

กระบวนการผลิต การนำเสนอ และการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ Production, Presentation and Signification of The Voice Thailand

กะรัตพลอย ถ้ำแก้ว

สุกัญญา สมไพบูลย์

บทคัดย่อ

การประกอบสร้างความหมายของสิ่งต่างๆ โดยสื่อมวลชนนั้นเกิดขึ้นมาโดยตลอด ในบริบทของสังคมไทยเอง สื่อมวลชนก็เป็นส่วนหนึ่งในการประกอบสร้างความหมายของสิ่งต่างๆ เช่นกัน อาทิ ความหมายของ “นักร้อง” รายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ถือเป็นกรณีตัวอย่างที่สำคัญที่มีการรื้อถอนและประกอบสร้างความหมายของ “นักร้อง” โดยการประกาศจุดยืนในการเป็นสถาบันการผลิต “เสียงจริงตัวจริง” อันเป็นปฏิบัติยกย่อง “นักร้องตัวไม่จริงเสียงไม่จริง” ในปัจจุบันที่ไม่ได้ใช้ “เสียง” ในการร้องเพลงอีกต่อไป ประเด็นคำถามที่น่าสนใจคือ รายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์มีการประกอบสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ต่างๆ เหล่านี้อย่างไร รวมถึงมีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อเนื้อหาและการนำเสนอในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ซึ่งเป็นรายการที่มีการซื้อลิขสิทธิ์มาจากต่างประเทศเพื่อตอบประเด็นคำถามต่างๆ ดังกล่าว การวิจัยนี้จึงได้ศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัย 4 ประการ ได้แก่ 1) ศึกษากระบวนการผลิตรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ 2) ศึกษาเนื้อหาและวิธีการนำเสนอในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ 3) วิเคราะห์ความหมายและการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ 4) วิเคราะห์ถึงปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อเนื้อหาและวิธีการนำเสนอในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ เพื่อนำไปสู่องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการประกอบสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ในรายการโทรทัศน์ที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศและเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยการประกอบสร้างความหมายในรายการประเภทเรียลลิตีที่อื่น ๆ ต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: รายการโทรทัศน์ รายการเรียลลิตีเกมโชว์ การประกอบสร้างความหมาย ความหมายเชิงสัญลักษณ์ สัญลักษณ์

กะรัตพลอย ถ้ำแก้ว (นศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2558; อีเมล: karatploy@hotmail.com) และ สุกัญญา สมไพบูลย์ (Ph.D., University of Exeter, UK, 2012) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาภาษาไทยและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งจากวิทยานิพนธ์เรื่อง “กระบวนการผลิต การนำเสนอ และการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์” ของ กะรัตพลอย โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจาก “ทุน 90 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” กองทุนรัชดาภิเษกสมโภช รวมทั้งได้รับการประเมินผลสอบวิทยานิพนธ์ในระดับดีมาก ของสาขาการสื่อสารเชิงสังคมและวัฒนธรรม ในปีการศึกษา 2558

Abstract

The media does construct “meaning” of “things” all the time. In the context of Thai culture as well, the media also becomes the crucial part in meaning construction; such as the meaning of “Singer”. “The Voice Thailand” is the significant example of deconstruction and reconstruction of meaning by declaration of itself as “The true academy that produces ‘true artists with true voices’”, which unsurprisingly stands against “those untrue artists with untrue voices” ones out there in the entertainment industry. The interesting points are, how The Voice Thailand constructs those opposed meaning, and what are the factors that affect message’s creation and presentation, including the connotative meaning in the messages, especially in the case of licensed TV program To gain deeper understandings from these issues, the study is arranged its objectives to 4 points, which are 1) to understand the production of The Voice Thailand, 2) to understand the text and its presentation of The Voice Thailand, 3) to analyze the connotative meanings and their construction, 4) to analyze the internal and external factors which affect media’s text and presentation. The findings are hoped to be the new knowledge about the meaning construction in licensed TV program, as well as the guidelines to study the meaning construction in moreover types of reality TV in the future.

Keywords: TV programs, reality game show, meaning construction, signification, semiology

ที่มาและความสำคัญ

ในทุกวินาทีบนโลกมนุษย์ของเรา ความหมายต่างๆ ได้ถูกประกอบสร้าง รื้อถอน หรือดักย้อยู่เกือบจะตลอดเวลา “ความหมาย” นี้เองที่เป็นตัวกำหนดลักษณะบทบาท หน้าที่ของสิ่งๆ นั้น ในทางเดียวกัน สิทธิในการบัญญัติความหมายของสิ่งใดๆ ก็ตามจึงหมายถึงอำนาจในการกำหนดคุณลักษณะของสิ่งๆ นั้นด้วย คำนิยามของสิ่ง

ต่างๆ (Definition) จากบรรดาพจนานุกรมในโลกนี้ถือเป็นตัวอย่างอย่างง่ายที่สุดของการให้ความหมายของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่แท้จริงแล้ว การสร้างความหมายนั้นเกิดขึ้นในทุกส่วนของสังคมในทุกการดำรงอยู่ของมนุษย์ และความหมายแท้จริงสูงสุดจะต้องมีเพียงหนึ่งเดียว การต่อสู้ทางความหมายจึงเกิดขึ้นตลอดเวลาไม่ว่ามนุษย์จะตระหนักรู้หรือไม่ก็ตาม

สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่มีบทบาทสำคัญในการประกอบสร้างความหมายเนื่องเพราะความสามารถในการเข้าถึง “มวลชน” อีกทั้ง “วิธีการ” อันแบบฉบับของมัน มี “ความรู้” (หรือสิ่งที่ถูกทำให้กลายเป็นความรู้) หลากอย่างที่สื่อเป็นผู้ประกอบสร้างขึ้น ตั้งแต่ภาพลักษณ์ของชานดาคลอส ความโหดร้ายของชาวมุสลิม อัตลักษณ์ของประเทศเกาหลี ไปจนถึงลักษณะของแวมไพร์แบบ Post-modern รวมทั้งวิธีการ “หลอก” ของผีในยุคแห่งโซเชียลเน็ตเวิร์กด้วย

การประกอบสร้างความหมายของสิ่งต่างๆ โดยสื่อมวลชนนั้นเกิดขึ้นมาโดยตลอด ยกตัวอย่างเช่น การที่บริษัทโคคาโคล่านำชานดาคลอสที่เดิมเป็นชายแก่สวม “เสื้อคลุมสีเขียว” ตามเรื่องเล่าปรัมปราในสมัยเก่า มาเปลี่ยนแปลงให้เป็นชายแก่ท่าทางใจดีใน “ชุดคลุมสีแดงขาว” ซึ่งเป็นสีของแบรนด์โคคาโคล่านั่นเอง เพื่อใช้ชานดาคลอสเป็นพรีเซ็นเตอร์ในโฆษณาที่เผยแพร่ไปทั่วโลกในช่วงต้นทศวรรษที่ 1920 (Conversations Staff, 2012; Mikkelsen, 2013) ทำให้โลกรับรู้ว่าชานดาคลอสสวมชุดสีแดงขาวตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

ในบริบทของสังคมไทยเอง สื่อมวลชนก็เป็นส่วนหนึ่งในการประกอบสร้างความหมายของสิ่งต่างๆ เช่นกัน อาทิ ความหมายของ “นักร้อง”

ในสมัยอดีต อาชีพ “นักร้อง” “นักแสดง” “ดารา” “นางรำ” “ตลก” และอาชีพอื่นๆ ที่สร้างความบันเทิงให้กับผู้ชม ถูกมองว่าเป็นอาชีพที่ไม่มีเกียรติ เป็นการ “เดินกินรำกิน” โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้หญิงที่เดินกินรำกิน ถือเป็นผู้หญิงที่ทำตัวไม่เหมาะสม (ศิริลักษณ์ วรฤทธิ์สกุล, 2557) นอกจากนี้ ศิริลักษณ์ ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า ในอดีต

อาชีพนักร้องจะถูกมองว่าเป็นอาชีพที่ไม่ต้องใช้ความรู้ อะไรมากมาย แค่หน้าตาสะสวยและทำตัวสะตือสะตั้ง หน่อยก็สามารถเป็นได้

แต่ในสมัยต่อมาเมื่อการเดิน การรำ การร้อง ได้กลายเป็นสินค้าหลักของอุตสาหกรรมบันเทิง สื่อมวลชนจึงกลายเป็นช่องทางหลักในการ “ขาย” สินค้า และที่สำคัญ ได้เป็นผู้ประกอบสร้างความหมายของ “อาชีพเดินกิน รำกิน” เสียใหม่ จากอาชีพไร้เกียรติ ไร้ความรู้ ให้กลายเป็น “นักร้อง” เพื่อไปสู่ “ดาวดวงนั้น” โดยต้องผ่านการฝึกฝนเรียนรู้อย่างหนักใน “สถาบันสร้างศิลปิน” ที่เป็นเสมือน “บ้านแห่งการเรียนรู้” ที่จะทำให้อาชีพ “ศิลปินฝึกหัด” เหล่านี้มีคุณสมบัติเหมาะสมกับ “รางวัลอันทรงเกียรติ” ซึ่งคือเงินรางวัลและการได้เซ็นสัญญาเป็นศิลปินของค่ายเพลงผู้เป็นเจ้าของสื่อในท้ายที่สุด

เมื่อพิจารณาจากข้อมูลเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ในประเทศไทยแล้ว รายการโทรทัศน์ประเภทประกวดร้องเพลงในบริบทของไทยอาจจำแนกได้เป็น 2 ประเภทตามลักษณะเนื้อหา การนำเสนอและจุดประสงค์ของรายการ คือ รายการถ่ายทอดสดการประกวดร้องเพลงทางโทรทัศน์ (เช่น รายการถ่ายทอดสด “การประกวดร้องเพลงถ้วยพระราชทานชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย” โดยโรงเรียนสยามกลการในยุคแรก คือช่วงปี พ.ศ. 2526-2552) กับ รายการโทรทัศน์ประเภทเกมโชว์ประกวดร้องเพลง (ซึ่งเป็นประเภทรายการที่ได้รับความนิยมอย่างสูงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 หรือ ปี ค.ศ. 2003 เป็นต้นมา เช่น “รายการเดอะสตาร์ค้นฟ้าคว้าดาว” “รายการทูลกระหม่อมแฟนเทเชีย” จนถึงการใช้รูปแบบรายการของ “การประกวดร้องเพลงถ้วยพระราชทานชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย” ไปสู่รายการเรียลลิตี้โชว์เต็มรูปแบบของ “รายการ KPN Award”) ซึ่งด้วยจุดประสงค์ที่แตกต่างกัน ทำให้ความหมายของ “นักร้อง” ในรายการทั้ง 2 ประเภทแตกต่างกันไปด้วย (ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวอาจเป็นความแตกต่างที่มีลำดับขั้น โดยเฉพาะขั้นในมิติของคุณค่าทางศิลปะ) กล่าวคือ ในขณะที่รายการถ่ายทอดสดการประกวดร้องเพลงนำเสนอการประกวดร้องเพลงอย่าง

ตรงไปตรงมาเกณฑ์การตัดสินส่วนใหญ่คือเรื่องคุณภาพของเสียงร้องและเทคนิคการร้องเป็นสำคัญ เนื่องจากจุดประสงค์ของรายการอาจคือการ “ตั้งต้นเป็นสถาบัน” ของเหล่าสถาบันทางดนตรีต่างๆ ทั้งยังอาจเป็นการโปรโมทสถาบันทางดนตรีผ่านเหล่า “นักเรียน” อีกด้วย

แต่สำหรับรายการประเภทเกมโชว์ประกวดร้องเพลงในยุคใหม่ (ตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา) ซึ่งมีจุดประสงค์ทั้งการเฟ้นหาและโปรโมท “สินค้า” ของค่ายเพลงเจ้าของทุนไปในขณะเดียวกัน กลับมักจะใช้เกณฑ์ “ความมีเอกลักษณ์” “ความเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์” ในการตัดสินเลือกผู้ชนะในรายการ โดยเฉพาะ “ความมีเอกลักษณ์” นั้น อาจหมายรวมถึงภาพลักษณ์ หน้าตา รูปร่างที่ดึงดูดใจ หรือลักษณะนิสัยอันโดดเด่นซึ่งกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการ “เอนเตอร์เทน หรือ สร้างความบันเทิง” แก่ผู้ชม อีกทั้งรวมไปถึงความสามารถในการ “แสดง” บนเวทีอีกด้วย กล่าวคือ “นักร้อง” จะต้องเป็นผู้ที่มี “คาแร็กเตอร์” บางอย่างที่ต้องประกายเจิดจรัสจนนำไปสู่ความสามารถในการทำให้ “มวลชน” ชื่นชอบจนทะลุแนวโหวตจนหมดหน้าตักได้ ซึ่งเกณฑ์ต่างๆ เหล่านี้ได้กลายเป็นความหมายของ “นักร้อง” ในยุคนี้ และได้กลายเป็นแนวทางในการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทประกวดร้องเพลงอย่างต่อเนื่องในเวลาต่อมา

เมื่อการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ประเภทประกวดร้องเพลงดำเนินมาถึงระยะที่เริ่มมีแบบแผนซ้ำๆ ก็เป็นการเฟ้นหา “ดาราที่ร้องเพลงได้” มิใช่ “นักร้องที่(อาจจะ)หน้าตาดี” อีกต่อไป รายการเดอะวอยซ์ก็ได้ถือกำเนิดขึ้นมาในโลก และกลายเป็นกระแสใหม่ของรายการโทรทัศน์ประเภทเรียลลิตี้เกมโชว์ประกวดร้องเพลงไปในแทบจะทันทีด้วยการประกาศจุดยืนของการเป็นรายการที่จะค้นหา “นักร้องที่เป็น ‘เสียงจริง ตัวจริง’” ซึ่งเป็นการนำความหมายเดิมของการเป็นนักร้องที่มีคุณภาพกลับมาสู่สังคมอีกครั้งหนึ่ง สิ่งที่น่าสนใจยิ่งไปกว่านั้น คือการประกอบสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ปรากฏในรายการเป็นการส่ง “ความหมาย” เพื่อลงต่อสู่ในสังเวียนแห่งการต่อสู้ทางความหมายเกี่ยวกับ

“นักร้อง” ด้วยการรื้อถอนความหมายเดิมและสร้างความหมายใหม่ ในขณะที่เดียวกันก็ได้หยิบยืมความหมายเดิมของ “นักร้อง” มาดัดแปลงเพิ่มเติมจนกลายเป็นผลลัพธ์ที่แปลกใหม่และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ยังไม่ปรากฏในรายการประเภทประกวดร้องเพลงรายการอื่น อีกทั้งการประกอบสร้างความหมายดังกล่าวยังอยู่ภายใต้ภาวะอัตลักษณ์ท้องถิ่นร่วมสมัย (Glocalization) อันเป็นผลจากการเป็นรายการที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศซึ่งมีรูปแบบบังคับในการผลิตรายการคอกำกับความหมายอยู่ส่วนหนึ่ง ประกอบกับการเปิดพื้นที่ในการประกอบสร้างความหมายในแบบอัตลักษณ์ท้องถิ่นโดยผู้ผลิตในประเทศผ่านรูปแบบรายการแบบเรียลลิตี้ทีวีด้วยอีกส่วนหนึ่ง ความหมายและวิธีการประกอบสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์จึงเป็นกรณีตัวอย่างที่น่าสนใจอย่างยิ่งในประเด็นการประกอบสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ในรายการที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ อีกทั้งการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเนื้อหาและการนำเสนอในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์จะมีประโยชน์อย่างมากต่อทั้งแนวทางในการผลิต พัฒนาและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรายการที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการผลิตรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์
2. เพื่อศึกษาเนื้อหาและวิธีการนำเสนอในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์
3. เพื่อวิเคราะห์ความหมายและการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์
4. เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อเนื้อหาและวิธีการนำเสนอในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์

ปัญหานำวิจัย

1. กระบวนการผลิตรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์เป็นอย่างไร
2. เนื้อหาและวิธีการนำเสนอในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์มีลักษณะอย่างไร

3. ความหมายและการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์มีลักษณะอย่างไร

4. ปัจจัยภายในและภายนอกมีผลต่อเนื้อหาและวิธีการนำเสนอในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์อย่างไร

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

องค์ประกอบของรายการเกมโชว์ หมายถึง องค์ประกอบรวม 6 องค์ประกอบของรายการเกมโชว์ ได้แก่ พิธีกร ผู้แข่งขัน เกมการแข่งขัน ของรางวัล การมีส่วนร่วม การจัดระบบกาลเทศะ

การสร้างความหมาย หมายถึง การใช้องค์ประกอบต่างๆ ที่ปรากฏในตัวบทของรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์เพื่อสื่อความหมายต่างๆ ทั้งความหมายโดยตรงและความหมายโดยนัย ตามแนวคิดทฤษฎีสัญวิทยา

ความหมายเชิงสัญลักษณ์ หมายถึง ความหมายต่างๆ ในระดับนัยหรือความหมายโดยนัยประหวัดที่แอบแฝงอยู่ภายใต้ความหมายโดยอรรถในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นเพื่อต่อรอง รื้อถอน และสร้างความหมายของ “นักร้อง” (ในบริบทของรายการโทรทัศน์ประเภทเกมโชว์ประกวดร้องเพลงในยุคหลัง ซึ่งเป็น “นัก(ไม่ได้)ร้อง” ที่มักจะได้รับชัยชนะจากรูปลักษณ์เอกลักษณ์ และความนิยมจากผู้ชมเป็นสำคัญ) ซึ่งเป็นการต่อสู้ทางความหมายในระดับนัยประหวัดตามแนวคิดเรื่องระดับของความหมายตามทฤษฎีสัญวิทยาเชิงวิพากษ์ของ Roland Barthes ที่เสนอว่า “ไม่มีการใช้สัญลักษณ์ครั้งไหนที่มีเพียงความหมายชั้นเดียวคือความหมายโดยอรรถ แม้แต่การให้ความหมายในพจนานุกรม” (กาญจนา แก้วเทพ, 2553)

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่อยู่นอกเหนือกระบวนการผลิตและองค์กรที่ควบคุมการผลิตรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ที่มีผลต่อการกำหนดเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการ เช่น แรงกดดันทางเศรษฐกิจ ภาวะการแข่งขันของวงการดนตรี ผู้สนับสนุนรายการ ผู้ชมรายการ เป็นต้น

ปัจจัยภายใน หมายถึง องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการผลิตรายการและองค์กรที่ควบคุมการ

ผลิตรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ รวมถึงบริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์รายการเดอะวอยซ์ (Talpa Media Group) เช่น ความสามารถของทีมผู้ผลิตรายการ เทคโนโลยีการผลิต ข้อจำกัดทางด้านลิขสิทธิ์ในการผลิตซ้ำรายการ เป็นต้น

ผู้เข้ารับการคัดเลือก หมายถึง ผู้สมัครที่ผ่านการออ디션ทั่วประเทศและเข้ารับการคัดเลือกในรอบ Blind audition

ผู้เข้าแข่งขัน หมายถึง ผู้สมัครที่ผ่านการคัดเลือกจากรอบ Blind audition ให้อยู่ในทีมของโค้ชทั้ง 4 ท่าน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการผลิต การนำเสนอและการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์” ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการศึกษาวิจัยดังนี้

1. แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ (Television production) ได้แก่ ขั้นตอนก่อนการผลิต (Preproduction) ขั้นตอนการซ้อมก่อนถ่ายทำ (Set up and rehearsal) ขั้นตอนการผลิต (Production) และ ขั้นตอนหลังการผลิต (Postproduction) (Wurtzel & Rosenbaum, 1995; ประกาศ นวตเนตร, 2551; วัชรระ แววุฒินันท์, 2548; สหศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ, 2548; สุธิ พลพงษ์, 2551; สุบันจิต สุวรรณพ, 2551)

2. แนวคิดเรื่องการสื่อความหมายในรายการโทรทัศน์ ได้แก่ ภาพ (Vision) เสียง (Sound) การจัดลำดับเรื่อง (Sequence) เวลา (Time) (Bordwell & Thompson, 1986; Chandler, 1994; Alten, 2012; Wurtzel & Rosenbaum, 1995; ชยพล สุทธิโยธิน, 2548)

3. แนวคิดทฤษฎีสัญวิทยา (Semiology) ได้แก่องค์ประกอบของสัญลักษณ์ การจัดระบบสัญลักษณ์ และระดับของความหมายตามแนวคิดทฤษฎีสัญวิทยาเชิงวิพากษ์ของ Roland Barthes ซึ่งเชื่อว่าการต่อสู้ทางความหมายเป็นการต่อสู้ช่วงชิงอำนาจในการให้นิยามแก่สิ่งต่างๆ ในสังคม โดยการได้มาซึ่งอำนาจนั้น เกิดจากความสามารถในการควบคุม “ความหมายโดยนัยประหวัด” ของสิ่งหนึ่งๆ เอาไว้ได้ โดยการรื้อถอนความหมายเดิม (Deconstruction) และการประกอบสร้างความหมายขึ้น

ใหม่ (Reconstruction) เพื่อให้ในท่ามกลางความหมายโดยนัยประหวัดอันหลากหลายนั้น จะมีเพียงความหมายเดียวที่ถูกติดตั้งให้ถูกถอดรหัสออกมาโดยการปิดบังซ่อนเร้นความหมายโดยนัยประหวัดอื่นๆ เอาไว้ และที่ยิ่งไปกว่านั้น หากอำนาจของผู้ติดตั้งรหัสมีสูงมาก ก็อาจมีความสามารถในการปรับระดับความหมายโดยนัยประหวัดให้กลายเป็นความหมายโดยอรรถได้เลย ซึ่งจะทำให้ความหมายนั้นได้รับการยอมรับโดยปราศจากข้อโต้แย้งได้ในทันที

ในกรณีของรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ที่งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาการประกอบสร้างความหมายต่างๆ ในระดับความหมายโดยนัยประหวัดทั้งหมดในรายการ จึงเป็นความหมายที่ถูกประกอบสร้างขึ้นเพื่อ “ส่งความหมาย” ลงต่อผู้ในสมรภูมิแห่งการช่วงชิงความหมายของ “นักร้อง” ในระดับความหมายโดยนัยประหวัดตามแนวคิดของ Barthes นั้นเอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2549, 2552, 2553; กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2555)

4. แนวคิดเรื่องรายการเรียลลิตีเกมโชว์ (Reality game show) ได้แก่ แนวคิดเรื่องรายการเกมโชว์ องค์กรประกอบของรายการเกมโชว์ แนวคิดเรื่องรายการเรียลลิตีทีวี และรายการเรียลลิตีทีวีประเภทค้นฟ้าคว้าฝน (Casting show) ซึ่งเป็น Sub-genre ของรายการประเภทเรียลลิตีทีวีตามข้อเสนอของ Beck ที่ได้จำแนกรายการเรียลลิตีทีวีตามลักษณะเนื้อหาและได้ตั้งข้อสังเกตว่ารายการ Casting show ได้รวมตั้งแต่การประกวดร้องเพลงไปจนกระทั่งประกวดค้นหาสุดยอดนักเต้น ไปจนกระทั่งสุดยอดเชฟ ซึ่งทั้งนี้รายการเดอะวอยซ์ก็เป็นหนึ่งในรายการเรียลลิตีทีวีประเภทค้นฟ้าคว้าฝนซึ่ง Beck ก็ได้ตั้งข้อสังเกตว่าเป็นรายการเดอะวอยซ์เป็นจุดเริ่มต้นของ Casting show ที่เน้นความสำคัญขององค์ประกอบใหม่ๆ เช่น โค้ช รวมทั้ง “กระบวนการ” ก่อนไปถึงฝันหรือการได้รับชัยชนะจากการแข่งขันนั่นเอง (Beck, Hellmüller, & Aeschbacher, 2012; Meizel, 2011; กาญจนา แก้วเทพ, 2552; อริยา จินตพานิชการ, 2005)

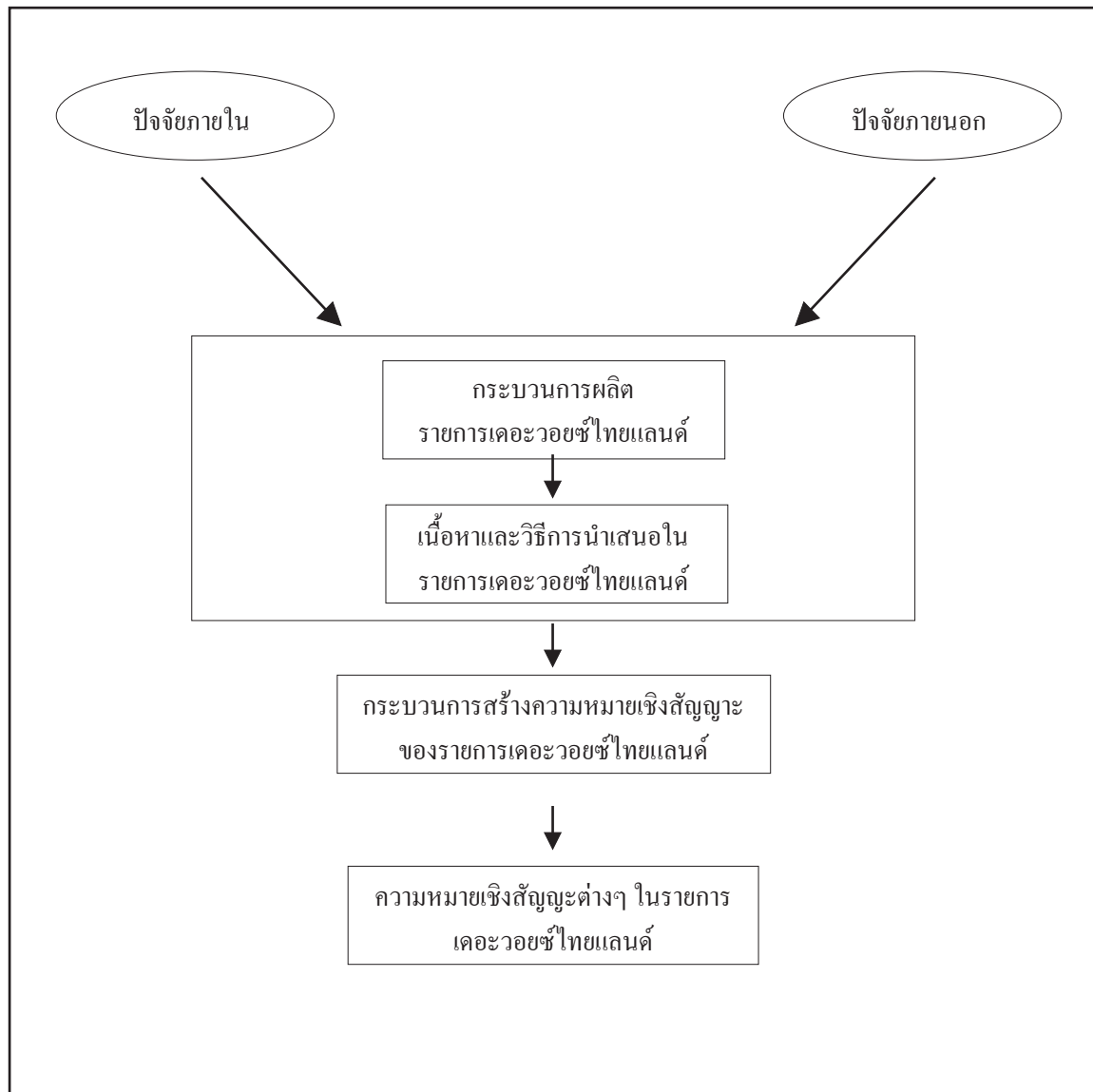
5. แบบจำลององค์กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะอัตลักษณ์ท้องถิ่นร่วมสมัย (Glocalization) ได้แก่

แบบจำลองอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อสื่อมวลชน (The media organization in a field of social forces) ของ Denis McQuail ภาวะอัตลักษณ์ท้องถิ่นร่วมสมัย (Glocalization) และแบบจำลององค์กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะอัตลักษณ์ท้องถิ่นร่วมสมัย (Glocalization) ซึ่งผู้วิจัยเสนอว่า รายการโทรทัศน์ที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศจะมีปัจจัยภายในองค์กรผู้ผลิตที่มีอิทธิพลต่อองค์กรการผลิตเพิ่มขึ้นอีก 1 ปัจจัยในท่ามกลางภาวะอัตลักษณ์ท้องถิ่นร่วมสมัยคือ ปัจจัยการควบคุมและข้อกำหนดจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งทำให้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อองค์กรผู้ผลิตสื่อมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นจากการต้องค้นหาจุดสมดุลระหว่างความต้องการของเจ้าของลิขสิทธิ์จากต่างประเทศกับความต้องการของกลุ่มผู้ชมท้องถิ่นในการผลิตสื่อหนึ่งๆ (McQuail, 2000; Robertson, 2012; กาญจนา แก้วเทพ, 2552; อุบลรัตน์ ศิริชูศักดิ์, 2547)

กรอบคิดการวิจัย

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปเป็นกรอบคิดการวิจัยดังนี้



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการผลิต การนำเสนอ และการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์” เป็นงานวิจัยที่ใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวบท (Text) ของรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ได้แก่ เทปรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ที่ออกอากาศทางไทยทีวีสีช่อง 3 จำนวน 2 ซีซั่น คือ รายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ซีซั่นที่ 1 ออกอากาศระหว่างวันที่ 9 กันยายน 2555 - 15 ธันวาคม 2555 จำนวน 15 เทป และรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ซีซั่นที่ 2 ออกอากาศระหว่างวันที่ 8 กันยายน 2556 - 14 ธันวาคม 2556 จำนวน 15 เทป และทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ประกอบกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ได้แก่ ทีมผู้ผลิตรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ซีซั่นที่ 1 และ 2 ตลอดจนเก็บข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ รวมทั้งเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องด้วยเพื่อนำข้อมูลทั้งหมดที่เก็บรวบรวมมาได้ไปวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลในแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการผลิต การนำเสนอ และการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์” ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวถึงข้างต้นทั้ง 5 แนวคิดมาประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วิเคราะห์กระบวนการผลิตเนื้อหาและวิธีการนำเสนอในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ โดยอาศัยแนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ แนวคิดเรื่องการสื่อความหมายในรายการโทรทัศน์ และแนวคิดเรื่องรายการประเภทเรียลลิตีเกมโชว์ มาประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเทปโทรทัศน์ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. วิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรที่มีอิทธิพลต่อเนื้อหาและการนำเสนอในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ โดยอาศัยแนวคิดเรื่องกระบวนการผลิต

รายการโทรทัศน์ และแบบจำลององค์กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะอัตลักษณ์ท้องถิ่นร่วมสมัย (Glocalization) มาประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก

3. วิเคราะห์ความหมายและการสร้างความหมายในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์โดยใช้แนวคิดทฤษฎีสัญวิทยา และแนวคิดเรื่องการสื่อความหมายในรายการโทรทัศน์ มาประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรับชมเทปรายการ โดยจะแบ่งหน่วยวิเคราะห์ (Units of analysis) เป็น 4 กลุ่มความหมาย ได้แก่

- 1) ความหมายเกี่ยวกับ “นักร้อง” ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์
- 2) ความหมายเกี่ยวกับการแข่งขันในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์
- 3) ความหมายเกี่ยวกับ “รายการ” เดอะวอยซ์ไทยแลนด์
- 4) ความหมายพิเศษอื่นๆ

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งเป็น 4 หัวข้อตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่

- 1) กระบวนการผลิตรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์
- 2) เนื้อหาและวิธีการนำเสนอในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์
- 3) ความหมายและการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ และ
- 4) ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อเนื้อหาและวิธีการนำเสนอในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ดังต่อไปนี้

1) กระบวนการผลิตรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์

จากการศึกษา พบว่า รายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ซีซั่นที่ 1 และ 2 มีผู้ผลิตคือ บริษัท แพนเทอร์ เอ็นเทอร์เทนเมนต์ จำกัด ซึ่งได้ซื้อลิขสิทธิ์รายการจาก Talpa Media Group ประเทศเนเธอร์แลนด์ และได้เป็นผู้ว่าจ้างบริษัทอื่นๆ เพื่อมาปฏิบัติงานในฝ่ายต่างๆ สำหรับฝ่ายผลิต ได้มีการว่าจ้างบริษัท โต๊ะกลมโทรทัศน์ จำกัด มาผลิตรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ซีซั่นที่ 1 และ 2 และได้ว่าจ้างทีมมิวสิกไดเรกเตอร์ซึ่งเป็นศิลปินของค่ายเลิฟอีสให้ดูแลส่วนเพลงและดนตรีทั้งหมดในรายการ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ผลิต ฝ่ายผลิต มิวสิกไดเรกเตอร์ และผู้เข้าแข่งขันในรายการ พบว่า กระบวนการผลิตของรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ซีซั่นที่ 1 และ 2 มีการถ่ายทำเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงใน รายการแบบแบ่งถ่ายเป็นช่วง (Taped in segments) ในรอบ Blind audition และมีการถ่ายทำแบบดำเนินรายการ ต่อเนื่อง (Live on tape) ในรอบ Battle และ Knock out (เฉพาะซีซั่นที่ 2) ซึ่งมีการบันทึกเทปเอาไว้ทุกกลองใน ทุกรอบการแข่งขัน โดยไม่มีการกำหนดเรื่องราวโดย สคริปต์แบบสมบูรณ์กล่าวคือไม่มีการเขียนบทพูดสำหรับ โฆษและผู้เข้าแข่งขัน แต่จะมีการเขียนบทพูดสำหรับ พิธีกรในการเปิดปิดรายการเท่านั้น โดยในรอบ Blind audition ผู้ผลิตจะปล่อยให้การแข่งขันดำเนินไปอย่างไม่ กำหนดเวลาในการคอมเมนต์ของโฆษแต่ในรอบการแข่งขันอื่นๆ จะมีการกำหนดเวลาในการถ่ายทำทั้งหมด และ ก่อนถ่ายทำในทุกรอบการแข่งขัน จะมีการบริฟโฆษถึง สิ่งที่ควรจะพูดคร่าวๆ อาทิเช่น การให้ผู้เข้าแข่งขันแนะนำตัว วิธีการคอมเมนต์ให้ผู้ชมเข้าใจได้ง่าย เป็นต้น ดังนั้น เนื้อหาที่เกิดขึ้นในรายการจะได้รับอิทธิพลจากโฆษและผู้ เข้าแข่งขันด้วยส่วนหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ทางรายการ จะไม่มีการเขียนบทพูดแบบสมบูรณ์ให้กับผู้ร่วมรายการ และมีสคริปต์แบบกึ่งสมบูรณ์ที่มีรายละเอียดของคิวต่างๆ ในรายการและบทพูดของพิธีกรเพียงเท่านั้นแต่ผู้ผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งฝ่ายผลิต (โตะกลมโทรทัศน์) ได้มีการคัดเลือกผู้ร่วมรายการอย่างรัดกุมและหวังผล ในการดำเนินเรื่องราวในรายการทั้งหมดตั้งแต่ในขั้น ก่อนการผลิต กล่าวคือมีการคัดเลือกโดยใช้ทั้งเกณฑ์ เสียงร้องและ “ความน่าสนใจ” ในประเด็นอื่นๆของผู้ร่วมรายการ ประกอบกันเพื่อสร้างความบันเทิงสูงสุดแก่รายการโทรทัศน์ เป็นสำคัญ ซึ่งทำให้มีการวางทิศทางของเรื่องราวไว้แล้ว ระดับหนึ่งและได้ใช้การตัดต่อในการสร้างหรือปรับเปลี่ยน เนื้อหาให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ผลิตในขั้นหลัง การผลิต (เฉพาะในรอบก่อน Live performance) โดยมีการควบคุมจากเจ้าของลิขสิทธิ์ในทุกขั้นตอนการผลิต ให้รายการเป็นไปตามไบเบิลรายการซึ่งเป็นข้อกำหนด ในการผลิตรายการจากทางเจ้าของลิขสิทธิ์

นอกจากนี้ ยังพบว่า ทีมกำกับดนตรีหรือทีมมิวสิก ไดเรกเตอร์ เป็นส่วนการผลิตที่มีความสำคัญต่อเนื้อหา รายการเป็นอย่างมาก เนื่องจากรายการเดอะวอยซ์เป็น รายการแข่งขันประกวดร้องเพลงเพลงทั้งหมดในรายการ จะถูกเลือกและสร้างสรรค์โดยทีมกำกับดนตรี ก่อนที่จะ มีการสร้างสรรค์ในเรื่องภาพและการแสดงโดยฝ่ายผลิต หรือทีมกำกับรายการ (โตะกลมโทรทัศน์) ในขั้นตอน ต่อมา ดังนั้น เนื้อหาในรายการส่วนหนึ่งจึงถูกกำหนด ทิศทางโดยทีมมิวสิกไดเรกเตอร์ผ่านการคัดเลือกเพลง การสร้างสรรค์เพลงและดนตรีในรายการ ร่วมกับการ สร้างสรรค์ด้านภาพและการแสดงจากทีมกำกับหรือฝ่าย ผลิตนั่นเอง

2) เนื้อหาและวิธีการนำเสนอในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์

จากการศึกษาพบว่า ในทุกรอบการแข่งขันในรายการ เดอะวอยซ์ไทยแลนด์มีวิธีการนำเสนอใน 2 รูปแบบสำคัญ ได้แก่ รูปแบบการแข่งขันบนเวทีและรูปแบบวีทีอาร์ต่างๆ ได้แก่ วีทีอาร์สัมภาษณ์เกี่ยวกับการแข่งขัน วีทีอาร์ Envelope วีทีอาร์แนะนำรายการและกติกาการแข่งขัน และวีทีอาร์เกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษของทีม ซึ่งจะมีการ ตัดสลับระหว่าง 2 รูปแบบการนำเสนอดังกล่าวตลอดทั้ง รายการ โดยในรอบ Blind audition รอบ Battle และรอบ Knock out จะมีการเชื่อมร้อยรายการด้วยวีทีอาร์เชื่อมร้อย รายการ ซึ่งเป็นการประมวลภาพต่างๆ ในรายการประกอบ เสียงบรรยายของบุคคลที่ 3 ส่วนในรอบ Live performance จะมีการดำเนินรายการโดยพิธีกรบนเวทีแทนการใช้วีทีอาร์ เชื่อมร้อยรายการ

ในส่วนของโฆษณาแฝง (Tie in) ในรายการ จะปรากฏ อยู่ในส่วนของวีทีอาร์ต่างๆ ยกเว้นวีทีอาร์แนะนำรายการ และกติกาการแข่งขัน ซึ่งเป็นข้อกำหนดจากทางเจ้าของ ลิขสิทธิ์ในการอนุญาตให้ใส่โฆษณาแฝงในรายการเฉพาะ ในส่วนวีทีอาร์หรือส่วนนอกการแข่งขัน โดยมิให้มีการใส่ โฆษณาแฝงใดๆ ในส่วนการแข่งขันบนเวที

3) ความหมายและการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ในรายการ เดอะวอยซ์ไทยแลนด์

จากการศึกษา พบว่า ในรายการเดอะวอยซ์ไทย แลนด์มีการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม

ความหมาย โดยแต่ละความหมายเกิดจากการสร้างความหมายผ่านสัญลักษณ์ประเภทต่างๆ ประกอบกัน ดังนี้

3.1) ความหมายเกี่ยวกับ “นักร้อง” ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ได้แก่

- ลักษณะของ “นักร้อง” ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์

ความหมายของ “นักร้อง” ที่ถูกสร้างขึ้นในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ หมายถึงความหมายเบื้องต้นในการแข่งขัน กล่าวคือผู้เข้ารับการคัดเลือกในรอบ Blind audition ทั้งหมดในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ถือเป็น “นักร้อง” ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ จากการศึกษาตัวบทในรายการ พบว่า “นักร้อง” ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ เป็นผู้ที่มีความสามารถในการร้องเพลงและมีความหลากหลายด้านอายุ เพศ อาชีพ เชื้อชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปลักษณะภายนอก ซึ่งไม่ใช่สิ่งสำคัญหรือเกณฑ์การตัดสินการเป็นนักร้องในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ โดยความหมายเกี่ยวกับนักร้องเหล่านี้ถูกสร้างผ่านสัญลักษณ์ภาพและสัญลักษณ์กฤตติกาในรายการ โดยเฉพาะในรอบ Blind audition ซึ่งใช้การ “หันหลัง” ของโค้ชในการสร้างความหมายสำคัญของรายการที่ว่า “ไม่สนใจรูปลักษณะภายนอก”

- คุณสมบัติและกระบวนการการเป็น “นักร้องที่ดี” ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์

ความหมายของ “นักร้องที่ดี” ที่ถูกสร้างขึ้นในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ หมายถึง ความหมายเกี่ยวกับผู้เข้าแข่งขันที่ผ่านรอบ Blind audition ทั้งหมด ซึ่งจะถูกนำเข้าสู่กระบวนการสร้าง “นักร้องที่ดี” หรือกระบวนการแข่งขันในรายการ เพื่อนำไปสู่การเป็น “นักร้องที่ดีที่สุด” หรือผู้ที่ได้ตำแหน่งเดอะวอยซ์เสียงจริงตัวจริงประจำซีซั่น จากการศึกษาตัวบทในรายการ พบว่า นักร้องที่ดีในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์จะต้องเป็นผู้ที่ขยันฝึกซ้อมและเป็นผู้ที่มีความสามารถในการทำให้ประชาชนชื่นชอบได้ โดยมีการสร้างความหมายเหล่านี้ผ่านสัญลักษณ์ภาพ สัญลักษณ์คำพูด ได้แก่คำพูดของโค้ชและบทสัมภาษณ์ในเวทีออร์ต่างๆ ในรายการ และสัญลักษณ์กฤตติกาในรายการ ทั้งนี้ ตั้งแต่รอบ Live performance จะมีการเปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการตัดสินในแต่ละรอบการแข่งขันมากขึ้นเรื่อยๆ จนถึงรอบสุดท้ายคือ รอบ Final ซึ่งใช้เกณฑ์การตัดสิน

จากคะแนนโหวตของผู้ชมทางบ้านคิดเป็น 100% ซึ่งได้สร้างความหมายเกี่ยวกับนักร้องที่ดีในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ที่จะต้องเป็น “ผู้ที่สามารถทำให้ประชาชนชื่นชอบได้” นั่นเอง

- เสี่ยงและวิธีการร้องที่ดีในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์

จากการศึกษาตัวบทในรายการ พบว่าเสี่ยงและวิธีการร้องที่ดีในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ได้แก่ เสี่ยงที่มีเอกลักษณ์วิธีการร้องที่ดีต้องมีการสื่ออารมณ์ และทักษะในการร้องเพลงที่ดีจะต้องมีความสามารถในการบังคับเสียงร้องให้เป็นไปตามต้องการได้ โดยมีการสร้างความหมายเหล่านี้ผ่านสัญลักษณ์คำพูด ได้แก่ คำพูดของโค้ชในรายการ

- จุดประสงค์ของการร้องเพลงของนักร้องในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์

จากการศึกษาตัวบทในรายการ พบว่าจุดประสงค์ของการร้องเพลงของนักร้องในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ คือเพื่อความสุขของตนเองและผู้อื่น โดยมีการสร้างความหมายนี้ผ่านสัญลักษณ์คำพูด ได้แก่ บทสัมภาษณ์ของผู้เข้าแข่งขันในเวทีออร์สัมภาษณ์เกี่ยวกับการแข่งขัน

3.2) ความหมายเกี่ยวกับการแข่งขันในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์

จากการศึกษาตัวบทในรายการ พบว่า มีการสร้างความหมายของการแข่งขันในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ให้มีลักษณะเฉพาะคือการแข่งขันร้องเพลงที่ดีคือการร่วมกันทำโชว์ให้ดีที่สุดเพื่อความสุขของผู้ชม ผลการแข่งขันไม่สำคัญเท่ากับความสามารถในการเอาชนะตนเอง และผลการแข่งขันและเวทีเดอะวอยซ์ไม่ใช่สิ่งตัดสินสูงสุดของการเป็นนักร้อง โดยมีการสร้างความหมายเหล่านี้ผ่านสัญลักษณ์คำพูด ได้แก่คำพูดของโค้ชในรายการ บทสัมภาษณ์ของผู้เข้าแข่งขันในเวทีออร์สัมภาษณ์เกี่ยวกับการแข่งขัน และสัญลักษณ์ภาพในรายการ

ยกตัวอย่างเช่น ความหมายของการแข่งขันร้องเพลงที่ดีคือการร่วมกันทำโชว์ให้ดีที่สุดเพื่อความสุขของผู้ชม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรอบ Battle ที่เป็นการต่อสู้กันเองระหว่างลูกทีมของโค้ชหนึ่งๆ แต่รายการได้สร้างความหมายของการแข่งขันให้กลายเป็นการร่วมมือร่วมใจทำโชว์ผ่านคำพูดของโค้ช เช่น กรณีการแบทเทิลระหว่าง

เมณีนพและปุยฝ้าย ลูกทีมโค้ชแสดมปีในซีซั่นที่ 2 ดังนี้

โค้ชแสดมปี “ผมชื่นชอบปุยฝ้ายที่มีทัศนคติที่ดีต่อทุกสิ่งที่ทำแม้กระทั่งการเบทเทิลกัน มันสวยงาม เพราะว่าจิตใจข้างในของปุยฝ้ายพร้อมที่จะมอบความสุขให้กับคนดู และผมก็มีความสุขมาก และผมเชื่อว่าคนทางบ้านก็มีความสุขไม่แพ้กันในวันนี้ นะครับ ชอบคุณมากครับ”

และจะเห็นได้จากบทสัมภาษณ์ของผู้เข้าแข่งขัน ดังนี้

กอฟ เลิศวิทย์ (รอบ Battle ซีซั่นที่ 2 ทีมโค้ชก้อง) “เราเป็นเพื่อนกัน จุดมุ่งหมายของเราในครั้งนี้เราคุยกันไว้ก็คือทำออกมาให้คนชอบ ให้สนุกที่สุด ไม่ต้องมองเรื่องชัยชนะ ก็เลยไม่กลัว เพราะว่าถ้าเค้าได้หรือถ้าผมได้เราก็จะยินดีซึ่งกันและกันครับ”

รวมถึงภาพต่างๆ ในรอบ Battle ก็จะเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือภาพผู้เข้าแข่งขันเดินเข้าสู่การแข่งขันอย่างขมขื่น จูงมือ หรือแม้กระทั่งตระกองกอดกันก่อนการแข่งขัน เป็นต้น ซึ่งตัวอย่างข้างต้นเป็นส่วนหนึ่งของการประกอบสร้างความหมายเกี่ยวกับการแข่งขันในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์

3.3) ความหมายเกี่ยวกับ “รายการ” เดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ได้แก่

- ความหมายเกี่ยวกับเวทีเดอะวอยซ์ไทยแลนด์

จากการศึกษาตัวบทในรายการ พบว่ามีการสร้างความหมายเกี่ยวกับเวทีเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ในฐานะเวทีประกวดร้องเพลงอันทรงเกียรติและมีคุณภาพ เป็นเวทีประกวดที่เป็นที่ปรารถนาของผู้ที่รักการร้องเพลงจากทั่วประเทศ และเป็นเวทีที่แตกต่างจากเวทีประกวดอื่นๆ คือเปิดกว้างและยุติธรรม โดยมีการสร้างความหมายเหล่านี้ผ่านสัญลักษณ์คำพูด ได้แก่ คำพูดของพิธีกรในรายการ บทบรรยายในวิดีโออาร์เชื่อมร้อยรายการ บทสัมภาษณ์ของผู้เข้าแข่งขันในวิดีโออาร์สัมภาษณ์เกี่ยวกับการแข่งขัน สัญลักษณ์เพลง สัญลักษณ์จากประวัติและชื่อเสียงของโค้ชและสัญลักษณ์ภาพในรายการประกอบกัน

ยกตัวอย่างเช่น บทบรรยายในช่วงแรกของเทปแรกของ Blind audition ในซีซั่นที่ 2 ดังนี้

“ซีซั่นที่แล้วเหล่าเสียงจริงตัวจริงจากทั่วประเทศพากันขึ้นมาแสดงความสามารถอันโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง จนเวที Blind audition ลูกเป็นไฟ โค้ชก้องพาลูกทีม น้องนน คว่าแชมป์ไปในปีที่แล้ว และในซีซั่นใหม่นี้ โค้ชทั้ง 4 มาพร้อมกับความมุ่งมั่นในการค้นหาเดอะวอยซ์เสียงจริงตัวจริงที่มากขึ้นกว่าเดิม การแข่งขันอันดุเดือดได้เริ่มต้นขึ้นแล้ว โค้ชทุกคนพร้อมแล้วที่จะค้นหาเดอะวอยซ์เสียงจริงตัวจริงคนที่ 2/ที่เซ็นเตอร์พอยท์สตูดิโอ ศิลปินจากทั่วประเทศต่างพากันมาแสดงความสามารถบนเวที Blind audition และนี่คือโอกาสครั้งสำคัญของชีวิตที่จะก้าวไปเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงต่อไป”

ซึ่งเป็นการสร้างความหมายแก่เวทีเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ในฐานะเวทีประกวดอันทรงเกียรติ อีกทั้งการเรียกผู้เข้ารับการคัดเลือกในรอบ Blind audition ว่าเป็น “เหล่าศิลปินจากทั่วประเทศ” ก็ได้สร้างความหมายเกี่ยวกับคุณภาพของผู้เข้าแข่งขันว่าล้วนเป็นนักร้องที่มีคุณภาพเทียบเท่าศิลปินเช่นเดียวกัน

- ความหมายเกี่ยวกับโค้ชในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์

จากการศึกษาตัวบทในรายการ พบว่ามีการสร้างความหมายเกี่ยวกับโค้ชในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ในฐานะศิลปินระดับแนวหน้าของประเทศเป็นผู้กว้างขวางในวงการดนตรี และอาจเป็นหนทางสู่การเป็นศิลปินของผู้เข้าแข่งขันได้ อีกทั้งมีการสร้างความหมายของโค้ชในฐานะศิลปินผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ชื่นชอบของประชาชน โค้ชในฐานะผู้มีคุณวุฒิทางด้านดนตรีและมีความรู้ด้านดนตรีอย่างลึกซึ้ง และความหมายของโค้ชในฐานะผู้มีพระคุณอย่างสูงสำหรับผู้เข้าแข่งขัน โดยมีการสร้างความหมายเหล่านี้ผ่านสัญลักษณ์คำพูด ได้แก่ บทบรรยายของพิธีกรในวิดีโออาร์แนะนำกติกาและการแข่งขัน คำพูดของโค้ชในรายการ คำพูดของผู้เข้าแข่งขันในรายการ และบทสัมภาษณ์ของผู้เข้าแข่งขันในวิดีโออาร์สัมภาษณ์เกี่ยวกับการแข่งขัน และสัญลักษณ์เพลงและการแสดงของโค้ช

3.4) ความหมายพิเศษอื่นๆ

นอกจากความหมายต่างๆ ที่ได้กล่าวทั้งหมดข้างต้น ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ยังมีการสร้างความหมาย

พิเศษอื่นๆ ซึ่งถือเป็นความหมายที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มเติมในรายการ ดังนี้

- ความสำคัญของสถาบันครอบครัว

จากการศึกษาตัวบทในรายการ พบว่า มีการสร้างความหมายเกี่ยวกับความสำคัญของสถาบันครอบครัวในฐานะผู้สนับสนุนการร้องเพลงของผู้เข้าแข่งขัน ครอบครัวเป็นกำลังใจสำคัญของผู้เข้าแข่งขัน และครอบครัวเป็นแรงผลักดันสำคัญในการร้องเพลงของผู้เข้าแข่งขัน โดยมีการสร้างความหมายเหล่านี้ผ่านสัญลักษณ์และสัญลักษณ์คำพูด ได้แก่ บทสัมภาษณ์ของผู้เข้าแข่งขัน ในวีทีอาร์สัมภาษณ์เกี่ยวกับการแข่งขัน

- คุณค่าของศิลปวัฒนธรรมไทย

จากการศึกษาตัวบทในรายการ พบว่า มีการสร้างความหมายเกี่ยวกับคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมไทยในลักษณะการเป็นเอกลักษณ์ของชาติที่ควรภาคภูมิใจ โดยมีการสร้างความหมายดังกล่าวผ่านสัญลักษณ์เพลงและสัญลักษณ์คำพูด ได้แก่ คำพูดของโค้ชในรายการ บทสัมภาษณ์ของผู้เข้าแข่งขันในวีทีอาร์สัมภาษณ์เกี่ยวกับการแข่งขัน และคำพูดของพิธีกรในรายการ ทั้งนี้ ความหมายเกี่ยวกับคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมไทยดังกล่าวยังได้สร้างความหมายให้กับตัวรายการเองในฐานะรายการเดอะวอยซ์ที่มีเอกลักษณ์และมีความแตกต่างจากรายการเดอะวอยซ์ของประเทศอื่นๆ และรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ในฐานะรายการบันเทิงที่มีบทบาทในการทำนุบำรุงมรดกของสังคมอีกด้วย

- รายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์มีความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษาตัวบทในรายการ พบว่า มีการสร้างความหมายเกี่ยวกับรายการในฐานะรายการบันเทิงที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านสัญลักษณ์เพลง ดังจะเห็นได้จากกรณีการเลือกเพลงราตรีสวัสดิ์ ของฟีกกลิ้งฮิโรมาใช้เป็นเพลงโซ่วของโค้ชโจอี้และกิด กิดตินันท์ ในรอบ Final และเป็นโซ่วสุดท้ายของรายการในซีซั่นที่ 2 ด้วยซึ่งเป็นบทเพลงที่มีความหมายเดิมในการบรรยายถึงความยากลำบากและความเสียสละของทหารใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ แต่ทางรายการได้นำเพลงนี้มาใช้ใน

รายการ ซึ่งในช่วงที่ออกอากาศนั่นเอง ประเทศไทยกำลังเผชิญสถานการณ์ความขัดแย้งทางด้านความคิดทางการเมืองอย่างรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในคืนวันที่ 15 ธันวาคม 2556 ที่รายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ในตอนดังกล่าวได้ออกอากาศ สถานการณ์ของประเทศกำลังข้าแย้ง ประชาชนต่างหวาดกลัวว่าอาจจะเกิดเหตุการณ์รุนแรงอันอาจเสียเลือดเนื้อของคนในชาติ ทางรายการจึงได้ใช้เพลงราตรีสวัสดิ์ ในการให้กำลังใจคนไทย ซึ่งอาจทั้งเป็นการแสดงจุดยืนของรายการว่าจะยืนหยัดเพื่อคนไทยหรือเป็นการให้กำลังใจกองทัพไทยในขณะนั้นก็เป็นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อร้องท่อนสุดท้ายของเพลงที่โค้ชโจอี้บอยเรียกร้องให้ทุกคนชู 3 นิ้วและร้องพร้อมกันว่า “ประเทศไทยสันติภาพจงบังเกิด” หลายครั้งจนกระทั่งจบบทเพลง ซึ่งถือเป็นการสร้างความหมายให้กับตัวรายการเองในฐานะรายการบันเทิงที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

- ความหมายเกี่ยวกับสินค้าของผู้สนับสนุนรายการ

จากการศึกษาตัวบทในรายการ พบว่า มีการสร้างความหมายเกี่ยวกับสินค้าของผู้สนับสนุนรายการในฐานะสินค้าที่ได้รับความนิยมจากผู้ร่วมรายการผ่านสัญลักษณ์ซึ่งอยู่ในภาพประกอบวีทีอาร์สัมภาษณ์เกี่ยวกับการแข่งขัน และภาพในวีทีอาร์เกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษของทีม

ความหมายเชิงสัญลักษณ์ต่างๆ ทั้ง 4 กลุ่มความหมายที่พบในการศึกษาวิจัยตามที่ได้กล่าวข้างต้น เป็นความหมายในระดับความหมายโดยนัยประวัติที่ถูกประกอบสร้างผ่านสัญลักษณ์ประเภทต่างๆ ในรายการประกอบกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประกอบสร้างดังกล่าวเป็นการประกอบสร้างความหมายของ “นักร้อง” อย่างเป็นปฏิกิริยากับ “นัก(ไม่ได้)ร้อง” ที่มีอยู่ในวงการโทรทัศน์และวงการดนตรีในปัจจุบันอย่างตั้งใจ นับตั้งแต่ชื่อรายการ “เดอะวอยซ์” ที่เน้นจุดยืนของตัวเองในการเป็นรายการที่เน้น “เสียงร้อง” (ที่ตั้งใจบอกว่าแตกต่างจากรายการอื่นๆ) รวมไปถึงการกล่าวถึงรายการและผู้เข้าแข่งขันว่าเป็น “เสียงจริงตัวจริง” ซึ่งเป็นคู่ตรงข้ามกับรายการอื่นๆ ซึ่งเป็น “เสียงไม่จริงตัวไม่จริง” เช่นกัน ซึ่งเป็นการประกอบสร้างความหมายในลักษณะขั้วตรงข้าม (Binary opposition)

และแสดงให้เห็นถึงความชอบธรรมของความหมายอันเป็นปฏิกิริยาต่อรายการอื่นด้วยการประกอบสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์เกี่ยวกับ “นักร้อง” ในรายการให้หมายถึง “ใครก็ตามที่มีความสามารถด้านการร้องเพลงอย่างแท้จริง” ซึ่งสนับสนุนความหมายเกี่ยวกับ “รายการ” ในฐานะรายการที่เปิดกว้างและมีความยุติธรรม อีกทั้งมีการประกอบสร้างความหมายเกี่ยวกับ “โค้ช” ในรายการในฐานะศิลปินผู้มีชื่อเสียงและมีคุณภาพซึ่งสนับสนุนถึง “คุณภาพ” ของรายการเช่นกัน ซึ่งการสร้างความหมายทั้งหมดข้างต้นเป็นการรื้อถอนความหมาย (deconstruct) ที่เป็นที่รับรู้กันโดยทั่วไปของรายการประเภทประกวดร้องเพลงในปัจจุบัน คือ “ความเป็นรายการที่ไม่มีคุณภาพและไม่ได้แข่งขันกันด้วยเสียงร้องอย่างแท้จริง” ออกไปและนำความหมายเดิมของ “นักร้อง” ในรายการประกวดร้องเพลงในอดีตที่ถูกจัดวางให้อยู่ในฝั่ง “นักร้องที่มีคุณภาพมากกว่านัก(ไม่)ร้องในปัจจุบัน” กลับมาดอกขี้เพื่อสร้างความหมายให้กับตัวรายการเองในฐานะสถาบันการผลิตนักร้องที่มีคุณภาพ (ที่เหนือกว่าสถาบันอื่นๆ)

ในขณะที่เดียวกัน ก็มีการประกอบสร้างความหมายต่างๆ ขึ้นใหม่ (reconstruct) ซึ่งเป็นความหมายที่มีลักษณะเฉพาะได้แก่ ความหมายเกี่ยวกับนักร้องที่ดี เช่น “นักร้องที่ดีจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการทำให้ประชาชนชื่นชอบได้” ซึ่งเป็นการสร้างความหมายของ “นักร้อง” ว่านอกจากจะต้องมีเสียงที่มีคุณภาพแล้ว สิ่งที่จะตัดสินว่าใครเป็น “นักร้องที่ดี” คือการได้รับความชื่นชอบจากประชาชน (ที่แสดงออกในรูปผลคะแนนโหวต) นั่นเอง นอกจากนี้ รายการยังได้ประกอบสร้างความหมายเกี่ยวกับการแข่งขันที่มีลักษณะเฉพาะอีกด้วยเช่น ความหมายเกี่ยวกับการแข่งขันที่ว่า “การแข่งขันร้องเพลงที่ดีคือการร่วมกันทำโชว์ให้ดีที่สุดเพื่อความสุขของผู้ชม” “ผลการแข่งขันไม่สำคัญเท่ากับความความสามารถในการเอาชนะตนเอง” และ “ผลการแข่งขันและเวทีเดอะวอยซ์ไม่ใช่สิ่งตัดสินสูงสุดของการเป็นนักร้อง” เป็นต้น ซึ่งความหมายเกี่ยวกับการแข่งขันดังกล่าวเป็นความหมายที่ถูกประกอบสร้างขึ้นใหม่โดยเป็นการสร้างการแข่งขันในรูปแบบ “ร่วมมือร่วมใจ” ทั้งยัง “ลดความสำคัญ” ของผลการแข่งขันในรายการ

เดอะวอยซ์ไทยแลนด์ให้เป็นเพียงเกมการแข่งขันโดยมิใช่เครื่องรับประกันความสำเร็จสำหรับอาชีพนักร้องในโลกความจริงหลังการแข่งขันจบลง ทั้งนี้ การประกอบสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ต่างๆ ทั้งหมดข้างต้นเป็นต่อสู่ทางความหมายโดยใช้การประกอบสร้างความหมายในระดับความหมายโดยนัยประหวัดเพื่อยกระดับความหมายโดยนัยประหวัดให้กลายเป็นความหมายโดยอรรถอันจะนำมาซึ่งความชอบธรรมอย่างปราศจากข้อโต้แย้งให้กับความหมายนั้นตามแนวคิดของ Barthes (1967, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2552b)

4) ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อเนื้อหาและวิธีการนำเสนอในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยภายในองค์กรการผลิตที่มีอิทธิพลต่อเนื้อหาและการนำเสนอในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ได้แก่

- 1) ปัจจัยด้านการควบคุมจากเจ้าของลิขสิทธิ์ (Talpa Media Group)
- 2) ปัจจัยเกี่ยวกับผู้ผลิต ประกอบด้วยผู้ผลิต ฝ่ายผลิต และทีมกำกับคนตรี
- 3) ปัจจัยเกี่ยวกับผู้ร่วมรายการ ประกอบด้วยโค้ชและผู้เข้าแข่งขัน และปัจจัยภายนอกองค์กรการผลิตที่มีอิทธิพลต่อเนื้อหาและการนำเสนอในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ได้แก่
 - 1) ปัจจัยผู้รับสาร ประกอบด้วย ปัจจัยผู้รับสารด้านผลตอบแทน (Feedback) และปัจจัยผู้รับสารด้านกลุ่มเป้าหมาย (Target group)
 - 2) ปัจจัยด้านสถานการณ์ทางสังคมและการเมือง
 - 3) ปัจจัยด้านระบบลิขสิทธิ์เพลง และ
 - 4) ปัจจัยผู้สนับสนุนรายการ

นอกจากนี้ จากการศึกษา ยังพบว่า รายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ถูกประกอบสร้างขึ้นจากแนวคิดหลัก (Main idea) คือ “เสียงร้องสำคัญที่สุด” ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้ถูกเจ้าของลิขสิทธิ์นำมาผลิตเป็นชื่อรายการ โครงสร้างของรายการและกฎกติกาในรายการ ซึ่งเป็นรูปแบบบังคับ (Format) ที่ผู้ผลิตรายการเดอะวอยซ์ของแต่ละประเทศจะต้องผลิตรายการตามรูปแบบดังกล่าวอย่างเคร่งครัด และ

จะต้องผลิตรายการภายใต้ธีม (Theme) “ความสุข” ซึ่งเจ้าของลิขสิทธิ์ได้แนะนำไว้ในไบเบิลรายการว่าเป็น Key of success ของรายการเดอะวอยซ์ทั่วโลกที่จะต้องนำเสนอรายการที่จะต้องประกอบด้วย “Moment of happiness” หรือภาพและเหตุการณ์แห่งความสุข ซึ่งถูกบังคับไว้ด้วยรูปแบบบังคับส่วนหนึ่ง คือ วิทีอาร์ Envelope และการตัดสลับให้เห็นครอบครัวของผู้เข้าแข่งขันคอยลุ้นคอยเชียร์ในระหว่างการแข่งขัน และให้กำลังใจผู้เข้าแข่งขันเมื่อการแข่งขันจบลง โดยทางผู้ผลิตเองได้เป็นผู้หาวิธีการนำเสนอและปฏิบัติการสร้างสรรค์ (execution) เพื่อนำเสนอเรื่อง “ความสุข” ในรูปแบบต่างๆ ที่เหมาะสมกับบริบททางวัฒนธรรมของตนเองเพิ่มเติมลงไปในเรื่องและรูปแบบบังคับดังกล่าว ดังนั้น รายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์จึงเป็นส่วนผสมระหว่างความหมายที่ถูกประกอบสร้างโดยเจ้าของลิขสิทธิ์ผ่านรูปแบบบังคับที่ใช้เหมือนกันทั้งหมดทั่วโลก และความหมายที่ถูกประกอบสร้างขึ้นโดยผู้ผลิตซึ่งมีการปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมเนื้อหาให้เหมาะสมกับบริบททางวัฒนธรรมของประเทศไทย

ในทางเดียวกัน จึงอาจกล่าวได้ว่า ความหมายต่างๆ ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นจากสัญลักษณ์ถูกคิดรวมไปถึงวิธีการคัดเลือกผู้เข้าแข่งขันและวิธีการนำเสนอในรูปแบบบังคับต่างๆ เช่น วิทีอาร์ Envelope เป็นความหมายที่ถูกสร้างโดยเจ้าของลิขสิทธิ์ซึ่งความหมายต่างๆ เหล่านี้ได้แก่ความหมายเกี่ยวกับลักษณะของนักร้องในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ (นักร้องเป็นผู้มีความสามารถด้านการร้องเพลงโดยไม่ต้องอาศัยองค์ประกอบอื่นๆ เช่น รูปลักษณ์ และไม่ว่าใคร ก็สามารถเป็นนักร้องได้หากมีความสามารถในการร้องเพลง) ความหมายเกี่ยวกับนักร้องที่ดีในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ (นักร้องจะต้องมีความสามารถในการทำให้ประชาชนชื่นชอบได้และต้องขยันฝึกซ้อม) และอาจกล่าวได้ว่าความหมายเหล่านี้เป็นความหมายหลักที่น่าจะปรากฏในรายการเดอะวอยซ์ทั่วโลกเหมือนกันทั้งหมด

ในขณะที่ความหมายอื่นๆ ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ที่ถูกประกอบสร้างผ่านสัญลักษณ์คำพูด สัญลักษณ์ภาพ และสัญลักษณ์เพลง เป็นความหมายที่ถูกประกอบสร้างโดย

ผู้ผลิตภายใต้การควบคุมของเจ้าของลิขสิทธิ์ผ่านข้อเสนอแนะในการใช้ธีม “ความสุข” ในการนำเสนอเนื้อหาต่างๆ ในรายการ แต่มีการปรับให้ “ความสุข” นั้นเป็นความสุขที่เหมาะสมกับบริบททางวัฒนธรรมไทยเพื่อให้เข้ากับรสนิยมของผู้ชมคนไทย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือความหมายเกี่ยวกับการแข่งขันในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ซึ่งทางผู้ผลิตมีการปรับเปลี่ยน “การแข่งขัน” ให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของคนไทย (ในมุมมองของผู้ผลิต) ที่มักไม่ค่อยชอบการแข่งขันในลักษณะต่อสู้ฟาดฟัน พุดจาถูกหรือแย้งชิงตำแหน่งชนะเลิศกันอย่างตรงไปตรงมา ซึ่งแตกต่างจากวัฒนธรรมและค่านิยมของชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาติตะวันตก ทำให้การแข่งขันในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์เป็นการแข่งขันเพื่อเอาชนะตัวเองและเพื่อให้โชว์ออกมาดีที่สุดเพื่อความสุขของผู้ชมทดแทนเพื่อให้สอดคล้องกับรสนิยมและความต้องการของผู้ชมชาวไทย ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ความหมายต่างๆ นอกเหนือจากความหมายหลักที่ถูกสร้างโดยเจ้าของลิขสิทธิ์ จะมีลักษณะความหมายเอนเอียงไปทางลักษณะวัฒนธรรมของประเทศผู้ผลิต ซึ่งทำให้ลักษณะเฉพาะของรายการเดอะวอยซ์ทั่วโลกอาจเหมือนหรือแตกต่างกันตามแต่บริบททางวัฒนธรรมของชาตินั้นๆ นั่นเอง

นอกจากนี้ ในกรณีรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ยังได้มีการประกอบสร้างความหมายพิเศษอื่นๆ เพิ่มเติม ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับตัวรายการเอง ได้แก่ การวางรายการในฐานะผู้ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมไทย ผู้ส่งเสริมสถาบันครอบครัว และรายการบันเทิงที่ใส่ใจสังคม ซึ่งเป็นความหมายที่ไม่ได้อยู่ในรูปแบบบังคับจากทางเจ้าของลิขสิทธิ์ (แต่อาจมีการแนะนำให้สร้างเอกลักษณ์ของรายการโดยใช้วัตถุดิบทางวัฒนธรรมของชาติในการสร้างเอกลักษณ์ของตัวเอง) และมีการสร้างมูลค่าเพิ่มเติมโดยการบรรจุโฆษณาแฝงในเนื้อหารายการ ซึ่งเป็นการสร้างความหมายเกี่ยวกับสินค้าของผู้สนับสนุนรายการอย่างแยบยลอีกด้วย

อภิปรายผล

ในส่วนการอภิปรายผล ผู้วิจัยจะอภิปรายผลจาก

การประมวลความรู้ที่ได้จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดในงานวิจัย และจะเสนอการอภิปรายในประเด็นด้านเสียงร้อง คุณลักษณะของการแข่งขัน คุณค่าเอกลักษณ์ของรายการ รวมทั้งประเด็นเรื่องอัตลักษณ์ท้องถิ่นร่วมสมัย (Glocalization) กับรายการที่มีการซื้อลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ โดยได้แบ่งเป็นประเด็นในการอภิปรายดังนี้

1) “เสียงร้อง” หาใช่สิ่งที่สำคัญที่สุด

ถึงแม้ว่ารายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์จะมีการสร้างความหมายเกี่ยวกับนักร้องในแบบใหม่ (หรืออาจถือได้ว่าเป็นการนำความหมายของนักร้องแบบเดิมให้กลับมาใหม่) คือ นักร้องต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถด้านการร้องเพลง โดยไม่เกี่ยวกับองค์ประกอบอื่นๆ หรือ “เสียงสำคัญที่สุด” ผ่านชื่อรายการและกติกาการแข่งขันในรอบ Blind audition ที่มีการตัดสินโดยไม่ให้โค้ชเห็นหน้าตาบุคลิกของผู้เข้ารับการคัดเลือก ทำให้การตัดสินในรายการเดอะวอยซ์ดูเหมือนจะมีความยุติธรรม คือการที่ให้โค้ชเลือกผู้เข้าแข่งขันจากเสียงเท่านั้น อีกทั้งยังเปิดกว้างสำหรับทุกคนที่รักการร้องเพลงอีกด้วย และเมื่อผ่านเข้ารอบมาเป็นผู้เข้าแข่งขันในแต่ละทีม รายการยังมีกระบวนการการฝึกฝนนักร้องให้มีทักษะการร้องเพลงที่ดีขึ้นตามคำแนะนำของโค้ช อีกทั้งการเจอโจทย์ที่ยากและท้าทายความสามารถมากขึ้นๆ ทุกรอบการแข่งขัน ยิ่งน่าจะเป็นการเจียรไน “นักร้อง” ให้เก่งขึ้นๆ จนได้เป็น “นักร้องที่ดีที่สุด” ในท้ายที่สุดของการแข่งขัน สิ่งที่น่าสนใจคือ มันกลับไม่ใช่ออย่างนั้น

เมื่อการแข่งขันดำเนินไปจนถึงรอบ Live performance การตัดสินจะมีการเปลี่ยนอำนาจไปสู่ผู้ชมทีละน้อย คะแนนโหวตของผู้ชมถูกใช้เป็นคะแนน ร้อยละ 50 ของคะแนนตัดสินทั้งหมดในรอบก่อน Final และจะกลายเป็นคะแนนตัดสิน 100% จากผู้ชมในรอบ Final นั่นหมายความว่า ในท้ายที่สุดของการแข่งขัน ผู้ที่จะได้เป็นนักร้องที่ดีที่สุดของรายการจะต้องเป็นผู้ที่ประชาชนชื่นชอบมากที่สุด ในรายการ โดยโค้ชจะเป็นเพียงผู้ชี้แนะผู้ชมว่าผู้เข้าแข่งขันของทีมตนเองมีจุดเด่นอย่างไรเท่านั้น ดังนั้น คุณสมบัติของการมีเสียงร้องที่มีคุณภาพจึงเป็นเพียงคุณสมบัติพื้นฐานในการเป็นนักร้องที่ดีที่สุดรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ (ที่การันตีคุณภาพโดยการชนะการคัดเลือกในรอบการแข่งขันอื่นๆ มาจนถึงรอบสุดท้าย) แต่ไม่ใช่สิ่งที่สำคัญ

ที่สุดที่จะทำให้ “นักร้อง” ก้าวเข้าสู่การเป็น “นักร้องที่ดีที่สุด” อย่างแท้จริงแต่การเป็น “นักร้องที่ดีที่สุด” ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์กลับใช้คุณสมบัติในการเป็นผู้ที่สามารถทำให้ประชาชนชื่นชอบได้มากที่สุด ซึ่งความชื่นชอบนี้อาจมาจากเสียงร้องที่ดี รูปพร่าหน้าตาที่ดี นิสัยที่ดี การเอนเตอร์เทนผู้ชมที่ดี หรือแม้แต่ลักษณะอันพึงประสงค์อื่นๆ เช่น การเป็นผู้มีชีวิตส่วนตัวน่าสงสาร หรือการเป็นผู้มีความกตัญญู ก็เป็นไปได้ ซึ่งความชื่นชอบดังกล่าวต่อผู้เข้าแข่งขันที่มีแนวโน้มที่จะชนะในรายการจะต้องมาจากผู้ชมที่เข้าถึงช่องทางในการโหวตได้อีกทั้งเป็นกลุ่มผู้ชมที่มีกำลังทรัพย์ในการโหวตอีกด้วย ดังนั้น การได้รับตำแหน่ง “เดอะวอยซ์” ประจำสัปดาห์ จึงอาจไม่ใช่การได้เป็นนักร้องที่มีเสียงไพเราะและมีคุณภาพมากที่สุด ในรายการดังที่รายการเองได้ตั้งต้นเอาไว้ว่าเป็นรายการที่ “เอาแต่เสียง” แต่อาจเป็นผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเป็น “สินค้า” ที่ผู้บริโภค (ที่มีกำลังในการบริโภค) พึงประสงค์และพึงบริโภคมากที่สุดในโลกแห่งความเป็นจริง อีกทั้ง “สินค้า” ที่มาจากรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ยังได้รับการสร้างฐานะทางศิลปะที่แตกต่างออกไปจากรายการอื่นๆ จากการสร้างความหมายเกี่ยวกับรายการว่าเป็นรายการประกวดร้องเพลงที่มีคุณภาพและยุติธรรมแตกต่างจากรายการอื่นๆ ศิลปินที่ได้รับตำแหน่งเดอะวอยซ์จากรายการจึงได้รับการสร้างความหมายว่าเป็นศิลปินที่มีคุณภาพสูงอีกทั้งเป็นศิลปินที่ประชาชนให้การยอมรับ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงกำลังถูกโน้มน้าวว่าควรบริโภคผลงานของศิลปินจากรายการเดอะวอยซ์มากกว่าศิลปินที่จากรายการอื่นๆ อีกด้วย

2) คนไทยชอบการแข่งขันแบบไม่แข่งขัน

ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์มีการสร้างความหมายเกี่ยวกับการแข่งขันที่แตกต่างจากรายการเดอะวอยซ์ของต่างประเทศ คือมีการสร้างความหมายเกี่ยวกับการแข่งขันว่าเป็นการร่วมกันทำใจให้ดีที่สุดเพื่อความสุขของผู้ชม ซึ่งแตกต่างจากการแข่งขันในเดอะวอยซ์ต่างประเทศที่มีการแข่งขันแบบฟาดฟันกันเพื่อให้ได้คนที่เก่งที่สุดในการแข่งขัน ความหมายเกี่ยวกับการแข่งขันนี้เองที่ผู้ผลิตได้พิจารณาปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับนิสัยของคนไทย

คือรักความสงบและไม่ชอบการทะเลาะกัน (ในมุมมองของผู้ผลิต)

อย่างไรก็ตาม การปรับเปลี่ยนความหมายดังกล่าวยังสร้างคุณลักษณะของผู้เข้าแข่งขันที่เป็นที่พึงประสงค์ภายใต้วัฒนธรรมไทย คือความถ่อมตัวอีกด้วย ผู้เข้าแข่งขันที่มีความถ่อมตัว ไม่อวดอ้างว่าตนเองเก่งเหนือผู้เข้าแข่งขันอื่นๆ อีกทั้งยังร้องเพลงเพื่อความสุขของตนเองและผู้อื่น (รวมทั้งผู้ชม) โดยไม่สนใจผลของการแข่งขัน จึงเป็นผู้ที่มีลักษณะพึงประสงค์มากกว่าสำหรับผู้ชมชาวไทย การสร้างความหมายเกี่ยวกับการแข่งขันดังกล่าวจึงอาจมีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองอารมณ์ของผู้บริโภคชาวไทยเพื่อให้เกิดความ “เอ็นดู” และ “ชื่นชอบ” ศิลปินเหล่านั้นหลังจากรายการจบลง

นอกจากนี้ รายการยังได้สร้างความหมายเกี่ยวกับผลของการแข่งขันว่าไม่ใช่สิ่งตัดสินสูงสุดของการเป็นนักร้อง ซึ่งเป็นการแฝงนัยว่าผู้เข้าแข่งขันที่ไม่ได้รับตำแหน่งใดๆ ในรายการ มิได้หมายความว่าผู้เข้าแข่งขันผู้นั้นเป็นนักร้องที่ไม่มีคุณภาพ เพราะนักร้องในรายการมีคุณภาพทุกคนอยู่แล้ว ดังนั้น หลังรายการจบลง หากผู้เข้าแข่งขันที่ไม่ได้รับตำแหน่งใดๆ จากรายการจะมีผลงานเพลงใดๆ ก็ตาม ผู้บริโภคก็ควรจะบริโภคผลงานของศิลปินคนนั้นๆ เพราะเขาก็เป็นศิลปินที่มีคุณภาพเทียบเท่าศิลปินที่ได้รับตำแหน่งจากรายการเช่นกัน ซึ่งนับว่าเป็นการสร้าง ความหมายให้กับ “สินค้า” ที่เกิดจากการสร้างสรรค์ โดยรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ได้อย่างชาญฉลาด เพราะไม่ว่าผู้เข้าแข่งขันจะได้รับตำแหน่งหรือไม่ ผู้เข้าแข่งขันที่เป็นศิลปินและมีผลงานหลังการแข่งขันก็จะถูกถือว่าเป็นศิลปินที่มีคุณภาพและผลงานของศิลปินเหล่านั้นก็สมควรได้รับการบริโภค (มากกว่าศิลปินที่มาจากรายการประกวดอื่นๆ อยู่ดี)

3) คุณค่าของวัฒนธรรมไทย vs เอกลักษณ์ของรายการ

รายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ได้มีการสร้างความหมายเกี่ยวกับรายการในฐานะผู้เห็นคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมไทย และเป็นผู้ทำนุบำรุงและพัฒนาศิลปวัฒนธรรมไทยผ่านการนำเพลงไทยและเครื่องดนตรีไทยมาใช้ในรายการ อีกทั้งมีการเชิญศิลปินเพลงพื้นบ้านและศิลปินที่ถือเป็นศิลปิน

ชั้นครูในเพลงไทยแขนงต่างๆ มาร่วมแสดงในรายการ เช่น คุณสันติ ลุนเผ่ คุณยืนยง โอภากุล (แอ๊ด คาราบาว) อาจารย์ณิสรศรีกรลินดีแม่ขวัญจิตศรีประจันต์ เป็นต้น รวมทั้งมีการประยุกต์เพลงไทยและศิลปะไทยกับเพลงและดนตรีในแบบตะวันตก เช่น ในซีซั่นที่ 1 มีการนำบทเพลงสาวอีสานรอรัก มาเรียบเรียงใหม่ในแบบบรอดเวย์แจ๊ส และขับร้องโดยคุณกิตาร์ ภิรมย์พันธุ์ ทิม โก้ โจ้บอย หรือการใช้การเอื้อนแบบไทยเดิมของคุณปุ้ย ดวงพร ทิม โก้ แสดงในเพลง Love on top ของ Beyoncé อีกด้วยการสร้างความหมายเกี่ยวกับคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมไทยดังกล่าวไม่ได้เป็นเพียงการชี้ให้เห็นถึงคุณค่าของ “ความเป็นไทย” เพียงเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้าง ความหมายให้กับรายการเองในฐานะรายการที่มีเอกลักษณ์ มีความแตกต่างจากรายการอื่นๆ อีกทั้งยังเป็นรายการที่ดี ที่มีส่วนช่วยรักษามรดกของชาติ ซึ่งเป็นการวางตนเองให้อยู่ในชนชั้นที่สูงกว่ารายการประกวดร้องเพลงรายการอื่นๆ (นอกเหนือจากการประกาศตัวว่า “สนใจแต่เสียง ไม่สนหน้าตา”) ซึ่งทำให้รายการมีภาพลักษณ์ของรายการที่มีคุณภาพและเป็นสถาบันทางดนตรีอันทรงเกียรติ

นอกจากความหมายเกี่ยวกับคุณค่าศิลปวัฒนธรรมไทยดังกล่าว รายการยังสร้างความหมายต่อตัวเองในฐานะรายการบันเทิงผู้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ผ่านการใช้บทเพลงเสริมสร้างความสามัคคีในช่วงเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองในประเทศ ซึ่งเป็นการสร้างคุณค่าให้ตัวรายการเองอย่างชาญฉลาดอีกด้วย

4) รายการลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ vs อัตลักษณ์ท้องถิ่นร่วมสมัย (Glocalization)

จากผลการศึกษา พบว่า รายการที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศจะมีความหมายหลักชุดหนึ่งซึ่งถูกเจ้าของลิขสิทธิ์ประกอบสร้างขึ้นผ่านรูปแบบบังคับ (Format) ของรายการ และจะมีความหมายอื่นๆ ที่ผู้ผลิตเป็นผู้ประกอบสร้างขึ้น ซึ่งเป็นความหมายที่เหมาะสมและอิงจากบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของประเทศผู้ผลิต กล่าวคือ การผลิตรายการโทรทัศน์โดยเฉพาะการผลิตซ้ำรายการที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ต่างมีกระบวนการ Glocalization หรือ

การปรับให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมและรสนิยมของผู้ชมในประเทศผู้ผลิตหนึ่งๆ ความสำเร็จของรายการลิขสิทธิ์จากต่างประเทศหนึ่งๆ จึงอาจเกิดจากการสร้างรูปแบบรายการที่เป็นสากล เป็นที่เข้าใจได้โดยง่ายสำหรับผู้ชมต่างวัฒนธรรม และพื้นที่ในรายการที่เจ้าของลิขสิทธิ์จะเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตในแต่ละวัฒนธรรมได้สร้างสรรค์และใส่ความเป็นตัวเองลงไปในเรื่องหารายการได้ ประกอบกับปัจจัยสำคัญคือความกลมกลืนของการผสมผสานรูปแบบบังคับและเนื้อหาที่อิงตามวัฒนธรรมของประเทศผู้ผลิตเข้าด้วยกัน

ในกรณีรายการเดอะวอยซ์ จะเห็นได้ว่า รูปแบบบังคับของรายการได้สร้างความหมายที่เป็นสากลและเข้าใจได้ง่ายสำหรับผู้ชมในทุกวัฒนธรรม คือความหมายของนักร้องที่เน้นเรื่องเสียงเพียงอย่างเดียว อีกทั้งยังเป็นลักษณะของนักร้องที่โลกต้องการในช่วงเวลานี้อีกด้วย รายการเดอะวอยซ์จึงประสบความสำเร็จและถูกนำไปผลิตเป็นรายการเดอะวอยซ์ในประเทศต่างๆ ทั่วโลกในระยะเวลาอันรวดเร็ว นอกจากนี้ รูปแบบรายการที่เป็นเรียลลิตี้ทีวีที่เปิดช่องให้ผู้ผลิตในแต่ละวัฒนธรรมสามารถบรรจุเนื้อหาที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมและรสนิยมของผู้ชมได้อย่างมีสัดส่วนที่เหมาะสมยังอาจเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้รายการเดอะวอยซ์ได้รับความนิยมทั่วโลก

ในกรณีของรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ซึ่งเป็นรายการที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในประเทศไทย อาจเกิดจากความกลมกลืนในการผสมผสานรูปแบบและเนื้อหาที่อิงตามวัฒนธรรมไทยเข้าด้วยกันอย่างลงตัว อีกทั้งมีการเพิ่มรายละเอียดของรายการโทรทัศน์ไทย คือมีความตลกขำขันเพิ่มเติมในรายการด้วย รายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์จึงเป็นรายการที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศที่มีความเป็นไทยผสมผสานอยู่อย่างเหมาะสมตรงกับความต้องการของผู้ชมชาวไทย ซึ่งเกิดจากความสามารถของผู้ผลิตในการสร้างสรรค์รายการให้มีรสชาติกลมกล่อมสำหรับคนไทยนั่นเอง

5) รายการเดอะวอยซ์กับการนำเสนอความหมายใหม่ของ “นักร้อง”

นับตั้งแต่การออกอากาศของรายการ “บันไดดารา”

เรื่อยมาถึงรายการ “เพลงเงินล้าน” “ชุมทางเสียงทอง” ไปจนถึงยุคเปลี่ยนผ่านของรายการถ่ายทอดสด “การประกวดร้องเพลงถ้วยพระราชทานชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย” ไปสู่การเปลี่ยนรูปแบบรายการเป็น “KPN Award” ซึ่งมีรูปแบบรายการเป็นเรียลลิตี้โชว์ดราม่าเคล้าน้ำตาตามแบบสมัยนิยมที่ “เดอะสตาร์ ค้นฟ้าคว้าดาว” และ “ทรูอะคาเดมี แฟนเทเชีย” นิยมล่อวงหน้าไปหลายปี ความหมายของ “นักร้อง” ที่สื่อมวลชนได้ประกอบสร้างขึ้นและนำเสนอต่อผู้ชมชาวไทยก็ถูกเปลี่ยนแปลงแต่งเติมอย่างต่อเนื่องไปในขณะเดียวกันกับที่รายการแต่ละตอนออกอากาศ

ทั้งนี้เราอาจจำแนกรายการประเภทประกวดร้องเพลงในบริบทของไทยได้เป็น 2 ประเภท คือ รายการถ่ายทอดสดการประกวดร้องเพลง กับ รายการโทรทัศน์ประเภทเกมโชว์ประกวดร้องเพลง ซึ่งทั้ง 2 ประเภทรายการมีจุดประสงค์ที่แตกต่างกันและทำให้ความหมายของ “นักร้อง” ในรายการทั้ง 2 ประเภทแตกต่างกันไปด้วย

ในขณะที่รายการถ่ายทอดสดการประกวดร้องเพลงนำเสนอการประกวดร้องเพลงอย่างตรงไปตรงมา เกณฑ์การตัดสินส่วนใหญ่คือเรื่องคุณภาพของเสียงร้องและเทคนิคการร้องเป็นสำคัญ ทำให้ “นักร้อง” ในรายการถ่ายทอดสดการประกวดร้องเพลงถูกสร้างความหมายว่าเป็น “นักร้องที่มีเสียงที่มีคุณภาพ”

แต่สำหรับรายการประเภทเกมโชว์ประกวดร้องเพลงในยุคใหม่ ซึ่งมีจุดประสงค์ทั้งการค้นหาและโพรโมต “สินค้า” ของค่ายเพลงเจ้าของทุนไปในขณะเดียวกัน กลับมักจะใช้เกณฑ์ “ความมีเอกลักษณ์” “ความเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์” ในการตัดสินเลือกผู้ชนะในรายการ กล่าวคือ “นักร้อง” จะต้องเป็นผู้ที่มี “คาแร็กเตอร์” บางอย่างที่สื่อประจักษ์ชัดเจนนำไปสู่ความสามารถในการทำให้ “มวลชน” ชื่นชอบจนทะลุแนบโหวตจนหมดหน้าตักได้ ซึ่งเกณฑ์ต่างๆ เหล่านี้ได้กลายเป็นความหมายของ “นักร้อง” ในยุคหลังการเริ่มต้นของศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา และได้กลายเป็นแนวทางในการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทประกวดร้องเพลงอย่างต่อเนื่องในเวลาต่อมา เมื่อพิจารณาความหมายต่างๆ ในรายการประเภทเกมโชว์ประกวดร้องเพลงในยุคใหม่นี้จึงสามารถพบได้ทั่วไปว่า “นักร้อง” ใน

ยุคก่อนการมาของรายการเดอะวอยซ์ ต่างก็ต้องเป็นผู้ที่มีคาแร็กเตอร์พิเศษ รวมไปถึงการมีรูปร่างหน้าตาดี โดยไม่สำคัญว่าเสียงร้องจะเป็นอย่างไร เพราะ “เสียงร้องเป็นสิ่งที่ฝึกฝนและพัฒนาได้” แต่ความเป็น “ดารา” ที่จะทำให้ผู้ชมผู้ฟังรักนั้น เป็นสิ่งที่ “Born to be”

เมื่อรายการเดอะวอยซ์ออกอากาศครั้งแรกในโลก และประกาศไว้ว่า “เสียงสำคัญที่สุด” ในช่วงเวลาที่โลกกำลังต้องการนักร้องที่มีคุณภาพกลับมาแทนที่นักร้องแบบดาราที่มีอยู่เต็มบ้านเมืองพอดี การเกิดขึ้นของรายการเดอะวอยซ์จึงเป็นการสะท้อนวงการโทรทัศน์และวงการดนตรีในโลกอย่างที่สุดด้วยกติกาในรอบ Blind audition ที่ให้โค้ชตัดสินด้วย “เสียง” ล้วนๆ แบบไม่ให้เห็นรูปร่างหน้าตาผู้เข้ารับการคัดเลือก อีกทั้งชื่อรายการ เดอะวอยซ์ ที่หมายถึง “เสียง” เท่านั้น ยิ่งตอกย้ำถึงความหมายของ “นักร้อง” ที่รายการเดอะวอยซ์ต้องการนำกลับมาสู่สังคมอีกครั้ง นั่นคือ “นักร้องที่มีเสียงที่มีคุณภาพ” โดยที่ไม่ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบภายนอกอื่นใดทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงรายละเอียดเรากลับพบว่าความหมายของนักร้องในรายการเดอะวอยซ์ที่ถึงแม้จะเริ่มต้นด้วยเรื่อง “เสียงสำคัญที่สุด” แต่ในท้ายที่สุดของการแข่งขัน “ความชื่นชอบของประชาชน” กลับสำคัญที่สุดไปได้

รายการเดอะวอยซ์จึงอาจไม่ได้สร้างความหมายของ “นักร้อง” เสียใหม่แต่เป็นการผสมความหมายของ “นักร้อง” ในรายการถ่ายทอดสดการประกวดร้องเพลงในอดีตที่ถูกรับรู้กันโดยทั่วไปว่าเป็น “นักร้องที่มีคุณภาพกว่า

นัก(ไม่ได้)ร้องในปัจจุบัน” (โดยใช้การรื้อถอนความหมายของ “นักร้อง” ในรายการโทรทัศน์ประเภทเกมโชว์ประกวดร้องเพลงใน “รายการอื่นๆ” และสร้างความหมายใหม่นักร้องในรายการเหล่านั้นล้วนเป็น “นัก(ไม่ได้)ร้อง” อีกทั้งยังสร้างความหมายใหม่ให้กับตัวรายการเองในฐานะเวทีประกวดที่มีคุณภาพเฉกเช่นเวทีประกวดในอดีต) ให้ผสมผสานกับความหมายของ “นักร้อง” ในรายการประเภทเกมโชว์ประกวดร้องเพลงเข้าด้วยกันอย่างแนบชิด กลายเป็นผลลัพธ์ที่มีทั้ง “เสียงที่มีคุณภาพ” และ “ความชื่นชอบของประชาชน” อยู่ในคนๆ เดียวกันและกลายเป็นการสร้างความหมายให้กับ “สินค้าชนิดใหม่” ให้มีความแตกต่าง มีเอกลักษณ์ อันเป็นที่ควรบริโภคและควรประสงค์สำหรับประชาชนได้อย่างชาญฉลาด

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยแนะนำว่าควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับรายการเดอะวอยซ์ของต่างประเทศ เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างและความเหมือนระหว่างรายการที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศภายใต้การผลิตในบริบทวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน
2. ควรมีการศึกษาผู้รับสาร (Receiver) เพิ่มเติมถึงปัจจัยการรับสาร ความพึงพอใจ หรือการถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร เพื่อให้การวิจัยครอบคลุมถึงฝ่ายผู้รับสารด้วย
3. ควรมีการศึกษารายการประเภทเรียลลิตีทีวีประเภทประกวดความสามารถอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ เกี่ยวกับรายการเรียลลิตีทีวี

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2549). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: เอดิสันเพรสโปรดักส์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2555). *สื่อเก่า-สื่อใหม่: สัญญา อัตลักษณ์ อุดมการณ์*. กรุงเทพฯ: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฟ้าวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ชยพล สุทธิโชติน. (2548). การสื่อความหมายทางโทรทัศน์. ใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์, *เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์* หน่วยที่ 1-5 (น. 160-212). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประภาศ นวลเนตร. (2551). ปฏิบัติการการผลิตรายการเกมโชว์. ใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์, *เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการโทรทัศน์ขั้นสูง* หน่วยที่ 11-15. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วัชร เว้าวุฒินันท์. (2548). การสร้างสรรค์รายการบันเทิง. ใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์, *เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์* หน่วยที่ 6-10. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศิริลักษณ์ วรฤทธิ์สกุล. (23 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.
- สหศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ. (2548). *การผลิตรายการโทรทัศน์สมัยใหม่สไตล์อเมริกัน*. กรุงเทพฯ: อี.ทีพับลิชชิง.
- สุธี พลพงษ์. (2551). กลยุทธ์การผลิตรายการโทรทัศน์ขั้นสูง. ใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์, *เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการโทรทัศน์ขั้นสูง* หน่วยที่ 11-15. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุบัณฑิต สุวรรณพ. (2551). กลยุทธ์การผลิตรายการโทรทัศน์ขั้นสูง. ใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์, *เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการโทรทัศน์ขั้นสูง* หน่วยที่ 11-15. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อริยา จินตพานิชการ. (2005). *Reality Fever = เรียลลิตี้ฟีเวอร์*. กรุงเทพฯ: กันตนาพับลิชชิง.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Beck, D., Hellmueller, L., & Aeschbacher, N. (2012). Factual Entertainment and Reality TV. *Communication Research Trends*, 31(2), 4-27.
- Bordwell, D., & Thompson, K. (1986). *Film Art: An introduction*. New York: Knopf.
- Chandler, D. (1994). The 'Grammar' of Television and Film. [Available from Aberystwyth university The media and communication studies site] Retrieved from <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/short/gramtv.html>
- Conversations Staff. (2012, January 1). 5 THINGS YOU NEVER KNEW ABOUT SANTA CLAUS AND COCA-

- COLA [Webpage]. Retrieved from <http://www.coca-colacompany.com/holidays/the-true-history-of-the-modern-day-santa-claus>
- Mikkelsen, D. (2013, December 18). The Claus That Refreshes [Webpage]. Retrieved from <http://www.snopes.com/holidays/christmas/santa/cocacola.asp>
- McQuail, D. (2000). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage.
- Meizel, K. (2011). *Idolized: Music, Media, and Identity in American Idol*. Bloomington, United States: Indiana University Press.
- Alten, S. R., (2012). *Working Audio*. Clifton Park, United States: Cengage Learning, Inc.
- Robertson, R. (2012). Globalisation or glocalisation? *The Journal of International Communication*, 18(2), 191-208. doi: 10.1080/13216597.2012.709925
- Wurtzel, A., & Rosenbaum, J. (1995). *Television Production*. New York: McGraw-Hil.

