

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของการวิจัย

เอกสารขององค์กรพัฒนาและการค้าของสหประชาชาติ(United Nation Conference on Trade and Development: UNCTAD) รายงานว่าในปี ค.ศ.2004 รายได้จากของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของโลกมีอัตราอยู่ที่ 7% ของอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของโลกและมีค่า 8.7% ในปี ค.ศ.2005 ส่วนใหญ่มาจากประเทศในกลุ่มพัฒนาแล้ว อย่างไรก็ตามประเทศที่มีศักยภาพที่จะเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น ในเอกสารดังกล่าวได้กล่าวถึงประเทศในกลุ่มกำลังพัฒนาด้วยเช่นกัน ประเทศอินเดีย ฟิlipปินส์ เม็กซิโก จาไมก้า ฯลฯ ถือว่าเป็นประเทศในกลุ่มกำลังพัฒนาที่มีศักยภาพ ที่จะเปลี่ยนไปสู่ประเทศที่มีระบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้¹ ที่จริงหากพิจารณาคำว่า “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” เราก็มองเห็นอย่างชัดเจนว่า ในครั้งแรกปรากฏในการประกาศ “นโยบายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์” ของอังกฤษ ที่เรียกว่า “Creative Industries Task Force 1998” ซึ่งมีการประกาศในยุคที่โทนี่ แบลร์ (Tony Blair) จากพรรคแรงงานเป็นนายกรัฐมนตรี

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าแนวคิดเรื่อง “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” (creative industries) เป็น “วาทกรรมทางนโยบาย” ของนโยบายด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งรวมถึงนโยบายในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ในที่นี้ยังรวมถึงนโยบายอันไปมีส่วนที่เกี่ยวกับการลงทุนขององค์กรธุรกิจ

¹ ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ใน Creative Economy Report (2008) UNCTAD and UNDP., United Nations อย่างไรก็ตาม UNCTAD หรือ United Nation Conference for Trade and Development จะดูอัตราการเจริญเติบโตจากมูลค่าของสินค้าออกและนำเข้าของแต่ละประเทศเป็นหลัก

ภาคเอกชน ทั้งในส่วนการลงทุนเพื่อผลตอบแทนและที่ไม่หวังผลตอบแทนทางธุรกิจ(Cave 2000, Garnham 2005, Hesmondhalgh and Pratt 2005, Hartley 2004, O’Cornor 2005)

สำหรับในแผนงาน Creative Industries Task Force 1998 ได้ให้ความหมายถึงถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ไว้ ดังนี้

กิจกรรมต่างๆซึ่งมีที่มาจากความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ ความสามารถ และมีศักยภาพต่อการสร้างมูลค่าและสร้างงาน รวมทั้งคำนึงถึงเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ที่สร้างผลงาน (Creative Industries Task Force 1998)

เราจะเห็นว่า “ความคิด ทักษะและกิจกรรม สร้างสรรค์” เป็นส่วนที่มนุษย์เป็นผู้สร้าง ส่วนมูลค่าและทรัพย์สินทางปัญญานั้นเป็นกฎเกณฑ์ที่ถูกสร้างผ่านกลไกของรัฐและระบบทุนนิยม สำหรับแผนงานดังกล่าวมีการจัดประเภทกิจกรรม ที่ถูกจัดว่าเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์อันมีมูลค่าทางเศรษฐกิจ ประกอบไปด้วยกิจกรรมทั้งหมด 14 ประเภท คือ งานโฆษณา, งานสถาปัตยกรรม, ศิลปะ, ตลาดค้าของเก่า, หัตถกรรม, การออกแบบ, การออกแบบแฟชั่น, ภาพยนตร์ ซอฟต์แวร์บันเทิง, ดนตรี, ทิวทัศน์และวิทย์, ศิลปะการแสดง, สิ่งพิมพ์ และการออกแบบซอฟต์แวร์ (CITF 1998)²

เราจะเห็นว่าในแผนงานดังกล่าวของรัฐบาลอังกฤษนั้น กิจกรรมทางด้าน “ดนตรี” ได้ถูกจัดว่าเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประเภทหนึ่ง และมีส่วนสำคัญต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์นี้เป็นอย่างมาก เพราะดนตรีสมัยนิยมของอังกฤษยังมีส่วนช่วยสร้างภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมของอังกฤษต่อประชาคมโลก พร้อมกับเป็นอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมที่มีมูลค่าในการส่งออกสูงของประเทศเช่นกัน (Borthwick and Moy 2004:74-78) ในประเทศอังกฤษอุตสาหกรรมดนตรีสมัยนิยม

² มีการประเมินกันว่าในช่วงปี ค.ศ. 1996 นั้นอังกฤษมีรายได้จากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มากกว่า 8 % ของรายได้ประชาชาติ (GDP) รายได้ 4 % จากมูลค่าสินค้าส่งออก และมีคนทำงานถึง 2 ล้านคนในกระจายอยู่อุตสาหกรรมต่างๆที่ถูกจัดไว้ตามแผนงานฯ

(popular music industry) เป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดทั้งตลาดของการบริโภค และตลาดการจ้างงานภายในประเทศมาอย่างต่อเนื่อง และเป็นที่น่าสังเกตว่าตั้งแต่ยุคปี ค.ศ. 1960 จนถึงยุคปี ค.ศ. 1980 อุตสาหกรรมดนตรีในอังกฤษเกี่ยวข้องกับเยาวชนอังกฤษที่มีพื้นฐานการศึกษาด้านศิลปะมา ด้วยเหตุผลของการเป็นพื้นที่ของการสร้างวัฒนธรรมทางเลือกใหม่(Firth 1983: 1-8)

สำหรับประเทศไทยหากพิจารณาในเชิงวาทกรรมนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจแล้ว ความสนใจเรื่องของเศรษฐกิจสร้างสรรค์เกิดขึ้นในช่วงของรัฐบาลทักษิณ ชินวัตร โดยมีการจัดตั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและสร้างสรรค์(Thailand Creative and Design Center:TCDC)ขึ้นในปี ค.ศ. 2004 เพื่อเป็นแหล่งค้นคว้าและให้บริการความรู้สำหรับนักออกแบบไทย นอกจากนี้ยังมีการจัดกรุงเทพสัปดาห์แฟชั่นในปี ค.ศ.2005 (Bangkok Fashion Week 2005) หรือก่อนหน้านั้นในปี พ.ศ.2001 ก็ได้มีประกาศนโยบายส่งเสริม “สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” หรือที่รู้จักกันในนาม “OTOP” ซึ่งถือว่าการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นส่วนของภาคชุมชนเช่นกัน อย่างไรก็ตามแผนงานอันเกี่ยวข้องสำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในยุคของรัฐบาลทักษิณ ชินวัตร ได้ยุติลงเนื่องจากหลังเหตุการณ์ปฏิวัติ 9 กันยายน พ.ศ.2549 และด้วยสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองหลังในปี พ.ศ. 2549 ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลหลายครั้งระหว่างปี พ.ศ. 2549 - 2553 ซึ่งทำให้ไม่มีนโยบายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เด่นชัดจากรัฐบาลในช่วงเวลาดังกล่าว อย่างไรก็ตามก็ตีความสนใจในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาปรากฏอย่างชัดเจนอีกครั้ง ในยุคสมัยที่นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะเป็นนายกรัฐมนตรี(รัฐบาลอภิสิทธิ์ได้จัดงานเปิดตัวโครงการ Creative Thailand อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2552 (วารสารคิด ฉบับ” ยินดีต้อนรับสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ปีที่ 1 ฉบับ 1 ตุลาคม 2552)

โดยมีนายอลงกรณ์ พลบุตรรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นผู้รับผิดชอบหลักโครงการ Creative Thailand มีเป้าหมายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ในภูมิภาคอาเซียน และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ จากร้อยละ 12 ของ GDP เป็นร้อยละ 20 ของ GDP ภายในปี พ.ศ. 2555 เราจะเห็นว่ารัฐบาลอภิสิทธิ์เป็นรัฐบาลแรกที่ใช้นโยบาย “สร้างสรรค์” ในเชิงนโยบาย พร้อมทั้งยังมีการริเริ่มศึกษาถึงแนวทางปฏิบัติของนโยบายดังกล่าว โดยได้ให้ทั้งสถาบันเอกชนและหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ทำการศึกษา

จากการศึกษาของสถาบันคีนันซึ่งเป็นองค์กร Think Tank ที่ทำการศึกษาวิจัยเชิงการกำหนดนโยบายในโครงการ creative Thailand พบว่า เมื่อเปรียบเทียบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยกับต่างประเทศ จะพบว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าเชิงสร้างสรรค์ของไทยสูงประมาณ 13 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีส่วนแบ่งตลาดโลกอยู่ที่ร้อยละ 5.1 เป็นรองเพียงประเทศในกลุ่ม OECD อินเดีย และจีน ขณะที่มูลค่าการส่งออกสินค้าเชิงสร้างสรรค์ของไทยเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 5 ต่อปี ด้วยเหตุนี้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยจึงมีศักยภาพในการที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทย สถาบันคีนันได้ทำการศึกษาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 9 ประเภท ได้แก่ การพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์ เทคโนโลยีสารสนเทศ เฟอร์นิเจอร์และเครื่องเรือนทำด้วยไม้ การผลิตยา-รักษาโรค อัญมณีและเครื่องประดับ ภาพยนตร์ โรงภาพยนตร์ วิทยุและโทรทัศน์(ยังมีอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่สามารถจัดอยู่ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ แต่ไม่ได้ถูกรวมไว้ในการศึกษา (เนื่องจากความไม่มีข้อมูล และไม่สามารถเปรียบเทียบกับการศึกษาอื่นได้) จากการศึกษาในอุตสาหกรรมทั้ง 9 ประเภทได้ชี้ให้เห็นว่าได้สร้างมูลค่าให้แก่เศรษฐกิจไทยประมาณหนึ่งล้านล้านบาท หรือร้อยละ 9.53 ของอัตราการเจริญเติบโตรวมของชาติ (สถาบันคีนัน 2553 อังในมติชนออนไลน์ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2553)

นอกจากการศึกษาของสถาบันเอกชนแล้ว ในช่วงของรัฐบาลอภิสิทธิ์ยังได้ให้สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติหรือสภาพัฒน์ ฯ ทำการศึกษาถึง แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชาติไว้เช่นกันด้วย โดยสภาพัฒน์ ฯ ได้ให้นิยามถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ กระบวนการหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้พื้นฐานของ
 สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม(Cultural Asset-Based) ร่วมกับความคิดสร้างสรรค์
 (Creativity) นวัตกรรม (Innovation) หรือเทคโนโลยี ในการสร้างสรรค์สินค้าและ
 บริการที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ (Commercialization) หรือคุณค่า
 เพิ่มทางสังคม (<http://ce.nesdb.go.th/>)

นอกจากนี้สภาพัฒน์ฯยังได้มีการแบ่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยออกเป็น 12 กลุ่มหลักประเภท โดย
 ภาพยนตร์ไทย โฆษณา สถาปัตยกรรม ซอฟต์แวร์ การแพร่ภาพและกระจายเสียงไทย การพิมพ์ การ
 ออกแบบ ดนตรี ทัศนศิลป์ แฟชั่น ศิลปะการแสดงและหัตถกรรม นอกจากนี้ยังมีอุตสาหกรรมที่น่า
 ให้ความสำคัญอีก 3 ประเภท คือ อุตสาหกรรมอาหาร การแพทย์แผนไทยและการท่องเที่ยวเชิง
 สร้างสรรค์ สำหรับในการศึกษาของสภาพัฒน์ฯนั้นได้ให้ความสำคัญกับการสร้างห่วงโซ่มูลค่า
 (value chain creation)กับการกระจายการสร้างมูลค่าให้เศรษฐกิจต่างๆ ส่วนของสถาบันคีนัน
 มุ่งไปศึกษาถึงความสำคัญของการส่งเสริมเป็นสินค้าส่งออก (อาจด้วยสาเหตุที่กระทรวงพาณิชย์เป็น
 ผู้ให้โจทย์ของการศึกษา) แม้ประเด็นการศึกษาต่างกัน แต่ทั้งสองก็ให้ความสำคัญกับการศึกษาถึง
 แนวทางของเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติในภาพรวม

สำหรับตัวอย่างอันเป็นผลที่เกิดจากโครงการ Creative Thailand ที่เราพอจะกล่าวได้ในเชิง
 รูปธรรม ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตทางวัฒนธรรมก็คือการให้ทุนสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์
 จากโครงการไทยเข้มแข็ง โดยโครงการไทยเข้มแข็งขึ้นเป็นโครงการที่มีเป้าหมายเพื่อกระตุ้น
 เศรษฐกิจของชาติในภาพรวมและเน้นการกระจายรายได้ ไปยังชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อย มี
 ระยะดำเนินการระหว่างปีพ.ศ. 2553-2555 โดยมีงบประมาณ 8 แสนล้านบาทใช้ในโครงการ ใน
 โครงการนี้ได้มีการจัดสรรงบจำนวนหนึ่ง ให้กับโครงการที่เกี่ยวกับการผลิตสื่อวัฒนธรรมและงาน
 ด้านศิลปะ ในปีแรกคือ พ.ศ.2553 นั้นมีการจัดสรรงบประมาณจำนวน 200 ล้านบาท ผ่านทางสำนัก

ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยกระทรวงวัฒนธรรม(มติชนออนไลน์ 1 เมษายน 2553) เพื่อให้การสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ เช่นภาพยนตร์พระสุริโยทัยของหม่อมเจ้าชาตรี เฉลิมยุคล และภาพยนตร์ลุงบุญมีระลึกชาติของอภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล แม้ว่างบประมาณดังกล่าวมีจำนวนไม่มากนักอย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่างบประมาณจากโครงการไทยเข้มแข็ง ไม่อาจตอบสนองต่อความต้องการของผู้ผลิตด้านสื่อๆ โดยเฉพาะสื่อทางเลือกที่ต้องการผู้สนับสนุนงบประมาณการผลิต แต่ก็ดูเหมือนว่าเป็นครั้งแรกที่รัฐบาลมีการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนการผลิตให้กับเอกชนเพื่อผลิตงานเชิงพาณิชย์ ลุงบุญมีระลึกชาติของอภิชาติพงศ์ไปได้รางวัลปาล์มทองคำที่เทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ ประเทศฝรั่งเศส ในขณะที่พระสุริโยทัยมีการนำไปตัดต่อใหม่เพื่อเปิดตลาดภาพยนตร์ในฮอลลีวูด ประเทศสหรัฐอเมริกา

เราจะเห็นว่าในโครงการฯดูเหมือนว่าภาพยนตร์จะเป็นที่ได้รับความสนใจเป็นพิเศษ ซึ่งต่างไปจากอุตสาหกรรมดนตรีที่กลับไม่ได้รับการสนับสนุนแต่อย่างใด นอกจากมาตรการในการปราบปรามผู้ละเมิดการผลิตและจำหน่ายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการสร้างสรรคงานการผลิตโดยตรงเช่นกรณีของการให้งบสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ (อย่างไรก็ดีการให้ทุนสนับสนุนจากโครงการไทยเข้มแข็งได้ยุติลงหลังจากรัฐบาลอภิสิทธิ์ลาออกในปีพ.ศ. 2555)

ที่จริงช่วงก่อนที่จะมีการประกาศโครงการไทยเข้มแข็งนายอภิสิทธิ์และรัฐมนตรีอีกหลายคนในคณะรัฐบาล ได้มีโอกาสไปเทศกาลดนตรีอินดี้ที่สำคัญของไทย คืองานคอนเสิร์ต “แพต เฟส 8 พลาซ่า” เป็นครั้งที่ 8 ระหว่างวันที่ 7- 8 พฤศจิกายน พ.ศ.2552 ณ ชาเลนเจอร์ ฮอลล์ บริเวณเมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี เทศกาลแพตเฟสเป็นงานเทศกาลดนตรีที่จัดโดยบริษัทคลิก เรดิโอ จำกัด ผู้ดำเนินรายการวิทยุแพตเรดิโอ และถือว่าเป็นเทศกาลดนตรีที่เติบโตมากับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างแท้จริง เพราะงานที่จัดกันมาต่อเนื่องได้กลายเป็นเวทีของงานสร้างสรรค์ต่างๆที่มาจาก “ฝีมือการผลิตเอง” ทำเองของคนวัยหนุ่มสาวที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัย ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือฐานสำคัญของการผลิตอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ขนาดย่อม

หากเรามองไปที่อุตสาหกรรมดนตรีสมัยนิยมของไทย เราจะพบประเด็นที่น่าสนใจว่า อุตสาหกรรมดนตรีของไทยเติบโตมากในรอบเกือบ 20 ปีที่ผ่านมาโดยทุนเอกชน จากมีการประเมินกันว่ามูลค่าทางการตลาดประมาณ 2,000 บาท หากเทียบกับญี่ปุ่น 39,000 บาท และได้หัวัน 3,500 บาทแล้วตลาดของอุตสาหกรรมดนตรีสมัยนิยมของไทยยังคงมีขนาดเล็ก แต่ก็มีอัตราการเติบโตราว 10 % ต่อปีและพบว่ามียุคสมัยที่ยังเติบโตได้อย่างมาก(ไทยโพสต์ 14 มีนาคม พ.ศ.2552)

ที่กล่าวมาเราจะเห็นว่าในกรอบของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น รัฐบาลไทยยังไม่ได้ให้ความสำคัญดนตรีสมัยนิยมทั้งในแง่เศรษฐกิจและวัฒนธรรม ดังนั้น อุตสาหกรรมดนตรีจึงถูกมองว่าเป็นเศรษฐกิจที่อยู่กับทุนเอกชนและการตลาด ซึ่งในไทยแม้มีผู้ผลิตรายใหญ่ไม่กี่หลายแต่ก็ถือว่าเป็นตลาดนั้นเป็นไปตามกลไกของตลาดเสรีที่รัฐไม่ได้เข้าไปยุ่งเกี่ยว สำหรับในแง่วัฒนธรรมก็เป็นเรื่องของผู้บริโภคซึ่งตลาดเพลงสมัยนิยมของไทยในช่วงเกือบ 30 ปีที่ผ่านมาผู้บริโภคใหญ่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่น ดังนั้น ในส่วนต่อไปผู้วิจัยจะกล่าวถึงความสำคัญของวัยรุ่นกับอุตสาหกรรมดนตรี(music industry)และอุตสาหกรรมการบันทึกเสียง(record industry)

ความสำคัญของวัฒนธรรมวัยรุ่นและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

หากเราย้อนไปที่ประเทศอังกฤษการเปลี่ยนแปลงสำคัญอันเป็นที่มาของนโยบายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้น ก็คือ ดนตรีสมัยนิยม(popular music)ได้รับความสนใจจากรัฐบาลทั้งในแง่ที่เป็นทั้งมิติทางเศรษฐกิจและทางวัฒนธรรม(Firth, Cloonan and Williamson 2009: 72) หากพิจารณาถึงอุตสาหกรรมดนตรีในอังกฤษเราจะเห็นว่าเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมเยาวชน(youth culture)เป็นอย่างมาก ตั้งแต่ยุคของวงเดอะบีเทิล(The Beatles)จากเมืองลิเวอร์พูลในยุคปี 1960 หรือวงโอเอซิส(Oasis)ในยุคปี 1990 จากเมืองแมนเชสเตอร์ จากการศึกษาของเอียน แชมเบอร์(Ian Chamber)และซาราห์ โคเฮน(Sarah Cohan) พบว่าวัฒนธรรมดนตรีของกลุ่มเยาวชนของอังกฤษมีส่วนสำคัญต่อการผลักดันการเจริญโตของเศรษฐกิจวัฒนธรรมเมืองเป็นอย่างมาก(Chamber

1987, Cohan 1991) ขณะในสหรัฐอเมริกาจากการศึกษาของอลิซาเบธ เคอร์ริด(Elizabeth Currid)ก็พบว่ากลุ่มเยาวชนในนิวยอร์ก มีส่วนสร้างทั้งพื้นที่ทางศิลปะ วัฒนธรรมและเศรษฐกิจของนิวยอร์กมาตั้งแต่ยุคปี 1960 ซึ่งเคอร์ริดเรียกว่า “เศรษฐกิจแบบวอร์ฮอลล์”(Warhol Economy) (Currid 2007) (ตามชื่อของแอนดี้ วอร์ฮอลล์(Andy Wahor) ศิลปินผู้บุกเบิกสกุลศิลปะแนวป๊อปอาร์ต(Pop Art)ที่มีชื่อเสียงของนิวยอร์ก

สำหรับกรณีประเทศอังกฤษประเด็นที่น่าสนใจก็คือ อุตสาหกรรมดนตรีนี้เกิดการสร้างพื้นที่ของการผลิตทางวัฒนธรรมที่มาจากกลุ่มคนที่ทำงานทางด้านนี้จริงๆ ก่อนที่รัฐบาลหรือองค์กรการปกครองท้องถิ่นจะให้ความสนใจ โดยในกรุงลอนดอนช่วงกลางยุค 1980 ได้มีการริเริ่มเขตอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมขึ้นโดยกลุ่มสภา Greater London Council (GLC)³ ซึ่งในช่วงนั้นพรรคแรงงานที่มีบทบาทสำคัญในสภานี้ ได้เห็นถึงความสำคัญของกิจกรรมต่างๆของกลุ่มเยาวชนที่จะส่งผลต่อกับเศรษฐกิจของเมืองลอนดอนมากขึ้นเป็นลำดับ สภาฯดังกล่าวได้ให้นิโคลาส กรานแฮม (Nicholas Garnham) นักวิชาการด้านสื่อและเศรษฐศาสตร์การเมืองเป็นผู้ร่างแผนงานดังกล่าวในปี ค.ศ.1983 เพื่อเป็นแนวทางของการพัฒนาเขตของเมืองลอนดอนให้เป็นพื้นที่ของการผลิตและกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรม โดยในแผนงานนี้การ์นแฮมได้กล่าวถึง การสร้างพื้นที่ในการผลิตและสนับสนุนกิจกรรมในอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมอย่างเช่น สิ่งพิมพ์ สื่อกระจายเสียง ภาพยนตร์ วิทยุ กีฬา ร้านวิดีโอ และเพลงสมัยนิยม ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเติบโตอย่างมากในช่วงนั้น (Garnham 1990: 161-162) อย่างไรก็ตามจากกรอบของแผนงานที่การ์นแฮมเขียนเสนอนั้นไม่ได้มี

³ จัสตินโอ คอนเนอร์เห็นว่า “ยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมเป็นเรื่องทางการเมืองอย่างชัดเจน(cultural industry strategies are clearly political)สำหรับ ในแง่องค์กรปกครองท้องถิ่นนั้น Greater London Council ดูแลและรับผิดชอบพื้นที่บางส่วนของมหานครลอนดอน และความรับผิดชอบที่มันๆก็ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงจัดการเขตอุตสาหกรรมพื้นที่เมืองแต่อย่างใด ดูเพิ่มเติม http://en.wikipedia.org/wiki/Greater_London_Council

การนำไปใช้เป็นแผนปฏิบัติงานขึ้นแต่ประการใด ทั้งนี้เพราะสภา Greater London Council ถูกยกเลิกไปด้วยเหตุผลทางการเมืองในปี ค.ศ.1986 (Hesmondhalgh and Pratt 2005: 3)

ในขณะที่นิวยอร์กจากศึกษาของ อริสซาเบธ เคอร์ริดกลับพบในสิ่งที่ตรงกันข้าม คือในช่วงต้นปี 1970 องค์กรปกครองท้องถิ่นได้ลดการให้การสนับสนุนกิจกรรมด้านดนตรีและงานศิลปะร่วมสมัยต่างๆ โดยปล่อยให้ไปตามกลไกของตลาด กลุ่มเยาวชนในนิวยอร์กที่ส่วนใหญ่เรียนทางด้านศิลปะจึงริเริ่มการสร้างผลงานและหาตลาดทางเลือกของตนเอง ซึ่งได้ก่อให้เกิดกระแสของดนตรีแพ๊พซ์และศิลปะในแนวใหม่ขึ้น ซึ่งต่อมาถูกขนานนามให้เป็นสกุลศิลปินที่เรียกว่า “ป๊อป อาร์ต” (Pop Art) ของแอนดี้ วอร์ฮอล และในกระแสดนตรีได้เกิดวงดนตรีแนวอวอง การ์ด (avant garde) และพังค์ (punk) ซึ่งส่งผลให้นิวยอร์กกลายเป็นเมืองดนตรี ศิลปะและวัฒนธรรมที่คนรุ่นใหม่ต่างเดินทางเข้ามาหาโอกาสสร้างสรรค์งานที่นั่นในทศวรรษปลาย 60 – 70 (Currid 2007: 45-50)

เราจะเห็นว่าทั้งในอังกฤษและอเมริกาดนตรีสมัยนิยมรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับดนตรีสมัยนิยมกับวัฒนธรรมวัยรุ่นต่อเศรษฐกิจภาคเมืองเป็นอย่างมาก ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมาซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมดนตรีและวัฒนธรรมเยาวชนในกรุงเทพฯ โดยเฉพาะช่วงระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมาซึ่งแม้บริบทจะต่างไปจากการศึกษาในปรากฏการณ์ที่เกิดในทั้งในอังกฤษและอเมริกา แต่ผู้วิจัยเห็นว่าประเด็นที่เหมือนกันคือการใช้เยาวชนได้ก้าวเข้ามาสู่การผลิตงานทางวัฒนธรรมของตนเองไม่ใช่เป็นเพียงแค่ผู้บริโภค ดังนั้น งานวิจัยชิ้นนี้จึงให้ความสนใจศึกษาถึงประเด็นของเยาวชน โดยมีกรอบการวิจัยดังนี้

กรอบการวิจัย

ในโครงการวิจัยนี้ผู้ศึกษาสนใจการที่อุตสาหกรรมดนตรีในกรุงเทพฯ ที่ได้พัฒนาเข้าสู่ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยมุ่งความสนใจไปยังการริเริ่มจากกลุ่มผู้ผลิตงานสร้างสรรค์ด้านดนตรีที่เป็นเยาวชนในกรุงเทพฯ งานวิจัยให้ความสนใจการริเริ่มสร้างสรรค์งานของตนเอง โดยการผลิตงานของตนเองตาม “ความสามารถทางดนตรี”(musical authorship) และ “ความมีอิสระของการสร้างสรรค์”(creative autonomy) ของของกลุ่มนักดนตรีและศิลปิน ภายใต้เงื่อนไขของอุตสาหกรรมดนตรีและวัฒนธรรมดนตรีในบริบทของกรุงเทพฯ

ดังที่ได้กล่าวมาจากการศึกษาของทั้งแซมเบอร์, โคเฮนและเคอร์ริค จากสังคมอังกฤษและอเมริกัน มีคำถามในเบื้องต้นว่าการที่วัฒนธรรมดนตรีของกลุ่มเยาวชนในเมืองต่างๆ ที่ทั้งสามศึกษามานั้น เกิดขึ้นได้อย่างไร? โดยกลุ่มของพวกเขาเอง และเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับแผนงานหรือนโยบายการส่งเสริมจากรัฐบาลและองค์กรปกครองท้องถิ่นอย่างไร? เราจะเห็นทั้งในลอนดอนและนิวยอร์กมีการเติบโตของอุตสาหกรรมดนตรีจากกิจกรรมต่างๆ ที่ริเริ่มโดยกลุ่มเยาวชน ในที่นี้ผู้วิจัยเห็นว่าประเด็นสำคัญที่เราจำเป็นต้องเข้าใจถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่ไม่ใช่เพียงแค่มองผ่านกรอบการพิจารณาผ่านวาทกรรมเชิงนโยบายของรัฐเท่านั้น ดังนั้น เพื่อที่จะทำความเข้าใจถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เราจำเป็นต้องเข้าใจถึง “กิจกรรมทางด้านวัฒนธรรมและเศรษฐกิจอันมีที่มาจากผู้ปฏิบัติจริงๆ” และต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มเยาวชนในฐานะ “ผู้สร้าง” ไม่ใช่เป็นเพียง “ผู้รับ” อันจะทำให้เราเข้าใจถึงสถานะที่พวกเขาสามารถดำเนินชีวิตทั้งทางด้านเศรษฐกิจและทางวัฒนธรรม

ที่กล่าวมาทั้งหมดในช่วงต้น ผู้วิจัยต้องการชี้ให้เห็นภาพของวัฒนธรรมเยาวชนและความสัมพันธ์ต่อการเกิดขึ้นของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีในต่างประเทศและในประเทศไทย และที่มาของของคำว่า “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” ซึ่งเราจำเป็นต้องก้าวข้ามความเข้าใจในส่วนที่เพียงแคเป็นวาทกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจไปสู่การทำความเข้าใจปฏิบัติผู้สร้างสรรค์จริง

ผู้วิจัยเห็นว่าการเกิดขึ้นของกลุ่มทางวัฒนธรรมเยาวชนล้วนเป็นเงื่อนไขสำคัญของการส่งเสริมและก่อให้เกิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สำหรับในประเทศไทย เป็นที่น่าสังเกตว่า ทั้งกลุ่มอุตสาหกรรมดนตรีและกลุ่มศิลปินดนตรีของไทยทั้งที่อยู่กับค่ายเพลงหลัก กลุ่มค่ายเล็ก หรือศิลปินอิสระที่มีส่วนในผลักดันต่อการเจริญเติบโตนั้น ส่วนใหญ่มีฐานของการทำงาน การผลิตและพักอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ในอีกแง่หนึ่งเราอาจกล่าวได้ว่ากรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมดนตรี อุตสาหกรรมบันเทิงและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย แม้ไม่อาจเรียกว่าเป็นภาคเศรษฐกิจหลักของเศรษฐกิจภาคเมืองโดยรวม แต่หากมองในระนาบของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมไทยโดยภาพรวมแล้ว เราจะเห็นว่า ไม่ว่าโทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ ดนตรี การละคร ฯลฯ ทั้งหมดล้วนมีฐานทั้งการผลิต การกระจายและการบริโภคอยู่ในกรุงเทพฯทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตามแม้จะมีการศึกษาถึงงานอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในกรุงเทพฯ แต่ก็พบว่าการศึกษาถึงงานอุตสาหกรรมดนตรี โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของกรุงเทพฯมีอยู่จำนวนไม่มาก(นับทวิทัศน์ 2549) และยังขาดการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงถึงพัฒนาการของดนตรีสมัยนิยมในกรุงเทพฯทั้งในส่วนของพื้นที่การแสดงและการผลิตอันอยู่นอกเหนืออุตสาหกรรมการบันทึกเสียง ซึ่งเป็นส่วนที่ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยผู้วิจัยเห็นว่าเราควรให้ความสำคัญกับ“ความสามารถทางดนตรี”(musical authorship)และ “ความคิดสร้างสรรค์”(creativity)จะทำให้เราเข้า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์”ในฐานะที่ถือว่าเป็นทุนวัฒนธรรมที่มีสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ ดังนั้น การวิจัยจึงมีวัตถุประสงค์ของดังนี้

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาถึงอุตสาหกรรมดนตรีและวัฒนธรรมวัยรุ่นในกรุงเทพฯที่มีผลต่อการกำเนิดและการพัฒนาของดนตรีอินดี้ร็อกและโพสต์ร็อก
2. ศึกษาความสำคัญของ“ห่วงโซ่มูลค่า”ของดนตรีอินดี้ร็อกและโพสต์ร็อกในมิติของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งในเชิง“คุณค่า”ทางศิลปะกับ“มูลค่า”ในเชิงเศรษฐกิจและการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมในกลุ่มเยาวชนวัยรุ่นในบริบทของกรุงเทพฯ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพัฒนาการของของวัฒนธรรมเยาวชนของกรุงเทพฯที่ส่งผลต่อดนตรีอินดี้ร็อกและโพสต์ร็อกของไทย
2. ทราบถึงการสร้างฐานมูลค่าการสร้างสรรค์ของอินดี้และโพสต์ร็อกในมิติของอุตสาหกรรมในเชิงศิลปะ เชิงสังคมและวัฒนธรรมของเศรษฐกิจภาคเมืองของกรุงเทพฯ
3. บทความเผยแพร่ในวารสารวิชาการ

บทที่ 2

ทบทวนแนวคิดและทฤษฎี

สำหรับเนื้อหาในบทนี้ต้องการที่จะทบทวนทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยเฉพาะทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตทางวัฒนธรรม (production of culture) โดยการทบทวนงานทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องนี้ผู้วิจัยจะทบทวนเฉพาะในกลุ่มงานทางด้านสังคมวิทยาวัฒนธรรม (Sociology of culture) และวัฒนธรรมศึกษา (Cultural studies) ที่ได้ศึกษาประเด็นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมดนตรีสมัยนิยมและวัฒนธรรมวัยรุ่นเท่านั้น นอกจากนี้การทบทวนต้องการชี้ให้เห็นว่าทฤษฎีดังกล่าวนั้นสนใจการทำงานสร้างสรรค์ของผู้ผลิตงานในอุตสาหกรรมดนตรีในแง่ใดบ้าง ทั้งในช่วงของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่องค์กรธุรกิจและกลไกตลาดมีความสำคัญ และในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ผู้ผลิตงานต้องเข้ามาจัดการทั้งในแง่ของการผลิตและการตลาด และที่สำคัญการทบทวนทั้งหมดนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ต้องการที่จะพัฒนารอบของการวิเคราะห์งานวิจัยชิ้นนี้

สังคมวิทยาศิลปะและวัฒนธรรม:การผลิตและการบริโภค

ในส่วนนี้ผู้วิจัยต้องการกล่าวถึงแนวความคิดและข้อถกเถียงของทฤษฎี แต่ก่อนที่จะกล่าวถึง “สังคมวิทยาวัฒนธรรม” (sociology of culture) ผู้วิจัยเห็นว่าเราควรจะต้องเข้าใจกรอบของการศึกษาเบื้องต้นของ “สังคมวิทยาศิลปะ” (sociology of art) เสียก่อน เพราะทฤษฎีนี้ได้เริ่มตั้งคำถามเรื่องความสำคัญของการเข้าใจ “งานทางด้านศิลปะ”(work of art) (ทั้งในแง่ของรูปแบบและเนื้อหา) ในฐานะที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ (artifact) ของมนุษย์ ในแต่ละยุคสมัยจะถูกประดิษฐ์เปรียบเสมือนเป็นสื่อกลาง (medium) ต่อความเข้าใจมนุษย์กับธรรมชาติ แต่ด้วยข้อสมมุติฐานที่ว่าผู้ผลิตงานศิลปะอันล้ำเลิศได้นั้น ต้องมีความเป็นอิสระของการสร้างสรรค์ (creative autonomy) ซึ่งเป็นอิทธิพลจากยุคโรแมนติค (Romanticism) ทำให้เกิดมุมมองของการศึกษาที่ให้ค่าของการทำความเข้าใจในเรื่องของ “สุนทรียะ” อันเป็นผลผลิตของศิลปินอันเป็นปัจเจกชนและมีคุณค่าในตัวของเขา

มันเอง การศึกษาในมุมมองนี้ยังแยกศิลปะบริสุทธิ์ (pure art) และศิลปะงานเชิงพาณิชย์ (commercial art) ออกจากกัน (Adorno and Horkheimer 1956/1973:101-105)

แต่หากพิจารณาศิลปะในแง่ของเชิงสังคมวิทยาวัฒนธรรม (sociology of culture) แล้ว สุนทรียะหรือความงามต่างออกไปจากกรอบของการศึกษาของสังคมวิทยาศิลปะ เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams) นักทฤษฎีทางวัฒนธรรมชาวอังกฤษเห็นว่าความงามไม่ได้มีคุณค่าในตัวของมันเอง ในความเห็นของวิลเลียมส์สังคมวิทยาวัฒนธรรมควรเน้นไปที่ประเด็นของการผลิตวัฒนธรรมและปฏิบัติการทางวัฒนธรรมทั้งในแง่ของตัวสินค้า ผู้สร้างสรรค์และสถาบันทางสังคมของการสร้างสรรค์นั้นๆ โดยต้องทำความเข้าใจการผลิตและปฏิบัติการทางวัฒนธรรมของผู้ผลิตและกระบวนการการผลิตทั้งในแง่ของความสัมพันธ์ในการผลิต ภายใต้สถาบันและองค์การผลิต วิลเลียมส์เห็นว่า ถึงวัฒนธรรมทางเลือกต่างๆ จะเกิดขึ้นได้เสมอ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงพลวัตทางวัฒนธรรม (Williams 1995:9-15)

อาจกล่าวได้ว่า คำถามสำคัญของสังคมวิทยาวัฒนธรรม คือการให้ความสำคัญใน “การผลิตทางวัฒนธรรม” (cultural production) ว่าเกิดขึ้นมาอย่างไร ภายใต้เงื่อนไขและสภาพสังคมเช่นไร? ใครคือผู้ผลิต? และผลิตเพื่อตอบสนองใคร? ความสนใจหลักของการศึกษาทางสังคมวิทยาวัฒนธรรมนั้น ให้ความสนใจกับการผลิตทางวัฒนธรรมของผู้ผลิตงานทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม (ศิลปิน นักเขียน นักดนตรี นักแสดง ฯลฯ) ภายใต้สังคมสมัยใหม่และผ่านกระบวนการผลิตสินค้าในระบบทุนนิยม (Williams 1995 และดูเพิ่มเติมใน Back 2012, Long 1997, Spillman 2002) งานทางสังคมวิทยาวัฒนธรรมนั้นไม่อาจทำความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ของมนุษย์ได้ หากไม่ได้ทำความเข้าใจถึงเรื่องของศิลปะและวัฒนธรรม ในฐานะที่เป็นสื่อกลางที่แสดงออกถึงลักษณะเชิงโครงสร้างของสังคมที่สมัยใหม่อันซับซ้อน

อย่างไรก็ตาม ดังที่กล่าวไว้ในตอนต้นการทบทวนเนื้อหาของแนวคิดและทฤษฎีจะจำกัดเฉพาะในงานที่ศึกษาเกี่ยวกับสังคมวิทยาวัฒนธรรมที่ศึกษาอุตสาหกรรมดนตรี และกระบวนการสร้างสรรค์งานของศิลปิน(หรือนักดนตรี)เท่านั้น ที่ผ่านมานงานความสนใจเริ่มในช่วงทศวรรษที่ 70 งานชิ้นสำคัญในการศึกษาสังคมวิทยาวัฒนธรรม ยังคงเป็นงานที่ทำการศึกษาในแง่ของสังคมวิทยาองค์กร(Sociology of Organization) ทั้งนี้เพราะอุตสาหกรรมดนตรีและสื่อสารมวลชนได้โตเติบโตอย่างมากในช่วงหลังทศวรรษที่ 50 เป็นต้นมา การตั้งคำถามในเรื่องกระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรมและผู้ผลิตภายใต้ระบบทุนนิยม จึงเป็นคำถามสำคัญกับการผลิตวัฒนธรรมสื่อบันเทิงในรูปแบบต่างๆ

อย่างไรก็ตามงานสำคัญชิ้นแรกที่จะต้องกล่าวถึงก่อนในเบื้องต้น ก็คือ งาน The Culture Industry : Enlightenment as Mass Deception (1947/1992) ของแม็กซ์ ฮอว์คไมเออร์ (Max Horkheimer) และธีโอดอร์ ออดอร์โน(Theodor Adorno) งานชิ้นนี้เป็นบทความที่อยู่ในหนังสือสำคัญ Dialectic of Enlightenment ที่ทั้งสองเขียนร่วมกัน โดยตีพิมพ์ครั้งแรกในต้นทศวรรษที่ 40 และถูกนำมาตีพิมพ์ใหม่อีกครั้งต้นทศวรรษที่ 70 แม้ว่าในภาพรวมแล้วหนังสือไม่ได้กล่าวถึงสังคมวิทยาศิลปะและวัฒนธรรม แต่มีบทความสำคัญที่มักถูกอ้างถึงในประเด็นการศึกษานี้ ในบทความ The Culture Industry : Enlightenment as Mass Deception ฮอว์คไมเออร์และอดอร์โนได้ให้นิยามศัพท์ว่า “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” (the culture industry) แทนคำว่า “วัฒนธรรมมวลชน” (mass culture) อันหมายถึง สื่อบันเทิงและสื่อมวลชน เช่นภาพยนตร์ สื่อกระจายวิทยุ อุตสาหกรรมดนตรี) สาเหตุของการใช้คำว่า “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” ก็เพื่อสร้างความเข้าใจว่าสื่อมวลชนและสื่อบันเทิงเหล่านี้ล้วนเป็นมีฐานะเป็น “วัฒนธรรมสมัยใหม่”(modern culture) ที่ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองต่อชีวิตคนในสังคมสมัยใหม่ ซึ่งมีการแบ่งแยกเวลาทำงานและเวลาว่างออกจากกันชัดเจน (Horkheimer and Adorno 1947/1972:120-123)

ทั้งฮอว์กโคเมอร์และอดอร์โนยังได้ชี้ให้เห็นว่า กระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรมได้ทำให้ งานศิลปะและวัฒนธรรมในระบบทุนนิยมที่นำไปสู่การลดคุณค่าของผู้ผลิตงาน รวมทั้งมูลค่าการใช้ สอย(ของผลิตภัณฑ์)ของงานได้ถูกทำให้แปรเปลี่ยนไปเป็นมูลค่าการแลกเปลี่ยน นั่นเท่ากับว่าการ ผลิตงานด้านศิลปะและวัฒนธรรมนั้นไม่ได้ต่างอะไรกับระบบอุตสาหกรรมอื่นๆในระบบทุนนิยม ทั้ง กระบวนการผลิตและการบริโภคสินค้า ถูกทำให้อยู่ภายใต้โครงสร้างของการจัดการแบบตรรกะแบบ ทุนนิยมในระบบอุตสาหกรรมที่การผลิตเป็นแบบ “การผลิตแบบมวลชน”(mass production) พร้อมๆกันนั้น “การบริโภคแบบมวลชน” (mass consumption) ก็ถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองต่อ อุดมการณ์ของการผลิตและกระบวนการสะสมทุนของระบบทุนนิยม (Horkheimer and Adorno 1947/1972:130-132)

อย่างไรก็ตามความเป็นอิสระของการสร้างสรรค์ซึ่งเป็นอุดมคติของศิลปินปัจเจกชนในยุคโรแมนติคที่อดอร์โนและฮอว์กโคเมอร์รับมานั้น มักถูกเอามาใช้เป็นในแง่เปรียบเทียบกับศิลปินกับศิลปะ ที่ถูกผลิตขึ้นในระบบทุนนิยม งานศิลปะได้ถูกทำให้กลายเป็น “สินค้าทางวัฒนธรรม” (cultural commodity) ส่วนศิลปินผู้ผลิตงานก็ถูกทำให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของ “แรงงาน” ในกระบวนการการผลิตเชิงอุตสาหกรรม (Adorno and Horkheimer 1956/1973:101-103) อดอร์โนและฮอว์กโคเมอร์ ได้ให้ความสำคัญกับ การครอบงำทางวัฒนธรรมของระบบทุนนิยมที่ขึ้นเกิดกับผู้ผลิตและผู้บริโภค ดังนั้น ในกระบวนการนี้ผู้ผลิตงานศิลปะและวัฒนธรรมไม่ต่างอะไรกับคนงานในระบบทุนนิยมพวกเขาเหล่านั้นโดยไม่มี “อิสระในการสร้างสรรค์” อย่างที่แท้จริง ความคิดสร้างสรรค์ของพวกเขาถูกทำให้กลายเป็นส่วนที่แปลกแยกกับผู้ผลิต ซึ่งไม่ต่างกับกระบวนการแรงงานของผู้ใช้แรงงานในอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ

นอกจากนี้ในฐานะที่ถือว่าอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเป็น “ระบบอุตสาหกรรม” ดังนั้นทั้งคู่จึง เห็นว่าอุตสาหกรรมวัฒนธรรมมีโครงสร้างการผลิตและการจัดองค์กรเช่นเดียวกับระบบอุตสาหกรรม

การผลิตแบบมวลชน (mass production) อันเป็นระบบการผลิตที่เริ่มเกิดในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 หรือเป็นระบบการผลิตเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมที่เรียกว่า “ฟอร์ดติสม์” (Fordism) ดังนั้นในกระบวนการดังกล่าวประสิทธิภาพของการผลิตสินค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญหากพิจารณาการผลิตวัฒนธรรมเท่ากับการจัดการการผลิตให้มีประสิทธิภาพในเชิงปริมาณ จะเป็นส่วนที่มีความสำคัญมากกว่าที่จะให้กับ “การสร้างสรรคงาน” (ในเชิงคุณภาพ) ของผู้ผลิตงานเอง นอกจากนี้ฮอว์โคเมอร์และอดอร์โนยังเห็นว่า การจัดการกระบวนการผลิตแบบฟอร์ดติสม์นี้ถูกกำหนดมาจากโครงสร้างการจัดการแบบที่เรียกว่า “จากบนลงล่าง”(top-down) (Hokheimer and Adorno 1947/1992:121-123) ทำให้การสร้างสรรคงานของผู้ผลิตงานทางวัฒนธรรมเป็นการสร้างสรรคที่ถูกกำหนดให้ผลิตงานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแบบการบริโภคมวลชน (mass consumption) ฮอว์โคเมอร์และอดอร์โนยังเห็นว่า กระบวนการผลิตสินค้าวัฒนธรรมภายใต้โครงสร้างของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมนั้น นอกจากทำลาย “คุณค่า” ในตัวสินค้าแล้ว ยังได้ลดทอนความเป็นอิสระ (autonomy) ต่อการสร้างสรรคงานของผู้ผลิตหรือศิลปินลงไปด้วย (Hokheimer and Adorno 1947/1992:157)

โดยรวมแล้วงานเขียน The Culture Industry : Enlightenment as Mass Deception ของฮอว์โคเมอร์และอดอร์โน นั้นต้องการวิพากษ์ที่ผลิต “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” ภายใต้เงื่อนไข “การผลิต” แบบฟอร์ดติสม์ของระบบทุนนิยม ซึ่งทั้งคู่เห็นว่าอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเป็นระบบอำนาจที่ควบคุมสังคมสมัยใหม่ แต่งานของทั้งสองเปรียบเสมือนเป็นงานที่มีข้อเสนอภายในตัวเอง นั่นคือทั้งคู่วิพากษ์อุตสาหกรรมวัฒนธรรมด้วยความปรารถนาที่ต้องการจะให้ “วัฒนธรรม” (ที่ผลิตโดยการปลดปล่อยอำนาจ) เป็นสิ่งที่ช่วยปลดปล่อยมนุษย์ออกจากพันธนาการของอำนาจในระบบทุนนิยม แต่ประเด็นนี้ก็ดูเหมือนเป็นเป้าหมายของทั้งคู่มากกว่าเป็นวิวิธวิทยาที่ถูกเสนอไว้ในงานชิ้นนี้

อย่างไรก็ตามการศึกษาเรื่อง “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” ของฮอว์โคเมอร์และอดอร์โน มีคุณูปการต่อการศึกษาเรื่องสังคมวิทยาศิลปะและวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก ทั้งในแง่ของการตั้ง

โจทย์เรื่อง “โครงสร้างการผลิตกับความเป็นอิสระของการผลิตงานของศิลปินหรือผู้ผลิตงาน สร้างสรรค์ภายใต้ระบบทุนนิยม”

แต่จากการที่งานของทั้งสองยังขาดรายละเอียดของข้อมูลเชิงประจักษ์ ของโครงสร้างและ
การผลิตของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในอเมริกามากพอที่จะสนับสนุนความคิด ต่อมางานของพวกเขา
จึงได้ถูกโต้แย้งจากนักสังคมวิทยาวัฒนธรรมชาวอเมริกันหลายคน โดยเฉพาะประเด็นการเปรียบ
อุตสาหกรรมวัฒนธรรมว่ามีโครงสร้างเช่นเดียวกับระบบแบบฟอร์ดติสม์ เพราะหากโครงสร้างของ
อุตสาหกรรมวัฒนธรรมไม่ได้เป็นดังเช่นที่ฮอว์คโมร์และอดอร์โนกล่าวถึง ดังนั้น อำนาจของการ
ผลิตและการบริโภคในสังคมสมัยใหม่ก็อาจไม่ได้มีรูปแบบเบ็ดเสร็จ ต่อการกีดกันความสามารถและ
ควมมีอิสระของกลุ่มคนที่ผลิตงานด้านศิลปะและวัฒนธรรมก็เป็นได้

นอกจากนี้ในด้านของการบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมนั้น กลุ่มนักวิชาการด้านวัฒนธรรม
ศึกษาก็ได้โต้แย้งกับแนวคิดของทั้งสองโดยที่เห็นว่า ผู้บริโภคไม่ได้เป็นเพียงแค่เป็นผู้บริโภคหลงใหล
ในตัวสินค้าทางวัฒนธรรม (fetishism of commodity) แต่เป็นผู้สร้างความหมายใหม่ให้กับการ
บริโภคและการบริโภคนี้ก็ยังเป็นส่วนของการสร้างอัตลักษณ์ใหม่อันมีนัยยะของการต่อต้านอำนาจ
ของสังคมบริโภคแบบมวลชนที่ฮอว์คโมร์และอดอร์โนกล่าวถึง ซึ่งในประเด็นโต้แย้งของนักสังคม
วิทยาวัฒนธรรมและนักวิชาการวัฒนธรรมศึกษานี้ ผู้วิจัยจะขออภิปรายเพิ่มเติมโดยจะกล่าวถึง
เฉพาะกับงานศึกษาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีเท่านั้น

จากที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ฮอว์คโมร์และอดอร์โนเห็นว่า อุตสาหกรรมมีโครงสร้างจัดการ
เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมทั่วไป ประเด็นที่นักสังคมวิทยาอเมริกันโต้แย้งเขาก็คือในส่วนของกรอบ
การศึกษาสังคมวิทยาองค์กร(Sociology of Organization) โดยงานสำคัญของนักสังคมวิทยา
วัฒนธรรมอเมริกันที่ผู้วิจัยจะยกตัวอย่างมากกล่าวถึงในที่นี้ ก็คือ งานของริชาร์ด เอ. ปีเตอร์สัน
(Richard A. Peterson)กับเดวิด จี. เบอร์เจอร์(David G. Berger)และงานของพอล เอ็ม. เฮิร์สช

(Paul Hirsh) ซึ่งทั้งคู่เห็นว่าโครงสร้างของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมโดยเฉพาะกับอุตสาหกรรมดนตรีในอเมริกาไม่ได้เป็นดังเช่นที่ฮ็อกไคเมอร์และอดอร์โนได้วิเคราะห์ไว้

ริชาร์ด เอ. ปีเตอร์สันและเดวิด จี. เบอร์เจอร์นักสังคมวิทยาชาวอเมริกันได้ศึกษาถึงอุตสาหกรรมดนตรีในอเมริกากับการทำงานของศิลปินนักดนตรี ในการศึกษาของเขาพบว่าศิลปินที่เซ็นสัญญาภายใต้ค่ายใหญ่ๆ ของอเมริกาในช่วง ค.ศ. 1950-1970 นั้นมีอิสระในการทำงานของตนเองค่อนข้างมาก เขายังเห็นว่าการทำงานในอุตสาหกรรมดนตรีกระบวนการผลิตและการจัดองค์กรในอุตสาหกรรมดนตรีจะแตกต่างออกไปจากอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ทั่วไป(Peterson & Berger 2012:140-145) โดยที่ศิลปินหรือวงดนตรีจะทำงานร่วมกับผู้ดูแลการผลิต(producer)คนหนึ่งเป็นเวลานาน(กับงานหลายๆชุดโดยในส่วนขั้นตอนแรก ๆ ของการสร้างสรรคนี้บริษัทต้นสังกัดที่เซ็นสัญญากับนักดนตรีจะไม่เข้ามากำหนดรูปแบบการทำงานที่ตายตัวปล่อยให้ศิลปินได้ทำงานกับโปรดิวเซอร์ ส่วนขั้นตอนการควบคุมของอุตสาหกรรมดนตรี จะไปเกิดกับขั้นตอนในการกระจายและเผยแพร่สินค้ามากกว่า ในส่วนนี้คือบริษัทค่ายเพลงจะเข้าไปจัดการทั้งการส่งเสริมและการควบคุมในส่วนของการใช้สื่อเพื่อโปรโมท ไม่ว่าจะในรูปแบบของสื่อกระจายเสียงวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร และร้านที่จัดจำหน่ายสินค้า ตัวอย่างที่ปีเตอร์สันยกมาให้เห็นก็คือ การจัดชาร์ตเพลงของรายการวิทยุ การแสดงสดในรายการโทรทัศน์ การเขียนเชียร์และการสัมภาษณ์ศิลปินในนิตยสารดนตรีหรือนิตยสารบันเทิง และจากการศึกษาของปีเตอร์สันพบว่า ในกระบวนการต่าง ๆ ที่เรียกว่า “หลังการผลิต”(Post-production)นี้มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมดนตรีเป็นอย่างมาก (Peterson & Berger 2012:148-149)

แม้ว่าในงานของปีเตอร์สันจะใช้คำว่า “อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม” (culture industry) กับโครงสร้างการผลิตงานของอุตสาหกรรมดนตรีในอเมริกา และศึกษาความสัมพันธ์ในโครงสร้างการจัดการของอุตสาหกรรมลักษณะแบบ “บนสู่ล่าง” เช่นเดียวกับฮอร์ไคเมอร์และอดอร์โน แต่จาก

การศึกษาเขาได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่พบว่า ข้อสมมุติฐานในเรื่องอำนาจควบคุมในการผลิตและการลดทอนอิสระของศิลปินของฮอว์ไครเมอร์และอดอร์โนนั้นไม่ถูกต้อง ปีเตอร์สันมีข้อสรุปอันโต้แย้งกับฮอว์ไครเมอร์และอดอร์โน โดยเขาเห็นว่าศิลปินหรือผู้ผลิตงานนั้นมีอิสระในการทำงานในส่วนของกระบวนการผลิตและสามารถสร้างสรรค์งานภายใต้เงื่อนไขของโครงสร้างอุตสาหกรรมวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามในการศึกษาของปีเตอร์สันก็กลับไม่ได้สนใจตลาดของผู้บริโภคที่มีส่วนกำหนดหรือส่งเสริมกระบวนการผลิต เช่นเดียวกับฮอว์ไครเมอร์และอดอร์โน ซึ่งในประเด็นนี้ที่พอล เอ็ม เอิร์ส (Paul M Hirsch) ได้ทำการศึกษาอุตสาหกรรมดนตรีของอเมริกาไว้เช่นกัน

สำหรับพอล เอ็ม เอิร์ส (Paul M Hirsch) ได้โต้แย้งกับแนวคิดของฮอว์ไครเมอร์และอดอร์โน โดยเอิร์สได้ศึกษาทั้งวัฒนธรรมมวลชนและวัฒนธรรมชนชั้นสูงของอเมริกา ในส่วนของวัฒนธรรมมวลชนเขาค่อนข้างเห็นเช่นเดียวกันกับปีเตอร์สัน ที่ว่าภายใต้อุตสาหกรรมวัฒนธรรมนั้น กระบวนการสร้างสรรค์ของศิลปินไม่ได้ถูกลดทอนลงไปในโครงสร้างของผลิตและการจัดการทั้งหมด โดยเอิร์สให้ความสำคัญในแง่ของการตลาดที่เขาเห็นว่า ยังมีการแข่งขันกันสูงในตลาดมากเท่าไร อิสระในการทำงานสร้างสรรค์ของศิลปินก็จะมีมากขึ้นไปด้วย (Hirsch 2000:358-360) ในงานศึกษาของเอิร์สได้กล่าวถึงประเภทของดนตรีที่เกิดขึ้นมาใหม่ และสามารถสร้างพื้นที่ในตลาดได้ในอเมริกา เช่นแนวล็อกแอนด์โรลล์ที่ถือกำเนิดในยุค 1950 หรือแนวโซเคดลิคที่เกิดขึ้นในยุค 1960 ดนตรีทั้งสองแนวดังกล่าวเกิดมาจากการผสมผสานของแนวดนตรีที่มีมาก่อนหน้านั้น แต่ก็สามารถหาแนวทางของตนเองขึ้นมาใหม่ได้ แม้ในช่วงต้นจะเป็นการผลิตงานและบริโภคในแวดวงแคบๆ และได้รับความนิยมในชุมชนผู้บริโภคกลุ่มเยาวชน แต่การที่บริษัทเพลงหันมาสนับสนุนการผลิตเพลงในแนวดังกล่าวนี้ทำให้งานเหล่านี้ได้สร้างพื้นที่ของการผลิตได้อย่างมั่นคง และยังช่วยให้การผลิตเปลี่ยนเป็นโครงสร้างการจัดการแบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองต่อตลาดความนิยมแบบมวลชน ซึ่งการขยายตัวของตลาดและความนิยมมีมูลค่าในทางตลาดและก่อให้เกิดการแข่งขันในเชิงธุรกิจสูงเช่นกัน (Hirsch 2000:356-361)

ในมุมมองของเฮิร์สซเห็นว่าการเกิดขึ้นของการบริโภคตลาดแบบมวลชน (mass market) ไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการเกิดขึ้นของงานในสไตล์ใหม่ หากยังส่งผลงานในสไตล์ใหม่ๆ สร้างพื้นที่ของตนเองได้ และการที่สไตล์ใหม่นั้นจะสร้างพื้นที่ของตนเองได้อย่างมั่นคง ก็ได้ส่งผลให้ผู้ผลิตงานมีอิสระในการทำงานอย่างสร้างสรรค์และผลิตงานใหม่ๆ ขึ้นมาอย่างต่อเนื่องเช่นกัน จากการศึกษาของเขาในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีของอเมริกันพบว่า การสร้างสรรค์ของศิลปินที่ผลิตงานสร้างสรรค์โดยบริษัทใหญ่เป็นผู้จัดการด้านการผลิตทั้งนั้น

ในแง่ของควมมีอิสระการทำงานสร้างสรรค์ของการผลิตงานดนตรีนั้นเฮิร์สซเห็นว่า จากการเขียนเพลงและการแต่งเพลงนักดนตรีจะทำงานเป็นประจำอยู่แล้ว โดยไม่เกี่ยวกับเงื่อนไขของบริษัท ส่วนใหญ่นักดนตรีจะมีอิสระในการทำงานในส่วนนี้ค่อนข้างมาก หลังจากขั้นตอนนี้แล้วกระบวนการบันทึกเสียงและขั้นตอนการมิกซ์เสียงส่วนใหญ่ นักดนตรีจะทำงานร่วมกับโปรดิวเซอร์ และผู้บันทึกเสียง หรือนักดนตรีอื่นๆ ทำให้ขั้นตอนการทำงานนี้เป็นลักษณะของการร่วมงานกันทำจากหลายฝ่าย โดยสรุปเฮิร์สซเห็นว่าตลาดของการบริโภคแบบมวลชนยังปล่อยให้มีการแข่งขันในตลาดมีสูงเท่าไร ก็จะมีการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมออกมาจำนวนมาก ควมมีอิสระของกระบวนการสร้างสรรค์ของศิลปินก็พื้นที่มากขึ้นตามขึ้นไปด้วย เฮิร์สซเห็นว่าการควบคุมการผลิตงานและการสร้างสรรค์ผลงาน จึงไม่ใช่ประเด็นสำคัญของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดังเช่นฮอว์ไคเมอร์และอดอร์โนกล่าวไว้

จากที่กล่าวมาในส่วนนี้เราจะเห็นว่า ข้อโต้แย้งที่มาจากงานสังคมวิทยาองค์กรทั้งปีเตอร์สัน และเฮิร์สซที่โต้แย้งแนวคิดอำนาจของ “การจัดการแบบรวมศูนย์” ของทุนกับ “การลดทอนอิสระในการสร้างสรรค์” ของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมตามแนวคิดของฮอว์ไคเมอร์ก็อดอร์โน นอกจากนี้ทั้งปีเตอร์สันและเฮิร์สซต่างเห็นว่า ในโครงสร้างของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมโดยเฉพาะอุตสาหกรรมดนตรีนั้น การรวมศูนย์ของการจัดการและตลาดไม่ได้มีลักษณะที่เข้มงวดและ/หรือมีผลโดยตรงต่อ

การลดทอนอิสระของการสร้างสรรค์และความสามารถในการสร้างงานของศิลปินแต่อย่างใด รวมทั้งการจัดองค์กรในโครงสร้างอุตสาหกรรมวัฒนธรรม(ดนตรี)ที่ฮ็อกไคเมอร์กับอดอร์โนตั้งสมมุติฐานตามแนวคิดของแม็กซ เวเบอร์ในเรื่องของระบบข้าราชการนั้น ไม่อาจนำมาใช้อธิบายกับการจัดองค์กรและกระบวนการแรงงานในการผลิตงานทางวัฒนธรรม ข้อโต้แย้งของปีเตอร์สันและเฮิร์ชยังเห็นว่าอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรี (ของอเมริกา) ไม่ได้มีลักษณะการผลิตแบบมวลชนเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมการผลิตในระบบฟอร์ดติสม์แบบอื่นๆ

ที่กล่าวมา เราจะเห็นว่า งานของปีเตอร์สันและเฮิร์ชเป็นงานที่ศึกษาในปรากฏการณ์ของอุตสาหกรรมดนตรีของอเมริกาในช่วง ปี ค.ศ.1950-1970 หลังจากนั้นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีได้มีการเปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมาก (ดู Firth 1985, Grossberg 1992) การเกิดขึ้นของค่ายดนตรีใหญ่ๆ การเกิดขึ้นของสไตล์ดนตรีใหม่ๆ การเกิดขึ้นของชุมชนผู้ฟัง การเกิดขึ้นของสื่อและเทคโนโลยีสื่อสารต่างๆ อย่างไรก็ตามถือได้ว่า ทั้งคู่ได้เสนอข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีในสังคมอเมริกาที่ได้โต้แย้งกับแนวคิดเรื่อง การรวมศูนย์ของการผลิตวัฒนธรรมและการลดทอนการสร้างสรรค์งาน ตามแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของฮอร์ไคเมอร์และอดอร์โนเป็นคนแรกๆ

นอกจากข้อโต้แย้งของนักสังคมวิทยาอเมริกันดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ยังมีงานศึกษาของนักวิชาการจากอังกฤษที่โต้แย้งกับแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของของฮอร์ไคเมอร์และอดอร์โนเช่นกัน ในที่นี้ผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงงานของไซมอน ฟริธ (Simon Frith), เจสัน ทอยน์บี (Jason Toynbee) และคีธ เนกัส (Keith Negus) ซึ่งเป็นนักวิชาการด้านสื่อและวัฒนธรรมศึกษา(media and cultural studies) ที่ให้ความสนใจศึกษาปรากฏการณ์ของอุตสาหกรรมดนตรีและวัฒนธรรมเยาวชนของอังกฤษ

ไซมอน ฟริธ (Simon Frith) นักวิชาการวัฒนธรรมศึกษาได้ศึกษาถึง การเกิดขึ้นของอุตสาหกรรมดนตรีร็อกและวัฒนธรรมเยาวชนของอังกฤษในช่วงยุค 1970 ไว้ในงาน The Sociology of Rock (1978) โดยเขาเห็นว่างานเขียนของฮอว์ไคเมอร์และอดอร์โนนั้นได้แยกตรงที่แยก “วัฒนธรรมมวลชน” และ “ศิลปะ” ออกจากกัน โดยเห็นว่าวัฒนธรรมมวลชนเป็นเรื่องของความบันเทิงที่สนองต่อการต่อสร้างจิตสำนึกแบบมวลชน (mass consciousness) เพื่อการบริโภคสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว ฟริธเห็นว่าการศึกษาของทั้งสองได้ละเลยที่จะเข้าถึงความบันเทิงแบบประชาชนทั่วไป (popular entertainment) โดยฟริธเห็นว่าความบันเทิงแบบประชาชนไม่ได้เป็นแค่เรื่องของความสุขหรือการพักผ่อนหย่อนใจเท่านั้น หากแต่เป็นเรื่องที่นำไปสู่การต่อสร้างจิตสำนึกใหม่ได้เช่นกัน (Frith 1978:191-193) นอกจากนี้ในฐานะเขาเป็นนักวิจารณ์เพลงร็อกฟริธยังได้โต้แย้งกับนักวิจารณ์เพลงร็อกที่เห็นว่า ควรพิจารณาดนตรีร็อกในฐานะของศิลปะ (rock as art form) ซึ่งหากมองในกรอบดังกล่าวเท่ากับเป็นการให้ความสำคัญกับ “ความแท้จริง” (authenticity) ของเพลงร็อก เช่นเดียวกับงานศิลปะบริสุทธิ์ (pure art) และต่อต้านความสำเร็จเชิงพาณิชย์ที่เกิดกับดนตรีร็อก ดังนั้น ฟริธเห็นงานไม่ควรแยกดนตรีร็อกด้วยมโนทัศน์ความบันเทิงของประชาชนทั่วไปกับรูปแบบทางศิลปะ (art form) ออกจากกัน (Frith 1976:195-196)

ในประเด็นดนตรีร็อก (rock music) ฟริธเห็นว่าควรพิจารณาในแง่ของการเป็นความบันเทิงของประชาชนจากการศึกษาดนตรีร็อกในสังคมอังกฤษในยุคช่วงทศวรรษที่ 60 และ 70 ฟริธพบว่า ดนตรีร็อกได้ถูกผลิตโดยระบบอุตสาหกรรมการบันทึกเสียง (record industry) และเป็นการผลิตเพื่อตอบสนองต่อผู้ฟังจำนวนมากในแง่ของความบันเทิง พร้อมกับได้สร้างจิตสำนึกใหม่ให้กับวัฒนธรรมเยาวชนยุคนั้น และกลายเป็นสัญลักษณ์ของดนตรีในยุคของวัฒนธรรมขบถสังคม (counter-culture) ที่เรียกร้องเสรีภาพและต่อต้านอำนาจในสังคมทุนนิยม นอกจากนี้ฟริธยังเห็นว่าการผลิตดนตรีร็อกในเชิงอุตสาหกรรมและความนิยมของดนตรีร็อกในแง่ของความบันเทิงกับการก่อรูปจิตสำนึกแบบขบถสังคม และการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มเยาวชนไม่ได้ขัดแย้งกัน เราจะเห็นว่าฟ

ริธได้ก้าวพ้นการแยกคุณค่าแบบงานศิลปะและความบันเทิงออกจากกัน การที่เขาเห็นว่าอุตสาหกรรมวัฒนธรรมร็อกมีส่วนผลักดันที่สำคัญต่อการเกิดจิตสำนึกใหม่ของวัฒนธรรมเยาวชนเป็นการให้ความสำคัญกับการเมืองวัฒนธรรม(cultural politics) จากมุมมองบริโภาค ซึ่งเป็นกรอบการศึกษาที่สำคัญของงานด้านวัฒนธรรมศึกษาที่ ฟริธเห็นว่าเยาวชนเป็นอุดมการณ์มากกว่าลักษณะทางกายภาพ(Frith 1976:19-23) โดยฟริธเองเป็นคนแรกๆที่ให้ความสนใจกับการศึกษาในเรื่องดนตรีร็อกกับวัฒนธรรมเยาวชน

หากเราย้อนไปที่งานของฮอว์ไคเมอร์กับอดอร์โน ปีเตอร์สันกับเบอร์เจอร์ เฮิร์ชส, ฟริธ แม้จะศึกษาการผลิตดนตรีในเชิงอุตสาหกรรมวัฒนธรรม แต่ฟริธไม่ให้ความสนใจกับเรื่องของ อำนาจควบคุมและการลดทอนอิสระของผู้ผลิตงานแต่อย่างใด ส่วนหนึ่งเป็นเพราะวิธีวิทยาของที่ต่างออกไป เพราะฟริธเห็นว่าดนตรีควรเข้าใจในส่วนของความเป็น “รูปแบบทางวัฒนธรรม”(cultural form) อันเป็นเรื่องของปฏิบัติการทางวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นแนวคิดหลักของงานวิชาการด้านวัฒนธรรมศึกษาที่พัฒนาขึ้นในช่วงกลางปี ค.ศ. 1970 (ดู Hall and Jefferson 1991)

อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมดนตรีร็อกในอังกฤษก็เปลี่ยนแปลงไปมากหลังจากทศวรรษที่ 70 ช่วงที่ฟริธทำการศึกษานั้น การประสบความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ได้นำไปสู่กระแสต่อต้านร็อกสตาร์ (anti-rock star) พร้อมๆกับการเกิดขึ้นของร็อกในกระแสทางเลือกกับค่ายเพลงอิสระและกระแสดนตรีและวัฒนธรรมพังค์ร็อกในช่วงกลางถึงปลายทศวรรษที่ 70 ต่อด้วยการเกิดขึ้นของกระแสดนตรีที่เรียกว่า “นิวเวฟ”(new wave) ในต้นทศวรรษที่ 80 และตามด้วยกระแสอัลเทอร์เนทีฟร็อก (alternative rock) ในช่วงต้นทศวรรษที่ 90 ในช่วงนี้ได้เกิดการตั้งคำถามเรื่อง “วัฒนธรรมดนตรีร็อก” ยังคงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมขบถอยู่หรือเปล่า หรือการสร้างอัตลักษณ์ว่าเป็นร็อกเกอร์เป็นแค่ภาพลักษณ์ที่ถูกผลิตซ้ำของวัฒนธรรมขบถในยุค 70 คำถามนี้นำไปสู่การให้ความสนใจศึกษาเรื่อง “ความมีอิสระ” ของการทำงานภายใต้โครงสร้างอุตสาหกรรมการทำงานของนักดนตรีอีกครั้ง

แต่คำถามเปลี่ยนไปเนื่องจากโครงสร้างอุตสาหกรรมดนตรีมีความซับซ้อนในแง่ของการจัดการมากขึ้น นักดนตรีและกลุ่มของผู้ฟังก็หลากหลายมากขึ้นเช่นกัน การผูกโยงประเภทดนตรี อัตลักษณ์ของผู้สร้างสรรค์งานและวัฒนธรรมกลุ่มผู้ฟังไม่อาจจะใช้ภาพเดิมๆ ของยุคดนตรีร็อกและวัฒนธรรมขบถ สังคมได้อีกต่อไป คำถามเหล่านี้ได้กลายเป็นโจทย์สำคัญของนักวิชาการวัฒนธรรมศึกษาที่สนใจ วัฒนธรรมวัยรุ่นกับดนตรีสมัยนิยมอื่นๆ(ที่ต่างไปจากร็อก)ในรุ่นหลังจากการศึกษาของพริธ (ดูเพิ่มเติม Thornton 1996 และ Muggleton 2005) อย่างไรก็ตามผู้วิจัยจะกล่าวถึงงานสำคัญของนักวิชาการ 2 ท่าน

สำหรับนักวิชาการด้านสื่อและวัฒนธรรมศึกษาในรุ่นต่อมาเจสัน ทอยน์บี (Jason Toynbee) เป็นอีกคนหนึ่งที่ศึกษากระแสดนตรีสมัยนิยมในช่วงหลังปี ค.ศ.1990 เขาพบว่ากระแสของดนตรีสมัยนิยมดนตรีมีหลากหลายประเภทมากขึ้น และบางครั้งก็ยากที่จะนิยามประเภทที่นักดนตรีเหล่านั้นจากทั้งการแสดงหรือการบันทึกเสียง หากพิจารณาแบบกว้างๆอาจหมายถึง ภายใต้อุตสาหกรรมดนตรีได้เปิดช่องทางหลายๆ รูปแบบให้กับศิลปินหรือผู้สร้างสรรค์งานดนตรี ได้สามารถสร้างสรรค์งานของตนเองอย่างมีอิสระ ทอยน์บียังได้โต้แย้งประเด็นการผูกติดความสามารถทางดนตรี (musicianship)ตามประเภทของดนตรี(musical genre)(Toynbee 2000:1-5) ที่มักใช้เป็นข้ออ้างอัตลักษณ์ของผู้ผลิตงาน รวมถึงชุมชนของกลุ่มผู้ฟังของ เช่นเพลงร็อก นักดนตรีร็อกและร็อกเกอร์(ผู้ฟัง) การใช้ประเภทของดนตรีเป็นการระบุอัตลักษณ์และความสามารถในการผลิตงาน นับว่าใช้ไม่ได้อีกต่อไปในกระแสดนตรีช่วงยุคปี ค.ศ. 1990 ซึ่งเป็นยุคอุตสาหกรรมวัฒนธรรมมีการปรับตัว แต่นั่นก็ไม่ใช่สิ่งที่มีหมายถึง ความเป็นปัจเจกของผู้ผลิตงานดนตรี จะกลายเป็นอิสระแบบไร้ขอบเขต (เช่นนักดนตรีร็อก แต่งตัวแบบนักดนตรีร็อกทุก แต่เล่นเพลงคลาสสิก)

ทอยน์บียังได้อธิบายปรากฏการณ์ความเป็นอิสระที่เกิดขึ้นนี้ว่า “อิสระในทางสถาบัน” (institutional autonomy) โดยเขาเห็นว่าลักษณะของความอิสระในทางสถาบันนี้ อาจมีทั้งในลักษณะหรือแบบที่เรียกว่า “แนวตั้ง” ที่ศิลปินทำงานอยู่ภายใต้บริษัทแผ่นใหญ่ขนาดใหญ่ที่มีการจัดตั้งองค์กร แต่ก็ยังคงมีอิสระในการทำงาน (เช่นเดียวกับที่ ปีเตอร์สันกับเบอร์เจอร์ และเฮิร์สซไคด์กล่าวไว้) และในแบบที่เรียกว่า “แนวนอน” (Toynbee 2000 : 35-40) ที่ศิลปินทำงานกับบริษัทอิสระขนาดเล็กให้อิสระกับศิลปินอย่างเต็มที่และมีการจัดองค์กรมีไม่มากนัก รวมทั้งตัวศิลปินเอง อาจเป็นทั้งนักดนตรีคนหนึ่ง ๆ อาจทำเพลงได้หลายประเภท รวมถึงศิลปินเองก็อาจจะเป็นผู้บริหารและนักจัดการไปในตัวภายใต้โครงสร้างแบบแนวนอน อย่างไรก็ตามทอยน์บีก็ไม่เห็นด้วยกับการอธิบายว่า ศิลปินหรือผู้ผลิตงานสร้างสรรค์ที่อยู่ในระนาบแบบแนวนอนมีความอิสระในการสร้างสรรค์งานมากกว่าในแนวตั้ง

การมีอิสระในทางสถาบันนี้ทอยน์บีเห็นว่า เป็นปัจจัยสำคัญที่การทำงานดนตรีมีความหลากหลายขึ้น และผู้ผลิตงานดนตรีก็ไม่ยึดติดกับสไตล์ใดสไตล์หนึ่ง บางครั้งศิลปินที่อยู่ภายใต้บริษัทที่อยู่ในแนวตั้งออกมาร่วมผลิตงานอิสระของตนเองหรือร่วมงานกับศิลปินอื่น ๆ ก็ได้ และศิลปินที่อยู่ในบริษัทเล็กในแบบแนวนอนหลายกลุ่มก็มีความต้องการที่จะเซ็นสัญญาทำงานภายใต้ค่ายใหญ่ (the corporate music industry) ในระนาบแบบแนวตั้ง ฉะนั้นในกรอบการศึกษาของทอยน์บีเห็นว่า โครงสร้างการจัดองค์กรการผลิตและโครงสร้างอำนาจมีความซับซ้อน พร้อมทั้งมีการต่อรองอำนาจภายใต้โครงสร้างอันซับซ้อนของการผลิตในระบบทุนนิยมเอง ดังนั้น ความมีอิสระในการสร้างสรรค์งานดนตรีของศิลปินหรือผู้ผลิตงานดนตรีจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขว่าจะอยู่ในระนาบไหน และที่สำคัญการอยู่ในส่วนของแนวตั้งและแนวนอนไม่ได้เกี่ยวข้องกับการเกิดหรือไม่เกิดของแนวดนตรีใหม่ ๆ

ดังนั้น ใ้ว่าภายใต้โครงสร้างของระนาบแบบแนวนอนศิลปินจะสร้างแนวทางดนตรีในสไตล์ใหม่ได้ดีกว่าโครงสร้างแบบแนวตั้ง การศึกษาของทอยน์บีได้ชี้ให้เห็นว่า ความมีอิสระของการ

สร้างสรรค์งานของนักดนตรีในยุคหลังทศวรรษที่ 90 มีมากขึ้น เขายังเห็นว่าความมีอิสระเชิงสร้างสรรค์จึงเกิดขึ้นภายใต้โครงสร้างอำนาจการผลิตที่ซับซ้อนขึ้น โดยสังเกตได้จากแนวดนตรีต่างๆ สามารถเกิดขึ้นได้ในตลาดเพลง เขายังเห็นว่าความมีอิสระดังกล่าวนี้ทำให้นักดนตรีคนหนึ่ง หรือวงๆ หนึ่งสามารถผลิตงานได้หลากหลายแนว และไม่ถูกยึดติดกับประเภทของการจัดแนวดนตรีเช่นที่ผ่านมา ภายใต้โครงสร้างของอุตสาหกรรมดนตรีต่างออกไปจากอุตสาหกรรมดนตรีในยุคก่อนหน้านี้

คีธ นีกัส (Keith Negus) เป็นนักวิชาการด้านสื่อและวัฒนธรรมศึกษาอีกคนหนึ่งเห็นว่า ในอุตสาหกรรมดนตรีปัจจุบันมีการสร้างความสัมพันธ์ภายใต้การจัดการการผลิตและหลังการผลิตที่ซับซ้อนมากขึ้น และความซับซ้อนดังกล่าวส่งผลต่อความเป็นอิสระของการทำงานของศิลปินเช่นกัน อาจกล่าวได้ว่างานของนีกัสได้วิเคราะห์ถึงการผลิตงานดนตรีในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมยุคหลังฟอร์ดิสต์ (post-Fordism) ที่โครงสร้างของอุตสาหกรรมดนตรีได้แปรเปลี่ยนไปสู่โครงสร้างการจ้างองค์กรที่มีความเป็นสนามของการผลิตที่ซับซ้อนขึ้น นีกัสเห็นว่าการผลิตงานดนตรีในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมยุคหลังฟอร์ดิสต์ (post-Fordism) มีโครงสร้างของการผลิตและการจัดการอันยืดหยุ่นมากขึ้น

นีกัสได้ใช้แนวคิดของปีแอร์ บูดีเออร์ (Pierre Bourdieu) นักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศสที่ว่าด้วย“ตัวกลางทางวัฒนธรรม” (cultural immediately) มาใช้ในการอธิบายถึง โครงสร้างอุตสาหกรรมดนตรีในปัจจุบัน โดยนีกัสเห็นว่า ในการผลิตงานสร้างสรรค์ชุดหนึ่งของศิลปินภายใต้อุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีนั้น จะประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลายๆ ส่วนที่ต่างก็เข้ามาเป็นตัวเชื่อมโยงกระบวนการเดินทางของสินค้าระหว่างผู้ผลิต ผู้บริโภค เทคโนโลยี (Negus 1992: 38- 50) อย่างเช่น เทคโนโลยีดนตรีและเทคนิคในการอัดเสียงสามารถทำให้นักดนตรีมีอิสระในการทำงานมากขึ้นไม่ว่าเป็นศิลปินเดี่ยวหรือเป็นวง ขั้นตอนการคัดสรรศิลปินและการสร้างภาพพจน์ซึ่งเป็นส่วนที่ต้องใช้ทีมจัดการตั้งแต่ก่อนการผลิตงานจนกระทั่งผลผลิตงานออกสู่ตลาดไปแล้ว การผลิตและถ่าย

ทำมิวสิควิดีโอก็กลายเป็นสิ่งสำคัญพอๆ กับการทำงานเพลง การประชาสัมพันธ์การสัมภาษณ์ก็จัดว่ามีส่วนสำคัญต่อการผลิตผลงานนั้นออกสู่ผู้บริโภค ตลอดจนการออกแบบและการจัดการแสดงซึ่งก็ต้องประกอบด้วยทีมจัดการที่ต่างออกไป นีก็ก็ยังเห็นว่าองค์กรประกอบเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องทำงานสอดคล้องกันเสมอไป โดยในแต่ละส่วนทำหน้าที่นั้นๆ ต่างอยู่บนเงื่อนไขของการทำงานในตัวของมันเองที่ต่างกันออกไป บางครั้งก็อาจจะขัดแย้งกัน บางครั้งก็อาจจะส่งเสริมซึ่งกันและกัน ซึ่งทั้งหมดนี้อาจส่งผลต่อทั้งความสำเร็จและความล้มเหลวของผลงานของศิลปินก็ได้ (Negus 1992:38-48)

ดังนั้น จากการศึกษาของนีก็ก็เห็นว่า การผลิตทางวัฒนธรรม (production of culture) ภายในโครงสร้างของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีในปัจจุบันจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลายส่วนที่ต่างก็ทำหน้าที่ “ตัวเชื่อมต่อทางวัฒนธรรม” ของกระบวนการผลิต ซึ่งนีก็ก็เห็นว่า ศิลปินหรือผู้ผลิตงานสร้างสรรค์และผู้ทำงานทางด้านวัฒนธรรม (cultural worker) และคนอื่นๆ ก็ล้วนมีความสำคัญในการผลิตงานดนตรีในอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ที่ไม่อาจมีอำนาจการจัดการแบบส่วนกลางได้อีกต่อไป แต่นั่นก็ไม่ได้หมายความว่าอำนาจจะลดน้อยลง หายแต่กระจายตัวไปในส่วนต่างๆ ดังที่เขาได้อธิบายไว้

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมด เราจะเห็นว่างานนักวิชาการในกลุ่มนักสังคมวิทยาอย่างปีเตอร์สัน และเฮิร์ชซึ่งในกรอบการพิจารณาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมแบบของฮอกโคร์เมอร์และอดอร์โนที่มองว่าระบบทุนนิยมมีส่วนลดทอนคุณค่าผู้ผลิต ส่วนวัฒนธรรมศึกษานักวิชาการอย่างอย่างฟริธ ทอยปี และนีก็ก็ได้วิเคราะห์ว่า อุตสาหกรรมวัฒนธรรมในระบบทุนปัจจุบันไม่ได้มีการรวมศูนย์หรือได้เปลี่ยนผ่านเริ่มมีการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบหลังฟอร์ดดิสม์ (post-Fordism) หรือที่เดวิด ฮาร์วีย์เรียกว่าเป็น “การสะสมทุนนิยมแบบยืดหยุ่น” (Flexible accumulation) (Harvey 1993) ฟริธยังได้ชี้ให้เห็นถึงอุดมการณ์ของผู้ผลิตงานหรืออุดมการณ์ร็อกกับการผลิตงานในระบบอุตสาหกรรมดนตรีไม่ได้ขัดแย้ง

กัน พิธีให้เห็นว่าดนตรีที่ถูกผลิตจากอุตสาหกรรมนั้นกลับสร้างผู้บริโภคที่ต่อต้านระบบทุนได้ด้วย ดังนั้นหากมองในการผลิตซ้ำอุดมการณ์ที่ไปพร้อมกับสินค้าทางวัฒนธรรมแล้วไม่ได้เกิดขึ้นไปในทิศทางเดียวกันแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของฮอว์โคเมอร์และอดอร์โน

ในขณะที่การผลิตทางวัฒนธรรมในยุคหลังอุตสาหกรรมวัฒนธรรมยุคหลังฟอ์ดิสม์ (post-Fordism cultural industry) ทอยน์บีชี้ให้เห็นถึงความอิสระ(ที่มากขึ้น)ในเชิงสถาบันซึ่งเปิดพื้นที่ให้กับศิลปินและผู้ประกอบการใหม่สามารถผลิตงานใหม่ๆ ได้หลากหลายประเภท นอกจากนี้การเกิดขึ้นของบริษัททั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็กในอุตสาหกรรมดนตรีก็มีมากขึ้น ดังนั้นหากมองในแง่ทั้งศิลปินและบริษัทดูจะ “พึ่งพากัน” กันมากกว่าที่จะทำงานภายใต้โครงสร้างอำนาจแบบ “บนลงล่าง” สำหรับในส่วนของนี้ก็สั้นเราจะเห็นว่า ภายใต้โครงสร้างการผลิตทางวัฒนธรรมจะมีสนามทางวัฒนธรรมที่ประกอบไปด้วยหลายส่วนและมีผู้เกี่ยวข้องจำนวนมากตัวศิลปินหรือผู้ทำงานผู้สร้างสรรค์จึงเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิต ดังนั้นโครงสร้างของการจัดการมีความซับซ้อนมากกว่าเดิม และทำให้ “การผลิต” ของศิลปินหรือผู้ผลิตงานเป็นส่วนหนึ่งกระบวนการผลิต การจัดทำหมาย การสื่อสาร การตลาด ซึ่งทั้งหมดล้วนเกี่ยวพันกัน จนอาจกล่าวได้ว่าหากมีงานที่ประสบความสำเร็จสักชุดหนึ่ง เราไม่อาจแยกพิจารณาได้นั้นมาจากความสามารถของศิลปินผู้ผลิตงานหรืออาจมาจากฝ่ายการตลาดหรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ก็ได้ ดังนั้นคำถามถึงความเป็นอิสระของศิลปินจึงเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นอีกต่อไปในระบบอุตสาหกรรมดนตรีในมุมมองของนี้ก็สั้น ความเชื่อมโยงของสนามต่างๆที่ต่างทำหน้าที่ในการผลิตทางวัฒนธรรมคือประเด็นที่นี้ก็สั้นเน้นในกรอบการศึกษาของเรา

สรุปกรอบการศึกษา

ดังนั้น จากการทบทวนดังกล่าวเราจะเห็นว่าโครงสร้างของอุตสาหกรรมดนตรีที่เปลี่ยนไปส่งผลอย่างมากต่อสภาวะการทำงาน การผลิตงานดนตรี การเกิดแนวดนตรีและการตลาด ด้วยกรอบการศึกษาสังคมวิทยาวัฒนธรรมของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ที่ให้ความสำคัญกับการผลิตทาง

วัฒนธรรม งานวิจัยได้ให้ในเรื่องความสัมพันธ์ของ“บริบท”(context), “ความสามารถ” (authorship) และ“ความมีอิสระ”(creative autonomy)ของผู้ผลิตงานภายใต้โครงสร้างของอุตสาหกรรมดนตรี ผู้วิจัยยังเห็นว่าภายใต้อุตสาหกรรมดนตรีสมัยนิยมของไทยที่ผู้เขียนจะกล่าวถึง ในบทต่อไปคือประเด็นความสำคัญที่จะทำให้เราเข้าใจความสำคัญกับพลวัตของวัฒนธรรม ทางเลือกใหม่ๆที่เกิดจากสภาวะที่ต้องการหลีกเลี่ยงจากเงื่อนไขต่อการสร้างสรรค์งาน ดังกล่าวนี้เรา จำเป็นต้องเข้าถึงความสำคัญของสิ่งเหล่านี้ในฐานะที่เป็นปัจจัยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในรอบ 2 ทศวรรษที่ผ่านมา

บทที่ 3

กรอบความคิดและระเบียบวิธีวิจัย

ในบทนี้ผู้วิจัยต้องการจะกล่าวถึงระเบียบวิธีวิจัยและกรอบการวิเคราะห์ ดังที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 2 ว่า ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยใช้กรอบสังคมวิทยาวัฒนธรรม (sociology of culture) และสื่อกับวัฒนธรรมศึกษา(media and cultural studies) สำหรับกรอบของสังคมวิทยาวัฒนธรรมที่ผู้ใช้ใช้นั้นมุ่งความสนใจกับการเกิดขึ้นของกลุ่มผู้ผลิตงาน และผลงานว่าเกิดขึ้นมาได้อย่างไร ในบริบทไหน และงานนั้นได้รับใช้หรือสนองตอบต่อใคร และในด้านใดบ้าง สำหรับวัฒนธรรมศึกษานั้นได้ให้ความสำคัญกับการผลิตดนตรีอันมีส่วนในการสร้างความสัมพันธ์ของชีวิตชีวิตประจำวันของผู้ผลิตงาน อีกทั้งยังคงให้สนใจว่าดนตรีสมัยนิยมมีส่วนในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับนักดนตรีและผู้บริโภคอย่างไร? รวมทั้งสนใจการเกิดขึ้นและการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างองค์ประกอบต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมดนตรีกับกลุ่มผู้บริโภค

กรอบแนวคิดทางทฤษฎี

เราจะพบว่าแนวคิดการผลิตวัฒนธรรมในยุคเริ่มต้นได้สนใจอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของแม็กซ์ ฮอกโคเมอร์และธีโอดอร์ ออดอร์โนนั้นได้ให้ความสำคัญกับระบบการผลิตแบบฟอร์ดดิซึม แต่นักวิชาการในรุ่นต่อมาได้โต้แย้งกับการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของฮอกโคเมอร์และอดอร์โนที่เห็นว่า รูปแบบอุตสาหกรรมและมีการรวมศูนย์การจัดการ ผู้สร้างสรรค์งานถูกทำให้อยู่ภายใต้กระบวนการผลิตสินค้าและถูกลดทอน “อิสระของสร้างสรรค์” อุตสาหกรรมวัฒนธรรมในแบบฟอร์ดดิซมิ์ไม่ได้มีโครงสร้างอำนาจที่รวมศูนย์ และศิลปินสร้างสรรค์งานใหม่ภายใต้การผลิตแบบมวลชน

สำหรับในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับการผลิตงานทางด้านวัฒนธรรม โดยผู้วิจัยเห็นว่านี่เป็นปัจจัยสำคัญในแง่บริบทของการก่อให้เกิดการผลิตงานสร้างสรรค์(ดนตรีสไตล์ใหม่ๆ)ขึ้นมา ซึ่งนั่นหมายถึงว่าผู้ผลิตไม่ควรถูกประเมิน “คุณค่า” ว่าการทำงานตอบสนองตลาดหรือไม่? นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเห็นด้วยกับไซมอน ฟริชที่ว่า การศึกษาการผลิตวัฒนธรรมดนตรีร็อกควรก้าวพ้นการแยกคุณค่าแบบงานศิลปะและความบันเทิงออกจากกัน อย่างไร? รวมถึงไม่อาจจัดกรอบของ “ความเป็นศิลปิน” ในแง่ของผู้ผลิตงานศิลปินประเภทใดประเภทหนึ่งเฉพาะ ซึ่งในที่นี้คือคำถามเรื่องอัตลักษณ์ของผู้ผลิตงานกับการผลิตงานไม่จำเป็นต้องสอดคล้องหรือตายตัว

โดยสรุป งานวิจัยยังต้องการชี้ให้เห็นถึง บริบทของความอิสระในการผลิตและความอิสระในเชิงสถาบันที่ปรับเปลี่ยนไปพร้อมๆกับบทโครงสร้างของอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมของดนตรีสมัยนิยมไทย โดยผู้วิจัยสนใจพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมไทยและการริเริ่มของสร้างทางเลือกการผลิตงานกลุ่มเยาวชน ซึ่งถือว่าเป็นฐานสำคัญของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีพัฒนาการอันเกิดต่อเนื่องในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา ผู้วิจัยได้เสนอตัวแบบของการวิเคราะห์ถึงห่วงโซ่ของการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในไทยไว้ 3 ลักษณะคือ “ห่วงโซ่ของมูลค่า” (chain of creative value) “ห่วงโซ่ทางวัฒนธรรม” (chain of creative culture) และ “ห่วงโซ่ทางสังคม” (chain of creative social)(ดูเพิ่มเติม Flow 1995:144-156) โดยตั้งคำถามว่าห่วงโซ่สร้างสรรค์ทั้ง 3 นี้ช่วยทำให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ดนตรีเกิดจากการริเริ่มจากกลุ่มเยาวชนในฐานะที่เป็นผู้ผลิตได้อย่างไร? พวกเขาต่อต้านระบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรมแบบเดิมอย่างไร? และสร้างแนวทางใหม่ของพวกเขาอย่างไร? ภายใต้เงื่อนไขอะไรบ้าง?

ขอบเขตของการเก็บข้อมูล

งานวิจัยนี้กำหนดขอบเขตการศึกษาโดยสนใจ การริเริ่มการผลิตงานดนตรี การสร้างพื้นที่ และเครือข่ายของการผลิตงานดนตรีที่สร้างสรรค์ของกลุ่มดนตรีอิสระในกรุงเทพฯ ที่เรียกว่า “กลุ่มอินดี้” (Indies) ปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นกระแสต่อเนื่องทางวัฒนธรรมดนตรีของกระแสเพลงวัยรุ่นที่เรียกว่า “อัลเทอร์เนทีฟ” (Alternative) ที่เกิดในกรุงเทพฯ ช่วงปี พ.ศ. 2537 จนถึงกระแสโพสต์ร็อก (Post-rock) ในราวปี พ.ศ. 2546 งานวิจัยยังได้กำหนดขอบเขตของพื้นที่ในการศึกษาของกลุ่มนักดนตรีในบริบทกรุงเทพฯ ด้วยเหตุผลที่ว่า กรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ของการผลิตและการบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมที่สำคัญของไทย และอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของไทยหลักๆ ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ ซึ่งลักษณะดังกล่าวทำให้การผลิตงานใหม่ของศิลปินและผู้สร้างสรรค์งานสามารถหาปัจจัยและทรัพยากรการผลิตได้สะดวก รวมถึงยังสามารถสร้างเครือข่ายของกลุ่มผู้ผลิตงานและผู้บริโภคได้ง่าย

ในบริบทกรุงเทพฯ ที่กล่าวมานี้ งานวิจัยได้ศึกษาผู้ผลิตงานสร้างสรรค์ในกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มโซออน ดาย ฟลาวเวอร์ (SO: ON Dry Flower) และกลุ่มแพนด้าเรคคอร์ด (Panda Record) กลุ่มนักดนตรีอินดี้และโพสต์ร็อก

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่มข้อมูล คือ

1. การเก็บข้อมูลเชิงเอกสาร และหลักฐานข้อมูลที่สำคัญ เช่น นิตยสาร การรวบรวมเทปแคสเซต ซีดี แผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นต้น
2. การเก็บข้อมูลภาคสนามในกิจกรรมการแสดงดนตรีของกรณีศึกษา

3. การสัมภาษณ์กลุ่มนักดนตรี กลุ่มแฟนคลับ กลุ่มบริษัท/ค่ายเทป รวมถึงการสังเกตการณ์การแสดงดนตรีของศิลปินกลุ่มที่เป็นกรณีศึกษา 2 กลุ่ม

โดยการเก็บข้อมูลภาคสนามผู้วิจัยได้ทำกิจกรรมการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับกลุ่มแฟนเพลง 4 ครั้งจากการไปชมงานดนตรีที่จัดแสดงโดยกลุ่มโซออน ดาย ฟาวเวอร์ 2 คือในวันที่ 2 พฤศจิกายน ที่ร้านเพลยาร์ด ลาดพร้าวซอย 8 และวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 ที่ลานเปียร์ หน้าเซ็นทรัลเวิร์ดและงานการแสดงที่จัดโดยแพนด้า เร็คคอร์ด 2 ครั้ง คือในวันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ.2556 ที่โอเวอร์สเตย์ เกสเฮาส์ จรัสสินทวงศ์ 47 และงานนอยซ์ มาร์เก็ต มิวเซียม สยามวันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 และจากทั้งข้อมูลเอกสารและข้อมูลภาคสนามผู้วิจัยได้นำมาข้อมูลมาวิเคราะห์ในกรอบทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสังคมวิทยาวัฒนธรรมและวัฒนธรรมศึกษาตามกรอบแนวคิดที่ได้ทบทวนไว้ในบทที่ 2

บทที่ 4

อุตสาหกรรมดนตรีสมัยนิยมกับวัฒนธรรมวัยรุ่นของกรุงเทพฯ

บริบทของการพัฒนาอุตสาหกรรมดนตรีและวัฒนธรรมเยาวชนในกรุงเทพฯ เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการนำเสนอในบทนี้ แม้ว่ากรุงเทพฯ จะเป็นศูนย์กลางของแหล่งบันเทิงมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 และก็มี การเติบโตอย่างมากในเชิงการผลิตแบบอุตสาหกรรมบันเทิงช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 แต่สำหรับขอบเขตงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยให้ความสำคัญ โดยเฉพาะช่วงของการเติบโตของดนตรีสมัยนิยมของไทยในเชิงอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่เริ่มในช่วงหลังปี พ.ศ. 2520 ที่สังคมการเมืองของประเทศไทยมีเสถียรภาพมากขึ้น และอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสัมพันธ์กับวัฒนธรรมการบริโภคเยาวชนอย่างเห็นได้ชัด สำหรับเนื้อหาในบทผู้วิจัยจะกล่าวถึงช่วงตั้งแต่หลัง พ.ศ.2520 ที่เป็นยุคกำเนิดของดนตรีสมัยนิยมของไทยจนถึงราว พ.ศ. 2537 อันเป็นช่วงที่เกิดกระแสอัลเทอร์เนทีฟไทย

กรุงเทพฯกับการเติบโตของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรี

ในช่วงหลังปี พ.ศ. 2520 พบว่าปัจจัยสำคัญทางสังคมและการเมืองมีส่วนสำคัญในการเติบโตของอุตสาหกรรมดนตรีในกรุงเทพฯ เพราะหลังจากเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองระหว่าง 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 -เหตุการณ์ 6 ตุลาคม พ.ศ.2519 ได้เริ่มคลี่คลายลง สังคมไทยมีความเป็นประชาธิปไตยมากขึ้นประกอบกับสภาพเศรษฐกิจมีเสถียรภาพด้วยเช่นกัน ดังนั้นเราจะเห็นว่าช่วงทศวรรษดังกล่าวนอกจากการเปิดพื้นที่ของเศรษฐกิจและการเมืองแล้วยังเป็นการเปิดพื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรมด้วยเช่นกัน (Pasuk & Baker 2002) เราจะเห็นว่าหลังปี พ.ศ. 2520 ได้เกิดแหล่งสถานบันเทิงกลางคืนใหม่ๆที่เรียกว่า “ดิสโก้เทค” เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากซึ่งผู้ที่เข้าไปใช้บริการส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นทำงาน ในขณะที่เยาวชนซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษา ยังคงติดตามรายการเพลงจากสถานีวิทยุที่เปิดเพลงสมัยนิยมทั้งเพลงไทยและเพลงสากลที่มีมากขึ้น เช่นรายการมิวสิค

เทรน รายการท็อป ทินทาเลนท์ รายการไนท์สปอต ฯลฯ และภาพยนตร์ก็เป็นแหล่งบันเทิงสำคัญเช่นเดียวกัน ในยุคนี้มีภาพยนตร์ที่นำเสนอภาพลักษณ์ของนักศึกษาออกมาหลายเรื่องอย่างเช่นในชุดชีวิตนักศึกษา อย่างเช่น รักทะเล้น (2522) ปริญาคริ่งใบ (2522)

ในช่วงนี้เราจะเห็นถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของไทยที่ตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเยาวชนทั้งในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ และอุตสาหกรรมดนตรี อาจกล่าวได้ว่า กลุ่มเยาวชนก่อนหน้านี้ (หลังเหตุการณ์ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 ถึง 6 ตุลาคม พ.ศ. 2519)ที่เคยเป็น “กลุ่มการเมือง” ได้กลายเป็น “กลุ่มผู้บริโภค” อันเป็นตลาดสินค้าทางวัฒนธรรมบันเทิงในเมืองไทย

หากพิจารณาในมุมของดนตรีสมัยนิยมในยุคช่วงปี พ.ศ. 2520 นอกจากเยาวชนจะเป็นกลุ่มผู้บริโภคแล้ว เรายังจะเห็นว่ายังมีเยาวชนจำนวนหนึ่งได้ตั้งวงดนตรีสมัครเล่น และเริ่มมีโอกาสผลิตผลงานในเชิงพาณิชย์กับบริษัทค่ายเพลงที่เปิดขึ้นใหม่ในช่วงนั้นเช่นกัน โดยวงดนตรีเหล่านี้ส่วนมากจะเริ่มจากเป็นวงดนตรีสมัครเล่นที่ตั้งวงกันในกลุ่มเพื่อนที่เรียนในโรงเรียนเดียวกัน อย่างเช่น วงชาติรี, วงดิ อินโนเซนต์, วงวาสุธา, วงอิสซัน เป็นต้น ส่วนใหญ่วงเหล่านี้จะมีประสบการณ์จากการเล่นในสถานศึกษา และจากเวทีประกวดประเภทดนตรีโฟล์คซองที่จัดโดยกลุ่มผู้นิยมเพลง วงดนตรีเยาวชนที่ตั้งขึ้นใหม่เหล่านี้ แตกต่างออกไปจากวงดนตรีที่เล่นในผับหรือบาร์ในเวลาว่างในช่วงก่อนหน้านั้น ซึ่งส่วนใหญ่วงเหล่านี้เคยเล่นในบาร์ยุค จี.ไอ. (สถานบันเทิงกลางคืนที่มีลูกค้าส่วนใหญ่เป็นทหารอเมริกันที่พักรบจากสงครามเวียดนาม) รวมทั้งยังแตกต่างไปจากวงของนักศึกษาที่เล่นตามกิจกรรมทางการเมืองในยุคหลัง 14 ตุลาคม พ.ศ.2516 โดยเฉพาะสไตล์ดนตรีที่เป็นเพลงป๊อปที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรักและชีวิตประจำวัน

จากการแสดงของวงเยาวชนรุ่นใหม่ตามเวทีการแสดงในงานกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นในมหาวิทยาลัยทำให้วงเหล่านี้เริ่มเป็นที่รู้จักและนิยมในกลุ่มเยาวชนและนักศึกษา ซึ่งความนิยม

ดังกล่าวได้สร้างโอกาสให้พวกเขาได้เข้าสู่กระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของคนตรีสมัยนิยมของไทย โดยเริ่มจากการมีโอกาสได้เซ็นสัญญากับค่ายเทปเพื่อผลิตงานอัลบั้มเพลงจากผลงานของตนเอง อย่างเช่น วงชาติรุ่งในสไตล์ป๊อปร็อกที่ก่อตั้งโดยนักศึกษาเทคนิคกรุงเทพฯ ได้เซ็นสัญญากับบริษัทเทป อี.เอ็ม.ไอ. (ประเทศไทย) วงอิสซึนวงในสไตล์โฟล์คซองได้ออกผลงานกับวงดิ อินโนเซนต์ที่ร่วมตั้งวงในช่วง พ.ศ. 2523 ช่วงที่ยังเรียนมัธยมปลายก็ได้เซ็นสัญญากับอี เอ็ม ไอ วง สาว สาว วงดนตรีที่รวมตัวกันช่วงที่ยังเรียนมัธยมปลายในปีพ.ศ. 2524 เช่นกันได้มีโอกาสเซ็นสัญญากับค่ายมิวสิค เทรน (ที่จัดรายการวิทยุรถไฟดนตรี) เป็นต้น

จากที่กล่าวมา เราจะเห็นแนวทางเข้าสู่กระบวนการทำงานแบบมืออาชีพในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมของไทยในช่วงราวปี พ.ศ. 2520 – 2525 โดยวงทั้งหมดเริ่มจากวงสมัครเล่นก่อนจะพัฒนาตัวเองเป็นนักร้องและนักดนตรีกึ่งอาชีพ ในช่วงหลังจากเซ็นสัญญากับทางค่ายเพลงโดยผลงานเพลงที่ถูกนำมาบันทึกเสียงนั้นมีทั้งศิลปินเป็นผู้ผลิตเอง (วงชาติรุ่ง วงอิสซึน และวงดิ อินโนเซนต์) และมีนักแต่งเพลงของค่ายเป็นผู้ผลิตร่วมกับสมาชิกวง (วงสาว สาว สาว) นอกจากนี้ยังคงมีวงดนตรีวัยรุ่นอีกจำนวนมาก ที่ตั้งวงกันเพื่อเล่นตามงานกิจกรรมในโรงเรียน วิทยาลัยและมหาวิทยาลัย ซึ่งส่วนใหญ่เมื่อเรียนจบก็ไปประกอบอาชีพตามสายงานที่เรียนมา ที่น่าสนใจคือ ยุคของการตั้งวงดนตรี (เพื่อแต่งเพลงและตั้งใจ)จะเป็นเล่นดนตรีอาชีพเพื่อหาโอกาสเซ็นสัญญากับบริษัทค่ายเพลงยังไม่เกิดขึ้นอย่างชัดเจนมากนักในยุคนั้น วงดนตรีที่ตั้งขึ้นจำนวนมากเป็นเพียงวงสมัครเล่น มีบางวงเท่านั้นที่ได้โอกาสผลิตงานโดยการสนับสนุนของอุตสาหกรรมดนตรีไทย ประกอบกับในยุคนี้อุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมของไทยที่รู้จักในนาม “ระบบค่ายเพลง” ยังไม่เกิดขึ้นเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม การกำเนิดขึ้นของบริษัทยักษ์ใหญ่ในอุตสาหกรรมดนตรีของไทยอย่างบริษัทบริษัทอาร์เอส ซาวด์ จำกัด ก่อตั้งปี พ.ศ. 2525 และแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ก่อตั้งปี พ.ศ. 2526

ก็ถือว่าเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีของไทย โดยบริษัทอาร์เอส ฯ เป็นบริษัทที่ผลิตวัสดุเทป คาสเส็ตและผลิตเทปเพลงสากลออกจำหน่าย ส่วนกรณีบริษัทแกรมมี่ฯ เริ่มจากบริษัทที่ทำรายการโทรทัศน์ประเภทเกมโชว์ การกำเนิดของทั้ง 2 บริษัทใหญ่ดังกล่าวถือว่าเป็นการยืนยันถึงระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมของไทยอย่างชัดเจน ประกอบได้ใช้ระบบที่เรียกว่า “Star System” เช่นเดียวกับระบบการผลิตของอุตสาหกรรมบันเทิงในเอเชียอย่างประเทศญี่ปุ่นและประเทศเกาหลี(Sunya 2000และ Ben Huat 2000) มาใช้กับศิลปินที่เซ็นสัญญากับทางค่าย ทำให้การผลิตงานดนตรีมีความเป็นระบบแตกต่างไปจากอุตสาหกรรมดนตรีสมัยนิยมของไทยก่อนหน้านี้ ที่นักดนตรีหรือศิลปินยังไม่ได้ถูก “ระบบ” จัดการทุกทั้งขั้นตอนทั้งในก่อนขั้นตอนการผลิตดนตรีและหลังการผลิต

ในยุคของการเกิดอาร์ เอส ซาวด์ จำกัดและแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ ระบบการบริหารสมัยใหม่จะเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิตที่ถูกจัดการโดยทีมงานของบริษัท ฯ ซึ่งประกอบไปด้วยทีมกำหนดคอนเซ็ปต์ ทีมผลิตงานดนตรี (แต่งคำร้องและทำนอง) ทีมฝึกฝนความสามารถทางดนตรี (การร้อง การเล่นดนตรีและการเต้น-การแสดง) ทีมผลิตภาพลักษณ์และทีมส่งเสริมการขาย ดังนั้น “ศิลปิน” ที่อยู่ภายใต้การเซ็นสัญญาของบริษัทค่ายเทป ฯ จึงไม่ได้มีส่วนในการผลิตงานเพลงและงานด้านอื่นๆในแต่ละขั้นตอนแต่อย่างใด ในยุคนั้นยังมีบริษัทที่เริ่มประกอบกิจการด้านดนตรีเกิดตามขึ้นมาเช่น นิธิทัศน์, คีตา, ไนท์ สปอต ฯลฯ พร้อมกันนั้นก็เกิดวาทกรรมหลักขึ้นมา 2 คำ คือ “ค่ายเพลง” ซึ่งมีนัยยะของความหมายที่กระบวนการทั้งหมดถูกจัดการโดยบริษัท และคำว่า “ศิลปิน” ซึ่งหมายถึงคนทำงานดนตรีที่ “สังกัดค่าย” ทั้งหมด ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต การผลิตและหลังการผลิต

อย่างไรก็ตามการเกิดขึ้นของระบบค่ายเพลงได้ช่วยให้อุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมของไทยได้ลงหลักปักฐานอย่างมั่นคง และช่วยให้ตลาดเพลงไทยสมัยนิยมโดยเฉพาะเพลงวัยรุ่น

เติบโตเป็นอย่างมาก ซึ่งก่อนหน้านี้กลุ่มเยาวชนไทยจะนิยมฟังเพลงสากลจากรายการวิทยุที่นำเสนอเพลงยอดนิยมในสไตล์ต่างๆจากอังกฤษและอเมริกา

หากเราพิจารณาในแง่ของผู้บริโภคและการบริโภคในยุคนี้ เราจะพบว่า “เยาวชน” กลายเป็นเป้าหมายหลักทางการตลาดของค่ายเล็กและใหญ่ที่เกิดขึ้นในยุคนี้ทั้งหมด นอกจากนี้ นักร้อง นักดนตรีและศิลปินจำนวนมากที่สังกัดค่ายใหญ่ก็เป็นเยาวชนเช่นกัน เพลงที่ถูกผลิตออกมาส่วนใหญ่ก็มักจะเป็นแนวเพลงที่เป็นที่นิยมของกลุ่มเยาวชน เช่น แนวร็อก แนวป๊อปรีก แนวโพล์ค แนวแดนซ์ เป็นต้น เราจะเห็นว่าในยุคของค่ายเพลงใหญ่ตลาดเพลงสำหรับคนกลุ่มผู้ใหญ่หรือเพลง “ลูกกรุง” ได้ค่อยๆหายไปจากตลาดและการผลิตของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรี อาจกล่าวได้ว่าเพลงวัยรุ่นได้กลายเป็นกระแสเพลงหลักของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมของไทย ตั้งแต่หลังปี พ.ศ. 2527 เป็นต้นมา

อย่างไรก็ตาม การที่ค่ายเพลงใหญ่ๆใช้ระบบ “star system” ทำให้ศิลปินที่จะผลิตงานต้องเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนต่างๆของกระบวนการผลิตโดยทีมงานของค่ายเป็นผู้กำหนด ส่วนนักร้องและนักดนตรีที่ต้องการอิสระในการผลิตงานสร้างสรรค์จำนวนหนึ่งเห็นว่า ระบบของค่ายเพลงไม่อาจเป็นพื้นที่ของการผลิตงานสร้างสรรค์ของพวกเขาได้อย่างแท้จริง(เพิ่มเกียรติ เรื่องสกุล 2544) กลุ่มนักร้องและนักดนตรีเหล่านี้จึงแสวงหาพื้นที่ของการสร้างสรรค์งาน ภายใต้กระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมของไทยที่กำลังเติบโตในอีกลักษณะหนึ่ง ในช่วงปี พ.ศ. 2533 ได้เกิดปรากฏการณ์ของ “เพลงใต้ดิน” โดยศิลปินและนักดนตรีจำนวนหนึ่งได้หันมาทำงานเพลงกับค่ายอิสระที่เปิดขึ้นใหม่และมีแนวทางให้ศิลปินสร้างสรรค์งานของตนเองเป็นหลัก โดยศิลปิน นักร้องหรือนักดนตรีจะทำงานเพลงของตนเองแล้วไปเสนอยังค่ายเหล่านั้น หากทางค่ายเพลงสนใจก็จะเซ็นสัญญา และสนับสนุนการอัดเสียงเดโมและผลิตงานมาสเตอร์ให้ รวมถึงติดต่อบริษัทเพื่อการจัดจำหน่าย (บันเทิงคดี ฉบับเพลงใต้ดิน 2538)

การเกิดขึ้นของกลุ่มศิลปินใต้ดินนี้ สาเหตุหนึ่งก็มาจากการที่ค่ายเพลงใหญ่มักจะคำนึงถึงภาพลักษณ์ที่ดูดีของศิลปินเป็นสำคัญ และมักปฏิเสธงานที่ศิลปินที่ต้องการสร้างสรรค์งานของในสไตล์ตนเอง (ซึ่งอาจจะขายไม่ได้ในตลาดของดนตรีสมัยนิยมกระแสหลัก) เป็นที่น่าสังเกตว่าในยุคของเพลงใต้ดินนี้ศิลปินจำนวนมากทั้งที่เล่นดนตรีอาชีพมาก่อนก็ได้หันมาผลิตงานของตนเองด้วยเช่นกันอาจกล่าวได้ว่าผลของการเกิด “เพลงใต้ดิน” ทำให้ตลาดดนตรีสมัยนิยมของไทยมีความหลากหลายสไตล์ไม่ว่าร็อก, เฮฟวี เมทัล, โพล์ค, เร้กเก้ พร้อมๆ กันนั้นก็ได้สร้างบุคลากรในด้านต่างๆ ให้กับอุตสาหกรรมเพลงของไทยไม่ว่าด้านการอัดเสียง มิกซ์เสียง และการจัดการอีกด้วย แต่ตลาดเพลงใต้ดินในยุคนี้ขนาดการเผยแพร่ทางสื่อ เช่นรายการเพลงทางสถานีวิทยุและรายการโทรทัศน์ (ที่หลายช่องจะมีรายการถ่ายทอดสดในช่วงเสาร์และอาทิตย์) และส่วนใหญ่ถูกควบคุมด้วยค่ายเทปใหญ่ๆ ด้วยสัมปทานเวลา (รายการเพลงทางวิทยุ) และการใช้เป็นช่องทางในการโปรโมทงานใหม่ของผู้ผลิต (รายการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์) ด้วยเหตุดังกล่าวงานจำนวนมากของเพลงใต้ดินจึงมีช่องทางในการเผยแพร่ผ่านผู้บริโภคไม่มากนัก ส่วนใหญ่ใช้สื่อวิทยุสมัครเล่นที่บรรณาธิการเป็นคนรักดนตรีหรือนักฟังเพลง อย่างเช่นวิทยุสมัครเล่นบ้านเชิงคดี่ วิทยุสมัครเล่นสี่สีและวิทยุสมัครเล่นไควเอ็ด สตรอม และอีกช่องทางหนึ่งคือทำโปสเตอร์และงานของตนเองไปไว้ตามร้านขายเทปคาสเซ็ท ซึ่งในกรุงเทพฯ ก็จะมีร้านที่นักฟังเพลงวัยรุ่นไปหาซื้องานกันอย่างเช่นร้าน เจ ยู ที่ห้างพันธุ์ทิพย์(ประตูน้ำ) ร้านดี เจ สยาม (ย่านสยาม สแควร์) และร้านน้อง(ย่านท่าน้ำท่าพระจันทร์)

เป็นที่น่าสนใจว่า ในการผลิตเพลงใต้ดินแม้ในขั้นตอนการผลิตศิลปินเองสามารถจะมีอิสระในการทำงานสูง แต่ช่องทางการกระจายงานและจำหน่าย รวมทั้งการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานมีอยู่ค่อนข้างอย่างจำกัด จึงทำให้งานที่ผลิตออกมาในยุคของเพลงใต้ดินเป็นงานที่ผู้บริโภคไม่มีโอกาสรู้จักงานเหล่านั้นได้ ซึ่งทำให้การจำหน่ายงานเป็นไปได้ยาก เราจะเห็นว่าศิลปินใต้ดินที่ผลิตงานในช่วงนั้นจึงมีงานเพลงที่ผลิตออกมาเพียง 1 หรือ 2 ชุด ก่อนที่จะหยุดหรือเว้นช่วงการผลิตงานไป เราอาจเรียกยุคเพลงใต้ดินช่วงนั้นว่าเป็นกระบวนการของ “อุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีใต้ดิน”

(underground culture industry) ที่เป็นการพยายามหาช่องทางอันเปิดพื้นที่และสร้างการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคแบบใหม่ และการริเริ่มการสร้างพื้นที่อิสระของการทำงาน ของศิลปิน (วิริยะ 2537)

อย่างไรก็ดีทั้งการผลิตในแง่ของค่ายเพลงและงานเพลงแบบใต้ดิน ต่างช่วยทำให้อุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีของไทยในช่วงดังกล่าวเติบโตเป็นอย่างมาก ซึ่งการเติบโตดังกล่าวเกี่ยวข้องกับสื่อบันเทิงอื่นๆเช่นรายการวิทยุและโทรทัศน์ การผลิตสื่อมิวสิควิดีโอ นิตยสาร สำหรับตลาดผู้บริโภคส่วนใหญ่คือเยาวชนที่อยู่ในวัยนักเรียนและนักศึกษาที่มีแหล่งชุมนุมตามปกติก็คือตามห้างสรรพสินค้า เราจะเห็นวัฒนธรรมการบริโภคแบบมวลชนมีผลต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีอย่างมาก มีงานเพลงที่ถูกโดยนักร้อง ดาราและนักดนตรีจากค่ายเพลงออกมากมาย ตามที่เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ได้กล่าวไว้ว่าเมื่อเกิดการปะทะกันของความเกิดกับความใหม่ สถาบันจารีตและการสร้างสรรค์ใหม่ นั้นก็จะนำไปสู่การเกิดวัฒนธรรมทางเลือกได้ (Williams 1995:20-21) เราจะเห็นว่าสำหรับวัฒนธรรมเยาวชนในกรุงเทพฯแล้วจุดนี้ได้นำไปสู่การเกิดขึ้นกระแสของวัฒนธรรมดนตรีแบบอัลเทอร์เนทีฟอันเป็นทางเลือกทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง

กำเนิดของอัลเทอร์เนทีฟร็อกในไทย

สำหรับในส่วนนี้จะกล่าวถึงการเกิดขึ้นและถึงพัฒนาการของกระแสอัลเทอร์เนทีฟ เพื่อให้เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรี สื่อและวัฒนธรรมวัยรุ่น นอกจากนี้ผู้วิจัยยังต้องการชี้ให้เห็นถึงการเกิดกระแสการตื่นตัวของการตั้งวงดนตรีของเยาวชนในกรุงเทพฯ ในยุคของดนตรีอัลเทอร์เนทีฟ ซึ่งความเข้าใจในเรื่องนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยและเงื่อนไขอันก่อให้เกิดขึ้นกระแสดนตรีโพสต์ร็อกและวัฒนธรรมอินดี้กับการสร้างพื้นที่เพื่อการสร้างสรรค์ดนตรีของกลุ่มเยาวชนในกรุงเทพฯที่เกิดตามกระแสความนิยมของอัลเทอร์เนทีฟในไทยเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2536 จากการทำรายการวิทยุที่ดำเนินรายการโดยคุณวาสนา วีระชาติพลีนักจัด

รายการวิทยุเพลงสากลที่มีชื่อเสียงคนหนึ่งของไทย ได้นำเอาดนตรีสไตล์นี้จากอังกฤษมาแนะนำให้ผู้ฟังในรายการของเธอทาง FM 105.5⁴ โดยวงดนตรีจากอังกฤษที่เธอนำมาเปิดในช่วงนั้นอย่างเช่น Suede, Manic Street Preacher, Primal Scream, Jesus and Mary Jane ล้วนแล้วแต่เป็นวงดนตรีในกระแสดนตรีที่เรียกว่า “อัลเทอร์เนทีฟ”(alternative) ของอังกฤษ แต่วาสนาใช้คำเรียกดนตรีแนวนี้ว่า “โมเดิร์น ร็อก” ซึ่งเธอให้เหตุผลว่า เพราะเป็นดนตรีร็อกในแบบสมัยใหม่”(Modern Rock) (บันเทิงคดี 2537: 37) หากจะขยายความตามที่วาสนากล่าวก็ดนตรีแบบโมเดิร์น ร็อก ไม่ใช่ร็อกแบบฮาร์ดร็อก (Hard Rock) หรือ “เฮฟวีเมทัล (Heavy Metal) เป็นร็อกที่นิยมไทยมาตั้งแต่ยุคสงครามเวียดนามก่อนหน้านั้น (เล่นดนตรีแบบสไตล์หนัก นักดนตรีดูก้าวร้าวและมีลักษณะเป็นขบถสังคมแบบในยุคปี 70 และปี 80) นอกจากนี้วาสนายังอ้างถึงความต่างของโมเดิร์น ร็อกของอังกฤษจากดนตรีคอลเลจ ซาวนด์ (college sound) เป็นแนวดนตรีที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นอเมริกันขนาดนั้นด้วยเหตุที่ว่าในช่วงนั้นกระแสความนิยมของกลุ่มวัยรุ่นในเมืองไทยกำลังนิยมดนตรีร็อกที่มาจากอเมริกาหรือเป็นช่วงของกระแสนิยมแนวดนตรีที่เรียกว่า “กรันจ์” (Grunge) หรือ ซีแอตเทิลล์ ซาวนด์ (Seattle Sound) เป็นแนวดนตรีร็อกที่มากจากอเมริกา(มีแหล่งกำเนิดมาจากเมืองซีแอตเทิลล์)⁵

การที่วาสนานำเพลงจากอังกฤษมาเปิดในรายการวิทยุภาค เอฟ.เอ็ม.107.5 ของไทยอีกครั้งได้ทำให้เยาวชนไทยโดยเฉพาะในกรุงเทพฯ(และจังหวัดใกล้เคียง)ได้รับรู้ถึงกระแสนิยมของดนตรีที่

⁴วาสนากล่าวว่าเป็นนักจัดรายการที่มีแฟนเพลงเป็นเยาวชนโดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาในมหาวิทยาลัยติดตามฟังรายการของเธอมาหลายรุ่น โดยเธอเริ่มจัดรายการวิทยุตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ.2520 และชื่อเสียงเป็นอย่างมากในช่วงที่จัดรายการประจำให้กับบริษัทไนท์สปอต โปรดักชั่น โดยในรายการเธอมักเปิดเพลงที่เป็นที่นิยมจากประเทศอังกฤษเป็นหลัก อย่งได้ก็ดีหลังจากที่ทางรายการวิทยุของบริษัทไนท์สปอตที่เธอจัดมาหลายปีได้ถูกยกเลิกไปในราวปี พ.ศ. 2530 เธอก็ไม่ได้จัดรายการอยู่ระยะหนึ่ง แต่ในราวปี พ.ศ. 2536 เธอกลับมาดำเนินรายการใหม่อีกครั้ง

⁵ดนตรีแบบดังกล่าวจะเป็นเพลงร็อกที่เน้นซาวด์กีตาร์หนักและใช้เสียงเอฟเฟคทำเสียงให้แตกพลา นักดนตรีส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่นที่แต่งตัวด้วยเสื้อผ้าเก่าๆและแสดงตนเป็นคนต่อต้านสังคม กลุ่มวัยรุ่นที่ฟังประเภทนี้ก็จะเรียกตนเองว่า “พวกกรันจ์” ในเมืองไทยกระแสดนตรีและวัฒนธรรมแบบกรันจ์ได้รับความนิยมในกลุ่มคนฟังที่นิยมเพลงร็อก วงดนตรีวัยรุ่นของไทยจำนวนมากเล่นคัฟเวอร์เพลงฮิตของศิลปินแนวกรันจ์อย่างเนอร์วาน่า(Nirvana)หรือวงเพิร์ล แจม(Pearl Jam)

ต่างออกไปจากที่เคยรับฟังมาในช่วงนั้นอีกครั้ง การปลุกกระแสดนตรีอัลเทอร์เนทีฟหรือที่วาสนาใช้ คำเรียกว่า “*โมเดิร์น ร็อก*” ทำให้กลุ่มวัยรุ่นไทยที่นิยมเพลงแนวอัลเทอร์เนทีฟจากอังกฤษเรียกดนตรี แนวนี้ตามเธอว่าโมเดิร์น ร็อกมากกว่าและจากความนิยมจากเพลงรวมถึงภาพลักษณ์ของสมาชิกวงที่ ดูเป็นขบถสังคมของวงเมนิค สตรีท พิชเชอร์ (Manic Street Preacher) ที่วาสนาเปิดแนะนำใน รายการวิทยุของเธอ ได้ส่งผลผู้จัดคอนเสิร์ตในไทยติดต่อวงดังกล่าวมาเปิดจัดการแสดงในกรุงเทพฯ ในปี พ.ศ. 2537 ได้รับกระแสการตอบรับจากแฟนเพลงชาวไทยเป็นอย่างดีจนตัวขายหมด การแสดง ของวงเมนิค สตรีท พิชเชอร์จัดว่าเป็นเปิดการแสดงดนตรีครั้งแรกของดนตรีแนวนี้ในเมืองไทย พร้อม กันนั้นยังช่วยต่อยอดความนิยมดนตรีแบบอัลเทอร์เนทีฟในกลุ่มเยาวชนไทยด้วย และยังช่วยปูทาง ให้กับการจัดคอนเสิร์ตของวงอัลเทอร์เนทีฟจากอังกฤษอีกหลายวงในเวลาต่อมา

หลังจากกระแสดนตรีอัลเทอร์เนทีฟจากอังกฤษเป็นที่นิยมในกลุ่มของนักศึกษาเกิดจากสื่อ กระจายเสียงอย่างวิทยุ ในช่วงใกล้กันนั้นนิตยสารเพลงในไทยก็เริ่มให้ความสนใจเขียนถึงเรื่องราว ของดนตรีประเภทนี้เช่นกัน แต่เนื่องจากคอลัมน์ดนตรีในนิตยสารของไทยส่วนใหญ่แปลหรือเรียบ เรียงเนื้อหาจากนิตยสารจากต่างประเทศ ดังนั้น ข้อมูลส่วนใหญ่จากค่อนข้างจะซ้ำ คือหลังจากวง หรือเพลงนั้นๆได้รับความนิยมไปแล้ว 2-3 เดือน และนิตยสารเหล่านี้มักจะใช้คำเรียกดนตรีประเภทนี้ ว่า “*อัลเทอร์เนทีฟ*” มากกว่าที่จะใช้คำว่าโมเดิร์น ร็อก เช่นเดียวกับที่วาสนาใช้

อย่างไรก็ตามในประเทศไทยที่มีบริบทของสังคมและวัฒนธรรมต่างออกไปจากประเทศ อังกฤษ กระแสความนิยมของแนวดนตรีแบบอัลเทอร์เนทีฟร็อกที่เกิดขึ้นมาได้เกิดการตั้งคำถามในแวด วงคนที่ทำงานสื่อและนักวิจารณ์เพลง ว่าความนิยมดังกล่าวเกิดมาจากคุณภาพของผลงานของศิลปิน วงนั้นๆ หรือกระแสการโปรโมทของสื่อ (จากรายการวิทยุของคุณวาสนา นิตยสารเพลงและเทปคาส ส์เส็ต) ซึ่งการตั้งคำถามดังกล่าวก็ถูกวาสนาวิจารณ์กลับเช่นกัน ว่าเป็นพวกที่ไม่เข้าใจดนตรีร็อก สมัยใหม่ (บันเทิงคดี 2537: 39) แม้ข้อโต้แย้งของทั้งสองด้านก็ได้ส่งผลต่อกระแสความนิยมใน

ดนตรีอัลเทอร์เนทีฟในไทยแต่อย่างไร แต่ก็ถือว่าเป็นข้อโต้แย้งที่แสดงให้เห็นภาพที่เชื่อมโยงระหว่างสื่อวิทยุกับอุตสาหกรรมดนตรีในยุคดังกล่าว ว่า การสร้างกระแสความนิยมนั้นสื่อมีความสำคัญค่อนข้างมาก (คุณภาพของงานของศิลปินอาจจะเป็นส่วนรองลงไป) เราจะเห็นแม้ว่าสถานีไม่ได้เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตหรืออุตสาหกรรมดนตรีในไทย รวมถึงค่ายเพลงต่างชาติที่ทยอยเข้ามาเปิดสาขาในไทย แต่เธอก็ได้รับเครดิตอย่างมากในฐานะ “สื่อ” เป็นผู้ที่บุกเบิกกระแสดนตรีอัลเทอร์เนทีฟในไทยช่วงต้นทศวรรษที่ 2530

การที่วาสนาเธอเห็นว่า แนวดนตรีที่เธอนำมาเปิดนั้นเป็นร็อกแบบทันสมัย วาสนายังต้องการชี้ให้เห็นว่าดนตรีที่เธอนำมาเปิดนั้นไม่ได้เป็นเพียงแค่นักร้อง หากแต่มันเป็นทั้ง “วิถีคิดอิสระ และวิถีชีวิตที่เป็นอิสระ” ซึ่งเป็นแนวทางการสร้างอัตลักษณ์ให้กับผู้ฟังที่กล้าเปิดรับสิ่งใหม่ๆ ที่จริงหากพิจารณาถึงบริบทของอัลเทอร์เนทีฟที่เกิดขึ้นในอังกฤษนั้นต่างไปสิ่งที่วาสนากล่าวไว้ค่อนข้างมาก ทั้งนี้เพราะบริบทพิจารณาในแง่บริบทของดนตรี แหล่งที่ให้กำเนิดของดนตรีแนวนี้ในอังกฤษดนตรีแล้วอัลเทอร์เนทีฟร็อกไม่ใช่สไตล์ดนตรีร็อกในสไตล์ใหม่ แองเจลา แม็คโรบบี (Angela McRobbie 1996) นักวิชาการด้านวัฒนธรรมศึกษาได้วิจารณ์ว่า กระแสอัลเทอร์เนทีฟเป็นการนำดนตรีและรูปลักษณะของนักดนตรีในยุคทศวรรษปี 60 ซึ่งเป็นวัฒนธรรมของกลุ่มเยาวชนชนชั้นแรงงานในอังกฤษกลับมาผลิตขึ้นใหม่ ความนิยมในกลุ่มเยาวชนและคนรุ่นใหม่ในอังกฤษ เกิดจากปรากฏการณ์โหยหาอัตลักษณ์ของ “ความเป็นอังกฤษ” (Britishness) ของเยาวชนรุ่นใหม่ของอังกฤษในยุคนั้นที่เบื่อหน่ายกับสภาพสังคม และส่วนใหญ่ไม่มีงานทำ (McRobbie 1996) ซึ่งกระแสความนิยมในดนตรีสอดคล้องกับกระแสความนิยมของพรรคแรงงานของอังกฤษ ในช่วงที่โทนี แบลร์กำลังหาเสียงกับกลุ่มคนรุ่นใหม่หนุ่มสาวตามแนวทางของ “นิว เลเบอร์” ที่มีนโยบายจะสร้างงานเพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของอังกฤษ ดังนั้น ความนิยมของกระแสอัลเทอร์เนทีฟในอังกฤษจึงเกี่ยวข้องกับการสถาปนาความเป็นตัวตนของเยาวชนในมิติทางการเมืองของโครงสร้างสังคมการเมืองในอังกฤษ (Hesmodhagh 1997:)

ในขณะที่กระแสอัลเทอร์เนทีฟในอเมริกานั้นต่างออกไป เพราะในยุคเดียวกันวงดนตรีแนวกรีนซ้อย่างวงเพิร์ล แจม (Pearl Jam) เนอร์วาน่า(Nirvana) กลับขายงานได้วงละหลายล้านชุด และได้เซ็นสัญญากับค่ายเพลงใหญ่โทมัส แฟรงค์ (Thomas Frank 1997) ได้ตั้งคำถามของการเกิดวัฒนธรรมดนตรีอัลเทอร์เนทีฟในอเมริกาช่วง 90s “Alternative to What?” แฟรงค์เห็นว่า “การต่อต้านตลาด” ต่างหากที่เป็นส่วนสำคัญของการเกิดอัลเทอร์เนทีฟ พวกนักดนตรีเหล่านี้เป็นตัวแทนของเยาวชนที่เบื่อโลก เบื่อสังคม และแสวงหาทางออกด้วยการผลิตงานดนตรี แม้ว่าการผลิตงานจะผ่านค่ายใหญ่และสร้างชื่อเสียงจนโด่งดัง แต่นั่นก็ไม่ได้ทำให้งานของเขาต้องเปลี่ยนไปตามกระแส แฟรงค์เห็นว่า ขบวนการทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นนี้ต่างไปจากยุค 60-70 มีสถานการณ์ของการเมืองและสังคมเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่ในยุคทศวรรษที่ 90 ไม่มีอะไรเช่นนั้น การต่อสู้กับ “ระบบตลาด” ของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมบันเทิง จึงเป็นเรื่องสำคัญของศิลปินอัลเทอร์เนทีฟในอเมริกาเพราะศิลปินเหล่านี้อยู่ภายใต้ทั้งค่ายอิสระและค่ายใหญ่และยังคงมีอิสระทำงานดนตรีในแบบที่ตนเองต้องการสร้างสรรค์ออกมา (Frank 1997:)

สำหรับในประเทศไทยช่วงเดียวกันนั้นสภาพเศรษฐกิจอยู่ในช่วงที่ดีที่เรียกว่า “ยุคเศรษฐกิจบูม” หากเราพิจารณาในกรอบของอุตสาหกรรมดนตรีและบันเทิงในยุคนั้น เราจะเห็นว่าดนตรีไทยสมัยนิยมมีศิลปินที่ผลิตออกสู่ตลาดจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นศิลปินจากค่ายใหญ่ๆ ที่มีทั้งดาราภาพยนตร์และดาราละครโทรทัศน์หลายคนที่ถูกดึงเข้า “ค่ายเพลง” เพื่อผลิตงานดนตรี สื่อมวลชนทั้งวิทยุ โทรทัศน์และสื่อนิตยสารเต็มไปด้วยเรื่องราวของข่าวคราวในแวดวงบันเทิงแต่สภาพสังคมและการเมืองอยู่ในสภาพขาดเสถียรภาพในการแสดงออก เนื่องจากการรัฐประหารในปี พ.ศ. 2534 และตามด้วยเหตุการณ์พฤษภาทมิฬใน ปี พ.ศ.2535 ทำให้สภาพเศรษฐกิจและสังคมอยู่ในสภาวะชะงักงันไประยะหนึ่ง แต่กระแสของการเคลื่อนไหวทางสังคมมีค่อนข้างสูง การตื่นตัวของกลุ่มประชาสังคมทั้งในเมืองและชนบท และเป็นที่น่าสังเกตว่าหลังเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ2535ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2537 ได้เกิดกระแสเรียกร้องประชาธิปไตยจากกลุ่มคนชั้นกลางในเมืองที่มีความต้องการ

หลักประกันในสิทธิและเสรีภาพในการแสดงออกที่มากขึ้น พร้อมกับมีการเรียกร้องการปฏิรูปสื่อ และการปฏิรูประบบการเมือง มีการรณรงค์การร่างรัฐธรรมนูญที่สร้างหลักประกันให้กับสิทธิและเสรีภาพของประชาชนมากขึ้น ต่อมาข้อเรียกร้องดังกล่าวหลายข้อได้รับการตอบสนองในรัฐธรรมนูญฉบับปี พ.ศ. 2540 แต่หากจะกล่าวถึงข้อเรียกร้องของการปฏิรูปที่เกี่ยวข้องที่มีผลเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมดนตรีและบันเทิงของไทย ก็คือ การปฏิรูปสื่อกระจายเสียงประเภทวิทยุและโทรทัศน์นั้น ไม่อาจทำการปฏิรูปได้เสร็จสมบูรณ์ การที่รัฐยังคงครอบครองสื่อประเภทนี้อยู่และให้สัมปทานกับธุรกิจเอกชนรายใหญ่ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่ายเพลงซึ่งใช้สื่อเหล่านี้เพื่อโปรโมทศิลปินในค่ายของตนเอง

อาจกล่าวได้ว่าความนิยมของดนตรีแนวอัลเทอร์เนทีฟในไทยเกิดในช่วงที่สถานการณ์ทางสังคมการเมืองต้องการประชาธิปไตยที่สมบูรณ์ การโต้ตอบต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมดนตรีและสื่อบันเทิงในไทยในช่วงนั้นด้วยการแสวงหาทางเลือกของการผลิตวัฒนธรรมอาจกล่าวได้ว่าเป็นการทำให้เป็นประชาธิปไตยของการผลิตทางวัฒนธรรม(democratization of cultural production)ที่ไม่เพียงแต่เกิดกับดนตรีเท่านั้น หากยังรวมถึงงานศิลปะร่วมสมัยและภาพยนตร์สั้นด้วยเช่นกัน

อัลเทอร์เนทีฟและกำเนิด“เด็กอัลเทอร์”

จากกระแสความนิยมอัลเทอร์เนทีฟจากอังกฤษและแนวกรันด์ในไทยช่วงนั้น ส่งผลให้ในช่วงปี พ.ศ. 2537 วงดนตรีแนวอัลเทอร์เนทีฟวงแรกของไทยก็ถือกำเนิดขึ้น โดยเริ่มจากวงครับ(Crub)วงดนตรีที่เกิดจากรวมตัวของนักศึกษาต่างสถาบัน หลักๆ คือมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และวิทยาลัยช่างศิลป์ พวกเขาได้เอาได้ทำเดโมเทปเป็นเพลงภาษาอังกฤษชื่อ "Idea" แล้วส่งไปที่รายการวิทยุเรดิโอ แอคทีฟของวาสนา และได้ถูกเปิดออกอากาศในรายการวิทยุวง "ครับ" จึงเริ่มทำเพลงกันเพิ่มเติมเพื่อออกเป็นอัลบั้ม แต่ในช่วงนั้นนักร้องนำเดิมมีภาระเกี่ยวกับธุรกิจของครอบครัว ไม่สามารถร่วมทำงานเพลงได้จึงมีการหานักร้องนำคนใหม่ พวกเขาไปติดประกาศไว้ที่ร้าน โดเรมี ร้านเทปที่เป็นที่นิยมของวัยรุ่นแถวสยามสแควร์ และในที่สุดก็ได้้นักร้องนำ

คนใหม่ที่ชื่อ วาสิต มุกดาวิจิตร อดีตสมาชิกวง Monstership วงฟังก์ของกลุ่มนักศึกษาวิทยาลัยช่างศิลป์ ลาดกระบัง หลังจากนั้นสมาชิกของวงเริ่มหาต้นสังกัดเพื่อที่เสนองานเพลง แต่จากการที่ได้รับอิทธิพลทางดนตรีอัลเทอร์เนทีฟจากฝั่งอังกฤษ และดนตรีเป็นแนวที่แปลกใหม่จึงทำให้ยากต่อการหาต้นสังกัด หลังจากติดต่ออยู่หลายบริษัทในที่สุดทำก็ผลิตกับค่ายอินดี้เล็กๆ อย่าง เกคโค มิวสิค (Gecko Music) ซึ่งอนุญาตให้พวกเขามีส่วนร่วมในการผลิตและควบคุมงานในอัลบั้มของตัวเองได้งานชุดแรกและเป็นชุดเดียวของวงครับที่ชื่อ View ออกมาในช่วงต้นปี พ.ศ. 2537 ซึ่งได้รับความนิยมระดับหนึ่ง (บันเทิงคดี 2537: 44-45)

แต่งานของวงครับก็เป็นที่รู้จักเพียงในกลุ่มของนักศึกษาไทยที่ชอบเพลงร็อกจากประเทศอังกฤษ การตอบรับในแง่ยอดขายของเทปคาสเส็ตมีไม่มากนัก วงที่ถือว่าเป็นการสร้างปรากฏการณ์ของกระแสนิยมอัลเทอร์เนทีฟไทยอย่างแท้จริง ก็คือวงโมเดิร์น ด็อก(Modern Dog) ชื่อของวงเป็นการเล่นคำว่า “โมเดิร์น ร็อก”ตามคำที่วาสนาเป็นผู้ใช้ วงโมเดิร์น ด็อกประกอบไปด้วยสมาชิก 4 คนที่เพิ่มจบการศึกษาจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและก่อนหน้านั้นพวกเขาได้ชนะการประกวดโค้ก มิวสิค อวอร์ด ในปี พ.ศ. 2535 ซึ่งผลของรางวัลดังกล่าวทำให้พวกเขาได้มีโอกาสทำอัลบั้มชุด “เสริมสุขภาพ”ภายใต้สังกัดเบเกอร์รี่ เร็คคอร์ด (Bakery Record)ในช่วงกลางปีพ.ศ.2537 ในตอนนั้นเบเกอร์รี่ เร็คคอร์ด เป็นค่ายเพลงเปิดใหม่โดยมีคุณกมล กมลสุโกศล แคลปป์หรือ “สุกี้”ทายาทของบริษัทสยามกลการ จำกัดเป็นเจ้าของค่าย กมลเคยทำงานในฐานะเป็นโปรดิวเซอร์อิสระให้กับค่ายเพลงของไทยมาก่อนที่จะมาตั้งค่ายเบเกอร์รี่ ในงานชุดนี้ของวงโมเดิร์น ด็อก กมลยังเป็นโปรดิวเซอร์ให้ด้วยเช่นกัน งานชุดเสริมสุขภาพของวงโมเดิร์น ด็อก ยังถือว่าเป็นงานอัลบั้มแรกของเบเกอร์รี่ เร็คคอร์ดเช่นกัน จากกระแสความนิยมของเพลง “บุษบา”และเพลง “ก่อน”กลายเป็นเพลงฮิตยอดนิยมในกลุ่มวัยรุ่นของไทยยุคนั้น ส่งผลให้วงเป็นที่นิยมและมียอดขายเทปคาสเส็ตถึง 500,000 ชุด และทำให้ โมเดิร์น ด็อกกลายเป็นวงดนตรีหน้าใหม่ที่มียอดจำหน่ายสูงสุดในปีนั้น และยังช่วยให้เบเกอร์รี่ เร็คคอร์ดถือกำเนิดเป็นค่ายของคนทำงานดนตรีอิสระเช่นกัน (บันเทิงคดี 2537: 43-45)

ความสำเร็จของโมเดิร์น ด็อกนอกจากได้นำไปสู่กระแสความนิยมดนตรีในแบบอัลเทอร์เนทีฟหรือที่เรียกกันสั้นๆว่า “อัลเทอร์” ในเมืองไทยในกลุ่มวัยรุ่นแล้ว วงโมเดิร์น ด็อกยังเป็นแรงบันดาลใจให้กับเยาวชนจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นชนชั้นกลางที่กำลังเรียนในระดับมัธยมปลายและมหาวิทยาลัยหันมาเล่นดนตรี พวกเขาเริ่มตั้งวงดนตรีในกลุ่มเพื่อนๆ ประมาณการกันว่าในยุคหลังจากที่วงโมเดิร์น ด็อก ออกงานใน ปี พ.ศ. 2537 มีวงดนตรีร็อกแนวอัลเทอร์เนทีฟ “สมัครเล่น” (ทั้งที่มีโอกาสและไม่มีโอกาสได้เซ็นสัญญากับค่ายเทป) เกิดขึ้นตามมาในเมืองไทย ประมาณ 200 วง⁶ อย่างไรก็ตามการที่เป้าหมายสำคัญของการตั้งวงในช่วงนั้นเพื่อที่จะหาโอกาสเซ็นสัญญากับค่ายเทปผลิตผลงานเพลง หรือที่เรียกว่า “ออกเทป” เราอาจเรียกกระบวนการเกิดวงในยุคของอัลเทอร์เนทีฟได้ว่าเป็นยุคของ “สตูดิโอแบนด์” (studio band) หรือวงที่ตั้งมาเพื่อหาค่ายและเซ็นสัญญาผลิตงานบันทึกเสียง ซึ่งกระแสนิยมอัลเทอร์เนทีฟได้ทำให้อุตสาหกรรมเกิดวงหน้าใหม่และค่ายค่ายเพลงอิสระจำนวนมากเกิดตามขึ้นมา

นอกจากนี้ความนิยมในกระแสแนวอัลเทอร์เนทีฟในไทย ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดวงดนตรีสมัครเล่นหน้าใหม่ แต่ยังทำให้นักดนตรี/ศิลปินหลายคนที่เคยทำงานเพลงในสไตล์อื่นหันมาออกอัลบั้มในแนวดังกล่าว ในที่นี้ผู้วิจัยขอยกตัวอย่าง ออดี้ (Audy) หรือธนยศ จิรานนท์ซึ่งเคยเป็นศิลปินในวงแนวป๊อปแดนซ์สังกัดค่ายเพลงใหญ่ที่ได้รับความนิยมในระดับหนึ่งมาก่อน ก็ได้หันมาออกอัลบั้มแนวอัลเทอร์เนทีฟในชื่อชุด “เป็นเหตุ” ในปี พ.ศ.2538 โดยออกกับบริษัท บี เอ็ม จี (ประเทศไทย) จำกัด โดยในขั้นตอนการทำงานบริษัท บี เอ็ม จี ให้ออดี้ดูแลการผลิตด้วยตนเองทั้งหมด งานชุดนี้ของเขาประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก มีเพลง “คอย” ซึ่งเป็นเพลงที่สร้างชื่อเสียงให้กับออดี้มากที่สุด มียอดจำหน่ายเทปคาสเส็ตจำนวน 120,000 ชุดซึ่งถือว่าเป็นยอดจำหน่ายที่สูงในปีนั้น นอกจากนี้การยอมรับของออดี้ยังเป็นภาพลักษณ์หนึ่งของเขาได้ก่อให้เกิดแพชชั่นในหมู่เยาวชน

⁶ ตัวเลขประมาณดังกล่าวมาจากข่าวสารที่ผู้วิจัยได้รับเพราะช่วงเวลาดังกล่าวผู้วิจัยทำงานกับบริษัทไมล์สโตน เร็คคอร์ด ซึ่งเป็นบริษัทผลิตสื่อทั้งเพลง นิตยสารและรายการโทรทัศน์

ไทยที่นิยมเพลงอัลเทอร์เนทีฟด้วย ออดี้มีงานอัลบั้มกับบริษัทบีเอ็มจีอีก 1 ชุดในปี พ.ศ.2540 ชุด และมีการรวมเพลงฮิตและเพลงที่เขาแต่งให้กับละครชุด The Show must go on ออกมาในปี พ.ศ. 2541 ก่อนที่ย้ายไปออกงานกับค่ายเพลงเปิดใหม่ เฮาส์ อีฟ ฟัน(House of Fun)ของวิลาสิณี ปันยารชุน ผู้บริหารที่แยกตัวออกมาจากเบเกอร์รี เรคคอร์ด เพราะบริษัทบีเอ็มจี ปิดแผนกเพลงไทยสากลลง ในปี พ.ศ. 2542 แต่หลังจากทางเฮาส์ อีฟ ฟันต้องปิดตัวลงก็ได้โอนสัญญาของออดี้ให้กับบริษัทเทโร เรคคอร์ด ซึ่งเป็นค่ายเพลงเปิดใหม่ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของไทยทีวีสีช่อง 3 ใน ปี พ.ศ. 2540 หลังจากไร้สังกัดธนายศยังคงออกงานตนเองในนามค่ายอิสระและยังคงเล่นดนตรีตามสถานบันเทิงตอนกลางคืน จนถึงปัจจุบัน เขาน่าจะเป็นนักดนตรีที่มีชื่อเสียงคนเดียวจากยุคอัลเทอร์เนทีฟเดี่ยวที่เปลี่ยนจากศิลปินประเภทสตูดิโอจากค่ายแล้วกลายมาเป็นนักร้องอาชีพ

จากที่กล่าวมาทั้งวงอัลเทอร์เนทีฟไทยที่เกิดขึ้นใหม่กับค่ายเพลงเล็กและศิลปินแนวอื่นที่หันมาทำเพลงอัลเทอร์เนทีฟและผลิตงานในค่ายใหญ่ หากเราจะพิจารณาในห่วงโซ่ของมูลค่า (circuit of value)แล้วเราจะเห็นว่ายุคอัลเทอร์เนทีฟวงจรของมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจ อยู่ภายใต้ระบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรมอย่างชัดเจน แม้แนวดนตรีจะเป็นกระแสจากอังกฤษแต่นั้นเป็นการดึงเอาลักษณะหนึ่งของโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม (cultural globalization)มาสร้างตลาดใหม่ในไทยซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของอุตสาหกรรมดนตรีไทย ไม่ต่างจากกระแสดนตรีที่เป็นที่นิยมอื่นๆในไทย (Sawangchot 2007) เราอาจจะให้ภาพของห่วงโซ่มูลค่าของการเกิดขึ้นของค่ายอิสระในกระแสแนวดนตรีอัลเทอร์เนทีฟในไทย นั้นเกิดขึ้นภายใต้โครงสร้างอุตสาหกรรมวัฒนธรรมแบบฟอร์ดิสซ์ หากแต่เป็นหน่วยการผลิตที่มีขนาดเล็กลงมา นอกจากนี้เราจะเห็นถึงการเชื่อมโยงการใช้สื่อต่างๆ เพื่อสร้างตลาดแบบมวลชนได้ดังนี้ คือ เริ่มจากสื่อกระจายเสียงอย่างรายการวิทยุและโยงไปสู่ อุตสาหกรรมดนตรีคือการผลิตเทปคาสเส็ต

การเกิดขึ้นวงดนตรีสมัครเล่นจำนวนมากจะเป็นในลักษณะของผู้บริโภคในฐานะผู้ผลิต (consumer as producer) ที่ดูเหมือนเป็นการสร้างอำนาจให้กับผู้บริโภค แต่ก็เป็นที่น่าสังเกตว่า วงดนตรีอัลเทอร์เนทีฟที่ต้งขึ้นล้วนใหม่เป็นวงประเภท “สตูดิโอแบนด์” (studio band) คือตั้งวงเพื่อมุ่งหวังที่จะเซ็นสัญญากับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นค่ายอิสระเล็กๆที่เกิดขึ้นใหม่ บริษัทค่ายเทปใหญ่ทั้งของไทยและของต่างประเทศ แม้ว่าดูเหมือนศิลปินจะมีโอกาสทำงานเพลงเองโดยเฉพาะการแต่งเพลงและการบันทึกเสียง แต่กลไกอื่นๆภายใต้โครงสร้างของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมของไทยยังถูกค่ายเพลงใหญ่ควบคุมการใช้สื่อ โดยเฉพาะสื่อกระจายเสียงวิทยุและโทรทัศน์ที่เป็นสื่อหลักของการแพร่กระจายผลงานของเพลงไทย หรือแม้กระทั่งสื่อสิ่งพิมพ์ที่เหล่าศิลปินหน้าใหม่ต้องเดินทางไปเยี่ยมเพื่อให้ช่วยโปรโมทหลังมีงานใหม่ออกจำหน่าย หรือที่เรียกกันว่า “เยี่ยมแทนพิมพ์” ที่สำคัญนักดนตรีอัลเทอร์เนทีฟไทยล้วนถูกรวมไว้ในวาทกรรม “ศิลปิน” เช่นกัน

ดังนั้น โดยสรุปหากจะให้ภาพของกลุ่มศิลปินที่ผลิตงานในยุคอัลเทอร์เนทีฟของไทยแล้ว พวกเขายังไม่ได้มีโอกาสสร้างทางเลือกของการทำงานสร้างสรรค์ดนตรีของพวกเขาอย่างแท้จริง ภายใต้โครงสร้างของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมของไทย “ความมีอิสระ” ของการผลิตงานของพวกเขาเป็นเพียงมายาภาพของช่วงที่รุ่งเรืองของการเติบโตของอุตสาหกรรมดนตรีของไทยมากกว่า

อย่างไรก็ตามการเกิดขึ้นของกระแสนิยมอัลเทอร์เนทีฟในยุคนั้น ไม่ใช่เพียงแค่เรื่องของการเล่นดนตรีเท่านั้น หากแต่ยังเกี่ยวพันถึงเรื่องของวัฒนธรรมในชีวิตประจำวันนั้นคือแฟชั่น นอกจากนี้อัลเทอร์เนทีฟยังช่วงสร้างรูปแบบของการใช้ชีวิต การก่อรูปของกลุ่มเยาวชนที่มีกลุ่มทางอัตลักษณ์ที่เรียกว่า “เด็กอัลเทอร์” หรือ “เด็กแนว” ที่ล้วนแต่กล้าที่จะแสดงออกหนังสือพิมพ์ผู้จัดการได้มีการทำสื่อบุเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่นในยุคอัลเทอร์เนทีฟ “กล้าแตกต่างทางเลือกของคนรุ่นใหม่” (ผู้จัดการวิเคอเนท์ ปีที่ 2/2537) ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ของการก่อรูปของวัฒนธรรมย่อยกลุ่ม

วัยรุ่น (youth subculture) ชัดเจนที่สุดในประวัติศาสตร์ร่วมสมัยของไทย การหันมาเล่นดนตรีและหาทางที่จะประกอบอาชีพโดยการเป็นนักดนตรีจากเยาวชนที่ส่วนใหญ่เรียนจบมหาวิทยาลัยในสาขาอื่นๆที่ไม่เกี่ยวกับดนตรี ล้วนเป็นการปฏิเสธค่านิยมของการสร้างความมั่นคงในชีวิตที่สังคมไทยมักให้คุณค่าของการทำงานในระบบการจ้างงาน (ทั้งงานราชการและเอกชน) การเป็นนักดนตรีซึ่งไม่ถือว่าเป็นอาชีพที่มั่นคงแต่กลับกลายเป็นเป้าหมายของการทำงานอันอิสระของกลุ่มเยาวชนที่เรียนจบในระดับมหาวิทยาลัย ดังนั้น กระแสอัลเทอร์เนทีฟจึงไม่ใช่แค่เรื่องดนตรี หากแต่ยังมีความหมายในเชิงสังคมวิทยากลุ่มของวัฒนธรรมวัยรุ่นและแนวทางการใช้ชีวิตของวัยรุ่นไทยในช่วงตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2537 เป็นต้นมา

จะเห็นได้ว่ากระแสของดนตรีแบบอัลเทอร์เนทีฟในเมืองไทยได้ลดความนิยมลงช่วงประมาณปี พ.ศ. 2543 วงดนตรีทั้งในค่ายใหญ่และค่ายอิสระที่เคยมียอดขายเทปคาสเซ็ทจำนวนมากหลายแสนตลับ กลับไม่สามารถทำยอดขายได้เช่นเดิม ส่งผลให้หลายวงไม่มีการต่อสัญญากับค่ายเทป วงโมเดิร์นด็อก ก็ถูกโอนอยู่กับบีเอส เทโร เร็คคอร์ด (BEC Tero Record) หลังจากเทโรเข้ามาซื้อเบเกอร์รี่ ซึ่งประสบปัญหาด้านเงินทุนในการดำเนินธุรกิจ (และก็หันมาตั้งบริษัทของตนเองหลังจากหมดสัญญากับเทโร) วง Crosby ไปหลังจากมีอัลบั้มได้เพียงชุดเดียว อย่างไรก็ตามสมาชิกของวงยังคงทำงานเพลงโดยหันไปรับงานทำเพลงให้กับงานโฆษณา ในขณะที่บางคนตั้งบริษัทสมอลล์รูมซึ่งรับทำเพลงโฆษณาในระยะแรกและต่อมาได้กลายเป็นค่ายเพลงอินดี้ที่มีศิลปินในสังกัดจำนวนมาก ซึ่งการทำงานในระบบ 2 ตลาดทำให้บริษัทสมอลล์รูมยังคงดำเนินงานต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันโดยรับทำเพลงโฆษณาและก็ผลิตผลงานให้กับวงการอินดี้ป๊อปในตลาดเพลงสมัยนิยมของไทยเป็นจำนวนมาก

หากพิจารณาในโครงสร้างของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมของไทย กระแสนิยมดนตรีอัลเทอร์เนทีฟไทยก็มีช่วงที่รุ่งเรืองเพียงแค่ประมาณ 5 ปี(นับหลังจากวง Crosby และวงโมเดิร์นด็อก ออกอัลบั้มใน ปี พ.ศ.2537) วงจรภายใต้อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมที่มุ่งผลิตสินค้าทาง

วัฒนธรรม (cultural commodity) ในเชิงปริมาณซึ่งในช่วงแรกได้รับการตอบรับจากยอดจำหน่ายที่ดี แต่เมื่อยอดจำหน่ายเทปในตลาดของศิลปินและวงดนตรีอัลเทอร์เนทีฟไทยเริ่มไม่สามารถทำยอดขายได้ในระดับที่คุ้มต่อการลงทุน ในแง่ของธุรกิจจากค่ายเทปก็ไม่มี การต่อสัญญาการผลิตงานกับวงเดิม และไม่เซ็นสัญญากับวงหน้าใหม่ ดังนั้นสินค้าเหล่านี้จึงค่อยๆ หายออกไปจากตลาดและไม่ถูกผลิตเข้ามาเพิ่มอีก

แต่หากว่าเราพิจารณานอกบริบท“การผลิต”ของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรี จะเห็นว่า “วัฒนธรรมอัลเทอร์เนทีฟ”ไม่ได้หายไปพร้อมๆ กับแนวดนตรีและ/หรือวงดนตรี หากแต่ขึ้นอยู่กับปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน (everydaylife practice) ของวัฒนธรรมที่เรียกว่า“วัฒนธรรมเด็กแนว” ซึ่งแสวงหาพื้นที่ของการปฏิบัติการในรูปแบบต่างๆ พร้อมกับพยายามประสานสร้างพื้นที่การปฏิบัติการทางวัฒนธรรมเข้ากับพื้นที่ปฏิบัติการทางเศรษฐกิจในอีกรูปใหม่ๆ ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นส่วนสำคัญต่อการสร้างจุดทั้งเชื่อมต่อ/ปะทะของการสร้างพื้นที่ของกระแสโพสตร์ร็อกที่เกิดขึ้นมา ซึ่งผู้วิจัยจะกล่าวถึงส่วนต่อไป

บทที่ 5

โพสต์ร็อกและการสร้างพื้นที่ใหม่ของเยาวชนในกรุงเทพฯ

จากการที่กระแสความนิยมของดนตรีแบบอัลเทอร์เนทีฟได้ลดความนิยมลง และได้ส่งผลต่อระบบอุตสาหกรรมการผลิตงานดนตรีของค่ายเพลงใหญ่หลาย ค่ายกลับยุบแผนกนี้ไปเลย บางค่ายแยกบริษัทย่อยที่ทำเฉพาะแนวนี้ แต่ความต้องการที่จะผลิตงานสร้างสรรค์ดนตรีในกลุ่มเยาวชนกลับไม่ได้ลดลงตามการสร้างตลาดอันเป็นช่วงที่กระแสอัลเทอร์เนทีฟลดความนิยมลง ดนตรีแนวอื่น เช่นแนวฮิป ฮอป (Hip Hop), ป๊อป ร็อก (Pop Rock) ก็ได้เข้ามาอยู่ในกระแสนิยมของผู้ฟังที่เป็นเยาวชน ราวต้นทศวรรษที่ 2540 กระแสดนตรีอัลเทอร์เนทีฟที่ถูกผลิตผ่านสื่อและอุตสาหกรรมได้ค่อยๆหายไป แต่เยาวชนที่นิยมดนตรีแนวนี้หันไปสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของตนเองขึ้นใหม่ ซึ่งเป็นแนวทางที่อยู่นอกอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีของไทย

อินดี้กับการสร้างพื้นที่ทางเลือกใหม่

ในขณะที่ดนตรีร็อกแบบอัลเทอร์เนทีฟเองก็ถูกแทนที่ด้วยคำว่า “อินดี้” ซึ่งแม้จะทับศัพท์จากภาษาอังกฤษคำว่า “Independent” แต่ก็เรียกย่อๆกันว่า “อินดี้” ซึ่งหากพิจารณาในเชิงสไตล์ดนตรีแล้วไม่ได้แตกต่างกับอัลเทอร์เนทีฟ แต่อินดี้มีความหมายถึงรูปแบบของชีวิตทางวัฒนธรรมมากกว่านิยมในส่วนของคนตรี (Borthwick and Moy 2004, Hesmondhalgh 1999, Blauch 1997) สำหรับในไทยเป็นที่น่าสังเกตว่าการเกิดขึ้นของวัฒนธรรมแบบอินดี้ เป็นการนำเอาดนตรีในแนวอัลเทอร์เนทีฟที่เคยเป็นดนตรีที่ได้รับความนิยมในหมู่นักศึกษามาสร้างพื้นที่ใหม่ ในช่วงที่กระแสความนิยมในตลาดเพลงแนวอัลเทอร์เนทีฟลดความนิยม เยาวชนกลุ่มหนึ่งได้ยังคงนิยมเพลงแบบอัลเทอร์เนทีฟได้หันมาจัดปาร์ตี้หรือจัดการแสดงดนตรีกันเอง ซึ่งถือว่าเป็นการริเริ่มการเปิดพื้นที่ทางวัฒนธรรมของกลุ่มตนเองขึ้นมา และที่สำคัญเป็นการสร้างพื้นที่ที่อยู่นอกระบบที่ถูกจัดการจาก

อุตสาหกรรมดนตรีสมัยนิยมและสื่อสารมวลชน ในส่วนต่อไปนี้ผู้วิจัยจะขอยกตัวอย่างของการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของดนตรีหลังยุคอัลเทอร์เนทีฟ 2 กรณีคือ การเกิดขึ้นของเทศกาลดนตรีแพตเฟสต์วิวัล (Fat Music Festival) และปาร์ตี้ดูต สวีท (Dudesweet Party) เพื่อให้เห็นภาพของการสร้างพื้นที่ดนตรีทางเลือกในอีกรูปแบบหนึ่งของกลุ่มเยาวชนและผู้จัดการสื่อทางเลือก และในที่สุดท้ายจะกล่าวถึงการเกิดขึ้นของโพสต์ร็อก

การเกิดขึ้นของเอฟ.เอ็ม98 คลิก เรดิโอ ใน ปี พ.ศ. 2543 ซึ่งเป็นสถานีวิทยุที่เปิดเพลงวัยรุ่น โดยเปิดโอกาสให้วงดนตรีที่ไม่สังกัดค่ายใดๆ ได้ส่งผลงานมาให้ทางสถานีเปิด นับว่าเป็นเปิดพื้นที่ครั้งสำคัญให้กับเยาวชนที่สนใจจะสร้างสรรค์งานดนตรีของตนเอง มีวงดนตรีวัยรุ่น(ส่วนใหญ่เป็นวงสมัครเล่นที่รวมกันจากนักศึกษาส่งงานเพลงของตนเองมาเปิดในรายการดังกล่าว นอกจากนี้ในปี พ.ศ.2544 ทางคลิก เรดิโอ ได้ออกอากาศและริเริ่มจัดเทศกาลดนตรีเทศกาลดนตรีแพตเฟสต์วิวัล (หรือที่เรียกกันสั้นๆ ว่า "แพตเฟส") ซึ่งถือว่าในปี พ.ศ.2544 เป็นปีแห่งการช่วยปลดแอกแนวอัลเทอร์เนทีฟไทย ออกจากอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีจากระบบค่ายเพลง และยังก่อให้เกิดกระแสอินดี้

จากการที่คลิกเอฟ เอ็ม 98 คลิกเรดิโอเป็นรายการวิทยุ ที่เปิดโอกาสให้กับศิลปินหน้าใหม่ที่ ไม่ได้สังกัดค่ายส่งผลงานมาให้เปิดทางรายการ ดังนั้น รายการจึงเป็นเสมือนพื้นที่ให้กับนักดนตรีรุ่นใหม่จำนวนมากที่สร้างสรรค์ผลงานเองแต่ไม่มีที่เผยแพร่ งานเทศกาลดนตรีแพตเฟสต์วิวัลเป็นการสร้างพื้นที่ให้กับวงดนตรีแบบได้มีโอกาสเล่นต่อหน้าแฟนเพลง ซึ่งเปรียบเสมือนการสร้างวัฒนธรรมให้วงรุ่นใหม่ของการเป็นแสดงสดไม่ใช่เป็นสตูดิโอแบนอีกต่อไป การเกิดขึ้นของแพตยังเป็นการโต้ตอบของระบบผูกขาดของระบบโครงสร้างสื่อกระจายเสียงวิทยุของไทย ที่รายการวิทยุในไทย มักจะมีสัญญาบัตรทางสถานีเพียงปีต่อปี ทางยุทธนาและทีมงานของคลิก เรดิโอจึงเห็นว่าควรสร้างพื้นที่อื่นเพื่อเป็นความมั่นคงทั้งในแง่ของการดำเนินงานและในแง่ธุรกิจที่งานเทศกาลดนตรีแพตเรดิโอ

จึงถือกำเนิดขึ้น อาจกล่าวได้ว่าการเกิดของแพต เรดิโอและแพต เฟสติวัลคือกระบวนการสร้างวัฒนธรรมทางเลือก(alternative culture)ในอีกรูปแบบหนึ่ง

แพตเฟสครั้งแรกเริ่มจากงานเล็กๆ ในอาคารโรงงานยาสูบเก่า บนถนนเจริญกรุงในปี พ.ศ. 2544 ที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก จนมีการจัดในปีต่อมาย้ายไปจัดในสถานที่ที่ใหญ่ขึ้นที่ห้างอิมพีเรียลลาดพร้าว (พ.ศ. 2545) และโยกย้ายไปตามสถานที่ต่างๆ เช่นสวนสยาม (พ.ศ. 2546) สนามม้านางเลิ้ง (พ.ศ. 2547) แคนเนรมิตเก่า (พ.ศ. 2548) และ 5ปีหลังสุดที่เอชาแลนเจอร์ฮอลล์ เมืองทองธานีและริมทะเลสาบย่านเมืองทองธานี (ระหว่างปี พ.ศ.2549-2553) นอกจากนี้ยังได้มีการจัดเทศกาลย่อยๆตามหัวเมืองใหญ่ตามภาคต่างๆเช่นที่เชียงใหม่และขอนแก่นซึ่งมีเริ่ม"ความเป็นวัฒนธรรมเมือง" ไม่ต่างจากกรุงเทพฯ เทศกาลดังกล่าวยุติลงในปี พ.ศ. 2555 หลังจากจัดมาได้ 12 ครั้ง ส่วนรายการคลิก เรดิโอก็ได้ยุติการออกอากาศทางสถานีวิทยุ ในวันที่ 25 ตุลาคม พ.ศ. 2556 โดยในปัจจุบันเปลี่ยนไปแคท เรดิโอ (Cat Radio) และออกอากาศทางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในแง่ของเศรษฐกิจการเมืองของสื่อและอุตสาหกรรมดนตรีสมัยนิยมของไทย รวมทั้งการเมืองทางวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทย ตลอดระยะเวลา 12 ปีของทั้งรายการวิทยุและเทศกาลแพตเฟสติวัลได้สะท้อนภาพให้เห็นถึง การเติบโตอุตสาหกรรมดนตรีและวัฒนธรรมแบบอินดี้ของไทย ที่มีการผลิตผลงานเพลงไทยให้กับเยาวชนอีกรุ่นหนึ่งที่เติบโตมากับยุคเพลงยุคหลังอัลเทอร์เนทีฟในแบบของโมเดิร์น ด็อก และวงอื่นๆในยุคเดียวกันนอกจากนี้ในเทศกาลแพตซึ่งไม่ใช่แค่เทศกาลดนตรี แต่เป็นที่รวมของสินค้าสร้างสรรค์จำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นหนังสือทำมือโปสการ์ด แฟชั่นของตกแต่ง ฯลฯ ที่ล้วนแล้วแต่เป็นงานที่ผลิตโดยเยาวชนซึ่งส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย

แพตเฟสติวัลจึงเป็นพื้นที่อิสระของการแสดงออกของความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผ่านการผลิตผลิตภัณฑ์ในรูปแบบทางวัฒนธรรม (cultural form) ในลักษณะต่างๆ ดังนั้นแนวทางอินดี้ของไทยซึ่ง

เกิดมาในยุคหลังกระแสอัลเทอร์เนทีฟ จึงมีความหมายกว้างกว่านิยามเรื่องดนตรีและได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตและการบริโภควัตถุ รวมทั้งในเรื่องของ รสนิยม ไลฟ์สไตล์ บนพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ โดยที่เราไม่ต้องอ้างอิงว่านี่คืออิทธิพลของวัฒนธรรมตะวันตกอีกต่อไป ส่วนในแง่เศรษฐกิจเราไม่อาจคำนวณได้ถึงมูลค่าของการขายงานในงานแฟตเฟส เนื่องจากอุตสาหกรรมดนตรีอินดี้ รวมทั้งสินค้าอื่นๆ ที่วางขายในงานกว่าครึ่งเป็น SML แบบ "Smallest, Not Medium, Industry" ผู้ผลิตซึ่งเป็นวัยรุ่นส่วนใหญ่ก็คือผู้บริโภคด้วยเช่นกัน ความสำคัญของสินค้าอาจไม่ได้อยู่ในปริมาณการขาย หากอยู่ที่การใช้ความคิดสร้างสรรค์และการผลิตของผู้ผลิตงานนั้นๆ สินค้าอินดี้จึงกลับมีมูลค่าในฐานะของ สิ่งของ"มากกว่า "สินค้า"เพื่อการบริโภค

นอกจากแฟต เฟสตีวัล ซึ่งเป็นเทศกาลที่จัดเพียงแคปีละครั้ง ซึ่งไม่เพียงพอต่อการสร้างพื้นที่ให้กับวัฒนธรรมของกลุ่มวัยรุ่น ความต้องการที่จะสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมให้กับตนเองก็ถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่เป็นผลต่อเนื่องจากผลของกระแสในวัฒนธรรมแบบเด็กแนวในยุคอัลเทอร์เนทีฟ อาจจะสามารถกล่าวได้ว่ากลุ่มเยาวชนต้องการสร้างความอิสระในการจัดการตนเองผ่านกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรมมากขึ้น ซึ่งกิจกรรมดนตรีเป็นกิจกรรมที่จัดได้ง่ายสุด ในที่นี้ผู้วิจัยจะขอกกล่าวถึงกิจกรรมที่ริเริ่มจัดโดยกลุ่มนักศึกษาที่เรียนด้านศิลปะกลุ่มหนึ่งเพื่อให้เห็นภาพของการสร้างพื้นที่ของวัฒนธรรมอินดี้ นักศึกษากลุ่มนี้ยังคงนิยมเพลงแนวอัลเทอร์เนทีฟที่ได้ลดความนิยมลงไป พวกเขาได้หันมาจัดปาร์ตี้ที่เรียกว่า “Dude Sweet” ด้วยสาเหตุว่าเบื่อเพลงที่นิยมเปิดในผับในขณะนั้น และไม่สามารถหาเพลงในสไตล์อังกฤษในแบบที่ตนเองชื่นชอบได้ในรายการวิทยุ (นิตยสาร Mar สิงหาคม 2547: 140)

งานปาร์ตี้แรกของ Dude Sweet เริ่มจากกลุ่มเพื่อนนักศึกษาศิลปะจาก ศิลปากร, จุฬาฯ และมศว. ประสานมิตรจัดขึ้นเป็นครั้งแรกที่ร้านอาหารร้างบนถนนข้าวสาร สาเหตุที่จัดเพราะช่วงปี พ.ศ.2546 เป็นปีที่คลับบาร์ต่างๆ เลิกเปิดเพลงอัลเทอร์เนทีฟ และ อินดี้ร็อค แล้วเปลี่ยนไปเปิด

เพลงป๊อป, ฮิปฮอป ตามกระแสนิยมทางกลุ่มจึงคิดว่าจัดปาร์ตี้เปิดดนตรีตามแนวอัลเทอร์เนทีฟที่พวกเขาชอบดีกว่า ปาร์ตี้แรกของ Dudesweet เริ่มต้นด้วยการลงขันกันเช่าเครื่องเสียง และเปิดเพลงจากเทปคลาสเซ็ทที่ใครชอบวงไหนก็เอามาเปิดกัน สำหรับการโปรโมทปาร์ตี้คือโปสเตอร์สกรีนเองเพื่อความประหยัด และการกระจายตัวกันไปแจกใบปลิวซีร็อกซ์ ปาร์ตี้ครั้งแรกมีคนประมาณ 80 คน เพลงสุดท้ายที่เปิดในงานปาร์ตี้วันแรกและมักใช้เป็นเพลงประจำปาร์ตี้คือเพลง Motorcycle Emptiness ของวงเมนิช สตรีท พีเซอร์ วงดนตรีที่กลายเป็นสัญลักษณ์ของยุคอัลเทอร์ไทย (ซึ่งถือว่าเป็นวงอัลเทอร์เนทีฟที่มีชื่อเสียงมาจากการโปรโมทจากรายการวิทยุของวาสนา วีระชาติพลีและเป็นวงดนตรีวงแรกที่เข้ามาเปิดการแสดงในไทยดังที่ได้กล่าวไปแล้ว) ปาร์ตี้ที่ริเริ่มโดยนักศึกษาได้พัฒนาจากปาร์ตี้ดนตรี (ที่ตอนนั้นคิดกันจะจัดแค่ครั้งเดียวเล็ก) ไปสู่กิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรม โดยใช้ความรู้ความสามารถทางศิลปะของกลุ่มนักศิลปะเช่นการทำแผ่นปิด การจัดแสงสีและการมองเห็น (Visual) บนเวทีส่วนสถานที่จัดงานปาร์ตี้ได้ที่ต่างๆเช่นผับ ภาพยนตร์ ศูนย์การค้าฯลฯ โดยมีแนวคิดหลัก (Theme) ของการจัดในแต่ละครั้งขึ้นอยู่กับความสนุกและความชอบเฉพาะกลุ่มเป็นที่ตั้ง แต่ในระยะหลังมีกลุ่มสปอนเซอร์จากสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชนเข้ามาสนับสนุนงานนับถึงปัจจุบันปี พ.ศ. 2556 ปาร์ตี้ได้จัดมาครบ 10 ปีโดยจัดตามโอกาสที่เหมาะสม และปาร์ตี้ที่นับว่าเป็นงานที่ได้รับการสนับสนุนจากสปอนเซอร์จำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นสถาบันทางวัฒนธรรมอย่างเช่นบริทติส เคาน์ซิล และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทต่างๆที่เป็นที่นิยมของกลุ่มวัยรุ่น

นอกจากปาร์ตี้ Dudesweet แล้วก็ยังมีอื่นๆที่จัดโดยกลุ่มวัยรุ่นและเพื่อกลุ่มแฟนวัยรุ่นเช่นกัน ส่วนใหญ่จะเป็นการจัดการแสดงดนตรีสดที่เรียกว่า “Live Show” ก็มีการริเริ่มจัดเป็นระยะๆ งานแรกๆที่ได้รับความนิยมก็คืองาน Mind the Gap ซึ่งผู้จัดเป็นชาวต่างชาติที่อยู่ในไทยและเอารูปแบบการจัดงานแสดงดนตรีมาจากต่างประเทศ โดยที่จะเข้าไปขอจัดงานแสดงในผับและให้วงดนตรีอินดี้ร็อกเยาวชนรุ่นใหม่ๆได้เข้ามาแสดงโดยไม่มีค่าตอบแทนให้หรือมีแต่ก็น้อยมาก ส่วนผับนั้นก็จะได้ลูกค้าที่จะมาซื้ออาหารและเครื่องดื่มในร้าน อาจจะมีค่าใช้จ่ายที่ผู้จัดจ่ายให้จำนวนหนึ่ง ร้าน

ที่นิยมไปจัดส่วนใหญ่จะเป็นร้านที่มีความจุพอประมาณและมีเวทีที่สามารถจัดการแสดงได้ ที่นิยมกันคือวัฒนธรรมคลับ(Club Culture) แถวแยกพญาไทและลัลลาบาร์ย่านใกล้ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร ร้านทั้งสองเป็นผับและร้านอาหารซึ่งมีลูกค้าเป็นกลุ่มเยาวชนอยู่แล้ว ดังนั้นจึงถือว่าเหมาะกับการเป็นสถานที่การแสดงดนตรีแนวอินดี้ร็อกเช่นเดียวกับเทศกาลดนตรีเฟสเฟสการจัดงานของ Mind the Gap ช่วยเปิด “พื้นที่” ของการสร้างสรรค์ดนตรีในรูปแบบของการแสดงสด (live show) ซึ่งไม่ถูกผูกติดกับอุตสาหกรรมดนตรี เนื่องจากวงดนตรีที่มาเล่นในงานไม่ได้เซ็นสัญญากับค่ายเพลง โดยส่วนใหญ่เป็นวงหน้าใหม่และเป็นวงสมัครเล่น โดยหากทางวงมีงานอัดเสียง Mind the Gap ยังช่วยส่งเสริมในแง่ของการผลิตและการขายด้วยการทำแผ่นซีดีรวมงานเพลงของวงหลายวงหรือที่เรียกว่าแผ่น Compilation

อย่างไรก็ตามพื้นที่ของการแสดงออกทางด้านดนตรีค่อนข้างมีจำกัด แม้ว่าการเกิดขึ้นของเฟส เฟส เรดิโอ ปาร์ตี้ดูดสวีท และมายด์ เดอะ แก๊ป จะเป็นการแสวงหาพื้นที่ใหม่ๆ ซึ่งเป็นพื้นที่เหล่านั้นจะอยู่นอกกระแสของอุตสาหกรรมดนตรี และยังเป็นส่วนกระตุ้นให้เกิดวัฒนธรรมอินดี้ที่ทำให้วัยรุ่นเริ่มสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของตนเอง ในช่วงที่พื้นที่ทางการเมืองและสังคมเปิดกว้างมากขึ้นหลังปี พ.ศ. 2548 หลังจากที่พรรคไทยรักไทยได้ชนะการเลือกตั้งและมีการจัดรัฐบาลโดยมีทักษิณ ชินวัตรเป็นนายกรัฐมนตรี ช่วงนั้นก็ยิ่งทำให้เกิดพื้นที่วัฒนธรรมของการดื่มและความบันเทิงที่เจาะกลุ่มวัยรุ่นเป็นจำนวนมาก จนทำให้นายปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์ที่เป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยในสมัยรัฐบาลของทักษิณ 1 ได้ประกาศให้มีการกำหนดเวลาเปิด-ปิดสถานบันเทิง ตลอดจนการตรวจจับยาเสพติดในแหล่งบันเทิงกลางคืนหรือที่เรียกว่าเป็น “ยุคตรวจฉี” เราจะเห็นว่าสถานบันเทิงที่เป็นแหล่งเที่ยวของเยาวชนที่เกิดขึ้นมากมายในช่วงนั้นไม่ใช่สถานที่จะไปเสพดนตรี ส่วนใหญ่เป็นผับหรือร้านอาหารที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และอาหาร แต่มีวงดนตรีเล่นประกอบเพื่อสร้างบรรยากาศ ด้วยสภาพดังที่กล่าวมานี้ทำให้นักดนตรีและผู้สร้างสรรค์งานกลุ่มหนึ่งที่ไม่ใคร่จะชื่นชมวิธีการดังกล่าว จึงริเริ่มการแสวงหาพื้นที่การสร้างสรรค์และการแสดงดนตรีใหม่ๆซึ่งอยู่นอก

อุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีและวางตัวห่างจากปาร์ตี้และผ้าแบบสถานบันเทิง นั่นคือการก่อกำเนิดขึ้นกระแสโพสต์ร็อกในวัฒนธรรมอินดี้ของไทยซึ่งผู้วิจัยจะกล่าวอย่างละเอียดในบทต่อไป

เราจะเห็นว่าการที่ดนตรีแบบอัลเทอร์เนทีฟตกต่ำลงหลังจาก ถูกทำให้กลายเป็นสถาบันผ่านกลไกของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของดนตรีสมัยนิยมในไทยแบบเดิม กลุ่มคนที่นิยมได้แสวงหาพื้นที่ใหม่นอกระบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรม แม้ว่าการเกิดขึ้นของกระแสปาร์ตี้ Dude Sweet กับการแสดงสดของ Mind the Gap และการจัดเฟดแพสของคลิกเรดิโอดังที่กล่าวมาจะเป็นการเปิดพื้นที่ใหม่ แต่เยาวชนอีกกลุ่มหนึ่งก็แสวงหาการแสดงออกทางดนตรีของตนเองในอีกรูปแบบ พร้อมกับสร้างพื้นที่ให้กับวัฒนธรรมทางเลือกในอีกรูปแบบหนึ่งเช่นกัน ซึ่งถือว่าเป็นจุดกำเนิดเชื่อมต่อที่ทำให้เกิดกระแสโพสต์ร็อกที่เกิดขึ้นตาม แสวงหาพื้นที่ใหม่ที่ปะทะประสานกับงานทางด้านศิลปะ พร้อมๆการต่อร่องพื้นที่ทางการตลาดขึ้นมาใหม่

กระแสไทยโพสต์ร็อก: การประสานกันของพื้นที่ทางดนตรีและศิลปะ

แม้ไม่อาจกำหนดได้ว่าปีไหนเป็นปีที่กระแสโพสต์ร็อกเกิดขึ้นในไทย แต่โคอิชิ ซิมิซึ (Koichi Shimizu) ชาวญี่ปุ่นเจ้าของโปรเจกต์โซออน ดายน์ ฟาวเวอร์บอกว่าในราวปี พ.ศ.2546 เขามีส่วนร่วมงานกับวงนักศึกษาของไทยที่สนใจดนตรีแบบโพสต์ร็อก (สัมภาษณ์โคอิชิ 2556) อาจกล่าวได้ว่าช่วงราวปี พ.ศ. 2545-2547 เกิดกระแสดนตรีแบบใหม่ที่เรอาจใช้คำเรียกว่า “กระแสโพสต์ร็อก” เริ่มเป็นที่รู้จักกันในกลุ่มนักฟังเพลงที่ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา

ที่จริงคำว่า “โพสต์ร็อก”(Post-rock) ถูกนิยามโดยนักวิจารณ์และนักเขียนคอลัมน์ดนตรีชาวอังกฤษไซมอน เรย์โนลด์ (Simon Reynolds) ที่เขียนวิจารณ์งานอัลบั้ม Hex ของบาร์ค ไซโคซิสที่ออกวางจำหน่ายในเดือนมีนาคม 1994 เรย์โนลด์ได้กล่าวถึงงานในชุดนี้ที่มีการใช้เทคโนโลยีการสังเคราะห์เสียงประกอบการเล่นดนตรีร็อกหรือแนวร็อกทดลองซึ่งเขาเห็นว่าเป็นแนวทางใหม่ และไม่อาจจัดในความหมายประเภทความหมายดนตรี(musical genre) ในแบบเดิมได้ คำว่า “โพสต์-

ร็อก”ที่เรย์โนลด์ใช้จึงเป็นกระแสนดนตรีที่ไม่จำกัดแนว (Reynolds 2004: 221-223) อย่างไรก็ตาม ดนตรีในกระแสโพสต์ร็อกยังคงมีโครงสร้างของดนตรีร็อกอยู่มาก มีการใช้กีตาร์ไฟฟ้าเป็นเครื่องดนตรีหลักในการบรรเลงเพลง แต่โพสต์ร็อกก็ไม่ได้ถูกจัดว่าเป็นประเภทย่อย(sub-genre)ของดนตรีร็อก(เช่นดนตรีในยุค ปี ค.ศ.1970 ที่เกิด Classic Rock, Progressive Rock) เจมส์ เอ. ฮอดจ์คินสัน (James A. Hodgkinson) เห็นว่าโพสต์ร็อกไม่ได้เกิดจากกระแสของวัฒนธรรมย่อยกลุ่มวัยรุ่น แบบเดียวกับที่เคยเกิดในอังกฤษเช่นเดียวกับกระแสพังค์ (ในยุคกลาง 1970 ที่วัยรุ่นอังกฤษที่จำนวนหนึ่ง จบการศึกษาด้านศิลปะหันมาจับกีตาร์ และตั้งวงดนตรีด้วยการเล่นเพลงที่แต่งเองด้วยทักษะดนตรีที่มีไม่มากนัก) ที่ดนตรีของพวกเขาพึ่งคั้นต้นกำเนิดกระแสร็อกสตาร์หรือวัฒนธรรมบริโกลในดนตรีร็อก

ที่สำคัญในโลกตะวันตกดนตรีโพสต์ร็อกไม่ได้ต่อต้านวัฒนธรรมร็อก เพียงแยกชัดเจนจากแนวร็อกอื่นๆ บนฐานของของการเกิดเทคโนโลยีการผลิตเพลงและการสื่อสารในยุคข้อมูลสาร ที่จริงโดยรวมงานเหล่าศิลปินโพสต์ร็อกยังคงเป็นแนวดนตรีที่ใช้กีตาร์เป็นหลัก อาจจะผสมกับเครื่องดนตรีแบบอิเล็กทรอนิกส์หรือเทคโนโลยีด้านโปรแกรมดนตรีอื่นๆ บางคนเห็นว่าดนตรีแบบโพสต์ร็อกคือการฟื้นฟูดนตรีร็อกขึ้นมาใหม่อีกครั้งหนึ่ง โดยนักดนตรีที่เติบโตยุคเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร ที่สำคัญ ฮอดจ์คินสันเห็นว่าหลังจากนั้นในยุคปลาย 1990 ถึงต้น 2000 มีวงดนตรีในสไตล์แบบโพสต์ร็อกก็เกิดขึ้นมาจำนวนมากทั้งในอังกฤษ ยุโรปและเอเชีย เช่นวงดนตรีแนวแจ๊สร็อกทดลองอย่าง Tortoise วงโพสต์ร็อกที่เน้นเพลงบรรเลงด้วยกีตาร์อย่าง ม็อกไกว (Mogwai) จากสก๊อตแลนด์วงดนตรีสไตล์โพสต์ร็อกจากญี่ปุ่นอย่างโตเอะ (Toe) และโมนโน (Mono) วงอัฟฟาเซีย (Aphasia)จากไต้หวัน วงอ็อบเซอร์วาทอรี (Observatory)จากสิงคโปร์ ได้กลายเป็นวงที่ได้รับความนิยมไปทั่วสังเตจากวงดนตรีโพสต์ร็อกที่ได้รับความนิยมกระจายไปตามภูมิภาค เป็นที่น่าสังเตว่าวงดนตรีโพสต์ร็อกที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่เกิดไปตามภูมิภาคของโลก ฮอดจ์คินสันเห็นว่า การเกิดขึ้นของโพสต์ร็อกเป็นปรากฏการณ์ของการเกิดกระแสนดนตรีที่สร้างความเชื่อมโยงแวดวงในระดับโลกได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ได้ผ่านศูนย์กลางที่ครอบงำสื่อและวัฒนธรรมอย่างอังกฤษหรืออเมริกา (Hodgkin 2004: 222)

ประเด็นสำคัญของโลกาภิวัตน์แบบทางเลือกที่ช่วยให้การเกิดโพสตร็อกที่กระจายไปทั่วภูมิภาคในโลกก็คือ การแสวงหาแนวทางดนตรีใหม่ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของนักดนตรีและความต้องการที่จะผลิตผลงาน มีพื้นที่ในการเผยแพร่งานและการแสดงอย่างมีอิสระของตนเอง ด้วยอุดมการณ์ของการสร้างสรรค์ผลงานแบบ “Do It Yourself” (DIY) หรือ “คิดเอง ทำเอง ขายเอง” ซึ่งในยุคปี 2000 กระบวนการทั้งการผลิต การสื่อสารและการแพร่กระจายงานทำได้ง่ายขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะกับประเทศกำลังพัฒนา เบนซ์ ลูวาซศึกษาถึงวัฒนธรรมแบบ “คิดเอง ทำเอง” ของวัยรุ่นอินโดนีเซียในเมืองบันดุง เขาพบว่าที่กลุ่มเยาวชนในบันดุงได้ใช้โอกาสนี้ในการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมของตนเองได้ในแบบมาตรฐานเดียวกับสินค้าในประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยกิจกรรมของการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นแฟชั่น ดนตรีงานศิลปะ การออกแบบ ต่างๆเหล่านี้เกิดขึ้นจากการปรับตัววัฒนธรรมดนตรีและอุดมการณ์แบบ DIY ที่เกิดขึ้นในยุคปลาย 1990 หลังการหมดอำนาจลงของรัฐบาลเผด็จการซูฮาร์โตที่ครองอำนาจในอินโดนีเซียมากกว่า 30 ปี (Luvvass 2013: 56-60)

สำหรับในไทยกระแสดนตรีที่เรียกว่ายุคของโพสตร็อก แม้ว่าไม่อาจบ่งชี้ได้แน่นอนว่ากระแสโพสตร็อกเข้ามาในไทยเมื่อไร แต่ดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้แล้วว่าโคอิชิ ชิซุมิ (Koichi Sizhumi) โปรดิิวเซอร์และเจ้าของค่ายโซออน ดายฟาวเวอร์ก็ได้กล่าวไว้ว่า ช่วงราวปีพ.ศ. 2546 เขาได้มาเกี่ยวข้องกับแวดวงดนตรีแนวโพสตร็อกในไทย (สัมภาษณ์ โคอิชิ 2556) ซึ่งเป็นช่วงหลังจากกระแสนิยมนัลเทอร์เนทีฟหมดความนิยมไปแล้วตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ปรากฏการณ์ของกระแสดนตรีแบบโพสตร็อกจึงเป็นการเริ่มแสวงหาพื้นที่ทางวัฒนธรรมใหม่ของเยาวชนในกรุงเทพฯ ซึ่งอาจประมาณได้ว่าในช่วงก่อนปีดังกล่าวน่าจะเริ่มมีวงดนตรีของกลุ่มนักศึกษาไทยที่เล่นเพลงในแนวโพสตร็อก และบางครั้งนักดนตรีชาวไทยจำนวนหนึ่งไม่นิยมใช้เท่าไร เพราะเห็นว่าความหมายค่อนข้างคลุมเครือ แต่ก็ด้วยความหายที่คลุมเครือนี้เอง ที่เปิดโอกาสให้นักดนตรีแสดงความสามารถทางดนตรีโดยไม่ต้องยึดติดกับสไตล์หรือประเภทดนตรีแบบใดแบบหนึ่ง

สำหรับวงดนตรีที่ถือว่าพอกกล่าวได้ว่ารับอิทธิพลดนตรีแบบโพสต์ร็อกวงแรกก็คือวงกูสส์ (Goose) ซึ่งเป็นวงดนตรีที่เกิดจากการรวมกลุ่มของนักศึกษาจากหลายสถาบันที่ศึกษาอยู่ในกรุงเทพฯ เช่นมหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า วิทยาเขตบางมด วงกูสส์เริ่มเล่นดนตรีในสไตล์แบบโพสต์ร็อกในงานแสดงตามมหาวิทยาลัย และทำมิวสิก วิดีโอ นำเผยแพร่ในงานในเฉพาะเว็บ MySpace และ Youtube ซึ่งช่วยให้ทางวงเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักฟังเพลงในเมืองไทยโดยเฉพาะนักศึกษา

แต่ที่น่าสนใจและถือว่าเป็นช่วยสร้างพื้นที่ให้กับงานของวงในของกระแสโพสต์ร็อกไทยเป็นอย่างมาก กลับเป็น“การแสดงสด”ไม่ใช่งานผลงานจากการบันทึกเสียง และ “การแสดงสด”นี้ถือว่าเป็นจุดที่สำคัญที่ทำให้ยุคของโพสต์ร็อกต่างออกไปจากยุคอัลเทอร์เนทีฟเพราะจุดเริ่มเดิมไม่ได้เริ่มที่อุตสาหกรรมการบันทึกเสียง(record industry) ที่มีอัลบั้มสตูดิโอก่อนแล้วถึงจะมีการแสดงสดสำหรับในกระแสโพสต์ร็อกในช่วงนั้นส่วนใหญ่พวกวงดนตรีจะหาโอกาสเล่นในงานที่จัดโดยนักศึกษาตามมหาวิทยาลัยต่างๆ เช่นงาน Art Mon ที่จัดโดยนักศึกษาคณะศิลปกรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง งาน Gift ที่จัดโดยนักศึกษาคณะมัณฑนศิลป์ ของมหาวิทยาลัยศิลปากรและงาน Visual and Sound ที่จัดโดยนักศึกษาสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีเจ้าคุณทหารบางมด แม้นั้นยังคงเป็นงานกิจกรรมของกลุ่มนักศึกษาซึ่งยังอยู่ในกลุ่มแคบๆและเป็นงานแสดงร่วมกับวงดนตรีร็อกในสไตล์อื่นๆ แต่ก็ถือว่าเป็นการกำเนิดของกระแสแบบโพสต์ร็อกกับวัฒนธรรมเยาวชนชาวไทย

ที่สำคัญโพสต์ร็อกได้ย้ายพื้นที่ทางดนตรี(แบบร็อก)ไปประสานกับพื้นที่ทางศิลปะซึ่งไม่เคยมีมาก่อนในกระแสดนตรีวัยรุ่นประเทศไทย และยังเป็นแสวงหาพื้นที่ทางเลือกแบบใหม่ของวัฒนธรรมอินดี้ที่ก่อตัวมาได้ระยะหนึ่งในไทยเช่นกัน การแสดงดนตรีที่จัดว่าเป็นงานโพสต์ร็อกครั้งแรกๆในไทยจัดขึ้นที่About Café/About Studio บริเวณวงเวียน 22 กรกฎาคม และที่ No space

ย่านชอยทองหล่อ ถนนสุขุมวิท (ก่อนที่จะย้ายไปอยู่ย่านถนนอาร์ซีเอ) ซึ่งถือว่าเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญ
ของพื้นที่ทางวัฒนธรรมดนตรีของเยาวชนในกรุงเทพฯ เมื่อดนตรีมาพบกับศิลปะร่วมสมัยและทำให้
โพสต์ร็อกไทยและดนตรีทดลองถือกำเนิดขึ้น

การแสดงในสถานที่จัดงานศิลปะหรืออาร์ตแกลอรี ซึ่งถือว่าเป็นพื้นที่สาธารณะที่คนทั่วไป
สามารถเข้าชมได้ สถานที่ที่เราต้องกล่าวถึงก็คือ About Café/About Studio ถนนไมตรีจิต ย่านวง
เวียน 22 ซึ่งเป็นสถานที่แสดงงานศิลปะโดยมีเกล้ามาศ ยิบอินซอย ภัณฑารักษ์และนักกิจกรรม
ศิลปะรุ่นใหม่เป็นเจ้าของ โดยที่นี้จะมีการแสดงงานศิลปะร่วมสมัยและมีการจัดกิจกรรมด้านศิลปะ
และดนตรี เป็นระยะ อย่างเช่น เช่น ฟรี แจ๊ซ(Free Jazz) หรือฮิป ฮอป (Hip Hop) และที่ อะเบอต์
คาเฟ่ อะเบอต์ สตูดิโอ นี้เองที่ได้เปิดโอกาสให้นักดนตรีของกลุ่ม โซออน ดาย ฟาวเวอร์ได้ขึ้นเล่นเป็น
ครั้งแรกใน ปี พ.ศ. 2547 ซึ่ง อีกสถานที่หนึ่งที่มีความสำคัญในการแสดงดนตรีของกระแสโพสต์ร็อก
ในยุคแรกๆ ก็คือการ No Space สถานที่แสดงงานศิลปะอีกแห่งหนึ่งย่านทองหล่อที่เริ่มจัดกิจกรรม
ศิลปะและดนตรีในช่วงปี พ.ศ. 2551 มีนักร้องของวง Red Twenty วงในสังกัดของแพนด้า เรค
คอร์ดเป็นเจ้าของ

อาจกล่าวได้ว่า About Café/About Studio และ No Space จัดว่าเป็นการสร้างพื้นที่
ร่วมกันระหว่างดนตรีและศิลปะร่วมสมัยที่สำคัญ รวมถึงเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมสำหรับการสังสรรค์
เยาวชนและเสพงานวัฒนธรรมในรูปแบบใหม่ไม่ใช่ตามผับหรือร้านอาหารเช่นเดิม แม้ว่าจะงานแสดง
ดนตรีส่วนใหญ่ที่จัดขึ้นจึงมันจะเป็นส่วนหนึ่งในงานที่จัดขึ้นเฉพาะ หรือเป็นงานที่จัดขึ้นเพื่อเป็นส่วน
หนึ่งของกิจกรรมทางวัฒนธรรมอื่นๆด้วย แต่ก็ถือได้ว่าเป็นสถานที่ทั้งสองเป็นพื้นที่การให้กำเนิด
โพสต์ร็อกไทยในกระแสของศิลปะและวัฒนธรรมร่วมสมัยของไทยต่อสาธารณชนเป็นครั้งแรก

กระแสโพสต์ร็อกและการสร้างพื้นที่วัฒนธรรมทางเลือกใหม่

จากที่กล่าวเบื้องต้นถึงการเกิดขึ้นของกระแสโพสต์ร็อก เราจะเห็นได้ว่าการเกิดขึ้นของโพสต์ร็อกในไทยแตกต่างไปจากยุคอัลเทอร์เนทีฟทั้งในแง่ของการผลิต การเผยแพร่ และในแง่ของการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรม แม้ว่าจะเหมือนกันในส่วนที่นักดนตรีส่วนใหญ่และผู้ฟังเป็นเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย(ในกรุงเทพฯเป็นหลักแต่ไม่ใช่ทั้งหมด) อย่างไรก็ตามนับจากปี พ.ศ.2546 จนถึงปัจจุบันโพสต์ร็อกไทยได้สร้างฐานของการสร้างสรรค์และห่วงโซ่ของมูลค่าอย่างไรบ้าง? จากแนวคิดของเรย์มอนด์ วิลเลียมที่เราจำเป็นต้องเข้าใจวัฒนธรรมสมัยใหม่ในประเด็นของการผลิตวัฒนธรรมและปฏิบัติการทางวัฒนธรรมทั้งในแง่ของตัวสินค้า ผู้สร้างสรรค์และสถาบันทางสังคมของการสร้างสรรค์(Williams 1995:95) ในส่วนต่อไปผู้วิจัยจะอธิบายเพิ่มเติมจากตัวอย่างจาก 2 กรณีศึกษา คือ โซออนตาย ฟลาวเวอร์ (SO: ON Dry Flower) และ แพนด้า เร็คคอร์ด (Panda Record)

กรณีศึกษา โซออน ตาย ฟลาวเวอร์ (SO: ON Dry Flower)

โซออน ตาย ฟลาวเวอร์(SO:ON Dry Flower)ก่อตั้งโดยชาวญี่ปุ่นโคอิชิ ซิมิซึ(Koichi Shimizu) ชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาหากินในเมืองไทย โคอิชิมีพื้นฐานด้านวิศวกรรมด้านเสียง เขาทำงานดนตรีประกอบงานโฆษณาและงานเพลงประกอบภาพยนตร์ ประกอบกับประสบการณ์ชีวิตในญี่ปุ่นและอเมริกาทำให้เขามองภาพของกระแสดนตรี ที่แตกต่างไปจากกระแสนิยมของดนตรีในไทยในขณะนั้น ในปี พ.ศ. 2540 เขาได้ทำเพลงประกอบภาพยนตร์อิสระเรื่อง ฝัน/ บ้า/ คาราโอเกะ ให้กับภาพยนตร์เรื่องแรกของเขาเป็นเอก เรื่องรัตนาผู้กำกับภาพยนตร์รุ่นใหม่ของไทยในขณะนั้น ซึ่งทำให้โคอิชิเป็นที่รู้จักของคนรุ่นใหม่ในแวดวงภาพยนตร์ โฆษณาและดนตรีสมัยนิยมของไทย ด้วยการที่เขาทำงานที่เกี่ยวกับดนตรีเป็นพื้นฐานและสนใจในการผลิตงานดนตรี ทำให้เขาเริ่มโปรเจกต์งานดนตรีในชื่อว่า SO:ON Dry Flower ในปี พ.ศ. 2546 ซึ่งเขายอมรับไม่ได้คิดถึงการเป็นค่ายเพลง แต่

เป็นลักษณะของโปรเจกต์ที่ต้องการพื้นที่ให้กับคนทำงานดนตรีมาร่วมกันทำกิจกรรมดนตรีกันมากกว่า(สัมภาษณ์ โคอิชิ ชิมีสึ 2553)

*เริ่มจากปาร์ตี้ ไม่ได้ตั้งใจที่จะทำค่ายเพลง เจอเพื่อนคนไทยคนหนึ่งที่อยู่ปุ่น
แล้วก็มาเริ่มปาร์ตี้แดนซ์จัดในไทย จัดอีเว้นซ์ปีละ 3-4 ครั้ง เริ่มจากเพื่อนๆ
และเพื่อนของเพื่อน แต่หลังๆมีคนรู้จัก ส่งลิงค์มาให้ทาง my space
youtube มีคนเข้าร่วมมากขึ้น ช่วงแรกคนดูจะผู้ใหญ่มากกว่าและเป็นในด้าน
ศิลปะ เนื่องจากจัดที่ About Café และเขาเป็นคน กระจายข่าวให้ ดังนั้น
กลุ่มแรกเลยเป็นคนในด้านศิลปะช่วงแรกๆเป็นคนที่ฟังเพลงลึกๆ น้อยๆ*

ในระยะแรกโคอิชิใช้ชื่อโซออน ดาย ฟาวเวอร์ นี้เพื่อการจัดงานดนตรี โดยจัดการแสดงดนตรีครั้งแรกที่ About Café/About Studio ถนนไมตรีจิตย่านวงเวียน 22 ซึ่งเป็นสถานที่แสดงงานศิลปะ ดนตรีและร้านอาหาร ที่มีเก๋ล้ำมาศ ยิบอินซอยของเป็นนักกิจกรรมทางศิลปะและวัฒนธรรมรุ่นใหม่ที่เพิ่งเรียนจากทางด้านนี้มาจากอังกฤษเป็นเจ้าของ ซึ่งการแสดงดังกล่าวประสบความสำเร็จในแง่ที่ทำให้คนในแวดวงศิลปะและดนตรีได้รู้จักผลงานของกลุ่ม และหลังจากนั้นเขาและนักดนตรีในกลุ่มโซออนฯได้มีโอกาสจัดกิจกรรมดนตรีในที่ต่างๆ อีกหลายครั้ง ทั้งตามผับหรือสถานที่แสดงดนตรีและแกลเลอรีศิลปะ ในแง่ของผู้ชมนั้นต่างไปจากกระแสของโพสต์ร็อกในงานตามมหาวิทยาลัยที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้ในเบื้องต้น โดยโคอิชิเองเห็นว่าในยุคแรกนั้นกลุ่มคนที่เขามาชมและฟังงานของเขาจะเป็นผู้ใหญ่มากกว่ากลุ่มนักศึกษา และส่วนใหญ่เป็นคนที่สนใจงานด้านวัฒนธรรมร่วมสมัย (สัมภาษณ์ โคอิชิ ชิมีสึ 2553)

แต่หลังจากกิจกรรมโคอิชิที่จัดขึ้นในที่ต่างๆได้ทำให้โซออนฯมีภาพลักษณ์เป็นโปรเจกต์งานที่ผลิตดนตรีในสไตล์ใหม่ที่ยังไม่เคยมีในไทย ดังนั้น จึงเริ่มมีกลุ่มเยาวชนซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่ทำงานเพลงสนใจงานมาเสนอให้กับโคอิชิ วงรุ่นแรกๆที่ทำงานมาเสนอและได้มีโอกาสแสดงงานก็มี

อย่างเช่น วงกุสส์(Goose) วงอัศจรรย์ จักรवाल (Assajan Jakawan) และเดสท็อป เออร์เรอ (Desktop Error) โดยกุสส์เป็นวงดนตรีที่เกิดจากรวมตัวของนักศึกษาด้านศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมจาก มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง บางมด และมหาวิทยาลัยรังสิตเป็นวงแรกที่ได้ออกอัลบั้มในสังกัดของโซออน ดาย ฟาวเวอร์ ในชื่ออัลบั้ม “Goose” เมื่อปี พ.ศ. 2547 โดยงานทั้งหมดเป็นผลงานของสมาชิกของวง โคอิชิเพียงทำหน้าที่ส่วนของโปรดิวเซอร์ในการผลิตงาน ทางวงยังทำการผลิตมิวสิควิดีโอและเผยแพร่ในยูทูปด้วยตนเอง ส่วนอัศจรรย์ จักรवालวงดนตรีเป็นวงดนตรีสมัครเล่นที่เกิดจากร่วมตัวกันของเพื่อนสมัยมัธยม และได้มีโอกาสเล่นในงานดนตรีของโซออนที่จัดเป็นครั้งแรกที่ อะเบาว์ คาเฟ่ ในปี พ.ศ. 2548 และต่อมามีโอกาสเล่นในงานแฟต เฟสตีวัลครั้งที่ 6 ที่เมืองทองธานี พฤศจิกายน พ.ศ.2549 และ Fete de la musique ที่จัดโดยสถานทูตฝรั่งเศส ที่บริเวณสวนสันติชัยปราการในปี พ.ศ. 2549 ก่อนที่จะมีมินิอัลบั้มกับโซออน ชุด Assajan Jakgawan ในปี พ.ศ. 2549 สมาชิกของอัศจรรย์ จักรवालให้ความเห็นกับกิจกรรมงานกับโซออน ดาย ฟาวเวอร์

เคยไปดูงานที่SO::ON จัดในหลายๆครั้งแล้วประทับใจมากและได้เข้าไปอ่านในเวบบอร์ดประมาณต้นปีที่แล้ว (2548) ที่มีลิงค์ที่สามารถเข้าไปฟังเพลง (ที่เป็นLive จากในงานของSO::ON) พอเข้าไปแล้วนั่นคือMyspace ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่น่าสนใจมากเปิดไปเรื่อยๆก็ได้ฟังเพลงวงต่างๆมากมาย จนรู้สึกว่ถ้าลองสมัครดูก็ไม่เสียหายลองขอเป็นเพื่อนหลายๆคนรวมทั้งSO::ON และก็ลองเอาเพลงของเราลงให้คนอื่นฟังจนกระทั่งณภัทร(หนึ่งศิลปินในกลุ่มโซออน ดาย ฟาวเวอร์-ผู้วิจัย)ซึ่งอยู่ในกลุ่มSO::ON ได้เข้ามาฟังแล้วแนะนำต่อๆให้ที่รู้สึกจริงๆ ก็คือได้ทำเพลงกันซะที ได้เข้าสู่กระบวนการทำเพลงที่แท้จริงมีขั้นตอนที่ชัดกว่าแต่ก่อนที่เคยทำกันมา ดีใจแต่อาจจะไม่ได้ตื่นเต้นมากมายอาจจะเป็นเพราะอายุไม่น้อยกันแล้วและก่อนหน้านี้เราก็ไม่ได้หวังอะไรมาก (สัมภาษณ์ สมภพ ปรุณทริกชาติ 2553)

ผลงานของวงกุสส์และอัศจรรย์ จักรวาลส่งผลให้โซออนฯมีภาพเป็นโปรเจกต์ดนตรีแนวใหม่ (โพสต์ร็อก ดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ ดนตรีทดลองฯ) และได้รับการตอบรับจากนักฟังเพลงเพลงชาวไทยที่ขยายไปยังกลุ่มนักศึกษาที่แสวงหางานแนวเพลงใหม่เป็นอย่างดี รวมทั้งเริ่มเป็นที่สนใจของทั้งนักฟังและนักดนตรีที่สนใจการผลิตงานดนตรีแนวที่ไม่อยู่ในกระแสของตลาด มีนักวิจารณ์ที่เขียนในเว็ปพันทิปให้นิยามของสไตล์เพลงที่วางที่อยู่กับโซออน อย่างวงอัศจรรย์ จักรวาลว่า “แนวของพวกเขาเข้ากันได้ดีกับค่าย SO: ON ซึ่งเต็มไปด้วย noise เสียงกีตาร์บิดมวนหมวนวนดำดิ่งแบบ shogaze ช่วงนี้มีหลายวงที่ออกมาแนวนี้ นะครับ แต่ส่วนใหญ่ก็อยู่กับ SO: ON Dry Flower หมดเลย ไม่ว่าจะเป็ Goose และ Desktop Error เทียบสัดส่วนวงทั่วไปแล้วก็ถือว่าน้อยเต็มที” (<http://www.pantip.com/cafe/chalermkrung/topic/C4936008/C4936008.html>) ซึ่ง ณ ปี นั้นดนตรีแนวดังกล่าวยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายในไทย นอกจากกลุ่มนักฟังที่ติดตามกระแสนดนตรีในต่างประเทศ

เดสท็อป เอลเรอร์(Desktop Error)เป็นอีกวงหนึ่งที่ผลิตงานกับโซออนฯ แต่สไตล์ดนตรีจะต่างออกไปจากกุสส์และอัศจรรย์ จักรวาล ในส่วนที่เดสท็อป ยังคงเป็นวงร็อกในแบบอัลเทอร์เนทีฟมากกว่าทั้งสองวง แต่ก็มีบางเพลงในงานอัลบั้มอีพีและชุดแรกนี้ออกสไตล์แบบโพสต์ร็อก วงเดสท็อป เอลเรอร์เป็นวงที่รวมตัวกันจากนักศึกษาด้านศิลปะจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยเป็นวงกึ่งอาชีพมีชื่อเสียงมาจากการเล่นคัฟเวอร์เพลงอัลเทอร์เนทีฟร็อกจากอังกฤษ วงเล่นดนตรีประจำที่ผับลาลาบาร์(เฉพาะวันเสาร์)แถวย่านเสา แต่ในขณะที่เดียวกันก็เริ่มแต่งเพลงของตนเองและนำมาเสนอกับโคอิชิ ซึ่งต่อมาโคอิชิได้เข้ามาเป็นโปรดิวเซอร์งานมินิอัลบั้ม Instinct ที่ออกในปี พ.ศ.2549 และอัลบั้มเต็มชุดแรกในปีพ.ศ. 2552 ชื่อชุดว่า Ticket to Homeและอัลบั้มชุดที่ 2 อย่าง Looking at the Window ที่ออกมาในปี พ.ศ. 2557 เช่นเดียวกับกุสส์ และอัศจรรย์ จักรวาล วงเดสท็อป เอลเรอร์มีโอกาสเล่นดนตรีในงานที่จัด

โดยโซออนในที่ต่างๆ หลายครั้ง รวมทั้งงานแพต เฟสติวัลครั้งที่เมืองทองธานี พฤศจิกายน พ.ศ.2549 และในงาน Fete de la musique ที่จัดโดยสถานทูตฝรั่งเศส บริเวณสยามสแควร์ ในปี พ.ศ. 2552

หลังจากการแสดงดนตรีตามสถานที่ต่างๆ ของทั้งวง 3 ดังที่กล่าวมา โคอิชิเห็นว่ามียุคเพลงที่ติดตามงานของโซออนอยู่กลุ่มหนึ่ง เขาจึงริเริ่มจัดงานดนตรีของตนเอง ในช่วงแรกนั้นซึ่งที่นี้เองถือว่าเป็นที่แรกที่ SO: ON Dry Flower นำศิลปินของตนเองมาเปิดการแสดงเมื่อ 31 มีนาคม พ.ศ. 2547 ที่ด้านหน้าอาคารเอไอวี เฟลส ย่านสุขุมวิทในงานที่ชื่อว่า SODF (ย่อมาจาก SO: ON Dry Flower) ซึ่งมีวงดนตรี Observatory วงโพสต์ร็อกที่มีชื่อเสียงจากสิงคโปร์และ Furniture วงดนตรีแนวร็อกทดลองจากมาเลเซียมาร่วมแสดงในงานด้วย นอกจากการแสดงดนตรีแล้วยังคงมีบูท ดีเจ. เปิดแผ่นที่จัดโดยกลุ่มดูตสวีทและการทำวีซวลกราฟิกและจัดแสงโดยกลุ่ม B.O.R.E.D.และ Duckunit ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ทีริเริ่มผลิตงานสร้างสรรค์ให้ ศิลปะ กราฟิกและแสงประกอบการแสดงดนตรีในยุคกระแสของการสร้างพื้นที่ร่วมกันของดนตรีแบบโพสต์ร็อกและงานศิลปะร่วมสมัย เป็นซึ่งงานดังกล่าวประสบความสำเร็จด้วยดีได้รับการตอบรับจากผู้เข้าชมซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นที่แสวงหาดนตรีที่แตกต่างไปจากกระแสดนตรีในตลาดเพลงสมัยนิยมของไทย อาจถือว่าเป็นวัยรุ่นที่แสวงหาดนตรีที่แตกต่างไปจากกระแสดนตรีในตลาดเพลงสมัยนิยมของไทย งาน SODF จัดว่าเป็นเทศกาลดนตรีโพสต์ร็อกครั้งแรกในไทย

การที่วงดนตรีอย่างวง กุสส์, อัศจรรย์ จักรवाल, เดสทอป เอลเรอร์ ซึ่งเป็นวัยรุ่นที่ร่วมตัวกันเล่นดนตรีในมหาวิทยาลัยและได้ทำงานดนตรีของตนเอง แต่ในยุคนี้จะต่างออกไปจากยุคอัลเทอร์เนทีฟเนื่องจากคือค่ายดนตรีอิสระในยุคแรกได้มาถึงจุดตกต่ำ อย่างเช่นค่ายเบเกอร์รี่ก็ขายให้กับเทโรเอ็นเตอร์เทนเมนท์ของไทยทีวีสี่ช่อง 3 อีกจำนวนไม่น้อยที่ปิดตนเองไปเนื่องจากงานดนตรีที่ผลิตออกไปไม่สามารถสร้างผลกำไรให้กับทางค่ายได้ อีกสาเหตุหนึ่งเนื่องจากเทคโนโลยีด้านอินเทอร์เน็ตทำให้การเผยแพร่ทำได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องมีการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมในรูปแบบทั้งคาสเซ็ทเทปหรือแผ่นซีดี การเผยแพร่ผ่าน Myspace.com นับว่ามีส่วนสำคัญมากที่ทำให้วงดนตรีที่ผลิตงาน

มีช่องทางในการเผยแพร่งานได้ด้วยตนเอง ดังนั้น วงดนตรีที่เกิดขึ้นในยุคหลังจึงหันไปใช้ช่องทางดังกล่าว ซึ่งผลที่เห็นชัดในอีกด้านหนึ่งคือกลุ่มคนที่ผลิตงานดนตรีมีความอิสระในการทำงานมากขึ้น มีหลากหลายกลุ่มมากขึ้น และหันไปหารูปแบบการแสดงผลงานในลักษณะของการแสดงสดมากกว่าที่จะเป็นเพียง “สตูดิโอแบนด์”

อย่างไรก็ตามการที่วัฒนธรรมการบริโภคดนตรีของวัยรุ่นไทยผูกติดกับวัฒนธรรมการดื่ม ดังนั้น สถานที่ที่เล่นดนตรีส่วนใหญ่จึงเป็นผับกึ่งร้านอาหาร ซึ่งผู้ชมส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสนใจจะมาชมดนตรีหากแต่เป็นการมาดื่มและสังสรรค์กัน ประกอบกับในเมืองไทยไม่มีสถานที่แสดงดนตรีที่เรียกว่า Live House (เช่นเดียวกับในญี่ปุ่นหรืออังกฤษ) ที่เป็นสถานที่ให้วงดนตรีหน้าใหม่ได้มีโอกาสมาแสดงฝีมือ วงดนตรีรุ่นใหม่ที่เกิดขึ้นในยุคโพสต์ร็อกจึงมีข้อจำกัดของการหาที่แสดงดนตรี การที่ไซออนน่าได้จัดการแสดงเอง รวมทั้งที่ได้รับการเชิญไปแสดงตามที่ต่าง ๆ นั้น เป็นการแสดงให้เห็นว่าวิถีของการพยายามสร้างทางเลือกให้กับการสร้างพื้นที่และวัฒนธรรมดนตรี ที่ไม่อยู่ในโครงสร้างของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมของไทย แต่อย่างไรก็ตามการต่อรื่องบนพื้นที่ดังกล่าวก็มีข้อจำกัดเพราะการไปเล่นในงานแฟต เฟสติวัลหรือ หรือในงาน Fete de la musique แม้จะดีในแง่แสดงต่อสาธารณะชนจำนวนมาก แต่นั่นก็ไม่อาจคาดเดาได้ถึงกลุ่มคนที่สนใจในงานของพวกเขาจริงๆ

ในปี พ.ศ. 2551 โคอิชิจึงได้ริเริ่มทำสตูดิโอศิลปะของตนเองที่เรียกว่า SOL หรือที่ย่อมาจาก Soul of Liberty เขาบอกว่าได้แรงบันดาลใจการทำสตูดิโอจากการไปเห็นพวก Small Gallery ในยุโรปและคิดว่าอยากจะสตูดิโอแบบนั้นบ้าง เขาได้ร่วมกับเพื่อนคนไทยจัดทำสตูดิโอดังกล่าวที่ออฟฟิศริมทางด่วนรามอินทรา ย่านลาดพร้าว เพื่อหวังจะใช้เป็นแสดงงานศิลปะ และใช้ในการแสดงดนตรีในบ้างครั้ง(สัมภาษณ์โคอิชิ ชิซุมิ 2553) แต่ในระยะต่อมาก็ใช้จัดเป็นสถานที่สำหรับแสดงงานดนตรีมากกว่า ด้วยเหตุผลที่สถานที่ของการแสดงดนตรีสำหรับวงรุ่นใหม่มีไม่มากดังที่ผู้วิจัยได้บอก

เหตุผลไว้ และที่สำคัญเอาไว้ใช้เพื่อแสดงงานของวงดนตรีในค่ายโซออนฯ ซึ่งโคอิชิเห็นว่าสถานที่แสดงดนตรีควรเป็นสถานที่ที่ผู้ฟังและนักดนตรีสามารถสื่อสารกันได้ หลังจากมีสถานที่อย่าง SOL แล้ว การแสดงของศิลปินในกลุ่มโซออนฯก็มักจะจัดแสดงกันที่นี่เป็นหลักโดยเดือนหนึ่งอาจจัด 1-2 ครั้ง ซึ่งสามารถสร้างฐานชุมชนของผู้ฟังโดยเฉพาะเยาวชนกลุ่มใหม่ได้ แต่หากต้องการจัดในสถานที่ที่สามารถจุคนได้มากและมีระบบเสียงที่ดี ทางโคอิชิและกลุ่มนักดนตรีในโซออนฯจำเป็นต้องไปจัดการแสดงที่อื่นเนื่องจากข้อจำกัดของโซล สเปนซ์ที่เป็นสถานที่ถูกสร้างเพื่อใช้เป็นสถานที่แสดงงานศิลปะในตอนแรก

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าโซออน ดาย ฟาวเวอร์จะดำเนินการผลิตงานเพลงให้กับศิลปินเยาวชนหน้าใหม่ เช่นเดียวกับค่ายเพลงในยุคอัลเทอร์เนทีฟ และสามารถสร้างชุมชนผู้ฟังได้กลุ่มหนึ่ง แต่เนื่องจากไม่ได้มีการจัดโครงสร้างองค์กรแต่อย่างใด โคอิชิได้บอกว่า “ทุกคนช่วยกันทำ” แต่เนื่องจากทั้งโคอิชิและกลุ่มเยาวชนนักดนตรีที่เข้าร่วมงานส่วนใหญ่มุ่งที่จะทำงานเพลง ดังนั้นงานด้านการจัดการอื่นๆจึงไม่มีคนทำ ซึ่งโคอิชิเห็นว่าส่วนที่ขาดอย่างยิ่ง ก็คือ งานประชาสัมพันธ์ ซึ่งส่งผลให้ทำให้การจัดงานแสดงในแต่ละครั้งที่จัดการเองที่โซล สเปนซ์หรือสถานที่อื่นๆ ยังไม่สามารถกระจายข่าวสารไปมากนัก บ้างงานที่จัดที่โซล สเปนซ์ก็มีผู้เข้าชมน้อยมาก

แม้ว่าจะขาดองค์ประกอบทั้งในแง่ของการผลิต การแสดงและการจัดการในหลายๆด้านหากเทียบกับค่ายเพลงขนาดใหญ่ แต่โซออน ดาย ฟาวเวอร์ที่ไม่ได้ริเริ่มด้วยการเป็นโปรเจกต์ดนตรีก็เพิ่งมีจัดงานครบครบ 10 ปีไปเมื่อปี พ.ศ. 2556 ที่ผ่านมา ปัจจุบันมีศิลปินที่เข้าร่วมงานโดยไม่มีภาระเซ็นสัญญาจำนวน 7 วง แต่ก็มีบางวงที่เลิกวงกันไปอย่างกุสส์และอัศจรรย์ จักรวาล ในขณะที่โคอิชิก็มีงานโปรเจกต์ส่วนตัวของตนเอง นอกจากนี้ยังได้ริเริ่มเป็นผู้จัดศิลปินจากต่างประเทศมาแสดงในไทยอีกด้วย หากจะกล่าวไว้ใน 10 ปีที่ผ่านมา กลุ่มโซออน ดาย ฟาวเวอร์ ถือว่าเป็นหนึ่งในผู้บุกเบิกงานดนตรีแบบโพสต์ร็อกในไทยและเป็นผู้สร้างอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของดนตรีสมัยนิยมในกรุงเทพฯ

ได้สร้างงานสร้างสรรค์(creative platform)เพื่อช่วยให้การผลิตห่วงโซ่มูลค่ากับตนเองภายใต้เงื่อนไขที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้แล้ว

จากการที่เราได้เห็นภาพของกลุ่มโซออน ดาย ฟาวเวอร์ ในส่วนต่อไปผู้วิจัยจะกล่าวถึง แพนด้า เร็คคอร์ด ที่กลุ่มดนตรีอีกกลุ่มหนึ่งที่สร้างงานสร้างสรรค์ให้กับกลุ่มของตนเอง เช่นเดียวกัน และสร้างพื้นที่ของตนเองขึ้นมาภายใต้เงื่อนไขที่มีทั้งเหมือนและต่างออกจากกลุ่มโซออน

กรณีศึกษาแพนด้า เร็คคอร์ด

สำหรับแพนด้า เร็คคอร์ด ก่อตั้งโดยวรรณฤทธิ์ พงศ์ประยูรในปี พ.ศ.2542 โดยเริ่มจากการที่วรรณฤทธิ์ ซึ่งก่อนหน้านั้นมีประสบการณ์จากการตั้งดนตรีกับเพื่อนๆ ในสมัยที่เรียนอยู่ที่คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง โดยวงเขาและเพื่อนมีโอกาสตั้งวงดนตรีสมัครเล่นชื่อวงเหมียวเอ๋อ และต่อมามีโอกาสเซ็นสัญญาการอัดเสียงเพื่อออกอัลบั้มกับค่ายเพลงในยุคอัลเทอร์เนทีฟ แต่เนื่องจากค่ายเพลงดังกล่าวเลิกกิจการไปก่อน งานของวงเหมียวเอ๋อจึงไม่ได้มีการออกจำหน่าย หลังจากเรียนจบวรรณฤทธิ์ได้มีโอกาสดำเนินงานในบริษัทด้านคอมพิวเตอร์ ซึ่งทำให้ได้เรียนรู้การทำงานดนตรีด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และเพื่อนในออฟฟิศและรุ่นพี่ที่รู้จักในตอนเรียนมหาวิทยาลัยชักชวนให้กลับมาทำงานเพลงอีกครั้ง

ตอนนั้นมีรุ่นพี่ทำงานที่เดียวกัน เขาอยากทำเพลง เขาบอกเราทำกันเองดีกว่า ก่อนหน้านี้เขาเคยไปคุยทางพี่รุ่งโรจน์(รุ่งโรจน์ อุบลภัทวิวัฒน์อดีตสมาชิกวงครีป วงอัลเทอร์เนทีฟวงแรกของไทย-ผู้วิจัย) ก็ยังไม่สนใจ ไปคุยกับพี่พิชซ่า (ชัยบรรชิต พิษผลทรัพย์ อดีตสมาชิกวงพราว-ผู้วิจัย)ก็ยังไม่สนใจ ก็เลยมาชวนผมทุกวัน เราก็อยากทำอยู่แล้ว ใ้ที่อยากคืออยากทำเพลงของเราเอง เพราะเห็นว่าไปที่ไหนไม่มีใครเอาก็เลยทำเพลงของเราเอง

(สัมภาษณ์วรรณฤทธิ์ พงศ์ประยูร 2556)

วรรณฤทธิ์ยังเห็นว่าแม้ว่าจะมีค่ายเพลงเกิดใหม่เกิดขึ้นมากมาย แต่ธุรกิจเพลงในเมืองไทยก็ค่อนข้างผูกขาด โดยเฉพาะกับสไตล์ของเพลงที่บริษัทค่ายเพลงต่างๆ เน้นทำเพลงที่สนองต่อตลาด ทำให้คนที่สนใจทำเพลงที่ไม่อยู่ในกระแสในตลาดขาดโอกาสผลิตงานสร้างสรรค์ของตนเอง ซึ่งเขาเห็นว่าเหมือนถูกผลักให้ต้องแสวงหาพื้นที่ของตนเอง ดังนั้น เขาจึงก่อตั้งแพนด้า เรคคอร์ดขึ้นมาโดยบอกว่าไม่ได้ลงทุนอะไรมาก เพราะส่วนใหญ่รายได้จากการทำงานประจำในช่วงนั้นก็นำไปซื้อเครื่องดนตรีซึ่งได้นำมาใช้ตอนเปิดบริษัทการที่จริง แพนด้า เรคคอร์ดจะเป็นรูปแบบของบริษัท แต่วรรณฤทธิ์ก็บอกว่า ไม่ได้คิดว่าเป็นค่ายเพลงในตอนแรก(สัมภาษณ์ วรรณฤทธิ์ พงศ์ประยูร 2556) วัตถุประสงค์ของแพนด้า คือ ทำงานให้เพื่อสนองต่อการทำงานของตนเองและกลุ่มเพื่อนนักดนตรีที่สนใจงานในลักษณะเดียวกัน แสวงหาแนวทางสร้างสรรค์ดนตรีใหม่ๆที่ไม่มีในตลาด

เนื่องจากประสบการณ์ในการทำงานให้กับบริษัทคอมพิวเตอร์ ทำให้วรรณฤทธิ์เรียนรู้เรื่องโปรแกรมดนตรีจนสามารถทำงานการอัดเสียงและการมิกซ์เสียงได้ ซึ่งนั่นทำให้เขาสามารถทำการบินที่เสียงออกงานอัลบั้มดนตรีได้ด้วยตนเอง โดยในช่วงแรกขณะที่ยังคงทำงานบริษัทไปด้วย เขาและเพื่อนได้มีโอกาสทำงานเพลงร่วมกับเพื่อนในนามของวงสไตล์ลิสต์ นอนเซ็นส์(Stylish Nonsense) และออกอัลบั้มกับค่ายเพลงสมอลล์ รุม(ซึ่งมีรุ่งโรจน์ อุปลักษณ์โพธิวัฒน์ผู้ก่อตั้งและผู้บริหารเป็นอดีตสมาชิกวงครับ) และได้เริ่มทำงานอัลบั้มของวงแบร์ การ์เด้น (Bear Garden) กับเพื่อนภายใต้สังกัดของแพนด้า เรคคอร์ดของตนเองเช่นกัน โดยแบร์ การ์เด้นได้ออกอัลบั้มชุดแรก I'm a Gardener ในปี พ.ศ. 2548 และชุด Mercy Killing ใน ปี พ.ศ.2550

แต่ปรากฏว่าหลังจากเพลงออกอัลบั้มไปแล้ว เริ่มมีคนส่งเดโมงานเพลงมาให้และพยายามติดต่อเอาเพลงมาให้ฟัง ภาพที่ปรากฏต่อผู้ฟังเพลงและคนในแวดวงรู้สึกว้าว่าแพนด้า เรคคอร์ดเป็นค่ายเพลง วงดนตรีอย่าง เรดทเวนตี(Redtwenty)ติดต่อขอเอางานเดโมมาให้ถึงที่บ้าน ทำให้วรรณ

ฤทธิ์เริ่มรู้สึกได้ว่าแพนด้าเป็นค่ายเพลงแล้ว เพราะว่าไม่ใช่เป็นการทำงานเพลงให้กับตนเองและ
เฉพาะเพื่อนที่รู้จักอีกแล้ว

วง Red twenty มาตะโกนเรียกหน้าบ้าน ฟังเดโมเทปของเขาทั้งหมดเลย
คือเป็นงานที่ไม่ได้มาตรฐานเลยนะ แต่มีจุดที่น่าสนใจ ก็ตัดสินใจช่วยเขา
อาทิตย์ละประมาณละหนึ่งครั้งนานเลยอาจจะถึงปี แล้วเริ่มสนิทกัน เป็น
เพื่อนเป็นน้องเป็นพี่กันรวมไปถึงมีแก๊งค์เพื่อนของเพื่อนเขามาอีกก็อารมณ์
ประมาณนี้บอกตรงๆว่าวงนี้สร้างปัญหาให้ตลอด

(Looker October 2011 Vol. 1 no. 011 .p.62- 73)

จากเหตุการณ์ของวง Red twenty ดังกล่าวทำให้ทางแพนด้า เร็คคอร์ดเริ่มเปิดโอกาสรับ
พิจารณางานดนตรีจากศิลปินและนักดนตรีที่สร้างสรรค์งานของตนเอง โดยศิลปินที่เสนองานมาให้
ทางแพนด้าผลิตงานและจำหน่ายให้ นั้น จะไม่มีการเซ็นสัญญากับแพนด้าแต่อย่างใด โดยทาง
แพนด้าจะดำเนินการขั้นตอนในการผลิตให้หากงานที่ยังไม่สมบูรณ์ และหลังจากเสร็จสิ้นขั้นตอนใน
อัดเสียงเพื่อการผลิตแล้ว แพนด้า เร็คคอร์ดยังจัดการในเรื่องของการผลิตซีดีและวางจำหน่ายให้
โดยรายได้ที่จากการขายผลงานจะมีการแบ่งเปอร์เซ็นต์กันระหว่างศิลปินกับแพนด้า ส่วนรายได้ที่
เกิดจากการที่วงดนตรีนั้นไปแสดงสดตามที่ต่างๆจะไม่เกี่ยวกับทางแพนด้า โดยศิลปินและผู้จ้างให้
แสดงไปตกลงในเรื่องค่าจ้างกันเอง แม้ว่าวรรณฤทธิ์จะเรียนรู้ในการทำงานผลิตงานดนตรีและการ
จัดการในการขายและจำหน่าย

สำหรับในยุคแรกนอกจากแบร์ การ์เดนและสไตลิสต์ นอนเซนส์(ซึ่งเป็นวงที่วรรณฤทธิ์เป็น
สมาชิกอยู่ด้วยแล้ว) วงดนตรีที่ออกงานกับแพนด้าก็ยังมีอย่างเช่นในปี พ.ศ. 2550 มีวงเหมียวเอ๋อ
(งานเก่าของเขาและเพื่อนที่เอาผลิตในสังกัดของแพนด้า) พ.ศ. 2552 มีวงอีสเบาต์ ดาวเนอร์ (The
Eastbound Downers) และใน ปี พ.ศ. 2553 มีวงเรด ทเวนตี้(Redttwenty) ซึ่งการทำอัลบั้มซีดี

ออกจำหน่ายของศิลปินจากแพนด้าในช่วงระยะแรกนี้ ไม่ได้ทำรายได้ให้กับทางแพนด้าและศิลปินนักดนตรี ในขณะที่งานการจ้างไปแสดงในระยะนั้นก็ไม่มีมาก หรือไม่ได้ทำรายได้ให้นักดนตรีเหล่านี้สามารถยึดการเล่นดนตรีเป็นอาชีพได้ ดังนั้น เกือบทั้งหมดของนักดนตรีในวงเหล่านี้จึงมีประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ในการดำรงชีวิตด้วย การแต่งเพลงและออกอัลบั้มจึงเป็นการทำเพื่อความสุขและความต้องการสร้างสรรค์ผลงานของตนเอง และที่มาทำกับแพนด้าก็เพราะแพนด้าเปิดให้นักดนตรีเหล่านั้นทำงานกันได้สร้างสรรค์กันอย่างอิสระ ไม่มีการกำหนดแนวเพลงหรือขอบเขตการทำงาน หากมีงานพร้อมจะเสนองานกับแพนด้าเมื่อไรก็ตาม หรือหากมีงานที่ยังทำไม่สมบูรณ์ แต่ต้องการให้ทางแพนด้าช่วยในขั้นตอนของการผลิตก็สามารถเข้ามาคุยได้

อย่างไรก็ตามวรรณฤทธิ์ก็เห็นว่าศิลปินเหล่านั้น ต้องไม่คาดหวังที่จะต้องการการสนับสนุนจากทางแพนด้ามากเกินไป อย่างเช่นการทุ่มช่วยโปรโมทหรือจัดโปรแกรมการแสดงให้ประกอบกับในยุคแรกนั้นทางแพนด้าก็ไม่มีขีดความสามารถ หรือบุคลากรในการจัดการดังกล่าวเท่าไร “เราไม่เคยคิดถึงแผนงานที่วางแนวทางการเติบโตของบริษัทแบบกำหนดจังหวะหรือทิศทางเช่นเดียวกับที่สมอลล์ รุมมี” วรรณฤทธิ์ได้กล่าวไว้ในการสัมภาษณ์กับผู้วิจัย(สัมภาษณ์วรรณฤทธิ์ พงศ์ประยูรกรกฏาคม 2556)

ในส่วนของผู้บริโภคนั้นนอกจากจะรู้จักแพนด้าจากงานเพลงวงดนตรีจากรายการวิทยุแพตเรดิโอ เอฟ.เอ็ม 104.5 ที่เสนอเพลงจากศิลปินรุ่นใหม่ที่สังกัดค่ายเพลง หรือไม่สังกัดค่ายเพลง นอกจากนี้การจัดเทศกาลดนตรีแพต มิวสิค เฟสติวัล หรือที่เรียกสั้นๆว่า “แพต เฟส” ที่เริ่มในปี พ.ศ. 2544 (ณ ที่อาคารโรงงานยาสูบ)ก็ถือว่าเป็นการเปิดโอกาสให้ศิลปินและผู้สร้างสรรค์ดนตรี รวมถึงเยาวชนที่ผลิตงานสร้างสรรค์อื่นๆไม่ว่าจะเป็นโปสเตอร์ เสื้อยืดสกรีน งานหัตถกรรม หนังสือทำมือ ฯลฯ เข้ามาสร้างชุมชนของการเสนองานสร้างสรรค์ที่เป็นผลผลิตจากพวกเขาเอง ณ ที่งานแพตเฟสติวัลนี้เองที่ กลุ่มศิลปินของแพนด้าได้มีโอกาสเข้าร่วมงานทั้งในแสดงดนตรีและขายสินค้าที่มีทั้ง

ซีดี เพลง เสื้อยืดสกรีนและกระเป๋าผ้า ซึ่งพื้นที่ของแพต เฟสดีวัลถือว่าเป็นการเปิดตัวให้แพนด้าเป็นที่รู้จักกว้างขึ้นในกลุ่มเยาวชน และเทศกาลแพตเฟสก็ถือว่าเป็นฐานสร้างสรรค์ (creative platform) สำคัญที่ช่วยก่อให้เกิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จากกลุ่มเยาวชนที่ในกรุงเทพฯ ในช่วงหลังปี พ.ศ.2544 เป็นต้นมา งานดังกล่าวจัดได้มีการจัดอย่างต่อเนื่อง(โดยย้ายสถานที่จัด)จนถึง ปี พ.ศ.2555 ซึ่งแพนด้า เรคคอร์ดได้เข้าร่วมทุกปี

อย่างไรก็ตามเทศกาลดนตรีอย่างแพต เฟสก็จัดงานใหญ่เพียงปีละหนึ่งครั้ง ในขณะที่หากเป็นงานคอนเสิร์ตที่จัดแบบจำหน่ายบัตรโดยทั่วไป ก็ต้องใช้เวลาในการจัดสูงและต้องอาศัยบุคลากรในการช่วยจัด นอกจากนี้หากเป็นคอนเสิร์ตที่จัดโดยบริษัทจัดคอนเสิร์ตศิลปินที่จะมาแสดงก็มักจะเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงซึ่งสามารถจะสร้างรายได้(ทั้งจากจำหน่ายบัตรและรายได้จากการสปอนเซอร์) คຸ້มทุน ซึ่งศิลปินในกลุ่มอินดี้ไม่ใช่กลุ่มศิลปินที่สามารถจะมีทุนในการจัดงานเองได้และกลุ่มบริษัทผู้จัดคอนเสิร์ตก็ไม่เห็นถึงความคຸ້มทุนในการจัด ด้วยเหตุนี้ ศิลปินในกลุ่มอินดี้จึงไม่สามารถหาที่การแสดงได้มากนัก เช่นเดียวกับโซอوناแพนด้า เรคคอร์ดได้ริเริ่มสร้างวัฒนธรรมการจัดงานแสดงดนตรีสดของกลุ่มวงในแพนด้า โดยงานมีชื่อเรียกว่า Panda Showcase เป็นงานที่จัดแบบมีหรือไม่มีสปอนเซอร์ก็ได้ ไม่มีการลงทุนด้านสถานที่และเครื่องเสียง ส่วนใหญ่ใช้โฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งแพนด้าถือว่าเป็นกลุ่มแรกๆที่บุกเบิกการจัดการแสดงในลักษณะนี้ในกรุงเทพฯเช่นกัน

ไอเดียมาจากวง eastbound downer จัดโชว์บ่อยมาก เราก็เลยได้เรียนรู้

วัฒนธรรมจากเขาว่า วงดนตรีควรจะต้องโชว์เขาเล่นเยอะจนมีแฟนตามไป แม้ว่าจะ

เป็นกลุ่มเล็กๆ แต่เหนียวแน่นด้วย ในสถานที่แปลกๆที่เขาก็ไปคุยได้ ร้านที่ไม่

เกี่ยวกับดนตรีเลยก็มี เราได้รับพลังตรงนั้นมา เลยจัดโชว์ต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

(สัมภาษณ์วรรณฤทธิ พงศ์ประยูร 2556)

งาน Panda Showcase มีการจัดงานแสดงเล็กๆ ในร้านอาหาร, , ผับ, คอฟฟี่ช็อป, แกลเลอรี, ร้านเสื้อผ้าแฟชั่น ฯลฯ อย่างเช่น Motorcycle Emptiness, Harmonica, Cosmic, Fatty Bar & Restaurant อาร์ตแกลเลอรีอย่าง No Space ในขณะที่วงสไตลิสต์ นอนเซ็นส์ของวรรณฤทธิ์ ก็ได้รับเชิญให้ไปร่วมเล่นในหอศิลป์และวัฒนธรรมกรุงเทพฯ งานตามร้านแฟชั่นเสื้อผ้าอย่าง Playground การแสดงสดเหล่านี้ การแสดงทั้งหมดนี้ได้ช่วยให้วงดนตรีในกลุ่มของแพนด้าได้มีเชื่อมต่อกับผู้ชมด้วยดนตรีแบบที่สื่อสารอารมณ์กับผู้ชมได้โดยตรง และยังช่วยให้มีโอกาสค้นพบศิลปินหรือผู้สร้างสรรค์งานดนตรีกลุ่มใหม่ๆ ทั้งไทยและเทศ ซึ่งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนงานแนวคิด และวิธีการทำงานดนตรีใหม่

จากการจัดงานดังกล่าวทำให้กลุ่มคนที่ร่วมงานกับแพนด้ามีมากขึ้น วรรณฤทธิ์และเพื่อนๆ ในนามของแพนด้า เร็วก็คิดถึงใจความคิดที่จะจัดเทศกาลดนตรีตามแนวคิดของกลุ่ม งานเทศกาลดนตรี Stone Free ซึ่งเป็นงานเทศกาลดนตรี 3 วัน 2 คืนขึ้น โดยจัดครั้งแรกในปี พ.ศ. 2554 และครั้งที่สองปี พ.ศ. 2555 ที่จังหวัดสระบุรีและในปี พ.ศ. 2557 ย้ายไปจัดที่จังหวัดกาญจนบุรี เป็นเทศกาลที่จัดมาทั้ง 3 ครั้งเป็นงานขายบัตรและจัดงานโดยไม่มีสปอนเซอร์สนับสนุน ซึ่งผู้จัดแพนด้าประสบปัญหาขาดทุนในปีแรกและปีที่สอง แต่ก็ยังยืนยันจะจัดในปีที่ 3 ด้วยเหตุผลที่ว่าต้องการให้มีพื้นที่ของชุมชนผู้สนใจเสพงานดนตรีที่อยู่นอกกระแส และต้องการแสดงให้เห็นว่างานเทศกาลดนตรีสามารถจัดได้ด้วยงบประมาณ มีโปรดักชันการจัดเวทีและแสงสีอย่างไม่สิ้นเปลืองงบประมาณมากนัก

ที่กล่าวมาทั้งหมดเราอาจกล่าวได้ว่าปรัชญาการทำงานของแพนด้าเป็นการต่อต้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีของไทย และเป็นการแสวงหาพื้นที่ทางเลือกใหม่ๆ ในการผลิตงานดนตรี ทั้งในแง่ผลิตสินค้าและงานการแสดงดนตรี ปัจจุบันแม้จะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจ และทีมงาน แพนด้า เร็วก็ดำเนินธุรกิจมาได้ 12 ปีซึ่งเป็นการยืนยันถึงการสร้างชานชาลา

สร้างสรรค์อันต่อเนื่อง ดังนั้น การที่ศิลปินหรือนักดนตรีเหล่านั้นมาร่วมกับแพนด้าจึงเหมือนเป็นการสร้างชุมชนของผู้ที่สนใจทำงานสร้างสรรค์ดนตรีในสไตล์ที่ไม่อยู่ในกระแสของตลาด หรือต้องการทดลองหรือแสวงหาสไตล์ดนตรีใหม่ๆ การเกิดขึ้นของแพนด้าจึงเกิดจากของชุมชนของคนทำงานดนตรีแบบสมัครใจและรักที่จะสร้างสรรค์งานมาก แต่ก็ไม่ได้ผลิตงานที่ปฏิเสธผลประโยชน์เชิงพาณิชย์

สรุป

เราจะเห็นว่า กลไกของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของดนตรีสมัยนิยมในไทย ได้ทำให้กระแสอัลเทอร์เนทีฟหายไปจากสื่อประเภทต่างๆ แต่กลุ่มเยาวชนที่นิยมและรับเอาเป็นแบบแผนของการใช้ชีวิตยังคงแสวงหาแสวงหาพื้นที่ใหม่่อกระบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรม การเกิดขึ้นของกระแสปาร์ตี้ Dude Sweet กับการแสดงสดของ Mind the Gap เป็นเพียงการเชื่อมต่อของกระแสวัฒนธรรมทางเลือกใหม่ที่มาเติบโตผ่านแพลตฟอร์มของคลิกรีดิโอ ที่เราจะเห็นถึงกระแสของอินดี้ที่ต่างออกไป จากยุคอัลเทอร์เนทีฟ

เราจะเห็นว่าทั้งโซออน ดาย ฟาวเวอร์และแพนด้า เร็คคอร์ด เกิดมาในยุคหลังที่กระแสอัลเทอร์เนทีฟหมดความนิยมไป และเป็นช่วงที่กลุ่มวัยรุ่นโดยเฉพาะที่กำลังเป็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัยแสวงหาแนวทางใหม่เพื่อสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมดนตรีของตนเอง บ้างกลุ่มออกไปจัดงานปาร์ตี้กันเอง ในขณะที่บางกลุ่มใช้พื้นที่การแสดงในมหาวิทยาลัย ทั้งหมดเริ่มจากการเล่นดนตรีแบบสมัครเล่นและมีโอกาสร่วมกับงานโซออน ดาย ฟาวเวอร์และแพนด้า เร็คคอร์ด ในลักษณะของการทำงานร่วมกันมากกว่าเป็นการเซ็นสัญญาเพื่อผลิตผลงาน นอกจากนี้การแสวงหาพื้นที่การแสดงในพื้นที่งานศิลปะเท่ากับเป็นการทำให้ พวกเขาอยู่นอกโครงสร้างการจัดการอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีของไทย อย่างไรก็ตามทั้งโซออน ดาย ฟาวเวอร์และแพนด้า เร็คคอร์ดก็ยังคงใช้พื้นที่ทางเลือก

อื่นๆเพื่อให้พวกเขาเป็นที่รู้จักในวงการมากขึ้น อย่างเช่นงานเทศกาลแฟต เฟสติวัล รวมถึงการจัดงานแสดงดนตรีในพื้นที่ของตนเอง

อย่างไรก็ตามกรณีศึกษาของโซออน ดาย ฟาวเวอร์และแพนด้า เร็คคอร์ดเป็นเพียงส่วนหนึ่งของกระแสโพสต์ร็อกและดนตรีทดลองที่เกิดขึ้นในไทยช่วงหลังยุคของอัลเทอร์เนทีฟ ยังคงมีศิลปินในค่ายเพลงทั้งสองอีกจำนวนหนึ่งที่ยังวิจัยไม่ได้กล่าวถึง ซึ่งบ้างวงก็มีสไตล์ที่ไม่อาจเรียกได้ว่าเป็นโพสต์ร็อก แต่ดังที่กล่าวไว้ในเบื้องต้นแล้วว่าผู้เขียนใช้คำนี้เพื่อเป็นการอธิบายที่ลักษณะของ “ขบวนการเคลื่อนไหว” มากกว่าเป็นประเภทของดนตรี และหากเราพิจารณาในมิติของขบวนการเคลื่อนไหวนั้นเราก็จะเห็นภาพว่า ยังมีวงดนตรีโพสต์ร็อกอีกหลายวงเช่น Inoperative, Hope the Flower, Aire, Forget the Case ฯลฯ ที่ต่างก็ผลิตผลงานเพลงแบบอิสระของตนเอง (มีค่ายเพลงของตนเอง)

แต่ที่กล่าวมาทั้งหมดเราจะเห็นว่าพวกเขาสร้างอิสระในเชิงสถาบันตามแนวคิดของนีกัส และตัดขาดตนเองออกจากสนามทางวัฒนธรรมบางประเภทเช่นการจัดการและการกระจายสินค้า แต่ก็สร้างสนามใหม่ๆให้กับตนเองคือการสร้างพื้นที่แสดงสดให้กับตนเอง และจากการที่พวกเขาสามารถบรรลุการสร้างขานชาลาสร้างสรรค์ให้กับตนเองได้ทำให้พวกเขามีอิสระในเชิงสถาบันค่อนข้างมากในการจัดการกับรูปแบบการดำเนินงานของตนเอง เราอาจจะกล่าวได้ว่าพวกเขาเป็นกลุ่มที่ผลิตงานในรูปแบบของการผลิตงานวัฒนธรรมในยุคหลังฟอร์ดดิสม์ ทั้งสองกลุ่มเริ่มงานจัดว่าเป็นผู้บุกเบิกขึ้นในกระแสของโพสต์ร็อกและดนตรีทดลองของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีของไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา

บทที่ 6

วิเคราะห์และสรุป

ในบทนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ถึง “การสร้างสรรคงานดนตรีและการสร้างห่วงโซ่มูลค่าจากพัฒนาการของโพสต์ร็อก” ที่ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ขึ้นในช่วง 10 ปี การวิเคราะห์ต้องการชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของ “ความเป็นอิสระเชิงสร้างสรรค์” ของการทำงานของกลุ่มนักดนตรีเยาวชน ดังที่ได้กล่าวไว้ในกรอบการวิจัยบทที่ 2 ที่ผู้วิจัยได้เสนอตัวแบบของการวิเคราะห์ถึงห่วงโซ่ดังกล่าวไว้ 3 ลักษณะ คือ “ห่วงโซ่ของมูลค่า” (chain of creative value) “ห่วงโซ่ทางวัฒนธรรม” (chain of creative culture) และ “ห่วงโซ่ทางสังคม” (chain of creative social) ห่วงโซ่ทั้ง 3 นี้ช่วยก่อให้เกิดการผลิตวัฒนธรรมและปฏิบัติการทางวัฒนธรรม ทั้งในแง่ของตัวสินค้า ผู้สร้างสรรค์และสถาบันทางสังคมอย่างไรบ้าง

โพสต์ร็อกกับห่วงโซ่สร้างสรรค์

ก่อนที่จะวิเคราะห์ถึงห่วงโซ่สร้างสรรค์ทั้ง 3 ผู้วิจัยเห็นว่าเรา จำเป็นต้องชี้ให้เห็นว่าการเกิดขึ้นของกระแสอัลเทอร์เนทีฟกับกระแสโพสต์ร็อกในไทยนั้นแตกต่างกัน ในขั้นตอนของการสร้างห่วงโซ่มูลค่า จากที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้ในบทที่ 4 เราจะพบว่าในความนิยมของกระแสอัลเทอร์เนทีฟในช่วงปลายทศวรรษที่ 2530 นั้นเกิดขึ้นภายใต้อุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมของไทยนั้น “ความมีอิสระเชิงสร้างสรรค์” เกิดขึ้นในส่วนของการผลิต โดยเราจะเห็นว่าการเกิดขึ้นของค่ายเพลงอิสระเล็กๆ ช่วยให้โอกาสในการกระบวนการผลิตโดยเฉพาะขั้นตอนการบันทึกเสียง และขั้นตอนในการบริหารและจัดการสามารถทำได้ง่ายและสะดวกขึ้นภายใต้องค์กรขนาดเล็ก เราคงไม่อาจปฏิเสธว่าส่วนหนึ่งมาจากการรับจริยธรรมการผลิตแบบ “ฉันก็ทำได้” (Do it Yourself) มากจากกระแสดนตรีในโลกตะวันตกโดยเฉพาะฟังก์และอัลเทอร์เนทีฟของอังกฤษ

ประกอบการใช้เทคโนโลยีการบันทึกเสียงที่มีขนาดเล็กลง (ด้วยการใช้โปรแกรมบันทึกเสียงในคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล) ช่วยการผลิตแบบ “ฉันทักทำได้” มีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ในด้านของการผลิตสินค้า (เทปคาสเส็ต) การจัดจำหน่ายและการโฆษณายังคงต้องผ่านตัวกลางที่เป็นบริษัทใหญ่ เช่น บริษัทเทปออนป้าในการผลิตคาสเส็ตเทปหรือหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ รวมถึงรายการโทรทัศน์ในการประชาสัมพันธ์งานเพลงใหม่ ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่เป็นระบบ “ห่วงโซ่มูลค่า” ของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมแบบเดียวกับที่ค่ายเพลงใหญ่ของไทยใช้ ดังนั้น ยุคของอินเทอร์เน็ตที่จึงเป็น “ทางเลือก” ที่ยังอยู่ภายใต้ระบบการผลิตห่วงโซ่มูลค่าแบบเดิม การควบคุมจากทุนไม่ต่างอะไรกับระบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในแบบที่ดอร์นและฮอร์โคเมอร์ได้กล่าวไว้

สำหรับในกระแสโพสต์ร็อกนั้นต่างออกไปดังที่ผู้วิจัยได้อธิบายไว้ในบทที่ 5 แล้วนั้น เราจะเห็นถึงการสร้างห่วงโซ่ทางมูลค่าขึ้นมาใหม่ โดยเริ่มที่ห่วงโซ่มูลค่าในการผลิตงานสร้างสรรค์ และมีการต่อตรงกับพื้นที่อื่น คือ ห่วงโซ่ทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์และห่วงโซ่ทางสังคม เพื่อให้ตนเองสามารถผลิตงาน จัดการด้านสื่อประชาสัมพันธ์และสร้างเกิดชุมชนผู้ฟังได้ จากกรณีตัวอย่างของโซออน ดายฟาวเวอร์และแพนด้า เร็คคอร์ด แม้ว่าปรากฏการณ์เพิ่งเกิดเป็นเพียงช่วงประมาณ 10 ปี แต่ก็เห็นประเด็นที่ทำให้เราเข้าใจถึง ห่วงโซ่สร้างสรรค์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของดนตรีสมัยนิยมของไทย ในส่วนต่อไปผู้วิจัยจะอธิบายถึงห่วงโซ่ทั้ง 3 ที่เกิดขึ้น

ห่วงโซ่ของมูลค่าสร้างสรรค์

ห่วงโซ่แรกนี้ค่อนข้างเกี่ยวข้องกับ “อิสระเชิงสร้างสรรค์” ของการริเริ่มทำงานดนตรีเป็นอย่างมาก จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่านักดนตรีในกลุ่มโพสต์ร็อกนี้จะเริ่มต้นจากวงสมัครเล่นของนักศึกษา และเริ่มสร้างตัวตนเองจากพื้นที่การแสดงที่ไม่ใช่พื้นที่เชิงพาณิชย์ ส่วนใหญ่คือเริ่มจากพื้นที่การแสดงดนตรีในมหาลัย โดยเฉพาะกับมหาวิทยาลัยที่มีการเรียนการสอนทางด้านศิลปะและสถาปัตยกรรม การแสดงดนตรีเริ่มจากเป็นเพียงกิจกรรมของนักศึกษา แต่ก็ได้มีการเชิญวงดนตรี

วัยรุ่นที่มีชื่อเสียงมาเล่นในงาน ซึ่งการจัดการแสดงดนตรีดังกล่าวถือว่าเป็นที่ริเริ่มใหม่ของทางเลือกใหม่ของการสร้างสรรค์งานดนตรี ประกอบกับแนวดนตรีโพสต์ร็อกที่เป็นกระแสดนตรีที่เพิ่งได้รับความนิยมในหมู่นักฟังเพลงที่สนใจแนวเพลงที่ไม่อยู่ในกระแสตลาดดนตรีของโลก แม้จะอาจกล่าวได้ว่าดนตรีแบบโพสต์ร็อกเป็นส่วนหนึ่งของโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม(cultural globalization) แต่ไม่ได้เป็นดนตรีที่เกิดจากศูนย์กลางของวัฒนธรรมดนตรีร็อกอย่างอังกฤษหรืออเมริกา(ประเทศสกอตแลนด์ และญี่ปุ่นมักใช้เป็นจุดอ้างอิงของกระแสดนตรีนี้) การที่วงดนตรีของนักศึกษาเหล่านี้ใช้แนวดนตรีแบบโพสต์ร็อกมาสร้างตัวตนให้กับแนวทางดนตรีของตนเองจึงเป็นการริเริ่มสร้างที่เกิดจากรสนิยมความชอบของตนเอง ทั้งในส่วนของนิยาม(ประเภทดนตรี)และสามารถสร้างสรรค์งานดนตรีได้อย่างอิสระทั้งนี้เพราะโพสต์ร็อกที่ไม่มีทั้งตลาดและการผลิตในอุตสาหกรรมดนตรีสมัยนิยมของไทยเลยในช่วงนั้น

ดังนั้น เราจะเห็นว่ากระแสโพสต์ร็อกของไทยจึงเป็นการสร้างตัวตนที่แยกออกจากระบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมของไทยอย่างชัดเจน ที่สำคัญแนวดนตรีแนวนี้ไม่ได้เกิดจากรสร้างตลาดใหม่ในไทยผ่านโดยสื่อและบริษัทอุตสาหกรรมดนตรีข้ามชาติเหมือนเช่นในยุคอัลเทอร์เนทีฟ ส่วนหนึ่งอาจจะมาจากเพราะกระแสอันตักต้ำของดนตรีอัลเทอร์เนทีฟเพิ่งผ่านพ้นไป รวมถึงกระแสโลกที่วงโพสต์ร็อกในโลกตะวันตกหรือญี่ปุ่นก็ไม่ได้มีสัญญากับบริษัทอุตสาหกรรมเพลงข้ามชาติด้วย ด้วยองค์ประกอบเหล่านี้เราอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มนักดนตรีในกระแสโพสต์ร็อกมีความเป็นอิสระของการริเริ่มสร้างสรรค์งานของตนเองอย่างเต็มที่

ในที่นี้เราจะเห็นว่าจุดเริ่มต้นของ “การสร้างห่วงโซ่มูลค่า” หากพิจารณาสถานะทางสังคมวิทยาของวงเราก็จะพบว่าพวกเขาเริ่มรวมวงกันในช่วงที่กำลังศึกษากันอยู่(วงดนตรีสมัครเล่น)และออกแสดงสดตามสถานที่ต่างๆ(แบบไม่ได้รับค่าตอบแทน)ผัดกับยุคอัลเทอร์เนทีฟที่สถานะของวง เกิดจากระบบการค้า คือวงดนตรีตั้งขึ้นมาเพื่อเซ็นสัญญาและทำการเสียงเพื่อออกอัลบั้ม เพลงแล้วแต่เป็นวง

ประเภท “สตูดิโอแบนด์”(Studio band) คือตั้งวงเพื่อมุ่งหวังที่จะเซ็นสัญญากับบริษัท ไม่ว่าจะเป็ น ค่ายอิสระเล็กๆที่เกิดขึ้นใหม่ บริษัทค่ายเทปใหญ่ทั้งของไทยและของต่างประเทศ แต่วงในกระแส โปสต์ร็อกเป็นวงที่ริเริ่มในรั้วมหาวิทยาลัยและเริ่มที่การออกแสดงสด (live band) ที่มีพื้นที่ของการ แสดงอยู่นอกอุตสาหกรรมดนตรีสมัยนิยมของไทย ดังนั้น เราจะเห็นได้ว่าว่าวงโซ่ของมูลค่า สร้างสรรค์ในยุคโปสต์ร็อกค่อนข้างเป็นอิสระกับ “ทุน” เช่นกัน

ห่วงโซ่มูลค่าวัฒนธรรมสร้างสรรค์

ในแง่ของปฏิบัติการทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ เราจะเห็น “การร่วมการผลิตงาน” ถือว่าเป็น ปัจจัยสำคัญของงานดนตรีในยุคโปสต์ร็อก แม้สถานะทางสังคมวิทยาการร่วมกลุ่มจะเป็นวงดนตรี (band) กับค่ายเพลงแต่เราจะเห็นว่าไม่ได้เป็นในลักษณะของการทำสัญญาระหว่างกัน ซึ่งมีการริเริ่ม ผลิตผลงานดนตรีของพวกเขาในช่วงที่กำลังศึกษากันอยู่ และนำงานไปเสนอกับโปรเจกต์ดนตรีอิสระ (ซึ่งมีลักษณะกึ่งค่ายเพลง-กึ่งโปรเจกต์) ที่ผลิตงานกับวงดนตรีไม่มากนัก และมีแนวทางดนตรีของโปร เจกต์ที่ชัดเจนที่ผลิตงานดนตรีแตกต่างออกไปจากงานในตลาดดนตรี ไม่ผลิตงานดนตรีหลากหลาย สไตล์ เนื่องจากโปรเจกต์ที่พวกเขาเข้าร่วมด้วยนั้นไม่ได้มีเงินทุนมากมาย เราจะเห็นว่าการเติบโตของวง นักศึกษาไปสู่การผลิตงานเพลงใช้เวลาในฐานะของศิลปินใช้เวลานานหลายปี โดยงานส่วนใหญ่จึงมี การผลิตงานในรูปแบบอัลบั้ม อีพี (EP album) ที่มีเพลงอยู่เพียง 3-4 เพลง(หรืองานอัลบั้มชุดที่รวม ศิลปินหลายวง(compilation) รวมทั้งเน้นการแสดงสดเพื่อสร้างชื่อเสียงและสร้างชุมชนคนฟังซึ่งมีไม่ มากในยุคแรกแต่ก็ค่อยขยายฐานกลุ่มฟังออกไป

ที่น่าสนใจเราจะเห็นว่าศิลปินในกลุ่มนี้จะเห็นว่าเติบโตไปพร้อมกับโปรเจกต์ดนตรีที่ ร่วมงานด้วย เรายังจะเห็นว่าการสร้างห่วงโซ่มูลค่าขาดอยู่ในวงการเผยแพร่ในสื่อสารมวลชนที่มี ค่อนข้างจำกัดเพราะสื่อบันเทิงหลักไม่ได้ให้ความสนใจ ทางกลุ่มวงดนตรีเหล่านี้จึงใช้การเผยแพร่ จากกลุ่มผู้ผลิตไปสู่ผู้ฟังเพลงผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลัก

จากกรณีศึกษาผู้วิจัยพบว่าชุมชนผู้ฟังของโซฮอนาและแพนด้า (ในพื้นที่กรุงเทพฯ) เป็นกลุ่มที่เหนียวแน่นและให้การสนับสนุนอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งชุมชนผู้บริโภคนี้ก็เป็นกลุ่มที่แตกต่างออกไปจากยุคของกระแสอัลเทอร์เนทีฟและดนตรีในตลาดเชิงพาณิชย์ทั่วไป ที่มีวงเกิดขึ้นจำนวนมากภายใต้ค่ายเพลงที่ผลิตงานดนตรีสมัยนิยมในหลายสไตล์ เรายังจะเห็นว่าการเริ่มตั้งแต่การฝึกกลุ่มศิลปินนักดนตรี การจัดการตั้งวงดนตรี การเขียนเพลงและบันทึกเสียง รวมถึงการเข้าไปด้วยการควบคุมการใช้สื่อกระจายหลักเช่นเสียงประเภทยุทยูและโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่งานให้กับงานดนตรีที่ผลิตภายใต้สังกัดของตนเองถูกแยกออกจากทั้งกระบวนการการแสดงและการผลิตของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรี และถูกทำให้เป็นเพียงผู้บริโภค ทั้งนี้เพราะเพลงจะถูกผลิตโดยนักดนตรีอาชีพที่อาจจะเล่นประจำในแหล่งบันเทิงหรือนักดนตรีที่ผลิตงานบันทึกเสียงให้กับค่ายเพลง รวมทั้งการบริโภคที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ก็จะเป็นการบริโภคผ่านสื่อ ไม่ว่าจะเป็นสื่อกระจายเสียงหรือสื่อที่เป็นตัวสินค้าอย่างแผ่นเสียงและเทปคาสเส็ต

จากที่กล่าวมาหากพิจารณาในห้วงโซของมูลค่า แม้ว่าเรายังไม่อาจเข้าใจถึงแรงผลักดันในการทำงานของเยาวชนกลุ่มนี้ได้ แต่เราก็จะเห็นว่าการเกิดขึ้นของยุคโพสต์ร็อกไทยมีการสร้างขานขาลาสร้างสรรค์ (creative platform) ของตนเองขึ้นอยู่นอกห้วงโซมูลค่าเดิมของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมของไทย ในแบบที่พวกเขาเรียนรู้ที่จะเป็นผู้บริโภคในฐานะผู้ผลิตที่สร้างสรรค์ (active consumer as creative producer) ที่ริเริ่มสร้างสรรค์งานในสไตล์ของตนเองร่วมกับโปรเจกต์เพลงอิสระ การเกิดขึ้นของกระแสแนวดนตรีโพสต์ร็อกยังก่อให้เกิดการเกิดขึ้นวงดนตรีสมัครเล่นจำนวนหนึ่งที่เริ่มตั้งวงกันในวงเรียนมหาวิทยาลัย การริเริ่มทั้งหมดนี้ดูเหมือนจะเป็นการสร้างฐานรากเศรษฐกิจทางเลือกให้จากผู้(เคย)ผู้บริโภคกลายเป็นผู้สร้างสรรค์งานและยังเป็นการริเริ่มการหาแนวทางเชื่อมโยงพื้นที่ของห้วงโซมูลค่าที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในอุตสาหกรรมดนตรีสมัยนิยมของไทย

ห้วงโซ่มูลค่าสังคม

จากการที่ขาดปัจจัยการสื่อสารอย่างสื่อกระจายเสียงอย่างรายการวิทยุและโยงไปสู่อุตสาหกรรมดนตรี ในขณะที่สื่อใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตแม้จะช่วยในการเผยแพร่ผลงานและสร้างกลุ่มผู้ฟังด้วย แต่ก็ไม่อาจสร้างรายได้ให้กับนักดนตรีได้ ดังนั้น พื้นที่การแสดงสดจึงนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญของการสร้าง“ห้วงโซ่มูลค่า”เชื่อมต่อกับ“ห้วงโซ่ทางวัฒนธรรม”ของทั้งกลุ่มนักดนตรีและชุมชนผู้ฟัง ในกระแสของการเกิดโพสต์ร็อก แม้พื้นที่การแสดงดังกล่าวจัดว่าเป็นพื้นที่อันไม่ถาวรแต่กลับเป็นส่วนที่ก่อให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้นมาได้ (หรือที่เรียกว่า spatial space ดูเพิ่มเติมใน Rob Shield 1992)

ที่สำคัญเราจะเห็นว่าการเกิดขึ้นของโพสต์ร็อกยังได้การสร้าง“พื้นที่ร่วม”กับพื้นที่ศิลปะร่วมสมัย(ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในบทที่ 5) ได้ก่อให้เกิดการสร้างเชื่อมโยงในลักษณะเป็นขบวนการทางวัฒนธรรมร่วมสมัย (contemporary cultural movement) เราจะเห็นว่าจากยุคแรกๆมีการจัดงานดนตรีและศิลปะร่วมกันตามแกลลอรีศิลปะร่วมสมัยอย่างเช่น อะเบาวิสตูดิโอ อะเบาวิ คาเฟ่, โนสเปซ และ โซล สเปซ, ซึ่งการจัดงานในที่ตั้งกล่าว เป็นการช่วยสร้างงานห้วงโซ่ทางวัฒนธรรมที่ผสานกับของพื้นที่ทางสุนทรียะของศิลปะและดนตรี พร้อมกันนั้นเป็นการทำให้การเกิดขึ้นของกระแสโพสต์ร็อกถอยห่างของความเป็นพานิชย์ศิลป์ (ในแบบเดียวกับยุคของอัลเทอร์เนทีฟ)

เราจะเห็นว่าบนพื้นที่ศิลปะนั้นๆศิลปินจากทั้งกลุ่มโซออน ดาย ฟลาวเวอร์ (SO: ON Dry Flower) และกลุ่มแพนด้า เร็คคอร์ดได้มีโอกาสสร้างสรรค์งานดนตรีแบบโพสต์ร็อก (Post-rock)และดนตรีทดลอง (experimental music) หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการแสวงหาแนวทางใหม่ของดนตรีพร้อมกับยังช่วยรวมทั้งสนใจถึงการการที่กลุ่มเยาวชนในช่วงวัยนักศึกษาจำนวนหนึ่งที่เรียนด้านศิลปะและสถาปัตยกรรมหันมาตั้งวงดนตรีและสร้างผลงานอุตสาหกรรมดนตรีของไทยนี้เป็นดนตรีแนวใหม่ที่เกิดจากผสมผสานทั้งศาสตร์ทางดนตรีและศิลปะหลากหลายรูปแบบเข้าด้วยกัน

การเกิดการสร้างห้วงโง่ของมูลค่าและห้วงโง่ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาของกระแสโพสต์ร็อก พร้อมกับเกิดของกระแสความนิยมดนตรีนั้นกลุ่มเยาวชนที่เป็นผู้ฟังก็สามารถสร้างดนตรีของตนเอง เกิดขึ้นของวงดนตรีแนวกระแสโพสต์ร็อกในกรุงเทพฯ ถือว่าเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของพื้นที่เพื่อแสดงอัตลักษณ์ใหม่ของตนเองออกมาเช่นกัน แม้ว่าการเกิดกับกลุ่มเยาวชนที่นิยมดนตรีแบบโพสต์ร็อกอาจจะไม่ใช่กลุ่มใหญ่ โดยกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมหาวิทยาลัย มีการศึกษาของไทยดูจะเป็นเรื่องปกติ เพราะการบริโภควัฒนธรรมดนตรีตะวันตกนั้นเปรียบเสมือนการบริโภคความเป็นสมัยใหม่ของกลุ่มเยาวชนไทย

อย่างไรก็ตามการเกิดขึ้นของกระแสโพสต์ร็อกไม่ใช่เพียงแค่เรื่องของการเล่นดนตรีเท่านั้น หากแต่ยังเกี่ยวพันถึงเรื่องของการผลิตวัฒนธรรมในชีวิตประจำวันที่กำลังก้าวพ้นการแบ่งแยกเวลาการทำงานและเวลาว่างนั่นคือพวกเขาสามารถใช้วิถีการทำงานด้านดนตรีมาประสานส่วนสัมพันธ์กับเรื่องการประกอบอาชีพและรูปแบบของการชีวิตได้เป็นอย่างดี เราจะเห็นนักดนตรีในโซออนไลน์และแพลตฟอร์มมีความสุขกับการทำงานดนตรี แม้ว่าจำเป็นต้องทำงานอย่างอื่นด้วย(ทั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับดนตรี)เพื่อให้มีรายได้สำหรับการดำเนินชีวิตในเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพฯ และแม้ว่ายอดขายงานแผ่นซีดีจะมีไม่มากนักแต่เนื่องด้วยพวกเขามีโอกาสในการแสดงสดกันค่อนข้างบ่อย ซึ่งทำให้รายได้พอสมควร

เยาวชนกับดนตรีโพสต์ร็อกและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากกรอบการศึกษาของงานวิจัย วัฒนธรรมเยาวชนและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของกรุงเทพฯ: บทศึกษาจากอินดี้ร็อกสู่โพสต์ร็อกให้ความสนใจกับ “ความสามารถทางดนตรี” (musical authorship) และ “ความเป็นอิสระอย่างสร้างสรรค์” (creative autonomy) ในการสร้างสรรค์งานภายใต้ระบบการผลิตของระบบทุนนิยมของผู้ผลิตงาน ส่วนในระดับของผู้ผลิตงานด้านวัฒนธรรมได้ให้ความสำคัญของการผลิตงานในแง่ที่เป็นทั้ง “กิจกรรมทางวัฒนธรรม” (cultural

activity)และ “กิจกรรมทางเศรษฐกิจ” (economic activity) เพื่อการแสวงหาพื้นที่อิสระทางสถาบัน(institutional autonomy) ในรูปแบบใหม่ๆของการผลิตงาน เป็นส่วนหนึ่งที่ผลักดันให้ศิลปินหรือผู้ผลิตงาน “สร้างพื้นที่ใหม่” ซึ่งอาจก่อให้เกิดเป็นสกุลศิลปะใหม่ แนวดนตรีใหม่ ภาพยนตร์สไตล์ใหม่ และ/หรือรูปแบบของการกระจายงาน การสร้างเครือข่ายของผู้ผลิตงาน การบริโภคในลักษณะใหม่ และการเกิดขึ้นของชุมชนผู้บริโภค

ดังที่กล่าวมาแล้วในบทที่ 1ว่าแนวคิดเรื่อง“อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” (creative industries) เป็นวาทกรรมที่ใช้ทั้งในแวดวงของงานวิชาการธุรกิจ อุตสาหกรรมและรัฐแนวคิดนี้ใช้กับการประกอบกับสภาพของเศรษฐกิจที่แสดงให้เห็นถึงพลวัตของ สื่อ ศิลปะ เทคโนโลยีและวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามแนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นี้มีนัยยะที่แตกต่างจากเรื่องของ “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม”ตรงที่ให้ความสัมพันธ์ระหว่าง“คน”และ “ทุน” เราจะเห็นจากหัวข้อทั้ง 3 ที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้ว่ามี คนและความคิดสร้างเข้าไปขับเคลื่อนทำให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของคนตรีแบบโพสต์ร็อกเกิดขึ้นได้นอกกระแสสื่อและทุนใหญ่

ดังนั้น โพสต์ร็อกจึงไม่ใช่แค่เรื่องดนตรีในความหมายทางดนตรี(musical)อย่างเดียว หากแต่ยังมีความหมายในเชิงสังคมวิทยาของความสัมพันธ์ของกลุ่มคนและวัฒนธรรม ของกลุ่มที่มีการผลิตงานทางวัฒนธรรมในที่นี้คือก่อให้เกิดกระแสของวัฒนธรรมวัยรุ่น (youth culture movement) ในอีกลักษณะหนึ่งอาจกล่าวได้ว่ากระแสโพสต์ร็อกเป็นส่วนหนึ่งของการก่อรูปของกลุ่มคนในเชิงอัตลักษณ์ที่อาจเรียกกว้างๆได้ว่าเป็น “อินดี้”(ในวัฒนธรรมอินดี้ไม่ได้หมายความว่าทุกคนต้องชอบฟังเพลงโพสต์ร็อกต้องเป็นอินดี้) ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ของการก่อรูปของวัฒนธรรมย่อยกลุ่มวัยรุ่น(youth subculture) ที่ชัดเจนต่อเนื่องจากยุค “อัลเทอร์” ภายใต้กระบวนการดังกล่าวซึ่งส่งผลให้กลุ่มนักดนตรีและศิลปินรุ่นใหม่ ที่ต้องการจะผลิตงานสร้างสรรค์ของตนเองจำเป็นต้องหา “พื้นที่”และ“เครือข่าย”ใหม่ๆในการสร้างสรรค์และเผยแพร่งานของตน ซึ่งในประเด็นนี้คือที่มาของ

การเกิดขึ้นของกระแสดนตรีและวัฒนธรรมที่เรียกว่า “อินดี้” ในช่วงประมาณปี พ.ศ.2547 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการก่อให้เกิดหน่ออ่อนของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในกรุงเทพฯ ด้วยเช่นกัน เราอาจกล่าวได้ว่า “อินดี้” คือกระแสการต่อต้านที่อยู่บนสินค้าเชิงวัฒนธรรม(cultural-commodity resistance) โดยพวกเขาได้สร้างกระแสนิยมแบบทางเลือกที่โต้ตอบต่อวาทกรรมการผลิตงานศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อเงิน(art-culture for money)ของการผลิตในระบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมของไทย

ที่สำคัญเราจะหวังโซ่ทางสังคมและวัฒนธรรมได้ช่วยให้พวกเขามีอิสระให้กับการจัดการตนเองจาก “ทุน” อยู่มากเช่นกันแม้ว่าเราไม่อาจจะกล่าวว่าดนตรีโพสต์ร็อกเกิดมาเพื่อตอบโต้สังคมอันหมดหวังเช่นเดียวกับยุคอัลเทอร์เนทีฟในอังกฤษหรือกรันจ์ในอเมริกา (รวมก่อรูปผ่านเป็นการแสดงออกของอุดมการณ์การเมือง) แต่ด้านหนึ่งมันเป็นการแสดงออกถึงกลุ่มอัตลักษณ์ของคณากรรณด้านศิลปะและกิจกรรมดนตรีที่เกิดขึ้นที่เกิดขึ้น ได้สะท้อนจากวัยรุ่นกลุ่มนี้ได้หันไปสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของตนเองที่ ที่ทั้งส่วนของการตลาด(แบบมวลชน)และส่วนสังคม(ของรัฐ)ไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างใด หรืออาจกล่าวได้ในอีกแง่มุมหนึ่งคือพวกเขาสร้างชุมชนทางเลือกของตนเองขึ้นมาเนื่องจากความไม่พอใจในสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมรอบตัวพวกเขา

หากย้อนไปในประเด็นความสนใจของการศึกษาสังคมวิทยาศิลปะและวัฒนธรรมที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้ในบทที่ 2 เราจะเห็นว่าทั้งข้อถกเถียงปีเตอร์สัน, เฮิร์สช, ทอยน์บีและนีกัส ที่มีต่องานของฮอร์ไคเมอร์และอดอร์โนได้เปิดประเด็นสำคัญที่เป็นข้อถกเถียงในเรื่องของการผลิตงานในอุตสาหกรรมดนตรี ภายใต้ระบบทุนนิยมก็คือ งานศิลปะและวัฒนธรรมนั้นถูกผลิตขึ้นมาภายใต้ระบบของพาณิชย์ และกระบวนการผลิต (อันโยงไปสู่การบริโภค โดยมีลักษณะที่อิงกับระบบอุตสาหกรรมมากขึ้นตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมซึ่งเปลี่ยนไปในระบบทุนนิยม ภายใต้กระบวนการผลิตทั้งหมดศิลปินถูกมอง

เป็นหน่วยหนึ่งของกระบวนการทั้งหมด ความเป็นอิสระแบบปัจเจกศิลปินจึงเป็นเพียงมายาคติที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ภายใต้กระบวนการนี้เช่นกัน และหากมองในมุมมองการเสพสุนทรียะหรือการบริโภค ความหมายของการสินค้าทางศิลปะและวัฒนธรรมนั้น กลุ่มผู้บริโภคอันหลากหลายกลุ่มสามารถมีอิสระในการเสพหรือการบริโภคในสังคมทุนนิยมเสรี แต่โครงสร้างอำนาจในระบบทุนนิยมแบบหลังฟอติสซ์ได้เปิดพื้นที่ก็จะมีส่วนต่อการสร้าง “พื้นที่” ความเข้าถึง “คุณค่า” (value) ของความแตกต่างกันขึ้นมา

อย่างไรก็ตาม “ความสามารถทางดนตรี” และ “ความมีอิสระเชิงสร้างสรรค์” ที่ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดนักดนตรีเยาวชนในยุคหลังจากที่อันดีได้หมดความนิยมลงโพสตร็อก โดยงานวิจัยยังได้ชี้ให้เห็นถึง บริบทใหม่ของความอิสระที่ถูกผลิตขึ้นโดยโซออน ดาย ฟาวเวอร์ และแพนด้า เร็คคอร์ดดังกล่าวที่เกิดขึ้น บนโครงสร้างของ “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” (creative industries) ได้ที่เกิดขึ้นจริง นี่คือภาพที่ต่างไปจากการวางทฤษฎีอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ถูกผลิตของพัฒนาการที่เกิดขึ้นในสังคมไทย และจะกล่าวถึงพัฒนาการของกระแสพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมในไทยและการริเริ่มของการผลิตงานกลุ่มเยาวชนในลักษณะของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จากฐานรากอีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญคือมีการตั้งคำถามว่ากลุ่มอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีแบบดั้งเดิมสูญเสียความเป็นตัวตนของตนเองไปแล้ว ที่จริงแล้วเรายังเห็นว่าอุตสาหกรรมดนตรีของไทยกลับขยายตัวมากขึ้นและแม้ดูจะมีการลดการผูกขาด แต่เราก็จะเห็นว่าการกระจายการถือครองไปยังชุมชนและสื่อใหม่ของภาคเอกชนมากขึ้นเช่นกัน

แม้ว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นอกกรอบที่เกิดขึ้นกรณีกับโซออน ดายฟาวเวอร์ และแพนด้า เร็คคอร์ด เราอาจสรุปว่าจากกรณีศึกษาดังกล่าวเป็นโครงสร้างระบบทุนที่เรียกว่าเป็น “ทุนนิยมแบบคิดเองทำเอง” (DIY Capitalism) ที่ขับเคลื่อนด้วยจริยธรรมของการทำงานแบบ “เราก็ทำได้เอง” (DIY Ethos) จริยธรรมแบบดังกล่าวนี้อาจเป็นได้ทั้งการต่อต้านทุนนิยมไปพร้อมกับ

การสร้างทุนนิยมในทิศทางใหม่ ทั้งนี้เพราะการเกิดของทุนนิยมแบบคิดเองทำเองเป็นผลของการก้าวสู่ทุนแบบเสรีนิยม(ใหม่)จากกลุ่มทุนเล็กทุนน้อย(Lavuass 2014:42-45) ที่คิดว่าตนเองสามารถจัดการตนเองได้ทั้งในแง่ชีวิตทางเศรษฐกิจและชีวิตทางสังคม และค่อยๆถอยห่างตนเองออกจากพื้นที่ทางการเมืองเชิงโครงสร้างไปหาการเมืองในชีวิตประจำวัน(everyday politics)

จากงานวิจัยที่กำหนดขอบเขตของพื้นที่ในการศึกษาของกลุ่มนักดนตรีในบริบทกรุงเทพฯ ด้วยเหตุผลที่ว่ากรุงเทพฯเป็นพื้นที่ของการผลิตและการบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมที่สำคัญของไทย (อุตสาหกรรมวัฒนธรรมของไทยหลักๆส่วนใหญ่ก็ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ) ซึ่งลักษณะดังกล่าวทำให้การผลิตงานใหม่ๆของศิลปินและผู้สร้างสรรค์สามารถสร้างหาปัจจัยและทรัพยากรการผลิตได้สะดวก รวมถึงยังสามารถสร้างเครือข่ายของกลุ่มผู้ผลิตงานและผู้บริโภคได้ง่าย แต่หากพิจารณาในแง่ของการพัฒนาเมืองในโมเดล “เมืองสร้างสรรค์”(ซึ่งเป็นโมเดลที่มาพร้อมๆกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์)เราจะพบว่า ของการแนวคิดที่ว่าด้วยการจัดเขตให้กับงานผลิตที่ใกล้เคียงและเสริมกันและกัน มาอยู่ด้วยกันโดยจะช่วยให้คนสร้างสรรค์ได้มีโอกาสมาแชร์ทั้งงานและความคิด หรือที่เรียกว่า “คลัสเตอร์”(cluster)นั้น เราจะเห็นว่ากรุงเทพมหานคร(ในฐานะหน่วยงานปกครองของรัฐไม่มีนโยบายในเรื่องดังกล่าว) แต่บริบทของกรุงเทพฯเราจะเห็นว่าได้เกิดสิ่งที่แตกต่างกันออกไป คือตั้งแต่ยุคตกต่ำของกระแสอินเทอร์เน็ตที่พุ่งถึงโพสตร็อก กลุ่มเยาวชนในกรุงเทพฯได้ริเริ่มจัดปาร์ตี้ Dude Sweet, Mind the Gap, ไปมาจนถึงยุคที่โซฮอน ดายฟาวเวอร์จัดงานที่ About Café/About Studio และ SOL ได้ก่อให้เกิดชุมชนของการผลิตดนตรี ศิลปะ การกระจายสินค้าของเยาวชน ฯลฯ รวมถึงได้สร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมทางเลือกใหม่ให้กับเยาวชนในกรุงเทพฯด้วย ซึ่งประเด็นนี้คือประเด็นสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยั่งยืน เพราะในกระแสโพสตร็อกนั้นกลุ่มเยาวชนไม่ได้ผลิตงานที่อิงกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีของไทย(โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการบันทึกเสียง)

สรุปงานวิจัย

จากการผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจเยาวชนกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในกรุงเทพฯ โดยสนใจการริเริ่มการผลิตงานดนตรีจากอัลเทอร์เนทีฟสู่โพสต์ร็อกเราจะเห็นว่าปรากฏการณ์ของโพสต์ร็อกเป็นกระแสทางวัฒนธรรมดนตรีของกลุ่มเยาวชนที่เกิดขึ้นหลังจากความต่ำของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมจากกระแสนิยมเรียกว่า “อัลเทอร์เนทีฟ”(Alternative) ในไทย ช่วงปี พ.ศ. 2537 จนถึงช่วงปี พ.ศ. 2547 โพสต์ร็อกมีการริเริ่มของความอิสระเชิงสร้างสรรค์นั้นต่างออกไปจากอัลเทอร์เนทีฟอย่างสิ้นเชิงโดยเราจะเห็นว่าการสร้างพื้นที่และเครือข่ายของการผลิตงานดนตรีที่สร้างสรรค์ของกลุ่มดนตรีอิสระในกรุงเทพฯ กลุ่มนักดนตรีและศิลปินรุ่นใหม่ที่ต้องการจะผลิตงานสร้างสรรค์ของตนเองจำเป็นต้องหา “พื้นที่” และ “เครือข่าย” ใหม่ ๆ ในการสร้างสรรค์และเผยแพร่ผลงานของตน

คำถามสำคัญของงานวิจัยต้องการที่ว่าจะเข้าใจกลไกของ “ห่วงโซ่มูลค่า” ใน 3 ห่วงโซ่คือ ห่วงโซ่อิสระเชิงสร้างสรรค์ ห่วงโซ่วัฒนธรรมสร้างสรรค์และห่วงโซ่สังคม เราจะเห็นว่าห่วงโซ่ทั้ง 3 นั้น ได้ทำลายกำแพงขวางกั้นการให้ค่างานศิลปะที่แยก “การตลาดและ “คุณค่าเชิงสุนทรีย์” ออกจากกัน เราอาจกล่าวได้ว่าวาทกรรมดังกล่าวที่ถูกผลิตขึ้นในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของวัฒนธรรมแบบโพสต์ร็อกได้ทำให้ “ความสามารถ”(authorship) และ “ความมีอิสระ”(autonomy) ของศิลปินมีคุณค่าขึ้นมาอีกครั้ง นอกจากนี้อาจกล่าวได้ว่า นี่เป็นการจัดไว้โครงสร้างของทั้งกระบวนการผลิตและองค์กรอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้ทำให้ความหมายของคำว่า “ดารา” เทียบเท่ากับ “ศิลปิน” ที่เคยใช้เรียกนักดนตรีหมดไป นักดนตรีถูกมองว่าเป็นผู้สร้างงานศิลปะแขนงหนึ่ง ซึ่งนั่นมีค่าสำคัญโดยไม่จำเป็นต้องอ้างอิงว่าพวกเขา มีพื้นฐานการศึกษาทางด้านศิลปะ หรืออาจกล่าวสั้นได้ว่า “ผลงาน” มีค่ามากกว่า “ภาพลักษณ์”

จากการศึกษาทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่างโซ่ออนๆกับแพนด้า เร็คคอร์ด ผู้วิจัยพบว่าดนตรีสมัยนิยมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รวมทั้งให้ความสนใจว่าห่วงโซ่ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ดนตรีของไทยนั้นได้สร้างความสัมพันธ์ทางสังคมเกิด ในช่วงเกือบ 30 ปีอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีสมัยนิยมของไทยมีลักษณะของกึ่งผู้ขาดโดยบริษัทใหญ่เพียงไม่กี่แห่ง ซึ่งบริษัทเหล่านี้สามารถเข้าไปสร้าง “ห่วงโซ่มูลค่า” ของตนเอง ผ่านฐานของการถือครองหรือใช้สื่อกระจายเสียงเป็นสำคัญ แม้ว่ากระแสนตรีของอัลเทอร์เนทีฟจะถูกมองว่าเป็นยุคที่นักดนตรีแต่งเพลง เล่นเพลงตนเอง อย่างมีอิสระภายใต้ค่ายเพลงเล็กๆ แต่ในยุคนี้ก็ยังต้องอาศัยสื่อหลักทั้งหลายในการโปรโมทและเผยแพร่ งาน ยุคอัลเทอร์เนทีฟจึงเป็นเพียงยุคของการผลิตที่มีหน่วยการผลิตและการจัดองค์กรขนาดเล็ก แต่ยังคงอยู่ภายใต้โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีของไทยเช่นเดิม

ในส่วนมิติที่เกี่ยวกับการศึกษาดนตรีสมัยนิยมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ คำถามสำคัญของงานวิจัยต้องการ ทำความเข้าใจกลไกของ “ห่วงโซ่” ของ “มูลค่า”ทางการตลาดและ “คุณค่า” ทางศิลปะและวัฒนธรรม รวมทั้งให้ความสนใจว่าห่วงโซ่ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ดนตรีของไทยนั้นได้สร้างความสัมพันธ์ทางสังคมเกิดได้อย่างไรและเกิดขึ้นในมิติใดโดยเฉพาะที่ผ่านมากเกือบ 30 ปี กระแสโพสต์ร็อกในไทยซึ่งเป็นดนตรีแนวใหม่ ที่เกิดจากผสมผสานทั้งศาสตร์ทางดนตรีและศิลปะหลากหลายรูปแบบเข้าด้วยกัน ได้ช่วยก่อให้เกิดการสร้างห่วงโซ่ของมูลค่าและห่วงโซ่ทางวัฒนธรรมที่อยู่นอกเหนืออุตสาหกรรมวัฒนธรรมดนตรีของไทย และมีความเป็นกระแสทางเลือกอันมั่นคงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา

อย่างไรก็ดีเราจะเห็นว่าในแง่ของนโยบายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้น รัฐบาลในยุคเสรีนิยมต้องสร้างนโยบายที่มาจากเบื้องล่าง (bottom up) โดยต้องทำความเข้าใจทั้ง “ความสามารถในการสร้างสรรค์” และ “อิสระในการสร้างสรรค์” ของกลุ่มคนที่ผลิตงานนั้นจริงๆ พร้อมทั้งสนับสนุนให้เกิดห่วงโซ่มูลค่าดังที่พวกวิจัยได้ศึกษาไว้ การนำเอาหน่วยงานหลายๆหน่วยเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน

สร้างนโยบายและแผนงาน (joined up policies and actions) ในการสนับสนุนน่าจะเป็นสิ่งที่ดีกว่าการรวมศูนย์การสนับสนุนไว้ที่หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง เพื่อให้งานมีการขยายผลในระดับลึกและกว้าง

ประเด็นที่ผู้วิจัยเห็นว่าสำคัญมากก็คือ การ "ทำงานสร้างสรรค์" ในระบบทุนนิยมในปัจจุบัน คือการทำงานที่อยู่บนพื้นฐานของความไม่เท่าเทียมกันอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นระบบการจ้างงาน(ที่เป็นการชั่วคราว ตามระยะเวลา มากกว่าระบบเงินเดือน) เวลาการทำงาน (ที่ทำกันแบบหามรุ่งหามค่ำ) ระบบค่าตอบแทน(ที่เกิดจากชิ้นงาน มักไม่ใช่รายได้ประจำ) โอกาสทางเพศ(ผู้ชายยังคงเป็นผู้ได้เครดิตการผลิตงานสร้างสรรค์มากกว่า) ไม่มีสวัสดิการ (เนื่องจากไม่อยู่ในระบบงานประจำ) ฯลฯ ประเด็นคือเราต้องก้าวข้ามกรอบการมอง "การสร้างสรรค์ที่เกิดจากศิลปิน"(artist-based creativity) ที่เป็นวาทกรรมหลักในแวดวงการศึกษา สื่อและศิลปะแขนงต่างๆ เพื่อที่ทำความเข้าใจงานสร้างสรรค์ในมิติทางสังคมปัจจุบันให้มากขึ้นที่กล่าวมานี้ได้สะท้อนให้เห็นเช่นกันว่า กลุ่มนักดนตรีเยาวชนในกระแสโพสตร็อกที่ผู้วิจัยทำการศึกษานั้น มีการทำงานที่ไม่มั่นคงและเกือบทั้งหมดทำงานอื่นๆนอกจากการเล่นดนตรีเพื่อหารายได้ในการค้าชีวิต ซึ่งจากข้อมูลกลุ่มที่ศึกษา ยังคงเป็นช่วงวัยหลังเรียนจบใหม่ในระยะยาวหากการเล่นดนตรีไม่อาจทำให้พวกเขามีชีวิตที่มั่นคงของชีวิต พวกเขาอาจหันไปประกอบอาชีพอื่น หรือทำงานที่เกี่ยวข้องกับดนตรีที่มีรายได้มั่นคง ปัจจัยที่ว่านี้ไม่ได้เกี่ยวข้องกับควมมีอิสระในเชิงสร้างสรรค์แต่อย่างใด หากเป็นเรื่องของเศรษฐศาสตร์ของการดำเนินชีวิต ซึ่งหากมีนโยบายที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้องคำนึงถึงปัจจัยนี้ด้วย ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์สร้างความยั่งยืนทั้งในเศรษฐกิจระดับโครงสร้างและในระดับผู้สร้างสรรค์งาน ประเด็นเหล่านี้ไม่ยังไม่ได้กล่าวถึงมากนัก

บรรณานุกรม

ภาษาอังกฤษ

Horkeimer, Max. and Theodor Adorno.(1947/1992). “The Culture Industry:

Enlightenment as Mass Deception” **Dialectic of Enlightenment.**

Verso:London

Ben-Huat, Chua.(2000). **Consumption in Asia: Lifestyles and Identities.** London:Routledge.

Bennett, Andy.(ed.)(2012).**Cultural Sociology.** Wiley-Blackwell:Oxford.

Blake, Andrew.(1999). **Living Through Pop.**London:Routledge.

Borthwick, Stuart. and Ron Moy.(2004). **Popular Music Genre.** Edinburgh:University of
Edinburgh.

Chamber, Ian.(1986).**Urban Rhythm: Popular Music and Popular Culture.**
London:McMillan.

Caves, Richard E.(2000). **Creative Industries:Contract between Art and Commerce.**
Cambridge:Harvard University Press.

Creative Industries Task Force 1998. Department of Culture, Media and Sport, UK.

Cohan, Sarah. (1991).**Rock Culture in Liverpool: Popular Music in the Making.**
Oxford University Press:London

Currid, Elizabeth.(2007).**Warhol Economy.** New York:Princeton University Press.

Hesmondhalgh, David.(1999).Indie: The Institutional Politics and Aesthetics of Popular Music Genre. *Cultural Studies*.13(1),pp.35-61.

Hesmondhalgh, David.(2002). **Cultural Industries**. London:Sage.

Hesmondhalgh, David. and Andy Pratt (2005). “Cultural Industries and Cultural Policy” *International Journal of Cultural Policy*. Vol. 11. No. 1pp.1-14

Frank, Thomas. and Matt Weiland(1997).(ed.) **Commodify Your Dissent**. New York: W.W.Norton Company.

Flow, John.(1995). **Cultural Studies and Cultural Value**. New York: Oxford University Press.

Frith, Simon.(1978).**Sociology of Rock**.London:Constable.

Hall, Stuart and Tony Jefferson.(1991). **Resistance Through Ritual**. London: HarperCollinsAcaemic.

Hirsch, Paul M.(2000). *Cultural Industries Revisited*. Organization Science. Vol. 11 No. 3 May-June. pp. 356-361.

Garnham, Nicholas.(1990).**Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information**. London:Sage

Garnham, Nicholas.(2005). “From Cultural to Creative Industries”. *International Journal of Cultural Policy*.Vol 11.No. 1,pp.15-30.

Hartley, John.(2004). Creative Industries. London:Sage.

Hesmondhalgh, David. and Andy C. Pratt. (2005). “ Cultural Industries and Cultural Policy.” *International Journal of Cultural Policy* Vol.11 No.1.pp.1-15

Hodgkinson, James A.(2004). “The Fanzine Discourse over Post-rock”. **Music Scenes.**
Andy Bennett and Richard A. Peterson(ed.).Nashville:Vanderbilt University
Press.

Landry, Charles.(2004).**The Creative City.**London:Comedia.

Luvaas, Brent.(2012).**DIY Style:Fashion, Music and Global Digital Culture.**New
York:Berge.

Long, Elizabeth(1997). **From Sociology to Cultural Studies.** London:Blackwell.

LookerMagazine, 2011 Vol. 1 no. 011 .p.62- 73.

McRobbie, Angela.(1996).*Lads of Hope and Glory*

(<http://www.timeshighereducation.co.uk/news/lads-of-hope-and-glory/99521.article>)

McRobbie, Angela.(1997). **Back to Reality: Social Experience and Cultural Studies.**
Manchester:Manchester University Press.

Negus, Keith.(1992). **Producing Pop:Culture and Conflict in the Popular Music
Industry.**London:Edward Arnold.

Pasuk Pongpichit and Chris Baker.(2002). **Thailand:Economic and Politics.**
London:Oxford University Press.

- Peterson, Richard A. and David G. Berger.(1990). "Cycles in Symbol Production: The Case of Popular Music". On Record. Simon Frith and Andrew Goodwin.(1990). London:Routledge.Pp.140-159.
- Peterson, Richard A.(2012). "The Production of Culture: A Prolegomenon" **Creative Industries**. Brian Moeran and Ana Alcovska(ed.).London:Berge.
- O' Connor, Justine(2010) "The Definition of Cultural Industries." *The European Journal of Arts Education*.2(3) pp.15-27.
- Power, Dominic and Allen J. Scott.(2006). "A Prelude to Cultural Industries and the Production of Culture".**Cultural Industries and The Production of Culture**.London.Routledge.
- Ryan, Hibbett.(2006). "What is Indie Rock?"*Popular Music and Society*, 28,1. pp.55-77.
- Reynolds, Simon.(2004). "Post-Rock". **Audio Culture:Reading in Modern Music**. Christoph Cox and Daniel Warner(ed.)New York:Continum.
- Raunig, Gerald.(2012). "Creative Industries as Mass Deception" **Critique of Creativity**. San Francisco:MayFly.
- Shield, Rob.(1996). **Place at Margin**. London:Routledge.
- Shunya, Yoshimi.(2000). "Consuming ' America':from Symbol to System" in Chua Ben-Huat.(ed.) **Consumption in Asia: Lifestyles and Identities**. London:Routledge.

Strausbaugh, John.(2001).**Rock Till Your Drop**.London:Verso.

Spillman, Lyn.(2000). **Cultural Sociology**.(2002) Blackwell:London.

Sawangchot, Viriya.(2007).“New Labour” or “New Elite”: Hybridizing “Britpop” into Thai Popular Music Culture. *Journal of Communication Arts*.Vol 25 No.4, pp.63-72.

Thornton, Sarah.(1996). **Club Culture**. Polity Press:London.

Toynbee, Jason.(2000). **Making Popular Music:Musician, Creativity and Institutions**. London:Oxford University Press.

ภาษาไทย

“กล้าแตกต่างทางเลือกของคนรุ่นใหม่” *ผู้จัดการวิเคเอนด์* ปีที่ 2 ฉบับที่ 1197/103, วันเสาร์-อาทิตย์ วันที่ 10- 11 กันยายน 2537

ทำไมต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์(2552) ศูนย์สร้างสรรค์และออกแบบ: กรุงเทพฯ

“ร็อกและอัลเทอร์เนทีฟในทัศนะ “วินิจ เลิศรัตนชัย” *กรุงเทพธุรกิจ จุดประกาย* วันศุกร์ 13 ตุลาคม 2539, หน้า 6

วารสารคิด ฉบับ” ยินดีต้อนรับสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ปีที่ 1 ฉบับ 1 ตุลาคม 2552

วิริยะ สว่างโชติ (2537). “อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมแบบใต้ดิน กับการ ‘รื้อฟื้น’ ความสัมพันธ์ ระหว่างการผลิตและการบริโภค” *วารสารร่วมพฤษ* ปีที่ 12 ฉบับที่ 2, หน้า 30-55

นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย (2549) การประเมินและสังเคราะห์สถานภาพองค์ความรู้การวิจัยวัฒนธรรม

ในประเทศไทยเรื่องอุตสาหกรรมวัฒนธรรมกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรมส่งเสริม

วัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม

“Dude Sweet party” นราวุธ ไชยชมพู *นิตยสาร Mar* ฉบับสิงหาคม 2547, หน้า 137-151

นิตยสารบันเทิงคดี “เพลงใต้ดิน(ไทยแลนด์)เขาทำกันอย่างไร”. ฉบับ ทำเพลงใต้ดิน ปีที่ 6 ฉบับที่ 59

เมษายน, 2538, หน้า 6-11

นิตยสาร บันเทิงคดี “สัมภาษณ์วาสนา วีระชาติพลี” ฉบับ Alternative ปีที่ 4 ฉบับที่ 48 เมษายน

2537, หน้า 38-45

เพิ่มเกียรติ เรื่องกุล(2544). *กระบวนการผลิตนักร้องของอุตสาหกรรมเพลงไทย* วิทยานิพนธ์นิเทศ

ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มติชนออนไลน์ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2553 เผยผลศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์สร้างมูลค่าให้ไทยล้านล้านบาท

บาท (http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1264968057)

มติชนออนไลน์ 1 เมษายน พ.ศ. 2553 วจ.แจกงบไทยเข้มแข็ง 200 ล้านบาท กระตุ้นอุตสาหกรรม

หนัง (http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1270106072)

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (<http://ce.nesdb.go.th/>)ไทยโพสต์ 14

มีนาคม พ.ศ.2552

ไทยโพสต์ 14 มีนาคม พ.ศ.2552

อัลเทอร์เนทีฟ (2538) พี. เค. บู้ค: กรุงเทพฯ

สัมภาษณ์

สัมภาษณ์โคอิชิ ชิซุมิวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2553 ที่ SOL กรุงเทพมหานคร

วันที่ 16 มีนาคม พ.ศ.2556 ที่หอศิลป์และวัฒนธรรมกรุงเทพฯ กรุงเทพมหานคร

สัมภาษณ์สมภพ ปริญญาธิราชดิ (ต่อม อัศจรรย์จักรวาล) วันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2553 ออฟฟิศ

ศทาวน์ อิน ทาวน์ กรุงเทพมหานคร

วันที่ 8 พฤศจิกายน 2556 งาน Noise Market มิวเซียมสยาม กรุงเทพมหานคร

สัมภาษณ์วรรณฤทธิ์ พงศ์ประยูร วันที่ 17 สิงหาคม 2556 ที่แพนด้า เร็คคอร์ด ออฟฟิศ

กรุงเทพมหานคร

วันที่ 8 พฤศจิกายน 2556 งาน Noise Market มิวเซียมสยาม กรุงเทพมหานคร