



อัตลักษณ์วงดนตรีอิสระ กรณีศึกษาวงดนตรีอิสระในกรุงเทพมหานคร

INDEPENDENT MUSIC ARTISTS IDENTITY CASE STUDY OF INDEPENDENT MUSIC ARTISTS IN BANGKOK

อรรถพล หมั่นเจริญ

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารงานวัฒนธรรม วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, Gapjazz1@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระกรณีศึกษาวงดนตรีอิสระในกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระในกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระในกรุงเทพมหานครผู้วิจัยเลือกวิธีวิจัยเชิงปริมาณโดยวิเคราะห์วงดนตรีอิสระ 20 วงดนตรีและเลือกวิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ (1) นักแต่งเพลงอิสระในกรุงเทพมหานครจาก 3 วงดนตรี (2) ผู้บริหารค่ายเพลง (3) ผู้บริหารจากสื่อกลางในการเผยแพร่ผลงานระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค มีวสิทศติมมิ่ง ผู้จัดการแสดงดนตรี มีการใช้เครื่องมือคือแบบสอบถามที่หาค่า IOC (Index of item-Objective Congruence) จากการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อนำมาศึกษาและนำเสนอแนวทางการสร้างอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระ

ผลการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์วงดนตรีอิสระมีความสำคัญในการสร้างให้เกิดแนวทางในการบริหารจัดการวงดนตรีทั้งในมุมมองการสร้างกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องและการสร้างความโดดเด่นจากวงดนตรีอื่นๆที่มีแนวทางเดียวกันในช่วงเวลาที่อุตสาหกรรมดนตรีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและมีวงดนตรีอิสระเพิ่มขึ้นในปัจจุบันเมื่อเราให้เวลาในการค้นหาอัตลักษณ์ในวงดนตรีจะพบว่าวงดนตรีอิสระสามารถสร้างโอกาสที่จะก้าวสู่วงดนตรีที่ประสบความสำเร็จได้เทียบเท่ากับวงดนตรีที่มีการบริหารจัดการโดยบริษัทค่ายเพลงเช่นกัน

คำสำคัญ : อัตลักษณ์, วงดนตรีอิสระ

ABSTRACT

The purpose of Independent Music Artists' Identity Case Study of the independent music artists in Bangkok was (1) to study the independent music artists' identity in Bangkok and (2) to propose guidelines to manage the independent music artists' identity in Bangkok. I using the quantitative research by analyzing 20 independent music artists, and I chose to develop the qualitative research by using three sample groups, which are (1) three song writer in Bangkok (2) record label managers and (3) music steaming and music performance managers. Questionnaires were conducted as a tool in order to find the consistency between the questions and the IOC objective. From the inspection by three experts, this was to know the perspectives and ways of thinking about the independent music artists' identity in every aspect in order to study and propose guidelines on creating the independent music artists' identity.



The results showed that the independent music artists' identity is critical to create guidelines in managing music bands both in the perspective of targeting the right target and building a unique identity to stand out from other bands that have similar style during the fast-growing music industry and a significant increase in independent music artists these days. If we take time to find the identity in an artist, we will discover that these independent music artists are able to have an opportunity to be as successful as music artists managed by the record labels as well.

Key Words: Identity, Independent Music Artists

บทนำ

การเติบโตของอุตสาหกรรมดนตรีทั้งในประเทศและต่างประเทศเติบโตไปอย่างรวดเร็ว การคิดค้นและพัฒนาในด้านเทคโนโลยีการผลิตและบันทึกเสียงที่ก้าวหน้ามีส่วนทำให้อุปกรณ์ในการผลิตเพลงและต้นทุนลดลงจนเป็นส่วนสำคัญที่ขับเคลื่อนให้เกิดกลุ่มวงดนตรีอิสระที่เพิ่มขึ้นในช่วงแรกเรียกกันว่า เพลงอินดี้ ที่มาจากคำว่า Independent Music (วรรณวรา สุทธิศักดิ์, 2554) ที่กลุ่มผู้ผลิตงานนั้นมีอิสระทั้งในด้านการสร้างสรรค์และการบริหารจัดการด้วยตัวเอง

ขณะเดียวกันการคิดค้นพัฒนาเครือข่ายการเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่สามารถพัฒนาจนเชื่อมโยงเครือข่ายสื่อสารระหว่างคอมพิวเตอร์ทั่วโลกเข้าด้วยกันจนกลายเป็นระบบสื่อสารที่เรียกว่าอินเทอร์เน็ตก็เริ่มเข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมดนตรีมากขึ้นและกลายมาเป็นสื่อกลางระหว่างกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคให้สามารถสื่อสารกันได้โดยตรงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้วงดนตรีที่บริหารจัดการโดยค่ายเพลงหันกลับมามองข้อดีตรงนี้และออกมาเป็นศิลปินอิสระเช่นกัน

อินเทอร์เน็ตยังคงพัฒนาจนปัจจุบันเกิดสื่อกลางที่สร้างระบบจัดเก็บข้อมูลเพลงหรือ มิวสิคสตีมมิ่ง ที่ผู้ผลิตสามารถนำผลงานเพลงของตนเองมาฝากไว้ที่ระบบเพื่อให้ผู้ใช้บริการที่เป็นสมาชิกสามารถเข้าสู่ระบบโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางเพื่อรับฟังผลงานลักษณะเช่นเดียวกับการเช่าฟังเพลง (ธนาคาร เลิศสุตวิชัย, 2560) ความสะดวกจากการพัฒนาเหล่านี้ที่มีส่วนสำคัญทำให้วงดนตรีอิสระในปัจจุบันเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากข้อมูลการสัมภาษณ์ คุณศรัณย์ ภิญญรัตน์ ผู้ก่อตั้งบริษัทมิวสิคสตีมมิ่งฟังใจเมื่อวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2561 ที่ว่า เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2557 ฟังใจเริ่มต้นมีสมาชิกวงดนตรีอิสระ 51 วงดนตรี 398 เพลง และปัจจุบันฟังใจมีสมาชิกวงดนตรีอิสระถึง 1,881 วงดนตรีและบทเพลงถึง 7,791 เพลง

จำนวนวงดนตรีอิสระที่เพิ่มขึ้นและปัจจัยในด้านการผลิตทำให้ขั้นตอนการประพันธ์เพลงและการนำเสนอผลงานประพันธ์มีความสะดวกรวดเร็วประหยัดเวลามากขึ้นมีส่วนทำให้การให้ความกับการสร้างอัตลักษณ์ของวงดนตรีนั้นหายไปผู้วิจัยจึงมองเห็นถึงความสำคัญของอัตลักษณ์ที่สามารถนำไปต่อยอดในการบริหารจัดการเพื่อให้ทำให่วงดนตรีนั้นมีความโดดเด่นเป็นที่จดจำของผู้บริโภค เพราะปัจจุบันจำนวนวงดนตรีอิสระที่เพิ่มขึ้นนั้นไม่ใช่ทุกวงดนตรีอิสระที่มีผลงานเพลงเป็นที่รู้จักจะประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

ดังเช่นกรณีวงดนตรีอิสระ Colorpitch ที่มีผลงานประพันธ์เพลงชื่อ ชัดใจ ที่สร้างปรากฏการณ์มีผู้รับชมในเวปไซต์ Youtube.com มากถึง 128 ล้านครั้ง เวลาต่อมาเครื่องนำของวงดนตรีเข้าร่วมรายการโทรทัศน์ I can see your voice ในฐานะแขกรับเชิญจนถึงช่วงเวลาที่เปิดเผยตัวตนได้ขับร้องผลงานเพลงชัดใจของตนเองและกล่าวว่า



ตนเองคือผู้ประพันธ์ผลงานเพลงนี้ ทั้งผู้ร่วมรายการท่านอื่นและกลุ่มผู้ฟังต่างตอบเป็นเสียงเดียวกันว่ารู้จักบทเพลงจิตใจแต่จดจำไม่ได้ว่าคนนี้เป็นผู้ประพันธ์และขับร้องผลงานเพลงนี้ นี่เป็นเพียงหนึ่งในปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากการที่วงดนตรีอิสระเหล่านั้นไม่ได้เป็นจดจำของผู้บริโภคแม้ว่าผลงานประพันธ์จะเป็นที่รู้จักก็ตามการแข่งขันที่สูงขึ้นในปัจจุบันผู้วิจัยมองเห็นว่าผู้ที่มีความโดดเด่นและสามารถจำจดได้นั้นจะเป็นวงดนตรีอิสระที่ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและยืนยาว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์วงดนตรีในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเสนอแนวทางการสร้างอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระในกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยอัตลักษณ์เพราะเป็นกรอบในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ อัตลักษณ์มีรากศัพท์มาจากคำว่า Identity ที่มีความหมายว่า สิ่งที่เป็นคุณสมบัติของคนหรือสิ่งหนึ่ง อัตลักษณ์ประกอบไปด้วยคำสองคำ คือ อัต (อัต-ตะ) ซึ่งหมายถึง ตน หรือ ตนเอง รวมกับคำว่าลักษณะ ซึ่งหมายถึง สมบัติเฉพาะตัว มีหลายแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการนิยามคำว่า อัตลักษณ์ (อภิญา เพื่องฟูสกุล, 2546) ได้นิยามคำว่าอัตลักษณ์ไว้ดังนี้ ความเป็นปัจเจกที่เชื่อมต่อกับสังคม และ สัมพันธ์กับสังคม (ประสิทธิ์ ลิปรีชา, 2547) อัตลักษณ์ หรือ Identity มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า Identitas ที่เดิมใช้คำว่า Idem ที่มีความหมายว่าเหมือนกัน (Richard Jenkins, 1996 อ้างใน ประสิทธิ์ ลิปรีชา, 2547: 3-4) นิยามไว้ว่า อัตลักษณ์มีด้วยกันสองนัยยะ คือ ความหมายเหมือน และ ความเป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไป ขึ้นอยู่กับบริบทพื้นฐานด้านความสัมพันธ์ และการเปรียบเทียบกันระหว่างคนหรือสิ่งของ ในสองแง่มุมมอง คือ ความคล้ายคลึงและความแตกต่าง และ (Richard Jenkins, 1996 อ้างใน ประสิทธิ์ ลิปรีชา, 2547: 32-72) ยังได้ขยายความต่ออีกว่า อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่แล้วหรือกำเนิดขึ้นมาพร้อมคนหรือสิ่งของแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและมีความเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลาที่นิยามที่มีความสอดคล้องกับนิยามของ Richard Jenkins โดย (Berger and Luckmann, 1967: 173) ว่าอัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นด้วยกระบวนการทางสังคม อาจมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคม กล่าวได้ว่าอัตลักษณ์เป็นเรื่องราวของความเข้าใจและการรับรู้ที่เราและคนอื่น ๆ นั้นเป็นใครดำรงอยู่ว่าเรารับรู้เกี่ยวกับตัวเราอย่างไร และคนอื่นรับรู้เกี่ยวกับตัวเราอย่างไร โดยมีกระบวนการทางสังคมในการสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ ขึ้นอยู่กับบริบทของความสัมพันธ์ทางสังคมที่ต่อคนและกลุ่มอื่น ๆ ด้วย

จากคำนิยามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ดังที่ได้กล่าวมาอัตลักษณ์มีส่วนสำคัญที่วงดนตรีอิสระควรจะเข้าใจและมองเห็นถึงอัตลักษณ์ของวงดนตรีตนเองเพื่อประโยชน์ทั้งในด้านการสร้างสรรค์ผลงานให้มีความโดดเด่นมีความเป็นตัวตนที่ชัดเจนสร้างให้เกิดความแตกต่างจากวงดนตรีอิสระอื่น ๆ เป็นส่วนช่วยที่จะสร้างให้จดจำแก่กลุ่มผู้ฟังหรือผู้บริโภค เพราะหากวงดนตรีอิสระนั้นได้ถูกสร้างขึ้นมามีความเหมือนกันหมดทุกวงดนตรีก็จะเป็นเรื่องยากที่จะหากกลุ่มผู้ฟังที่ชัดเจนของตนเองและเป็นการยากที่จะหากกลุ่มผู้ฟังหรือผู้สนับสนุนที่ยั่งยืนและยาวนานจากคำนิยามและความหมายของอัตลักษณ์ที่ได้กล่าวมาเราสามารถสังเกตได้ว่าอัตลักษณ์นั้นได้เกิดมาด้วยปัจจัยหลายสิ่งหลายบริบทและไม่ได้เกิดขึ้นเองแต่มีความเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ทางสังคมและมีหลายองค์ประกอบที่ทำให้เกิดอัตลักษณ์ขึ้นมาเช่น ชื่อ เครื่องหมาย ตัวอักษร สีอัตลักษณ์ ข้อความประกอบ เป็นต้น



ความหมายและองค์ประกอบของอัตลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญที่เชื่อมโยงและจำเป็นที่จะต้องเข้าใจอัตลักษณ์และองค์ประกอบของอัตลักษณ์นั้นเพื่อการนำไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่การบริหารจัดการวงดนตรีอิสระในกรุงเทพมหานครเพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันที่ช่องทางเลือกของผู้บริโภคในยุคสมัยที่ผลงานเพลงมีให้เลือกฟังอยู่มากมาย การนำอัตลักษณ์และองค์ประกอบในอัตลักษณ์ไปพัฒนาและสื่อสารต่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้เป็นสิ่งสำคัญ

อัตลักษณ์วงดนตรีเกิดขึ้นได้จากหลายองค์ประกอบดังที่กล่าวมาด้านบนและมีส่วนประกอบสำคัญส่วนหนึ่งคือผลงานประพันธ์เพลงมีแนวคิดการวิเคราะห์เพลง ดวงใจ อมาตยกุล (2545) อธิบายการวิเคราะห์บทเพลงร้องที่มีองค์ประกอบคือ ดนตรี (Music) และบทประพันธ์ (Lyrics) ที่สร้างความหมายและสุนทรีให้กับบทเพลงโดยการผสมผสานบทประพันธ์ให้เข้ากับทำนองเพื่อสื่อสารและทำความเข้าใจสู่ผู้ฟัง ประกอบไปด้วย ทำนอง บทประพันธ์ จังหวะและการเรียบเรียงเสียงประสาน

ทำนอง (Melody) เป็นสิ่งที่นำพาเสียงร้องไปสู่ผู้ฟังมีหลายมุมมองทั้งด้านแนวเสียงสำหรับร้อง แนวทำนองดนตรีประกอบและเสียงประสานทำนอง ช่วยทำให้บทประพันธ์มีความไพเราะและเด่นชัด โดยทำนองประกอบไปด้วย โครงสร้างทำนอง ช่วงกว้างของเสียง และการควบคุมแนวเสียงร้อง

บทประพันธ์คำร้อง (Lyrics) บทประพันธ์ที่ดีต้องคำนึงถึงจินตลักษณ์และการเปลี่ยนแปลงให้สัมพันธ์กับทำนอง ซึ่งที่มาของบทประพันธ์คำร้องมีอิทธิพลมาจากสิ่งใกล้ตัวหรือวิถีการดำเนินชีวิต

จังหวะ (Rhythm) เป็นหลักสำคัญช่วยให้เพลงเปลี่ยนลีลาได้เมื่อเราสามารถกำหนดจังหวะให้สอดคล้องกับเนื้อหาจะมีส่วนช่วยให้เกิดอารมณ์ร่วมที่บอกลักษณะเพลง โดยมีองค์ประกอบดังนี้ อัตราความเร็ว อัตราจังหวะ รูปแบบของจังหวะ ลักษณะของจังหวะที่ส่งผลกับบทประพันธ์คำร้อง เช่น จังหวะหนัก จังหวะชัด หรือจังหวะเบา เร่งหรือผ่อน เป็นต้น

เสียงประสาน (Harmony) มีส่วนช่วยสร้างให้เกิดคุณภาพของอารมณ์ในผลงานประพันธ์มีบทบาทในการสร้างจินตนาการและทำให้รายละเอียดของเพลงชัดเจนขึ้นผ่านการใช้เทคนิคพิเศษ เช่น การเลือกใช้คอร์ด การออกแบบทำนองย่อย โครงสร้างดนตรีประกอบ และความสัมพันธ์กันของบทประพันธ์และเสียงประสานในการสร้างสรรค์ผลงานองค์ประกอบเหล่านี้มีส่วนสำคัญและเป็นจุดเริ่มต้นของอัตลักษณ์และการจดจำในผลงาน

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาต่อถึงแนวคิดวงดนตรีอิสระในอดีตมักจะเรียกวงดนตรีที่แตกต่างไปจากดนตรียอดนิยมเป็นคำกว้างที่ไม่เจาะจงแนวดนตรีเป็นการเฉพาะและผลิตโดยบริษัทขนาดเล็กที่จัดตัวเองว่าเป็นกลุ่มผู้ผลิตอิสระหรือเรียกว่า วงอินดี้ (Indie Music) (วรรณวรา สุทธิศักดิ์, 2554) โดยคำว่า Indie มีที่มาจากคำว่า Independent ที่หมายถึงความมีอิสระ (Baker, 2005 อ้างใน ปิยะรัตน์ เนตรไสว, 2549: 18) มีจุดกำเนิดการปฏิเสธรระบบนายทุน หรืออุตสาหกรรมที่เข้ามาแทรกแซงในการผลิต แต่การนิยามถึงดนตรีอินดี้เป็นดนตรีทางเลือกนั้นก็ได้เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยเช่นกันเพราะการกำหนดแนวเพลงกระแสหลักที่ได้รับความนิยมเป็นเรื่องยากและที่เราเห็นวงดนตรีอิสระบางวงนั้นก็มีการสร้างแนวเพลงที่มีสไตล์คล้ายกับเพลงในดนตรีกระแสหลักเช่นกันจึงคำว่าวงอินดี้ไปตามจึงถูกปรับเปลี่ยนเป็นความมีอิสระลักษณะการทำงานหรือประพันธ์เพลงของตนเองหรือแม้กระทั่งการคิดวิธีการเผยแพร่ไปสู่ผู้บริโภคด้วยตนเองจึงเกิดคำว่าวงดนตรีอิสระขึ้นมาด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสารที่ทำให้คำว่าวงดนตรีอินดี้หรือวงดนตรีได้นั้นเปลี่ยนไปเพราะเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันทำให้ความสามารถให้ผู้ใช้สื่อของวงดนตรีกระแสหลักกับวงดนตรีอินดี้มีความเท่าเทียมกันดังนั้นคำว่าเพลงได้นั้นจึงไม่สามารถอธิบายถึงวงดนตรีอิสระใน



ปัจจุบันได้เช่นกัน (Baker, 2005 อ้างใน ปิยะรัตน์ เนตรไสว, 2549: 18) ได้ให้คำนิยามความหมายของคำว่า Indie จากมุมมองของวงดนตรีแต่ละตัวอักษรไว้ดังนี้

(1) ตัวอักษร ไอ (I) มากจากคำว่า Inspired หรือแรงบันดาลใจ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการทำงาน และเป็นพลังที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในงานของตนเองอย่างแท้จริง

(2) ตัวอักษร เอ็น (N) มากจากคำว่า Non-traditional คือไม่ยึดติดกับธรรมเนียมปฏิบัติช่วยให้มีวิธีการที่แตกต่างและสร้างสรรค์สิ่งใหม่โดยปราศจากความกลัว

(3) ตัวอักษร ดี (D) มากจากคำว่า Determined การกำหนดจุดมุ่งหมาย ศิลปินอินดี้ที่จะประสบความสำเร็จนั้น เป็นผู้ที่มีความมุ่งมั่นต่อเป้าหมายและรู้จักกำหนดจุดมุ่งหมายให้เป็นที่ถึง

(4) ตัวอักษร ไอ (I) มากจากคำว่า Innovation คือการคิดนอกกรอบหรือมองหาโอกาสใหม่ๆ จากทุกมุมมองเพื่อช่วยความแตกต่างในการสร้างสรรค์

(5) ตัวอักษร อี (E) มากจากคำว่า Empowerment การเพิ่มพลังหรืออำนาจ ไม่รอคอยโชคชะตาหรือการถูกค้นพบ และมองว่าเป็นการนำพลังส่วนตัวมาแบ่งปันในรูปแบบดนตรีสู่โลกภายนอก (วรรณวรา สุทธิศักดิ์, 2554)

การคิดนอกกรอบจากแรงบันดาลใจโดยไม่ยึดติดกับธรรมเนียมและกำหนดจุดมุ่งหมายโดยไม่รอคอยโชคชะตาเพื่อไปให้ถึงผู้ฟังเมื่อสิ่งเหล่านี้รวมกันจะช่วยสร้างให้เกิดวงดนตรีอิสระขึ้นมาได้

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระกรณีศึกษาวงดนตรีอิสระในกรุงเทพมหานครผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์วงดนตรีอิสระ 20 วงดนตรีในกรุงเทพมหานครร่วมกับเกณฑ์วงดนตรีอิสระที่ประสบความสำเร็จที่มาจากคำสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth interview) คุณสรวิณ ฐิตะวสันต์ ค่ายเพลงสไปซ์คิด คุณชัยบรรจติ พิษผลทรัพย์ ค่ายเพลงสมอลูม และคุณภัทรภรณ์ ภัทรวิชา ค่ายเพลงบีอีซีเทโรมิวสิก มีเกณฑ์ดังนี้

เกณฑ์การคัดเลือกวงดนตรีอิสระที่ประสบความสำเร็จ

1. มีขั้นตอนการประพันธ์ผลงานเพลงและการบันทึกเสียงด้วยตัวเอง
2. ไม่มีสังกัดค่ายเพลงหรืออยู่ในค่ายเพลงที่มีศิลปินไม่เกิน 3 วงดนตรี
3. มีผลงานประพันธ์เพลงที่มียอดรับชมในยูทูป ไม่น้อยกว่า 50,000,000 ครั้ง
4. มีจำนวนคนติดตามใน Facebook ไม่น้อยกว่า 100,000 คน
5. มีผลงานประพันธ์เพลงของวงติดชาร์ตอันดับ 20 ขึ้นไปในคลื่นวิทยุหรือมิวสิกสตีมมิ่ง
6. มีโอกาสแสดงดนตรีในเทศกาลดนตรี หรือเวทีการแสดงดนตรีที่ได้รับการยอมรับ

ใช้วิธีการเก็บข้อมูล โดยการศึกษาเอกสารการสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interview) การสัมภาษณ์แบบกึ่งมีแบบแผน(Semi-structured Interview) มีการกำหนดโครงสร้างในการสัมภาษณ์โดยออกแบบเครื่องมือโดยใช้แบบสอบถามเพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (สุรินทร์ นิยมางกูร, 2546) วิเคราะห์วงดนตรีอิสระ 20 วงดนตรีที่มีแนวโน้มประสบความสำเร็จได้แก่ (1) วงดนตรี Yellow Fang (2) วงดนตรี UrboyTj (3) วงดนตรี



Magenta (4) วงดนตรี Jelly Rocket (5) วงดนตรี Safeplanet (6) วงดนตรีนั่งเล่น (7) วงดนตรีแจ๊สซูปเปอร์นิคอปายของก๊าก
ก๊าก (8) วงดนตรี วัชราวลี (9) วงดนตรีทีโบน (10) วงดนตรีไทเทเนียม (11) วงดนตรี Zweed n' Roll (12)
วงดนตรี Moderndog (13) วงดนตรี Superbaker (14) วงดนตรี LemonSoup (15) วงดนตรี Desktop Error (16) วงดนตรี
River Rhyme (17) วงดนตรี Basketband (18) วงดนตรีโยคีเพลย์บอย (19) วงดนตรี Lipta (20) เก่ง รัชช

และจากผู้ที่มิประสบความสำเร็จข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวงดนตรีอิสระและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการผลิตใน
อุตสาหกรรมดนตรีดังนี้ (1) นักแต่งเพลงอิสระในกรุงเทพมหานคร 3 ท่านที่มีความสอดคล้องกับที่มาของปัญหาใน
งานวิจัยครั้งนี้ จิระยุทธ จอมปวง นักแต่งเพลงอิสระวงดนตรี Colourpitch เจษฎา สุขุขรามร นักแต่งเพลงอิสระวงดนตรี
อิสระรุ่นแรก ซีเปีย คูบาคู และ ภาสกร โมระศิลป์น นักแต่งเพลงอิสระวงดนตรีอิสระ Mint Passakorn (2) ผู้บริหารค่าย
เพลงจาก สนามหลวงมิวสิก และ What the Duck (3) ผู้บริหาร Music Streaming และผู้จัดการแสดงดนตรีให้วงดนตรี
อิสระในกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดย การศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสัมภาษณ์แบบกึ่งมี
แบบแผน (Semi-Structured Interview) มีการกำหนดโครงสร้างในการสัมภาษณ์ โดยออกแบบเครื่องมือโดยใช้
แบบสอบถามเพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ ที่มีการหาค่า IOC ของแบบสอบถาม โดยเครื่องมือที่ใช้ในสัมภาษณ์ได้
ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม
วิธีดังกล่าวช่วยให้ได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เลือกวิธีในการวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลดังนี้ (1) การตรวจสอบและจัดเตรียมข้อมูล โดยตรวจสอบ
ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ว่ามีครบถ้วนตามที่ต้องการหรือไม่ แล้วนำข้อมูลที่นำมาจัดเรียงแยกตาม
กลุ่มของผู้ถูกสัมภาษณ์ รวมไปถึงการถอดความจากเทป (2) การจำแนกข้อมูลโดยการจำแนกข้อมูลที่ต้องการวิเคราะห์
ตามความเหมาะสมกับข้อมูล โดยใช้สามัญสำนึกและประสบการณ์ของผู้วิจัย ซึ่งสามารถกระทำได้โดยการจำแนก
ข้อมูลออกเป็นชนิดง่าย ๆ ตามแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาประกอบการศึกษา (3) การวิเคราะห์สรุปข้อมูลโดยใช้วิธีการ
วิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) เพื่อตีความและสร้างข้อสรุป โดยการพิจารณาจากข้อมูลเพื่อหาลักษณะร่วม
ของข้อมูลย่อยหลาย ๆ ชุด มาสรุปเป็นข้อมูลใหญ่และนำมาสร้างเป็นแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการบริหาร
จัดการวงดนตรีอิสระในกรุงเทพมหานครต่อไป

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์อัตลักษณ์วงดนตรีอิสระในกรุงเทพมหานครจากแนวคิดที่ว่าอัตลักษณ์เป็น
มุมมองที่บุคคลหนึ่งมองถึงอีกบุคคลหนึ่งผู้วิจัยจึงได้ทำการเลือกวงดนตรีอิสระเพื่อมาวิเคราะห์องค์ประกอบอัตลักษณ์
วงดนตรีอิสระจากมุมมองของผู้วิจัย 20 วงดนตรีด้วยกันโดยมีการวิเคราะห์ให้เห็นรายละเอียดในมิติดังต่อไปนี้
แนวทางดนตรีของวงดนตรีอิสระ วิธีการบรรเลงของแต่ละเครื่องดนตรีและการขับร้อง ทำนองและการเรียบเรียงเสียง
ประสาน ชื่อเพลง คำร้อง และเนื้อหาการเล่าเรื่องของบทเพลง ภาพลักษณ์และการแต่งกาย โลโก้ตัวอักษร สีและ



ภาพถ่ายที่เกี่ยวข้องกับวงดนตรี ข้อมูลความนิยมผู้บริโภคราย Youtube และ Facebook ร่วมกับเกณฑ์วงดนตรีอิสระที่ประสบความสำเร็จพบวงดนตรีอิสระได้เข้าข่ายเกณฑ์ทั้งหมด 5 วงดนตรีด้วยกันดังนี้(1)วงดนตรีอิสระUrboyTJ (2)วงดนตรีอิสระวัชราวลี(3)วงดนตรีอิสระไทยเทเนียม(4)วงดนตรีอิสระลิปดา(5)วงดนตรีอิสระเก่ง ชชช

จากการสัมภาษณ์วงดนตรีอิสระและกลุ่มผู้ผลิตในอุตสาหกรรมดนตรีเราสามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้ อุตสาหกรรมวงดนตรีอิสระในกรุงเทพมหานคร จากการสัมภาษณ์จะเห็นถึงมุมมองอุตสาหกรรมวงดนตรีอิสระที่มีความเหมือนกันของวงดนตรีอิสระในปัจจุบันอย่าง Mint Passakorn และ Colorpitch มองผลงานสร้างขึ้นมาจากตัวเองมีความเป็นตัวตนที่ชัดเจนและจะเป็นสิ่งที่สร้างให้เกิดอัตลักษณ์ของวงดนตรีได้เองและจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกชื่นชอบและติดตามในสิ่งที่วงดนตรีนั้นแสดงออกมาผ่านบทเพลงซึ่งในมุมมองของวงดนตรีอิสระที่สร้างมายาวนานอย่างซีเปียที่มีความคิดเห็นคล้ายกันให้ส่วนของตัวบทเพลงที่มีส่วนสำคัญกับอัตลักษณ์แต่ในขณะเดียวกันก็มีมุมมองที่แตกต่างคือหากต้องการให้อัตลักษณ์มีความชัดเจนมากขึ้นนั้นต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบอื่น ๆ มาก การสร้างตัวบทเพลงให้แตกต่างเช่น ชื่อ โลโก้ แนวทางของวงดนตรี หรือแม้กระทั่งตัวอักษรที่จะใช้ในวงดนตรีนั้นก็เป็นส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดอัตลักษณ์เช่นกัน แนวทางบริหารจัดการอุตสาหกรรมวงดนตรีอิสระจากข้อมูลการสัมภาษณ์มีมุมมองในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมวงดนตรีอิสระจากกลุ่มผู้ผลิตในอุตสาหกรรมดนตรีดังนี้เมื่อเราทราบถึงอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากองค์ประกอบต่างๆที่มาจากมุมมองผู้อื่นหรือสมาชิกในวงดนตรีเองที่สร้างขึ้นแล้วทั้ง ชื่อ แนวทางของวงดนตรี โลโก้ ตัวอักษรที่ใช้ แล้วสิ่งต่างที่มีความโดดเด่นในวงดนตรีนั้นๆ เราสามารถนำมาปรับใช้ องค์ประกอบอัตลักษณ์เหล่านี้และนำมาพัฒนาและสร้างให้เกิดเป็นทิศทางในการบริหารจัดการวงดนตรีและสามารถพัฒนาเป็นแบรนด์เพื่อให้เป็นที่จดจำและได้รับการสนับสนุนที่ยั่งยืนจากกลุ่มผู้บริโภค

เมื่อผู้วิจัยทำการศึกษ้อุตสาหกรรมวงดนตรีอิสระ พบว่าเราสามารถรับรู้อุตสาหกรรมวงดนตรีอิสระคนได้ โดยการฟังเป็นสิ่งแรกและเมื่อวิเคราะห์ด้วยการฟังอุตสาหกรรมวงดนตรีอิสระที่ประสบความสำเร็จเป็นผลจากความ เป็นปัจเจกที่เชื่อมต่อและสัมพันธ์กับสังคม (Richard Jenkin, 1996) ที่เราพบได้จากวิธีการทำงานที่น่าคุณสมบัติที่แสดงออกมาผ่านวิธีการบรรเลงและวิธีถ่ายทอดเนื้อหาของบทเพลงของสมาชิกในวงดนตรีแต่ละคนที่ไม่เหมือนกัน ประสิทธิภาพในการฟังและวิธีในการฝึกฝนเครื่องมือของแต่ละบุคคลมีที่ที่ต่างกัน เมื่อกลุ่มคนเหล่านี้เกิดการ เชื่อมต่อร่วมกันเกิดเป็นผลงานที่เป็นผลรวมความคิดของสมาชิกและเกิดสิ่งใหม่ที่เป็นคุณสมบัติเฉพาะของวงดนตรีซึ่ง เป็น อัตลักษณ์ในส่วนแรกของวงดนตรีที่แสดงออกจากผลงานประพันธ์ “เมื่อเราได้ยินหรือได้พบเห็นแบบนี้เราจะจำ ได้ว่าคือวง ๆ นั้นและสิ่งเหล่านั้นเกิดจากประสบการณ์ที่เค้าเรียนรู้และเติบโตมาจากสิ่งที่วงนั้นชอบ เมื่อได้ผ่านการ กลั่นกรองมาเป็นผลงานทำให้เกิดอัตลักษณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นในตัวคนเค้าในที่สุด(ต่อพงษ์ จันบุบผา, สัมภาษณ์, 20 มีนาคม 2561) เช่นการเล่าถึงวงดนตรีที่อิทธิพลต่อการสร้างงานของวงซีเปีย “ที่เริ่มสนใจและชอบดนตรีแนวฟังก็ร็อก เช่นวงอย่างบิลลี่ไอคอลลและวงราโมนส์และเป็นแนวทางดนตรีหลักที่เล่นจนถึงปัจจุบัน” (เจษฎา สุขทรามร, สัมภาษณ์, 21 มีนาคม 2561) สอดคล้องจากวิเคราะห์องค์ประกอบดนตรีของวงดนตรีอิสระที่ประสบความสำเร็จอย่างไทยเทเนียม พบว่า มีอิทธิพลทางดนตรีอย่างจังหวะกลองการใช้ทำนองเล่นซ้ำแทนการใช้คอร์ดหรือเสียงประสานในบทเพลง ที่เราสามารถพบได้จากวงดนตรีฮิปฮอปในยุคสมัยเดียวกันอย่างวงดนตรีเจย์ซี และวงดนตรี สนู๊ปดีด็อก แต่มีการผสมผสาน กับวิธีคิดของวงผ่านทำนองและบทประพันธ์ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับวิธีการเล่าเรื่องผ่านบทประพันธ์ในวิธีของวง ดนตรีอิสระไทยเทเนียม ทำให้เกิดอัตลักษณ์ใหม่ที่อยู่ในยุคสมัยนั้น “วงดนตรีไทยเทเนียมที่มีเบสคริมที่แน่นมากและ ชาวค์ดนตรีที่มีการมิกซ์อย่างมีคุณภาพแบบเพลงฮิปฮอปนิวยอร์คที่วงการเพลงไทยสมัยนั้นไม่เคยมี” (เจษฎา สุข



ทราชมร, สัมภาษณ์, 21 มีนาคม 2561) คำบอกเล่าจากประสบการณ์ของนักร้องนำวงดนตรีอิสระซีเปียและ โปรดิวเซอร์ผู้มีส่วนร่วมกับผลงานของวงไทยเทเนียมที่อธิบายให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทางดนตรีมีส่วนสร้างความโดดเด่นในวงดนตรีอิสระไทยเทเนียม แม้ว่าในสมัยนั้นจะเริ่มมีวงดนตรีในแนวเพลงที่เหมือนกันอยู่ แต่ด้วยผลรวมของประสบการณ์ที่ต่างกันจะพบเห็นอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากวงดนตรีอื่น ๆ ได้เช่นกัน “เรามองว่าอัตลักษณ์ในวงดนตรีอิสระคือการบอกให้ผู้ฟังรู้ว่าฉันคือใคร เพลงฉันเป็นอย่างไร ฉันอยากจะบอกอะไรให้คนได้รับรู้เกี่ยวกับวงดนตรีของฉัน” (จิราภรณ์ สุมณศิริ, สัมภาษณ์, 22 มีนาคม 2561) สอดคล้องกับการให้คำนิยามคำว่าอัตลักษณ์จาก Richard Jenkins (1996) ที่มองว่า อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่แล้วหรือกำเนิดขึ้นมาพร้อมคนหรือสิ่งของแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นช่วยขยายความให้เห็นว่าอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระในมุมมององค์ประกอบดนตรีเป็นเพียงสิ่งหนึ่งที่เป็นส่วนแรกในกระบวนการความคิด การสร้างให้เกิดอัตลักษณ์และส่งต่อไปถึงกระบวนการความคิดของอัตลักษณ์ในส่วนภาพลักษณ์และการแต่งตัวจากการวิเคราะห์วงดนตรีอิสระที่ประสบความสำเร็จ

ผู้วิจัยพบว่า เมื่อเรารับรู้ถึงอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระในส่วนที่แสดงออกมาทางองค์ประกอบดนตรี จะพบเห็นว่าการเชื่อมโยงให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์และการแต่งตัวของวงดนตรีอิสระเจ้าของผลงานประพันธ์เช่นกัน เพื่อให้ภาพลักษณ์และการแต่งตัวมีส่วนสำคัญในการช่วยยืนยันความชัดเจนในอัตลักษณ์ที่ปรากฏ ในผลงานเพลงของวงดนตรีอิสระที่เพิ่มเติมจากการฟังเพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนมากขึ้น เช่นที่ผู้วิจัยพบเห็นจากการวิเคราะห์วงดนตรีอิสระที่ประสบความสำเร็จว่าวงดนตรีแนวอิมبوبอย่าง ไทยเทเนียม UrboyTJ มีภาพลักษณ์และการแต่งตัวที่สอดคล้องและเป็นภาพจำของวงดนตรีอิมبوبที่ได้รับความนิยมในระดับสากลเช่นกันซึ่งมีวิธีการที่ตรงกับการทำงานกับวงดนตรีที่เข้ามานำเสนอผลงานกับค่ายเพลงสนามหลวง “เมื่อมีวงดนตรีเข้ามาหาสนามหลวงมิวสิกเราก็จะคุยกันถึงผลงานเพลงและแนวเพลงเป็นอย่างไร และทำสิ่งที่ทำให้คนจำได้อันดับแรกคือชื่อวง ส่วนที่สองคือรายละเอียดของภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับแนวเพลงและบุคลิกของสมาชิกในวงและมีการพูดคุยถึงอัตลักษณ์อย่าง โลโก้หรือสัญลักษณ์ของวง” (จิราภรณ์ สุมณศิริ, สัมภาษณ์, 22 มีนาคม 2561) ซึ่งอัตลักษณ์ที่ปรากฏผ่านภาพลักษณ์และการแต่งตัวที่ผู้วิจัยพบจากการวิเคราะห์วงดนตรีอิสระที่ประสบความสำเร็จสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามยุคสมัยเมื่อกาลเวลาผ่านไปเพราะอัตลักษณ์ถูกสร้างด้วยกระบวนการทางสังคม อาจมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคม (Berger and Luckmann, 1967) จากแนวองค์ประกอบอัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับ โลโก้และตัวอักษรเมื่อผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์วงดนตรีอิสระและการใช้เครื่องมือสัมภาษณ์ประชากรและกลุ่มตัวอย่างพบความสอดคล้องกันของการออกแบบโลโก้และตัวอักษรรวมไปถึงการใช้สีที่มีอิทธิพลมาจากการพูดคุยถึงอัตลักษณ์ในด้านดนตรีและภาพลักษณ์ที่ต่อยอดให้เกิดโลโก้และตัวอักษรรวมไปถึงรูปแบบสีที่ใช้ในวงดนตรีด้วยเช่นกันดังนี้ ปรากฏในการวิเคราะห์โลโก้และตัวอักษรของวงดนตรีอิสระที่ประสบความสำเร็จอย่างวงดนตรีอิสระไทยเทเนียมที่มีแนวทางดนตรีและภาพลักษณ์ที่มีการแสดงออกที่แข็งแรง ก็ปรากฏสิ่งเหล่านั้นบนการออกแบบ โลโก้ ตัวอักษร ซึ่งแตกต่างจากวงวงวารลิวที่มีแนวทางของดนตรีอคูสติคและมีรูปแบบการสร้างสรรคับทประพันธ์โดยใช้ภาษาที่มีความนุ่มนวลกว่าวงดนตรีอิสระไทยเทเนียมซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็แสดงออกผ่านการใช้สีในภาพของวงดนตรีทั้งสองเช่นกัน โดยภาพของวงดนตรีอิสระไทยเทเนียมเน้นการใช้สีขาวและสีดำส่วนภาพวงดนตรีอิสระวารลิว เน้นในการใช้สีธรรมชาติที่แสดงความอ่อนโยนอย่างสีชมพูและสีเขียวอ่อนเป็นต้นจากองค์ประกอบอัตลักษณ์ทั้งสามด้านที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบอัตลักษณ์ด้านดนตรี องค์ประกอบอัตลักษณ์ด้านภาพลักษณ์และการแต่งตัว และองค์ประกอบอัตลักษณ์ด้านโลโก้และตัวอักษรล้วนเป็นส่วนประกอบสำคัญที่สร้างให้เกิดอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระทั้งสิ้น



สรุปผลการศึกษา

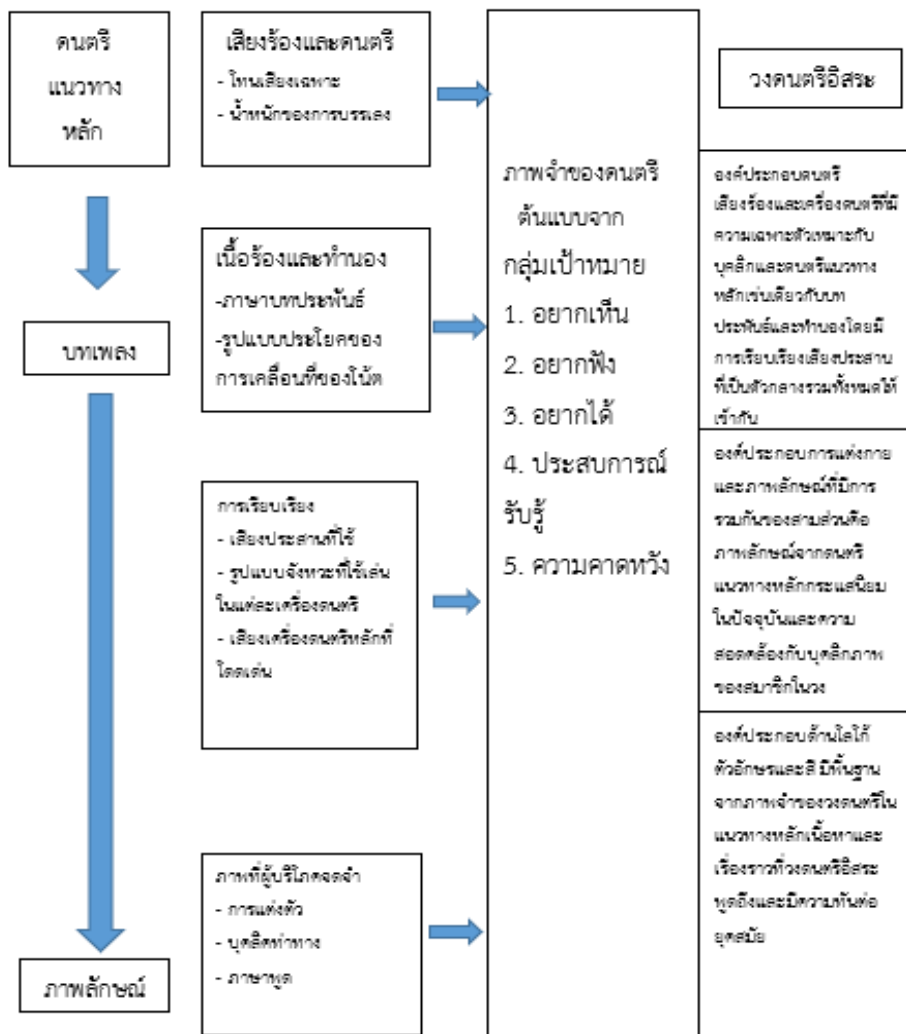
จากการศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระ และการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมดนตรีในกรุงเทพมหานคร ทั้งวงดนตรีอิสระ ผู้บริหารค่ายเพลง ผู้บริหารมิวสิกสตีมมิ่ง และผู้จัดการแสดงดนตรี ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการศึกษาและสัมภาษณ์มาสรุปอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระไว้ดังนี้จากความหมายของอัตลักษณ์ที่เป็นการรวมกันของคำว่า อัตตะ และ ลักษณะ เป็นความหมายว่า สมบัติเฉพาะตัวที่มี ที่แม้จะมีหลากหลายคำนิยามที่มาจากนักวิชาการหรือกลุ่มที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมดล้วนมีความเกี่ยวข้องและพูดถึงความเป็นลักษณะเฉพาะที่ตนมีทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นจากมุมมองของตัวเองหรือจากมุมมองของผู้อื่นแต่เมื่อเรารู้ถึงองค์ประกอบของอัตลักษณ์ที่พูดถึง ชื่อ เครื่องหมายหรือโลโก้ ตัวอักษร สีอัตลักษณ์ ข้อความประกอบ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเครื่องมือ และองค์ประกอบของอัตลักษณ์ที่บอกให้เรารู้ถึงลักษณะเฉพาะที่ตนมีทั้งสิ้น อีกทั้งเมื่อรวมกับมุมมองที่เกิดจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมดนตรีวงดนตรีอิสระในปัจจุบันก็มีการพูดถึงความสำคัญที่วงดนตรีอิสระควรให้ที่รู้ถึงองค์ประกอบเหล่านี้เช่นกัน และจะมีค่าให้สัมภาษณ์มีการพูดถึงเพิ่มเติมไปถึงการใช้ชีวิต บุคลิกภาพ การแต่งกาย สิ่งที่ชอบ เสียงดนตรีหรือเสียงร้องที่ไม่เหมือนใคร ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความสอดคล้องกับองค์ประกอบทั้ง 6 ของภายนอกแบรนด์ที่ (Philip Kotler, 2016) ได้กล่าวไว้ คือรูปร่างหน้าตาภายนอก คุณประโยชน์ทางกายภาพและอารมณ์ คุณค่า บุคลิกภาพ วัฒนธรรม ผู้ใช้ที่จะทำให้เกิดเป็นแบรนด์ เป็นสิ่งประทับความรู้สึกโดยรวมและเป็นผลรวมของสิ่งที่จับต้องไม่ได้ซึ่งทำหน้าที่เพิ่มพูนคุณค่า และความนิยมในความคิดจิตใจคน (วิทวัส ชัยปราชญ์, 2548) ซึ่งมีความสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของผู้มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมดนตรีอย่างวงดนตรีอิสระในยุคแรก ผู้บริหารค่ายเพลง ผู้บริหารมิวสิกสตีมมิ่ง และผู้จัดการแสดง ที่มองว่าหากวงดนตรีสามารถแบรนด์ที่แข็งแรงได้จะช่วยทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจถึงประสบการณ์ หรือผลงานที่วงดนตรีนั้นต้องการจะนำเสนอให้เค้าฟัง แต่ก่อนที่วงดนตรีอิสระจะสร้างแบรนด์ได้นั้นควรให้ความสำคัญกับการใช้เครื่องมือองค์ประกอบที่สร้างให้เกิดอัตลักษณ์ขึ้นให้ได้เสียก่อนเพื่อที่จะได้กำหนดแนวทาง และรู้ในสิ่งที่ตนเราก่อนที่จะนำไปเสนอแก่ผู้บริโภคและองค์ประกอบเหล่านี้สอดคล้องกับที่ (Baker, 2005 อ้างใน ปิยะรัตน์, 2549: 18) ได้นิยาม ตัวอักษร D ที่มาจากคำว่า Determined การกำหนดจุดมุ่งหมาย ในคำว่า Indie สำหรับวงดนตรีว่า ศิลปินอินดี้ที่จะประสบความสำเร็จนั้น เป็นผู้ที่มีความมุ่งมั่นต่อเป้าหมายและรู้จักกำหนดจุดมุ่งหมายให้เป็นให้ถึงและองค์ประกอบเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยกำหนดเป้าหมายและจุดหมายให้วงดนตรีอิสระได้

นำเสนอแนวทางการสร้างอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระ

การสร้างอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระที่ได้นำเสนอทำให้ผู้วิจัยมองเห็นถึงความสามารถในการพัฒนาเพื่อสร้างเป็นแนวทางการสร้างอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระเพื่อนำพาศิลปินที่สร้างงานตัวเองให้พัฒนาเป็นวงดนตรีอิสระที่มีอัตลักษณ์เกิดความโดดเด่นเป็นที่จดจำของกลุ่มผู้ฟังในปัจจุบัน ได้เพราะเมื่อนำทฤษฎีองค์ประกอบของตราสินค้าทั้ง 6 (Philip Kotler, 1991) มาวิเคราะห์เพิ่มเติมพบว่าองค์ประกอบของตราสินค้า (1) รูปร่างหน้าตาภายนอก (2) คุณประโยชน์ทางกายภาพและอารมณ์ (3) คุณค่า (4) บุคลิกภาพ (5) วัฒนธรรม (6) ผู้ใช้ มาอธิบายเข้าด้วยกันกับแผนภูมิเราสามารถนำองค์ประกอบของอัตลักษณ์มาพัฒนาร่วมเพื่อสร้างให้เป็นประกอบของตราสินค้าและสร้างมุมมองของผู้บริโภคต่อตราสินค้าซึ่งในที่นี้จะกล่าวถึงวงดนตรีอิสระที่นำอัตลักษณ์มาสร้างให้เกิดความโดดเด่นเป็นที่รับรู้ของกลุ่มผู้ฟังได้เช่นนามาการพัฒนาต่อในรูปแบบของการแสดงดนตรีสร้างได้เกิดภาพจดจำของผู้บริโภคที่ต่อวง



ดนตรีอิสระและการคาดหวังรอกคอยการแสดงในครั้งต่อไปของผู้บริโภคและเพิ่มเติมในส่วนขององค์ประกอบอัตลักษณ์ทางดนตรีที่สร้างให้อารมณ์ร่วมในบทเพลงของผู้ฟังในการแสดงดนตรีเช่นกันซึ่งหากมองภาพที่กว้างขึ้นผลงานประพันธ์ควรมีความสอดคล้องกับแนวคิดการประพันธ์เพลงทั้งขั้นตอนในการบันทึกเสียงที่ควรการออกแบบเพื่อให้สร้างให้การจดจำโดยการเลือกเสียงของเครื่องมือต่างรวมถึงเสียงของนักร้องนำที่ใช้ในการขับร้องเช่นกัน โดยมีพื้นฐานมาจากบุคลิกของน้ำเสียงของแต่ละบุคคล วิธีการสื่อสารของแต่ละบุคคลซึ่งทั้งหมดต้องสอดคล้องกับเนื้อหาของบทประพันธ์ด้วยเช่นกันส่วนต่อมาอย่างทำนองหรือบทประพันธ์ควรมีความสอดคล้องกับยุคสมัย อาทิเช่นการใช้คำศัพท์ที่เป็นที่รู้จักในยุคสมัยนั้นเช่นบทเพลงวันฟ้าหลังฝนของวงดนตรีแจ๊สสุนิกิปปาปิของก๊วก๊วกที่มีการนำคำศัพท์อย่างคำว่าวันมาใช้ในบทเพลงแต่ทั้งนี้คำที่นำมาใช้ก็ควรสอดคล้องกับบุคลิกของวงดนตรีด้วยเช่นกันส่วนต่อมาอย่างการเรียบเรียงเสียงประสานการเรียบเรียงให้เหมาะสมกับดนตรีแนวท่วงหลักนั้นมีความสำคัญแต่ในขณะเดียวกันรูปแบบของการใช้องค์ประกอบในเสียงต่างๆที่เกิดขึ้นในบทเพลงควรให้ความสำคัญในการออกแบบในสอดคล้องกับดนตรีหรือเนื้อหาของบทประพันธ์เช่นกันสิ่งต่างเหล่านี้เมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกันผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาต่อเป็นแนวทางการสร้างอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระที่เป็นที่จดจำได้ดังแผนภูมิดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แนวทางการสร้างอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระ



ข้อเสนอแนะ

1 การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลวงดนตรีอิสระเพื่อให้เห็นมิติของอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระเพื่อนำผลที่ได้มานำเสนอแนวทางการสร้างอัตลักษณ์วงดนตรีอิสระให้เกิดขึ้นและทิศทางการนำเสนออัตลักษณ์วงดนตรีอิสระในยุคสมัยใหม่เพื่อให้วงดนตรีอิสระทราบถึงแนวทางการทำงานและบริหารจัดการ

2 การเลือกกรณีศึกษายังมีข้อจำกัดเข้าถึงข้อมูลในการนำเสนอมุมมองในแง่มุมมองการสื่อความหมายในบทประพันธ์ที่เกิดจากผู้ประพันธ์และผู้บริโภคเพื่อสร้างให้เกิดบทเพลงที่เป็นกระแสนิยม

3 สำหรับวงดนตรีอิสระที่สนใจศึกษา ควรศึกษามุมมองวงดนตรีอิสระด้านการสื่อสารผลงานกับผู้บริโภคและขยายมุมมองไปในแนวทางการสื่อสารผลงานประพันธ์ให้เป็นกระแสนิยมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

จิระยุทธ จอมปวง. (2561, มีนาคม 21). ข้อมูลเกี่ยวกับวง Colorpitch. สัมภาษณ์.

จิราภรณ์ สุมณศิริ. (2561, มีนาคม 22). ข้อมูลเกี่ยวกับค่ายเพลงสนามหลวงมิวสิค. สัมภาษณ์.

เจษฎา สุขทรามร. (2561, มีนาคม 21). ข้อมูลเกี่ยวกับวงซีเปีย. สัมภาษณ์.

ต่อพงษ์ จันนุพผา. (2561, มีนาคม 20). ข้อมูลเกี่ยวกับวง What The Duck. สัมภาษณ์.

ธนากร เลิศสุดวิชัย. (2560). *ทำความเข้าใจกับ Music Streaming คืออะไรเปรียบเทียบ 3 ค่ายยักษ์ Spotify, Apple Music และ Joox*. [Online]. <http://www.digitalmarketingwow.com/2017/08/25/music-streaming-คืออะไร/> [2561, กุมภาพันธ์ 1].

ธัญธรวิวัฒน์ ธิบุญชัยพงศ์. (2561, มีนาคม 23). ข้อมูลเกี่ยวกับ Play Yard By Studio Bar. สัมภาษณ์.

ประสิทธิ์ ธิปริษา. (2547). "การสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง" วาบทอัตลักษณ์ รวมบทความจากการประชุมประจำปีทางมานุษยวิทยาครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

ปิยะรัตน์ เนตรไสว. (2549). *การสื่อสารผ่านปกซีดีเพลงอินดี้*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

ภาสกร โมระศิลป์. (2561, มีนาคม 23). ข้อมูลเกี่ยวกับวง Mint Passakorn. สัมภาษณ์.

วรรณวรา สุทธิศักดิ์. (2554). การวิเคราะห์กระบวนการสร้างความหมายของ "อินดี้" ระหว่างผู้ผลิตและกลุ่มผู้ฟังดนตรี

วิทวัส ชัยปราณี. (2548). *สร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: มติชน.

ศรัณย์ ภิญญรัตน์. (2561, มีนาคม 29). ข้อมูลเกี่ยวกับศิลปินอิสระในฟังใจ. สัมภาษณ์.

อภิญญา เพ็ญฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์: การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

Berger, Peter and Thomas Luckmann. (1967). *The Social construction of Reality : A treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Anchor Books.

Philip Kotler. (2016). *Marketing 4.0 Moving From Traditional To digital*. New York: John Wiley & Son