกว่าแรงที่สุดตั้งแต่เธอมีผลงานเพลงออกมาจากทั้งหมด 10 อัลบั้ม ทั้งนี้เพราะตัวของเธอเป็นผู้ควบคุมการผลิตเองทั้งหมด เพื่อให้แนวทางการแต่งกาย เสื้อผ้า หน้า ผม เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับเนื้อหาของเพลงที่ถูกนำเสนอออกมา



จากผลการศึกษาดังกล่าวจึงมีความสอดคล้องกับที่กัณฑ์พัชร์ วีระจันทเศรษฐ์ (2552) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ “การสื่อสารผลงานทางดนตรีของ คริสทีน่า อากิเลรา” โดยศึกษาเนื้อหา แนวคิดที่ปรากฏในผลงานทางดนตรีของ คริสทีน่า อากิเลรา และแนวทางการสื่อสารตลอดจนกลวิธีที่ใช้ในการนำเสนอผลงานทางดนตรีของ คริสทีน่า อากิเลรา โดยใช้การวิเคราะห์ห้วงบท (Textual analysis) เช่นเดียวกัน พบว่า ผลงานทางดนตรีของ คริสทีน่าตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (มีนาคม 2010) สามารถจำแนกออกได้เป็น 4 ยุคสมัย ตามผลงานทางดนตรีที่

ถูกนำออกโปรโมทในแต่ละช่วงเวลา ได้แก่ ยุคศิลปินทีนป๊อป ยุคอัลบั้ม Stripped ยุคอัลบั้ม Back to basics และยุคอัลบั้ม Bionic โดยการสร้างสรรค์ผลงานทางดนตรีในแต่ละยุคสมัยนั้น ได้มีการกำหนดกรอบแนวคิดและรูปแบบทางดนตรีเอาไว้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีเนื้อหาที่สะท้อนอารมณ์ความรู้สึก และโลกทัศน์ของ คริสทีน่าในแต่ละช่วงชีวิต ซึ่งก็มีลักษณะเดียวกันกับงานเพลงของมาซา วัฒนพานิชทั้ง 10 ชุดที่มีพัฒนาการตามแนวทางของค่านิยมของดนตรีแต่ละยุคสมัยเช่นกัน โดยมาซา วัฒนพานิช สามารถถ่ายทอดแนวคิดที่สะท้อน

ความเป็นตัวตนของตัวเองได้อย่างชัดเจน ผ่าน “เนื้อหา ของบทเพลงที่มีความเป็นตัวเธอ” จึงกลายเป็นที่ชื่นชอบ ของผู้รับสารส่วนใหญ่มากกว่า แม้ว่าจะมีองค์ประกอบ บางอย่างที่ไม่ค่อยสอดคล้องกับกระแสนิยม และ แนวโน้มของตลาดเพลงในช่วงเวลานั้นมากนักก็ตาม โดยเฉพาะการที่เธอเป็นนักร้องหญิงที่มีครอบครัวแล้ว เพียงคนเดียวในยุค 90 ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น ซึ่งขัดแย้งกับค่านิยมของคนไทยในการชื่นชมศิลปิน นักร้องจะต้องมีสถานภาพ “โสด” เป็นส่วนใหญ่ แต่ด้วยความ เป็น “มาชา วัฒนพานิช” จึงมีผลทำให้ผลงาน ทางดนตรีของเธอได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องและ อยู่ในกระแสความนิยมเสมอมา

2. อธิบายลักษณะความเป็นศิลปินนักร้องของมาชา วัฒนพานิช

ในส่วนนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับอรรถลักษณะความเป็น นักร้องของมาชา วัฒนพานิช โดยมาจากการศึกษาข้อมูล 3 ส่วน อันประกอบด้วย (1) การศึกษาเอกสารคือผลงาน เพลงทั้ง 10 อัลบั้ม ทั้งหมดของ มาชา วัฒนพานิช (2) เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของบริษัทแกรมมี่ เอ็นเตอร์ เทนเมนท์ จำกัด และ (3) การสัมภาษณ์เชิงลึกมาชา วัฒนพานิช เพื่อนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล เอกสารนั้น ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ชื่ออัลบั้มเพลง ชื่ออัลบั้มเพลงของมาชา วัฒนพานิช ทั้ง 10 ชุด มีอรรถลักษณะร่วมกัน โดยจะเป็น ลักษณะที่ตั้งขึ้นมาจากคอนเซ็ปต์ของแนวเพลงโดยรวม ประกอบด้วยชื่ออัลบั้ม غامดาว เกิดจากการนำเอาคำหนึ่ง จากเนื้อร้องของเพลง “เหน้อยไหมดาว” มาตั้งเป็นชื่อ อัลบั้ม, รสชาติความเป็นคน เป็นอัลบั้มแนวเพลงร็อก รสชาติเข้มข้น และหนึ่งในนั้นก็มีเพลง “รสชาติความเป็นคน” ที่ถูกนำมาตั้งเป็นชื่ออัลบั้มด้วย, Room No.3 คืออัลบั้มชุดที่ 3 เปรียบเสมือนห้องดนตรีของเธอ, Re-entry คือการกลับมาทำงานเพลงที่ตัวเองรักอีกครั้ง ในความเป็นตัวเอง, มายา มาจากชื่อเพลงหนึ่งในอัลบั้ม และสะท้อนความเป็นตัวตนในช่วงเวลานั้นของเธอ, Find Days เป็นอัลบั้มที่มาจากเรื่องของเพลงที่มี ลักษณะเพลงฟังสบายๆ ดนตรีใสๆ เหมาะกับวันสบายๆ,

The River of Life เพลงสบายๆ ที่มีความเป็นผู้หญิงสูง จึงเปรียบเหมือนสายน้ำและความเย็น, In love แนวเพลง ว่าด้วยความรักในช่วงเวลาที่เธอกำลังมีความรักครั้งใหม่, Selection คือทุกบทเพลงที่เธอเลือกมาร้องใหม่อีกครั้ง ในแบบของตัวเอง และ Let's Have fun tonight มาจาก เพลงทั้งหมดในอัลบั้มเป็นดนตรีเต้นรำสนุกสนานและ เนื้อหาสำหรับความรักในช่วงเวลาของการเที่ยวกลางคืน ทั้งหมดซึ่งทั้ง 10 อัลบั้มนี้ถึงแม้จะมีชื่อที่แตกต่างกัน ออกไปทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษก็ตาม แต่ทั้งหมด ต่างสะท้อน “ภาพชีวิตจริง” ของตัวมาชา วัฒนพานิช ในแต่ละช่วงเวลาออกมาอย่างชัดเจน เนื่องจากเพลง ทั้งหมดในแต่ละอัลบั้มจะถูกเขียนขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเป็น ไปตามชีวิตจริงของเธอในแต่ละช่วงยุคสมัย อันเป็น ผลมาจากการที่เธอได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำเพลงเอง ในเกือบจะทุกอัลบั้ม จึงทำให้โปรดิิวเซอร์สามารถนำเสนอ มุมมอง ความคิด และความเป็นตัวของเธอเองออกมา ผ่านผลงานเพลงในแต่ละชุดของเธอได้ชัดเจนกว่าศิลปิน นักร้องหญิงคนอื่นในช่วงเวลาเดียวกัน จะเห็นได้จาก สไลด์แกนในคอนเสิร์ต Marsha My Reflection Concert (2547) ซึ่งเป็นคอนเสิร์ตใหญ่ของเธอในรอบ 12 ปี ที่ว่า “ทุกเพลงที่เธอร้อง สะท้อนทุกอย่างที่เธอเป็น” อันเป็นจุดที่ทำให้เกิดความแตกต่างของเธอกับศิลปิน นักร้องคนอื่นๆ ที่มีอยู่ในช่วงเวลาเดียวกัน

2. แนวเพลง สำหรับแนวเพลงของ มาชา วัฒนพานิช ทั้ง 10 อัลบั้มนั้นส่วนใหญ่จะเป็นการกำหนดร่วมกัน ระหว่างทีมงานและตัวของ มาชา วัฒนพานิชเอง แต่ทั้งนี้ ก็ต้องเปลี่ยนไปตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงตามกระแส ความนิยมของดนตรีในแต่ละช่วงเวลาด้วย โดยในต้นยุค 90 หรือปี พ.ศ. 2534-2536 นั้นวงการเพลงไทยสากล นิยมเพลงแนวป๊อปร็อก ซึ่งอัลบั้มเพลง 2 ชุดแรกของ มาชา วัฒนพานิช (غامดาว และรสชาติความเป็นคน) ถูก นำเสนอในความเป็นป๊อปร็อกสาว จนเพลงฮิตที่ขึ้นชื่อ ของเธอและทำให้เป็นที่จดจำจนถึงทุกวันนี้เป็นเพลง แนวนี้ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นเพลง แดก-หัก (غامดาว, 2534) หรือเพลงความดัน (ทุรัง) สูง เพลงผิดไปแล้ว (รสชาติ ความเป็นคน, 2536) เป็นต้น ส่วนหนึ่งปฏิเสธไม่ได้ว่า ได้รับอิทธิพลมาจาก (อดีต) สามีของเธอในขณะนั้น คือ

อำพล ลำพูน ซึ่งเป็นร็อกเกอร์หนุ่มนักร้องนำวงไมโคร ในขณะที่จากความสำเร็จของวงดนตรีโมเดิร์นด็อกในปี พ.ศ. 2537 เป็นต้นมา ช่วงหลังปี 2538 วงการเพลงไทยสากลได้ถูกเปลี่ยนแปลงความนิยมมาเป็นเพลงนอกกระแสหรือ Alternative ดังนั้นจะพบว่าเพลงในอัลบั้มชุดที่ 3 (Room No.3) ในปี พ.ศ. 2549 ก็เป็นตัวอย่าง ที่เห็นชัดกับการนำเอาอัตลักษณ์ของมาช่า วัฒนพานิช มาปรับเข้ากับกระแสนิยมที่ได้รับความนิยมในช่วงเวลานั้น และมีผลทำให้งานเพลงของมาช่า วัฒนพานิช เริ่มแสดง ออกถึงความเป็นตัวตนที่ชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ นับจากอัลบั้ม Re-entry เป็นต้นมา จะพบว่า มาช่า วัฒนพานิช จะมีเพลงซึ่งเป็นที่จดจำเด่นๆ ที่มีความเป็นอะคูสติคกีตาร์ โสๆ หลังจากนั้นเป็นต้นมา ไม่ว่าจะเป็น เพลงใครสักคน เพลงไม่เป็นไรคนดี (Re-entry, 2540) เพลงอดใจไม่ไหว เพลงเวลากับคนสองคน (มายา, 2542) เพลงจากคนอื่น คนไกล เพลงไม่อยากนอนคนเดียว (Fine Days, 2544) เพลงสายน้ำไม่ไหลกลับ เพลงเป็นเกียรติเกินพอ (The River of Life, 2546) อันเป็นแนวเพลงที่เกิดขึ้น ในช่วงที่เธอเลิกอยู่กับ (อดีต) สามี่ และอยู่ในช่วงของการตามหาตัวตนและคนที่รัก บทเพลงจึงสื่อความเป็น เธอในลักษณะนี้ แต่ในปี 2548 หลังจากที่มาช่า วัฒนพานิช ประกาศตัวอย่างเป็นทางการว่ากำลังคบหาดูใจกับภพ ศิริภูมิเศรษฐ์ พิธีกร นักแสดงรุ่นน้อง ก็มีผลงานชุด In love ออกมาเพื่อแสดงถึงความรู้สึกสำหรับความรักครั้งใหม่ ของเธอ จากความเป็นตัวตนในบทเพลงที่ออกแนวหม่น ๆ เศร้าๆ กีตาร์โสภา ก็ถูกเปลี่ยนเป็นเพลงสนุกสนานที่ ทำให้คนจดจำเธอได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นเพลง Music Lover เพลงไม่อยากให้เธอไวใจ (In love, 2548) เพลงเชื่อนั่น (Selection, 2549) และเพลงรักยังไม่ ต้องการ (Let's Have fun tonight, 2550) ซึ่งกลายเป็นภาพลักษณ์ของสาวสวยเซ็กซี่มีเสน่ห์ตามแบบฉบับ ของผู้หญิงอายุ 30 ปีขึ้นไปทีใคร ๆ ก็ต่างชื่นชอบได้ไม่ยาก โดยอัตลักษณ์ด้านแนวเพลงของมาช่า วัฒนพานิช คือ การปรับตัวของแนวเพลงตามยุคสมัยที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งมีความแตกต่างกับแนวเพลงของนักร้องคนอื่น ๆ ใน ยุคเดียวกัน อาทิ ใหม่ เจริญปุระ ที่มีอัตลักษณ์ความ เป็น “ป๊อปร็อก” หรือ คริสติน่า อากีล่าร์ ก็มีอัตลักษณ์

ในแนวเพลง “ป๊อปแดนซ์” หรือแม้แต่ ศรีธัญญา ส่งเสริมสวัสดิ์ ซึ่งมีอัตลักษณ์ในแนวเพลง “เพลงช้าฟังสบาย”

3. แฟชั่นเสื้อผ้า สำหรับแฟชั่นเสื้อผ้าของมาช่า วัฒนพานิช ก็จะถูกกำหนดคอนเซ็ปต์โดยสไตล์ลิสต์ ที่วางแนวทางการแต่งกายเอาไว้ แต่ต้องอยู่ภายใต้ความ เป็นตัวของมาช่าด้วย ดังนั้น ถึงแม้ว่าจะมีทั้งรูปแบบ กางเกงทะมัดทะแมง (อัลบั้มถามดาว, 2543 อัลบั้ม รสชาติความเป็นคน, 2536 อัลบั้ม Room No.3, 2539) เสื้อผ้าต่างๆ สบายๆ (Re-entry, 2540) หรือรูปแบบ กระโปรงลูกไม้ สวยหวานหลากหลายสไตล์ (มายา, 2542 Fine Days, 2544 The River of Life, 2546) หรือ กระโปรงสั้น เบรียวเซ็กซี่ แฟชั่นเต็มที (In love, 2548 Selection, 2549 Let's Have fun tonight, 2550) อย่างไรก็ดี ทั้งหมดนี้ต่างก็อยู่ภายใต้ความเป็นตัวตนของ มาช่า วัฒนพานิช ในแต่ละช่วงเวลานั้นเอง และจาก แฟชั่นการแต่งกายของเธอก็สามารถสร้างความนิยมใน แฟชั่นการแต่งกายในช่วงเวลาที่อัลบั้มนั้นๆ ออกวางแผง ได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว เรียกว่าเป็นผู้มีอิทธิพล กลายเป็น “ต้นแบบ” ในการแต่งกายของวัยรุ่นในยุค 90s เลยทีเดียวทั้งๆ ที่เธอเป็นนักร้องหญิงที่มีกลุ่มเป้าหมาย เป็นวัยรุ่นเพียงคนเดียวที่มีครอบครัวแล้ว แต่ด้วยอัตลักษณ์ ที่ชัดเจนอันมีพื้นฐานมาจากตัวเธอประกอบกับการวางแผน กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ศิลปินของสังกัดแกรมมี่จึงมี ความแตกต่างจากแฟชั่นของศิลปินนักร้องหญิงคนอื่นที่มี พื้นฐานมาจากการเป็นนักแสดงในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน อาทิ ภัตสร บุญยเกียรติ, เพ็ญพักตร์ ศิริกุล แสงระวี อัครวิทย์ ซึ่งล้วนแต่เป็นหญิงสาวโสด ที่ถูกนำเสนอภาพ ความเป็นแฟชั่นจัดจ้านมากจนคนทั่วไปสามารถแต่งตาม ได้ยาก

4. ทรงผม มาช่า วัฒนพานิช มีทรงผมที่มีความ เหมาะสมและแตกต่างตามยุคสมัยและแนวเพลง รวมถึง คอนเซ็ปต์อัลบั้ม คือ แบบสั้นเท่ๆ ทะมัดทะแมง ตาม แนวเพลงป๊อปร็อกของอัลบั้มชุดแรกๆ ทะมัดทะแมง (อัลบั้มถามดาว, 2543 อัลบั้มรสชาติความเป็นคน, 2536 อัลบั้ม Room No.3, 2539) ผมกึ่งสั้นกึ่งยาวสบายๆ ไม่เซ็กซี่มากมายให้ยุ่งยาก (Re-entry, 2540) ผมยาว

สวยหวานในแนวเพลงยุคกลาง (มายา, 2542 Fine Days, 2544 The River of Life, 2546) ทรงผมแฟชั่น เบรียวเซ็กซี่ ทั้งสั้นและยาวแบบมีสไตล์ในอัลบั้มยุคหลัง (In love, 2548 Selection, 2549 Let's Have fun tonight, 2550) แต่ทั้งนี้ทุกอย่างต้องดูเหมาะสมกับ เสื้อผ้าและการแต่งกายของคอนเซ็ปต์ในอัลบั้มนั้นๆ ประกอบด้วยซึ่ง “ทรงผม” ถือว่าเป็นหนึ่งใน “ภาพจำ” ที่คนทั่วไปสามารถระลึกถึงมาซา วัฒนพานิช ได้อย่างชัดเจนในภาพลักษณ์ของการเป็นผู้นำของทรงผมยอดนิยมในแต่ละยุค ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นผู้ที่ไม่ว่าจะตัดผมทรงอะไร ก็สวยได้หมดทุกทรง (เล็ก เกษวดี, สัมภาษณ์ 2542) จนทำให้เกิดเป็นผู้นำแฟชั่นด้านทรงผมที่มีคนอยากทำ ทรงผมตามเธอทุกครั้งที่มีผลงานเพลงออกมา ซึ่งใน นักร้องหญิงของเมืองไทยยังไม่ปรากฏว่ามีใครสามารถ สร้างกระแสความนิยมด้านทรงผมที่มีการเปลี่ยนแปลง และแตกต่างกันได้รับกระแสความนิยมในวงกว้างต่อเนื่อง มาเป็นเวลายาวนานขนาดนี้ ไม่ว่างจะเป็นใหม่ เจริญปุระ หรือ คริสติน่า อากีล่าร์ ก็ตาม

5. โลโก้และรูปแบบของตัวอักษร โลโก้และรูปแบบของตัวอักษรของอัลบั้มเพลงของมาซา วัฒนพานิช ในแต่ละอัลบั้มนั้น เป็นชื่อของมาซาที่สะกดภาษาอังกฤษว่า “MARSHA” ซึ่งมีกรอออกแบบได้แตกต่างกันออกไปตาม คอนเซ็ปต์อัลบั้ม ที่ถูกกำหนดมาโดยทีมงานผู้สร้างสรรค์ เพื่อให้รูปแบบตัวหนังสือนั้นเข้ากับคอนเซ็ปต์ทั้งหมดของอัลบั้ม แต่ที่ทำให้คนคุ้นเคยและคุ้นตามาจนถึงปัจจุบัน คือ โลโก้จากอัลบั้ม “ถามดาว” ที่ใช้เป็นชดลวด ซึ่ง ออกแบบตามลายเส้นภาษาอังกฤษของมาซา วัฒนพานิช เนื่องจากการเปิดตัวการเป็นนักร้องครั้งแรกของมาซา วัฒนพานิช ซึ่งก็สร้างเอกลักษณ์เป็นลายเส้นติดตัวของ เธอมาจนถึงปัจจุบันจึงเป็นนักร้องหญิงเพียงคนเดียวที่มีการใช้โลโก้และรูปแบบตัวอักษรที่ถอดแบบออกมาจาก ลายเส้นของตัวเอง

6. สี สีสั้นของอัลบั้มเพลงของมาซา วัฒนพานิช ทั้งด้านเสื้อผ้า การแต่งกาย และแบบปกนั้น ขึ้นอยู่กับ คอนเซ็ปต์อัลบั้มเป็นหลัก แต่โดยรวม ในยุคอัลบั้มแรก ๆ (อัลบั้มถามดาว, 2543 อัลบั้มรสชาติความเป็นคน, 2536 อัลบั้ม Room No.3, 2539 Re-entry, 2540) จะเน้น

สีโทนขรึมเข้ม เช่น น้ำตาล ขาว ดำ และยุคหลังๆ (In love, 2548 Selection, 2549 Let's Have fun tonight, 2550) จะเน้นสีสั้น หวีอหวา สดใสเช่น ส้ม แดง ม่วง เป็นต้นซึ่งจากการศึกษาของผู้วิจัยเองยังไม่พบว่า นักร้องหญิงของเมืองไทยมีใครที่ใช้ “สี” ออกมาเป็น กลยุทธ์ในการนำเสนอภาพลักษณ์ที่มีความต่อเนื่องและ ชัดเจนสม่ำเสมอในระยะเวลาต่อเนื่องกว่า 20 ปี ไม่ว่าจะ เป็นใหม่ เจริญปุระ หรือ คริสติน่า อากีล่าร์ ก็ตาม

7. การมีส่วนร่วม มาซา วัฒนพานิช มีส่วนร่วมใน การทำงานเพลงในอัลบั้มของตัวเองตั้งแต่ระดับของ การร้องประสานเสียง (Chorus) การเป็นผู้ช่วยในการผลิต (Co-Producer) ในอัลบั้มชุดแรกคือ ถามดาว (2534) จากนั้นจึงเริ่มมีส่วนร่วมในงานเพลงตัวเองมากขึ้นใน อัลบั้ม Room No.3 (2539) ด้วยการแต่งเนื้อร้องให้ เพลงในอัลบั้มของตัวเอง 1 เพลงคือเพลง ปลดปล่อย รวมทั้งการเป็นผู้กำกับมิวสิกวิดีโอเพลง รอ ในอัลบั้ม ชุดนี้ด้วย ส่วนอัลบั้มต่อมา คืออัลบั้ม Re-entry (2540) มาซา วัฒนพานิช ได้เริ่มมีการเขียนทำนองเพลงเอง คือ เพลง “ไม่เป็นไร...คนดี” และได้ สีฟ้า นักเขียนเพลง ชื่อตั้งเป็นผู้เขียนคำร้องของเพลงนี้ การมีส่วนร่วมในการ ผลิตที่ชัดเจนมากอีกครั้งหนึ่งอยู่ที่อัลบั้ม มายา (2542) ที่มาซา วัฒนพานิช ได้เข้ามาเป็นผู้ควบคุมการผลิต หรือ Producer ร่วมกับ Bruno Brugnano (บรูโน่) ซึ่งเป็น โปรดิวเซอร์ชาวฟิลิปปินส์ นอกจากนี้มาซา วัฒนพานิช ยังมีส่วนร่วมในการเขียนเนื้อเพลงด้วยตัวเอง จำนวน 2 เพลง คือ เพลงคนใจแตก และเพลงเวลากับคนสองคน ซึ่งทั้ง 2 เพลงก็ได้รับความนิยมอย่างสูงและกลายเป็น เพลงฮิตต่อเนื่องยาวนานมาจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะเพลง เวลากับคนสองคน ที่ได้พูดถึงชีวิตความรักของตัวเอง ที่ผ่านมา และในอัลบั้มยุคต่อมา 3 ชุด ในปี 2544-2548 (อัลบั้ม Fine Days, 2544 The River of Life, 2546 In love, 2548) จะไม่ปรากฏเครดิตชื่อการมีส่วนร่วม ในการทำเพลงในอัลบั้มแต่มาซา วัฒนพานิช ยังมีส่วน ร่วมในด้านอื่นๆ อันปรากฏอยู่ ไม่ว่าจะเป็นส่วนการ ออกแบบเนื้อหาของเพลง และคอนเซ็ปต์ของเพลงที่ ต้องการถ่ายทอดบทเพลง แล้วจึงกลับมามีส่วนร่วมอย่าง ชัดเจนอีกครั้งในอัลบั้ม Selection (2549) ที่มีส่วนร่วม

ในการผลิตโดยการเป็นโปรดิวเซอร์ร่วมกับเจษฎา สุขทรามร หรือ โอ้ ซิเปีย ด้วยการเลือกบทเพลงและช่วยดูแลการผลิตทั้งหมดร่วมกัน ส่วนอัลบั้มที่เรียกได้ว่ามาซ่า วัฒนพานิช มีส่วนร่วมแบบ 100% ทั้งหมดเลย คืออัลบั้ม Let's Have fun tonight (2550) ที่เธอดูแลไปตั้งแต่การเป็น Executive Producer และ Producer ออกแบบและควบคุมการร้องและการทำดนตรีด้วยตัวเอง ตลอดจนการดูแลเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ทั้งหมดในอัลบั้มนี้ด้วยตัวเอง ดังที่ปรากฏอยู่ในอัลบั้มนี้ว่า “มาถึง Album ที่ 10 ในการเป็นนักร้องแล้ว สิ่งที่สุดยอดในการทำงานนี้คือการเป็น Producer ให้ Album ตัวเองครั้งแรกในชีวิต ในที่สุดก็เสร็จสิ้นจนได้ มีความสุขจริงๆ ตอนฟังเพลงแรกเสร็จสมบูรณ์...” ดังนั้น จุดร่วมที่สำคัญของอัตลักษณ์ความเป็นนักร้องของมาซ่า วัฒนพานิช นอกเหนือจากองค์ประกอบต่างๆ ที่ถูกพบเห็นและปรากฏอย่างชัดเจนแล้ว “การมีส่วนร่วม” ในอัลบั้มเพลงของตัวเอง จึงถือเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนประการหนึ่งของเธอ

8. วิธีการร้องเพลง “วิธีการร้องเพลง” ที่เป็นลักษณะเฉพาะตัว ทำให้ภาพลักษณ์ความเป็นนักร้องของมาซ่า วัฒนพานิชมีความแตกต่างจากศิลปินนักร้องคนอื่นที่มีอยู่ในตลาดเพลงไทยในปัจจุบัน เนื่องจาก “มาซ่า วัฒนพานิช” ไม่ใช่ นักร้องที่มีพลังเสียงในการร้องเพลงที่ดีหรือโดดเด่นมากนักหากเปรียบเทียบกับนักร้องในรุ่นเดียวกัน เช่น ใหม่ เจริญปุระ เสาวลักษณ์ ลีละบุตร หรือ คริสติน่า อากีล่าร์ เป็นต้น ทั้งนี้ เนื่องจากเธอมีเนื้อเสียงที่บางใส แต่นั่นก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้คนจดจำเสียงของเธอได้จนเป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาซ่าถือได้ว่าเป็นนักร้องที่มีความสามารถในการร้องเพลงและถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกจากเนื้อหาของเพลงนั้นๆ ได้เป็นอย่างดี ด้วยวิธีการร้องเพลงและการเอื้อนท่ายเสียงที่เป็นเสน่ห์เฉพาะตัวที่ไม่ว่าใครฟังเป็นต้องจดจำได้ว่าเป็นเสียงของเธอ

ในผลการศึกษาส่วนนี้จะพบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงสมร จักรพันธุ์ (2549) ที่ทำการศึกษา “กลยุทธ์การบริหารภาพลักษณ์ศิลปิน นักร้องไทยกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงวิธีการดำเนินงานของนักประชาสัมพันธ์ประจำค่ายเพลงต่างๆ ในการเผยแพร่และส่งเสริมให้เกิด

ภาพลักษณ์ที่ดีของศิลปิน รวมทั้งยังได้ศึกษาถึงความสอดคล้องกันระหว่างภาพลักษณ์ของศิลปินที่นักประชาสัมพันธ์เผยแพร่ออกไปกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายนั้น พบว่า หลังจากที่ศิลปินได้ผ่านกระบวนการในการสร้างภาพลักษณ์และสร้างสรรค์แนวคิดหลักของอัลบั้มจากฝ่ายครีเอทีฟมาแล้ว ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะทำการศึกษาเอกสารที่สรุปแนวคิดหลัก (Concept) ของอัลบั้ม เพื่อให้ทราบถึงทิศทางในการโปรโมทศิลปินรวมทั้งภาพลักษณ์ของศิลปินที่ได้กำหนดไว้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์เผยแพร่ภาพลักษณ์ของศิลปินออกไปยังกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการรับรู้ได้ตรงตามแนวคิดหลักของอัลบั้มที่ได้วางไว้ตั้งแต่ต้น ก็มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับการสื่อสารภาพลักษณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นนักร้องของ “มาซ่า วัฒนพานิช” ที่มีการกำหนดแนวเพลง แฟชั่นเสื้อผ้า ทรงผม ของ มาซ่า วัฒนพานิช ทั้ง 10 อัลบั้มนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการกำหนดร่วมกันระหว่างทีมงานและตัวของ มาซ่า วัฒนพานิชเอง ภายใต้ความเหมาะสม และความเป็นตัวของมาซ่าที่มีความแตกต่างกันออกไปตามยุคสมัยและความนิยมของแนวเพลงด้วย

อัตลักษณ์ความเป็นศิลปินนักร้องของมาซ่า วัฒนพานิช ประกอบไปด้วยชื่ออัลบั้มเพลง, แนวเพลง, แฟชั่นเสื้อผ้า, ทรงผม, โลโก้ตัวหนังสือชื่อ MARSHA, สีที่ใช้ในปกอัลบั้ม, การมีส่วนร่วมในอัลบั้มและวิธีการร้องเพลง โดยหากนำเอาแนวคิดเกี่ยวกับความรู้เรื่องแบรนด์ของ วิทวัส ชัยปาณี (2550) จะพบว่า ลักษณะของตราสินค้า มาซ่า วัฒนพานิช จะประกอบไปด้วย Attributes คือ รูปร่างหน้าตา และรูปลักษณ์ภายนอกที่ผู้บริโภคสัมผัสจดจำตราสินค้านั้นได้ เช่น โลโก้ ชื่อ สี สัน รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งล้วนตรงกับลักษณะของอัตลักษณ์เฉพาะของมาซ่า วัฒนพานิช Benefit คือ คุณประโยชน์ที่จับต้องได้ของผลิตภัณฑ์หรือบริการในความรู้สึกของผู้บริโภค โดย มาซ่า วัฒนพานิช เป็นนักร้องระดับแถวหน้าของเมืองไทยที่มีผลงานเพลงอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา ส่วน Values คือ คุณค่าที่อาจจะจับต้องไม่ได้โดยตรง แต่ผู้บริโภคมีความรู้สึกกับตราสินค้านั้นได้ เช่น ความรู้สึกน่าเชื่อถือ มั่นใจที่จะใช้ คุ่นเคย เพราะอยู่มานานหรือความทันสมัย ซึ่งย่อมมีความผูกพัน

เชื่อมั่นในตัวของเขา มาชา วัฒนพานิช จากการเป็นนักแสดง ยอดนิยมาสู่การเป็นนักร้อง ผู้ฟังเพลงย่อมมีความคุ้นเคยและมีความเชื่อมั่นที่จะบริโภคผลงานเพลงของ มาชา วัฒนพานิช ด้วยความเชื่อที่ว่าจะสามารถมีผลงานเพลงดีๆ และแพชั่นทรงผม เสื้อผ้า ออกมาให้เป็นที่ติดตามอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ และ Personality คือ บุคลิกภาพที่ให้กับผู้ใช้ตราสินค้า นั้น และคิดว่าผู้อื่นจะมองดูตนเองแบบนั้น โดยมาชา วัฒนพานิช มีบุคลิกภาพที่แตกต่างตามยุคสมัยของแนวดนตรีที่นำเสนอที่มีการสื่อสารออกไปสู่ผู้ฟังเพลงไทย ประกอบด้วย ยุคที่ 1 (พ.ศ. 2534-2539) ความเป็นร็อกเกอร์สาว ผมสั้น หมดทะเลแมง เป็นรูปลักษณ์ของสาวเท่หมั่นใจใน ยุคที่ 2 (พ.ศ. 2540-2546) ความเป็นผู้หญิงที่ชัดเจน เน้นความใส สวย หวาน และยุคที่ 3 (พ.ศ. 2548-2550) ความเป็นผู้หญิงสวย เปรี๊ยว เซ็กซี่ ทันสมัย

ในมุมมองของการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) สามารถพิจารณาได้ว่ามาชา วัฒนพานิช เปรียบเสมือนเป็นตราสินค้าตราหนึ่ง (Personal Branding) และตราสินค้า (Brand) นั้นเป็นทุกสิ่งทุกอย่างของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ทั้งส่วนที่จับต้องได้ (tangible) และยังคงครอบคลุมไปถึงสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (intangible) อีกชั้นหนึ่งไม่ว่าจะเป็นความน่าเชื่อถือ (trust/reliability) ความมั่นใจ (confidence) ความคุ้นเคย (familiarity) ประสบการณ์ที่ได้สะสมมา (shared experiences) ความสัมพันธ์ และความผูกพัน (relationship) สถานภาพ (status) รวมไปถึงบุคลิกภาพ (personality) ตามแนวคิดเกี่ยวกับประเด็นที่น่าสนใจในการสร้างแบรนด์ได้ผลของ วิทวัส รุ่งเรืองผล (2553) จึงสามารถเชื่อมโยงได้ ดังนี้

1. ทுகการสื่อสารต้องเน้นไปที่แบรนด์ (A brand focus) โดยผลงานเพลงทั้งหมดของมาชา วัฒนพานิช ทั้ง 10 ชุดนั้น ได้ถูกใช้การสื่อสารการตลาดเพื่อทำการสื่อสารผลงานเพลงให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ฟังเพลงไทยไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การจัดแสดง คอนเสิร์ต เป็นต้น

2. ต้องเป็นความคิดที่ยิ่งใหญ่ (A big ideas) งานเพลงทุกอัลบั้มของมาชา วัฒนพานิช มีความคิดที่ยิ่งใหญ่เป็นลักษณะของคอนเซ็ปต์อัลบั้ม ที่มีความชัดเจนในภาพลักษณ์และมีความน่าสนใจที่จะใช้ในการสื่อสาร โดยมีความแตกต่างจากผลงานเพลงอัลบั้มอื่นๆ ของนักร้องหญิงคนอื่นๆ ที่มีอยู่ในช่วงเวลาเดียวกันและที่สำคัญจุดขายที่สื่อสารนั้นสามารถช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมาชา วัฒนพานิช ได้อย่างชัดเจนจนทำให้เป็นที่จดจำได้มาจนถึงปัจจุบัน

3. ต้องเชื่อมโยงและสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Relevance) มาชา วัฒนพานิช มีการสื่อสารแบรนด์ที่มีประสิทธิภาพกับกลุ่มผู้ฟังเพลงและบรรดาแฟนคลับด้วยการใช้สื่อออนไลน์ต่างๆ รวมไปถึงมีการติดต่อพบปะกับแฟนคลับอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและนำไปพัฒนาปรับปรุงผลงานเพลงของตนเองอยู่ตลอดเวลา จึงเป็นลักษณะของการสร้างแบรนด์ในมุมมองและความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้มาชา วัฒนพานิช ประสบความสำเร็จได้รับความนิยมาอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 20 ปี

4. ต้องเป็นผู้เริ่มไม่ใช่ผู้ตาม (Originality) การสื่อสาร ที่สามารถสร้างความจดจำให้ผู้บริโภคได้นั้นจะต้องเป็นสิ่งแปลกใหม่ไม่ใช่ตามผู้อื่น ซึ่ง มาชา วัฒนพานิช ก็เป็นลักษณะของผู้นำในทุกๆ ด้าน ทั้งแนวเพลง แพชั่น การแต่งกาย ทรงผม ก็เหนือกว่าคู่แข่งชั้นรายอื่นในท้องตลาดจนทำให้เกิดกระแสความนิยมในกลุ่มผู้ฟังเพลงไทยสากล

ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาแบบจำลองการสื่อสารภาพลักษณ์ของมาชา วัฒนพานิช

จากผลการศึกษาจึงสามารถพัฒนาออกมาเป็นแบบจำลองการสื่อสารภาพลักษณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของมาชา วัฒนพานิช เพื่อให้สามารถใช้เป็นต้นแบบหรือแนวทางในการสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคตได้ดังนี้

รายการอ้างอิง

หนังสือ/วิทยานิพนธ์

กาญจนา แก้วเทพ (2551). “เส้นทางเดินของทฤษฎีและมโนทัศน์ของการสื่อสารมวลชน” **ชุดความรู้นิเทศศาสตร์** โครงการตำรานิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ. (2543). **สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เอดิชั่นเพรส โพรดักส์.

กัณฑ์พญ์ ชีระจันทเศรษฐ์. (2552). **การสื่อสารผลงานทางดนตรีของ คริสทีน่า อากิเลร่า**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัณฑ์รัตน์ เหลื่อมเจริญ. (2550). **กระบวนการสร้างสรรค์และนำดนตรีของ คนุ อันตระกูล มาใช้ในงานสื่อสารมวลชน**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิตติมา สุรสานธิ. (2553). **ความรู้ทางการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ดวงสมร จักรพันธุ์ (2549). **กลยุทธ์การบริหารภาพลักษณ์ศิลปินนักร้องไทยกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2553). **About Brands**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ True the line Publishing.

พัชรีดา วัฒนา(2535). **ศิลปินเพลงไทยสากลและสื่อมวลชน: วิถีทางในการสร้างความมีชื่อเสียง**. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เพิ่มเกียรติ เรื่องสกุล (2544). **กระบวนการผลิตนักร้องของอุตสาหกรรมเพลงไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิชญ์สินี บำรุงนคร(2543). **ลักษณะความเป็นอมตะของเพลงสุนทราภรณ์**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชา การสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มาชา วัฒนพานิช. **สัมภาษณ์เชิงลึก**, 7 กุมภาพันธ์ 2555.

วิทวัส ชัยปาณี. (2550). “ซูเปอร์เออีกับความรู้เรื่องแบรนด์”. **ซูเปอร์ เออี**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ยูนิเวอร์แซล พับลิชิ่ง.

ศมกมล ลิ้มปิชัย. (2536). **กว่าจะเป็นธุรกิจเทปเพลง**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

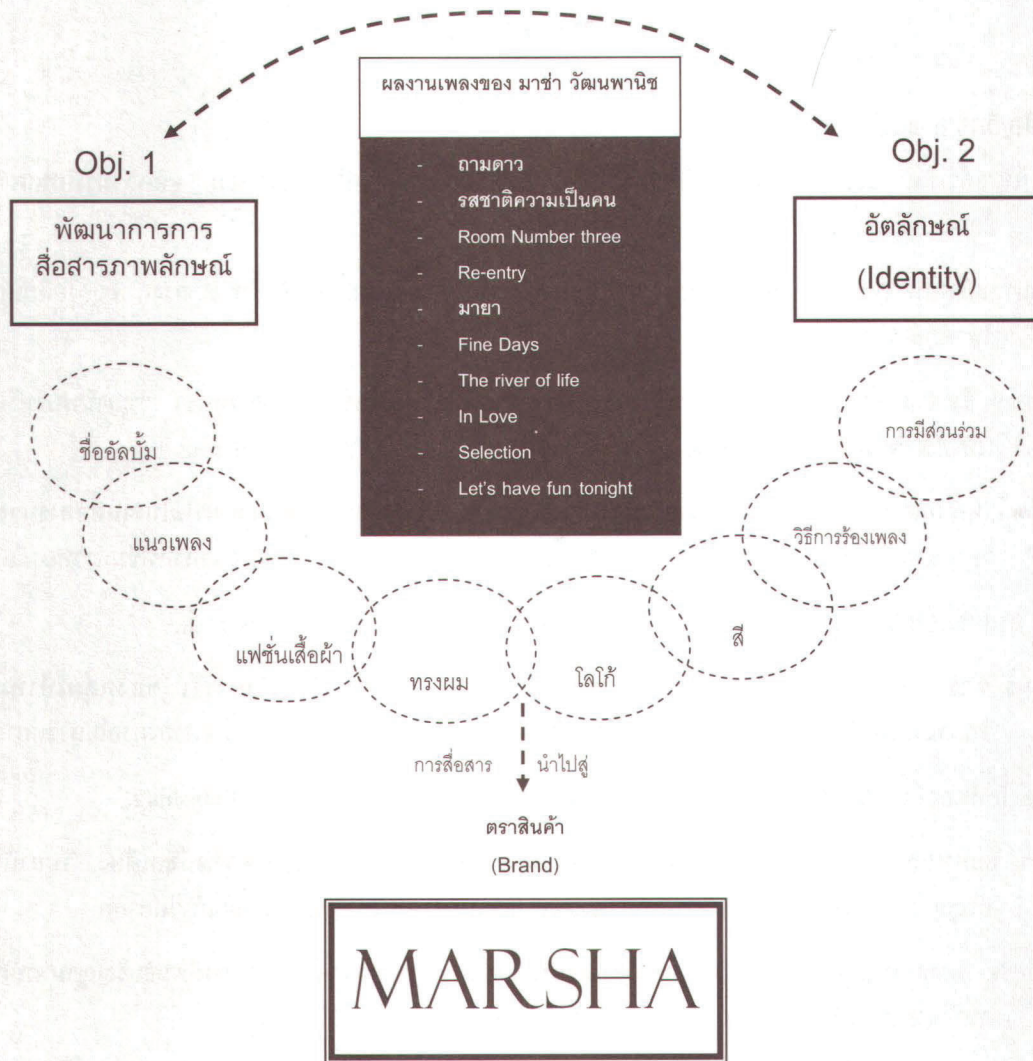
นิตยสาร/ หนังสือพิมพ์

นิตยสารคอนเสิร์ต ฉบับเดือน สิงหาคม 2536.

นิตยสารเธอกับฉัน ฉบับเดือน กรกฎาคม 2536.

นิตยสาร ภาพยนตร์บันเทิง ปีที่ 33 ฉบับที่ 1581 วันที่ 9-15 พฤษภาคม 2550.

นิตยสาร สุดสัปดาห์ ปีที่ 24 ฉบับที่ 568 ปีแรกของตุลาคม 2549.



หากพิจารณาว่า “มาชา วัฒนพานิช” คือตัวแทนของศิลปินนักร้องหญิงที่ประสบความสำเร็จต่อเนื่องมาตลอดระยะเวลา 20 ปี นั้น มีผลมาจาก 2 องค์ประกอบสำคัญร่วมกัน คือ การสื่อสารภาพลักษณ์ที่ต่อเนื่อง ชัดเจน และมีความสอดคล้องกับความเป็นตัวเอง ประกอบกับอัตลักษณ์ที่น่าเสนอนั้น (อันประกอบไปด้วย ชื่ออัลบั้ม เพลง, แนวเพลง, แฟชั่นเสื้อผ้า, ทรงผม, โลโก้ รูปแบบตัวอักษร, สีที่ใช้ในปกอัลบั้ม, การมีส่วนร่วมในอัลบั้ม และ

วิธีการร้องเพลง) มีความแตกต่างจากศิลปินคนอื่นๆ ที่มีลักษณะเดียวกัน โดยผู้วิจัยหวังว่าจะจำลองรูปแบบของการสื่อสารภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้ จะสามารถใช้เป็น “ต้นแบบ” ในการสื่อสารการตลาด การสื่อสารภาพลักษณ์ และสื่อสารตราสินค้า เพื่อการสร้างศิลปินนักร้องให้มีลักษณะเป็น “ตราสินค้า” (Personal Branding) ที่มีเสถียรภาพและยั่งยืนต่อไปในอนาคต เหมือนดังที่ได้เกิดขึ้นมาแล้วกับ “มาชา วัฒนพานิช”

นิตยสาร Bioscope ปีที่ 5 ฉบับที่ 64 มีนาคม 2550.

นิตยสาร First ปีที่ 1 ฉบับที่ 13 ปักษ์แรก มิถุนายน 2551.

นิตยสาร Hamburger ปีที่ 7 ฉบับที่ 134 สิงหาคม 2551.

นิตยสาร MTV Track ฉบับเดือน กุมภาพันธ์ 2546.

นิตยสาร Starpics ปีที่ 42 ฉบับที่ 699 ปักษ์หลังมีนาคม 2550.

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 26 กุมภาพันธ์ 2539.

หนังสือพิมพ์ข่าวสด 4 เมษายน 2539.

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 20 เมษายน 2540.

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 25 กุมภาพันธ์ 2540.

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 3 มิถุนายน 2542.

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 26 พฤษภาคม 2544.