

การขายเครือข่ายและเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มวัฒนธรรมย่อยปาร์ตี้คนตรีนอกระแสด้านทาง  
เว็บไซต์ myspace.com

นางสาวพิสุทธิณี บัวทรัพย์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ  
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2551  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

SOCIAL NETWORKING AND IDENTITY-BUILDING OF THE INDY MUSIC PARTY  
SUBCULTURE THROUGH WWW.MYSPACE.COM

Miss Pisuttinee Buasup

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Journalism and Information

Department of Journalism

Faculty of Communication Arts Chulalongkorn University

Academic Year 2008

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การขยายเครือข่ายและเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มวัฒนธรรม  
ย่อยปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสผ่านทางเว็บไซต์myspace.com

โดย

นางสาวพิศุทธิณี บัวทรัพย์

สาขาวิชา

วารสารสนเทศ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิรงรอง รามสูต

---

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิรงรอง รามสูต)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อศวิณ เนตรโพธิ์แก้ว)

นางสาวพิศุทธิณี บัวทรัพย์ : การขยายเครือข่ายและเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มวัฒนธรรม  
ย่อยปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสผ่านทางเว็บไซต์myspace.com. (SOCIAL NETWORKING  
AND IDENTITY-BUILDING OF THE INDY MUSIC PARTY SUBCULTURE  
THROUGH WWW.MYSPACE.COM) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผู้ช่วยศาสตราจารย์  
ดร. พิรงรอง รามสูต, 251หน้า.

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาถึงการใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com เป็นสื่อกลางในการขยายเครือข่าย การเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มวัฒนธรรมย่อยปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส รวมไปถึง การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์ไปสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์ในกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอก กระแส โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยได้แก่ การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้เป็นแกนนำกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสเพื่อศึกษาถึง การขยายเครือข่าย และทำการสัมภาษณ์เจาะลึกสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสที่ติดต่อผ่าน ทางเว็บไซต์ myspace.com เพื่อศึกษาถึงกระบวนการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์ไปสู่ความสัมพันธ์ ออฟไลน์ รวมไปถึงการวิเคราะห์เนื้อหาหน้า profile เพื่อศึกษาการสร้างอัตลักษณ์กลุ่มผ่านทางพื้นที่และบริการ ของเว็บไซต์ myspace.com นอกจากนี้ยังใช้การสังเกตการณ์ภาคสนาม โดยเข้าไปสังเกตการณ์ในงานปาร์ตี้ คนตรีนอกกระแส เพื่อศึกษาถึงอัตลักษณ์กลุ่มในชีวิตจริง และสังเกตการณ์จากการปฏิสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ myspace.com เพื่อศึกษาเพิ่มเติมถึงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์มาสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์ของสมาชิก ในกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสได้ใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com เพื่อ เพิ่มจำนวนสมาชิกในกลุ่ม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่ม กระจายข่าวสารภายในกลุ่ม โดยคุณลักษณะของ สื่อสมัยใหม่ของเว็บไซต์ myspace.com ที่ผู้ใช้สามารถปรับแต่งเนื้อหาบนหน้าprofile ทำให้สามารถเลือกสมาชิก ได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย และกระจายข่าวสารได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และยังสามารถสร้างเครือข่ายในเชิงธุรกิจทั้ง ในประเทศและนอกประเทศ

กลุ่มสมาชิกยังได้ใช้บริการตกแต่งพื้นที่หน้า profile ในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์เฉพาะตนที่สามารถ อ้างอิงไปยังอัตลักษณ์กลุ่มในชีวิตจริง ซึ่งอัตลักษณ์กลุ่มที่พบบนหน้า profile แสดงออกถึงแนวคิดโพสต์โมเดิร์น ได้หลายประการ ทั้งในแง่อัตลักษณ์ที่หลากหลายและอัตลักษณ์ที่ขัดแย้งกันเองภายในกลุ่ม ในส่วนการเชื่อมโยง ความสัมพันธ์ออนไลน์ไปสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์นั้นกลุ่มสมาชิกได้ใช้บริการและพื้นที่ภายในเว็บไซต์ myspace.com ในการปฏิสัมพันธ์กัน โดยมีความสนใจร่วมกันทางด้านคนตรีนอกกระแสเป็นสื่อกลางในการ เชื่อมโยงไปสู่การติดต่อกันทางสื่ออื่น และพบปะกันในชีวิตจริงในที่สุด

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ..... ลายมือชื่อ.....

สาขาวิชา.....วารสารสนเทศ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

ปีการศึกษา...2551

# #4985128728 : MAJOR JOURNALISM AND INFORMATION

KEY WORD : Subculture/ Social Networking/ Identity

PISUTTINEE BUASUP: SOCIAL NETWORKING AND IDENTITY-BUILDING  
OF THE INDY MUSIC PARTY SUBCULTURE THROUGH  
WWW.MYSPACE.COM

THESIS PRINCIPAL ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR PIRONGRONG  
RAMASOOTA, Ph.D., 251 pp.

This research is a qualitative research with an objective to study the use of www.myspace.com as a medium in expanding the network and in strengthening the identity of an Indy Music Party Subculture as well as to link on-line relationship to off-line relationship among Indy Music party-goers. The study uses these methodologies for data collection – in-depth interviews with members of the Indy Music party-goers through www.myspace.com, content analysis of profile pages on the website to study identity construction, and participant observation in the party to observe real-life identity and linking of on-line relationship to off-line relationship.

The research finds that the Indy Music Party Subculture has used www.myspace.com to increase members in their group and to provide space for interaction among members and dissemination of information within the group. The attributes of new media enable the users to modify content on the profile pages, to select target members directly, and to disseminate information effectively, and to expand information network in business terms, both locally and internationally.

In addition, the members have used the profile pages to express their personal identity that is related to group identity in real life. The identities found on the profile pages also express many post-modern attributes. These identities are diverse and also conflictual. As for the linking of on-line to off-line relationship, members of the subculture use the space on the website for interaction, using their common interest in Indy music as a channel to link to other forms of communication and real-life activities eventually.

Department : Journalism and Information..... Student's Signature : .....

Field of Study : Journalism and Information..... Principal Advisor's Signature : .....

Academic Year : 2008.....

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้คงจะไม่สำเร็จลุล่วงไปได้ถ้าปราศจาก ผศ.ดร. พิรงรอง งามสุด ผู้เป็นคนให้คำชี้แนะ เสียสละเวลาในการตรวจแก้จนผ่านพ้นการสอบมาได้ด้วยดี กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทั้งสองท่าน ได้แก่ ร.ศ. รจิตลักษณ์ แสงอุไร และ ผศ.ดร. อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว ที่ได้สละเวลามาเป็นกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่งานวิจัยชิ้นนี้ ถ้าหากข้อมูลในงานวิจัยชิ้นนี้มีข้อผิดพลาดหรือมีการกล่าวพาดพิงถึงท่านที่อาจทำให้ท่านไม่พอใจผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

รวมไปถึงครอบครัวของผู้วิจัย คุณพ่อและคุณแม่ที่เป็นผู้จ่ายค่าเล่าเรียน พี่สาวและคุณป้าที่ได้ให้กำลังใจในช่วงใกล้วันสอบ เพื่อนๆทุกคนที่ส่งกำลังใจทำให้ไม่ท้อในช่วงโค้งสุดท้ายเช่นเดียวกับเพื่อนๆในภาควิชาวารสารสนเทศที่คอยให้คำแนะนำเป็นทั้งที่ปรึกษาและกำลังใจมาโดยตลอด โดยเฉพาะภาควิชาที่เป็นที่ปรึกษามาโดยตลอด และชมทัตต์ที่ช่วยเป็นแรงผลักดันให้ผู้วิจัยได้สอบในวันเดียวกัน สุดท้ายขอให้เพื่อนๆที่กำลังทำวิทยานิพนธ์ทุกคนประสบความสำเร็จในการทำวิทยานิพนธ์กันถ้วนหน้า

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญแผนภาพ.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฏ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
1.2 คำถามวิจัย.....	7
1.3 วัตถุประสงค์.....	7
1.4 นิยามศัพท์.....	7
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดเครือข่ายทางสังคม.....	9
2.2 แนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์.....	12
2.3 แนวคิดเรื่องสื่อใหม่.....	16
2.4 แนวคิดวัฒนธรรมกลุ่มย่อยกับสื่อมวลชน.....	19
2.5 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์กลุ่ม.....	26
2.6 แนวคิดเรื่องชุมชนออนไลน์.....	29
2.7 ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ.....	34
2.8 แนวคิดโพสต์โมเดิร์น.....	36
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	41
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	47
3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	47
3.2 หน่วยในการวิเคราะห์.....	47

บทที่	หน้า
3.3 ประชากร.....	48
3.4 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	48
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
3.6 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล.....	52
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
3.8 การนำเสนอผลการวิจัย.....	56
4 การขยายเครือข่ายสมาชิกกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแและการสร้างความสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์ผ่านเว็บไซต์ myspace.com.....	57
4.1 พัฒนาการของวงการคนตรีนอกระแในประเทศไทย.....	58
4.2 จุดเริ่มต้นเข้าสู่การเป็นสมาชิกภายในเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.comของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแ.....	65
4.3 รูปแบบและบริการของเว็บไซต์ myspace.com ที่เอื้อต่อการขยายเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแ.....	72
4.4 รูปแบบเครือข่ายที่พบในการขยายเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแผ่านเว็บไซต์ myspace.com.....	90
4.5 ข้อดีและข้อเสียในการขยายเครือข่ายผ่านเว็บไซต์ myspace.com ของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแ.....	101
4.6 การขยายเครือข่ายผ่านสื่ออื่นๆ.....	103
4.7 การสร้างความสัมพันธ์ออนไลน์ของสมาชิกในเครือข่ายกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแ.....	106
4.8 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์มาสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์.....	124
5 การเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com.....	127
5.1 การนิยามและข้อความแนะนำตัวเอง.....	127
5.2 การเรียงลำดับ top friend ในหน้า profile.....	132
5.3 การใส่ข้อมูลลงในส่วนความสนใจ (interest).....	136
5.4 การแสดงออกในภาพแทนตน (display picture).....	145
5.5 การแสดงออกถึงอัตลักษณ์กลุ่มภายในอัลบั้มภาพ.....	156
5.6 การแสดงออกถึงอัตลักษณ์กลุ่มด้วยโทนสีที่ใช้การตกแต่งหน้า profile.....	170
5.7 เพลงประกอบหน้า profile.....	172



บทที่	หน้า
5.8 การเลือกวิดีโอประกอบหน้า profile.....	174
5.9 การใช้ภาษา.....	176
5.10 การใส่เนื้อหาภายในบล็อก (blog).....	178
5.11 อັตลัษณ์กลุ่มที่แสดงออกทางหน้า profile .....	181
5.12 อັตลัษณ์กลุ่มที่ปรากฏในงานปาร์ตี้คนตรีนอกระแส.....	186
5.13 อุดมการณ์ของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสที่สะท้อนผ่านแนวคิดหลักของงาน ปาร์ตี้คนตรีนอกระแส.....	204
6 สรุป อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	209
6.1 สรุปผลการวิจัย.....	210
6.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	223
6.3 ข้อจำกัดในการวิจัย.....	229
6.4 ข้อเสนอแนะ.....	229
รายการอ้างอิง.....	230
ภาคผนวก.....	235
ประวัติผู้แต่ง.....	251

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ตารางเปรียบเทียบสื่อดั้งเดิมกับสื่อสมัยใหม่.....	16
2	ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแนวคิดโมเดิร์นและแนวคิดโพสต์โมเดิร์น.	36
3	ตารางแสดงลักษณะการนิยามและข้อความแนะนำตนเอง.....	127
4	ตารางแสดงการเลือกเรียงลำดับ top friend.....	132
5	ตารางแสดงข้อมูลความสนใจทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	136
6	ตารางแสดงข้อมูลความสนใจทางด้านดนตรี.....	138
7	ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่ชื่นชม.....	143
8	ตารางแสดงองค์ประกอบทางด้านสไตล์เฉพาะกลุ่ม.....	149
9	ตารางแสดงหมวดหมู่ภาพแทนตน.....	156
10	ตารางแสดงเพลงประกอบหน้า profile.....	173
11	ตารางแสดงวิดีโอประกอบหน้า profile.....	174
12	ตารางแสดงการใช้คำศัพท์เฉพาะ.....	176
13	ตารางแสดงลักษณะเนื้อหาภายในบล็อก.....	178
14	ตารางแสดงคุณลักษณะของสื่อสมัยใหม่ที่เอื้อต่อการขยายเครือข่าย.....	212

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพ		หน้า
1	แผนภาพแสดงการขยายเครือข่ายย่อยของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสภายใน เครือข่ายรวมของเว็บไซต์ myspace.com.....	214
2	แผนภาพแสดงการใช้พื้นที่และบริการที่เป็นจุดเริ่มต้นความสัมพันธ์ออนไลน์.....	219
3	แผนผังแสดงกระบวนการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์มาสู่ความสัมพันธ์ ออฟไลน์ของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส.....	221

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ภาพแสดงองค์ประกอบของกราฟฟิกบนหน้า profile (layout).....	73
2	ภาพแสดงส่วนแนะนำตัว(Blurb & About Me)และส่วนความสนใจ (Interest).....	74
3	ภาพแสดงพื้นที่บล็อกและพื้นที่แสดงภาพ.....	75
4	ภาพพื้นที่แสดงสมาชิกในเครือข่าย (Friend Space) บนหน้า profile.....	76
5	ภาพแสดงส่วนแสดงความคิดเห็น (comment) บนหน้าprofile.....	77
6	ภาพพื้นที่สำหรับเพลงประกอบหน้า profile ของบุคคลทั่วไป.....	78
7	ภาพพื้นที่เพลงประกอบหน้า profile ของศิลปิน.....	78
8	ภาพวีดีโอประกอบหน้าprofile.....	79
9	ภาพกระดานข่าวสาร (bulletin board).....	79
10	ภาพตัวอย่างหน้า profile ที่ใช้โทนสีแนวนูเรฟ(Nurave).....	83
11	ภาพตัวอย่างหน้า profile ที่ใช้โทนสีแนวรีอค.....	84
12	ภาพตัวอย่าง top friend ที่แสดงถึงรสนิยมของเจ้าของหน้า profile.....	84
13	ภาพตัวอย่างใบปลิวประชาสัมพันธ์งานปาร์ตี้ (flyer).....	87
14	ภาพแสดงการกระจายข่าวด้วย electronic flyer ภายในส่วน comment.....	88
15	ภาพแสดงการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับงานปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสผ่านทาง bulletin board... ..	88
16	ภาพแสดงลักษณะข้อความ comment ของสมาชิกในเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com....	120
17	ภาพแสดงข้อความ comment ที่แสดงหัวข้อสนทนาของสมาชิก.....	123
18	ภาพตัวอย่างการใส่ลูกเล่นเสริม (widget)ที่เป็นแบบทดสอบ.....	130
19	ภาพตัวอย่างการใช้พื้นที่ในส่วนBlurb และ About me ในการประชาสัมพันธ์งาน.....	131
20	ภาพตัวอย่าง top friend บนหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่าง.....	135
21	ภาพตัวอย่างการใส่ข้อมูลความสนใจทางด้านดนตรีด้วยการใส่ชื่อวงดนตรีจำนวนมาก..	141
22	ภาพตัวอย่างการใส่ข้อมูลความสนใจทางด้านดนตรีด้วยการใส่ชื่อแนวดนตรี.....	141
23	ภาพตัวอย่างการใส่ข้อมูลความสนใจทางด้านดนตรีด้วยภาพ.....	142
24	ภาพแสดงลักษณะการโพสต์แบบนักปาร์ตี้.....	146
25	ภาพแสดงลักษณะการโพสต์แบบนางแบบที่พบในภาพแทนตน.....	147
26	ภาพหน้าปกนิตยสาร NYLON.....	147

ภาพที่	หน้า
27	ภาพแสดงลักษณะการโพสต์แบบนักคนตรีในภาพแทนตน.....148
28	ภาพแสดงลักษณะการโพสต์ในเชิงความคิดสร้างสรรค์.....148
29	ภาพแสดงสไตล์เฉพาะทางด้านทรงผมที่พบในภาพแทนตน..... 151
30	ภาพแสดงองค์ประกอบทางด้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับสไตล์การจี้ร็อก..... 152
31	ภาพแสดงองค์ประกอบทางด้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับแนวนูเรพ..... 154
32	ภาพแทนตน (display picture) ที่ใช้โทนสีชาวดำเทา..... 155
33	ภาพแทนตน (display picture) ที่ใช้โทนสีสะท้อนแสง หรือสี CMYK..... 155
34	ภาพแสดงภาพปาร์ตี้ภายในอัลบั้มภาพ..... 157
35	ภาพแสดงภาพถ่ายตนเองที่ตกแต่งด้วยเทคนิคพิเศษ..... 157
36	ภาพแสดงภาพงานศิลปะภายในอัลบั้มภาพ..... 158
37	ภาพแสดงภาพที่ถ่ายด้วยกล้อง Lomo ภายในอัลบั้มภาพ..... 159
38	ภาพแสดงภาพที่ถ่ายด้วยกล้องโพลารอยด์ภายในอัลบั้มภาพ..... 159
39	ภาพแสดงภาพถ่ายวิวทิวทัศน์ (landscape) ที่พบในอัลบั้มภาพ..... 160
40	ภาพแสดงลักษณะการโพสต์แบบนักปาร์ตี้..... 161
41	ภาพแสดงลักษณะการโพสต์ด้วยสัญลักษณ์ “V”..... 161
42	ภาพลักษณะการโพสต์แบบแฟชั่นในนิตยสารต่างประเทศ..... 162
43	ภาพลักษณะการโพสต์แบบ street fashion..... 162
44	ภาพแสดงลักษณะการโพสต์ในเชิงความคิดสร้างสรรค์..... 163
45	ภาพแสดงลักษณะการโพสต์ทำเลียนแบบศิลปินวง The Horrors..... 163
46	ภาพแสดงสไตล์เฉพาะทางด้านทรงผมและการแต่งหน้าของกลุ่มตัวอย่างผู้หญิง..... 165
47	ภาพแสดงสไตล์เฉพาะด้านทรงผมของกลุ่มตัวอย่างผู้ชาย..... 166
48	ภาพแสดงตัวอย่างแว่นรูปแบบต่างๆ..... 167
49	ภาพแสดงการแต่งกายในสไตล์อินดี้ร็อก..... 168
50	ภาพแสดงสไตล์การแต่งกายแบบนูเรพหรืออิลีกโทร..... 170
51	ภาพตัวอย่างหน้า profile ที่ใช้โทนสีชาวดำ..... 171
52	ภาพตัวอย่างหน้า profile ที่ใช้โทนสี CMYK และ โทนสี RGB..... 172
53	ภาพตัวอย่างหน้า profile สีสะท้อนแสง..... 172
54	ภาพแสดงการเผยแพร่ผลงานภาพเขียนรูปศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ..... 179

ภาพที่		หน้า
55	ภาพกราฟฟิคเคลื่อนไหว (visual graphic) ภายในงาน Happy Alone Red Party.....	188
56	ภาพแสดงการตกแต่งด้วยภาพกราฟฟิคเคลื่อนไหวภายในงานปาร์ตี้ Coco night, Bizarre Safari.....	189
57	ภาพแสดงการตกแต่งสถานที่ด้วยธง Union Jack.....	190
58	ภาพการตกแต่งภายในงานปาร์ตี้กลุ่ม Project Mayhem, Winter Killing Me Softly.....	191
59	ภาพบรรยากาศภายในงาน Coconight, Bizarre Safari.....	192
60	ภาพการแสดงสดภายในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส.....	195
61	ภาพการฉายหนังสั้นในงาน Dudesweet 5 <sup>th</sup> Anniversary.....	197
62	ภาพแสดงการแต่งกายของผู้มาร่วมงานปาร์ตี้ Happy Alone Red Party.....	198
63	ภาพแสดงการแต่งกายของผู้มาร่วมงาน Coco night “Bizarre Safari”.....	199
64	ภาพการแสดงสดของวง To My Boy.....	202
65	ภาพการแสดงออกในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส.....	203
66	ภาพใบปลิวประชาสัมพันธ์งาน (flyer) ที่แสดงถึงแนวคิดหลักของกลุ่มปาร์ตี้ Club Soma ที่เปลี่ยนไปตามแนวดนตรี.....	205
67	ภาพแสดงพฤติกรรมของผู้มาร่วมงานปาร์ตี้ Coco night, “Bizarre Safari”.....	207

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

วัฒนธรรมย่อยในหมู่วัยรุ่นในประเทศแถบซีกโลกตะวันตกอย่างสหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และประเทศต่างๆในแถบยุโรป ซึ่งอาศัยแนวดนตรีเป็นรากฐานในการก่อร่างสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตน ถือได้ว่าความเป็นมายาวนานนับตั้งแต่กลุ่มเท็ดดี้ บอยส์ (Teddy Boy) ในยุค 1950's กลุ่มมอดส์ (Mods) ในยุค 1960's ไปจนถึงกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่มีสไตล์เฉพาะตัวที่โดดเด่นอย่างเช่นกลุ่มพังค์ (Punk) ในยุค 1970's ที่ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมต่อต้านกระแสหลักอย่างชัดเจน อันแสดงให้เห็นทั้งในด้านการแต่งกาย ดนตรี และความประพฤติที่นอกกรอบ โดยพยายามต่อต้านค่านิยมที่ได้รับการยอมรับของคนหมู่มากอยู่เสมอ

สำหรับในประเทศไทยนั้นวัฒนธรรมย่อยในหมู่วัยรุ่นที่มีแนวดนตรีเป็นตัวกำหนดอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม มีให้เห็นชัดเจนมากขึ้น ดังเช่นวัฒนธรรมกลุ่มปาร์ตี้ที่นอกกระแสที่กำลังเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่น และคนวัยทำงานที่ทำงานในวงการเพลง ศิลปะ หรือแฟชั่น ผู้จัดปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสที่ได้รับการยอมรับจากบรรดานักปาร์ตี้ที่หลงใหลในแนวดนตรีเฉพาะกลุ่ม ก็คือกลุ่ม Dudesweet เป็นการจัดปาร์ตี้ที่เปลี่ยนสถานที่จัดและ theme งานทุกครั้ง จุดยืนสำคัญของปาร์ตี้ Dudesweet คือแนวดนตรีที่เป็นเปิดในงาน เริ่มแรกเน้นเฉพาะแนวดนตรีร็อกอัลเทอร์เนทีฟจากฝั่งอังกฤษ จากนั้นจึงเริ่มมีพัฒนาการตามกระแสนิยมวงการดนตรีฝั่งอังกฤษจนพบจุดยืนที่ลงตัวได้แก่แนวดนตรีที่พวกเขาขนานนามว่า อินดี้โทรนิก้า (Indietronica) ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างดนตรีการาจร็อก (Garage Rock) เข้ากับดนตรีแนวอิเล็กทรอนิกส์ (Electronica)

จุดเริ่มต้นของการจัดปาร์ตี้ Dudesweet เริ่มจากแกนนำกลุ่ม พงษ์สรวง คุณประสพ และ ษณัฐ หวังบุญเกิด รู้สึกเบื่อหน่ายกับวงการเพลง และสถานบันเทิงในกรุงเทพมหานคร ที่ขาดความหลากหลายทางแนวดนตรี ซึ่งเน้นเฉพาะแนวดนตรีกระแสหลัก (main stream) จากฝั่งอเมริกา อย่างเช่น แนวดนตรีฮิปฮอป และป๊อปแดนซ์ จึงต้องการที่จะจัดปาร์ตี้ที่เปิดเพลงในแบบที่ตนเอง

ชอบ คือแนวดนตรีอัลเทอร์เนทีฟ บริทป๊อป พังก์ การาจ ร็อก ที่เป็นผลงานของศิลปินจากฝั่งอังกฤษ อย่างเช่น Suede, The Libertines, The Strokes, Yeah Yeah Yeahs, Ladytron ฯลฯ

เริ่มแรกงานปาร์ตี้ Dudesweet มีคนมาร่วมงานประมาณ 80 คนเท่านั้น แตกต่างจากปัจจุบันที่จำนวนคนมาร่วมงานเพิ่มขึ้นกว่า 1,000 คนขึ้นไป ปาร์ตี้ของ Dudesweet ถูกขนานนามว่าเป็น”ปาร์ตี้เด็กแนว” แต่ในทัศนะส่วนตัวของพงษ์สรวงแล้ว เขาอยากนิยามความหมายของเด็กแนวในแบบของ Dudesweet ว่าเป็น “เด็กแนวอัปเปอร์” (upper) หมายถึง กลุ่มวัยรุ่นอายุสี่สิบปีขึ้นไปที่ชอบดนตรีอินดี้ร็อกจากฝั่งอังกฤษ และมีสตางค์พอที่จะเลือกเที่ยวในสถานที่ที่ราคาค่อนข้างสูง ที่สำคัญพวกเขาเห็นว่าการฟังดนตรีแนวนี้ไม่ใช่แค่แฟชั่น แต่เป็นสิ่งที่รักและติดตามฟังมานานแล้ว เพียงแต่กระแสเด็กแนวเริ่มเป็นแฟชั่นขึ้นมา พวกเขาเลยจำเป็นต้องถูกจัดอยู่ในหมวดหมู่นั้นไปโดยปริยาย(สัมภาษณ์จาก *นกของพระเจ้า* โดย นราวุธ ไชยชมภู, 2549)

แรกเริ่มการใช้ประชาสัมพันธงานใช้การสื่อสารด้วยการแจกใบปลิว โดยผู้จัดเป็นคนแจกตามสยามแสควร์ แต่ใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกด้วยการดูจากทรงผม และรองเท้าเป็นหลัก ถ้าหากมีลักษณะที่คล้ายนักดนตรีฝั่งอังกฤษถือว่าเป็นตรงกลุ่มเป้าหมาย แต่ต่อมาพบว่าการใช้มาตรฐานดังกล่าวไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง จึงเริ่มพัฒนามาเป็นการออกนิตยสาร Supersweet ซึ่งมีบรรณาธิการประจำอยู่ที่สหราชอาณาจักร ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำวงดนตรีหน้าใหม่ บทสัมภาษณ์ศิลปิน และบทวิจารณ์การแสดงสด เป็นต้น แต่ต่อมาจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบมาเป็นนิตยสารออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ ผ่านทางเว็บไซต์ [www.supersweet.org](http://www.supersweet.org) นอกจากนี้ยังมีการส่งอีเมลล์ และการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ [www.dudesweet.org](http://www.dudesweet.org) ซึ่งทำให้การประชาสัมพันธ์งานได้ผลดียิ่งขึ้น จนกระทั่งถึงปัจจุบันสื่อที่กลุ่ม Dudesweet เลือกใช้ในการสื่อสารเชื่อมโยงกลุ่มวัฒนธรรมของตนเองก็คือ การสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ social networking ได้แก่เว็บไซต์ [myspace.com](http://myspace.com)

นับจากจุดเริ่มต้นจนถึงทุกวันนี้ถือเป็นเวลากว่า 5 ปีมาแล้วที่ปาร์ตี้ Dudesweet สามารถยืนหยัดอยู่ได้ กลายเป็นต้นแบบของกระแสการจัดปาร์ตี้หมุนเวียนที่ใช้แนวดนตรีเฉพาะทางเป็นหลักขึ้นมาอีกหลายกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่ม Soma ที่ได้นิยามคำจำกัดความของกลุ่มไว้ว่า เป็นอินดี้ร็อก แอนด์โรลปาร์ตี้สำหรับคนรุ่นเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งถือว่าเป็นคนในยุคสมัยแห่งการปะทะกันระหว่างวัฒนธรรมอันหลากหลาย ซึ่งตัวแทนของวัฒนธรรมวัยรุ่นในยุคนี้ก็คือ



แนวดนตรีบริทป๊อป (Brit pop) ในยุค 90's ไปจนถึงแนวดนตรีอิเล็กทรอนิกส์และอินดี้ร็อกในสมัยปัจจุบัน

ส่วนกลุ่ม Coco night ได้แสดงอุดมการณ์ของกลุ่มไว้ว่าเป็นกลุ่มคนที่หมกมุ่นในด้านดนตรี (music geek) และไม่อายที่จะแสดงความคลั่งไคล้กันให้ผู้อื่นได้รับรู้ พร้อมทั้งยังเปิดรับคนที่ชื่นชอบในสิ่งเดียวกันให้มาร่วมสนุกด้วยกัน ซึ่งศิลปินที่กลุ่ม Coco night ชื่นชอบไม่จำเป็นต้องเป็นศิลปินที่โด่งดัง อาจจะเป็นเพียงวงดนตรีอิสระเล็กๆวงหนึ่งก็ได้ แต่ขอให้สร้างสรรค์งานเพลงที่โดนใจพวกเขาเป็นพอ ดังนั้นหากใครมาร่วมสนุกในงานปาร์ตี้ของ Coco night จึงวางใจได้ว่าเพลงที่เปิดในงานจะเป็นเพลง b-side หรือเพลงแถมในอัลบั้มที่ไม่ค่อยได้ยินตามงานปาร์ตี้ทั่วไป

หรือกลุ่ม Project mayhem ที่ถือเป็นกลุ่มคนที่รักในเสียงดนตรีและความคิดสร้างสรรค์อันแปลกใหม่ พวกเขามีความตั้งใจที่จะจัดงานปาร์ตี้ที่ทำให้แรงบันดาลใจใหม่ๆและมีเพลงที่ทันสมัยช่วยเสริมบรรยากาศ โดยมีจุดประสงค์หลักคือต้องการให้ผู้ที่มาร่วมงานได้สัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่ในการจัดงานปาร์ตี้ ด้วยการได้ชมงานศิลปะและดื่มด่ำกับเสียงเพลงที่ตรงกับรสนิยมของผู้จัดงานและผู้มาร่วมงาน

ทั้งนี้ยังมีกลุ่มปาร์ตี้อีกหลายกลุ่มซึ่งล้วนแต่เป็นการรวมตัวของวัยรุ่นที่ชื่นชอบแนวดนตรีประเภทเดียวกัน จัดปาร์ตี้เพื่อแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเอง และสังสรรค์กับกลุ่มคนที่ชอบในสิ่งเดียวกัน อย่างเช่นกลุ่ม Happy Alone ซึ่งถือเป็นกลุ่มปาร์ตี้ที่เน้นแนวดนตรีอินดี้ร็อก แอนด์โรล กลุ่ม Itsblog party ที่เป็นการรวมตัวของวัยรุ่นที่รักเสียงเพลง และต้องการสร้างฟลอร์เต้นรำที่เปิดเพลงแบบที่ตนเองชอบ อีกทั้งภายในงาน Itsblog party แต่ละครั้งจะมีการกำหนดธีมงานแตกต่างกันไปพร้อมทั้งมีการรับบริจาคสิ่งของเพื่อนำไปทำประโยชน์ให้แก่มูลนิธิหรือองค์กรการกุศลตามความเหมาะสม และสุดท้ายกลุ่ม Mutiny ที่ใช้แนวดนตรีนิวเวฟและคาร์คเวฟในยุค 80's เป็นหลักในการจัดงานปาร์ตี้

กระแสการจัดปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสดังกล่าวเริ่มขยายกลุ่มกว้างขวางขึ้นเรื่อยๆ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะเว็บไซต์ MySpace อันเป็นเว็บไซต์ประเภท social networking เอื้อต่อการประชาสัมพันธ์ และทำให้การสื่อสารภายในกลุ่มเป็นไปได้สะดวกมากขึ้น สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงกับวัตถุประสงค์ของการจัดปาร์ตี้เหล่านี้ได้อย่างลงตัว

และเมื่อกล่าวถึงเว็บไซต์ “Social Networking” เว็บไซต์เหล่านี้มีส่วนสำคัญในการเชื่อมโยง และขยายเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนไปจนถึงบุคคลที่มีความสนใจใกล้เคียงกันได้ทั่วทุกมุมโลก เปรียบเสมือนย่อโลกทั้งโลกให้เล็กลงได้อย่างไม่น่าเชื่อ ดังเช่นแนวคิดโลกกลม (Small World Phenomenon) ที่เชื่อว่าคนเราทุกคนล้วนแต่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันได้ภายใน 6 ทอด อันเป็นจุดเริ่มต้นของเว็บไซต์ social networking ที่มุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายเพื่อนให้กว้างไกล รวมไปถึงสามารถสร้างสายสัมพันธ์ไปยังคนที่เราคาดไม่ถึงอย่างเช่น ดาราฮอลลีวู้ด นักการเมือง วงดนตรีระดับสากล เป็นต้น

เว็บไซต์ social networking ถือเป็นเว็บไซต์ประเภทเว็บ 2.0 ซึ่งมีแนวคิดหลักคือ การนำพลังของสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อให้ผู้คนในโลกของอินเทอร์เน็ตสามารถร่วมกันพัฒนาเนื้อหา (Online collaboration) ร่วมกันแบ่งปันประสบการณ์ ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์กันทางสังคม (ออนไลน์) โดยเน้นการสร้างเครือข่ายทางสังคมเป็นหลัก จนกลายเป็นรูปแบบของสังคมออนไลน์ หรือเรียกได้ว่าเป็นสังคมเสมือน (Virtual Communities) ประเภทหนึ่ง

สำหรับเว็บไซต์ social networking ที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือเว็บไซต์ myspace.com ซึ่งมีจำนวนผู้เป็นสมาชิกกว่า 100 ล้านคนทั่วโลก และมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นกว่า 230,000 คนต่อวัน ถือเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับหกของโลก และได้รับความนิยมเป็นอันดับสามในสหรัฐอเมริกา (จากผลการสำรวจของ Alexa Internet) และกำลังขยายเครือข่ายไปทั่วโลกด้วยเว็บไซต์ myspace.com ในเวอร์ชันภาษาต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็น สเปน อิตาลี ญี่ปุ่น และจีน

เว็บไซต์ myspace.com ก่อตั้งโดย Tom Anderson อดีตนักศึกษาจาก University of California, Berkley และ University of California, Los Angeles เมื่อเดือนกรกฎาคม 2003 ปัจจุบันถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ News Corporation บริษัทในเครือของ Fox Interactive Media สโลแกนของเว็บไซต์ myspace.com มีอยู่ว่า “A place for friends” บ่งบอกเป้าหมายของผู้ที่เลือกใช้บริการอย่างชัดเจน หลังจากที่ผู้ใช้งานลงทะเบียนสมัครสมาชิก และได้สร้างหน้า personal profile ของตนเองเรียบร้อยแล้ว คนแรกที่จะเข้ามาเป็นเพื่อนในเครือข่ายของสมาชิกทุกคนก็คือ Tom Anderson นั่นเอง และถ้าหากผู้ใช้มีปัญหาเกี่ยวกับบริการของเว็บไซต์ myspace.com ก็สามารถติดต่อหรือร้องเรียนไปยัง Tom Anderson ได้โดยตรง ซึ่งการมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกที่ใกล้ชิดเช่นนี้ นับเป็นจุดเด่นของเว็บไซต์ myspace.com ที่ครองใจสมาชิกได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้จุดเด่นของ myspace.com คือเนื้อหาสื่อบันเทิงโดยเฉพาะดนตรีแขนงต่างๆ จากศิลปินอิสระหรือศิลปินในสังกัดค่ายเพลงที่ยังไม่มีชื่อเสียงนัก ซึ่งในส่วนของ myspace music เป็นกำลังสำคัญในการสร้างสีสันให้แก่ภาพรวมของวงการเพลง (music scene) ถึงกับสามารถก่อตั้งสังกัดค่ายเพลงในนาม Myspace Record ได้เลยทีเดียว โดยสมาชิกสามารถเข้าไปทดลองฟังและดาวน์โหลดผลงานเพลงจากวงดนตรีจากทั่วโลก หรือถ้าสมาชิกเป็นผู้ผลิตผลงานเพลงด้วยตนเอง ก็สามารถอัปโหลดงานเพลงของตนเองขึ้นบนหน้าเว็บเพจของตนเองได้ เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่ดี และสามารถเจาะฐานกลุ่มผู้ฟังได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย เพราะสามารถเลือกได้จากการอ่านประวัติโดยย่อ (profile) ในส่วนความสนใจ (interest) ว่าสมาชิกคนนั้นมีรสนิยมในการฟังเพลงตรงกับตนเองหรือไม่

อีกทั้งข้อดีของการเป็น social networking คือการขยายเครือข่ายทางสังคมต่อยอดไปอย่างกว้างขวาง จนสามารถเชื่อมโยงไปถึงกลุ่มนักดนตรีมืออาชีพ หรือถ้าผลงานของศิลปินอิสระในเว็บไซค์ myspace มีความโดดเด่นและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โอกาสที่จะก้าวเข้าสู่สังกัดค่ายเพลงชื่อดังก็อาจเป็นไปได้ ซึ่งมีกระแสบางกระแสอ้างว่าปรากฏการณ์คนดังจากเว็บไซค์ myspace ได้เกิดแล้ว โดยกล่าวอ้างกรณีวงดนตรีร็อกจากสหราชอาณาจักรอย่างวง Arctic Monkey และนักร้องสาว Lilly Allen ที่ได้สร้างฐานแฟนเพลงจากเว็บไซค์ myspace และทำให้ประสบความสำเร็จอย่างสูง แต่ทว่ากระแสดังกล่าวดูเหมือนจะกลายเป็นเพียงข่าวลือที่ช่วยประชาสัมพันธ์เว็บไซค์ myspace เท่านั้น เนื่องจากทางศิลปินวง Arctic Monkey ได้ให้สัมภาษณ์กับนิตยสาร Prefix ไว้ว่าอันที่จริงแล้วทางวงยังไม่รู้จักว่าเว็บไซค์ myspace คืออะไร แต่สำหรับเว็บเพจของ Arctic Monkey ในเว็บไซค์ myspace นั้นเกิดจากแฟนเพลงเป็นผู้สร้างให้ สำหรับกรณีของ Lilly Allen นั้นนักร้องสาวดังกล่าวได้ให้สัมภาษณ์กับนิตยสาร Triple J ไว้ว่าเธอไม่ได้ถูกค้นพบโดย myspace เนื่องจากเธอได้เซ็นสัญญากับทางต้นสังกัดก่อนที่จะมีเว็บเพจใน myspace เสียอีก

อย่างไรก็ตามเว็บไซค์ myspace ในส่วนของ myspace music นั้นเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ดนตรีนอกกระแสหลากหลายแนวดนตรีที่ไม่มีต้นสังกัด และไม่มีต้นทุนในการประชาสัมพันธ์ตนเองมากนักมีโอกาสได้เผยแพร่ผลงานให้เป็นที่รู้จัก และเป็นสื่อกลางสำคัญในการเชื่อมโยงกลุ่มคนที่มีความสนใจเฉพาะกลุ่ม นำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ไปจนถึงการจัดกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของคนเฉพาะกลุ่ม โดยใช้เว็บไซค์ myspace เป็นสื่อกลางในการ

ประชาสัมพันธ์ได้ในวงกว้างมากขึ้น จนกลายเป็นแหล่งรวมกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่ได้อาศัยเครือข่ายทางสังคมออนไลน์แห่งนี้ในการแสดงออกถึงตัวตน และสร้างกิจกรรมในสังคมจริง

ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งศึกษาบทบาทของเว็บไซต์ social networking กรณีเว็บไซต์ myspace.com กับการสื่อสารระหว่างกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสด โดยมุ่งเน้นเรื่องการขยายเครือข่ายทางสังคม การแสดงออกถึงตัวตนผ่านหน้า Profile ในเว็บไซต์ myspace.com และการเชื่อมโยงวิถีชีวิตในโลกออนไลน์สู่วิถีชีวิตแบบออฟไลน์ ผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com เป็นหลัก

## 1.2 คำถามวิจัย

กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com เป็นสื่อกลางในการ ขยายเครือข่ายสมาชิกอย่างไร

กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com ในการ เสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มอย่างไร

กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com เป็นสื่อกลาง ในการเชื่อมโยงระหว่างความสัมพันธ์ออนไลน์ (online) กับความสัมพันธ์ออฟไลน์ (offline) อย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อศึกษาบทบาทของเว็บไซต์ประเภท social networking ในการขยายขอบเขตกลุ่ม วัฒนธรรมย่อย

1.3.2 เพื่อศึกษาการสร้างอัตลักษณ์กลุ่มผ่านทางเว็บไซต์ประเภท social networking

1.3.3 เพื่อศึกษากระบวนการเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตในโลกไซเบอร์ และวิถีชีวิตที่ดำเนินไป ในชีวิตจริง

## 1.4 นิยามศัพท์

เว็บไซต์ myspace.com หมายถึง เว็บไซต์ประเภท Social Networking ที่ผู้ใช้สามารถมีปฏิสัมพันธ์ กับเพื่อนสมาชิก ผ่านทางหน้าเว็บเพจส่วนตัว (Personal Profile) ที่มีรายละเอียดส่วนตัวของเจ้าของ เว็บเพจ ประกอบไปด้วยบล็อก (blog) และบริการอัปโหลด (upload) มัลติมีเดียต่างๆ อาทิเช่น เพลง วีดีโอ ภาพถ่าย

กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแส หมายถึง กลุ่มคนที่บริโภคสื่อทางด้านดนตรีที่อยู่นอกระแสความ นิยมของคนส่วนมาก หรือดนตรีกระแสหลัก (mainstream) โดยมากจะชื่นชอบและติดตามผลงาน เพลงของศิลปินจากสหราชอาณาจักร ยุโรป และอเมริกา ที่ผลิตผลงานเพลงที่เน้นแนวดนตรีที่ แปลกใหม่ หรือนำแนวดนตรีในยุคสมัยเก่ามาผสมผสานจนเกิดเป็นดนตรีแนวใหม่ จากความขึ้น ชอบดังกล่าวทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันจัดงานสังสรรค์เพื่อแสดงออกถึงรสนิยมเฉพาะกลุ่ม

การขยายเครือข่ายสมาชิก หมายถึง กระบวนการเพิ่มจำนวนสมาชิกในกลุ่ม โดยเลือกใช้บรรทัดฐานเฉพาะกลุ่มในการคัดเลือกบุคคลเข้าร่วมเป็นสมาชิก

อัตลักษณ์กลุ่ม หมายถึง การมองปัจเจกบุคคลกับความสัมพันธ์ของพวกเขาในกลุ่ม เป็นการประเมินค่าว่าพวกเขาเหล่านั้นให้คำจำกัดความตัวเองที่มีต่อการเป็นสมาชิกในกลุ่มนั้นอย่างไร เป็นขอบเขตที่สมาชิกแต่ละคนในกลุ่มรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม

การเชื่อมโยง หมายถึง กระบวนการที่นำพาสิ่งสองสิ่งให้มาบรรจบกัน ในที่นี้เป็นเจาะจงถึงการสื่อสารในสังคมออนไลน์ที่นำไปสู่การสื่อสารในชีวิตจริง

ความสัมพันธ์ออนไลน์ หมายถึง การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างความสนิทสนมผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ โดยไม่จำเป็นต้องเผชิญหน้ากันในชีวิตประจำวัน

ความสัมพันธ์ออฟไลน์ หมายถึง การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างความสนิทสนมใกล้ชิดในชีวิตจริง

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.5.1 ได้ตระหนักรู้ถึงการสร้างเครือข่ายสังคมผ่านเว็บไซต์ประเภท social networking สามารถนำไปสู่การรวมกลุ่มวัฒนธรรมย่อยในหมู่วัยรุ่น
- 1.5.2 ได้ทำความเข้าใจกับอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมย่อยในกลุ่มวัยรุ่น เรียนรู้พฤติกรรมการใช้สื่อเพื่อสร้างอัตลักษณ์กลุ่มเพื่อให้สังคมตระหนักถึงการแสดงตัวตนของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยกลุ่มนี้
- 1.5.3 ได้ตระหนักรู้ถึงความต้องการของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย เพื่อที่ผู้ผลิตสื่อสามารถนำไปศึกษาเพิ่มเติมเพื่อตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มนี้ได้

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “การขยายเครือข่ายและเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มวัฒนธรรมย่อยปาร์ตี้ดนตรี นอกกระแสผ่านทางเว็บไซต์myspace.com” ได้นำแนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้มาเป็นแนวทางในการศึกษา

- 2.1 แนวคิดเครือข่ายทางสังคม
- 2.2 แนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์
- 2.3 แนวคิดเรื่องสื่อใหม่
- 2.4 แนวคิดวัฒนธรรมกลุ่มย่อยกับสื่อมวลชน
- 2.5 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์กลุ่ม
- 2.6 แนวคิดเรื่องชุมชนออนไลน์
- 2.7 ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ
- 2.8 แนวคิดโพสต์โมเดิร์น

#### 2.1 แนวคิดเครือข่ายทางสังคม

เครือข่ายสังคมของบุคคลหนึ่ง ประกอบขึ้นด้วยความสัมพันธ์ทางสังคมทั้งหมดที่บุคคลนั้นมีอยู่ในสังคม นับตั้งแต่ความสัมพันธ์ในครอบครัว ระหว่างญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน เป็นต้น ถ้าหากจะมองเครือข่ายสังคมให้เป็นรูปธรรมขึ้นมา เครือข่ายสังคมก็เปรียบเสมือนรูปภาพของจุดต่างๆ ที่มีเส้นหลายๆ เส้น โยงมาระหว่างจุดต่างๆ เหล่านี้กับจุดๆ หนึ่ง ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลาง จุดศูนย์กลางเปรียบเสมือนบุคคลคนหนึ่ง และจุดต่างๆ เป็นตัวแทนของบุคคลอื่นรอบๆ ข้างที่บุคคลนั้นมีความสัมพันธ์ด้วย ส่วนเส้นโยงหลายๆ เส้นนั้น หมายถึงความสัมพันธ์ทางสังคมหลายๆ ความสัมพันธ์ที่บุคคล และหรือกลุ่มบุคคลมีต่อกันและกัน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคล หรือองค์กร กับการเชื่อมโยงแต่ละหน่วยเข้าหากัน แต่เดิมเริ่มมีการศึกษาแนวคิดนี้ตั้งแต่ปีค.ศ. 1954 โดย J. A. Barnes นักวิทยาศาสตร์

ทางด้านสังคมได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับเครือข่ายว่า ความสัมพันธ์ทางสังคมก่อให้เกิดเครือข่ายรวม (total network) และเครือข่ายย่อย (partial network) ซึ่งเครือข่ายย่อยก็คือ ความสัมพันธ์ส่วนหนึ่งในหลายๆ ส่วนของเครือข่ายรวม โดยที่เครือข่ายย่อยนั้นต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานหลักเกณฑ์เดียวกันกับเครือข่ายรวม หลักเกณฑ์นี้อาจตั้งอยู่บนพื้นฐานความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจ เครือญาติ การเมือง หรือระบบย่อยอื่นๆ ของสังคมกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ บาร์นส์มองว่า เครือข่ายรวมเปรียบเสมือนกับระบบสังคมใหญ่และเครือข่ายย่อยเปรียบเสมือนกับระบบย่อย

นอกจากนั้น Barnes ยังได้เสนอเกี่ยวกับเครือข่ายตรง (the first order network หรือ direct network) และเครือข่ายอ้อม (the second order network หรือ indirect network) ตามความหมายของ Barnes เครือข่ายตรงหมายถึง การติดต่อโดยตรงของปัจเจกบุคคลที่มีกับผู้อื่น อันได้แก่ ครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน และผู้ร่วมงาน ซึ่งบุคคลเหล่านี้มักจะมีการติดต่อซึ่งกันและกันอย่างสม่ำเสมอ ส่วนเครือข่ายอ้อมนั้น Barnes หมายถึง การเกี่ยวข้องติดต่อกันของปัจเจกบุคคลอื่นโดยทางอ้อม กล่าวคือ คนที่เป็นจุดศูนย์กลางอาจไม่รู้จักบุคคลอื่นๆ โดยตรง หากแต่สามารถติดต่อผ่านสมาชิกที่อยู่ในเครือข่ายตรงของตนเองได้

Wolfe (1970) ได้แบ่งเครือข่ายสังคมออกเป็นสองประเภทใหญ่ๆ ตามพื้นฐานลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลดังต่อไปนี้

- เครือข่ายที่ไม่มีข้อจำกัด (unlimited network) หมายถึง เครือข่ายที่เกิดจากบุคคลคนแรกซึ่งบุคคลนั้นมีความสัมพันธ์ อันสามารถเพิ่มจำนวนขึ้นได้โดยจำกัดว่าจะ เป็นความสัมพันธ์ในระดับไหน
- เครือข่ายที่มีข้อจำกัด (limited network) หมายถึง การระบุเครือข่ายโดยการตั้งกฎเกณฑ์บางอย่างขึ้นมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ดังนี้
  - เครือข่ายส่วนตัวของบุคคล
  - ประเภทบุคคล (เช่น ญาติ เพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมงาน)
  - กิจกรรมหรือพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์
  - บทบาทและหน้าที่ของบุคคลที่เกี่ยวข้อง
  - เนื้อหาของการแลกเปลี่ยนนั้นเป็นไปในทางเศรษฐกิจหรือทางการเมือง เป็นต้น



นอกจากแนวความคิดของ Wolfe และ Barnes แล้ว Adrian C. Mayer เป็นอีกผู้หนึ่งที่ได้พยายามอธิบายวิธีการศึกษาเครือข่ายสังคมให้มีความจำกัดขึ้น โดยได้นำแนวความคิดของ Radcliffe-Brown มาผสมผสานกับแนวความคิดของ Barnes โดย Mayer ได้ตั้งเกณฑ์ไว้ว่า ในการศึกษาเครือข่ายสังคมนั้น ผู้วิจัยจะต้องกำหนดตัวบุคคลที่เป็นจุดศูนย์กลางก่อน เมื่อกำหนดได้แล้ว ผู้วิจัยจะได้เครือข่ายที่เกิดขึ้นตามลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลนั้นกับบุคคลอื่นๆ 2 ประเภท คือ เครือข่ายตามการแยกประเภทของบุคคลหรือกลุ่มคนที่บุคคลซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางมีความสัมพันธ์ด้วย ซึ่งในเรื่องนี้ผู้วิจัยจะต้องเข้าใจถึงโครงสร้างทางสังคมด้วย และต้องเรียนรู้ว่าบุคคลที่ตนได้กำหนดให้เป็นจุดศูนย์กลางของการศึกษาเครือข่ายนั้น ได้จัดประเภทบุคคลต่างๆ ที่เขามีความสัมพันธ์ด้วยนั้นไว้อย่างไร เรียกว่าเป็นการระบุขอบเขตของเครือข่ายสังคมที่จะศึกษาตามลักษณะการแยกประเภทคนหรือกลุ่มคน (classificatory set)

ส่วนเครือข่ายอีกประเภทหนึ่ง คือ เครือข่ายที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ (interactive set) หมายถึงผู้วิจัยจะต้องศึกษาปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการติดต่อสื่อสาร การให้ข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนสิ่งของ เครื่องใช้ ไม้สอย หรืออาหาร ฯลฯ ที่เกิดขึ้นรอบๆ ข้างตัวบุคคลที่ได้รับการกำหนดให้เป็นจุดศูนย์กลาง และระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่นๆ ที่ตัวบุคคลซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางมีความสัมพันธ์ด้วย

จากแนวความคิดดังกล่าวนี้ เมเยอร์ได้สร้างกรอบแนวความคิดขึ้น เพื่ออธิบายถึงขอบเขตในการศึกษาเครือข่ายสังคมให้ชัดเจนขึ้น ซึ่งกรอบแนวความคิดนี้ประกอบไปด้วย กลุ่มความสัมพันธ์ที่มีขอบเขต (bounded) และไม่มีขอบเขต (unbounded) ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาเครือข่ายตามลักษณะการแยกประเภทคนหรือกลุ่มคน หรือเป็นการศึกษาเครือข่ายตามลักษณะการปฏิสัมพันธ์ก็ตาม โดยความสัมพันธ์ที่มีขอบเขตนั้นหมายถึงเครือข่ายที่ระบุขอบเขตที่แน่นอนของการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างตัวบุคคลซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางกับบุคคลที่อยู่รอบๆ ข้าง เช่น ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะภายในครอบครัว หรือเฉพาะกลุ่มเครือญาติ ส่วนความสัมพันธ์ที่ไม่มีขอบเขตนั้นหมายถึงเครือข่ายที่ไม่จำกัดในเรื่องของความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างตัวบุคคลที่เป็นจุดศูนย์กลางกับบุคคลอื่นๆ ที่อยู่รอบข้าง

อีกทั้งในปัจจุบันยังได้มีการศึกษาทฤษฎี และกระบวนการที่สัมพันธ์กับเครือข่ายทางสังคม โดยมุ่งหาสาเหตุของการเชื่อมต่อระหว่างองค์กรรวมไปยังส่วนย่อย จากโครงสร้างของความสัมพันธ์

ไปยังปัจเจกบุคคล และจากพฤติกรรมไปยังทัศนคติ รูปแบบของเครือข่ายทางสังคมเป็นการจูงใจสร้างผลประโยชน์ให้แก่ปัจเจกบุคคลที่เป็นสมาชิกในเครือข่ายนั้นๆ อย่างไรก็ตามมีข้อสันนิษฐานว่าเครือข่ายที่ค่อนข้างเปิดกว้าง ซึ่งเต็มไปด้วยการเชื่อมโยงทางสังคมที่ไม่แข็งแรงมักอยู่หลายสายจะความสัมพันธ์เหนียวแน่นกว่า

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์เว็บไซต์ myspace.com กับการเสริมสร้างและเชื่อมโยงกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสด เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคล กับการขยายตัวของกลุ่ม และการสร้างเครือข่ายทางสังคมเพื่อประโยชน์ของกลุ่มและประโยชน์ส่วนบุคคล โดยใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com มาตอบสนองความต้องการและขยายเครือข่ายทางสังคมของกลุ่มตนเองให้ขยายวงกว้างมากยิ่งขึ้น

## 2.2 แนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์

Joseph B. Walther (1992) นิยามความหมายของ CMC (Computer-Mediated Communication) ว่าหมายถึง การประชุมโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ (computer conferencing) และการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic mail) ซึ่งเกิดขึ้นและดำเนินไปในเวลาเดียวกัน (synchronous) หรือต่างเวลา (asynchronous) โดยที่ผู้ส่งสารใส่รหัส (encode) ลงไปในเนื้อหาสาร (text messages) ซึ่งจะถูกลำเลียงจากคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสาร ไปสู่คอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร (อ้างถึงใน กิตติ กันภัย, 2543 : 101)

จึงสามารถกล่าวได้ว่า CMC เป็นสื่อที่สามารถใช้เมื่อไรก็ได้ ไม่ติดเงื่อนไขเรื่องเวลา และกระจายตัวเองอยู่ทั่วไป ให้โอกาสกับผู้สื่อสารในการกระทำใดๆกับเนื้อหาที่ได้ อีกทั้งยังเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะสากลในตัวเอง เป็นทั้งเครื่องรับและลำเลียงข่าวสาร ดังนั้นคอมพิวเตอร์จึงมีพันธกิจหลักในการเป็นสื่อกลางการสื่อสารระหว่างบุคคล (อ้างถึงใน กิตติ กันภัย, 2543)

การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เป็นช่องทางทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันขึ้น โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์โดยสื่ออินเทอร์เน็ต มีลักษณะของการสื่อสารปฏิสัมพันธ์

(Interactive) รูปแบบของการรับส่งสารจะเปลี่ยนไปได้ตลอดเวลา กล่าวคือผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเป็นได้ทั้งสองบทบาทในเวลาเดียวกัน

กระบวนการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์จำแนกประเภทได้สี่แบบดังต่อไปนี้

- การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่พร้อมกัน (One-to-one Asynchronous Communication) อย่างเช่น การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)
- การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่พร้อมกัน (Many-to-many Asynchronous Communication) อย่างเช่น การสื่อสารผ่านบล็อก (blog) เว็บไซต์ประเภท social networking ที่ผู้ใช้ต้องมี account ส่วนตัวเพื่อใช้ในการ Log-in เข้าสู่ระบบ และกระดานข่าว (Bulletin boards) เป็นต้น
- การสื่อสารแบบพร้อมกัน (Synchronous Communication) ซึ่งเป็นได้ทั้งการสื่อสารแบบ One-to-one communication และ One-to-many communication โดยสามารถสนทนาได้หลากหลายหัวข้อตามความต้องการของแต่ละคน อย่างเช่น การสนทนาผ่านโปรแกรม chat เป็นต้น
- การสื่อสารแบบไม่พร้อมกันระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร (Asynchronous Communication) ที่ผู้รับสารต้องการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ตนเองสนใจ เป็นไปในลักษณะ Many-to-one communication, One-to-one communication หรือ One-to-many communication อย่างเช่น เว็บบอร์ด หรือเว็บไซต์ทั่วไป

โดยความสัมพันธ์ในระบบ CMC จะมีลักษณะเด่นคือ การไม่แสดงตัวตนที่แท้จริง (Impersonal) การพยายามลดช่องว่างทางสังคมโดยใช้ภาษาแสลง (slang expression) คือภาษาแบบไม่เป็นทางการเพื่อสร้างความสนิทสนมและเป็นกันเองระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร อีกทั้งเพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดการประเมินซึ่งกันและกัน (assessing others) เนื่องจากในบริบทของ CMC ผู้สื่อสารมีอิสรภาพในการแสดงออกทางอารมณ์มากกว่าบริบทการเผชิญหน้าซึ่งกันและกัน (face-to-face communication) โดยไม่ต้องกังวลว่าจะถูกประเมินโดยคู่สื่อสารของตน ซึ่งลักษณะเด่นดังกล่าวเอื้อต่อการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อสาร ดังนั้นจึงมีคนจำนวนไม่น้อยที่ใช้ CMC เป็นสื่อกลางในการหาเพื่อนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันกับตน หรือแสวงหาผู้รู้ที่สามารถแก้ปัญหาที่ตนกำลังประสบอยู่

อย่างไรก็ตามได้มีเสียงทักท้วงว่า CMC สามารถบั่นทอนความสัมพันธ์ของมนุษย์ได้เช่นกัน (R.D. Gratz and P.J. Salem, 1984) เนื่องจากบางคนใช้ CMC เพื่อสัมผัสประสบการณ์ที่ไม่ได้เป็นไปเพื่อสังคม (nonsocial experience) มุ่งแต่สะท้อนตัวตน (self reflective) มากเกินไป ทำให้การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อสารในบริบท CMC กลายเป็นการแสดงออกถึงปมหลงใหลในตนเอง (narcissistic act) เสียเป็นส่วนมาก ทั้งยังลดทอนเวลาที่ใช้ในการสื่อสารพบปะกันในชีวิตจริง เกิดการโกหกหรือปลอมแปลงตัวตนในโลกไซเบอร์ ไปจนถึงการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์กำลังจะเข้ามาแทนที่รูปแบบการสื่อสารดั้งเดิมของมนุษย์ ทำให้คนในสังคมถูกลดทอนความเป็นมนุษย์ (dehumanization) ไปโดยปริยาย (Samuel Gulino, 1982)

แม้จะมีข้อทักท้วงดังที่กล่าวไว้ข้างต้นก็ตามที เราไม่สามารถปฏิเสธข้อดีของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ได้ว่าสามารถเชื่อมสายสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนที่อาจจะไม่มีโอกาสได้พบปะสังสรรค์กันในชีวิตจริง อย่างเช่น การส่งข่าวสารผ่านทาง bulletin boards การสนทนาผ่านทาง chat room อีกทั้งยังสามารถช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ของตนเองให้ชัดเจน เพื่อที่จะได้รู้จักตนเองอย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น และยังแสดงออกให้ผู้อื่นได้รับรู้ผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ได้อีกด้วย จนกระทั่งอาจนำไปสู่การควบคุมตนเอง (self-control) อย่างที่ไม่เคยคำนึงถึงมาก่อนเลยก็เป็นได้

ในด้านความสัมพันธ์ทางสังคมและการงาน เครือข่ายคอมพิวเตอร์เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางสารสนเทศ ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กรได้เป็นอย่างดี สำหรับคนทั่วไปแล้วการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์มีบทบาทในแง่การแยกตัวจากสังคมหมู่มากไปสู่กลุ่มย่อย อันช่วยสร้างความรู้สึกรับเป็นเจ้าของกลุ่ม เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ทำให้เกิดการแสวงหากลุ่มย่อยใหม่ๆ ที่หลุดพ้นจากระบบใหญ่ในสังคม ช่วยขยายขอบเขตของกลุ่มย่อยดังกล่าว หรือเพิ่มจำนวนกลุ่มย่อยขึ้นไปเรื่อยๆ อย่างไม่มีที่สิ้นสุด

ข้อดีของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ยังรวมไปถึงการสื่อสารด้วยวัจนภาษาที่มีประสิทธิภาพ กล่าวคือการสื่อสารในบริบท CMC ผู้สื่อสารมักจะตัดคำที่ไม่สำคัญ รวบรวมประโยคเพื่อให้สื่อสารได้รวดเร็วทันใจยิ่งขึ้น ซึ่งข้อดีในส่วนนี้ช่วยต่อยอดความเป็นเครื่องทุ่นเวลาของคอมพิวเตอร์ได้อย่างเด่นชัด ทั้งหมดนี้มีส่วนผลักดันให้ผู้สื่อสารได้มีส่วนร่วมในสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมใหม่ ทำให้การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อสารในบริบท CMC ดำเนินไปได้โดย

ปราศจากอุปสรรคทางด้านเวลาและสถานที่ ซึ่งภายในสภาพแวดล้อมดังกล่าวส่งผลให้ผู้สื่อสารสร้างบรรทัดฐานทางสังคม (social norms) และกฎเกณฑ์ (rules) ต่างๆ เพื่อใช้ในการจัดการและควบคุมการสื่อสารในบริบท CMC

นอกเหนือจากนั้น CMC ยังมีส่วนผลักดันให้สื่อแขนงต่างถูกใช้เป็นตัวกลางการสื่อสารและแสวงหาข้อมูลในรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิม เนื่องจากการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ไม่สามารถสื่อสารอารมณ์ความรู้สึกได้เช่นมนุษย์ ดังนั้นการใช้สื่ออื่นร่วมด้วยเช่น โทรศัพท์ โทรสาร หรือ การเขียนจดหมาย จึงสามารถเติมเต็มช่องว่างที่ขาดหายไปได้ เพราะสื่อเหล่านี้สามารถใช้สื่ออารมณ์ความรู้สึกได้ชัดเจนกว่าสื่อคอมพิวเตอร์ ทั้งยังก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เท่าเทียมกัน อย่างไม่มีรูปแบบเป็นทางการ ผู้สื่อสารทุกคนสามารถเข้าถึงและ แลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันได้อย่างทั่วถึง จนได้พัฒนาจนกลายเป็นสังคมรูปแบบใหม่ที่รู้จักกันในนาม “cybersociety” อันเป็นชุมชนเทียม (pseudo-community) ที่เกิดขึ้นได้โดยอาศัยการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (James Benider และ Scott Peck, 1987) ซึ่งผู้สื่อสารในชุมชนดังกล่าวได้ร่วมกันถ่ายทอดค่านิยม ความสนใจ ไปจนถึงการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ในโลกไซเบอร์ อันนำไปสู่การปฏิสัมพันธ์ในชีวิตจริงสืบไป

ดังนั้นแนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์จึงสามารถนำมาอธิบายการเลือกใช้สื่อเว็บไซต์ myspace.com ในการสื่อสารระหว่างกลุ่มเพื่อขยายเครือข่ายทางสังคม แสดงอัตลักษณ์กลุ่มของตนเอง และยังสามารถนำไปประกอบกับการเชื่อมโยงวิถีชีวิตออนไลน์ เข้ากับวิถีชีวิตออฟไลน์ได้ เนื่องจากการสื่อสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์ (CMC) เป็นการสื่อสารที่คนกลุ่มนี้นิยมใช้ในการสื่อสารระหว่างกลุ่มและบุคคลเป็นหลัก ซึ่งอาจนำไปสู่การสื่อสารในชีวิตจริงมากขึ้นได้ตามที่แนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ได้กล่าวไว้ข้างต้น

## 2.3 แนวคิดเรื่องสื่อใหม่

Everett M. Rogers ได้นิยามเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ (New communication technologies) หรือสื่อสมัยใหม่ (New media) ไว้ว่าเป็นเทคโนโลยีหรือสื่อที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนฐานของคนจำนวนมากไปสู่คนจำนวนมาก (Many-to-many basis) ผ่านระบบการสื่อสารที่มีคอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลาง (Computer-based communication system)

นอกจากนั้น Sonia Livingstone และ Leah A. Lievrouw ยังเห็นว่าสื่อใหม่ยังมีข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย (Networked Information) และเทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication Technologies) เป็นสื่อที่แสดงให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์ที่สลับซับซ้อนและหลากหลายระหว่างปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ การเมือง พฤติกรรม วัฒนธรรม และสถาบัน

แนวคิดของ Ronald E. Rice และ Federick Williams (1984) เห็นว่าสื่อใหม่ช่วยขยายและเพิ่มประสิทธิภาพประสาทสัมผัสการรับรู้ของมนุษย์ แตกต่างจากสื่อแบบเดิม เพราะสื่อใหม่มีลักษณะแบบ Interactive ทำให้ผู้ใช้สื่อมีการตอบสนองต่อตัวสื่อ และสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบสื่อ ด้วยการออกแบบเนื้อหาใหม่ด้วยตัวเองได้

ทั้งนี้เมื่อนำรูปแบบของตัวสื่อแบบเดิมมาเปรียบเทียบกับสื่อสมัยใหม่เราสามารถมองเห็นข้อแตกต่างได้ดังตารางต่อไปนี้

สื่อดั้งเดิม	สื่อสมัยใหม่
สื่อสิ่งพิมพ์ : จดหมาย หนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	สื่อสิ่งพิมพ์ : อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์มือถือ
สื่อทางภาพ : ภาพถ่าย ภาพยนตร์ โทรทัศน์	สื่อภาพ : DVDs ภาพยนตร์ระบบดิจิทัล โทรทัศน์เครือข่ายดาวเทียม ภาพถ่ายจากกล้องดิจิทัล เว็บไซต์ ภาพจากกล้องคอมพิวเตอร์
สื่อทางเสียง : โทรศัพท์ วิทยุ	สื่อเสียง : เครื่องเล่น MP3 โทรศัพท์มือถือ

	คลื่นวิทยุทางอินเทอร์เน็ต สถานีเพลงดิจิทัล ผ่านสัญญาณเคเบิล
--	--

ตารางเปรียบเทียบสื่อดั้งเดิมกับสื่อสมัยใหม่

จากตารางดังกล่าวสามารถบ่งบอกได้ว่าสื่อสมัยใหม่ได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตมนุษย์มากขึ้นทุกที จนแทบจะมาแทนที่สื่อรูปแบบดั้งเดิม เห็นได้ชัดว่าระบบดิจิทัล และสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นส่วนสำคัญของสื่อสมัยใหม่ ทำให้รูปแบบการสื่อสารของมนุษย์เปลี่ยนไป เนื่องจากคุณลักษณะของสื่อสมัยใหม่ดังที่ E. Rogers ได้อธิบายไว้ดังต่อไปนี้(อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541 : 121)

- ลักษณะ Interactivity ในการสื่อสาร ในสื่อรูปแบบเดิม การโต้ตอบสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งสองฝ่ายจะมีเฉพาะในการสื่อสารสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น การใช้สื่อกลางใดๆเข้ามาเกี่ยวข้องจะทำให้ ลักษณะการสื่อสารแบบโต้ตอบอย่างฉับพลันสูญหายไปทันที แต่ในสื่อสมัยใหม่สามารถทำให้เกิดการสื่อสารแบบโต้ตอบอย่างฉับพลันได้ อย่างเช่น การประชุมผ่านระบบ Computer-conference การสนทนาโต้ตอบใน chat room เป็นต้น ซึ่งลักษณะ Interactive ของสื่อสมัยใหม่สามารถกำจัดเงื่อนไขทางด้านเวลาและสถานที่ลงไปได้อย่างเหลือเชื่อ
- ลักษณะ Individualize/Demassified ในสื่อแบบดั้งเดิมนั้นรูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชนจะสร้างกลุ่มผู้รับสารเป็น “มวลชน” (massified) ซึ่งทุกคนรับสื่อต่างๆ ในลักษณะเหมือนกันในช่วงเวลาเดียวกัน เช่น การชมรายการโทรทัศน์รายการเดียวกัน หรือฟังรายการวิทยุเดียวกัน แต่ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้ผู้สื่อสารสามารถเลือกใช้สื่อได้ตามกาลและเทศะที่ตนเองต้องการได้อย่างสะดวกสบายยิ่งขึ้น เช่น การเลือกบันทึกเทปรายการเคเบิลในระบบ Pay-per-view หรือ การเรียนหนังสือผ่านระบบออนไลน์ เป็นต้น
- ลักษณะ Asynchronous of new communication เป็นคุณลักษณะของสื่อสมัยใหม่ที่สามารถแบ่งแยกออกเป็นส่วนๆ ได้ (asynchronous) ไม่มาพร้อมกันเป็นกลุ่มก้อนเดียว ตัวอย่างเช่น การรายงานข่าวสั้นทุกชั่วโมง โดยผู้รับสารต้องนำสารที่ได้มาประกอบกันเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนเอง นอกจากนั้นยังหมายความถึงศักยภาพ

ของสื่อที่สามารถเก็บรักษาข่าวสารข้อมูลไว้ได้ อีกทั้งยังสามารถแยกเก็บไว้ในที่ต่างๆได้อีกด้วย

จากคุณลักษณะดังกล่าวสื่อสมัยใหม่ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ต่อสังคมได้ดังต่อไปนี้  
(กิตติ กันภัย, 2543)

- สื่อใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงปฏิวัติการสื่อสารเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนใหญ่
- เทคโนโลยีใหม่ๆทำให้เกิดการบูรณาการระหว่างสื่อ เช่น โทรศัพท์กับโทรศัพท์ และคอมพิวเตอร์ที่มีระบบการทำงานพ่วงต่อกัน
- สื่อมีลักษณะ interactive มากขึ้น ผู้บริโภคสามารถควบคุมคัดสรรข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น เช่น นิตยสารและหนังสือพิมพ์จะผลิตเนื้อหาที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่มมากขึ้น ผู้ชมโทรศัพท์มีช่องที่ตรงกับความสนใจให้เลือกชมได้มากขึ้น ผู้บริโภคสื่อจะใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการตอบสนองหรือแสดงปฏิกิริยาต่อตัวสื่อมากขึ้น ผู้บริโภคจะไม่เป็นผู้เปิดรับข้อมูลข่าวสารประเภทตกเป็นรอง (passive receiver of information) อีกต่อไป แต่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบสื่อ และออกแบบเนื้อหาใหม่เพื่อให้ตรงกับความต้องการส่วนตัวมากขึ้น
- เทคโนโลยีใหม่ๆมีบทบาทในการเป็นระบบเชื่อมโยงให้เกิดการสื่อสาร (intermedia systems) มากขึ้น หมายถึงการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆเพื่อเป็นช่องทางให้เกิด (establishing) คงไว้ (maintain) และปรับรื้อ (regulating) ปรากฏการณ์การสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ส่งจดหมายสนทนากับเพื่อน หรือทำความรู้จักกับคนแปลกหน้า
- เทคโนโลยีใหม่ๆทำให้เกิดการเก็บสะสมข้อมูลเอาไว้ใช้งานในอนาคต ข้อมูลข่าวสารที่ถูกผลิตขึ้นมาปริมาณมากมายจนใช้ไม่ทัน ดังนั้นการใช้เทคโนโลยีในการเก็บสะสมข้อมูลจึงเป็นแนวโน้มสำคัญ การเก็บในระบบฐานข้อมูล (database) โดยใช้คอมพิวเตอร์จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง
- เทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่ทวีความนิยมขึ้นเรื่อยๆ ทั้งโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์เป็นที่ต้องการในทุกครัวเรือน ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค กล่าวคือข้อมูลข่าวสารกำลังแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว และทั่วถึงทุกพื้นที่



- เทคโนโลยีสมัยใหม่สัมพันธ์กับคอมพิวเตอร์มากขึ้น เทคโนโลยีการสื่อสารและข้อมูลข่าวสารจะสร้างความเฉลียวฉลาดให้แก่คอมพิวเตอร์ เครือข่ายใยแก้วนำแสงจะทำให้การรับส่งข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็วฉับไวขึ้น จึงทำให้ผู้คนทั่วโลกสามารถสื่อสารกันได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

ซึ่งคุณลักษณะของสื่อสมัยใหม่ที่มีรูปแบบการสื่อสารแบบ Interactive ซึ่งเป็นการสื่อสารสองทาง ที่สามารถขยายฐานชุมชนให้กว้างออกไปได้โดยไม่มีอุปสรรคเรื่องพรมแดนและกาลเวลามาขวางกั้น ทำให้เอื้อต่อการสร้างชุมชนได้ง่าย โดยเฉพาะสื่อเว็บไซต์ประเภท social networking อย่างเว็บไซต์ myspace.com ที่มีคุณสมบัติตรงตามคุณลักษณะของสื่อใหม่ สามารถนำมาอธิบายการเลือกใช้สื่อประเภทนี้ในการแสดงออกถึงตัวตน และสร้างความสัมพันธ์ภายในกลุ่มปาร์ตี้คืนดินนอกระแสดังได้

#### 2.4 แนวคิดวัฒนธรรมกลุ่มย่อยกับสื่อมวลชน

วัฒนธรรมย่อยเป็นวิธีการที่กลุ่มย่อยใช้ในการจัดการกับชีวิตทางวัตถุและวิถีชีวิตด้านอื่นๆ ที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างอัตลักษณ์ เป็นวิธีปฏิบัติที่กลุ่มดำเนินการอย่างมีความหมายและมีสำนึก ไม่ว่าจะเป็วัตถุ ความสัมพันธ์ ระบบค่านิยม ระบบความเชื่อที่ผลิตออกมา และวิธีการที่ผลิตล้วนมีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม (Hall S. และ Jefferson T, 1976 อ้างถึงใน กาญจนนา แก้วเทพ, 2549 : 523 )

ส่วน Murdock ได้กล่าวถึงความหมายของวัฒนธรรมย่อยไว้ว่า วัฒนธรรมย่อย คือ ระบบความหมาย และรูปแบบของการแสดงออก ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นโดยกลุ่มคนที่อยู่เฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่งของโครงสร้างสังคม ในระหว่างช่วงเวลาที่ทั้งหม่อมวลพยายามที่จะหาข้อตกลงในประเด็นเกี่ยวกับสถานการณ์ทางสังคมที่อยู่ร่วมกัน ยิ่งในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่มีความพิเศษเฉพาะตัวจะแสดงออกถึงนัยและการแสดงออกที่เพิ่มมากขึ้น ผ่านกลุ่มที่เป็นส่วนแยกย่อยของโครงสร้างหลัก ซึ่งพยายามที่จะโต้แย้งหรือต่อรองกับระบบของนัยหลัก พวกเขาประสงค์ที่จะสร้างศูนย์รวมข้อมูลเชิงสัญลักษณ์ ที่ซึ่งสามารถชักจูงปัจเจกชนเฉพาะบุคคลหรือกลุ่มที่พยายามที่จะทำความเข้าใจกับ

สถานการณ์เฉพาะ และก่อสร้างอัตลักษณ์อันสามารถสืบทอดต่อไปได้ (Murdock, 1974, หน้า 213)

### วัฒนธรรมย่อยและสไตล์

สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาวัฒนธรรมย่อยที่สร้างสไตล์เฉพาะตัวของกลุ่มตนเอง ดังนั้นจึงขอกล่าวถึงความหมายและความเป็นมาของวัฒนธรรมย่อยและสไตล์ว่ามีความเกี่ยวเนื่องกันอย่างไร

รูปแบบของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนก็คือ สไตล์อันเป็นแบบแผนของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนั้นยึดถือและปฏิบัติ ดังเช่นที่ Cohen ได้กล่าวไว้ว่า “ผู้กระทำเรียนรู้ว่าพฤติกรรมที่เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความเป็นสมาชิกในบทบาทเฉพาะนั้น รวมไปถึงประเภทเสื้อผ้าที่ใส่ ทำทางของผู้กระทำ อากัปกิริยาต่างๆ สิ่งที่ชอบและสิ่งที่ไม่ชอบ เรื่องราวที่เขาถกเถียง และความคิดเห็นที่เขาแสดงออกมา” (Cohen, 1965, หน้า 1)

### สไตล์ประกอบไปด้วย

- ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง รูปลักษณ์ภายนอก องค์ประกอบของเครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ ทรงผม
- พฤติกรรม (Demeanour) อันเกิดจากการแสดงออก ทำทางและอากัปกิริยาต่างๆ
- ศัพท์เฉพาะ (Argot) หมายถึง คำศัพท์พิเศษที่บัญญัติขึ้น และวิธีการนำคำศัพท์เหล่านั้นไปใช้

สำหรับ Ricoeur (1972) สไตล์สามารถนำไปใช้ได้หลายนัย มันสามารถบ่งชี้ถึงกลุ่มเชิงสัญลักษณ์ที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่ มันสามารถเป็นเส้นแบ่งเขตระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับกระแสหลัก และมันช่วยแต่งเติมเสน่ห์ให้กับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล ที่อยู่นอกเหนือจากอัตลักษณ์ที่ถูกกำหนดด้วยชนชั้น

เห็นได้ชัดว่าเครื่องแต่งกายเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงสไตล์อันช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์แก่ผู้กระทำได้อย่างชัดเจน ดังเช่น กลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่ใช้สไตล์เป็นการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มในสหราชอาณาจักร อย่างเช่นสไตล์เครื่องแต่งกายของพวกพังก์ (punk) ที่ใช้กระบวนการ Cut' n Mix ซึ่งเป็นนำสัญลักษณ์ที่มีอยู่เดิม นำมาตัดและปะติดปะต่อให้เกิดความหมายใหม่ โดยมีการทำทาย

ความหมายของสัญลักษณ์ที่ซ่อนเร้นอยู่ เช่น การนำภาพของพระราชินีแห่งสหราชอาณาจักรมาปะติดปะต่อเข้ากับภาพโมนาลิซ่า โดยให้ภาพพระราชินีหลิวตาเพื่อเป็นการล้อเลียน และการนำธงชาติประจำสหราชอาณาจักร (Union Jack) มาปะบริเวณส่วนบนท้ายของกางเกงยีนส์ เป็นต้น (Hebdige, 1976 : อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ , 2549)

แบบอย่างของวัฒนธรรมย่อยที่มีสไตล์เฉพาะตัวมักพบในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยในชนชั้นแรงงานในสหราชอาณาจักรช่วงยุคหลังสงคราม แต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันไปตามพื้นฐานทางด้านสังคมและค่านิยมเฉพาะกลุ่ม

### เท็ดดี้ บอยส์ (Teddy Boys)

เกิดขึ้นในช่วงปี 1950's ถือเป็นกลุ่มวัยรุ่นหัวกบฏกลุ่มแรกๆ ในสหราชอาณาจักร มาจากพื้นฐานทางการศึกษาที่ค่อนข้างต่ำจึงไม่สามารถเข้าทำงานเป็นพนักงานกินเงินเดือนตามค่านิยมของคนส่วนมากได้ พวกเขาออกย่ำให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของชนชั้นแรงงานผู้มั่งคั่ง ไปจนถึงภาพลักษณ์ที่จิตใจเหยียดหยามชนชั้นกลางที่ทำตัวประหนึ่งผู้ดี โดยแสดงออกผ่านการแต่งกายเช่น การสวมใส่ชุดสูทสไตล์เอ็ดวาร์ดเดียนอันเป็นสัญลักษณ์แห่งชนชั้นสูง นำมาผสมผสานเข้ากับภาพลักษณ์ของนักเล่นพนันชาวมิสซิสซิปปี ซึ่งมีรูปแบบเสื้อผ้าอย่างเช่น เสื้อแจ็กเก็ตจับเดรป คอเสื้อทำจากผ้ากำมะหยี่ กางเกงทรงตรง รองเท้าส้นยางร้อยเชือก เป็นต้น

บุคคลที่เหล่าเท็ดดี้ บอยส์ ยึดถือเป็นแบบอย่างได้แก่ Elvis Presley, James Dean และ Marlon Brando ซึ่งบรรดา teddy boy ทั่วทุกมุมโลกต่างพากันรับเอาสไตล์ความสง่างามแบบสมชายชาตรีนี้มาปรับใช้กันอย่างถ้วนหน้า

### มอดส์ (Mods)

วัฒนธรรมมอดส์ (Mods) พัฒนาจากวัยรุ่นชนชั้นแรงงานในย่าน East London ที่มีความต้องการที่จะสลایความเป็นชนชั้นแรงงานของตน ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ที่ดูดีสง่างาม และทันสมัย พวกมอดส์มักจะได้รับเสียงวิพากษ์วิจารณ์จากสังคมว่าพยายามทำตัวโก้หรูเกินตัว ทั้งการสร้างสรรค์ทำแต่งานที่จัดจ้าน การใช้ยาเสพติดหลายขนาน ทั้งยังมีนิสัยรักสบายเรื่อยเปื่อยจนเกินไป พวกเขาได้รับการขนานนามว่าเป็น “ผู้บุกเบิกพฤติกรรมบริโภคนิยม” ทำให้เกิดแบรนด์สินค้าอย่าง

Mary Quant และ Carnaby Street ซึ่งรับเอาอิทธิพลจากวัฒนธรรมมอดส์มาใช้ในการออกแบบสินค้า

พวกมอดส์ชอบฟังเพลงสกา และเพลงป๊อปแบบเวสต์อินเดียน แม้กระนั้นก็ยังมียุคมอดส์กลุ่มย่อยที่ปฏิเสธสินค้าทางวัฒนธรรมในรูปแบบมอดส์ อย่างสุดโต่ง ศิลปินที่เป็นตัวแทนของวัฒนธรรมมอดส์ ในรูปแบบนี้ได้แก่ The Who, Rod Stewart และ The Faces เป็นต้น พวกมอดส์กลุ่มนี้มักจะเข้าเรียนในโรงเรียนสอนศิลปะ และต่อมาพัฒนากลายเป็นพวกแกลมร็อก (Glam Rock) และนิวเวฟ (New Wave) ที่แต่งหน้าจัด และสะพายกระเป๋าถือผู้หญิง ส่วนพวกมอดส์ กระแสหลักจะสวมใส่เสื้อสูท กางเกงขาลีบ และรองเท้าหัวแหลม พร้อมทั้งตัดผมสั้น ขีรตศกุดเตอร์จากอิตาลี ตกแต่งอุปกรณ์แต่งรถครบครัน สุดท้ายคือกลุ่มฮาร์ดมอดส์ (Hard Mods) ที่แต่งกายแบบชนชั้นแรงงานหัวรุนแรง สวมกางเกงยีนส์ สวมรองเท้าบูทแบบคนงานในโรงงานอุตสาหกรรม และต่อมาได้พัฒนาไปเป็นพวกสกินเฮด (Skinheads) ที่แนวเพลงสกา ประเทศจาไมก้า ยาเสพติด และการไปเที่ยวคลับ ถือเป็นวิถีชีวิตที่คนกลุ่มนี้ขาดไม่ได้

### ร็อกเกอร์ (Rockers)

พวกร็อกเกอร์ (Rockers) ในที่นี้หมายถึง นักซิ่งมอเตอร์ไซด์ หรือ คนที่ชอบแต่งผมด้วยน้ำมันจนผมเรียบกริบ นิยมสวมใส่แจ็คเก็ตหนังสีดำ ฟิงหมุดโลหะ สวมรองเท้าบูทและกางเกงยีนส์ ฟังเพลงของ Elvis Presley, Gene Vincent และ Eddie Cochran เป็นต้น

Barker และ Little (1964) ได้เปรียบเทียบพื้นฐานทางสังคมของพวกร็อกเกอร์ กับพวกมอดส์ ไว้ว่า พวกร็อกเกอร์จะเป็นชนชั้นแรงงานที่มีทักษะต่ำ ได้ค่าแรงน้อย ต่างจากพวกมอดส์ที่เป็นชนชั้นแรงงานที่มีทักษะระดับพนักงานบริษัทอยู่บ้าง พวกเขาปฏิเสธความพึงพอใจทุกรูปแบบที่ชนชั้นกลางถวิลหา มีพฤติกรรมนอกคอกและไม่เคารพในกฎหมาย

### สกินเฮด (Skinheads)

พวกสกินเฮด (Skinheads) เริ่มจากการรวมกลุ่มในท้องถิ่นเดียวกันโดยตั้งชื่อกลุ่มตามชื่อหัวหน้าหรือตั้งตามชื่อท้องที่ พวกเขาคลั่งไคล้ค่านิยมและประเพณีแนวอนุรักษ์นิยม ทำงานหนัก รักประเทศชาติ ปกป้องหวงแหนอาณาเขตท้องถิ่น ซึ่งพฤติกรรมและแนวคิดดังกล่าวนำไปสู่การมุ่งทำร้ายพวกกร่วมเพศ พวกฮิปปี และพวกชนกลุ่มน้อย

สไตล์ของพวกเขาสะท้อนถึงกำเนิดมากพวกฮาร์ดร็อกที่ได้ออกมาถึงไว้ข้างต้น พวกเขา มักจะสวมใส่รองเท้าบูทคู่ใหญ่ กางเกงยีนส์พับขาสูง ตัดผมสั้นเกรียนติดหนังศีรษะ ในช่วงปี1960's พวกสกินเฮด นิยมแนวดนตรีเวสต์อินเดียน สกาและบลูบิท ตามมาด้วยเรกเก้ จนกระทั่งเมื่อพวกสกินเฮด ได้มีการทำร้ายชาวผิวสีถือเป็นการดูหมิ่นชนชาติจามาไม่กัน ทำให้กลุ่มดนตรีเรกเก้ที่เรียกตัวเองว่า Rustafarian ก็ดกกันไม่ให้พวกสกินเฮดเข้าผับที่เล่นดนตรีแนวเวสต์อินเดียน ทำให้พวกสกินเฮดลดบทบาทลงไปมาก จนกระทั่งช่วงปี 1980's กลุ่มสกินเฮด เปลี่ยนมาเป็นสาวกของแนวดนตรี "Oi" ซึ่งมีศิลปินอย่างเช่นวง 4 skins และเข้าไปมีส่วนร่วมกับการก่อจลาจลในปีค.ศ. 1981

### แกลมร็อก (Glam rock and Glitter )

แกลมร็อก (Glam rock) คือการผสมผสานระหว่างความมีศิลปะในการแต่งตัวของพวกฮิปปี้ เข้ากับความแข็งกระด้างของพวกสกินเฮด ตัวอย่างศิลปินแนวแกลมร็อกในยุคแรกเริ่มได้แก่ Lou Reed, Bowie, Iggy Pop และ Bolan ส่วน Gary Glitter เป็นศิลปินในยุคหลังจากนั้น

การแต่งกายของพวกเขาแกลมร็อกมีกลิ่นอายของพวกม็อดเจ็ปอยู่ เห็นได้เสื้อผ้าที่ดูฉูดฉาดเกินจริง รองเท้าส้นสูง รูปแบบการแต่งหน้าที่ดูขัดกับรอยสัก พวกผู้ชายแนวแกลมร็อกจะเสริมภาพลักษณ์ของตัวเองด้วยสไตล์ของกรุงเบอร์ลินในยุค 1930's ผสมผสานกับสไตล์จัดจ้านของพวกรักร่วมเพศในกรุงนิวยอร์ก ซึ่งในการสร้างสรรค์สไตล์ของพวกเขา Hebdige ได้ตีความถึงที่มาในการสร้างสไตล์ โดยอ้างถึงการกระทำของ Bowie ว่าเป็นการหลีกเลี่ยงจากชนชั้น เพศสภาพ บุคลิกภาพ และข้อผูกมัด เข้าไปอยู่ในโลกแห่งความฝันในอดีต หรือนิยายแนววิทยาศาสตร์ในโลกอนาคต (Hebdige, 1979 : 61.)

### พังค์ (Punk)

วัฒนธรรมพังค์ (Punk) เริ่มเป็นที่นิยมเมื่อปีค.ศ. 1976 ช่วงก่อนหน้านั้นแนวดนตรีพังค์ไม่ได้รับความนิยมนักเนื่องจากถูกตราหน้าว่าเป็นดนตรีฝีมือสมัครเล่น ประกอบกับเนื้อเพลงมีความดิบเถื่อนอย่างรุนแรง ศิลปินแนวพังค์ในยุคแรกเริ่มอย่าง New York Dolls, John Cage และ Sex Pistols ได้สร้างสรรค์ภาพลักษณ์ที่โดดเด่นด้วยความบ้าคลั่ง แต่งกายด้วยเครื่องแบบนักเรียนเก่าๆ ถุงขยะพลาสติก ติดเข็มกลัดซ่อนปลาย สวมเครื่องพันทนาการต่างๆอย่างเช่น โซ่และปลอกคอหนาม รวมไปถึงการแสดงออกถึงรสนิยมทางเพศที่รุนแรงอันพัฒนาไปสู่ภาพลักษณ์ที่เหยียดหยัน

ตนเองอย่างน่าตกใจ ทรงผมของพวกฟังก์มีหลากหลายรูปแบบ ทั้งโกนหัว ย้อมสีผมด้วยสีแสบสัน หรือจัดแต่งทรงให้ดูสูงจนแลดูเหมือนนกหัวขวาน เป็นการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตนในแต่ละบุคคลได้อย่างชัดเจน

ในยุคแรกเริ่มของฟังก์การตัดเย็บเสื้อผ้าด้วยตนเอง และการสร้างบุคลิกภาพเฉพาะตัวถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง และยังคงถึงการต่อต้านอิทธิพลการค้าและโฆษณา ทั้งยังเป็นการแบ่งแยกออกเป็นกลุ่มฟังก์เต็มขั้นและกลุ่มที่เป็นฟังก์เฉพาะในเวลาพักผ่อนเท่านั้น

Marsh (1977) มองการเคลื่อนไหวของกลุ่มฟังก์ว่าเกิดจากวัยรุ่นที่ว่างงาน เกือบศิลปินที่โด่งดังในกระแสหลัก คนตรีอิเล็กทรอนิกส์ที่เต็มไปด้วยความซับซ้อน นักดนตรีผู้มีทักษะชั้นครู คอนเสิร์ตที่ขายบัตรในราคาสูง ซึ่งทั้งหมดแสดงให้เห็นถึงช่องว่างระหว่างนักดนตรีที่เน้นแง่การค้ากับบรรดาแฟนเพลงที่ไม่มีงานทำ

ส่วน Hebdige ได้กล่าวถึงอัตลักษณ์ร่วมของพวกฟังก์ไว้ว่า สิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นฟังก์คือ เสื้อผ้าขาดรุ่งริ่ง ทรงผมชี้ตั้ง แอมเฟตามีน การถุยนํ้าลาย การอาเจียน รูปแบบของแฟนผู้คลั่งไคล้ การวางท่าเป็นกบฏ และดนตรีที่ขับเคลื่อนด้วยความบ้าคลั่งไร้สติ พวกฟังก์สวมใส่เสื้อผ้าที่เต็มไปด้วยถ้อยคำหยาบคายอย่างเสียดสีประชดประชัน และในขณะที่สวมใส่เสื้อผ้าเหล่านั้นก็ยังคงกล่าวคำสบถไปด้วย ทั้งยังสอดแทรกสิ่งต้องห้ามทั้งหลายลงในบทเพลง และนำไปเผยแพร่ต่อสาธารณชนทั้งในรูปแบบบทสัมภาษณ์และเพลงรัก

#### แนวทางการวิเคราะห์วัฒนธรรมย่อย

แนวทางการวิเคราะห์วัฒนธรรมย่อยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทได้แก่

- กลุ่มที่วิเคราะห์เฉพาะลักษณะของวัฒนธรรมย่อย โดยไม่ได้วิเคราะห์ไปถึงความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับวัฒนธรรมหลัก เน้นศึกษาเฉพาะรายละเอียดปลีกย่อยของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนั้นๆ
- กลุ่มที่วิเคราะห์ความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับวัฒนธรรมหลัก ซึ่งเป็นแนวทางที่สำนักเบอร์มิงแฮมนิยมใช้เป็นหลัก ซึ่งการวิเคราะห์แนวทางนี้มักจะนำเกณฑ์อื่นๆนอกเหนือจากตัววัฒนธรรมย่อยเองมาประกอบการวิเคราะห์เพิ่มเติมด้วย อย่างเช่น ชนชั้น เพศ และเชื้อชาติ เป็นต้น

ในทางการวิจัยครั้งนี้เลือกใช้แนวทางการวิเคราะห์เฉพาะลักษณะของวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นกลุ่มปาร์ตี้นอกระแส โดยใช้การศึกษาผ่านพื้นที่หน้า profile ในเว็บไซต์ myspace.com เพื่อศึกษาถึงอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมย่อยที่แสดงออกผ่านการใช้พื้นที่หน้า profile ของเว็บไซต์ myspace.com ด้วยการถ่ายภาพปกตกแต่งหน้า profile การเลือกใช้มีลตีมี่เดีย การแสดงออกถึงรสนิยมเฉพาะกลุ่ม เช่น การแต่งกาย แนวดนตรีที่ชอบ ความสนใจในศิลปะแขนงต่างๆ เป็นต้น

สำหรับแนวทางการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับสื่อมวลชนที่นำมาประกอบงานวิจัยชิ้นนี้ เลือกใช้แนวทางการศึกษาแบบวัฒนธรรมนิยม (Culturalism) ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

#### แนวทางการศึกษาแบบวัฒนธรรมนิยม (Culturalism)

เป็นการศึกษารูปแบบการต่อต้านสังคมที่ดำเนินอยู่ในชีวิตประจำวัน (Naturalist revolt) โดยใช้เกณฑ์ในการศึกษาจากรสนิยมและอุปนิสัยเป็นหลัก P. Willis (1990) สนใจการศึกษา "วัฒนธรรมที่คนกำลังมีชีวิตอยู่" (lived culture) โดยนำแนวคิดด้านสังคมวิทยาของสำนักชิคาโกที่มองปรากฏการณ์ทางสังคมจากมุมมองของผู้ที่เสียเปรียบ (underdog perspective)

และสนใจศึกษาถึงรูปแบบการต่อต้านสังคมที่พบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน (Naturalist revolt) โดยใช้วิธีลงไปคลุกคลีกับกลุ่มตัวอย่าง แล้วสังเกตการณ์พฤติกรรมการใช้ชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่ได้นำเกณฑ์เรื่องชนชั้นมาเป็นตัวแปรที่ศึกษา มุ่งศึกษากระบวนการบริโภคของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย ที่ในปัจจุบันใช้รสนิยมและอุปนิสัย นำไปสู่การสร้างวิถีชีวิต (lifestyle) อันเป็นแบบแผนประจำกลุ่ม กลายเป็นการบริโภควัฒนธรรมซึ่งเป็นพื้นที่ที่วัยรุ่นใช้ในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมด้วยตนเองในเวลาว่าง วัยรุ่นเป็นกลุ่มที่ใช้สื่อได้อย่างเฉลียวฉลาด รู้จักคัดแปลงและเล่นกับสื่ออย่างสร้างสรรค์ โดยการสร้างอัตลักษณ์ประจำกลุ่มวัฒนธรรมย่อยของตนเอง ด้วยการหยิบยืมเอาผลิตภัณฑ์ สินค้าของวัฒนธรรมกระแสหลักมาดัดแปลงให้เป็นวัฒนธรรมย่อยของตนเอง

โดยในงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแส ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นวัยรุ่นที่มีความสนใจในการบริโภคสื่อสมัยใหม่ อย่างเว็บไซต์ social networking เพื่อ

เสริมสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง แสดงออกด้วยการตกแต่งหน้า profile ในเว็บไซต์ myspace.com การแต่งกายที่พบเห็นในรูปภาพบนหน้า profile การแสดงออกถึงรสนิยมในการบริโภคสื่อต่างๆ เช่น แนวเพลงที่ฟัง แนวภาพยนตร์ที่ชอบ หนังสือที่อ่าน ผ่านหน้า profile ในเว็บไซต์ myspace.com รวมไปถึงการสร้างวัฒนธรรมย่อยงานปาร์ตี้คนตรีนอกระแส ทั้งการจัดปาร์ตี้คนตรีนอกระแส ด้วยตนเอง และการเป็นผู้มีส่วนร่วมในงานปาร์ตี้ลักษณะดังกล่าว ล้วนเป็นการใช้สื่อเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มเพื่อดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมย่อยของตนเอง เพื่อให้มีพื้นที่ต่อรองกับวัฒนธรรมกระแสหลักได้ และยังสามารถเชื่อมโยงวิถีชีวิตออนไลน์และออฟไลน์ของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสต่างๆอีกด้วย

## 2.5 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์กลุ่ม

อัตลักษณ์ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดต่อตนเองว่า "ฉันคือใคร" ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตัวเองและคนอื่นมองเราในขณะนั้น (Kath, 2000 : 6-7 อ้างใน พิศิษฐ์)

Stryker และ Burke (2000) ได้กล่าวถึง นิยามของ คำว่า อัตลักษณ์ หรือ Identity นั้นเป็นหน่วยเล็กๆ ในการศึกษาทางสังคมวิทยา ซึ่งเชื่อมโยงเรื่องของทัศนคติที่มีต่อตัวตน หรือเอกลักษณ์ เป็นความสัมพันธ์ในเชิงบทบาทหน้าที่ และพฤติกรรมอันเกิดจากบทบาทของบุคคล นักทฤษฎีอัตลักษณ์ได้ตั้งข้อโต้แย้งกันว่า ตัวตน คือ การรวมตัวกันของอัตลักษณ์ ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของลักษณะเฉพาะของบทบาท เช่นเดียวกับการที่เราตอบคำถามตัวเองว่า ตัวฉันคือใคร แล้วเราก็ได้จะได้คำตอบว่า ฉันเป็นพ่อ ฉันเป็นแม่ ซึ่งคำตอบเหล่านี้ก็เชื่อมโยงบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบของแต่ละบุคคลนั่นเอง

อัตลักษณ์ แตกต่างจากบุคลิกภาพในประเด็นที่สำคัญหลายประการ มนุษย์เราอาจมีบุคลิกภาพร่วมกับบุคคลอื่น แต่การมีอัตลักษณ์ร่วมมีนัยของการเกี่ยวพันกับการตื่นตัว (active) บางอย่างในแต่ละบุคคล เช่นเราเลือกที่จะแสดงตัวตนกับกลุ่มหรืออัตลักษณ์ที่เฉพาะ ซึ่งบางครั้งเราอาจมีตัวเลือกมากกว่าคนอื่น และอัตลักษณ์ต้องการความตระหนักรู้ (awareness) บางอย่างที่เกี่ยวข้องกับส่วนที่เป็นของเรา บุคลิกภาพอธิบายลักษณะต่างที่บุคคลทั่วไปน่าจะมี เช่น การเข้า



สังคมเก่งหรืออาจเป็นคุณลักษณะภายใน แต่อัตลักษณ์ต้องการพื้นฐานบางอย่าง ซึ่งอาจถูกจัดประเภทด้วยการมีลักษณะบุคลิกภาพ แต่ทั้งนี้ต้องแสดงตัวตน กับอัตลักษณ์ความสำคัญของการแสดงตัวตน (marking oneself) กล่าวคือการใช้อัตลักษณ์เหมือนกับกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างกับอีกกลุ่มอื่น อัตลักษณ์ถูกแสดงออกให้เห็นด้วยความคล้ายคลึงกัน เกี่ยวกับบุคคลที่เหมือนเราและความแตกต่างของบุคคลที่ไม่เหมือนกับเรา (Kath, 2000: 6-7 อ้างในพิศิษฐ์)

อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2546) อ้างถึง แคทริน วูดเวิร์ด (1997) ว่า ประเภทของอัตลักษณ์ มี 2 ระดับ คือ อัตลักษณ์บุคคล (Personnel Identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) เพื่อศึกษาความคาบเกี่ยวและปฏิสัมพันธ์ของทั้งสองระดับนี้ บุคลิกภาพ ไม่ได้หมายถึง การตอบสนอง (Response) ต่อสิ่งเร้าข้างนอกแต่เป็น “ความพร้อม” หรือ “แนวโน้ม” ที่จะตอบสนอง ในขณะที่ อีริก อีริกสัน (Erick Erickson) นักจิตวิทยามองว่า การก่อรูปของอัตลักษณ์เป็นกระบวนการตลอดทั้งชีวิต (A life – long process) และคนเราสามารถเปลี่ยนแปลงลักษณะสำคัญของตนเองได้ อีริกสันเลือกใช้คำว่า อัตลักษณ์ (Identity) แทนคำว่า บุคลิกภาพ และแม้จะได้อิทธิพลจาก فروยด์ เขาเลือกที่จะเน้นที่บทบาทของ Ego มากกว่าบทบาทของจิตสำนึก และมีนัยของการเน้นเสรีภาพในการเลือกของปัจเจก ปัจเจกแต่ละคนจึงต้องรับผิดชอบต่อการเลือกในชีวิตและรูปแบบอัตลักษณ์ที่ตนเลือกจะเป็น ปัจเจกสามารถจะบูรณาการที่หลากหลายให้เข้ามาอยู่ภายใต้อัตลักษณ์เพียงหนึ่งเดียวได้

สำหรับอัตลักษณ์กลุ่มนั้น Ellis และ Fisher (1994) กล่าวว่า อัตลักษณ์กลุ่มคือการมองปัจเจกบุคคลกับความสัมพันธ์ของพวกเขาในกลุ่ม เป็นการประเมินค่าว่าพวกเขาเหล่านั้นให้คำจำกัดความตัวเองที่มีต่อการเป็นสมาชิกในกลุ่มนั้นอย่างไร เป็นขอบเขตที่สมาชิกแต่ละคนในกลุ่มรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ซึ่งในชีวิตปัจเจกบุคคลมักจะรับเอาอัตลักษณ์ของกลุ่มที่ตนเป็นสมาชิกมาเป็นอัตลักษณ์ของตน (Self Identity) และเมื่อรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มแล้ว จึงมักจะมีพฤติกรรมที่มีแนวโน้มไปในทางพยายามปกป้องสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มของตน

ส่วน Beebe และ Masterson (2005b) ได้อธิบายถึงแนวคิดอัตลักษณ์กลุ่มเพิ่มเติมไว้ว่า สมาชิกในกลุ่มจำเป็นต้องรู้สึกหรือรับรู้ถึงความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม และเมื่อสมาชิกของกลุ่มรับรู้ว่าคุณยังคงดำรงอยู่และพวกเขายังคงเป็นสมาชิกในกลุ่ม ความเป็นอัตลักษณ์กลุ่มจะปรากฏออกมาผ่านตัวตนของสมาชิกในกลุ่ม หรือกิจกรรมกลุ่มที่สมาชิกเป็นผู้จัดขึ้น ให้ผู้อื่นได้รับรู้ถึงอัต

ลักษณะของกลุ่ม ก่อให้เกิดการพัฒนาหรือยกระดับให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความเคารพในตนเอง และยอมรับตนเองตามอัตลักษณ์ที่แสดงออกมา

Borman (1990) ได้กล่าวไว้ว่า กลุ่มสร้างทัศนคติเชิงโวหาร (Rhetorical vision) เกี่ยวกับตนเอง จากการบรรยายถึงความเป็นตัวตนของกลุ่ม ในการพัฒนาบทสนทนาเกี่ยวกับความทรงจำบางอย่างที่เกิดขึ้นกับกลุ่มในอดีต หรือความฝันที่อาจเกิดขึ้นกับกลุ่มในอนาคตได้ ลักษณะเชิงโวหารหรือเชิงโน้มน้าวใจในมุมมองของกลุ่ม หมายถึง วิธีการที่สมาชิกเลือกที่จะพูดเกี่ยวกับตนเอง และส่งผลต่ออัตมโนทัศน์ของกลุ่ม

แนวความคิดเรื่องอัตลักษณ์กลุ่มยังสามารถอธิบายถึงการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรได้ โดย Lembke และ Wilson (อ้างถึงใน Hoover, 2002a :50) ได้กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์ที่ต้องมีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน จำเป็นต้องถูกสร้างขึ้นโดยทัศนคติของสมาชิกที่มีต่อกันและกัน หรือทัศนคติที่มีต่อการทำงานเป็นกลุ่ม ซึ่งนับเป็นความผูกพันเชิงอารมณ์ ซึ่งมีผลต่อการแสดงออกค่อนข้างสูง โดยเฉพาะการเชื่อมความสัมพันธ์ของสมาชิกในกลุ่มที่มีพื้นฐานมาจากการหาเอกลักษณ์ และแรงดึงดูดต่อเป้าหมายร่วมกันของกลุ่ม

ทั้งนี้เมื่อก้าวถึงอัตลักษณ์กลุ่มในชุมชนออนไลน์ ซึ่งปัจจัยสำคัญต่อการสร้างอัตลักษณ์ในยุคสังคมแห่งข้อมูลข่าวสาร (Information Society) คือ การปฏิวัติระบบการสื่อสารที่สามารถจัดอุปสรรคทางด้านเวลา และที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ลงไปได้ ทำให้ผู้คนทั่วทุกมุมโลกสามารถสื่อสารกันได้อย่างเสรี และยังก่อให้เกิดชุมชนเสมือน (Virtual Community) ซึ่งก่อให้เกิดอัตลักษณ์ที่ไม่ยึดติดกับตัวแปรต่างๆ ได้แก่ เพศ ชนชั้น และชาติพันธุ์ เนื่องจากในโลกไซเบอร์นั้นบุคคลสามารถสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตนได้ตามแต่จินตนาการ รวมถึงการสร้างตัวตนขึ้นมาที่ไม่เกี่ยวข้องกับตัวตนเดิมโดยสิ้นเชิงได้ เนื่องจากชุมชนในโลกไซเบอร์สามารถสร้างวิถีคิดและหลักการใช้เหตุผลที่เป็นระบบเหมือนกันแก่สมาชิกในกลุ่ม ซึ่งสามารถเพิ่มความมั่นใจและความรู้สึกเชิงอำนาจแก่บุคคล ทำให้เกิดความรู้สึกว่าสามารถใช้เทคโนโลยีในทางสร้างสรรค์ คิดค้นสิ่งใหม่ๆ เลียนแบบควบคุม รวมทั้งเอาชนะสิ่งหรือมิติที่มองไม่เห็นนอกจอได้ (อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2546 : 82)

โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่คลุกคลีอยู่กับเทคโนโลยีสมัยใหม่อยู่ตลอดเวลาย่อมเรียนรู้ที่จะสร้างสรรค์อัตลักษณ์เฉพาะตน โดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการแสดงออกถึงความ

เป็นตนเองได้อย่างเฉลียวฉลาด ซึ่งกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ผ่านสื่อเป็นไปในลักษณะดังต่อไปนี้ (Aakhus และ Katz ,2002 : 255)

- การสะท้อนกลับ (Reflexivity) : หมายถึง วิธีทางวัฒนธรรมในการก่อให้เกิดภาพสะท้อนผ่านภาพเชิงสัญลักษณ์ในสื่อ การใช้วงจระภาษา และการมีปฏิสัมพันธ์กันตัวต่อตัว
- ความสามารถในการสร้าง (Makeability) : หมายถึง มุมมองที่มองเห็นปัจจัยทางบุคลิกภาพและวิถีชีวิตเป็นสิ่งที่เปิดรับต่ออิทธิพลที่เข้ามาครอบงำได้ ปัจเจกบุคคลมีทางเลือกที่จะสร้างเนื้อหาได้ด้วยตนเอง
- การทำให้เป็นปัจเจก (Individualization) : หมายความว่า ในขณะที่สังคมอุตสาหกรรมกำลังพัฒนายิ่งขึ้นไป พื้นฐานทางด้านสังคมก็ยังลดความสำคัญลงไป ส่วนความสำคัญทางด้านจิตใจภายในกลับเพิ่มมากขึ้น หมายความว่าอัตลักษณ์ได้ถูกผลิตซ้ำ เป็นส่วนบุคคล สะท้อนตัวตน และอยู่ภายใต้การบงการของนวัตกรรมมากยิ่งขึ้น

ด้วยแนวคิดดังกล่าวจึงสามารถนำอามาวิเคราะห์ถึงการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มปาร์ตี้ หมุนเวียน และอธิบายได้ถึงการพยายามใช้สื่อเว็บไซต์ myspace.com ในการขยายขอบเขตวัฒนธรรมย่อยของตน แต่ยังคงพยายามรักษาอัตลักษณ์กลุ่มของตนเองไว้ โดยใช้สื่อสมัยใหม่ในการเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มของตนให้เด่นชัดยิ่งขึ้น

## 2.6 แนวคิดเรื่องชุมชนออนไลน์

การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ทำให้เกิดสังคมชนิดใหม่ที่เรียกกันว่า “สังคมไซเบอร์” (cybersociety) ที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ของมนุษย์ และระบบสังคม ชุมชนดังกล่าวมีคุณลักษณะเฉพาะตัวดังต่อไปนี้

- จิตสำนึกร่วม (conscious)
- หลักการ (principle)
- จุดมุ่งหมาย (purpose)

เราสามารถเรียกชุมชนในโลกไซเบอร์ได้ว่าเป็น “ชุมชนเสมือนจริง” (virtual community) อันเป็นเครื่องมือเชื่อมโยงผู้ที่มีความสนใจตรงกันเข้าด้วยกัน ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เราสนใจได้ทันที และช่วยคัดกรองข้อมูลที่ทันสมัย โดยไม่จำเป็นต้องเก็บรวบรวมไว้มากมายเช่น สมัยก่อน (Rheingold, 1993)

Jones (1995) ได้กล่าวถึงชุมชนออนไลน์ (Virtual Community) ว่าเป็นพื้นที่ทางสังคมที่ใช้ในการถกเถียงในประเด็นต่างๆ ซึ่งผู้มีส่วนร่วมยังคงได้พบปะและเผชิญหน้ากัน แต่ทั้งนี้จำเป็นต้องนิยามความของคำว่าพบปะ (meet) และคำว่าเผชิญหน้า (face) เสียใหม่ นอกจากนี้ชุมชนออนไลน์ยังเป็นศูนย์รวมของความเชื่อในสิ่งเดียวกัน และกิจกรรมที่สามารถนำพาให้ผู้คนที่อยู่ต่างสถานที่มารวมกันได้

ส่วน Fernback และ Thomson (1995) ได้นิยามความหมายของชุมชนออนไลน์ไว้ว่า หมายถึง ความสัมพันธ์ทางสังคมที่ถูกหล่อหลอมขึ้นในไซเบอร์สเปซ ผ่านการติดต่อสื่อสารกันอย่างต่อเนื่องภายในพรอมแดนหรือสถานที่เฉพาะเจาะจง อย่างเช่นการประชุม และการสนทนาในห้องสนทนาออนไลน์ (chat room) ซึ่งในเชิงสัญญาแล้วเป็นการจำแนกตามหัวข้อการสนทนาตามความสนใจของแต่ละกลุ่ม

สำหรับ Baym (1998 :38) ได้เสนอแนะถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะของชุมชนออนไลน์อันได้แก่ สิ่งแวดล้อมภายนอก (external context) โครงสร้างทางโลก (temporal structure) ระบบโครงสร้างพื้นฐาน (system infrastructure) วัตถุประสงค์กลุ่ม (group purposes) และคุณลักษณะของผู้มีส่วนร่วม (characteristics of participants) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาการของชุมชนออนไลน์ สืบเนื่องจากการแสดงออกเฉพาะกลุ่ม อัตลักษณ์ ความสัมพันธ์ และระเบียบแบบแผนที่ใช้เป็นบรรทัดฐาน

จากนิยามทั้งหมดที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่าชุมชนออนไลน์ (Virtual Community) คือ การรวมกลุ่มทางสังคมที่มีความสนใจ ความคิด และเป้าหมายร่วมกัน โดยมีการปฏิสัมพันธ์ผ่านทางไซเบอร์สเปซ ซึ่งไร้อุปสรรคทางด้านกาลเวลา เงื่อนไขทางภูมิศาสตร์ และองค์กรมาขวางกั้น ทำให้สามารถนำไปสู่การสานต่อความสัมพันธ์ในชีวิตจริงได้ ดังนั้นเมื่อกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกันได้มารวมตัวกัน จึงก่อให้เกิดการสร้างความหมาย และผลิตรหัสอันก่อให้เกิดความเข้าใจเฉพาะกลุ่ม

ได้ รูปแบบการแสดงออกที่ถูกพัฒนาขึ้นยังก่อให้เกิดอัตลักษณ์ (identity) เฉพาะกลุ่ม ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบททางสังคมของกลุ่ม และเมื่อสร้างความสัมพันธ์ออนไลน์ขึ้นมาแล้ว โอกาสที่จะสานต่อไปสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์ (offline) หรือความสัมพันธ์ในชีวิตจริงก็มีเพิ่มมากขึ้น จึงก่อให้เกิดความคาดหวังว่าชุมชนออนไลน์จะสามารถชดเชยค่านิยมแบบชุมชนดั้งเดิมที่กำลังเลือนหายไปจากสังคมเมืองในสมัยปัจจุบันได้

อย่างไรก็ตามในยุคสังคมแห่งข้อมูลข่าวสารรูปแบบของชุมชนออนไลน์ได้แปรสภาพไปตามพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะรูปแบบของเว็บ 2.0 ที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในขณะนี้ การรับเอาเทคโนโลยีเว็บ 2.0 เข้ามาจึงเกิดเป็นชุมชนออนไลน์รูปแบบใหม่ที่เรียกว่า Community 2.0 ซึ่งช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนออนไลน์ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ประเภท social networking อย่างเช่น Flickr, Facebook และ Myspace เป็นต้น เนื่องจากโครงสร้างของเว็บ 2.0 เอื้อต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เนื้อหาด้วยตนเอง

Amy Jo Kim (2000) ได้อธิบายถึงวงจรชีวิตของสมาชิกในชุมชนออนไลน์ไว้ว่า แรกเริ่มสมาชิกจะเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้มาเยี่ยมชม (visitor) ก่อน จากนั้นเมื่อสามารถหลายกำแพงที่ปิดกั้นตนเองไว้ก็จะแปรสภาพไปเป็นผู้เริ่มฝึกหัด (novice) และมีส่วนร่วมในชุมชนออนไลน์มากยิ่งขึ้น จากนั้นเมื่อเข้ามาใช้เวลาในชุมชนออนไลน์อย่างสม่ำเสมอก็จะกลายเป็นสมาชิกอย่างแท้จริงไปโดยปริยาย แต่ถ้าสามารถหลายกำแพงอีกชั้นหนึ่งได้ก็สามารถเลื่อนขั้นไปเป็นผู้นำ (leader) ได้ และถ้าคร่ำหวอดอยู่ในชุมชนออนไลน์เป็นเวลานานพอสมควรก็จะกลายเป็นผู้อาวุโส (elder) ในชุมชนออนไลน์ไปในที่สุด ซึ่งวงจรชีวิตของสมาชิกในชุมชนออนไลน์ในลักษณะนี้สามารถพบเห็นได้ผ่านทาง bulletin board, blog และเว็บ 2.0 อย่างเช่น Wikipedia เป็นต้น

ส่วน Lave และ Wenger ได้แบ่งวิถีทางของสมาชิกใน Community 2.0 ไว้ดังต่อไปนี้

- รอบนอก (Peripheral) หมายถึง ผู้มีส่วนร่วมที่สังเกตการณ์จากภายนอก ไม่มีโครงสร้างที่ชัดเจน ในที่นี้ผู้ที่สัญจรอยู่รอบนอกในบริบทของชุมชนออนไลน์เป็นผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมอ่านเนื้อหาภายในเว็บไซต์ แต่ไม่เคยเพิ่มเติมเนื้อหาหรือแสดงความคิดเห็นใดๆ ผ่านทางเว็บไซต์ดังกล่าว
- ทางสัญจรขาเข้า (Inbound) หมายถึง ผู้ที่เริ่มอุทิศตนเข้าสู่ชุมชนออนไลน์ และกำลังมุ่งสู่การเป็นผู้มีส่วนร่วมอย่างเต็มตัว โดยเริ่มจากการเข้าไปมีส่วนร่วมใน

การสร้างสรรคเนื้อหา แสดงความคิดเห็นต่อบางประเด็นที่ตนสนใจเป็นครั้งคราว ไป หรือเข้าไปวิพากษ์วิจารณ์ (comment) เนื้อหา และเริ่มโพสต์ผลงานเช่น วิดีโอ หรือ เพลง ของตนเอง

- วงใน (Insider) หมายถึง ผู้ที่อุทิศตนให้กับชุมชนออนไลน์อย่างเต็มตัว โดยการเข้าไปแสดงความเห็น เพิ่มเติมเนื้อหาภายในเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ มีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกในชุมชน โพสต์เนื้อหาที่มีมิติเดียวต่างๆทั้งที่เป็นผลงานของตนเองหรือผลงานของผู้อื่นที่นำมาเผยแพร่ให้แก่สมาชิกคนอื่นๆ เข้ามาวิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาและผลงานของผู้อื่นเป็นประจำ
- ขอบเขต (Boundary) หมายถึง ผู้นำในชุมชนออนไลน์ เป็นผู้ที่มีส่วนร่วมมาเป็นเวลานานจนสามารถขนานนามได้ว่าเป็นผู้ที่มีประสบการณ์โชกโชนในชุมชนออนไลน์ มีการติดต่อกับคนทั่วไปเพื่อนำเสนอแนวคิดที่แปลกใหม่ สมาชิกในชุมชนออนไลน์เคารพในความคิดเห็นของบุคคลผู้นี้ และยังเป็นผู้กำหนดทิศทางการกระทำที่ไม่เหมาะสมในชุมชนออนไลน์อีกด้วย
- ทางสัญจรขาออก (Outbound) หมายถึง กระบวนการละทิ้งชุมชนออนไลน์เนื่องจากเกิดความสัมพันธ์รูปแบบใหม่ ความสนใจเปลี่ยนไปในทิศทางใหม่ ไม่มีเวลา หรือรูปแบบของชุมชนออนไลน์เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง เป็นต้น

ในส่วนองแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในชุมชนออนไลน์นั้น Peter Kollock (1999) ได้เสนอกรอบแนวคิดไว้ดังต่อไปนี้

- ความคาดหวังในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ผู้เข้าร่วมเป็นสมาชิกในชุมชนออนไลน์ย่อมเกิดแรงกระตุ้นให้นำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์และมีคุณค่าต่อกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันก็คาดหวังว่าจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองเช่นกัน และถ้าเป็นสมาชิกที่มีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอก็จะยิ่งได้รับการตอบสนองทางด้านข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็วทันใจกว่าสมาชิกที่ไม่ค่อยมีส่วนร่วม ดังนั้นปัจจัยดังกล่าวจึงเป็นแรงจูงใจให้มีส่วนร่วมในชุมชนออนไลน์มากยิ่งขึ้นได้เป็นอย่างดี

- **การทำให้ตนเองเป็นที่น่าจดจำมากยิ่งขึ้น** โดยทั่วไปแล้วปัจเจกชนย่อมมีความต้องการให้ตนเองเป็นที่น่าจดจำสำหรับบุคคลทั่วไปในสังคม Kollok อ้างถึงคำกล่าวของ Rheingold (1993) ในงานวิจัยเกี่ยวกับ WELL ซึ่งเป็นชุมชนออนไลน์ในยุคแรกเริ่ม Rheingold ได้บันทึกไว้ว่าความต้องการที่จะมีเกียรติยศชื่อเสียงถือเป็นแรงกระตุ้นหลักของปัจเจกบุคคล ซึ่งในยุคสมัยของ Community 2.0 สามารถสังเกตเห็นได้ชัดจากการสร้าง profile ส่วนตัวในเว็บไซต์ประเภท social networking อย่างเช่น Myspace ที่มีพื้นที่ให้สมาชิกสร้างหน้า profile ด้วยตนเอง โดยสามารถตกแต่งได้ตามใจชอบ และยังสามารถแบ่งปันประสบการณ์ต่างๆ รวมไปถึงแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ตนสนใจ ไม่ว่าจะเป็น คนตรี ภาพยนตร์ ไปจนถึงบุคคลที่ชื่นชอบ การนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับตนเองย่อมทำให้สมาชิกอื่นๆอยากเข้ามาทำความรู้จัก และ add เป็น friend ในเครือข่ายของตน ซึ่งจำนวน friend ในเครือข่ายสามารถเป็นเครื่องชี้วัดความมีชื่อเสียงในชุมชนออนไลน์ของตนเองได้เป็นอย่างดี
- **ความรู้สึกว่าตนเองมีผลกระทบอย่างใดอย่างหนึ่งต่อผู้อื่น** ปัจเจกชนจะนำเสนอข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อชุมชนออนไลน์ เมื่อเกิดความรู้สึกว่าตนเองเป็นสาเหตุอันก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชนนั้น ทำให้ยิ่งทุ่มเทในการนำเสนอข้อมูลที่มีคุณภาพให้แก่กลุ่มที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ เพื่อให้ผู้อื่นรู้สึกเชื่อถือตนเอง และมองเห็นตนเองเป็นบุคคลที่สามารถก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนอย่างสูงได้
- **ความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนเดียวกัน** โดยทั่วไปแล้วมนุษย์ถือเป็นผู้สังคม ซึ่ง เป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการเข้าร่วมแบ่งปันข้อมูลในชุมชนออนไลน์ และยังมี การตอบสนองต่อข้อมูลนั้นอย่างมีประสิทธิภาพ ยกตัวอย่างเช่นตาม blog ต่างๆ มีพื้นที่ให้สมาชิกสามารถเข้ามาแสดงความเห็นวิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาได้

ดังนั้นจึงสามารถนำแนวคิดเกี่ยวกับชุมชนออนไลน์มาอธิบายกระบวนการเชื่อมโยงวิถีชีวิตออนไลน์ (online) และ วิถีชีวิตออฟไลน์ (offline) ของกลุ่มปาร์ตี้ได้อีกครั้ง โดยสามารถอธิบายถึงแรงจูงใจในการเลือกใช้สื่อสมัยใหม่อย่างเว็บไซต์ myspace.com ในการสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจคล้ายคลึงกับตนเอง การมีส่วนร่วมในการผลิตและแบ่งปันเนื้อหาออนไลน์ การดำเนินวิถีชีวิตออนไลน์ที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์ส่วนบุคคล และอัตลักษณ์กลุ่ม ควบคุม

กันไปกับวิถีชีวิตออนไลน์ หรือวิถีชีวิตในโลกแห่งความเป็นจริง หมายถึงการรวมกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกันจัดกิจกรรมที่ตรงกับความสนใจของกลุ่ม อันเป็นผลจากการสานสัมพันธ์ผ่านทางชุมชนออนไลน์

## 2.7 ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจอยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีเชิงหน้าที่ (Functional perspective) อันมีความเชื่อว่าพฤติกรรมและปรากฏการณ์มนุษย์ต่างเกี่ยวข้องกันในเชิงหน้าที่ อีกทั้งพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของแต่ละบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการที่อยู่ภายในจิตใจของแต่ละบุคคล ซึ่งแตกต่างกันไปตามแต่ละประสบการณ์ที่เคยได้สัมผัสจากสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิต (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

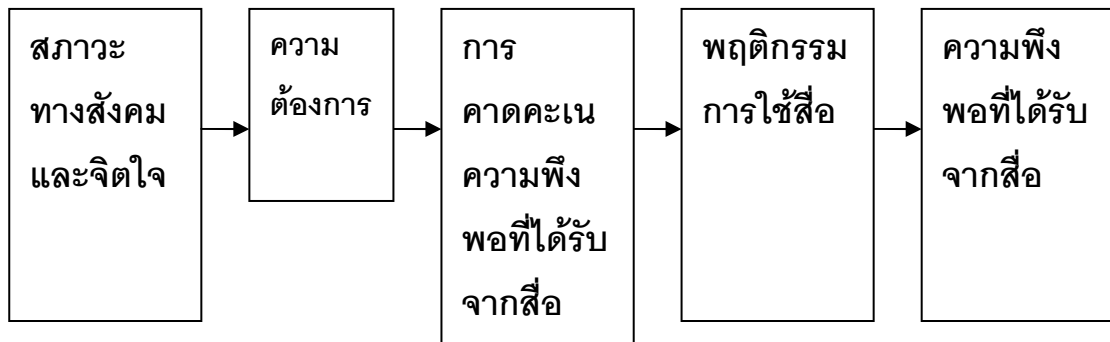
ทั้งนี้ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ผู้รับสารย่อมมีความตั้งใจที่จะแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์แก่ตนเองได้ ไม่ว่าจะเป็นการนำไปใช้ในอาชีพการงาน ใช้เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อ ใช้เพื่อควบคุมสถานการณ์ หรือเพื่อเตรียมพร้อมที่จะกระทำการใดๆก็ตาม ดังนั้นการเลือกเปิดรับสื่อจึงเป็นกิจกรรมที่มีจุดประสงค์แน่นอน (Goal-oriented activity)

การเลือกใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของปัจเจกบุคคลสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้ (Blumler, McQuail และ Brown, 1972 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2545)

- ความเพลิดเพลิน (Diversion) เป็นการใช้อสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงจากความเครียดอันซ้ำซากจำเจ นำเบี่ยงเบนในชีวิตประจำวัน หรือใช้เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา
- มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relation) เป็นการใช้อสื่อเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคม
- อัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) เป็นการใช้อสื่อเพื่อยืนยันหรือหาต้นแบบอ้างอิงระหว่างกลุ่มเพื่อน เพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ของตนเองให้ชัดเจนยิ่งขึ้น
- ติดตามข่าวสาร (Surveillance) ใช้เพื่อติดตามข่าวสาร สถานการณ์ปัจจุบัน อันเป็นเป้าหมายพื้นฐานในการเปิดรับสื่อโดยทั่วไป



เนื่องจากความต้องการใช้สื่อแตกต่างกันไปตามตามสภาวะจิตใจและสภาวะทางสังคม ทำให้แต่ละบุคคลคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทสามารถสนองความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย Katz, Blumler และ Guevitch (1974) จึงได้สร้างภาพจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจไว้ดังต่อไปนี้



แบบจำลองเพื่ออธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจ

ซึ่ง Katz และคณะได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของสังคมในการกำหนดความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลไว้ดังต่อไปนี้

- บุคคลได้รับแรงกดดัน ความตึงเครียด และความขัดแย้งทางสังคม ทำให้ต้องการผ่อนคลายแรงกดดันที่ได้รับ โดยการบริโภคสื่อมวลชนแขนงต่างๆ
- สถานการณ์ทางสังคมเป็นตัวกำหนดให้ปัจเจกบุคคลต้องตระหนักถึงปัญหาต่างๆ นำไปสู่ความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ เพื่อนำมาแก้ปัญหาเหล่านั้นๆ
- โอกาสที่บุคคลจะได้รับความพึงพอใจจากการตอบสนองความต้องการจากสถานการณ์ทางสังคมมีน้อยมาก ดังนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นสิ่งทดแทนบริการต่างๆที่เป็นส่วนขาดหายไปจากสังคม
- การบริโภคข่าวสารจากสื่อสอดคล้องกับค่านิยมการเป็นสมาชิก และต่อยุ่ความเชื่อของสังคม
- สถานการณ์ทางสังคมกำหนดของเขตของความคาดหวัง ความคล้ายคลึงกัน ความเป็นพวกเดียวกัน ดังนั้นการเปิดรับสื่อมวลชนย่อมเป็นเครื่องสนับสนุนการเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมของกลุ่มในสังคมด้วย

แนวคิดดังกล่าวสามารถนำมาอธิบายถึงแรงจูงใจและเป้าหมายในการเลือกใช้เว็บไซต์

myspace.com

เพื่อตอบสนองความพึงพอใจในด้านต่างๆ ทั้งการเลือกฟังเพลงจาก myspace music ซึ่งถือเป็นการใช้สื่อเพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายในยามว่าง การเข้าไป comment หรือส่งข้อความให้แก่เพื่อนในเครือข่ายของตน ถือเป็นการใช้สื่อเพื่อการสื่อสารระหว่างกลุ่มและบุคคล การตกแต่งหน้า profile เพื่อเสริมอัตลักษณ์ให้แก่ตนเองและแสดงอัตลักษณ์กลุ่ม การแจ้งข่าวสารรายละเอียดกิจกรรมอันได้แก่กำหนดการงานปาร์ตี้ต่างๆ ไปจนถึงการแนะนำวงดนตรีหน้าใหม่ ล้วนแล้วแต่เป็นการใช้เว็บไซต์ myspace.com เพื่อตอบสนองความพึงพอใจและเพื่อประโยชน์ส่วนบุคคลและกลุ่มทั้งสิ้น

## 2.8 แนวคิดโพสต์โมเดิร์น

แนวคิดโพสต์โมเดิร์น หมายถึง แนวคิดที่เกิดขึ้นจากสภาวะการสูญเสียดังหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นแนวคิดที่เน้นทัศนคติ บรรยายภาพ ภูมิปัญญา โดยมีหลักการคิดที่ไม่สอดคล้องกับแนวคิดและความเชื่อในยุคโมเดิร์น ที่ให้ความสำคัญกับการค้นพบทางวิทยาศาสตร์ที่เชื่อว่าเป็นหนทางนำไปสู่ปัญญา อันนำไปสู่ความก้าวหน้าของมนุษยชาติ โดยหลักการของแนวคิดโพสต์โมเดิร์นคือการปฏิเสธสิ่งที่เชื่อว่าเป็นความจริงแท้ โดยมีแนวคิดที่ไม่มีข้อเท็จจริงใดใช้ได้กับทุกเหตุการณ์ ทุกเวลา และทุกโอกาส แต่ไม่ได้หมายความว่าไม่ยอมรับความเป็นเหตุเป็นผลหรือความเป็นจริง แต่เชื่อว่าเหตุผลหรือความเป็นจริงไม่ใช่ข้อสรุปเดียว แนวคิดโพสต์โมเดิร์นมองสภาวะการณ์ของสังคมภายใต้บริบทและเงื่อนไขที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่เชื่อมั่นในทุกสิ่งทุกอย่างที่เคยเป็นรากฐานของยุคโมเดิร์น หรือยุคสมัยใหม่ ซึ่งเมื่อนำแนวคิดโพสต์โมเดิร์นและแนวคิดโมเดิร์นมาเปรียบเทียบกันจะเห็นข้อแตกต่างดังต่อไปนี้

แนวคิดโมเดิร์น	แนวคิดโพสต์โมเดิร์น
เชื่อในตำนาน ประวัติศาสตร์ในยุคก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ตามที่ได้รับฟังคำบอกเล่ามาจากผู้นำในการเล่าเรื่อง หรือบันทึกประวัติศาสตร์	ต่อต้านเรื่องราวที่ถูกถ่ายทอดโดยผู้นำในการเล่าเรื่อง ด้วยการเสียดสีประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมที่ยึดถือปฏิบัติสืบทอดกันมา

เชื่อในแนวคิดทฤษฎีหลักทางวิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ว่าเป็นตัวแทนความรู้และสามารถอธิบายทุกสรรพสิ่งได้	ปฏิเสธแนวคิดทฤษฎีหลัก เปิดรับเฉพาะแนวคิดที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และทฤษฎีที่ไม่แน่นอน ตายตัว
ศรัทธาในความเป็นเอกภาพของสังคมและวัฒนธรรม การแบ่งชนชั้น ค่านิยมประจำชาติ	มีความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม ไม่มีเอกภาพ
เล่าเรื่องพัฒนาการของมนุษย์ผ่านมุมมองทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	ตั้งข้อสงสัยในพัฒนาการของมนุษย์ มีปฏิกิริยาที่ต่อต้านเทคโนโลยี
มีอัตลักษณ์ที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มองตนเองเป็นจุดศูนย์กลาง	มีอัตลักษณ์ที่แบ่งแยกย่อยออกเป็นหลากหลายรูปแบบ เป็นอัตลักษณ์ที่ขัดแย้งกัน ไม่ยึดตัวเองเป็นจุดศูนย์กลาง
ยึดสถาบันครอบครัวเป็นหน่วยกลางของลำดับชั้นทางสังคม เป็นรูปแบบของครอบครัวชนชั้นกลาง ยึดบรรทัดฐานการแต่งงานระหว่างชายหญิงเป็นหลัก	หน่วยของครอบครัวเป็นไปในรูปแบบใหม่ การแต่งงานและการเลี้ยงดูบุตรของชนชั้นกลางมีทางเลือกใหม่มากขึ้น มีความหลากหลายทางเพศ และมีการเปิดเผยเรื่องรักร่วมเพศที่ถูกเก็บกดมานานไว้ นำเสนอความจริงทางเพศในวัฒนธรรม
ระบบการปกครองแบบรวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลาง	ระบบการปกครองแบบกระจายอำนาจ
ศรัทธาในพรรคการเมืองใหญ่ พรรคประจำรัฐ การเมืองระดับชาติ	เชื่อใจในการเมืองระดับจุลภาค การเมืองที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์ของตนเอง การเมืองระดับท้องถิ่น
มุ่งเน้นการเปรียบเทียบเชิงลึก เน้นการตีความความหมาย ค่านิยม เนื้อหา สัญลักษณ์	สนใจการเปรียบเทียบในระดับผิวเผิน เล่นกับภาพลักษณ์และสัญลักษณ์ โดยไม่คำนึงถึงความหมายเชิงลึก
สื่อดั้งเดิม การสื่อสารแบบ one-to-many	สื่อสมัยใหม่ การสื่อสารแบบ many-to-many
จริงจังกับจุดมุ่งหมายที่จะประสบความสำเร็จตามค่านิยมของชนชั้นกลาง	ล้อเลียน เสียดสี ประชดประชน ความจริงจังในการใช้ชีวิตและการประสบความสำเร็จแบบชนชั้นกลาง

ศรัทธาในความจริงแท้ สิ่งที่เป็นต้นฉบับดั้งเดิมมากกว่าจะเชื่อถือในภาษา และสัญญาณที่นำเสนอผ่านสื่อ	สิ่งจำลองมีอำนาจเหนือความจริงแท้ สังคมให้ความสำคัญกับสิ่งที่ล้ำความจริง และการจำลองภาพ “ภาพที่เห็นในทีวี” มีอิทธิพลมากกว่าประสบการณ์อื่นที่ไม่ได้พบเห็นผ่านสื่อ
แบ่งแยกวัฒนธรรมระดับสูงและวัฒนธรรมระดับต่ำอย่างชัดเจน	สลายอำนาจของวัฒนธรรมระดับสูงด้วยวัฒนธรรมประชานิยม ด้วยการนำสิ่งที่เป็นที่นิยมในคนหมู่มากมาผสมผสานกับวัฒนธรรมระดับสูง
วัฒนธรรมมวลชน การตลาดเพื่อมวลชน	การตลาดเฉพาะกลุ่ม เจาะกลุ่มเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์แตกต่างกัน แยกย่อยเป็นหลายรูปแบบ
ศิลปะคือวัตถุที่เป็นผลงานของศิลปินต้นฉบับขนานแท้ ที่ได้รับการยอมรับ	ศิลปะคือกระบวนการ การแสดง ที่นำต้นฉบับทางวัฒนธรรมมาปรับโฉมใหม่โดยตัวผู้เสพย์เอง แดกแขนงออกเป็นวัฒนธรรมย่อยที่มีอัตลักษณ์ร่วมกับตัวศิลปินต้นฉบับ

ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแนวคิด โมเดิร์นและแนวคิด โพสต์โมเดิร์น (Martin Irvine, 2003)

จากตารางเปรียบเทียบข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความหมายของคำว่า โพสต์โมเดิร์นที่ถูกใช้ในบริบทที่แตกต่างกันไป 3 บริบทด้วยกันอันได้แก่

- โพสต์โมเดิร์นในบริบทสภาพสังคม หมายความว่า สังคมในปัจจุบันอยู่ในยุคหลังสมัยใหม่ ซึ่งเป็นสถานะที่เกิดความแปรปรวนขึ้นในค่านิยมด้านต่างๆ เห็นได้ชัดในวัฒนธรรมบริโภคนิยม อันเกิดจากระบบทุนนิยม อย่างที่ Jean Baudrillard ได้เคยกล่าวไว้ว่ายุคโมเดิร์นเป็นยุคที่ถูกครอบงำด้วยการผลิตแบบทุนนิยมอุตสาหกรรม การบริโภคในยุคโพสต์โมเดิร์นเป็นการบริโภคสัญญาณที่สามารถสะท้อนตัวตนของผู้บริโภค มากกว่าที่จะบริโภคเพื่อประโยชน์ใช้สอยที่แท้จริง และ ในขณะที่ยุคโพสต์โมเดิร์นมีเทคโนโลยีใหม่ๆเกิดขึ้น ทำให้เกิดการผลิตซ้ำสินค้าที่เป็นสินค้าวัตถุเชิง

วัฒนธรรมที่พัฒนาขึ้น ซึ่งการผลิตซ้ำดังกล่าวทำให้เกิดสิ่งแบบจำลองความจริง (hyper reality) ที่เต็มไปด้วยสิ่งจำลองจนไม่สามารถแยกแยะสิ่งที่เป็นจริงแท้ออกจากสิ่งจำลองได้

- โปสตร์โมเดิร์นในบริบทของแนวทางการสร้างสรรค์งานศิลปะ หมายถึง การสร้างสรรค์งานศิลปะที่ท้าทายค่านิยมทางสุนทรียศาสตร์ในยุคโมเดิร์น การนำวัฒนธรรมชั้นสูงมาผสมผสานกับวัฒนธรรมประชานิยม ทำให้ลดความเหลื่อมล้ำระหว่างศิลปะของชนชั้นสูงและศิลปะของชนชั้นล่าง กลายเป็นวัฒนธรรมประชานิยมที่ศิลปะกลายเป็นสินค้าที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ อีกทั้งยุคโปสตร์โมเดิร์นมีความสามารถในการผลิตซ้ำสูง ทำให้กระบวนการสร้างสรรค์งานศิลปะในยุคนี้ยอมรับการผลิตซ้ำไปโดยปริยาย ไม่สนใจผู้สร้างสรรค์งานที่เป็นต้นฉบับ นำรูปแบบศิลปะในอดีตมาผสมผสานสร้างงานที่แปลกใหม่และดูเหมือนไม่น่าจะเข้ากันได้ โดยไม่เน้นความหมายลึกซึ้งในผลงาน ในส่วนของงานวรรณกรรมก็เปลี่ยนรูปแบบการเล่าเรื่องไปจากเดิม คือการปฏิเสธการเล่าเรื่องแบบเป็นเส้นตรง และตั้งข้อสงสัยรวมไปถึงวิพากษ์วิจารณ์การเล่าเรื่องดังกล่าว
- โปสตร์โมเดิร์นในบริบทของสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ หมายถึง แนวคิดที่เกิดขึ้นหลังโครงสร้างนิยม มักจะนำเสนอมุมมองใหม่ๆ ตั้งคำถามต่อทฤษฎีและองค์ความรู้ที่เชื่อถือกันมาตั้งแต่ยุคแห่งความรู้แจ้ง (Enlightenment Age) สืบจนถึงปัจจุบัน แนวคิดโปสตร์โมเดิร์นตั้งคำถามกับความจริงที่พิสูจน์ได้ด้วยเหตุผลทางวิทยาศาสตร์ ว่าความจริงที่ได้มานั้นเป็นความจริงแท้หรือไม่ และได้แย้งว่าความจริงเหล่านี้ไม่ได้เหนือกว่าความจริงรูปแบบอื่นๆ แต่อย่างใด อีกทั้งยังปฏิเสธค่านิยมบรรทัดฐานดั้งเดิมอย่างเช่นครอบครัวไม่จำเป็นต้องประกอบไปด้วยพ่อ แม่ และลูก จึงจะเรียกได้ว่าครอบครัว ครอบครัวที่พ่อแม่หย่าร้างหรือแยกกันอยู่ก็ถือว่าเป็นครอบครัวเช่นเดียวกัน หรือเพศสภาพที่มีอยู่ในสังคมไม่ได้มีเพียงเพศชายและเพศหญิง แต่ยังมีเพศที่สามหรือพวกกรักร่วมเพศที่มีอยู่จริงในสังคม

### อัตลักษณ์และปัจเจกชนในแนวคิดโพสต์โมเดิร์น

อัตลักษณ์ในแนวคิดโพสต์โมเดิร์นคือการตั้งศูนย์กลางออกจากตัวปัจเจกชน หมายถึง การไม่ให้สิทธิ์แก่ปัจเจกชนในฐานะผู้กระทำ ทั้งยังทลายมายาคติว่าคนเราน่าจะเป็นเจ้าของหรือควบคุมพฤติกรรมตนเองได้ และการเน้นถึงการไร้สาระยะอันเป็นสากลของปัจเจกภาพ ความเป็นปัจเจกจึงถูกเน้นในฐานะกระบวนการทางสังคมของการสร้างอัตลักษณ์ มากกว่าการมุ่งเน้นอัตลักษณ์ที่มีลักษณะตายตัว อัตลักษณ์เป็นกระบวนการที่ปัจเจกต่อรอง ตั้งคำถาม หรือปฏิเสธตำแหน่งทางสังคมที่ถูกยึดเย็บให้ ทั้งนี้การปฏิเสธไม่จำเป็นต้องแสดงออกด้วยการต่อต้านอย่างตรงไปตรงมา หรือสร้างอัตลักษณ์ตรงข้ามขึ้นมา แต่เป็นไปได้ในรูปแบบการเล่นกับขีดจำกัดที่ถูกตีกรอบกำหนดไว้ โดยการพลิกแพลงนัยยะหรือสร้างความหมายใหม่ขึ้นมาแทน

เมื่อก้าวถึงปัจเจกชนตามวิถีโพสต์โมเดิร์นเราสามารถสรุปคุณลักษณะของพวกเขาได้ดังต่อไปนี้ ปัจเจกชนแบบโพสต์โมเดิร์นเป็นคนยืดหยุ่น ให้ความสำคัญกับอารมณ์ความรู้สึกภายในของตนเอง สร้างความเป็นจริงทางสังคมตามแบบฉบับของตนเอง แต่ถือว่าความเป็นจริงทั้งหมดเป็นเพียงความคิดส่วนบุคคล ชอบหาความหมายให้กับตนเอง ชอบคิดวิพากษ์วิจารณ์ตนเอง ปัจเจกชนแบบโพสต์โมเดิร์นสนใจเฉพาะชีวิตของตนเอง อยู่กับปัจจุบันไม่วางแผนอนาคต เน้นการหาความพอใจเพื่อตนเองในแบบของตนเองตามแนวคิดสุชนิยม ไม่ยึดติดกับค่านิยมที่มีมาแต่เดิมอย่างเช่น การแต่งงาน สถาบันครอบครัว การแบ่งเชื้อชาติ และการนับถือศาสนา แต่ก็มีความรู้สึกโหยหาอดีต (nostalgia) หมายถึงการมองโลกในมุมมองของคนในปัจจุบันที่มีต่ออดีตที่ผ่านไปแล้ว ไม่เชื่อในความเป็นเอกภาพของชุมชน แต่เชื่อในชุมชนที่เต็มไปด้วยความหลากหลาย

โดยสรุปแล้วปัจเจกชนแบบโพสต์โมเดิร์นไม่มีอัตลักษณ์ที่แน่นอน ไม่ยอมรับกฎเกณฑ์บรรทัดฐานใดๆ ที่เป็นตัววัดตัดสินว่าอะไรคือสิ่งที่ดี งาม และจริง มีทัศนะเป็นของตนเอง สามารถเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของตนเองได้ตลอดเวลา เปรียบเสมือนการนำบุคลิกต่างๆ มาประกอบเข้าด้วยกันจนกลายเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตน ที่เต็มไปด้วยความ

หลากหลาย แต่ในขณะที่เดียวกันก็ขัดแย้งกันเอง แต่ก็สามารถอยู่ร่วมกันได้เนื่องจากแนวคิดโพสต์โมเดิร์นยอมรับในความจริงที่หลากหลาย

ในการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อตอบคำถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์กลุ่มที่พบบนหน้า profile ในเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com ผู้วิจัยได้นำแนวคิดโพสต์โมเดิร์นมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ถึงคุณลักษณะของอัตลักษณ์กลุ่มของสมาชิกในกลุ่มปาร์ตี้คืนดินนอกระแสดัง ซึ่งเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยทางดนตรีที่มีอัตลักษณ์และพฤติกรรมที่ตรงกับแนวคิดโพสต์โมเดิร์นอยู่หลายด้าน ทั้งทางด้านการบริโภค ด้านทัศนคติการใช้ชีวิต และด้านการสร้างสรรค์งานศิลปะ ซึ่งผู้วิจัยจะวิเคราะห์อย่างละเอียดต่อไปในบทที่กล่าวถึงผลการวิจัยทางด้านอัตลักษณ์กลุ่มที่แสดงผ่านหน้า profile ภายในเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com

## 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.9.1 นิตยสาร a day กับภาพสะท้อนของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยแบบโพสต์โมเดิร์น โดย การณิก ยิ้มพัฒนา, 2548

เป็นงานวิจัยที่มุ่งศึกษาลักษณะแบบโพสต์โมเดิร์นที่ปรากฏในนิตยสาร a day รวมทั้งเพื่อทราบลักษณะของโพสต์โมเดิร์นที่สะท้อนในวิถีชีวิตของผู้อ่าน ทั้งนี้ศึกษาจากการวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสาร a day การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกตัวแทนของผู้ผลิตนิตยสาร ประกอบกับข้อมูลบุคคลที่เกี่ยวข้องจากการจัดกลุ่มสนทนาผู้อ่านนิตยสาร a day จากการศึกษาพบว่า ลักษณะแบบโพสต์โมเดิร์นที่ปรากฏในนิตยสาร a day จำแนกตามที่มาหรือกระบวนการได้เป็น 4 ประการคือ ประการแรก ท่าทีแบบโพสต์โมเดิร์นที่เป็นผลจากวิถีคิดของผู้ก่อตั้ง ประการที่สอง ความเป็นโพสต์โมเดิร์นที่ปรากฏในสิ่งที่ผู้ผลิตหยิบยกขึ้นมาพูด ประการที่สาม ลีลาการเขียนที่ใช้เทคนิคการประพันธ์แบบโพสต์โมเดิร์น และ ประการสุดท้ายคือเนื้อหาที่สะท้อนลักษณะของผู้คนและสังคม รวมทั้งวัฒนธรรมการบริโภคแบบโพสต์โมเดิร์น ส่วนลักษณะของโพสต์โมเดิร์นที่สะท้อนในวิถีชีวิตของผู้อ่านนิตยสาร a day นั้น พบในลักษณะที่เกาะอยู่เฉพาะส่วนผิวของแนวคิดโพสต์โมเดิร์น กล่าวคือ ผู้อ่านมีคตินิยมแบบโพสต์โมเดิร์นในแง่ของรสนิยมทางด้านศิลปะ และรูปแบบที่แตกต่างของนิตยสาร a day อันเป็นลักษณะหนึ่งของโพสต์โมเดิร์นเท่านั้น

ซึ่งผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษารูปแบบของวัฒนธรรมย่อยกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแส ซึ่งถือเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่อยู่ในกลุ่มโพสต์โมเดิร์นเช่นเดียวกัน โดยศึกษาจากลักษณะของอัตลักษณ์เฉพาะตัวของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยปาร์ตี้คนตรีนอกระแสที่พบในเว็บไซต์ myspace.com ว่ามีองค์ประกอบหรือเครื่องบ่งชี้ใดที่แสดงถึงอัตลักษณ์กลุ่มของวัฒนธรรมย่อยกลุ่มนี้ได้ชัดเจนที่สุด

## 2.9.2 กระบวนการสื่อสารกลุ่มและอัตลักษณ์ของศิลปิน “เพลงอินดี้” โดย จูติมา ธารารัตนกุล, 2548

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการก่อกำเนินศิลปินอินดี้ในประเทศไทยตลอดจนศึกษากระบวนการสื่อสารกลุ่ม และอัตลักษณ์ของศิลปินเพลงอินดี้ในประเทศไทย รูปแบบการวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่ากระบวนการสื่อสารกลุ่มของศิลปินอินดี้จะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล เนื่องจากกลุ่มศิลปินมีขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เป็นเพื่อนกันมาตั้งแต่สมัยเรียน มีทัศนคติไปในทางเดียวกัน จึงพูดคุยกันได้ง่ายขึ้นส่วนในการทำงาน ก็สามารถหาที่รวมตัวกันทำงานได้ตามห้องบันทึกเสียงหรือบ้านเพื่อนคนใดคนหนึ่งทุกคนจะรับผิดชอบงานด้านที่ตนเองถนัด และทำงานอย่างมีอิสระ อัตลักษณ์ของศิลปินอินดี้ คือ เอกลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะของวงแต่ละวงที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของชื่อวง, บุคลิกลักษณะของสมาชิกในวง, การแต่งกาย, แนวดนตรี, เนื้อหาเพลง, ขั้นตอนการทำงาน ตลอดจนรูปแบบการแสดงคอนเสิร์ต สิ่งเหล่านี้ถือเป็นเสน่ห์ของวงแต่ละวง แต่แน่นอนว่าจุดร่วมที่ศิลปินอินดี้มีเหมือนกัน คือ การได้ปลดปล่อยจินตนาการความคิดผ่านบทเพลง ผ่านการแสดงออกทางดนตรี ที่เป็นอิสระ ไม่มีใครบังคับ กระบวนการสื่อสารกลุ่ม สามารถสร้างการดำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ให้กับศิลปินอินดี้ได้ เพราะกระบวนการสื่อสารกลุ่มมีทั้งแรงสนับสนุนที่ทำให้กลุ่มยังดำเนินต่อไปได้ และแรงสักระจะจะเป็นการลดความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ความเป็นศิลปินอินดี้ลงไป แรงสนับสนุนที่ช่วยให้ศิลปินอินดี้ดำรงอยู่ได้คือ การสร้างเครือข่ายพันธมิตรของกลุ่มอินดี้ด้วยตนเอง ตลอดจนมีช่องทางจำหน่ายผลงานจากบริษัทจัดจำหน่ายและร้านค้าปลีกสำหรับเพลงอินดี้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำงานวิจัยชิ้นนี้มาเป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องกระบวนการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์และความสัมพันธ์ออฟไลน์ โดยดูแบบอย่างการศึกษาจากกระบวนการสื่อสารกลุ่มของศิลปินอินดี้ ที่ถือเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่อยู่นอกระแส



หลักเช่นเดียวกับกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแส และยังนำการศึกษาถึงอัตลักษณ์กลุ่มของ ศิลปินอินดี้ มาเป็นแนวทางในการศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสได้อีกด้วย

### 2.9.3 ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย โดย ชลววรรษ วงษ์อินทร์, 2548

เป็นงานวิจัยที่ศึกษาลักษณะกลุ่ม การรวมกลุ่ม การแสวงหาข่าวสาร และปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการฟังเพลงเฮฟวีเมทัล ของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย ในฐานะ กลุ่มผู้รับสารแบบกลุ่มแฟนหรือรสนิยมทางวัฒนธรรม (fan group or taste culture) ภายใต กรอบแนวคิดเรื่องวัฒนธรรม วิธีการเก็บข้อมูลได้ประยุกต์ใช้วิธีการแบบชาติพันธุ์วิทยา ซึ่ง ประกอบไปด้วยการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการ สทนทนาอย่างไม่เป็นทางการ

ผลการวิจัยพบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้นมีความหลากหลายใน ด้านประชากร และมีการรวมกลุ่มกันอย่างเหนียวแน่น โดยมีเครือข่ายการสื่อสารทั้งแบบ ศูนย์กลางและแบบกระจายอำนาจ การรวมกลุ่มที่สำคัญที่สุดของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลใน ประเทศไทยคือ การชมคอนเสิร์ตซึ่งมีการจัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ โดยการชมคอนเสิร์ตนี้จะ เป็นการรวมกลุ่ม ที่แฟนเพลงสามารถแสดงอัตลักษณ์ออกมาได้ และจากการรวมกลุ่มชม คอนเสิร์ต ทำให้แฟนเพลงขยายความสัมพันธ์โดยมีการรวมกลุ่มทำกิจกรรมต่างๆ เป็นผล ทำให้กลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยมีความเหนียวแน่นและยั่งยืน ถึงแม้ว่า ปัจจุบันทั้งวิทยุและโทรทัศน์จะ ไม่มีการนำเสนอเรื่องราวของคนตรีเฮฟวีเมทัล แต่แฟน เพลงเฮฟวีเมทัลก็อยู่ในฐานะผู้รับสารที่มีศักยภาพในการเลือกรับสื่อ และใช้ประโยชน์จาก สื่อได้เป็นอย่างดี โดยสื่อหลักที่แฟนเพลงใช้แสวงหาข่าวสารคือสื่ออินเทอร์เน็ต นอกจากนั้นแล้วแฟนเพลงยังใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ในการสร้างเครือข่ายติดต่อสื่อสารกัน ระหว่างกลุ่มด้วย

สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้จะนำเรื่องเครือข่ายการสื่อสารและการรวมกลุ่มของแฟน เพลงเฮฟวีเมทัล มาเป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องการขยายเครือข่ายสมาชิกของกลุ่มปาร์ตี้ คนตรีนอกระแส เนื่องจากผู้วิจัยเห็นว่าทั้งกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล และกลุ่มปาร์ตี้คนตรี นอกระแสเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่สร้างอัตลักษณ์เฉพาะตน โดยได้รับอิทธิพลจากแนว

คนตรีเช่นเดียวกัน และอาศัยการขยายเครือข่ายและการรวมกลุ่มทำกิจกรรมเพื่อดำรงไว้ซึ่งกลุ่มของตนเหมือนกัน แต่ในงานวิจัยชิ้นนี้เลือกที่จะศึกษาการขยายเครือข่าย และการมีปฏิสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com ที่ถือเป็นสื่อใหม่ที่ช่วยให้การขยายเครือข่าย และการรวมกลุ่มทำกิจกรรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังนำระเบียบวิธีวิจัยมาเป็นตัวแบบในด้านลักษณะโครงสร้างคำถามในการสัมภาษณ์เจาะลึก และการสังเกตการณ์ภาคสนาม

#### 2.9.4 การสร้างอัตลักษณ์ในอัลบั้มภาพออนไลน์ โดย นราธิป วิรุฬห์ชาติพันธ์, 2548

เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของผู้สร้างอัลบั้มภาพออนไลน์ และวิเคราะห์กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ในอัลบั้มภาพออนไลน์ รวมถึงค้นหาสาเหตุที่ก่อให้เกิดปรากฏการณ์เกิดอัลบั้มภาพออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาในอัลบั้มออนไลน์ประกอบด้วยการใช้จรรยาบรรณและอวัจนภาษา โดยเนื้อหาสามารถบ่งบอกอัตลักษณ์ของผู้สร้างอัลบั้มภาพออนไลน์ ใน 4 มิติ ได้แก่ 1) อัตลักษณ์ทางเพศ ประกอบด้วยเพศตามคติชีววิทยา 2) อัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพ 3) อัตลักษณ์ทางสถานภาพทางสังคม 4) อัตลักษณ์ทางรูปแบบการใช้ชีวิต โดยอัตลักษณ์ของผู้สร้างอัลบั้มภาพออนไลน์ทั้งหมดที่แสดงออก มีทั้งอัตลักษณ์ส่วนตัว และอัตลักษณ์ร่วม

กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ประกอบด้วยขั้นตอนการตระหนักรู้ ขั้นตอนการสร้างอัลบั้มออนไลน์ ขั้นตอนการเผยแพร่ตัวตน หรือภาพตัวตน ขั้นตอนการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงแก้ไข พบว่าในแต่ละขั้นตอนให้ความหมายเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของเจ้าของอัลบั้มภาพออนไลน์ และมักมีการคัดเลือกปรับแต่ง เพื่อนำเสนออัตลักษณ์ในด้านบวก เพื่อต้องการดูดีและเป็นที่ยอมรับ หรือเพื่อวัตถุประสงค์ในการดึงดูดใจ โดยเทคโนโลยีได้เอื้ออำนวยแก่การสร้างอัตลักษณ์ในแต่ละขั้น และเป็นอำนาจในการบอก ว่า "ฉันคือใคร?"

จากงานวิจัยดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์อัตลักษณ์กลุ่มวัฒนธรรมย่อยปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส ที่แสดงออกผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ประเภท social networking ที่มีรูปแบบใกล้เคียงกับอัลบั้มภาพออนไลน์ โดยนำมา

ศึกษาระเบียบวิธีวิจัย และเครื่องมือในการเก็บข้อมูลอย่าง coding sheet เป็นแบบอย่างในการเลือกองค์ประกอบและปัจจัยต่างๆที่ควรบันทึกในการเก็บข้อมูลด้วย coding sheet

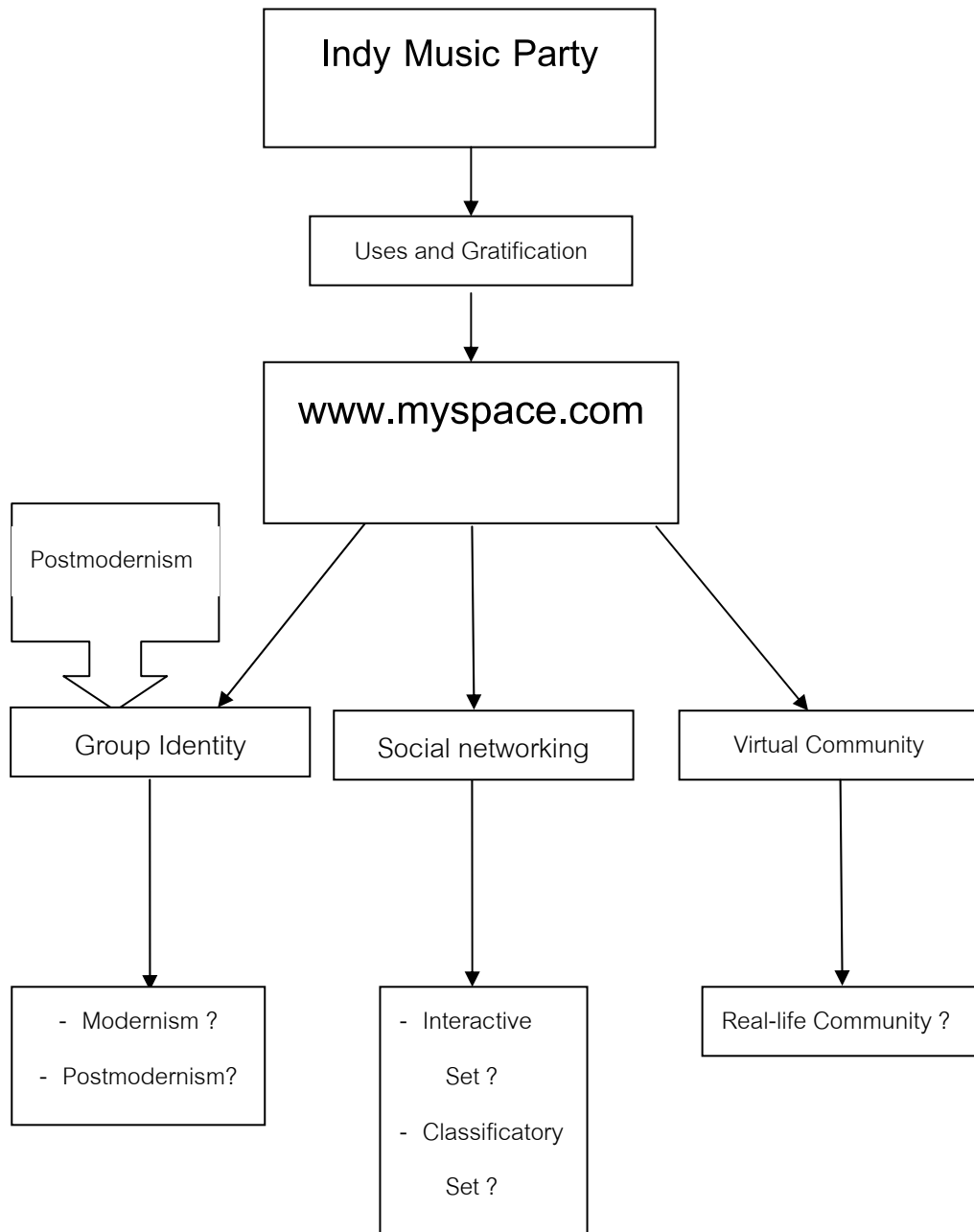
- 2.9.5 บทบาทของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์กับการสร้างความสัมพันธ์แบบชุมชนเสมือนจริงของผู้สูงอายุสมาชิก oppy club โดย ม.ล.ศุภนิศา เกษมสันต์, 2546

เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกสมาชิก OPY Club การเข้าไปสังเกตการณ์ในสถานที่จริง และการวิเคราะห์เนื้อหาในเว็บไซต์ เว็บบอร์ด โดยใช้แนวคิดบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ แนวคิดเทคโนโลยีสื่อใหม่ และแนวคิดเรื่องชุมชนและชุมชนเสมือน

ผลงานวิจัยพบว่า บทบาทของ CMC ที่มีต่อผู้สูงอายุ แบ่งออกเป็น บทบาทระดับบุคคล คือการพัฒนาคุณภาพชีวิต การมีทางเลือกในการสื่อสารมากขึ้น และการเพิ่มพูนภาพลักษณ์ตนเอง บทบาทในการสร้างชุมชน ทั้งในรูปแบบชุมชนจริงและชุมชนเสมือน โดยเป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ผ่านสื่อกลางทางคอมพิวเตอร์

ซึ่งสามารถนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาการมีปฏิสัมพันธ์ การเชื่อมโยงระหว่างความสัมพันธ์ออนไลน์และความสัมพันธ์ออฟไลน์โดยใช้แนวคิดชุมชนเสมือน หรือชุมชนออนไลน์ และแนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อกลางทางคอมพิวเตอร์ ในกลุ่มวัฒนธรรมย่อย ปาร์ตี้คนตรีนอกระแส ผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com ซึ่งถือเป็นเว็บไซต์ที่ช่วยสร้างความพันธ์ในชุมชนเสมือนเช่นเดียวกัน

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่องเว็บไซต์ myspace.com กับบทบาทในการเสริมสร้างและขยายเครือข่ายกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสดังกล่าวเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งวิเคราะห์การใช้เว็บไซต์ myspace.com ของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสดังกล่าว เพื่อศึกษาบทบาทในการขยายเครือข่ายทางสังคมของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย และวิเคราะห์ถึงการเสริมสร้างวัฒนธรรมย่อยผ่านการสร้างอัตลักษณ์กลุ่มที่แสดงผ่านสื่อเว็บไซต์ myspace.com และกระบวนการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในโลกไซเบอร์มาสู่ความสัมพันธ์ในชีวิตจริง

#### 3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 3.1.1 การสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) ทำการสัมภาษณ์ผู้เป็นแกนนำกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสดังกล่าวจำนวน 8 กลุ่ม และสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสดังกล่าวที่ติดต่อผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com อย่างสม่ำเสมออีก 40 คน
- 3.1.2 การวิเคราะห์เนื้อหาหน้า profile (content analysis) โดยศึกษาในเชิงคุณภาพโดยการแปลความหมาย (interpretation) และตีความการสร้างอัตลักษณ์กลุ่ม
- 3.1.3 การสังเกตการณ์ภาคสนาม (field observation) โดยเข้าไปสังเกตการณ์ในงานปาร์ตี้คนตรีนอกระแสดังกล่าว เพื่อศึกษาลักษณะกิจกรรม และอัตลักษณ์กลุ่มในชีวิตออนไลน์ และสังเกตการณ์จากการปฏิสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ myspace.com เพื่อศึกษาถึงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์มาสู่ชีวิตจริงของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสดังกล่าว

#### 3.2 หน่วยในการวิเคราะห์

หน่วยในการวิเคราะห์สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทด้วยกันได้แก่

- 3.2.1 หน่วยในการวิเคราะห์ประเภทเอกสาร ได้แก่

- เนื้อหาในหน้าโฮมเพจประวัติส่วนตัว (personal profile) ของสมาชิก (friends) ในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสกลุ่มต่างๆ
- เนื้อหาในหน้าโฮมเพจประวัติส่วนตัว (personal profile) ของบุคคลที่เลือกให้กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสขึ้นเป็น Top Friend ในหน้า profile ของตน

### 3.2.2 หน่วยในการวิเคราะห์ประเภทบุคคล ได้แก่

- เจ้าของหน้า profile ในเว็บไซต์ myspace.com ที่เป็น friend ในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้หมุนเวียน ที่ถูกเลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยชิ้นนี้
- แกนนำกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสที่ใช้พื้นที่ในหน้า profile ของเว็บไซต์ myspace.com ในการสื่อสารและสร้างเครือข่ายทางสังคมเป็นหลัก

## 3.3 ประชากร

3.3.1 ประชากร คือ หน้า personal profile ของสมาชิกในเครือข่ายกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส ในเว็บไซต์ myspace.com

3.3.2 ประชากร คือ สมาชิก (friends) ในเครือข่ายกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส ที่มีการเขียนบล็อก อัปโหลดรูปภาพและมัลติมีเดีย เขียน comment ใส่รายละเอียดในส่วนของ details interest ค่อนข้างละเอียด และมีการตกแต่งกราฟฟิกหน้า profile ของตัวเองอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสอย่างสม่ำเสมอ

## 3.4 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับหน่วยในการวิเคราะห์ประเภทเอกสาร ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง

(purposive sampling) โดยเลือกจากหน้า Profile ของสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้หมุนเวียนที่ใช้พื้นที่และบริการผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com ในการขยายเครือข่าย การติดต่อสื่อสาร และสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตน อันได้แก่กลุ่มปาร์ตี้ดังต่อไปนี้

- กลุ่ม Dudesweet
- กลุ่ม Soma
- กลุ่ม Coco night
- กลุ่ม Itsblog Party
- กลุ่ม Trasher
- กลุ่ม Happy Alone
- กลุ่ม Mayhem
- กลุ่ม Mutiny

โดยสุ่มเลือกมาจำนวน 80 หน้า profile ด้วยกัน ซึ่ง Profile ที่เลือกมาจะต้องเป็น profile ที่มีความเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอ หมายถึง มีการตกแต่งด้วยกราฟฟิกและมัลติมีเดียที่แสดงออกถึงตัวตนของเจ้าของ profile อย่างชัดเจน โดยเฉพาะการแสดงออกถึงรสนิยมส่วนบุคคล ซึ่งสามารถดูจากรายละเอียดในส่วน Interest ในหน้า profile เป็นเครื่องบ่งชี้ได้ มีข้อความ Comment ที่เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ มีการอัปโหลดผลงานหรือเนื้อหาของเจ้าของ profile เอง

สำหรับการสุ่มตัวอย่างของหน่วยในการวิเคราะห์ประเภทบุคคล ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) โดยเลือกจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิก (friends) ในเครือข่ายกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสดังต่อไปนี้

- กลุ่ม Dudesweet
- กลุ่ม Soma
- กลุ่ม Coco night
- กลุ่ม Itsblog Party
- กลุ่ม Happy Alone
- กลุ่ม Mayhem
- กลุ่ม Munity
- กลุ่ม Trasher

โดยใช้วิธีสุ่มเลือกจาก friends หมายถึงสมาชิกในเครือข่ายที่ถูกเลือกให้แสดงลิงค์เชื่อมต่อไปยังหน้า personal profile ของสมาชิกเหล่านั้นจากหน้า personal profile ของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรี นอกกระแสที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- แสดงออกถึงรสนิยมทางด้านดนตรีที่ตรงกับแนวดนตรีของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส
- เลือกกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสเป็น Top friend
- มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเกี่ยวกับการไปงานปาร์ตี้อยู่เสมอ
- หน้า profile มีการอัปเดตข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ มีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง

โดยสุ่มเลือกทั้งหมด 40 คนจาก 80 หน้า profile ที่เลือกมาเป็นข้อมูลวิเคราะห์ทางด้านเอกสาร โดยเลือกเฉพาะเจ้าของหน้า profile ที่มีพฤติกรรมในการปรับแต่ง และมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกในเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ หากหน้า personal profile ของสมาชิกคนใดในกลุ่มดังกล่าวไม่มีความเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอก็จะถูกตัดออกจากการเป็นกลุ่มตัวอย่าง แล้วทำการสัมภาษณ์เจาะลึกเพื่อวิเคราะห์ถึงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์และความสัมพันธ์ออฟไลน์

ส่วนแกนนำกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสจำนวน 8 กลุ่ม ที่กล่าวถึงข้างต้นจะนำมาสัมภาษณ์เจาะลึกเพื่อศึกษาถึงการขยายเครือข่ายสมาชิกเพิ่มเติมได้แก่เจ้าของหน้า profile ในเว็บไซต์ myspace.com ดังต่อไปนี้

- กลุ่ม Dudesweet ได้แก่ พงษ์สรวง คุณประสพ เจ้าของ profile  
<http://www.myspace.com/busypartyboy>
- กลุ่ม Soma ได้แก่ เจ้าของ profile <http://www.myspace.com/clubsomabkk>
- กลุ่ม Coco night ได้แก่ ฐิติญาภรณ์ ปาณิกบุตร เจ้าของ profile  
<http://www.myspace.com/coconight>
- กลุ่ม Itsblog Party ได้แก่ ปิยะวิภา อินทรพัทธ์ เจ้าของ profile  
[http://www.myspace.com/its\\_blogparty](http://www.myspace.com/its_blogparty)
- กลุ่ม Trasher ทิชากร ภูเขาทองเจ้าของ profile  
<http://www.myspace.com/tuinuisuda>
- กลุ่ม Happy Alone วรรณถ พัทรีกร เจ้าของ profile  
<http://www.myspace.com/happyaloneparty>



- กลุ่ม Project Mayhem ได้แก่ สมโภช ทองไพบูลย์ เจ้าของ profile  
<http://www.myspace.com/mayhemthailand>
- กลุ่ม Mutiny ได้แก่ ฅกานต์ เทพหัสติน ฅ อรุณยา เจ้าของ profile  
<http://www.myspace.com/mutinyparties>

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 3.5.1 ในส่วนของการศึกษาเรื่องขยายเครือข่ายสมาชิกกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแส จะใช้วิธีสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) แกนนำหลักของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสทั้งหมด 8 กลุ่ม โดยจะทำการนัดหมายผ่านทางเว็บไซต์ [myspace.com](http://myspace.com) หรือทางโทรศัพท์เพื่อทำการสัมภาษณ์ตัวต่อตัว หากผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่สะดวกก็จะใช้วิธีสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์แล้วบันทึกเทปไว้ จากนั้นนำมาวิเคราะห์ถึงกระบวนการขยายเครือข่ายสมาชิก และบรรทัดฐานในการคัดเลือกสมาชิก
- 3.5.2 ในการศึกษาเรื่องการสร้างอัตลักษณ์กลุ่มใช้วิธีวิเคราะห์จากเนื้อหาภายในหน้า personal profile ของกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้คัดเลือกไว้ โดยใช้ตารางลงรหัส (coding sheet) เพื่อบันทึกข้อมูลที่บ่งชี้ถึงอัตลักษณ์กลุ่มที่พบภายในหน้า profile มีรายละเอียดได้แก่ ข้อมูลส่วนตัว อย่างเช่น ชื่อที่ใช้ในหน้า profile (display name) อายุ การศึกษา อาชีพ ความสนใจในด้านดนตรี หนังสือ ภาพยนตร์ งานอดิเรก ภาษาที่ใช้ในการแสดงความคิดเห็น (comment) เนื้อหา comment รูปภาพ ภาพแทนตน (display picture) มัลติมีเดีย และรูปแบบกราฟฟิคตกแต่ง profile แล้วนำมาตีความอัตลักษณ์กลุ่มที่แสดงออกทางหน้า profile
- 3.5.3 ส่วนการศึกษากระบวนการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์ ใช้วิธีสัมภาษณ์เจาะลึกเจ้าของหน้า profile 40 คน โดยสุ่มเลือกจากหน้า profile 80 หน้า ที่เลือกมาศึกษาเรื่องอัตลักษณ์กลุ่ม โดยติดต่อเพื่อนัดสัมภาษณ์ผ่านทางเว็บไซต์ [myspace.com](http://myspace.com) เพื่อสัมภาษณ์ตัวต่อตัว หรือผ่านสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์

3.5.4 สำหรับการเข้าไปสังเกตการณ์ในสถานการณ์จริง (field observation) จะแบ่งออกเป็นการสังเกตการณ์ภาคสนาม คือการไปสังเกตภาพลักษณ์และพฤติกรรมของผู้ไปร่วมงานปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแส รวมทั้งบรรยากาศและกิจกรรมภายในงาน แล้วจดบันทึกเป็น field note เพื่อประกอบการศึกษาถึงอัตลักษณ์กลุ่ม และการสังเกตการณ์โดยไม่มีส่วนร่วมผ่านทางหน้า profile ในเว็บไซต์ myspace.com เพื่อศึกษาถึงกระบวนการปฏิสัมพันธ์ในโลกออนไลน์ของกลุ่มปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแส ผ่านทางข้อความ comment และข่าวสารทาง bulletin board

### 3.6 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้จะเริ่มทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่เดือนธันวาคม 2550 – มิถุนายน 2551

### 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา นำมาตีความและใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาตอบคำถามวิจัยที่ตั้งไว้ โดยแบ่งออกเป็น 3 หมวดหมู่ดังต่อไปนี้

3.7.1 *การขยายเครือข่ายทางสังคม* นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แกนนำกลุ่ม มาทำการเรียบเรียง จับใจความ โดยใช้แนวคิด social network แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสมัยใหม่ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ มาเป็นกรอบแนวคิดในการอธิบายถึงการขยายเครือข่ายสมาชิกของกลุ่มปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแส โดยใช้พื้นที่เว็บไซต์ myspace.com เป็นสื่อกลาง

#### *แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก*

เป็นคำถามปลายเปิด ใช้ในการสัมภาษณ์แกนนำกลุ่มปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแสจำนวน 8 คน เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 1 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ ชื่อ เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ
- ภายในกลุ่มมีหน้า profile ในเว็บไซต์ myspace.com ทั้งหมดก็หน้า ใช้ชื่อว่าอะไรบ้าง
- เริ่มเป็นสมาชิกในเครือข่ายของ myspace ตั้งแต่เมื่อไร
- ทำไมจึงเลือกใช้เว็บไซต์ myspace.com ในการขยายเครือข่าย
- ใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ myspace.com ในแง่ใดบ้าง
- ใช้บริการจาก feature ส่วนไหนมากที่สุด
- ในการเลือก add friend ใช้บรรทัดฐานใดในการคัดเลือกบุคคลหรือองค์กรเข้ามาเป็นสมาชิกในเครือข่าย
- มีเกณฑ์ในการจัดลำดับ top friend อย่างไร
- การเข้าไปให้ comment แก่คนที่รู้จักอยู่แล้ว กับการเข้าไป comment คนที่เพิ่งรู้จักผ่าน myspace เหมือนหรือต่างกันอย่างไร
- มีการสร้างความสัมพันธ์ที่เอื้อต่อกิจกรรมงานปาร์ตี้ที่ทางกลุ่มจัดขึ้น ผ่านการเป็น friend ใน เว็บไซต์ myspace.com หรือไม่ อย่างไร
- มีพฤติกรรมในการแจ้งข่าวสารและกำหนดการของกลุ่มผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com อย่างไร
- การตอบรับของสมาชิกผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com เป็นอย่างไร
- การใช้พื้นที่หน้า profile ใน myspace.com ส่งผลดีและผลเสียต่อกลุ่มอย่างไร
- หลังจากมีการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ myspace.com แล้วการสื่อสารภายในกลุ่มเป็นอย่างไร เพิ่มหรือลดการสื่อสารผ่านสื่อแขนงอื่นหรือไม่

3.7.2 การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์ สามารถวิเคราะห์ได้ด้วยการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มตัวอย่างเจ้าของหน้า profile ในเว็บไซต์ myspace.com ที่สุ่มเลือกมา 40 คน พร้อมทั้งนำข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์จากหน้า profile ในเว็บไซต์ myspace.com มาประกอบการวิเคราะห์ โดยใช้แนวคิดชุมชนออนไลน์ (Virtual Community) มาใช้ในการวิเคราะห์เป็นหลัก โดยมีรายชื่อกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

1. นางสาวศศิพร ประสานเกษม
2. นาย อภินันท์ ปิยะพรหมศิริ
3. นาย อรรถพล จิระสุชาภิรมย์
4. นางสาว วิชชุดา รัตไพบูลย์.
5. นาย สมโภช ทองไพบูลย์
6. นายจาชมี เจ๊ะแต
7. นายรัตนพงศ์ จิตตรัตนชัย
8. นางสาวฟาติน แลแม
9. นางสาวณัฐนาถ  
สุประภาตะนันท์
10. นางสาวลิสานันท์เทิม
11. นายชิษณ์ อุณากรสวัสดิ์
12. นายธีระ คุณะวิริยะวงศ์
13. นายภาสกร บัวทอง
14. นายบิณฑ์ บัวหมื่นชล
15. นางสาวณัฐครุณ ปัญญาไว
16. นายเขมวสุ ชูติวงศ์
17. นายรชตะ สุดสงวน
18. นางสาวณัฐ จันทำ
19. นางสาวปองปรียา  
กิตติคุณนันท์
20. ร.ต.ท.ชนาวินท์ กาญจนวิภาส
21. นายทิชากร ภูเขาทอง
22. นางสาวจุฬัช มวลสุข
23. นายพีระยุทธ มะลิรส
24. นายออลัน โค ปริษามาตร์
25. นายแดน ผิวฟ่อง
26. นางสาวจิ้น
27. นางสาวจิตรดา
28. นางสาวนวนนัสส์ พัวพงศกร
29. ดีเจ Plan B
30. นางสาวพริชญ์
31. นางสาวภัทรารวรรณ  
กาญจนมาศ
32. นางสาวญาดา ชินวัตร
33. นายกานต์ มุสิกบุญเลิศ
34. นายณกานต์ เทพหัสดิน ณ  
อยุธยา
35. นางสาวฐิติญาภรณ์ ปาณิกบุตร
36. นายภารุต เพ็ญพายัพ
37. นายอรรถนนท์ วงศ์เหลือง
38. นางสาวสุมิตรา เจริญเกษ
39. นายหัสบดีนทร์ ณ ลำปาง
40. นางสาววิษา แพงงา

### แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก

เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 2 เรื่องการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์ของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ชื่อ อายุ เพศ การศึกษา และอาชีพ
- เริ่มเป็นสมาชิกในเครือข่ายของเว็บไซต์ myspace.com ตั้งแต่เมื่อไร
- ใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ myspace.com ในแง่ใดบ้าง
- ใช้บริการจาก feature ส่วนไหนมากที่สุด
- ทำไมจึงเลือกใช้บริการเว็บไซต์ myspace.com ในการติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อน
- ในการเลือก add friend ใช้บรรทัดฐานใดในการคัดเลือกบุคคลหรือองค์กรเข้ามาเป็น friend ในเครือข่าย
- หัวข้อสนทนาผ่านเว็บไซต์ myspace.com เป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร
- ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับงานปาร์ตี้จากเว็บไซต์ myspace.com หรือไม่อย่างไร
- มีการนัดหมาย friend ในเว็บไซต์ myspace.com เพื่อไปงานปาร์ตี้หรือทำกิจกรรมอื่นๆหรือไม่อย่างไร
- มีการสานต่อความสัมพันธ์จาก friend ใน myspace มาเป็นเพื่อนในชีวิตจริง โดยสื่อสารผ่านทางสื่อแขนงอื่นมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร
- เคยพบเจอ friend ใน myspace ในงานปาร์ตี้หรือสถานที่อื่นแล้วเข้าไปทำความรู้จักหรือแนะนำตัวหรือไม่
- การทำความรู้จักกับ friend ใน myspace ทำให้เกิดความต้องการที่จะสื่อสารเพื่อสานต่อความสัมพันธ์ในชีวิตจริงหรือไม่อย่างไร
- ทักษะคติที่มีต่อ friend ใน myspace เหมือนหรือต่างจากทักษะคติที่มีต่อเพื่อนในชีวิตจริงอย่างไร

3.7.3 *การสร้างอัตลักษณ์กลุ่ม* สามารถทำการวิเคราะห์ถึงอัตลักษณ์กลุ่มของกลุ่มปาร์ตี้แนวดนตรีนอกกระแสได้ด้วยการตีความหมายจากตารางลงรหัส (coding sheet) ที่ได้ออกแบบสำหรับบันทึกคุณลักษณะของอัตลักษณ์กลุ่มที่พบภายในหน้า

profile ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 หน้า โดยภายในตารางลงรหัสประกอบไปด้วย ข้อมูลดังต่อไปนี้

- นิยามและคำแนะนำตนเอง (Blurb and About me)
- ความสนใจ (Interests) ประกอบไปด้วย
  - ความสนใจทั่วไป (General)
  - ดนตรีที่ชอบ (Music)
  - บุคคลที่ชื่นชม (Heroes)
- ภาพ (Image) ประกอบไปด้วย
  - ภาพแทนตัวเจ้าของ profile (Display picture)
  - ภาพในอัลบั้มภาพ (Photo album)
  - เพลงประกอบ
  - วิดีโอ
  - กราฟฟิกตกแต่ง profile (Layout)
  - ภาษาที่ใช้

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากตารางลงรหัสมาแยกประเภท และตีความโดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมย่อย และแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์กลุ่มมาใช้เป็นหลักในการวิเคราะห์หาอัตลักษณ์กลุ่มของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส

### 3.8 การนำเสนอผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 3 บทต่อไปนี้

1. บทที่ 4 การขยายเครือข่ายทางสังคมของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสผ่านเว็บไซต์ myspace.com และการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์เข้ากับความสัมพันธ์ออฟไลน์ของกลุ่มสมาชิกปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส
2. บทที่ 5 การสร้างอัตลักษณ์กลุ่มของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสผ่านหน้า profile ในเว็บไซต์ myspace.com
3. บทที่ 6 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

## บทที่ 4

### การขยายเครือข่ายสมาชิกกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส และการสร้างความสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์ผ่านเว็บไซต์ 4myspace.com

งานวิจัยเรื่องการขยายเครือข่ายและการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสผ่านเว็บไซต์ myspace.com เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาถึงบทบาทของเว็บไซต์ myspace.com ในการขยายเครือข่ายสมาชิก รวมไปถึงกระบวนการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์สู่ความสัมพันธ์ในชีวิตจริง และการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส ซึ่งภายในบทนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการขยายเครือข่ายสมาชิกของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส และการสร้างความสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์ โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เจาะลึกแก่นนำกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสทั้งหมด 8 กลุ่ม สัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มสมาชิกภายในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสจำนวน 40 คน ประกอบกับการสังเกตการณ์จากหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่าง โดยภายในบทมีเนื้อหามีดังต่อไปนี้

- 4.1 พัฒนาการของวงการคนตรีนอกกระแสในประเทศไทย
- 4.2 จุดเริ่มต้นเข้าสู่การเป็นสมาชิกภายในเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com
- 4.3 รูปแบบและบริการของเว็บไซต์ myspace.com ที่เอื้อต่อการขยายเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส
  - 4.3.1 องค์ประกอบบนหน้า profile ที่เอื้อต่อการคัดเลือกบุคคลเข้าเป็นสมาชิกภายในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส
  - 4.3.2 รูปแบบของการบริการที่เอื้อในการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับงานปาร์ตี้คนตรีนอก กระแส
- 4.4 รูปแบบเครือข่ายที่พบในการขยายเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสผ่านเว็บไซต์myspace.com
  - 4.4.1 เครือข่ายตามการแยกประเภทบุคคล (classificatory set)
  - 4.4.2 เครือข่ายที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ (interactive set)
- 4.5 ข้อดีและข้อเสียในการขยายเครือข่ายผ่านเว็บไซต์ myspace.com
- 4.6 การขยายเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสผ่านสื่ออื่นๆ
- 4.7 การสร้างความสัมพันธ์ออนไลน์ของสมาชิกในเครือข่ายกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสผ่านเว็บไซต์ myspace.com

- 4.7.1 การเริ่มต้นเข้าสู่การเป็นสมาชิกของเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com ของสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแส
- 4.7.2 การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ myspace.com ของสมาชิกในเครือข่ายกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแส
- 4.7.3 การเลือก add friend และการเรียงลำดับ top friend ของสมาชิกในเครือข่ายกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแส
- 4.7.4 การปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนทาง myspace
- 4.8 การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์มาสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์
  - 4.8.1 ทักษะที่มีต่อเพื่อนออนไลน์และเพื่อนในชีวิตจริง

#### 4.1 พัฒนาการของวงการดนตรีนอกระแสในประเทศไทย

เมื่อก้าวถึงแนวดนตรีนอกระแสคนส่วนมากย่อมนึกถึงแนวดนตรีที่ไม่ใช่กระแสนิยม มีท่วงทำนองที่แปลกหู และมีเนื้อหาที่เข้าใจยาก หรือที่นิยมเรียกว่าแนวดนตรี“อินดี้” เป็นแนวดนตรีแบบที่ “เล็กแนว0” นิยมฟัง แต่ทว่าความหมายที่แท้จริงของแนวดนตรีนอกระแส หรือแนวดนตรีอินดี้ยังคงเป็นที่ถกเถียงกันอยู่ว่าจะอะไรคือความหมายที่แท้จริงกันแน่ ระหว่างความหมายแรกเริ่มที่ว่าแนวดนตรีนอกระแส หมายถึง การสร้างสรรค์ผลงานดนตรีอย่างอิสระ ไม่มีกฎเกณฑ์ ถือเป็น การสร้างสรรค์ผลงานที่ตามใจศิลปินมากกว่าตามใจมวลชน เป็นผลงานจากค่ายเพลงเล็กๆ หรือ ผลงานที่ศิลปินผลิตกันเอง กับความหมายที่สองของแนวดนตรีนอกระแสที่คำว่านอกระแสหรืออินดี้กลายเป็นกระแสนิยมอย่างหนึ่ง ซึ่งถือเป็นความหมายที่เกิดขึ้นในช่วงที่แนวดนตรีนอกระแสเริ่มได้รับความนิยมในกลุ่มคนที่กว้างขึ้น ทำให้เกิดการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มนี้มากขึ้น สินค้าทางวัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า เครื่องประดับ รวมไปถึงผลงานดนตรี ล้วนแต่กลายเป็นแบบแผนเดียวกัน (stereotype) จนกลายเป็น “แนวอินดี้” ที่ไม่ได้เน้นถึงความไร้ซึ่ง

<sup>1</sup> คำนิยามกลุ่มวัยรุ่นที่มีค่านิยมเน้นความเป็นตัวของตนเอง ไม่ลอกเลียนแบบใคร ไม่หวั่นไหวไปกับกระแสนิยม มักจะมีความคิดนอกกรอบ ค่านิยมความเป็นเด็กแนวเกิดขึ้นประมาณช่วงต้นยุค 2000 ซึ่งสื่อที่มีส่วนทำให้เกิดค่านิยมนี้ได้แก่สื่อวิทยุคลื่น F.M. 104.5 Fat Radio และนิตยสาร a day



กฎเกณฑ์ และขีดจำกัด การทดลองผสมผสานสิ่งต่างๆทำให้เกิดรูปแบบที่แปลกใหม่อีกต่อไป เกิดค่านิยมว่าการเป็นเด็กแนวอินดี้หมายถึง การเป็นคนทันสมัย มีแนวทางเป็นของตนเอง มีวิถีชีวิตแบบเด็กแนวอันได้แก่ “อ่าน aday<sup>2</sup> คูหนังเป็นเอก 2<sup>3</sup> ฟัง fat<sup>4</sup> เดินข้าวสาร<sup>5</sup>” (ยูทธนา บุญอ้อม, 2548: 67)

ทั้งนี้เมื่อมองย้อนไปยังรากฐานของแนวดนตรีนอกกระแสจะพบว่า แนวดนตรีนอกกระแสเริ่มก่อตัวขึ้นในสหราชอาณาจักรเมื่อช่วงปลายยุค 80's จากนั้นจึงแพร่หลายไปยังประเทศต่างๆ ทั่วทุกมุมโลก จนกระทั่งในช่วงกลางยุค 90's ถึงเริ่มเป็นที่รู้จักในประเทศไทย ซึ่งพัฒนาการของวงการดนตรีนอกกระแสในไทยสามารถแบ่งออกเป็น 6 ช่วงดังต่อไปนี้  
(ฐิติมา ชารารัตนกุล, 2548)

- ยุคใต้ดิน 5<sup>6</sup>(พ.ศ. 2523-2527)
- ยุคการนำเข้าดนตรีนอกกระแสต่างประเทศโดยดีเจอาสา 6<sup>7</sup>(พ.ศ. 2537-2538)

<sup>2</sup> นิตยสาร a day เป็นต้นแบบนิตยสารทางเลือกของวัยรุ่น ถึงขั้นวางกรนิตยสารไทยยกให้นิตยสารอะเดย์เป็นคั้งนิตยสาร “ขวัญใจเด็กแนว” นิตยสารอะเดย์ ผลิตโดย บริษัท เดย์ โพเอทส์ จำกัด (Day Poets Co. Ltd.) โดยบริษัทก่อตั้งขึ้น โดยบุคคล 3 คน ได้แก่ วงศ์ทรง ชัยณรงค์สิงห์, นิตพัฒน์ สุขสวย และ ภาสกร ประมูลวงศ์

<sup>3</sup> ผู้กำกับและนักเขียนบทภาพยนตร์ชาวไทย เดิมโตมาจากวงการกำกับภาพยนตร์โฆษณา เป็นที่รู้จักมากที่สุดจากภาพยนตร์ *เรื่องรัก น้อยนิด มหาศาล* (Last Life in The Universe) และจัดว่าเป็นหนึ่งในคนทำหนังคลื่นลูกใหม่ ร่วมกับ วิศิษฐ์ ศาสนเที่ยง และ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล

<sup>4</sup> คลื่นวิทยุ F.M. 104.5 ก่อตั้งโดยยูทธนา บุญอ้อม นำเสนอเพลงนอกกระแสไทย มีการจัดกิจกรรมพิเศษคืองาน Fat Festival งานคอนเสิร์ตที่มีศิลปินนอกกระแสมาเปิดบุรุษชายผลงานดนตรี เป็นคลื่นที่ได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่นที่ชอบฟังเพลงนอกกระแสไทย

<sup>5</sup> ถนนข้าวสาร เดิมเป็นย่านเก่าตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 6 เป็นแหล่งค้าขายข้าวสารที่ใหญ่ที่สุดของเขตพระนครต่อมาเป็นอยู่ของชุมชนแห่งนี้เริ่มเปลี่ยนไป เมื่อมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาในช่วงปี พ.ศ. 2525 ได้เข้ามาเช่าห้องพักอาศัยเพื่อเที่ยวชมเมืองหลวงของไทย จึงเป็นที่มาของ เกสต์เฮ้าส์ของชาวต่างชาติเริ่มมีมาตั้งแต่ พ.ศ. 2528-2529 ระยะเวลาเริ่มมีคนเข้ามาเรื่อย ๆ จนกลายเป็นศูนย์รวมของพวกเขาแบ็คแพ็กเกอร์ที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย ก่อนที่จะมาปรับเปลี่ยนรูปแบบอีกทีในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมากลายเป็นย่านบันเทิงยามราตรีที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร

<sup>6</sup> เริ่มต้นเมื่อพ.ศ. 2523 เป็นยุคที่วงดนตรีอิสระที่ไม่มีสังกัดค่าย ผลิตผลงานเพลงด้วยตนเอง จัดจำหน่ายกันเองหรือนำไปฝากขายตามร้านเทปต่างๆ เน้นแนวดนตรีร็อกที่หนักหน่วง มีเนื้อหาเสียดสีสังคมอย่างรุนแรง

- ยุคทองของแนวดนตรีนอกกระแสอันเกิดจากจุดกำเนิดของวง Modern dog 7<sup>8</sup>(พ.ศ. 2537-2538)
- ยุคฟ้าเปลี่ยนสีหลังความสำเร็จของวง Modern dog (พ.ศ. 2538-2539)
- ยุคการกลับมาของคนตรีนอกกระแส (พ.ศ. 2543)
- ยุคการค้นหาคำหมายของคำว่า “อินดี้” ในยุคปัจจุบัน

สำหรับวงการดนตรีนอกกระแสในยุคการนำเข้านดนตรีนอกกระแสจากต่างประเทศโดยดีเจ วาสนา วีระชาติพิลลี ผู้นำผลงานของศิลปินนอกกระแสจากฝั่งสหราชอาณาจักรเป็นส่วนมาก และ ผลงานของศิลปินนอกกระแสฝั่งสหรัฐอเมริกาในบางส่วน เข้ามาเผยแพร่ในวงการดนตรีนอก กระแสไทย ผ่านรายการ Radio Active ทางคลื่นวิทยุ FM 99 ซึ่งการจัดรายการดังกล่าวทำให้วง ดนตรีอย่างเช่น Suede<sup>9</sup>, Blur<sup>10</sup>, Oasis<sup>11</sup> และ Manic Street Preachers<sup>12</sup> ซึ่งถือเป็นวงดนตรีแนว

<sup>7</sup> วาสนา วีระชาติพิลลี หรือป้าแก้ว เป็นดีเจหญิงคนแรกของรายการ nite spot จัดรายการ Radioactive ทางคลื่น F.M. 99 ถือเป็นผู้ปฏิบัติ วงการรายการวิทยุด้วยการเปิดเพลงแนว โมเดิร์นร็อกที่เป็นชาวคนดนตรีจากอังกฤษในยุค 80's เธอเป็นผู้ผลักดันแนวอัลเทอร์เนทีฟใน ประเทศไทย ได้นำหลายๆวงเข้ามาเปิดคอนเสิร์ตในประเทศไทยเช่น Manic Street Preachers เมื่อปีพ.ศ. 2536

<sup>8</sup> วงดนตรีที่มีส่วนสำคัญในการสร้างกระแสแนวเพลงอัลเทอร์เนทีฟในไทย ด้วยเพลงเปิดตัวที่มีชื่อว่า “บุญบา” และการแสดงสดที่ไม่ เหมือนใครด้วยเครื่องแต่งกายซุกซนและทำดนตรีที่เป็นเอกลักษณ์ของนักร้องนำ สมาชิกในปัจจุบันประกอบไปด้วย ธนชัย อุชชิน, เมธี น้อยจินดา และสมอัฒม์ บุญยะรัตเวช

<sup>9</sup> วงดนตรีแนวร็อกปีปในยุค 90's ถึงต้นยุค 2000 ที่มีส่วนสำคัญในการทำให้แนวดนตรีร็อกปีปเป็นที่รู้จักในประเทศไทย และเคยได้มา เปิดการแสดงในประเทศไทยถึง 4 ครั้งด้วยกัน สมาชิกภายในวงประกอบไปด้วย Brett Anderson, Mat Osman, Simon Gilbert, Richard Oakes และ Alex Lee

<sup>10</sup> วงดนตรีอัลเทอร์เนทีฟ หรือร็อกปีปในยุค 90's ที่มีส่วนผลักดันให้แนวดนตรีร็อกปีปได้รับความนิยมในสหราชอาณาจักร ด้วย ปรากฏการณ์สงครามร็อกปีป ที่มีคู่แข่งตัวลกาอย่างวง Oasis สมาชิกในวงได้แก่ Damon Albarn, Graham Coxon, Alex James และ Dave Rowntree

<sup>11</sup> วงดนตรีแนวร็อกปีป จากเมืองแมนเชสเตอร์ สหราชอาณาจักร ถือเป็นวงร็อกปีปที่ได้รับความนิยมสูงสุดในยุค 90's และประสบความสำเร็จไปทั่วโลก ผลงานเพลงของทางวงได้รับอิทธิพลจากวง The Beatles ก่อนข้างสูงและยังถูกยกย่องให้เป็นวงอมตะระดับเดียวกับ The Beatles อีกด้วย แกนนำของวงคือสองพี่น้อง Noel และ Liam Gallagher ส่วนสมาชิกคนอื่นๆมีการเปลี่ยนแปลงเป็นระยะ

<sup>12</sup> วงดนตรีแนวอัลเทอร์เนทีฟร็อกในยุค 90's จากเวลส์ สหราชอาณาจักรมีชื่อเสียงในด้านเนื้อหาของเพลงที่เกี่ยวข้องกับการเมืองใน มุมมองของชนชั้นแรงงาน และกรณีกฎหมายศาลสูงสุดของ Richy Edward Jamesมือกีตาร์ผู้แต่งเนื้อร้องของวงเมื่อปีพ.ศ. 2538 ที่ยังคงเป็น ปริศนาอยู่จนถึงทุกวันนี้ สมาชิกวงในปัจจุบันประกอบไปด้วย James Dean Bradfield, Nicky Wire และ Sean Moore

ริท ป็อป แลวหน้าในยุค 90's เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น ทำให้มีการติดต่อวงดนตรีเหล่านี้เข้ามาเปิดการแสดงในประเทศไทยอยู่เป็นระยะ

นอกจากนี้อิทธิพลของการจัดรายการ Radio Active ของดีเจ วาสนา วีระชาติพลี ยังทำให้เกิดนิตยสารสำหรับผู้ชื่นชอบแนวดนตรีนอกระแสดังประเทศอย่างนิตยสาร Generation Terrorist ก่อตั้งโดยนรเศรษฐ หมัดคง<sup>13</sup> ในปีพ.ศ. 2537 ต่อมาแนวดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ เริ่มเข้ามา มีบทบาทในวงการดนตรีมากขึ้น ทิศทางของนิตยสาร Generation Terrorist เริ่มเปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับวิกฤติทางเศรษฐกิจทำให้ต้องปิดตัวลงในที่สุด เนื่องจากกลุ่มคนที่ชื่นชอบแนวดนตรีนอกระแสดังกล่าวมีจำนวนไม่มากนัก ไม่เอื้อต่อการโฆษณาเพื่อส่งเสริมการตลาดของกลุ่มทุนต่างๆ

ซึ่งการปิดตัวลงของสื่อที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับดนตรีนอกระแสดังประเทศดังกล่าวทำให้วงการดนตรีนอกระแสดังในประเทศไทยถึงคราวซบเซา กลุ่มคนที่ชื่นชอบแนวดนตรีนอกระแสดังประเทศไม่สามารถพึ่งพาสื่อดังเดิมอีกต่อไป รวมไปถึงการขาดพื้นที่ในการสังสรรค์ของคนกลุ่มนี้ และความไม่หลากหลายทางด้านแนวดนตรีในวงการดนตรีไทย ทำให้เกิดการรวมตัวกันจัดปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสดังกลายเป็นกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ซึ่งมีแกนนำคือพงษ์สว่าง คุณประสพ<sup>13</sup>, ชณัญญ์ หวังบุญเกิด<sup>14</sup> และเพื่อนๆ รวมตัวกันจัดงานปาร์ตี้ที่เปิดเพลงแนวที่พวกเขาชื่นชอบเน้นแนวดนตรีอัลเทอร์เนทีฟในยุค 90's เป็นส่วนมาก ตามมาด้วยแนวดนตรีการาจร็อก โปสต์พังค์

<sup>13</sup> นรเศรษฐ หมัดคง หรือ ดีเจซี้ด เป็นดีเจ ทั้งทางวิทยุ ในคลับ และทำงานในห้องอัด รวมถึงเป็นนักวิจารณ์ดนตรี และนักเขียน มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงการดนตรี ในฐานะอดีตรรณาธิการบริหารนิตยสาร Generation Terrorist (GT) ซึ่งเป็นนิตยสารดนตรีที่เคยมีอิทธิพลทางความคิดในวงการดนตรีนอกระแสดังในยุค 90's โดยเฉพาะ ปัจจุบันเขียนคอลัมน์เกี่ยวกับดนตรีให้กับนิตยสารและเว็บไซต์หลายแห่ง

<sup>14</sup> ผู้ก่อตั้งกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet เคยทำงานเป็นนักเขียนภาพประกอบและคอลัมน์นักสตั๊ให้กับนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์, Lips และ MTV Trax ปัจจุบันเป็น creative director ของกลุ่ม Dudesweet

<sup>15</sup> หนึ่งในผู้ก่อตั้งกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ทำหน้าที่เป็นดีเจในนามว่าดีเจ Bad News From Buffalow Bridge และเป็นเจ้าของคลับ Lullabar คลับที่เปิดเพลงและมีการแสดงสดในแนวอัลเทอร์เนทีฟไปจนถึงการาจร็อก ตั้งอยู่ในย่านเสาชิงช้า

และอีเล็กโทร<sup>16</sup> ในช่วงยุค 2000 ซึ่งกลุ่มผู้จัดงานปาร์ตี้ได้นิยามแนวดนตรีในแบบของงานปาร์ตี้ Dudesweet ว่าเป็นแนว “อินดีโรนิก้า” หมายถึงการผสมผสานแนวดนตรีนอกกระแสแบบร็อกเข้ากับแนวดนตรีนอกกระแสแบบแดนซ์ที่มีจังหวะเอื้อต่อการเต้นรำมากกว่า กลายเป็นปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสทางเลือกใหม่ที่ผู้ร่วมงานสามารถสัมผัสทั้งประสบการณ์แบบคอนเสิร์ตวงร็อก และสนุกสนานไปกับการเต้นรำไปกับการเปิดแผ่นของดีเจแนวอีเล็กโทร

“ถ้าจะวัดว่าเมืองไหนจีนดนตรีดี ก็ต้องฟังเพลงในคลับว่าหลากหลายแค่ไหน คลับในกรุงเทพฯ น่าเบื่อจะตายมีแต่ฮิปฮอป ป๊อป และ Britney Spear ทุกที่เปิดเพลงกลางๆ เพื่อเอาใจคนเยอะๆ ไม่มีความชัดเจนผมกับเพื่อนลุกขึ้นมาจัดปาร์ตี้ เพราะผับทั้งกรุงเทพฯ ไม่เปิดเพลงที่เราอยากเต้นอีกแล้ว เราต้องรอดตาม โชคชะตา รอดเต้นเพลงที่ชอบซึ่งจะเปิดต่อจากเพลงของ Britney Spear”

(สัมภาษณ์ พงษ์สรวง คุณประสพ จาก นกของพระเจ้า โดย นราวุธ ไชยชมภู, 2549)

“เราต้องอยู่ในประเทศที่มีทางเลือกน้อยๆแบบนี้ต่อไป ก็ไม่รู้จะทำยังไง นอกจากจัดปาร์ตี้ Dudesweet เองของเราเอง พอคนกลุ่มน้อยมาเจอกันก็ดีใจ มันแสดงว่าเราไม่ได้ฟังเพลงแบบนี้อยู่คนเดียว รู้สึกว่าทุกคนเป็นพวกเดียวกัน ผมได้เพื่อนสนิทจากงานนี้เยอะ คุยกันถุกคอ เพราะเป็นคนประเภทเดียวกัน รับสื่อเหมือนกัน อยู่ในประเทศเดียวกัน และต้องการสิ่งที่ประเทศนี้ไม่มีเหมือนกัน”(สัมภาษณ์ ชณัญญ์ หวังบุญเกิด จาก นกของพระเจ้า โดย นราวุธ ไชยชมภู, 2549)

นอกจากกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet จะมีภารกิจหลักคือการจัดงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสแบบรายเดือน และการตีพิมพ์นิตยสาร Supersweet<sup>17</sup> ที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ช่วยส่งเสริมงานปาร์ตี้

<sup>16</sup> แนวดนตรีที่ใช้การสร้างจังหวะด้วยกลองอีเล็กทรอนิกส์ เครื่องซินธิไซเซอร์ และเทคนิคแซมเพลอร์ที่นำเอาเพลงที่เป็นที่รู้จักมาเรียบเรียงหรือนำเพียงบางส่วนของเพลงมาสร้างเป็นเพลงใหม่ สามารถแตกแขนงเป็นแนวดนตรีย่อยได้หลากหลายแนว อย่างเช่น อีเล็กโทรแดนซ์, อีเล็กโทรป๊อป และอีเล็กโทรเฮ้าส์ เป็นต้น

<sup>17</sup> นิตยสารแนววัฒนธรรมย่อยทางด้านดนตรีนอกกระแสต่างประเทศ มีบรรณาธิการประจำอยู่ในสหราชอาณาจักรคือ ชลธดา เพกะนันต์ และมีพงษ์สรวง คุณประสพ แกนนำกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ประจำอยู่ที่ประเทศไทย เนื้อหาของนิตยสารเน้นเรื่องดนตรี แฟชั่น ศิลปะ และไลฟ์สไตล์ ที่จุดเด่นที่การนำเสนอสไตล์ที่ผิดเพี้ยน รูปแบบการเขียนที่แปลกใหม่ และทีมงานที่เต็มไปด้วยบุคคลที่มีชื่อเสียงใน

Dudesweet แล้ว ยังมีภารกิจย่อยอัน ได้แก่ Club Professional ที่จัดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการ เป็นดีเจเปิดแผ่นด้วยตนเองของผู้ร่วมงานปาร์ตี้ Dudesweet ได้ร่วมเข้าแข่งขันการเป็นดีเจ โดย จัดการแข่งขันนี้ขึ้นเป็นประจำทุกอาทิตย์ และยังมีปาร์ตี้ย้อนยุค 80's ชื่อว่า Video Tape ซึ่งภารกิจ ย่อยทั้งสองไม่ได้รับการตอบรับที่ดีเท่างานปาร์ตี้ของกลุ่ม Dudesweet เองทำให้ต้องล้มเลิกไปใน ที่สุด

จากแรกเริ่มที่งานปาร์ตี้ดนตรีของกลุ่ม Dudesweet เป็นการจัดปาร์ตี้เพื่อสนองความ ต้องการของตนเอง มุ่งเน้นการสร้างพื้นที่สังสรรค์เพื่อให้คนที่ชอบในแนวดนตรีนอกกระแส เหมือนกัน ได้มาร่วมตัว งานปาร์ตี้ครั้งแรกของกลุ่ม Dudesweet จัดขึ้นที่ร้านอาหารที่ปิดกิจการไป แล้วในย่านถนนข้าวสาร เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2545 มีคนมาร่วมงานประมาณ 80 คน แต่ ด้วยการได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในหมู่นักในแวดวงแฟชั่น บรรณาธิการนิตยสาร และศิลปิน ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มบุคคลที่เป็นตัวแทนของความทันสมัย และเป็นผู้กำหนดกระแสนิยม (trendsetter) ทำให้กลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ได้รับความสนใจจากบรรดาสินค้าต่างๆ โดยเฉพาะ สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์เข้ามาให้การสนับสนุนมากขึ้น จนในเวลาต่อมาจำนวนผู้มา ร่วมงานเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนโดยเฉลี่ยประมาณ 700 คนต่อครั้ง ซึ่งมีโอกาสเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 1,500-1,700 คน ในงานปาร์ตี้ที่เป็นกิจกรรมพิเศษอย่างเช่นการแสดงสดของวงดนตรีต่างประเทศ หรือการ มีดีเจต่างประเทศมาเปิดเพลงภายในงาน รวมไปถึงงานปาร์ตี้เนื่องในโอกาสพิเศษอย่างเช่น งาน ครบรอบ 5 ปีของกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet เป็นต้น

*"ด้วย Dudesweet มีข้างหนึ่งอยู่ในวงการแฟชั่น และอีกด้านอยู่ในวงการเพลง ทำให้ปาร์ตี้ Dudesweet กลายเป็นที่ hang out ของบรรดาศรีไอที ดีไซน์เนอร์ คนใน วงการแฟชั่น กระทั่งเป็นที่จับตาของนักการตลาด ถึงวันนี้ Dudesweet เป็นมากกว่าชื่อ งานปาร์ตี้ เป็นมากกว่าชื่อกลุ่ม ทั้งนี้เพราะ ในความรู้สึกของสังคม Dudesweet กลายเป็น "แบรนด์" ที่อ้างอิงได้มีแนวทางของตนเองไม่ว่าจะเป็นแฟชั่น ดนตรี อาร์ต ใดเร็กซ์ัน หรือวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มคนในแบบ Dudesweet." (ศศิวิทย์ ศรีกระจ่าง จากนิตยสาร Positioning, 2551)*

จากกระแสนิยมดังกล่าวทำให้กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่สังคมให้คำนิยามว่าเป็น “เด็กแนว” หรือ หากอ้างอิงคำนิยามของพงษ์สรวง คุณประสพ เกณนำกลุ่ม Dudesweet ที่ได้นิยามกลุ่มวัยรุ่นที่มาเข้าร่วมในงานปาร์ตี้ Dudesweet ว่าเป็น “เด็กแนวอัพเพอร์ 17<sup>18</sup>” เกิดแรงบันดาลใจจากการจัดปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสของกลุ่ม Dudesweet จึงรวมตัวกันเป็นกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสกลุ่มเล็กๆ จัดปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสในแบบของตนเองสร้างฐานสมาชิกกลุ่มย่อยของตนเอง และพยายามสร้างสรรค์แนวทางเฉพาะกลุ่มด้วยการนำเสนอแนวดนตรีและกิจกรรมที่แตกต่างจากที่กลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet เคยปฏิบัติ

ปัจจุบันกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสกลุ่มย่อยมีจำนวนกว่าสิบกลุ่ม มีทั้งกลุ่มปาร์ตี้มีอาชีพ อย่างเช่น กลุ่มปาร์ตี้ Club Soma และกลุ่มปาร์ตี้ Happy Alone เป็นการรวมกลุ่มของวัยทำงานที่ชื่นชอบดนตรีนอกกระแส จัดงานปาร์ตี้เป็นประจำทุกเดือน ส่วนกลุ่มปาร์ตี้ที่เป็นการรวมตัวของนักศึกษา มักจะ ไม่มีกำหนดการในการจัดงานปาร์ตี้ที่แน่นอน ผู้มาร่วมงานเป็นกลุ่มคนเฉพาะกลุ่มที่รู้จักกับแกนนำกลุ่มปาร์ตี้ต่างๆ มากกว่าอย่างเช่น กลุ่ม Coco Night, กลุ่ม Trasher, กลุ่ม Itsblog Party เป็นต้น ซึ่งแต่ละกลุ่มเน้นแนวดนตรีนอกกระแสทั้งการาจร็อก บริทป๊อป และอีเล็กโทร คล้ายคลึงกับแนวดนตรีที่เปิดในงานปาร์ตี้ของกลุ่ม Dudesweet แต่แนวดนตรีของแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันอยู่บ้าง โดยเน้นไปในแนวดนตรีแนวใดแนวหนึ่งเป็นพิเศษ หรือเปลี่ยนแนวดนตรีไปตามแนวคิดหลัก (theme) งานในแต่ละครั้ง

สำหรับกลุ่มปาร์ตี้ที่เปลี่ยนแนวดนตรีไปตามแนวคิดหลักของงานได้แก่ กลุ่ม Club Soma และกลุ่ม Project Mayhem ที่จุดยืนของกลุ่มปาร์ตี้คือความหลากหลายทางแนวดนตรีนอกกระแส และเป็นไปตามแนวคิดหลักของงานในแต่ละครั้ง ส่วนกลุ่มปาร์ตี้ที่เน้นแนวดนตรีนอกกระแสแนวใดแนวหนึ่งเป็นพิเศษได้แก่ กลุ่ม Happy Alone เน้นแนวดนตรีการาจร็อก กลุ่ม Coco Night เน้นแนวดนตรีอีเล็กโทร กลุ่ม Trasher ค่อนข้างแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ เพราะเน้นแนวดนตรี Guilty

<sup>18</sup> กลุ่มวัยรุ่นอายุสี่สิบปีขึ้นไปที่ชื่นชอบดนตรีร็อกจากฝั่งอังกฤษ และมีสตาจค์พอที่จะเลือกเที่ยวในสถานที่ที่ราคาค่อนข้างสูง ที่สำคัญพวกเขาเห็นว่ากรังจ์ดนตรีแนวนี้ไม่ใช่แค่การฟังตามกระแสนิยม แต่เป็นความชื่นชอบอย่างแท้จริง จึงไม่สามารถนำพวกเขาไปรวมกับกลุ่มเด็กแนวที่ทำตามกระแสได้ ส่วนมากเป็นผู้ที่ได้ติดตามฟังแนวดนตรีนอกกระแสมาตั้งแต่แนวอัลเตอร์เนทีฟในยุค 90's มาจนถึงแนวดนตรีนอกกระแสในปัจจุบัน

Pleasure ซึ่งเป็นแนวดนตรีย้อนยุคไปในยุค 80's และ 90's ตอนต้น ส่วนมากเป็นเพลงป๊อปแดนซ์ ที่คนในวงการดนตรีนอกกระแสถือว่าเป็นเพลงที่ตรงกับรสนิยมของคนหมู่มาก ซึ่งขัดแย้งกับรสนิยมของผู้ที่ชื่นชอบดนตรีนอกกระแส แต่ว่าเป็นเพลงที่ทุกคนรู้จักและอาจจะเคยชื่นชอบเมื่อสมัยเด็ก แต่ที่ยังนับว่ากลุ่ม Trasher ยังเป็นกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส เนื่องจากการรวมตัวของกลุ่มนักศึกษาที่ได้แรงบันดาลใจในการจัดงานปาร์ตี้จากงานปาร์ตี้ของ Club Professional อันเป็นภารกิจย่อยของกลุ่ม Dudesweet และยังมีวัตถุประสงค์ในการจัดปาร์ตี้เพื่อล้อเลียนกระแสนิยมการเข้าร่วมปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสของบรรดาเด็กแนวอ็อปพอร์ตทั้งหลาย มากกว่าที่จะจัดขึ้นเพื่อคนที่ชื่นชอบแนวดนตรีตามกระแสนิยมเป็นหลัก

จากการเกิดกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสกลุ่มย่อยหลายกลุ่มทำให้สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสมีส่วนทำให้วงการดนตรีนอกกระแสในประเทศไทย มีความแข็งแกร่งขึ้น เกิดการรวมกลุ่มกันมากขึ้น ส่งผลให้กลุ่มคนเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาสื่อดั้งเดิมอีกต่อไป แต่ก็ยังต้องพึ่งพาสื่อสมัยใหม่เพื่อแสวงหาข้อมูล และขยายเครือข่ายของกลุ่มให้กว้างขวางออกไป แต่ยังคงอยู่ในขอบเขตที่ควบคุมได้ ไม่กลายเป็นกระแสนิยมของมวลชนไป ซึ่งสื่อที่พวกเขาเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าวคือเว็บไซต์ myspace.com ศูนย์รวมของแนวดนตรีทั่วทุกมุมโลก

#### 4.2 จุดเริ่มต้นในการเข้าเป็นสมาชิกภายในเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com ของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส

เมื่อก้าวถึงวงการดนตรีนอกกระแสในประเทศไทยนั้นสามารถกล่าวได้ว่าสื่อที่สนับสนุนและนำเสนอผลงานของศิลปินนอกกระแสไทยมีอยู่ค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะสื่อกระแสหลักอย่างสื่อวิทยุโทรทัศน์ที่ถือได้ว่าเป็นสื่อที่นำเสนอเนื้อหาบันเทิงเพื่อมวลชนมากกว่าที่จะสนใจในกลุ่มคนส่วนน้อยที่มีรสนิยมเฉพาะกลุ่ม สื่อวิทยุมีเพียงสถานีวิทยุเอฟเอ็ม 104.5 Fat Radio ในเครือบริษัท Click Radio เพียงสถานีเดียวเท่านั้นที่นำเสนอผลงานเพลงแนวดนตรีนอกกระแสไทยเป็นหลัก และเพลงในแนวดนตรีนอกกระแสของต่างประเทศเพียงส่วนน้อย

สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับดนตรีนอกกระแสจากต่างประเทศโดยเฉพาะฝั่งสหราชอาณาจักรและฝั่งทวีปยุโรปนั้นแทบจะหาไม่ได้ในประเทศไทย นอกจากนิตยสาร

Generation Terrorist ซึ่งเคยวางแผงเมื่อช่วงปีค.ศ. 1990 อันเป็นยุคสมัยที่แนวดนตรีอัลเทอร์เนทีฟได้รับความนิยม ในปัจจุบันมีเพียงนิตยสาร DDT ซึ่งเป็นนิตยสารในเครือบริษัท Click Radio แต่ก็เน้นหนักทางด้านเนื้อหาเกี่ยวกับดนตรีนอกกระแสไทยมากกว่าดนตรีนอกกระแสต่างประเทศ

ส่วนสื่อโทรทัศน์ก็ไม่มีพื้นที่ให้กับรายการที่มีเนื้อหาประเภทดังกล่าว สื่อโทรทัศน์ที่พอจะปรากฏเนื้อหาเกี่ยวกับดนตรีนอกกระแสมีเฉพาะในสถานีเพลงประจำเครือข่ายเคเบิลทีวีอย่าง MTV และ Channel V ซึ่งจำเป็นต้องเข้าสู่ระบบสมาชิก ต้องจ่ายค่าบริการรายเดือน อีกทั้งสัดส่วนของเนื้อหารายการที่เกี่ยวกับแนวดนตรีนอกกระแส เมื่อเทียบกับรายการที่นำเสนอแนวดนตรีตามกระแสนิยมหลักแล้ว ถือว่าเป็นจำนวนเพียง 5-10% เท่านั้น กล่าวคือภายในหนึ่งอาทิตย์ทางสถานีเพลง MTV มีเพียงรายการ MTV Alternative Nation ที่เปิดมิวสิควิดีโอแนวดนตรีนอกกระแส และอาจจะพบมิวสิควิดีโอประเภทดังกล่าวแทรกอยู่ในรายการอื่นๆอยู่บ้างประปราย

จากข้อจำกัดดังกล่าวทำให้พื้นที่ในการสังสรรค์และทำกิจกรรมร่วมกันของกลุ่มคนที่ชื่นชอบแนวดนตรีนอกกระแสมีน้อยหรือเรียกได้ว่าแทบจะไม่มีเลยก็ว่าได้แปรผันไปตามสัดส่วนอันน้อยนิดของพื้นที่สื่อดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ทำให้กลุ่มคนที่ต้องการมีพื้นที่ในการสังสรรค์และแสดงออกเริ่มรวมกลุ่มกันจัดงานปาร์ตี้ที่เปิดเพลงในแนวดนตรีนอกกระแสต่างประเทศ โดยเฉพาะจากสหราชอาณาจักร ทั้งแนวดนตรีบริทป๊อปในช่วงค.ศ. 1990 ไปจนถึงแนวดนตรีการาจร็อก และอิเล็กทรอนิกส์ที่เริ่มเป็นที่นิยมในวงการดนตรีนอกกระแสต่างประเทศในช่วงปีค.ศ. 2000 เป็นต้นมา ทั้งหมดนี้เป็นที่มาของกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ที่ถือเป็นต้นแบบของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสอื่นๆที่ก่อตั้งขึ้น โดยกลุ่มคนที่ต้องการพื้นที่ในการสังสรรค์ในรูปแบบที่ตนเองต้องการเช่นเดียวกัน ซึ่งการเกิดของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นทำให้กลุ่มคนเหล่านี้มีพื้นที่ในการสังสรรค์และแสดงออกถึงรสนิยมเฉพาะกลุ่มได้กว้างขวางขึ้น

นอกเหนือจากการจัดปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสเป็นประจำทุกเดือนแล้ว กลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ยังมีการสร้างพื้นที่สื่อของตนเองทั้งสื่อดั้งเดิมอย่างสื่อสิ่งพิมพ์อันได้แก่นิตยสาร Supersweet ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปินนอกกระแสในสหราชอาณาจักรจากบรรณาธิการที่ประจำอยู่ในสหราชอาณาจักร โดยเลือกวางจำหน่ายเฉพาะร้านขายซีดีและร้านหนังสือบางแห่งภายในย่านสยามแสควร์ สำหรับสื่อสมัยใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตได้แก่เว็บไซต์อย่างเป็นทางการ



5www.dudesweet.org สำหรับแจ้งกำหนดการและเผยแพร่ภาพบรรยากาศภายในงานปาร์ตี้ที่ผ่านมา ส่วนเว็บบอร์ดสำหรับแลกเปลี่ยนความคิดเห็นนั้นเข้าพื้นที่จากบริการเว็บบอร์ดสำเร็จรูป

จึงกล่าวได้ว่าการแสวงหาสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มนี้จึงมุ่งไปสู่ สื่อสมัยใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลัก โดยเฉพาะเมื่อเกิดรูปแบบในการขายเพลงแบบใหม่ใน วงการเพลงนอกระแส ที่เปลี่ยนรูปแบบมาเป็นการขายทางสื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้น เห็นได้ชัดจาก กรณีของวง Arctic Monkeys วงอินดี้ร็อกจากสหราชอาณาจักรที่ทำการตลาดด้วยการอนุญาตให้ คาวนั้โหลดผลงานเพลงจากอินเทอร์เน็ต จนได้เซ็นสัญญากับค่ายเพลงใหญ่และมียอดขายถึง 800,000 แผ่นภายในเวลา 3 ชั่วโมง และยังเกิดกระแสคนดังจาก myspace ซึ่งเกิดการกล่าวอ้างว่าวง Arctic Monkeys สร้างฐานแฟนเพลงจากเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com จนมีชื่อเสียงโด่งดัง ซึ่งทำ ให้เว็บไซต์ myspace.com เริ่มเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในกลุ่มคนที่ชื่นชอบดนตรี และกลุ่ม ศิลปินนอกระแสที่ต้องการเผยแพร่ผลงานของตนเองก็ดำเนินรอยตามกระแสคนดังจาก myspace เพื่อปูทางไปสู่การเซ็นสัญญากับค่ายเพลงต่อไป

#### วง Arctic Monkeys กับปรากฏการณ์ทางเว็บไซต์ myspace.com

Arctic Monkeys วงดนตรีแนวการาร็อกจากเมืองเชฟฟีลด์ สหราชอาณาจักร ที่เปิดตัวด้วยเพลง “I Bet You Look Good On The Dance Floor” ที่ขึ้นถึงอันดับหนึ่งของ UK Chart และได้รับการกล่าว ขานถึงว่าเป็นวงดนตรีนอกระแสที่ริเริ่มกระแส DIY Marketing ต่อต้านการควบคุมกลไกทางการ ตลาดของค่ายเพลง ด้วยการสร้างสรรค์ผลงานดนตรีด้วยตนเอง แล้วนำไปแจกจ่ายให้กับแฟนเพลง ที่ไปดูการแสดงสดตามผับเพื่อให้ผู้ที่มาชมการแสดงสดรู้จักเพลงของวง และสร้างฐานแฟนเพลง ด้วยการเผยแพร่ผลงานให้ดาวน์โหลดทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้เกิดกระแสข่าว่าวง Arctic Monkeys ประสบความสำเร็จจากการสร้างฐานแฟนเพลงผ่านเครือข่ายของเว็บไซต์ myspace.com อย่างไรก็ดีตามกระแสดังกล่าวอาจจะเป็นเพียงการสร้างกระแสเพื่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ myspace.com เนื่องจากทางวง Arctic Monkeys ได้ให้สัมภาษณ์ในนิตยสาร Prefix ไว้ว่าทางวงไม่เคยรู้จักเว็บไซต์ myspace.com มาก่อน สำหรับหน้า profile ในเว็บไซต์ myspace.com ของพวกเขา นั้นทางกลุ่มแฟนคลับเป็นผู้จัดทำขึ้น แต่ไม่ว่าความสำเร็จของทางวงจะมีสาเหตุจากเว็บไซต์ myspace.com หรือไม่ก็ตามที แต่ปรากฏการณ์ดังกล่าวก็มีส่วนทำให้เว็บไซต์ myspace.com เป็นที่ รู้จักไปทั่วโลก

ต่อมาเมื่อพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ตมีประสิทธิภาพสูงขึ้น นวัตกรรมใหม่ๆ อย่างเว็บ 2.0 ที่เน้นการสร้างสรรค์เนื้อหาได้โดยตัวผู้บริโภคสื่อ และเว็บไซต์ประเภท social networking ที่เน้นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการขยายเครือข่ายส่วนบุคคลหรือองค์กร ได้ก้าวเข้ามามีบทบาทในชีวิตออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต อย่างที่สามารถกล่าวได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนมากล้วนเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ประเภท social networking เว็บไซต์ใดเว็บไซต์หนึ่งทั้งสิ้น

สำหรับเว็บไซต์ประเภท social networking ที่ได้รับความนิยมที่สุดในประเทศไทยได้แก่เว็บไซต์ hi5.com ซึ่งจากการสำรวจของ Alexa Internet แล้วเว็บไซต์ hi5.com ถือเป็นเว็บไซต์ประเภท social networking ที่ได้รับความนิยมเป็นลำดับที่ 19 ของโลก และเป็นลำดับที่ 1 ในประเทศที่ใช้ภาษาละตินเป็นภาษาหลัก แต่กลับได้รับความนิยมเป็นลำดับที่ 73 ในสหรัฐอเมริกา ส่วนเว็บไซต์ myspace.com นั้นซึ่งเป็นเว็บไซต์ social networking ถือว่าเป็นเว็บไซต์ประเภท social networking ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในอเมริกา และได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 6 ของโลกด้วยความโดดเด่นทางด้านบริการเสริมในส่วน of myspace music ที่เป็นพื้นที่ให้ศิลปินสร้างหน้า profile ของตนเอง เพื่อเผยแพร่ผลงานเพลง แจ้งข่าวสารกำหนดการต่างๆ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับแฟนเพลงที่เป็นสมาชิกในเครือข่าย (friend) ของตนเอง ดังนั้นเครือข่ายของเว็บไซต์ myspace.com จึงเป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงบุคคลที่สนใจแนวดนตรีต่างๆ เข้ากับศิลปินที่ต้องการเผยแพร่ผลงาน และองค์กรต่างๆ ที่ต้องการขยายเครือข่ายของตนไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการเฉพาะกลุ่ม ซึ่งตรงกับจุดประสงค์ของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสดังกล่าว ที่ต้องการกระจายข่าวสารไปยังกลุ่มคนที่มีความสนใจในดนตรีนอกระแสดังกล่าวอย่างแท้จริง

“ช่วงปี 2003 เป็นช่วงที่วงการดนตรีอินดี้มันขึ้นมาฟูอิกรอบนี้ ในขณะเดียวกันพวก MTV ก็เริ่มไม่คูล<sup>19</sup>อีกต่อไปแล้ว คนเริ่มไม่สนใจ mass media แล้วคนที่ฟังเพลงมาอยู่ที่ myspace มากกว่า คนที่คอยเคาะกับเราจะมาหาไร ในนี้มากกว่า มันก็ดีที่คนมันเริ่มบอกต่อว่าเข้าไป link dudesweet สิ หลักก็คือว่าถ้าเกิดเราทำ myspace แล้วเราฟังเพลงร็อกหรืออิเล็กทรอนิกส์ แล้วมี myspace ก็ต้องแอด dudesweet มันก็กลายเป็นกฎของ

<sup>19</sup> มาจากคำว่า cool ศัพท์วัยรุ่นในภาษาอังกฤษมีความหมายว่าโก้หรือเท่

เค้า” (สัมภาษณ์ พงษ์สรวง คุณประสพ ผู้จัดงานปาร์ตี้ Dudesweet , 28 กุมภาพันธ์ 2551)

สาเหตุของการเลือกใช้เว็บไซต์ myspace.com เนื่องจากเว็บไซต์ myspace.com เป็นเว็บไซต์ ประเภท social networking ที่เน้นการรวบรวมแนวดนตรีต่างๆจากทั่วโลกมารวมไว้ด้วยกัน ดังนั้น จึงถือเป็นเครือข่ายที่เป็นศูนย์รวมของคนที่ชอบฟังเพลง โดยเฉพาะเพลงนอกระแสที่หาฟังได้ยาก ทั้งยังง่ายในการเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับแนวทางของกลุ่มโดยเฉพาะ ต่างจากเว็บไซต์ hi5.com ที่ถึงแม้ว่าจะได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่นไทยมากที่สุด กลุ่มผู้จัดปาร์ตี้มีความเห็นตรงกันว่าเป็น กลุ่มเป้าหมายที่อายุน้อย มีวุฒิภาวะน้อยกว่ากลุ่มคนที่เลือกใช้เว็บไซต์ myspace.com ที่เป็นกลุ่ม วัยรุ่นที่มีวุฒิภาวะมากกว่า และมีความสนใจทางด้านดนตรีอย่างจริงจัง แสวงหาสิ่งแปลกใหม่อยู่เสมอ ทำให้เปิดรับวัฒนธรรมการเที่ยวปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสมากกว่ากลุ่มคนที่เล่น hi5 ซึ่งตาม ความคิดเห็นของผู้จัดปาร์ตี้บางกลุ่มมองว่าเป็นกลุ่มคนทั่วไปที่นิยมใช้ภาษาไทยในการสนทนา ซึ่ง ผู้วิจัยได้แปลนัยของ “กลุ่มคนทั่วไปที่ใช้ภาษาไทย” สามารถสื่อความหมายรวมถึง กลุ่มคนที่นิยม ฟังเพลงไทย ตามที่แกนนำกลุ่มปาร์ตี้ดังกล่าวได้กล่าวไว้ดังนี้

“ก่อนหน้าปี 2004 เน็ตเมืองไทยจะช้ามาก เมื่อก่อนเราใช้ hi 5 ตอนนั้นก็เล่นกับเพื่อน แหะละครูปคน อย่างนี้แบบนี้ แล้วเล่นไปซักรู้สึกมันปัญญาอ่อน hi5 มันจะชอบมีพวก เด็กผู้หญิงทำปาก dojo เราก็คิดว่านี่คงไม่ใช่ target แล้ว แล้วทีนี้ บี วงfuton<sup>20</sup> ก็แนะนำมาให้ ทำ myspace สิเพราะว่ามันผู้ใหญ่มากกว่า คือ target เราก็คืออายุที่เข้าเชคได้ก็คือ 20 แล้ว hi5 นี้ เรามองว่าส่วนใหญ่เป็นเด็กมัธยมมากกว่า เราก็เลยทำ myspace” (สัมภาษณ์ พงษ์สรวง คุณ ประสพ ผู้จัดงานปาร์ตี้ Dudesweet , 28 กุมภาพันธ์ 2551)

“เพลงที่เราเปิดเป็นเพลงสากล แล้วคนส่วนใหญ่ที่เล่น myspace ใช้ภาษาอังกฤษเป็น พื้นฐาน แสดงว่าส่วนใหญ่ก็ต้องฟังเพลงสากล แล้วการสตาร์ทฟังเพลงสากลก็ต้องมาจาก เพลงป๊อปทั้งนั้น เพราะฉะนั้น myspace ก็เลยดีกว่า Hi5 ที่ส่วนใหญ่เป็นคนไทย ไม่ใช่สิเค้า

<sup>20</sup> กลุ่มดนตรีแนวอีเล็กโทรแคลซ ที่เกิดจากการรวมตัวของนักดนตรีจากหลายเชื้อชาติ มีการเปลี่ยนแปลงสมาชิกบ่อยครั้ง มีเพลงแรกอย่าง

"I Wanna Be Your Dog" ที่สร้างชื่อให้เป็นที่รู้จักจนปัจจุบัน สมาชิกในปัจจุบันประกอบไปด้วยกมิคิช สำเนียง, Paul Hampshire,

Simon Gilbert และทัยรัตน์ เจริญชัยชนะ

เรียกว่าคนที่ใช้ภาษาไทยทั่วไป”(สัมภาษณ์ ทิชากร ภูเขาทอง ผู้จัดการปาร์ตี้ Trasher,14 มีนาคม 2551)

ซึ่งปรากฏการณ์การกำเนิดของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสกลุ่มอื่นๆ ที่ต้องอาศัยเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com ในการขยายเครือข่าย ทำให้คนที่ชอบไปงานปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสต้องเป็นสมาชิกในเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com ถึงจะถือว่าเป็นขาปาร์ตี้ตัวจริงนั้น ล้วนแต่มีที่มาจากกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ที่ถือว่าเป็นผู้ริเริ่มการจัดปาร์ตี้รูปแบบนี้ขึ้นมาเป็นกลุ่มแรกเมื่อปีค.ศ. 2002 และเริ่มเข้าเป็นสมาชิกภายในเครือข่ายของเว็บไซต์ myspace.com ภายได้ชื่อ URL [www.myspace.com/busypartyboy](http://www.myspace.com/busypartyboy) เมื่อปลายปีค.ศ. 2004 ซึ่งเป็นหน้า profile อย่างเป็นทางการของกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet นอกจากนี้พงษ์สรวย คุณประสพ แกนนากลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ยังได้สมัครสมาชิกสร้างหน้า profile ภายในเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com ที่ถือเป็นสาขาย่อยของกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ที่มีกิจกรรมและจุดมุ่งหมายแตกต่างกันไปไม่ว่าจะเป็น “Dudesweet Remix”, “Video Tape” และ “Club Professional” แต่ทว่าสาขาแยกย่อยของกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet กลับไม่ได้รับการตอบรับที่ดีเท่าตัวปาร์ตี้ Dudesweet เอง จนค่อยๆเลิกราไปในที่สุด

“Dudesweet Remix เป็นช่วงที่เปลี่ยนแนวเพลงจากที่เป็นร็อกมาเป็นอีเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ก็เลยเริ่มทำรีมิกซ์เพลงแต่ไปๆมาๆแล้วก็ไม่มี เพราะว่ามันทำยาก แล้วก็ทำปาร์ตี้อีเล็กโทร 80's ชื่อ Video Tape แต่ว่าไม่ค่อยเวิร์กเพราะเหมือนกับว่าชื่อ Dudesweet มันขายได้อยู่คนเดียวนะ แล้วก็ Club Professional ตอนนั้นที่เริ่มทำเพราะว่าชอบมีคนมาขอเป็นดีเจ ขอเปิดเพลง จริงๆก็ให้เปิดไม่ได้หรอก แต่เราก็ไม่รู้จะทำยังไง ก็เลยอ๊ะ ถ้าใครอยากไปเปิดก็ไปแข่งที่ Club Professional เลยทุกวันอังคาร แต่ทำไปได้ซักพักนึงก็เลิกไปเพราะว่าไม่มีเวลา แล้วมันต้องจัดเป็น weekly ใหม้ย ก็เลยโอนไปให้ฝรั่งชื่อ Will ทำ ก็ทำได้รุ่งเรื่องอยู่ซักพักนึงก็เลิก เพราะคนก็เริ่มเบื่อ” (สัมภาษณ์ พงษ์สรวย คุณประสพ ผู้จัดการปาร์ตี้ Dudesweet , 28 กุมภาพันธ์ 2551)

ถึงแม้ว่าการสร้างสาขาย่อยของกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet จะไม่ประสบความสำเร็จเท่าไรนัก แต่การเกิดของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสกลุ่มอื่นๆ ที่ล้วนแต่ได้รับแรงบันดาลใจจากกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet กลุ่มคนที่เติบโตมากับแนวดนตรีอัลเทอร์เนทีฟในยุค 90's และกลุ่มวัยรุ่นที่กำลังเติบโตไปพร้อมกับวัฒนธรรมการไปปาร์ตี้ Dudesweet ต่างพากันรวมกลุ่มเพื่อสร้างสรรค์งานปาร์ตี้คนตรี

นอกระแสบนแบบฉบับของตนเอง ทำให้วงการดนตรีนอกระแสวิกขัยขึ้น มีพื้นที่ให้คนเหล่านี้แสดงออกมากขึ้น ซึ่งแน่นอนว่าในการจัดปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสดของกลุ่มปาร์ตี้อื่นๆก็ย่อมต้องอาศัยการขยายเครือข่ายผ่านเว็บไซต์ myspace.com เช่นเดียวกับที่กลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนที่สนใจเรื่องดนตรีอย่างจริงจัง โดยเฉพาะแนวดนตรีที่แปลกใหม่ และกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com คู่กันเคยกับวัฒนธรรมการไปปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสดอยู่แล้ว

“เราเริ่มใช้ myspace อย่างจริงจังได้ประมาณปีกว่าๆ เราเลือกใช้ myspace เพราะมันเกี่ยวกับดนตรีโดยตรงครับ ถ้าเราไปใช้ his มันก็คงไม่ใช่ คนเล่น myspace จะเป็นกลุ่มที่มาปาร์ตี้แล้วชอบฟังเพลง” (สัมภาษณ์วรนาถ พัทธกร, ผู้จัดการปาร์ตี้ Happy alone, 13 กุมภาพันธ์ 2551)

“myspace มีคนเล่นเยอะแล้วเป็นคนที่สนใจเรื่องเพลง ต่างจากคนที่เล่น his แล้วมันมีกลุ่มคนให้เลือกเยอะ มีหลายๆแนว เป็นศูนย์รวมของแนวเพลงทั่วโลก” (สัมภาษณ์ณกานต์ เทพหัสติน ณ อยุธยา ผู้จัดการปาร์ตี้ Mutiny, 28 มีนาคม 2551)

“คนใช้กันเยอะมากมัน worldwide มาก แล้วมันก็เป็นสื่ออันเดียวที่สามารถกระจายข่าวงานปาร์ตี้ได้ คนที่อยู่ในวงการคือคนที่ไปปาร์ตี้แน่ๆ เค้าจะรับรู้ข่าวสารจาก myspace อย่างไม่ว่าจะไปปาร์ตี้อะไรเราก็จะคุ้นหน้าว่า อ๊ะๆ คนนี้เราเคยเห็นใน myspace” (สัมภาษณ์ ทิชากร ภูเขาทอง ผู้จัดการปาร์ตี้ Trasher , 14 มีนาคม 2551)

“มันสะดวกแล้วก็เข้าถึง target group กลุ่มวัยรุ่นที่ฟังเพลงไม่ mainstream มาก ชอบปาร์ตี้ชอบความสนุกสนาน ชอบลองอะไรใหม่ๆ” (สัมภาษณ์ ปิยะวิภา อินทรทัต ผู้จัดงานปาร์ตี้ Itsblog Party, 12 กุมภาพันธ์ 2551)

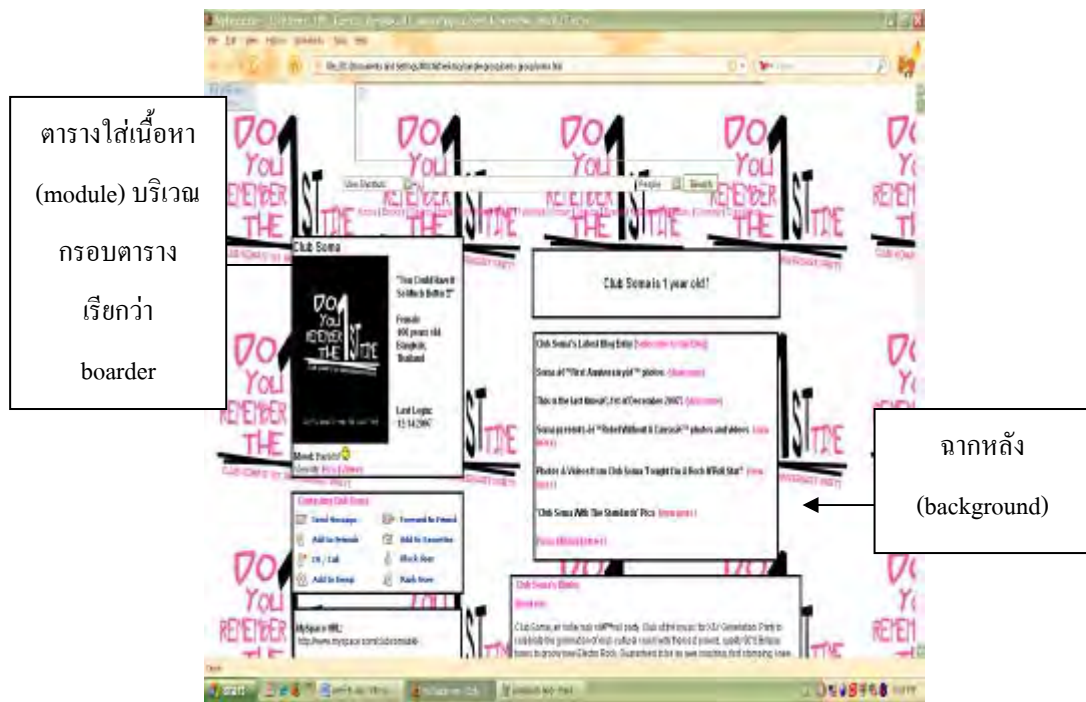
“กลุ่ม target ที่ฟังเพลงแนวปาร์ตี้ที่เราจัดส่วนมากจะเล่น myspace ตอนนั้นมีเพื่อนแนะนำมาด้วยว่าเฮ้ย ลองใช้ไอนี้ดี ถ้าจะทำปาร์ตี้จะโรยแบบนี้ เหมือนเป็นคนแนวๆ เดียวกัน มันใช้บอกข่าวสารได้เยอะนะ target นี้มันอยู่ในที่นี้เลย” (สัมภาษณ์ ธิญานกรณ์ ปาณิกบุตร ผู้จัดการปาร์ตี้ Coconight , 6 มีนาคม 2551)

“พอคิดจะเริ่มจัดงานก็ทำ *myspace* เลย เมื่อประมาณเดือนตุลาปีที่แล้ว เราเล่น *myspace* กันอยู่แล้ว จุดประสงค์หลักของ *myspace* น่าจะทำเพื่อคนตรีอยู่แล้ว มันก็น่าจะถึงกลุ่มคนของเราได้มากที่สุดแล้วละ” (สัมภาษณ์ สมโภช ทองไพบูลย์ ผู้จัดการปาร์ตี้ Project Mayhem , 25 มีนาคม 2551)

#### 4.3 รูปแบบและบริการของเว็บไซต์ *myspace.com* ที่เอื้อต่อการขยายเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแส

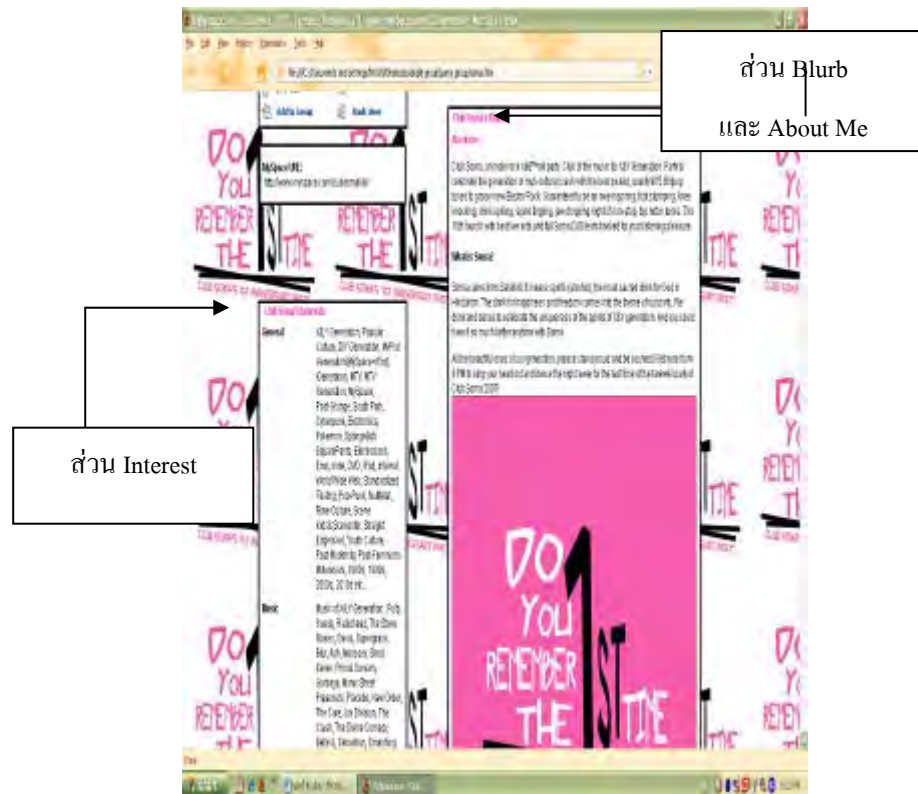
การเข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายเว็บไซต์ *myspace.com* จำต้องลงทะเบียนกรอกข้อมูลส่วนบุคคลแล้วจึงได้เป็นเจ้าของหน้า *profile* ในเครือข่ายเว็บไซต์ *myspace.com* ซึ่งในเบื้องต้นผู้วิจัยขออธิบายถึงรูปแบบของหน้า *profile* อันเป็นชื่อเรียกของหน้าโฮมเพจส่วนตัวที่มีข้อมูลต่างๆของเจ้าของหน้า *profile* และยังสามารถเชื่อมโยงไปยังหน้า *profile* ของสมาชิกในเครือข่ายหรือในที่นี้เรียกว่า “friend” โดยการคลิกที่ภาพแทนตน (*display picture*) ที่ปรากฏบนหน้า *profile* ก็จะเชื่อมต่อเข้าไปเยี่ยมชมหน้า *profile* ของสมาชิกอีกคนได้ทันที ซึ่งสมาชิกที่ถูกเลือกให้มีภาพแทนตนแสดงบนหน้าแรกของหน้า *profile* (*home*) ของผู้ใดก็ตามถือว่าเป็น “top friend” ของเจ้าของหน้า *profile* นั้น ภายในหน้า *profile* มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

- **กราฟฟิกสำหรับตกแต่งหน้า *profile* (*Layout*)** หมายถึง ประกอบได้ด้วยฉากหลัง (*background*) ตารางใส่เนื้อหา (*module*) และกรอบตาราง (*boarder*) และเทคนิคพิเศษในการตกแต่งภาพ โดยใช้ภาษา HTML ในการตกแต่ง หรือปรับแต่งรูปแบบทั่วไปของหน้า *profile* ได้ด้วย CSS ซึ่งในจุดนี้ค่อนข้างเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ที่ไม่มีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาดังกล่าว ทำให้ทางเว็บไซต์มีการปรับปรุงให้ตกแต่งได้ง่ายขึ้น โดยใช้ระบบอัตโนมัติ



ภาพแสดงองค์ประกอบของกราฟฟิคบนหน้า profile (layout)

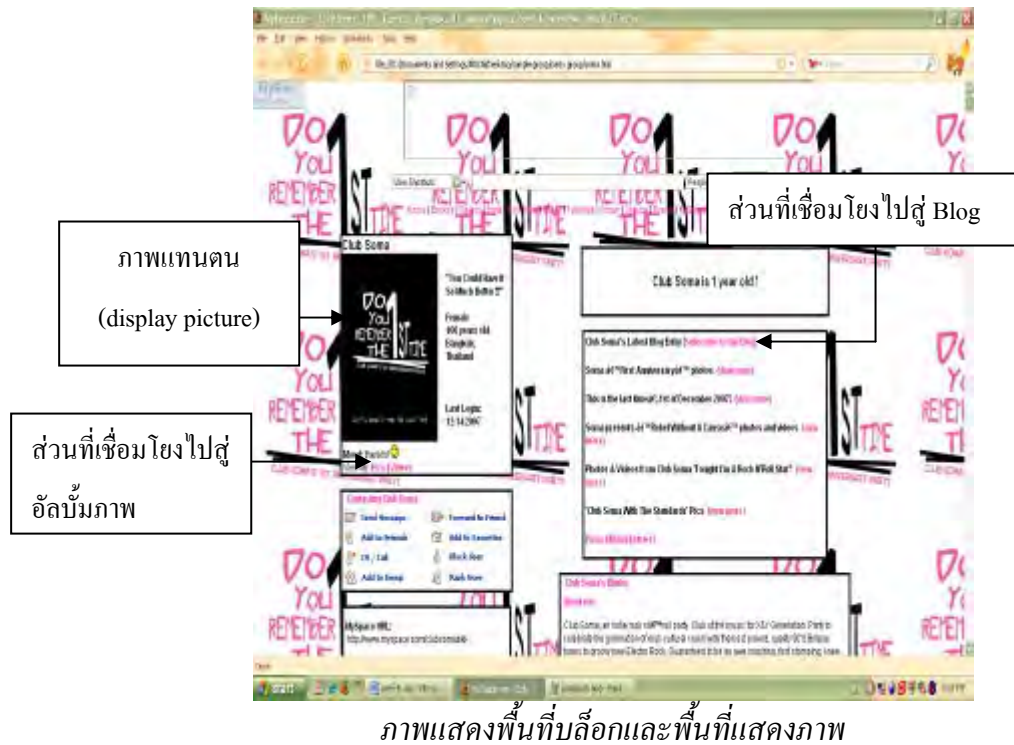
- **พื้นที่สำหรับการแนะนำตัว (Blurbs and About Me)** มีไว้เพื่อประกาศสารที่ต้องการให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชมรู้จักตัวตน และทัศนคติของตนเอง และ Who I'd like to meet เพื่อบ่งบอกถึงกลุ่มคนที่ต้องการมีปฏิสัมพันธ์ด้วย
- **ความสนใจ (Interest)** สำหรับระบุความสนใจส่วนตัว ไม่ว่าจะเป็น งานอดิเรก ภาพยนตร์ที่ชอบ แนวดนตรีที่ชอบ หนังสือที่ชอบ รายการโทรทัศน์ที่ชอบ บุคคลที่ชื่นชม และกลุ่มย่อยที่ตนเองเป็นสมาชิกตามความสนใจส่วนตัว
- **ข้อมูลส่วนบุคคล (Details)** ไว้สำหรับระบุรายละเอียดส่วนตัวได้แก่ สถานภาพ เชื้อชาติ ศาสนา จุดประสงค์ในการเป็นสมาชิก myspace วิชาชีพประจำตัว อาชีพ เป็นต้น



ภาพแสดงส่วนแนะนำตัว(Blurb & About Me)และส่วนความสนใจ (Interest)

- **บล็อก(Blog)** พื้นที่สำหรับเขียนแสดงทัศนะ อารมณ์ความรู้สึก และเพิ่มเติมสื่อมัลติมีเดียเช่น เพลง ภาพสไลด์ และวิดีโอ เข้าไปใน profile ได้ตามอัชฌาศัย และผู้เข้ามาเยี่ยมชมสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาภายในบล็อกได้
- **ภาพ (Image)** ภายในหน้า profile มีบริการ upload รูปภาพ สร้างเป็นอัลบั้มภาพ ส่วนตัวที่ เจ้าของ profile มีสิทธิ์ในการอนุญาตให้เพื่อนใน network สามารถเข้ามาชมได้เท่านั้น หรืออนุญาตให้ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชม profile เข้าไปชมได้ทุกคน โดยรูปแทนตน (display picture) เป็นภาพที่เจ้าของหน้า profile เลือกเป็นภาพแทนหน้า profile ของตนเอง ภาพนี้จะปรากฏบนหน้า profile ของผู้อื่นเมื่อเจ้าของหน้า profile ใสข้อความแสดงความคิดเห็น (comment) ให้เจ้าของหน้า profile นั้นๆ หรือปรากฏเมื่อถูกเลือกเป็น top friend ของผู้อื่น



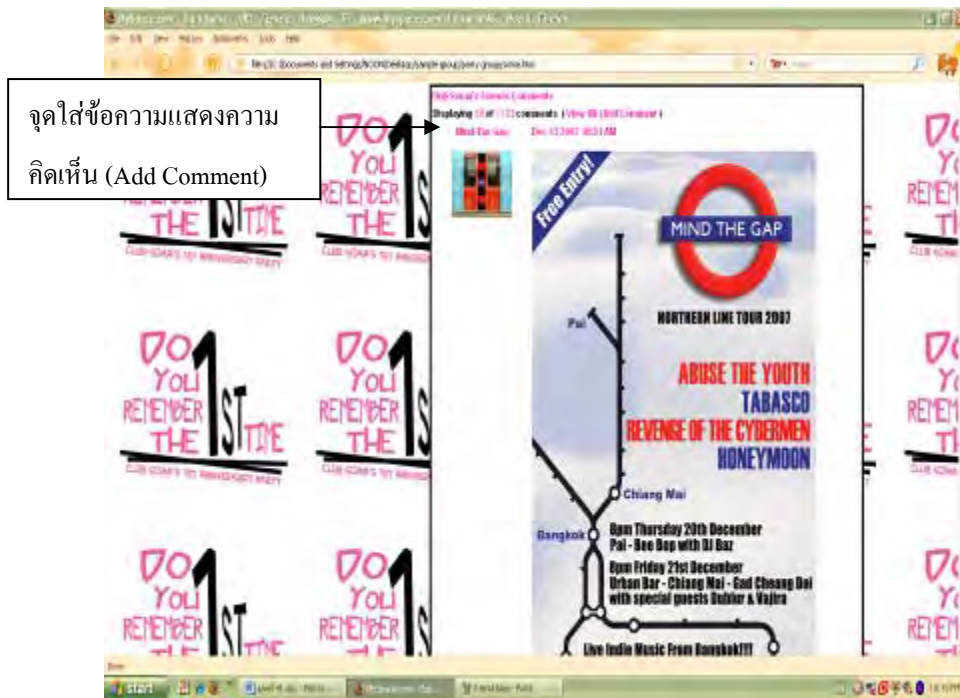


- **พื้นที่แสดงสมาชิกในเครือข่าย (Friend space)** เป็นพื้นที่แสดงจำนวนเพื่อนในเครือข่าย ซึ่งการเลือก friend เข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายของตน เรียกว่าการ “add friend” หรือการยอมรับคำขอเป็นสมาชิกในเครือข่ายของตนเอง (friend request) เรียกว่าการ “accept friend request” ซึ่งเจ้าของหน้า profile สามารถเลือก Top Friend หรือเพื่อนที่เราชื่นชอบ ให้แสดงบนหน้าแรกของ profile โดยสามารถคลิกบริเวณภาพแทนตน (display picture) ของเพื่อนเพื่อเข้าไปยังหน้า profile ของเพื่อนคนนั้น ซึ่งบริเวณด้านล่างของภาพแสดงสถานะ (status) ออนไลน์หรือออฟไลน์ของเจ้าของหน้า profile นั้น



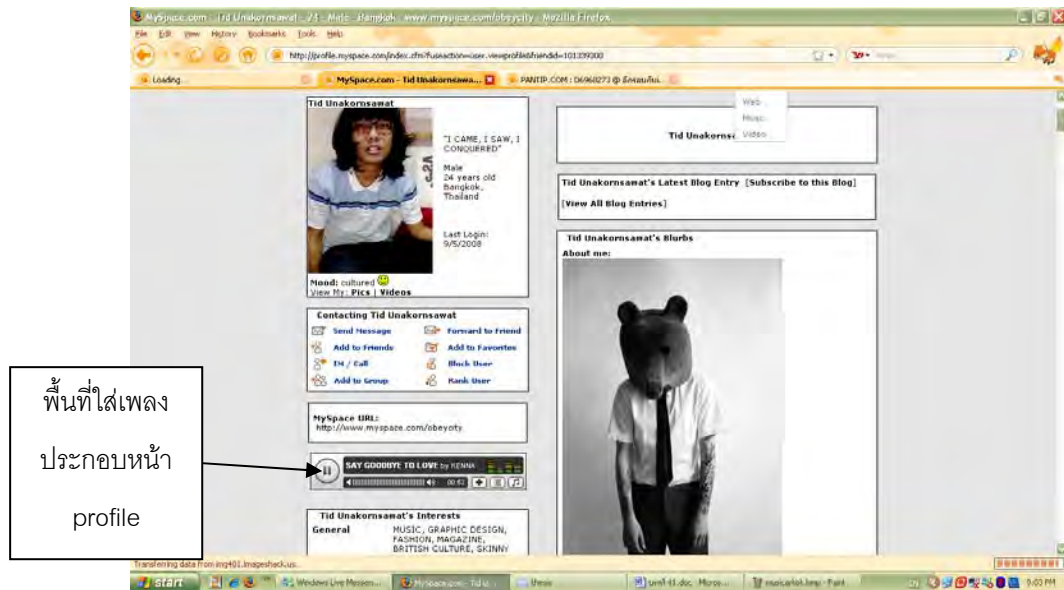
ภาพพื้นที่แสดงสมาชิกในเครือข่าย (Friend Space) บนหน้า profile

- **ส่วนความคิดเห็น (comment)** เป็นพื้นที่สำหรับแสดงความคิดเห็น หรือฝากข้อความให้เจ้าของ profile ซึ่งผู้เข้ามาเยี่ยมชม profile สามารถอ่าน comment เหล่านี้ได้เช่นกัน โดยที่เจ้าของ profile อาจจะเลือกแสดงเฉพาะ comment ที่ตนเองเห็นชอบด้วย และลบ comment ที่ไม่ต้องการทิ้งไปได้

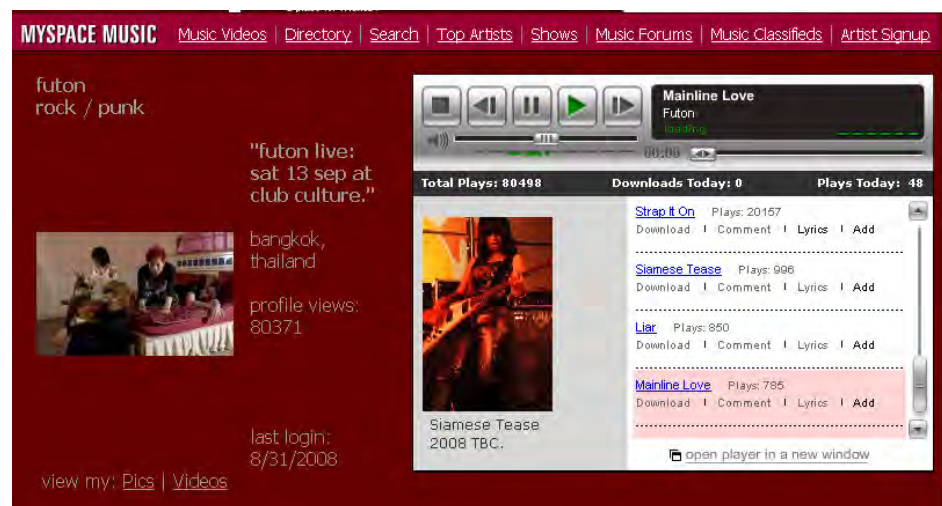


ภาพแสดงส่วนแสดงความคิดเห็น (comment) บนหน้า profile

- เพลงประกอบหน้า profile สำหรับบุคคลทั่วไปเป็นพื้นที่สำหรับอัปโหลดเพลง ขึ้นเป็นเพลงประกอบบนหน้า profile ตามรสนิยมของเจ้าของหน้า profile สำหรับ profile ของศิลปินที่ต้องการเผยแพร่ผลงานของตนเอง สามารถอัปโหลดผลงานเพลงเป็นไฟล์ MP3 ขึ้นบนหน้า profile ได้ เพื่อเผยแพร่ผลงาน โดยผู้เข้ามาเยี่ยมชมอาจจะดาวน์โหลดไฟล์ MP3 ได้ฟรี หรือเป็นเพียงแค่ไฟล์ตัวอย่างให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชมฟังเพลงหรือเลือก add เป็นเพลงประจำหน้า profile ของผู้ที่ชื่นชอบผลงานของศิลปินดังกล่าว



ภาพพื้นที่สำหรับเพลงประกอบหน้า *profile* ของบุคคลทั่วไป



ภาพพื้นที่เพลงประกอบหน้า *profile* ของศิลปิน

- **วิดีโอประกอบหน้า *profile*** เป็นพื้นที่สำหรับอัปโหลดคลิปวิดีโอขึ้นแสดงบนหน้า *profile* เพื่อแสดงถึงรสนิยมของตนเอง เจ้าของ *profile* สามารถเลือกคลิปวิดีโออย่างเช่น มิวสิควิดีโอ โฆษณา และคลิปวิดีโอจากที่บ้าน จากส่วน *myspace tv* ภายในเว็บไซต์ *myspace.com* หรือนำคลิปวิดีโอจากเว็บไซต์อื่น ๆ อัปโหลดขึ้นแสดงบนหน้า *profile* ของตนเองได้ตามใจชอบ



ภาพวิดีโอประกอบหน้า profile

- **กระดานข่าวสาร (Bulletin Board)** พื้นที่สำหรับแจ้งข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆของสมาชิกในเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com โดยสมาชิกสามารถโพสต์ข่าวสารต่างๆทั้งรูปแบบภาพและข้อความ โดยการโพสต์ลงบนพื้นที่ bulletin board เพียงครั้งเดียวสามารถส่งข้อมูลข่าวสารไปยังสมาชิก (friend) ในเครือข่ายของผู้โพสต์ได้อย่างทั่วถึง



ภาพกระดานข่าวสาร (bulletin board)

กลุ่มปาร์ตี้กลุ่มหนึ่งอาจจะใช้หน้า profile หลักหน้าเดียวในการสร้างเครือข่าย หรือใช้ profile ส่วนตัวของผู้ร่วมจัดงานภายในกลุ่มปาร์ตี้ของตนจำนวนหลาย profile ตามจำนวนผู้จัดงาน ช่วยกันกระจายข่าวให้สมาชิกในเครือข่ายย่อยของตน และมีศักยภาพในการติดต่อศิลปินหรือองค์กรที่มีชื่อเสียงมีส่วนร่วมในงานปาร์ตี้ได้ ส่งผลให้จำนวนคนที่มางานปาร์ตี้มากขึ้นไปด้วย สำหรับการขยายเครือข่ายย่อยโดยการใช้น้ำ profile หลักเพียงหน้าเดียว หรือใช้หลายหน้า profile นั้นในแง่การกระจายข่าวสารไปยังสมาชิกการมีหลายหน้า profile อาจจะได้เปรียบกว่าในเชิงปริมาณการเลือก add friend เพิ่มจำนวนสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มตน และการโพสต์ flyer ที่สามารถกระจายไปยังกลุ่ม friend ใน profile ส่วนตัวของผู้จัดงานได้จำนวนเยอะกว่า

โดยแต่ละกลุ่มจะมีบรรทัดฐานในการเลือก add friend แตกต่างกันไป ทั้งการเลือกจากสไตล์ หรือแนวเพลงที่ปรากฏบนหน้า profile โดยดูจากศิลปินที่เจ้าของหน้า profile ชอบ สามารถดูจาก Top Friend ดูจากข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับความสนใจทางด้านดนตรี และเพลงประกอบที่ใช้ใน profile แต่กลุ่มปาร์ตี้ที่มีการจัดงานปาร์ตี้อย่างสม่ำเสมอ จัดปาร์ตี้มาเป็นเวลาค่อนข้างนานกว่ากลุ่มปาร์ตี้เล็กๆที่เป็นการรวมตัวของบรรดานักศึกษา หรือกลุ่มปาร์ตี้ที่ต้องการยกระดับตัวเองมาสู่การเป็นกลุ่มนักจัดปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสมีอาชีพ นิยมใช้น้ำ profile หลักของงานปาร์ตี้เพียงหน้าเดียว เพื่อให้ตรงจุดประสงค์หลักคือใช้ประโยชน์ในการกระจายข่าวสาร เพิ่มสมาชิกที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย และสร้างเครือข่ายทางธุรกิจต่อไป

“ Dudesweet มี MySpace อันเดียว แต่ว่ามีเพื่อนที่ช่วยโปรโมทอีกคนหนึ่งคือ onsiri<sup>21</sup> ก็ถือว่านับด้วยเหมือนกัน อย่าง MySpace ของ Dudesweet เนี่ยมันจะเหมือนกับเขียนไปก็ไม่ว่ากำลังเขียนหาใครเป็นของกลาง แต่ของ onsiri เนี่ยเป็นที่สำหรับคนที่รู้จักกันหน่อยนึง ไปฮิสะ21<sup>22</sup>ๆ กับทีมงานก็จะสนิทกะ onsiri มากกว่า แต่เวลาเอา flyer ไปแปะก็จะแปะทั้งสองอันเลย” (สัมภาษณ์ พงษ์สรวง คุณประสพ ผู้จัดงานปาร์ตี้ Dudesweet , 28 กุมภาพันธ์ 2551)

<sup>21</sup> อรสิริ ประวดียกุล กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ผู้เป็นหนึ่งในผู้จัดงานปาร์ตี้ Dudesweet

<sup>22</sup> หมายถึง การตกทาย การมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

“มีสมาชิกทั้งหมดสามคนที่เป็นคนจัดงานค่ะ มีนิว มีกันต์ แล้วก็กันต์สอง เราจะแยกกันคือไม่มี MySpace ที่เป็นของ coco โดยเฉพาะ แต่ว่า profile ของเราก็เป็นตัวแทนของ coco night ทั้งสามคน” (สัมภาษณ์ ฐิติภรณ์ ปาณิกบุตร ผู้จัดงานปาร์ตี้ Coco night , 6 มีนาคม 2551)

“ใช้ MySpace สองอันคือของผม แล้วก็ของต๊าก เพื่อนที่จัดงานด้วยกัน แต่ตอนนี้เพิ่งมี MySpace ของ Mutiny ขึ้นมาแล้ว เพราะเรากำลังจะจัดงานเดือนหน้าครับ” (สัมภาษณ์ ณ กานต์ เทพหัสดิน ณ อยุธยา ผู้จัดงานปาร์ตี้ Mutiny, 28 มีนาคม 2551)

4.3.1 องค์ประกอบบนหน้า profile ที่เอื้อต่อการคัดเลือกบุคคลเข้าเป็นสมาชิกภายในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส

ในส่วนองค์ประกอบของหน้า profile ดังที่กล่าวไว้เบื้องต้นสามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของเจ้าของหน้า profile ได้อย่างชัดเจน ทำให้กลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสต่างๆ ใช้เนื้อหาของหน้า profile เหล่านี้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกบุคคลที่มีอัตลักษณ์กลุ่มเดียวกันกับกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส โดยมีเครื่องบ่งชี้หลักได้แก่รสนิยมทางด้านดนตรี ที่สามารถดูจากข้อมูลในองค์ประกอบของหน้า profile ดังต่อไปนี้

- ส่วนความสนใจ (Interest )
- ส่วนเพลงประกอบหน้า profile (music)
- ส่วนวิดีโอประกอบหน้า profile (video)
- กราฟฟิกตกแต่งหน้า (layout)
- Top friend ในส่วน Friend Space

ซึ่งองค์ประกอบบนหน้า profile ที่บ่งบอกถึงรสนิยมทางดนตรีของเจ้าของหน้า profile ได้อย่างชัดเจนได้แก่ ข้อมูลในส่วนความสนใจด้านดนตรี เพลงและวิดีโอประกอบหน้า profile ซึ่งกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสแทบทุกกลุ่มดูจากองค์ประกอบเหล่านี้เป็นเกณฑ์หลักในการตัดสินใจเลือกเข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่ม และการดูจาก top

friend ในส่วน friend space ของหน้า profile ก็ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่กลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกบุคคลเข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่ม เนื่องจากการเลือก top friend สามารถบ่งบอกรสนิยมและการใช้ชีวิตของเจ้าของ profile ได้เช่นเดียวกัน นอกเหนือจากนั้นยังสามารถคัดเลือกบุคคลจากโหนดสีในกราฟฟิคตกแต่งหน้า profile (layout) แบ่งออกเป็น โหนดสีขาวดำบ่งบอกถึงแนวดนตรีร็อกแอนด์โรล การาร็อก 22<sup>23</sup> และอัลเทอร์เนทีฟ ส่วนโหนดสีสะท้อนแสงบ่งบอกถึงแนวดนตรีนูเรพ<sup>24</sup> หรือ อีเล็กโทร ซึ่งการใช้โหนดสีในการตกแต่งหน้า profile ทั้งสองรูปแบบนี้เป็นสไตล์การตกแต่งหน้า profile ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์กลุ่มของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสได้ เช่นเดียวกับการดูจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรสนิยมทางด้านดนตรีโดยตรง

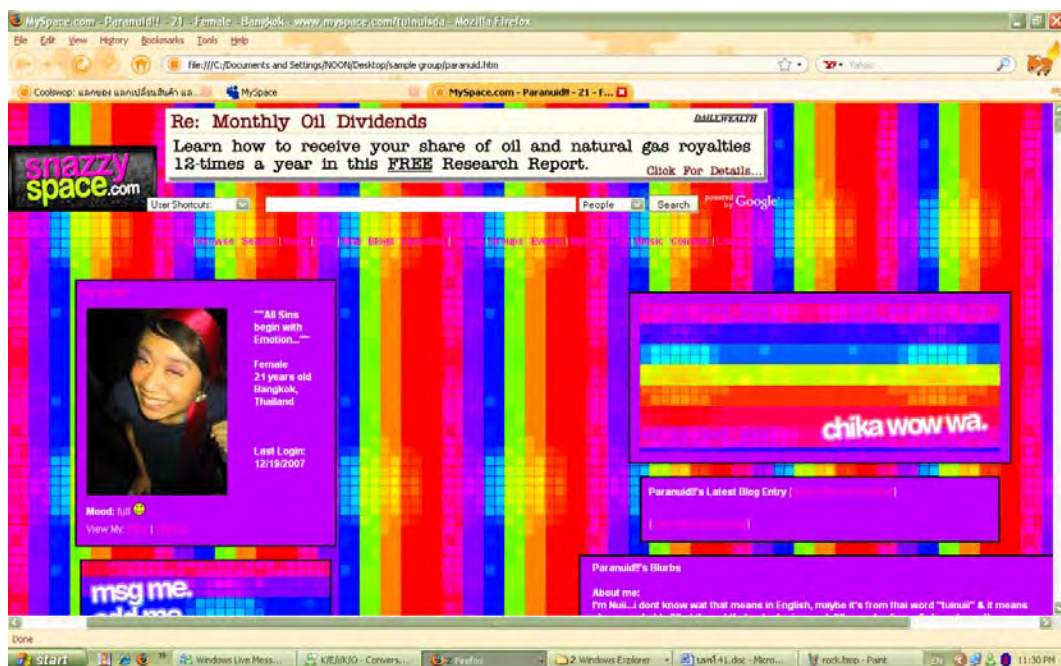
“ตอนแอดเฟรนด์ของ *Mayhem* เวลาเราเปิดหน้าของใครดูแล้วมีวงดนตรีที่เราชอบ เราก็จะแอด ส่วนมากจะเลือกจากเฟรนด์ของวงไทย ถ้าหลักๆก็จะเข้าจาก *Moderndog* พวกวงอัลเทอร์เนทีฟในยุคนั้น เข้าไปดูหน้าเค้าแล้วรู้สึกว่าคุณชอบร็อก ดูจากหน้าตาของ *profile* แล้วเราจะแอดว่าเข้ากับเราได้มัย โดยเฉพาะเพลงใน *profile* บางทีเพลงขึ้นมาก่อนยังไม่เห็นหน้า *profile* แค่เป็นเพลงร็อกเราก็แอดแล้ว เพลงประกอบนี้มีผลมากเราจะรู้เลยว่าเค้าแนวไหน ฟิวไหน จริงเราก็แอดหมดนะแต่ถ้าแบบเรพทีสียะๆ อย่างร็อกจะเป็นขาวดำ เราก็เลือกแอดจากตรงนี้ แต่อย่างเด็กๆเอ็บแบ้วมาจะไม่เอา หรือแนวจตุกก็ไม่ค่อยเอา พวกที่แต่งตัวอย่างเดียวแต่ไม่ฟังเพลง เราก็จะรู้ดูจากเพลงใน *profile* ก็รู้แล้ว ส่วนพวกวงก็แอดเยอะเหมือนกัน ส่วนมากเป็นวงไทย แอดไว้ทุกๆแนว เพราะในระยะยาวอาจจะมีชวนเค้ามาเล่น” (สัมภาษณ์ สมโภช ทองไพบูลย์ ผู้จัดการปาร์ตี้ Project Mayhem , 25 มีนาคม 2551)

<sup>23</sup> คำว่า garage rock มาจากการที่นักดนตรีแนวนี้มักจะเป็นนักศึกษาที่ซ้อมดนตรี แต่งเพลงในโรงรถ กลายเป็นแนวดนตรีร็อกที่มีความดิบหยาบ ไม่สมบูรณ์แบบ เริ่มต้นในยุค 1960's และกลับมาได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วงปีค.ศ. 2000's

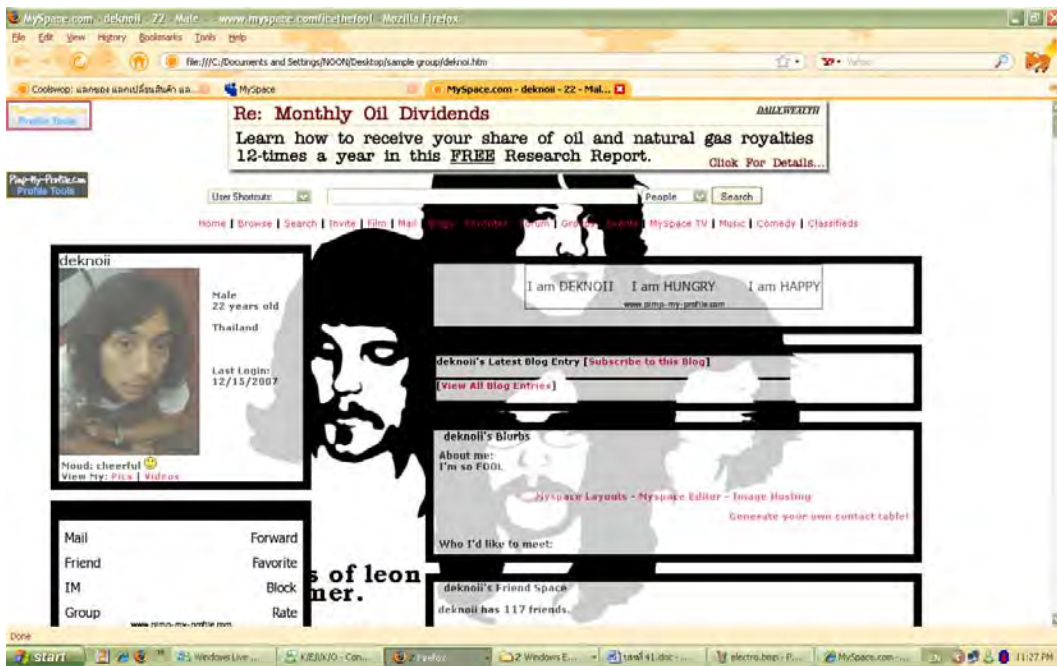
<sup>24</sup> คำจำกัดความของแนวดนตรีหลากหลายประเภทที่มีส่วนผสมของแนวดนตรีอีเล็กทรอนิกส์ ร็อก ดิสโก้ ไปจนถึงดนตรีเทคโนเฮาส์ ได้รับความนิยมในช่วงปีค.ศ. 2006-2007 มีองค์ประกอบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนคือเทคนิคภาพซ้อน แท่งเรืองแสง และเครื่องแต่งกายสีสะท้อนแสง



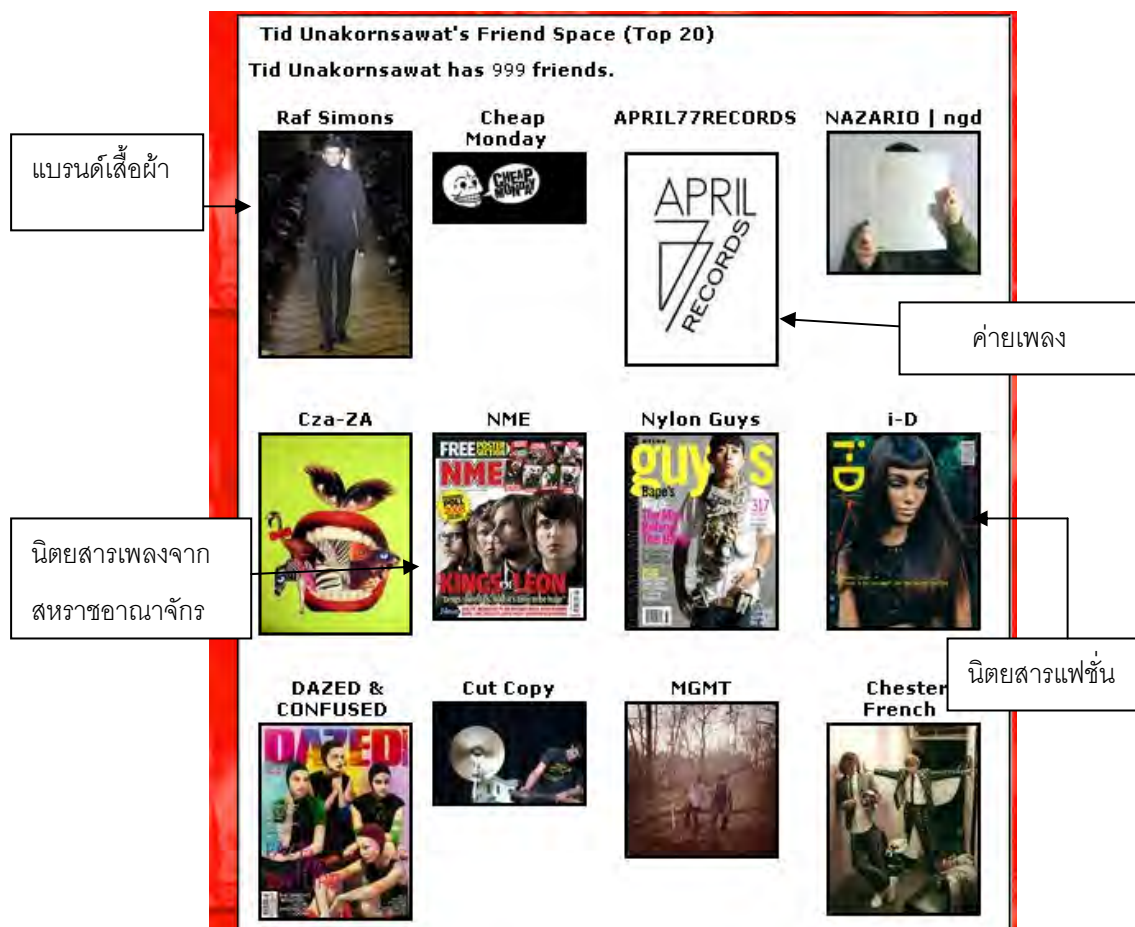
“จะเลือกคนที่ค่อนข้างตรงกับแนวเรานิดนึงค่ะ อาจจะด้วย *profile* เค๋า หรือเพื่อน  
 เค๋าเป็นใครที่น่าสนใจ ไม่ได้แอดมั่วๆ ดูจาก *profile* เค๋าว่าไลฟ์สไตล์ค่อนข้างจะตรง  
 กับเรานิดนึง ดูวงที่เค๋าฟังว่าเป็นแนวตรงกับเรารีเปล่า การตกแต่ง *profile* ก็มีส่วนบ้าง  
 บางคนก็ดูเท่ๆ แต่เน้นดูที่เพลงใน *profile* มากกว่า แล้วก็ดูจาก *top friend* เค๋าคือว่า  
 เป็นเพื่อนกับใครที่น่าสนใจรีเปล่า” ( สัมภาษณ์ ฐิญาภรณ์ ปาณิกบุตร ผู้จัดการปาร์ตี้  
 Coco night , 6 มีนาคม 2551)



ภาพตัวอย่างหน้า *profile* ที่ใช้โทนสีแนวนูเรพ(Nurave)



ภาพตัวอย่างหน้า profile ที่ใช้โทนสีแนวร็อค



ภาพตัวอย่าง top friend ที่แสดงถึงรสนิยมของเจ้าของหน้า profile

แต่ละกลุ่มปาร์ตี้มีเกณฑ์ในการคัดเลือกบุคคลเข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายแตกต่างกันไปในรายละเอียดปลีกย่อย แต่โดยรวมแล้วการมีรสนิยมทางดนตรีตรงกับแนวดนตรีที่เปิดในงานปาร์ตี้ของกลุ่มเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม อย่างเช่น กลุ่ม Dudesweet คูสไต้ล้การแต่งตัว ท่าโพสท์ หรือ ภาพลักษณ์ที่เจ้าของ profile นำเสนอผ่านรูปถ่ายในหน้า profile และอายุประกอบการตัดสินใจ add friend ด้วย ถ้าหากว่าอายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งไม่สามารถเข้าสถานบันเทิงได้จะไม่เลือก add เป็น friend ในเครือข่าย แต่ถ้าหากมีสไต้ล้ “แอ็บแบ้ว” หมายถึงการโพสท์ทำนารักสไตล้สไต้ล้สาวญี่ปุ่น และอีกสไต้ล้หนึ่งคือการตั้งใจโชว์เรื่อนร่างแสดงถึงความมีเสน่ห์ทางเพศของตนเอง ทั้งสองสไต้ล้ นี้ถึงอายุจะถึงเกณฑ์ที่เข้าสถานบันเทิงได้ก็ไม่รับ add เป็นสมาชิกในเครือข่าย หรือกลุ่มปาร์ตี้ Trasher ใช้วิธีการ add friend แบบมุ่งขยายเครือข่ายออกไปให้กว้างที่สุด ก็จะไม่ยึดติดเรื่องสไต้ล้และแนวเพลงมาก ตอบรับทุกคนที่เข้ามาขอ add friend

“มีคนแอดเราเยอะมาก ยิ่งตอนที่ MySpace ฮิตๆนะ มีคนแอดประมาณวันละ 20-30 คนได้ เราเริ่มจากแอดเค้าก่อนไง แล้วอย่างแรกที่เราดูคืออายุเท่าไร ถ้าอายุ 19 นี้จะไม่เอาเลย กด deny ไป ตอนแรกก็จะเขินๆรู้สึกผิดที่กด deny แต่เราไม่ใช่วงดนตรีไง . เดียวปีหน้าค่อยมาแอดพี่แล้วกันน้อง แล้วก็ไอ้พวกที่ทำปาก dojo<sup>25</sup> ต่อให้อายุ 25 ก็ไม่เอา นึกออกมั๊ยแบบผมตรง นมโผล่ๆ เพราะถ้าเราแอดพวกนี้ไป พวกนี้จะเป็นคนที่แบบว่าชอบโพสท์ข้อความอะไรที่เส่อๆ หน่อมแน้ม มีอันนึงที่เราจะต้องแอดทุกครั้งก็คือศิลปินไทย แอดทุกแนวเลย ไม่ว่าจะป็นฮิปฮอปก็ตาม เรามองว่าเราต้องรู้จักเพลงไทยไว้เพราะว่าเราไม่ฟังวิทยุเลย อะไรๆก็ฟังจากอินเทอร์เน็ตหมด ยิ่งเมืองไทยถ้าอินเตอร์เน็ตฟังวิทยุไปก็เท่านั้นแหละไม่เจอหรอก เราแอดไว้จะได้อัปเดตตัวเราด้วย บางทีก็หาวงมาเล่นได้ด้วย แล้ววงต้องมี EP หรืออะไรออกมาก่อนถึงจะเอามาเล่นในงาน” (สัมภาษณ์ พงษ์สว่าง คุณประสพ ผู้จัดการงานปาร์ตี้ Dudesweet , 28 กุมภาพันธ์ 2551)

<sup>25</sup> ในที่นี้หมายถึงผู้หญิงที่โพสท์ท่าแบบหวานแหวว หรือแอ็บแบ้วสไต้ล้สาวญี่ปุ่น อ้างอิงมาจากบุคลิกของศิลปินวัยรุ่นหญิงในค่ายเพลง Dojo City ในช่วงรอยต่อยุค 90's ถึงยุค 2000 ซึ่งมักจะเรียกว่ายุคเซ็กซี่เซอร์ฟอยท์

“เวลา *add friend* ตอนแรกเลยจะมาจากคนที่เรารู้จัก ตอนจัดครั้งแรกเราจะมีแต่คนที่เรารู้จักในปาร์ตี้แล้วเราก็ไปแอดเค้ามา แล้วพองานครั้งแรกผ่านไปปุ๊บเราก็จะไปแอดคนใหม่ๆที่ทีมงานของเราจะได้กระจายข่าวไปได้ หรือไม่เราก็จะไปแอดคนที่เราไปดู *profile* เค้าแล้วเราจะเห็นว่าเฮ้ย คนนี้ชอบฟังเพลงแนวนี้วะ ซึ่งต้องพอจะตรงกับแนวเพลงที่เราเปิดบ้าง อย่างพวกเฮฟวีเมทัลอย่างนี้เราคงไม่เอา คือเราดูจากแนวเพลง จากคนที่เรารู้จักแล้วก็คนที่ชอบไปงานปาร์ตี้ด้วย เราก็แอดไว้เพื่อที่เวลามีครั้งต่อไปจะได้กระจายข่าว เค้าอาจจะไม่ชอบก็ได้แต่เราก็แอดไว้ก่อน” (สัมภาษณ์ วิชชุดา รัตไพบุลย์ ผู้จัดการงานปาร์ตี้ Trasher, 14 มีนาคม 2551)

#### 4.3.2 รูปแบบของการบริการที่เอื้อในการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส

นอกเหนือจากองค์ประกอบของหน้า *profile* ที่เอื้อต่อการคัดเลือกบุคคลเข้าเป็นสมาชิกภายในเครือข่ายแล้ว รูปแบบการบริการของเว็บไซต์ *myspace.com* ยังมีส่วนส่งเสริมการกระจายข่าวสารภายในกลุ่มได้มีประสิทธิภาพกว่าสื่อดั้งเดิม อย่างเช่นสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ เนื่องจากเทคนิคพิเศษที่สามารถดึงดูความสนใจได้ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง และประหยัดทั้งทรัพยากร ค่าใช้จ่ายและเวลา เนื่องจากเดิมทีการกระจายข่าวสารไปยังสมาชิกหรือกลุ่มคนที่มีแนวโน้มว่าจะสนใจในงานปาร์ตี้ลักษณะนี้ ใช้การแจกใบปลิว หรือที่นิยมเรียกทับศัพท์ว่า “flyer” ตามสถานที่ต่างๆเช่น ผับแนวอินดี้หรือคอกอย่างร้าน Lullabar หรือ Club Culture คลับเต้นรำที่ปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสนิยมไปจัดงาน หรือใช้แทนสื่อสมัยใหม่ด้วยกันอย่างอีเมลล์ ที่ผู้ได้รับสามารถเลือกไม่เปิดดูได้

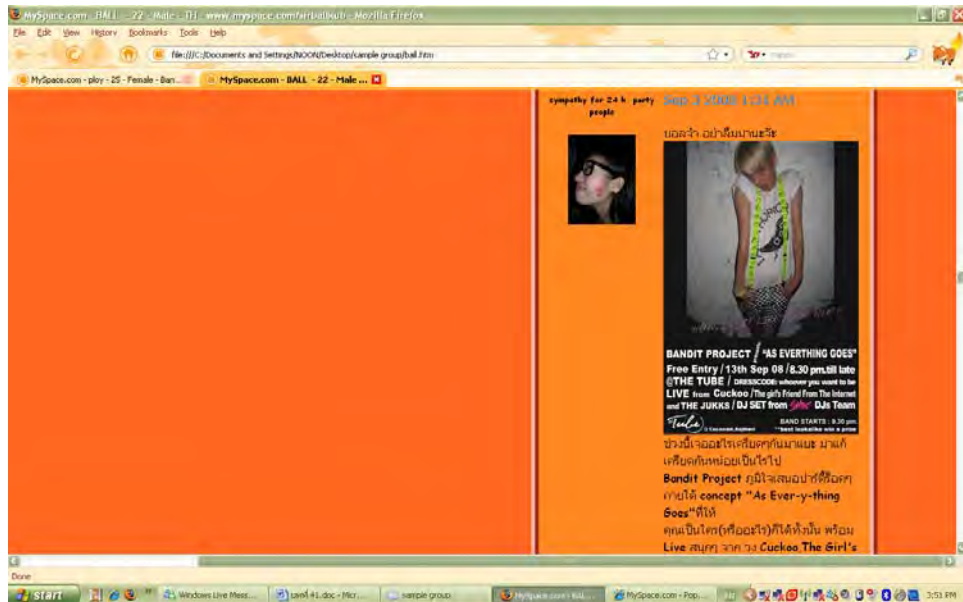


ภาพตัวอย่างใบปลิวประชาสัมพันธ์งานปาร์ตี้ (flyer)


ซึ่งการกระจายข่าวสารผ่านเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com ทำให้รูปแบบของ flyer เปลี่ยนจากตัว flyer ที่เป็นกระดาษซึ่งมีต้นทุนในการผลิตมาเป็นรูปแบบ electronic flyer ซึ่งไม่เสียค่าใช้จ่ายในการผลิตแต่อย่างใด โดยการกระจายข่าวสารด้วย electronic flyer ผ่านทางเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com จะใช้พื้นที่ในส่วน comment เป็นหลัก โดยทางกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสจะเข้าไปโพสต์ หรือที่มักจะเรียกกันว่า “แปะ” flyer ในส่วน comment ของสมาชิกในเครือข่ายของแต่ละกลุ่ม และยังมีอีกช่องทางหนึ่งในการกระจายข่าวสารไปยังสมาชิกในเครือข่ายได้แก่การโพสต์ flyer ลงในส่วน bulletin board ซึ่งเป็นการโพสต์เพียงครั้งเดียวแต่สามารถกระจายข่าวสารได้อย่างทั่วถึง

“เวลาอย่างต่ำสองอาทิตย์ ก่อนปาร์ตี้จะเริ่มสองอาทิตย์ต้องมีการพื่ออาร์ แล้ว flyer และทุกอย่างต้องเรียบร้อยแล้ว เพื่อที่จะได้เอาไปแปะไว้ตาม comment เอรายละเอียดไปให้ ส่วนหน้า profile ของเราก็จะทำ information บอกไว้ ส่วน bulletin เราจะโพสต์ก่อนหน้างานหนึ่งอาทิตย์ จะขยันโพสต์เลย ความถี่คือวันละครั้ง เพราะบางคนมีเพื่อน 2000-3000 คน บางทีเค้าอาจจะอ่านไม่ทัน เราก็เลยต้องโพสต์วันละครั้ง ไปเลย เพื่อเข้าเค้ามอ่าน

ช่วงเวลานั้นจะให้เห็นของเรา” (สัมภาษณ์ ณิชฐดรณ ปัญญาไว ผู้จัดการงานปาร์ตี้ Club Soma , 20 กุมภาพันธ์ 2551)



ภาพแสดงการกระจายข่าวด้วย *electronic flyer* ภายในส่วน *comment*

**From:**   
Club Soma

**Date:** Aug 31, 2008 8:40 AM

**Subject:** The Oldskool is back ! ! ! !

**Body:** **Club Soma Uni Night Presents**  
**'GOD SAVE SOMA'**  
**Punk never dies!**  
  
**Wed, 3rd Septemeber**  
**9PM -2AM**  
**At Club Culture**  
**Featuring DJ Nosebleed**  
**Playing Top-notch Tunes of 70's-80's New Wave, Post-Punk, Glam-Rock, Rock n' Roll, Indie-Rock**  
**There the setlist goes.....**  
**Kraftwerk, Electric Light Orchestra, The Stranglers, The Clash, David Bowie, Talking Heads, Iggy Pop, Sex Pistols, Blondie, The Jam, Public Image Ltd., Buzzcocks, The Cars, Devo, X-Ray Spex, Siouxi and The Banshees, The B-52's, Police, Joy Division, The Undertones, The Slits, Gang Of Four, Michael Jackson, The Damned, The Specials, Adam and the ants, AC/DC, The Cramps, Dead Kennedys, The Cure, Echo and the Bunnymen, Motorhead, Killing Joke, Iron Maiden, Pretenders, The Go-Gos, Soft Cell, OMD, Black Flag, Human League, The Gun Club, Bauhaus, Abba, Madness, Kate Bush, Orange Juice, Duran Duran, Violent Femmes, R. E.M, Def Leppard, Cyndi Lauper, Eurythmics, Frankie Goes To Hollywood, A-ha, The Smiths, New Order, Beastie Boys, Run-Dmc, Depeche Mode, Gun N' Roses, Pet Shop Boys, Happy Mondays, Pixies, Madonna, Coldcut, Spandou Ballet .etc.**

**Dresscode: Oldskool Baby!**

**FREE Entry**

**\*\*Show your student ID and get 1 FREE Beer  
 \*\*\*Come in group of 5 get 1 FREE bottle of whiskey**

**See you all!**

**Club Soma x**



**Date:** Sep 1, 2008 2:41 AM

**Subject:** We're rocking oldskool this Wed at Club Culture!

**Body:** All you favourite oldies tunes are here.....



**Club Soma Uni Night Presents**

**'GOD SAVE SOMA'**

**Punk never dies!**

**Wed, 3rd Septemeber**

**9PM -2AM**

**At Club Culture**



ภาพแสดงการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสผ่านทาง bulletin board

#### 4.4 รูปแบบเครือข่ายที่พบในการขยายเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสผ่านเว็บไซต์ myspace.com

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์การขยายเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com โดยนำแนวคิดของ Adrian C. Mayer เกี่ยวกับการวิเคราะห์เครือข่ายที่เกิดขึ้นตามลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลนั้นกับบุคคลอื่นๆ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทได้แก่ เครือข่ายตามการแยกประเภทบุคคล (classificatory set) และเครือข่ายที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ (interactive set) ซึ่งสามารถศึกษาได้จากการเรียงลำดับ top friend และการมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com



#### 4.4.1 เครือข่ายตามการแยกประเภทบุคคล (classificatory set)

เครือข่ายตามการแยกประเภทบุคคล หมายถึง การศึกษาการจัดลำดับความสัมพันธ์ของบุคคลที่ผู้วิจัยกำหนดว่าเป็นศูนย์กลางของเครือข่าย ซึ่งจากการวิเคราะห์ถึงรูปแบบเครือข่ายที่พบในการขยายเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส ผู้วิจัยพบว่าสามารถวิเคราะห์ได้จากการเรียงลำดับ top friend ของกลุ่มปาร์ตี้ที่เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่าการเรียงลำดับ top friend ซึ่งแสดงถึงการให้ความสำคัญกับบุคคลหรือองค์กรในระดับต่างๆ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การเลือกเรียงลำดับตามความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ และการเรียงลำดับ top friend เพื่อเสริมภาพลักษณ์

##### การเรียงลำดับตามความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ

การเลือกเรียงลำดับตามความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ หมายถึง การเลือก top friend ที่มีความสัมพันธ์ในด้านกิจกรรมและผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับงานปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสของกลุ่มปาร์ตี้ต่างๆ ซึ่งการเลือกเรียงลำดับ top friend ตามความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจที่พบมากในกลุ่มปาร์ตี้คือ การเลือกศิลปินที่มาแสดงในงานปาร์ตี้ในแต่ละครั้งขึ้นเป็น top friend สับเปลี่ยนกันไป เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์ศิลปินให้คนรู้จักทำให้คนสนใจมาร่วมงานมากขึ้น ทั้งยังช่วยในการสร้างความสัมพันธ์ในอันดีต่อศิลปินหรือคนที่มีส่วนร่วมในงานปาร์ตี้ หรือการเลือกผู้มีส่วนร่วมในการจัดงานปาร์ตี้ ได้แก่ กลุ่มคนจัดงาน เพื่อนของคนจัดงานปาร์ตี้ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านการประชาสัมพันธ์ หรือการติดต่อประสานงาน และคนออกแบบกราฟฟิกใน Flyer หรือผู้ทำ visual graphic ประกอบในงาน เป็นต้น

ส่วนการเลือกจากธุรกิจที่อยู่ในเครือข่ายกันพบในกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสที่มีธุรกิจหรือภารกิจย่อยอื่นๆที่ผู้จัดงานปาร์ตี้ของกลุ่มตนเองมีส่วนเกี่ยวข้อง อย่างเช่น การเรียงลำดับ top friend ของกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ที่มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้แก่ นิตยสาร Supersweet ที่เคยเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่ม Dudesweet ร้าน Lullabar ผับที่เปิดเฉพาะเพลงบริทป๊อป อัลเตอร์เนทีฟ และ การาจร็อก ที่มีเจ้าของคือ ชณัฐ หวังบุญเกิด หนึ่งในผู้จัดงานปาร์ตี้ Dudesweet ตั้งแต่ยุคแรกเริ่ม และเจ้าของ profile ที่ใช้ชื่อว่า Onsiri นักข่าวประจำ

หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ผู้เข้ามามีส่วนร่วมในกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet และกลายเป็นแกนนำที่สำคัญจวบจนปัจจุบัน

“*Top friend* จะเลือกตามความสัมพันธ์ทางธุรกิจในเครือ *Dudesweet* อย่างแต่ก่อนก็มี *Supersweet* แต่ตอนนี้อยากให้รู้ว่าแยกกันแล้วนะ เพราะเดี๋ยวภาพจะไขว้เขว ก็แยกไปก็เลยเอาเอง แล้วก็ *Lullabar* เพราะฉัฐเป็นเพื่อนเราตั้งแต่ทำ *Dudesweet* ครั้งแรกๆ แล้วเค้าก็เปิดบาร์ แล้วก็ *Onsiri* เค้าเป็นเหมือนกับคุณนายประจำปาร์ตี้ คือหลักๆแล้วปาร์ตี้ต้องมีเป็น *a nice guy & the bitch nice guy* ก็เป็นคนดี *the bitch* ก็จะแบบว่าแยะ เอาไว้บไล่ออโต้ตัวร้ายๆ ให้อั้วที่เอะอะขอเข้าฟรี แล้วก็เอาไว้คิดกับวงดนตรี เพราะเราจะไม่ยุ่งเรื่องธุรกิจเรื่องเงินเรื่องทอง จะไม่รู้เรื่องเลย แล้วก็ถึงที่จะเอามาเล่น เพราะว่าที่เอามาเค้าไม่มีโปรโมทในเมืองไทยไง เราก็อพยายามให้เค้าได้ฟังให้ง่ายที่สุดในทุกวิถีทาง”

(สัมภาษณ์ พงษ์สรวง คุณประสพ ผู้จัดงานปาร์ตี้ *Dudesweet* , 28 กุมภาพันธ์ 2551)

“*Top friend* จะมีดีเจ แล้วก็วง หรือไม่กี่พวก *upcoming event* ที่จะมีดีเจ คนนี้มาเป็นแขกรับเชิญ หรือมีศิลปินคนนี้ก็อาจจะเอาขึ้น *top friend* เราจะเปลี่ยนเรื่อยๆแล้วแต่ *event* ไม่ได้เรียงลำดับอะไร แต่ดีเจและทีมงานสี่คนก็จะอยู่ประจำ นอกนั้นก็สลับไปเรื่อยๆ” (สัมภาษณ์ ฉัฐครุณ ปัญญาไว ผู้จัดงานปาร์ตี้ *Club Soma* , 20 กุมภาพันธ์ 2551)

“*Top friend* เลือกเพื่อนก่อนอย่างแรก คนที่จัดงานด้วยกัน หรืองาน *coco night* ครั้งนั้นจะเอางานไหนมาเล่น ก็จะเอาขึ้นแต่แบบนั้นก็จะไม่ได้อยู่นานตลอด พอจัดงานปาร์ตี้ครั้งหน้ามีวงใหม่มาเล่นก็จะเปลี่ยนเอางานนั้นขึ้นมา แนะนำไปเป็นช่วงๆ หรือคนที่ทำกราฟฟิกโมชั่น หรือคนที่มีส่วนช่วยในงานเยอะๆก็จะเอาขึ้นมาอาจจะแค่แยกแบบว่าแถวแรกเป็นเพื่อน แถวต่อไปเป็นนักดนตรีที่จะเอามาต่อมาเป็นคนทำกราฟฟิก แต่ไม่ได้แบ่งว่าคนนี้สนิทมากกว่า ไม่ใช่อย่างนั้น” (สัมภาษณ์ ฉัฐกรณ ปาณิกบุตร ผู้จัดงานปาร์ตี้ *Coco night*, 6 มีนาคม 2551)

“ *Top friend* จะเป็นกลุ่มคนที่ทำ ใครที่มีส่วนร่วม อย่างตอนนี้มีค่าย SO : ON แล้วก็ Lullabar เพราะเราเล่นดนตรีอยู่ที่นั่น แล้วเวลาที่มิวมาเล่นในงานก็จะเอาขึ้นเปลี่ยนไปเรื่อยๆ อนาคตอาจจะมิวต่างประเทศมาเล่น เพราะมีเพื่อนที่อยู่เมืองนอกเหมือนกัน” (สัมภาษณ์ สมโภช ทองไพบุลย์ ผู้จัดการงานปาร์ตี้ Project Mayhem , 25 มีนาคม 2551)

### การเรียงลำดับ *top friend* เพื่อการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกลุ่ม

การเลือก *top friend* เพื่อการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกลุ่ม หมายถึง การเลือกวงดนตรีในประเทศหรือต่างประเทศที่มีแนวดนตรีตรงกับแนวทางของกลุ่มงานปาร์ตี้ นั่นหรือศิลปินที่มีแนวดนตรีเข้ากับแนวคิดหลัก (theme) งานปาร์ตี้ในแต่ละครั้ง เพื่อให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชมหน้า profile มองเห็นภาพลักษณ์ที่ทางกลุ่มปาร์ตี้ต้องการสื่อ แนวทางและบรรยากาศของงานปาร์ตี้ เพื่อให้ผู้มาคาดหวังว่าจะได้สัมผัสกับประสบการณ์นั้น และพิจารณาว่าตรงกับความต้องการของตนเองหรือไม่

“อย่างตอนที่เรাজัดครั้งแรกเราก็จะใช้เป็นพวกศิลปิน อย่าง Beyonce หรือ Britney อย่างของผม ผมจะไปแอดพวก MySpace ของ Madonna ให้ *top friend* กลายเป็นป๊อปสุดๆไปเลย เปลี่ยนไปเรื่อยๆแล้วแต่ว่าตอนนั้นชอบเพลงของใคร หรือเพลงใครกำลังอิน” (สัมภาษณ์ ทิชากร ภูเขาทอง ผู้จัดการงานปาร์ตี้ Trasher , 14 มีนาคม 2551)

“เพื่อนสนิทต้องเอาคนที่มีสไตล์หน่อย หน้าตาดีเรื่องสำคัญเลย คือเราก็มีเพื่อนที่มี MySpace แต่บางคนก็แบบเล่นบ้าง ไม่เล่นบ้าง แล้วบางทีก็เอารูปแม่หรืออะไรก็ไม่รู้มาแปะ อย่างหนึ่งที่ไอ้พวกนี้มันช่วยก็คือว่า มันช่วยสร้างภาพจริงๆแล้วการโปรโมทก็คือการสร้างภาพทั้งนั้นแหละ ไม่ว่าจะไรก็ตาม อย่างเว็บไซต์เนี่ยมันก็จะเป็นการบอกเรื่องราวจากรูปแล้วก็บรรยากาศ แต่การสร้างภาพมันจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีการโต้ตอบกัน ถ้าเกิดอยู่คนเดียวก็เห็นเป็นป้ายโฆษณาทั่วไป อย่าง MySpace มันดูมีชีวิตชีวาขึ้นมามากกว่าการเป็นโปสเตอร์เฉยๆ เราก็เลยต้องการ *top friend* คือเพื่อนที่สนิทกันจริงๆด้วย แล้วก็ดูมีสไตล์

ด้วย แต่จริงๆคนที่เลือกมาเป็น *top friend* ก็จะเลือกให้ดูเป็นกลุ่มคนที่คลุๆ มันเป็นการหลอกคนนะจริงๆเราจะคลุอะไร เราก็อยู่ของเราอย่างนี้แต่แบบไม่มีใครรู้จักเราขนาดนั้นหรือ” (สัมภาษณ์ พงษ์สรวง คุณประสพ ผู้จัดการปาร์ตี้ Dudesweet , 28 กุมภาพันธ์ 2551)

ในการเรียงลำดับ Top friend สามารถบ่งบอกถึงหลักเกณฑ์การจัดวางระดับความสัมพันธ์ภายในกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสแต่ละกลุ่มได้ ส่วนมากจะให้ความสำคัญทั้งในเชิงธุรกิจและเชิงเสริมสร้างภาพลักษณ์ควบคู่ไปด้วยกัน เห็นได้จากการเลือกเรียงลำดับ Top Friend ของกลุ่ม Dudesweet ที่บ่งบอกถึงความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจและการสร้างภาพลักษณ์อย่างชัดเจน ส่วนหลักเกณฑ์การเรียงลำดับ Top Friend ของกลุ่มปาร์ตี้อื่นๆ เน้นไปในเชิงความสัมพันธ์ทางธุรกิจมากกว่าการสร้างภาพลักษณ์ ถ้าเป็นกลุ่มปาร์ตี้ที่เป็นกลุ่มนักศึกษารวมตัวกันจัดอาจจะเน้นไปในเชิงความสนิทสนมส่วนตัวมากกว่าที่จะเป็นในเชิงธุรกิจ

#### 4.4.2 เครื่องข่ายที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ (interactive set)

เครื่องข่ายที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ (interactive set) หมายถึง เครื่องข่ายที่เกิดจากการติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารหรือสิ่งของ สำหรับเครื่องข่ายที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทได้แก่ การปฏิสัมพันธ์ที่เกิดจากการส่งข้อมูลข่าวสารและการปฏิสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ

##### การปฏิสัมพันธ์ที่เกิดจากการส่งข้อมูลข่าวสาร

การปฏิสัมพันธ์ที่เกิดจากการส่งข้อมูลข่าวสารของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสเป็นไปในรูปแบบ การแจ้งกำหนดการและรายละเอียดต่างๆของงานปาร์ตี้ผ่านทางหน้า profile ของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส รวมไปถึงการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับงานปาร์ตี้ของบรรดาสมาชิก (friend) ในเครื่องข่าย

สำหรับการปฏิสัมพันธ์ที่เกิดจากการแจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านเครื่องข่ายของเว็บไซต์ myspace.com สามารถเป็นไปได้ในสองช่องทาง ได้แก่ ทาง flyer ซึ่งถือ

เป็นใบปลิวอิเล็กทรอนิกส์ นำไปโพสต์ไว้ในส่วน comment ของสมาชิก (friend) ในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ นิยมโพสต์ก่อนหน้าวันงานประมาณ 2 อาทิตย์ แล้วโพสต์ซ้ำอีกรอบในช่วงเวลาหนึ่งอาทิตย์ก่อนวันงาน เพื่อเป็นการย้ำเตือนไม่ให้คนลืม และเป็นการบอกรายละเอียดเพิ่มเติมหากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆเกิดขึ้น และหากต้องการข้อมูลเพิ่มเติมหรือไม่ได้รับการแจ้งข่าวจาก flyer สมาชิกในเครือข่ายสามารถเข้าไปดูรายละเอียดเกี่ยวกับงานปาร์ตี้ผ่านทางหน้า profile หลัก ของกลุ่มปาร์ตี้ได้โดยตรง อีกช่องทางหนึ่งคือการแจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านทาง bulletin board ถือว่าเป็นช่องทางที่ประหยัดเวลากว่าการโพสต์ flyer เนื่องจากโพสต์เพียงครั้งเดียวก็สามารถเห็นได้ทั่วถึงทุกคน แต่ต้องโพสต์หลายครั้งเพื่อให้ไม่หายไปจากหน้าแรกของ bulletin board โดยมีการโพสต์ flyer อันแรกเป็นการปูทาง หลังจากนั้นค่อยบอกรายละเอียดที่สมบูรณ์ใน flyer ตัวจริง และการโพสต์ bulletin board หลายๆครั้งเพื่อเป็นการย้ำเตือนสมาชิกในเครือข่ายหากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมก็สามารถเข้าไปดูในหน้า profile ของกลุ่มปาร์ตี้ต่างๆได้โดยตรง ทำให้สมาชิกสามารถเลือกรับข้อมูลข่าวสารได้ตามสะดวก และยังสามารถบันทึก flyer เก็บไว้ในคอมพิวเตอร์เพื่อเปิดดูรายละเอียดในภายหลังได้

“Flyer ปล่อยก่อนงานอาทิตย์นึง ตอนที่ MySpace พิกๆอาทิตย์เดียวเท่านั้น เพราะว่ามันจะโค่นคั่นๆแล้วมันจะหายไป นอกจากงานใหญ่ๆอันนั้นเราจะแปะสองอาทิตย์ แปะตัวเล็กก่อน แล้วอาทิตย์ต่อมาค่อยแปะตัวจริง” (สัมภาษณ์ พงษ์สรวง คุณประสพ ผู้จัดงานปาร์ตี้ Dudesweet , 28 กุมภาพันธ์ 2551)

“Flyer อาจจะแปะซักสองอาทิตย์ก่อนงาน แล้วพออีกอาทิตย์จะถึงวันงานค่อยปล่อยรอบที่สองถ้ามีเวลา ส่วน bulletin อาจจะขึ้นมาซักครั้งหนึ่งก่อนวันงาน แต่เน้นไปโพสต์ flyer มากกว่ามันดูเหมือนให้ความสำคัญ แบบชวนๆนิดนึง” (สัมภาษณ์ ฐิติภรณ์ ปาณิกบุตร ผู้จัดงานปาร์ตี้ Coconight , 6 มีนาคม 2551)

“แบ่งกันไปโพสต์ flyer แต่ละคนๆไป แล้วก็โพสต์ bulletin พอใกล้ๆถึงวันเราก็จะประ โคมโพสต์ bulletin ทุกวันให้คนเห็นๆแล้วก็จำได้ โพสต์ประมาณ

อาทิตย์หนึ่งหรือสองอาทิตย์ก่อนงาน อาจจะโพสต์ *bulletin* แบบจำเพลงแบบนี้ ได้มัย เกริ่นๆว่าเราจะทำอะไร พออาทิตย์หนึ่งก่อนงานนั่นคือช่วงที่จะบอก รายละเอียดทุกอย่างแล้ว” (สัมภาษณ์ ทิชากร ภูเขาทอง ผู้จัดการปาร์ตี้ Trasher , 14 มีนาคม 2551)

การโพสต์ flyer จะมีข้อดีกว่าตรงที่สามารถสื่อถึงบรรยากาศและทีมงาน และดึงดูดความสนใจได้มากกว่า เพราะสามารถมองเห็นสีสันและรูปภาพต่างๆซึ่งชวนให้อ่านมากกว่าการโพสต์ใน *bulletin board* ที่เห็นเพียงหัวข้อแล้วต้องคลิกเข้าไปดูอีกครั้งหนึ่ง ถึงจะได้ทราบรายละเอียด และการโพสต์ flyer ลงในส่วน *comment* ของสมาชิกในเครือข่ายยังช่วยสร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นกันเองระหว่างกลุ่มผู้จัดงานปาร์ตี้ลาโหมณาชวนเชื่อเพียงอย่างเดียว อีกทั้งการบอกต่อกันเป็นทอดๆในกลุ่มเพื่อนยังมีความเป็นไปได้ที่จะชักชวนให้คนเข้ามาลองใช้เครือข่ายเว็บไซต์ *myspace.com* มากขึ้น ซึ่งการได้รับรู้ข่าวสารของกลุ่มปาร์ตี้ผ่านทางเครือข่ายเว็บไซต์ *myspace.com* ดึงดูดความสนใจได้มากกว่าการแจกใบปลิวหรือการส่งอีเมลล์ที่คนไม่ค่อยสนใจเท่าที่ควร

“MySpaceยังดีตรงที่ว่ามันเอื้อให้เราสามารถใช้ *html* ทำ *flyer* ทำ *flash* ได้ โชว์ผลงาน เก๋ๆได้ เพราะ *flyer* มันก็มีความสำคัญด้วยนะ ดีกว่า *plain* ธรรมดา แบบปริ้นท์เราก็ได้ทำนะไว้ไปแจก แต่บางทีถ้าเห็นในเว็บอาจจะสะดุดตากว่า คนจะแบบเฮ้ย เก๋วะ อันนี้งานอะไรวะ แล้วคนก็จะอ่าน มันก็ดีตรงนี้แหละอย่างคราวที่แล้วปาร์ตี้วอลนไทม์นะ ไม่ได้ปริ้นท์ *flyer* เลยนะ เพราะว่ามันเป็นงานเล็กใจ จัดแค่ขำๆกันก็ใช้ *pr* ออนไลน์ โพสต์ *bulletin* โพสต์ *flyer* อย่างเดียว แต่ก็มีคนมาเยอะนะก็แปลกดีเหมือนกัน บางคนเค้าก็ชอบอ่านดูว่ามีอะไร หรือบางคนก็ชอบเวลาที่เราไปโพสต์ใส่ *comment* เค้า เค้าจะรู้สึกว่ามันน้อยปาร์ตี้เค้าก็มาเชิญเราแล้วนะ บางคนมีน้อยใจด้วยนะว่าทำไมไม่มาโพสต์ที่หน้าผมซึกที” (สัมภาษณ์ ณัฐธรรณ ปัญญาไว ผู้จัดการปาร์ตี้ Club Soma , 20 กุมภาพันธ์ 2551)

“Dudesweet จะมีชื่อเสียงตรงที่ flyer สวย คนก็ happy ที่จะเห็น flyer ของเรา แล้วเราก็จะใช้ MySpace อย่างมีมารยาทนะเช่นว่า flyer ของเราจะไม่ใหญ่เกินความกว้างไม่เกิน 450 pixels ไม่ไปรบกวนหน้าชาวบ้าน แล้วจะไม่เขียนไรวุ่นวายจะไม่ส่งไรไปบ่อยๆ ก็เลยคิดว่ามีไว้ก็ไม่ harm ไม่ก่อกวนเค้า แล้วผลตอบรับก็เลยดีขึ้น เพราะคนเพิ่งขึ้นเกือบเท่าตัว แล้วมันพูดอะไรได้มากกว่าอีเมลล์กับไปปลิว ที่ดั้งเดิมเราจะทำอีเมลล์กับไปปลิว ไปปลิวนี้อาจจะไม่ถึงหรืออาจจะแค่คนได้รู้จักผ่านๆตา แต่ว่า MySpace มันอยู่ที่นั่นนะ คือมันอยากรู้นะ เห็นเพื่อนมันพูดถึงกันก็อยากเข้าไปดูหน่อยนึง “(สัมภาษณ์ พงษ์สรวง คุณประสพ ผู้จัดการปาร์ตี้ Dudesweet , 28 กุมภาพันธ์ 2551)

ส่วนการตอบรับของสมาชิกในเครือข่ายจะเป็นไปในรูปแบบการเข้ามา comment เกี่ยวกับงานปาร์ตี้ที่ได้ไปมา การสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับงานปาร์ตี้ บอกข้อเสนอแนะ ความต้องการในด้านต่างๆ ส่วนมากจะเป็นการขอเพลงแนวที่ตนเองอยากฟังให้เปิดในงานปาร์ตี้ โดยมากแล้วการตอบรับหรือความคิดเห็นที่สมาชิกเข้ามาโพสต์ในส่วน comment เป็นความคิดเห็นในเชิงบวกมากกว่าความคิดเห็นในเชิงลบ ต่างจากการแสดงความคิดเห็นผ่านทางเว็บบอร์ดต่างๆ ที่มุ่งแสดงความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์ตามทัศนคติของแต่ละบุคคล

“ พวกที่เค้าไปงานมาเค้าก็มา comment กลับ หรือไม่พวกที่ไปงาน แต่ยังไม่ได้เป็น friend ของเราใน MySpace ก็จะมาขอแอดที่หลังเยอะอยู่ แล้วก็จะมีแบบพอคนนี้แอดเสร็จแล้วเพื่อนมาเห็นก็จะมาแอดต่อ แล้วเราก็ได้คุยกะพวกน้องๆที่เค้ามาแอด เค้าเห็นเราออนไลน์ก็เค้าก็จะเข้ามาทัก เราก็จะทักกลับไปทั้งทาง comment ทั้งทาง message มีคำถามอะไรสงสัย อย่างอายุต่ำกว่า 20 เข้างานได้มั๊ย มายังไงดี สถานที่จัด location อยู่ตรงไหน เราก็จะส่งตอบเค้าไป อย่างตอนนั้นมีน้องคนนึงเค้าอยากจะรวบรวม flyer เป็นอาร์ตเวิร์กเอาไปทำรายงาน เรบอกก็ให้เค้าเข้าไปดูตรงนั้นตรงนี้ ก็มีช่วยงานน้องๆอยู่บ้าง” (สัมภาษณ์ ณัฐดรณ ปัญญาไว ผู้จัดการปาร์ตี้ Club Soma , 20 กุมภาพันธ์ 2551)

“การตอบรับก็คือนะ คำก็จะเข้ามา comment มีครั้งแรกที่เราให้คำขอเพลง คำก็เข้ามาขอเพลงเยอะเหมือนกันนะ พวกที่วัยเดียวกัน มีคนนึงคำบอกว่าอยากฟังทุกเพลงเลย คำเป็นผู้หญิงรุ่นประมาณ 26-27 บอกว่าต้องไปให้ได้ ขอเพลงมาเยอะเลย เราก็เปิดให้บ้าง แต่ไม่ได้เปิดทั้งหมด แปลกนะว่าไม่มีใครเข้ามาติเลย แต่จริงๆมันคงมีแหละ แบบบางคนก็บ่นว่าแอ๊ดบ้าง เสียงดังบ้าง” (สัมภาษณ์ สมโภช ทองไพบูลย์ ผู้จัดการงานปาร์ตี้ Project Mayhem, 25 มีนาคม 2551)

“การตอบรับดีมากครับ เคยไปอ่านบล็อกของฝรั่งคนนึงใน MySpace คำเขียนไว้ว่าคำไปงานรามาแล้วคำชอบ คือคำไปปาร์ตี้เราตอนครั้งแรกแล้วคำรู้สึกว่ามันดีแล้วคำก็มาครั้งที่สองคนที่ไปงานมาคำก็จะมาโพสต์แบบว่าคำขอเพลงนี้เอาไว้แล้วเปิดให้ด้วย ชอบจังๆ บางคนก็แบบเปิดเพลงอย่างนี้ด้วยหรืออะไรอย่างเงี้ย เหมือนแบบได้ฟังเพลงอะไรมาแล้วก็ตกดี แล้วก็ชิมเรื่องการแต่งร้าน แล้วก็คอนเซ็ปท์งานเรา อย่างครั้งที่ผ่านมากอนเซ็ปท์ไฮสกูลพวกเราแต่งชุดเชียร์ลีดเดอร์กันเลย แต่งร้านเป็นงานพรอม มีแจกรูปโพรทอยด์ ประกวดพรอมคิง พรอมควีน” (สัมภาษณ์ ทิชากร ภูเขาทอง ผู้จัดการงานปาร์ตี้ Trasher , 14 มีนาคม 2551)

### การปฏิสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ

การปฏิสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส เป็นไปในรูปแบบการติดต่อกันที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในงานปาร์ตี้ผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com ไม่ว่าจะเป็น สถานที่ ศิลปิน ดีเจ นักออกแบบกราฟฟิก และการติดต่อสื่อสารผ่านทางเครือข่ายของเว็บไซต์ myspace.com จนเกิดการแลกเปลี่ยนต่อรองผลประโยชน์ในเชิงธุรกิจซึ่งกันและกัน กลายเป็นเครือข่ายที่พึ่งพาอาศัยกันและกัน

ซึ่งการปฏิสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจภายในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสสามารถเชื่อมโยงไปถึงเครือข่ายของศิลปินนอกกระแสต่างประเทศ ทำให้



เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่นำไปสู่การมีผลประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกัน  
 อย่างในกรณีของกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ที่ถือว่าเป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จใน  
 การขยายเครือข่ายย่อยของตนเองผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com ไปยังเครือข่าย  
 ของกลุ่มศิลปินต่างประเทศ สามารถติดต่อให้มาแสดงในงานปาร์ตี้ ทั้งการแสดง  
 สดและการเป็นดีเจเปิดเพลง ซึ่งข้อดีในการติดต่อผ่านทางเครือข่ายเว็บไซต์  
 myspace.com คือการได้ติดต่อกับศิลปินโดยตรงไม่ต้องติดต่อกับนายหน้า ทำให้  
 ลดค่าใช้จ่ายลงไปได้มาก อีกทั้งยังเชื่อมความสัมพันธ์กับกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอก  
 กระแสในต่างประเทศร่วมกันแลกเปลี่ยนวงดนตรีมาแสดงในงานได้ โดยหาร  
 ค่าใช้จ่ายร่วมกัน สามารถเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายและได้เครือข่ายในเชิงธุรกิจที่  
 ี้อะผลประโยชน์ซึ่งกันและกันได้กว้างขวางขึ้น ซึ่งเป็นข้อพิสูจน์ได้ว่าการขยาย  
 เครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสที่เป็นไปในรูปแบบเครือข่ายที่เกิดจาก  
 การมีปฏิสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจนั้นสามารถทำให้เกิดการร่วมมือในกลุ่มปาร์ตี้แถบ  
 ทวีปเอเชีย ส่งผลให้วงการดนตรีนอกกระแสระดับสากลหันมาให้ความสนใจใน  
 วงการดนตรีนอกกระแสในประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งทำให้การก้าวข้ามเส้นแบ่งทาง  
 วัฒนธรรมเป็นไปได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

“วงดนตรีที่เอามาส่วนมากจะผ่านทาง MySpace หมดเลย อย่าง  
 shitdisco<sup>26</sup>, to my boy<sup>27</sup>, chick on speed<sup>28</sup>, hot chip<sup>29</sup>, แทบทุกวงที่เอามาเลย แต่มัน

<sup>26</sup> วงดนตรีแนวแดนซ์ฟังก์หรือโพสต์ฟังก์จากเมืองกลาสโกว สก็อตแลนด์ สมาชิกในวงได้แก่ Joel Stone, Joe Reeves, Darren Cullen และ Tom Straughn ผลงานที่สร้างชื่อได้แก่อัลบั้ม Kingdom of Fear นอกเหนือจากการแสดงสดแล้วทางวงยังมีชื่อเสียงในการเป็นดีเจเปิดแผ่นตามงานปาร์ตี้ต่างๆทั่วสหราชอาณาจักรและทวีปยุโรป

<sup>27</sup> วงดนตรีดูโอแนวอิเล็กทรอนิกส์โทรปโป จากเมืองลิเวอร์พูล สหราชอาณาจักร สมาชิกวงประกอบไปด้วย Sam White และ Jack Snape มีผลงานคืออัลบั้ม Messages แนวทางการเขียนเนื้อร้องและทำนองของวงเกี่ยวกับเทคโนโลยีในโลกอนาคตและนวนิยายแนววิทยาศาสตร์

<sup>28</sup> วงดนตรีแนวอิเล็กทรอนิกส์โทรปโปจากกรุงมิวนิค ประเทศเยอรมนี สมาชิกในวงประกอบไปด้วย Alex Murray-Leslie, Melissa Logan, A.L. Steiner, Kathi Glas และ Anat Ben David เป็นผู้บุกเบิกการแสดงที่ผสมผสานศิลปะที่ทำด้วยตนเองอย่างเช่น กราฟฟิกแบบตัดปะ (collage) และเสื้อผ้าในการแสดงที่ทำจากวัสดุเหลือใช้

<sup>29</sup> วงดนตรีแนวอิเล็กทรอนิกส์โทรปโปจากกรุงลอนดอน สมาชิกในวงประกอบไปด้วย Alexis Taylor, Joe Goddard, Owen Clarke, Felix Martin และ AI Doyle มีชื่อเสียงในด้านการแสดงสดที่เล่นเพลงในอัลบั้มในรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิมเสมอ และยังมีสมาชิกในวงยังเป็นดีเจเปิดแผ่นในงานปาร์ตี้ต่างๆและสถานีวิทยุ Radio One ของ BBC

เวิร์กมาก แล้วก็ติดต่อวงง่าย เพราะถ้าเราบุกผ่านทางบู้เกอร์คือบริษัทจัดคิววงดนตรีเนี่ยมันจะง่าย ซึ่งอันนี้มันจะไปถึงนักดนตรีก่อนแล้วนักดนตรีก็จะไป inform ว่าไอ้คนเนี่ยมันจะมาบู้คนะ มันจะง่ายกว่าแล้วราคาก็จะได้ดีกว่าเพราะนักดนตรีอยากมาเมืองไทยอยู่แล้ว ถ้าเกิดเป็น booker มันก็ไม่สนใจ เพราะมันเป็นพนักงานออฟฟิศ มันก็จะได้เปอร์เซ็นต์เยอะ แล้วตอนนี้ Dudesweet จะอยู่ในกลุ่มที่เรียกว่าเป็น alliance คือพวกโปรโมเตอร์ด้วยกัน ที่ฮ่องกง ญี่ปุ่น มาเลเซีย แล้วก็ไทย อย่างปาร์ตี้ของโตเกียวเค้าจะชื่อ Variety ของสิงคโปร์คือ Zouk<sup>30</sup> มันก็มาทาง MySpace หมาดเลย แล้วข้อดีของการรวมตัวอย่างนี้คือเวลาเอาศิลปินมาที่เนี่ยเราสามารถแชร์ค่าเครื่องบินกันได้ไง แบบอาจจะเสนอญี่ปุ่นไปว่าช่วงนี้เราจะเอา shitdisco มาสนใจรีเปล่า ถ้าสนใจก็ jump in แล้วก็แชร์ได้ ก็ทำกันอย่างนี้อยู่สี่ห้าประเทศ แต่ส่วนมากก็แบ่งกันได้แค่สองประเทศเพราะส่วนมากก็เอาตอนวิกเอ็นด์หมด” (สัมภาษณ์ พงษ์สรวง คุณประสพ ผู้จัดการปาร์ตี้ Dudesweet , 28 กุมภาพันธ์ 2551)

ส่วนการสร้างเครือข่ายที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจของกลุ่มปาร์ตี้อื่น ๆ นั้น ส่วนมากเป็นไปในด้านการติดต่อวงดนตรีอินดี้ไทยมาแสดงในงานที่วงที่รู้จักการเป็นส่วนตัวมาก่อนและเพิ่งเริ่มรู้จักผ่านทางเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com บางกลุ่มที่ต้องการเพิ่มกิจกรรมอื่นภายในงานอย่างเช่น กลุ่ม Project Mayhem ที่มีการจัดแสดงนิทรรศการภาพถ่ายภายในงาน ก็ใช้การติดต่อศิลปินผ่านทางเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com โดยที่ไม่ได้รู้จักกับศิลปินเป็นส่วนตัวมาก่อน หรือการติดต่อในเชิงธุรกิจที่เกี่ยวกับการผลิตและออกแบบ flyer สามารถเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ผ่านทางเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com ได้โดยไม่รู้จักกันเป็นส่วนตัวได้เช่นกัน

“ส่วนของ itsblog ก็จะติดต่อวงผ่าน MySpace ส่ง message ไปว่าสนใจจะ

<sup>30</sup> คลับแนวดนตรีเต้นรำชั้นนำในประเทศสิงคโปร์ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ปาร์ตี้ของทางคลับที่ใช้ชื่อว่า Zoukout ถือเป็นกิจกรรมใหญ่ประจำปีที่ตั้งจุดนัดท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก Zouk ถือเป็นคลับที่เริ่มต้นด้วยการเปิดเพลงแนวเฮ้าส์ (house) เป็นที่แรกในสิงคโปร์ ส่วนกระแสเพลงฮิตหรือเพลงย้อนยุคที่คลับอื่นๆ มักจะเปิดกัน

มาเล่นที่งานเรามั้ย อย่างพวกวงที่เราเอามาเล่นในงาน เราก็ไม่ได้สนิทกันมาก่อน แต่พอเราติดต่อไปทาง MySpace เขาก็โอเค มาเล่นให้ อย่าง flyer ของ itsblog จะมีกราฟฟิคดีไซน์เนอร์ ชื่อ พีโอ หรือ obeycity boy ใน MySpace ที่เริ่มรู้จักกันใน MySpace แล้วได้เจอกันตามงานปาร์ตี้ต่างๆ จนสนิทกัน เขาก็เป็นคนออกแบบให้เราให้เค้าทำตามสไตล์ของเค้าเลย แต่อาจจะแค่briefเค้าไปก่อนว่าเราอยากให้เป็นแนวไหน” (สัมภาษณ์ ปิยะวิภา อินทรทัต ผู้จัดการงานปาร์ตี้ Itsblog party, 12 กุมภาพันธ์ 2551)

“เริ่มจาก MySpace ฝั่งนั้นเลยทุกวงที่มาเล่น ติดต่อทางนี้ก่อนแล้วค่อยขอเบอร์โทรไปคุยกันทีหลัง อย่างงานล่าสุดที่เป็นงานแสดงภาพถ่ายของแะ๊ะ ชาติฉกาจ ที่งานที่ cafe de moc ก็ติดต่อกันทางนี้ไม่ได้รู้จักกันมาก่อน” (สัมภาษณ์ สมโภช ทองไพบูลย์ ผู้จัดการงานปาร์ตี้ Project Mayhem , 25 มีนาคม 2551)

#### 4.5 ข้อดีและข้อเสียในการขยายเครือข่ายผ่านเว็บไซต์ myspace.com ของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส

ในการขยายเครือข่ายผ่านเว็บไซต์ myspace.com มีทั้งข้อดีและข้อเสียต่อกับกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส ซึ่งในส่วนที่ถือเป็นข้อดีที่เด่นชัดคือ ข้อดีในแง่การกระจายข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ทำให้ไม่ต้องพึ่งพาการสนับสนุนจากองค์กรทางธุรกิจใดๆหรือเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อพื้นที่สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ และยังช่วยประหยัดเวลาได้อีกด้วย และที่สำคัญคือการขยายเครือข่ายผ่านเว็บไซต์ myspace.com สามารถควบคุมจำนวนคนได้ตามที่ผู้จัดปาร์ตี้ต้องการ เป็นกระบวนการหนึ่งในการคัดกรองให้สมาชิกที่มาร่วมงานให้เหลือเฉพาะผู้ที่มีความสนใจและเข้าใจในวัฒนธรรมการไปปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสอย่างแท้จริง ไม่ใช่คนที่มาตามกระแสนิยม นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดงานและผู้มาร่วมงาน ช่วยให้เกิดความรู้สึกเป็นกลุ่มเดียวกันมากยิ่งขึ้น

“มันจะดีกว่าอีเมลล์ตรงที่มันอิสระกันได้ แชรูปกันได้ มันทำให้เกิดความใกล้ชิดกันมากขึ้นไง อย่างเมื่อก่อนที่เริ่มทำปาร์ตี้เนี่ย เราก็เหมือนเป็นกลุ่มๆหนึ่งที่คนไม่กล้าเข้ามา

ยุ่ง คนจะมาเดินๆๆแล้วก็กลับ คนจะไม่ค่อยรู้จักกัน แต่พอมี *myspace* บู๊บก็จะมาแบบ แหม...เมื่อคืนนี้เมารั่วเลยน้ำ มันก็เริ่มมีการ *break the ice* ระหว่างคนจัดกับคนมา ก็เริ่มคุ้นเคยกันมากขึ้น แล้วปาร์ตี้อย่างนี้อย่างที่รู้จักกันอยู่ว่าเป็น *target* ที่เล็กมากถ้าเทียบกับอย่าง *Route 66* มันยังเป็น *niche* อยู่ล่ะ แม้จะเป็นพันคนก็ยัง *niche myspace* มันก็จะดีตรงที่ได้ต่อกันได้ ไม่ใช่ฝ่ายเดียวเหมือนอีเมลล์ อย่างเมลล์ของเราที่ใช้ส่งปาร์ตี้นั้นเป็นเมลล์ที่เราไม่เคยอ่านนะ ตอบมาเราก็จะไม่รู้นี้กว่าเป็น *junk* หมดนะ” (สัมภาษณ์ พงษ์สรวง คุณประสพ ผู้จัดการงานปาร์ตี๋ Dudesweet , 28 กุมภาพันธ์ 2551)

“ข้อดีคือมันถึงตัวคนได้ดีโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ไม่ต้องมีสปอนเซอร์มาเกี่ยวข้อง สามารถกระจายข่าวถึงคนกลุ่มที่เราต้องการให้เค้ารับรู้ อย่างงานแรกเราทำเป็นอัลเตอร์เนทีฟเราก็จะดูว่าคนนี้อยู่ประมาณนี้นะ เค้าก็จะรู้เลย ส่วนงานครั้งที่สองจะเป็นนิเวศ การวาง มันต้องประมาณ 18-22 นะ เราก็จะดูแบบเด็กฟิล์มได้นะ เพลงเป็น *the strokes* หรืออะไรที่มันใหม่ๆหน่อย มันก็เป็นข้อดีที่มันตรง *target* ของเรา” (สัมภาษณ์ สมโภช ทองไพบูลย์ ผู้จัดการงานปาร์ตี๋ Project Mayhem , 25 มีนาคม 2551)

“ผลดีคือมันเป็นการประชาสัมพันธ์ปาร์ตี๋โดยตรง กว้างขวางมากกว่าการแจก *flyer* เพราะการแจก *flyer* สำหรับคนไทยแล้วทัศนคติทางด้านปาร์ตี๋ยังไม่ค่อยกว้างขวางเท่าฝรั่งที่มาอยู่เมืองไทย หรือคนที่เฉพาะกลุ่มจริงๆถ้าเป็นคนที่มาปาร์ตี้อยู่แล้วเค้าอาจจะสนใจ แต่ถ้าเป็นคนเที่ยวตามผับธรรมดาๆคงจะไม่รู้จักว่าปาร์ตี้อย่างนี้คืออะไร *cafe de moc* อยู่ตรงไหน ซึ่ง *MySpace* จะมีแต่คนที่อยู่ในปาร์ตี๋ ชอบมาปาร์ตี๋ เคยมาปาร์ตี๋”

สำหรับข้อเสียของการขยายเครือข่ายผ่านเว็บไซต์ *myspace.com* นั้นส่วนมากเป็นเรื่องเกี่ยวกับระบบการทำงานที่ขัดข้องบ่อย บางครั้งก็ล่าช้าเกินไปในการอัปโหลดข้อมูลประเภทรูปภาพและวิดีโอ มักจะถูกก่อกวนด้วย *spam comment* ส่วนข้อเสียที่ส่งผลกระทบต่อเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี๋โดยตรง คือ *MySpace* เรือมเสื่อมความนิยมในกลุ่มสมาชิกที่ส่วนมากเป็นวัยรุ่นที่แสวงหาสื่อใหม่ๆอยู่เสมอ เมื่อเริ่มเล่น *MySpace* จนอึดตัว หรือได้ค้นพบสื่อใหม่ๆที่ดึงดูดความสนใจได้มากกว่า อย่างเช่น เว็บไซต์ประเภท *social networking* ที่กำลังมาได้รับความนิยมอย่างเว็บไซต์ *facebook.com* ทำให้กลุ่มสมาชิกหันไปใช้สื่อประเภท *social networking* อื่นๆมากขึ้น บางครั้งอาจไม่ได้เข้ามาอัปเดตข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายของ *myspace.com* อีกต่อไป

“ข้อเสียหลักๆคือเรื่องของเทคนิคของ MySpace เอง เพราะสแปมเยอะ อะไรที่มันเกิดขึ้นในอเมริกามักจะเป็นอย่างนี้แหละ เราว่า 70% ของ junk mail ไวรัสที่เกิดขึ้นในโลกนี้เกิดจากอเมริกา เพราะเค้าจะมี culture ที่คิดว่าตัวเองเก๋ อย่างในหนังสืออเมริกาจะมีชื่อตต่างๆที่ไปทำลายข้าวของ เด็กอเมริกาอาจจะรู้สึกอย่างนี้ มันก็เลยทำให้มันน่ารำคาญมากชอบมี junk mail บ้างๆบอ อย่าง Macy Gift card อะไรตลอดเวลา แล้วมันทำให้คนค่อยๆหายไป” (สัมภาษณ์ พงษ์สรวง คุณประสพ ผู้จัดการงานปาร์ตี้ Dudesweet , 28 กุมภาพันธ์ 2551)

“ข้อเสียก็สแปมเยอะ คือเราต้องระวัง ต้องเปลี่ยนพาสเวิร์ดตลอด ยิ่ง friend เยอะก็ยิ่งส่งสแปมมากันเยอะ มาทางเมลล์ มาทาง comment เราก็ต้องมานั่งแก้ นั่งลบ บางทีมันก็น่าเบื่ออะ” (สัมภาษณ์ ณัฐเศรษฐ ปัญญาไว ผู้จัดการงานปาร์ตี้ Club Soma , 20 กุมภาพันธ์ 2551)

“ MySpace ในแง่ของการโปรโมทงานโอเคนะ แต่เดี๋ยวนี้นคนไม่ค่อยเล่นกันแล้ว คนไปเล่น facebook กันเยอะ เลยไม่รู้ว่าจะยังเวิร์กอยู่รึเปล่า” (สัมภาษณ์ ฅกานต์ เทพหัสดิน ณ อยุธยา ผู้จัดการงานปาร์ตี้ Mutiny, 28 มีนาคม 2551)

#### 4.6 การขยายเครือข่ายผ่านสื่ออื่นๆ

การขยายเครือข่ายผ่านทางเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com สามารถช่วยลดการพึ่งพาสื่อแขนงอื่นในการกระจายข่าวสารได้พอสมควร เนื่องจากกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสทั้งหลายมีความเห็นว่า อาศัยแค่การกระจายข่าวผ่านทางเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com ก็สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เพียงพอแล้ว อีกทั้งยังสามารถควบคุมได้ เพราะการขยายเครือข่ายผ่านทางนี้ช่วยคัดสรรคนที่มีความสนใจในแนวดนตรีแบบนี้อย่างแท้จริง แต่ยังคงกระจายข่าวสารผ่านทางสื่อแขนงอื่นที่มีกลุ่มเป้าหมายที่นิยมแนวดนตรีนอกกระแสควบคู่กันไปด้วย แต่เป็นไปในสัดส่วนที่น้อยกว่าการกระจายข่าวสารผ่านเว็บไซต์ myspace.com โดยมากใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเช่น เว็บบอร์ด วิทยุออนไลน์ 6www.yesindie.com เว็บไซต์ประเภท social networkingอย่างเว็บไซต์ facebook.com

สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ส่วนมากเป็นนิตยสารดนตรีอย่าง นิตยสาร DDT นิตยสารนอกระแสอย่าง aday และวารสารรายสัปดาห์ภาษาอังกฤษอย่าง Guru

“มี Yes indie ที่โปรโมทให้สองครั้ง เพราะมีดีเจรุ่นน้องที่รู้จักกัน ก็ช่วยเอาขึ้นเว็บ แล้วก็พูดโปรโมทให้คนนึง แล้วก็เอา flyer ไปแจกตามปาร์ตี้ต่างๆ ส่วนนิตยสารถ้าจะจำเป็นน่าจะเป็นในระยะยาวมากกว่าสำหรับการสร้างแบรนด์ สร้างชื่อ แต่ถ้าระยะสั้นก็คงไม่มีผล” (สัมภาษณ์ สมโภช ทองไพบูลย์ ผู้จัดการปาร์ตี้ Project Mayhem , 25 มีนาคม 2551)

“มีแค่ flyer บ้าง magazine บ้าง ส่งข่าวไปลงเป็นพวกปฏิทินงานอะไรอย่างเงี้ยคะ เขาก็จะลงให้นิดหน่อย แล้วไม่เลือกเป็นหัว magazine ที่อาจจะไม่ตรง target มันอาจจะดูตลาดไป เราต้องรักษาภาพลักษณ์เราไว้วันนึง ส่วนหนังสือที่เคยลงก็จะมี

a day, Hamburger, Guru ของ Bangkok Post เราก็ส่งข่าวไปให้เค้าถ้าเค้าว่างๆก็ลงให้ แต่ถ้าคราวไหนทำไม่ทันก็แค่ใน MySpace อย่างเดียวเลย ช่วงแรกๆจะค่อนข้างเน้นสื่ออื่นด้วย แต่ว่าคนที่มาเที่ยวงานอยู่แล้วเค้าก็คอยติดตามทางนี้ ก็เลยอาจจะไม่ได้เน้นสื่ออื่นมากเท่าไร เพราะส่วนมากก็เฉพาะคนใน MySpace แหละที่มางานเรา”

( สัมภาษณ์ จุฬิภาภรณ์ ปาณิกบุตร ผู้จัดการปาร์ตี้ Coco night , 6 มีนาคม 2551)

ส่วนตัว flyer รูปแบบกระดาษทางกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสยังคงต้องพิมพ์เอาไปแจกตามสถานที่ต่างๆ อย่างเช่นผับอย่าง Lullabar<sup>31</sup>, Cafe de moc<sup>32</sup> และ Club culture<sup>33</sup> และตามงานปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสต่างๆ แต่สำหรับบางกลุ่มปาร์ตี้ก็ลดการพิมพ์ลงไป เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย แต่ส่วนมากก็ยังคงนิยมแจก flyer ในรูปแบบใบปลิวอยู่ เพราะว่าได้กลายเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมของการจัดปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสไปแล้ว อีกทั้งคนที่มางานบางกลุ่มนิยมเก็บสะสม

<sup>31</sup> ผับแนวอินดี้ร็อก อัลเทอร์เนทีฟ ในย่านเสาชิงช้า มีการแสดงสดของวงดนตรีนอกระแสไทยในแนวดนตรีอินดี้ร็อก เจ้าของคือชนัญญ์ หวังบุญเกิด หนึ่งในแกนนำผู้ก่อตั้งกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet

<sup>32</sup> ผับขนาดเล็กตั้งอยู่บริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย กลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสมักจะจัดงานปาร์ตี้ขนาดเล็กที่ผับแห่งนี้

<sup>33</sup> คลับเต้นรำขนาดใหญ่ตั้งอยู่บริเวณถนนศรีอยุธยา เป็นสถานที่จัดงานปาร์ตี้ขนาดใหญ่ที่มีระบบแสง สี เสียง พร้อมที่สุด และจุคนได้จำนวนมาก

ไบปลิว และถือเป็นการกระจายข่าวที่ตรงกลุ่มเป้าหมายเช่นเดียวกัน แต่ในมุมมองของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสที่ถือได้ว่าเป็นผู้ริเริ่มอย่างกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet กลับมีความเห็นว่าการขยายเครือข่ายผ่านเว็บไซต์ myspace.com ไม่ได้ทำให้การแจก flyer ที่เป็นสิ่งพิมพ์ลดลง แต่กลับต้องพยายามปรับปรุงให้มีคุณภาพมากขึ้น เนื่องจากความคาดหวังของคนที่มางานสูงขึ้นไปด้วย

“ลคเหมือนกันนะ อย่างคราวที่แล้วปาร์ตี้วาเลนไทน์นะ ไม่ได้ปริ้นท์ flyer เลยนะ เพราะว่ามันเป็นงานเล็กใจ จัดแค่จ๋าๆกัน ก็ใช้ pr ออนไลน์ โปสต์ bulletin โปสต์ flyer อย่างเดียว แต่ก็มีคนมาเยอะนะก็แปลกดีเหมือนกัน แต่โดยปกติเราจะโปรโมททาง flyer poster ออกทีวี ทาง Channle V เค้ายกมาสัมภาษณ์เรา รายการ heibeat <sup>34</sup>อีกอันนึงตอนนั้นจัดที่ cliq ออกทางเรดิโอ ป้าวาส รายการ radioactive ทางนิตยสารไม่ได้ลงเพราะเราไม่มีงบ ส่วนใหญ่คนจัดงานจะไปตามงานปาร์ตี้มากกว่า ไปจิกเด็ก คุยกะน้องๆ เอา flyer ไปแจก ไปแปะตามที่ต่างๆ” (สัมภาษณ์ ณิชฐดรณ ปัญญาไว ผู้จัดการปาร์ตี้ Club Soma , 20 กุมภาพันธ์ 2551)

“การมี MySpace ช่วยได้เยอะนะ ช่วงหลังนี้ผมไม่อยากทำ flyer เลย เพราะแจกไปก็เท่านั้น ผู้ MySpace ไม่ได้ตรงที่มันตรงกับกลุ่มเป้าหมายของพวกเรา แล้วได้คุยกะน้องๆ แต่ยังทำ flyer อยู่เพราะน้องๆเค้าชอบเก็บสะสม เพราะ flyer งานเราก็มันแปลกๆ เป็นพวกงานวาด งานศิลปะ” (สัมภาษณ์ วรรณถ พ็ชรกร, ผู้จัดการปาร์ตี้ Happy alone, 13 กุมภาพันธ์ 2551)

“มันไม่ได้ลคเพราะว่าพอมันทำ MySpace แล้วเหมือนเป็นงานที่หนักขึ้นด้วยซ้ำ แต่ก่อนตอนที่คนอยู่ที่ 300-400 เราก็คิดว่าคนคงไม่เยอะไปกว่านี้แล้วแหละ แล้วไม่รู้ทำไมอยู่ๆก็มากขึ้นใหญ่ มันก็ทำให้ MySpace ก็ต้องทำอยู่แล้วไบปลิวก็ต้องทำอีก เพราะยังมันใหญ่มากคนก็ยังคาดหวังมากขึ้น อย่างเมื่อก่อนไบปลิวเป็นซีร็อกซ์เราก็ไม่มายด์ มันก็แค่ทำไปอย่างนั้นแหละพอให้คนรู้ แล้วพอ

<sup>34</sup> รายการเกี่ยวกับชีวิตกลางคืน ออกอากาศทางสถานีเพลง Channle V Thailand และนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวในยามค่ำคืนภายในกรุงเทพมหานคร และแนะนำงานปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสที่น่าสนใจต่างๆ รวมไปถึงแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการแสดงสดของศิลปินนักร้องต่างประเทศ และดีเจต่างประเทศที่มาเปิดแผ่นที่คลับในประเทศไทย

ความคาดหวังของคนมันเพิ่มมากขึ้นเราก็ต้องควบคุมจุดยืนเราให้ดีขึ้น ไม่งั้นมันจะดูกระจอก เลยยิ่งหนักเลยไปปลิวกลายเป็นสี่สี่เลยคราวนี้”

(สัมภาษณ์ พงษ์สรวง คุณประสพ ผู้จัดงานปาร์ตี้ Dudesweet , 28 กุมภาพันธ์ 2551)

อย่างไรก็ตามถือได้ว่าการขยายเครือข่ายผ่านเว็บไซต์ myspace.com ของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสช่วยลดการขยายเครือข่ายผ่านสื่อแขนงอื่นๆได้ ทำให้ประหยัดทั้งด้านค่าใช้จ่ายในการผลิตไปปลิวประชาสัมพันธ์งานและค่าใช้จ่ายในการซื้อพื้นที่ประชาสัมพันธ์ เหมาะกับการกระจายข่าวภายในกลุ่มย่อยที่เข้าใจในวัฒนธรรมการเข้าร่วมปาร์ตี้ดนตรีนอกระแส และเข้ามาติดตามข่าวสารเกี่ยวกับงานปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสในหน้า profile ของตนเองในเว็บไซต์ myspace.com อยู่แล้ว แต่ การแจกไปปลิวประชาสัมพันธ์งานตามงานปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสดังๆ ก็ยังเป็นสิ่งที่ทางกลุ่มปาร์ตี้ต้องดำเนินการต่อไป เนื่องจากการกระทำดังกล่าวได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการเข้าร่วมปาร์ตี้ดนตรีนอกระแส ซึ่งทางกลุ่มปาร์ตี้เองยังคงต้องพัฒนาในส่วนนี้ต่อไป

#### 4.7 การสร้างความสัมพันธ์ออนไลน์ของสมาชิกในเครือข่ายกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสผ่านเว็บไซต์ myspace.com

สำหรับการสร้างความสัมพันธ์ออนไลน์และกระบวนการที่นำไปสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์ของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแส ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน อันได้แก่ สมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสที่เป็น friend ในเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com ของบรรดากลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสจำนวน 8 กลุ่มที่ได้เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในหัวข้อการขยายเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแส อีกทั้งผู้วิจัยยังได้ทำการสังเกตการณ์จากหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาถึงรายละเอียดของการปฏิสัมพันธ์ผ่านหน้าเว็บไซต์ myspace.com ที่นำไปสู่กระบวนการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์และความสัมพันธ์ออฟไลน์



#### 4.7.1 การเริ่มต้นเข้าสู่การเป็นสมาชิกของเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com ของสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คืนดนตรีนอกกระแส

จากการสัมภาษณ์พบว่า การเริ่มต้นเข้าสู่การเป็นสมาชิกในเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com ของสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คืนดนตรีนอกกระแส ส่วนมากเริ่มเข้าเป็นสมาชิกเมื่อช่วงปีพ.ศ. 2549-2550 เป็นสมาชิกได้ประมาณ 1-2 ปี มีบางส่วนที่ถือเป็นผู้ที่เริ่มเข้าเป็นสมาชิกมาเป็นเวลานานกว่าคนอื่นนั้นเริ่มเป็นสมาชิกตั้งแต่ปีพ.ศ. 2547-2548 เป็นสมาชิกมาเป็นเวลา 3-4 ปี ส่วนมากเข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายเนื่องจากเพื่อนเป็นผู้ชักชวนแนะนำให้เข้าเป็นสมาชิก หรือเพื่อนส่งอีเมลล์ในรูปแบบการเชิญเชิญ (invitation) มาเชิญชวนให้เข้าเป็นสมาชิกทำให้เกิดความสนใจ และการตัดสินใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกในเครือข่ายเนื่องจากได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเว็บไซต์ myspace.com ผ่านทางสื่อต่างๆ อย่างเช่น นิตยสารดนตรีต่างประเทศและในประเทศ เว็บไซต์ของวงดนตรีต่างประเทศ เว็บไซต์ของกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet

สาเหตุหลักที่เลือกใช้เครือข่ายของเว็บไซต์ myspace.com ส่วนมากเป็นเพราะความหลากหลายทางด้านแนวดนตรี ความต้องการหาเพื่อนใหม่ที่มีรสนิยมคล้ายคลึงกัน หรือเพื่อนที่ชอบไปงานปาร์ตี้คืนดนตรีนอกกระแสเหมือนกัน บางคนก็เข้าเป็นสมาชิกเพราะกลัวไม่ทันสมัย และต้องการแสดงถึงความเป็นคนเท่ (cool) หรือได้รับอิทธิพลจากวงดนตรีและศิลปินต่างประเทศที่ชื่นชอบ ทำให้สนใจอยากลองสมัครเป็นสมาชิก สำหรับบางคนที่มีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับวงการดนตรีนอกกระแส มักจะเลือกใช้เว็บไซต์ myspace.com ในการเผยแพร่ผลงาน เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับแฟนเพลง หรือในสายอาชีพอื่นๆ เช่น กราฟฟิคดีไซน์เนอร์ ช่างภาพ และผู้ผลิตวิดีโอ กราฟฟิคโมชั่น นิยมใช้พื้นที่ในหน้า profile ของเว็บไซต์ myspace.com เผยแพร่ผลงานของตัวเองเช่นเดียวกัน

“เริ่มเล่น MySpace เมื่อปีที่แล้วค่ะ เพื่อนเค้าแนะนำค่ะให้เราลองเข้าไปดูของเค้า พอเราเห็นแล้วก็ชอบมีวงพวกเรือก อัลเตอร์เนทีฟ แล้วก็บริทป๊อป เป็นเพลงที่เราฟังอยู่ทำเยอะ ก็เลยอยากลองทำบ้าง” (สัมภาษณ์ ศศิพร ประสานเกษม, 3 มีนาคม 2551)

“เล่น *myspace* มาประมาณ 2 ปีได้ อ่านเจอในหนังสือนิตยสารเพลงพวก *NME, Q Magazine* วัยรุ่นปะ (หัวเราะ) ของเมืองไทยก็ *supersweet, ddt, Mtv Trax* เป็นเรื่องเกี่ยวกับพวกนักดนตรีหาช่องทางขายงานตัวเอง แต่ที่ลงรายละเอียดเป็นคอลัมน์แบบนี้รู้สึกจะเป็น *DDT* นะ เนื้อหาดี บอกวิธีสมัคร ตกแต่ง อะไรพวกนี้” (สัมภาษณ์ อภินันท์ ปิยะพรหมศิริ, 31 มีนาคม 2551)

“เล่นมา 1 ปีได้ รู้มาจากเพื่อน เพื่อนเล่นเลยเล่นตาม แล้วพอคิดเล่นอยู่เว็บ *บอร์ด Dudesweet* มันก็ชอบมีงานปาร์ตี้ต่างๆมาโพสต์แล้วก็มีเว็บ *MySpace* ของงาน *Happy Alone* เลยเข้าไปดูและก็เลยสมัคร” (สัมภาษณ์ อรรถพล จิระสุขาภิรมย์, 12 กุมภาพันธ์ 2551)

“เริ่มเล่นเมื่อประมาณกลางปีที่แล้วครับ เสรีซ์ไปเจอในอินเทอร์เน็ต ผมว่ามันดูเป็นสากลดีครับ เพราะว่าพวกศิลปิน นักดนตรี ที่ดังๆเค้าก็ใช้เผยแพร่ผลงานของตัวเองกัน” (สัมภาษณ์ ชิชันต์ อุณากรสวัสดิ์, 13 กุมภาพันธ์ 2551)

“ เล่นมาเกือบๆสองปีแล้ว ตอนแรกที่เห็นเพื่อนเล่นเราก็งงๆไม่ได้สนใจอะไร แล้วมันก็ชวนเล่น ลองดู ช่วงนั้นเพื่อนบอกว่าสมัครสิมีแต่คนดูๆ มีอะไรให้ทำอะอะอะ มีเพลงให้ฟัง แล้วตอนแรกเลยเหมือนรู้จักคนที่ไปปาร์ตี้ เริ่มจากพอมี *myspace* บู้บเราก้เริ่มไปเที่ยวปาร์ตี้แบบนี้ดู เริ่มที่ *Club pro* แล้วพอไป *Club pro* ก็เริ่มได้เจอคนนู้น คนนี้ เราเห็นเค้ามี *myspace* เราก้ไปแอด แล้วก็ได้รู้จักกัน ค่อยกัน แบบมีงานที่ไหน แล้วมันก็กำลังบูม คนเล่นเยอะ ส่วนหนึ่งมาจากงานปาร์ตี้ด้วย มันทำให้รู้จักคนมากขึ้น มันไม่ใช่ว่ามาจับกัน” (สัมภาษณ์ วิชชุตารติไพบูลย์, 14 มีนาคม 2551)

“เล่นมาปีนึงแล้วครับ รู้จักมานานแล้วมีเพื่อนเล่นมาสองปีแล้ว ชักพักนี้เราก้ทำวงของเรา แล้วใครๆก็ถามว่าวงมี *MySpace* รึยัง เค้าก็บอกว่ามีไว้สิ จะได้ให้คนอื่นเข้ามาฟังเพลง พอทำ *MySpace* ของวงก็เล่นไปเรื่อยๆก็รู้สึกว่ามันดีจะอยากมีเป็นของตัวเองก็เลยทำ” (สัมภาษณ์ สมโภช ทองไพบูลย์, 25 มีนาคม 2551)

โดยมากผู้ที่เลือกใช้เครือข่ายของเว็บไซต์ myspace.com มักจะกล่าวอ้างถึงสาเหตุสำคัญในการเลือกเป็นสมาชิกในเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com โดยนำไปเปรียบเทียบกับเว็บไซต์ประเภท social networking ที่ได้รับความนิยมสูงในประเทศไทยอย่างเว็บไซต์ hi5.com ว่าเว็บไซต์ myspace.com เป็นศูนย์รวมของแนวดนตรีทุกแนว รวมไปถึงแนวที่หาฟังได้ยาก ดังนั้นกลุ่มสมาชิกเครือข่ายของเว็บไซต์ myspace.com จึงเป็นกลุ่มคนที่ชอบฟังเพลงคล้ายกัน ซึ่งต่างจากเว็บไซต์ hi5.com ที่เป็นกลุ่มที่ดูเด็กกว่า และไม่มีจุดเด่นทางด้านแนวดนตรีอย่างที่เว็บไซต์ myspace.com เป็นอยู่

“MySpace มันไม่มีปัญหาอ่อนนะเราว่า น่าจะหาประโยชน์จากมันได้ มีอะไรให้ดูเยอะดี เช่น พวกวงดนตรี ช่างภาพ งานศิลปะ หรือ ผู้กำกับ ศิลปิน งานปาร์ตี้ต่างๆ ไร้มันครบถ้วน เป็นทางใหม่ของแหล่งข่าวก็ว่าได้ วงบริทหรือคล้าย Radiohead หรือผู้กำกับต่างๆอย่างหว่องกาไว คงไม่มีปัญหาอ่อนไปทำ hi 5” (สัมภาษณ์ จาซมี เจ๊ะเต๊ะ นักศึกษา, 18 กุมภาพันธ์ 2551)

“hi 5 ผมมีมาก่อน แต่รู้สึกว่ามันไม่ค่อยเหมาะกับผม เพราะมันไม่มีเพลงหรือผมใช้ hi5 ไม่เป็นก็ไม่วุ่นนะ แต่ผมเป็นคนฟังเพลงที่หาที่ฟังยาก แต่ MySpace สามารถหาให้ฟังได้” (สัมภาษณ์ รัตนพงษ์ จิตตรัตนชัย, 13 กุมภาพันธ์ 2551)

“ถ้าเทียบกันแล้วชอบ MySpace มากกว่า hi5 เพราะ hi5 เด็กแนวเยอะ เด็กๆอายุน้อยๆ MySpace จะรุ่นใหญ่กว่า พวกเพื่อนนักดนตรีที่รู้จักก็ ไม่ได้เล่น hi5 พวกนั้นอายุ 30 กว่าๆแล้ว hi5 เด็กๆเล่นเยอะ ฝรั่งก็เยอะ hi5 คนไทยเยอะ” (สัมภาษณ์ ฟาติน แลแม, 10 มีนาคม 2551)

#### 4.7.2 การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ myspace.com ของกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส

การใช้ประโยชน์จากเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com ที่สมาชิกในเครือข่ายนิยมใช้มากที่สุดคือการฟังเพลงจาก MySpace music เนื่องจากมีเพลงให้ฟังหลากหลายแนว อีกทั้ง

ยังมีประวัติวงดนตรีให้อ่านโดยไม่ต้องเข้าไปค้นหาในเว็บไซต์ทางการ (official website) ของศิลปินโดยตรง และยังติดตามความเคลื่อนไหวของศิลปิน อย่างเช่น ตารางทัวร์ และ กำหนดการออกอัลบั้ม ได้ตลอด ส่วนการดูมิวสิกวิดีโอจาก MySpace tv นั้น ไม่เป็นที่นิยม เท่าที่ควร เพราะสมาชิกส่วนมากนิยมดูผ่านทางเว็บไซต์ youtube.com มากกว่า

นอกจากนั้นยังได้พบปะสนทนากับคนที่มียุทธนิยมตรงกัน ทำให้ได้เพื่อนใหม่ที่มี แนวโน้มว่าจะเป็นเพื่อนในชีวิตจริงได้ สำหรับคนที่ไปปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแสเป็นประจำ มักจะใช้เป็นสื่อกลางในการเชื่อมสัมพันธ์กับคนที่เคยพบเจอกันในงานปาร์ตี้คืนตรีนอก กระแสอยู่บ่อยๆ บางคนไม่นิยมหาเพื่อนใหม่ก็สามารถใช้เป็นที่สื่อกลางนัดหมายเพื่อนในกลุ่มได้โดยไม่ต้องใช้สื่ออื่นที่ต้องเสียค่าใช้จ่าย หรือใช้เป็นที่สื่อกลางที่สามารถเชื่อมโยงไปยังเพื่อนของเพื่อนอีกทอดหนึ่ง สามารถช่วยขยายเครือข่ายคนรู้จักให้กว้างขวางออกไปอีก ซึ่งเครือข่ายคนรู้จักที่เพิ่มขึ้นอาจจะช่วยเปิดช่องทางการสร้างโอกาสทางด้านหน้าที่การงานได้อีกด้วย

สำหรับการใช้ประโยชน์ที่เกี่ยวกับด้านการทำงาน ส่วนมากใช้เผยแพร่ผลงานของตัวเอง ซึ่งเป็นงานศิลปะแขนงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น งานกราฟฟิกคอมพิวเตอร์ ภาพถ่าย ภาพเขียน มิวสิกวิดีโอ หนังสือ และสำหรับคนที่มีวงดนตรีของตัวเองสามารถอัปโหลด เพลงขึ้นบนหน้า profile ของตัวเอง ใช้ประชาสัมพันธ์และขยายฐานแฟนเพลงได้โดยไม่ต้องพึ่งพาสื่อแขนงอื่น และใช้ประชาสัมพันธ์งานปาร์ตี้สำหรับผู้ที่เข้าร่วมจัดงานปาร์ตี้ ในกลุ่มต่างๆจะกระจายข่าวไปยังกลุ่มคนที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ในบางกรณี การจัดปาร์ตี้ส่วนตัว (house party) ก็ใช้การกระจายข่าวไปยังกลุ่มเพื่อนผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com เช่นเดียวกัน

“ใช้อัพเดทเรื่องดนตรี ดูตารางทัวร์ของศิลปิน อัพเดทข่าวสารต่างๆของ วงไทยแล้วก็ต่างประเทศ ใช้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆด้วย แล้วก็ใช้ประชาสัมพันธ์ โฆษณาในงานต่างๆ ส่วน MySpace music เนี่ยใช้เยอะเลย ใช้เพื่อค้นหาข้อมูลของ วง ถือเป็นแหล่ง encyclopedia ชั้นเลิศในการค้นพบวงดนตรีใหม่ๆ จาก ต่างประเทศเลยละค่ะ” (สัมภาษณ์ ณิชฐานา สุประภาตะนันท์, 12 กุมภาพันธ์ 2551)

“คุยกับเพื่อน ช่วยโปรโมทปาร์ตี้ แล้วก็ดูวงดนตรีค่ะ ชอบวงไหนก็ไป แอดเค้ามาเป็น friend แล้วก็จะดู top friend ของเค้าว่ามีใครบ้าง แล้วก็เข้าไปฟัง เพลงของเค้า ไม่จำเป็นต้องรู้จักมาก่อน เราดูว่า top friend ของเค้าเป็นใคร inspiration ของเค้าเป็นยังไง” (สัมภาษณ์ ลิสา นันทเทิม, 6 มีนาคม 2551)

“หาเพื่อนใหม่ นัดเพื่อน ฟังเพลง ส่วนมากหาเพื่อนใหม่มากกว่า ก็รู้จักใน MySpace ก่อนนะ แล้วคนใน MySpace ก็คุ้นๆ หน้ากัน ใจเคยเจอกันที่ สวน ที่ สยาม แล้วส่วนมากวงดนตรีทำ MySpace กันด้วยไง เราก็ได้ฟังเพลง ได้ อัปเดต ข้อมูลต่างๆ จาก profile ของนักดนตรี วงดนตรีบางส่วนก็รู้จักมาก่อน แล้ว บางส่วนก็เพิ่งมาฟังใน MySpace นี้แหละ” (สัมภาษณ์ ชีระ คุณะวิริยะวงศ์, 12 กุมภาพันธ์ 2551)

“ก็ไว้ติดต่อกับเพื่อนบ้าง แล้วก็ MySpace อีกอันหนึ่งที่ทำร่วมกับเพื่อน มี กันแค่ 2 คน อัปเดตเข้าคอมพิวเตอร์ เขียนไลน์กลอง ประมาณนั้น เวลาที่ทำเพลง กันสนุกๆก็จะเอามาลง MySpace ครับ ให้เพื่อนๆ ได้ฟังสนุกๆ ได้รับความคิดเห็น จากเพื่อน” (สัมภาษณ์ ภาสกร บัวทอง, 15 กุมภาพันธ์ 2551)

“ฟังเพลง ส่วนใหญ่ แล้วก็เวลามีคนมาติดต่อกัน ส่วนใหญ่เรื่องดนตรี เพราะผมมีวงดนตรีชื่อ Girlfriend from the internet อยู่ พวกงานถ่ายภาพ ก็เอาไว้ดู รูปของคนอื่น ใน MySpace มีช่างภาพเยอะดี แต่พวก MySpace tv ไม่ค่อยได้ใช้ซะ คู่แต่ YouTube” (สัมภาษณ์ บิณฑ์ บัวหมื่นชล, 16 กุมภาพันธ์ 2551)

การใช้ประโยชน์จาก MySpace ที่เป็นหัวใจสำคัญของสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่ม ปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสคือการติดตามข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส ผ่านทางการโพสต์ flyer ในส่วน comment ของหน้า profile การแจ้งข่าวสารผ่านทาง bulletin board และการเลือกเข้าไปดูข้อมูลจากหน้า profile ของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอก กระแสได้โดยตรง ซึ่งสมาชิกส่วนมากได้รับข่าวสารเกี่ยวกับงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส ผ่านทางการโพสต์ comment เป็นตัว Flyer และรายละเอียด การรับข่าวสารทาง bulletin

board ไม่ค่อยได้รับความนิยมนเท่าที่ควร เนื่องจาก Flyer ที่โพสต์ลงในส่วน comment แสดงผลบนหน้า profile โดยอัตโนมัติ สังเกตเห็นได้ง่ายกว่าใน bulletin board

“ดูจาก flyer ที่เอามาโพสต์ที่หน้า comment เรา มันมีส่ง event invitation ด้วย แต่ไม่ค่อยได้เช็คเท่าไร เพราะขี้เกียจเข้าไปคลิกดูอีกที ดูจาก flyer ก็รู้แล้ว เพราะมันเห็นชัดกว่า บางทีเราไม่ได้ log in เราก็เปิดหน้าของตัวเองเราก็ดูได้แล้ว”  
(สัมภาษณ์ ณิชฐครุณ ปัญญาไว, 20 กุมภาพันธ์ 2551)

“ได้รับ จาก comment และ bulletin board แต่ส่วนมากจะได้จาก comment มากกว่าครับ และจะไม่ค่อยเปิดดู bulletin เท่าไร”  
(สัมภาษณ์ เขมวสุ ชุตินวงศ์, 18 กุมภาพันธ์ 2551)

“เวลาที่มีปาร์ตี้จะมีคนมาโพสต์ flyer ที่งู๊วไปแล้วเราก็ถ้าสนใจก็ไป เราชอบแนวร็อคๆแล้วก็งานที่มีพวก motion หรือ เกี่ยวกับ art exhibition”  
(สัมภาษณ์ จาซมี เจ๊ะเต, 18 กุมภาพันธ์ 2551)

นอกเหนือจากการใช้ประโยชน์ในแง่ต่างๆที่ได้กล่าวไว้เบื้องต้นกลุ่มตัวอย่างยังได้ใช้ประโยชน์ในแง่การเสริมสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง ด้วยการตกแต่งหน้า profile ด้วยรูปภาพ การใช้โทนสี และการใช้เทคนิคพิเศษต่างๆ ที่ผู้วิจัยจะกล่าวถึงรายละเอียดในเบื้องลึกต่อไปในบทที่ 5 ว่าด้วยอัตลักษณ์กลุ่มที่แสดงออกผ่านเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com

“เราใช้ MySpace ติดต่อเพื่อน ฟังเพลง ดู MySpace tv บ้าง แล้วเราก็ชอบแต่ง MySpace เอารูปเก๋ๆลง ทำ background ใหม่ ทำสี ทำนู่น ทำนี่”  
(สัมภาษณ์ ณิชฐครุณ ปัญญาไว, 20 กุมภาพันธ์ 2551)

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ myspace.com ของสมาชิกภายในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแส ส่วนมากเป็นการใช้สื่อเพื่อความเพลิดเพลิน เป็นหลัก โดยเฉพาะการฟังเพลงนอกระแสของวงต่างประเทศ การเข้า

ไปเยี่ยมชมงานศิลปะแขนงต่างๆ และยังสืบเนื่องไปถึงการใช้สื่อเผยแพร่ผลงานเพลง และผลงานศิลปะของตนเอง ซึ่งนอกเหนือจากการใช้เว็บไซต์ myspace.com เพื่อความเพลิดเพลินในด้านการบริโภคผลงานดนตรีนอกระแสดังกล่าว ยังอีกทั้งยังพบว่าการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ myspace.com ของกลุ่มตัวอย่างเป็นไปในแง่การติดตามข้อมูลข่าวสาร เห็นได้จากการเข้ามาติดตามข่าวสาร กำหนดการงานปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสดังกล่าว และการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับศิลปินนอกระแสดังกล่าวที่ตนเองชื่นชอบ และในส่วนของ การใช้การสื่อเพื่อสร้างมนุษยสัมพันธ์ อันเห็นได้จากการนัดหมายเพื่อนและพูดคุยกับทั้งเพื่อนในชีวิตจริงและเพื่อนในโลกไซเบอร์ ที่เป็นการเสริมสร้างมนุษยสัมพันธ์ด้วยการมีการปฏิสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ myspace.com และใช้ประโยชน์ในแง่การเสริมสร้างอัตลักษณ์ด้วยการตกแต่งหน้า profile เพื่อเน้นย้ำอัตลักษณ์เฉพาะตนที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่อัตลักษณ์กลุ่มได้

#### 4.7.3 การเลือก add friend และการเรียงลำดับ top friend ของสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสด

สำหรับการเลือก add friend เข้าสู่เครือข่ายของตนเองในเว็บไซต์ myspace.com นั้นสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสดังกล่าวเลือกจากคนที่เป็นเพื่อนหรือรู้จักกันอยู่แล้ว คนที่เคยพบเจอกันในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสดังกล่าว แต่ถ้าไม่รู้จักกันหรือไม่เคยพบเจอกันมาก่อนเลย มักจะเลือกจากรสนิยมที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะรสนิยมทางด้านดนตรี นอกจากนี้ยังดูจากสไตล์การแต่งตัว ภาพลักษณ์ที่น่าเสนอ สไตล์การตกแต่งหน้า profile เป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจ add friend เข้าสู่เครือข่ายของตัวเอง ซึ่งพฤติกรรมการเลือก add friend ของสมาชิกเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสดังกล่าวเป็นไปในแนวทางดังกล่าวเป็นส่วนใหญ่

นอกเหนือจากนั้นพฤติกรรมการเลือก add friend แบบอื่นๆ มีทั้งกลุ่มที่ค่อนข้างจำกัดวงเครือข่ายของตนเอง คือเลือกแอดเฉพาะเพื่อนที่รู้จักกันเท่านั้น ถ้าไม่รู้จักก็ไม่รับ add เป็น friend เลย และกลุ่มที่ไม่ค่อย add หน้า profile ประเภทบุคคล (personal profile) แต่เน้นหนักทางการ add องค์กรต่างๆ อย่างเช่น วงดนตรี แบรินด์เสื้อผ้า นิตยสาร และกลุ่ม

ปาร์ตี้ เพื่อเข้าไปเยี่ยมชมอัพเดทข้อมูลข่าวสารตามที่ตนเองสนใจ และกลุ่มที่ค่อนข้างเปิดกว้างรับ add ได้หมดทุกคน ซึ่งทั้งสามกลุ่มที่กล่าวมาถือเป็นสัดส่วนที่น้อยกว่าเมื่อเทียบกับกลุ่มแรกๆ ถือเป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่

ส่วนคุณลักษณะที่ไม่ได้รับการยอมรับให้เป็น friend ในเครือข่าย ได้แก่ ชาวต่างชาติที่มีจุดมุ่งหมายหลักในการหาคู่ผ่านทางเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com สำหรับคุณลักษณะทางด้านสไตล์และความสนใจในเรื่องเพลงที่ไม่ตรงกัน มีส่วนสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจไม่เลือก add เป็น friend หรือในกรณีที่บุคคลที่มีคุณลักษณะทางด้านสไตล์ที่ไม่ตรงกันส่ง friend request มาขอ add เป็น friend ก่อน โดยเฉพาะบุคคลที่มีสไตล์และแนวเพลงที่ชอบเป็นฮิปฮอป อีโม 34<sup>35</sup> และเซฟวีเมทัล ถือเป็น สไตล์ที่ไม่ได้รับการยอมรับในกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสมากที่สุด ส่วนสไตล์อื่นๆที่ไม่ได้รับการยอมรับรองลงมาคือ แนวเกาหลี เอเชียแนป็อป และ”แนวตลาด” หมายถึง คนที่นิยมฟังเพลงในกระแสหลัก (mainstream)

“ก็เข้าไปดูถ้าแนวเดียวกันก็ add ครับ ดูจากการแต่ง profile กับแนวเพลงที่ชอบครับ ผมชอบแบบแนวอังกฤษกะแบบแนวดีสท์ ไม่ add คนที่ชอบแต่แนวตลาดแนวเกาหลีครับ ไม่ใช่อคตินะครับแต่ไม่ค่อยชอบ”  
(สัมภาษณ์ รัชตะ สุดสงวน, 17 กุมภาพันธ์ 2551)

“เลือกวงดนตรีที่น่าสนใจ หรือ คนที่มีรสนิยมในเรื่องต่างๆเช่น ความสนใจทั่วไป เพลงที่ชอบ หนังสือชอบ ไม่รับแอดของคนๆที่คิดว่าจะไม่น่าจะคุย

<sup>35</sup> แนวดนตรีที่แยกย่อยออกมาจากแนวดนตรีฮาร์ดคอร์ ฟังก์ในกรุงวอชิงตันดีซีช่วงปี 1980's ต่อมากลายเป็นกระแสนิยมจนเกิดกระแสแฟชั่นแนวอีโม อย่างเช่น การตัดผมหน้าม้าเป็นปอยๆหัวแสกข้างปิดหน้า ผมเหยียดตรงข้อมือสีดำ สวมกางเกงขาลีบ เสื้อยืดวงดนตรีแนวอีโม เครื่องประดับดอกหมุด



หรือเป็นคนที่ไม่ได้ข้อมูลในช่องความสนใจ” (สัมภาษณ์ เขมวสุ ชุตินวงศ์, 18 กุมภาพันธ์ 2551)

“เพื่อนตัวเองค่ะ แล้วก็วงดนตรีที่ชอบฟังที่เจอใหม่ แล้วก็วงที่ชอบอยู่แล้ว ด้วย ถ้าเป็นเพื่อนของเพื่อนของเพื่อนก็แอด แต่ถ้าไม่รู้จักเลยอย่างพวกฝรั่งนำ กลัวๆนิดนึง ก็ไม่แอดเลย ถ้าเป็นวงดนตรีฝรั่งถ้าฟังแล้วไม่ชอบก็จะไม่แอด แต่ ถ้าเป็นวงไทยอาจจะ เป็นเพื่อนของเพื่อนของเพื่อนได้ก็จะแอด” (สัมภาษณ์ ลิสา นันทเทิม, 6 มีนาคม 2551)

“ตอนแรกๆก็เลือกที่เขา *interest* คล้ายๆเรา หลังใครแอดมาก็รับหมด แต่ไม่รับฮิป ฮอป แล้วก็อะไรที่มันคอนทราสต์กะเราเกินไป วงแบบร็อกแรงๆ ไรประมาณนั้น” (สัมภาษณ์ จาซมี เจ๊ะเต, 18 กุมภาพันธ์ 2551)

“พี่ไม่ค่อย *add* ใครก่อนนะนอกจากคนรู้จักไม่ชอบเป็นเพื่อนกับคนที่แทบจะ ไม่ได้คุยกัน ถ้าไม่รู้จัก จะไม่รับเลย ไม่อยากมีเพื่อนเยอะๆแต่จริงๆไม่รู้จักใครเลย รู้สึกว่า มันเง่าๆอย่างนั้น แต่อาจจะคุยนะถ้ามีการส่ง *email* มาก่อน *add* คือไม่ชอบพวกที่ดีแต่ ว่าแอดคนอื่น แต่ไม่ได้คิดจะรู้จักกันจริงๆ ซึ่งคนพวกนี้มีเยอะ มันรู้สึกว่ามีอยู่ในลิสต์แล้ว รกนะ ก็ดูจากลิสต์รายชื่อเพื่อนที่เขามีอยู่ว่าเป็นลักษณะบุคคลที่ *ok* หรือเปล่า ถ้าเป็นคนที่ เรารู้จักก็โอเคเลย หรือไม่ก็ดูจากเพลงสไตลส์ที่เขาชอบ” (สัมภาษณ์ ณฐุ จันทา, 11 มีนาคม 2551)

ในการเรียงลำดับ top friend สามารถบ่งบอกถึงการจัดลำดับความสำคัญที่เจ้าของหน้า profile ต่อบุคคลที่มีความสัมพันธ์ในชีวิตจริง และบุคคลที่มีการปฏิสัมพันธ์แบบออนไลน์ นอกจากนั้นการเลือกให้ความสำคัญต่อองค์กรอย่างเช่น วงดนตรี ค่ายเพลง แบนด์เสื้อผ้า และกลุ่มปาร์ตี้ เป็น top friend ยังสามารถบ่งบอกถึงความต้องการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของตนเอง ให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชมได้รู้จักตนเองมากยิ่งขึ้น สำหรับการเรียงลำดับ top friend ในการเลือก top friend ประเภทบุคคล กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเลือกเพื่อนที่สนิทสนมกันขึ้นเป็น top friend ในหน้า profile ส่วนตัว เพื่อนที่รู้จักกันทางเครือข่าย myspace.com แล้วติดต่อกันผ่านทางนี้บ่อย เพื่อนที่มีรสนิยมคล้ายคลึงกัน ส่วนเกณฑ์ในการเลือก top friend ประเภทองค์กร เลือกตามที่แสดงออกถึงรสนิยมตนเอง อย่างเช่น วงดนตรีที่ชอบ แบนด์เสื้อผ้าที่ชอบ ปาร์ตี้คนตลกนอกกระแสที่ชอบไป โดยพฤติกรรมการจัดลำดับ top friend มีทั้งแบบเรียงลำดับ และแบบไม่เรียงลำดับ โดยในแบบเรียงลำดับตำแหน่งที่สำคัญที่สุดอยู่แถวบนสุด ส่วนที่ให้ความสำคัญรองลงมาก็จะอยู่ในแถวถัดลงมาไล่ไปจนถึงแถวล่างสุด ส่วนในแบบไม่เรียงลำดับจะเป็นไปในรูปแบบการสุ่มวาง ไม่มีการเรียงลำดับแต่อย่างใด

“top friend ส่วนมากเป็นเพื่อนหมดเลย แล้วก็มีการ วงในค่าย เรียงลำดับนะ มี hectic ประหลาดๆ ส่วนมากสำคัญสุดเค้าจะไว้มุมบนซ้ายซ้ายมัย ของผมก็เหมือนกัน บนซ้ายรู้สึกจะเป็นค่าย so: on ข้างล่างจะเป็นวงมี Desktop, Assajan, Goose เพราะรู้สึกว่าการเลื่อนลงมาจะเห็นง่ายกว่า กลางๆเป็นเพื่อน เพื่อนก็เรียงนะ เพื่อนที่ข้างๆกันใน top friend ต้องเป็นเพื่อนสนิทกันด้วย เป็นกลุ่มๆไป กลุ่มนี้อาจจะไม่รู้จักกับอีกกลุ่มหนึ่งก็ได้”  
(สัมภาษณ์ สมโภช ทองไพบูลย์, 25 มีนาคม 2551)

“ตอนนี้จะเป็นเพื่อนสนิทอย่างเดียว ตอนแรกจะมีวงอะไรที่ชอบเยอะเยอะ ตอนหลังเอาเพื่อนขึ้นดีกว่าเพราะเราจะหาเปิดหน้าเค้าได้ง่ายกว่า เพราะของพวกวงเราก็ไม่ค่อยเข้าไปทำไรอยู่แล้ว เรียงลำดับบ้างแต่ไม่ใช่ว่าคนนี้คุยบ่อยเอาขึ้นคนแรก เพื่อนสนิทก็อยู่ข้างบนอยู่แล้วแต่ไม่ได้ใส่ใจว่าใครมาก่อนมาหลัง” (สัมภาษณ์ วิชชุดา รติไพบูลย์, 14 มีนาคม 2551)

“วงที่ชอบ เพื่อนๆ เรียงลำดับนิดนึง เรียงจากชอบมากไปน้อย เอาพวกวงขึ้นก่อนเพื่อน ตอนแรกจะไม่เอาเพื่อนขึ้นแล้ว แต่เพื่อนมันโวยเลยต้องเอาบางคนขึ้น ‘ไม่รู้สิเราอยากให้ MySpace เป็นอะไรที่บ่งบอกถึงความเป็นตัวเรามากกว่านะ’ (สัมภาษณ์ จาซมี เจ๊ะแต, 18 กุมภาพันธ์ 2551)

“ไม่เรียงอะพี่ แต่จะเอาเพื่อนเก่าขึ้นก่อน แล้วเพื่อนใหม่ๆ ที่เจอในสเปซ ก็ตามๆ กันมา แต่พวกวงจะไม่เอาขึ้น เพราะเค้าไม่ใช่เพื่อนเราไงพี่ เค้าเป็นนักดนตรี” (สัมภาษณ์ ชีระ คุณะวิริยะวงศ์, 12 กุมภาพันธ์ 2551)

#### 4.7.4 การปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนทาง myspace

การสนทนาผ่านทางบริการ add comment ในหน้า profile ของเว็บไซต์ myspace.com ถือเป็นการเริ่มต้นเชื่อมความสัมพันธ์ในโลกออนไลน์ และอาจนำไปสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์ ที่ได้ติดต่อกันผ่านสื่ออื่น และได้พบปะตัวตนจริงๆ นอกสังคมออนไลน์ โดยการเข้าไป comment ส่วนมากเริ่มจากการทักทาย ถามสารทุกข์สุกดิบ ส่วนหัวข้อที่นิยมสนทนาผ่านทาง comment ขึ้นอยู่กับระดับความสนิทสนม หากเป็นเพื่อนที่รู้จักกันอยู่แล้ว การสนทนาผ่านทาง comment มักจะเป็นเรื่องทั่วไป เน้นการหยอกล้อกับเพื่อน หรือการนัดหมายกันไปทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน ส่วนมากเป็นการนัดกันไปงานปาร์ตี้ ดนตรี นอกกระแส หรือนัดสังสรรค์กันเฉพาะกลุ่ม ส่วนการเข้าไป comment เพื่อนที่เพิ่งรู้จักกันผ่านทางเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com เริ่มต้นจากการทักทาย ถามไถ่สารทุกข์สุกดิบเช่นเดียวกัน แต่อาจจะมีการชวนสนทนาในเรื่องที่มีความสนใจตรงกันด้วย เช่น งานปาร์ตี้ ดนตรี งานศิลปะแขนงต่างๆ จากนั้นถ้าหากคุยกันถูกคอก็สามารถนำไปสู่การเผชิญหน้ากันในชีวิตจริงได้ ซึ่งโดยมากแล้วสถานที่พบปะกันคือตามงานปาร์ตี้ ดนตรี นอกกระแสต่างๆ โดยใช้การชักชวนและนัดหมายผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com ถ้าหากเจอกันก็จะทักทายกัน เมื่อเจอกันบ่อยครั้งขึ้น โอกาสที่จะสนิทกันถึงขั้นติดต่อกันทางสื่ออื่น แล้วยังนัดหมายกันไปทำกิจกรรมอื่นๆ นอกเหนือจากการไปงานปาร์ตี้ ดนตรี นอกกระแส เช่น การไปรับประทานอาหารร่วมกัน การไปชมภาพยนตร์ การไปเดินช้อปปิ้ง และการสังสรรค์กันเฉพาะกลุ่ม

ทั้งนี้ในบางครั้งการนัดหมายผ่านทางเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com เป็นการนัดหมายอย่างไม่เป็นกิจลักษณะ ไม่ได้นัดกันแน่นอนว่าจะต้องเจอกันที่ไหน เวลาเท่าไร หากได้เจอกันในงานปาร์ตี้ก็จะมีอาการทักทายกัน แล้วแยกย้ายกันไปสังสรรค์อยู่กับกลุ่มเพื่อนของตนเอง หรือในบางกรณีอาจจะเจอหน้ากันแล้วประหม่าไม่กล้าเข้าไปทักทายก็เป็นได้ ซึ่งความเป็นไปได้ในการก้าวข้ามพรมแดนความเป็นเพื่อนในโลกออนไลน์ มาสู่การเป็นเพื่อนในโลกออฟไลน์จำเป็นต้องอาศัยการพึงพาผู้อื่นในการติดต่อสื่อสารด้วย ส่วนมากใช้การสนทนาผ่านโปรแกรม MSN แล้วจึงติดต่อกันทางโทรศัพท์ต่อไป เมื่อได้คุยกันบ่อยและเจอกันตามงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสบ่อยครั้งเข้าก็สามารถกลายเป็นเพื่อนที่สนิทกันในชีวิตจริงได้ หรือถ้าหากว่าเป็นเพื่อนของเพื่อนที่รู้จักกันอยู่แล้วก็ยิ่งมีความเป็นไปได้ที่จะกลายมาเป็นเพื่อนที่สนิทกันในชีวิตจริง

“เพื่อนใหม่เราจะถามสารทุกข์สุขดิบมากกว่า แต่ถ้าเป็นเพื่อนที่รู้จักกันมาแล้วก็จะไม่ถามหรอก จะแซวไปเลย พูดตรงประเด็นไปเลยว่าจะถามอะไร จะไม่ถามว่าแกสบายดีรึเปล่า เพื่อนเก่าก็จะนัดเจอกันตามงาน แบบแกลไปปาร์ตี้งานนี้รึเปล่า เข้าไปดูรายละเอียดได้ในเว็บไซต์นี้นะ เพื่อนใหม่ส่วนใหญ่ก็เจอกันงานปาร์ตี้เหมือนกัน แบบเฉี่ยวเจอกันงานนี้นะ พอไปเจอกันก็แบบช้ออันนี้ใน myspace นะ จำหน้าได้รึเปล่า ตัวจริงทำไมไม่เหมือนในนั้นอะไรแบบนี้ บางทีจาก myspace ก็ย้ายมา MSN แล้วก็มีอีเมลล์ แต่ก็ยังติดต่อกันทาง myspace อยู่บ้าง ส่วนใหญ่ก็จะเป็นเด็กที่เคยมาปาร์ตี้เรานะ เค้าอยากคุยก็เลยมาขอแอด”  
(สัมภาษณ์ ณิชฐกรณ ปัญญาไว, 20 กุมภาพันธ์ 2551)

“บางคนก็คุยค่ะ ถ้าเกิดชอบเพลงเหมือนกัน หรือถ้า link ๗ แล้วเป็นเพื่อนของเพื่อนก็คุย ถ้าเกิดคุยเรื่องผิวเผิน เรื่องหนัง เรื่องเพลงก็โอเค แต่ถ้าเริ่มคุยลึกซึ้งก็เริ่มน่ากลัวแล้ว ก็ไม่คุยค่ะ อาจจะเคยเจอกันตามปาร์ตี้ เพราะคนที่แอดก็มักจะไปงานเดียวกัน หรือไม่มีคนที่เราไม่รู้จักมาทักว่าเหมือนเจอที่ปาร์ตี้ด้วย เราก็คุยตอบเค้า แล้วพอเจอกันตามงานปาร์ตี้ก็จะทักกันนิดหน่อย อาจจะถามว่างานนี้ไปมัย แต่ไม่มีแบบนัดไปกินข้าว ก็มีคนที่เคยไป Coco night จะมาทักแบบเอางานสนุกดีครั้งที่แล้วก็ไปนะอะไรแบบนี้ กับเพื่อนเราอยู่แล้วก็มีนัดปาร์ตี้เยอะสุด

คะ หรือไม่กี่นัดแบบขำๆ ดึงต๊องๆ อย่างเป็นทางการ แต่ส่วนมากนัดไปปาร์ตี้ มีทำ flyer ส่งให้กันเล่นๆด้วย แ่่งงานปีใหม่บ้านเพื่อนก็ทำ flyer ทำเล่นๆขำๆ” (สัมภาษณ์ ลิสา นันทเทิม, 6 มีนาคม 2551)

“มีเพื่อนกลุ่มที่สนิทๆ ก็มาจากมาย MySpace หลายคนเลย จากเริ่มคุยกัน ในนี้บ้าง ก็นัดเจอเป็นครั้งคราว ส่วนมากไปปาร์ตี้อะไรทำนองนี้ แต่บางคนก็คุยกันเจอกันแล้วถูกคอ ก็กลายเป็นเพื่อนซี้ๆไปเลย ติดต่อกันเหมือนเพื่อนปกติทั่วไป โทรศัพท์หากัน เวลานั้นนัดเจอกันอะไรอย่างนี้ บางครั้งเคยคุยกันแต่ในนี้อย่างเดียว พอไปเจอจริงๆก็เข้าไปทักนะแต่ก็มีบางคนทีเจอแล้วไม่ได้ทัก เพราะอายหรืออย่างไรไม่รู้ ส่วนมากคนคนในนี้จะรู้จักกันก่อนค้ำยเยอะเท่าที่เห็น สมมุติมีคนกลุ่มที่เพื่อนเรารู้จักอะไรอย่างนี้ เราอาจจะทักทายเค้าง่าย หรือเพื่อนเราอาจจะแนะนำ แต่ก็มีมากคับ คนที่เล่น MySpace แล้วไม่เคยคุยกัน แล้วไปเจอกันเป็นเพื่อนของเพื่อนก็เลยรู้จักกัน แล้วก็มาคุยกันในนี้อีกทีหนึ่ง” (สัมภาษณ์ ภาสกร บัวทอง, 15 กุมภาพันธ์ 2551)

“ส่วนมากคุยกันเรื่องเพลง ปาร์ตี้ ถ้าสนิทหน่อยก็คุยเรื่องส่วนตัวได้ แล้วถ้าได้ปาร์ตี้ด้วยกันบ่อยคือได้เจอตัวจริงกันด้วยก็จะสนิท เพราะพี่จะเลือกคุยกับคนที่ชอบอะไรเหมือนกันเท่านั้น เพราะถ้าชอบเพลงแนวเดียวกัน ก็จะปาร์ตี้ด้วยกันซัวร์ ก็ถ้าสนิทกันแล้วก็จะนัดกินข้าวคุยกันทางโทรศัพท์ อย่างเพื่อนที่สนิทปัจจุบัน ก็มาจาก myspace เป็นส่วนใหญ่” (สัมภาษณ์ ณฐุ จันทา, 11 มีนาคม 2551)


“ส่วนมากก็เพื่อนของเพื่อน แบบนี้มากกว่าไม่เคยนัดเป็นกิจลักษณะคะ มีแต่แบบ โอเค วันนี้ไปนี่มัย ไว้เจอกันนะแต่ก็ไม่ค่อยมีนัดไปอย่างอื่นนะคะ นอกจากว่าจะสนิทจริงๆก็มีไปกินข้าวบ้าง ส่วนมากก็เป็นเพื่อนของเพื่อนที่เค้าสนิทกันอยู่แล้วนะคะ ก็มีคุยทาง MSN นะคะ ไม่ก็โทรศัพท์บ้างคะ เวลาจะนัดไปไหน แต่เวลาไปปาร์ตี้ไม่เคยไปทักใครคะ เพราะว่าไม่รู้ว่าจะจริงๆรึเปล่านอกจากว่าจะคุยกันบ่อยใน MySpace แล้วจำได้แน่ๆคะส่วนมากจะเป็นแบบรู้จักกะเพื่อนเราอยู่แล้ว แล้วก็มาคุยด้วยนะคะ แต่ไม่เคยมีสุ่มๆมาทักเลยคะ”

(สัมภาษณ์ป๋องปรีชา กิตติคุณานันท์ นักศึกษา, 16 กุมภาพันธ์ 2551)

จากการสังเกตการณ์ผ่านทางหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เพิ่งเริ่มสนทนากันผ่านทางเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com มักจะเริ่มด้วยการขอคุณที่เลือก add ตนเองเป็น friend จากนั้นมีการแนะนำชื่อตนเอง หรือถามชื่อของอีกฝ่าย ต่อจากนั้นอาจจะมีการทักทายกันเป็นประจำเมื่อเห็นอีกฝ่ายออนไลน์ ในกรณีที่รู้จักกันดีพอสมควรแล้วการแสดงความสนิทสนมจะมีมากขึ้นตามลำดับ ซึ่งการแสดงออกถึงความสนิทสนม ได้แก่ การหยอกล้อกัน การแซวกัน และการใช้ถ้อยคำที่หยาบคายโดยไม่ได้มีเจตนาร้าย แต่แสดงถึงระดับความสนิทสนมที่มีมากจนไม่ต้องระมัดระวังเรื่องการใช้ภาษา ส่วนการสนทนาสามารถเปลี่ยนไปตามเรื่องที่สนใจตรงกัน หรือประสบการณ์ที่มีร่วมกัน หัวข้อการสนทนาส่วนมากเป็นไปในทางชักชวน ถามไถ่เกี่ยวกับการไปร่วมงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส การได้ถามสารทุกข์สุกดิบ การหยอกล้อกัน การสนทนาเกี่ยวกับดนตรีนอกกระแส ภาพยนตร์นอกกระแส และแฟชั่น การสนทนาเกี่ยวกับเทคนิคการถ่ายภาพและอุปกรณ์ถ่ายภาพ อย่างเช่น หากเป็นคนชอบศึกษาเรื่องการถ่ายภาพ ก็จะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล และเทคนิคเกี่ยวกับการถ่ายภาพที่อีกฝ่ายต้องการทราบ หรือหากได้ไปงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสงานเดียวกันมา ก็จะมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับงานปาร์ตี้ครั้งนั้น ถ้าหากการสนทนาเป็นไปด้วยดีอย่างสม่ำเสมอ อาจจะนำไปสู่การติดต่อผ่านสื่อกลางอื่นๆ ส่วนมากเป็นการสื่อสารระหว่างกันผ่านทางโปรแกรมสนทนา MSN หรือทางโทรศัพท์ และถ้าหากได้พบเจอกันบ่อยครั้งตามงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสก็ยิ่งทำให้การสานต่อไปยังความสัมพันธ์ออฟไลน์มีความเป็นไปได้สูง

<p><b>Vocalist in mavelloous</b></p> 	<p><b>31 Mar 2008 03:17</b></p> <p>ซาหวิดดีครับ</p> <p>ขอบคุณที่รับแอดนะครับ</p> <p>ชื่ออะร้ยหรือครับพี่สาว</p> <p>^^"</p>
--	--

<p><b>*marisa//mars-*// ยามาหญ้า</b>  <b>ตรา หมาแดง // * ซัดโฮก *</b></p> 	<p><b>30 Mar 2008 01:25</b></p> <p>หึ หึ          ทำ น้อย ไป สำหรับ กู          กู ร้าย กว่า ชุง          จัด มา          กู ไม่ เจบ          ฮ่า ฮ่า ฮ่า</p>
---	---

<p><b>metal</b></p> 	<p><b>4 Apr 2008 06:15</b></p> <p>ดีดีดีอะ คุณโอเบ รูปนี้แต่งเซิว ฮ่าๆๆๆ เปนไงบ้างคุณ          ฟุงนี้ไป ปาร์ตี้อาวชะ นู้ดสวีท ที่เคาเจอร์</p>
---	---

[HAMOO](#)



10 Mar 2008 3:51

วันนั้นได้ไปเสีย 300 ปะ

เฮ้ย เซ็งมากอะ

ไม่หนุกเลยนิ

ไม่เหนอึบเลย ได้ไปปะ

แต่ไม่ได้มาก็ดีหละ....

300 กูอยู่ไหน!!!

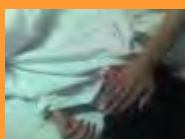
ข้างกูอยู่ไหน!!!

ซ็อกโกแลตกูอยู่ไหน!!!

พออออ!!!

ภาพแสดงลักษณะข้อความ comment ของสมาชิกในเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com

wednesday



31 Mar 2008 07:07

พี่เล็ก ผมอยากได้ fender jazz bass 4 สาย ช่วยดูๆให้หน่อยสิ  
พี่ ถ้าจะให้ดี ลายซัดเบ็ดด้วยนะ

ขอบคุณครับ



<p><b>Yuan Yuan ®</b></p> 	<p><b>4 Apr 2008 08:40</b></p> <p>Flyer สวยจังเลยค่า ใครทำหน้าอออออ.... ได้ข่าวว่าคีนั่นเล่นนอนกันดึกเลย</p> <p>เอ็งดีกว่า ยื่นหมู ยื่นแม่่วาวว.... แมว!!!</p> <p>ถ้าคุณมาอาทิตย์นี้... เราจะไปงานคุณ...</p> <p>ถ้าคุณไม่มาอาทิตย์นี้ เราก้จะไปงานคุณ...</p> <p>โอเคมะ... แพร่สุดๆแล้วนะเนี่ย...</p>
<p><b>kikiew</b></p> 	<p><b>7 Apr 2008 08:10</b></p> <p>แกใช้ polaroid รุ่นไหนอะเพื่อน</p> <p>ใส่ filter ด้วยป่าว</p> <p>ของชั้นถ่ายมา over ไปตั้ง 2 stop เนอะ</p> <p>เซ็งจิต</p>

ภาพแสดงข้อความ comment ที่แสดงหัวข้อสนทนาของสมาชิก

#### 4.8 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์มาสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์

จากการสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 40 คน ความต้องการที่จะยกระดับความสัมพันธ์ออนไลน์มาสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์ กลุ่มที่ถือเป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่คิดว่า การเกิดความต้องการที่จะเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์มาสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์นั้นอาศัยปัจจัยด้านรสนิยมและการใช้ชีวิตที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะรสนิยมด้านการฟังเพลง การชอบไปปาร์ตี้ดินตริ นอกกระแสเหมือนกัน ทั้งนี้ต้องอาศัยการได้สื่อสารกันผ่านทางสื่ออื่นอย่างเช่น โปรแกรมสนทนา MSN แล้วพัฒนาไปเป็นการติดต่อทางโทรศัพท์ หรือหากได้เจอตัวจริงตามงานปาร์ตี้ดินตริ นอกกระแสบ่อยครั้ง และเป็นกลุ่มเพื่อนของเพื่อนที่รู้จักอยู่แล้ว การได้เป็นเพื่อนที่สนิทกันในชีวิตจริงก็มีความเป็นไปได้สูงกว่าการติดต่อกันผ่านทางเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com เพียงทางเดียว

“ก็ถ้าคุยกันถูกคอจริงๆก็อาจจะนะคะ แต่ส่วนมากคนที่สนิทที่สุดก็ยังเป็นเพื่อนปองที่รู้จักกันมาก่อนแล้วอยู่ดีคะ แต่ที่สนิทเป็นเพื่อนจริงๆก็มีคะ น่าจะเป็นเพราะว่าคุยเรื่องเดียวกันรู้เรื่องนะคะ แบบคุยแล้วไม่ติดขัด แต่เวลาปองจะคุยนอกจากใน myspace เนี่ย หมายถึงใน MSN นะคะ ก็เป็นคนที่คุณปองรู้จักหมดว่าเป็นคนยังไง”

(สัมภาษณ์ ปองปริยา กิตติคุณานันท์, 16 กุมภาพันธ์ 2551)

“อยากนะ เพราะว่าชอบอะไรเหมือนๆ กันไง ก็มักจะเลือกคุยกับคนที่ฟังเพลงเหมือนกันเท่านั้นเพราะจะมี lifestyle คล้ายกันแล้วมันจะคลิกกันง่าย”

(สัมภาษณ์ ณฐุ จันทา, 11 มีนาคม 2551)

“ผมว่ามันก็ทำให้รู้สึกอยากเป็นเพื่อนจริงนะ แต่ว่ามันก็ต้องดูอย่างอื่นอีกเยอะนะ มันต้องเจอกันมากขึ้น ดูว่าเป็นแบบที่คิดหรือเปล่า บางคนก็แย่กว่าที่คิด บางคนก็ดีกว่าที่คิดนะ มันก็เหมือนเพื่อนที่เรียนหนังสือด้วยกันแหละ บางคนเราก็สนิท บางคนเราก็ไม่สนิท แต่ถ้าให้ตอบปัจจัย ก็คงเป็นนิสัยและความชอบครับ”

(สัมภาษณ์ ร.ต.ท.ธนาวิทย์ กาญจนวิภาส, 28 กุมภาพันธ์ 2551)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยไม่ต้องการสานต่อความสัมพันธ์ออนไลน์มาสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์เนื่องจากเกิดความหวาดระแวงว่าการหาเพื่อนในโลกออนไลน์เป็นเรื่องผิดแปลก จึงไม่อยากใช้วิธีการนี้ในการหาเพื่อนที่สามารถคบหากันได้นอกโลกออนไลน์ และไม่เชื่อใจว่าเพื่อนในโลกออนไลน์จะมีความจริงใจเท่ากับเพื่อนในชีวิตจริงที่รู้จักนิสัยใจคอกันดี อีกทั้งการปลอมแปลงตัวตนในหน้า profile ก็เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ จึงไม่ต้องการการเชื่อมโยงความสัมพันธ์จากโลกออนไลน์มาสู่โลกออฟไลน์แต่อย่างใด

“ตอนนี้ไม่อยากค่ะ กลัว รู้สึกว่าตัวเองเหมือนพวกโรคจิตที่มามาหาเพื่อนจาก MySpace รู้สึกตกตัวเองเลยคิดว่าเลืกดีกว่า” (สัมภาษณ์ วิชา แพงงา, 14 กุมภาพันธ์ 2551)

“ก็ไม่นะคะ เหยๆ แต่ถ้าเจอกันแล้วโอเคจะรู้สึกมากกว่า คือใน MySpace เราไม่แน่ใจว่าเค้า จริงใจรีเปล่านั้นค่ะ แต่เราเองก็ไม่ได้เฟคนะคะ” (สัมภาษณ์ จุฬัชช มวลสุข, 11 มีนาคม 2551)

#### 4.8.1 ทักษะคดีที่มีต่อเพื่อนออนไลน์และเพื่อนในชีวิตจริง

เมื่อนำทักษะคดีที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อเพื่อนทางเครือข่ายเว็บไซต์ [myspace.com](http://myspace.com) เปรียบเทียบกับทักษะคดีที่มีต่อเพื่อนในชีวิตจริง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทักษะคดีที่แตกต่างกันไปตามแต่บริบทของกลุ่มเพื่อนที่คบหากันในชีวิตจริง มีทั้งกลุ่มตัวอย่างที่มีทักษะคดีว่าเพื่อนทางเครือข่ายเว็บไซต์ [myspace.com](http://myspace.com) แตกต่างจากเพื่อนที่คบหาในชีวิตจริง เนื่องจากมีความสนใจคนละด้านกับเพื่อนที่คบหาในชีวิตจริง อยู่คนละสังคมกัน และทำกิจกรรมร่วมกันต่างจากเพื่อนในชีวิตจริง ซึ่งความสนใจและกิจกรรมเหล่านั้นตรงกับความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง และได้ทำกิจกรรมบางอย่างที่ไม่ได้ทำร่วมกับเพื่อนในชีวิตจริง แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างทางด้านความสนใจทางด้านดนตรีเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนผลักดันในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์มาสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์ของคนกลุ่มนี้

แต่สำหรับคนที่มีเพื่อนในชีวิตจริงที่มีรสนิยมทางด้านดนตรีคล้ายคลึงกัน มองว่าเพื่อนในเครือข่ายเว็บไซต์ [myspace.com](http://myspace.com) ไม่ต่างจากเพื่อนในชีวิตจริง เนื่องจากมีความ

สนใจในเรื่องเดียวกัน การใช้ชีวิตเหมือนกัน ชอบไปงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส เหมือนกันทำให้มีโอกาสเจอกันบ่อย สามารถสร้างความสนิทสนมกันได้จนกลายเป็นเพื่อนที่สนิทกันในชีวิตจริง ไม่ใช่เพียงแค่เพื่อนในโลกออนไลน์แต่สิ่งที่ต่างกันก็คือระดับความสนิทสนมซึ่งถึงอย่างไรเพื่อนในชีวิตจริงก็สนิทกันมากกว่าเพื่อนที่เพิ่งเริ่มรู้จักกันผ่านทางเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com หรือสำหรับบางคนมองว่าเพื่อนในโลกออนไลน์และออฟไลน์ก็ถือเป็นเพื่อนเท่าเทียมกัน แต่อาจจะมีส่วนต่างกันตรงกิจกรรมและความสนใจร่วมกันเพียงเท่านั้น แต่ถ้าใช้ระดับความสนิทสนมมาเป็นเกณฑ์เปรียบเทียบกันแล้วก็ไม่ต่างกัน

“มันก็ต่างกันถ้าเป็นเพื่อนใน MySpace มันก็คุยอะไรไม่ได้มาก คุยกันแต่เรื่องปาร์ตี้ วันนี้ไปงานนี้เป็นยังไงบ้าง อย่างมีช่วงหนึ่งที่เราหายไปจากปาร์ตี้เลย เพื่อนพวกนั้นก็หายไปเหมือนกัน แบบไม่ค่อยได้คุยกันเลย มันเหมือนเป็นคนละระดับกัน เพื่อนพวกนั้นเหมือนต้องได้ไปเจอกันตามปาร์ตี้แล้วถึงจะมีเรื่องคุยใน MySpace ต่อ พอคุยกันได้พักหนึ่งก็จะเงียบไป จนกว่าจะเจอกันอีกถึงได้คุยกันใหม่” (สัมภาษณ์ วิชชุดา รัตไพบูลย์, 14 มีนาคม 2551)

“จริงๆแล้ว อาจจะไม่ต่างกัน เพื่อนจาก MySpace บางคน ก็สามารถที่จะทำให้เรารู้สึกสนิทสนมกว่าเพื่อนที่เราเจอในชีวิตจริงได้ ซึ่งนั่นก็ต่างเพียงแค่จุดเริ่มต้นของrelation อย่างที่บอกว่าถ้าคนๆนั้นมีทัศนคติเดียวกับเรา มีรสนิยมคล้ายๆกัน และจริงใจ ก็สามารถเทียบเท่ากับการคบเพื่อนที่มาจากชีวิตประจำวันที่เราพบเป็นประจำได้” (สัมภาษณ์ ณัฐนาถ สุประภาตะนันท์, 12 กุมภาพันธ์ 2551)

“ไม่ต่างกันเลยครับถ้าเราเจอเพื่อนในนี้แล้วมีกิจกรรมร่วมกัน ทำนู่นทำนี่ก็เหมือนเพื่อนเราจากมหาวิทยาลัยอะไรอย่างนี้ เพียงแต่ว่าเหมือนเป็นกลุ่มเพื่อนๆกลุ่มหนึ่ง อีกสังคมหนึ่ง ซึ่งเราอาจจะหาไม่ได้จากเพื่อนของเราทั่วไป บางทีรู้สึกว่าจะเวลาที่คุยกับใครที่ไม่เคยเจอกันมันก็ดีเหมือนกัน เพราะบางทีคุยหรือทำความรู้จักกับคนที่ไม่เคยเจอกัน ก็สบายใจ เหมือนมารู้จักแบบ ไม่ต้องใส่หน้ากากหากัน แต่ก็แล้วแต่บางคนนะ” (สัมภาษณ์ ภาสกร บัวทอง, 15 กุมภาพันธ์ 2551)

## บทที่ 5

### การเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสผ่านทางเว็บไซต์

#### myspace.com

ในการศึกษาเกี่ยวกับการเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาหน้า profile ภายในเว็บไซต์ myspace.com ของสมาชิกในเครือข่ายกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส จำนวน 80 หน้า profile โดยใช้การบันทึกข้อมูลลงในตารางลงรหัส (coding sheet) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์อัตลักษณ์กลุ่ม ผลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาภายในหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างมีดังต่อไปนี้

#### 5.1 การนิยามและข้อความแนะนำตัวเอง

จากการวิเคราะห์เนื้อหาหน้า profile ด้วยตารางลงรหัส พบลักษณะของการนิยามตนเอง และข้อความแนะนำตนเองในส่วนของ Blurb และ About me บนหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

ลักษณะของการนิยามและ ข้อความแนะนำตนเอง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	41	51.25
บ่งบอกถึงนิสัยและรสนิยม เฉพาะตัว	26	32.5
อื่นๆ	13	16.25

ตารางแสดงลักษณะการนิยามและข้อความแนะนำตนเอง

ซึ่งลักษณะที่พบมากที่สุดคือการไม่ใส่ข้อมูลใดๆลงในส่วนนี้ เนื่องจากการใส่ข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลเกี่ยวกับรสนิยมความชอบในด้านต่างๆ มักจะใส่ในส่วน Interest มากกว่า ดังนั้นการแนะนำตนเองผ่านทาง Blurb และ About me จึงดูเป็นการใส่ข้อมูลซ้ำซ้อน ดังนั้นจึงไม่ได้รับความนิยามเท่าที่ควร อีกทั้งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ว่าการไม่ระบุนิยามและคำแนะนำตนเองนั้นเป็นการ

แสดงความไม่ใส่ใจต่อกฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ไม่สนใจว่าการนิยามตนเองว่าเป็นคนอย่างไรเป็นเรื่องสำคัญ ปฏิเสธความคิดที่ว่าเราสามารถนิยามแยกย่อยเป็นประเภทต่างๆ เนื่องจากแต่ละปัจเจกบุคคลล้วนแตกต่างกันไปในแต่ละสถานการณ์ ไม่สามารถกำหนดค่านิยามที่ตายตัว

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใส่ข้อมูลในส่วนนี้ส่วนมากเป็นการบอกนิสัยของตัวเอง และรสนิยม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่นิยามและแนะนำตนเองด้วยการบ่งบอกลักษณะนิสัยและรสนิยมเฉพาะตัวแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม ได้แก่กลุ่มที่นำเสนอตัวเองด้วยการสร้างทัศนคติทางด้านบวกต่อผู้เข้ามาเยี่ยมชมหน้า profile ของตนเอง ด้วยการนำเสนอคุณสมบัติทางด้านบวกของตนเองเช่น ความแจ่มใสร่าเริง ความเป็นคนสนุกสนาน ชอบสังสรรค์ และมีอารมณ์ขัน เป็นต้น ส่วนอีกกลุ่มจะนำเสนอตนเองในมุมกลับกันกับกลุ่มแรก คือนำเสนอคุณสมบัติทางด้านลบของตนเองมากกว่าด้านบวก เช่น ความเป็นคนเข้าใจยาก ความเป็นผู้หญิงร้ายกาจ (bitchy) ความเป็นคนจี้หวาดระแวง ความบ้าบอไร้สาระ แต่อย่างไรก็ตามสิ่งที่ทั้งสองกลุ่มนำเสนอไปในทางเดียวกันก็คือการแสดงออกถึงรสนิยม ความชื่นชอบของตนเอง ซึ่งส่วนมากเป็นความชอบทางด้านดนตรี การไปปาร์ตี้ ภาพยนตร์ แฟชั่น และไลฟ์สไตล์ในด้านต่างๆ ซึ่งสามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วน interests ได้ เพื่อให้รู้จักรสนิยมของเจ้าของหน้า profile ได้ดียิ่งขึ้น และช่วยคัดสรรผู้ที่เข้ามาขอเป็น friend ในเครือข่ายของตนเองได้อีกทางหนึ่ง

*About me:*

*I'm a party girl literally. I have also been creating and promoting my very own clubnight in Bangkok called '[Club Soma](#)' for a year. Living my life in a bohemian style creating my own rebellious world with my artistic friends. I am a woman who stands in symbolic relations to the art and culture of my generation. Growing up in the 90's, Oscar Wilde's adorer, art for art's sake, Orwellian thought, creative thinking, drama lover, poetic mind, passion for retro fashion, seeing art house films, going to gigs, hanging out with friends, carpe diem, doing things I love and free to be whatever I am.*

### Onsiri's Blurbs

#### *About me:*

*I AM DELETING BANDS.*

*I drink. I write. I sleep. I listen to music. I Bitch. I can't do anything else.*

*Nothing ever makes me happy. Dog's bollocks, bee's knees, cat's whiskers.*

*I am also looking for non Thalassemia carrier sperms. Do leave a message if you fall into that category. I am sorry, but I don't think I'll ever be able to like you. I am not easy to get along with.*

*BITCHES, GET OFF MY BACK.*

*Just for kicks.*

#### ตัวอย่างข้อความนิยามตนเองที่บ่งบอกถึงนิสัยและรสนิยมเฉพาะตัว

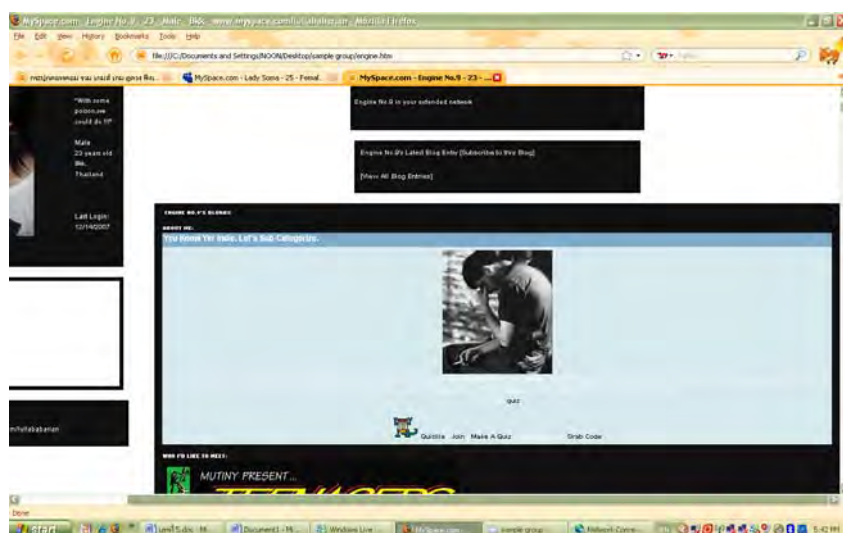
นอกเหนือจากการนิยามและแนะนำตนเองที่บ่งบอกถึงรสนิยมเฉพาะตัวการใช้เนื้อเพลงในการแนะนำตนเองก็เป็นอีกลักษณะหนึ่งที่พบได้ในหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างบางคน มักจะเลือกใช้เพลงที่ตนเองชื่นชอบ หรือบ่งบอกอารมณ์ความรู้สึกของตนเองได้ดีที่สุด แสดงออกถึงการหยิบยืมเอาผลงานของศิลปินต้นฉบับมาเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง อีกทั้งยังเป็นการบ่งบอกรสนิยมของตนเองได้อีกด้วย เพราะการใช้เนื้อเพลงในการแนะนำตนเองคนที่เข้าใจรู้ความหมายและที่มาที่ไปของเพลงที่เจ้าของหน้า profile เลือกใส่ไว้ย่อมเป็นคนที่มึรสนิยมคล้ายคลึงกัน จึงจะรู้ว่าเพลงนั้นเป็นเพลงของใคร แนวไหน ดังนั้นจึงถือเป็นการคัดเลือกคนที่เข้ามา add ตนเองได้ และการนิยามและแนะนำตนเองที่บ่งบอกถึงรสนิยมเฉพาะตัวในรูปแบบการใส่ลูกเล่นเสริม (widget) ที่เป็นแบบทดสอบเกี่ยวกับรสนิยมทางด้านดนตรีก็เป็นวิธีการแนะนำตัวที่ช่วยคัดสรรบุคคลที่มีรสนิยมคล้ายคลึงกันได้ไปอีกทางหนึ่ง

## Bundit Beautiful Boy!'s Blurbs

*About me:*

*I love single but so i like party! "I'm beautiful boy, With all my little toys, My eye have seen the world, Though my only four years old, And my tears are streaming, Even when your smiling, Please never be afraid to cry, I'm beautiful boy, With all my little ploys, My mind has changed the world, And my now twenty eight years old, I got all me can carry, And still somehow empty, Don't ever be afraid to fly, All me beautiful boys, Creating multiple plays, I like to fence in your world, And settle down when I'm old, I can run from pole to pole, And never scratch my soul..."*

ตัวอย่างการใส่ข้อความนิยามและแนะนำตนเองเป็นเนื้อเพลง

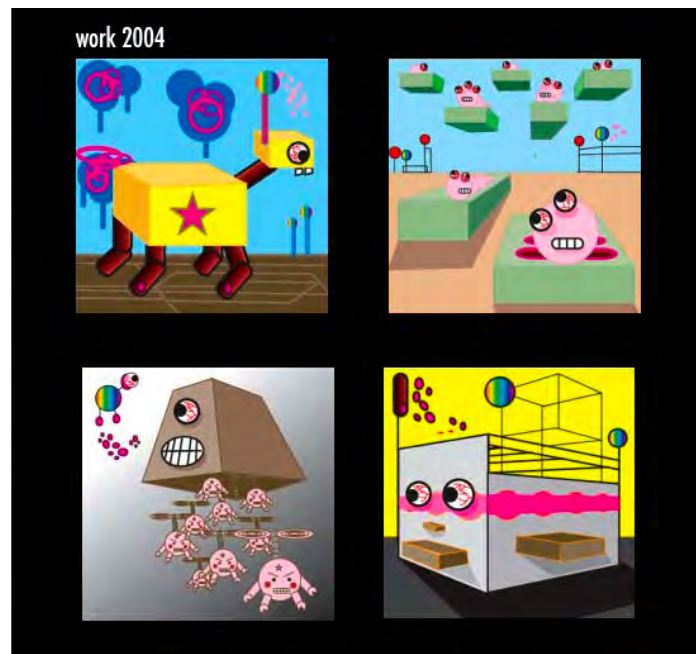


ภาพตัวอย่างการใส่ลูกเล่นเสริม (widget) ที่เป็นแบบทดสอบ

ส่วนในกลุ่มลักษณะอื่นๆที่พบในการนิยามและแนะนำตัวมีลักษณะอย่างเช่น การฝากข้อความถึงผู้เข้ามาเยี่ยมชมหน้า profile ของตนเอง และการแนะนำชื่อตนเองด้วยการเล่นตัวอักษร เป็นการท้าทายกฎเกณฑ์ต่างๆ สร้างสรรค์สิ่งที่แตกต่างกันจากวิธีดั้งเดิมอยู่เสมอ และสุดท้ายคือการใช้พื้นที่ในส่วน Blurb และ About me ในการประชาสัมพันธ์ผลงาน หรือองค์กร และกิจกรรมที่ตนเองมีส่วนร่วม เช่น หากเจ้าของหน้า profile อยู่ในกลุ่มผู้จัดปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสแสมักจะใช้พื้นที่ส่วนนี้ในการบรรยายถึงความเป็นมาและแนวคิดของงานปาร์ตี้กลุ่มนั้นๆ และใช้ในการอัพโหลด flyer



ขึ้นบนหน้า profile เพื่อให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชมทราบรายละเอียดของงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสที่ตนเองจัด ส่วนผู้ที่ทำงานศิลปะอย่างเช่น งานคอมพิวเตอร์กราฟฟิก งานออกแบบแฟชั่น ภาพถ่าย และภาพเขียน นิยมใช้พื้นที่ส่วนนี้ในการแสดงผลงานของตัวเอง และถือเป็นการแนะนำตนเองไปในตัว



ภาพตัวอย่างการใช้พื้นที่ในส่วน *Blurb* และ *About me* ในการประชาสัมพันธ์งาน

## 5.2 การเรียงลำดับ top friend ในหน้า profile

สำหรับการจัด top friend ของสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส สามารถเรียงลำดับความสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเป็น top friend ได้ดังต่อไปนี้

ประเภทบุคคล/องค์กร	จำนวนที่พบ	ร้อยละ
เพื่อน และคนรู้จัก	70	87.5
กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส	68	85
วงดนตรีนอกกระแสของไทย	33	41.25
วงดนตรีนอกกระแสของ ต่างประเทศ	30	37.5
สถานที่ที่ชอบ ไปสังสรรค์กับ เพื่อน	16	20
องค์กรที่เกี่ยวกับแฟชั่น	15	18.75
ต้นสังกัดเพลงนอกกระแสไทย และต่างประเทศ	11	13.75
นิตยสารเพลงและภาพยนตร์	7	8.75
องค์กรที่เกี่ยวกับงานกราฟฟิก และงานศิลปะ	5	6.25
องค์กรที่เกี่ยวกับการถ่ายภาพ	4	5

ตารางแสดงการเลือกเรียงลำดับ top friend

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถอธิบายถึงการเลือกให้ความสำคัญกับบุคคลและองค์กร ผ่านทางการเลือกจัดลำดับ top friend บนหน้า profile ของกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสได้ว่าให้ความสำคัญกับบุคคลที่มีความสัมพันธ์ในระดับเพื่อนสนิท หรือคนรู้จักที่สุด ทั้งที่รู้จักกันในชีวิตจริง และคนที่เพิ่งรู้จักทางเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com แต่มีปฏิสัมพันธ์กันบ่อยครั้ง

ส่วนที่นิยมให้จัดอันดับให้เป็น top friend ในสัดส่วนรองลงมา คือการเลือกกลุ่มปาร์ตี้ คนตรีนอกกระแสเป็น top friend ทั้งการเลือกกลุ่มปาร์ตี้หลายกลุ่ม และเลือกเพียงกลุ่มเดียว ซึ่งกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสที่ได้รับเลือกให้เป็น top friend มากที่สุดคือกลุ่ม Dudesweet รองลงมาคือกลุ่ม Club soma และกลุ่ม Happy Alone ซึ่งถือเป็นกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสในยุคแรกเริ่มก่อนที่จะถึงยุคเฟื่องฟูที่กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสที่เป็นการรวมตัวกันจัดในกลุ่มนักศึกษาเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งกลุ่มปาร์ตี้ที่จัดโดยนักศึกษาอย่างเช่น กลุ่ม Itsblog party กลุ่ม Coco night และกลุ่ม Trasher มักจะได้รับเลือกเป็น top friend ในกลุ่มเพื่อนที่ร่วมจัดงานด้วยกัน และรู้จักกลุ่มผู้จัดงานในชีวิตจริง ซึ่งการเลือกจัดลำดับให้กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสเป็น top friend ของกลุ่มตัวอย่างที่พบนั้น แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ภายนอกของกลุ่มตัวอย่าง ต้องการแสดงออกถึงรสนิยมทางดนตรีที่ถือว่าเป็นเครื่องบ่งบอกอัตลักษณ์เฉพาะตน และบ่งบอกความเป็นพวกเดียวกันในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยทางด้านดนตรี เนื่องจากมีวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ บริโภคสื่อดนตรีแนวเดียวกัน และไปเที่ยวปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสเหมือนกัน

ลำดับต่อมาคือการเลือกวงดนตรีเป็น top friend แบ่งออกเป็นการเลือกวงดนตรีนอกกระแสไทย และวงดนตรีนอกกระแสต่างประเทศ ซึ่งทั้งสองกลุ่มนี้มีสัดส่วนที่ไม่ต่างกันมาก เนื่องจากเมื่อดูจากการเลือก top friend ของกลุ่มตัวอย่างแต่ละบุคคลแล้ว กลุ่มที่เลือกทั้งวงดนตรีนอกกระแสไทย และวงดนตรีนอกกระแสต่างประเทศเป็น top friend ถือเป็นกลุ่มที่พบมากที่สุด ส่วนกลุ่มที่เลือกเฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่งมีจำนวนไม่ต่างกันมาก ซึ่งการเลือกวงดนตรีนอกกระแสไทยขึ้นเป็น top friend นั้นในบางกรณีอาจจะเกิดจากความสนิทสนมเป็นการส่วนตัว นอกเหนือจากการแสดงออกทางรสนิยมเพียงปัจจัยเดียว ต่างจากการเลือกวงดนตรีต่างประเทศที่เป็นการแสดงออกทางรสนิยม รวมไปถึงการหิบบิ๊บบี้อัตลักษณ์ของวงดนตรีมาเสริมภาพลักษณ์ของเจ้าของหน้า profile เพื่อแสดงความเป็นพวกเดียวกัน อันเป็นกระบวนการคัดสรรบุคคลที่เข้ามาเยี่ยมชมหน้า profile หากพึงพอใจหรือเห็นว่าม้อัตลักษณ์ตรงกับตนเองแล้วก็สามารถ add เป็น friend เพื่อทำความรู้จักกันต่อไปได้

ถัดจากนั้นเป็นการเลือกสถานที่ที่นิยมไปสังสรรค์กันในหมู่เพื่อน หรือสถานที่ที่จัดปาร์ตี้ คนตรีนอกระแสบ่อยครั้ง อย่างเช่น Lullabar, Club culture และ Happy Monday <sup>36</sup> และรองลงมา ในสัดส่วนใกล้เคียงกันคือการเลือกองค์กรที่เกี่ยวกับแฟชั่นอย่างเช่น นิตยสารแฟชั่นได้แก่ นิตยสาร NYLON<sup>37</sup>, i-D<sup>38</sup> และ Dazed & Confused<sup>39</sup> ซึ่งล้วนเป็นนิตยสารแฟชั่นชั้นนำจากนิวยอร์กและลอนดอน ที่มีทั้งแฟชั่นชั้นสูง ควบคู่ไปกับแฟชั่นแนวสตรีทแวร์ ส่วนแบรนด์เสื้อผ้าที่ได้รับการยกย่องให้เป็น Top friend ได้แก่ Dior Homme, Comme des garcon และ Viktor & Rolf เป็นต้น การเลือก top friend อย่างสถานที่ที่ชอบไป และแบรนด์เสื้อผ้า ล้วนแล้วแต่แสดงให้เห็นถึงความใส่ใจในภาพลักษณ์ภายนอกของตนเอง ดังนั้นการใช้ top

ส่วนที่พบเห็นในสัดส่วนที่เท่ากันคือการเลือกนิตยสารเกี่ยวกับดนตรี และภาพยนตร์เป็น top friend และการเลือกสังกัดค่ายเพลงนอกระแสทั้งไทยและต่างประเทศเป็น top friend ซึ่งนิตยสารที่ได้รับการยอมรับในกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นิตยสาร NME ซึ่งมีรูปลักษณ์คล้ายหนังสือพิมพ์แทบลอยด์ (tabloid) เป็นนิตยสารดนตรีที่ทรงอิทธิพลในวงการดนตรีของสหราชอาณาจักร ส่วนของไทยคือนิตยสาร DDT ถือเป็นนิตยสารในเครือเดียวกับคลื่นวิทยุ 104.5 Fat radio ที่เป็นคลื่นวิทยุที่เปิดเพลงนอกระแสแนวต่างๆเป็นหลัก ส่วนนิตยสารภาพยนตร์ได้แก่ นิตยสาร Bioscope ที่เป็นนิตยสารที่มีนักวิจารณ์ภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงเป็นคอลัมน์นิสต์อยู่หลายท่าน สำหรับต้นสังกัดเพลงนอกระแสไทยได้แก่ ค่าย so: on dry flower <sup>40</sup> และ ค่าย Smallroom <sup>41</sup> ส่วนของต่างประเทศได้แก่ Rough trade record <sup>42</sup> เป็นต้น

<sup>36</sup> คับย่านเอกมัยซอย 10 เจ้าของร้านอยู่ในผู้จัดปาร์ตี้กลุ่ม Dudesweet มักจะมีการจัดปาร์ตี้ส่วนตัวของกลุ่มคนในวงการดนตรีนอกระแสไทย

<sup>37</sup> นิตยสารแฟชั่นวัยรุ่นจากสหรัฐอเมริกา เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับแฟชั่น ดนตรี ศิลปะและงานออกแบบ โดยเฉพาะสไลด์ของวัยรุ่นจากนิวยอร์กและลอนดอน

<sup>38</sup> นิตยสารจากสหราชอาณาจักร นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสไลด์ร่วมสมัย วัฒนธรรมวัยรุ่น ศิลปะแขนงต่างๆ และดนตรี มีชื่อเสียงทางด้านสไลด์การถ่ายภาพแฟชั่นเชิงสร้างสรรค์ และมีหน้าปกที่เป็นเอกลักษณ์ทางด้านท่าโพสค์ที่ต้องเป็นท่าโพสค์ในลักษณะปิดตาข้างเดียวทุกฉบับ

<sup>39</sup> นิตยสารจากสหราชอาณาจักรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ แฟชั่นและงานออกแบบเป็นหลัก มีชื่อเสียงจากความคิดสร้างสรรค์ทางด้านภาพแฟชั่น การออกแบบจัดวางกราฟิกภายในเล่ม

<sup>40</sup> ค่ายเพลงนอกระแสนาเล็ก ที่มีผู้ก่อตั้งคือ โคอิชิ ซิมิชิ ผู้มีชื่อเสียงทางการเป็นโปรดิวเซอร์และเรียบเรียงดนตรี แนวดนตรีในค่ายนั้นแนวดนตรีเชิงทดลองแนวต่างๆ



ภาพตัวอย่าง top friend บนหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่าง

การเลือก top friend อย่างกลุ่มปาร์ตี้ วงดนตรี สถานที่ที่ชอบไป แบรินด์เสื้อผ้า และ นิตยสาร ล้วนแล้วแต่แสดงให้เห็นถึงการใช้สัญญาณที่เน้นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ภายนอก การแสวงหาความสุขส่วนตัวเพื่อเติมเต็มความต้องการของตนเอง อีกทั้งยังเป็นการสร้างอัตลักษณ์กลุ่ม โดยการแสดงความเป็นพวกเดียวกัน ที่มีการบริโภคสื่อและมีวิถีชีวิตในการไปที่บาร์ดีนตรี นอกกระแส เป็นสมาชิกในเครือข่ายย่อยของกลุ่มปาร์ตี้เดียวกันทำให้เกิดความรู้สึกยอมรับซึ่งกัน และกัน อันเป็นจุดเริ่มต้นในการเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มผ่านเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com

<sup>41</sup> ค่ายเพลงนอกกระแสไทยผู้ก่อตั้งคือรุ่งโรจน์ อุบลัมภ์โพธิวัฒน์, นิตินา สุขสุมิตร และเจตมนต์ มละโยธา ศิลปินในสังกัดที่มีชื่อเสียง ได้แก่ Tattoo Colour, Slur และ The Rich Man Toy

<sup>42</sup> ค่ายเพลงนอกกระแสในลอนดอนที่เริ่มจากกิจการร้านขายแผ่นเสียง มีชื่อเสียงทางด้านแนวดนตรีโพสต์พังค์ และอัลเตอร์เนทีฟร็อก ตั้งแต่ปลายยุค 70's ถึง 80's ในปัจจุบันมีวงดนตรีในสังกัดที่มีชื่อเสียงอย่างเช่น The Strokes, The Libertines และ Babynshambles

### 5.3 การใส่ข้อมูลลงในส่วนความสนใจ (interest)

การใส่ข้อมูลลงในส่วนความสนใจภายในหน้า profile ของเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com เป็นข้อมูลส่วนที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากกว่าข้อมูลส่วนบุคคลโดยข้อมูลที่บ่งบอกถึงความสนใจร่วมกันของกลุ่มมีดังต่อไปนี้

#### 5.3.1 ความสนใจทั่วไป (general)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยการใช้ตารางลงรหัส ผู้วิจัยพบสัดส่วนของความสนใจในด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

ลักษณะเนื้อหาเกี่ยวกับความสนใจทั่วไป	จำนวนที่พบ	ร้อยละ
ดนตรี	44	55
ศิลปะและงานออกแบบ	29	36.25
ปาร์ตี้	26	32.5
ภาพยนตร์	24	30
แฟชั่น	23	28.75
การถ่ายภาพ	18	22.5
หนังสือ	16	20
การท่องเที่ยว	13	16.25
การจับจ่ายใช้สอย (shopping)	7	8.75
กีฬา	7	8.75
การเข้าสังคม	7	8.75
วิดีโอเกม	3	3.75
การใช้แสงและสี	2	2.5
สัตว์เลี้ยง	2	2.5
การเมือง	1	1.25

### ตารางแสดงข้อมูลความสนใจทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าความสนใจเรื่องทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเป็นความสนใจทางด้านดนตรีเป็นส่วนมาก รองลงมาเป็นความสนใจทางด้านศิลปะและการออกแบบ การไปปาร์ตี้ ภาพยนตร์ แฟชั่น ส่วนเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจรองลงมาจากนั้นเป็นความสนใจทางด้าน การถ่ายภาพ การอ่านหนังสือ และการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีความสนใจที่พบในระดับค่อนข้างต่ำได้แก่ การจับจ่ายใช้สอย กีฬา การเข้าสังคมและการทำความรู้จักกับผู้อื่น ส่วนเรื่องที่พบในกลุ่มระดับต่ำที่สุดคือ วิดีโอเกม การใช้แสงและสี สัตว์เลี้ยง และ การเมือง

กลุ่มสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสมีความสนใจในเรื่องที่เกี่ยวกับ ดนตรีสูง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องดนตรีโดยตรง หรือกิจกรรมที่เกี่ยวกับดนตรีอย่างเช่น การไปชม คอนเสิร์ต และการไปเที่ยวปาร์ตี้ ควบคู่ไปกับความสนใจที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะแขนงต่างๆ อย่างเช่น งานออกแบบกราฟฟิก งานภาพเขียน งานศิลปะเชิงทดลอง ศิลปะการละคร ไปจนถึงการ ถ่ายภาพก็ให้ความสนใจค่อนข้างมาก ส่วนเรื่องเกี่ยวกับสื่อบันเทิงที่มีความสนใจรองลงมาเป็นเรื่องเกี่ยวกับภาพยนตร์ รวมไปถึงหนังสือ และการเขียนบทภาพยนตร์ อีกทั้งยังพบว่ามีความสนใจ ในเรื่องแฟชั่น ซึ่งพบในทั้งกลุ่มตัวอย่างหญิงและชาย รวมไปถึงการท่องเที่ยวที่ส่วนมากนิยมไป เที่ยวทะเลและต่างประเทศ

โดยสรุปแล้วกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในการบริโภคสื่อบันเทิงเพื่อสุนทรียภาพ ของตนเองอย่างสูง รวมไปถึงการใช้ชีวิตด้วยความสนุกสนาน มุ่งเน้นการแสวงหาความสุขให้แก่ ตนเองด้วยความบันเทิงและงานรื่นเริงต่างๆ โดยไม่เน้นสาระใดๆ สนใจในเรื่องของตนเองมากกว่า ชุมชน อย่างเรื่องการเมืองที่เป็นเรื่องที่พบในส่วนความสนใจทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน น้อยที่สุด

#### 5.3.2 การใส่ข้อมูลในหัวข้อความสนใจทางด้านดนตรี

จากการวิเคราะห์จากรายงรหัสด้านดนตรีที่กลุ่มตัวอย่างระบุลงในส่วนความสนใจทางด้านดนตรีได้ดังต่อไปนี้

แนวดนตรี	จำนวนที่พบในกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
การาจร็อก	36	45
บริทป๊อป	33	41.25
อินดี้ป๊อป	27	33.75
อัลเทอร์เนทีฟ 90's	26	32.5
อีเล็กโทรนิกา	24	30
คลาสสิคร็อก	23	28.75
บริทร็อก	22	27.5
80's	19	23.75
อินดี้ไทย	18	22.5
ฟังก์และโพสต์ฟังก์	14	17.5
แกลมร็อก	13	16.25
ดรัมแอนด์เบส	8	10
<b>คลาสสิก</b>	<b>5</b>	<b>6.25</b>
โลว์-ไฟ	4	5
นิวเอจ	3	3.75
โกธิค ร็อก	3	3.75
ซิลล์เอาท์	2	2.5

หมายเหตุ : ตัวอักษรสีแดงหมายถึงแนวดนตรีที่ไม่อยู่ในกลุ่มแนวดนตรีนอกกระแส

#### ตารางแสดงข้อมูลความสนใจทางด้านดนตรี

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ถึงความสนใจทางด้านดนตรีของกลุ่มตัวอย่างได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจทางด้านดนตรีอย่างจริงจัง และหลากหลาย แนวดนตรีที่ได้รับความนิยมในกลุ่มตัวอย่างคือดนตรีแนวร็อก และป๊อปแขนงต่างๆ ที่ไม่อยู่ในกระแสหลัก และเป็นวงดนตรีที่มาจากฝั่งสหราชอาณาจักร และฝั่งยุโรปเป็นส่วนใหญ่ มีวงดนตรีที่มาจากฝั่งอเมริกาบ้างซึ่งส่วนมากเป็นวงดนตรีที่มาจากนิวยอร์ก ส่วนแนวอินดี้ป๊อปในที่นี้หมายถึงแนวดนตรีป๊อปที่ฟังง่าย แต่ไม่อยู่ในความนิยมของกระแสหลัก



ครอบคลุมไปถึงแนวดนตรีเฟรนช์ ป็อป จากประเทศฝรั่งเศส และแนวดนตรีสวีดิช ป็อป จากประเทศสวีเดน อีกทั้งยังติดตามดนตรีร็อกและป็อปแบ่งตามยุคสมัย เริ่มจากยุค 60's, 70's ไปจนถึงยุค 80's

แนวดนตรีตามยุคสมัยที่ได้รับความนิยมค่อนข้างมากคือแนวดนตรีอัลเทอร์เนทีฟ ในยุค 90's ซึ่งแตกแขนงออกเป็นแนวบริทป็อป บริทร็อก และวงอัลเทอร์เนทีฟชื่อดังในยุค 90's ของไทยอย่างวง Modern dog ซึ่งวงดนตรีนอกกระแสของไทยหรือวงอินดี้ไทยก็ได้รับความนิยมในกลุ่มตัวอย่างค่อนข้างสูง รองลงมาจากวงอินดี้ป็อปและอินดี้ร็อกจากต่างประเทศ แต่ก็เป็นวงที่ได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศมากจนมีแนวดนตรีที่คล้ายวงดนตรีต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นแนวดนตรี การาจ ร็อก, บริทป็อป และบริทร็อก รวมไปถึงการได้รับอิทธิพลทางด้านสไตล์การแต่งตัวจากวงดนตรีต่างประเทศดังกล่าวด้วย ซึ่งวงอินดี้ไทยที่ได้รับความนิยมในกลุ่มตัวอย่างได้แก่ The Rich Man Toy, The Groceries, Desktop Error และ Goose ซึ่งเป็นวงดนตรีในสังกัดค่ายเพลงนอกกระแสอย่าง Smallroom และ So: on Dry Flower หรือไม่มีก็เป็นวงดนตรีที่ไม่มีสังกัดค่าย แต่เป็นวงที่แสดงสดประจำที่ร้าน Lullabar และงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสต่างๆ

สำหรับแนวดนตรีอีเล็กโทรนิกา เป็นอีกแนวดนตรีหนึ่งได้รับความนิยมอยู่ในระดับสูง เนื่องจากเป็นแนวดนตรีที่แพร่หลายงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส เพราะจังหวะที่ง่ายต่อการเต้นรำมากกว่าแนวดนตรีอินดี้ร็อกและอินดี้ป็อป และเป็นกระแสนิยมที่กำลังเข้าสมัยพร้อมๆกับกระแสแฟชันนุเรพ (nu rave) ในช่วงปลายปีค.ศ. 2007 – 2008

ส่วนแนวดนตรีที่อยู่ในกลุ่มที่ได้รับความนิยมรองลงมาได้แก่ แนวดนตรีฟังก์ โพสต์ฟังก์ และแนวดนตรีแกลมร็อกในยุค 70's ซึ่งทั้งสองแนวดนตรีเป็นแนวดนตรีที่มีอัตลักษณ์ในด้านแฟชั่นที่ชัดเจน ซึ่งมีอิทธิพลต่อสไตล์การแต่งตัวของกลุ่มตัวอย่าง นอกเหนือจากการฟังเพลงเพื่อความบันเทิงเพียงอย่างเดียว อีกทั้งยังเป็นแนวเพลงที่ค่อนข้างหนักหน่วง ฟังยากกว่าแนวดนตรีที่ได้รับความนิยมในระดับสูงข้างต้น ส่วนแนวดนตรีที่อยู่กลุ่มที่ได้รับความนิยมในระดับต่ำได้แก่ โพลคัป็อป, ตรีมแอนด์เบส, คลาสสิก, นิวเอจ, โกธิคร็อก และ ซิลเอาท์ มักจะเป็นแนวดนตรีที่ระบุอยู่ในหน้า profile ของคนที่ฟัง

เพลงหลากหลายแนวดนตรีมาก ซึ่งคนที่ชอบแนวดนตรีเหล่านี้ก็ชอบแนวดนตรีที่ถือว่าได้รับความนิยมสูงในกลุ่มตัวอย่างด้วยเช่นกัน

จึงสามารถกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการใส่ข้อมูลความสนใจทางด้านดนตรีอย่างมาก ฟังดนตรีหลากหลายแนว เปิดรับแนวดนตรีที่แปลกใหม่ รวมไปถึงสนใจศึกษาแนวดนตรีย้อนยุค การแสดงออกถึงรสนิยมในการฟังเพลงดังกล่าวแสดงถึงการยอมรับอัตลักษณ์ที่หลากหลาย ไม่จำกัดอัตลักษณ์ของตนเอง เลือกเฉพาะแนวทางที่ตนเองชอบมาประกอบเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง แนวดนตรีบางแนวอาจดูขัดแย้งกัน อย่างเช่นแนวดนตรีคลาสสิกที่ถือเป็นวัฒนธรรมการฟังเพลงของชนชั้นสูง และแนวดนตรีฟังก์ที่ถือว่าเป็นวัฒนธรรมย่อยของชนชั้นแรงงาน แต่ก็พบว่าภายในข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างระบุว่าชื่นชอบแนวดนตรีทั้งสองแบบ

สำหรับลักษณะการใส่ข้อมูลที่พบในการสังเกตการณ์หน้า profile แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มด้วยกันดังต่อไปนี้

1. การใส่ชื่อวงดนตรีจำนวนมาก
2. การใส่ชื่อแนวดนตรี
3. การใส่ภาพศิลปินหรือภาพที่เกี่ยวข้องกับแนวดนตรีที่ชอบ
4. อื่นๆ

ลักษณะที่พบมากที่สุดคือการใส่ข้อมูลเป็นชื่อวงดนตรีจำนวนมาก เป็นรายชื่อวงยาวกว่า 20- 50 ชื่อวงดนตรี ซึ่งเป็นการผสมผสานแนวดนตรีหลากหลายแนวดนตรีที่เจ้าของ profile ชอบ สามารถบ่งบอกรสนิยมของเจ้าของ profile ได้อย่างละเอียดที่สุด และยังเป็น การแสดงถึงความรู้ด้านดนตรีได้อย่างดี ยิ่งใส่ชื่อวงดนตรีมากเท่าไรยิ่งแสดงว่ารู้จักวงดนตรีมาก และสนใจในการฟังเพลงอย่างจริงจัง ส่วนที่พบรองลงมาคือการใส่เฉพาะแนวดนตรี ไม่ได้ระบุชื่อวงดนตรี การใช้ภาพแทนการใส่รายละเอียดเป็นชื่อวงดนตรีหรือแนวดนตรี อย่างเช่น การใส่ภาพตลับเทปคาสเซ็ทที่หมายถึง ชอบฟังเพลงในยุค 80's หรือ 90's การใส่รูปธง “Union Jack” หรือธงชาติของสหราชอาณาจักร หมายถึงชอบฟังเพลงฝั่งอังกฤษ และการใส่รูปปะติด (collage) รูปศิลปินและโลโก้วงดนตรีที่ชอบหลายอย่าง

รวมกัน ก็สามารแสดงให้เห็นรสนิยมในการฟังเพลงของเจ้าของหน้า profile ได้โดยม  
ต้องใส่รายละเอียด และยังเป็นการตกแต่งหน้า profile ให้สวยงามได้อีกด้วย

New*CocoNight's Interests	
<b>General</b>	music, book, movie, art, travel, concert, party
<b>Music</b>	Electrelane, Deerhunter, Yeah Yeah Yeahs, Belle&; Sebastian, Led Zeppelin, Pink Floyd, Deep Purple, Saxon Shore, Broken Social Scene, Scissors For Lefty, Air, Arthur &; Yu, The Arcade Fire, Cocorosie, Joanna Newsom, Devendra Banhart, The Fiery Furnaces, Tristeza, El Ten Eleven, The Six Parts Seven, The Decemberists, Mogwai, TV on the Radio, Destroyer, Peaches, Tom Waits, Midlake, Arctic Monkeys, Band Of Horses, Art Brut, Tom Waits, Yo La Tengo, Adam Green, Tortoise, Afterlife, Tunng, The Album Leaf, Andrew Bird, Animal Collective, Antonio Carlos Jobim, Tullycraft, Yelle, Tilly and The Wall, Havergal, Hood, Human Television, Grizzly Bear, Husky Rescue, Hood, Hope Sandoval &; The Warm Inventions, Isobel Campbell, Interpol, Jon Brion, Josh Rouse, Josh Ritter, Juliette &; the Licks, M'Am, My Bloody Valentine, My Morning Jacket, PJ Harvey, Rilo Kiley, Neil Young, Neutral Milk Hotel, Pulp, Neko Case, The London Apartments, The Notwist, OOIIOO, Pat Metheny, Pavement, The One AM Radio, Wolf Parade, Wolfmother, Xiu Xiu, White Rose Movement, We Are Wolves, The Velvet Underground, Sigur Ros, Scott Matthew, Scott Walker, Prince, Portishead, Radio Dept, Radiohead, Architecture in Helsinki, Lou Reed, Andrew Bird, Stellastarr, Mazzy Star, The Knife, The Most Serene Republic, Telepopmusik, Lambchop, Loose Fur, Prefuse 73, The Stooges, Shearwater, Neutral Milk Hotel, Augie March, Arab Strap, Cat Power, Clap Your Hands Say Yeah, Clan of Xymox, Cold War Kids, Diamond Nights, Sufjan Stevens, The French Kicks, The Microphones, The Mercury Program, They

ภาพตัวอย่างการใส่ข้อมูลความสนใจทางด้านดนตรีด้วยการใส่ชื่อวงดนตรีจำนวน

มาก

MAGIC MUFFIN'S INTERESTS	
<b>GENERAL</b>	Party, Music, Movie and Fashion
<b>MUSIC</b>	funky, electro, electro clash, breakbeat, break, d n' b, rock, punk (british), rock & roll, britpop, garage, alternative, swedish pop, french pop...bla bla bla

ภาพตัวอย่างการใส่ข้อมูลความสนใจทางด้านดนตรีด้วยการใส่ชื่อแนวดนตรี



ภาพตัวอย่างการใส่ข้อมูลความสนใจทางด้านดนตรีด้วยภาพ

ส่วนลักษณะอื่นๆที่พบในการใส่ข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจทางด้านดนตรี ได้แก่ การคัดลอกข้อมูลส่วนความสนใจทางด้านดนตรีจากหน้า profile ของกลุ่มปาร์ตี้ที่ตนเองชอบไปมาใส่ในส่วนความสนใจทางด้านดนตรีในหน้า profile ของตนเอง หรือการบอกให้ไปดูในหน้า profile ของเพื่อนคนนี้เพราะชอบอะไรเหมือนกัน และลักษณะอื่นๆเช่น การเล่นคำในเชิงล้อเลียน การบรรยายบอกเล่าเรื่องราวความรู้สึกของตนเองเกี่ยวกับดนตรี เป็นต้น

### 5.3.3 การใส่ข้อมูลในส่วนบุคคลที่ชื่นชม

จากการวิเคราะห์เนื้อหาหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางลงรหัส ผู้วิจัยพบว่า การใส่ข้อมูลในส่วนบุคคลที่ชื่นชมมีดังต่อไปนี้

ประเภทข้อมูลบุคคลที่ชื่นชม	จำนวนที่พบ	ร้อยละ
บุคคลที่แสดงถึงค่านิยมกระแสหลัก	26	50.98
บุคคลที่แสดงถึงค่านิยมนอกกระแส	17	33.33
แสดงถึงความไม่เชื่อในการยึดถือบุคคลเป็นต้นแบบ	8	15.68

ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่ชื่นชม

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างยังคงยึดถือค่านิยมกระแสหลักในการยกย่องบุคคลที่ชื่นชมและยึดเป็นแบบอย่าง ประกอบไปด้วยการยกย่องให้พ่อแม่ หรือสมาชิกในครอบครัวเป็นบุคคลที่ตนเองชื่นชมมากที่สุด แสดงถึงทัศนคติที่ยังคงค่านิยมของไทยที่ปลูกฝังให้เคารพบุพการี คือการยกย่องให้พระมหากษัตริย์ไทย หรือสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชเป็นบุคคลที่ตนเองชื่นชม และการยกย่องให้พระพุทธเจ้าเป็นบุคคลที่ชื่นชม แสดงให้เห็นถึงค่านิยมของกระแสหลักของสังคมไทยที่เทิดทูนสถาบันกษัตริย์ สถาบันศาสนา และให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัว ยังคงมีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างพอสมควร ทั้งนี้ถือว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ชื่นชอบและรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกค่อนข้างมาก แต่ก็ยังไม่ปฏิเสธค่านิยมกระแสหลักของไทยอย่างสิ้นเชิง

รองลงมาเป็นการยกย่องศิลปินนอกระแสต่างประเทศซึ่งส่วนมากเป็นนักร้องนักดนตรีที่ตนเองชื่นชอบอย่างเช่นวง Radiohead , Oasis และ Pete Doherty <sup>43</sup>นักร้องนำวง

<sup>43</sup> นักร้องนำวง Babushambles วงดนตรีแนวการร็อกจากสหราชอาณาจักร เริ่มมีชื่อเสียงจากการเป็นนักร้องนำวง The Libertines ร่วมกับเพื่อนร่วมวง Carl Barat g เมื่อปีค.ศ. 2005 และเริ่มเป็นที่รู้จักในสื่อกระแสหลักเนื่องจากคบหากับซูเปอร์โมเดล Kate Moss

The Libertines และวง Babyshambles ให้เป็นบุคคลที่ตนเองชื่นชมและยึดถือเป็นแบบอย่าง ต่อมาเป็นศิลปินไทยซึ่งส่วนมากเป็นนักร้องและนักดนตรีในวงการดนตรีนอกกระแสของไทย อย่างเช่นวง Moderndog และวงพาร์ตเมนต์คุณป้า

นอกจากนี้ยังพบว่ามีการใส่ข้อมูลที่แสดงถึงการไม่เชื่อในการมีบุคคลที่ชื่นชมหรือเป็นต้นแบบอย่างเช่น การยกย่องให้ตัวเองเป็นบุคคลที่ตัวเองชื่นชม อันเป็นการแสดงความเป็นตัวของตัวเอง ไม่ยอมให้ใครมามีอิทธิพลเหนือตนเองสุดท้ายคือการใส่ข้อมูลเชิงล้อเลียน พบว่าเป็นไปในรูปแบบเดียวกันคือใส่เนื้อเพลงท่อนแร็ปของวงแร็ปเตอร์ที่มีเนื้อความว่า “superman heman batman spiderman” ซึ่งถือเป็นการแสดงอารมณ์ขันและเป็นการย้อนระลึกถึงอดีตในวัยเด็กที่ผู้ที่อยู่ในวัยเดียวกัน รับสื่อบันเทิงเหมือนกันจะสามารถเข้าใจอารมณ์ขันที่เจ้าของ profile พยายามจะสื่อได้

อย่างไรก็ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใส่ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่ชื่นชมเป็นจำนวนร้อยละ 63.75 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยข้อมูลที่ปรากฏในส่วนนี้ยังมีข้อมูลที่แสดงถึงการไม่เชื่อในการยึดบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นต้นแบบ ได้แก่ข้อมูลที่ระบุว่าไม่มีบุคคลที่ชื่นชมเป็นจำนวนร้อยละ 5.88 และการใส่ข้อมูลเชิงล้อเลียนเป็นจำนวนร้อยละ 3.92 แสดงว่ามีผู้ที่มีบุคคลที่ชื่นชมและยึดเป็นต้นแบบเหลือเป็นจำนวนร้อยละ 53.95 ส่วนที่เหลืออีกเป็นจำนวนร้อยละ 46.05 ไม่ใส่ใจในการมีบุคคลที่ชื่นชม โดยในข้อมูลส่วนที่ระบุว่าไม่มีบุคคลที่ชื่นชมผู้วิจัยพบว่าสามารถแบ่งได้เป็นกลุ่มที่มีค่านิยมตามกระแสหลักอันได้แก่ การยึดถือบุคคลในสถาบันหลักของสังคมอย่างสถาบันครอบครัว สถาบันกษัตริย์ และสถาบันศาสนา รวมเป็นจำนวนร้อยละ 49 ส่วนกลุ่มที่มีค่านิยมแบบนอกกระแสในส่วนการยึดบุคคลที่ชื่นชมเป็นต้นแบบนี้มีเพียงจำนวนร้อยละ 26.84 ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากยังมีค่านิยมตามสังคมกระแสหลักในการยึดถือบุคคลเป็นต้นแบบมากกว่าที่จะยึดบุคคลที่เป็นตัวแทนของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่มีอัตลักษณ์ร่วมกับตนเองเป็นต้นแบบ

#### 5.4 การแสดงออกในภาพแทนตน (Display picture)

จากการวิเคราะห์หน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 หน้า profile สามารถแบ่งประเภทภาพแทนตน (display picture) สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้ภาพถ่ายของตนเองเป็นภาพแทนตนบนหน้า profile ของตนเองมากที่สุด ซึ่งการใช้ภาพถ่ายของตนเองเป็นภาพแทนตน (display picture) แสดงถึงการเปิดเผยตัวตนของตนเองด้วยความเต็มใจ ให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชมหน้า profile รู้จักตนเองว่ามีบุคลิกภาพอย่างไร

ส่วนประเภทอื่นๆที่พบบนนั้นประกอบไปด้วยการใช้ภาพตัดต่อของตนเอง การใช้ภาพบุคคลอื่น หรือสิ่งของอื่น การใช้ภาพกราฟฟิก และ การใช้ภาพใบปลิวงานปาร์ตี้ (flyer) สำหรับการถ่ายภาพตัดต่อของตนเองหมายถึง การนำภาพตนเองมาแต่งเติมหรือตัดปะเข้ากับองค์ประกอบต่างๆที่เจ้าของหน้า profile ต้องการสื่อ อาจจะเป็นการแสดงอารมณ์ขันเฉพาะตน หรือ แสดงความคิดสร้างสรรค์ในเชิงศิลปะ

ส่วนภาพบุคคลอื่นหรือสิ่งของอื่นๆหมายถึง การใช้ภาพบุคคลอื่นที่ไม่ใช่เจ้าของ profile เป็นภาพ แทนตน เช่น การใช้ภาพศิลปิน การใช้สิ่งของที่บ่งบอกถึงบุคลิกภาพและความชอบของตนเองแทนการใช้ภาพถ่ายของตนเอง โดยการใช้สัญลักษณ์ที่ช่วยเสริมภาพลักษณ์ของตนเอง ส่วนการใช้ภาพกราฟฟิกนับเป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์เฉพาะตนที่นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง ด้วยผลงานกราฟฟิกหรือภาพเขียนฝีมือตนเอง เพื่อให้สมาชิกในเครือข่ายจดจำผลงานของเจ้าของ profile ได้อันเป็นการเสริมสร้างอัตลักษณ์ให้แก่ตนเอง และยังมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์ผลงานของตนเอง เช่นเดียวกับ การใช้ภาพใบปลิวงานปาร์ตี้ (flyer) ซึ่งถือเป็นการใช้พื้นที่เพื่อประชาสัมพันธ์งานในอีกรูปแบบหนึ่ง

##### 5.4.1 ลักษณะท่าทางในการโพสต์ที่พบในภาพแทนตน (display picture)

สำหรับลักษณะการโพสต์ท่าถ่ายรูปที่พบในภาพแทนตน (display picture) ของกลุ่มตัวอย่าง ลักษณะที่พบมากที่สุดคือ ลักษณะการโพสต์แบบนักปาร์ตี้ ในที่นี้หมายถึง การโพสต์ท่าถ่ายรูปที่มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการไปเที่ยวปาร์ตี้ เช่น การใช้ภาพถ่าย

ที่ถ่ายในงานปาร์ตี้ มีฉากหลังเป็นคลับ มีแสงไฟเลเซอร์ และการถือขวดเบียร์ เป็นต้น ลักษณะการโพสต์เป็นไปในรูปแบบสนุกสนาน ไม่ห่วงภาพลักษณ์ของตนเอง



ภาพแสดงลักษณะการโพสต์แบบนักปาร์ตี้

ส่วนลักษณะที่บรองลงมาคือลักษณะการโพสต์ทำแบบนางแบบแฟชั่น หมายถึง การเลียนแบบการโพสต์ทำของนางแบบหรือนายแบบที่พบเห็นได้ตามนิตยสารแฟชั่นชั้นนำอย่างเช่น นิตยสาร NYLON, i-D และ Dazed & Confused<sup>44</sup> ซึ่งในการโพสต์แบบนางแบบมักจะเน้นองค์ประกอบทางด้านสไตล์ที่ช่วยเสริมอัตลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่างทางด้านทรงผม การแต่งหน้าและองค์ประกอบทางด้านการแต่งกายเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยในการเสริมอัตลักษณ์และบ่งบอกสไตล์ของกลุ่มตัวอย่าง รวมไปถึงการจัดแสงและฉากให้แลดูคล้ายภาพที่ปรากฏบนนิตยสารต้นแบบ อย่างเช่นนิตยสาร NYLON นิยมใช้ฉากหลังสีขาว ใช้แสงแฟลชสว่าง และมักจะจัดองค์ประกอบของภาพโดยใช้

<sup>44</sup> นิตยสารจากสหราชอาณาจักรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ แฟชั่นและงานออกแบบเป็นหลัก มีชื่อเสียงจากความคิดสร้างสรรค์ทางด้านภาพแฟชั่น การออกแบบจัดวางกราฟิกภายในเล่ม



นางแบบจำนวนสองหรือสามคนยืนเรียงกัน และมีท่าโพสต์ในการวางขาที่แตกต่างกันแต่  
ละคน เป็นต้น



ภาพแสดงลักษณะการโพสต์แบบนางแบบที่พบในภาพแทนตน

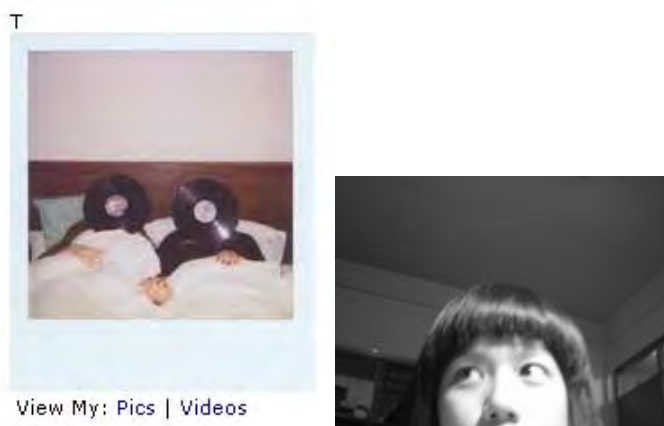


ภาพหน้าปกนิตยสาร NYLON

สำหรับการโพสต์ในประเภทอื่นๆได้แก่ การโพสต์ทำในลักษณะนักดนตรี ซึ่งเป็น  
การนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองว่าเป็นคนที่สนใจด้านดนตรีอย่างจริงจัง อย่างเช่น  
ลักษณะการโพสต์ด้วยท่าเล่นกีตาร์ การเปิดแผ่นเสียงหรือปรับแผงมิกเซอร์ ส่วนการโพสต์  
ในเชิงความคิดสร้างสรรค์ด้วยการเล่นกับมุมมองที่แตกต่างจากการถ่ายภาพทั่วไป เช่น  
การโผล่ศรีษะจากขอบภาพแค่ครึ่งเดียว การใช้สิ่งของมาปิดหน้าทำให้เกิดภาพที่เลอ  
เหมือนภาพตัดต่อที่มีสิ่งของมาแทนส่วนส่วนศรีษะ พบเป็นลำดับรองลงมา



ภาพแสดงลักษณะการโพสต์แบบนักดนตรีในภาพแทนตน



ภาพแสดงลักษณะการโพสต์ในเชิงความคิดสร้างสรรค์

ดังนั้นผู้วิจัยจึงพบว่าลักษณะการโพสต์อันได้แก่ ลักษณะการโพสต์แบบนักปาร์ตี้ แบบนางแบบ แบบนักดนตรี และ ถือเป็นการโพสต์ที่เน้น ในรูปแบบการนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองว่าเป็น ชื่นชอบดนตรีนอกกระแส ชอบไปงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส คนติดตามกระแสแฟชั่นต่างประเทศ และมีความคิดสร้างสรรค์ในเชิงนอกรอบ

#### 5.4.2 สไตส์เฉพาะกลุ่มที่พบในภาพแทนตน

สำหรับสไตส์เฉพาะที่พบในภาพแทนตนของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบไปด้วยสไตส์เฉพาะทางด้านทรงผม การแต่งหน้า เสื้อผ้า เครื่องประดับ และโทนสีที่ใช้ในการตกแต่งภาพ โดยมีรายละเอียดดังในตารางต่อไปนี้

องค์ประกอบของสไตส์เฉพาะกลุ่ม	ลักษณะที่พบ
1. ทรงผมและการแต่งหน้า	1.1 ผมหน้าม้าสั้นเต๋อ 1.2 ผมยาวหยิกจัดทรงยุ่งเหยิง 1.3 ผมทรงแอ็ฟโฟร์ 1.4 อายไลน์เนอร์สีดำ
2. การแต่งกาย	2.1 เสื้อยืดสกรีน 2.2 แว่นตาและแว่นกันแดดทรงย้อนยุค 2.3 กางเกงยีนส์ขาเดือ (skinny jeans) 2.4 เสื้อผ้าและเครื่องประดับสีสะท้อนแสง 2.5 รองเท้าผ้าใบยี่ห้อ converse all star 2.6 กุญน่องสีและกางเกงรัดรูป (leggings) 2.7 รองเท้าหนังหัวแหลม 2.8 หมวกปีก
3. โทนสีที่ใช้ในการตกแต่งภาพ	3.1 สีขาวดำ 3.2 สีสดและสีสะท้อนแสง

ตารางแสดงองค์ประกอบทางด้านสไตส์เฉพาะกลุ่ม

องค์ประกอบทางด้านทรงผมและการแต่งหน้าที่บ่งบอกถึงสไตส์เฉพาะกลุ่มส่วนมากมีที่มาจาก การได้รับอิทธิพลจากศิลปินคนตรีการาร็อคต่างประเทศอย่างเช่น

Yeah Yeah Yeahs<sup>45</sup>, Kings of Leon<sup>46</sup>, The Horrors<sup>47</sup> รูปแบบที่พบมากที่สุดในกลุ่มตัวอย่างทั้งผู้หญิงและผู้ชายคือ การตัดผมหน้าม้าสั้นเหนือคิ้ว หรืออยู่ที่ระดับกลางหน้าผาก ตามมาด้วยการไว้ผมยาวหยิกฟู จัดทรงแบบยุ่งกระเซิง และผมทรงแอ็ฟโฟร์ หมายถึง ทรงผมที่หยิกและฟูอย่างมากทั้งศีรษะเส้นผมจึงขึ้นกลายเป็นทรงกลม ส่วนการทำอายไลน์เนอร์ สีดำเป็นรูปแบบการแต่งหน้าที่พบในกลุ่มตัวอย่างผู้หญิง เป็นการเสริมสร้างอัตลักษณ์ให้ แลดูโฉบเฉี่ยว เหมือนศิลปินแนวคอนเสิร์ตที่ยึดเป็นต้นแบบ

---

<sup>45</sup> วงดนตรีแนวการาจร็อกจากกรุงนิวยอร์ก รวมตัวกันเมื่อปีค.ศ. 2002 มีผลงานมาแล้วสองอัลบั้ม ได้แก่ “Fever To Tell” ในปีค.ศ. 2003 และ “Show Your Bones” เมื่อปีค.ศ. 2006 สมาชิกในวงประกอบไปด้วย Karen O, Nick Zinner และ Brian Chase

<sup>46</sup> วงดนตรีแนวการาจร็อก และเซาท์เธิร์นร็อก จากมลรัฐเทนเนสซี สหรัฐอเมริกา มีชาวนัคนตรีที่เป็นเอกลักษณ์คือมีการผสมผสานชาวนัคนตรีคันทรี่และบลูเข้ากับชาวนัคนตรีร็อก สมาชิกประกอบไปด้วย Nathan Followill, Caleb Followill, Jared Followill และ Matthew Followill

<sup>47</sup> วงดนตรีแนวการาจร็อกจากเมืองเซาท์เอนด์ สหราชอาณาจักร มีผลงานอัลบั้มแรกเมื่อปีค.ศ. 2005 ใช้ชื่ออัลบั้มว่า “Strange House” ที่สามารถขึ้นสู่อันดับที่ 37 ใน UK ชาร์ต สมาชิกในวงประกอบไปด้วย Faris Badwan, Joshua Third, Tomethy Furse, Spider Webb และ Coffin Joe



ภาพแสดงสไตล์เฉพาะทางด้านทรงผมที่พบในภาพแทนตน

ส่วนสไตล์เฉพาะทางด้านการแต่งกายที่ช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่างให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เสื้อผ้าและเครื่องประดับต่างๆที่พบมากที่สุดคือ เสื้อยืดสกรีน ไม่ว่าจะเป็นเสื้อยืดสกรีนที่มีภาพศิลปินหรือชื่องานดนตรี เสื้อยืดสกรีนข้อความ เสื้อยืดสกรีนสีสะท้อนแสง เป็นต้น ส่วนแว่นกันแดดทรงย้อนยุคต่าง ๆ นั้นพบมากในกลุ่มตัวอย่างเช่นเดียวกัน มีทั้งแว่นกันแดด ในยุค 80's แว่นกันในแดดอันใหญ่ในสไตล์ยุค 60's และ 70's ส่วนองค์ประกอบอื่นๆที่พบรองลงมาได้แก่ กางเกงยีนส์ขาลิบ หรือ Skinny Jeans ผ้าพันคอ เสื้อแจ็กเก็ตหนัง รองเท้าหนังหัวแหลม และหมวกฟาง ถือเป็นการแต่งกายในแนวการรารีคที่เน้นสีขาวดำเป็นหลัก สำหรับองค์ประกอบทางด้านการแต่งกายแนวนูเรฟ (Nu

rave)<sup>48</sup> ได้แก่ เสื้อผ้าและเครื่องประดับสีสะท้อนแสง ถูงน่องสีและกางเกงรัดรูป (leggings) ถือเป็น การแต่งกายเฉพาะของผู้ที่ฟังเพลงแนวอีเล็กโทรแดนซ์ต่างๆ

@ pound the ripper



Jibby 147



View My: [Pics](#) | [Videos](#)

<sup>48</sup> คำจำกัดความของแนวดนตรีหลากหลายประเภทที่มีส่วนผสมของแนวดนตรีอีเล็กทรอนิกส์ ร็อก ดิสโก้ ไปจนถึงดนตรีเทคโนเฮาส์ ได้รับความนิยมนในช่วงปีค.ศ. 2006-2007 มีองค์ประกอบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะคนคือเทคนิคภาพซ้อน แต่งเรืองแสง และเครื่องแต่งกายสีสะท้อนแสง

**Tid Unakornsawat**



"I CAME, I SAW, I CONQUERED"

Male  
24 years old  
Bangkok, Thailand

Last Login:  
9/5/2008

Mood: cultured 😊  
View My: [Pics](#) | [Videos](#)

**varisa**



mood: sore 😞  
view mv: [pics](#) | [videos](#)

**DJ.CarBomb!!!**



Male  
26 years old  
Bangkok, Buddhism Thailand

Last Login: 1/10/2008

View My: [Pics](#) | [Videos](#)



**Suarbaannork**

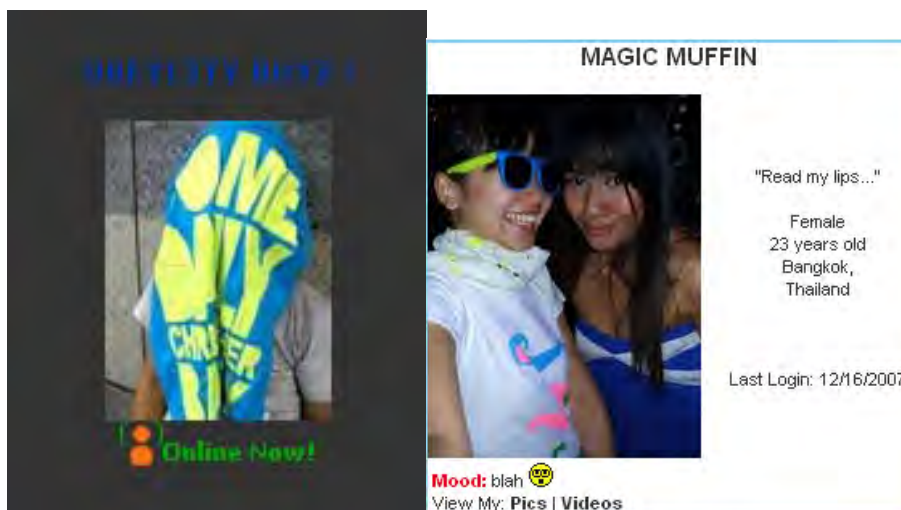


*Photo by Tansilaporn*

**Bundit Beautiful Boy!**



ภาพแสดงองค์ประกอบทางด้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับสไตล์การจ๊อค



ภาพแสดงองค์ประกอบทางด้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับแนวอนุเรพ

นอกเหนือจากองค์ประกอบทางด้านทรงผม การแต่งหน้า และที่บังบอกถึงสไตล์เฉพาะของกลุ่ม การใช้โทนสีในการตกแต่งภาพหน้าแทนตน (display picture) ก็ถือเป็นองค์ประกอบที่สามารถบ่งบอกถึงสไตล์เฉพาะที่แสดงออกผ่านภาพแทนตนของเจ้าของหน้า profile นั้นๆ ได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งโดยมากแล้วกลุ่มตัวอย่างที่มีสไตล์เฉพาะในแนวการร่าเริงมักจะใช้โทนสีขาวดำหรือเทาในการตกแต่งภาพ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสไตล์เฉพาะในแนวอนุเรพมักจะใช้โทนสีสะท้อนแสง (neon colour) หรือสีสดในกลุ่ม CMYK ประกอบ

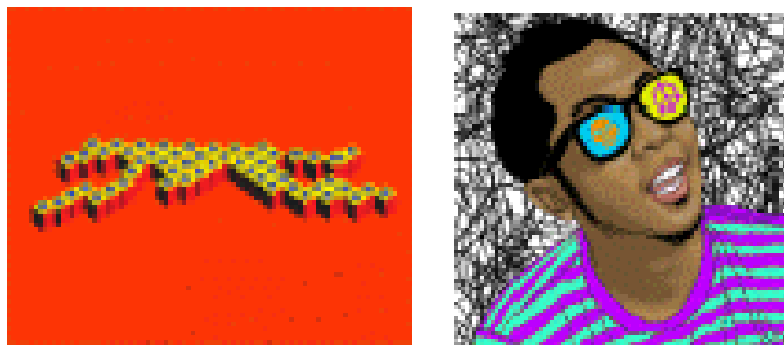


กับเทคนิคพิเศษคือการเคลื่อนไหวสองจังหวะ  
ภายในคลิก

ทำให้เกิดการกระพริบคล้ายจางแสงไฟ



ภาพแทนตน (*display picture*) ที่ใช้โทนสีขาวดำเทา



ภาพแทนตน (*display picture*) ที่ใช้โทนสีสะท้อนแสง หรือสี CMYK

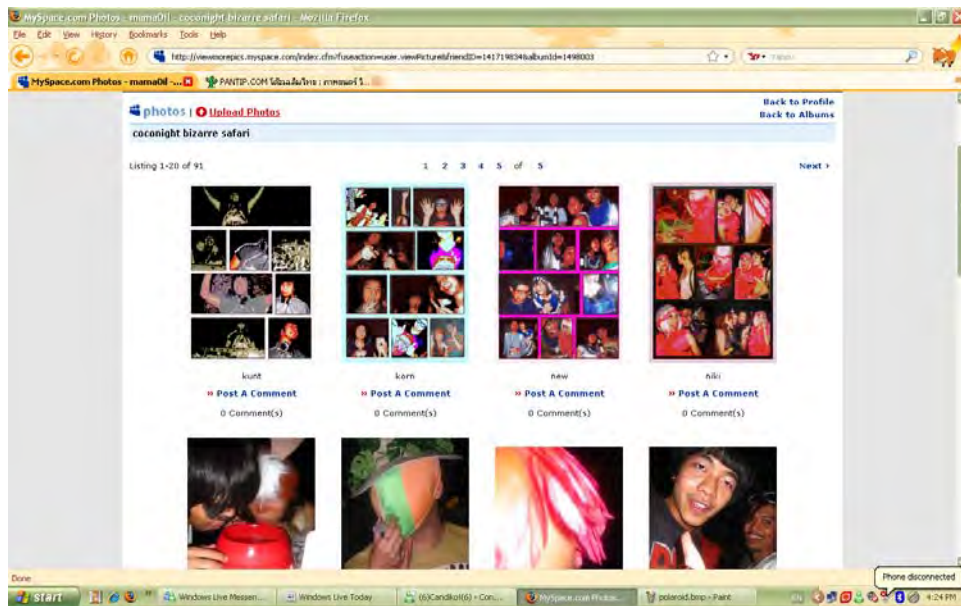
## 5.5 การแสดงออกถึงอัตลักษณ์กลุ่มภายในอัลบั้มภาพ

จากการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยตารางลงรหัส ผู้วิจัยสามารถแบ่งหมวดหมู่ภาพในอัลบั้มภาพ ส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

หมวดหมู่ของภาพถ่าย	จำนวนที่พบ	ร้อยละ
ภาพถ่ายหน้าตนเอง (portrait)	42	52.5
ภาพปาร์ตี้	33	41.25
ภาพตนเองตกแต่งด้วยเทคนิคพิเศษ	17	21.25
ภาพกราฟฟิก	13	16.25
ภาพถ่ายด้วยเทคนิคกล้องแบบต่างๆ	12	15
ภาพงานศิลปะ	9	11.25
ภาพถ่ายวิวทิวทัศน์ (landscape)	8	10
อื่นๆ	10	12.5

ตารางแสดงหมวดหมู่ภาพแทนตน

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การใส่ภาพถ่ายหน้าตนเอง (portrait) เพื่อให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชมหน้า profile รู้จักหน้าตาของตนเองเป็นหมวดหมู่ที่พบมากที่สุดในกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาเป็นการใส่ภาพปาร์ตี้ หมายถึง ภาพที่เจ้าของหน้า profile ถ่ายร่วมกับเพื่อนๆ ในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส เป็นการแสดงออกถึงการใช้ชีวิต (lifestyle) เฉพาะกลุ่มของตนเอง เพื่อให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชมได้รับรู้ถึงวิถีชีวิตของตนเองและยังเป็นการแสดงออกถึงความเป็นคนสนุกสนานชอบเข้าสังคม



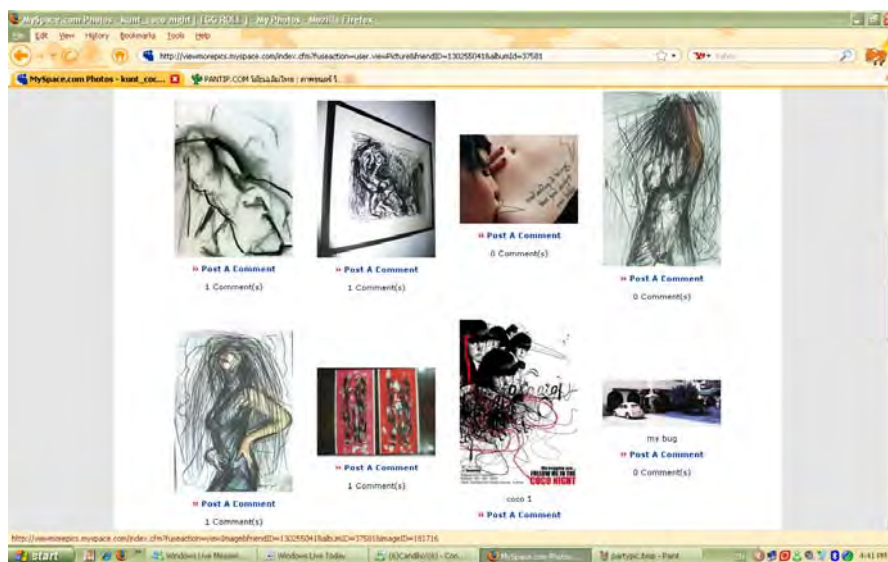
ภาพแสดงภาพปาร์ตี้ภายในอัลบั้มภาพ

ลำดับต่อมาคือการตกแต่งภาพถ่ายของตนเองด้วยเทคนิคพิเศษต่างๆ เช่น การปรับแต่งสีด้วยโปรแกรม Photoshop การตกแต่งภาพตนเองด้วยการตัดแปะภาพสิ่งของ หรือการเติมลายเส้นหรือสีต่างๆลงบนภาพถ่ายของตนเอง เพื่อแสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ในเชิงศิลปะของตนเอง เช่นเดียวกับการใส่ภาพกราฟฟิกที่ตนเองชื่นชอบ หรือเป็นผลงานของตนเอง ซึ่งถือเป็นการแสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ในเชิงศิลปะ เช่นเดียวกัน ทั้งยังเป็นการบ่งบอกถึงรสนิยมความชื่นชอบในงานศิลปะ



ภาพแสดงภาพถ่ายตนเองที่ตกแต่งด้วยเทคนิคพิเศษ

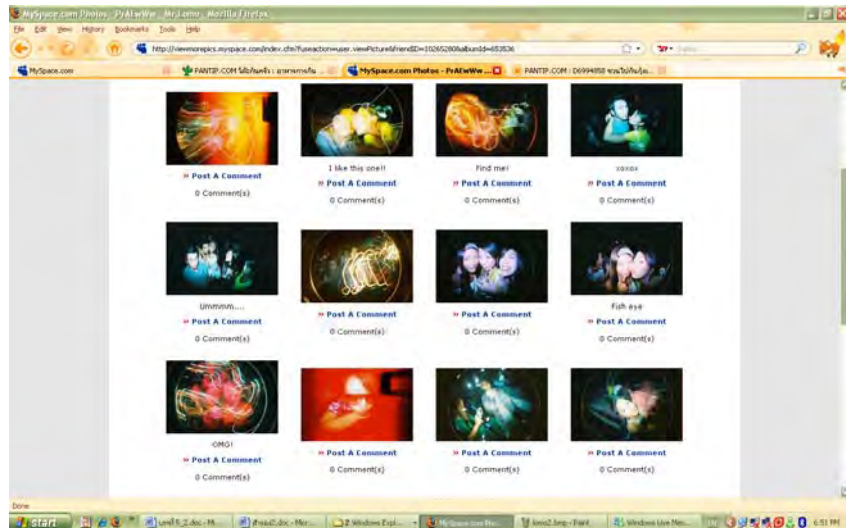
ส่วนลำดับต่อมาคือภาพงานศิลปะหมายถึง ภาพงานศิลปะหลากหลายแขนง อย่างเช่น ภาพวาด ภาพงาน installation ภาพงาน conceptual ต่างๆ ที่เป็นการบ่งบอกถึงความสนใจทางด้านศิลปะของเจ้าของหน้า profile ได้เป็นอย่างดี ภาพงานศิลปะประเภทที่พบมากที่สุดคือ ผลงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิก ส่วนที่พบในจำนวนเท่ากันคือ ผลงานภาพถ่ายและผลงานภาพปะติด ซึ่งผลงานภาพปะติดที่พบในกลุ่มตัวอย่างเป็นการนำภาพสิ่งของหรืออื่นๆ มาประติดประต่อเข้ากับภาพของตัวเอง หรือเขียนแต่งเติมภาพถ่ายของตัวเองให้เกิดเป็นผลงานศิลปะได้ สำหรับงานภาพเขียนพบเป็นส่วนน้อย ผลงานที่พบเป็นไปในลักษณะการเขียนภาพลายเส้นด้วยปากกาหรือดินสอในแนว Surrealism



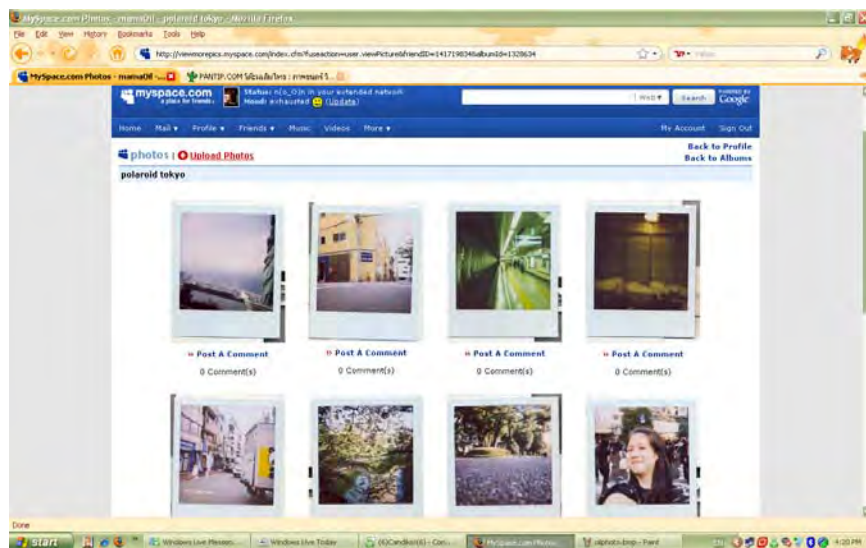
ภาพแสดงภาพงานศิลปะภายในอัลบั้มภาพ

อีกทั้งผู้วิจัยยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจในด้านศิลปะการถ่ายภาพอย่างมาก ดังนั้นจึงพบว่าภายในอัลบั้มภาพของกลุ่มตัวอย่างประกอบไปด้วยภาพถ่ายที่ถ่ายด้วยกล้องถ่ายรูปประเภทที่แตกต่างจากกล้องถ่ายรูปทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นภาพที่ถ่ายจากกล้อง lomo หรือกล้องเลนส์ตาแมว ที่ให้ภาพเสมือนมองผ่านช่องตาแมวบนประตูห้อง และภาพถ่ายจากกล้องโพลารอยด์ที่ไม่ค่อยเป็นที่นิยมในปัจจุบัน แต่ยังใช้ในวงการแฟชั่นอยู่นอกจากนั้นยังพบภาพถ่ายวิวทิวทัศน์ (landscape) ผลงานทางด้านภาพถ่ายของตนเองที่แสดงถึงความสนใจและทักษะทางการถ่ายภาพ ส่วนประเภทอื่นๆ ได้แก่ภาพการเล่น

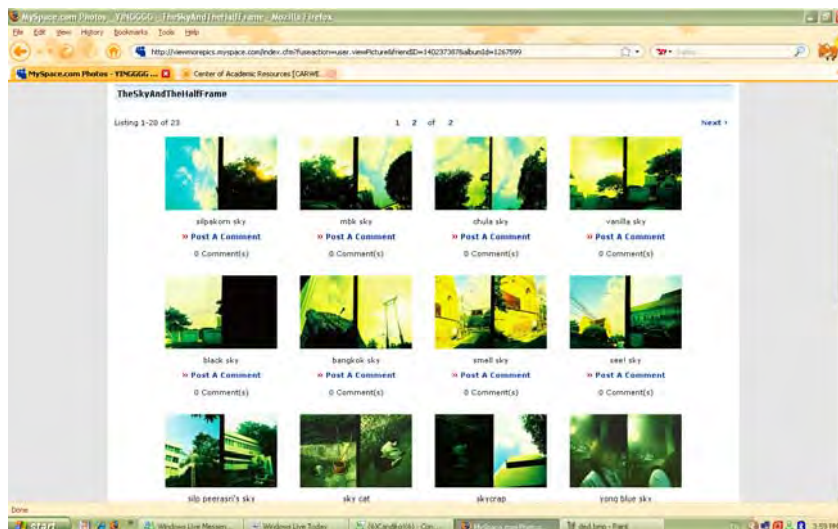
ดนตรี และภาพศิลปินที่ชื่นชอบ แสดงถึงความสนใจทางด้านดนตรีของตนเอง และภาพ flyer งานปาร์ตี้ที่พบในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้จัดงานปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแส



ภาพแสดงภาพที่ถ่ายด้วยกล้อง Lomo ภายในอัลบั้มภาพ



ภาพแสดงภาพที่ถ่ายด้วยกล้องโพลารอยด์ภายในอัลบั้มภาพ



ภาพแสดงภาพถ่ายวิวทิวทัศน์ (landscape) ที่พบในอัลบั้มภาพ

จากหมวดหมู่ของภาพถ่ายที่พบภายในอัลบั้มภาพของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ถึงอัตลักษณ์กลุ่มได้ว่า กลุ่มตัวอย่างใช้พื้นที่ภายในอัลบั้มภาพถ่ายบนหน้า profile ของตน แสดงวิถีชีวิตและรสนิยมของตนเอง อย่างเช่นภาพปาร์ตี้ ภาพในแนวแฟชั่น ภาพถ่ายด้วยเทคนิคกล้องแบบต่างๆ ภาพท่องเที่ยว และภาพงานศิลปะ เป็นต้น ทั้งลักษณะดังกล่าวเป็นการสื่อถึงผู้เข้ามาเยี่ยมชมหน้า profile ของตนเอง ว่าตนเองมีวิถีชีวิตอย่างไร มีรสนิยมอย่างไร และมีสไตล์เฉพาะตนในรูปแบบไหน

### 5.5.1 ลักษณะการโพสต์ที่พบในอัลบั้มภาพ

จากการวิเคราะห์เนื้อหาภายในอัลบั้มภาพของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าลักษณะท่าโพสต์ที่พบเป็นจำนวนมากที่สุดในกลุ่มตัวอย่าง คือ ท่าโพสต์ในลักษณะนักปาร์ตี้ หมายถึง การโพสต์ท่าที่บ่งบอกถึงกิจกรรมในการเข้าร่วมปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส อย่างเช่น การถือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งส่วนมากที่พบจะเป็นขวดเบียร์ และการสูบบุหรี่ ก็ถือเป็นหนึ่งในลักษณะท่าโพสต์ของนักปาร์ตี้ที่พบเห็นได้บ่อยครั้งในภาพถ่ายของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบกับการเล่นกับฉากหลังที่เป็นแสงไฟเลเซอร์ หรือแบล็กไลท์ ทำให้รู้สึกถึงบรรยากาศในงานปาร์ตี้ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และท่าโพสต์แบบหนึ่งที่มีจะพบในลักษณะการโพสต์แบบนักปาร์ตี้ คือการชูนิ้วกลางหรือการชูนิ้วชี้และนิ้วกลางพร้อมกันเป็นรูปตัว “V”

โดยหันด้านหลังของฝ่ามือออก ซึ่งเป็นสัญลักษณ์แทนอวัยวะเพศชายในบริบทของอังกฤษ ใช้ในความหมายเดียวกับกับการชูนิ้วกลาง เป็นท่าโพสต์ที่พบบ่อยในกลุ่มศิลปินแนวร็อกจากสหราชอาณาจักร



ภาพแสดงลักษณะการโพสต์แบบนักปาร์ตี้



ภาพแสดงลักษณะการโพสต์ด้วยสัญลักษณ์ "V"

ส่วนที่พบบรองลงมาคือลักษณะการโพสต์แบบแฟชั่น หมายถึง การโพสต์ท่าที่เลียนแบบลักษณะท่าทางของนางแบบในนิตยสารแฟชั่นต่างประเทศ และการเลียนแบบภาพจากนิตยสารแนว street fashion อย่างเช่นการยื่นเท้าเอว ไขว้ขา ไม่

มองกลอง หรือมองกล้องแต่ไม่มี ว่างมาดขริม ประกอบกับการจัดองค์ประกอบ  
 ภายในภาพ ทางด้านฉากและแสงให้เลดูคล้ายกับถ่ายในสตูดิโอ หรือถ่ายตามท้อง  
 ถนนในแบบ street fashion ส่วนการโพสท่าในเชิงความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง  
 การจัดองค์ประกอบภาพและท่าทางที่ทำให้เกิดมุมมองที่แปลกใหม่ไปจาก  
 ลักษณะการโพสท่าทั่วไป เช่น การกระโดด การใช้สิ่งของมาปิดส่วนศรีษะ เป็น  
 ต้น ซึ่งถือเป็นลักษณะการโพสท่าที่ได้รับแรงบันดาลใจจากภาพในนิตยสารแฟชั่น  
 ต่างประเทศอย่างนิตยสาร NYLON, i-D และ Dazed & Confused เช่นเดียวกัน



*in the mood for love...*

ภาพลักษณะการโพสท่าแบบแฟชั่นในนิตยสารต่างประเทศ



ภาพลักษณะการโพสท่าแบบ street fashion





ภาพแสดงลักษณะการ โปสต์ในเชิงความคิดสร้างสรรค์

ต่อมาคือการ โปสต์ทำเลียนแบบศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ รวมไปถึงการ แต่งตัวที่คล้ายคลึงกับศิลปินดังกล่าวด้วย ซึ่งศิลปินต้นแบบที่พบในกลุ่มตัวอย่าง ผู้ชายคือวงดนตรีแนวการาจร็อก (Garage rock) <sup>49</sup>และนิวเวฟ (New Wave) <sup>49</sup><sup>50</sup> อย่าง The Horrors, Pete Doherty แห่งวง The Libertines และ Babyshambles เป็นต้น



ภาพแสดงลักษณะการ โปสต์ทำเลียนแบบศิลปินวง *The Horrors*

<sup>49</sup> คำว่า garage rock มาจากการที่นักดนตรีแนวนี้มักจะเป็นนักศึกษาที่ซ้อมดนตรี แต่งเพลงในโรงรถ กลายเป็นแนวดนตรีร็อกที่มีความดิบ หยาบ ไม่สมบูรณ์แบบ เริ่มต้นในยุค 1960's และกลับมาได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วงปีค.ศ. 2000's

<sup>50</sup> แนวดนตรีที่ได้รับอิทธิพลจากวงพังค์อย่าง Sex Pistol แต่มีการผสมผสานคัลแปลงให้มีเนื้อหาที่ซับซ้อนขึ้น แต่ดนตรีเรียบง่าย เข้าถึงได้ ง่ายกว่าแนวดนตรีพังค์ขนานแท้

จากลักษณะท่าโพสท์ที่พบในอัลบั้มภาพของกลุ่มตัวอย่างอัน ได้แก่ ลักษณะการโพสท์แบบนักปาร์ตี้ การโพสท์แบบแฟชั่น ล้วนบ่งบอกวิถีชีวิตที่แสดงออกถึงรสนิยมทางด้านดนตรี ทั้งยังถือเป็นการโพสท์ที่เน้นการสร้างอัตลักษณ์ด้วยการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ด้วยไอคอน์ประกอบที่ช่วยเสริมอัตลักษณ์ทั้งด้านทรงผม การแต่งหน้า เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ ช่วยในการเสริมสร้างอัตลักษณ์ที่เน้นการนำเสนอภาพลักษณ์ในแนวทางที่ผู้อื่นยอมรับว่าเป็นมีอัตลักษณ์ที่ถือเป็นอัตลักษณ์กลุ่มร่วมกัน เช่นเดียวกับลักษณะการโพสท์แบบเลียนแบบศิลปิน ซึ่งต้องอาศัยองค์ประกอบเสริมอัตลักษณ์ที่คล้ายคลึงกับศิลปินที่ชื่นชอบ และแสดงออกถึงรสนิยมทางด้านดนตรีและสไตล์เฉพาะตนที่ตรงกับอัตลักษณ์กลุ่มปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแส

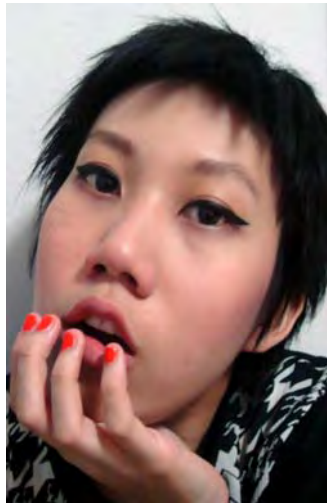
#### 5.5.2 การแสดงออกถึงสไตล์เฉพาะกลุ่มที่พบในอัลบั้มภาพ

ในส่วนขององค์ประกอบที่ช่วยเสริมอัตลักษณ์นั้น ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็นสองหมวดหมู่ ได้แก่ องค์ประกอบทางด้านทรงผมและการแต่งหน้า และองค์ประกอบทางด้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับ

##### สไตล์เฉพาะกลุ่มทางด้านทรงผมและการแต่งหน้า

สำหรับสไตล์เฉพาะทางด้านทรงผมและการแต่งหน้าที่พบในอัลบั้มภาพของกลุ่มตัวอย่างนั้นในประกอบไปด้วย สำหรับผู้หญิงนิยมทำผมทรงหน้าม้าสั้นเต๋อ ผมหยิกฟูจัดทรงดูยุ่งเหยิง แสดงออกถึงบุคลิกภาพที่ไม่เป็นทางการ ไม่ต้องปรุงแต่งมาก การแต่งหน้ามักจะเขียนขอบตาด้วยอายไลน์เนอร์สีดำ แต่สำหรับในโอกาสพิเศษอย่างการไปงานปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแสที่มีการกำหนดแนวการแต่งกาย (dress code) การแต่งหน้าย่อมเปลี่ยนไปตามแนวการแต่งกายที่แต่ละงานกำหนด อย่างเช่นแนวคิดหลักของงานนั้นเป็นแนวรูเฟการแต่งหน้าจะเน้นสีสันจัดจ้านตามรูปแบบเฉพาะของการแต่งกายแนวรูเฟในยุค 80's

สำหรับผู้ชายเน้นผมหยิกฟูยาวประบ่า หรือผมยาวตรงประบ่า ตัดหน้าม้า  
สั้นเหนือคิ้วไปจนถึงกึ่งกลางหน้าผาก ส่วนมากได้รับอิทธิพลจากศิลปินแนว  
การร็อกอย่างวง Kings of Leon ,The Libertines และThe Horror แต่ไม่มีรูปแบบ  
การแต่งหน้าที่แสดงออกถึงสไตล์เฉพาะกลุ่ม



ภาพแสดงสไตล์เฉพาะทางด้านทรงผมและการแต่งหน้าของกลุ่มตัวอย่างผู้หญิง



ภาพแสดงสไตล์เฉพาะด้านทรงผมของกลุ่มตัวอย่างผู้ชาย

### สไตล์เฉพาะกลุ่มทางด้านการแต่งกาย

สไตล์เฉพาะกลุ่มทางด้านการแต่งกาย ถือเป็นการนำเสนอตัวตนในภาพถ่ายที่เน้นการแสดงวัตถุที่ช่วยเสริมอัตลักษณ์ที่สามารถบ่งบอกแนวคิดที่ชื่นชอบได้ ซึ่งองค์ประกอบทางด้านเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้ในการช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์มากที่สุดคือ แว่นกันแดดย้อนยุค ไม่ว่าจะเป็น แว่นกันแดดเลนส์ขนาดใหญ่ในยุค 70's แว่นกรอบพลาสติกสะท้อนแสงในยุค 80's พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมใช้แว่นกันแดดเป็นองค์ประกอบในการถ่ายภาพ เนื่องจากช่วยเสริมอัตลักษณ์ให้ดูมีบุคลิกภาพที่คล้ายคลึงกับศิลปินแนวการาจร็อก หรือนางแบบในนิตยสารแพชั่น



ภาพแสดงตัวอย่างแว่นรูปแบบต่างๆ

ซึ่งจากองค์ประกอบทางด้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่บ่งบอกถึงสไตล์เฉพาะของกลุ่มตัวอย่างสามารถแบ่งออกเป็นสองสไตล์ด้วยกัน อันดับแรกได้แก่ สไตล์อินดี้ร็อก ที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปินแนวร็อกแอนด์โรลไปจนถึงฟังก์ที่ถือเป็นคลื่นลูกใหม่ (new wave) ในวงการดนตรีนอกกระแสเมื่อยุค 70's และ 80's อย่างวง Sex Pistols และ The Ramones ไปจนถึงวงการาจ็อกในช่วงปีค.ศ. 2000 อย่างเช่น The Libertines, The Horrors และ The Strokes โดยเฉพาะ Pete Doherty อดีตนักร้องนำวง The Libertines ที่ถือเป็นต้นแบบทางด้านสไตล์การแต่งตัวของผู้ที่ชื่นชอบแนวดนตรีอินดี้ร็อกหรือการาจ็อก เสื้อผ้าและเครื่องประดับที่เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงสไตล์การแต่งตัวแบบอินดี้ร็อก ได้แก่ เสื้อยืดสกรีนลายวงดนตรีร็อก ลายหน้าปกอัลบั้มเพลงร็อก ลายธง union jack กางเกงขาลีบ เสื้อแจ็คเก็ตหนัง

รองเท้าผ้าใบยี่ห้อ Converse All Star รองเท้าหนังหัวแหลม หมวกปีกแคบ นิยม  
แต่งกายด้วยโทนสีขาว ดำ เทา และแดงเป็นส่วนใหญ่



ภาพแสดงการแต่งกายในสไตล์อินดี้ร็อก

ส่วนสไตล์การแต่งกายแบบนูเรฟ หรืออิลีกโทร เป็นสไตล์การแต่งกายที่ได้รับอิทธิพลจากยุค 80's ศิลปินที่ถือเป็นต้นแบบสไตล์นูเรฟหรืออิลีกโทร อย่างเช่น Chicks on Speed, Peaches<sup>51</sup> และ Hot Chips เน้นเสื้อผ้าและเครื่องประดับสีฉูดฉาด ไปจนถึงสีสะท้อนแสง ทำจากวัสดุมันวาวอย่างพลาสติก หนังแก้ว ส่วนสไตล์การแต่งตัวแบบนูเรฟ เน้นสีที่จัดจ้านอย่างโทนสีสะท้อนแสง และวัสดุแวววาวอย่างเช่นหนังแก้ว พลาสติก และหนังสีเมทัลลิก เสื้อยืดสกรีนสีสะท้อนแสงเป็นเครื่องแต่งกายชิ้นสำคัญในสไตล์นูเรฟ ลายสกรีนที่เป็นที่นิยมคือลายตัวอักษรขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นประโยคภาษาอังกฤษที่เป็นคำสบถ หรือมีเนื้อหาเกี่ยวกับการการเดินร่า การดื่มสังสรรค์ หรือลายสกรีนสไตล์ไซคีเดอลิก เป็นภาพซ้อนสีสะท้อนแสง ตัวเสื้อสีขาวเป็นสีที่ได้รับความนิยมเนื่องจากสะท้อนแสงในแบล็คไลท์ได้ดีที่สุด ทรงเสื้อเป็นเสื้อยืดยาวระดับคลุมสะโพก หรือเหนือเข้าขึ้นมาเล็กน้อยนิยมใส่คู่กับกางเกงยัด (leggings) หรือถุงน่องสีสะท้อนแสงหรือสีสด อย่างเช่นสีม่วง สี เขียวมะนาว และสีชมพูสด สวมรองเท้าผ้าใบสีสดหลากสี และสวมใส่เครื่องประดับที่ทำจากพลาสติกสีสะท้อนแสง อย่างเช่น แว่นกันแดดเรย์แบนด์ปี 1980's กรอบสีสะท้อนแสง และกำไลหรือแว่นที่ทำจากแท่งฟอสฟอรัสเรืองแสงได้เป็น ถือเป็นเครื่องประดับที่นิยมใสมากที่สุด

<sup>51</sup> ศิลปินหญิงแนวอิลีกโทรแคลชจากแคนาดา มีชื่อจริงว่า Merrill Beth Nisker มักจะแต่งเนื้อหาของเพลงเกี่ยวกับเซ็กซ์เป็นหลัก



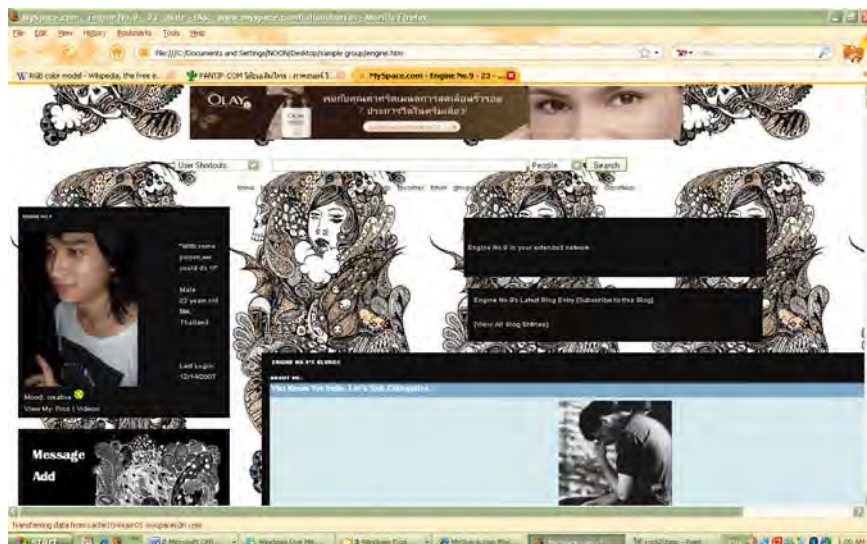
ภาพแสดงสไตล์การแต่งกายแบบนูเรพหรืออิลีกโทร

## 5.6 การแสดงออกถึงอัตลักษณ์กลุ่มด้วยโทนสีที่ใช้การตกแต่งหน้า profile

จากการวิเคราะห์เนื้อหาหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างแสดงออกถึงอัตลักษณ์กลุ่มด้วยการเลือกใช้โทนสีตกแต่งหน้า profile ที่ตรงกับอัตลักษณ์กลุ่มทางด้านแนวคิดที่บ่งบอกสไตล์เฉพาะของกลุ่ม

โทนสีที่พบบนหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือ โทนสีขาวดำ ซึ่งเป็นโทนสีที่เรียบง่าย และไม่ตกยุคสมัย กลุ่มตัวอย่างที่นิยมแนวคิดรีรีอค แขนงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น อัลเตอร์เนทีฟรีรีอค การารรีรีอค บริทรีรีอค นิยมใช้โทนสีขาวดำที่ให้ความรู้สึกเรียบง่ายแต่เท่ และยังให้ความรู้สึกคลาสสิกเหมือนกับโทนสีของภาพถ่ายขาวดำของนักดนตรีรีรีอคในยุค 1970's





ภาพตัวอย่างหน้า profile ที่ใช้โทนสีชาวดำ

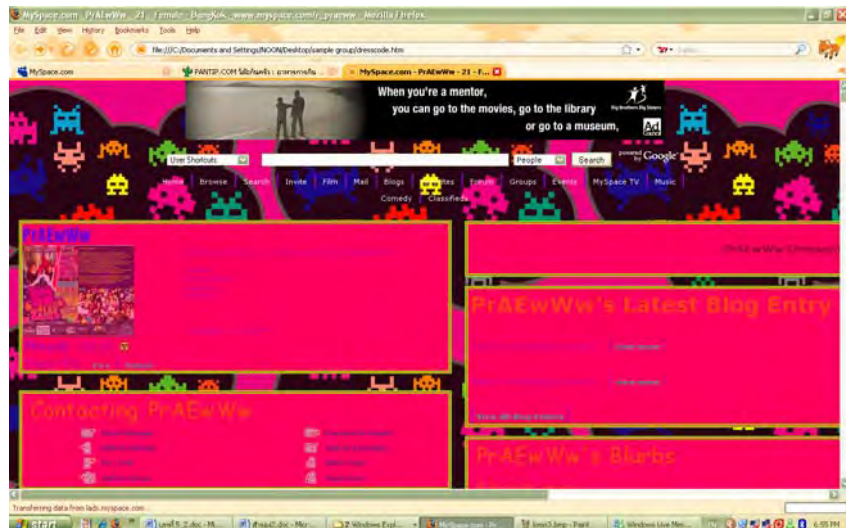
ในการตกแต่งหน้า profile ของตนเอง ส่วนที่พบจำนวนมากคือการใช้สีแท้หรือสีสด (solid colour) ที่เป็นแม่สีในหมวด CMYK<sup>52</sup> ใช้ในอุตสาหกรรมกราฟิกอย่างเช่น สีของหมึกพิมพ์ และหมวด RGB<sup>53</sup> ซึ่งเป็นสีที่ใช้ในเครื่องใช้ไฟฟ้าอย่างเช่น การปรับสีของโทรทัศน์ เครื่องเล่น วีดีโอ และกล้องดิจิทัล ทั้งสองหมวดเป็น โทนสีที่สดใสและจัดจ้านและเกี่ยวข้องกับ เครื่องใช้ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ซึ่งเป็นโทนสีที่บ่งบอกถึงแนวดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนการใช้สี สะท้อนแสง ซึ่งเป็นโทนสีที่ได้รับอิทธิพลจากสไตล์นัวร์ หรือแนวดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ และยุค 1980's กลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทนสีดังกล่าวมักจะเป็นผู้ที่ชื่นชอบแนวดนตรีอิเล็กทรอนิกส์แขนงต่างๆ หรือได้รับ อิทธิพลจากกระแสแฟชั่นในยุค 1980's ที่หวนกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง

<sup>52</sup> เป็นอักษรย่อจากชื่อสี Cyan (สีฟ้า) Magenta (สีชมพูแกมม่วง) Yellow (สีเหลือง) และ Key (สีดำ) เป็นหมวดสีในอุตสาหกรรมกราฟิกที่ ทั้งสี่สีคือแม่สีในการพิมพ์ที่สามารถนำมาผสมกันให้เกิดเป็นสีอื่นๆ ได้ เมื่อพิมพ์ลงบนวัสดุสีขาว

<sup>53</sup> เป็นอักษรย่อจากชื่อสี Red (สีแดง) Green (สีเขียว) และ Blue (สีน้ำเงิน) ซึ่งเป็นแม่สีของแสง ใช้ในหน้าจอแสดงสีของเครื่องใช้ไฟฟ้า อย่างเช่นการปรับสีของภาพจากโทรทัศน์ และคอมพิวเตอร์



ภาพตัวอย่างหน้า profile ที่ใช้โทนสี CMYK และ โทนสี RGB



ภาพตัวอย่างหน้า profile สีสะท้อนแสง

## 5.7 เพลงประกอบหน้า profile

การเลือกเพลงประกอบหน้า profile เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่ช่วยบ่งบอกรสนิยมทางด้านดนตรีของเจ้าของหน้า profile ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้จากการวิเคราะห์เนื้อหาหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยพบว่าประเภทของแนวดนตรีที่พบบนหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างมีดังต่อไปนี้

แนวดนตรี	จำนวนที่พบ
อินดี้ป๊อป	16
การาจร็อก	12
อิเล็กทรอนิกส์	8
บริทร็อก หรือบริทป๊อป	5
โพสต์ฟังก์	4
อินดี้ไทย	4
ไซคีเดอลิคร็อก	3
คลาสสิคร็อก	3
ป๊อปแดนซ์	2
ย้อนยุค 80's	2
เอ็กซ์เพอริเมนทอล	2
แกลมร็อก	1
เลาจน์	1
นิวเวฟ	1
อัลเทอร์เนทีฟ	1

หมายเหตุ : ตัวอักษรสีแดงแสดงแนวดนตรีที่ไม่อยู่ในกลุ่มแนวดนตรีนอกกระแส

#### ตารางแสดงเพลงประกอบหน้า profile

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าเพลงประกอบหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างมีหลากหลายแนวดนตรีด้วยกัน โดยมีแนวดนตรีอินดี้ป๊อป และการาจร็อกที่ถือเป็นแนวดนตรีที่ได้รับความนิยมสูงในระดับเดียวกัน รองลงมาคือแนวอิเล็กทรอนิกส์ บริทร็อกหรือบริทป๊อป ส่วนแนวดนตรีโพสต์ฟังก์และแนวดนตรีอินดี้ของไทย พบในจำนวนเท่ากัน กลุ่มต่อมาคือคลาสสิคร็อก และโฟลคป๊อปพบในจำนวนเท่ากัน ส่วนแนวดนตรีป๊อปแดนซ์ เพลงฮิตในช่วงปี 1980's และแนวดนตรีเอ็กซ์เพอริเมนทอล หรือแนวดนตรีเชิงทดลอง จัดว่าได้รับความนิยมในระดับเดียวกัน และกลุ่มท้ายสุดได้แก่ แนวดนตรีเลาจน์ และนิวเวฟ

ซึ่งในบรรดาเพลงประกอบหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพลงจากศิลปินฝั่งสหราชอาณาจักร (British Invasion) ศิลปินฝั่งอเมริกาโดยเฉพาะศิลปินจากมหานครนิวยอร์ก (New York Invasion) และศิลปินจากฝั่งยุโรป อย่างเช่น ฝรั่งเศส สวีเดน สเปน และอิตาลี พบศิลปินไทยเป็นส่วนน้อย ซึ่งเพลงของศิลปินไทยที่พบจะเป็นแนวดนตรีอินดี้ หรือแนวดนตรีนอกกระแส หรือเจ้าของหน้า profile ใช้ประชาสัมพันธ์ผลงานเพลงของตนเอง มากกว่าจะเลือกใช้เพลงประกอบหน้า profile เนื่องจากความชื่นชอบ

## 5.8 การเลือกวิดีโอประกอบหน้า profile

การเลือกวิดีโอประกอบหน้า profile ช่วยบ่งบอกถึงรสนิยมและอัตลักษณ์ของเจ้าของ เช่นเดียวกับเพลงประกอบหน้า profile โดยผู้วิจัยได้แบ่งประเภทไว้ดังต่อไปนี้

ประเภทของวิดีโอ	จำนวนที่พบ
มิวสิกวิดีโอแนวดนตรีอิเล็กทรอนิกส์	7
มิวสิกวิดีโอแนวดนตรีอัลเทอร์เนทีฟ	5
มิวสิกวิดีโอแนวดนตรีบริตป๊อป	5
มิวสิกวิดีโอแนวอินดี้ป๊อปหรือร็อก	5
ผลงานหนังสือหรือมิวสิกวิดีโอของตนเอง	5
มิวสิกวิดีโอแนวดนตรีการาร็อก	4
ภาพยนตร์โฆษณา	3
ฉากในภาพยนตร์	2
คลิปวิดีโอจากที่บ้าน	2
มิวสิกวิดีโอแนวดนตรีอินดี้ไทย	2
มิวสิกวิดีโอแนวดนตรีคลาสสิกร็อก	1
มิวสิกวิดีโอแนวโฟลคป๊อป	1
มิวสิกวิดีโอแนวโพสต์พังค์	1
ภาพยนตร์การ์ตูน	1
ผลงานวิดีโออาร์ต	1

หมายเหตุ : ตัวอักษรสีแดงแสดงวิดีโอในประเภทอื่นๆ

### ตารางแสดงวิดีโอประกอบหน้า profile

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมใช้มิวสิกวิดีโอเพลงนอกระแสมานาน  
 ต่างๆในการตกแต่งหน้า profile ซึ่งแนวดนตรีที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ แนวดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่ง  
 มักจะใช้กราฟฟิกที่แปลกตา สีฉูดฉาด หรือมีการเล่าเรื่องราวที่แตกต่างจากมิวสิกวิดีโอทั่วไป  
 อย่างเช่น มิวสิกวิดีโอเพลง D.A.N.C.E ของ Justice ที่ใช้การเล่าเรื่องราวโดยการเปลี่ยนกราฟฟิก  
 ทยอยสีของคอนสตรัคชันที่เดินมาด้วยกัน กลายเป็นภาพเคลื่อนไหวที่สนุกสนาน และทำให้เกิด  
 กระแสนิยมของสื่อโซเชียลโดยเริ่มจากกลุ่มวัยรุ่นที่ชอบฟังดนตรีแนวนี้ และได้ดูมิวสิกวิดีโอ  
 เพลงนี้ จากนั้นจึงแพร่หลายไปในวงกว้างมากขึ้น

ส่วนมิวสิกวิดีโอแนวดนตรีอื่นๆ ที่พบรองลงมาได้แก่ แนวดนตรีอัลเทอร์เนทีฟในยุค 1990's  
 อย่างเช่น The Stone roses, Red Hot Chilli Pepper และ Manic Street Preachers เป็นต้น แนว  
 ดนตรีบร็อกหรือบร็อก อย่างเช่น มิวสิกวิดีโอของ Jarvis Cocker อดีตนักร้องนำวง Pulp Brett  
 Anderson อดีตนักร้องนำวง Suede และ Radiohead เป็นต้น และแนวดนตรีอินดี้ป๊อป หรือ  
 อินดี้ร็อก อย่างเช่น วง The Birds and The Bees, King of Convenience และ Tahiti 80 เป็นต้น และ  
 มิวสิกวิดีโอแนวการจ้อกก็ถือว่าพบในจำนวนใกล้เคียงกัน ไม่ว่าจะเป็นมิวสิกวิดีโอของวง Kings  
 of Leon, Babyshambles และ The Pigeon Detectives เป็นต้น

สำหรับแนวดนตรีที่พบในกลุ่มตัวอย่างเป็นส่วนน้อยได้แก่ แนวดนตรีอินดี้ไทย หรือแนว  
 ดนตรีนอกระแสของศิลปินไทย อย่างเช่นวง Desktop Error ส่วนที่พบน้อยที่สุดคือมิวสิกวิดีโอ  
 แนวดนตรีคลาสสิกร็อก แนวดนตรีโฟลคป๊อป และแนวดนตรีโพสต์ฟังก์

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่ามิวสิกวิดีโอประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากมิวสิกวิดีโอของศิลปิน โดยที่  
 พบมากที่สุดคือ ผลงานหนังสือหรือมิวสิกวิดีโอที่เจ้าของหน้า profile เป็นผู้ผลิตเอง ภาพยนตร์  
 โฆษณาแนวตลกขบขัน ซึ่งส่วนมากเป็นภาพยนตร์โฆษณต่างประเทศ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่สนใจ  
 เรื่องภาพยนตร์เป็นพิเศษจะใช้วิดีโอเป็นคลิปบางฉากของหนังที่ตนเองชื่นชอบ ซึ่งที่พบเป็นหนัง  
 นอกระแสจากฝั่งยุโรป อย่างเช่น ภาพยนตร์เรื่อง “Control” ซึ่งเป็นภาพยนตร์อัตชีวประวัติของวง  
 ดนตรี ส่วนคลิปวิดีโอจากทางบ้านส่วนมากเป็นคลิปวิดีโอแนวตลกขบขันเช่นเดียวกัน ต่อมาก็คือ

ภาพยนตร์การ์ตูนต่างประเทศที่เคยได้รับความนิยมในยุค 1980's เรื่อง “Barba Papa” และท้ายสุดคือ งานวีดีโออาร์ตของศิลปินต่างประเทศ

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าการเลือกใช้วีดีโอประกอบหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างแสดงถึงการเลือกใช้สื่อมาตกแต่งหน้า profile ของตนเอง เพื่อแสดงอัตลักษณ์ของตนเอง โดยหยิบยืมอัตลักษณ์ของศิลปินมาประยุกต์เป็นอัตลักษณ์ตนเอง ซึ่งประกอบไปด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์ทางด้านรสนิยมด้านดนตรีนอกกระแส ที่สามารถรวมอยู่ในอัตลักษณ์กลุ่มเดียวกันได้ รวมไปถึงการเสือกวีดีโอประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากมิวสิควีดีโอที่เน้นอารมณ์ขันไม่เน้นเนื้อหาสาระที่มีแก่นสาร และบ่งบอกถึงการโหยหาอดีต อย่างเช่น ภาพยนตร์การ์ตูนในยุค 1980's ที่ถือเป็นช่วงเวลาในวัยเยาว์ของเจ้าของหน้า profile

## 5.9 การใช้ภาษา

สำหรับการใช้ภาษาในการ comment ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้จำแนกประเภทไว้ดังต่อไปนี้

การใช้คำศัพท์	เนื้อหาที่พบ
ศัพท์แสลงวัยรุ่น	จีบ, แนว, วัยรุ่น, สาว
ศัพท์แสลงที่เกี่ยวกับการไปปาร์ตี้	ซิ่ง, ดิด, ตืด, รั้ว, เฮียน, เรือน, ร็อคสตาร์, เซเลบ
ศัพท์แสลงอังกฤษ	bloody, mate, fellas, dude

ตารางแสดงการใช้คำศัพท์เฉพาะ

คำศัพท์วัยรุ่นที่พบบนหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนมากเป็นคำคุณศัพท์ที่ใช้ในการชื่นชมผู้อื่น โดยกลุ่มคำศัพท์ที่มีความหมายว่าโก้เก๋มากที่สุดเช่นคำว่า “จีบ” และคำว่า “ แนว” เป็นต้น คำว่า “จีบ” หมายถึง โก้เก๋ หรือ เท่ ใช้ในเชิงล้อเลียนว่าเป็นคำที่เคยเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในหมู่วัยรุ่นในยุค 90's ซึ่งเป็นยุคที่กลุ่มตัวอย่างเริ่มเติบโตเป็นวัยรุ่น และเคยมีประสบการณ์ร่วมกันในยุคนั้น ส่วนคำว่า “แนว” มักจะใช้ในเชิงเสียดสีล้อเลียนตนเองมากกว่าเป็นคำชื่นชมอย่างแท้จริง เนื่องจากคำว่า “แนว” มาจากคำนิยามที่สังคมตั้งให้กลุ่มคนที่มีรสนิยมเฉพาะ

ไม่ตามกระแส มีแนวทางเฉพาะตน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะตรงกับคำนิยามดังกล่าวไม่นิยมใช้คำนี้ตามที่สังคมกำหนดความหมายเท่าไรนัก เนื่องจากไม่ชอบให้สังคมมาตั้งคำจำกัดความให้กับตนเอง

ส่วนการใช้เป็นคำสรรพนามส่วนมากใช้ในการทักทาย เช่น “หวัดดี วัยรุ่น!” สามารถแสดงถึงความเป็นพวกเดียวกัน กล่าวคือ การใช้สรรพนามว่าวัยรุ่นไม่จำกัดว่าจะใช้กับคนอายุ 13-20 ปีเท่านั้น ถ้าเป็นคนที่เป็สมาชิกในเครือข่าย myspace.com และชอบไปเที่ยวปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสก็ถือว่าเป็น “วัยรุ่น” หมายถึง เป็นคนทันสมัยและโก้เหมือนกัน คล้ายกับการใช้คำสรรพนามว่า “สาว” ที่พบบ่อยในการทักทายในกลุ่มตัวอย่างผู้หญิง มีนัยยะใกล้เคียงกับคำว่า “วัยรุ่น” ในบริบทของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนศัพท์แสลงที่เกี่ยวกับการไปปาร์ตี้ ได้แก่ ซิ่ง, ตี้ด, ดิด, ร็อคสตาร์ และ เซเลบ โดยคำว่า ซิ่ง, ตี้ด และดิด มีความหมายใกล้เคียงกันคือ การเดินและการไปปาร์ตี้ อย่างเช่น ตี้ด เป็นได้ทั้งคำกริยาแปลว่า เดิน หรือคำคุณศัพท์หมายถึง เพลงอิเล็กทรอนิกส์ที่มีจังหวะเหมาะกับการเดินรำ คำว่า “ซิ่ง” เป็นคำกริยาหมายความว่า การออกไปเที่ยวกลางคืนหรือการไปปาร์ตี้ เช่น “คืนไม่ไปซิ่งไหนหรือ” คำว่า “ดิด” เป็นคำกริยาหมายถึง การสนุกสนานอย่างเต็มที่ แล้วแสดงออกด้วยการเดินรำอย่างบ้าคลั่ง อย่างเช่น “เมื่อคืนไป Dude มาดิดสุดๆ” ส่วนคำว่า “รั่ว”, “เซี่ยน”, “เรื่อน” ใช้ในความหมายใกล้เคียงกันหมายถึง ความบ้าคลั่ง เสียสติ แต่มักจะใช้ขยายความอาการเมานขาดการควบคุมความประพฤติตนเอง อย่างเช่น “เมื่อคืนเมารั่วเลยนะ”

ทั้งนี้คำศัพท์แสลงที่เกี่ยวข้องกับการไปปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส ยังมีกลุ่มคำคุณศัพท์ที่มีที่มาจากคำศัพท์ภาษาอังกฤษใช้เรียกบุคคลที่มีชื่อเสียง คือคำว่า “ร็อคสตาร์” และ “เซเลบ” ซึ่งคำว่า “ร็อคสตาร์” ในภาษาอังกฤษใช้เรียกศิลปินที่เล่นเพลงแนวร็อค แต่ในกลุ่มตัวอย่างใช้เป็นคำแทนการใช้ชีวิตแบบร็อคสตาร์ อย่างเช่นอาการเมานขาดสติ การเป็นที่ชื่นชอบในหมู่ผู้หญิง เป็นต้น ส่วนคำว่า “เซเลบ” มาจากคำว่า “Celebrity” แปลว่าบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงสังคม ส่วนคำว่า “เซเลบ” ในที่นี้หมายถึง บุคคลที่ไปงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสบ่อยครั้ง หรือเข้าไปทักทายคุยกับเพื่อนในเครือข่าย myspace จนคนส่วนมากจำได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการดนตรีหรือวงการอื่นๆ

และการใช้ศัพท์สแลงภาษาอังกฤษ ซึ่งศัพท์สแลงที่พบในเนื้อหาบนหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นศัพท์สแลงที่มาจากภาษาอังกฤษแบบอังกฤษแท้ ไม่ใช่ภาษาอังกฤษแบบอเมริกันที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายมากกว่าแบบอังกฤษแท้ อย่างเช่นคำว่า “dude”, “bloody”, “mate” และ “luv” ซึ่งคำว่า “dude” และคำว่า “mate” ใช้ในความหมายเดียวกัน เป็นคำสรรพนามที่แปลว่าเพื่อน ส่วนคำว่า “bloody” เป็นคำสบถใช้ในความหมายใกล้เคียงกับคำว่า “ฉิบหาย” หรือ “โคตร” ในภาษาไทย

นอกจากนั้นยังพบว่ามีการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเองด้วยการใช้ภาษา ได้แก่การเว้นวรรคคำ ซึ่งเอกลักษณ์ในการเว้นวรรคที่พบในกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว มีลักษณะการเว้นวรรคเหมือนการเขียนประโยคในภาษาอังกฤษ โดยการใช้การเว้นวรรคในทุกคำ อย่างเช่น “เมื่อ ลีน ไป dude มาเปล่า” ถือเป็นการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตนทำให้ผู้จดจำตนเองได้ง่ายยิ่งขึ้น และยังแสดงถึงการได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมอังกฤษอีกด้วย

#### 5.10 การใส่เนื้อหาภายในบล็อก (blog)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาโดย coding sheet ผู้วิจัยพบว่ามีเพียงกลุ่มตัวอย่างเพียงส่วนน้อยคือ มีกลุ่มตัวอย่างเพียง 10 หน้า profile จาก 80 หน้า profile โดยนิยมเขียนด้วยภาษาอังกฤษ เพื่อให้ชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมสามารถเข้าใจเนื้อหาภายในบล็อกได้ ส่วนทางด้านเนื้อหาภายในบล็อกนั้นผู้วิจัยสามารถแบ่งประเภทของเนื้อหาได้ดังต่อไปนี้

ลักษณะเนื้อหา	จำนวนที่พบ
เรื่องเกี่ยวกับรสนิยมเฉพาะทางด้านดนตรี	6
เรื่องส่วนตัว	5
เรื่องเกี่ยวกับปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส	4

ตารางแสดงลักษณะเนื้อหาภายในบล็อก

ผู้วิจัยพบว่าลักษณะเนื้อหาทั้งสามประเภท ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับรสนิยมเฉพาะทางด้านดนตรี เรื่องส่วนตัว และเรื่องเกี่ยวกับปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส ซึ่งลักษณะเนื้อหาที่พบมากที่สุด



คือเนื้อหาที่เกี่ยวกับรสนิยมเฉพาะทางด้านดนตรี เช่น การเขียนเนื้อเพลงที่ตนเองชอบ การเล่าถึงวงดนตรีที่ตนเองกำลังชื่นชอบ การเผยแพร่ภาพเขียนรูปศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ เป็นต้น

Tuesday, March 21, 2006

Onward QUIZ-tian Soldiers....

Current mood: 😊good

Fun Quiz taken from P'Note DUDE/SWEET and my answers below : 😊

Which bands/artist do you own the most albums by?

Oasis and U2

What was the last song you listened to?

No Style – The Chalets

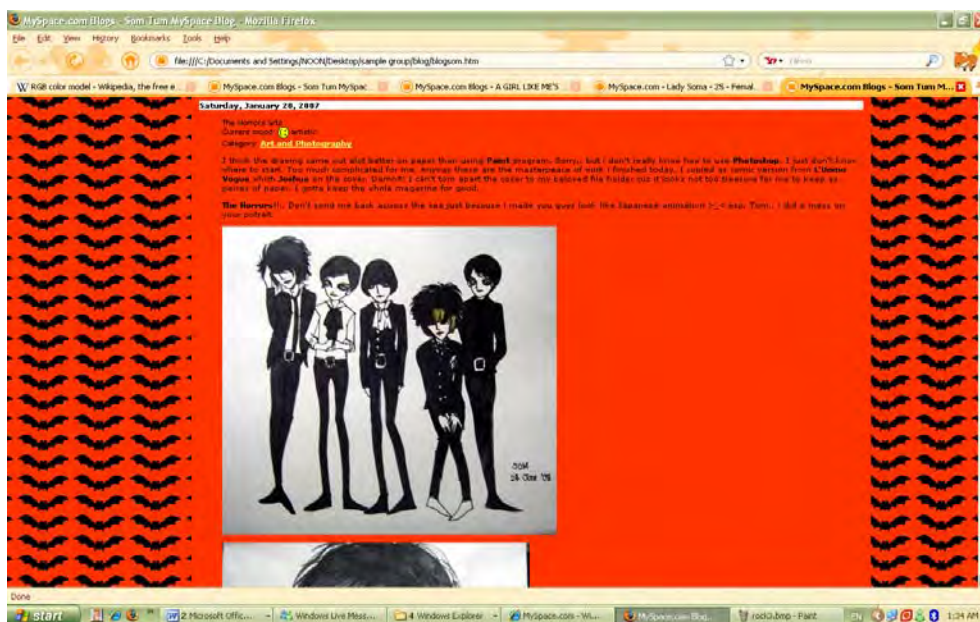
What's in your CD player right now?

Vanilla - Flure

What was the last show you attended?

100 Bangkok Rock Concert !!!! oh no ..it was DUDE/SWEET Party with FROG  
( is that count?)

ตัวอย่างเนื้อหาเกี่ยวกับรสนิยมเฉพาะทางด้านดนตรีที่พบในบล็อกของกลุ่มตัวอย่าง




ภาพแสดงการเผยแพร่ผลงานภาพเขียนรูปศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ

ส่วนการเขียนเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวนั้น ส่วนมากเป็นการเล่าถึงชีวิตการทำงาน อย่างเช่นการแสดงทัศนคติต่อด้านการทำงานประจำ หรือเรียกว่าการเป็นมนุษย์เงินเดือน ซึ่งการเล่าเรื่องมักจะสอดแทรกประโยคในเนื้อเพลงลงไปด้วย อย่างเช่น การตั้งชื่อเรื่องภายในบล็อกว่า “Choose Life” ซึ่งเป็นประโยคที่ใช้ในเพลงประกอบภาพยนตร์เรื่อง Trainspotting โดยที่เนื้อหาภายในหัวข้อนั้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับความเบื่อหน่ายในการทำงาน และการเปลี่ยนอาชีพ

*Sunday, May 07, 2006*

*this is for the poor*

*Current mood:*  *angry*

*Category:* *Life*

*choose job, choose life? i wish. when you get a job in a service industry. customers are gods. what we're to them? slaves? could be. some people are different i know but so many never give us a shit. they just see us as*

***rubbish***

*ตัวอย่างเนื้อหาที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวที่พบในพื้นที่บล็อก*

สำหรับเนื้อหาเกี่ยวกับปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสนั้น พบว่าส่วนมากเป็นเล่าประสบการณ์ในการไปเที่ยวปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส การได้พบปะผู้คน และทัศนคติที่ตนเองมีต่อปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส อย่างเช่น การแสดงความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์กระแสนิยมการมาเที่ยวปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส โดยการเล่าถึงประสบการณ์การไปเที่ยวปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสนั้น แล้วให้ความเห็นว่าเป็นงานปาร์ตี้ที่ดีเนื่องจากมีแต่คน “cool” ไป ซึ่งผู้เขียนได้นิยามความหมายของคำว่า “cool” ในที่นี้ว่าหมายถึง คนที่ชอบคนตรีนอกกระแสน้อยอย่างแท้จริง ไม่ได้ชอบเพราะกระแสนิยม หรือมาเที่ยวปาร์ตี้เพื่อแต่งตัวแข่งกัน อีกลักษณะหนึ่งคือการนำรูปภาพบรรยากาศงานปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสนั้นตนเองได้ไปอัปโหลดใส่ไว้ในบล็อกให้ผู้อื่นเข้ามาเยี่ยมชมได้

Sunday, May 27, 2007

ADULT PARTY

มี  
อ  
ผู้  
วิ  
ๆ  
คู่  
อ  
ค  
ล  
ก

90% of friends who joined there being a cool one..i said as i have seen..both of farang and Thai..its not like lots of parties now that some of people joining there and they just though 'we go party..we look cool' .. friends who went to a party lst nite not being like that..i could say they are cool!! and i could feel they're into a music from their heart and their life..**NOT JUTS GOING TO A PARTY CZ ITS A FASHION'**

อ  
ค  
ล  
ก

ตัวอย่างเนื้อหาภายในบล็อกที่เกี่ยวกับปาร์ตี้คนตริ้นอก  
กระแส

### 5.11 อัตลักษณ์กลุ่มที่แสดงออกทางหน้า profile

จากการวิเคราะห์เนื้อหาบนหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 80 หน้า profile ผู้วิจัยพบว่า การแสดงออกถึงออกอัตลักษณ์กลุ่มปาร์ตี้คนตริ้นอกกระแสผ่านทางพื้นที่หน้า profile ภายในเว็บไซต์ myspace.com มีดังต่อไปนี้

#### รูปลักษณ์ภายนอก

อัตลักษณ์กลุ่มทางด้านรูปลักษณ์ภายนอกของกลุ่มตัวอย่าง แสดงออกผ่าน การแต่งกายและทรงผมที่ยึดตามสไตล์เฉพาะของแนวคนตริ้นอกกระแสที่ตนเองชื่นชอบ หรือ ศิลปินในแนวดนตรีที่ตนเองชอบ โดยแบ่งออกเป็นแนวอินดี้ร็อก และแนวนูเรพ ตามแนวคนตริ้นอกกระแสที่เปิดในงานปาร์ตี้ของแต่ละกลุ่ม แสดงออกผ่านทางสไตล์เฉพาะที่พบในภาพแทนตน (display picture) และภาพในอัลบั้มภาพ การแต่งกายของกลุ่มตัวอย่างยัง

เป็นการนำเครื่องประดับและเครื่องแต่งกายในยุคสมัยต่างๆ ทั้งยุค 60's, 70's และ 80's มาผสมผสานเป็นสไตล์เฉพาะตัว

ส่วนลักษณะท่าโพสต์การโพสต์แบบแฟชั่นที่พบในอัลบั้มภาพของกลุ่มตัวอย่าง เป็นการโพสต์ที่แสดงออกถึงรูปลักษณ์ภายนอกด้วยการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ด้วยใช้อองค์ประกอบที่ช่วยเสริมอัตลักษณ์ทั้งด้านทรงผม การแต่งหน้า เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ ช่วยในการเสริมสร้างอัตลักษณ์ที่เน้นการนำเสนอภาพลักษณ์ในแนวทางที่ผู้อื่นยอมรับว่าเป็นมีอัตลักษณ์ที่ถือเป็นอัตลักษณ์กลุ่มร่วมกัน เช่นเดียวกับลักษณะการโพสต์แบบเลียนแบบศิลปิน ซึ่งต้องอาศัยองค์ประกอบทางด้านการแต่งกายและการแต่งหน้าเช่นกัน เพื่อให้มีรูปลักษณ์ที่คล้ายคลึงกับศิลปินที่ชื่นชอบ

และจากการวิเคราะห์ถึงการเลือกใช้โทนสีในการตกแต่งหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การเลือกใช้โทนสีเป็นสัญลักษณ์ที่สามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ในรูปแบบวัฒนธรรมย่อยทางด้านดนตรี โดยการนำสไตล์ของวัฒนธรรมย่อยทางด้านดนตรีฝั่งตะวันตกในช่วงค.ศ. 1960-1980 มาปรับใช้เพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง สามารถแบ่งแยกย่อยออกเป็นอัตลักษณ์แบบอินดี้ร็อกที่เน้นใช้ความคลาสสิกของสีชาวดำ และการใช้โทนสีสะท้อนแสงถือเป็นการนำสไตล์ของแนวดนตรีนูเรฟมาประยุกต์ใช้เพื่อเสริมอัตลักษณ์ทางด้านรสนิยมให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์กลุ่มทางด้านรูปลักษณ์ภายนอกเช่นเดียวกับรูปลักษณ์ภายนอกทางด้านทรงผม การแต่งกาย และเครื่องประดับ

ซึ่งจากข้อมูลในส่วนดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าภายในหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบไปด้วยอัตลักษณ์ที่หลากหลายไปตามแนวดนตรีนอกระแส หรือศิลปินนอกระแสต้นแบบที่กลุ่มตัวอย่างรับเอาสไตล์เฉพาะของศิลปินผู้นั้น แต่ก็สามารถอยู่รวมในกลุ่มเดียวกันได้

### การแสดงออก

สถานที่ที่กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสมารถแสดงออกได้อย่างเต็มที่คือการไปปาร์ตี้คนตรีนอกระแส ซึ่งเป็นพื้นที่ได้สังสรรค์กับกลุ่มคนที่มีรสนิยมเดียวกัน ซึ่งการแสดงออกในการปาร์ตี้คนตรีนอกระแสผ่านพื้นที่บนหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงออกผ่านพื้นที่ภาพแทนตน (display picture) และภาพในอัลบั้มภาพ โดยแสดงออกผ่านทางลักษณะการโพสต์ท่าแบบนักปาร์ตี้ ที่ประกอบไปด้วย การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ การเดินร่าที่ไม่มีรูปแบบตายตัว ประกอบกับองค์ประกอบภายในภาพที่บ่งบอกถึงความเป็นนักปาร์ตี้ อย่างเช่น แสงเลเซอร์ แบ็กไลท์ และขวดเบียร์ ซึ่งพื้นที่ภายในหน้า profile ที่กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงออกถึงความเป็นนักปาร์ตี้ได้มากที่สุดก็คือพื้นที่อัลบั้มภาพ ที่กลุ่มตัวอย่างมักจะเก็บภาพที่ตนเองไปสังสรรค์กับเพื่อนๆ ภายในงานปาร์ตี้คนตรีนอกระแสดังกล่าว โดยแยกย่อยไว้เป็นอัลบั้มสำหรับภาพงานปาร์ตี้โดยเฉพาะ

### ภาษา

อัตลักษณ์กลุ่มทางด้านการใช้ภาษา ประกอบไปด้วยการใช้ศัพท์เฉพาะในการ comment หน้า profile ของสมาชิกคนอื่น ศัพท์เฉพาะของกลุ่มแลดูคล้ายศัพท์วัยรุ่นทั่วไป ซึ่งคำศัพท์ในหมวดหมู่ดังกล่าวมีการใช้ในเชิงเสียดสีและโหยหาอดีต อย่างเช่น คำว่า “จ๊าบ” ซึ่งเป็นคำที่นิยมใช้ในช่วงปี.ศ.1990 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากยังอยู่ในวัยเด็ก หรือวัยรุ่นตอนต้น จึงเป็นช่วงเวลาในอดีตที่กลุ่มตัวอย่างย้อนระลึกถึงอยู่เสมอ ซึ่งการใช้คำศัพท์ดังกล่าวสามารถให้ความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน และเคยมีประสบการณ์ร่วมกันได้

นอกจากนี้ยังมีการปฏิเสธคำนิยามที่สังคมนิยามให้ ได้แก่ การใช้คำว่า “แนว” ในบริบทของกลุ่มตัวอย่างไม่ได้ใช้เป็นคำชมแต่มักจะใช้ในเชิงเสียดสี ล้อเลียน คำนิยามดังกล่าว แสดงถึงการปฏิเสธคำจำกัดความอัตลักษณ์ของกลุ่มที่สังคมกำหนดให้ แต่ก็ไม่ได้ต่อต้าน เพียงแต่มองว่าการใช้คำจำกัดความดังกล่าวไม่สามารถใช้นิยามอัตลักษณ์ของตนเองได้ เพราะกลุ่มตัวอย่างเชื่อในความหลากหลายของอัตลักษณ์ภายในสังคม

การทำทายกรอบกฎเกณฑ์และค่านิยมของสังคมยังคงปรากฏให้เห็นในการใช้คำศัพท์ อย่างเช่นคำว่า “วัยรุ่น” ที่ในบริบทของกลุ่มตัวอย่าง “วัยรุ่น” ไม่จำเป็นต้องมีอายุตามที่สังคมกำหนด คนที่บริโภคสื่อ แต่งกาย และใช้ชีวิตในแบบที่กลุ่มตัวอย่างเป็นอยู่ก็สามารถเรียกว่า “วัยรุ่น” ได้เช่นเดียวกัน เพราะถือว่าเป็นคนที่ใช้ชีวิตที่เน้นการแสวงหาความสุข ไม่ทำตัวเคร่งเครียด กระทบสิ่งที่สังคมมองว่าบ้าคลั่ง และไร้แก่นสารได้เฉกเช่นเดียวกับคนที่อยู่ในวัยรุ่นอย่างแท้จริง

สำหรับการเว้นวรรคคำทุกคำทำให้เกิดรูปประโยคแบบประโยคในภาษาอังกฤษ นั่นถือเป็นการทำทายกฎเกณฑ์ที่ยึดถือปฏิบัติกันมาเช่นเดียวกัน แต่ยังเป็นการผสมผสานรูปแบบการเขียนประโยคอังกฤษเข้ากับภาษาไทย ทำให้เกิดอัตลักษณ์เฉพาะตน ที่เป็นเสมือนกระบวนการทำให้เป็นวัฒนธรรมท้องถิ่น (localization) ได้อีกทางหนึ่ง และยังทำให้ตนเองเป็นที่จดจำได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

### วิถีชีวิต และค่านิยม

จากการวิเคราะห์เนื้อหาบนหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างแสดงในส่วนข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจทั่วไปแสดงให้เห็นวิถีชีวิตของสมาชิกในกลุ่มปาร์ตี้คืนตรีนอก กระแสนั้นไปในทางการแสวงหาความสุขใส่ตนดังต่อไปนี้

#### 1. วิถีชีวิตในการเข้าร่วมงานปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแส

การสังสรรค์กินดื่มในร้านที่เปิดเพลงหรือมีการแสดงสดตามแนวดนตรีที่ตนเองชื่นชอบแสดงออกทั้งในส่วนข้อมูลความสนใจทั่วไป และการเลือก top friend ที่บ่งบอกถึงวิถีชีวิตและรสนิยมของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการเลือกสถานที่สังสรรค์อย่างเช่น ฝัฟที่เปิดเพลงในแนวดนตรีนอกกระแส และกลุ่มปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแสเป็น top friend ลักษณะการโพสต์แบบนักปาร์ตี้ทั้งในภาพแทนตน (display picture) และอัลบั้มภาพ

## 2. ค่านิยมในการฟังเพลงนอกระแส

สำหรับค่านิยมในการฟังเพลงนอกระแสของกลุ่มตัวอย่าง แสดงออกผ่านทาง การเลือกเพลง และวิดีโอประกอบหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างแสดงถึงการเลือกใช้เพลงแสดงอัตลักษณ์เฉพาะคนที่ หลากหลาย แต่ยังคงเป็นแนวดนตรีที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน หมายถึงเป็นแนวดนตรีนอกระแสจาก ต่างประเทศ เป็นแนวดนตรีที่พยายามผสมผสานแนวดนตรีทั้งแนวดนตรีของวัฒนธรรมกระแสหลัก และแนวดนตรีที่เป็นวัฒนธรรมย่อย หลากหลายแนวเข้าด้วยกันจนเกิดแนวดนตรีใหม่ ที่ไม่มีเส้นแบ่ง ชนชั้นแนวดนตรี การเลือกแนวดนตรีที่หลากหลายภายในกลุ่มตัวอย่าง แสดงถึงอัตลักษณ์ทางด้านรสนิยมที่หลากหลายภายในกลุ่ม และการไม่จำกัดตนเอง ยอมรับความแตกต่างภายในกลุ่ม

## 3. วิธีชีวิตและค่านิยมที่แสดงออกถึงความชื่นชอบงานศิลปะ

แสดงออกผ่านทาง การเข้าชมนิทรรศกาลศิลปะ การสร้างงานศิลปะด้วยตนเองด้วยการนำสิ่งที่ตนเองชื่นชอบมาปะติดเข้าด้วยกันกลายเป็นงานศิลปะของตัวเอง โดยใช้พื้นที่ภายในอัลบั้มภาพเป็นสื่อกลางในการ รวมถึงความชื่นชอบในการถ่ายภาพที่ถือเป็นงานศิลปะแขนงหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในการถ่ายภาพอย่างจริงจังโดยใช้พื้นที่ในอัลบั้มภาพเป็นพื้นที่ในการแสดงผลงานภาพถ่ายของตน

## 4. ค่านิยมทางด้านแฟชั่น

แสดงออกผ่านทางภาพแทนตน (display picture) และอัลบั้มภาพ โดยได้รับอิทธิพลจากภาพในนิตยสารแฟชั่นต่างประเทศ ภาพที่ปรากฏบนหน้านิตยสารต่างประเทศที่น่าเสนองานแฟชั่นชั้นสูงสำหรับวัยรุ่น โดยนำมาดัดแปลงในรูปแบบของตนเองกลายเป็นแฟชั่นแบบสตรีทแฟชั่น ค่านิยมทางด้านแฟชั่นดังกล่าวแสดงออกผ่านทางลักษณะการโพสต์แบบแฟชั่นที่พบในภาพแทนตน (display picture) และอัลบั้มภาพ และการเลือกองค์กรเกี่ยวกับแฟชั่นอย่างเช่น นิตยสารที่ชื่นชอบและแบรนด์ที่ชื่นชอบ เป็น top friend บนหน้า profile

## 5. ค่านิยมในการใช้ชีวิต

ส่วนเนื้อหาภายในบล็อกของกลุ่มตัวอย่างแสดงถึงการตั้งคำถามเกี่ยวกับความเชื่อและค่านิยมที่ประพฤติปฏิบัติกันมาแต่เดิมที่ถือเป็นค่านิยมกระแสหลัก ดังเช่นที่ปรากฏในเนื้อหาที่แสดงทัศนคติต่อต้านการทำงานประจำ ตั้งคำถามว่าการเป็นพนักงานบริษัทนั้นเป็นทางเลือกที่ถูกต้องในการดำรงชีวิตหรือไม่ และมนุษย์เรามีทางเลือกอื่นหรือไม่ อีกทั้งข้อมูลในส่วนบุคคลที่ชื่นชมยังแสดงถึงการไม่ปฏิเสธค่านิยมกระแสหลักเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนมากยังคงยึดสถาบันหลักของสังคมเป็นแบบอย่างอยู่เป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ที่ขัดแย้งในตัวเองที่มีอยู่ในค่านิยมและการใช้ชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง

อีกทั้งยังมีเนื้อหาที่แสดงถึงค่านิยมที่เชื่อว่าชุมชนควรจะประกอบไปด้วยความหลากหลาย ดังเนื้อหาในบล็อกของกลุ่มตัวอย่างที่ตั้งคำถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของผู้มาร่วมงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสที่เริ่มกลายเป็นอัตลักษณ์ที่มีรูปแบบตายตัว ซึ่งในทัศนะของผู้เขียนบล็อกไม่ต้องการให้เป็นเช่นนั้น ถือเป็นความต้องการดำรงไว้ซึ่งความหลากหลายของอัตลักษณ์ภายในกลุ่มอีกด้วย

### 5.12 อัตลักษณ์กลุ่มที่ปรากฏในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส

นอกเหนือจากการวิเคราะห์เนื้อหาหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 80 หน้า profile ผู้วิจัยยังได้ทำการสังเกตการณ์จากสถานที่จริง (field observation) โดยการเข้าร่วมงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสของกลุ่มปาร์ตี้ที่ได้เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อสังเกตการณ์บรรยากาศ และพฤติกรรมที่บ่งชี้ถึงอัตลักษณ์กลุ่มของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส ซึ่งงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสที่ผู้วิจัยเลือกเข้าร่วมเพื่อสังเกตการณ์ในสถานที่จริงมีดังต่อไปนี้

- Dudesweet 5<sup>th</sup> Anniversary เมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2550 สถานที่ Club Culture
- Happy Alone, Red Party “ประชาชนชาวรีดต้องมาก่อน” เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2550 สถานที่ Coloc



- Project Mayhem, Winter Killing Me Softly เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2550  
สถานที่ Café de Moc
- Coco night, Bizarre Safari เมื่อวันที่ 26 มกราคม 2551 สถานที่ Club  
Culture
- Dudesweet With Stolichnaya Russian Vodka เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2551  
สถานที่ 808 RCA
- Club Soma presents D.A.N.C.E and Shut up เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2551  
สถานที่ Club Culture

โดยผู้วิจัยได้แบ่งหัวข้อในการสังเกตการณ์จากสถานการณ์จริงออกเป็น 4 หัวข้อด้วยกัน ประกอบไปด้วย การตกแต่งภายในงาน เพลงที่เปิดภายในงาน กิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นภายในงาน และลักษณะบุคคลที่มาร่วมงาน ซึ่งรายละเอียดดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

#### 5.12.1 การตกแต่งภายในงาน

ในการจัดงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสแต่ละครั้ง ย่อมมีการกำหนดแนวคิดหลัก (theme) ของงาน ซึ่งมีความสำคัญมากในการดึงดูดให้คนมาร่วมงานปาร์ตี้ และถ้าหากการตกแต่งภายในงานเข้ากับแนวคิดหลักของงานปาร์ตี้ได้เป็นอย่างดีแล้ว ย่อมมีส่วนช่วยในการส่งเสริมให้บรรยากาศภายในงานปาร์ตี้มีความสนุกสนาน ผู้ที่มาร่วมงานพึงพอใจ และรู้สึกว่าจะตรงกับความต้องการของตนเอง ทำให้รู้สึกอยากเข้าร่วมงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสของกลุ่มนี้อีกครั้ง ซึ่งจากการสังเกตการณ์ของผู้วิจัยพบว่า การตกแต่งภายในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสสามารถแบ่งได้ตามลักษณะดังต่อไปนี้

##### การตกแต่งด้วยภาพกราฟฟิกเคลื่อนไหว (visual graphic)

การตกแต่งด้วยภาพกราฟฟิกเคลื่อนไหว (visual graphic) ถือเป็น การตกแต่งที่เป็นที่นิยมในกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส เนื่องจากสามารถเลือกสไตล์

ภาพได้ตรงกับแนวคิดหลักของงานปาร์ตี้ ทั้งยังเปลี่ยนภาพได้ตามจังหวะเพลง สร้างบรรยากาศที่สนุกสนาน ช่วยสร้างอารมณ์ร่วมของผู้ร่วมงานได้อย่างดี

ซึ่งสไตล์ของกราฟฟิกโมชันในแต่ละกลุ่มงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส ล้วนแตกต่างกันไปตามแนวคิดหลัก ยกตัวอย่างเช่น ภาพกราฟฟิกโมชันของงาน Happy Alone ตอน “Red Party ประชาชนชาวรีดต้องมาก่อน“ แนวคิดหลักของงานคือการนำบรรยากาศการเลือกตั้งที่กำลังจะมีขึ้นภายในไม่กี่วันถัดจากวันที่จัดงานปาร์ตี้มาเชื่อมโยงเข้ากับงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส ที่เลดูเป็นสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องการเมืองแต่อย่างใด



ภาพกราฟฟิกเคลื่อนไหว (visual graphic) ภายในงาน Happy Alone Red Party

ซึ่งการแสดงภาพกราฟฟิกโมชันภายในงานนี้สามารถสื่อถึงแนวคิดหลักของงานและทัศนคติทางการเมืองและสังคมของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส Happy Alone ได้อย่างชัดเจน โดยภาพที่พบในการแสดงกราฟฟิกเคลื่อนไหว

ภายในงานประกอบไปด้วย การเสียดสีสังคม โดยเฉพาะสังคมสหรัฐอเมริกา อย่างเช่น ภาพประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา ต่อด้วยภาพสงครามอิรัก ภาพการประท้วง เสริมด้วยการใช้เทคนิคภาพขาวดำและจังหวะการตัดต่อภาพที่รวดเร็วจับไว ทำให้เกิดความรู้สึกสับสนวุ่นวาย สื่อถึงทัศนคติในแง่ลบที่มีสหรัฐอเมริกา และการเสียดสีระบบทุนนิยม อย่างเช่น ภาพเงินไหลจากเครื่องสล็อตแมชชีน ภาพคนตั้งในวงการฮอลลีวู้ด และภาพการแข่งขันในกีฬาประเภทต่างๆ

หรือในงาน Coco night “Bizarre Safari” แนวคิดหลักของงานคือการมาสนุกสนานกันอย่างเต็มที่ ปลดปล่อยอารมณ์ดิบเถื่อนเหมือนสัตว์ป่า ซึ่งภาพการแสดงกราฟฟิคโมชันภายในงานคือภาพสารคดีสัตว์สายพันธุ์ต่างๆ โดยตัดต่อมาเฉพาะฉากการผสมพันธุ์นำมาเรียงต่อกัน เป็นการสร้างอารมณ์ขันเชิงลามก ให้ตรงกับแนวความคิดหลักของงานปาร์ตี้ ซึ่งช่วยเพิ่มความแปลกใหม่และเอกลักษณ์ของงาน ทั้งยังสะท้อนความไม่ใส่ใจในกฎเกณฑ์และค่านิยมในสังคม นำภาพที่สังคมไม่ยอมรับมองว่าเป็นสิ่งต้องห้าม มาตัดต่อและเรียบเรียงเข้าด้วยกันจนกลายเป็นเรื่องราวที่สะท้อนแนวคิดหลักของงานปาร์ตี้ที่นอกกระแสของกลุ่มนี้ได้ อย่างชัดเจน



ภาพแสดงการตกแต่งด้วยภาพกราฟฟิคเคลื่อนไหวภายในงาน  
ปาร์ตี้ *Coco night, Bizarre Safari*

การตกแต่งด้วยสิ่งของและการจัดองค์ประกอบภายในงานปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส

สำหรับการตกแต่งและจัดองค์ประกอบสิ่งของต่างๆภายในงานปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส ก็มีส่วนสำคัญในการช่วยเสริมสร้างบรรยากาศภายในงานปาร์ตี้ นอกเหนือไปจากการใช้ภาพกราฟฟิกโมชั่นที่มักจะใช้เมื่อจัดในสถานที่ค่อนข้างใหญ่ และมีอุปกรณ์พร้อม

องค์ประกอบที่พบบ่อยครั้งในการตกแต่งสถานที่จัดงานปาร์ตี้ได้แก่ สัญลักษณ์ (logo) ของงานปาร์ตี้ ใช้ในรูปแบบใบปลิว (flyer) และรูปแบบผ้าใบพิมพ์ลายหรือภาพวาด สำหรับรูปแบบใบปลิวนิยมใช้ประดับตกแต่งตามจุดต่างๆภายในร้านเป็นจำนวนมาก ส่วนรูปแบบผ้าใบนิยมใช้ประดับบูทดีเจ หรือเป็นฉากหลังเวที อย่างเช่น การตกแต่งภายในงานปาร์ตี้ Happy Alone, Red Party มีการใช้ผ้าใบพิมพ์ลายสัญลักษณ์ของกลุ่ม Happy Alone ประดับบริเวณบูทดีเจที่อยู่ด้านหลังเวที นอกเหนือจากนั้นยังมีการตกแต่งด้วยธง Union Jack ธงชาติประจำสหราชอาณาจักร แสดงถึงการนำสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมอังกฤษมาเสริมอัตลักษณ์กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสกลุ่มนี้ได้อย่างชัดเจน



ภาพแสดงการตกแต่งสถานที่ด้วยธง Union Jack

ส่วนการตกแต่งด้วยสิ่งของและการจัดองค์ประกอบในลักษณะอื่นๆ เพื่อสร้างบรรยากาศภายในงานปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแส ส่วนมากเป็นการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งที่เข้ากับแนวคิดหลักของงาน อย่างเช่น งานปาร์ตี้ “Winter Killing Me Softly” ของกลุ่ม Project Mayhem แนวคิดหลักของงานคือการมาร่วมดื่มด่ำกับเพลงโฟลคซองในบรรยากาศหน้าหนาว ซึ่งสถานที่จัดงานปาร์ตี้คือร้าน Café de Moc ที่เป็นร้านขนาดห้องแถวหนึ่งคูหา การจัดร้านเน้นบรรยากาศอบอุ่นเหมือนการนั่งฟังเพลงข้างเตาผิงในฤดูหนาว โดยการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ชุดรับแขกในยุค 1970’s ต้นคริสต์มาส และไฟกระพริบสำหรับตกแต่งสถานที่ นักดนตรีเล่นดนตรีในแบบอคูสติค ผู้ชมนั่งดูบนพื้นอย่างสบายๆ ใกล้ชิดกับนักดนตรี ถือเป็นการสร้างบรรยากาศที่เข้ากับแนวคิดหลักของงาน



ภาพการตกแต่งภายในงานปาร์ตี้กลุ่ม Project Mayhem, *Winter Killing Me Softly*

หรืองานปาร์ตี้ของกลุ่ม Coconight ตอน Bizarre Safari แนวคิดหลักเกี่ยวกับสัตว์อย่างที่ได้อ่าวไว้ข้างต้น การตกแต่งเน้นสร้างบรรยากาศให้เลคูล้ายป่าดงดิบ ด้วยการประดับเถาไม้เลื้อยปลอมบริเวณประตูทางเข้า และบุทศิลปะ

และยังตกแต่งด้วยลูกโป่งรูปสัตว์สี่สีสะท้อนแสง ที่ช่วยเสริมให้บรรยากาศภายในงานมีสไตล์ของแนวดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบกับแสงไฟเลเซอร์รูปสัตว์ภายในร้าน ทำให้ผู้ร่วมงานมีอารมณ์ร่วมกับงานปาร์ตี้มากขึ้น



ภาพบรรยากาศภายในงาน *Coconight, Bizarre Safari*

#### 5.12.2 แนวดนตรีในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส

สำหรับแนวดนตรีที่เปิดในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส นั้นแน่นอนว่าประกอบไปด้วยดนตรีนอกกระแสแนวต่างๆ ส่วนมากเป็นผลงานของศิลปินต่างประเทศทั้งสหราชอาณาจักร (British Invasion) สหรัฐอเมริกาฝั่งมหานครนิวยอร์ก (New York Invasion) และจากประเทศในแถบทวีปยุโรปอื่นๆ โดยเฉพาะ ฝรั่งเศส และสวีเดน

อย่างไรก็ตามในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสแต่ละกลุ่ม หรือของกลุ่มเดียวกันในแต่ละครั้งย่อมแตกต่างกันไปตามแนวคิดหลักของงาน ซึ่งกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสบางกลุ่มจะเปลี่ยนแนวดนตรีทุกครั้งที่จัดงาน แต่สำหรับบางกลุ่มปาร์ตี้จะยึดแนวดนตรีนอกกระแสที่เป็นจุดยืนของกลุ่มตนเองเท่านั้น

สำหรับกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสที่เปลี่ยนแนวดนตรีทุกครั้งที่จัดงาน จะใช้แนวดนตรีเป็นตัวกำหนดแนวคิดหลักของงานปาร์ตี้ในครั้งนั้นๆ อย่างเช่น กลุ่ม Project Mayhem ใช้แนวดนตรีเป็นตัวกำหนดแนวคิดหลักของงานปาร์ตี้ ในงาน Winter's Killing

Me Softly จึงเน้นแนวดนตรีโฟลค อคูสติคป๊อป ที่หาฟังได้ยาก มีทั้งการเล่นเพลงคัฟเวอร์ (cover) เพลงของศิลปินแนวสวีดิชป๊อปอย่างวง Kings of Convenience ที่เป็นวงอคูสติคป๊อปจากประเทศสวีเดน และการแสดงสดจากศิลปินจากค่าย so: on dry flowers ที่มาเล่นเพลงแนวอะคูสติคป๊อปของตนเอง ซึ่งภายในงานปาร์ตี้ของกลุ่ม Project Mayhem ในครั้งต่อไปก็จะเปลี่ยนแนวคิดหลักและแนวดนตรีไป แต่ยังคงต้องเป็นดนตรีนอกกระแสที่หาฟังได้ยาก

ส่วนกลุ่มปาร์ตี้ที่ยึดแนวดนตรีเดียวในการจัดงานปาร์ตี้ อย่างเช่น กลุ่ม Happy Alone ให้คำนิยามตนเองว่าเป็นอินดี้ร็อกแอนด์โรลปาร์ตี้ แนวดนตรีในงานเป็นแนวดนตรีร็อกหลากหลายแนว อย่างเช่น การาร็อก บริทร็อก คลาสสิคร็อก เป็นต้น ซึ่งถึงแม้ว่าในการจัดงานแต่ละครั้งจะเปลี่ยนแนวคิดหลักของงานอย่างเช่น Red Party “ประชาชนชาวร็อกต้องมาก่อน” , “Everybody wanna be Johnny Depp” หรือ “Rock Revolution” แต่แนวดนตรีในงานปาร์ตี้แต่ละครั้งก็ยังคงเป็นดนตรีนอกกระแสแนวร็อกประเภทต่างๆ ตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น

สำหรับดนตรีภายในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสมี 2 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่การแสดงสด และการเปิดเพลงโดยดีเจ ซึ่งบางงานปาร์ตี้มีทั้งสองรูปแบบ แต่บางงานปาร์ตี้มีเฉพาะการเปิดเพลงโดยดีเจเท่านั้นส่วนมากในทุกกลุ่มปาร์ตี้จะมีทั้งสองรูปแบบ สลับเปลี่ยนกันไป กลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet และ กลุ่มปาร์ตี้ Club Soma เน้นการเปิดเพลงโดยดีเจ ซึ่งมีทั้งดีเจประจำงานปาร์ตี้และดีเจรับเชิญจากกลุ่มปาร์ตี้อื่นๆ หรือดีเจที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ

ซึ่งกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ซึ่งมีเครือข่ายร่วมกับกลุ่มปาร์ตี้ในประเทศแถบเอเชีย มักจะเชิญดีเจหรือศิลปินต่างประเทศมาเปิดเพลงในงานปาร์ตี้บ่อยครั้ง ส่วนกลุ่ม Club Soma มักจะใช้ดีเจประจำกลุ่มคือ ดีเจ Dookie ดีเจ Andy Malibu และ ดีเจ Matty Boy หรือดีเจรับเชิญที่เป็นศิลปินอินดี้ไทยอย่างวง Slur และยังมีการแลกเปลี่ยนดีเจระหว่างกลุ่มงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสด้วยกัน อย่างดีเจ Dookie จากกลุ่ม Club Soma ก็ได้รับเชิญไปเปิดเพลงในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสอื่นๆ อีกด้วย

ส่วนการแสดงสดของศิลปินนั้นเป็นการช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับงานปาร์ตี้ต่างๆ นิยมใช้การแสดงสดเป็นการเปิดงาน เหมือนเป็นการอุ่นเครื่องก่อนที่จะถึงการเปิดเพลงโดยดีเจที่ผู้มาร่วมงานรอคอย ซึ่งวงดนตรีที่มาแสดงในงานปาร์ตี้มักจะเป็นวงดนตรีนอกระแสที่ไม่มีสังกัดค่ายเพลง และมีแนวดนตรีที่เข้ากับแนวคิดหลักของงานปาร์ตี้ในแต่ละครั้ง

การแสดงดนตรีสดในงานปาร์ตี้ของกลุ่ม Happy Alone เป็นการแสดงสดของวงดนตรีนอกระแสไทยแนวการาจร็อก หรือบริทร็อก เล่นทั้งเพลงคัฟเวอร์ของศิลปินต่างประเทศ ส่วนมากเป็นเพลงของวง Kings of Leon, Arctic Monkeys และ The Libertines ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เข้าไปสังเกตการณ์ในงานปาร์ตี้ Happy Alone, Red Party “ประชาชนชาวร็อกต้องมาก่อน” ซึ่งมีวงดนตรีสองวงคือ The Groceries ซึ่งเป็นวงดนตรีแนวการาจร็อก เล่นเพลงคัฟเวอร์ของ The Libertines, Kings of Leon และ Massimo Park และเพลงของวงตนเอง ต่อด้วยวง The Rich Man Toy เป็นวงแนวการาจร็อก ออกอัลบั้มในสังกัด Smallroom ถือเป็นวงดนตรีที่มีชื่อเสียงพอสมควร แต่ยังไม่แพร่หลายในกระแสนิยมหลัก The Rich Man Toy เล่นเพลงของตนเองซึ่งเป็นเพลงที่มีเนื้อร้องเป็นภาษาไทย แต่แนวดนตรีได้รับอิทธิพลจากวง Kings of Leons ค่อนข้างสูง การแสดงของ The Rich Man Toy ได้รับการตอบรับจากผู้มาร่วมงานเป็นอย่างดี ระหว่างการแสดงมีการพูดคุยในเชิงล้อเลียนวงดนตรีร็อกในกระแสหลัก (mainstream) อย่างวง Bodyslam ในขณะที่วง The Rich Man Toy กำลังจะเล่นเพลง “มนตร์รักษาเสน่ห์” ซึ่งถือเป็นเพลงของวงที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ นักร้องนำได้กล่าวว่า “สำหรับคนที่ขอเพลง “ยาพิษ” มาต้องขอโทษด้วยนะครับ” เป็นการล้อเลียนเชิงเปรียบเทียบระหว่างเพลงที่ชื่อคล้ายกันแต่ได้รับความนิยมในกลุ่มคนที่ต่างกัน และยังแสดงถึงทัศนคติของงานปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสที่ไม่เปิดรับดนตรีกระแสหลัก ภายหลังจากการแสดงจบลงจึงเป็นการเปิดเพลงโดยดีเจของกลุ่มปาร์ตี้ Happy Alone ดำเนินต่อไปจนจบงาน





ภาพการแสดงสดภายในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส

นอกจากการแสดงสดของศิลปินนอกกระแสไทยแล้ว ในงานปาร์ตี้ของกลุ่ม Dudesweet ยังมีการแสดงสดของศิลปินนอกกระแสจากต่างประเทศอีกด้วย ดังเช่นในงาน Dudesweet 5<sup>th</sup> Anniversary มีศิลปินรับเชิญจากต่างประเทศคือวง To My Boy วงดนตรีแนวอีเล็กโทร และวง The Bitchy Agents ซึ่งเป็นการร่วมตัวเฉพาะกิจของศิลปินจากวงดนตรีนอกกระแสไทยหลายวงทั้งวง Futon, Squeeze Animal, Slur และ Goose หลังจากจบการแสดงสดจึงเป็นการเปิดแผ่นด้วยดีเจประจำของกลุ่ม Dudesweet ผลัดเปลี่ยนกันไป

### 5.12.3 กิจกรรมพิเศษภายในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส

นอกเหนือจากการแสดงดนตรีสดและการเปิดเพลงโดยดีเจแล้ว กิจกรรมพิเศษมีส่วนช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส แสดงถึงความสนใจทางด้านอื่นๆ ของกลุ่มปาร์ตี้ นอกเหนือไปจากดนตรีเพียงอย่างเดียว ซึ่งส่วนมากเป็นกิจกรรมในเชิงศิลปะ จากที่ผู้วิจัยได้ไปสังเกตการณ์ในงานปาร์ตี้

ดนตรีนอกกระแสทั้งหมด 6 งานพบว่า มี 2 งานปาร์ตี้ที่มีการจัดกิจกรรมพิเศษที่เกี่ยวกับศิลปะได้แก่ งานปาร์ตี้ Dudesweet 5<sup>th</sup> Anniversary งานปาร์ตี้ Project Mayhem, Winter's Killing Me Softly

สำหรับกิจกรรมพิเศษในเชิงศิลปะเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปะแขนงต่างๆ จัดขึ้นภายในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับงานปาร์ตี้ นอกเหนือจากการมาสนุกสนานกับดนตรีที่ชอบเพียงอย่างเดียว อย่างเช่น การจัดแฟชั่นโชว์ การจัดแสดงภาพถ่าย การจัดแสดงหนังสือ เป็นต้น อย่างเช่น ภายในงานปาร์ตี้ของกลุ่ม Project Mayhem, Winter's killing me softly มีการจัดแสดงผลงานภาพถ่ายของ ชาคิจกาจ ไวกวี โดยเป็นการแสดงผลงานภาพถ่ายภายในร้าน Café de Moc อันเป็นสถานที่จัดงานปาร์ตี้ ผู้มาร่วมงานสามารถเดินชมภาพถ่ายขณะฟังดนตรีอะคูสติคได้

และสำหรับงาน Dudesweet 5<sup>th</sup> Anniversary ก็มีการแสดงหนังสือหรือ Visual Graffice โดยศิลปินชื่อ จูฑารัตน์ พรมุณีสุนทร ภายก่อนการแสดงสดของวง To My Boy ซึ่งเป็นการฉายบนจอที่ติดตั้งไว้บนเพดานร้าน ทำให้ผู้ชมต้องแหงนหน้าดู ทำให้เกิดประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในการชมภาพยนตร์ สะท้อนความคิดสร้างสรรค์และความชื่นชอบในศิลปะแขนงต่างๆของกลุ่มปาร์ตี้



ภาพการฉายหนังสั้นในงาน Dudesweet 5<sup>th</sup> Anniversary

#### 5.12.4 การแต่งกายของผู้มาร่วมงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส

ลักษณะของผู้มาร่วมงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสในแต่ละงานมีทั้งลักษณะเฉพาะที่ทั้งคล้ายคลึงกันและแตกต่างกันตามแนวทางของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสต่างๆ เนื่องจากผู้มาร่วมงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสส่วนมากไม่ได้ยึดติดกับกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสเพียงกลุ่มเดียว นิยมไปงานของทุกกลุ่มปาร์ตี้ มีเฉพาะบางกลุ่มปาร์ตี้เท่านั้นที่มีกลุ่มสมาชิกประจำที่ไม่ใช่กลุ่มผู้จัดงาน

ลักษณะการแต่งกายของผู้มาร่วมงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นได้จากการสังเกตการณ์ภายในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสของกลุ่มต่างๆ โดยมีทั้งการแต่งกายตามแนวคิดหลัก (theme) ของงาน และการแต่งกายตามสไตล์เฉพาะของแนวดนตรี ซึ่งมีรายละเอียดแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มปาร์ตี้

สำหรับการแต่งกายของผู้มาร่วมงานปาร์ตี้ Dudesweet ซึ่งถือเป็นศูนย์รวมของสมาชิกทุกกลุ่มปาร์ตี้ ทำให้การแต่งกายของผู้มาร่วมงานมีความหลากหลายตามสไตล์ของแต่ละบุคคลมากกว่าเป็นไปตามแนวดนตรีที่เปิด เนื่องจากความ

หลากหลายทางด้านแนวคิดของกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ที่เริ่มจากแนวคิดอัลเตอร์เนทีฟ บริทป๊อป ในยุค 1990's ต่อด้วยแนวคิดรีร็อก นิวเวฟ และ อีเล็กโทรใน ช่วงปี 2000 จนถึงปัจจุบัน ทำให้กลุ่ม Dudesweet มีกลุ่มสมาชิกที่เพิ่มมากขึ้นตามความหลากหลายของแนวคิด ที่สังเกตได้ชัดคือแนวอินดี้ร็อกหรือการาจรีร็อก และนูเรฟหรืออีเล็กโทรสามารถฉายละเอียดยได้จากหัวข้อสไตล์เฉพาะกลุ่มที่พบในภาพแทนตน (display picture) และสไตล์เฉพาะกลุ่มที่พบในอัลบั้มภาพ

สำหรับลักษณะการแต่งกายแนวอินดี้ร็อก เป็นที่นิยมในหมู่สมาชิกที่มาร่วมงานปาร์ตี้ของกลุ่ม Happy Alone ซึ่งเน้นแนวคิดร็อกกระแสประเภทรีร็อกแบบต่างๆอยู่แล้ว และมักจะมีการกำหนดเครสโค้ด หมายถึง ข้อกำหนดแนวการแต่งตัวที่เอื้อต่อแนวคิดหลักของงานปาร์ตี้ นั้น ผู้มาร่วมงานปาร์ตี้ Happy Alone เป็นกลุ่มที่ยึดสไตล์อินดี้ร็อกอย่างชัดเจนและให้ความร่วมมือในการแต่งกายตามเครสโค้ด โดยยังรักษาสไตล์เฉพาะของตนเองอยู่ อย่างเช่นภายในงานปาร์ตี้ Happy Alone Red Party กำหนดเครสโค้ดเป็นสีแดง ผู้มาร่วมงานก็ให้ความร่วมมือด้วยการแต่งกายในแนวอินดี้ร็อก ที่เน้นสีแดงเป็นหลัก



ภาพแสดงการแต่งกายของผู้มาร่วมงานปาร์ตี้ Happy Alone Red Party

ส่วนลักษณะการแต่งกายแนวนูเรฟนั้นเป็นที่นิยมในสมาชิกที่มาร่วมงานปาร์ตี้ของกลุ่ม Coco night โดยเน้นแต่งกายตามเครสโค้ดด้วย อย่างเช่นในงานปาร์ตี้ Coco night แนวคิดหลัก Bizarre Safari เครสโค้ดคือ Be an Animal หมายถึงการแต่งกายเป็นสัตว์ ผู้มาร่วมงานให้ความร่วมมือด้วยการแต่งกายที่เกี่ยวข้องกับสัตว์โดยไม่ทิ้งสไตล์นูเรฟ เช่น การแต่งเป็นปลาฉลาม ด้วยการสวมแจ็กเก็ตที่มีฮู้ดทรงคล้ายรูปร่างปลาฉลามสีเงินวาว กับกางเกงยัดสีดำและรองเท้าผ้าใบสีเงิน หรือการแต่งเป็นนกด้วยการใช้เครื่องประดับเป็นผ้าคลุมไหล่ขนนกสีชมพูสะท้อนแสง ถูมน่องสีชมพูสะท้อนแสง พร้อมทั้งสวมวิกผมบ๊อบสีบลอนด์เงิน แต่งหน้าด้วยแนวการแต่งหน้าในยุค 1980's เช่น การทาอายชาโดว์สีฟ้า กรีดอายไลน์เนอร์สีดำหนา และทาปากสีชมพูช็อกกิ้งฟังก์



ภาพแสดงการแต่งกายของผู้มาร่วมงาน Coco night “Bizarre Safari”

อย่างไรก็ตามการแต่งกายของสมาชิกที่มาร่วมงานปาร์ตี้คืนตรีนอก  
 กระแส ไม่ได้มีกฎเกณฑ์ที่เคร่งครัดว่าจำเป็นต้องแต่งกายในทั้งสองสไตล์ที่ได้  
 กล่าวถึงข้างต้น หรือต้องแต่งตามเครสโค้ดที่กำหนดไว้เท่านั้น ผู้มาร่วมงานทุก  
 คนที่อิสระที่จะแต่งกายตามใจชอบ ผู้ที่ชื่นชอบสไตล์อินดี้ร็อกแอนด์โรลก็  
 สามารถมาร่วมงานปาร์ตี้แนวอเล็กโทร นูเรฟได้ หรือหากชื่นชอบการแต่งกาย  
 สไตล์นูเรฟก็ยังสามารถมาร่วมงานปาร์ตี้แนวดนตรีอินดี้ร็อกแอนด์โรลได้  
 เช่นเดียวกัน แต่โดยมากเน้นการแต่งสีหรือการใช้ลวดลายตามเครสโค้ดแต่แต่ง  
 กายตามสไตล์ที่ตนเองชอบ อย่างเช่น หากสมาชิกกลุ่ม Happy Alone ไปร่วมงาน  
 Coconight Bizarre Safari ซึ่งมีเครสโค้ดกำหนดให้แต่งกายเป็นสัตว์ การใส่เสื้อ  
 สกรีนลายสัตว์อย่างเช่นเสื้อโคร่ง ลายของเสื้อดาว และหมาป่า ก็ถือเป็นการแต่ง  
 กายในสไตล์เฉพาะของตนเอง โดยเป็นไปตามเครสโค้ดของงานนั้น

#### 5.12.5 การแสดงออกในการเข้าร่วมงานปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแส

จากการสังเกตการณ์ภายในงานปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแสทั้งหมด 6 งาน  
 ผู้วิจัยพบว่าพฤติกรรมของสมาชิกที่มาร่วมงานมีพฤติกรรมในการมาร่วมงาน  
 ปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแสที่คล้ายคลึงกัน โดยในช่วงเริ่มต้นของงานคือเวลา  
 ประมาณ 20.00-22.00 น. เป็นช่วงที่ยังไม่มีผู้มาร่วมงานมากนัก ช่วงนี้กิจกรรม  
 ภายในงานมักจะเริ่มด้วยการแสดงดนตรีสดหรือการฉายหนังสั้น ซึ่งมักจะเริ่มช้า  
 กว่าที่กำหนดไว้ในกำหนดการของงานประมาณ 1 ชั่วโมงเสมอ เนื่องจากต้องการ  
 รอให้มีจำนวนผู้ชมมากพอสมควรก่อน บางครั้งจึงต้องมีการมอบสิทธิพิเศษให้แก่  
 ผู้ที่มาร่วมงานก่อน 21.00 น. ด้วยการให้ส่วนลดค่าเข้างาน หรือการให้เครื่องดื่ม  
 แอลกอฮอล์ฟรี เพื่อให้งานสามารถดำเนินไปได้ตามกำหนดการ เพราะหากมีวง  
 ดนตรีแสดงหลายวง หรือมีดีเจ.รับเชิญมาเปิดเพลงในช่วงท้าย อาจจะไม่สามารถ  
 แสดงได้เนื่องจากหมดเวลาก่อน แต่ทว่าการให้สิทธิพิเศษดังกล่าวไม่ค่อยมีผลต่อ  
 สมาชิกที่มาร่วมงานมากนัก เพราะยังคงนิยมมาหลังเที่ยงคืนเป็นต้นไปดั้งเดิม

โดยพฤติกรรมของสมาชิกที่มาร่วมงานในช่วงเริ่มต้นงาน หากมีการแสดงสดวงที่ชื่นชอบหรือวงที่รู้จักกันเป็นการส่วนตัว ก็จะให้ความสนใจเป็นพิเศษแสดงออกด้วยการปรบมือ ส่งเสียงกรี๊ดให้กำลังใจ และกระโดดโลดเต้นตามจังหวะ หากไม่ใช่วงที่สนใจก็จะยืนอยู่ด้านหลัง นั่งดื่มอยู่ที่โต๊ะ หรือออกไปยืนคุยกันหน้าร้านเป็นกลุ่มๆ คอยทักทายคนรู้จัก ส่วนสมาชิกผู้จัดงานปาร์ตี้กลุ่มอื่นๆ ที่ต้องการมาเพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับงานปาร์ตี้ของกลุ่มตนเอง ก็จะนำ flyer ของงานปาร์ตี้ของกลุ่มตนเองมาแจกให้กับผู้ที่อยู่ในงานปาร์ตี้นั้นในช่วงที่มีเริ่มต้นงาน

สำหรับช่วงการแสดงสดที่ได้รับความสนใจเป็นพิเศษคือการแสดงสดของศิลปินต่างประเทศ ดังเช่นในงาน Dudesweet 5<sup>th</sup> Anniversary ที่มีวง To My Boy วงดนตรีแนวอีเล็กโทรจากสหราชอาณาจักรมาแสดง คนมาก่อนการแสดงเริ่มเพื่อมารอชมอย่างหนาแน่น และให้การตอบรับศิลปินอย่างดี หรือในงานปาร์ตี้ Happy Alone Red Party เริ่มงานด้วยการแสดงสดของวง The Groceries ที่มีวงจะแสดงตามงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสเป็นประจำ ผู้ชมมีไม่มากนัก ส่วนมากเป็นคนรู้จักของทางวง ซึ่งให้การตอบรับดีโดยเฉพาะเมื่อเล่นเพลงคัฟเวอร์ของศิลปินต่างประเทศ แต่เมื่อวงถัดไปคือวง The Rich Man Toy ซึ่งเป็นวงที่ออกอัลบั้มแล้วขึ้นแสดงก็มีผู้ชมหนาแน่นขึ้นและให้การตอบรับเป็นอย่างดีทั้งที่ The Rich Man Toy เล่นเพลงในอัลบั้มของตนเองที่เป็นแนวการาร็อก ที่มีเนื้อร้องที่มีเอกลักษณ์ด้วยการใช้คำศัพท์ไทยสมัยเก่าคล้ายเนื้อร้องในเพลงลูกกรุง หรือลูกทุ่ง ระหว่างการแสดงมีการพูดในเชิงล้อเลียนวงดนตรีร็อกในกระแสหลัก (mainstream) อย่างวง Bodyslam ในขณะที่วง The Rich Man Toy กำลังจะเล่นเพลง “มนตรีรักษาเสน่ห์” ซึ่งถือเป็นเพลงของวงที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ นักร้องนำได้กล่าวว่า “สำหรับคนที่ขอเพลง “ยาพิษ” มาต้องขอโทษด้วยนะครับ” เป็นการล้อเลียนเชิงเปรียบเทียบระหว่างเพลงที่ชื่อคล้ายกันแต่ได้รับความนิยมในกลุ่มคนต่างกัน และยังแสดงถึงทัศนคติของงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสที่ไม่เปิดรับดนตรีกระแสหลัก



ภาพการแสดงสดของวง *To My Boy*

หลังช่วงการแสดงสดซึ่งมักจะจบลงหลังเวลา 22.00 – 23.00 น. จะเป็นการเปิดเพลงโดยดีเจประจำกลุ่มปาร์ตี้ หรือดีเจรับเชิญ ช่วงเวลานี้ถือเป็นช่วงเวลา que ที่ทุกคนในงานปาร์ตี้รอคอย โดยช่วงเริ่มเปิดเพลงสำหรับบางงานอย่างเช่นงานปาร์ตี้ Coconight และงานปาร์ตี้ Club Soma ที่ไม่มีวงดนตรีแสดงสด ช่วงเริ่มเปิดเพลงเวลาประมาณ 21.00 – 23.00 น. ยังมีผู้มาร่วมงานไม่มาก ทำให้บรรยากาศภายในงานยังไม่คึกครื้น ผู้ที่มาถึงงานยังไม่ออกมาเต้นรำ มักจะจับกลุ่มอยู่กับเพื่อนของตนเอง จากนั้นช่วงหลังเที่ยงคืนเป็นต้นจึงจะมีผู้มาร่วมงานเป็นจำนวนพอสมควร และเริ่มเต้นรำ สนุกสนานกับเสียงดนตรีอย่างเต็มที่ โดยลงมาเต้นบริเวณกลางฟลอร์ หน้าเวทีหรือบูธดีเจ ซึ่งทำให้นเน้นการกระโดดและปรบมือเข้ากับจังหวะ สะบัดหัว ไม่มีท่าเต้นที่ตายตัว เน้นการเคลื่อนไหวร่างกายที่อิสระ ไม่ห่วงภาพลักษณ์ของตนเอง คนเริ่มกระจายไปรวมกลุ่มกันมากขึ้น ไม่ยึดติดอยู่กับกลุ่มของตัวเอง ซึ่งช่วงเวลานี้จะดำเนินไปถึงเวลาประมาณ 2.00 น. เป็นเวลาสิ้นสุดงานปาร์ตี้





ภาพการแสดงออกในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส

โดยสรุปแล้วผู้วิจัยพบว่าตัวงานปาร์ตี้ดนตรีนอกแสดงถึงความพยายามนำความหลากหลายของวัฒนธรรมย่อยทางด้านดนตรีต่างๆมารวมไว้ในงาน ซึ่งแต่ละกลุ่มมีสไตล์เฉพาะตนที่แตกต่างกัน ในขณะที่เดียวกันก็มีอัตลักษณ์ร่วมกัน กลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสกลุ่มเดียวสามารถปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ได้ตามความพึงพอใจของกลุ่ม แต่บางกลุ่มก็คงอัตลักษณ์ที่แน่นอน เช่นเดียวกับอัตลักษณ์ของสมาชิกที่มาร่วมงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสที่มีอัตลักษณ์ทางด้านสไตล์ที่ได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมย่อยทางด้านดนตรีฝั่งตะวันตก

### 5.13 อุดมการณ์ของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสที่สะท้อนผ่านแนวคิดหลักของงาน ปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส

จุดกำเนิดของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสเริ่มมาจากความต้องการสร้างพื้นที่เพื่อตอบสนองความต้องการที่จะแสดงออกถึงรสนิยมเฉพาะกลุ่มของตนเอง สร้างพื้นที่สังสรรค์ในกลุ่มคนที่ชอบดนตรีนอกกระแสจากต่างประเทศ เนื่องจากความไม่หลากหลายทางด้านแนวดนตรีที่เปิดในคลับในกรุงเทพมหานครเป็นแรงผลักดันหลัก ตามที่พงษ์สรวง คุณประสพ และชนัญญ์ หวังบุญเกิด แกนนำกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ได้เคยกล่าวไว้ในบทสัมภาษณ์ (นภของพระเจ้าโดย นราวุธ ไชยชมภู, 2549) ซึ่งผู้วิจัยได้เคยอ้างอิงในส่วนพัฒนาการของวงการดนตรีนอกกระแสในประเทศไทยภายในเนื้อหาบทที่ 4

ดังนั้นการจัดงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสจึงเป็นพื้นที่ในการแสดงออกถึงอุดมการณ์ต่อต้านวัฒนธรรมประชานิยมทางด้านดนตรี โดยการสร้างพื้นที่สังสรรค์แบบเฉพาะกลุ่ม โดยมีแก่นสำคัญคือการใช้แนวดนตรีในการแสดงออกถึงตัวตนของกลุ่มตนเอง ซึ่งกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสใช้แนวดนตรีเฉพาะกลุ่มในการแสดงออกถึงอุดมการณ์ของกลุ่มผ่านแนวคิดหลัก (theme) ของงานปาร์ตี้ในแต่ละครั้ง และทำให้ปาร์ตี้แต่ละครั้งมีความน่าสนใจไม่ซ้ำซากจำเจ

“นิวก่อนข้างเน้นเรื่องคอนเสิร์ตที่ในการจัดงานในระดับหนึ่งหลายๆ เหมือนงานอื่นเค้าก็แค่จัดปาร์ตี้ขึ้นมา แต่ของเราทุกครั้งจะต้องมีธีมของงาน อาจจะไม่ต้องแบบว่าเฮ้ยต่อไปเทรนดี้ไหนจะมား แต่เน้นว่าเราอยากทำอะไรในช่วงนั้นมากกว่า อยากแต่งตัวแบบไหน อยากบ้าแบบไหน อยากได้เพลงแนวไหน ถึงได้คิดขึ้นมาเป็นคอนเสิร์ตแล้วก็จัดงาน” (สัมภาษณ์ ฐิติญาภรณ์ ปาณิกบุตร ผู้จัดงานปาร์ตี้ Coco night , 6 มีนาคม 2551)

ซึ่งแต่ละกลุ่มปาร์ตี้มีเกณฑ์ในการกำหนดแนวคิดหลักที่แตกต่างกันไป แต่ส่วนมากจะยึดการกำหนดแนวคิดหลักตามแนวดนตรีนอกกระแสที่เป็นจุดยืนของกลุ่ม อย่างเช่นกลุ่มปาร์ตี้ Project Mayhem ที่อุดมการณ์ของกลุ่มคือการยึดแนวดนตรีอัลเทอร์เนทีฟร็อกในยุค 90's เป็นหลัก การกำหนดแนวคิดหลักของงานก็จะจะเป็นไปตามแนวดนตรีแขนงย่อยที่อยู่ภายในกลุ่มอัลเทอร์เน

ที่ฟร็อกในยุค 90's โดยให้ความสำคัญกับเพลงที่เปิดในงานมากกว่าจะไม่ต้องผิดไปจากแนวคิดหลักที่กำหนดไว้แต่แรกเริ่ม

“จริงๆชื่อกลุ่ม *Project Mayhem* มาจากหนังเรื่อง *Fight Club* แน่แน่นอนว่าต้องเป็นร็อกอยู่แล้ว คือเราจะจัดทุกครั้งต้องมีกลิ่นอายของร็อก ถึงแม้จะเป็นอคูสติคก็ยังคงเป็นอคูสติกร็อกอยู่ดี เราจะไมทำอะไรที่หลุดไปจากร็อก คงความเป็น *Project Mayhem* ถ้าใครเคยดูหนังเรื่องนี้ก็จะรู้ มันจะดูแบบดูๆแบบมีรสนิยม ไม่ใช่ร็อกแบบบิโอมะไรอย่างนั้น เป็นอัลเตอร์เนทีฟเพราะเรามาจากยุคนั้น เราอยากให้งานพอดีๆ ไม่จำเป็นต้องหวือหวา อยากให้คนที่มางานแล้วรู้สึกว่ามันตรงตามธีมที่วางไว้ ไม่ใช่ว่าตอนแรกก็ตรงตามธีมอยู่หรอก แต่พอหลังเริ่มมาดีใจก็จะเปิดเพลง *Arctic Monkey* อะ ไร้มันก็ไม่ไร้” (สัมภาษณ์ สมโภช ทองไพบุลย์ ผู้จัดการงานปาร์ตี้ *Project Mayhem* , 25 มีนาคม 2551)

กลุ่ม *Club Soma* เปลี่ยนแนวคิดหลักของงานปาร์ตี้แต่ละครั้งไปตามแนวดนตรีนอกกระแสแขนงต่างๆ ที่อยู่ในแนวดนตรีอินดี้ร็อกและอีเล็กโทร ตามอุดมการณ์ของกลุ่มปาร์ตี้ *Club Soma* ที่ถือว่าจุดยืนของกลุ่มปาร์ตี้ *Club Soma* คือการเฉลิมฉลองความเป็นปัจเจกชนของจิตวิญญาณคนรุ่นใหม่ ด้วยการดื่มและเต้นรำในแนวดนตรีบริทป๊อปในยุค 90's ไปจนถึงแนวดนตรีอีเล็กโทร ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่ากลุ่มปาร์ตี้ *Club Soma* ยึดแนวดนตรีนอกกระแสเป็นแกนสำคัญในการจัดงานปาร์ตี้



ภาพใบปลิวประชาสัมพันธ์งาน (flyer) ที่แสดงถึงแนวคิดหลักของกลุ่มปาร์ตี้

*Club Soma* ที่เปลี่ยนไปตามแนวดนตรี

นอกจากการสร้างพื้นที่สังสรรค์สำหรับผู้ชื่นชอบแนวดนตรีนอกกระแสจะเป็นอุดมการณ์แรกเริ่มของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสส่วนมากแล้ว ยังมีการกำหนดแนวคิดหลักที่เป็นไปตามค่านิยมเฉพาะกลุ่ม ส่วนมากเป็นแนวคิดหลักในเชิงล้อเลียน เสียดสี ค่านิยมกระแสหลัก อย่างเช่นกลุ่มปาร์ตี้ Happy Alone เป็นกลุ่มปาร์ตี้แนวอินดี้ร็อก ซึ่งแนวดนตรีภายในงานปาร์ตี้ของกลุ่ม Happy Alone จะคงความเป็นแนวดนตรีแขนงย่อยที่อยู่ในกลุ่มอินดี้ร็อกเสมอ แต่เปลี่ยนแนวคิดหลักไปตามค่านิยมเฉพาะกลุ่มอย่างเช่น แนวคิดหลักของงานปาร์ตี้ Happy Alone “ประชาชนชาวร็อกต้องมาก่อน” ได้ว่าแนวคิดในการนำเรื่องการเมืองมาผสมผสานกับงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส นอกจากจะเป็นความพยายามนำสิ่งที่ไม่เข้ากันมาอยู่ร่วมกันแล้ว ยังเป็นการแสดงถึงความไม่ใส่ใจในการเมืองระดับประเทศ มองการเมืองเป็นเรื่องขบขันและไร้สาระ เหมือนกับที่ผู้ใหญ่มองว่าวัยรุ่นจัดปาร์ตี้หรือเที่ยวกลางคืนเป็นการมั่วสุมทำสิ่งที่ไม่ดีมีสาระประโยชน์ ดังเช่นที่แกนนำกลุ่ม Dudesweet ได้เคยแสดงความเห็นไว้ดังต่อไปนี้

*“จุดประสงค์ของปาร์ตี้คือความไร้สาระ คนตรีที่เราเปิดกันอยู่นี้แหละคือสาระ ปาร์ตี้คือการผ่อนคลาย จะเอาสาระอะไรมาใช้ห้องสอบนี้ ถ้าผมจะทำสิ่งที่มีสาระก็คงจะเอาคำว่าสาระตั้ง แล้วเริ่มจากตรงนั้น แต่สำหรับปาร์ตี้ผมเอาดนตรีที่ชอบตั้ง แล้วพัฒนาเป็นอะไรของมันไป สาระของผมคือการฟังเพลงแบบนี้ ซึ่งไม่มีที่ไหนในบ้านเราเปิดแล้ว”*  
(สัมภาษณ์พงษ์สรวร คุณประสพ จาก นกของพระเจ้า โดย นราวุธ ไชยชมภู, 2549)

ส่วนกลุ่มปาร์ตี้ Coco night ที่จุดยืนของกลุ่มก็ยึดแนวดนตรีนอกกระแสที่หาฟังได้ยากเป็นหลัก โดยนิยามกลุ่มตนเองว่าเป็น “music geek” หมายถึงผู้ที่หมกมุ่นทางด้านดนตรีแต่ในการจัดงานปาร์ตี้ของกลุ่มในแต่ละครั้งก็จะแสดงค่านิยมเฉพาะกลุ่มที่เน้นการแสดงออกทางด้านสไตล์การแต่งตัว การสร้างบรรยากาศภายในงาน ควบคู่ไปกับแนวดนตรีอิเล็กทรอนิกส์และแนวดนตรีเชิงทดลองต่างๆ การกำหนดแนวคิดหลักของกลุ่ม Coconight มักจะเป็นแนวคิดที่เอื้อให้ผู้มาร่วมงานได้แสดงออกในแบบที่ไม่ได้ปฏิบัติในชีวิตประจำวัน เป็นการปลดปล่อยตัวตนในอีกรูปแบบหนึ่ง อย่างเช่นแนวคิดหลักของงานปาร์ตี้ของกลุ่ม Coconight ที่มีแนวคิดหลักว่า “Bizarre Safari” ซึ่งมีการกำหนดเดรสโค้ดว่า “Be An Animal” หมายถึงให้แต่งตัวเป็นสัตว์ แล้วมาปลดปล่อยสัญชาตญาณดิบแบบสัตว์ป่า ด้วยการดื่มและเต้นร่าอย่างสุดเหวี่ยงในแนวดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งพฤติกรรมที่สะท้อนความบ้าคลั่งนอกจากการแต่งตัวแบบสัตว์ในสไตล์เฉพาะตนดังผู้วิจัยที่ได้

กล่าวถึงในส่วนการแต่งกายของผู้มาร่วมงานดนตรีนอกกระแสแล้ว ยังแสดงออกด้วยการนำภาชนะสำหรับใส่อาหารสัตว์เลี้ยงมาใช้เป็นภาชนะใส่เครื่องดื่มอีกด้วย



ภาพแสดงพฤติกรรมของผู้มาร่วมงานปาร์ตี้ *Coco night*, “Bizarre Safari”

ส่วนกลุ่มปาร์ตี้ Trasher มีอุดมการณ์ในการจัดปาร์ตี้ที่ยึดแนวดนตรีเป็นหลักในการสร้างพื้นที่สังสรรค์เช่นเดียวกัน แต่ต่างจากกลุ่มปาร์ตี้อื่นๆตรงที่จุดเริ่มต้นของกลุ่มปาร์ตี้ Trasher เกิดขึ้นจากความต้องการจัดงานปาร์ตี้ที่ไม่ได้เปิดเฉพาะแนวดนตรีนอกกระแสอย่างที่กลุ่มปาร์ตี้อื่นๆนิยมเปิด แต่กลับเปิดเพลงป๊อปแบบบอยแบนด์ หรือเกิร์ลแบนด์ ซึ่งเป็นจุดยืนที่ตรงกันข้ามกับจุดยืนของกลุ่มปาร์ตี้อื่นๆ ที่เน้นแนวดนตรีนอกกระแสที่หาฟังได้ยาก ทั้งที่กลุ่มปาร์ตี้กลุ่มนี้ก็ถือกำเนิดจากวัฒนธรรมปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสที่เริ่มต้นโดยกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet เป็นการล้อเลียนและเสียดสีผู้ที่นิยมไปงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสที่มักจะต่อต้านแนวดนตรีกระแสหลัก ทั้งที่เป็นแนวดนตรีที่ทุกคนเคยฟังหรือเคยชื่นชมมาก่อนทั้งนั้น

“พวกปาร์ตี้ที่จัดๆกันส่วนใหญ่จะเป็นปาร์ตี้บริท็อค หรืออีเล็กโทร ซึ่งเป็นแนวเพลงเฉพาะซึ่งตัวเราเองก็ชอบนะแต่มันไม่ใช่สิ่งที่เราถนัด เราอยากจะทำปาร์ตี้ในแนวเพลงที่เราชอบขึ้นมาบ้าง เป็นเพลงป๊อปสนุกๆ ที่แตกต่างจากคนอื่น คือเราคิดว่าอย่างร็อกเนี่ย Soma เค้าทำได้คืออยู่แล้ว แล้วช่วงนั้นปาร์ตี้ร็อกมันเยอะมากประมาณสิบกว่าเจ้า อย่างอีเล็กโทร Dudesweet เค้าก็ทำได้คืออยู่แล้ว เราก็เลยเห็นว่ามันไม่มี ใครทำปาร์ตี้เพลงป๊อปเลย ทั้ง

ที่เพลงพวกนี้ผ่านมามาตั้งแต่เราเด็กๆ” (สัมภาษณ์ ทิชากร ภูเขาทอง ผู้จัดการงานปาร์ตี้ Trasher 14 มีนาคม 2551)

ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถกล่าวได้ว่าอุดมการณ์ของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสที่สะท้อนผ่านแนวคิดหลักของงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสในแต่ละกลุ่ม ได้แก่ การใช้แนวดนตรีนอกกระแสเพื่อสร้างพื้นที่สังสรรค์เฉพาะกลุ่ม ที่ไม่สามารถหาได้จากสังคมนอกกระแสหลัก ซึ่งนำไปสู่การใช้แนวคิดหลักที่สะท้อนค่านิยมเฉพาะกลุ่มในเชิงเสียดสี และล้อเลียนค่านิยมกระแสหลัก อีกทั้งยังมีการแปรรูปไปเป็นการเสียดสี และล้อเลียนอุดมการณ์ของกลุ่มตนเองอีกด้วย

## บทที่ 6

### สรุป อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “การขยายเครือข่ายและการเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มวัฒนธรรมย่อยปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com “เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบคำถามวิจัยดังต่อไปนี้

1. กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com เป็นสื่อกลางในการขยายเครือข่ายสมาชิกอย่างไร
2. กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com ในการเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มอย่างไร
3. กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงระหว่างความสัมพันธ์ออนไลน์ (online) กับความสัมพันธ์ออฟไลน์ (offline) อย่างไร

โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

การสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) ทำการสัมภาษณ์ผู้เป็นแกนนำกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสจำนวน 8 กลุ่ม และสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสที่ติดต่อผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com อย่างสม่ำเสมออีก 40 คน

การวิเคราะห์เนื้อหาหน้า profile (content analysis) โดยศึกษาในเชิงคุณภาพโดยการแปลความหมาย (interpretation) และตีความการสร้างอัตลักษณ์กลุ่ม จากเนื้อหาบนหน้า profile ของสมาชิกภายในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส จำนวน 80 หน้า profile

การสังเกตการณ์ภาคสนาม (field observation) โดยเข้าไปสังเกตการณ์ในงานปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสเพื่อศึกษาลักษณะกิจกรรมและอัตลักษณ์กลุ่มในชีวิตออนไลน์ และสังเกตการณ์จากการปฏิสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ myspace.com เพื่อศึกษาถึงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์มาสู่ชีวิตจริงของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส

สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

## 6.1 สรุปผลการวิจัย

### 6.1.1 การใช้พื้นที่และบริการบนเว็บไซต์ myspace.com ในการขยายเครือข่ายกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส

การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (CMC) มีบทบาทในแง่การแยกตัวจากสังคม หมู่มากไปสู่กลุ่มย่อย อันช่วยสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของกลุ่ม เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ทำให้เกิดการแสวงหากลุ่มย่อยใหม่ๆ ที่หลุดพ้นจากระบบใหญ่ในสังคม ช่วยขยายขอบเขตของกลุ่มย่อยดังกล่าว หรือเพิ่มจำนวนกลุ่มย่อยขึ้นไปเรื่อยๆ อย่างไม่มีที่สิ้นสุดเช่นเดียวกับกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสอันเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่ใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com ที่ถือเป็นสื่อสมัยใหม่ (New Media) ที่มีคุณลักษณะเหมาะสมกับการเป็นสื่อกลางในการขยายเครือข่ายโดยมีการใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com เป็นสื่อกลางในการขยายเครือข่ายดังต่อไปนี้

#### 1. การใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com ในการขยายเครือข่ายด้วยการเพิ่มจำนวนสมาชิก

กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสใช้พื้นที่บนเว็บไซต์ myspace.com ในการสร้างหน้า profile ของกลุ่มทั้งการใช้หน้า profile หลักในชื่อของกลุ่ม และการใช้หน้า profile ส่วนตัวของผู้จัดงานในการเป็นตัวแทนกลุ่ม จากนั้นใช้บริการ add friend เพื่อเพิ่มจำนวนสมาชิกตามเกณฑ์ในการเลือกสมาชิกของแต่ละกลุ่ม ซึ่ง



ต้องอาศัยเกณฑ์ในการพิจารณาจากเนื้อหาบนหน้า profile ที่ตรงตามอัตลักษณ์กลุ่ม โดยพิจารณาจากเนื้อหาบนหน้า profile ดังต่อไปนี้

- ส่วนความสนใจ (Interest ) พิจารณาจากข้อมูลเกี่ยวกับวงดนตรีและแนวดนตรีนอกกระแสเป็นหลัก
- ส่วนเพลงประกอบหน้า profile (music) และส่วนวิดีโอประกอบหน้า profile (video) พิจารณาจากแนวดนตรีที่ตรงกับแนวดนตรีที่เปิดในงานปาร์ตี้ของกลุ่ม
- Top friend ในส่วน Friend Space พิจารณาจาก top friend ที่เป็นวงดนตรีนอกกระแส หรือกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส
- กราฟฟิกตกแต่งหน้า (layout) พิจารณาจากโทนสีในการตกแต่งหน้า profile

2. การใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ *myspace.com* ในการขยายเครือข่ายด้วยการปฏิสัมพันธ์กับสมาชิก

กลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสใช้บริการโพสต์แสดงความคิดเห็นในส่วนบริการ add comment ในการปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกในเครือข่าย ในพื้นที่ส่วน comment บนหน้า profile ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และได้รับรู้กระแสตอบรับจากสมาชิกที่ได้ไปร่วมงาน ทำให้เกิดความรู้สึกถึงความเป็นกลุ่มเดียวกันมากยิ่งขึ้น

3. การใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ *myspace.com* ในการขยายเครือข่ายด้วยการกระจายข่าวสาร

กลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสพื้นที่และบริการในการกระจายข่าวสารไปยังกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายทั้งหมดสองช่องทางดังต่อไปนี้

- พื้นที่ในส่วน bulletin board ใช้บริการโพสต์ข้อมูลแจ้งกำหนดการของงาน และอัปเดตไปพลิวประชาสัมพันธ์อีเล็กทรอนิกส์
- พื้นที่ในส่วน comment ใช้บริการโพสต์ไปพลิวประชาสัมพันธ์งานปาร์ตี้

โดยสรุปแล้วการขยายเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสผ่านเว็บไซต์ myspace.com ต้องอาศัยคุณลักษณะของสื่อสมัยใหม่ ในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ที่เอื้อต่อการขยายเครือข่ายดังตารางต่อไปนี้

คุณลักษณะของสื่อสมัยใหม่	การใช้พื้นที่และบริการในเว็บไซต์ myspace.com
คุณลักษณะ individualized	บริการตกแต่งหน้า profile ภายในส่วน layout และการใส่ข้อมูลในส่วนความสนใจ ภายในหน้า profile เอื้อต่อการเลือกบุคคลที่ตรงกับอัตลักษณ์ของกลุ่มเข้าเป็นสมาชิกในเครือข่าย สามารถควบคุมการกระจายข่าวสารได้เฉพาะในสมาชิกที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง
คุณลักษณะ Asynchronous of new communication	การกระจายข่าวสารเกี่ยวกับงานปาร์ตี้ผ่านทางพื้นที่bulletin board และพื้นที่ส่วน comment ทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการผลิต โบปลิวประชาสัมพันธ์งาน สมาชิกในเครือข่ายสามารถเข้ามารับทราบกำหนดการงานปาร์ตี้ได้ตามความสะดวก

ตารางแสดงคุณลักษณะของสื่อสมัยใหม่ที่เอื้อต่อการขยายเครือข่าย

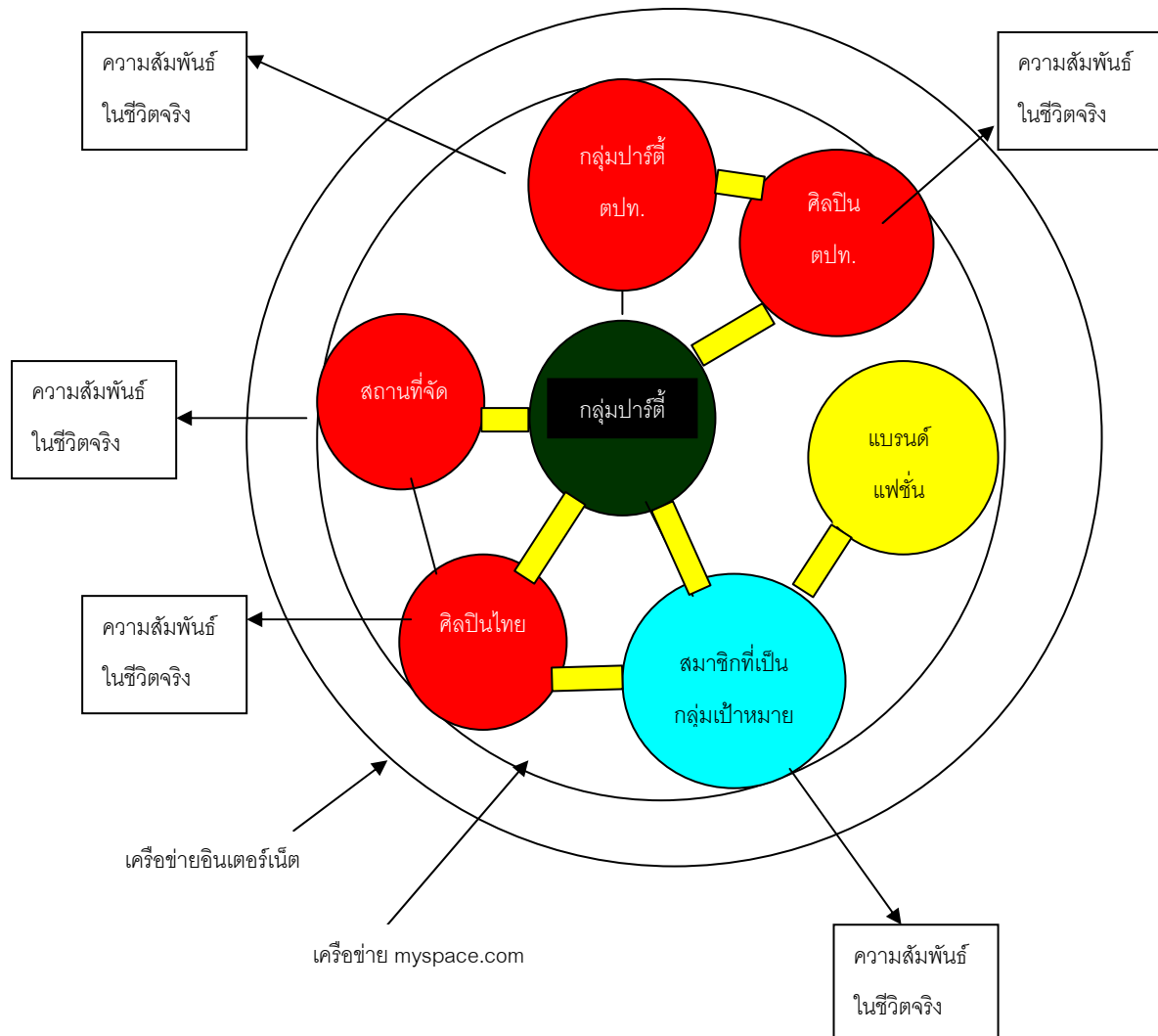
ด้วยคุณลักษณะของสื่อสมัยใหม่ในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (CMC)การใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com ทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายที่เป็นเครือข่ายที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ (interactive set)ตามแนวคิดการขยายเครือข่ายทางสังคม (social networking) ผ่านทางหน้า profile ภายในเว็บไซต์ myspace.com ที่เอื้อต่อกิจกรรมในงานปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสแบ่งออกเป็น 2 ระดับ

1. *เครือข่ายที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มสมาชิก* หมายถึง การเลือก add friend ที่ตรงกับอัตลักษณ์กลุ่มด้วยการดูจากเนื้อหาบนหน้า profile ตามที่ได้กล่าวไว้ในส่วนการใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com เพื่อเพิ่มจำนวนสมาชิกที่ตรงตามอัตลักษณ์กลุ่ม กระจายข่าวสารได้อย่างทั่วถึงภายในกลุ่ม และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในกลุ่ม ทำให้รู้สึกเป็นกลุ่มเดียวกันยิ่งขึ้น
2. *เครือข่ายที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ* หมายถึง การเลือก add friend ที่เป็นศิลปินมีทั้งศิลปินที่เป็นวงดนตรีในประเทศ และวงดนตรีต่างประเทศ เพื่อติดต่อมาแสดงในงานปาร์ตี้ของกลุ่ม และยังสามารถเชื่อมโยงไปยังกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสดังประเทศ ทำให้เกิดการร่วมมือกันในการติดต่อศิลปินต่างประเทศ มาร่วมงานและยังมีกิจกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับงานปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสดังอย่างเช่น การทำกราฟฟิกเคลื่อนไหว (visual graphic) และการออกแบบใบปลิวประชาสัมพันธ์งาน

การจัดเรียงลำดับ top friend ในส่วน friend space ยังสามารถบ่งบอกถึงระดับความสัมพันธ์ที่ทางกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสดังให้ความสำคัญต่อสมาชิกภายในเครือข่ายตามแนวความคิดขยายเครือข่ายทางสังคม (social networking) เป็นเครือข่ายตามการแยกประเภทบุคคล (classificatory set) การเรียงลำดับ top friend ในส่วน friend space ที่บ่งบอกถึงระดับความสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

1. *การเรียงลำดับตามระดับความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ* หมายถึง การเลือกศิลปินที่มาแสดงในงานปาร์ตี้ในแต่ละครั้งขึ้นเป็น top friend และการเลือกบุคคลหรือองค์กรที่มีผลประโยชน์ร่วมกับกลุ่มปาร์ตี้ต่างๆ
2. *การเรียงลำดับเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกลุ่ม* หมายถึง การเลือกวงดนตรีในประเทศหรือต่างประเทศที่มีแนวดนตรีตรงกับแนวทางของกลุ่มงานปาร์ตี้ต่างๆ หรือศิลปินที่มีแนวดนตรีเข้ากับแนวคิดหลัก (theme) งานปาร์ตี้ในแต่ละครั้ง เพื่อให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชมหน้า profile มองเห็นแนวคิดหลักที่ทางกลุ่มปาร์ตี้ต้องการสื่อ

โดยการจัดระดับในลักษณะเครือข่ายที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์และการจัดระดับตามเครือข่ายตามการแยกประเภทบุคคล (classificatory set) สามารถแสดงการขยายเครือข่ายทางสังคมของกลุ่มปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแสที่สร้างเครือข่ายย่อย (partial network) ภายในเครือข่ายรวม (total network) หมายถึงเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com ได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



หมายเหตุ : สีฟ้า แสดงเครือข่ายที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มสมาชิก

สีแดง แสดงเครือข่ายที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ

และระดับความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ

สีเหลือง แสดงการเรียงลำดับในเชิงเสริมภาพลักษณ์

แผนภาพแสดงการขยายเครือข่ายย่อยของกลุ่มปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแสภายในเครือข่ายรวม

ของเว็บไซต์ myspace.com

### 6.1.2 การใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com ในการช่วยเสริมสร้าง อัตลักษณ์กลุ่ม

ส่วน Beebe และ Masterson (2005) ได้อธิบายถึงแนวคิดอัตลักษณ์กลุ่มไว้ว่า สมาชิกในกลุ่มจำเป็นต้องรู้สึกหรือรับรู้ถึงความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม และเมื่อสมาชิกของกลุ่มรับรู้ว่าคุณยังดำรงอยู่และพวกเขายังคงเป็นสมาชิกในกลุ่ม ความเป็นอัตลักษณ์กลุ่มจะปรากฏออกมาผ่านตัวตนของสมาชิกในกลุ่ม หรือกิจกรรมกลุ่มที่สมาชิกเป็นผู้จัดขึ้น

ส่วนแนวคิดวัฒนธรรมย่อยของ Murdock ได้กล่าวไว้ว่าวัฒนธรรมย่อยเป็นความพยายามที่จะโต้แย้งหรือต่อรองกับระบบนัยยะหลัก พวกเขาประสงค์ที่จะสร้างศูนย์รวมข้อมูลเชิงสัญลักษณ์ที่สามารถชักจูงปัจเจกชนเฉพาะบุคคลหรือกลุ่มที่พยายามจะทำความเข้าใจกับสถานการณ์เฉพาะทำให้อัตลักษณ์กลุ่มที่สะท้อนสไตล์เฉพาะตนใน ก่อนสร้างอัตลักษณ์อันสามารถสืบทอดต่อไปได้ (Murdock, 1974)

โดยจากการวิเคราะห์เนื้อหาบนหน้า profile ของสมาชิกในเครือข่ายกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสจำนวน 80 หน้า profile และการสังเกตการณ์จากสถานการณ์จริงในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสจำนวน 6 งาน ผู้วิจัยพบว่าอัตลักษณ์กลุ่มในรูปแบบวัฒนธรรมย่อยที่มีสไตล์เฉพาะตนของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสมีดังต่อไปนี้

1. *รูปลักษณ์ภายนอก* ได้แก่ การแต่งกายและทรงผมที่ยึดตามสไตล์เฉพาะของแนวดนตรีนอกกระแสที่ตนเองชื่นชอบ หรือศิลปินในแนวดนตรีที่ตนเองชอบ โดยแบ่งออกเป็นแนวอินดี้ร็อก และแนวนูเรพ ตามแนวดนตรีนอกกระแสที่เปิดในงานปาร์ตี้ของแต่ละกลุ่ม การแต่งกายสามารถเปลี่ยนไปตามแนวคิดหลัก (theme) ในงานปาร์ตี้แต่ละครั้ง แต่ยังคงสไตล์การแต่งตัวตามแนวที่ตนเองชื่นชอบไว้
2. *การแสดงออก* สถานที่ที่กลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสสามารถแสดงออกได้อย่างเต็มที่คือการไปปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส คือพื้นที่ได้สังสรรค์กับกลุ่มคนที่มีรสนิยมเดียวกัน การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ การกระโดดหรือเต้นรำที่ไม่มีรูปแบบตายตัว

ตามจังหวัดลงในแนวดนตรีอินดี้ร็อกแขนงต่าง หรือตามจังหวัดจากเครื่องสังเคราะห์ของชาวนัคนตรีอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ด้วยตนเองในแบบของตนเอง พยายามต่อรองกับพื้นที่ทางสังคมในกระแสหลักที่ไม่เคยแยกแยะกับการมีตัวตนของคนกลุ่มนี้

3. *ภาษา* การใช้ศัพท์เฉพาะเป็นเครื่องบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยได้อย่างชัดเจน สำหรับการใ้ภาษาของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส อาจจะดูเหมือนศัพท์วัยรุ่นทั่วไปแต่ก็วิถีในการดัดแปลงนัยยะกลายเป็นความหมายเฉพาะกลุ่มของตนเอง อย่างคำว่า “แนว” ที่มักจะเป็นคำนิยามที่พวกเขาถูกจำกัดความจากสังคมกระแสหลักที่มองคนที่ชื่นชอบแนวดนตรีนอกกระแส พวกเขามักจะนำมาใช้ในเชิงเสียดสี หรือล้อเลียนตนเองมากกว่า ตั้งใจจะหมายความตามนั้น นอกจากนี้การใช้ศัพท์แสลงอังกฤษ และการสบลถือเป็นการใช้ภาษาที่สมาชิกในกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสในชีวิตประจำวัน
4. *วิถีชีวิต และค่านิยม* วิถีชีวิตของสมาชิกในกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสเน้นไปในทางการแสวงหาความสุขใส่ตน การเข้าร่วมงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส การสังสรรค์กินดื่มในร้านที่เปิดเพลงหรือมีการแสดงสดตามแนวดนตรีที่ตนเองชื่นชอบ การแสวงหาสื่อบันเทิงนอกกระแสจากสื่อสมัยใหม่ การชื่นชมงานศิลปะแขนงต่างๆผ่านภาพในนิตยสารเชิงศิลป์ การเข้าชมนิทรรศกาลศิลปะ การสร้างงานศิลปะด้วยตนเอง การศึกษาเรื่องเทคนิคการถ่ายภาพ และความสนใจในแฟชั่นชั้นสูงที่ปรากฏบนหน้านิตยสารต่างประเทศ แต่นำมาดัดแปลงในรูปแบบของตนเอง

จากอัตลักษณ์กลุ่มวัฒนธรรมย่อยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าสมาชิกในกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส มีวิถีชีวิตในการบริโภคสื่อ และแสวงหาข่าวสารจากสื่อสมัยใหม่ ดังนั้นการเลือกใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com จึงเป็นการเลือกใช้สื่อสมัยใหม่ที่สามารถเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มวัฒนธรรมย่อยให้เด่นชัดยิ่งขึ้น โดยจากการวิเคราะห์เนื้อหาบนหน้า profile ของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแส ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสใช้พื้นที่และบริการบนหน้า profile ภายในเว็บไซต์ myspace.com ในการช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มดังต่อไปนี้

1. การใช้พื้นที่และบริการบนเว็บไซต์ *myspace.com* เพื่อแสดงออกถึงอัตลักษณ์กลุ่มทางด้านรูปลักษณ์ภายนอก

รูปลักษณ์ภายนอกอันเป็นอัตลักษณ์กลุ่มแสดงออกผ่านทางภาพที่ปรากฏบนหน้า profile ของสมาชิก โดยบริการอัพโหลดรูปภาพในพื้นที่ ภาพแทนตน (display picture) และสามารถแสดงออกได้ชัดเจนมากขึ้นในพื้นที่อัลบั้มภาพ ส่วนการใช้สีเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ในด้านรูปลักษณ์ภายนอกได้เช่นกัน พบในส่วนกราฟฟิกตกแต่งหน้า profile (layout)

2. การใช้พื้นที่และบริการบนเว็บไซต์ *myspace.com* เพื่อแสดงออกถึงอัตลักษณ์กลุ่มทางการแสดงออกในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกระแส

กลุ่มสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสแสดงออกถึงอัตลักษณ์กลุ่มในการเข้าร่วมงานปาร์ตี้ดนตรีนอกระแส ด้วยบริการอัพโหลดภาพลงบนพื้นที่ภาพแทนตนบนหน้า profile ส่วนตัว และ พื้นที่ในภาพในอัลบั้มภาพ โดยเป็นการแสดงออกที่ได้จากลักษณะท่าโพสค์และองค์ประกอบภาพในลักษณะนักปาร์ตี้

3. การใช้พื้นที่และบริการบนเว็บไซต์ *myspace.com* เพื่อแสดงออกถึงอัตลักษณ์กลุ่มทางด้านภาษา

กลุ่มสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสใช้พื้นที่และบริการในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์กลุ่มทางด้านภาษาผ่านทางการใช้บริการ add comment ในส่วน comment บนหน้า profile

4. การใช้พื้นที่และบริการบนเว็บไซต์ *myspace.com* เพื่อแสดงออกถึงอัตลักษณ์กลุ่มทางด้าน

วิถีชีวิต

กลุ่มสมาชิกในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสใช้พื้นที่ในส่วนภาพแทนตน พื้นที่ภายในอัลบั้มภาพ ประกอบกับบริการการใส่ข้อมูลในพื้นที่ในส่วนความสนใจ เพื่อแสดงวิถีชีวิตของตนอย่างละเอียด และพื้นที่ในส่วน top friend บนหน้า profile ก็ยังสามารถแสดงออกถึงวิถีชีวิตและค่านิยมของกลุ่มได้เช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นการเลือก friend ที่เป็นบุคคลหรือองค์กรตามค่านิยมและ

วิถีชีวิตของตนเอง ได้แก่ กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแส ศิลปินนอกระแส ต่างประเทศและในประเทศ นิตยสารแฟชั่นต่างประเทศ ช่างภาพต่างประเทศ และ พื้นที่ blog ที่สามารถอัปโหลดข้อมูลเรื่องราวที่เจ้าของ profile ต้องการเผยแพร่อันเกี่ยวกับวิถีชีวิตและค่านิยมเฉพาะกลุ่มได้

การใช้พื้นที่และบริการในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์กลุ่มเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มของตนเองผ่านทางสื่อเว็บไซต์ myspace.com ตามลักษณะที่กล่าวมาข้างต้นต้องอาศัย คุณลักษณะ individualize ของสื่อสมัยใหม่ ที่เอื้อต่อการตกแต่งเนื้อหาบนหน้า profile ได้ความต้องการของผู้ใช้สื่อ ดังนั้นเว็บไซต์ myspace.com ถือเป็นสื่อสมัยใหม่ที่เอื้อต่อการสร้างเนื้อหาโดยผู้ใช้ ซึ่งกลุ่มสมาชิกภายในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสได้ใช้พื้นที่และบริการในส่วนดังกล่าวตกแต่งหน้า profile เพื่อแสดงอัตลักษณ์กลุ่มเป็นส่วนหนึ่ง การเสริมสร้างให้อัตลักษณ์กลุ่มดำรงอยู่ต่อไปได้

- 6.1.3 การใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงระหว่างความสัมพันธ์ออนไลน์ (online) กับความสัมพันธ์ออฟไลน์ (offline)

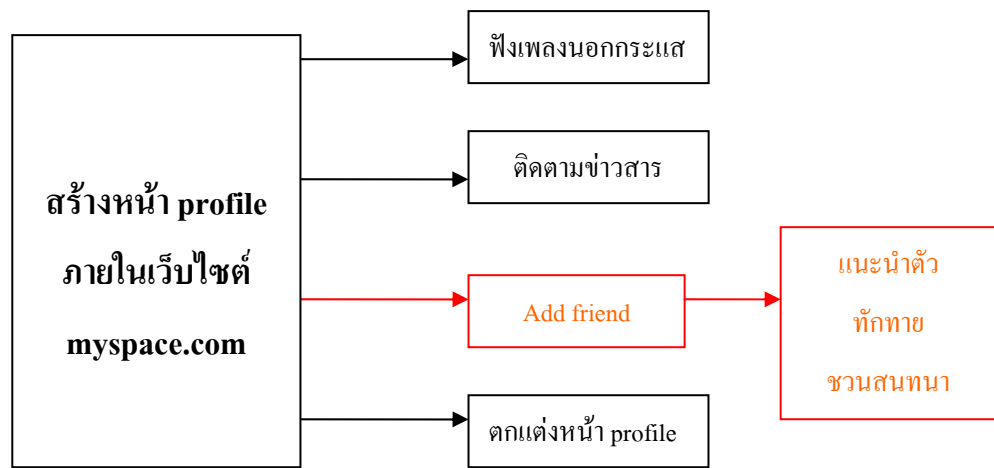
แนวคิดชุมชนออนไลน์ (Virtual Community) ได้กล่าวไว้ว่าเมื่อกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกันได้มารวมตัวกัน ก่อให้เกิดการสร้างความหมาย และผลิตรหัสอันก่อให้เกิดความเข้าใจเฉพาะกลุ่มได้ รูปแบบการแสดงออกที่ถูกพัฒนาขึ้นยังก่อให้เกิดอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบททางสังคมของกลุ่ม และเมื่อสร้างความสัมพันธ์ออนไลน์ขึ้นมาแล้ว โอกาสที่จะสานต่อไปสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์ (offline) หรือความสัมพันธ์ในชีวิตจริงก็มีเพิ่มมากขึ้น

ดังนั้นนอกเหนือจากการใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com เพื่อการขยายเครือข่ายและเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มตามที่ผู้วิจัยได้อธิบายไว้ข้างต้นแล้ว ทางสมาชิกในกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสยังได้ใช้ พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงระหว่างความสัมพันธ์ออนไลน์ (online) ที่เกิดขึ้นจากการ



ปฏิสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com ที่นำไปสู่กับความสัมพันธ์ออฟไลน์ (offline) อันหมายถึงความสัมพันธ์ในชีวิตจริง

จากการสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน โดยเริ่มจากการใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com สร้างความสัมพันธ์ออนไลน์โดยมีขั้นตอนดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพแสดงการใช้พื้นที่และบริการที่เป็นจุดเริ่มต้นความสัมพันธ์ออนไลน์

จากแผนผังข้างบนแสดงให้เห็นจุดเริ่มต้นของการเข้าเป็นสมาชิกในชุมชนออนไลน์ซึ่งในที่นี้คือ การสมัครเป็นสมาชิกในเครือข่ายของเว็บไซต์ myspace.com เข้ามาใช้สื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจตามทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Uses and Gratification Approach) ในแง่มุมต่อไปนี้

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) หมายถึงการบริโภคสื่อบันเทิงนอกระแสในส่วนจากหน้า profile ของศิลปิน
2. ติดตามข่าวสาร (Surveillance) หมายถึงการใช้เว็บไซต์ myspace.com เพื่อติดตามผลงานของวงดนตรีนอกระแสผ่านพื้นที่หน้า profile ของศิลปินนอกระแสทั้งไทยและต่างประเทศ รวมไปถึงข่าวสารเกี่ยวกับกำหนดการจัดงานปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสผ่านพื้นที่หน้า profile ของกลุ่มผู้จัดปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสต่างๆ

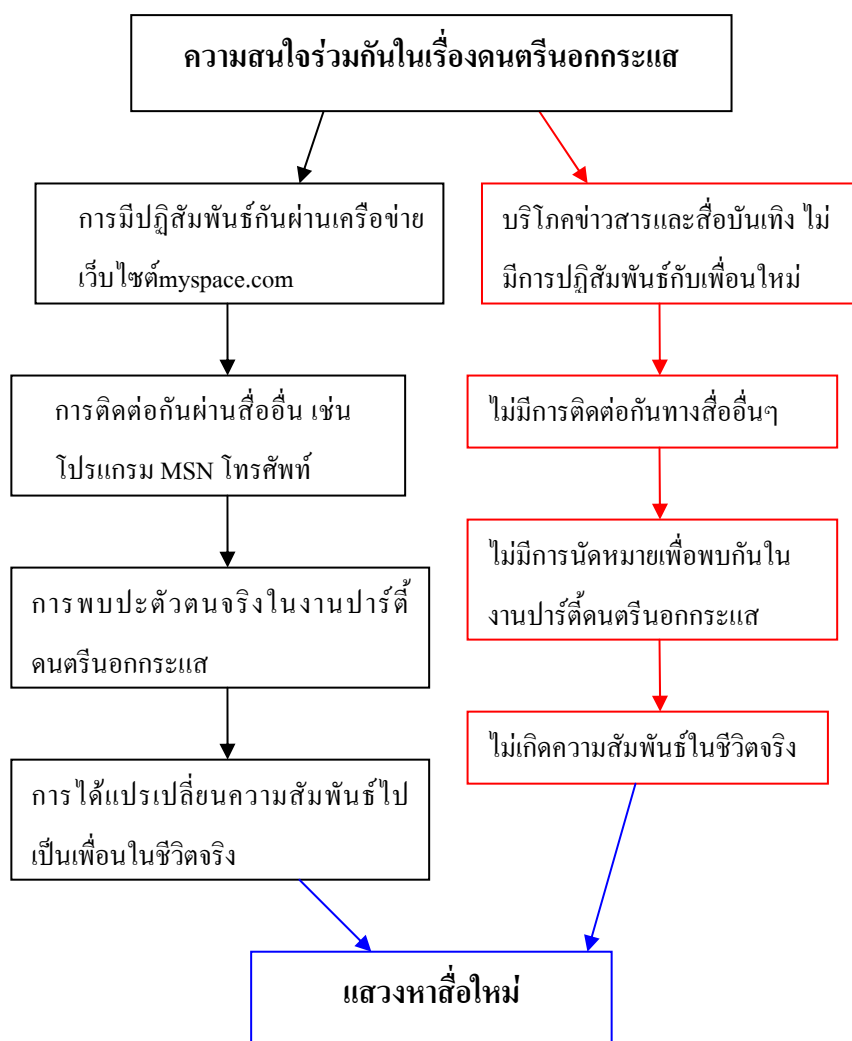
3. **อัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity)** ใช้เสริมสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง ด้วยการให้บริการตกแต่งกราฟฟิก อัปโหลดภาพ และอัปโหลดเพลงบนพื้นที่หน้า profile ตามที่ได้กล่าวไว้ใน การตอบคำถามวิจัยข้อที่สอง
4. **ความสัมพันธ์ส่วนบุคคล ((Personal Relation)** หมายถึง การใช้เว็บไซต์ myspace.com เพื่อปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน (friend) ด้วยบริการ add friend และเริ่มมีการปฏิสัมพันธ์ด้วยการให้บริการ add comment ในพื้นที่ส่วน comment เพื่อนำตัว ทักทาย และชวนสนทนาในหัวข้อที่มีความสนใจร่วมกัน ส่วนมากจะเป็นความสนใจเกี่ยวกับดนตรีนอกระแส การไปปาร์ตี้ดนตรีนอกระแส แฟชั่น และการถ่ายภาพ

ส่วนกระบวนการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์และความสัมพันธ์ออฟไลน์ที่ถือเป็นการยกระดับความสัมพันธ์จากเพื่อนที่เพิ่งรู้จักในสังคม myspace ไปเป็นเพื่อนในชีวิตจริงจำเป็นต้องอาศัยสื่ออื่นๆอย่างเช่น โปรแกรมสนทนา MSN หากความสัมพันธ์ออนไลน์ดำเนินไปด้วยดี ก็จะเริ่มมีการติดต่อกันทางสื่อโทรศัพท์ ที่นำไปสู่การนัดหมายกันไปทำกิจกรรมที่มีความสนใจร่วมกัน โดยมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ออนไลน์มาสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์ดังต่อไปนี้

- **รสนิยมและการใช้ชีวิตที่คล้ายคลึงกัน** ได้แก่รสนิยมด้านการฟังเพลง การชอบไปปาร์ตี้ดนตรีนอกระแส ถ้าหากเคยพบในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกระแสยิ่งช่วยทำให้การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์มาสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์เป็นไปได้ง่ายขึ้น
- **ระดับความสัมพันธ์** ได้แก่ การเป็นเพื่อนของเพื่อน การได้ติดต่อสื่อสารผ่านทางสื่ออื่นทำให้ระดับความสนิทสนมเพิ่มขึ้น

ส่วนปัจจัยที่ไม่ก่อให้เกิดกระบวนการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์มาสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์ได้แก่ความไว้วางใจ กล่าวว่าการหาเพื่อนทางเน็ตทำให้ดูเป็นคนผิดปรกติ และเกิดการตั้งข้อสงสัยในความจริงใจของเพื่อนทางเว็บไซต์ myspace.com

จากข้อสรุปทั้งหมดสามารถอธิบายถึงกระบวนการการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์มาสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์ของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสได้ดังแผนผังต่อไปนี้



แผนผังแสดงกระบวนการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์มาสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์ของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส

ดังนั้นการเริ่มใช้สื่อเว็บไซต์ myspace.com เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจดังกล่าว จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการรวมตัวกันเป็นชุมชนออนไลน์ ที่เป็นศูนย์รวมของผู้ที่มีความสนใจ และมีจุดมุ่งหมายร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ทางไซเบอร์สเปซ โดยความสนใจและจุดมุ่งหมายที่สมาชิกกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสมีส่วนร่วมก็คือความสนใจทางด้านคนตรีนอกกระแสที่หาฟังได้ยาก การรับข่าวสารเกี่ยวกับงานปาร์ตี้คนตรีนอก

กระแสต่างๆ และการได้ทำความรู้จักกับคนที่มรสนิยมคล้ายคลึงกัน หรือคนที่เคยเจอตามงานปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส ทำให้ได้สร้างความสัมพันธ์ออนไลน์ที่นำไปสู่การได้พบปะตัวจริงในงานปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส ทำให้เกิดความสัมพันธ์ออฟไลน์ต่อไปได้

ซึ่งในบางกรณีกระบวนการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์มาสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์อาจจะไม่บรรลุถึงขั้นสุดท้ายได้ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างบางส่วนไม่ได้มีจุดประสงค์หลักในการทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ผ่านทางเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com แต่เข้ามาเป็นสมาชิกในเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com เพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารและสืบค้นที่ตรงตามรสนิยมของตนเอง หรือเข้าร่วมเป็นสมาชิกในเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนในกลุ่มของตนเอง ซึ่งเป็นเพื่อนกันอยู่แล้วในชีวิตจริง คนกลุ่มนี้ไม่ค่อยเปิดรับเพื่อนใหม่ที่เข้ามาทำความรู้จักเท่าไร อาจแค่ทักทายและสนทนาในหัวข้อที่เกี่ยวกับเรื่องที่มีความสนใจร่วมกัน เช่น ดนตรี ภาพยนตร์ และงานปาร์ตี้บ้าง แต่ไม่มีความต้องการที่จะรู้จักเพื่อนในสังคมออนไลน์ในชีวิตออฟไลน์แต่อย่างใด ทำให้ไม่กระบวนการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์ไปสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์

เมื่อกลุ่มสมาชิกที่ได้ใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์ไปสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์ และกลุ่มสมาชิกที่ไม่ได้มีการเชื่อมโยงไปสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์ ได้ใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com จนถึงจุดอิ่มตัว ย่อมเกิดการแสวงหาสื่ออื่นๆที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ทำให้ละทิ้งชุมชนออนไลน์ภายในเว็บไซต์ myspace.com ไปสู่สื่อแขนงใหม่ในที่สุด

## 6.2 อภิปรายผลการวิจัย

### กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสวัฒนธรรมย่อยหรือกระแสนิยม

แนวทางในการศึกษาแบบวัฒนธรรมนิยม (Culturalism) ของ P. Willis (1990) มองปรากฏการณ์ทางสังคมจากมุมมองของผู้เสียเปรียบ (underdog perspective) ที่ศึกษาถึงรูปแบบการต่อต้านสังคมที่พบในชีวิตประจำวัน ที่มักจะใช้รสนิยมและอุปนิสัยเป็นนำไปสู่การสร้างวิถีชีวิตอันเป็นแบบแผนประจำกลุ่ม สร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมด้วยตนเองในเวลาว่าง

ผู้วิจัยพบว่า การได้ไปสังเกตการณ์ในสถานที่จริงคืองานปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสจำนวน 6 งาน พบว่างานปาร์ตี้ของแต่ละกลุ่มมีการแสดงออกในรูปแบบการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ที่เฉพาะกลุ่มของตัวเอง เป็นพื้นที่ให้คนที่มึรสนิยมเฉพาะแบบเดียวกัน ซึ่งในที่นี้หมายถึงแนวคนตรีนอกกระแสทั้งแนวอินดี้ร็อก และแนวอีเล็กโทร อันเป็นแกนหลักของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสได้มาแสดงออกถึงอัตลักษณ์กลุ่มทั้งทางด้านสไตล์การแต่งตัวตามแนวคนตรีนอกกระแสทั้งสองแนว รวมถึงแสดงออกทางด้านพฤติกรรมแบบนักรักปาร์ตี้ (party animal) ด้วยการเต้นรำที่ไม่มีรูปแบบตายตัว การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การเสพผลงานศิลปะในรูปแบบใหม่ๆ ทั้งหมดนี้กลายเป็นวิถีชีวิตที่คนกลุ่มนี้ยึดปฏิบัติเป็นแบบแผนเฉพาะกลุ่ม

ซึ่งเมื่อกล่าวถึงจุดกำเนิดของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสอันถือเป็นการปรากฏการณ์ทางสังคมจากมุมมองของผู้เสียเปรียบ (underdog perspective) ตามแนวคิดของ P. Willis อย่างแท้จริง ผู้วิจัยพบว่า มีเพียงกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ซึ่งถือเป็นผู้คนรักสนุกเพียงกลุ่มเดียวที่เริ่มต้นการรวมตัวกันจัดงานปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส สร้างพื้นที่สร้างสรรค์ในแบบของตนเอง โดยใช้แนวคนตรีนอกกระแสในแบบที่ตนเองชอบเป็นเครื่องต่อรองกับวัฒนธรรมประชานิยม สร้างพื้นที่สร้างสรรค์เพื่อคนที่มึรสนิยมตรงกับกลุ่ม โดยเฉพาะ ซึ่งถือว่าการกระทำที่แฝงอุดมการณ์ของความเป็นวัฒนธรรมย่อยอย่างชัดเจน

สำหรับการเข้าร่วมปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส และการรวมตัวกันจัดปาร์ตี้ในหมู่นักศึกษา ที่ผู้วิจัยถือว่าการรวมตัวดังกล่าวเรียกได้ว่าเป็น “กลุ่มปาร์ตี้สมัครเล่น” อาจจะไม่ถือว่าเป็นวัฒนธรรม

ย่อยที่แท้จริง เนื่องจากกลุ่มคนรุ่นหลังที่เติบโตมากับสื่อสมัยใหม่ ไม่ได้ได้รับแรงกดดันในการขาดพื้นที่สื่อสำหรับคนตรีนอกกระแสและแรงกดดันที่เกิดจากการขาดพื้นที่สังสรรค์ เนื่องจากกลุ่มคนที่ถือเป็นนักปาร์ตี้สมัครเล่นเติบโตมากับการบริโภคสื่อทางอินเทอร์เน็ต แรงบันดาลใจในการจัดปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสของกลุ่มปาร์ตี้สมัครเล่นจึงมาจากการรับเอาอัตลักษณ์ของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสในยุคบุกเบิกอย่างกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ที่ถือเป็นกลุ่มปาร์ตี้ที่เกิดจากแรงกดดันจากค่านิยมกระแสหลัก

การเกิดปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสขึ้นเป็นจำนวนหลายกลุ่มจึงใกล้เคียงกับการเป็นกระแสนิยมที่เกิดจากการรับเอาอัตลักษณ์กลุ่มมาอย่างผิวเผิน มากกว่าที่จะเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยอย่างแท้จริง แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอุดมการณ์ของแต่ละกลุ่มปาร์ตี้ด้วย เนื่องจากในปัจจุบันก็เริ่มมีการต่อต้านวัฒนธรรมการไปปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส อย่างเช่นในกลุ่มปาร์ตี้ Trasher ที่จัดปาร์ตี้โดยมีแนวคิดหลักคือการเปิดเพลงป๊อปตามกระแสหลัก ที่เป็นแนวคิดที่ตรงกันข้ามกับแนวคิดของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกแสรุ่นหลังกลุ่มอื่นๆที่ถึงจะมีความพยายามที่จะสร้างอัตลักษณ์เฉพาะในแบบของกลุ่มตัวเองแต่ก็หนีไม่พ้นการดำเนินรอยตามกลุ่มปาร์ตี้ Dudesweet ที่ถือเป็นกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสยุคบุกเบิกที่มีอัตลักษณ์ในแบบวัฒนธรรมย่อยอย่างแท้จริง

ส่วนสมาชิกภายในเครือข่ายของกลุ่มปาร์ตี้ต่างๆผ่านทางเครือข่ายเว็บไซต์ myspace.com หรือกลุ่มที่ผู้วิจัยขนานนามให้ว่า “กลุ่มเด็ก myspace” นั้นถือว่าเป็นกลุ่มคนที่มีความใกล้เคียงกับอัตลักษณ์ของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสค่อนข้างมาก เพราะผ่านขบวนการคัดกรองด้วยการพิจารณาจากเนื้อหาบนหน้า profile จากผู้จัดปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสแล้วในระดับหนึ่ง แต่ระดับความเข้มแข็งของอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมย่อยของคนกลุ่มนี้ก็ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในเครือข่ายหากเป็นผู้ที่รู้จักและเข้าใจวัฒนธรรมการไปปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสอยู่แล้ว แล้วเข้ามาเพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส และมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มคนที่มียุทธศาสตร์เดียวกัน กลุ่มคนเหล่านี้ก็ถือว่าเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยตัวจริงได้ แต่หากเข้ามาเป็นสมาชิกในเครือข่ายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ หรือเริ่มเข้ามาเพราะเห็นว่าเป็นกระแสนิยมก็ไม่สามารถเรียกได้ว่ามีอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมย่อยอย่างแท้จริง

*วิเคราะห์อัตลักษณ์กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสผ่านแนวคิดโพสต์โมเดิร์น*

## 1. แนวคิดโพสต์โมเดิร์นกับการเลือกใช้เว็บไซต์ myspace.com ในการขยายเครือข่าย

จุดกำเนิดของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสมาจากการขาดพื้นที่สื่อกระแสหลักที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ดังนั้นการต่อต้านสื่อกระแสหลักที่ถือเป็นสื่อที่นำเสนอวัฒนธรรมมวลชน เป็นการตลาดเพื่อมวลชนจึงเป็นสาเหตุหลักที่กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสมหันมาเลือกใช้สื่อสมัยใหม่อย่างเว็บไซต์ myspace.com ที่มีใช้การสื่อสารแบบกลุ่มบุคคลไปสู่กลุ่มบุคคล และมีคุณลักษณะแบบ individualize ที่สามารถปรับแต่งเนื้อหาบนหน้า profile ได้ตามความต้องการของกลุ่ม ทำให้ปรับเปลี่ยนรูปแบบหน้า profile และสร้างเนื้อหาที่ตรงกับอัตลักษณ์ของกลุ่มได้ ทำให้สามารถเลือก add friend ที่ตรงตามอัตลักษณ์กลุ่ม และยังสามารถควบคุมการกระจายข่าวสารได้ตามที่ผู้จัดงานต้องการ ตามแนวคิดโพสต์โมเดิร์นที่เน้นการตลาดเฉพาะกลุ่มต่อต้านการตลาดแบบมวลชน

อีกทั้งทางกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสมีอุดมการณ์ในแบบวัฒนธรรมย่อย ที่หวงแหนอัตลักษณ์กลุ่มของตนเองไม่ต้องการให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมมวลชน การเลือกใช้เว็บไซต์ myspace.com ทั้งในแง่การขยายเครือข่าย การเสริมสร้างอัตลักษณ์จึงเป็นกระบวนการในการดำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์กลุ่มวัฒนธรรมย่อย แต่ก็สามารถขยายเครือข่ายของวัฒนธรรมย่อยได้ในขอบเขตที่กลุ่มต้องการ

## 2. แนวคิดโพสต์โมเดิร์นกับอัตลักษณ์กลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสม

Jean Baudrillard ได้เคยกล่าวไว้ว่ายุคโมเดิร์นเป็นยุคที่ถูกครอบงำด้วยการผลิตแบบทุนนิยมอุตสาหกรรม การบริโภคในยุคโพสต์โมเดิร์นเป็นการบริโภคสัญลักษณ์ที่สามารถสะท้อนตัวตนของผู้บริโภค มากกว่าที่จะบริโภคเพื่อประโยชน์ใช้สอยที่แท้จริง และยังเป็นการใช้สัญลักษณ์ในระดับผิวเผินไม่คำนึงถึงความหมายเชิงลึก

การใช้สัญลักษณ์ภาพธง Union Jack ที่สมาชิกในกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแสมักจะใช้สัญลักษณ์นี้เป็นเครื่องบ่งบอกสไตล์ของตนทั้งในการแต่งกาย การตกแต่งกราฟฟิกบนหน้า profile ในเว็บไซต์ myspace.com การตกแต่งสถานที่ในงานปาร์ตี้คนตรีนอกระแสมล้วนเป็นการใช้สัญลักษณ์ในระดับผิวเผินหมายถึงใช้เพื่อแสดงความหลงใหลในวัฒนธรรมอังกฤษ หรือ

ใช้เพราะเห็นศิลปินต้นแบบใช้ ไม่ได้คำนึงถึงที่มาของความหมายในการนำธง union jack มาเป็นเครื่องแต่งกาย อย่างที่ศิลปินผู้เป็นต้นแบบวัฒนธรรมพังค์อย่างวง Sex pistols ใช้เป็นเครื่องหมายในเชิงเสียดสีเกี่ยวกับชนชั้น

Hebdige กล่าวว่าไว้ว่าการสร้างสรรค์งานศิลปะด้วยกระบวนการ Cut' n Mix ซึ่งเป็นนำสัญลักษณ์ที่มีอยู่เดิม นำมาตัดและปะติดปะต่อให้เกิดความหมายใหม่ โดยมีการทำทลายความหมายของสัญลักษณ์ที่ซ่อนเร้นอยู่ เป็นแนวทางการสร้างสรรค์งานศิลปะในรูปแบบวัฒนธรรมย่อยแบบโพสต์โมเดิร์น ซึ่งแนวทางสร้างสรรค์งานศิลปะในแบบดังกล่าวพบในพื้นที่หน้า profile ของสมาชิกในกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแส คือการนำสิ่งที่ชอบอย่างเช่นภาพศิลปินนอกกระแสมาปะติดทับซ้อนกันในรูปแบบภาพปะติด (collage) ใช้เป็นภาพแทนการใส่ข้อมูลความสนใจในส่วนความสนใจทางด้านดนตรีถือเป็นการสร้างสรรค์งานศิลปะที่หยิบยืมอัตลักษณ์ของศิลปินต้นแบบมาดัดแปลงให้เกิดความหมายใหม่

การหยิบยืมอัตลักษณ์ของศิลปินต้นแบบมาสร้างใหม่เป็นวัฒนธรรมย่อยในแบบของตนเองยังพบเห็นได้จากรูปลักษณ์ภายนอกของสมาชิกในกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสที่ "ได้รับเอาอัตลักษณ์ของศิลปินนอกกระแสหรืออัตลักษณ์ของนางแบบจากภาพที่เห็นจากนิตยสารต่างประเทศ ทั้งทรงผม และการแต่งกาย และลักษณะการโพสต์ท่าถ่ายรูป แต่ก็มีการนำมาปรับใช้ในรูปแบบของตนเอง ส่วนการอัปโหลดเพลงและวีดีโอประกอบหน้า profile การเลือก top friend ที่แสดงออกถึงรสนิยมของตนเอง ก็ถือเป็นการหยิบยืมเอาอัตลักษณ์ของศิลปินหรือองค์กรต่างๆตามความสนใจของเจ้าของหน้า profile มาช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ของตนเองด้วยเช่นกัน

สำหรับวิถีชีวิตของสมาชิกในกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสยังสามารถสะท้อนค่านิยมของปัจเจกชนในแบบโพสต์โมเดิร์นได้อย่างชัดเจน นอกจากการจัดปาร์ตี้คนตรีนอกกระแสสร้างพื้นที่สังสรรค์ในแบบของตนเองแล้ว ภายในงานปาร์ตี้ยังมีการจัดแสดงงานศิลปะเป็นกิจกรรมเสริมในงานปาร์ตี้ นับว่าเป็นการสลายเส้นแบ่งชนชั้นสร้างพื้นที่ในการเสพงานศิลปะในรูปแบบใหม่ที่มิใช่การเสพงานศิลปะในรูปแบบชนชั้นสูงที่ศิลปะคือผลงานของศิลปินที่ได้รับการยอมรับ และงานศิลปะต้องอยู่ในแกลอรีหรือพิพิธภัณฑ์เท่านั้น



อัตลักษณ์ของกลุ่มปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแสนี้ประกอบไปด้วยอัตลักษณ์ที่หลากหลายภายในกลุ่มเดียว บางครั้งก็พบว่ามียุคที่ขัดแย้งกัน เห็นได้จากความหลากหลายในแนวดนตรีนอกกระแสที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบ การกำหนดแนวคิดหลักของงานปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแสที่ในบางกลุ่มก็เปลี่ยนแนวดนตรี และกำหนดแนวการแต่งกาย (dress code) ไปตามแนวดนตรี ทำให้เห็นอัตลักษณ์ที่หลากหลายภายในกลุ่มเดียว ไม่กำหนดตายตัว บางครั้งก็มีการกำหนดแนวคิดที่ล้อเลียนตนเอง ด้วยใช้แนวดนตรีเป็นตัวแทนในการแสดงออกแนวล้อเลียนและเสียดสีตนเอง ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการเสียดสีค่านิยมที่สังคมมีให้กับตนเองว่าเป็น “เด็กแนว” จึงแสดงออกด้วยการกำหนดแนวคิดหลักของงานที่ตรงกันข้ามกับค่านิยมที่สังคมมีให้กับตนเองด้วยแนวดนตรีกระแสหลัก

### 3. ค่านิยมปัจเจกชนตามแนวคิดโพสต์โมเดิร์น VS ค่านิยมตามแนวคิด โมเดิร์น

แนวคิดโพสต์โมเดิร์นคือการปฏิเสธสิ่งที่เชื่อว่าเป็นความจริงแท้ โดยมีแนวคิดที่ว่าไม่มีข้อเท็จจริงใดใช้ได้กับทุกเหตุการณ์ ทุกเวลา และทุกโอกาส แต่ไม่ได้หมายความว่าไม่ยอมรับความเป็นเหตุเป็นผลหรือความเป็นจริง แต่เชื่อว่าเหตุผลหรือความเป็นจริงไม่ใช่ข้อสรุปเดียว แนวคิดโพสต์โมเดิร์น มองสภาวะการณ์ของสังคมภายใต้บริบทและเงื่อนไขที่เปลี่ยนไป ไม่เชื่อมั่นในทุกสิ่งทุกอย่างที่เคยเป็นรากฐานของยุคโมเดิร์น หรือยุคสมัยใหม่

ดังเช่นที่ผู้วิจัยพบว่าอัตลักษณ์ของกลุ่มปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแสประกอบไปด้วยอัตลักษณ์ที่หลากหลายนั้นและยังมีอัตลักษณ์ที่ขัดแย้งกันรวมอยู่ด้วย เพราะถึงแม้ว่าอัตลักษณ์ของกลุ่มปาร์ตี้คืนตรีนอกกระแสจะแสดงออกถึงค่านิยมตามแนวคิดโพสต์โมเดิร์นอยู่หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการไม่ใส่ใจในกฎเกณฑ์ที่สังคมตีกรอบให้ แสดงออกผ่านทาง การไม่ใจที่ระบุค่านิยมตนเอง เช่นเดียวกับการใช้ภาษาของกลุ่มที่มักจะคำว่า “แนว” ในเชิงเสียดสีมากกว่าจะหมายความตามที่สังคมส่วนใหญ่หมายความ การไม่ใส่ใจในความสำเร็จตามแบบฉบับชนชั้นกลาง ที่แสดงออกผ่านทาง การไม่สนใจเรื่องทัศนคติต่อการทำงานประจำภายในพื้นที่บล็อก การใช้ชีวิตแบบมุ่งแสวงหาความสุขใส่ตัวเป็นหลักไม่เน้นสาระใดๆ อย่างเห็นได้จาก การให้ความสำคัญกับการแสดงออกถึงความภูมิใจในการเป็นนักปาร์ตี้ที่แสดงออกผ่านทางภาพแทนตนและภาพในอัลบั้มภาพ และข้อมูลความสนใจทั่วไป รวมไปถึงการไม่ใส่ใจ

ในการเมืองมองการเมืองเป็นเรื่องขบขันที่แสดงออกในข้อมูลความสนใจทั่วไป และแสดงออกผ่านแนวคิดหลักในการจัดงานปาร์ตี้ในเชิงล้อเลียนการเมือง

และยังมีค่านิยมตามแบบฉบับปัจเจกชนแบบโพสต์โมเดิร์นที่เชื่อในอัตลักษณ์ที่หลากหลายภายในชุมชนยังแสดงออกผ่านทางเนื้อหาภายในพื้นที่บล็อกที่เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของบุคคลที่มาเข้าร่วมงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสว่าเป็นอัตลักษณ์ที่มีรูปแบบตายตัว โดยเฉพาะรูปลักษณะภายนอกที่กลายเป็นรูปแบบเดียวกันคล้ายกับการเข้าร่วมงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสได้กลายเป็นกระแสนิยมไปเสียแล้ว ซึ่งทำให้อัตลักษณ์ภายในกลุ่มที่เคยมีความหลากหลายกลายเป็นอัตลักษณ์ที่มีรูปแบบตายตัวตามลักษณะอัตลักษณ์ในแบบโมเดิร์นขึ้นทุกขณะ

แต่ข้อมูลที่พบในเนื้อหาบนหน้า profile ก็ยังแสดงถึงการไม่ปฏิเสธค่านิยมในแบบชนชั้นกลางตามแนวคิดโมเดิร์นเสียทีเดียว เห็นได้จากการใส่ข้อมูลในส่วนบุคคลที่ชื่นชอบ ที่ข้อมูลที่ยังบ่งบอกว่าสมาชิกในกลุ่มยังคงให้ความสำคัญกับสถาบันหลักของสังคม ได้แก่ สถาบันครอบครัว สถาบันศาสนา และสถาบันพระมหากษัตริย์ มากกว่าที่จะให้ศิลปินนอกกระแสที่มีอัตลักษณ์ร่วมกับตนเองเป็นบุคคลที่ชื่นชอบ และในส่วนค่านิยมในการฟังเพลงนอกกระแส แต่ก็ยังคงมีการเปิดรับแนวดนตรีที่เป็นแนวดนตรีกระแสหลักของชนชั้นสูงอย่างแนวดนตรีคลาสสิกด้วย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่างานวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นว่ากลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยตามที่มีอัตลักษณ์ที่สามารถอ้างอิงถึงแนวคิดโพสต์โมเดิร์น โดยกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสที่ไม่เคยมีพื้นที่ในสื่อดั้งเดิม หรือพื้นที่สื่อที่สามารถแสดงออกถึงความเป็นกลุ่มเดียวกันเชื่อมโยงถึงกันได้ ได้ใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com เพื่อขยายเครือข่ายกลุ่มวัฒนธรรมย่อยของตนผ่านสื่อสมัยใหม่ที่ช่วยเพิ่มสมาชิกที่มีอัตลักษณ์ตรงตามอัตลักษณ์กลุ่ม เนื่องจากคุณลักษณะของสื่อสมัยใหม่ภายในเว็บไซต์ myspace.com ช่วยคัดกรองให้ทางกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสสามารถกระจายข่าวสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เข้าถึงกลุ่มคนตามที่ต้องการอย่างแท้จริง สามารถสร้างเครือข่ายไปยังกลุ่มศิลปินที่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมของกลุ่มได้สมาชิกในกลุ่มมีพื้นที่ในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์เฉพาะตนที่อ้างอิงได้กับอัตลักษณ์กลุ่ม ทำให้เกิดอัตลักษณ์ที่ชัดเจนขึ้น เกิดการรวมตัว

สร้างความสัมพันธ์ออนไลน์ด้วยการปฏิสัมพันธ์กันผ่านพื้นที่และบริการบนเว็บไซต์ myspace.com ทำให้เกิดการการปฏิสัมพันธ์ผ่านทางสื่อแขนงอื่นที่นำไปสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์โดยมีความสนใจร่วมกันทางด้านดนตรีนอกกระแสเป็นปัจจัยสำคัญในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์

### 6.3 ข้อจำกัดในการวิจัย

1. ความล่าช้าทางด้านระบบในการเข้าถึงหน้า profile ของกลุ่มตัวอย่างทำให้เกิดความล่าช้าในการจัดเก็บข้อมูล
2. กลุ่มตัวอย่างบางคนรักษาความเป็นส่วนตัว และมีการป้องกันการเข้าถึงเนื้อหาภายในหน้า profile อย่างเช่นอัลบั้มภาพทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ครบทุกส่วน
3. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นแกนนำกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสบางคนปฏิเสธการให้สัมภาษณ์ทำให้ขาดข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกในส่วนแกนนำกลุ่มปาร์ตี้ในบางส่วนที่อาจจะได้ข้อมูลเชิงลึกมากกว่านี้
4. ผู้วิจัยไม่สามารถเข้าไปสังเกตการณ์ภายในงานปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสของกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มได้ เนื่องจากกลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสบางกลุ่มมีกำหนดการจัดงานที่ไม่แน่นอน ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถรับรู้กำหนดการในการจัดงานล่วงหน้าได้ จึงไม่สามารถไปเข้าร่วมได้ทำให้ข้อมูลในส่วนอัตลักษณ์กลุ่มภายในสถานที่จริงไม่ครบทุกกลุ่ม

### 6.4 ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษากลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสที่ถือเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยผ่านพื้นที่หน้า profile ภายในเว็บไซต์ myspace.com เป็นหลักโดยมีการศึกษาจากการสังเกตการณ์ในสถานการณ์จริงเป็นส่วนเสริม ดังนั้นควรมีการศึกษาเกี่ยวกับวิถีชีวิตของกลุ่มนี้โดยใช้วิธีวิจัยแบบชาติพันธุ์วรรณาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยกลุ่มนี้มากยิ่งขึ้น และควรมีการศึกษากลุ่มวัฒนธรรมย่อยอื่นๆต่อไป เพื่อให้เห็นพัฒนาการของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยในสังคมไทย

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เอดิสัน เพรส โพรดักส์, 2549.

กาญจนา แก้วเทพ. การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: แบรินด์เอง, 2547.

กาญจนา แก้วเทพ. การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ (Critical theory) : แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์, 2541.

กาญจนา แก้วเทพ. มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. กรุงเทพฯ : เอดิสัน เพรส โพรดักส์, 2543.

การณิก ชัมพัฒน์. นิตยสาร a day กับภาพสะท้อนของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยแบบโพสต์โมเดิร์น.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

เขมวสุ ชุติวังศ์. สัมภาษณ์, 18 กุมภาพันธ์ 2551.

จาซมี เจ๊ะเต. สัมภาษณ์, 18 กุมภาพันธ์ 2551.

จุฬัชช มวลสุข. สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2551.

ชลวรรณ วงษ์อินทร์. ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮพวีเมทัลในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

ฐิติภรณ์ ปาณิกบุตร. ผู้จัดงานปาร์ตี้ Coco night. สัมภาษณ์, 6 มีนาคม 2551.

ฐิติมา ธารารัตนกุล. กระบวนการสื่อสารกลุ่มและอัตลักษณ์ของศิลปิน “เพลงอินดี้”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาวารสารศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

ณกานต์ เทพหัสดิน ณ อยุธยา. ผู้จัดงานปาร์ตี้ Mutiny. สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2551.

ณฐ จันทา. สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2551.

ณัฐจรุณ ปัญญาไว. ผู้จัดงานปาร์ตี้ Club Soma. สัมภาษณ์, 20 กุมภาพันธ์ 2551.

ณัฐนาถ สุประภาตะนันท์. สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2551.

ทิชากร กุษาทอง. ผู้จัดงานปาร์ตี้ Trasher. สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2551.

ธิษณ์ อุณากรสวัสดิ์. สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2551.

ธีระ คุณะวิริยะวงศ์. สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2551.

- นราธิป วิรุฬห์ชาติพะพันธ์. การสร้างอัตลักษณ์ในอัลบั้มภาพออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2548.
- นราวุธ ไชยชมภู. นกของพระเจ้า. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ openbooks, 2549.
- บิณฑ์ บัวหมื่นชล. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2551.
- ปองปริยา กิตติคุณานันท์. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2551.
- ปิยะวิภา อินทรทัต. ผู้จัดงานปาร์ตี้ Itsblog party. สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2551.
- พงษ์สรวง คุณประสพ. ผู้จัดงานปาร์ตี้ Dudesweet. สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2551.
- พรานชิส นันตะสุคนธ์. ยุทธนา บุญอ้อม The Indy Trend Setter. **Positioning** 9 (กุมภาพันธ์ 2548):  
67.
- ฟาติน แลแม. สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2551.
- ภาสกร บัวทอง. สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2551.
- ร.ต.ท.ชนาวินท์ กาญจนวิภาส. สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2551.
- รชตะ สุดสงวน. สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2551.
- รัตนพงศ์ จิตตรัตนชัย. สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2551.
- ลิสานันท์เทิม. สัมภาษณ์, 6 มีนาคม 2551.
- วรรณภา พัทธกร. ผู้จัดงานปาร์ตี้ Happy alone. สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2551.
- วิษุตา รติไพบูลย์. สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2551.
- วิชา แพงงา. สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2551.
- ศศิพร ประสานเกษม. สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2551.
- ศุภนิศา เกษมสันต์, ม.ล. บทบาทของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์กับการสร้าง  
ความสัมพันธ์แบบชุมชนเสมือนจริงของผู้สูงอายุสมาชิก oppy club. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2546.
- สมโภช ทองไพบูลย์. ผู้จัดงานปาร์ตี้ Project Mayhem. สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2551.
- อภิญา เฟื่องฟูสกุล. อัตลักษณ์ : การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการ  
สภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2546.
- อภินันท์ ปิยะพรหมศิริ. สัมภาษณ์, 31 มีนาคม 2551.
- อรรณพ จิระสุขาภิรมย์. สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2551.

## ภาษาอังกฤษ

**About DS** [Online]. (n.d.). Available from: <http://www.dudesweet.org/about.html> [2008, August 26]

**Arctic Monkeys** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/wiki/Arctic\\_Monkeys](http://en.wikipedia.org/wiki/Arctic_Monkeys) [2008, September 3]

**Blur** [Online]. (n.d.). Available from: <http://en.wikipedia.org/Blur> [2008, September 1]

Brake, M. **Comparative youth culture : the sociology of youth cultures and youth subcultures in America, Britain and Canada**. London: Routledge, 1990.

Bridge, R. **MySpace looks to UK music scene** [Online]. (n.d.). Available from: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4642622.stm> [2007, July 25]

Bucy, E. P., ed. **Living in the information age: a new media reader**. 2<sup>nd</sup> ed. Australia: Wadsworth, 2005.

**Chicks on speed** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/wiki/Chicks\\_on\\_Speed](http://en.wikipedia.org/wiki/Chicks_on_Speed) [2008, August 30]

**CMYK colour model** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/CMYK\\_colour\\_model](http://en.wikipedia.org/CMYK_colour_model) [2008, September 3]

Dockrill, P. **Arctic Monkeys: were they really a P2P/MySpace-fuelled success story?**

[Online]. (n.d.). Available from: [http://www.apcmag.com/arctic\\_monkeys\\_were\\_they\\_really\\_a\\_p2pmyspacefuelled\\_success\\_story.htm](http://www.apcmag.com/arctic_monkeys_were_they_really_a_p2pmyspacefuelled_success_story.htm) [2008, September 3]

**Electro music** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/Electro\\_music](http://en.wikipedia.org/Electro_music) [2008, September 1]

**Emo** [Online]. (n.d.). Available from: <http://en.wikipedia.org/Emo> [2008, July 15]

Enjie, L. **MySpace now available in China - minus politics and religion** [Online]. (n.d.) Available from: <http://texyt.com/htm> [2007, July 25]

**Garage rock** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/Garage\\_rock](http://en.wikipedia.org/Garage_rock) [2008, July 15]

**Global top sites** [Online]. (n.d.). Available from: [http://www.alexa.com/site/ds/top\\_500](http://www.alexa.com/site/ds/top_500) [2007, July 25]

- Hebdige, D. **Subculture the meaning of style**. 5<sup>th</sup> ed. London: Richard Clay , 1983.
- Irvine, M. **The Modern and The Postmodern contrasting tendencies** [Online]. (2003).  
Available from: <http://www.georgetown.edu/faculty/irvinem/theory/pomo.html> [2008, July 28]
- Larsen, M.C. **25 perspectives on social networking** [Online]. (n.d.). Available from:  
<http://malene1.wordpress.com/2007/06/01/25-perspectives-on-social-networking/> [2007, June 1]
- Lievrouw, L. A. and Livingstone, S., eds. **Handbook of new media : social shaping and social consequences of ICTs**. London: Sage, 2006.
- Manic Street Preachers** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/Manic\\_Street\\_Preachers](http://en.wikipedia.org/Manic_Street_Preachers) [2008, September 1]
- Marshall, P. D. **New media cultures**. London: Arnold, 2004.
- Myspace** [Online]. (n.d.). Available from: <http://en.wikipedia.org/wiki/MySpace> [2007, May 7]
- MySpace Records** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/wiki/MySpace\\_records](http://en.wikipedia.org/wiki/MySpace_records) [2007, May 7]
- New wave music** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/New\\_Wave\\_music](http://en.wikipedia.org/New_Wave_music) [2008, August 28]
- Nylon magazine** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/Nylon\\_magazine](http://en.wikipedia.org/Nylon_magazine) [2008, September 23]
- Pete Doherty** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/Pete\\_Doherty](http://en.wikipedia.org/Pete_Doherty) [2008, September 10]
- RGB colour model** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/RGB\\_colour\\_model](http://en.wikipedia.org/RGB_colour_model) [2008, September 16]
- Rough Trade Records** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/Rough\\_Trade\\_Records](http://en.wikipedia.org/Rough_Trade_Records) [2008, September 10]
- Shitdisco** [Online]. (n.d.). Available from: <http://en.wikipedia.org/Shitdisco> [2008, August 30]
- Social network** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_network](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network) [2007, June 8]

**Supersweet** [Online]. (n.d.). Available from: <http://en.wikipedia.org/Supersweet> [2008, August 26]

**The Horrors** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/The\\_Horrors](http://en.wikipedia.org/The_Horrors) [2008, September 10]

**The Libertines** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/The\\_Libertines](http://en.wikipedia.org/The_Libertines) [2008, September 10]

**The Strokes** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/The\\_Strokes](http://en.wikipedia.org/The_Strokes) [2008, September 10]

**To My Boy** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/To\\_My\\_Boy](http://en.wikipedia.org/To_My_Boy) [2008, August 30]

**Web 2.0** [Online]. (n.d.). Available from: [http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_2](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2) [2007, June 14]



ภาคผนวก

## ศัพท์านุกรมเกี่ยวกับแนวดนตรี

แนวดนตรี	ความหมาย	ศิลปิน
การาจร็อก (garage rock)	มาจากการที่นักดนตรีแนวนี้ มักจะเป็นนักศึกษาที่ซ้อมดนตรี แต่งเพลงในโรงรถ กลายเป็นแนวดนตรีร็อกที่มีความดิบหยาบ ไม่สมบูรณ์แบบ เริ่มต้นในยุค 1960's และกลับมาได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วงปีค.ศ. 2000's เมื่อแรกเริ่มยังไม่ถือว่าเป็นแนวดนตรีเพราะไม่มีชื่อเรียกเฉพาะ ต่อมาเมื่อต้นยุค 70's จึงได้รับการขนานนามว่า “พังค์ร็อก” แต่คนมักจะสับสนกับแนวดนตรีพังค์ในยุค 60's ทำให้เปลี่ยนชื่อเรียกเป็นการาจร็อกไปในที่สุด และกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งเมื่อช่วงปี 2000 เรียกว่า “garage rock revival”	The Kinks, The Who, The Animals, The Yardbirds, The Small Faces, The Pretty Things, The Hives, The Vines, The Strokes, The White Stripes, Von Bondies, The Dirtbombs, The Detroit Cobras, The Go, The Sights, The Hentchmen, The Kills, Black Rebel Motorcycle Club, The Dandy Warhols, Maddison Street Riot, The Datsuns, Kings of Leon, Jet, The Black Keys, Cold War Kids, Arctic Monkeys, The Pattern, The Hellcopters, The Libertines, Yeah Yeah Yeahs
แกลมร็อก (glam rock)	ต้นกำเนิดอยู่ในสหราชอาณาจักร ในช่วงต้นยุค 70's เป็นแนวดนตรีร็อกแขนงหนึ่งที่มีสไตล์เฉพาะตัว ด้วยการแต่งกายของศิลปินในแนวนี้ที่สวมใส่เสื้อผ้าหรูหรา	T.Rex, Marc Bolan, David Bowie, Roxy Music , Lou Reed

	<p>เกินจริง ใช้วัสดุระยิบระยับ แต่งหน้าและทำสีผมจัดจ้าน เนื้อหาของเพลงมักจะได้รับ แรงบันดาลใจจากนวนิยาย วิทยาศาสตร์</p>	
โกธิคร็อก	<p>เรียกสั้นๆว่าโกธ (goth) เป็น หนึ่งในแนวดนตรีอัลเทอร์เน ทีฟที่เกิดขึ้นเมื่อกลางช่วงปี ค.ศ. 1970 มีความเกี่ยวเนื่อง กับแนวดนตรีฟังก์และโพสต์ ฟังก์จากสหราชอาณาจักร และแยกตัวออกมาจากแนว ดนตรีฟังก์อย่างชัดเจนเมื่อ ช่วงปี 1980's ศิลปินแนว โกธิคร็อกมักจะมีแนวคิดหลัก ในเชิงมืดหม่นในการ สร้างสรรค์ผลงาน ทำให้ พัฒนามาเป็นสไตล์เฉพาะ อย่างเช่น แนวสยองขวัญแบบ โกธิค (Gothic Horror) โร แมนติคนิยม (Romanticism) ซาวนด์ดนตรีมักจะเน้นเสียง กีตาร์ที่มีเทคนิคแบบฮิลีค ทรอนิกผสม และมีการใช้ เครื่องซินธิไซเซอร์</p>	<p>Joy Division, 83Siouxsie &amp; the Banshees, 84Bauhaus, The Virgin Prunes, The Birthday Party, The Cure, The Sisters of Mercy</p>
โกธิคร็อก (gothic rock)	<p>เรียกสั้นๆว่าโกธ (goth) เป็น หนึ่งในแนวดนตรีอัลเทอร์เน ทีฟที่เกิดขึ้นเมื่อกลางช่วงปี</p>	<p>Joy Division, 87Siouxsie &amp; the Banshees, 88Bauhaus, The Virgin Prunes, The</p>

	<p>ค.ศ. 1970 มีความเกี่ยวเนื่องกับแนวดนตรีฟังก์และโพสต์ฟังก์จากสหราชอาณาจักร และแยกตัวออกมาจากแนวดนตรีฟังก์อย่างชัดเจนเมื่อช่วงปี 1980's ศิลปินแนวโกธิคร็อกมักจะมีแนวคิดหลักในเชิงมืดหม่นในการสร้างสรรค์ผลงาน ทำให้พัฒนามาเป็นสไตล์เฉพาะอย่างเช่น แนวสยองขวัญแบบโกธิค (Gothic Horror) โรแมนติคนิยม (Romanticism) ชาวน์ดนตรีมักจะเน้นเสียงกีตาร์ที่มีเทคนิคแบบฮิลีคทรอนิกผสม และมีการใช้เครื่องซินธิไซเซอร์</p>	<p>Birthday Party, The Cure, The Sisters of Mercy</p>
<p>คลาสสิกร็อก (classic rock)</p>	<p>คำนิยามอย่างกว้างขวางสำหรับเพลงในแนวร็อกในช่วงยุค 60's -80's ที่ได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน</p>	<p>Led Zeppelin, The Rolling Stones, Pink Floyd, Deep Purple, The Who, Black Sabbath</p>
<p>ชิลล์เอาท์ (chill out)</p>	<p>คำที่ใช้เรียกเหมารวมแนวดนตรีที่มีจังหวะที่ช้า และมีการผสมผสานเสียงเครื่องดนตรีอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ฟังเพื่อการผ่อนคลาย</p>	<p>Air, Fila Brazillia, Jens Gad, Kruder &amp; Dorfmeister, dZihan &amp; Kamien, Thievery Corporation, Sven Van Hees, Lemongrass, Tosca, Monte La Rue, Nightmares on Wax, The Dining Rooms,</p>

<p>ไซคีเดอลิคร็อก (psychedelic rock)</p>	<p>เป็นแนวดนตรีร็อกในรูปแบบหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมและสภาพจิตใจในขณะที่มีอาการเกิดภาพหลอนจากการใช้ยาเสพติด เกิดขึ้นในกลางช่วงปี 1960's โดยพวกวงดนตรีแนวการาร็อก และโฟลคร็อก ในสหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา เป็นแนวดนตรีที่พัฒนาจากส่วนผสมของแนวดนตรีบลู ไปสู่โปรเกรสซีฟร็อก และเฮฟวีเมทัล และยังมีการผสมผสานเสียงจากเครื่องดนตรีอินเดียเข้าไปด้วย</p>	<p>Jimi Hendrix, 109Kula Shaker, The Beatles, Pink Floyd, The Velvet Underground, The Who, The Stooges, The Beach Boys, Moby Grape, Quicksilver Messenger Service, Spirit, Strawberry Alarm Clock</p>
<p>นิวเวฟ (new wave)</p>	<p>เป็นแนวดนตรีร็อกที่เกิดขึ้นเมื่อช่วงปี 1970's และ 1980's สืบเนื่องมาจากแนวดนตรีฟังก์ร็อกที่ต่อต้านแนวดนตรีกระแสหลักในช่วงปี 1970's แนวดนตรีนิวเวฟได้รับอิทธิพลจากแนวดนตรีหลากหลายแนวอย่างเช่น ร็อกแอนด์โรล สกา เรกเก้ อินดีป๊อป อิเล็กทรอนิกส์ และ วัฒนธรรมย่อย มีอด เป็นคำที่ทำให้เกิดความ</p>	<p>- Dead Boys, Ramones, Talking Heads, The Runaways, Elvis Costello, The Police, Gary Numan<sup>1</sup>, and Squeeze Duran Duran, A Flock of Seagulls, Depeche Mode, Eurythmics, The Fixx, Thompson Twins, Tears For Fears, The Human League, Men Without Hats, Thomas Dolby, Culture Club</p>

	<p>ลับสนและเป็นถกเถียงถึงความหมายที่แท้จริงอยู่เสมอ บ้างก็อ้างว่าคำว่า “นิวเวพ” กับ “ฟังก์” ใช้ในความหมายเดียวกันไม่สามารถแยกจากกันได้ แต่ในเวลาต่อมาก็มีนักวิจารณ์เพลงนิยามคำว่านิวเวพว่าหมายถึง วงดนตรีที่เป็นผลพวงจากวงดนตรีฟังก์ยุคบุกเบิก แต่นำมาพัฒนาเป็นเพลงที่เข้าถึงได้ง่ายขึ้น และเป็นผลิตผลของอุตสาหกรรมดนตรีมากกว่าที่จะมีอุดมการณ์แบบฟังก์อย่างแท้จริง</p>	
<p>นิวเอจ (new age)</p>	<p>เป็นแนวดนตรีที่ให้ความสงบแก่ผู้ฟัง ช่วยให้เกิดแรงบันดาลใจ ความผ่อนคลาย และทัศนคติในแง่บวก ใช้ในการบำบัดต่างๆ การฝึกโยคะ การฝึกสมาธิ ช่วยสร้างบรรยากาศที่สงบและผ่อนคลายภายในบ้าน ลักษณะของชาวนัคนตรีมักจะเป็นท่อนซ้ำๆกัน ความยาวของเพลงมักจะยาวมาก ชาวนัคนตรีมีการผสมผสานเสียงจากธรรมชาติ เสียงจากเครื่อง</p>	<p>Krishna Das, Deva Premal, Andy Summers, William Ackerman, Alex de Grassi, George Winston, David Lanz, Yanni</p>

	ดนตรีคลาสสิก เสียงจากเครื่องดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ และมักจะใช้เสียงร้องของชาวชนเผ่าต่างๆ อย่างเช่น อินเดียแดง อินเดียทิเบต	
บริทป๊อป (brit pop)	แนวดนตรีแขนงย่อยของแนวดนตรีอัลเทอร์เนทีฟที่มีต้นกำเนิดอยู่ในสหราชอาณาจักรเมื่อยุค 90's ที่วงการดนตรีนอกกระแสในสหราชอาณาจักรเริ่มอยู่ในกระแสนิยม ลักษณะเฉพาะของแนวดนตรีนี้ได้รับแรงบันดาลใจจากวงป๊อปในยุค 60's และ 70's โดยมีแรงขับเคลื่อนจากการตั้งตัวเป็นคู่แข่งกับแนวดนตรีกรันจ์จากฝั่งอเมริกาที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก จนเกิดวงดนตรีแนวบริทป๊อปที่ได้รับความนิยมในกระแสหลักขึ้นเป็นจำนวนมาก จนเกิดคำนิยามว่า "cool Britania"	Oasis, Blur, Pulp, Suede, The La's, Stone Roses, Inspiral Carpets, The Bridewell Taxis, Shed7, Sleeper, Supergrass, Menswear, The Boo Radleys, Ocean Colour Scene, Cast, Elastica, The Bluetones, The Divine Comedy, Echobelly Gene, Heavy Stereo, Marion, Embrace, Mansun, Super Furry Animals, Travis, The Longpigs, Lightning Seeds, These Animal Men
พังค์ (punk)	เป็นแนวดนตรีร็อกที่ถือกำเนิดขึ้นช่วงกลางปี 1970's ในสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และ	The Ramones, New York Dolls, Sex Pistols, The Clash

	<p>ออสเตรเลีย เป็นแนวดนตรีที่เกิดขึ้นมาเพื่อต่อต้านแนวดนตรีร็อกในกระแสหลัก ด้วยเพลงสั้นๆ ดนตรีแบบดิบเถื่อน เนื้อหาเสียดสีการเมือง ยึดการตลาดแบบ DIY คือผลิตและจัดจำหน่ายด้วยตนเองเป็นหลัก ต่อมาได้เป็นที่แพร่หลายไปทั่วโลกจนเกิดเป็นวัฒนธรรมย่อยที่มีสไตล์เฉพาะตัวอย่างชัดเจน ทั้งทางด้านทรงผม การแต่งหน้า และ อุดมการณ์ต่อต้านชนชั้นปกครองในรูปแบบต่างๆ</p>	
<p>โพสต์พังก์ (post punk)</p>	<p>เป็นแนวดนตรีที่เกิดขึ้นภายหลังแนวดนตรีพังก์ ในช่วงกลางปี 1970's ชาวดนตรีคล้ายกับแนวดนตรีพังก์ แต่แปรเปลี่ยนไปในรูปแบบที่ซับซ้อน ในเชิงทดลองมากยิ่งขึ้น โดยมีการผสมผสานชาวของแนวดนตรีอื่นๆ อย่างเช่น อเมริกันพังก์ ดับ (dub) และคิสโก้ และพัฒนาต่อไปจนมีรากฐานที่มั่นคงในวงการดนตรีนอกกระแสเมื่อช่วงกลางปี 1980's จนแตกแขนงออกไปเป็นแนวดนตรี</p>	<p>The Psychedelic Furs, Devo, The Birthday Party, The Fall, Gang of Four, Siouxsie, Joy Division, New Order, Killing Joke, Echo &amp; the Bunnymen, The Cure, Bauhaus, Wire</p>



	แยกย่อยอย่างเช่น โกธิคร็อก, อัลเตอร์เนทีฟร็อก ต่อมาเมื่อช่วงปีค.ศ. 2000 กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งเรียกว่า "post punk revival"	
เลาจน์ (lounge)	เป็นแนวดนตรีที่ได้รับความนิยมในช่วงปี 1950's-1960's มีหลากหลายรูปแบบตั้งแต่ซาวนด์ดนตรีที่มีท่วงทำนองสวยงามฟังง่าย ไปจนถึงซาวนด์ดนตรีที่มีส่วนผสมของเครื่องดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ แต่มุ่งเน้นสไตล์ที่เชื่อมโยงไปถึงการย้อนไปสู่ยุค space age ในยุค 60's และช่วยสร้างจินตนาการให้ผู้ฟังรู้สึกเหมือนได้ไปอยู่ในสถานที่อย่างเช่น ป่าดงดิบ เกาะร้าง และห้วงอวกาศ เป็นต้น	Richard Cheese and Lounge Against the Machine, Pink Martini, Jon Brion
โลว์-ไฟ (lo-fi)	เป็นแนวดนตรีที่ใช้เทคนิคการอัดเสียงแบบ low fidelity ที่มีคุณภาพต่ำกว่าระบบไฮไฟ เป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายสำหรับศิลปินที่มีงบประมาณจำกัด ศิลปินมักจะใช้อุปกรณ์ในการอัดเสียงในสมัยเก่าอย่างเช่น เทปคาสเซ็ทท์	The Apples in Stereo, Beck, Sebadoh, Guided By Voices, Pavement, Liz Phair, Will Oldham, Yo La Tengo, Ween, Elliott Smith,
อัลเตอร์เนทีฟ (alternative)	หรือในสหราชอาณาจักร	R.E.M, Nirvana, The Verve,

	<p>เรียกว่า "อินดี้" เป็นแนวดนตรีร็อกที่เกิดขึ้นในช่วงปี 1980's และได้รับความนิยมในช่วงปี 1990's คำว่าอัลเทอร์เนทีฟเกิดขึ้นเมื่อช่วงปี 1980's ใช้เรียกวงดนตรีร็อกที่ได้รับอิทธิพลจากแนวดนตรีฟังก์หรือวงดนตรีที่อยู่ในสังกัดค่ายขนาดเล็กที่ไม่ถือเป็นแนวดนตรีกระแสหลักในขณะนั้น ประกอบไปด้วยแนวดนตรีแยกย่อยมากมาย อย่างเช่น กรันจ์ โทชิคร็อก บริทป๊อป และอินดี้ป๊อป ซึ่งทั้งหมดมีแนวดนตรีฟังก์ในยุค 70's เป็นรากฐาน ภายหลังได้รับความนิยมมากขึ้นจนมีศิลปินหลายวงที่ประสบความสำเร็จสามารถก้าวขึ้นมาอยู่ในกระแสนิยมหลักได้</p>	<p>James, The Stone Roses, The Chalatants, The Smashing Pumpkins, Primal Scream, Manic Street Preachers, Suede, Blur, Oasis, Placebo, Radiohead, Ash</p>
อินดี้ป๊อป (indy pop)	<p>เป็นหนึ่งในแนวดนตรีแยกย่อยจากแนวดนตรีอัลเทอร์เนทีฟที่เกิดขึ้นในยุค 80's ได้รับอิทธิพลจากแนวดนตรีโพสต์ฟังก์ วง The Smiths เป็นศิลปินต้นแบบที่มีอิทธิพล คำว่าอินดี้ป๊อปถูกขนานนามโดยนิตยสาร NME และได้มีการ</p>	<p>The Pastels, The Shop Assistants, Belle and Sebastian, Kings of Convenience, The Bird and the Bee, Camera Obscura, The Cardigans, The Clientele, Feist</p>

	<p>บัญญัติศัพท์ใหม่ที่ใช้เรียก แนวดนตรีอินดี้ป๊อปที่แตก แขนงแยกย่อยออกไป อย่างเช่น “Cutie” และ “Twee” ใช้ในเชิงเสียดสี ชาวนัคนตรีที่เป็นสไตล์ย้อน ยุคไปสู่อดีตในวัยเด็ก สไตล์ เฉพาะของแนวดนตรีอินดี้ ป๊อปคือเสียงกีตาร์โปร่งหวาน ใส เหมือนเพลงป๊อปในยุค 60’s และเนื้อเพลงที่บริสุทธิ์ ไร้เดียงสา</p>	
<p>อิเล็กทรอนิกส์ (electronica)</p>	<p>เป็นคำที่ใช้เรียกเหมารวมแนว ดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ร่วมสมัย ต่างๆ เกิดขึ้นเมื่อช่วงต้นปี 1990’s มีแนวดนตรีแยกย่อย แตกแขนงออกไปอย่าง กว้างขวางมีทั้งแนวที่มีจังหวะ เหมาะกับการเต้นรำไปจนถึง แนวดนตรีเบาๆสำหรับฟัง เพื่อผ่อนคลาย เอกลักษณะของ แนวดนตรีอิเล็กทรอนิกส์คือ เสียงสังเคราะห์จากเครื่อง ดนตรีสมัยใหม่อย่างเช่น เครื่องซินธิไซเซอร์ กลอง ไฟฟ้า (drum machine) ไป จนถึงเครื่องปรับแต่งเสียง ต่างๆ</p>	<p>Moby, The Prodigy, The Chemical Brothers, Björk, Goldfrapp, Aphex Twin, Fat Boy Slim, Daft Punk, Massive Attack, Portishead, Justice, Digitalism</p>

<p>เอ็กซ์เพริเมนทอล (experimental)</p>	<p>เป็นแนวดนตรีที่ได้รับคำ นิยามจาก John Cage นัก ประพันธ์เพลงเมื่อปีค.ศ. 1955 ว่าเป็นการทำการทดลอง ทางด้านดนตรีที่ไม่ทราบ ผลลัพธ์ก่อนจะผลิตงานขึ้น หรือเป็นการทดลอง ผสมผสานเทคนิคแปลกใหม่ เข้าไปในแนวดนตรีดั้งเดิม อย่างเช่น แนวดนตรีร็อก แนว ดนตรีคลาสสิก ทำให้เกิดผล ลัพธ์ที่แปลกใหม่</p>	<p>MC5, The Monks, The Fugs, The Godz, Red Crayola, Six Organs of Admittance, Comets on Fire, Josephine Foster and the Supposed, Neutral Milk Hotel , The Olivia Tremor Control</p>
--	--	---

ตารางลงรหัสสำหรับการวิเคราะห์หัตถ์ลักษณะกลุ่มของกลุ่มปาร์ตี้คนตรีนอกระแในเว็บไซต์  
myspace.com

องค์ประกอบ	เนื้อหา	ความหมาย
ชื่อสมาชิก (Display name)		
นินยามและคำแนะนำตนเอง (Blurb and About me)		
สมาชิกคนสำคัญ (Top friend) ประเภทบุคคล  ประเภทองค์กร		
ความสนใจ (Interests) ความสนใจทั่วไป (General)		

ดนตรีที่ชอบ (Music)				
บุคคลที่ชื่นชม (Heroes)				
ภาพ (Image) ภาพแทนตัวเจ้าของ profile (Display picture)  ภาพในอัลบั้มภาพ (Photo album)	สไลด์	ทำโพสต์	องค์ประกอบ	
เพลงประกอบ				
วิดีโอ				

กราฟฟิกตกแต่ง profile (Layout)	สี	ลวดลาย/ ภาพ	เทคนิคพิเศษ	
ภาษาที่ใช้				
บล็อก (blog)				

สรุป :

.....

.....

.....

.....

ภาพศิลปินต้นแบบ



*The Horrors*



*Pete Doherty*



*Kings of Leon*



*Karen O*



*Chicks on Speed*



## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวพิศุทธิณี บัวทรัพย์ เกิดเมื่อวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2526 ที่จังหวัด นครราชสีมา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อักษรศาสตรบัณฑิต สาขาศิลปการละคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2548 หลังจบการศึกษาได้เข้าทำงานในบริษัท กัทธ เอเซีย พับลิชชิ่ง จำกัด ในตำแหน่งกองบรรณาธิการประจำนิตยสาร Hi! ต่อมาได้เข้าศึกษาต่อในระดับ ปริญญาโท สาขาวิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2549 ปัจจุบันทำ ธุรกิจเสื้อผ้าและเครื่องประดับร่วมกับเพื่อนๆ