


ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย



นางสาวชลวรรณ วงษ์อินทร์

สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2548

ISBN 974-14-3343-3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A CULTURAL LIFE OF HEAVY METAL'S FAN IN THAILAND

Miss Chonlawon Wongin

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2005

ISBN 974-14-3343-3


หัวข้อวิทยานิพนธ์                      ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย  
โดย    นางสาวชลวรรณ วงษ์อินทร์  
สาขาวิชา                                    การสื่อสารมวลชน  
อาจารย์ที่ปรึกษา                          ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไอฟาร วงศ์บ้านดู


---

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน  
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

  
..... คณบดีคณะนิติศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร. พิระ จิรโสภณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์)

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไอฟาร วงศ์บ้านดู)

  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ ก้านภัย)

สถาบันนิติบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชลวรรณ วงษ์อินทร์: ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย.  
(A CULTURAL LIFE OF HEAVY METAL'S FAN IN THAILAND) อ.ที่ปรึกษา :  
ผศ. โอฟาร์ วงศ์บ้านดู่, 218 หน้า. ISBN 974-14-3343-3

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะกลุ่ม การรวมกลุ่ม การแสวงหาข่าวสารและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการฟังเพลงเฮฟวีเมทัลของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย ในฐานะกลุ่มผู้รับสารแบบกลุ่มแฟนหรือรสนิยมทางวัฒนธรรม (fan group or taste culture) ภายใต้กรอบแนวคิดเรื่องวัฒนธรรม วิธีการเก็บข้อมูลได้ประยุกต์ใช้วิธีการแบบชาติพันธุ์วิทยา ซึ่งประกอบไปด้วยการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ

ผลการวิจัยพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้นมีความหลากหลายในด้านประชากร และมีการรวมกลุ่มกันอย่างเหนียวแน่น โดยมีเครือข่ายการสื่อสารทั้งแบบศูนย์กลางและแบบกระจายอำนาจ การรวมกลุ่มที่สำคัญที่สุดของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยคือการชมคอนเสิร์ตซึ่งมีการจัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ โดยการชมคอนเสิร์ตนี้จะเป็นการรวมกลุ่มที่แฟนเพลงสามารถแสดงอัตลักษณ์ออกมาได้ และจากการรวมกลุ่มชมคอนเสิร์ตทำให้แฟนเพลงขยายความสัมพันธ์โดยมีการรวมกลุ่มทำกิจกรรมต่างๆ เป็นผลทำให้กลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยมีความเหนียวแน่นและยั่งยืน

ถึงแม้ว่าสื่อปัจจุบันทั้งวิทยุและโทรทัศน์จะไม่มีการนำเสนอเรื่องราวของดนตรีเฮฟวีเมทัล แต่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลก็อยู่ในฐานะผู้รับสารที่มีศักยภาพในการเลือกรับสื่อ และใช้ประโยชน์จากสื่อได้เป็นอย่างดี โดยสื่อหลักที่แฟนเพลงใช้แสวงหาข่าวสารคือสื่ออินเทอร์เน็ต นอกจากนั้นแล้วแฟนเพลงยังใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการสร้างเครือข่ายติดต่อสื่อสารกันระหว่างกลุ่มด้วย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นพบว่าเป็นจากปัจจัยทางจิตวิทยา หมายถึงรสนิยมในการฟังเพลง เพื่อการผ่อนคลาย เพื่อปลดปล่อยอารมณ์ และบ่งบอกความเป็นตัวของตัวเอง อีกทั้งยังมีปัจจัยทางสังคมวิทยาในเรื่องการหลีกเลี่ยงปัญหาต่างๆ และเพื่อปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วย

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน  
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน  
ปีการศึกษา 2548

ลายมือชื่อนิติ.....ชลวรรณ วงษ์อินทร์.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....



# # 468 50661 28 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD : HEAVY METAL'S FAN/ CULTURAL LIFE

CHONLAWON WONGIN : A CULTURAL LIFE OF HEAVY METAL'S FAN IN

THAILAND. THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. OLARN WONGBANDUE, 218 pp.

ISBN 974-14-3343-3

Based on the framework of cultural theories, this study aims to examine the cultural life of heavy metal fans in Thailand by investigating their group character, group formation and information accession. In addition, it also focuses on influential factors for their choice of music. Applied ethnography, participant observation, in-depth interview and informal conversation were used as methods for this study.

The study found that Thai heavy metal fans vary in terms of population and have a close relationship with each other using centralized and decentralized communication networks. The most popular group formation of Thai heavy metal fans is participation in live concerts which allows them to freely express their heavy metal identity. The study also found that their group formation expands to non-music-related activity resulting in the firm and long-lasting relations.

Despite the absence of heavy metal news on mass media, heavy metal audience received the information effectively. Their communication and information accession are mainly made through the Internet where there are many websites about heavy metal available for them.

In conclusion, psychological and social factor influence the way Thai fans opt for heavy metal music. It responses to their taste of music, gives them pleasure, and helps them express their identity. Heavy metal fans also rely on the music when they encounter social problems. It is a channel for social relation to others, as well.

Department      Mass Communication

Field of study    Mass Communication

Academic year 2005

Student's signature.....

Advisor's signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงด้วยดี เนื่องจากได้รับความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์โอฬาร วงศ์บ้านดู่ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่อาจารย์ได้กรุณาพัฒนางานวิจัย ให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่างๆในการวิจัยมาโดยตลอด อีกทั้งยังสละเวลาอันมีค่าเพื่อตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆอย่างละเอียด นอกจากนี้แล้วอาจารย์ยังให้คำปรึกษา ข้อคิด คติธรรมในการดำเนินชีวิตกับผู้วิจัย ตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งถือเป็นกำลังใจอย่างดียิ่งที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถทำงานต่อไปได้อย่างมีสติ ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ประธานกรรมการ ที่สละเวลาอันมีค่าตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆอย่างละเอียด และคอยแก้ปัญหาในการทำวิจัยมาโดยตลอดจนกระทั่งวันสุดท้ายในการส่งงาน ซึ่งถือเป็นพระคุณยิ่งต่อผู้วิจัย ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติ กันภัย สำหรับการพัฒนางานวิจัย ข้อคิดเห็น และคำแนะนำต่างๆ ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง อีกทั้งยังเป็นผู้ชี้แนะด้านธรรมะ ทำให้ผู้วิจัยเดินไปในทางที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นสิ่งที่มีค่าอย่างยิ่งสำหรับผู้วิจัย

พร้อมกันนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ กาญจนา แก้วเทพ ผู้มีส่วนสำคัญในการวางรากฐานของงานวิจัยชิ้นนี้ และอาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้วิชาความรู้แก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ตลอดจนผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่สละเวลาช่วยเหลือ ขอขอบคุณนายกอบกิจ ประดิษฐผลพานิช ผู้ให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มใจแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด เพื่อนร่วมคณะ mc 13 ทุกคนที่คอยร่วมสุข และร่วมทุกข์ทรมาน กับผู้วิจัยตลอดมา mc13 ทุกคนคือแรงใจสำคัญมาโดยตลอด และขอขอบคุณเพื่อนเก่าชาวธรรมศาสตร์ เพื่อนที่ทำงาน สำหรับความช่วยเหลือและกำลังใจ ขอขอบคุณแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลทุกคนที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในทุกๆด้าน ขอขอบคุณคุณตา คุณยาย พี่ต๋อย น้องแนน น้องเนต น้องนิว และญาติของผู้วิจัยทุกคน สำหรับกำลังใจและความช่วยเหลือทุกอย่าง และที่สำคัญที่สุด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา ผู้เป็นกำลังใจสูงสุด ขอขอบพระคุณคุณแม่ที่คอยสวดมนต์ให้ทุกคืน ขอขอบพระคุณคุณพ่อผู้ซึ่งไม่เคยใช้คอมพิวเตอร์เลย แต่กลับพยายามช่วยผู้วิจัยพิมพ์งาน ถึงแม้จะได้คำว่า “พิจารณา” คำเดียว แต่เป็นคำที่ทำให้ผู้วิจัยมีกำลังใจที่จะทำงานต่อไปอย่างไม่ย่อท้อ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ญ
สารบัญแผนภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหำนำวิจัย.....	9
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	9
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	10
1.5 นิยามศัพท์.....	10
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies).....	12
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร (Audience Analysis).....	17
2.3 ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Approach).....	20
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure Behavior).....	24
2.5 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity).....	26
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับ “แฟน” และ “แฟนดอม” (Fan & Fandom).....	33
2.7 แนวคิดเรื่องกลุ่ม (Group) การรวมกลุ่ม (Group Formation) และเครือข่ายการสื่อสาร (Communication Network).....	35
2.8 แนวคิดเรื่องพฤติกรรม.....	46
2.9 แนวคิดชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography).....	49
2.10 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	52

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	55
3.1 บทบาทของผู้วิจัย.....	55
3.2 แหล่งข้อมูล.....	55
3.3 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	66
3.4 วิธีการเก็บข้อมูล.....	66
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
3.6 การนำเสนอผลการวิจัย.....	70
บทที่ 4 ลักษณะกลุ่มและการรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย.....	71
4.1 ลักษณะของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย.....	73
4.2 ลักษณะกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย.....	116
4.3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่ม.....	118
4.4 การรวมกลุ่มทำให้เกิดกิจกรรมต่างๆร่วมกัน.....	138
4.5 เครือข่ายแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย.....	144
บทที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับเพลงเฮฟวีเมทัลของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย.....	172
5.1 ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา.....	173
5.2 ปัจจัยทางสังคมวิทยา.....	182
บทที่ 6 บทสรุปและอภิปรายผล.....	188
6.1 สรุปผลการวิจัย.....	189
6.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	195
6.3 ข้อจำกัดในกาวิจัย.....	200
6.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	200
รายการอ้างอิง.....	202
ภาคผนวก.....	208
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	218



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1: จำนวนกลุ่มตัวอย่างแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย.....	76
ตารางที่ 2: ช่วงอายุของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล.....	76
ตารางที่ 3: การศึกษาของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล.....	80
ตารางที่ 4: อาชีพของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล.....	82
ตารางที่ 5: รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล .....	84
ตารางที่ 6: พื้นฐานครอบครัวของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล .....	90
ตารางที่ 7: ปัญหาครอบครัวของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล .....	90



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1: <a href="http://www.siammetal.com">www.siammetal.com</a> .....	95
ภาพที่ 2: <a href="http://www.siammetal.com/band.php">www.siammetal.com/band.php</a> .....	96
ภาพที่ 3: <a href="http://www.siammetal.com/review.php">www.siammetal.com/review.php</a> .....	96
ภาพที่ 4: <a href="http://www.goregrind.net">www.goregrind.net</a> .....	97
ภาพที่ 5: <a href="http://www.purevolume.com">www.purevolume.com</a> .....	98
ภาพที่ 6: <a href="http://www.openftp.net/ftp/Alternative">www.openftp.net/ftp/Alternative</a> .....	99
ภาพที่ 7: <a href="http://www.metalthai.com">www.metalthai.com</a> .....	100
ภาพที่ 8: <a href="http://www.ebolasound.com/eboard">www.ebolasound.com/eboard</a> .....	101
ภาพที่ 9: <a href="http://www.thaimisc.com/freewebboard/php/vboard.php?user=vr150">www.thaimisc.com/freewebboard/php/vboard.php?user=vr150</a> .....	102
ภาพที่ 10: <a href="http://www.metalthai.com">www.metalthai.com</a> .....	103
ภาพที่ 11: <a href="http://www.gothmetal.net/radio/">www.gothmetal.net/radio/</a> .....	103
ภาพที่ 12: <a href="http://www.gargoyle dawn.com">www.gargoyle dawn.com</a> .....	104
ภาพที่ 13: ลักษณะกลุ่มที่มีเครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ.....	117
ภาพที่ 14: ลักษณะกลุ่มที่มีเครือข่ายแบบวงกลม.....	118
ภาพที่ 15: Pump up Pub and Restaurant ย่านรัชดา.....	125
ภาพที่ 16: เว็บไซต์หน้างานคอนเสิร์ต Trilogy rock concert.....	126
ภาพที่ 17: ความสูงของเวที.....	127
ภาพที่ 18: การรวมกลุ่มก่อนเข้างานคอนเสิร์ต.....	133
ภาพที่ 19: การแต่งหน้าก่อนเข้างานคอนเสิร์ต.....	134
ภาพที่ 20: แฟนเพลงใส่หน้ากากก่อนเข้างานคอนเสิร์ต.....	135
ภาพที่ 21: การแก้กันของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล.....	136
ภาพที่ 22: การเชียร์ฟของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล.....	136
ภาพที่ 23: <a href="http://www.pantip.com/cafe/chalermthai/topic/A4179334/A4179334.html">http://www.pantip.com/cafe/chalermthai/topic/A4179334/A4179334.html</a> .....	140
ภาพที่ 24: ภาพการรวมกลุ่มเล่นกีฬาฟุตบอล ณ หมู่บ้านกีฬา.....	141
ภาพที่ 25: <a href="http://www.pantip.com/cafe/chalermthai/topic/A4219146/A421914.html">http://www.pantip.com/cafe/chalermthai/topic/A4219146/A421914.html</a> .....	142
ภาพที่ 26: <a href="http://www.metalthai.com">www.metalthai.com</a> .....	146
ภาพที่ 27: <a href="http://www.siammetal.com">www.siammetal.com</a> .....	147
ภาพที่ 28: <a href="http://www.pantip.com">www.pantip.com</a> .....	147

## สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 29: ช่างงานคอนเสิร์ตที่ประชาสัมพันธ์ผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์.....	149
ภาพที่ 30: เครื่องช่วยการสื่อสารแบบลูกโซ่.....	150
ภาพที่ 31: การสื่อสารผ่านทางโปรแกรมสนทนาออนไลน์.....	151
ภาพที่ 32: เสื้อสีดำ.....	154
ภาพที่ 33: เสื้อวงดนตรีต่างๆ.....	154
ภาพที่ 34: <a href="http://hoofunkmusic.pantown.com">http://hoofunkmusic.pantown.com</a> .....	156
ภาพที่ 35: <a href="http://www.smartpunk.com/">http://www.smartpunk.com/</a> .....	157
ภาพที่ 36: การสวมใส่เสื้อสีดำในงานคอนเสิร์ต.....	157
ภาพที่ 37: การแต่งหน้าของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล.....	158
ภาพที่ 38: การแต่งตาของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล.....	159
ภาพที่ 39: ศิลปิน slipknot.....	161
ภาพที่ 40: การใส่หน้ากากของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล.....	161
ภาพที่ 41: การแท็ค.....	165
ภาพที่ 42: การเซิร์ฟ.....	166
ภาพที่ 43: การรายงานคอนเสิร์ตผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์.....	170

## สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1: คอนเสิร์ตทำให้เกิดการรวมกลุ่ม.....	137
แผนภาพที่ 2: กระบวนการรวมกลุ่ม.....	143



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ดนตรีจัดเป็นความบันเทิงชนิดหนึ่งที่ผู้คนใช้เป็นสิ่งผ่อนคลายอารมณ์ การฟังเพลงหรือดนตรีนั้นถือเป็นกิจกรรมยามว่างซึ่งเป็นที่นิยมอันดับแรกๆ ของคนทุกยุคทุกสมัยไม่แพ้ความบันเทิงประเภทอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์

หากพูดถึงเรื่องดนตรีแล้ว แนวดนตรีที่ถือว่ามีอิทธิพลต่อกลุ่มผู้ฟังที่เป็นวัยรุ่นหนุ่มสาวมาอย่างยาวนานก็คือ ดนตรีร็อก (Rock) สังเกตได้จากการแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินร็อกที่จะมีวัยรุ่นไปชมกันอย่างคับคั่ง และยอดขายผลงานเพลงแนวร็อกที่สูงขึ้นเรื่อยๆ (อมรรัตน์ รัตนภาสุร, 2534) ภาพลักษณ์ของเพลงร็อกในยุคแรกก็คือเป็นดนตรีของพวกวัยรุ่นที่ต่อต้านด้านสังคม ตัวดนตรีร็อกเองก็เป็นดนตรีที่แปลกแตกต่างจากดนตรีสมัยนิยม คือไม่เป็นไปตามกฎเกณฑ์ของดนตรีสมัยนิยมทั่วไป มีเสียงที่ดังมากประกอบกับการใช้จังหวะที่เร็วและหนักหน่วง มีการสร้างสรรค์ทำนองดนตรีและเนื้อหาใหม่ๆ อยู่เสมอ อีกทั้งมีการแสดงอารมณ์ความรู้สึกของเพลงอย่างไร้ขอบเขตและเนื้อหาที่แสดงออกทางเพศอย่างตรงไปตรงมา (Kamien, 1988) เมื่อเวลาผ่านไปเพลงสมัยนิยมบางประเภทอาจจะสูญสิ้นหรือเสื่อมความนิยมไป แต่ดนตรีร็อกก็ยังคงอยู่ซึ่งมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาไปในรูปแบบต่างๆ เช่น รวมกับเพลงป๊อปประเภทอื่นๆ หรือก่อรูปขึ้นเป็นเพลงร็อกแนวใหม่ เช่น Folk Rock, Jazz Rock, Pop Rock, Disco Rock ฯลฯ หรือแม้กระทั่งการหวนกลับมาใหม่ของเพลงร็อกในอดีต (ลำเนา เขียมสะอาด, 2539) ซึ่งดนตรีร็อกแต่ละประเภทยังคงมีลักษณะที่แตกต่างกันไปทั้งทางด้านตัวศิลปินและกลุ่มแฟนเพลง และดนตรีร็อกที่ถือว่ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัวโดดเด่นทั้งตัวศิลปินและกลุ่มแฟนเพลง ก็คือดนตรีร็อกแนวเฮฟวีเมทัล (จุมพล ทองตัน, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2547)

ดนตรีแนวเฮฟวีเมทัล (Heavy Metal) เป็นดนตรีที่มีวิวัฒนาการมาอย่างยาวนาน แต่โดยทั่วไปแล้วเราจะนับช่วงเวลาชัดเจนของการกำเนิดดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลนี้ตั้งแต่ทศวรรษที่ 60 (พ.ศ.2503) ในช่วงนั้นวงดนตรีที่มีชื่อว่า The Beatles จากประเทศอังกฤษ ได้ถือกำเนิดขึ้นมาและทำให้ดนตรีร็อกยุคสมัยใหม่ (Modern) เป็นที่นิยมไปทั่วโลก (อภิรัตน์ รัตนไพบูลย์, 2547) ก่อนหน้านั้นในปี.ศ.1956 ( พ.ศ.2499) Elvis Presley ศิลปินชาวอเมริกัน ผู้ซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นราชาเพลงร็อก (King of Rock) เป็นผู้ที่ทำให้ดนตรีร็อก แอนด์ โรล โด่งดังและเป็นที่ยอมรับของคนหนุ่มสาวทั่วไป หลังจากยุคของ Elvis Presley แล้วก็มียุคดนตรีแนวร็อก แอนด์ โรลถือกำเนิดขึ้นอีก



มากมาย แต่วงดนตรีร็อกที่ชื่อ The Beatles ในประเทศอังกฤษนั้น คือผู้ที่ทำให้ดนตรีแนวร็อกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างก้าวกระโดด กล่าวคือศิลปินร็อก แอนด์ โรลรุ่นก่อนหน้านี้นั้นส่วนใหญ่แล้วมักจะเป็นศิลปินที่จะมีหน้าที่เป็นผู้ร้องเพลงเพียงอย่างเดียวโดยมีผู้ประพันธ์เพลงมาให้ แต่สำหรับ The Beatles แล้วพวกเขาคือวงดนตรีที่ประพันธ์เพลงเอง ร้องเอง และเล่นดนตรีเอง ซึ่งถือว่าเป็นตัวอย่างให้กับวงดนตรีที่เล่นเองทำเพลงเอง ได้มีโอกาสแสดงความสามารถเฉพาะตัวออกมามากขึ้น ซึ่งความสำเร็จของ The Beatles นี้เองที่ทำให้วงดนตรีต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย และวงดนตรีทั้งหลายที่เกิดขึ้นมาหลังจากยุคของ The Beatles ก็ล้วนมีส่วนทำให้ดนตรีร็อก แอนด์ โรล มีการปรับเปลี่ยน และแตกแขนงออกเป็นแนวเพลงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Soft Rock, Psychedelic, Blue Rock, Garage Rock, Punk Rock, Hard Rock , Progressive Rock รวมถึง Heavy Metal ด้วยเช่นกัน

ดนตรีเฮฟวีเมทัลได้มีการพัฒนาขึ้นมาเรื่อยๆกระทั่งเริ่มก่อตัวเป็นรูปเป็นร่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น และเริ่มแยกตัวออกมาจากคำว่าร็อกในปี ค.ศ.1973-1975 (พ.ศ.2516-พ.ศ.2518) โดยในช่วงนี้มีวงดนตรีที่สำคัญๆ อย่าง Alice Cooper, Kiss และ Aerosmith จากประเทศสหรัฐอเมริกา กล่าวคือวงดนตรีในทศวรรษที่ 70 (ประมาณพ.ศ.2513) จะมีการเล่นดนตรีแบบให้ดังไว้ก่อนเป็นสำคัญ เพื่อเป็นการอวดบารมีว่าตัวเองมีฝีมือดีกว่าวงอื่นๆ แต่ความดังในที่นี้ไม่ใช่ความดังที่วัดกันที่ระบบเสียง แต่เป็นความดังที่รวมไปถึงวิธีการเล่นดนตรีและการแสดงออกที่ก้าวร้าว รุนแรง ทั้งในมิวสิกวิดีโอและการแสดงคอนเสิร์ตด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีเรื่องของกราะระดับการเล่นกีตาร์ให้สูงขึ้น โดยก่อนหน้านี้วงดนตรีส่วนใหญ่จะไม่ค่อยให้ความสำคัญกับท่อนโซโล่มากนัก แต่พอมาถึงยุคนี้ท่อนโซโล่ ได้กลายเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดอันหนึ่งของดนตรีเฮฟวี เมทัล ไม่เพียงเท่านั้นในยุคนี้กลายเป็นยุคแรกๆที่ภาพลักษณ์ของวงกลายเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญขึ้นมา การแต่งกายที่มักจะเป็นเสื้อแจ็คเก็ตหนังสีดำ กางเกงหนังหรือกางเกงยีนส์ ผอมยาว หนวดเคราที่รุงรัง มีรอยสักตามร่างกาย ไปจนถึงการแต่งหน้าให้ดูเหมือนผีปีศาจ เป็นต้น นอกจากนี้แล้วภาพลักษณ์ที่ว่านี้ยังรวมไปถึงหน้าปกอัลบั้ม โลโก้ของวง ภาพถ่าย สินค้าที่ระลึก การแสดงสด การจัดรูปแบบเวที การจัดแสง ซึ่งทุกๆ อย่างต้องดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน คือต้องแสดงออกถึงความแข็งแกร่ง โหดร้าย น่ากลัว ส่วนเนื้อหาของบทเพลงแนวเฮฟวี เมทัล ก็จะวนเวียนอยู่กับเรื่องเพศ ยาเสพติด ที่ฟังแล้วรู้สึกอีกheim คะนอง ความตาย ความสิ้นหวัง และทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นปัญหาของวัยรุ่นคือส่วนสำคัญที่นำมาแต่งเป็นเนื้อหาของเพลงแนวเฮฟวีเมทัล (อภิรัตน์ รัตน์ไพบูลย์, 2547)

หากถามว่าดนตรีเฮฟวีเมทัล เป็นที่นิยมของกลุ่มแฟนเพลงขึ้นมาได้อย่างไร เราคงต้องย้อนกลับไปดูถึงสภาพสังคมและการเมืองในยุคแรกที่ดนตรีร็อกถือกำเนิดขึ้นมา ดนตรีร็อกเป็นดนตรีที่เกิดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกาประมาณทศวรรษที่ 50 (พ.ศ.2493) สภาพบ้านเมืองในช่วง

นั่นมีการเปลี่ยนแปลงจากสภาวะความวุ่นวายเข้าสู่ภาวะปกติ สงครามโลกครั้งที่ 2 ทำให้สภาพสังคมและเศรษฐกิจก่อนและหลังสงครามแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง โดยก่อนหน้าสงครามจะจบลงผู้คนจะจริงจังกับชีวิตมาก วัยรุ่นขณะนั้นไม่มีอิสระไม่มีอำนาจในการตัดสินใจและเรียนไม่สูง ผู้ใหญ่จะเป็นผู้ที่รับผิดชอบทุกอย่าง ทำงาน เลี้ยงดูครอบครัว และรับใช้ชาติ เศรษฐกิจซบเซาและฝืดเคืองในช่วงสงคราม ซึ่งในช่วงดังกล่าวคนผิวดำก็จะฟังเพลงแบบคนผิวดำ (Black Music) ถ้าเป็นคนผิวขาวส่วนใหญ่ก็จะฟังเพลงประเภทคันทรี่มิวสิก และเพลงประเภทที่เรียกว่า Tin Pan Alley ที่เป็นเพลงลูกกรุง (Novelty) สไตลียุโรปที่มีลักษณะเป็นเพลงบัลลาด (Ballad) ทำนองหวานๆ (ลำเนา เขียมสะอาด, 2539) ที่ส่วนใหญ่มีเนื้อร้องเน้นถึงเรื่องความรัก ความโรแมนติก แสงจันทร์ ประกายดาว ดอกกุหลาบ หัวใจที่บอบช้ำ (ขุนทอง อสุณี ณ อยุธยา, 2526) ส่วนภายหลังจากสงครามนั้นจะตรงกันข้าม เนื่องจากเศรษฐกิจที่ดีทำให้วัยรุ่นไม่ต้องรับผิดชอบต่อมากนักมีหน้าที่คือเรียนให้สูงที่สุด จึงทำให้วัยรุ่นมีอิสระในการใช้ชีวิต สนุกสนานไปวันๆ สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาก็คือความเหลื่อมล้ำกันทางความคิดของคนทั้งสองรุ่น และด้วยความคิด ทักษะคติ อันแตกต่างกันจากสาเหตุที่เกิดต่างยุคต่างสมัยกันนั้น ทำให้สิ่งที่เรียกว่า “ช่องว่างระหว่างวัย” (generation gap) เกิดขึ้น ผู้ที่อ่อนวัยกว่าไม่สามารถรับรู้ หรือเข้าใจถึงความรู้สึกหดหู่และเศร้าโศก หรือความโหดร้ายของสงครามเหมือนกับผู้ที่สูงวัยกว่าเคยผ่านมาได้ และในขณะเดียวกันผู้ที่สูงวัยกว่าแม้ว่าจะผ่านประสบการณ์มากกว่า แต่ก็ยังเป็นประสบการณ์เฉพาะที่ไม่สามารถจะนำมาใช้ถ่ายทอดเพื่อเป็นบทเรียนในการดำเนินชีวิตสำหรับวัยรุ่นในปัจจุบันได้ ทางออกทางหนึ่งสำหรับวัยรุ่นพวกนี้ เพื่อแสดงออกถึงความต้องการที่จะต่อต้านผู้มีอำนาจ คือการทำตัวเป็น 'ขบถ' หรือ ทำตัวให้แหวกจากขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีคิดแบบเดิมๆ ของผู้ใหญ่เหล่านั้นให้มากที่สุด และดนตรีก็เป็นหนทางหนึ่งสำหรับการปลดปล่อยของวัยรุ่นเหล่านั้น (สุชน โชติธรรมวัฒนา, สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2547)

ถึงแม้เมื่อเวลาล่วงเลยไป ดนตรีร็อก แอนด์ โรล จะมีการพัฒนาและแตกแขนงออกไปเป็นแนวดนตรีร็อกอีกมากมาย รวมถึงดนตรีแนวเฮฟวี เมทัลด้วย แต่เนื้อหาของดนตรีแนวนี้ก็ยังคงเป็นการพูดถึงเรื่องราวต่างๆ ที่ทำร้ายสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับแนวเพลงเฮฟวี เมทัล ที่มักจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศ การเมือง ยาเสพติด ศาสนา ความรักที่รุนแรง และประเด็นปัญหาต่างๆ ที่วัยรุ่นต้องการปลดปล่อย เช่นเดียวกับเรื่องเครื่องแต่งกาย ทรงผม ตลอดจนไปจนถึงการแต่งหน้าให้ตัวเองดูหน้าตาแปลกประหลาดเหมือนปีศาจ เช่นวง Kiss และการสวมหน้ากากผีเหมือนวง Slipknot เป็นต้น

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมดนตรีร็อก นั้นมาพร้อมกับวัฒนธรรมวัยรุ่นที่มีภาษากายและการพูดจาที่โจ่งแจ้งแสดงอารมณ์อย่างชัดเจน การแต่งกายและทรงผมแปลกๆ การเดินร่า

อย่างบ้าคลั่ง ฯลฯ ที่ถือว่าเป็น การแสดง ถึงตัวตน (Identity) ของตนเองออกมา ภาษากายต่าง ๆ และภาษาพูดซึ่งมักมีคำหยาบคายเหล่านี้ล้วนเป็นแนวทางที่ขัดกับสิ่งที่ผู้ใหญ่ในสมัยนั้นเห็นว่าดีงาม และถูกต้องทั้งสิ้น แม้ดนตรีร็อกซึ่งถูกประณามว่าเป็นดนตรีของปีศาจ แต่ในขณะเดียวกันดนตรีประเภทนี้กลับเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในหมู่วัยรุ่นหนุ่มสาว ดนตรีร็อกถูกยกย่องให้เป็นสัญลักษณ์ของการรวมกันของอิสรภาพ การแหกกฎ และการมีอำนาจเหนือการควบคุม ซึ่งเป็นสิ่งที่วัยรุ่นต้องการ วัฒนธรรมของดนตรีร็อกจึงมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรม ของวัยรุ่นทั้งแฟชั่นการแต่งกาย ภาษา ทักษะคิด หรือแม้แต่มุมมองทางการเมือง การได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ในหมู่วัยรุ่นทั่วโลกทำให้ยอดขาย ผลงานในของดนตรีแนวนี้ สูงเป็นประวัติการณ์ ทำให้ดนตรีที่อาจเรียกได้ว่าเป็น Underground ในขณะนั้นพัฒนากลายเป็นดนตรีสมัยนิยม (Popular Music) และกลายเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมระดับโลกมาจนถึงปัจจุบัน (<http://www.music499.com>, 26 ก.ย. 2547)

เมื่อพูดถึงแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ควบคู่ไปกับแฟนเพลงกลุ่มนี้ก็คือ รูปลักษณะโดยทั่วไปของแฟนเพลงทั้งการแต่งกายทรงผม เครื่องประดับ (<http://en.wikipedia.org>, 10 ธ.ค. 2547) ทั้งนี้เพราะว่าแฟชั่นการแต่งกายนั้นสามารถแสดงความรู้สึกความเป็นตัวตน และความเป็นปึกแผ่นให้กับกลุ่มคนประเภทเดียวกันได้ รูปลักษณะที่โดดเด่นนี้เป็นสัญลักษณ์บางประการที่คนกลุ่มหนึ่งต้องการแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเอง ดังนั้นกลุ่มแฟนดนตรีเฮฟวีเมทัลจึงมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นภาพลักษณ์ที่ควบคู่กับแนวเพลงนี้มาโดยตลอด การแต่งกายของแฟนเพลงนั้นมักแต่งกายเลียนแบบศิลปินที่พวกเขาชื่นชอบ และเนื่องจากการแต่งกายของศิลปินเฮฟวีเมทัลมีลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แฟนเพลงจึงมักจะใช้เสื้อผ้าและสีที่บ่งบอกเป็นส่วนใหญ่ เพื่อแสดงความหมั่นหมอง ความมืด ความน่ากลัวตามแบบฉบับเพลงแนวเฮฟวีเมทัล สำหรับกางเกงก็จะเป็นยีนส์สีดำหรือหนังสีดำเหมือนกับศิลปินที่พวกเขาชื่นชอบ ซึ่งเสื้อผ้าเหล่านี้ก็มักจะมีภาพของนักร้อง ภาพปกอัลบั้ม โลโก้ของวงดนตรี หรือคำพูดต่างๆที่เกี่ยวกับเพลงแนวเฮฟวีเมทัลที่พวกเขาชอบอยู่ เพราะสิ่งที่พวกเขาสวมใส่นั้นสามารถสื่อได้ว่าพวกเขาเป็นแฟนเพลงของวงอะไร และสื่อความเป็นตัวตนของเขาได้

องค์ประกอบอีกประการหนึ่ง ที่ถือเป็นเอกลักษณ์ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลก็คือ เครื่องประดับ เครื่องประดับส่วนใหญ่ก็จะประกอบไปด้วย เข็มขัด ต่างหู สร้อยข้อมือ กำไลข้อมือ สร้อยคอ แหวน เข็มกลัด ซึ่งส่วนใหญ่จะทำจากโลหะเงิน มักทำเป็นรูปตะปูหรือเหล็กแหลมๆ รวมทั้งรูปปีศาจ หัวกะโหลก และโครงกระดูก บางครั้งก็เป็นเครื่องประดับที่ทำมาจากหนังสีดำ หรือมีการนำใส่เหล็กขนาดต่างๆมาห้อยตามตัว เครื่องประดับเหล่านี้นับเป็นเอกลักษณ์อีกอย่างของแฟนเพลง ในนิตยสาร Heavy Metal มีคอลัมน์ Metal Collection ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่เปิดโอกาส

ให้แฟนเพลงนำเครื่องประดับต่างๆเหล่านี้ที่เป็นของสะสมมาเผยแพร่ เป็นการแสดงความรักในดนตรีเมทัลอย่างหนึ่ง

สำหรับประเทศไทยนั้น ดนตรีแนวนี้เริ่มเข้ามาในสมัยสงครามเวียดนามในบริเวณค่ายทหารสหรัฐจะมีบาร์และไนท์คลับที่มีวงดนตรีเล่นประจำเพื่อให้ทหารได้พักผ่อนในยามว่างจากการทำสงคราม ซึ่งวงดนตรีเหล่านั้นก็เป็นทั้งวงดนตรีที่มีสมาชิกเป็นคนอเมริกันและวงดนตรีที่มีสมาชิกเป็นคนไทย ทำให้คนไทยเริ่มมีโอกาสได้ฟังเพลงร็อกกัน ด้วยจังหวะและทำนองที่เร้าใจและสนุกสนานของดนตรีร็อก ทำให้วัยรุ่นของไทยในสมัยนั้นเริ่มหลงใหลในดนตรีร็อกมากขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งในปี 2522 รัฐบาลไทยได้ออกกฎหมายลิขสิทธิ์เกี่ยวกับเพลงมาบังคับใช้ ทำให้ศิลปินไทยเริ่มตื่นตัวหันมาแต่งเพลงที่มีรูปแบบแตกต่างและหลากหลายมากขึ้น และในช่วงเวลาดังกล่าวนี้เองที่วงดนตรีร็อกของคนไทยหลายๆ วงได้ถือกำเนิดขึ้นมาเช่น วงเนื้อกับหนัง ไมโคร ร็อกเคสตรา อัสนี่-วสันต์ โชติกุล คาราบาว ธเนศ วรากุลนุเคราะห์ และเมื่อดนตรีร็อกได้รับการยอมรับมากขึ้น จึงเกิดพัฒนาการขึ้นเป็นลำดับจนกระทั่งมีวงเฮฟวีเมทัลเกิดขึ้นวงแรกคือ วงดิโอพาร์โพรเจกต์ซึ่งต่อมามีสมาชิกบางส่วนออกมาทำวงใหม่ที่มีชื่อว่า หิน เหล็ก ไฟ และอัลบั้มชุดนี้ก็ได้รับความนิยมอย่างสูงมียอดจำหน่ายของเทปสูงสุดเป็นประวัติการณ์ของวงการเพลงร็อก (ลำเนา เขี่ยมสะอาด, 2539)

หลังจากความสำเร็จของหิน เหล็ก ไฟ นี้เองทำให้เกิดวงเฮฟวี เมทัล ตามมามากมายทั้ง คาไลโดสโคป ยูเรเนียม ไฮร็อก เดอะเรน มาโนช พุฒตาล แหลมมอริสัน กิติกิตารีน เดอะฟ็อกส์ ภาพลักษณ์ของนักดนตรีแนวเฮฟวี เมทัลในช่วงนั้นนับว่าโดดเด่น เนื่องจากมีการไว้ผมยาวรุงรัง ใส่เสื้อหนัง กางเกงหนัง และมีการแสดงบนเวทีอย่างดุเดือด มีการส่ายหัวไปมาอย่างเมามั่น และมีการตะโกนให้ดังตามจังหวะเพลงที่เร็วและดุเดือด จากนั้นดนตรีร็อกก็ก้าวขึ้นมาเป็นแนวดนตรีในกระแสนิยมหลักในเมืองไทย และได้รับเสียงตอบรับจากผู้ฟังไม่น้อย เห็นได้จากการที่มีวงเฮฟวี เมทัลรุ่นใหม่เกิดขึ้นมาเรื่อยๆ จนถึงยุคปัจจุบันที่มีวงอย่าง Dezember พลาซ่า ดอนพีบิน Growing Pain อีโบล่า Outro ฯลฯ ซึ่งยังคงภาพลักษณ์การแต่งกายและการแสดงบนเวทีไว้ นับได้ว่าตั้งแต่มีดนตรีร็อกเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเวลาจะผ่านไปกี่ยุคสมัย ดนตรีเฮฟวีเมทัลก็ไม่เคยเสื่อมความนิยมไปจากผู้ฟังในประเทศไทย

ดนตรีเฮฟวี เมทัล คือดนตรีที่เข้มข้น หนักหน่วง รุนแรง มีจังหวะที่ดุเดือด และเร้าใจ ทำให้ดนตรีแนวนี้เปรียบเสมือนแนวดนตรีของพวกเขาหัวรั้น พวกกบฏ ที่ไม่ยึดติดกับกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่สังคมกำหนดเอาไว้ ด้วยเหตุนี้เองดนตรีแนวดังกล่าวจึงเป็นที่ชื่นชอบและเป็นแนวเพลงที่ทรงอิทธิพลต่อผู้ฟัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มคนฟังที่เป็นวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่อยากรู้ อยากรู้อยากเห็น ชอบ



ลอง ชอบทำท่าย และชอบแหกกฎ ดังนั้นวัยรุ่นกลุ่มนี้จึงต้องการที่จะใช้ดนตรีเฮฟวีเมทัลเป็นเครื่องมือหนึ่งในการปลดปล่อยตัวเอง ให้หลุดออกจากกรอบที่อาจจะถูกขีดขึ้นมาจากครอบครัว โรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือคนในสังคมที่ตัวเองรู้สึกไม่พอใจ ซึ่งหากเป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในอดีต ด้วยสภาพสังคมที่ยังไม่เปิดกว้างเหมือนอย่างปัจจุบัน คือสาเหตุสำคัญที่ทำให้การแสดงออกถึงพฤติกรรมดังกล่าวข้างต้น อาจจะไม่ก้าวร้าวหรือรุนแรงเท่ากับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในยุคปัจจุบันที่สังคมเปิดกว้าง และรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกผ่านทางสื่อแขนงต่างๆ อย่างเต็มที่ (จุมพล ทองตัน, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2547)

สิ่งหนึ่งที่แฟนเพลงเห็นพ้องต้องกันก็คือ ลำพังแค่จังหวะที่สนุกสนานและรุกเร้ากว่าดนตรีแนวอื่นๆ ก็เพียงพอแล้วที่จะทำให้วัยรุ่นยุคทุกยุคทุกสมัยรู้สึกคลั่งไคล้ในดนตรีแนวเฮฟวีเมทัล ซึ่งจากการจัดงานคอนเสิร์ตของศิลปินเพลงเฮฟวีเมทัล ทั้งไทยและต่างประเทศที่มีอย่างสม่ำเสมอในประเทศไทย และในงานคอนเสิร์ตทุกครั้งก็จะมีแฟนเพลงเข้าไปชมอย่างคับคั่ง อีกทั้งจำนวนนิตยสารดนตรีในท้องตลาดปัจจุบันเกินครึ่ง เป็นนิตยสารดนตรีที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเฮฟวีเมทัลด้วยกันทั้งสิ้นเช่น Music Express, Sound Magazine, Nu Rocker, Metal Magazine, Starpics, The Rock, Coda, Noize, Core ฯลฯ

สื่ออีกประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลคือ อินเทอร์เน็ต แฟนเพลงมักใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัล และสร้างชุมชนของตัวเองขึ้นมาเพื่อเป็นการรวบรวมกลุ่มคนที่มีความชอบเหมือนกันให้มาอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ทำให้กลุ่มมีความแข็งแรงและมั่นคงยิ่งขึ้น จึงนับว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลมาก เพราะเป็นสื่อที่สามารถเสนอเนื้อหาได้มากที่สุด อีกทั้งยังมีพื้นที่ให้แฟนเพลงพบปะกัน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลยังคงหลงใหลในแนวดนตรีนี้ และมีรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่นอยู่เสมอ

สำหรับรายการที่นำเสนอเพลงเฮฟวีเมทัลผ่านทางสื่อวิทยุโทรทัศน์นั้น ยังไม่มีความโดดเด่นเท่ากับสื่อนิตยสาร การนำเสนอเพลงแนวเฮฟวีเมทัลมักจะทำคู่ไปกับการเสนอเพลงสากลหรือเพลงร็อคธรรมดา เช่นทางโทรทัศน์ก็จะมี The Rock Show ทางช่องแชนเนล 7, รายการ MTV Rock, แมลงมัน ทางช่อง 7 เป็นต้น และทางวิทยุ เช่น รายการ Radio Active, 89 Pirate Rock, Smash Radio, Get Indie และ Get Hard ทางสถานีวิทยุคลื่น 102.5 เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากเฮฟวีเมทัลไม่ใช่ดนตรีกระแสหลักในประเทศไทย เป็นดนตรีของคนเฉพาะกลุ่ม รวมถึงเนื้อหาหลายเพลงที่ดูรุนแรงเกินที่จะออกอากาศได้ ดังนั้นรายการที่นำเสนอเพลงเหล่านี้จึงมีขึ้นและเลิกไปวนเวียนอยู่บ่อยครั้ง แต่ถึงแม้ว่าสื่อทางวิทยุและโทรทัศน์ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะน้อยกว่าดนตรีแนวอื่น



แต่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลกลับมีการจัดกลุ่มพบปะสังสรรค์และทำกิจกรรมกันอย่างสม่ำเสมอ และเป็นกลุ่มแฟนเพลงที่เหนียวแน่น สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าคนฟังเพลงในประเทศไทยนั้นมีความนิยมในดนตรีเฮฟวีเมทัลมากพอสมควร

ในอีกด้านหนึ่งดนตรีเฮฟวีเมทัล ซึ่งถือเป็นแนวเพลงร็อกแขนงหนึ่งก็ถูกมองในด้านลบในความคิดของคนบางกลุ่มในปัจจุบัน เห็นได้จากการที่ลำเนา เอี่ยมสะอาด ผู้วิจัยเรื่องการวิเคราะห์เพลงไทยสมัยนิยมแนวร็อก (พ.ศ.2539) นั้นได้ไปสำรวจเนื้อหาในตำราเรียนวิชาสังคีตนิยม ซึ่งเป็นวิชาที่สอนให้คนรู้จักการฟังดนตรี และซาบซึ้งในดนตรีไทยและดนตรีตะวันตกที่สอนในระดับมัธยมศึกษาและระดับอุดมศึกษา พบว่าไม่มีเรื่องราวเกี่ยวกับดนตรีร็อกเลยทั้งที่ความจริงแล้วนักเรียนและนักศึกษาฟังเพลงร็อกในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ทั้งนั้นอาจจะเป็นเพราะผู้วางหลักสูตรการเรียนการสอน มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อดนตรีประเภทนี้ก็เป็นได้ หรือการที่นักวิชาการดนตรี ศิลปิน สกอลลิงส์ ได้กล่าวไว้ในหนังสือ “ดนตรีการ” (พ.ศ.2516) ว่า “คนไทยส่วนมากถูกตราหน้าว่าไม่มี Taste ในการชมศิลปะแขนงต่างๆ อยู่แล้ว คนไทยส่วนมากชอบแต่ดนตรีจังหวะลาตินอเมริกัน และร็อก” และ ดร.สุกรี เจริญสุข ได้กล่าวถึงดนตรีร็อกว่าเป็นสื่อในทางกิเลสมากกว่าสื่อของความหลุดพ้น (อ้างใน ลำเนา เอี่ยมสะอาด, 2539) จากข้อความข้างต้นก็แสดงให้เห็นถึงทัศนคติในทางลบบางประการต่อดนตรีร็อกและกลุ่มผู้ฟังเพลงร็อก

ไม่เพียงเท่านั้น ภาพลักษณ์และพฤติกรรมของวงเฮฟวี เมทัลที่มีชื่อเสียง ก็เป็นสิ่งหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อภาพเด็กวัยรุ่นเหล่านั้นด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกผ่านทางมิวสิกวิดีโอ หรือการแสดงบนเวที ตลอดจนจนถึง การแต่งตัว ทรงผม ทัศนคติ หรือแนวความคิดทั้งหลายของบรรดาศิลปินร็อกเหล่านั้นก็มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อเด็กวัยรุ่น ดังนั้นสิ่งเหล่านี้จึงเปรียบเหมือนดาบ 2 คม เพราะมันคงเป็นเรื่องที่ดีถ้าหากวัยรุ่นคนนั้นรู้จักเลือกเอาแต่สิ่งดี ๆ ที่ได้เห็นจากศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบมาเป็นแบบอย่าง แต่ถ้าวัยรุ่นคนนั้นขาดวิจารณญาณในการคิดและตัดสินใจ แล้วไปเลือกเอาสิ่งที่ไม่เหมาะสมไม่ควรมาเป็นแบบอย่างก็คงเป็นเรื่องที่อันตราย (สุชน โชติธรรมวัฒนา, สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม, 2547) ในต่างประเทศเคยเกิดโศกนาฏกรรมหลายครั้งที่เป็นการกระทำของพวกวัยรุ่น และมีการกล่าวอ้างกันว่า ที่พวกเขากระทำการสิ่งเลวร้ายลงไปนั้นเป็นเพราะได้รับแรงบันดาลใจมาจากเพลงเฮฟวีเมทัล ตัวอย่างเช่นเหตุการณ์ในปี1998 (พ.ศ.2541) เด็กวัยรุ่น 2 คน ถีป็นเข้าป่ากราดยิงใส่เด็กนักเรียนและครูใหญ่ในโรงเรียน Columbine ที่สหรัฐอเมริกา ก็ถูกกล่าวอ้างว่าพวกเขาได้รับแรงบันดาลใจมาจากเพลงของ Marilyn Manson ศิลปินแนวเมทัลที่ชอบแต่งตัวประหลาดๆ ผู้ที่ออกตัวว่าไม่เชื่อในพระเจ้า หรืออย่างกรณีทีอีเดอะ หนึ่งในสมาชิกของ

X-Japan วงเฮฟวีเมทัลชื่อดังจากญี่ปุ่นฆ่าตัวตายในปี1998 (พ.ศ.2541) ก็มีแฟนเพลงวัยรุ่นในญี่ปุ่นพยายามจะฆ่าตัวตายตามเช่นกัน เป็นต้น

สำหรับในประเทศไทยนั้นยังไม่เคยเกิด โศกนาฏกรรมร้ายแรงดังเช่นในต่างประเทศแต่ ภาพลักษณ์ของดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลและกลุ่มแฟนเพลงก็ยังคงเป็นไปในทางลบ เนื่องจากแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยมีการรวมกลุ่มชมคอนเสิร์ตกันอย่างบ่อยครั้ง และในการชมคอนเสิร์ตของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนี้จะมีภาพที่แตกต่างออกไปจากคอนเสิร์ตปกติทั่วไป ภาพรวมของงานคอนเสิร์ตจะเต็มไปด้วยผู้คนที่แต่งกายสีดำและมีการแต่งหน้าหรือสวมหน้ากากผี ปีศาจ รวมถึงเครื่องประดับที่แสดงออกถึงความโหดร้าย พลังและอำนาจ อีกทั้งยังมีวัฒนธรรมการชมคอนเสิร์ตที่ต่างออกไป การแท็คและการเชียร์ คือพิธีกรรมในการแสดงออกร่วมกันในการชมคอนเสิร์ตที่ต้องใช้พลังเป็นอย่างมาก การแท็คคือการที่แฟนเพลงกระโดดเอาตัวหรือหัวไหล่กระแทกกันกลางอากาศ รวมถึงการวิ่งชนกันอย่างรุนแรง การแท็คนี้เปรียบเสมือนการปล่อยพลังและอารมณ์ออกมากับเสียงดนตรี และระหว่างนั้นแฟนเพลงบางคนจะทำการเชียร์โดยการขึ้นไปบนเวทีแล้วกระโดดลงมาให้ผู้ชมที่ยืนข้างล่างรับแล้วส่งต่อกันเป็นคลื่น ทั้งการแท็คและการเชียร์นั้นเป็นวัฒนธรรมการชมดนตรีเฮฟวีเมทัลที่ปฏิบัติสืบเนื่องกันต่อมา ดังนั้นภาพของงานคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลจะเต็มไปด้วยความน่ากลัว ดุดัน และรุนแรง แตกต่างจากงานคอนเสิร์ตของดนตรีแขนงอื่นๆ

สำหรับเมืองไทยแล้ว ผู้ใหญ่หลายคนจะมองเด็กวัยรุ่นที่ชอบฟังเพลงเฮฟวีเมทัล (และร็อคทุกแขนง) ว่าเป็นพวกเด็กเกเร ก้าวร้าว มีนิสัยเป็นอันธพาล เมื่อเกิดเหตุการณ์รุนแรงต่างๆ ขึ้นมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อกลุ่มวัยรุ่นที่ชอบยกพวกตีกันกลางงานคอนเสิร์ตของศิลปินเพลงร็อค แฟนเพลงวัยรุ่นที่ชื่นชอบในดนตรีร็อคทุกคนก็ถูกตัดสินจากสังคมแบบเหมารวมไปว่า พวกเขาคือตัวปัญหา และเพลงร็อคก็คือชนวนที่ทำให้ความรุนแรงทั้งหลายเกิดขึ้นมา อย่างเช่นในการเสวนาเรื่อง “เจาะใจเด็กไทยทำไมจึงตีกัน” เมื่อวันที่ 3 ก.ย. 2547 พ.ศ. ๒๕๔๗ วัฒนชัย ผู้กำกับการ ส.น.สามเสน กล่าวว่า “ทุกครั้งที่มีการจัดคอนเสิร์ตร็อค เราก็รู้อยู่แล้วว่ามันจะต้องตีกันแน่ๆ” หรือเมื่อใดก็ตามที่กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเกิดการรวมกลุ่มกันตามงานคอนเสิร์ต หรืองานพบปะสังสรรค์ พวกเขาเหล่านั้นก็จะถูกมองในทางลบเนื่องจากพฤติกรรมการแต่งกายที่เป็นโทนสีดำ มีเครื่องประดับประหลาดต่างๆ ไว้ผมยาวกรุงรังบ้าง ไม่ก็ย้อมผมสีต่างๆ และการแต่งหน้าที่ดูน่ากลัว อีกทั้งมีการพุดจาและปฏิกริยาในการชมคอนเสิร์ตที่ดุดัน น.พ.ทวิสิน วิษณุโยธิน จิตแพทย์กรมสุขภาพจิต กล่าวว่า “อันที่จริงแล้ว เรื่องยกพวกตีกัน ตามงานแสดงคอนเสิร์ต หรือตามที่ต่างๆ ใช้ว่าเพิ่งจะเกิดขึ้น มันมีมาช้านาน จนกลายเป็นเรื่องชาชิน จะเห็นว่าตามหน้าคอนเสิร์ตทุกที่ ได้มี

การวางกำลัง ของเจ้าหน้าที่ตำรวจ รมภ. รวมทั้งพนักงานของค่ายเทปนั้นๆ มาคอยตรวจตราการ พกพาอาวุธ และควบคุมสถานการณ์” จะเห็นได้ว่าทุกวันนี้เมื่อพูดถึงคอนเสิร์ตรีออค คนก็จะพากัน คิดว่าต้องมีกลุ่มแฟนเพลงมาก่อการทะเลาะวิวาทแน่นอน การตีกันในคอนเสิร์ตรีออคกลายเป็นเรื่อง ปกติสำหรับคนไทยไปแล้ว สิ่งเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยยังถูกมองใน ด้านลบ และเป็นกลุ่มเดียวกับกลุ่มวัยรุ่นที่มีการทะเลาะวิวาทกันตามงานคอนเสิร์ตต่างๆ

จากปรากฏการณ์ที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยเป็นกลุ่มแฟนเพลงที่สังคมส่วน ใหญ่มองไปในทางลบแบบเหมากรวมนั้น จะพบว่ามุมมองกลุ่มผู้ฟังเพลงเฮฟวีเมทัลจึงเป็นที่ น่าสนใจ เพราะการศึกษาจากมุมมองผู้รับสารนี้จะทำให้เราได้ทราบถึงความจริงแล้วแฟนเพลง เฮฟวีเมทัลเป็นใครในสังคม และพวกเขามีชีวิตวัฒนธรรมในด้านต่างๆอย่างไร อีกทั้งยังเป็น ประโยชน์ในประเด็นของกลุ่มทางวัฒนธรรมกลุ่มหนึ่ง ที่มีการรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่นมาโดย ตลอด เนื่องจากดนตรีเฮฟวีเมทัลไม่ใช่ดนตรีกระแสหลักในเมืองไทย และไม่ได้รับการเผยแพร่ผ่าน สื่อต่างๆเสมอมา แต่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายนั้นกลับมีการรวมตัวเพื่อทำ กิจกรรมกันอยู่บ่อยครั้ง และทำกันเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอเป็นเวลากว่า 10 ปีแล้ว สิ่ง เหล่านี้แสดงให้เห็นถึงพลังในการรวมกลุ่มของกลุ่มคนในวัฒนธรรมนี้ การศึกษาถึงการรวมกลุ่มนี้ จะสามารถแสดงให้เห็นถึงความสำคัญและพลังของกลุ่มคนที่มารวมตัวกัน ซึ่งพลังของกลุ่มนั้น เป็นตัวแปรที่สามารถขับเคลื่อนดนตรีเฮฟวีเมทัลให้อยู่ในสังคมไทยได้ตลอดมา

## 1.2 ปัญหาคำวิจัย

1. ลักษณะกลุ่มและการรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยเป็นอย่างไร
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการฟังเพลงของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยคืออะไร
3. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลกับการสร้างอัตลักษณ์ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล ในประเทศไทยเป็นอย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะกลุ่มและการรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฟังเพลงของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลกับการสร้างอัตลักษณ์ของแฟนเพลง เฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

## 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย ซึ่งเกิดขึ้นจากการติดตามชมคอนเสิร์ตของศิลปินเฮฟวีเมทัลทั้งไทยและต่างประเทศ การเปิดรับข่าวสารเป็นประจำเกี่ยวกับดนตรีแนวเฮฟวี เมทัล จากรายการเพลงทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ vcd และเว็บไซต์ ที่เกี่ยวกับดนตรีแนวเฮฟวีเมทัล

## 1.5 นิยามศัพท์

1. แฟนเพลง หมายถึง บุคคลคนที่นิยมชื่นชอบและติดตามงานเพลงเฮฟวีเมทัลซึ่งมีพฤติกรรมมารวมกลุ่มและการติดต่อสื่อสารในกลุ่มเป็นประจำ
2. กลุ่มแฟนเพลง หมายถึง แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่มารวมตัวกันทำกิจกรรมต่างๆ เช่น ชมคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัล และมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันเป็นประจำ
3. เฮฟวีเมทัล หมายถึง ดนตรีที่มีทำนองกระแทกกระทั้นรุนแรง และมีจังหวะที่เร่งเร้าและรวดเร็ว รวมถึงมีการแสดงทางอารมณ์ที่ร้อนแรงกว่าดนตรีแนวอื่นๆ
4. ชีวิตวัฒนธรรม หมายถึง
  - 4.1 สภาพการทำงาน การเรียน และสภาพความเป็นอยู่
    - ประวัติการทำงาน การเรียน
    - ลักษณะการทำงาน การเรียนในปัจจุบัน
    - ชีวิตความเป็นอยู่ในปัจจุบัน
  - 4.2 ลักษณะการพักผ่อน
    - กิจกรรมยามว่าง
    - กิจกรรมในวันหยุด
    - งานอดิเรก

#### 4.3 การรวมกลุ่ม

- การรวมตัวกันของแฟนเพลงในงานคอนเสิร์ต
- การรวมกลุ่มของแฟนเพลงในการทำกิจกรรมต่างๆ

#### 4.4 การแสวงหาข่าวสาร

- ลักษณะการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัล

5. อັตลัษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะชุดหนึ่งของแต่ละบุคคลที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ความเข้าใจในตนเองว่าตนเป็นใคร มีความคิดในการแสดงออกของตนเองเพื่อการดำเนินชีวิตในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง ยอมรับความแตกต่างและความเหมือนกันของบุคคลในเรื่องต่างๆ

#### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการเข้าใจกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยซึ่งถือว่าเป็นการเพิ่มพูนองค์ความรู้แก่วิชาสื่อสารมวลชน
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการนำสิ่งที่พบไปประยุกต์ใช้ในการรวมกลุ่มประเภทอื่นๆ
3. เพื่อเป็นพื้นฐานการวิจัยเกี่ยวกับชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงในแนวทางอื่นๆต่อไป
4. สามารถนำการวิจัยในครั้งนี้เพื่อพัฒนางานสื่อสารมวลชนในด้านการนำเสนอรายการด้านดนตรีเฮฟวีเมทัล
5. เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจร่วมกันว่าพฤติกรรมของแฟนเพลงเป็นปรากฏการณ์สังคมหรือปัญหาสังคมและนำไปสู่การแก้ไขปัญหาที่ถูกต้องได้



## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้นผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies)
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร (Audience Analysis)
- 2.3 ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Approach)
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure Behavior)
- 2.5 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity)
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับ “แฟน” และ “แฟนดอม” (Fan & Fandom)
- 2.7 แนวคิดเรื่องกลุ่ม (Group) การรวมกลุ่ม (Group Formation) และเครือข่ายการสื่อสาร (Communication Network)
- 2.8 แนวคิดเรื่องพฤติกรรม (Behavior)
- 2.9 แนวคิดชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography)

#### 2.1 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies)

ในปัจจุบันเทคโนโลยีทางการสื่อสารนั้นเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว สื่อมวลชนมีบทบาทอย่างมากในการเชื่อมต่อวัฒนธรรมต่างๆทั่วโลก กาญจนา แก้วเทพ (2539) กล่าวว่า สื่อมวลชนได้สอดแทรกตัวเองเข้าไปเป็นยาคำในทุกกิจการ ในทุกซอกทุกมุมของสังคม อย่างที่เรียกว่า แทบจะไม่มีบุคคลใด ไม่มีหีบชอกใดของสังคมที่จะหลุดรอดไปจากการปฏิบัติการของสื่อมวลชน ทั้งนี้ย่อมหมายความว่าสื่อมวลชนได้เพิ่มอิทธิพลต่อสังคมขึ้นมาด้วยโดยเฉพาะในมิติของวัฒนธรรม ยิ่งสังคมมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น สื่อก็จะมีบทบาทในฐานะเป็นตัวกลางวัฒนธรรมที่สำคัญมากขึ้นเป็นเงาตามตัว นักวิชาการที่สนใจศึกษาเรื่องนี้ ได้ขนานวัฒนธรรมที่กำลังมีอยู่ในโลกสมัยใหม่นี้ว่า “วัฒนธรรมแบบมีสื่อเป็นตัวกลาง” และวัฒนธรรมของสื่อมวลชนนั้นเป็นวัฒนธรรมของชนชั้นกลางเป็นหลัก

วัฒนธรรมก็คือระบบสัญลักษณ์ในสังคมมนุษย์ที่มนุษย์สร้างขึ้น เมื่อสร้างขึ้นมาแล้วจึงสอนให้คนรุ่นหลังๆได้เรียนรู้หรือนำไปปฏิบัติ วัฒนธรรมจึงต้องมีการเรียนรู้และมีการถ่ายทอด เมื่อ

มนุษย์เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม มนุษย์ก็จะรู้ว่าอะไรควรทำไม่ควรทำ ฉะนั้นความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคม จึงเป็นความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกันมาก นอกจากนั้นคุณสมบัติที่สำคัญอีกประการหนึ่งของวัฒนธรรมก็คือ ต้องมีการดัดแปลง (Adaptive) ทั้งนี้เนื่องจากวัฒนธรรมแต่ละอย่างจะถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาในบริบทของยุคสมัยหนึ่งๆ ดังนั้น เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป วัฒนธรรมก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตัวเองใหม่เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทใหม่ (กาญจนา แก้วเทพ, 2544)

ในวัฒนธรรมหนึ่งสามารถแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมย่อยต่างๆได้อีก เช่น วัฒนธรรมเฉพาะท้องถิ่น เชื้อชาติ รวมถึงการแบ่งวัฒนธรรมย่อยตามรูปแบบของดนตรีแต่ละประเภท เช่น ร็อค ป๊อป แจ๊ส ฮิปฮอป เป็นต้น

วัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) เป็นแนวคิดสำคัญในการศึกษาวิเคราะห์ผู้รับสาร โดยให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการสื่อสารอันได้แก่การสื่อสารระหว่างบุคคลการเปิดรับสื่อและการใช้สื่อสารมวลชนในชีวิตประจำวันภายใต้บริบททางสังคมของแต่ละบุคคล แนวคิดนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่า สื่อสารมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลโดยตรงในการครอบงำความคิด หรือสร้างอุดมการณ์ให้กับผู้รับสาร เพราะบุคคลและกลุ่มสังคมจะมีศักยภาพในการรับรู้ และปรับความคิดหรืออุดมการณ์ต่างๆ ที่ถ่ายทอดผ่านทางสื่อให้เข้ากับโครงสร้างทางความคิดในกรอบวัฒนธรรมย่อยของตน (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

John Fiske (1991) ได้กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมประชานิยมเป็นกระบวนการสร้างความหมายของคนกลุ่มต่างๆที่ด้อยอำนาจ โดยเกิดจากการรับข้อมูลข่าวสารที่ส่งมาจากกลุ่มคนที่มีอำนาจเหนือกว่าในสังคม แหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารก็คือสิ่งที่ใช้กันอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น โทรทัศน์ วีดีโอ เทปเพลง เกม ภาษา สิ่งเหล่านี้สร้างประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ และในเชิงอุดมการณ์ให้กับกลุ่มผู้มีอำนาจ แต่กลุ่มคนที่ด้อยอำนาจก็มีพลังที่จะต่อต้านหรือหลบเลี่ยงความคิดที่ถูกครอบงำอยู่ วัฒนธรรมประชานิยมจึงเป็นวัฒนธรรมที่แสดงให้เห็นความขัดแย้งระหว่างความหมายที่ถูกสร้างขึ้นจากกลุ่มคนที่มีอำนาจ และกลุ่มคนที่ด้อยอำนาจเพื่อผลประโยชน์ของแต่ละกลุ่มนั่นเอง การดิ้นรนเพื่อสร้างความหมายใหม่ๆ นอกจากจะเป็นประโยชน์กับกลุ่มคนที่ด้อยอำนาจแล้ว ยังก่อให้เกิดความพึงพอใจ และการยอมรับจากสมาชิกในกลุ่มได้อย่างแท้จริง

McQuail (1994) อธิบายว่า วัฒนธรรมมวลชน สามารถส่งผลกระทบต่อทัศนคติ ความพึงพอใจ กริยาท่าทาง และวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนเป็นจำนวนมาก สำหรับวัฒนธรรมประชา

นิยม (Popular Culture) นั้น McQuail ได้ให้ความหมายว่าเป็นวัฒนธรรม ซึ่งได้รับความนิยมจากประชาชนจำนวนมาก โดยเป็นสิ่งที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้น และถูกเผยแพร่ผ่านทางสื่อมวลชนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเพลง นิยายหรือวรรณกรรม ละครประโลมโลกต่างๆ วีดีโอภาพยนตร์ต่างๆ ที่บุคคลจะต้องพบในการดำรงชีวิตในแต่ละวัน เช่น กางเกงยีนส์ลีวายส์ (Levi's) หรือแฮมเบอร์เกอร์แมคโดนัลด์

วัฒนธรรมประชานิยม เป็นกรอบแนวคิดที่สำคัญในการศึกษาวิเคราะห์ผู้รับสารในแนววัฒนธรรมศึกษา เพราะเชื่อมั่นในพลังของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสาร นับตั้งแต่การเปิดรับสื่อ การตีความสาร และการนำมาประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของตนได้อย่างแท้จริง ดังนั้นการศึกษาวิเคราะห์ผู้รับสารแนวนี้จึงมุ่งไปยังการศึกษาบริบททางสังคมของกลุ่มผู้รับสาร ซึ่งเชื่อว่ามีผลต่อการสร้างประสบการณ์ ขอบเขตความสนใจ และปฏิกิริยาตอบสนองต่อสถานการณ์ต่างๆอันจะนำไปสู่การสร้างสรรค์วัฒนธรรมรูปแบบใหม่ในลักษณะเฉพาะของกลุ่มตนเอง วิธีการเก็บข้อมูลเพื่อให้ได้มิติทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสารจากมุมมองของผู้รับสารเองนั้น ต้องอาศัยการเข้าไปมีส่วนร่วมในสภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่แท้จริงของกลุ่มผู้รับสารในลักษณะเดียวกันกับการศึกษากลุ่มคนของนักมานุษยวิทยา วิธีการดังกล่าวประกอบไปด้วยการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการอภิปรายกลุ่มย่อย ข้อมูลทั้งหมดจะนำมาวิเคราะห์ในกรอบแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมประชานิยม เพื่อค้นหาวิธีการสร้างสรรค์วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้รับสาร ซึ่งก็คือรูปแบบหนึ่งของวัฒนธรรมประชานิยมนั่นเอง (Siryuvusak, 1990)

สำหรับดนตรีเฮฟวีเมทัลนั้นถือเป็นวัฒนธรรมประชานิยมที่มีการหลงใหลและเผยแพร่ไปทั่วโลกทศวรรษที่ 80 (ประมาณ พ.ศ.2523) เป็นช่วงที่ดนตรีเฮฟวี เมทัล ก้าวสู่จุดสูงสุดโดยใช้รากฐานของเฮฟวี เมทัล ที่ถูกหยั่งรากลึกเอาไว้ตั้งแต่ช่วงยุค 70 (พ.ศ.2513) เป็นพื้นฐานในการพัฒนาดนตรีแนวนี้ต่อไป แต่ก็ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของดนตรีเฮฟวี เมทัล ไว้เช่นเดิม วงอังกฤษที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในช่วงเวลานั้นได้แก่ Iron Maiden, Def Leppard, Queen ส่วนทางฝั่งอเมริกาก็มีวงที่ประสบความสำเร็จคือ Van Halen, Motley Crue, Metallica, Bon Jovi และ Guns n' Roses ไม่เพียงเท่านั้นดนตรีเฮฟวี เมทัล ยังแพร่กระจายไปสู่ประเทศแถบสแกนดิเนเวียด้วยเช่นกัน เช่นวง Hammerfall และ Amorphis จากประเทศสวีเดน Nightwish และ Sonata Arctica ของประเทศฟินแลนด์ จากนั้น Heavy Metal ก็แตกแขนงออกไปมากมายทั้ง Black Metal, Doom Metal, Gothic Metal, Power Metal, Melodic Metal, Progressive Metal, Symphonic Black Metal เป็นต้น (อภิรัตน์ รัตนไพฑูริย์, 2547) เมื่อเข้าสู่ยุคทศวรรษที่ 90 (พ.ศ.

2533) กระแสความนิยมในดนตรีเฮฟวี เมทัล เริ่มลดน้อยลงเป็นอย่างมากเนื่องจากการเข้ามาแทนที่ของดนตรีร็อคแนวใหม่ที่มีชื่อว่า Alternative/Modern Rock โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี ค.ศ. 1989 (พ.ศ.2532) กับการความสำเร็จของวงอเมริกันที่มีชื่อว่า Nirvana ซึ่งเป็นวงดนตรีที่สร้างกระแสตอบรับได้เป็นอย่างดี และโด่งดังมีแฟนเพลงมากมายทั่วโลก ในช่วงนี้เองที่ผู้คนหันไปหาและความสนใจกับดนตรีแนว Alternative/Modern Rock กันอย่างมาก ทำให้ดนตรีแนวเฮฟวี เมทัล เสื่อมความนิยมลงไป อย่างไรก็ตามเมื่อเข้าสู่ช่วงประมาณปลายกลางปี 94 (พ.ศ.2537) ดนตรีเฮฟวี เมทัล ก็สามารถได้รับกระแสนิยมจากคนฟังเพลงร็อคอีกครั้งหนึ่งได้สำเร็จ แต่การกลับมาของดนตรีเฮฟวี เมทัล ในคราวนี้เป็นการกลับมาในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากเดิม โดยเฉพาะรูปแบบของดนตรีที่ฟังดูทันสมัยขึ้นโดยแนวดนตรีนี้มีชื่อว่า Nu Metal ดนตรีประเภทนี้ไม่ได้เน้นไปที่การใช้โล่ หรือเรื่องเทคนิคขั้นสูงอะไรมากมายเหมือนกับดนตรีเฮฟวี เมทัล แบบดั้งเดิม แต่จะเน้นไปที่เรื่องของความหลากหลาย และการผสมผสานมากกว่า โดยมีการผสมผสานกันทั้งดนตรีแบบเมทัล กับดนตรีแร็ป, ฮาร์ดคอร์ และดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเสียงดนตรีจะได้จากเครื่อง Synthesizer โดยวงดนตรีที่ได้รับความนิยมอย่างสูงได้แก่ Korn, Limp Bizkit, Soulfly, System of a Down, Slipknot, Linkin Park, Marilyn Manson และ Mudvayne จากประเทศสหรัฐอเมริกา และเมื่อก้าวสู่ปี 2000 (พ.ศ.2543) ดนตรีเฮฟวี เมทัล ในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า Nu Metal ได้กลายเป็นดนตรีในกระแสหลัก (mainstream) ในระดับที่สามารถทดแทนความรุ่งเรืองสูงสุดของดนตรีเฮฟวี เมทัล ในช่วงทศวรรษ 80 ได้ ซึ่งเราสามารถเห็นได้จากจำนวนวงดนตรีประเภทนี้ที่ทยอยออกผลงานมาอย่างต่อเนื่อง จำนวนยอดขายทั่วโลกของอัลบั้มหลายๆ ชุดที่สูงถึงหลายล้านแผ่น จำนวนรอบในการออกทัวร์คอนเสิร์ตทั่วโลก การเกิดกลุ่มของเหล่าแฟนเพลงที่มีต่อแนวดนตรีประเภทนี้ที่มีมากขึ้น (สุชน โชติธรรมวัฒนา, สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2547)

#### วัฒนธรรมย่อย (Subculture)

กาญจนา แก้วเทพ ได้เขียนถึงเรื่องวัฒนธรรมย่อยในหนังสือ “ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา” (2544) ว่านักวิชาการบางกลุ่มเชื่อว่า แนวคิดเรื่อง “วัฒนธรรมย่อย” นั้นเพิ่งเริ่มเป็นแนวคิดที่ถูก “ประกอบสร้าง” ขึ้นในช่วงของโลกยุคสมัยใหม่เมื่อระบบทุนนิยมขยายตัวจากเมืองไปครอบงำชนบทในกรณีของประเทศเดียวกัน หรือ ขยายตัวจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งในรูปแบบของการล่าอาณานิคม

ดังนั้น เจื่อนไขแรกในการเกิด “วัฒนธรรมย่อย” (Subculture) ก็เมื่อมีการทำลายโครงสร้างของสังคมชนบท เช่น ในด้านเศรษฐกิจ มีการทำให้ชาวบ้านสูญเสียที่ดิน และต้องอพยพเข้ามาอยู่

ในเมือง ในด้านการเมือง มีการโอนอำนาจการตัดสินใจของชุมชนมาขึ้นกับศูนย์กลาง ในด้านวัฒนธรรม มีการแยกตัววัดออกจากระบบการให้การศึกษาและสถาปนาโรงเรียนขึ้นทำหน้าที่แทนจากเงื่อนโซ่เหล่านี้ ทำให้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มต่างๆที่เคยอยู่ในชนบทกลายเป็น “วัฒนธรรมย่อย” ไม่ว่าคนกลุ่มนั้นจะยังคงอาศัยอยู่ในชนบทหรืออพยพเข้ามาอยู่ในเมืองก็ตาม

ในการศึกษาเรื่องวัฒนธรรมย่อยจำเป็นต้องมีข้อตกลงพื้นฐานร่วมกันประการหนึ่งคือ ในสังคมหนึ่งๆนั้นมิได้ประกอบด้วย “วัฒนธรรมเพียงวัฒนธรรมเดียว” (Culture-C ตัวใหญ่) หากทว่าประกอบด้วยวัฒนธรรมที่มากกว่าหนึ่งวัฒนธรรมขึ้นไป (cultures-มี c ตัวเล็กหลายตัว) คำนิยามของวัฒนธรรมย่อยในความหมายกลางๆ คือ

- วัฒนธรรมย่อยจัดเป็นส่วนเดียวหนึ่งของ “วัฒนธรรมชาติ” (National culture) ที่มีการสร้างภาพลักษณ์ ค่านิยม และพฤติกรรมเฉพาะกลุ่มที่แตกต่างไปตามวัฒนธรรมชาติของคนส่วนใหญ่ (Brake, อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ 2544)
- วัฒนธรรมย่อย เป็นวิธีการที่กลุ่มย่อยใช้ในการจัดการกับชีวิตทางวัตถุและวิถีชีวิตด้านอื่นๆที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างอัตลักษณ์ (Identity) วิธีการนี้เป็นปฏิบัติการที่กลุ่มดำเนินการอย่างมีความหมายและมีสำนึก ไม่ว่าจะ เป็นวัตถุ/ความสัมพันธ์/ระบบค่านิยม/ระบบความเชื่อที่ผลิตออกมา (What they produce) และวิธีการที่ผลิต (How they produce) ล้วนมีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม (Hall & Jefferson, อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ 2544)

ตัวอย่างวัฒนธรรมย่อยที่เห็นได้โดยง่ายคือ “อัตลักษณ์ทางชนชาติ” (Ethnic identity) ที่หมายถึงกลุ่มคนที่แตกต่างไปจากคนส่วนใหญ่ในสังคมด้วยคุณลักษณะที่เป็นกฎเกณฑ์ต่างๆ เช่น ศาสนา ภาษา เชื้อชาติ ชนชาติ ชุมชน ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ ฯลฯ คุณลักษณะดังกล่าว นั้นในด้านหนึ่งได้ช่วยธำรงรักษาอัตลักษณ์ของกลุ่มย่อยดังกล่าวเอาไว้ และในอีกด้านหนึ่งก็ทำให้แตกต่างไปจากคนอื่น ๆ

ตัวอย่างการศึกษาเกี่ยวกับวัยรุ่นของ Willis (1990, อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ 2544) พบว่า วัฒนธรรมสื่อมวลชนเป็นทรัพยากรเชิงสัญลักษณ์ที่เด็กวัยรุ่นใช้อย่างมาก และวิธีการใช้นั้นวัยรุ่นไม่เพียงแต่เรียนรู้รหัสของการใช้เท่านั้น (เช่น การต้องเปิดเพลงอย่างไร ฟังแบบไหน) หากทว่ายังเรียนรู้วิธีที่จะ “เล่น” กับรหัสเรียนรู้ที่จะ “ดัดแปลง” สุนทรียะต่างๆ ของรหัส Willis สรุปผล



การศึกษาว่า เด็กวัยรุ่นเป็นกลุ่มคนที่ใช้สื่ออย่าง active เฉลียวฉลาดและซับซ้อนมากกว่าทุกกลุ่มในสังคม

ในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมา วิทยู-เพลงเป็นหัวใจของวัฒนธรรมวัยรุ่น Willis พบว่ามีความแตกต่างกันลงไปอีกในเรื่องของรสนิยมการฟังเพลงของกลุ่มวัยรุ่นฟังเพลงก็มีลักษณะสร้างสรรค์และมีเป้าหมายการใช้หลายอย่าง เช่น การขอเพลงจากรายการวิทยูและอัดเทปเอาไว้เป็นชุดเฉพาะของตัวเอง เป็นต้น

วัยรุ่นมีรูปแบบการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ เช่นเดียวกับสื่อประเภทอื่น แต่ทว่าลักษณะของสื่อเหล่านั้น ยังสามารถดัดแปลงสุนทรีย์ได้มากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ นอกจากนั้น สื่อผ่ายังเกี่ยวข้องกับ “อัตลักษณ์” อย่างชัดเจนมากกว่าสื่อประเภทการแยกแยะระหว่างชุดไปทำงาน/ชุดไปเที่ยว

กล่าวโดยสรุป Willis มีความเห็นว่า ในบริบทต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้น วัยรุ่นได้ทำการตอบโต้การครอบงำของผู้ใหญ่ ด้วยการสร้างสรรค์วัฒนธรรมโดยเฉพาะในขั้นตอนของการบริโภคด้วยการหยิบเอาผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมหลัก/วัฒนธรรมการค้า/อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม มาสร้างอัตลักษณ์ให้แก่วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มตนเอง ดังนั้น วัยรุ่นจึงเป็นกลุ่มที่มีความรู้เท่าทันสามารถแยกแยะและสามารถดัดแปลง/ต่อรองกับวัฒนธรรมหลัก เพื่อการดำรงอยู่และการสืบทอดวัฒนธรรมย่อยของตนเอง

ในแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมนั้นสามารถอธิบายถึงวัฒนธรรมดนตรีเฮฟวีเมทัล ที่หลังไหลเข้ามาสู่ประเทศไทย ถึงแม้จะไม่มีกลุ่มแฟนเพลงมากเท่ากับดนตรีแนวหลักก็ตามแต่กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้นมีเป็นจำนวนมาก และเป็นกลุ่มแฟนเพลงที่ถือว่ามีวัฒนธรรมย่อยของตนเอง ดังนั้นแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมนี้จะนำมาช่วยอธิบายในการศึกษาวิถีชีวิตวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยได้

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร (Audience Analysis)

แนวความคิด (Conceptualization) เกี่ยวกับผู้รับสารหรือมวลชนที่สำคัญ แยกได้ 2 กลุ่มคือ (ยุพา สุภากุล, 2541)

1. เป็นแนวความคิดของกลุ่ม Eliot Freidson ถือว่ามวลชน มีลักษณะเปรียบเสมือนอนุภาค คือ ผู้รับสารแต่ละคนอยู่ลำพังโดดเดี่ยว และมารับฟังข่าวสารจากสื่อมวลชนร่วมกัน โดยแต่ละคนไม่มีความสัมพันธ์ หรือแสดงปฏิกริยาต่อกัน ตามแนวความคิดนี้ Mass Audience มีลักษณะดังนี้

- 1.1 มวลชนประกอบด้วยคนหลายคน หลายประเภทแตกต่างกัน (Heterogeneous composition)
- 1.2 มวลชนประกอบด้วย บุคคลที่ไม่รู้จักกัน (Anonymity)
- 1.3 สมาชิกแต่ละคนของมวลชน แยกย้ายหรือกระจัดกระจายอยู่
- 1.4 สมาชิกผู้รับสารแต่ละคนไม่มีแสดงกริยาโต้ตอบ (Interaction) ซึ่งกันและกัน
- 1.5 มวลชนนี้มีลักษณะรวมตัวกันแบบหลวม (Loose Organization)

2. เป็นแนวความคิดของกลุ่ม M.W.Riley และ J.W.Riley ซึ่งถือว่าผู้รับสารแต่ละคนมีลักษณะคล้ายกัน เป็นสมาชิกของกลุ่มชน (member of a group) ฉะนั้นจึงต้องมีปฏิกริยาโต้ตอบกันระหว่างสมาชิกในการรับฟังข่าวสารจากสื่อมวลชน ในการติดต่อสื่อสารนั้น สมาชิกของกลุ่มจะต้องปฏิบัติตามหรือป้องกัน กฎเกณฑ์หรือบทบัญญัติต่างๆของกลุ่มที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ที่สำคัญอีกประการหนึ่งกลุ่มอ้างอิง เข้ามามีส่วนร่วมสำคัญเหมือนผู้แนะแนวให้สมาชิกแสดงปฏิกริยาอย่างใดอย่างหนึ่งต่อข่าวสารจากสื่อมวลชน

คำว่า “ผู้รับสาร” เป็นความหมายที่เกิดขึ้นในกระบวนการสื่อสารมวลชน และความหมายที่เกิดขึ้นจากการบริโภคหรือใช้สื่อของผู้คนในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีลักษณะของการรวมกลุ่มทางสังคม (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ, 2547)

คำว่า “ผู้รับสาร” หรือ media audience เป็นคำรวม ๆ ที่เกิดขึ้นในยุคที่เทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีหลายประเภท และขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง เป็นคำที่ใช้หมายถึง ผู้อ่าน (readers) เช่น ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ ผู้ชม (viewers) เช่น ผู้ชมโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ละครเวที ฯลฯ และผู้ฟัง (listeners) เช่น ผู้ฟังวิทยุ กลุ่มผู้อ่าน ผู้ดู หรือ ผู้ฟังเหล่านี้เกิดขึ้นตามตัวสื่อ (media channel) หรือตามเนื้อหาสาระของสื่อ (media content)

ในการพิจารณาผู้รับสารในฐานะกลุ่มผู้บริโภคสื่อที่เกิดขึ้นตามกลุ่มสังคม หมายความว่า รวมถึงกลุ่มที่รวมตัวกันอยู่แล้วทางสังคมและมีกิจกรรมทางสังคมร่วมกัน โดยที่ที่มีการบริโภคสื่อ เป็นกิจกรรมหนึ่งในวิถีชีวิตกลุ่ม เช่น กลุ่มแม่บ้านในชุมชน กลุ่มนิสิตนักศึกษา กลุ่มอนุรักษ ธรรมชาติ กลุ่มรณรงค์ประชาธิปไตย ซึ่งร่วมกันดำเนินกิจกรรมทางสังคมและใช้สื่อมวลชนชนิดใดชนิดหนึ่งเป็นตัวกลางในการเชื่อมประสานกลุ่มเข้าด้วยกัน เช่น การนั่งชมละครทีวีร่วมกันของกลุ่มแม่บ้านซึ่งนำไปสู่การสนทนาแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับชีวิตและปัญหาประจำวันของผู้หญิง การโทรศัพท์เข้าไปแสดงความคิดเห็นในรายการวิทยุการเมืองทางวิทยุเพื่อแสดงจุดยืนของกลุ่ม เป็นต้น

ตารางการแสดงการรวมกลุ่มของผู้รับสาร

กลุ่มสังคม (social group)

กลุ่มผู้รับสารสื่อมวลชน (media group)

1. กลุ่มสาธารณชน/ กลุ่มสังคมที่มีอยู่แล้ว (กลุ่มสังคม/ สาธารณชน)	2. กลุ่มที่ตอบสนอง เป้าหมาย/ ประสบการณ์ สังคม(ความพึง พอใจทางสังคม)	3. รวมกลุ่มตาม เนื้อหาของสื่อ(กลุ่ม แฟนหรือรสนิยมทาง วัฒนธรรม)	4. การรวมกลุ่มตาม ช่องทางของสื่อ(ผู้รับ สารของสื่อ หนังสือพิมพ์, วิทยุ หรือโทรทัศน์)
---	---	---	--

ตัวอย่างกลุ่มสังคม		ตัวอย่างกลุ่มผู้รับสารสื่อมวลชน	
- กลุ่มพลเมืองไทย	- กลุ่มนักวิชาการ	- กลุ่มแฟนดนตรี ป๊อป	- กลุ่มผู้ฟังกรีนเวฟ
- กลุ่มชาวพุทธ คริสต์ อิสลาม	- กลุ่มรณรงค์ ประชาธิปไตย	- กลุ่มฟังก์ ฮาร์ดร็อก	- กลุ่มผู้อ่านดิฉัน
- กลุ่มคนรวย	- กลุ่มนักอนุรักษ์	- กลุ่มแฟนนักเขียน	- กลุ่มผู้อ่านสตาร์ พิกส์
- กลุ่มคนชนชั้น กลาง	- สิ่งแวดล้อม	- กลุ่มผู้อ่านเรื่อง สืบสวนสอบสวน	- กลุ่มผู้อ่านนิตยสาร พระเครื่อง
- กลุ่มคนจน	- กลุ่มรณรงค์คัดค้าน โสเภณีเด็ก	- กลุ่มแฟน ภาพยนตร์ท่านม้าย	- กลุ่มผู้ชมช่อง 11
- กลุ่มเกษตรกร	- กลุ่มชีวิต	- บัณฑิต ฤทธิกล	
- กลุ่มสมาคม พ่อค้า ข้าว		- กลุ่มคนดูบอล	
- ชมรมคนตาบอด			
- กลุ่มผู้อพยพ			

ตารางข้างต้นจำแนกให้เห็นที่มาของการรวมกลุ่มเป็นผู้รับสาร ว่าอาจเป็นกลุ่มแรกซึ่งมีที่มาจากกลุ่มและประเด็นทางสังคม และกลุ่มหลังซึ่งมีที่มาจากเนื้อหาสาระของสื่อหรือช่องทางของสื่อ ผู้รับสารแต่ละคนจะอยู่ในกลุ่มแบบใดแบบหนึ่งข้างต้น หรืออาจจะอยู่ในหลายกลุ่มพร้อมกันก็เป็นไปได้

สำหรับกลุ่มผู้รับสารที่เป็นแฟนดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้น จัดอยู่ในกลุ่มของผู้รับสารแบบกลุ่มแฟนหรือรสนิยมทางวัฒนธรรม (Fan group or taste culture) เป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นเพราะชื่นชอบเนื้อหาแนวใดแนวหนึ่ง หรือรูปแบบของสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งหรืออาจนิยมคารานักร้องคนใดคนหนึ่งร่วมกัน หรือชื่นชอบสไตล์ของนักเขียน ศิลปิน คนใดคนหนึ่งเป็นการเฉพาะ ดังนั้นการนำแนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารนี้จึงสามารถอธิบายสถานะของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลได้ในฐานะผู้รับสารกลุ่มหนึ่ง

### 2.3 ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Approach)

แนวทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจอยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีเชิงหน้าที่ (Functional Perspective) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ในเชิงหน้าที่ของสื่อมวลชนที่ตั้งอยู่บนความเชื่อที่ว่า พฤติกรรมและปรากฏการณ์มนุษย์ต่างก็เกี่ยวข้องในเชิงหน้าที่ต่อกัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้นๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา แม้ว่าการใช้สื่อมวลชนนั้นไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความต้องการทุกๆด้านของมนุษย์ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

กาญจนา แก้วเทพ ได้อธิบายเพิ่มเติมในหนังสือสื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา เกี่ยวกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจไว้ว่า ในการเปิดรับข้อมูลของผู้รับสารนั้น คนเรามีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพ การงาน เพื่อการประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อควบคุมสถานการณ์ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการลงมือทำ เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อจึงไม่ใช่กิจกรรมที่กระทำไปตามยถากรรมหรือไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์ที่แน่นอน (Goal-oriented activity)

Blumler, McQuail และ Brown (1972 อ้างใน กาญจนนา แก้วเทพ, 2545) ได้จัดหมวดหมู่ของบทบาทหน้าที่ของสื่อจากมุมมองของปัจเจกบุคคลออกมาเป็น 4 กลุ่มใหญ่ๆ และภายในกลุ่มก็อาจจะแยกย่อยออกไปอีกคือ

1. ความเพลิตเพลิน (Diversion) ซึ่งก็จะออกในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบเลี่ยงออกมาจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากจำเจหรือเพื่อหลบหนีปัญหา ตัวอย่างของการดูภาพยนตร์ประเภทวิทยาศาสตร์แฟนตาซี (Sci-Fi) เป็นตัวอย่างที่ชัดเจน
2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relation) เป็นการใช้สื่อเพื่อเสริมความสัมพันธ์กับคนอื่นในสังคม เช่นการนั่งดูรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ร่วมกันทั้งครอบครัว หรือการนำเอาเรื่องราวจากละครโทรทัศน์มาพูดคุยกับคนที่ทำงาน
3. เอกลักษณะของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) เป็นการใช้สื่อเพื่อตอกย้ำหรืออ้างอิงกับกลุ่มเพื่อเสริม/สร้างเอกลักษณ์ของตนเอง เช่น ถ้าเป็นวัยรุ่นก็ต้องดูรายการสอนภาษาอังกฤษแบบวัยรุ่นที่มีรูปแบบทันสมัยมีเนื้อหาสาระที่วัยรุ่นสนใจ ใช้พิธีกรขวัญใจวัยรุ่น เป็นต้น
4. ติดตามข่าวสาร (Surveillance) อันเป็นหน้าที่พื้นฐานของการเปิดรับสื่ออยู่แล้ว

นอกจากนี้ ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนนา แก้วเทพ (2531) ได้ศึกษาชุดตัวแปรของความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชนซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ
  - 1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสภาพปัจจุบันของสังคมและของโลก
  - 1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในทางปฏิบัติ หรือความคิดเห็นและการตัดสินใจ
  - 1.3 สนองต่อความอยากรู้อยากเห็น และสนองต่อความสนใจ
  - 1.4 ให้การเรียนรู้ เป็นการศึกษาด้วยตนเอง
  - 1.5 สร้างความรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

## 2. ความต้องการการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

- 2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
- 2.2 ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
- 2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่นๆ (ในสื่อมวลชน)
- 2.4 มองทะลุลึกเข้าไปภายในตัวเอง

## 3. ความต้องการเพื่อการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- 3.1 มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่นและเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
- 3.3 นำไปใช้ในการสนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- 3.4 ใช้แทนเพื่อน
- 3.5 ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- 3.6 สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อนและสังคม

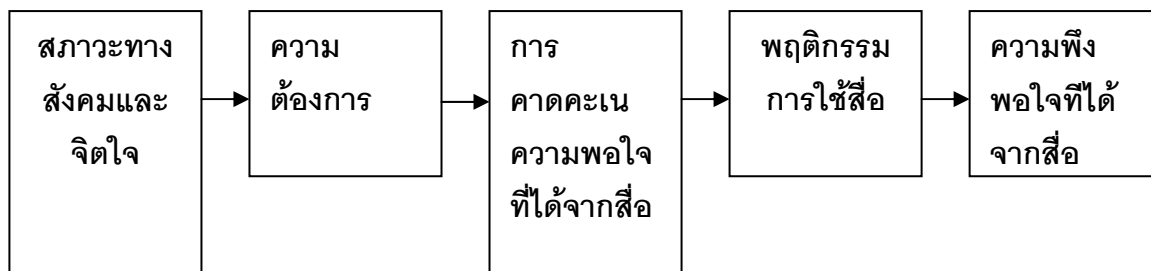
## 4. ความต้องการความบันเทิง

- 4.1 การหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ
- 4.2 การผ่อนคลาย
- 4.3 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้และได้รับความสนุกสนานทางสุนทรีย์
- 4.4 ได้มีอะไรทำ เพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- 4.5 ปลดปล่อยอารมณ์
- 4.6 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

นอกจากนี้ Katz, Blumler และ Guevitch (1974) ยังได้พูดถึงสภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ทำให้แต่ละคนคาดคะเนสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจต่างกันออกไปด้วย พวกเขาได้สร้างแบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจไว้ดังนี้



แบบจำลองเพื่ออธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจ



แนวความคิดการใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจ แคทซ์ (Katz) และคณะได้สรุปแนวความคิดเกี่ยวกับสังคมที่มีบทบาทในการกำหนดความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลไว้ ดังนี้

1. บุคคลได้รับแรงดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคม ทำให้บุคคลต้องการผ่อนคลายแรงกดดันต่าง ๆ โดยการบริโภคสื่อมวลชน
2. สถานการณ์ทางสังคมเป็นตัวสร้างปัจเจกบุคคลต้องตระหนักในปัญหา จึงมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ
3. โอกาสที่ปัจเจกบุคคลจะได้รับการตอบสนองความพึงพอใจตามความต้องการจากสถานการณ์ทางสังคมมีน้อยมาก ดังนั้น สื่อมวลชนจะเป็นตัวเสริมหรือทดแทนบริการต่าง ๆ ที่ขาดหายไปจากสังคม
4. การบริโภคข่าวสารจากสื่อ ทำให้สอดคล้องกับค่านิยมการเป็นสมาชิกและการเสริมสร้างความเชื่อของสังคม
5. สถานการณ์ทางสังคมจัดขอบเขตของความคาดหวัง ความคล้ายคลึงกัน ดังนั้นการเปิดรับสื่อมวลชนจะเป็นตัวสนับสนุนการเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมของกลุ่มในสังคม

ดังนั้น แรงจูงใจหรือความพึงพอใจจากสื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อจึงเป็นปฏิสัมพันธ์เชิงระบบของส่วนต่าง ๆ ภายในปัจเจกบุคคล และกระบวนการกลมกล่อมเกลาทางสังคม โดยที่แคทซ์ และคณะ (Katz, Blumler and Gurvitch, 1974) ได้กล่าวถึงปัจจัยต่าง ๆ ว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อม สังคมและจิตวิทยาส่งผลต่อความต้องการ ความคาดหวังในสื่อมวลชนหรือแหล่ง

สารอื่น ๆ ความแตกต่างในรูปแบบการเปิดรับสื่อมวลชน หรือสิ่งอื่น ๆ ความต้องการ ความพึงพอใจและผลอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นตามมา

ทฤษฎีประโยชน์และความพึงพอใจเป็นจุดเริ่มต้นของการมองผู้รับสารเสียใหม่ จากเดิมที่มีการมองว่า “สื่อทำอะไรกับผู้รับสาร” มาเป็นการมองว่า “ผู้รับสารทำอะไรกับสื่อ” ในฐานะที่กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นผู้รับสารแบบ Active Audience ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจจึงสามารถนำมาอธิบายปัจจัยที่ทำให้แฟนเพลงเหล่านี้เลือกบริโภคสื่อดนตรีเฮฟวีเมทัล และประโยชน์ที่พวกเขาได้รับจากการฟังเพลงเฮฟวีเมทัล

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure Behavior)

ในเรื่องของแนวคิดที่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ Joseph T. Klapper (1960) ได้พูดถึงมีกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selectivity Process) ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคล กระบวนการดังกล่าวประกอบไปด้วย

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Attention) กล่าวคือบุคคลจะเปิดรับสื่อ และข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Exposure) นอกจากจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมและจะหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตน

3. การเลือกรับรู้ (Selective Perception) บุคคลจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อนในกรณีนี้ที่ข่าวสารที่ได้รับมาใหม่ มีความขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมบุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตน

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกรับเลือกให้ความสนใจ และเลือกตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยัง

จะเลือกจดจำเนื้อหาสาระในส่วนที่ต้องการจำเข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไปและจะพยายามลืมในส่วนที่ต้องการจะลืม

นอกจากนี้ Merill และ Lowenstein (1971) ยังได้กล่าวเพิ่มเติมว่าบุคคลจะยอมรับหรือปฏิเสธสื่อและข่าวสารขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของบุคคลนั้น อันได้แก่

- ความเหงา อันเป็นเหตุทางจิตวิทยาโดยตรงที่เชื่อว่าคนเราโดยปกติย่อมไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสนวิตกกังวล หวาดกลัวและเมินเฉยจากสังคม หรือความชอบและความพยายามที่จะร่วมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่มีโอกาสทั้งนี้อาจไม่สามารถที่จะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่นได้โดยตรง ดังนั้นที่ดีที่สุดก็คือ การอยู่กับสิ่งต่างๆที่ใช้ในการสื่อสารซึ่งแท้จริงแล้วคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่า ที่จะอยู่กับบุคคลเพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงา ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

- ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์เป็นผู้ที่มีความเห็นแก่ตัวในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหา และใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะเป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุผล เพื่อให้ได้ข่าวสารมาเสริมความเด่นให้ตนและเพื่อให้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย ความปลอดภัย รวมทั้งให้ได้ ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณค่าในทางปฏิบัติทางจรโลงจิตใจ หรือแม้แต่ว่าความคิดก็สามารถหาได้จากสื่อมวลชนและสื่อประเภทอื่น ๆ

- เป็นลักษณะของสื่อต่างๆโดยทั่วไปคือนอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม หรือองค์ประกอบที่ไม่สามารถเห็นได้เด่นชัดทัศนคติ ความหวัง ความกลัว ฯลฯ เป็นต้น จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อและสื่อแต่ละอย่างมีลักษณะเฉพาะ ที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมจะเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่สามารถสนองตอบความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจในการรับข่าวสารต่างๆ ด้วย

ทั้งนี้จากข้อเท็จจริงที่ว่าในการเลือกรับสื่อและข่าวสารนั้นๆของผู้รับข่าวสารมักจะแสวงหาข่าวสารที่จะมาสนับสนุนความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Preconceptions) รวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอ ดังนั้นผู้รับข่าวสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับท่าทางจิตใจที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Predispositions) โดยข่าวสารที่แสวงหาจะไม่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อถือของ

ตนเอง ทั้งนี้ประสบการณ์และปรัชญาแห่งชีวิตก็ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะกำหนดว่าจะเลือกสื่อและข่าวสารประเภทใด

สื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร และเว็บไซต์ต่างๆ มีอิทธิพลต่อความชื่นชอบและพฤติกรรมของแฟนเพลงมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลนั้นเป็นการตอกย้ำความชื่นชอบให้กับแฟนเพลงทั่วไป ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการนำเสนอทางเลือกใหม่ให้กับคนที่ไม่ใช่แฟนเพลงด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทางเลือกเปิดรับสื่อของบุคคลนั้นๆ ซึ่งถ้าดนตรีเฮฟวีเมทัลสามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้ไม่ว่าจะด้วยประการใดก็ตาม บุคคลนั้นก็จะเลือกเปิดรับสื่อที่นำเสนอเนื้อหาดนตรีแนวนี้ต่อไป อีกทั้งยังเสาะแสวงหาสื่อในรูปแบบอื่นๆต่อไปอีกด้วย

ในงานวิจัยนี้ จะนำทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารนี้มาอธิบายผู้รับสารถึงกระบวนการในการเปิดรับสื่อ ซึ่งกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่จะเลือกรับข่าวสารได้ตามความสนใจ ความเข้าใจและความต้องการ ตลอดจนความยากง่ายที่จะได้รับข่าวสาร

## 2.5 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ (Identity) ในทางจิตวิทยาสังคมหมายถึง ความสำนึกของแต่ละบุคคลว่าตนเองมีความแตกต่างจากผู้อื่นมากน้อยเพียงไร ส่วนในทางจิตวิทยาการแพทย์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะชุดหนึ่งของแต่ละบุคคลซึ่งแสดงออกต่อผู้อื่น ลักษณะเฉพาะดังกล่าวนี้จะช่วยให้ผู้อื่นสามารถบ่งชี้บุคคลนั้นๆ ได้ De Lavita (อ้างใน ศิรินาถ, 2546)

กระบวนการจะเริ่มต้นด้วยการตระหนักถึงความเป็นหนึ่งเดียวและตระหนักถึงความแตกต่างของมนุษย์ พวกเขาจะต้องรวบรวมความรู้ต่างๆทั้งหมดเกี่ยวกับตนเอง ต้องมีการประเมินตนเอง ผสมผสานภาพพจน์หรือความคิดต่างๆที่มีต่อตนเองเพื่อนำไปสู่นิยามที่ชัดเจนว่าเราเป็นใคร และอะไรที่เราต้องการเป็น

เมื่อบุคคลสามารถแยกแยะและประเมินลักษณะที่ตนเป็นอยู่ได้ และถ้าลักษณะนั้นดำรงอยู่ในบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ลักษณะเช่นนี้จะถือว่าได้พัฒนาขึ้นมาเป็นอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของบุคคลนั้นๆ อัตลักษณ์เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการของมนุษย์ อัตลักษณ์เป็นการพัฒนาจากการไม่มีอัตลักษณ์ไปสู่การมีอัตลักษณ์โดยการแสวงหาของตนเอง

นักจิตวิทยาหลายท่านได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับ "อัตลักษณ์" ไว้ดังนี้ (อ้างใน สายฝน วรรณดุจ , 2536)

Conger สรุปว่าอัตลักษณ์ของตนเป็นสภาวะที่บุคคลยอมรับว่าตนเองแตกต่างจากผู้อื่น ซึ่งความแตกต่างนี้เป็นผลมาจากการบูรณาการระหว่างประสบการณ์ในอดีตกับสภาวะปัจจุบันใน ลักษณะของความต่อเนื่องกันไปอย่างคงที่สม่ำเสมอ

Mark Liechty กล่าวว่าอัตลักษณ์คือ ความสำนึกของบุคคลว่าตนสังกัดอยู่ในขอบเขต ของบทบาทและแนวทางที่เป็นอยู่แบบใดทางสังคม

Hodgson และ Fischer กล่าวว่า อัตลักษณ์เป็นการพัฒนาการของการตระหนักรู้ของคน คนหนึ่งว่าเขาเป็นใครและเขาเป็นอะไร

เนื้อหาสำคัญของอัตลักษณ์ คือ จิตสำนึกส่วนตัวและจิตสำนึกร่วมในระดับสังคมที่เกิด จากการนิยามตัวเองว่า ตัวเองคือใคร มีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่นกลุ่มอื่นหรือสังคม อื่นอย่างไร และจะใช้อะไรเป็นเครื่องหมายในการแสดงออก (พัฒนา กิติอาษา, 2546)

อัตลักษณ์ของตน หมายถึง ความเข้าใจในตนเองว่าตนเป็นใคร มีความคิดในการ แสดงออกของตนเองเพื่อการดำเนินชีวิตในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง ยอมรับความแตกต่างและ ความเหมือนกันของบุคคลในเรื่องต่างๆ ความรู้สึกของการมีอัตลักษณ์ของตนเกิดจากการที่คนๆ นั้นดำรงความเหมือน (sameness) และความต่อเนื่อง (continuity) ภายในตนของแต่ละคนที่ สอดคล้องกับที่ผู้อื่นมอง องค์ประกอบของพัฒนาการการมีอัตลักษณ์มี 3 ลักษณะ คือ

1. แต่ละคนยอมรับว่าตนเองมีความเหมือนและความต่อเนื่องภายในตน
2. ผู้อื่นในสังคมมองอย่างเดียวกับที่เรามองตนเอง
3. บุคคลจะมีความเชื่อมั่นและติดต่อสัมพันธ์ระหว่างโลกภายในและภายนอกและยอมรับ ผลสะท้อนกลับที่เกิดขึ้นได้

โดยสรุป อัตลักษณ์ของบุคคลหนึ่งเป็นการมองตนเองเพื่อตอบคำถามว่า "ฉันคือใคร" และ "ฉันเหมือนหรือแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร" โดยที่ลักษณะนั้นดำรงอยู่ในตนเองอย่างต่อเนื่องในแต่



ละบุคคลสามารถมองตนเองได้หลายแง่มุม ขึ้นอยู่กับเราเป็นสมาชิกในหน่วยใดของสังคมแต่ละหน่วยของสังคมเราก็จะมีบทบาทแตกต่างกันออกไป

“อัตลักษณ์” อาจแบ่งได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. อัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Individual Identity)
2. อัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity)
3. อัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity)
4. อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity)
5. อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity)

บุคคลหนึ่งๆจะมีหลายอัตลักษณ์ ซึ่งก็คือการมองตนเองในแง่มุมต่างๆในฐานะสมาชิกหน่วยหนึ่งในสังคม แต่นอกจากอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลแล้ว ในระดับกลุ่ม กลุ่มสังคมหนึ่งๆจะมี “อัตลักษณ์ร่วม” หรือที่เรียกว่า Collective Identity

Melucci (อ้างใน สกลกานต์ อินทร์ไทร, 2527) อธิบายว่า กระบวนการสร้างสำนึกร่วมของกลุ่มต่างๆในสังคม อันจะทำให้สมาชิกได้ตระหนักถึงลักษณะร่วมของกลุ่ม และเข้าใจว่า “พวกเรา” มีลักษณะแตกต่างไปจาก “พวกเขา” อย่างไร สำนึกร่วมดังกล่าวสามารถสร้างและปรับเปลี่ยนได้โดยอาศัยสัญลักษณ์ต่างๆที่ถูกสร้างขึ้นในระบบวัฒนธรรมกลุ่ม

Brake (อ้างใน วิชาวี วิโรจน์พันธุ์, 2539) ได้อธิบายว่า ลักษณะโดยทั่วไปของวัฒนธรรมย่อยอีกแบบหนึ่งก็คือรูปแบบ (style) กล่าวคือ กลุ่มที่มีวัฒนธรรมย่อยที่โดดเด่นแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆก็คือกลุ่มที่มีการใช้รูปแบบในเชิงสัญลักษณ์รูปแบบหนึ่งๆ

รูปแบบทำให้เกิดตัวบ่งชี้ที่สำคัญหลายประการ รูปแบบแสดงให้เห็นถึงความยึดถือในวัฒนธรรมย่อย และยังชี้ให้เห็นถึงการเป็นสมาชิกของวัฒนธรรมย่อยหนึ่งๆซึ่งมีลักษณะที่ปรากฏออกมาอย่างไม่สนใจหรืออย่างต่อต้านค่านิยมหลักของสังคม รูปแบบของวัฒนธรรมย่อยมีองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน

1. “ลักษณะที่ปรากฏ” ลักษณะที่ปรากฏภายนอกประกอบด้วยเครื่องแต่งกาย ข้าวของเครื่องใช้ เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ
2. “การประพฤติปฏิบัติตัว” ซึ่งรวมถึงการแสดงออก กิริยาและท่าทาง
3. “ภาษาของกลุ่ม” ได้แก่คำศัพท์พิเศษและวิธีการพูด

การแสดงอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมวัยรุ่นนั้นมีการแสดงสัญลักษณ์ที่แสดงออกคือ (วิภา รัตน์ พันธุ์ฤทธิ์ดำ, 2544)

1. การแต่งกาย
2. เครื่องใช้หรือประดิษฐ์ฐานกรรมต่างๆ
3. ดนตรี
4. การปฏิบัติตัว
5. รูปแบบภาษาของกลุ่มรูป
6. แบบการดำเนินชีวิต

ตัวอย่างงานวิจัยในสังคมไทย ที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์กับการสื่อสารและการใช้สื่อสารมวลชนในกรอบแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมประชานิยม คือ เรื่อง “The Dynamics of Audience Media Activities: An Ethnography of Women Textile Workers” ของ Ubonrat Siriyusak (1990) พบว่า กลุ่มผู้ใช้แรงงานในโรงงานทอผ้ามีการสื่อสารภายในกลุ่ม มีกิจกรรมกลุ่ม การเปิดรับสื่อ และการใช้สื่อสารมวลชน โดยการสร้างความหมายใหม่ให้กับอุดมการณ์ต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดกันในสังคม ซึ่งก็คือ การสร้างสรรค์วัฒนธรรมประชานิยม หรืออีกนัยหนึ่งคือ วัฒนธรรมกลุ่มย่อยรูปแบบใหม่ ไม่ว่าจะเป็นในงานชุมนุมประท้วงนายจ้าง ซึ่งมีการร้องเพลงโดยแปลงเนื้อเพลง หรือการแสดงละคร โดยแปลงเนื้อเรื่อง และลักษณะตัวละคร หรือในงานสังสรรค์ของกลุ่ม ซึ่งมีการเลือกร้องเพลง เลือกเปิดเพลงเพื่อชีวิต เพลงลูกทุ่ง ทั้งนี้เมื่อศึกษาและตีความในแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ จะพบว่า อัตลักษณ์ทางชนชั้น (Class Identity) มีอิทธิพลสูงมากในการสื่อสาร ส่วนในทางกลับกันการสื่อสารมีอิทธิพลสูงในการรักษาอัตลักษณ์ทางชนชั้นของกลุ่มผู้ใช้แรงงาน (Siriyusak, 1990)

#### อัตลักษณ์ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

รูปลักษณะโดยทั่วไปของแฟนเพลงนั้นเริ่มต้นมาจากการเลียนแบบศิลปินเฮฟวีเมทัลที่พวกเขาชื่นชอบ ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะมีลักษณะภาพรวมไปในทิศทางเดียวกันที่เป็นการบ่งบอกว่าพวกเขา คือ เฮฟวี เมทัล โดยทั่วไปแล้วสิ่งที่โดดเด่นของนักดนตรีเฮฟวีเมทัลยุคแรกคือทรงผม ทรงผมยุคแรกของนักดนตรีแนวนี้ก็คือการไว้ผมยาว รุงรัง ปราศจากการตกแต่งทั้งการย้อมสีผม ร้อยลูกบิด ถักผมเป็นทรง deadlock ฯลฯ ตัวอย่างเช่น Deep Purple, Led Zeppelin, Black Sabbath ซึ่งเป็นวงยุคแรกของแนวดนตรีเฮฟวี เมทัล ในยุคต่อมา นักดนตรีก็ยังคงไว้ซึ่งผมที่ยาวสยายเพื่อเป็นเอกลักษณ์ของแนวดนตรีต่อไปไม่ว่าจะเป็นวง Alice Cooper, Kiss , Aerosmith, Iron Maiden,

Def Leppard, Queen, Van Halen, Motley Cure, Metallica, Guns n' Roses แม้กระทั่ง Bon Jovi ซึ่งเป็นดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลที่มีส่วนผสมของเพลงป๊อปโรแมนติกก็ยังคงไว้ผมยาวเช่นกัน รวมไปถึงวงเฮฟวีเมทัลในประเทศแถบสแกนดิเนเวีย เช่นวง Hammerfall, Amorphis, Nightwish และ Sonata Arctica ก็ไว้ผมยาวเหมือนกับนักดนตรีเฮฟวี เมทัลในประเทศอื่นๆ การไว้ผมยาวนี้ก็เป็นส่วนสำคัญและเป็นเอกลักษณ์ ของวงดนตรีเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่มาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ถึงแม้ว่าช่วงระยะหลังๆจะมีนักดนตรีที่ไว้ทรงผมอื่นบ้างก็ตาม เช่น Rob Halford ที่โกนผมทั้งหมด หรือ Marilyn Manson ที่ไว้ผมยาวบ้าง โกนหัวบ้าง หรือ Dream Evil ที่ซอยผมสั้น สำหรับแฟนดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลก็เช่นเดียวกัน บางส่วนที่มีความชื่นชอบดนตรีแนวนี้มากหรือต้องการแสดงความเป็นตัวของตัวเอง ก็จะใช้ผมยาวสยายให้เหมือนกับนักดนตรีที่พวกเขาชื่นชอบ ในภาพคอนเสิร์ตของวงเฮฟวีเมทัลต่างๆตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันก็จะพบแฟนเพลงที่ไว้ผมยาวเป็นจำนวนมาก บ้างก็ไว้ผมยาวโดยธรรมชาติ บ้างก็ใช้วิกผมยาวเข้าร่วมในคอนเสิร์ตและในการสังสรรค์ เฉพาะกลุ่มแฟนเพลง

เอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มของแฟนดนตรีแนวนี้อีกประการหนึ่ง คือการแต่งกายซึ่งมีองค์ประกอบหลักๆเป็น เสื้อ กางเกง รองเท้า และเครื่องประดับ ในยุคแรกเสื้อที่นักดนตรีเฮฟวีใส่ นั้น จะเป็นเสื้อยืด เสื้อเชิ้ต หรือเสื้อกล้าม แต่สิ่งที่สำคัญของเสื้อทั่วไปก็คือสี ซึ่งสีที่นิยมส่วนใหญ่จะเป็นสีทึบหรือสีดำ เพราะว่าสีทึบหรือสีดำนี้เป็นสัญลักษณ์ของความมืด ความน่ากลัว ความหม่นหมอง นอกจากนี้นักดนตรีจะให้ความสำคัญกับรูปภาพหรือคำต่างๆที่ปรากฏบนเสื้อที่ตนเองสวมใส่ด้วยเพราะรูปภาพและคำที่ปรากฏอยู่บนเสื้อนั้นจะสามารถบ่งบอก สื่อจุดยืนและความเป็นตัวของตัวเองได้ ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นคำพูดที่แสดงถึงการต่อต้านสังคม ศาสนา ชื่นชมความตาย และภูตผีปีศาจ เช่น Cryptopsy วงเมทัลชื่อดังจากแคนาดาใส่เสื้อที่เขียนว่า "God be killed" เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพวกเขาไม่ศรัทธาในศาสนาและพระเจ้า นอกจากนั้นแล้วนักดนตรีก็มักจะมีเสื้อแจ็กเก็ตหนังสีดำคลุมด้านนอกด้วย สำหรับนักดนตรีเฮฟวีเมทัลในปัจจุบันก็ยังคงเน้นสีเสื้อให้เป็นสีดำและสีทึบเช่นกัน แต่ก็จะมีบางวงที่เลือกใช้สีที่ต่างไปเช่นวง Mudvayne ที่ใส่เสื้อสีแดงสดแสดงถึงความร้อนแรง แต่อย่างไรก็ตามสีทึบและสีดำก็เป็นสีที่นักดนตรีเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่เลือกใช้มาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และสัญลักษณ์ต่างๆที่ปรากฏบนเสื้อก็ยังคงเป็นส่วนสำคัญที่แสดงถึงตัวตนของแต่ละวงซึ่งบางครั้งก็จะเป็นรูปปกอัลบั้มของตัวเอง หรือชื่อเพลงในอัลบั้มนั้นๆ และบางครั้งก็จะเป็นคำพูดที่ต่อต้านสังคมและศาสนา ไม่เพียงแต่เสื้อเท่านั้นที่เป็นเอกลักษณ์ กางเกงของศิลปินแนวเฮฟวีเมทัลมักจะเป็นยีนส์สีดำและสีน้ำเงินหรือเป็นกางเกงหนังสีดำที่ลึบติดตัวเสียเป็นส่วนใหญ่ มีลวดลายบ้างไม่มีลวดลายบ้าง บางครั้งก็มีการทำกางเกง

ให้ขาดหลุดลุ่ย ยิ่งไปกว่านั้นรื่องเท้าที่พวกเขาเลือกใส่มักเป็นรองเท้าบูทหนังสีดำแต่ในระยะต่อมานี้ก็เริ่มมีการใช้รองเท้าผ้าใบเก๋ๆสีที่มึ่มๆบ้างเช่นวง Korn และ Slipknot เป็นต้น

สำหรับการแต่งกายของแฟนเพลงนั้นไม่แตกต่างอะไรจากศิลปิน เพราะพวกเขามักแต่งกายเลียนแบบศิลปินที่พวกเขาชื่นชอบ และเนื่องจากการแต่งกายของศิลปินเฮฟวีเมทัลมีลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แฟนเพลงจึงมักจะใช้เสื้อผ้าสีดำและสีทึบเสียเป็นส่วนใหญ่ เพื่อแสดงความหม่นหมอง ความมืด ความน่ากลัวตามแบบฉบับเพลงแนวเฮฟวีเมทัล สำหรับกางเกงก็จะเป็นยีนส์สีดำหรือหนังสีดำเหมือนกับศิลปินที่พวกเขาชื่นชอบ ซึ่งเสื้อผ้าเหล่านี้ก็มักจะมีภาพของนักร้อง ภาพปกอัลบั้ม โลโก้ของวงดนตรี หรือคำพูดต่างๆที่เกี่ยวกับเพลงแนวเฮฟวีเมทัลที่พวกเขาชื่นชอบ เช่น คนที่เป็นแฟนเพลงของ Def Leppard ก็จะใช้เสื้อที่เขียนว่า on through the Night ซึ่งเป็นชื่ออัลบั้มแรกของพวกเขา เป็นต้น เพราะสิ่งที่พวกเขาใส่นั้นสามารถสื่อได้ว่าพวกเขาเป็นแฟนเพลงของวงอะไร และสื่อความเป็นตัวตนของเขาได้

การใส่เครื่องประดับของแฟนเพลงบางส่วนนั้นก็ยังมีลักษณะที่แปลกออกไป เช่น มีการเจาะคิ้ว เจาะจมูก เจาะสะดือ เจาะลิ้น เจาะริมฝีปาก ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นการบ่งบอกถึงพฤติกรรมที่แปลกและแตกต่างออกไปจากแฟนเพลงแนวอื่นอย่างชัดเจน นอกเหนือจากเครื่องประดับแล้ว การสักก็เป็นอีกความนิยมหนึ่งในบรรดาแฟนเพลงและนักดนตรี ซึ่งรอยสักส่วนใหญ่ๆนั้นจะเป็นรูปผีปิศาจ หรือเป็นชื่อวงดนตรี ชื่อเพลง เป็นสัญลักษณ์ต่างๆ เช่น เปลวไฟ สายฟ้าผ่า หัวกะโหลก เป็นต้น สำหรับแฟนเพลงแล้วรูปสัญลักษณ์ของเครื่องประดับและรอยสักเหล่านั้นบ่งบอกถึงความแข็งแกร่ง ความกล้าหาญ ความเจ็บปวดและความตาย (<http://www.metal-rules.com>, 5 พฤศจิกายน 2547) ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็เป็นสาระสำคัญของดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลด้วยเช่นกัน

แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์นี้ นำมาอธิบายอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยได้ว่าพวกเขามีอัตลักษณ์อย่างไร ทั้งทางด้านรูปลักษณ์และด้านวัฒนธรรมซึ่งถือว่ากลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนี้มีความโดดเด่นในเรื่องของอัตลักษณ์เป็นอย่างมาก

อัตลักษณ์ของดนตรีเฮฟวีเมทัล

ดนตรีเฮฟวีเมทัล (Heavy Metal) นั้นเป็นดนตรีที่พัฒนามาจากดนตรีร็อก (Rock) กล่าวคือเมื่อใดที่ดนตรีร็อกถึงพัฒนามาถึงจุดหนึ่ง ก็มีผู้พยายามคิดค้นดนตรีที่หนักกว่าร็อก ซึ่งนั่นก็คือดนตรีเฮฟวีเมทัล ลักษณะเด่นของดนตรีเฮฟวีเมทัลอยู่ที่ความหนักหน่วง อันทำให้มันเป็นสิ่งที่

ผู้ฟังทั่วๆไปยากที่จะรับฟังได้ ทั้งในส่วนของดนตรีและเนื้อหาของเพลง (อภิรัตน์ รัตนไพบูลย์, 2547)

ดนตรีเฮฟวีเมทัลนั้นจะโดดเด่นในเรื่องของความหนักหน่วงของดนตรี เป็นความหนักหน่วงที่มีความแตกต่างหลากหลายออกไป เช่น ความเร็วของเพลงที่เร็วจนผิดไปจากเพลงทั่วๆไป จากทั้งเสียงกีตาร์ที่เล่นเร็ว แรง ดุดัน และเน้นไปที่การโชว์เทคนิคการโซโล่กีตาร์อันเหนือชั้นของศิลปิน รวมไปถึงกลองที่ถูกกระหน่ำตีอย่างรุนแรง รวดเร็ว และใช้เทคนิคขั้นสูงในการตี โดยวงส่วนใหญ่ มักจะใช้กลองชุดที่มีสองกระเดื่อง ซึ่งเป็นสิ่งวงดนตรีแนวอื่นๆ ทั้งป๊อป ร็อค ป๊อปร็อค ไม่ทำกัน (ฉัตรชัย สุสรดิษฐ์, 2548)

นอกเหนือจากความหนักหน่วงของดนตรีที่ถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบความเร็วและแรงแล้ว ดนตรีเฮฟวีเมทัลบางประเภทยังแสดงความหนักหน่วงของดนตรีในรูปแบบของความช้าและหนักกว่าเพลงธรรมดาทั่วไป กล่าวคือลักษณะดนตรีในรูปแบบนี้จะเน้นไปที่บรรยากาศที่ฟังดู กดดัน อัดอั้น หดหู่ มากกว่าจะเน้นไปที่ท่วงทำนองดนตรีที่เสียงกีตาร์หรือเสียงกลองรุนแรงและ รวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีลักษณะพิเศษของความหนักหน่วงอีกแบบหนึ่งนั่นก็คือ การใส่เสียงรบกวนปะปนลงไปในการเล่น ซึ่งเสียงรบกวนส่วนใหญ่ๆนั้นจะเป็นเสียงที่เกิดจากเสียงเอฟเฟกต์ต่างๆ จากทั้งกีตาร์, คีย์บอร์ด และซินธิไซเซอร์ต่างๆ รวมไปถึงเสียงรบกวนซึ่งเกิดจากเสียงร้องของตัว นักร้องที่เรียกกันทั่วไปว่าการ “สำรอก” หรือการ “แผด” ตะโกนออกมาแบบสุดเสียงจนฟังไม่รู้เรื่อง ซึ่งส่วนใหญ่แล้วการร้องแบบนี้จะเป็นลักษณะเฉพาะของดนตรีเฮฟวีเมทัล ซึ่งจะฟังยากและไม่ค่อยมีท่วงทำนอง (melody) เหมือนๆ กับเพลงทั่วๆ ไป (ฉัตรชัย สุสรดิษฐ์, 2548)

นอกจากนี้แล้วดนตรีเฮฟวีเมทัลยังมีการใช้ตัวโน้ตที่เป็นเอกลักษณ์ ที่ฟังดูซ้ำหูเป็นอย่างยิ่ง สำหรับผู้ฟังเพลงทั่วไปที่จะคุ้นเคยกับตัวโน้ตพื้นฐานๆ อย่าง เมเจอร์ หรือ ไมเนอร์ มีการใช้ไทมซิกเนเจอร์แปลกๆ เช่น 7/8/ 5/4 เป็นต้น ในขณะที่ดนตรีแนวอื่นๆ ทั่วไปเกือบทั้งหมดจะประกอบด้วยไทมซิกเนเจอร์ธรรมดา ซึ่งเมื่อบรรเลงออกมาแล้วจะเป็นท่วงทำนองที่ติดหูและไพเราะกว่า (www.guitarthai.com, 8 พฤษภาคม 2549)

เนื้อหาของเพลงเฮฟวีเมทัลก็เป็นเอกลักษณ์เฉพาะอย่างหนึ่งของดนตรีแขนงนี้ กล่าวคือเมื่อมีดนตรีที่ฟังดูหนักหน่วง ดุดัน เนื้อหาที่วงดนตรีทั้งหลายนำมาใส่เอาไว้ในเพลงก็จะเป็นเรื่องราวที่ฟังแล้วรุนแรง ก้าวร้าว และไม่สมเหตุสมผลด้วย โดยส่วนใหญ่ดนตรีเฮฟวีเมทัลจะมีเนื้อเพลงที่พูดถึงเรื่องของการเมือง สังคม ศาสนา ความตาย วงดนตรีเฮฟวีเมทัลนิยมนำเอาด้านมืดของมนุษย์มาพูดถึงในเพลงของตัวเอง ไม่เหมือนกับดนตรีแนวอื่นๆ ที่มีมักจะพูดถึงเรื่องที่ฟังดูแล้ว



จรรยาโลงใจกว่า โดยเฉพาะยิ่งเมื่อเทียบกับดนตรีป๊อปซึ่งมักจะพูดถึงแต่เรื่องความรักแล้ว ยิ่งเป็นอะไรที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง (ฉัตรชัย สุสรดิษฐ์, 2548)

เมื่อพิจารณาจากความรุนแรงทั้งในส่วนของดนตรีและเนื้อหาแล้ว จึงทำให้ ดนตรีเป็นแนวดนตรีที่ถูกปฏิเสธจากดนตรีกระแสหลัก (Main Stream) ของผู้ฟังทั่วไป ซึ่งถ้าหากเปรียบเทียบกันระหว่างวงดนตรีเฮฟวีเมทัลของต่างประเทศและในเมืองไทยแล้ว ในส่วนของวงดนตรีเฮฟวีเมทัลของต่างประเทศ (ในยุโรปและอเมริกาซึ่งเป็นต้นตำรับของดนตรีประเภทนี้) จะได้รับการยอมรับจากกลุ่มคนฟังที่กว้างกว่า เพราะสังคมในประเทศยุโรปและอเมริกามีความหลากหลายและเปิดกว้างกว่าบ้านเรา บวกกับความรุนแรงของดนตรีและเนื้อหายิ่งทำให้วงการเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยถูกจำกัดอยู่ในวงแคบๆ บางวงที่ได้เซ็นสัญญาออกผลงานกับค่ายเพลงใหญ่ก็ต้องปรับเปลี่ยนแนวดนตรีและเนื้อหาให้เบาลงเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพสังคมของคนไทย

## 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับ “แฟน” และ “แฟนดอม” (Fan & Fandom)

แฟนเกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อศตวรรษที่ 19 เมื่อนักหนังสือพิมพ์ได้พยายามอธิบายถึงคนที่คอยติดตามทีมรักบี้กีฬาอาชีพ จึงกำหนดคำว่า “แฟน” ขึ้นมาเรียกคนกลุ่มนี้ หลังจากนั้นก็พัฒนาความหมายของคำนี้ต่อมาอีก โดยขยายความรวมถึงความจงรักภักดีของผู้ติดตามเพื่อการกีฬาและงานบันเทิงต่างๆ เข้าไปด้วย แฟนแต่ละกลุ่มมีความชื่นชอบต่างกัน จึงมีลักษณะต่างกันทั้งในด้านลักษณะ ภาพลักษณ์ และพฤติกรรม เช่น แฟนกลุ่มดนตรีร็อก กีฬา ภาพยนตร์ เป็นต้น (Henry Jenkins, 1992)

การเป็นแฟนของสื่อที่ขึ้นขึ้นอยู่กับความรู้สึกของผู้รับสารที่มีต่อตัวบท (text) ทางวัฒนธรรม โดยเป็นความสัมพันธ์เฉพาะเรื่อง ที่รวมแต่ละบริบทเข้าด้วยกัน คนบางคนให้ความสนใจตัวบทเพียงบางเรื่องเท่านั้น จึงนำไปสู่การตีความที่เฉพาะเจาะจงลงไป และบางครั้งอาจทำให้มีอำนาจในการปฏิเสธตัวบทอื่น ความรู้สึกของผู้บริโภคจึงสามารถวัดได้จากโครงสร้างความพอใจ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่ซับซ้อน และมีความสัมพันธ์ที่ต่างกันอย่างที่สามารวัดได้ในระดับการยอมรับการบริโภค เกิดความสุขจากการทำสิ่งที่ผู้อื่นบอกให้ทำ เกิดความเพลิดเพลินจากการทำในสิ่งที่ตนต้องการ เกิดความสนุกสนานจากการหลีกหนีกฎเกณฑ์ เกิดความเต็มเต็มความรู้สึกเพื่อให้สมความปรารถนา ฯลฯ (ชไมพร แก้วประไพ, 2541)

Lisa A. Lewis (1992, อ้างใน เจษฎา รัตนเชมากร, 2541) กล่าวว่า เราต่างก็เป็นแฟนของสิ่งใดสิ่งหนึ่งยามที่เราารู้สึกว่าชื่นชม นับถือ และปรารถนา ดังนั้นเราจึงแยกแยะความรู้สึกและสร้าง

ข้อผูกมัดของตัวเองขึ้นมา เราจะสามารถเข้าใจตัวเราเองได้ดียิ่งขึ้นถ้าเราพยายามเข้าใจแรงผลักดันในการเป็นแฟนต่อสิ่งนั้นๆ การเป็นแฟนแสดงให้เห็นว่าสามารถใช้สิ่งที่ได้รับจากการติดตามเพื่อสร้างความนับถือตนเอง การมีสิ่งที่ตนชื่นชอบทำให้แฟนมีโอกาสสร้างความหมายของการมีตัวตนในสังคมและประสบการณ์ทางสังคมที่ตนสนใจและมีหน้าที่ต้องทำ

Joli Jenson (1992, อ้างใน กระจ่างศรี ศรีกระจ่าง, 2545) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “แฟน” คือกลุ่มคนที่ชื่นชมและหลงใหลในความเป็นผู้มีชื่อเสียงโด่งดัง โดยกลุ่มคนดังกล่าวได้ถูกเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบความมีชื่อเสียงที่ผ่านมาถึงกลุ่มโดยสื่อมวลชน Jenson มองว่ากลุ่มแฟนเหล่านี้ เป็นลักษณะอาการทางสังคมโดยสามารถแบ่งได้เป็นสองลักษณะ คือ บุคคลที่ชื่นชมหลงใหลอยู่เพียงลำพัง และกลุ่มบุคคลที่อยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม และถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างลึกซึ้ง ทั้งยังสามารถขยายกลุ่มของตนเองออกไปได้โดยสามารถอธิบายลักษณะบุคคลดังกล่าวเพิ่มเติมได้ดังนี้

1. แฟนที่หลงใหลเพียงลำพัง (Obsessed loner) จะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่ต้องการให้ตนมีความแตกต่างจากผู้อื่น (Alienate) ทำให้เกิดความเป็นมวชนน้อยลงและตัดตัวเองออกจากครอบครัว เพื่อน และสังคม ชีวิตจะถูกครอบงำมากขึ้น จากความโด่งดังและความมีชื่อเสียงของนักกีฬา นักแสดง บุคคลที่พวกตนชื่นชอบ ทำให้สูญเสียความเป็นตัวของตัวเอง ซึ่งบุคคลลักษณะดังกล่าวจะถูกยั่วยุโดยสื่อมวลชน และนำเข้าสู่โลกมายา จนบางครั้งนำไปสู่อาการทางจิตที่ต้องการจะฆ่าคนที่ตนถือว่าเป็นเจ้าของ เพื่อให้สมความปรารถนาของตัวเองที่มี

2. แฟนผู้คลั่งไคล้ (Hysterical crowd) เป็นลักษณะของกลุ่มแฟนที่หลงใหล คลั่งไคล้ในสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไม่สมเหตุสมผล และมีความจงรักภักดีต่อผู้มีชื่อเสียงโด่งดัง หรือรายการที่ตนโปรดปราน อาทิเช่น แฟนคอนเสิร์ต แฟนฟุตบอล กลุ่มแฟนประเภทนี้ได้รับการชักจูง หรือถูกครอบงำจากอิทธิพลภายนอกได้ง่าย

จากกลุ่มแฟนที่กล่าวมาจะนำมาสู่ “แฟนดอม” (Fandom) ซึ่งแฟนดอมนี้ก็คือกลุ่มชนผู้คลั่งไคล้ เป็นลักษณะอาการทางจิต เป็นการทดแทนทางด้านจิตวิทยา มีความพยายามที่จะสร้างสิ่งที่เรียกร้องความสนใจต่างๆขึ้น เพื่อทดแทนสิ่งใดที่ขาดและพึงจะต้องมีในชีวิตที่ทันสมัย (เชษฐา รัตนเขมากร, 2541)

Mcquail (1997 อ้างใน กระจ่างศรี ศรีกระจ่าง, 2545) กล่าวว่า fandom หมายถึง ความรู้สึกของผู้รับสารที่ชื่นชอบผู้แสดงคนใดคนหนึ่ง หรือการแสดงประเภทใดประเภทหนึ่ง (ดนตรี ประเภทของภาพยนตร์ นวนิยาย) อย่างเด่นชัด แฟนดอมที่อ่อนที่สุดคือ ความสนใจในสื่อประเภทใดประเภทหนึ่ง (เช่น การเป็นแฟนภาพยนตร์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง) แฟนดอมที่แข็งแกร่งที่สุด คือ การทุ่มเทด้านอารมณ์ความรู้สึก และมีกิจกรรมมุ่งเน้นในสื่ออย่างใดอย่างหนึ่ง

แฟนดอมจะเป็นความรู้สึกของคนในสังคม เป็นความรู้สึกที่มีร่วมกันในระดับที่ค่อนข้างรุนแรง ซึ่งมีแฟนแบบปัจเจกบุคคลด้วย แต่การเป็นแฟนอยู่เพียงลำพังค่อนข้างลำบาก แฟนดอมจะถูกส่งเสริมและกระตุ้นด้วยอาวุธทางการสื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและด้วยวิธีที่หลากหลาย ตามทฤษฎีทางวัฒนธรรมในยุคปัจจุบันนี้ แฟนดอมมีความเกี่ยวข้องกับการผลิตของสื่อ เนื่องจากกิจกรรมของ “แฟน” ได้เข้าไปอยู่ร่วมในกิจกรรมของสื่อ

แฟนดอม หมายถึง ความสัมพันธ์กับสื่อในลักษณะที่น่าพอใจ เป็นตัวเชื่อมหรือประสานระยะระหว่างศิลปินผู้คลั่งไคล้ศิลปิน และยังหมายถึงความรู้สึกที่เจ็บปวด เนื่องจากจะเกี่ยวข้องกับ ความคาดหวังอย่างสูง และความผูกพันทางอารมณ์ความรู้สึกอย่างรุนแรง ซึ่งจะทำให้ “แฟน” มีความรู้สึกที่เปราะบาง ซึ่งความรู้สึกผิดหวังนี้มักจะเกิดขึ้นอยู่เสมอ เนื่องจากความไม่ได้สัดส่วนของความพึงพอใจและการไม่สามารถแยกแยะเรื่องโลกแห่งความเป็นจริง บางครั้งแฟนดอม ก็มี ความรู้สึกขาดกับสิ่งอันเป็นที่รัก เนื่องจากแฟนจะมีความรู้สึกเปลี่ยนแปลงไปเปลี่ยนมา ไม่ให้อภัย และในที่สุดจะละทิ้งศิลปินที่เคยชื่นชอบไปได้ ซึ่งจะนำไปสู่การชู้ชิบนินทา ความอิจฉาริษยาและความเกลียดชังซึ่งจะรุนแรงขึ้นด้วยการกระทำของสื่ออื่นๆ

แนวคิดเกี่ยวกับแฟนและแฟนดอมนี้ แสดงให้เห็นว่าการเป็นแฟนนั้นเกิดจากการที่บุคคลชื่นชอบและพอใจในสิ่งต่างๆจนกลายมาเป็นคลั่งไคล้และรวมตัวกันจนถูกเรียกว่าแฟน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดนี้มาใช้วิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

## 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่ม (Group) การรวมกลุ่ม (Group Formation) และเครือข่ายการสื่อสาร (Communication Network)

### ความหมายของกลุ่ม

Feldman และ Amold (1983:432) ได้ให้ความหมาย กลุ่ม ว่าเป็น คนตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไป ที่มารวมกัน โดยมีลักษณะสำคัญ คือ

1. มีปฏิสัมพันธ์กัน
2. รับรู้ว่าคุณเองมีความสนใจ และเป้าหมายร่วมกัน
3. มารวมกันเพื่อความสำเร็จของกิจกรรมในการทำงาน

Marvin Shaw (1981:81) กล่าวว่า “กลุ่ม” คือ บุคคล 2 คน หรือ มากกว่า ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ในลักษณะที่บุคคลแต่ละคนมีอิทธิพล และได้รับอิทธิพลซึ่งกันและกัน

L. Barker และ Deborah A. Gaut (1996:157) ได้ให้ความหมาย “กลุ่ม” ว่าเป็นคนจำนวนหนึ่งซึ่งมีเป้าหมาย และมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของพวกเขา รวมทั้งตระหนักถึงการอยู่ของคนอื่นๆ รู้สึกว่าพวกเขาเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า “กลุ่ม” คือ การรวมตัวของบุคคลซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีความสนใจร่วมกัน หรือการแสดงออกร่วมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยรับอิทธิพลจากผลกระทบจากกันและกัน รวมถึงรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน

จากข้างต้นทำให้เราได้ทราบถึง ลักษณะของกลุ่มว่า จะต้องมีคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมารวมตัวกันซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติของมนุษย์ ตามที่รักจิตวิทยาและนักสังคมวิทยาได้ศึกษา และกล่าวไว้ว่า การดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมนั้นมนุษย์ที่ไม่สามารถที่จะอยู่ตามลำพังคนเดียวได้ แต่จำเป็นต้องดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม โดยดรรวมกลุ่มนี้มีสาเหตุมาจากปัจจัยหลายอย่างซึ่งนักวิชาการหลายท่านได้อธิบายไว้ ดังนี้

Rosenfeld (1973 อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534) ได้กล่าวถึง เหตุผลที่ทำให้คนมารวมกลุ่มกัน โดยสรุปจากทฤษฎีพื้นฐานในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของ Shutz ซึ่งกล่าวว่า ความต้องการของบุคคลแต่ละคนมีอยู่ 3 ประการ คือ

1. ต้องการมีสังกัดหรือเป็นเจ้าของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
2. ต้องการมีอำนาจและการควบคุม
3. ต้องการความรักทั้งในแง่รักคนอื่น และให้คนอื่นรัก

Rosenfeld เห็นว่า ความต้องการดังกล่าวนี้ เป็นเหตุผลที่ช่วยอธิบายว่า เหตุใดมนุษย์จึงรวมตัวกันเป็นกลุ่มย่อยหรือ มีแนวโน้มที่จะรวมตัวเป็นกลุ่มอยู่เสมอ การสื่อสารระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม การสร้างความผูกพันความภักดี การช่วยกันแก้ปัญหาและตัดสินใจ การโต้ตอบกัน ฯลฯ เหล่านี้ จะทำให้กลุ่มสามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกแต่ละคนได้

นอกจากนี้แล้ว วิลไรซ์ส์ กฤษณะภูติ (2532) ได้ศึกษาวิจัยในเรื่องกลุ่มในสังคมไทยและสรุปว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดกลุ่ม ได้แก่

1. ปัจจัยด้านสังคม เช่น ความต้องการการเข้าสังคม ต้องการเพื่อนคู่คิดมิตรคู่ใจ ต้องการพึ่งพาอาศัยกันและช่วยกันทำงานเป็นกลุ่ม เป็นต้น
2. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ คือ มีกิจกรรมด้านเศรษฐกิจสอดคล้องกันคล้ายคลึงกัน เช่น การมีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน
3. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี เทคโนโลยีสมัยใหม่ย่อมจะมีผลในการติดต่อสัมพันธ์ทางสังคม และมีผลต่อการดำรงชีวิต เช่น เทคโนโลยีด้านการสื่อสาร การคมนาคม จะช่วยให้การติดต่อระหว่างกลุ่มสะดวกขึ้นและช่วยในการให้ข้อมูลข่าวสารเร็วขึ้น
4. ปัจจัยด้านชีวภาพและจิตวิทยา เช่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ต้องการการยอมรับในความสามารถและอื่นๆ

Feldman และ Arnold (1983 อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534) ได้แบ่งประเภทต่างๆ ดังนี้

#### 1. แบ่งตามกิจกรรม

- กลุ่มการทำงาน (Work groups) คือ กลุ่มที่รวมตัวกัน เพื่อทำงานร่วมกันเพื่อความสำเร็จของงาน
- กลุ่มสังคม (Social groups) คือ กลุ่มที่รวมตัวกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมในหมู่สมาชิก เช่น กลุ่มฟุตบอล

#### 2. แบ่งตามการเกิดกลุ่ม

- กลุ่มทางการ (Formal groups) คือ กลุ่มที่สร้างขึ้น เพื่อปฏิบัติงานเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้บริหารระดับสูง กลุ่มทางการที่เกิดบ่อย คือ กลุ่มสั่งการ (Command Group) กลุ่มงานชั่วคราว (Temporary task group)



- กลุ่มไม่เป็นทางการ (Informal group) เป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ สมาชิกกลุ่ม รวมตัวกันอย่างสมัครใจและเปลี่ยนแปลงได้

กระบวนการกลุ่ม หมายถึง สัมพันธกิจระหว่างสมาชิกที่โต้ตอบกันอย่างเสรี เพื่อที่จะกระตุ้นเตือนให้กลุ่มดำเนินกิจกรรมไปสู่เป้าหมายอันเป็นของกลุ่มและของสมาชิกด้วย เนื่องจากกลุ่มมีสมาชิกหลายคน และแต่ละคนก็มีความแตกต่างในเรื่องอุปนิสัยใจคอ เช่น บางคนมีเหตุมีผล บางคนใจร้อน และก้าวร้าวรุนแรง การผสมผสานระหว่างสิ่งเหล่านี้ โดยที่ ทำให้กลุ่มสามารถดำเนินกิจกรรมก้าวหน้าไปได้จึงจัดเป็นกระบวนการ ซึ่งอาจสรุปลักษณะสำคัญของกลุ่มที่จะทำให้เกิดกระบวนการกลุ่มขึ้นได้ ดังต่อไปนี้ (ฉลอง ภิรมย์รัตน์, 2521)

1. สมาชิกทุกคนในกลุ่ม จะต้องมีความมุ่งหมายร่วมกัน เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน
2. สมาชิกทุกคนจะต้องมีสัมพันธกิจที่โต้ตอบกันอย่างเสรี โดยการสื่อความหมายที่ติดต่อถึงกัน
3. สมาชิกทุกคนต้องมีพฤติกรรม แสดงบทบาทกระทำกิจกรรม เพื่อให้กลุ่มบรรลุจุดมุ่งหมาย ที่วางไว้ ไม่ว่าจะโดยตรง หรือโดยอ้อม
4. สมาชิกทุกคนจะต้องมีความคิดในแนวที่ร่วมกันซึ่งจัดเป็นความคิดของกลุ่ม ไม่ว่าจะ เป็นทัศนคติ หรือการยอมรับ หรือปฏิเสธ ซึ่งจะออกมาในรูปของกลุ่ม
5. มีผลของการร่วมกันตัดสินใจ ในรูปของกลุ่ม มีใช้สมาชิกเพียงคนเดียวคนหนึ่งตัดสินใจ
6. สมาชิกทุกคนจะต้องยึดมั่นในท่าทีของกลุ่มอย่างแข็งขัน และมีพฤติกรรมคล้อยตามกันในเรื่องนั้น ๆ
7. กิจกรรมของกลุ่ม ที่กำหนดให้สมาชิกกระทำจะต้องมีส่วนที่จะช่วยลดความเครียด หรือช่วยบำบัดความต้องการของกลุ่มด้วย
8. สมาชิกทุกคนจะต้องมีความเข้าใจในวิถีทาง และปัจจัยที่จะทำให้กลุ่มเจริญก้าวหน้าไปสู่จุดประสงค์ที่วางไว้ หรือจะต้องมีความเข้าใจในพลวัตของกลุ่ม เพราะความเข้าใจในเรื่องนี้จะช่วยให้สมาชิกมีความไวต่อความรู้สึกที่เกี่ยวกับกลุ่ม มีความรับผิดชอบต่อกิจการของกลุ่มมากขึ้น

#### ปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดพลวัตของกลุ่ม

กลุ่มใดจะเกิดพลวัตขึ้นในกลุ่มหรือไม่ ก็ดูได้จากสภาพการทั่ว ๆ ไปในกลุ่ม ว่ามีหลักสำคัญที่จะส่งเสริมให้เกิดพลวัตขึ้นในกลุ่มหรือไม่ ปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดพลวัตในกลุ่มนั้น

เรียกว่า หลักพลวัตของกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย ลักษณะต่างๆทั้งของสมาชิกและของผู้นำดังนี้ (ฉลอง ภิมย์รัตน์, 2519)

1. จะต้องมีการให้เกียรติแก่ความสามารถของสมาชิกในกลุ่มทุกคน โดยเชื่อว่าทุกคนจะต้องมีสิ่งที่ดี แต่จะแสดงออกมาหรือไม่เป็นเรื่องของโอกาส และสิ่งเร้าที่เหมาะสม ทุกคนในกลุ่ม จะไม่มีการดูถูกเหยียดหยามความคิดความอ่านใคร เพราะการกระทำดังกล่าวจะทำให้พลวัตของกลุ่มด้อยลง ผลสุดท้ายก็จะมีใครเสนอแนะความคิดอันใดให้แก่กลุ่มเลย

2. สมาชิกทุกคนมักจะพอใจที่ได้รับการสนองตอบ ความต้องการให้แก่เขาและชอบที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นๆอีก ถ้าหากว่าตนเองได้รับการตอบสนองความต้องการอยู่อย่างสม่ำเสมอ กลุ่มจึงจำเป็นจะต้องจัดบรรยากาศที่สนองความต้องการทั้งทางกายและทางสังคมให้แก่สมาชิก ทั้งนี้เพื่อจะได้เอาผลได้จากการกระทำพฤติกรรมของสมาชิกมาเป็นประโยชน์แก่ความก้าวหน้าของกลุ่ม การจัดบรรยากาศสนองความต้องการแก่สมาชิกจึงเป็นหลักการหนึ่งที่ทำให้กิจการของกลุ่มดีขึ้น

3. รางวัลและการชมเชย ถือเป็นเรื่องสำคัญที่จะสร้างขวัญกำลังใจให้แก่สมาชิกในการชมเชยจากสมาชิกหรือผู้เป็นหัวหน้าเป็นปัจจัยประการหนึ่ง ที่จะส่งเสริมให้คนในกลุ่มใส่ใจในการที่จะได้กระทำดีบ้างเมื่อถึงโอกาสของตน แต่จะต้องระวังมิให้เป็นเรื่องพร่ำเพรื่อ จนหาสาระสำคัญมิได้

4. หน้าที่และบทบาทของสมาชิกในกลุ่ม จำเป็นจะต้องให้มีความแจ่มแจ้งชัดเจนและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ว่าใครมีหน้าที่และบทบาทอย่างไรในกลุ่ม การกำหนดหน้าที่และบทบาทจำเป็นจะต้องระมัดระวังมิให้เกิดการขัดแย้ง และก้าวก่ายซึ่งกันและกัน เพราะเหตุการณ์ดังกล่าวจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการสับสน และขัดแย้งขึ้นในกลุ่ม อันจะทำให้กิจการของกลุ่มไม่อาจเจริญก้าวหน้าได้

5. ความคิดของกลุ่มมักจะได้จากความคิดเห็นส่วนใหญ่ของสมาชิก ในขณะที่เดียวกันก็อาจจะมีความคิดเห็นที่น้อยลงของสมาชิกบางส่วน ซึ่งลักษณะเช่นนี้ไม่ควรจัดเป็นข้อเสียหายต่อพลวัตของกลุ่ม แต่ควรจะเป็นช่องทางที่จะทำให้เกิดการพัฒนาแก่กิจการของกลุ่ม หากว่าความคิดเห็นเหล่านั้นมีเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ ช่องทางที่จะประสานความคิดที่แตกต่างกันเข้าด้วยกัน จะเป็นกลวิธีที่ก่อให้เกิดการพัฒนาได้

6. ความสนใจและความรับผิดชอบของสมาชิกที่มีต่อกลุ่ม จำเป็นจะต้องมีในตัวสมาชิก กลุ่มจะตกอยู่ในภาวะเช่นไร สมาชิกจะต้องมีความรู้สึกเป็นส่วนร่วมด้วยความรู้สึกเป็นเจ้าของของสมาชิกที่มีต่อกลุ่ม จะทำให้กลุ่มมีความมั่นคงมากขึ้น

7. สมาชิกจะได้รับประสบการณ์มากขึ้น และจะเกิดประโยชน์แก่ตัวสมาชิกมากขึ้น ถ้ากลุ่มได้จัดให้มีกิจกรรมบ่อยครั้ง ประสบการณ์ที่สมาชิกได้รับจะสะท้อนให้กิจการของกลุ่มมีสมรรถภาพสูงขึ้น ตรงกันข้ามกับกลุ่มที่มีกิจกรรมน้อย ย่อมทำให้สมาชิกมีประสบการณ์น้อยลงด้วย และเป็นผลให้กิจการของกลุ่มประสบผลสำเร็จด้อยลง

8. กระบวนการในการแก้ปัญหาของกลุ่ม ควรได้รับความสนใจมาก พอๆกับความชื่นชมในความสำเร็จของกลุ่ม เพราะปัญหาที่เกิดขึ้นกับกลุ่ม จะส่งผลกระทบต่อกิจการของกลุ่มเกิดการวนเรไปด้วย

9. ปัญหาเกี่ยวกับความร่วมมือในการกระทำกิจกรรมของกลุ่มจากสมาชิกเป็นเรื่องสำคัญ สมาชิกบางคนขาดความสนใจที่จะร่วมกิจกรรมในกลุ่ม และมักจะเพิ่มจำนวนของคนไม่ร่วมมือมากยิ่งขึ้น คือ ขนาดของกลุ่มใหญ่เกินไป จนทำให้สมาชิกเกิดการละเลย เมื่อเป็นเช่นนี้ก็ควรแยกกลุ่มให้ย่อยลงอีก ก็จะแก้ปัญหาในเรื่องนี้ได้ เพราะขนาดกลุ่มยิ่งเล็กลงเท่าไร ก็จะทำให้สมาชิกมีโอกาสหลบหลีกกิจกรรมได้น้อยลงเพียงนั้น นอกจากนั้น อาจเกิดมาจากกิจกรรมที่จัดไม่ตรงกับความถนัดของสมาชิกก็เลยทำให้ความร่วมมือด้อยลง การจัดกิจกรรมของกลุ่มจึงควรเลือกประเภทและเลือกตัวบุคคลให้เหมาะสมซึ่งกันและกันด้วย จึงจะทำให้กิจกรรมของกลุ่มก้าวหน้าไปได้

10. การสื่อความหมายภายในกลุ่มมีความสำคัญมากเช่นกัน การสื่อความหมายที่ดีย่อมแก้ปัญหาที่อาจเกิดจากความไม่เข้าใจกันได้ ความเข้าใจที่ตรงกันจะเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิก องค์ประกอบที่จะทำให้การสื่อความหมายมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ได้แก่ การประชุมกลุ่ม ในการปฏิบัติงานนั้น สมาชิกจำเป็นจะต้องได้รับความรู้ ความเข้าใจ ที่ถูกต้องก่อนการลงมือปฏิบัติ การประชุมซักซ้อมความเข้าใจจึงเป็นเรื่องที่ขาดไม่ได้ ในการทำงานระบบกลุ่ม

11. โดยปกติแล้วบุคคล ย่อมมีความต้องการที่จะได้เป็นผู้นำบ้าง มิใช่จะให้ใครคนใดคนหนึ่งเป็นผู้นำในกลุ่มในทุกๆเรื่อง เหตุการณ์เช่นนี้จะทำให้เกิดความเอือมระอาต่อสมาชิกโดยทั่วไป

ฉะนั้นการให้กลุ่มได้คัดเลือกผู้นำของตนเองในเรื่องเฉพาะกิจ ก็จะทำให้ระบบกลุ่มปฏิบัติงานได้ดีขึ้น

12. ข้อสำคัญอีกประการหนึ่งในเรื่องระบบกลุ่มก็คือ การปฏิบัติของสมาชิกไม่ควรจะให้สมาชิกคนเก่งทำงานล้าหน้าสมาชิกอื่นๆในกลุ่มเดียวกัน แต่ควรจะให้ทุกคนดำเนินงานไปพร้อมๆกัน ในลักษณะของทีม มิใช่จำเพาะเจาะจงผู้ใดผู้หนึ่ง เพราะการส่งเสริมเฉพาะคน ย่อมทำให้สมาชิกคนอื่นๆที่ถอยในการปฏิบัติงานได้

### การรวมกลุ่มของแฟนเฮฟวีเมทัล

ตามงานคอนเสิร์ตของวงดนตรีเฮฟวีเมทัลต่างๆ มักจะเป็นสถานที่หลักสำหรับการรวมตัวกันของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล ซึ่งเป็นที่ที่พวกเขาสามารถแสดงออกถึงสิ่งที่ตัวเองชื่นชอบได้อย่างเต็มที่ ซึ่งก็เช่นเดียวกับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย ในช่วงแรกๆ ที่ดนตรีเฮฟวีเมทัลเข้ามาในประเทศไทยสมัยสงครามเวียดนาม โดยเข้ามาพร้อมกับทหารอเมริกันที่เข้ามาตั้งฐานทัพ เริ่มทำให้ดนตรีเฮฟวีเมทัลเป็นที่นิยมในกลุ่มคนฟัง คือจุดเริ่มต้นที่ทำให้แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในเมืองไทยเริ่มเป็นกลุ่มเป็นก้อนมากขึ้น และทำให้กลุ่มแฟนเพลงขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวางในเวลาต่อมา แต่เนื่องจากดนตรีเฮฟวีเมทัลในช่วงเวลานั้นยังเป็นของใหม่ในประเทศไทย รวมถึงการที่ดนตรีประเภทนี้เป็นดนตรีที่หนักหน่วงรุนแรง ทำให้ยังไม่ค่อยมีวงดนตรีของไทยทำดนตรีประเภทนี้กันมากนัก และทางออกทางหนึ่งของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลขณะนั้นก็คือ การหันไปฟังงานของวงเฮฟวีเมทัลของต่างประเทศ ซึ่งตรงจุดนี้เองที่ทำให้ กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในบ้านเราเกิดการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จากการได้การฟังเพลงเฮฟวีเมทัลจากเพื่อนนอกที่เป็นเจ้าของดนตรีแนวนี้จริง ประกอบกับการที่สังคมไทยเริ่มเปิดกว้าง และเทคโนโลยีทางด้านสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นนิตยสารจากต่างประเทศที่น่าเสนอเรื่องราวของแนวเฮฟวีเมทัล เทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ตที่เราสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ทำให้กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยมีพัฒนาการที่เด่นชัดขึ้น เริ่มมีคลื่นวิทยุที่เปิดเพลงสากลนำเอาเพลงแบบเฮฟวีเมทัลมาเปิดออกอากาศเช่นรายการวิทยุของไนต์สปีด เริ่มมีนิตยสารที่น่าเสนอเรื่องราวของดนตรีเฮฟวีเมทัลออกวางขายเช่น Quiet Strom, Music Express, สีสัน, Starpics, Crossroad, Cherish The Darkness และมีผลงานของวงเฮฟวีเมทัลไทยออกขายมากขึ้นเช่น ดอนผีบิน, มาโนช พุฒตาล, Growing Pain ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก็ได้รับการสืบทอดมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเห็นได้จากวงดนตรีเฮฟวีเมทัลของไทยหน้าใหม่ที่ยังคงออกผลงานกันอย่างต่อเนื่องเช่น Dezember, พล่าน.

Heretic Angles, Ebola, Outro, DD-Doomday, Clone, Quake, Carinivora, Housetrap, Cybersin, Mutton Head, Scar เป็นต้น (ปิโยรส หลักคำ, 4 ธันวาคม 2547)

เมื่อมีวงดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลเพิ่มจำนวนมากขึ้น จำนวนคอนเสิร์ตของวงแนวเฮฟวีเมทัลก็มากขึ้นตามไปด้วยไม่ว่าจะเป็นเทศกาลคอนเสิร์ตที่จัดขึ้นทุกปีอย่าง Metal Madness, God Beheading Live Ritual, Underground D.I.Y Show, Justice Assault Concert Rock Fest, Advisory Dark Night Party, Songkhla Hell Fest, Territory Metal Fest, Hard Music for Hard People Southern Metal Fest นอกจากนี้ความนิยมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในเมืองไทยยังมีขึ้นชอบต่อศิลปินเฮฟวีเมทัลจากต่างประเทศอย่างมากอีกด้วย ซึ่งในปี 2547 มีคอนเสิร์ตใหญ่ของวงเฮฟวีเมทัลระดับโลกมาแสดงในประเทศไทยถึง 3 วงด้วยกันนั่นก็คือ Korn, Linkin Park และ Slipknot เมื่อมีคอนเสิร์ตมากขึ้นโอกาสที่กลุ่มแฟนเพลงจะได้ออกมารวมกลุ่มกันก็มีมากขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน และในงานคอนเสิร์ตแต่ละครั้งนี่เองที่ถือเป็นการรวมกลุ่มกันของผู้ที่นิยมในดนตรีแนวนี้ และทำให้กลุ่มแฟนเพลงดังกล่าวใช้ปลดปล่อยอารมณ์ของตนเองออกมาผ่านการแต่งตัว อย่างเช่นคอนเสิร์ตของวง Slipknot ในประเทศไทยเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2547 ที่แฟนเพลงหลายๆ คนแต่งหน้าให้เป็นผี ปีศาจ การสวมหน้ากากผี รวมถึงใส่เสื้อยืดของ Slipknot แล้วเดินทางมาดูคอนเสิร์ตกันเป็นกลุ่ม

### เครือข่ายการสื่อสาร (Communication network)

ในเรื่องของเครือข่ายการสื่อสารนั้น Harold J. Leavitt (จารุณี พัชรพิมานสกุล, 2542) ได้ทดลองทำการวิจัย โดยใช้แบบของการสื่อสารหลายแบบ พบว่า การสื่อสารจัดแยกออกได้เป็น 2 แบบ คือ แบบที่มีศูนย์กลางกับแบบกระจายอำนาจ

1. การสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง (Centralized Communication) เป็นการสื่อสารที่มีใครคนใดคนหนึ่งเป็นศูนย์กลางหรือทางผ่าน โดยที่สมาชิกคนอื่นๆ ไม่มีการติดต่อกันโดยตรง แต่ต้องผ่านคนกลาง
2. การสื่อสารแบบกระจายอำนาจ (Decentralized Communication) เป็นการสื่อสารที่สมาชิกในกลุ่มติดต่อกันโดยอิสระ ไม่มีใครตัดสินคนเดียว แต่ร่วมกันคิด ร่วมกันแก้ปัญหา เป็นวิธีที่ใช้ได้ตรงกับกระบวนการกลุ่มมาก เพราะทุกคนมีปฏิสัมพันธ์กัน (interaction) ผลที่ออกมาจะได้ทั้งผลผลิต (product) และกระบวนการ (process) ของกลุ่ม หมายถึงการสื่อสาร แบบนี้คำนึงถึงการเอาใจใส่ผู้ทำงาน สิ่งแวดล้อมในการทำงาน ขวัญและกำลังใจของกลุ่มด้วย



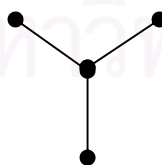
## 1. การสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง (Centralized Communication)

- 1.1 เครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่ (Chain Network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่สมาชิกแต่ละคนจะติดต่อไปยังสมาชิกคนอื่นที่อยู่ถัดไปเท่านั้น เนื่องจากมีข้อจำกัดในแง่การประสานงานและการติดต่อระหว่างสมาชิกในกลุ่ม บางครั้งจึงเป็นความยากลำบากที่กลุ่มจะทำงานให้สำเร็จได้ตามที่ต้องการ การขาดความเป็นอิสระในการติดต่อสื่อสารเพราะสมาชิกจะติดต่อกับบุคคลอื่นได้เพียง 1 คน หรือ 2 คน ที่ต่อจากเขาเท่านั้นจึงทำให้ความพอใจของสมาชิกในกลุ่มค่อนข้างต่ำ



เครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่

- 1.2 เครือข่ายการสื่อสารแบบตัววาย (Y Network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่มีสมาชิกอยู่ตรงกลางเพียง 2 คน จะทำหน้าที่ประสานงานและส่งข้อมูลที่ได้รับจากสมาชิกคนอื่น ๆ ที่อยู่รอบนอก การสื่อสารแบบนี้มีความเหมาะสมกว่าแบบลูกโซ่ในแง่ที่ทำให้งานสำเร็จได้ดีกว่า เพราะข้อมูลสามารถผ่านทิศทางต่างๆ ได้มากกว่าแทนที่จะอาศัยคนที่อยู่ถัดไปเท่านั้น โดยปกติบุคคลที่อยู่ตรงกลางสักคนหรือ 2 คนเท่านั้น ที่มีความพอใจต่อรูปแบบการสื่อสารแบบนี้ แต่ส่วนที่เหลือของกลุ่มหรือผู้ที่อยู่รอบนอกมีความพอใจต่ำ รูปแบบของเครือข่ายการสื่อสารแบบตัวยานี้ มักเกิดขึ้นในกลุ่มที่มีสมาชิกเพียง 1 คน หรือ 2 คนเท่านั้น เต็มใจที่จะรับทำงาน และรับผิดชอบต่อผลสำเร็จของงาน ในขณะที่ส่วนที่เหลือของกลุ่มไม่ยอมรับผิดชอบ



เครือข่ายการสื่อสารแบบตัววาย

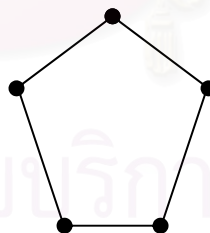
- 1.3 เครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่มีสมาชิกหนึ่งเป็นผู้ข่าวสารจากสมาชิกคนใดคนหนึ่งแล้วส่งข่าวนั้นไปยังสมาชิกคนอื่น ๆ บุคคลที่อยู่ตรงกลางของกลุ่มจะเป็นผู้มีอำนาจแท้จริงและเป็นผู้นำของกลุ่ม เพราะเป็นผู้เดียวที่รับผิดชอบผลสำเร็จของงาน



เครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ

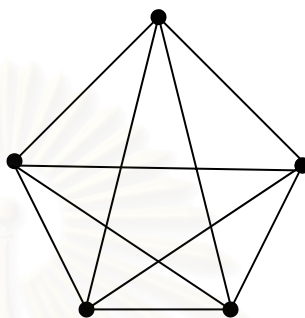
## 2. การสื่อสารแบบกระจายอำนาจ (Decentralized Network)

- 2.1 เครือข่ายการสื่อสารแบบวงกลม (Circle Network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่มีสมาชิกในกลุ่มทุกคนสามารถติดต่อกับสมาชิกที่อยู่ถัดจากคนทั้งสองข้าง สถานะของทุกคนมีความเท่าเทียมกันและทุกคนมีความพอใจ อย่างไรก็ตาม ปัญหาเรื่องความรับผิดชอบจะเกิดขึ้น เพราะจะหาคนรับผิดชอบไม่ได้เพราะแต่ละคนมีฐานะเท่าเทียมกัน จะหาใครมาเป็นศูนย์รวมของกลุ่มไม่ได้



เครือข่ายการสื่อสารแบบวงกลม

- 2.2 เครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสาร ที่สมาชิกทุกคนสามารถติดต่อกับสมาชิกคนอื่นได้โดยตรงไม่ต้องผ่านสมาชิกคนอื่น ๆ ทั้งในการรับข่าวและการส่งข่าว อาจถือได้ว่าเป็นเครือข่ายการติดต่อที่สมบูรณ์ที่สุด เพราะไม่มีข้อจำกัดการสื่อสารของสมาชิก โดยเครือข่ายนี้จะเปิดโอกาสให้มีปฏิริยาย้อนกลับสูงที่สุด



เครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง

Shaw (อ้างใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534) ทำการสรุปผลงานวิจัยในเรื่องของเครือข่ายกาสื่อสารไว้ในประเด็นสำคัญดังนี้

1. เครือข่ายแบบรวมอำนาจสู่ส่วนกลาง จะก่อให้เกิดผู้นำเพียงคนเดียว และเกิดขึ้นได้ง่ายกว่าแบบกระจายอำนาจ เพราะคนกลางในโครงสร้างจะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหา มากกว่าสมาชิกคนอื่น ๆ ทำให้เขาเป็นผู้ควบคุมความสำเร็จในการทำงานของกลุ่ม เพราะเขาอยู่ในตำแหน่งตัวเชื่อมการสื่อสารที่สำคัญ
2. โครงสร้างการสื่อสารแบบกระจายอำนาจ มีประสิทธิภาพมากกว่าในการแก้ปัญหาที่สลับซับซ้อน แต่โครงสร้างการสื่อสารแบบรวมอำนาจ มีประสิทธิภาพมากกว่าในการแก้ปัญหาต่างๆ ในการทำงานง่ายๆ ใช้ข้อมูลข่าวสารจำนวนน้อยในงานที่ต้องการข้อมูลเพียงประการเดียว เครือข่ายแบบรวมอำนาจจะทำงานโดยก่อให้เกิดข้อผิดพลาดน้อย และสำเร็จเร็วกว่าแบบขยายอำนาจ เพราะการติดต่อสื่อสารแบบนี้เป็นการติดต่อทางเดียวที่ถูกครอบงำ โดยผู้นำเพียงคนเดียว ความเป็นระเบียบถูกกำหนดขึ้น เพื่อไม่ให้มีข่าวสารมาก ส่วนการติดต่อสื่อสารแบบวงกลม สมาชิกของกลุ่มติดต่อกับบุคคล 2 คนได้ พวกเขาจึงใช้เวลามากกว่า แต่ในงานที่ต้องใช้ข้อมูลร่วมกัน และต้องมีการปฏิบัติด้วยนั้น โครงสร้างการสื่อสารแบบกระจายอำนาจจะทำงานได้รวดเร็วและมีข้อผิดพลาดน้อยกว่าแบบรวมอำนาจ

3. สภาวะข่าวสารท่วมท้นมักจะเกิดขึ้นในเครือข่ายการสื่อสารแบบรวมอำนาจ เพราะข่าวสารและการตัดสินใจจะไปรวมอยู่ที่จุดศูนย์กลางของเครือข่าย ทำให้ผู้นำของโครงสร้าง การสื่อสารแบบนั้นอยู่ในสภาวะข่าวสารท่วมท้นได้ ส่วนเครือข่ายการสื่อสารแบบกระจายอำนาจนั้น ทุกคนต้องใช้ข้อมูลร่วมกัน ต้องเป็นผู้ตัดสินใจและเป็นผู้นำ ดังนั้น จึงเป็นการยากที่จะมีใครเกิดสภาวะข่าวสารท่วมท้นได้

จากแนวคิดเรื่องการรวมกลุ่มและเครือข่ายการสื่อสารแสดงให้เห็นว่า เมื่อบุคคลได้มีการรวมกลุ่มกันขึ้น แต่ละคนจะมีการติดต่อสื่อสารกัน โดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันในลักษณะต่างๆ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดนี้มาอธิบายการรวมกลุ่มและการสื่อสารภายในกลุ่มของแผนพลงเฮพิวเมทัลในประเทศไทย

## 2.8 แนวคิดเรื่องพฤติกรรม

ปรีชา วิหคโต (2532) กล่าวไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำทุกอย่างของมนุษย์ไม่ว่าการกระทำนั้นผู้กระทำจะทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม ไม่ว่าจะคนอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม และไม่ว่าการกระทำนั้นจะพึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ก็ตาม ดังนั้นการเดิน การยืน การคิด การตัดสินใจ การปฏิบัติตามหน้าที่ การละทิ้งหน้าที่ ล้วนเป็นพฤติกรรมทั้งสิ้น

การจัดประเภทของพฤติกรรมจะขึ้นอยู่กับหลักเกณฑ์ที่ใช้จัด โดยหลักเกณฑ์ที่สำคัญจะแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้

1. เมื่อใช้หลักการ “สังเกต” เป็นหลักเกณฑ์ในการจัดประเภท ซึ่งพฤติกรรมจะมี 2 ประเภทคือ

1.1 พฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้หรือพฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) พฤติกรรมเหล่านี้ เช่น การเดิน การวิ่ง การอ่านหนังสือ พฤติกรรมประเภทนี้แบ่งตามวิธีการสังเกตได้ 2 ลักษณะคือ

- พฤติกรรมโมลาร์ (Molar Behavior) ได้แก่ พฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยตรง ไม่ต้องอาศัยเครื่องมือใดๆช่วย เช่น การเดิน การวิ่ง เป็นต้น
- พฤติกรรมโมเลกุล (Molecular Behavior) ได้แก่ พฤติกรรมที่ต้องอาศัยเครื่องมือใดๆช่วย เช่น ความดันโลหิต กระแสประสาท เป็นต้น

## 1.2 พฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตไม่ได้ หรือพฤติกรรมภายใน (Covert Behavior)

พฤติกรรมเหล่านี้ เช่น ความสนใจ การคิด การจำ การตัดสินใจ พฤติกรรมเหล่านี้เป็นความในใจ รู้ได้เฉพาะเจ้าตัวเท่านั้น คนอื่นจะรู้เมื่อเจ้าตัวบอก หรือแสดงออกด้วยการกระทำให้ทราบ แต่ถ้าเจ้าตัวไม่บอกให้ทราบ เราต้องใช้วิธีสันนิษฐานจากการกระทำแทน เช่น ขณะที่ครูสอนอยู่หน้าชั้น นักเรียนคนหนึ่งหันหน้ามาทางครูตลอดเวลา ยกมือถามบ่อยๆ ตอบคำถามครูเสมอ ทำงานที่ครูมอบจนเสร็จ ครูก็จะสันนิษฐานจากการกระทำเหล่านี้ว่านักเรียนสนใจเรียน

2. เมื่อใช้หลักการ “รู้ตัว” เป็นเกณฑ์ในการจัดประเภท โดยพฤติกรรมจะแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

2.1 พฤติกรรมที่ผู้กระทำรู้ตัวและจงใจกระทำพฤติกรรมนั้น เช่น การยิ้ม การพูดคุย นักจิตวิเคราะห์เช่น Freud เรียกพฤติกรรมประเภทนี้ว่า พฤติกรรมจิตสำนึก (Conscious)

2.2 พฤติกรรมที่ผู้กระทำไม่รู้ตัว เช่น ความฝัน หรือคนที่พูดว่านะครับ นะครับโดยไม่รู้ตัว นักจิตวิเคราะห์เรียกพฤติกรรมประเภทนี้ว่าพฤติกรรมจิตใต้สำนึก (Unconscious)

3. เมื่อใช้หลัก “การยอมรับทางสังคม” เป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งประเภท แล้วพฤติกรรมจะสามารถจัดได้เป็นสองลักษณะคือ

3.1 พฤติกรรมที่พึงประสงค์ (Desirable Behavior) ได้แก่พฤติกรรมที่สังคมประณามว่า ถูกและควรกระทำ เช่น การทำตามหน้าที่ ทำตามจารีตประเพณี เป็นต้น

3.2 พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ (Undesirable Behavior) ได้แก่พฤติกรรมที่สังคมประณามว่า เลว ผิด และไม่ควรกระทำ เช่น การฆ่ามนุษย์ การกระทำผิดกฎหมาย บ้านเมือง

ความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์มีหลายทฤษฎี แต่ละทฤษฎีมีทั้งส่วนที่คล้ายคลึง และแตกต่างกันสามารถสรุปได้เป็นสามกลุ่มใหญ่ๆคือ (สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2529)



### 1. กลุ่มที่เชื่อว่าพฤติกรรมเกิดจากจิตใจ

แนวคิดในกลุ่มนี้เน้นว่า "ใจ" (mind) เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการแสดงพฤติกรรม ประสบการณ์ภายนอก ไม่มีความสำคัญ แนวคิดนี้มีอิทธิพลต่อนักจิตวิทยาในรุ่นหลัง ๆ มากโดยเฉพาะจิตแพทย์ที่มีชื่อเสียงมากคนหนึ่ง คือ ซิกมันด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud) ที่กล่าวว่า มนุษย์มีพลังงานอันเกิดจากสัญชาตญาณอยู่ 2 ชนิด คือ สัญชาตญาณแห่งความต้องการ การมีชีวิตอยู่และสัญชาตญาณแห่งความตาย พลังงานนี้ผลักดันให้เกิดโครงสร้างของจิต 3 ประการคือ อิด (Id) ซึ่งหมายถึงความต้องการทั้งหลาย อีโก้ (Ego) คือจิตรู้สำนึกว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการที่เกิดจากอิดได้แค่ไหนจึงจะไม่ขัดต่อ กฎเกณฑ์ของสังคมและซูเปอร์อีโก้ (Superego) คือคุณธรรมและมโนธรรมในจิตใจ นอกจากฟรอยด์แล้วนักจิตวิทยาในกลุ่มมนุษยนิยม (Humanist) ที่มีความคิดว่าพฤติกรรมของมนุษย์จะเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับทางเลือกของมนุษย์เอง มนุษย์มีอิสระที่จะตัดสินใจได้ด้วยตนเองก็จัดอยู่ในกลุ่มนี้ด้วย

### 2. กลุ่มที่เชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์อยู่ภายใต้การควบคุมของสิ่งแวดล้อม

นักจิตวิทยาที่เป็นผู้นำของแนวคิดนี้ได้แก่ สกินเนอร์ (Skinner) เขาเชื่อว่าบุคคลไม่ได้มีอิสระที่จะตัดสินใจว่าจะทำพฤติกรรมใดๆ หรือไม่ ด้วยตนเอง หากแต่อยู่ภายใต้เงื่อนไข 2 ประการคือ เงื่อนไขของการเสริมแรงและเงื่อนไขของการลงโทษ พฤติกรรมใดเมื่อทำแล้วได้รับการเสริมแรง เช่น ได้รับคำชมเชย ได้รับการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง บุคคลก็จะเกิดความพึงพอใจและทำพฤติกรรมเช่นนั้นอีกในอนาคต แต่ถ้าพฤติกรรมใดทำแล้วเกิดผลที่ไม่น่าพอใจ เช่น ถูกดูว่า ถูกตำหนิ ถูกตัดเงินเดือน บุคคลก็จะทำพฤติกรรมเช่นนั้นน้อยลงเรื่อย ๆ

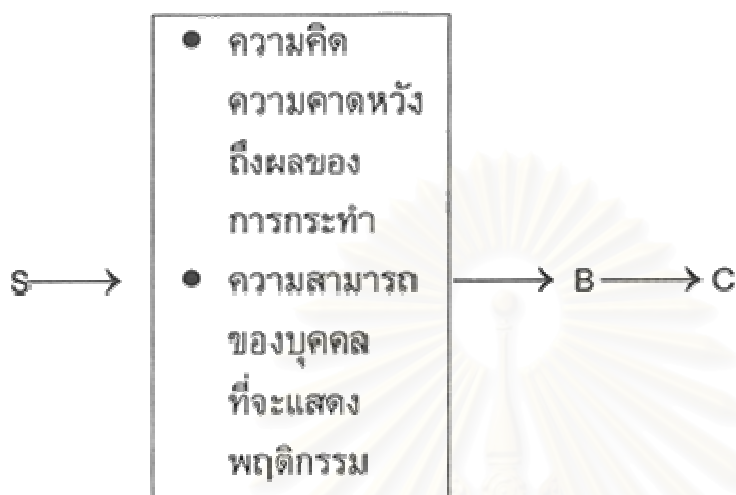
### 3. กลุ่มที่มีความเชื่อว่าพฤติกรรมเกิดจากการผสมผสานระหว่างลักษณะภายในตัวมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม

แนวคิดเช่นนี้มี อัลเบิร์ต แบนดูรา (Albert Bandura) นักจิตวิทยาที่มีชื่อเสียงมากคนหนึ่ง เป็นผู้นำ เขาอธิบายว่าบางครั้งสิ่งแวดล้อมก็มี อิทธิพลสูงกว่าในการทำให้เกิดพฤติกรรม แต่บางครั้งองค์ประกอบภายในตัวบุคคล ก็มีอิทธิพลมากกว่า โดยเขียนเป็นความสัมพันธ์ได้ดังนี้

$$B = F(P, E)$$

นั่นคือ พฤติกรรม (B) เป็นผลมาจากองค์ประกอบภายในตัวบุคคล (P) และสิ่งแวดล้อม (E)

ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้นไม่ได้ยึดถือทฤษฎีใดทฤษฎีหนึ่งเป็นหลักตายตัว หากแต่จะผสมผสานระหว่างแนวความคิดพฤติกรรมนิยมกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมแล้ว สร้างเป็นโมเดลของพฤติกรรม ดังภาพประกอบดังนี้



จากภาพประกอบอธิบายได้ว่า เมื่อมีสิ่งเร้าภายนอกมากกระตุ้น บุคคลจะตัดสินใจว่า จะแสดงพฤติกรรมอย่างไรขึ้นอยู่กับความคาดหวังของบุคคลนั้น ว่าเขาจะแสดงพฤติกรรมเช่นนั้นได้หรือไม่ทำแล้วจะเกิดผลอย่างไร และถ้าพฤติกรรมนั้นเป็นพฤติกรรมที่เคยทำมาก่อนเขาก็จะนึกถึงผลที่เกิดขึ้นจากการทำพฤติกรรมนั้นๆ ว่าทำแล้วได้ผลลัพธ์อย่างไร ได้แรงเสริมหรือถูกลงโทษ ถ้าทำแล้วได้รับแรงเสริมก็จะทำพฤติกรรม เช่นนั้นอีก แต่ถ้าทำแล้วไม่ได้รับแรงเสริมหรือถึงขั้นถูกลงโทษก็จะไม่ทำอีกต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนี้สามารถนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมในด้านต่างๆ ที่กระทำอยู่ในชีวิตประจำวันของแฟนเพลงเพลงเฮฟวีเมทัลได้ รวมถึงปัจจัยที่ทำให้พวกเขาเลือกที่จะปฏิบัติพฤติกรรมต่างๆ เหล่านั้น

## 2.9 แนวคิดชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography)

โดยทั่วไปคำว่า “ชาติพันธุ์วรรณา” (Ethnography) หมายถึงวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีหรือวัฒนธรรมที่เฉพาะของสังคมหนึ่งๆ เพื่อให้รู้จักวัฒนธรรมนั้นๆ ได้อย่างลึกซึ้ง เป็นผลมาจากการจดบันทึกงานสนาม (Field Notes) อย่างระมัดระวังและอย่างละเอียดเกี่ยวกับพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์ (งามพิศ สัตย์สงวน, 2535)

ชาติพันธุ์วรรณาเป็นแนวคิดพื้นฐานที่จะทำให้เข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์ โดยทั่วไปนั้น นักมานุษยวิทยาใช้ชุมชน หรือสังคมที่มนุษย์อยู่อาศัยแทนการวิจัยแบบทดลองเพื่อศึกษา พฤติกรรมด้านต่างๆของมนุษย์ และเพราะเหตุผลทางจริยธรรมและเหตุผลทางเทคนิคบางอย่าง การวิจัยแบบทดลองมีประโยชน์น้อยมากในการรวบรวมข้อมูลทางมานุษยวิทยา และในการ ทดสอบข้อมูลทางมานุษยวิทยา เพราะว่ามันยากลำบากสำหรับนักมานุษยวิทยาที่จะออกไปและ เริ่มต้นทำสงครามเพื่อดูผลกระทบของสงครามที่มีต่อครอบครัวต่อกลุ่มคนหรือต่อสังคม แต่นัก มานุษยวิทยาเหมือนกับนักวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ นั่นคือนักมานุษยวิทยาจะสังเกตประชากรที่ตัว ศึกษาในสภาพธรรมชาติ (Natural Setting) คือ ในสถานที่ที่คนอยู่อาศัยและใช้ชีวิตประจำวันกัน จากนั้นนักมานุษยวิทยาต้องใช้เวลาเป็นเดือนๆ หรือเป็นปีๆในสนามวิจัยเพื่อสังเกตและมีการ กระทำทางสังคมกับชาวบ้าน จากนั้นนักมานุษยวิทยาจะเขียนรายงานวิจัยคือการพรรณนาวิถีชีวิต ของกลุ่มคนที่เลือกศึกษาอย่างละเอียด แนวทางธรรมชาติหรือการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ใน สถานที่ที่มนุษย์อยู่อาศัย รวมทั้งการรวบรวมข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับพฤติกรรมคนในชุมชนที่เลือก ศึกษาดังกล่าวมาแล้ว เรียกว่าชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography) ชาติพันธุ์วรรณาจึงเป็นผลมาจากการ จดบันทึกงานสนาม (Field notes) อย่างระมัดระวังและอย่างละเอียดเกี่ยวกับพฤติกรรม ด้านต่างๆของมนุษย์ในชุมชนที่นักมานุษยวิทยาเลือกศึกษา ข้อมูลทางชาติพันธุ์วรรณา คือ รากฐานสำคัญที่ทฤษฎีทางมานุษยวิทยาถูกสร้างขึ้นและถูกทดสอบ (งามพิศ สัตย์สงวน, 2542)

ชาติพันธุ์วรรณาเป็นพื้นฐานที่จะทำให้เข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์ และชาติพันธุ์วรรณา เกี่ยวข้องกับชาติพันธุ์วิทยาอย่างใกล้ชิด ในภาษาอังกฤษนั้นใช้คำเดียวกันคือ Ethnography แต่ ชาติพันธุ์วิทยานั้นจะเป็นเชิงการวิจัยที่เน้นทางทฤษฎีมากกว่า กล่าวคือ การวิจัยเชิงชาติพันธุ์ (Ethnography) คือวิธีการของการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา ซึ่งเป็นการวิจัยแบบหนึ่ง ซึ่งมีการ พัฒนามาจากพฤติกรรมพื้นฐานของมนุษย์อันได้แก่ ความอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับตนเอง และ สภาวะแวดล้อม ตลอดจนความพยายามในการดำเนินการด้วยวิธีการต่างๆ อาทิ การสังเกต พูดคุย และซักถามบุคคลต่างๆเพื่อค้นหาคำตอบหรือข้อสรุปเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว (ปารีชาติ สถา ปิตานนท์, 2546)

ในการศึกษาวิจัยเชิงชาติพันธุ์วิทยา นักวิจัยมักมุ่งเน้นการค้นหาข้อสรุปเกี่ยวกับสมาชิก ของกลุ่มสังคม-วัฒนธรรมกลุ่มหนึ่งๆ โดยประเด็นที่สนใจศึกษาได้แก่ รูปแบบในการมีปฏิสัมพันธ์ (interaction patterns) ของสมาชิกในสังคม กฎเกณฑ์ (rule) ธรรมเนียมปฏิบัติ (norm) สัญลักษณ์ (symbols) ตลอดจนการอธิบายความหมาย (meanings) ของสัญลักษณ์ต่างๆโดย

นักวิจัยมุ่งเน้นการดำเนินการอย่างเป็นระบบ (systematic) และอิงหลักการเชิงวิทยาศาสตร์ (scientific-based principles)

กระบวนการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วิทยามาจากงานวิจัยด้านมานุษยวิทยา และสังคมวิทยา โดยนักการสื่อสารมุ่งเน้นการแสวงหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารของกลุ่มสมาชิกในสังคมวัฒนธรรมหนึ่งๆทั้งในด้านรูปแบบวิธีการสื่อสาร ตลอดจนระบบวิธีคิดที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมดังกล่าว โดยกลุ่มบุคคลเป้าหมายเหล่านั้นมักเป็นกลุ่มบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม วัฒนธรรมกลุ่มร่วมกันหรือมีธรรมเนียมปฏิบัติที่โดดเด่น นอกจากนี้ นักการสื่อสารยังนำระเบียบวิธีวิจัยเชิงชาติพันธุ์วิทยาไปใช้ในการศึกษายุทธศาสตร์ และยุทธวิธีวิธีการสื่อสารของกลุ่มบุคคลในบริบทต่างๆแนวทางการกำหนด“นิยาม” หรือ“สัญลักษณ์” ต่างๆของกลุ่มบุคคลเหล่านั้น มุมมองความเข้าใจ และปรากฏการณ์ต่างๆในสังคม รวมไปถึงความรู้สึกนึกคิด มุมมอง ความเข้าใจ และปฏิกิริยาของกลุ่มบุคคลเหล่านั้นต่อเหตุการณ์ที่พวกเขากำลังเผชิญอยู่

ในการดำเนินการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “กระบวนการสื่อสาร” ดังกล่าว นักวิจัยมักนิยมเข้าไปคลุกคลี หรือใช้ชีวิตอยู่กับสมาชิกในสังคมเป้าหมาย ในขณะเดียวกัน นักวิจัยจะพยายามทำความเข้าใจ ศึกษารวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์คำตอบจากจุดยืนและมุมมองของกลุ่มสมาชิกเหล่านั้น โดยอาจใช้เทคนิคต่างๆ อาทิ การสังเกต และการซักถามข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเก็บเกี่ยวข้อมูล ความรู้สึกนึกคิดทัศนคติ ความคิดเห็นของบุคคลต่างๆเกี่ยวกับเหตุการณ์นั้นๆได้อย่างชัดเจน เป็นกลางและปราศจากการเอนเอียงไปตามความรู้สึกส่วนตัว หรืออคติของนักวิจัย

ชาติพันธุ์วิทยา (Ethnography) เป็นวิธีการสำคัญวิธีหนึ่งที่นักวิชาการกลุ่ม “Birmingham School” เริ่มนำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าเรื่องวัฒนธรรม วิธีการศึกษาแนวนี้พัฒนามาจากการศึกษาในแบบมานุษยวิทยา โดยเน้นศักยภาพของผู้รับสารในการตีความสารที่สื่อนำเสนอซึ่งที่จริงก็คือ การศึกษาสภาพแวดล้อมทางสังคมของผู้รับสารในโลกของความเป็นจริงจากมุมมองของกลุ่มผู้รับสารนั่นเอง งานวิจัยในแนวนี้เริ่มจากการวิเคราะห์การใช้สื่อโทรทัศน์ของผู้ชม โดยเสนอความเห็นว่าคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารมีความกระตือรือร้นในการตีความสารที่สื่อเสนอทางโทรทัศน์ และสามารถปฏิเสธอุดมการณ์ที่สื่อเสนอได้ เริ่มจากงานวิจัยของ David Morley เรื่อง “The Nationwide Audience” (1980, อ้างใน สกลกานต์ อินทร์ไทร, 2539) ได้สัมภาษณ์กลุ่มผู้ชมโทรทัศน์ที่มีภูมิหลังทางการศึกษา และอาชีพต่างๆกัน เรื่อยมาจนถึงงานวิจัยของ Janice Radway ในหนังสือเรื่อง “Reading The Romance” ในปี 1987 ที่สนใจศึกษาการใช้สื่อของกลุ่มผู้หญิงที่มี

หน้าที่เป็นทั้งภรรยา แม่ และแม่บ้าน ในการใช้สื่อทั้งการดูละครโทรทัศน์ และการอ่านนวนิยายแนว รักโรแมนติก ในฐานะที่เป็นเหตุการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในครอบครัว

แนวคิดเรื่องชาติพันธุ์วิทยานี้เป็นแนวคิดสำคัญในการทำวิจัยเรื่อง “ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย” เนื่องจากเป็นกลุ่มบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม มีวัฒนธรรมกลุ่มร่วมกันหรือมีธรรมเนียมปฏิบัติที่โดดเด่น งานวิจัยชิ้นนี้ได้นำระเบียบวิธีวิจัยเชิงชาติพันธุ์วิทยามาประยุกต์ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารของกลุ่มบุคคลในบริบทต่างๆ แบบแผนพฤติกรรมการสื่อสาร (pattern of communication) ของคนภายในกลุ่มวัฒนธรรมเฮฟวีเมทัล โดยการศึกษาวิจัยจะเข้าไปคลุกคลีในกลุ่มแฟนเพลง เพื่อศึกษารูปแบบวิธีการสื่อสารภายในกลุ่มว่า กลุ่มคนเหล่านี้มีการติดต่อสื่อสารด้วยรูปแบบใดบ้าง อีกทั้งยังศึกษาถึงความสำคัญและประโยชน์จากการรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์เพลงไทยสมัยนิยมแนวร็อก” ของ ลำเนา เขียมสะอาด พ.ศ. 2539 เป็นการวิจัยเพลงร็อกที่ผลิตในประเทศไทยจำนวน 50 ชุด 456 เพลง จุดมุ่งหมายของงานวิจัยในชิ้นนี้มีอยู่ 3 ข้อคือ 1. เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา รูปแบบ ของเพลงไทยสมัยนิยมแนวร็อก 2. เพื่อศึกษาเนื้อหาที่มีอยู่ในเพลงไทยสมัยนิยมแนวร็อก และ 3. เพื่อทราบถึงอุดมการณ์ที่ ถูกนำเสนอผ่านเพลงไทยสมัยนิยมแนวร็อก โดยศึกษาจากเพลงไทยแนวร็อก 4 ประเภท คือ โปรเกรสซีฟร็อก, เฮฟวี เมทัล, คันทรี, ร็อก และป๊อปร็อก

เพลงร็อกของไทยมีรูปแบบดนตรีที่หนักแน่น รุนแรง เสียงดังและมีท่วงทำนองดนตรีและ คำร้องที่เร้าอารมณ์ความรู้สึกมากกว่าเพลงไทยสมัยนิยมประเภทอื่นๆ เป็นการเน้นดนตรีมากกว่า คำร้อง ฟังดูมีพลัง เสียงดัง แสดงฝีมือผู้เล่น สร้างความตื่นเต้นเร้าใจแก่ผู้ฟัง ซึ่งเป็นวัยรุ่นที่ถูก กัดต้นได้เป็นอย่างดี อีกทั้งเนื้อหาของเพลงก็ไม่ได้จำกัดอยู่แต่เรื่องของความรักแต่อย่างใด แต่มี เรื่องราวต่างๆ ที่สะท้อนถึงเรื่องราวในสังคมอย่างหลากหลาย อุดมการณ์ที่ถูกนำเสนอเป็นเพียง อุดมการณ์ที่ต่อต้านสังคมโดยใช้รูปแบบดนตรีที่รุนแรงและแข็งกร้าว ส่วนอุดมการณ์ที่นำเสนอ ผ่านทางเนื้อร้องนั้น ได้รับเอาแนวคิดและค่านิยมต่างๆ ในสังคมไทยเข้าไปด้วย จึงไม่ได้ต่อต้าน อุดมการณ์หลักของสังคมอย่างรุนแรง แต่เป็นการเสนอทางเลือกใหม่ให้กับสังคม



2. งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาความคิดเห็นของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครต่อเทศกาลเซ็ทเพลงไทยสากล” ของนุชนาฏ รามสมภพ พ.ศ. 2529 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคเซ็ทเพลงไทยสากล ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อเทศกาลเซ็ทเพลงไทยสากล

ผลการศึกษาพบว่า การที่เซ็ทเพลงไทยสากลจะประสบความสำเร็จได้นั้นผู้ผลิตจะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลงานเป็นอันดับแรก ผลงานเพลงจะต้องเป็นเพลงที่มีแนวความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ ไม่ซ้ำซากจำเจ ผู้ฟังยุคใหม่ให้ความสนใจกับแนวการบรรเลงดนตรีและความสามารถของนักดนตรีมากขึ้น ซึ่งต่างกับในยุคก่อนที่เน้นที่เสียงร้องเพียงอย่างเดียว จนกระทั่งแนวดนตรีได้กลายเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่นิสิตนักศึกษาได้ใช้ในการพิจารณาเพื่อเลือกซื้อ และผู้วิจัยยังพบว่า การส่งเสริมการจำหน่าย (promotion) ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งปัจจัยหนึ่งในการจำหน่ายเซ็ทเพลงไทยสากล

3. งานวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของวัฒนธรรมต่างประเทศที่มีต่ออัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีดนตรีญี่ปุ่น” ของ วิจารณ์ พันธ์ฤทธิ์ดำ 2544 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการฟังดนตรีญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทย รวมทั้งศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมความนิยมดนตรีญี่ปุ่นของวัยรุ่นกับกระบวนการอัตลักษณ์ของวัยรุ่นผู้นิยมดนตรีญี่ปุ่นโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

ผลการวิจัยพบว่าสื่อและเพื่อนของวัยรุ่นมีอิทธิพลทำให้วัยรุ่นได้รู้จักดนตรีญี่ปุ่น วัยรุ่นแสวงหาความบันเทิงนี้ได้ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือนิตยสาร รวมทั้งอินเทอร์เน็ต สำหรับพฤติกรรมความนิยมดนตรีญี่ปุ่นแบ่งออกเป็น 2 กระบวนการคือ

1. กระบวนการสร้างและแสวงหาความโดดเด่น
2. กระบวนการเลียนแบบ
3. วัยรุ่นแสดงออกถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นไปจากเพื่อนกลุ่มอื่นๆ ที่ไม่นิยมดนตรีญี่ปุ่นขณะเดียวกันอัตลักษณ์เหล่านั้นเกิดจากการเลียนแบบนักร้องดนตรีญี่ปุ่นที่พวกเขาฟัง

4. งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มพนักงานบริการในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง (เด็กปั๊ม) ในกรุงเทพมหานคร” ของ สกลกานต์ อินทร์ไทร 2538 ผลการวิจัยพบว่าเด็กปั๊มที่อพยพจากชนบทเข้ามาทำงานในเมืองต้องเผชิญกับการปรับตัวใหม่ให้เข้ากับสภาพ

สังคมเมือง การปรับตัวของเด็กป๊มเหล่านี้ต้องอาศัยข่าวสารที่ได้รับผ่านทางสื่อมวลชน เด็กป๊มได้ใช้สื่อเพื่อปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของตน อัตลักษณ์ที่ปรากฏชัดเจนที่สุดผ่านทางการใช้สื่อคืออัตลักษณ์ทางเพศ ชาติพันธุ์และชนชั้น อย่างไรก็ตามก็ดี เนื่องจากโครงสร้างของสื่อกระแสหลักในสังคมเมืองไม่ได้ช่วยให้เด็กป๊มเหล่านี้เรียนรู้และปรับตัวให้เข้ากับสังคมเมืองมากนัก สื่อยังมุ่งรับใช้แต่กลุ่มคนในเมืองและตั้งให้กลุ่มเด็กป๊มต้องยอมรับค่านิยมแบบคนเมืองตามไปด้วย เด็กป๊มจึงต้องเอาชนะข้อจำกัดนี้ด้วยการใช้เครือข่ายการสื่อสารระหว่างระหว่างบุคคลทั้งในการเชื่อมโยงตนเองกับอัตลักษณ์แบบเก่าและการเรียนรู้อัตลักษณ์แบบใหม่ เพื่อนำมาปรับให้การมองตนเองและการเรียนรู้จักตนเองเกิดความสมดุลเหมาะสมกับสภาพชีวิตความเป็นอยู่ในเมือง

5. งานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ลักษณะการสร้างสรรคของศิลปินเพลงแนวดนตรีโปรเกรสซีฟร็อก” ของ นันทสิทธิ์ กิตติวรากุล 2544 การวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์ลักษณะการสร้างสรรคของศิลปินเพลงแนวไทยแนวดนตรีโปรเกรสซีฟร็อก ซึ่งเป็นการศึกษาถึงกระบวนการต่างๆที่นำไปสู่การสร้างสรรคดนตรีของศิลปินแนวโปรเกรสซีฟร็อกจำนวน 9 คนและศึกษาจากบทเพลงโปรเกรสซีฟร็อก จำนวน 15 อัลบั้ม เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของศิลปินดนตรีแนวโปรเกรสซีฟร็อก ศึกษาลักษณะการสร้างสรรคงานดนตรีของศิลปินแนวโปรเกรสซีฟร็อกในสังคมไทย และเพื่อศึกษาแนวโน้มดนตรีโปรเกรสซีฟร็อกในสังคมไทย ผลการวิจัยพบว่าศิลปินทุกคนมีภูมิหลังด้านดนตรีที่แตกต่างกัน โดยได้รับอิทธิพลดนตรีจากครอบครัวเป็นพื้นฐาน แนวดนตรีที่ฟังมีหลากหลายแนว เช่น ป๊อป ร็อก คลาสสิก เพลงลูกทุ่ง และเพลงไทยสากล แต่ดนตรีที่ก่อให้เกิดจุดหักเหมาสู่การสร้างสรรคงานโปรเกรสซีฟร็อก คือแนวร็อก และโปรเกรสซีฟร็อกตะวันตกในช่วง ค.ศ.1960-1970

ศิลปินมีแนวทางในการสร้างสรรคงาน 2 รูปแบบคือกลุ่มที่มุ่งเน้นด้านสุนทรียภาพของดนตรีในแนวศิลปะเพื่อศิลปะ และกลุ่มที่มุ่งเน้นด้านสะท้อนและปลุกจิตสำนึกสังคมในแนวศิลปะเพื่อชีวิตดนตรีแนวโปรเกรสซีฟร็อกในสังคมไทยขาดความต่อเนื่อง เพราะศิลปินมีอุปสรรคในด้านเงินทุน จนไม่อาจออกผลงานอย่างต่อเนื่องได้ ส่งผลให้คนฟังส่วนมากไม่รู้จักและไม่สนใจจนกลายเป็นกลุ่มตลาดขนาดเล็ก ในสายตาของบริษัทผลิตเพลงทำให้บริษัทผลิตเพลงไม่สนใจที่สนับสนุนศิลปิน

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเป็นการศึกษาผู้รับสารในแนววัฒนธรรมศึกษา ใช้ระเบียบวิธีวิจัยโดยอาศัยวิธีการแบบชาติพันธุ์วิทยาของนักมานุษยวิทยา แต่นำมาประยุกต์โดยการลดระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา กล่าวคือ นักมานุษยวิทยาจะใช้เวลานานหลายปีในการศึกษากลุ่มคน แต่ผู้วิจัยได้ใช้เวลา 10 เดือน ในการศึกษากลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย อาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่มีความหลากหลายเพื่อศึกษาถึงชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

#### 3.1 บทบาทของผู้วิจัย

บทบาทของผู้วิจัยในการทำวิจัยเรื่อง “ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย” นั้นผู้วิจัยได้เข้าไปสังเกตการณ์ภาคสนาม ซึ่งจะเป็นการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เป็นหนึ่งในแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่เข้าร่วมกิจกรรมคอนเสิร์ตเป็นระยะ ตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 จนกระทั่ง พฤศจิกายน พ.ศ. 2548 นับรวมระยะเวลาในการสังเกตการณ์ภาคสนามนี้เป็นเวลา 10 เดือน โดยการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมนั้นผู้วิจัยได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับแฟนเพลงในกลุ่มที่ยืนชมคอนเสิร์ตด้านหลังสุด ซึ่งในกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมการชมคอนเสิร์ตที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่น กล่าวคือเป็นการยืนชมคอนเสิร์ตที่ไม่ได้ทำการแท็ค หรือการเชียร์ฟ หรือการสะบัดหัว นอกจากนั้นแล้วผู้วิจัยยังใช้วิธีการเก็บข้อมูลดังต่อไปนี้

- การสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Conversation)
- การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

#### 3.2 แหล่งข้อมูล

##### 3.2.1 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

ขั้นตอนนี้เป็นการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับดนตรี แฟนเพลง กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเฮฟวีเมทัล เพื่อให้เข้าใจภาพรวมของดนตรีเฮฟวีเมทัลและกลุ่มแฟนเพลงโดยทั่วไป โดยมีการเก็บ

ข้อมูลจากนิตยสารที่นำเสนอเกี่ยวกับเฮฟวีเมทัล 6 เล่มคือ Music Express, Sound Magazine, Nu Rocker, Metal Magazine, Starpics, The Rock, Cherish the Darkness

### 3.2.2 แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In -depth Interview) และ การสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Conversation) โดยมีแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ดังนี้

- กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 40 คน
  1. ชัยพงศ์ เกียรติภิญโญ: อายุ 21 ปี, นักศึกษาคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ  
สัมภาษณ์ จำนวน 2 ครั้ง
    - 1 ตุลาคม 2548, โรงอาหารคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
    - 2 ธันวาคม 2548, ร้าน KFC สาขาเซ็นทรัลลาดพร้าว
  2. จักรกฤษ องค์สะอาด: อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน  
สัมภาษณ์ จำนวน 2 ครั้ง
    - 3 ตุลาคม 2548, ร้าน McDonald สาขาบางนาอนุสรณ์ของเซ็นเตอร์
    - 9 ธันวาคม 2548, ร้าน McDonald สาขาบางนาอนุสรณ์ของเซ็นเตอร์
  3. ตูน (ผู้ให้สัมภาษณ์ขอสงวนชื่อและนามสกุลจริง) อายุ 26 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน  
สัมภาษณ์ จำนวน 2 ครั้ง
    - 3 ตุลาคม 2548, ร้าน McDonald สาขาบางนาอนุสรณ์ของเซ็นเตอร์
    - 12 กุมภาพันธ์ 2549, ร้าน McDonald สาขาบางนาอนุสรณ์ของเซ็นเตอร์
  4. กำชัย พ่วงมหา: อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
    - 8 ตุลาคม 2548, ร้าน Cafe Slumbo รัชดาซอย 4
  5. ชวิศ ราหุล: อายุ 21 ปี นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
    - 8 ตุลาคม 2548, ร้าน Cafe Slumbo รัชดาซอย 4
  6. สุเมธ อุ่มสุข: อายุ 24 ปี พนักงานบริษัทเอกชน  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง

- 10 ตุลาคม 2548, โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- 7. รัฐ จำปามูล: อายุ 23 ปี, นิสิตคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
  - 10 ตุลาคม 2548, โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- 8. สุรไกร นายศิริ: อายุ 35 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
  - 12 ตุลาคม 2548, ร้าน Coffee World สาขาเซ็นทรัลบางนา
- 9. ทวีชากร อ่อนบัญญัติป: อายุ 16 ปี (ผู้ให้สัมภาษณ์ขอสงวนชื่อโรงเรียน)  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
  - 14 ตุลาคม 2548, ร้าน McDonald สาขา มานูกรุงเชียงใหม่
- 10. วรยุทธ โพธิ์เย็น: อายุ 21 ปี, นักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้า  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
  - 14 ตุลาคม 2548, ร้าน McDonald สาขา มานูกรุงเชียงใหม่
- 11. กীরติ นานาค: อายุ 24 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน.  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
  - 14 ตุลาคม 2548, ร้าน McDonald สาขา มานูกรุงเชียงใหม่
- 12. ธิรภัทร์ นุชอารรณ์: อายุ 20 ปี, นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม  
สัมภาษณ์ จำนวน 2 ครั้ง
  - 18 ตุลาคม 2548, ห้องซ้อมดนตรี The Jam Music Station จรัญสนิทวงศ์ 12
  - 15 มีนาคม 2549, ร้าน McDonald สาขา The Mall ท่าพระ
- 13. นพพล แยมน้อย: อายุ 20 ปี, นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
  - 18 ตุลาคม 2548, ห้องซ้อมดนตรี The Jam Music Station จรัญสนิทวงศ์ 12
- 14. วัชรภรณ์ ศิริจักรกรกุล: อายุ 29 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน  
สัมภาษณ์ จำนวน 2 ครั้ง
  - 18 ตุลาคม 2548, บ้านพักผู้ให้สัมภาษณ์ย่านนนทบุรี
  - 25 มีนาคม 2549, บ้านพักผู้ให้สัมภาษณ์ย่านนนทบุรี
- 15. ธนนนท์ ท้วมเสน: อายุ 23 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน  
สัมภาษณ์ จำนวน 2 ครั้ง
  - 19 ตุลาคม 2548, ร้าน KFC เซ็นทรัลพระราม 3
- 16. อารัต: อายุ 18 ปี (ผู้ให้สัมภาษณ์ขอสงวนชื่อนามสกุลจริงและสถาบันศึกษา)



- สัมภาษณ์ จำนวน 2 ครั้ง
- 19 ตุลาคม 2548, ร้าน KFC เซ็นทรัลพระราม 3
17. ธเนศ กลิ่นสุวรรณ: อายุ 22 ปี นักศึกษาคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สัมภาษณ์ จำนวน 2 ครั้ง
- 19 ตุลาคม 2548, ร้าน KFC เซ็นทรัลพระราม 3
18. เฉลิมพงษ์ ลือชัยราม: อายุ 20 ปี นักศึกษาภาคคอมพิวเตอร์ธุรกิจ (ผู้ให้สัมภาษณ์ขอสงวนชื่อสถาบันศึกษา)
- สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
- 21 ตุลาคม 2548, ร้าน Koolibah U Center สามย่าน
19. ฉัตรภา ฉวีวัฒน์: อายุ 22 ปี นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
- สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
- 21 ตุลาคม 2548, ห้องซ้อมดนตรี Horizon ลาดพร้าว
20. จินตนา แสงเอก: อายุ 20 ปี นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ (ผู้ให้สัมภาษณ์ขอสงวนชื่อสถาบันศึกษา)
- สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
- 22 ตุลาคม 2548, ร้าน KFC สาขาเซ็นทรัลพระราม 3
21. ปิ่นมณี กุลวิญญะ: อายุ 18 ปี นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ผู้ให้สัมภาษณ์ขอสงวนชื่อสถาบันศึกษา)
- สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
- 23 ตุลาคม 2548, ร้าน KFC สาขาเซ็นทรัลพระราม 3
22. สุนทรี สกุลงาม: อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน
- สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
- 24 ตุลาคม 2548, บ้านพักผู้ให้สัมภาษณ์ย่านปิ่นเกล้า
23. วิรงรอง พานพิเชษฐกุล: อายุ 22 ปี นักศึกษาคณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต
- สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
- 27 ตุลาคม 2548, ร้าน Coffee World สาขาเซ็นทรัลบางนา
24. ภูษณิศา เพ็ญจำรัส: อายุ 19 ปี นิสิตคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สัมภาษณ์ จำนวน 2 ครั้ง
- 30 ตุลาคม 2548, ร้าน Koolibah U Center สามย่าน
  - 25 เมษายน 2549, ร้าน Koolibah U Center สามย่าน

25. ดารัตน์ พานิช: อายุ 19 ปี นักศึกษาชั้น ปวส (ผู้ให้สัมภาษณ์ขอสงวนชื่อสถาบันศึกษา)  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง  
- 30 ตุลาคม 2548, ร้าน Koolibah U Center สามย่าน
26. นลิน แก้วนิมิต: อายุ 18 ปี นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ผู้ให้สัมภาษณ์ขอสงวนชื่อสถาบันศึกษา)  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง  
- 2 พฤศจิกายน 2548, โรงอาหารคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
27. ชาญวิทย์ แซ่เอ็ง: อายุ 39 ปี เจ้าของธุรกิจจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง  
- 5 พฤศจิกายน 2548, ร้าน Starbucks เซ็นทรัลพระราม 3
28. ยุทธพล เลิศอารีชาติ: อายุ 37 ปี เจ้าของธุรกิจร้านเกมส์คอมพิวเตอร์  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง  
- 5 พฤศจิกายน 2548, ร้าน Starbucks เซ็นทรัลพระราม 3
29. สมภพ จันทร์หอม: อายุ 41 ปี เจ้าของธุรกิจศูนย์ออกกำลังกาย  
สัมภาษณ์ จำนวน 2 ครั้ง  
- 7 พฤศจิกายน 2548, ศูนย์ออกกำลังกาย Fitness Time เพชรเกษม 78  
- 9 ธันวาคม 2548, ศูนย์ออกกำลังกาย Fitness Time เพชรเกษม 78
30. วิษณุพงศ์ เต่าทอง: อายุ 20 ปี นักศึกษาคณะสังคมศาสตร์ (ผู้ให้สัมภาษณ์ขอสงวนชื่อสถาบันศึกษา)  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง  
- 8 พฤศจิกายน 2548, โรงอาหารคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
31. ปารมี สุวรรณสิทธิ์: อายุ 25 ปี พนักงานบริษัทเอกชน  
สัมภาษณ์ จำนวน 2 ครั้ง  
- 9 พฤศจิกายน 2548, ร้าน Rock Pub ราชเทวี  
- 3 ธันวาคม 2548, ร้าน Koolibah U Center สามย่าน
32. จักรกฤษณ์ แดงรัศมีโชติ: อายุ 31 ปี เจ้าของธุรกิจรับตกแต่งภายใน  
สัมภาษณ์ จำนวน 2 ครั้ง  
- 9 พฤศจิกายน 2548, ร้าน Rock Pub ราชเทวี  
- 10 ธันวาคม 2548, ร้าน Koolibah U Center สามย่าน
33. อัมพร เลิศคัมภีร์ศิลป์: อายุ 34 ปี เจ้าของธุรกิจอุตสาหกรรมพลาสติก  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง

- 20 พฤศจิกายน 2548, โรงอาหารโรงเรียนอัสสัมชัญบางรัก
- 34. ดารัตน์ เหล่าอารีรัตน์: อายุ 20 ปี นักศึกษาคณะ international business management มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
  - 20 พฤศจิกายน 2548, ร้าน Koolibah U Center สามย่าน
- 35. สุรศักดิ์ บุญญากาศ: อายุ 26 ปี พนักงานบริษัทเอกชน  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
  - 27 พฤศจิกายน 2548, โรงอาหารคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 36. รัฐพล วงษ์เมธา: อายุ 28 ปี พนักงานบริษัทเอกชน  
สัมภาษณ์ จำนวน 2 ครั้ง
  - 6 กุมภาพันธ์ 2549, ร้าน KFC สาขาเซ็นทรัลพระราม 3
  - 26 มีนาคม 2549, ร้าน KFC สาขาเซ็นทรัลพระราม 3
- 37. อำนวย โงสว่าง: อายุ 27 ปี พนักงานบริษัทเอกชน  
สัมภาษณ์ จำนวน 2 ครั้ง
  - 12 กุมภาพันธ์ 2549, ร้าน KFC สาขาเซ็นทรัลพระราม 3
  - 26 มีนาคม 2549, ร้าน KFC สาขาเซ็นทรัลพระราม 3
- 38. สมณมิตร ลักษณะปานทิพย์: อายุ 28 ปี พนักงานบริษัทเอกชน  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
  - 26 กุมภาพันธ์ 2549, ร้าน Koolibah U Center สามย่าน
- 39. ทองทศ สุขวัฒน์: อายุ 35 ปี พนักงานบริษัทเอกชน  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
  - 15 มีนาคม 2549, ร้าน Koolibah U Center สามย่าน
- 40. ธารณศิริ สำราญ: อายุ 23 ปี พนักงานบริษัทเอกชน  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
  - 11 กุมภาพันธ์ 2549, โรงอาหารคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการที่ผู้วิจัยได้เข้าไปทำการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมตั้งแต่วันที่ 10 เดือน กุมภาพันธ์ 2548 ถึง พฤศจิกายน 2548 รวมระยะเวลา 10 เดือน แต่การสัมภาษณ์แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจำนวน 40 คนนั้นผู้วิจัยได้เริ่มทำการสัมภาษณ์ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2548 เนื่องจากพบว่าเมื่อเริ่มเข้าเดือนที่ 9 ของการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมนี้ ผู้วิจัยมีความสนิทสนมคุ้นเคยกับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในระดับหนึ่ง จึงทำให้การนัดหมายและสัมภาษณ์เป็นไปได้อย่างขึ้น

ในการสัมภาษณ์นั้นผู้วิจัยได้ทำการนัดสัมภาษณ์แฟนเพลงทั้ง 40 คนตามสถานที่ต่างๆ ดังนี้ 1. ร้านอาหารในศูนย์การค้า 2. ห้องซ้อมดนตรี 3. มหาวิทยาลัย 4. บ้านพัก 5. งานคอนเสิร์ต โดยในการสัมภาษณ์นั้นจะทำการนัดหมายล่วงหน้ากับแฟนเพลงก่อนประมาณ 1 อาทิตย์ ส่วนใหญ่แล้วแฟนเพลงจะมากันเป็นกลุ่ม ซึ่งมีทั้งเพื่อนที่เป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกันและเป็นเพื่อนกลุ่มสังคมอื่นและจากนั้นก็แยกตัวมาให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์แฟนเพลงทีละ 1 คน เพื่อความราบรื่น เนื่องจากการสัมภาษณ์ตัวต่อตัวนั้นทำให้ผู้วิจัยซักถามประเด็นข้อสงสัยต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่องและสามารถปรับเปลี่ยนคำถามได้ตามต้องการ อีกทั้งยังเป็นการสร้างสมาธิในการตอบคำถามของผู้ให้สัมภาษณ์อีกด้วย ในการสัมภาษณ์แต่ละครั้งนั้นจะใช้เวลาประมาณ 40 นาที ถึง 1 ชั่วโมง 30 นาที โดยการสัมภาษณ์แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลทั้ง 40 คนนั้นจะมีการสัมภาษณ์แบบครั้งเดียวสำหรับผู้ที่ให้เวลาในการสัมภาษณ์มากและได้ประเด็นครบถ้วน และมีแฟนเพลงอีกส่วนหนึ่งที่ให้น้อยหรือขาดข้อมูลบางประการ ผู้วิจัยจึงติดต่อขอสัมภาษณ์เพิ่มเติมต่อไปเพื่อให้ได้ประเด็นที่สมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น

ในการสัมภาษณ์นั้นพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี แต่บางคนก็ป่วยเบี่ยงเนื่องจากยังไม่มีความคุ้นเคยกับผู้วิจัยเท่าที่ควร ผู้วิจัยจึงต้องทำความสนิทสนมคุ้นเคยต่อไประยะหนึ่งจึงทำการติดต่อขอสัมภาษณ์อีกครั้ง ในการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการและตลอดระยะเวลาที่เริ่มรู้จักและคุ้นเคยกันนั้น ผู้วิจัยพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นผู้ที่คุยสนุกสนานและเป็นกันเองทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการเป็นจำนวนมาก แต่เมื่อมีการสัมภาษณ์อย่างเจาะลึก ผู้วิจัยพบว่าแฟนเพลงหลายคนมีอาการประหม่าเมื่อเห็นว่าผู้วิจัยมีการขอถ่ายภาพ, จดบันทึก รวมไปถึงมีเครื่องบันทึกเสียง การสัมภาษณ์เป็นไปด้วยความไม่เป็นกันเอง ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเขินอายและทำให้การตอบคำถามเป็นไปได้อย่างไม่ราบรื่น ผู้วิจัยจึงแก้ปัญหาด้วยการสั่งอาหารมาทานพร้อมกัน โดยทำการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการก่อนที่จะค่อยๆ เริ่มเข้าประเด็นในการสัมภาษณ์ต่างๆ โดยที่ผู้วิจัยจะใช้ภาษาที่เป็นกันเองและมีการคุยนอกประเด็นบ้างเพื่อลดความเครียดในการตอบคำถาม ซึ่งทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์กล้าที่จะตอบคำถาม รวมไปถึงเล่ารายละเอียดต่างๆ มากยิ่งขึ้น

ในบางครั้งผู้วิจัยมีอาการประหม่าบ้างเช่นกันสำหรับการสัมภาษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างที่มาอยู่กับกลุ่มเพื่อนจำนวนมาก ทุกคนต่างให้ความสนใจกับการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจึงขอแยกสัมภาษณ์เป็นการส่วนตัวและเริ่มจากการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการเพื่อสร้างบรรยากาศความเป็นกันเอง ให้เกิดขึ้น การไปสัมภาษณ์ที่ห้องซ้อมดนตรี The Jam Music Station จรัญสนิทวงศ์ 12 และ Horizon ลาดพร้าว และที่บ้านพักของกลุ่มตัวอย่างเป็นอีกประการหนึ่งที่ทำให้ผู้วิจัยรู้สึกประหม่า

เนื่องจากเป็นสถานที่ที่ผู้วิจัยไม่คุ้นเคย แต่การสัมภาษณ์ก็เป็นไปได้ด้วยดีเนื่องจากการพยายามทำความเข้าใจกับบรรยากาศและกลุ่มตัวอย่างก่อนจะทำการสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์ที่ห้องซ้อมดนตรีนั้นผู้วิจัยและเพื่อนผู้วิจัยได้ร่วมซ้อมดนตรีกับกลุ่มตัวอย่างโดยเพื่อนของผู้วิจัยเป็นผู้ร้องเพลง และผู้วิจัยเป็นคนตีกลอง ด้วยความไม่ได้เป็นนักดนตรีทำให้เพลงที่ร่วมซ้อมกันนั้นล้มเหลวหลายต่อหลายครั้ง แต่กลับเป็นการสร้างรอยยิ้มและความขำขันให้เกิดขึ้นซึ่งเป็นส่วนช่วยในการลดความประหม่าของทั้งตัวผู้วิจัยและกลุ่มตัวอย่างเป็นอย่างมาก ในส่วนของการสัมภาษณ์ที่บ้านพักนั้นจะมีการเดินชมสถานที่ เล่นกับสัตว์เลี้ยง รวมถึงพูดคุยกับทางครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง ก่อนที่จะเริ่มทำการสัมภาษณ์อย่างจริงจัง สิ่งเหล่านี้ช่วยให้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นไปได้ด้วยดีและสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น

นอกจากนั้นแล้ว ผู้วิจัยยังติดต่อสื่อสารกันผ่านทางโปรแกรมสนทนาออนไลน์ โดยผู้วิจัยจะทำการสนทนาผ่านโปรแกรมสนทนาออนไลน์ (msn) เป็นประจำ ในช่วงแรกนั้นพบว่าผู้วิจัยจะเป็นผู้ที่เริ่มการสนทนากับแฟนเพลงก่อนทุกครั้ง และบทสนทนานั้นเป็นไปในลักษณะการถามตอบสั้นๆ แต่ระยะหลังพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะเป็นผู้เริ่มการสนทนาก่อนและบทสนทนานั้นจะมีความลึกซึ้งและยาวนานมากขึ้น มีการเล่าเรื่องราวในชีวิตประจำวันต่างๆซึ่งกันและกันอยู่เป็นประจำ นอกจากการสนทนาผ่านทางโปรแกรมสนทนาออนไลน์แล้ว ยังมีการติดต่อเพิ่มเติมผ่านทางโทรศัพท์และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ซึ่งสามารถให้ข้อมูลต่างๆที่ขาดตกบกพร่องไปหลังจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกได้เป็นอย่างดี อีกทั้งเป็นการสานต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้วิจัยและกลุ่มตัวอย่างให้ดียิ่งขึ้นไปด้วย

- ศิลปินเฮฟวีเมทัล จำนวน 6 คน

1. พิสุทธิ โล่ห์สีทอง นักดนตรีตำแหน่งผู้เล่นเบส วง Sweet Mullet  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง  
- 11 กุมภาพันธ์ 2549: ร้าน Starbuck สาขาสยามสแควร์
2. ยุทธเดช กุสโลปการะ, นักดนตรีตำแหน่งนักร้องนำวง Clone  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง  
- 29 ตุลาคม 2548: ศูนย์อาหาร สีลมคอมเพล็กซ์
3. นนทเดช บุรณะสิทธิพร, นักดนตรีตำแหน่งผู้เล่นกีตาร์วง Outro  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง  
- 15 ตุลาคม 2548: ร้าน Rock Pub ราชเทวี



4. ปกการ เกียรติภิญโญ, นักดนตรีตำแหน่งนักร้องนำวง Outro  
สัมภาษณ์ จำนวน 3 ครั้ง
  - 15 ตุลาคม 2548: ร้าน Rock Pub ราชเทวี
  - 11 กุมภาพันธ์ 2549: ร้าน Rock Pub ราชเทวี
  - 13 เมษายน 2549: ร้าน KFC สาขาสยามสแควร์
5. ธนกิจ ชำนาญปิยะชัย, นักดนตรีตำแหน่งผู้เล่นกลองวง Jealous  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
  - 13 เมษายน 2549: ร้าน KFC สาขาสยามสแควร์
6. เอกเพชร คงคาสุริยฉาย, นักดนตรีตำแหน่งนักร้องนำวง System Sucker  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
  - 11 กุมภาพันธ์ 2549: ร้าน Rock Pub ราชเทวี

ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ศิลปินเฮฟวีเมทัลโดยทำการนัดหมายล่วงหน้า การสัมภาษณ์  
ทุกครั้งนั้นเป็นการสัมภาษณ์หลังงานคอนเสิร์ตที่พวกเขาจัดการแสดงขึ้น โดยส่วนหนึ่งสัมภาษณ์  
บริเวณหน้าร้าน Rock pub ราชเทวี และอีกส่วนหนึ่งนั้นได้นั่งรถไฟฟ้าวร่วมกันเพื่อจะสัมภาษณ์ใน  
ร้านอาหารย่านสยามสแควร์ การสัมภาษณ์หลังงานคอนเสิร์ตจบลงนั้น เนื่องจากก่อนงานเริ่มนั้น  
ศิลปินจะไม่สะดวก เพราะต้องทำการซ้อมและนัดหมายกันในการแสดงกับผู้ร่วมงานคนอื่นๆ  
ศิลปินทุกคนให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี ปกการ เกียรติภิญโญ นักดนตรีตำแหน่ง  
นักร้องนำวง Outro เป็นคนเดียวที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ 3 ครั้ง นอกจากนั้นแล้วจะสัมภาษณ์  
ครั้งเดียวเท่านั้น โดยใช้เวลาสัมภาษณ์ศิลปินเฮฟวีเมทัลประมาณ 40 นาที ถึง 1 ชั่วโมง

- นักเขียนและผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรี จำนวน 7 คน
  1. จุมพล ทองตัน, อาจารย์พิเศษคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
    - 2 ธันวาคม 2547: บ้านพักซอยลาดพร้าว 87
  2. มาโนช พุฒตาล, ศิลปิน, นักจัดรายการ, นักเขียน  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
    - 28 มีนาคม 2549: บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด อาคาร จี เอ็ม เอ็ม แกรนด์มีเพลส
  3. ปิโยรส หลักคำ, หัวหน้ากองบรรณาธิการนิตยสาร Music Express  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง

- 4 ธันวาคม 2547: บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ลาดพร้าว 48
- 4. สุชน โชติธรรมวัฒนา, กองบรรณาธิการนิตยสาร Music Express  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
- 5 ธันวาคม 2547: ร้าน Starbuck สาขาเซ็นทรัลพระราม2
- 5. ฉัตรชัย สุสรดิษฐ์, หัวหน้ากองบรรณาธิการนิตยสาร Cherish the Darkness  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
- 22 กันยายน 2548: ร้าน Coffee World สาขามานูญครองเซ็นเตอร์
- 6. มนูญศักดิ์ ช่วยรอดหมด, นักวิจารณ์ดนตรีเฮฟวีเมทัล  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
- 7 มกราคม 2548: บริษัท อินสไพร์ เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด รามอินทรา 40
- 7. ปานเทพ สุนทรภัสส์, นักเขียนและนักวิจารณ์ดนตรีเฮฟวีเมทัลอิสระ  
สัมภาษณ์ จำนวน 1 ครั้ง
- 25 พฤศจิกายน 2548: ลานจอดรถร้าน Pump Up ย่านรัชดา

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์นักเขียนและผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีตั้งแต่ปี 2547 ซึ่งเป็นช่วงแรกของการทำวิจัย ต่อเนื่องมาถึงปี 2549 สถานที่ในการสัมภาษณ์นั้นส่วนใหญ่เป็นที่ทำงานของผู้ให้สัมภาษณ์ คือ บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด อาคาร จี เอ็ม เอ็ม แกรนด์เพลส, บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ลาดพร้าว 48 และ บริษัท อินสไพร์ เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด รามอินทรา 40 การสัมภาษณ์นั้นรวมไปถึงที่งานคอนเสิร์ต โดยสัมภาษณ์ที่ลานจอดรถร้าน Pump Up ย่านรัชดา อีกทั้งยังมีการนัดหมายขอสัมภาษณ์ในร้าน Coffee World สาขามานูญครองเซ็นเตอร์ และ Starbucks สาขาเซ็นทรัลพระราม2 ซึ่งเป็นสถานที่ที่สะดวกสำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ รวมไปถึงการสัมภาษณ์ที่บ้านพักของ อาจารย์จุมพล ทองตัน ซอยลาดพร้าว 87 โดยมีการนัดหมายก่อนล่วงหน้า ผู้ให้สัมภาษณ์ให้การร่วมมือเป็นอย่างดี การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีนี้ สัมภาษณ์คนละ 1 ครั้ง โดยมีระยะเวลาในการให้สัมภาษณ์ 40 นาที ถึง 1 ชั่วโมง

### 3.2.3 แหล่งข้อมูลภาคสนาม

สถานที่จัดแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินเฮฟวีเมทัลในกรุงเทพมหานครระหว่างเดือน  
กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 - พฤศจิกายน พ.ศ. 2548 จำนวน 14 ครั้ง

1. 22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 งาน New Core Session 2  
สถานที่ ร้าน Rock Pub ราชเทวี

2. 12 มีนาคม พ.ศ. 2548 งาน Silence Feat  
สถานที่ ปากน้ำสมุทรปราการ
3. 31 มีนาคม พ.ศ. 2548 งาน Banana Live Concert  
สถานที่ ร้านมักจี รัชดาซอย 4
4. 13 เมษายน พ.ศ. 2548 งาน Water War Concert  
สถานที่ ร้าน Immortal Bar ถนนข้าวสาร
5. 30 เมษายน พ.ศ. 2548 งาน Trilogy Rock Concert  
สถานที่ Impact Arena เมืองทองธานี
6. 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2548 งาน Holocaust Concert  
สถานที่ ร้าน Pure bar รัชดาซอย 4
7. 4 มิถุนายน พ.ศ. 2548 งาน Skull Banger 2 Uncover Pantera  
สถานที่ ร้าน Rock Pub ราชเทวี
8. 9 มิถุนายน พ.ศ. 2548 งาน Full Metal Romance  
สถานที่ ร้าน Halo Haloo บางกะปิ
9. 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 งาน Metal Party Metal Society Group  
สถานที่ ร้าน Windibber ทองหล่อ
10. 30 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 งาน Extreme Party  
สถานที่ ร้าน Rock Pub ราชเทวี
11. 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 งาน New Blood Party  
สถานที่ ร้าน Pump Up รัชดา
12. 18 กันยายน พ.ศ. 2548 งาน Opening Arize  
สถานที่ ร้าน Arize ทองหล่อ
13. 8 ตุลาคม พ.ศ. 2548 งาน Blood Dimmed Tide  
สถานที่ ร้าน Cafe Slumbo รัชดาซอย 4
14. 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2548 งาน Metal Breed 2005  
สถานที่ ร้าน Rock Pub ราชเทวี

#### 3.2.4 แหล่งข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ต

จาก home page และ website ต่างๆที่มีข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัล

### 3.3 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่างนี้ ผู้วิจัยใช้ตัวบุคคลหรือผู้ให้ข้อมูลเป็นแหล่งสำคัญในการสรรหาบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลที่ต้องการ และทำหน้าที่ชี้แนะผู้วิจัยไปยังบุคคลอื่น ๆ ต่อไปหรือที่เรียกว่า “การสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอลเทคนิค” (Snowball technique) ผลที่ได้รับจากการแนะนำนี้ทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงกลุ่มที่ต้องการได้ง่าย และสะดวกต่อการวิจัยด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และใช้ “เทคนิคเครือข่าย” (Network technique) โดยให้กลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นแนะนำบุคคลที่เกี่ยวข้องรู้จักคุ้นเคย หรืออยู่ในเครือข่ายเดียวกัน เพื่อให้ นักวิจัยได้ข้อมูลต่อไป

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่น่าสนใจในงานวิจัย โดยผู้วิจัยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากงานคอนเสิร์ตต่างๆ โดยทั้งหมดต้องเป็นคอนเสิร์ตของศิลปินแนวเฮฟวีเมทัล และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับดนตรีเฮฟวีเมทัล ทั้งนี้จะมีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยมีเกณฑ์เรื่อง 1. เพศ (หญิง และ ชาย) 2. ช่วงอายุ โดยแบ่งเป็น วัยเรียนมัธยม ,วัยเรียนมหาวิทยาลัย และ วัยทำงาน

ในการเลือกกรณีศึกษาสำหรับวิจัยแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล ผู้วิจัยใช้การเลือกกรณีศึกษาจากวิธีให้ผู้ให้ข้อมูลหลักเสนอชื่อผู้ที่จะให้ข้อมูลและใช้เป็นกรณีศึกษาต่อไปเป็นทอดๆ จากการสอบถามถึงลักษณะกรณีศึกษาที่มีลักษณะตามที่ต้องการวิจัยและให้ผู้เสนอข้อมูลแนะนำผู้วิจัยให้รู้จักกับกรณี ศึกษาที่ต้องการวิจัย เพื่อเป็นการลดความรู้สึกที่ไม่คุ้นเคย ความอาย และเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดี เพื่อเป็นประโยชน์ในการเก็บข้อมูลขั้นต่อไปได้อย่างราบรื่น สำหรับการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ที่คำนึงถึงเรื่องเพศและช่วงอายุก็เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

### 3.4 วิธีการเก็บข้อมูล

ตัวผู้วิจัยนับเป็นเครื่องมือสำคัญที่สุดในการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2533) เป็นการวิจัยที่ต้องใช้ตัวผู้วิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยจะมีอุปกรณ์อื่นๆในการบันทึกข้อมูล อาทิ สมุดโน้ต เทปบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป โดยเป้าหมายสูงสุดได้แก่ ข้อมูลที่มีความชัดเจน ถูกต้อง ทั้งนี้ผู้วิจัยจะกำหนดบทบาทของตนเองในฐานะ “คนใน” หมายถึงผู้วิจัยจะทำตนเป็นเสมือนกลุ่มเป้าหมาย โดยการจะเข้าไปร่วมงานคอนเสิร์ตของศิลปินเฮฟวีเมทัลทั้งหมดของไทยและต่างประเทศ รวมถึงเข้าร่วมงานกิจกรรมพบปะสังสรรค์ของแฟนเพลงตามสถานที่ต่างๆ

เป็นเวลา 10 เดือน การที่นักวิจัยทำตนเสมือนคนในหมู่เป้าหมายนั้นจะทำให้เข้าใจประเด็นต่างๆ ผ่านสายตา มุมมอง ทักษะ และระบบวิธีคิดของกลุ่มเป้าหมาย ในอีกด้านหนึ่งผู้วิจัยยังทำตนเป็นเสมือน “คนนอก” ซึ่งก็คือเป็นบุคคลที่อยู่นอกพื้นที่เป้าหมาย แต่สนใจเข้าใจและเห็นภาพรวมของกระบวนการสื่อสารในพื้นที่เป้าหมาย โดยเฉพาะความเชื่อมโยงระหว่างการสื่อสารของกลุ่มเป้าหมายในบริบทสังคม

การเก็บข้อมูลหลัก 3 วิธี คือ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

### 3.4.1 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)

วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยผู้วิจัยจะเข้าไปสังเกตเข้าไปใช้ชีวิตร่วมกับกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลตามงานคอนเสิร์ตของศิลปินเฮฟวีเมทัลต่างๆ ทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ ซึ่งพบว่าแฟนเพลงจะแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มกลุ่ม คือ 1. กลุ่มที่ทำการเซิร์ฟและแท็ค 2. กลุ่มที่ทำการสะบัดหัวและแท็ค 3. กลุ่มที่สะบัดหัวอย่างเดียว 4. กลุ่มที่ทำการยืนชมเฉยๆ โดยไม่มีปฏิกิริยาอะไร ในกลุ่มที่ทำการยืนชมเฉยๆ ด้านหลังสุดนั้นเป็นกลุ่มที่ผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย รวมทั้งทำกิจกรรมในงานรวมตัวพบปะสังสรรค์ของบรรดาแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล โดยสังเกตตั้งแต่ก่อนเริ่มงานว่าพวกเขามีลักษณะรูปลักษณ์ภายนอกอย่างไร มากันอย่างไร และสังเกตในระหว่างการดูคอนเสิร์ตหรือทำกิจกรรม รวมไปถึงสังเกตในเวลาทำงานนั้นๆ จบลงว่าพวกเขาทำอะไรกันต่อหลังจากงานจบบ้าง

ในการสังเกตแบบมีส่วนร่วมนั้นผู้วิจัยจะทำการจดบันทึกภาคสนาม (Fieldnotes) พร้อมทั้งกล้องถ่ายรูป เพื่อให้คุณภาพในการสังเกตดียิ่งขึ้นโดยในระหว่างการสังเกตนั้นจะทำการบันทึกย่อข้อความที่สำคัญๆ จากนั้นผู้วิจัยจะให้เวลากับการทำบันทึกภาคสนามโดยจะจัดเวลาให้เฉพาะเป็นพิเศษวันละ 1-2 ชั่วโมง เพื่อบันทึกเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

1. เป็นการจดบันทึกที่สังเกตได้จากความเป็นจริง บรรยายอย่างละเอียดถึงสิ่งแวดล้อม สถานที่ บุคคล เหตุการณ์ คำพูดการกระทำ พฤติกรรมต่างๆ ว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร เมื่อไร กับใคร ทำไม ดังนั้นข้อมูลส่วนนี้จะไม่มีการตีความ



2. เป็นส่วนที่ดีความเบื้องต้นโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีของงานวิจัยชิ้นนี้เป็นส่วนประกอบโดยแสดงความคิดเห็น เน้นความหมายให้ชัดเจนและสร้างสมมติฐานชั่วคราว
3. เป็นการกล่าวถึงระเบียบวิจัย ผู้วิจัยจะบันทึกถึงวิธีการที่ตนได้ใช้ความสำเร็จหรือความบกพร่องในการสังเกต ความรู้สึกส่วนตัวของผู้วิจัย ปฏิบัติการของผู้ถูกสังเกต ตลอดจนข้อมูลที่ตกหล่นขาดไป

### 3.4.2 การสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ ( Informal Conversation)

ผู้วิจัยจะทำการซักถามพูดคุยในช่วงเวลาต่างๆทั้งในงานคอนเสิร์ตและการทำกิจกรรมต่างๆของกลุ่มแฟนเพลง รวมไปถึงช่วงเวลาว่างที่กลุ่มเป้าหมายสะดวกในการพูดคุยกัน ทั้งนี้ผู้เริ่มหัวข้อสนทนาอาจเป็นผู้วิจัยเองหรือเป็นตัวแฟนเพลงเองก็ได้ การสนทนาอย่างไม่เป็นทางการนี้อาจเป็นไปได้ในลักษณะผู้วิจัยกับแฟนเพลงเพียงหนึ่งคน หรือในลักษณะผู้วิจัยกับกลุ่มแฟนเพลงก็ได้ การพูดคุยกันตัวต่อตัวนั้นจะทำให้แฟนเพลงกล้าเล่าเรื่องต่างๆได้อย่างละเอียด แต่การพูดคุยเป็นกลุ่มใหญ่นั้นก็จะทำให้เราเข้าใจถึงปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่ม และเครือข่ายในกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลได้

### 3.4.3 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ในช่วงแรกของการเก็บข้อมูลจากผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นการทำความรู้จัก และสร้างความสนิทสนม เมื่อมีการติดต่อกันในครั้งต่อไปจึงใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในการทำความเข้าใจถึงมุมมองของผู้ถูกสัมภาษณ์จำนวน 40 คนเพื่อเป็นการถ่ายทอดประสบการณ์ต่างๆหรือสถานที่ต่างๆที่ไม่สามารถเข้าไปสังเกตได้โดยมีประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ ดังนี้

#### 3.4.3.1 สภาพชีวิตความเป็นอยู่

- ภูมิหลังทางสังคม
- สภาพการทำงาน/การเรียน
- ลักษณะการใช้เวลาว่าง
- งานอดิเรก
- ความคิดและทัศนคติในเรื่องต่างๆ

### 3.4.3.2 ดนตรีเฮฟวีเมทัล

- ระยะเวลาในการฟังดนตรีเฮฟวีเมทัล
- ความรู้สึกที่ได้จากการฟังดนตรีเฮฟวีเมทัล
- เหตุผลในการฟังดนตรีเฮฟวีเมทัล
- ประโยชน์ที่ได้จากการฟังดนตรีเฮฟวีเมทัล

### 3.4.3.3 การรวมกลุ่ม

- ความถี่ในการรวมกลุ่ม
- การติดต่อสื่อสารภายในกลุ่ม
- การทำกิจกรรมในกลุ่ม
- ความต้องการในการรวมกลุ่ม
- ประโยชน์ที่ได้รับจากการรวมกลุ่ม
- ข้อจำกัดในการสื่อสารภายในกลุ่มและวิธีแก้ไข
- สภาพความเป็นจริงในการสื่อสารภายในกลุ่ม
- กระบวนการในการรวมกลุ่ม

### 3.4.3.4 การเปิดรับสื่อมวลชน

- รายการวิทยุที่เปิดรับ
- รายการโทรทัศน์ที่เปิดรับ
- นิตยสารที่เปิดรับ
- เว็บไซต์ที่เปิดรับ
- ช่องทางอื่นๆในการเปิดรับ
- ความถี่ในการเปิดรับ
- จุดมุ่งหมายในการเปิดรับ

## 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้วางหลักในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- 3.5.1 วิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้มาจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยวิเคราะห์ในด้าน  
เครือข่ายการสื่อสาร การรวมกลุ่ม พฤติกรรมต่างๆของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

- 3.5.2 วิเคราะห์การสร้างแบบแผนจากการศึกษาจากพฤติกรรมที่มีความซ้ำกันจากการสังเกต การณ์แบบมีส่วนร่วมทั้ง 14 ครั้ง
- 3.5.3 วิเคราะห์โดยการใช้การตีความจาก text ซึ่งหมายถึงการแต่งหน้า การแต่งกาย และรวมถึงเครื่องประดับ
- 3.5.4 เเคราะห์จากบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์ โดยวิเคราะห์ในด้านปัจจัยต่างๆที่ทำให้ชื่นชอบดนตรีเฮฟวีเมทัลรูปแบบการเปิดรับสื่อรูปแบบการรวมกลุ่ม รวมทั้งลักษณะของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล
- 3.5.5 วิเคราะห์จากบทสนทนาอย่างไม่เป็นทางการโดยวิเคราะห์ในด้านปัจจัยต่างๆที่ทำให้ชื่นชอบดนตรีเฮฟวีเมทัล สภาพชีวิตความเป็นอยู่ การเปิดรับสื่อ และการรวมกลุ่มทำกิจกรรมต่างๆ

### 3.6 การนำเสนอผลการวิจัย

ผู้วิจัยจะนำเสนอผลจากการศึกษาวิเคราะห์ “ชีวิตวัฒนธรรมของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย” โดยแบ่งการเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น ส่วนดังนี้

- 3.6.1 นำเสนอข้อมูลของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในด้านลักษณะทางประชากรและลักษณะอื่นๆของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย
- 3.6.2 นำเสนอข้อมูลของการรวมกลุ่มและเครือข่ายการสื่อสารของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย
- 3.6.3 นำเสนอปัจจัยด้านต่างๆที่มีผลต่อการฟังเพลงเฮฟวีเมทัลของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย
- 3.6.4 นำเสนอการเปิดรับสื่อการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลกับกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

## บทที่ 4

### ลักษณะกลุ่มและการรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

ดนตรีเฮฟวีเมทัลเป็นดนตรีที่มีลักษณะเข้มข้น หนักหน่วง รุนแรง มีจังหวะที่ดูเด็ด และเร่งเร้า ทำให้ดนตรีแนวนี้เปรียบเสมือนแนวดนตรีของพวกหัวรั้น พวกกบฏ ที่ไม่ยึดติดกับกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่สังคมกำหนดเอาไว้ ด้วยเหตุนี้เองดนตรีแนวดังกล่าวจึงเป็นที่ชื่นชอบและเป็นแนวเพลงที่ทรงอิทธิพลต่อผู้ฟัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มคนฟังที่เป็นวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่อยากรู้ อยากรู้อะไร ชอบลอง ชอบท้าทาย และชอบแหกกฎ มีภาพลักษณ์ในสายตาคนทั่วไปว่าเป็นพวกหัวรั้น หรือพวกกบฏ พวกต่อต้านสังคม (<http://www.music499.com>, 26 ก.ย. 2547)

สำหรับประเทศไทยนั้น ดนตรีแนวนี้เริ่มเข้ามาในสมัยสงครามเวียดนาม ในบริเวณค่ายทหารสหรัฐที่ตั้งอยู่กระจายทั่วประเทศไทยได้แก่ สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต นครศรีธรรมราช และฐานทัพที่จังหวัดอุดรธานี อุบลราชธานี ลพบุรี พิษณุโลก และลำปาง เป็นต้น บริเวณค่ายต่างๆนั้นจะมีบาร์และไนต์คลับที่มีวงดนตรีเล่นประจำเพื่อให้ทหารได้พักผ่อนในยามว่างจากการทำสงครามซึ่งวงดนตรีเหล่านั้นก็เป็นทั้งวงดนตรีที่มีสมาชิกเป็นคนอเมริกัน และวงดนตรีที่มีสมาชิกเป็นคนไทยที่เล่นดนตรีเลียนแบบดนตรีร็อกอเมริกันอยู่เป็นจำนวนมาก

ด้วยจังหวะและทำนองที่เร้าใจและสนุกสนานของดนตรีร็อก ทำให้วัยรุ่นของไทยในสมัยนั้นเริ่มหลงใหลในดนตรีร็อกมากขึ้นจนกระทั่งในปี 2522 รัฐบาลไทยได้ออกกฎหมายลิขสิทธิ์เกี่ยวกับเพลงมาบังคับใช้ ทำให้ศิลปินไทยเริ่มต้นตัวหันมาแต่งเพลงที่มีรูปแบบแตกต่างและหลากหลายมากขึ้นและในช่วงเวลาดังกล่าวนี้เองที่วงดนตรีร็อกของคนไทยหลายๆ วงได้ถือกำเนิดขึ้นมาเช่น วงเนื้อกับหนัง ไมโคร ร็อกเคสตรา อัลนี่-วสันต์ โชติกุล คาราบาว ธเนศ วรากุลนุเคราะห์ และเมื่อดนตรีร็อกได้รับการยอมรับมากขึ้น มันจึงเกิดพัฒนาการขึ้นเป็นลำดับจนกระทั่งมีวงเฮฟวีเมทัลเกิดขึ้นวงแรกคือ วงดิโอฟาร์โพรเจกต์ซึ่งต่อมามีสมาชิกบางส่วนออกมาทำวงใหม่ที่มีชื่อว่า หินเหล็กไฟ และอัลบั้มชุดนี้ก็ได้รับความนิยมอย่างสูงมียอดขายของเทปสูงสุดเป็นประวัติการณ์ของวงการเพลงร็อก (ลำเนา เขียมสะอาด, 2539)

ดนตรีร็อกเฮฟวีเมทัลนั้นเป็นที่นิยมกันในเมืองไทยในช่วงเวลา พ.ศ.2512-2516 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ค่ายทหารสหรัฐอเมริกายังตั้งฐานทัพอยู่ ในขณะเดียวกันนั้น นอกจากการแสดงเพลงร็อกจะเป็นที่นิยมกันแล้ว ชื่อของดนตรีร็อกก็ยังมีรายการวิทยุหลายรายการที่เปิดเพลงสากลและเพลงร็อกแนวเฮฟวีเมทัลด้วย เช่น รายการ I.S. Song Hit ของเล็ก วงศ์สว่าง รายการ Top

Teen Talent และรายการ Heavy Hot Hot ของวิทยุ วทัญญู เป็นต้น (มาโนช พุฒตาล, สัมภาษณ์ , 28 มีนาคม 2549) มีแฟนเพลงที่นิยมฟังและเล่นดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลอยู่เป็นจำนวนมาก ดนตรีร็อกเริ่มขยายวงออกจากรูปร่างทิวทัศน์รัฐผู้สังคมนิยมไทย นอกจากมีการแสดงกันตามบาร์และไนท์คลับแล้วยังนิยมเล่นกันตามโรงภาพยนตร์, สถาบันการศึกษา และงานสังสรรค์ของกลุ่มวัยรุ่นตามที่ต่างๆ (ประสิทธิ์ ชำนาญไพร, 2536)

ดนตรีเฮฟวีเมทัลซบเซาลงและถูกแทนที่ด้วยดนตรีดีสโก้และดนตรีเพื่อชีวิตหลังจากที่ฐานทัพทหารสหรัฐกลับไปที่ค่ายเพลงที่ชื่นชอบดนตรีเฮฟวีเมทัลนั้นยังคงมีอยู่แต่ไม่ได้มีการรวมกลุ่มกันอย่างเด่นชัด แต่กลับมีงานเพลงแนวเฮฟวีเมทัลได้ดินออกขายอยู่เป็นระยะ วงที่มีชื่อเสียงในช่วงนั้นคือวง ดอนผีบิน ซึ่งเป็นวงที่สามารถรวมกลุ่มผู้ฟังเฮฟวีเมทัลได้ มีการจัดการแสดงเล็กๆขึ้นเป็นระยะ มีวงใหม่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง วงการเฮฟวีเมทัลดูเหมือนจะตายหายไปจากสังคมไทย แต่ยังมีคลื่นใต้น้ำที่เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบดนตรีเฮฟวีเมทัลที่ยังคงมีการรวมตัวเล็กๆเสมอมา (มาโนช พุฒตาล, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2549)

ถึงแม้ว่าดนตรีเฮฟวีเมทัลจะไม่ใช่นคริระแสดหลัก แต่ดนตรีประเภทนี้ก็ยังสามารถอยู่ในประเทศไทยได้มาโดยตลอด มีวงเฮฟวีเมทัลเกิดขึ้นใหม่หลายวง มีเทศกาลงานคอนเสิร์ตอย่างสม่ำเสมอที่จัดขึ้นทุกปี เช่น Metal Madness, God Beheading Live Ritual, Underground D.I.Y Show, Justice Assault Concert Rock Fest, Advisory Dark Night Party, Territory Metal Fest, Hard Music for Hard People เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า ถึงแม้ดนตรีเฮฟวีเมทัลจะไม่ใช่นคริระแสดหลัก แต่ก็มีคนให้การตอบรับดนตรีแนวนี้ไม่น้อย

ดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลนั้นถือเป็นดนตรีที่มีผู้ฟังเฉพาะกลุ่ม ไม่ใช่ดนตรีในกระแสหลักดังที่จำนวนผู้ฟังหรือแฟนเพลงจึงมีจำนวนไม่มากนักและกระจายเช่นเดียวกับแฟนเพลงดนตรีนอกระแสดังกล่าว แต่ลักษณะพิเศษของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลอย่างหนึ่งคือ แฟนเพลงกลุ่มนี้มีการรวมตัวกันบ่อยครั้ง ซึ่งการรวมตัวนี้ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการชมคอนเสิร์ตแนวเฮฟวีเมทัลที่มีการจัดขึ้นเป็นประจำ ทำให้กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนี้เป็นกลุ่มก้อนมากกว่าแฟนเพลงดนตรีนอกระแสดังกล่าวเห็นได้ชัด

ภาพลักษณ์ของดนตรีร็อกในประเทศไทยมักจะเป็นในแง่ลบเสียส่วนใหญ่ เช่น เป็นดนตรีที่เสียงดัง ก้าวร้าว ขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย เมื่อมีการแสดงดนตรีร็อกขึ้นที่ใดก็มักจะมีการทะเลาะวิวาทขึ้นเสมอ (วิรัช อยู่ถาวร, 2530) ภาพลักษณ์ในทางลบดังกล่าวนี้มีมาตั้งแต่ในอดีต



จนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะภาพรวมของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นเป็นไปในทางลบ เนื่องจากภาพลักษณ์ที่ดูน่ากลัวมากกว่าดนตรีแนวร็อกปกติ การแสดงออกที่บ่งบอกถึงความก้าวร้าวรุนแรง ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจว่ากลุ่มคนเหล่านี้มีลักษณะอย่างไร เป็นบุคคลกลุ่มใด แบบใดในสังคม รวมไปถึงการรวมกลุ่มของพวกเขาเหล่านั้นด้วย

จากการศึกษาเรื่อง “ชีวิตวัฒนธรรมแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย” ในบทนี้ผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงลักษณะแฟนเพลง กลุ่มแฟนเพลง และการรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ในประเด็นต่างๆดังต่อไปนี้คือ

- 4.1 ลักษณะของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย
- 4.2 ลักษณะกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล
- 4.3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่ม
- 4.4 การรวมกลุ่มทำให้เกิดการทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน
- 4.5 เครือข่ายแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

#### 4.1 ลักษณะของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

##### 4.1.1 ลักษณะทางประชากร

เนื่องจากการรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลตามงานคอนเสิร์ตต่างๆนี้เป็นการรวมกลุ่มในวงจำกัด และมีจำนวนแฟนเพลงไม่มากนักเมื่อเทียบกับแฟนเพลงกระแสหลักในประเทศไทย ดนตรีกระแสหลักที่เป็นที่นิยมนั้น จะมีแฟนเพลงที่เห็นภาพตัวตนที่ชัดเจนเนื่องจากได้รับการเผยแพร่จากสื่อโทรทัศน์อยู่เป็นประจำ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมอะไรที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน ทั้งการถ่ายทอดการแสดงคอนเสิร์ต การออกกรายการวาไรตี้ต่างๆ ภาพของแฟนเพลงมักจะได้รับถ่ายทอดผ่านสื่อด้วยเช่นกัน ดังนั้นเราจะคุ้นเคยและรับรู้ภาพของแฟนเพลงศิลปินที่เป็นที่นิยมกันโดยทั่วไป เช่น แฟนเพลงของ พิล์ม รัฐภูมิ เราจะคุ้นเคยภาพแฟนเพลงที่เป็นวัยรุ่นเพศหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นมัธยมศึกษา และอุดมศึกษา หรือแฟนเพลงคาราบาวที่เราจะคุ้นเคยในภาพของชนชั้นแรงงาน เป็นต้น

แต่สำหรับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเองนั้นยังไม่มีภาพที่ชัดเจน เนื่องจากไม่มีสื่อให้ความสนใจที่จะเผยแพร่กิจกรรมต่างๆของพวกเขา ซึ่งต่างกับดนตรีแนวอื่นที่มีการถ่ายทอดการแสดง

คอนเสิร์ตอยู่บ่อยครั้ง อีกทั้งภาพของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นจะออกมาอย่างฉิวเฉียดจากรูปลักษณ์ภายนอกเท่านั้น ภาพลักษณ์ของความน่ากลัว ความดุร้าย ความรุนแรงตามจังหวะและท่วงทำนอง ทำให้คนภายนอกนั้นต่างก็สรุปกันว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นบุคคลที่โหดร้าย น่ากลัว ชอบใช้ความรุนแรง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาลักษณะทางประชากรของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย โดยการวิเคราะห์จากพฤติกรรมซ้ำที่ได้จากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลทั้ง 14 ครั้ง การสนทนาอย่างไม่เป็นทางการและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อให้ได้ทราบว่าแฟนเพลงกลุ่มนี้เป็นใครในสังคม มีลักษณะต่างๆอย่างไรบ้าง เพื่อความกระจ่างในตัวตนของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องลักษณะทางประชากรของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย จากการที่มานิช พุดตาล นักเขียนและผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีเฮฟวีเมทัล ได้กล่าวไว้ว่า ประเทศไทยมีแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล ประมาณ 50,000 คน (มานิช พุดตาล, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2549) ผู้วิจัยได้ทำเลือกสัมภาษณ์แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยจำนวน 40 คน เพื่อมาทำการศึกษาถึง ลักษณะต่างๆของแฟนเพลง ดังต่อไปนี้

1. เพศ / อายุ
2. สถานภาพสมรส
3. การศึกษา
4. อาชีพ
5. สถานภาพทางการเงิน
6. งานอดิเรก
7. พื้นฐานครอบครัว

กลุ่มตัวอย่าง 40 คน

- |                          |                             |
|--------------------------|-----------------------------|
| 1. ชัยพงษ์ เกียรติภูมิไญ | 7. รัฐ จำปามูล              |
| 2. จักรกฤษณ์ องค์กรสะอาด | 8. สุไรกร ฉายศิริ           |
| 3. ตูน                   | 9. ทวีชากร อ่อนบัญญัติศิลป์ |
| 4. กำชัย พ่วงมหา         | 10. วรยุทธ โพธิ์เย็น        |
| 5. ชวิศ ราหุล            | 11. กীরติ นานาค             |
| 6. สุเมธ อุ่มสุข         | 12. ธีรภัทร์ นุชอาวรณ์      |

- |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|
| 13. นพพล แย้มน้อย          | 27. อำนวย ใจสว่าง          |
| 14. ธนพนธ์ ท้วมเสน         | 28. สมณมิตร ลักขณะปานทิพย์ |
| 15. อาร์ท สัมภาษณ์         | 29. ทองทศ สุขวัฒน์         |
| 16. ธเนศ กลิ่นสุวรรณ       | 30. วัชรภรณ์ ศิริจักรกรกุล |
| 17. เฉลิมพงษ์ ลือชัยราม    | 31. จินตนา แสงเอก          |
| 18. ฉัตรภา อุวิวัฒน์       | 32. ปิ่นมณี กุลวิษณะ       |
| 19. ดาร์ตน์ พานิช          | 33. สุนทรี สกุงงาม         |
| 20. ชาญวิทย์ แซ่อึ้ง       | 34. วิรงรอง พานพิเชษฐกุล   |
| 21. ยุทธพล เลิศอารีชาติ    | 35. ภูษณิศา เพ็ญจำรัส      |
| 22. สมภพ จันท์หอม          | 36. นลิน แก้วนิมิต         |
| 23. วิษณุพงศ์ เต่าทอง      | 37. ปารมี สุวรรณสิทธิ์     |
| 24. จักรกฤษณ์ แดงรัศมีโชติ | 38. อัมพร เลิศคัมภีร์ศิลป์ |
| 25. สุรศักดิ์ บุญญากาศ     | 39. ดาร์ตน์ เหล่าอารีรัตน์ |
| 26. รัฐพล วงษ์เมธา         | 40. ธารณศิริ สำราญ         |

ทั้งนี้การศึกษาลักษณะทางประชากรของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล เป็นไปเพื่อการทำความเข้าใจในตัวแฟนเพลงก่อนที่จะศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับกลุ่ม ลักษณะการรวมกลุ่ม และประเด็นอื่นๆต่อไป ผลการศึกษาลักษณะทางประชากรของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยพบว่า

#### 1. เพศ และ อายุ ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

เพศและอายุเป็นองค์ประกอบพื้นฐานในการทำความรู้จักและเข้าใจในตัวแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล เนื่องจากดนตรีที่มีความหนักหน่วงรุนแรง ภาพลักษณ์ที่ประกอบไปด้วยสีดำ การแสดงออกอย่างรุนแรงในขณะชมคอนเสิร์ต สิ่งเหล่านี้ทำให้หลายคนรวมทั้งตัวผู้วิจัยเองคิดว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นจะต้องมีแต่เพศชายที่เป็นวัยรุ่นเท่านั้น หรือถ้ามีเพศหญิงก็น่าจะเป็นจำนวนที่น้อยมาก เพราะเป็นการยากสำหรับเพศหญิงที่จะต้องทำตัวเองให้ดูดูต้นน่ากลัว และต้องทำกิจกรรมทั้งการแท็ค การเชียร์ฟ ร่วมกับเพศชาย สำหรับคนวัยกลางคนหรือคนที่ทำงานแล้วนั้นจะให้ความสนใจกับกิจกรรมรวมตัวเหล่านี้น้อยเนื่องจากเป็นกิจกรรมสำหรับวัยที่เหมาะสมกับวัยรุ่นมากกว่า

**ตารางที่ 1**  
**ตารางแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย จำแนกตามเพศ (คน)**

เพศ	จำนวน
ชาย	29
หญิง	11
รวม	40

**ตารางที่ 2**  
**ตารางแสดงช่วงอายุของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล จำแนกตามเพศ (คน)**

ช่วงอายุ (ปี)	ชาย	หญิง	รวม
16 – 25	16	8	24
26 - 35	10	3	13
36 - 41	3	0	3
รวม	29	11	40

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่องแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย และทำการแฝงตัวอยู่ในกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยเป็นเวลา 10 เดือน ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-พฤศจิกายน พ.ศ. 2548 ผู้วิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยจะเป็นเพศชาย ที่มีอายุประมาณ 16-25 ปี แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยกลุ่มนี้จะมีการไปร่วมงานคอนเสิร์ตที่จัดในแนวดนตรีเฮฟวีเมทัลเป็นประจำ ผู้วิจัยซึ่งก็ไปสังเกตการณ์ในงานคอนเสิร์ตที่จัดในแนวดนตรีเฮฟวีเมทัลเป็นประจำเช่นกัน พบว่า ส่วนใหญ่แล้วแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่มาร่วมในงานคอนเสิร์ตจะมีทั้งผู้ชายและผู้หญิง ในทุกๆงานนั้นจะพบผู้ชายมากกว่าผู้หญิงเป็นจำนวนมากพอสมควร ส่วนใหญ่แล้วผู้ชายจะคิดเป็นสัดส่วนประมาณสามต่อหนึ่ง

จากการสำรวจเรื่องเพศและอายุนั้นจึงพบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะประกอบไปด้วยทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยจะมีเพศชายในอัตราส่วนที่มากกว่า แต่จำนวนของแฟนเพลงที่เป็นเพศหญิงนั้นก็มิได้อยู่พอสมควร ไม่น้อยมากจนกระทั่งคิดเป็นอัตราส่วนไม่ได้ โดนสรุปแล้วนั้นคิดอัตราส่วนสามต่อหนึ่งดังที่กล่าวมาแล้ว นั้นแสดงให้เห็นว่าแนวเพลงเฮฟวีเมทัลที่ถือว่าเป็นดนตรีที่มีความรุนแรงและเหมาะกับเพศชายนั้นก็ได้รับความสนใจจากเพศหญิงจำนวนหนึ่งเช่นกัน

ในบรรดาตัวแปรทั้งหลายด้านประชากรนั้น ตัวแปร “อายุ” เป็นตัวแปรที่ค่อนข้างมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะแบบแผนความคิด ภูมิหลังและประสบการณ์ของบุคคลนั้น มักจะถูกกำหนดจากบริบทสังคมในช่วงเวลานั้นๆ อายุของผู้รับสารจึงสามารถช่วยบ่งชี้ได้ว่า “เขาเป็นคนรุ่นไหน” (generation) (กาญจนา แก้วเทพ, 2542)

สำหรับการสำรวจช่วงอายุหรือ generation ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นพบว่ามีความหลากหลายมาก ไม่ได้เป็นแนวดนตรีสำหรับกลุ่มผู้ฟังที่เป็นวัยรุ่นเท่านั้น จากการวิจัยพบว่าช่วงอายุของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้นแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ วัยรุ่น วัยทำงานและวัยกลางคน

- ช่วงวัยรุ่น อายุ 16-25 ปี: เป็นวัยที่กำลังศึกษาอยู่หรือเพิ่งจบการศึกษาจะเป็นแฟนเพลงส่วนใหญ่ที่พบในงานคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลทั่วไป
- ช่วงวัยทำงาน อายุ 26-35 ปี: เป็นกลุ่มแฟนเพลงที่กำลังทำงานอยู่ ซึ่งพบได้มากตามงานคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลเช่นกัน
- ช่วงวัยกลางคน อายุ 35 ปีขึ้นไป: เป็นกลุ่มแฟนเพลงที่ทำงานมานานแล้วเป็นผู้ใหญ่ซึ่งจะพบน้อยมากตามงานคอนเสิร์ตทั่วไปแต่จะพบการรวมกลุ่มกันของคนวัยนี้ตามงานคอนเสิร์ตที่สำคัญๆ เช่น งาน Trilogy Rock Concert, Slipknot Concert เป็นต้น

ผู้วิจัยได้เลือกแฟนเพลงจากทุกช่วงอายุเพื่อให้เห็นถึงประเด็นต่างๆ ในแง่มุมที่หลากหลายขึ้น แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเพศชาย 29 คนที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ จะมีอายุตั้งแต่ 16 ถึง 41 ปี สำหรับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเพศหญิง 11 คนที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์นี้จะมีอายุระหว่าง 18 ถึง 35 ปี จากการวิจัยจะพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นมีความหลากหลายทางด้านอายุมากพอสมควร ไม่ใช่มีแต่เฉพาะกลุ่มวัยรุ่นเพศชายเท่านั้น



## 2. สถานภาพสมรส ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

สถานภาพสมรสนั้นมีความสำคัญกับการมองภาพของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล เนื่องผู้ที่สมรสแล้วหรือมีครอบครัวแล้วนั้นอาจจะเป็นอุปสรรคกับการเป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลได้ เนื่องจากการเป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นเป็นสิ่งที่ต้องอาศัยกระบวนการกลุ่ม ต้องมีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนสมาชิกที่เป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกัน และต้องมีวิธีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างไปจากแฟนเพลงปกติทั่วไป ต้องมีการติดตามข่าวสารอยู่ตลอดเวลา ดนตรีเฮฟวีเมทัลนั้นถือเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตแฟนเพลง ดังนั้นถ้าชีวิตของแฟนเพลงไม่เข้าในวัฒนธรรมต่างๆเหล่านี้ ก็เป็นการยากที่จะทำให้แฟนเพลงคนนั้นก้าวมาเป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลได้อย่างเต็มตัว

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่องแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย และทำการแฝงตัวอยู่ในกลุ่มเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยในระยะเวลาที่ผ่านมา ผู้วิจัยพบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยส่วนใหญ่จะมีสถานภาพการสมรสเป็นโสด เพราะส่วนใหญ่อยู่อายุในช่วงวัยรุ่น แต่อย่างไรก็ตาม มีแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยหลายต่อหลายคน ที่มีแฟน หรือ คู่รัก ตามลักษณะของวัยรุ่นทั่วไป เพียงแต่ยังไม่ได้สมรส แต่พบแฟนเพลงที่มีครอบครัวแล้วอยู่บ้างเช่นกัน

จากการที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยจำนวน 40 คน ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่เป็นโสด ยังไม่ได้สมรส และ ยังไม่มีคู่รัก จำนวน 23 คน แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่มีแฟน หรือ คู่รัก จำนวน 15 คน และ แฟนเพลงที่มีสถานภาพสมรส แต่งงานแล้ว 2 คนซึ่งเป็นแฟนเพลงเพศหญิง 1 คน และเพศชาย 1 คน

ในจำนวนแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่มีแฟน หรือ คู่รัก จำนวน 15 คน จากแฟนหรือคู่รักของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลทั้ง 15 คน มี 10 คนที่มีแฟนของตนเอง ชอบเพลงแนวเฮฟวีเมทัลเหมือนกัน และผู้วิจัยพบว่า ส่วนมากคู่รักต่างฝ่าย ต่างก็จะชอบดนตรีเฮฟวีเมทัลมาก่อนที่จะเป็นแฟนกัน และมักจะสามารวมาร่วมกิจกรรมกันตามงานคอนเสิร์ตที่จัดในแนวดนตรีเฮฟวีเมทัล

สำหรับแฟนเพลงที่แต่งงานแล้วจำนวนสองคนนั้น คือ อัมพร เลิศคัมภีร์ศิลป์ และสมภพ จันทร์หอม โดยคู่สมรสของ อัมพร นั้นจะเป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกัน แต่สำหรับ สมภพนั้น คู่สมรสจะไม่ได้เป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล แต่มีความเข้าใจและยินดีที่จะให้สมภพเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆตามสมควร

“เมื่อก่อนก็ไปเป็นประจำนะ ไปด้วยกันนี่แหละ แต่เขาก็มีเพื่อนเขาพี่ก็มีเพื่อนพี่ แต่พอมีลูกก็ไปลำบากไม่มีคนเลี้ยงลูก เวลาไปก็ต้องผลัดๆกันไป เราไปงานเรา แฟนพี่ก็ไปงานเขา แบ่งๆ เลือกลงกันเอา” และยังได้กล่าวต่อไปอีกว่า “แฟนพี่นะไม่มีปัญหาห rokok ห่วงก็แต่ลูกนี่แหละบางทีก็ไม่ทันคิดเรื่องไปไหนนะเพราะต้องดูแล งานสำคัญๆเพื่อนจะโทรมาชวนเอง เราก็ตกลงกันว่าเอาไง อืมอย่างงั้นแหละ” (อัมพร เลิศคัมภีร์ศิลป์, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2549)

“ปัญหาอะไรห rokok พี่เขาไม่ว่า ห rokok ว่าก็เลิกกันไปนานแล้ว เขารู้จักพี่มาก่อนนะ รับได้ๆ มีบ่นบ้างเล็กน้อยๆ” จากนั้นผู้วิจัยได้ถามถึงความถี่ในการเข้าร่วมงานต่อไป สมภพกล่าวว่า “แต่ไปแล้วก็ไป ไม่มีปัญหา ไปน้อยลงบ้างนิดหน่อย แต่พอมีลูกแล้วนี่นานๆไปที่ กลัวเขาเลี้ยงคนเดียวเหนื่อย งอนอีกปล่อยให้เลี้ยงลูก แต่ก็ไปนะ น้อยลงแต่ก็ไป” (สมภพ จันทร์หอม, สัมภาษณ์, 9 ธันวาคม 2548)

สรุปแล้วทั้งคู่นั้นจะมีปัญหาทางครอบครัวกับการร่วมงานคอนเสิร์ต ทำให้การเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตต่าง ๆ นั้นน้อยลง เนื่องจากทั้งสองคนต่างมีลูกแล้ว ภาวะเรื่องลูกนั้นจึงเป็นภาระหนึ่งที่ทำให้เข้าร่วมการรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลได้ไม่เต็มที่ แต่สำหรับคู่สมรสนั้นต่างก็ยินยอมให้แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลทั้งสองคนเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตได้

สถานภาพสมรสนั้นไม่ได้สร้างปัญหาให้กับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วนั้นแฟนเพลงจะอยู่ในช่วงวัยรุ่นที่ยังไม่ได้สมรส คนที่มีแฟนที่เป็นชาวเฮฟวีเมทัลด้วยกันต่างก็เอื้อต่อการเข้าร่วมกลุ่ม และสำหรับคนที่มีแฟนที่ไม่ได้เป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นก็ไม่มีปัญหาต่อการใช้ชีวิตในวัฒนธรรมเฮฟวีเมทัลแต่อย่างใด เพียงแต่ต้องการการยอมรับในความเป็นเฮฟวีเมทัลเท่านั้น

### 3. การศึกษาของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

ตัวแปรเรื่องการศึกษา นั้น กาญจนา แก้วเทพ ได้เขียนถึงในหนังสือ “การวิเคราะห์สื่อแนวคิดและเทคนิค” ว่า ตัวแปรด้านการศึกษา นั้นจะสามารถศึกษาได้ในสองมิติ คือ ปริมาณการศึกษาที่ได้รับ และประเภทของสาขาวิชาที่เรียน ทั้งนี้เพราะทั้งสองมิตินั้นสามารถบ่งบอกลักษณะของผู้รับสาร และพฤติกรรมมารับสื่อได้

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่องแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย และทำการแ่งตัวอยู่ในกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล ผู้วิจัยพบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่นที่มีอายุประมาณ 16-25 ปี กำลังศึกษาอยู่ประมาณระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จนถึงระดับปริญญาตรี

### ตารางที่ 3

#### ตารางแสดงระดับการศึกษาของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล จำแนกตามเพศ (คน)

ระดับการศึกษา	ชาย	หญิง	รวม
มัธยมศึกษาตอนปลาย	2	2	4
อนุปริญญา (ปวส)	2	-	2
ปริญญาตรี	24	8	32
ปริญญาโท	1	1	2
รวม	29	11	40

และจากการที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เกี่ยวกับระดับการศึกษาแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยจำนวน 40 คน พบว่าระดับการศึกษาแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์มีทั้ง ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับสายวิชาชีพอย่าง ปวส. ระดับปริญญาตรี จนกระทั่งถึง ระดับปริญญาโท โดยแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่ผู้วิจัยได้ไปสัมภาษณ์ 40 คน พบว่า มีแฟนเพลงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปริญญาตรีและจบการศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีมากที่สุดถึง 32 คน นอกจากนั้นจะเป็นผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษา ระดับปวส. และ ระดับปริญญาโท

สำหรับสาขาวิชาที่เรียนนั้นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่ที่ผู้วิจัยได้ไปสัมภาษณ์นั้นยังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จะเรียนในมหาวิทยาลัยเอกชน เช่น มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยหอการค้า มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต ในสาขาวิชาทางด้านบริหารธุรกิจ และ วิศวกรรมศาสตร์ เป็นส่วนใหญ่แต่ก็ยังพบผู้ที่เรียนสาขาอื่นๆ อีกเช่น เศรษฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์

“การศึกษาของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นมีหลายระดับจริงๆ พบทุกแบบทั้ง ปวช. จนถึงระดับสูงๆ บางคนก็เรียนต่ออยู่เมืองนอก บางคนก็เรียนอยู่ต่างจังหวัด มีเยอะแยะมากมาย แต่คน

ที่มารวมกลุ่มนั้นส่วนใหญ่จะศึกษาอยู่ ปวช. ปวส. และปริญญาตรีมากที่สุดนะผมว่า” (ปานเทพ สุนทรภัสส์, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2548)

“จะตอบง่ายก็ง่ายนะ คือเหมือนคนทั่วไปครับ จะตอบยากก็ยากครับคือว่าเจาะจงไม่ได้ไป ผมว่ามันมีทุกแบบแหละครับ อ้อแต่ไม่เคยเจอดีออกเตอร์นะ แต่นอกนั้นเจอบรรดาและ คณะฯกัน ปตรีเยอะนะ แต่ก็ยังมีหมด คือมันแล้วแต่ว่าจะมองยังไง คือจะมองว่าแฟนเพลงเป็นคนมีการศึกษาน้อยนะ เอะไปดูมันก็มี บางคนบอกไม่จริงนะการศึกษาสูง ไปดูมันก็มี” จากนั้นผู้วิจัยยังถามถึงสัดส่วนของแฟนเพลงในระดับต่างๆ นนทเดช ให้คำตอบว่า “ผมอยู่ในวงการนี้มานานนะครับ ผมว่าการศึกษาเนี่ยมันก็ยากนะที่จะจัดลำดับนะ ผมว่ามันก็คละๆกันไปมากกว่า” (นนทเดช บุรณะ สิทธิพร, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2548)

จากการสำรวจด้านการศึกษานั้นพบว่า ระดับการศึกษาของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นมีความหลากหลายมากมายเช่นเดียวกัน ซึ่งมีตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษา ปวส ปริญญาตรี และปริญญาโท แต่พบมากที่สุดคือระดับชั้นปริญญาตรี รวมทั้งสาขาวิชาที่เรียนนั้นก็มีความหลากหลายเช่นเดียวกัน

#### 4. อาชีพของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

อาชีพของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นเป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่ถูกผู้วิจัยได้ทำการสำรวจ เนื่องจากอาจจะยังเป็นที่สงสัยว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่มีภาพลักษณ์น่ากลัว ดุดัน และมีพฤติกรรมที่เป็นที่ขัดสายตาประชาชนโดยทั่วไปนั้นจริงๆแล้วเป็นกลุ่มคนที่มีอาชีพอะไร ทำงานอะไรกันบ้าง ซึ่งตัวแปรอาชีพนั้นก็เป็ผลต่อเนื่องมาจากการศึกษา จากการสำรวจด้านตัวแปรการศึกษาพบว่ามีความหลากหลายมากมายทั้งทางด้านระดับการศึกษา และสาขาวิชาที่เรียน ดังนั้นอาชีพของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้น จึงเป็นอาชีพที่แตกต่างกันมากมายเช่นกัน

จากการทำการเฝ้าตัวอยู่ในกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยเป็นเวลา 10 เดือน อีกทั้งจากการสัมภาษณ์จากบุคคลต่าง ๆ นั้น ผู้วิจัยพบว่า แฟนเพลงส่วนใหญ่ยังไม่มีอาชีพ เพราะแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นที่กำลังอยู่ในช่วงศึกษาเล่าเรียนอยู่ แต่ก็พบว่า มีแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลบางคนที่กำลังศึกษาอยู่และมีการประกอบอาชีพเล็กๆน้อยๆ อย่างการเปิดทำขายของทำงาน Part Time ตามร้านอาหารต่างๆ เป็นอาจารย์พิเศษสอนเล่นเครื่องดนตรีประเภทต่างๆ เช่น กลอง และกีตาร์ เป็นต้น

#### ตารางที่ 4

##### ตารางแสดงลักษณะอาชีพของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล จำแนกตามเพศ (คน)

ลักษณะอาชีพ	ชาย	หญิง	รวม
นักศึกษา	13	6	19
พนักงานบริษัทเอกชน	12	4	16
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4	1	5
รวม	29	11	40

จากตารางที่ 4 พบว่าส่วนใหญ่แล้วแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่จบการศึกษาแล้วนั้นจะมีอาชีพเป็นลูกจ้างของบริษัทเอกชนทั่วไป และมีบางส่วนที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวซึ่งก็มีธุรกิจที่หลากหลาย เช่น เปิดฟิตเนส เปิดร้านขายของ เปิดร้านเกมส์ เปิดร้านขายยา เปิดร้านขายเครื่องสำอางภัณฑ์ เป็นต้น

“อาชีพหรือผมไม่เจอแบบพยาบาล นักการเมือง หรือว่าทนายความนะ แต่คือว่า มันไม่มีอาชีพ ที่มีเฉพาะชาว เฮฟวีเมทัลที่ทำ เพราะส่วนใหญ่มันก็เลือกไม่ได้อยู่แล้ว เป็นไปตามระบบนะ ใครจะอะไรก็เป็นแบบนั้น ใครมีโอกาสทำในสิ่งที่อยากทำก็ถือว่าโชคดีไป” (ปานเทพ สุนทรภัสส์, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2548)

“ถ้าเลือกได้ผมว่าเขาไม่อยากจะมาเป็นพนักงานออฟฟิศหรอกครับ ก็ปกตินะ ใครๆก็ไม่อยากเป็น อาชีพไหนหลากหลายครับ ให้อธิบายว่า เขาจะทำอะไรมันเป็นอีกเรื่องหนึ่ง แต่เรื่องที่เขาอยากเป็นอะไรมันก็อีกเรื่องหนึ่ง และให้อธิบายที่อยากจะทำเป็นอาชีพจริงๆนั้นมันไม่ได้เสมอไป” (พิสุทธิ โล่ห์ทอง, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2549)

พิสุทธิ โล่ห์ทอง มีความเห็นว่าอาชีพของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นไม่ได้เป็นไปตามที่แฟนเพลงต้องการจริงๆ แต่เป็นไปตามระบบสังคมและโอกาสมากกว่า ผู้วิจัยพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลหลายคนมีความฝันเรื่องอาชีพแตกต่างไปจากความเป็นจริง แต่พวกเขาเลือกที่จําำนำสิ่งเหล่านั้นเป็นอาชีพเสริม



“ทำงานด้านการตลาดครับ ตรงกับที่เรียนมา ก็ชอบนะครับ แต่เอาจริงๆอยากทำหนังสือท่องเที่ยวนะ น่าจะได้เที่ยว ได้ถ่ายรูป” เมื่อพูดถึงอาชีพเสริม อำนวย กล่าวว่า “ชอบถ่ายรูปครับ ไปไหนก็ถ่ายไว้ แล้วก็เลือกรูปสวยๆมาทำโป๊พโต้ช้อปหน่อย บรีนเป็นโป๊สการ์ดขายได้ ขายที่ข้าวสาร ทำพระอาทิตย์ ทำพระจันทร์ แล้วก็ฝากขายร้านเพื่อน” (อำนวย โง้วว่าง, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2549)

“เรียนอยู่ครับแต่ทำงานไปด้วย สอนเล่นกีตาร์เงินก็ได้แคร์อะไรหอกครับ แต่มันมีความสุขดี ชอบเล่นกีตาร์อยู่แล้ว สอนคนได้ตั้งค้ค้โอเค สอนฟรีก็เอาครับมันไม่มีอะไรเสียเลย เอามันส์มากกว่า” (สุเมธ อุ่มสุข, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

“เล่นดนตรีตามร้านอาหารครับผม แต่ไม่ได้เล่นเพลงเมทัลนะ เล่นเพลงอคูสติค เบาๆก็ดีครับรักดนตรีเล่นอะไรก็ได้ไม่จำเป็น มันก็มีความสุขทั้งนั้นละครับ ได้เงินไม่เยอะ เยอะที่ไหน เยอะก็ลาออกแล้ว เล่นเพราะอยากเล่น แค่น้ำมันก็หมดแล้ว” (ตุน, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2549)

อย่างที่กล่าวมาแล้วว่าอาชีพของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นมีหลากหลายทั้งพนักงานบริษัท เอกชน ทำธุรกิจส่วนตัว ฯลฯ แต่ก็ยังพบว่าคนที่ทำงานประจำนั้นมักจะมีรายได้เสริมเป็นอาชีพต่างๆ เช่น รับออกแบบเว็บไซต์ รับถ่ายภาพ ขายของ สอนพิเศษเครื่องดนตรีชนิดต่างๆ และ เล่นดนตรี ตามร้านอาหารต่างๆ ซึ่งงานเหล่านี้เป็นงานที่พวกเขาชื่นชอบแต่ไม่สามารถยึดถือเอาเป็นอาชีพหลักได้ อาชีพเสริมต่างๆเหล่านี้จึงบอกความเป็นตัวตนของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลได้มากกว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นมีพื้นฐานเป็นคนที่รักดนตรี รักงานศิลปะ ดังนั้นงานเสริมที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่ทำนั้นจะเกี่ยวข้องกับงานศิลปะเช่นกัน และอาชีพเสริมเหล่านี้ก็ไม่ได้ทำเพื่อที่จะได้เงินเป็นหลัก แต่ทำเพราะต้องการจะทำในสิ่งที่ตนชื่นชอบเท่านั้น

## 5. สถานภาพทางเศรษฐกิจ

สถานภาพทางเศรษฐกิจนั้นหมายถึงรายรับรายจ่าย สถานภาพทางการเงิน ซึ่งจะสามารถบ่งชี้ถึงลักษณะของแฟนเพลงประการหนึ่งได้ เราอาจจะยังมีข้อสงสัยถึงสถานภาพทางเศรษฐกิจของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลอยู่ เพราะมีข้อมูลที่สามารถบ่งบอกถึงความน่าจะเป็นได้หลายประการ เช่น แฟนเพลงเป็นคนที่ฐานะไม่ดี ราคาบัตรคอนเสิร์ตต่างๆจึงมีราคาถูก แต่ก็มีบางครั้งที่เป็นศิลปินต่างประเทศซึ่งมีราคาบัตรเข้าชมที่แพง แต่แฟนๆก็ให้การต้อนรับดีทุกครั้ง สิ่งเหล่านี้เป็นที่มาในการศึกษาถึงตัวแปรของสถานภาพทางเศรษฐกิจของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

รายได้ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

### ตารางที่ 5

ตารางแสดงระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล จำแนกตามเพศ (คน)

ระดับรายได้ (บาท)	ชาย	หญิง	รวม
8,000 – 10,000	1	1	2
10,001 – 15,000	4	2	6
15,001 – 20,000	4	3	7
20,001 – 25,000	1	-	1
25,001 – 30,000	1	-	1
30,001 ขึ้นไป	3	1	4
ยังไม่มีรายได้	13	6	19
รวม	29	11	40

ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามถึงรายได้ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล พบว่า รายได้ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่ค่อนข้างสูงกว่าระดับค่าแรงขั้นต่ำ ส่วนใหญ่จะมีระดับรายได้เทียบเท่ากับชนชั้นกลางทั่วไป โดยพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่ทำงานแล้วมีรายได้อยู่ที่ประมาณ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนผู้ที่ยังได้รายได้จากบิดา มารดา และ ผู้อุปการะ ก็มีรายได้ต่อเดือนประมาณเดือนละ 3,000 - 8,000 บาท โดยประมาณ

จากการที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เกี่ยวกับรายได้ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยจำนวน 40 คน พบว่า รายได้ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในกลุ่มที่ยังไม่ได้ประกอบอาชีพ เช่น กลุ่มนักเรียน และ นักศึกษา จำนวน 19 คน ยังไม่มีรายได้ที่หามาด้วยตนเอง ส่วนใหญ่จึงอาศัยรายได้จากการที่บิดา มารดา หรือผู้ปกครองมอบให้เป็นรายเดือน หรือ รายได้จากอาชีพเสริม ซึ่งโดยรวมแล้วทั้งหมดมีรายได้อยู่ระหว่าง 3,000 - 8,000 บาท ต่อเดือน โดยส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ประมาณ 5,000 บาทต่อเดือน

ส่วน แฟนเพลงกลุ่มที่ทำงานแล้ว ในกลุ่มที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์มีจำนวน 21 คน ทั้งหมดมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000 บาท – 20,000 บาทต่อเดือน และมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทสำหรับคนที่มีความรู้หรือมีงานส่วนตัว

## ฐานะทางครอบครัวของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

แฟนเพลงส่วนใหญ่จะมีสภาพฐานะทางครอบครัวอยู่ในครอบครัวชนชั้นกลางที่ไม่ได้ร่ำรวยมากแต่ก็ไม่ได้ขัดสน หาเช้ากินค่ำ แฟนเพลงส่วนใหญ่มีฐานะทางการเงินของครอบครัวที่ค่อนข้างมั่นคง ส่วนใหญ่มีเงินเก็บ มีเงินฝาก สามารถซื้อของฟุ่มเฟือยได้บ้างเช่น เทปซีดีเพลงต่างประเทศได้ แต่ก็ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามที่ต้องการทุกประการ

“แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่ก็เป็นชนชั้นกลางธรรมดาแน่ละครับ ไม่ได้ร่ำรวยเป็นเศรษฐีอะไรมากมาย ยกเว้นบางคนเท่านั้นละครับ เท่าที่ทราบก็ยังเรียนกันอยู่ แต่ละคนก็ยังขอเงินจากพ่อแม่ บางคนก็หารายได้พิเศษบ้าง แต่ถ้าให้ผมพูดจริง ๆ อย่างแฟร์ ๆ นะ ผมว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่ ก็พอมีเงินซื้อของฟุ่มเฟือยได้บ้าง แต่ก็ไม่ใช่ว่ากลุ่มเด็กสยามที่จะซื้อกระเป๋าที่มียี่ห้อ ไบละเป็นหมื่น ๆ หรือเพชร ทองอะไรตามใจชอบ แฟนเพลงเฮฟวีเมทัล ส่วนใหญ่ฐานะทางบ้านค่อนข้างพอมีพอกิน ไม่นั่งซื้อซีดีเพลงเดือนละหลาย ๆ แผ่น เดือนละเป็นพันบาท ไม่ได้หรอก” (ยุทธเดช กุสโลปการะ, สัมภาษณ์, 29 ตุลาคม 2548)

“แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในไทยเนี่ยเป็นระดับชนชั้นกลางของสังคม ไม่ใช่ชนชั้นล่างและไม่ใช่ว่าชนชั้นสูง เขาเหมือนคนส่วนใหญ่ของสังคม ยกเว้นรสนิยมในการฟังเพลงเท่านั้น” (มานิช พุดตาล, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2549)

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่องแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย ผู้วิจัยพบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย ส่วนใหญ่มีฐานะการเงินที่พอมีกินมีใช้ ไม่ได้เดือดร้อนขาดสนเงินทอง หาเช้ากินค่ำ สภาพฐานะทางครอบครัวค่อนข้างไปทางชนชั้นกลาง ดังนั้นแฟนเพลงกลุ่มนี้จึงมีความสามารถพอที่จะซื้อบัตรราคาทั้งที่มีราคาแพงและถูกได้ แต่แฟนเพลงที่ไปร่วมงานคอนเสิร์ตเล็กๆทั้งหลายส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ ยังไม่มีรายได้มากนัก ราคาบัตรจึงต้องถูกเพื่อที่จะมีผู้มาร่วมงานเป็นประจำมากขึ้น

## 6. งานอดิเรกของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

งานอดิเรกเป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่สามารถบ่งบอกลักษณะของบุคคลได้ว่ามีลักษณะอย่างไร มีการใช้ชีวิตและกิจกรรมยามว่างอย่างไร สำหรับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเองนั้น เป็นที่ทราบกันดีว่าการใช้เวลาว่างของพวกเขาต้องหมดไปกับการรวมกลุ่มชมคอนเสิร์ตที่จัดขึ้นอยู่เป็นประจำ และ

การฟังเพลงที่เป็นงานอดิเรกพื้นฐานของคนที่มาเป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล นอกจากงานอดิเรกพื้นฐานสองประการนี้แล้ว ผู้วิจัยจึงสำรวจงานอดิเรกอื่น ๆ ที่เป็นที่น่าสนใจของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยด้วย

ลักษณะพิเศษของแฟนเฮฟวีเมทัลที่เป็นทราบกันดีในวงการคือ ความสามารถในการเล่นดนตรี แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลหลายคนมีงานอดิเรกที่ทำอย่างจริงจังคือการเล่นดนตรี ไม่ใช่เป็นเพียงการเล่นดนตรีธรรมดาแต่เป็นการเล่นดนตรีที่จริงจัง มีการตั้งวง แต่งเพลงเอง มีการหาที่แสดง คอนเสิร์ตอยู่เสมอ มีความตั้งใจถึงขั้นออกอัลบั้มเป็นของตัวเอง จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ในวงการเฮฟวีเมทัลนั้นจะมีวงดนตรีแนวนี้เกิดขึ้นใหม่เกิดขึ้นอยู่เสมอ

“หนูเล่นดนตรีด้วยใจคะ เวลาฟังแล้วเราก็อพัฒนาดนตรีเรา ได้ความก้าวหน้า ด้านการเล่น และก็แบบว่าความคิดที่เป็นแบบของตัวเอง ความคิดใหม่ๆ อะไรอย่างเงี้ยคะ” (จินตนา แสงเอก, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2548)

“วงก็ทำอยู่ หลายๆ คนคงเคยฟังงานผมแล้ว เป็นงานในรูปแบบงานทดลองซะมากกว่า ผมชอบลองของแปลก หมายถึงเพลงนะครับ เพราะเดี๋ยวนี๊ เครื่องมืออะไรมันง่ายขึ้นมาก ลองหาฟังครับ มันจะมีพวกที่เรียกว่า cyber gore อยู่ เพียบ” (สุรไกร ฉายศิริ, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2548)

“ผมว่าแฟนเพลงเมทัลส่วนใหญ่ชอบเล่นดนตรีนะ ในความเห็นผมนะครับ และก็จากประสบการณ์ผมด้วยนะ ผมว่าส่วนใหญ่จะเป็นอย่างงั้น คือบางคนเล่นแบบเล่นๆมันส์ๆ แต่บางคนก็เอาจริงจังตั้งวงก็มีครับ” (นนทเดช บุรณะสิทธิพร, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2548)

นอกจากนั้นแล้วยังมีงานอดิเรกอื่นที่น่าสนใจคือ การอ่านหนังสือ เล่นฟุตบอล ท่องเที่ยว ไปทำบุญตามที่ต่างๆ สละสมพระเครื่อง ถ่ายภาพ ทำอาหาร ท่องเที่ยว ออกกำลังกาย เล่นเกมส์ เป็นต้น งานอดิเรกของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่ก็นั้นก็จะเหมือนคนปกติธรรมดาในสังคมโดยทั่วไป แต่งานอดิเรกหลักๆ ก็คือการฟังเพลงแนวเฮฟวีเมทัล

“ชอบช้อปปิ้งนะ และก็เดินสายทำบุญ ก็จะไปเดินสายไหว้พระแทบทุกอาทิตย์นะ ถ้าว่างขนาดนั้น ไหว้บ่อยๆก็มีพระพรหมเอราวัณ เสด็จพ่อที่ลานพระบรมรูปทรงม้า วัดพระแก้ว ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง วัดปากน้ำ และถ้าว่างๆ ก็จะไปไหว้พระที่อุทยานฯ หรือไปไหว้หลวงพ่อดำ”

(สุนทรী สุกงาม, สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2548)

งานอดิเรกของดาร์ตัน แพนเพลงหญิงคนหนึ่ง ส่วนใหญ่ที่ทำนอกจากการฟังเพลง คือ อ่านหนังสือพวกวรรณกรรมเยาวชน และการท่องเที่ยวตามต่างจังหวัด ซึ่งการท่องเที่ยวจะเป็นในรูปแบบแบกเป้ท่องเที่ยวไปกับเพื่อนๆ

“ชอบครับ สะสมพระเครื่องมาประมาณ 7-8 ปีแล้ว เราเริ่มจากการนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ก่อน พอไปทำพิธีที่ไหนก็จะได้พระมาก็จะเก็บไว้นานๆ เข้ามีหลายองค์ก็เริ่มสะสมมาเรื่อยๆ ครับ”

(ชาญวิทย์ แซ่อึ้ง, สัมภาษณ์, 5 พฤศจิกายน 2548)

“ฟังเพลงนะ หลักๆ เลย แล้วก็เล่นเกมเน็ต แล้วก็ติดๆ ก็เล่นเกมส์มากๆ เพราะที่ร้านมีคอมพิวเตอร์ไว้ เกมส์ที่เล่นก็แล้วแต่นะ ช่วงไหนฮิตอะไรก็เล่นแบบนั้นแหละ แต่ที่ติดก็เกมส์เกี่ยวกับผจญภัย หรือเกมส์เกี่ยวกับเพลงแบบเล่นกีตาร์ เปิดแผ่น” (ยุทธพล เลิศอารีชาติ, สัมภาษณ์, 5 พฤศจิกายน 2548)

“ออกกำลังกายครับ รู้สึกตัวเองฟิตดี ก็ออกที่ฟิตเนสตัวเองนี่แหละ คือเราเชื่อว่าออกกำลังกายแล้วจะอยู่ได้นานไง เวลามันไม่ออกก็รู้สึกแปลกๆ อึดอัด” (สมภพ จันทรหอม, สัมภาษณ์, 9 ธันวาคม 2548)

“งานอดิเรกเยอะนะ แต่เอาทำประจำเลยก็ น่าจะเป็น วาดรูปและชอบไปดูงานศิลปะต่างๆ แบบงานนิทรรศการวิทยาศาสตร์ หรือนิทรรศการด้านอาหารชอบทำอาหารมากๆ ที่บ้านจะมีตำราทำอาหารเยอะ และลองทำสูตรอาหารใหม่ๆ แล้วชวนเพื่อนๆ มาลอง อยากเปิดร้านอาหารด้วย” (จักรกฤษณ์ องค์กรสะอาด, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2548)

“ชอบอ่านหนังสือครับ ติดตัวเลยไปไหนต้องมี 1 เล่มอย่างน้อย ติดเลยนะ เรียกแบบนั้นได้เลย เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ประวัติศาสตร์ทางด้านอารยธรรมโลก อ่านแล้วมันเหมือนแบบเปิดตานั้น ได้รู้ได้นู่นได้นี่ มันส์ดี และก็อาจมีหนังสือการ์ตูนขายหัวเราะ และก็ชอบเล่นฟุตบอลด้วย” (กำชัย พวงมหา, สัมภาษณ์, 8 ตุลาคม 2548)

“ปกติจะฟังเพลงตลอดอะ แต่บางทีก็จะไปเล่นฟุตบอล ชอบดูบอลอะ แฟนหงส์แดง เวลาไปเล่นหรือครบก็เล่นกับเพื่อนที่โรงเรียนครับ ไม่ได้ไปกับเพื่อนที่ไปดูคอนเสิร์ต แต่ว่าบางทีก็เอา



เพื่อนที่ฟังเพลงแบบเราไปด้วยนะครับ เล่นด้วยกัน” (ทวิชากร อ่อนบัญญัติป, สัมภาษณ์, 14 ตุลาคม 2548)

“จะขอวาดภาพเหมือน เพราะเวลาได้วาดรูปแล้วจะรู้สึกสบาย ยิ่งถ้าได้ฟังเพลงไปด้วย วาดภาพไปด้วยภาพที่ออกมาจะได้ตามอารมณ์เลย มันได้แบบดึงความคิดออกมาครับ” (วิษณุพงศ์ เต่าทอง, สัมภาษณ์, 8 พฤศจิกายน 2548)

งานอดิเรกที่นอกเหนือไปจากการฟังเพลงเฮฟวีเมทัลและการเล่นดนตรีซึ่งเป็นงานอดิเรกหลักแล้ว เราจะพบว่าแฟนเพลงกลุ่มนี้ยังมีงานอดิเรกอื่นๆที่ทำเป็นประจำ ได้แก่ การอ่านหนังสือ การเล่นเกมกีฬาประเภทฟุตบอล การท่องเที่ยว การวาดภาพ การออกกำลังกาย การสะสมพระเครื่อง การทำบุญ การเล่นเกมสล็อต ซึ่งงานอดิเรกเหล่านี้บ่งบอกถึงความปกติธรรมดาของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่เหมือนกับบุคคลอื่นๆทั่วไป

เนื่องจากดนตรีเฮฟวีเมทัลนั้นก็มีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเช่นเดียวกับดนตรีประเภทอื่นๆ แต่ข่าวสารต่างๆนี้ไม่ถูกนำเสนอผ่านสื่อมากนัก ทำให้แฟนเพลงต้องกระตือรือร้นในการแสวงหาข่าวสารที่ตนเองต้องการ และการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับแวดวงเฮฟวีเมทัลนี้จะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ทั้งการแสวงหาข้อมูลต่างๆ ดาวโหลดเพลงเฮฟวีเมทัล อีกทั้งจำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตในการสร้างพื้นที่ในการพูดคุยและสร้างความสัมพันธ์กับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกัน สิ่งเหล่านี้ทำให้แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลมีลักษณะที่ชอบเล่นอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ และเป็นอีกงานอดิเรกหนึ่งที่เป็นที่นิยมในหมู่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

“ส่วนใหญ่แฟนเฮฟวีเมทัลก็จะเล่นเน็ตกันเพราะต้องหาข้อมูลเพลง แต่ที่เล่นกันอีกอย่างคือ msn เข้าเวบบอร์ดต่างๆ คือจะอยู่ตรงนี้นักได้ทั้งวัน คุยกันตลอดเพราะมันเป็นศูนย์รวมของแฟนเฮฟวีเมทัลเวลาไม่มีคอนเสิร์ต ผมก็เล่นทุกวัน นี่เล่นก็จะติดนะ เล่นกันตลอด” (ยุทธเดช กุศลโปกการะ, สัมภาษณ์, 29 ตุลาคม 2548)

“ไม่ได้ขึ้นขอบอะไรนะ แต่มันเล่นติดเป็นนิสัยไปแล้ว คือไม่มีอะไรที่ต้องนั่งหน้าคอม ดูเว็บเมทัลก็ได้ทั้งวันแล้ว ไหนจะต้องโหลดเพลงอีก หาเนื้ออีก อีกทั้งหลายอย่าง มันก็ชินนะ เจอเพื่อนคุยกันในแอมอีก นี่ตัวข่าวเวลาเลย เพื่อนก็เล่นนะ เจอกันประจำ” (ชวิส ราหุล, สัมภาษณ์, 8 ตุลาคม 2548)

“เล่นเน็ตก็ธรรมดาอะ ใครๆก็เล่น เดียวนี้เด็กๆก็เล่นแล้ว แต่ถ้าถามในฐานะแฟนเมทัลก็เล่นพิเศษกว่าตรงที่เราต้องเล่นอะไรที่มันเกี่ยวกับดนตรีด้วย คือโหดบ้าง ดูข้อมูลบ้างซึ่งแฟนเมทัลก็ทำกันทั้งนั้น ไม่งั้นก็ไม่มีอะไรใหม่ๆมานะ ฟังแต่เดิมๆซึ่งมันไม่ได้อยู่แล้ว” (วัชรภรณ์ ศิริ อัครกรกุล, สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2548)

แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะเล่นอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ เนื่องจากต้องอาศัยสื่ออินเทอร์เน็ตในการสืบค้น หาข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลที่พวกเขาชื่นชอบ เนื่องจากสื่ออื่นๆไม่อำนวยความสะดวกให้ข้อมูลอย่างที่พวกเขาต้องการมากเพียงพอ

ลักษณะของงานอดิเรกของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้น เป็นการใช้เวลาว่างที่เหมือนกับคนปกติโดยทั่วไปของสังคม ซึ่งมีทั้งงานอดิเรกที่สามารถทำคนเดียวได้ เช่น การอ่านหนังสือ การถ่ายภาพ การทำอาหาร ฟังเพลง เล่นเกมส์ เล่นอินเทอร์เน็ต และยังมีงานอดิเรกที่ต้องทำเป็นกลุ่ม เช่น การเดินทางท่องเที่ยว การช้อปปิ้ง การเล่นเกม เป็นต้น ผู้วิจัยยังพบว่ากิจกรรมหรืองานอดิเรกที่ต้องทำเป็นกลุ่มนั้น จะมีทั้งทำร่วมกับกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกัน และทำกับเพื่อนต่างกลุ่ม เช่น การช้อปปิ้งจะเป็นการทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกที่เป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกัน แต่สำหรับการท่องเที่ยว และการเล่นเกมเหล่านั้น สามารถทำได้ทั้งกับสมาชิกแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล และกลุ่มสังคมอื่นตามสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ

## 7. พื้นฐานครอบครัวของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

สำหรับเรื่องพื้นฐานด้านครอบครัวนั้นจะกล่าวถึงประเด็นของความสัมพันธ์ภายในครอบครัวของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล เนื่องจากความสัมพันธ์ภายในครอบครัวเป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถเป็นตัวแปรเสริมที่ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้ชื่นชอบดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลได้

จากการสัมภาษณ์แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจำนวน 40 คนนั้นพบว่า พื้นฐานทางครอบครัวนั้นแบ่งได้สองประเด็นคือ แฟนเพลงที่มีปัญหาครอบครัว และแฟนเพลงที่ไม่มีปัญหาครอบครัว ดังปรากฏในตารางที่ 6

### ตารางที่ 6

ตารางแสดงพื้นฐานครอบครัวของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล จำแนกตามเพศ (คน)

พื้นฐานครอบครัว	ชาย	หญิง	รวม
มีปัญหาครอบครัว	19	8	27
ไม่มีปัญหาครอบครัว	10	3	13
รวม	29	11	40

จากตารางที่ 6 นั้นจะพบว่า มีแฟนเพลงถึง 27 คนจาก 40 คน ที่มีปัญหาครอบครัว และมี 13 คนที่ไม่มีปัญหาใดๆในครอบครัว ผู้ที่ไม่มีปัญหาครอบครัวนั้น หมายถึงเป็นสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กันกับสมาชิกภายในครอบครัวอย่างดี มีปัญหาอะไรก็สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันได้อย่างอิสระ และมีการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิก

สำหรับแฟนเพลงจำนวน 27 คนที่มีปัญหาครอบครัวนั้น จะเป็นปัญหาครอบครัวในระดับที่ไม่รุนแรงถึงขั้นใช้ความรุนแรงระหว่างครอบครัว แต่จะเป็นปัญหาในระดับที่ไม่รุนแรง เช่น บิดามารดาหย่าร้างกัน มีความไม่เข้าใจกันในเรื่องต่างๆภายในสมาชิกในครอบครัว และไม่สนิทสนมกับสมาชิกในบ้านเท่าที่ควร ดังปรากฏในตารางที่ 7

### ตารางที่ 7

ตารางแสดงปัญหาครอบครัวของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล จำแนกตามเพศ (คน)

ปัญหาครอบครัว	ชาย	หญิง	รวม
บิดามารดาหย่าร้าง	2	1	3
ไม่เข้าใจกัน	7	2	9
ไม่สนิทสนมกัน	10	5	15
รวม	19	8	27

แฟนเพลงที่มีปัญหาครอบครัวเนื่องจากบิดามารดาของตนหย่าร้างกันนั้นมีจำนวน 3 คน ซึ่งการหย่าร้างนี้ทำให้แฟนเพลงทั้ง 3 คนต้องอาศัยอยู่กับมารดา ทำให้ครอบครัวทั้ง 3 คนนี้เป็นครอบครัวที่มีแม่เป็นผู้นำ ไม่มีบิดาเป็นเสาหลักของบ้าน

ปัญหาครอบครัวด้านต่อมาคือ ในระหว่างครอบครัวนั้นมีความไม่เข้าใจกันเกิดขึ้นระหว่างสมาชิก โดยแฟนเพลงที่มีปัญหานี้มี 9 คน เป็นชาย 7 คน เป็นหญิง 2 คน

“กับพ่อแม่รักกันดีนะคะ แต่หนูว่าบางครั้ง หลายๆครั้งเลยมันก็เถียงกัน คือเขาอยากให้นูเรียนพวกอะไรก็ได้ที่มันแบบเป็นราชการได้ เพราะเขาว่ามันสวัสดิการดีกว่า แต่หนูว่ามันเซี่ยๆ มันไม่เหมาะกับหนู หนูอยากเป็นแบบอะไรก็ได้ที่ไม่ใช่ตอกบัตรเข้าเย็น อยากทำอาชีพที่มันอิสระอีกหลายเรื่องเลยคะ คือเขาก็อยากให้เราเป็นแบบที่เขาอยากแต่เราก็ทำไม่ได้” (ภูษณิศา เพ็ญจำรัส, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2549)

ความไม่เข้าใจที่เกิดขึ้นนั้น เกิดจากความคิดเห็นและทัศนคติที่ไม่ตรงกันต่อการดำเนินชีวิตในด้านต่างๆทั้งการงาน การเรียน และเรื่องทั่วไป โดยผู้ปกครองหรือพ่อแม่มักจะมีมโนคติหวังให้คนเหล่านี้มีการเรียน การงานในรูปแบบที่พวกเขาต้องการซึ่งขัดแย้งกับตัวตนและความชอบของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

ปัญหาครอบครัวประการสุดท้ายคือมีความไม่สนิทสนมกันระหว่างสมาชิกในครอบครัว ซึ่งเป็นปัญหาครอบครัวที่พบมากที่สุดถึง 15 คน เป็นชาย 10 คน เป็นหญิง 5 คน

“ผมสนิทกับเพื่อนมากกว่าครับ พูดตรงๆเลย คือที่บ้านก็ไม่มีอะไรนะครับ คุยกันดีแต่เรื่องบางเรื่องที่มันสำคัญๆ เราจะคุยกับเพื่อนมากกว่า จะปรึกษาอะไรก็กับเพื่อน มันสนิทกว่าพ่อแม่ครับ คือเขากับเรามันก็รักกันนะ แต่ผมว่าคุยกันไม่ได้ทุกเรื่อง ไม่กล้าด้วย ไม่สนิทใจด้วยไม่รู้เขาจะคิดยังไง วยมันคนละวัย” (อาร์ต, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2549)

ความไม่สนิทกันระหว่างสมาชิกในครอบครัวนั้น เป็นปัญหาที่ส่วนใหญ่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลพบ ปัญหาไม่ได้เกิดจากความไม่เข้าใจซึ่งกันและกัน แต่เป็นความรู้สึกที่เห็นห่างกับสมาชิกครอบครัว ทำให้ไม่สามารถพูดคุยกันได้ในเรื่องสำคัญต่างๆ การที่คนเหล่านี้ไม่มีความสนิทสนมกับครอบครัวเท่าที่ควรทำให้เกิดช่องว่างระหว่างกันและกัน แต่ก็ไม่ได้กระทบกับความสัมพันธ์ส่วนใหญ เป็นเพียงการเลี้ยงที่จะปรึกษาปัญหาด้านต่างๆเท่านั้น

#### 4.1.2 ลักษณะทางจิตวิทยาและสังคมวิทยา

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ถึงลักษณะต่างๆของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยมาในแต่ละประเด็นข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยยังพบลักษณะทางจิตวิทยาและสังคมวิทยา ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย ซึ่งลักษณะเหล่านี้จะสามารถบ่งชี้ถึงลักษณะของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยในมุมมองต่างๆได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

#### ลักษณะทางจิตวิทยา

##### 1. ลักษณะในการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัล

จากการที่ผู้วิจัยได้เข้าไปคลุกคลี และแฝงตัวอยู่กับกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยเป็นเวลา 10 เดือน ผู้วิจัยได้ประจักษ์ในความกระตือรือร้นในการแสวงหาสื่อและเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงเฮฟวีเมทัลของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นอย่างยิ่ง แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยเกือบทุกคนที่ผู้วิจัยได้พบปะพูดคุยสนทนากัน ผู้วิจัยจะพบเสมอ ๆ ว่า พวกเขาจะติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเพลงเฮฟวีเมทัล การจัดคอนเสิร์ต เรื่องราวเกี่ยวกับเพลงและศิลปิน แนวปฏิบัติและวัฒนธรรมของชาวเฮฟวีเมทัล อยู่ตลอดเวลา ทั้งเรื่องราวของเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย และ ในต่างประเทศ

การที่สื่อวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทยนั้นไม่ได้นำดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลออกมาเผยแพร่มากนักเท่ากับดนตรีกระแสหลักแขนงอื่นๆ ทำให้แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นจำเป็นต้องติดตามหาข่าวสารด้วยตัวเอง ดนตรีแนวอื่นๆนั้นจะมีการเผยแพร่ทั้งข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ โฆษณา คอนเสิร์ต มิวสิกวิดีโอ รวมถึงบทสัมภาษณ์ของศิลปินต่างๆ ผ่านทั้งทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่ออื่นๆ โดยทั่วไปแต่สิ่งเหล่านี้ไม่ได้ได้รับการเผยแพร่สำหรับดนตรีแนวเฮฟวีเมทัล

สำหรับผู้ที่เป็นแฟนของดนตรีแนวใดแนวหนึ่ง ย่อมต้องการที่จะทราบถึงความคืบหน้าข่าวสารและ รายละเอียดต่างๆต่อสิ่งที่เขาชื่นชอบ คลั่งไคล้ เช่นเดียวกับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่ต้องการทราบถึงเรื่องราวต่างๆเหล่านี้เช่นกัน ดังนั้นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยจะมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและมีการเปิดรับข่าวสารเป็นอย่างมาก เพื่อให้ตนได้รับข่าวสารที่ใหม่อยู่เสมอเพราะดนตรีเฮฟวีเมทัลก็มีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลาเช่นเดียวกับดนตรีแขนงอื่นๆ และนอกจากการหาข้อมูลข่าวสารต่างๆแล้วแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลยังหาข่าวสารเกี่ยวกับ



การประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตต่างๆอีกด้วย เพราะการประชาสัมพันธ์งานต่างๆมักจะทำผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งต้องมีการตรวจสอบข้อมูลอยู่เป็นประจำ

ผู้วิจัยพบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะแสวงหาข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดเพราะเป็นสื่อเดียวที่แฟนเพลงสามารถค้นหาได้ตลอดเวลาตามที่ต้องการ แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะหาข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัล การจัดคอนเสิร์ต เรื่องราวเกี่ยวกับเพลงและศิลปิน แนวปฏิบัติ และวัฒนธรรมของชาวเฮฟวีเมทัล ด้วยตนเอง และ ประกอบกับการสอบถามรับฟังจากเพื่อนฝูง แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะพยายามค้นหา สอบถามเรื่องต่างๆ ที่อยากรู้เกี่ยวกับเฮฟวีเมทัล โดยผู้วิจัยเคยพบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะยอมรับตรงๆว่า ไม่รู้เรื่องอะไร และ จะรีบไปสอบถามจากผู้รู้ทันที เช่น ครั้งหนึ่งผู้วิจัยถามแฟนเพลงคนหนึ่งถึงประวัติและแนวเพลงของวงดนตรีเฮฟวีเมทัลในต่างประเทศวงหนึ่ง แฟนเพลงคนนี้ก็บอกกับผู้วิจัยตรงๆว่า ไม่ทราบ พอตกลงกลางคืนในวันที่ผู้วิจัยถามคำถามนั้น แฟนเพลงคนนี้ก็โทรศัพท์กลับมาหาผู้วิจัย และ ให้ข้อมูลและคำตอบเกี่ยวกับเรื่องที่คุณผู้วิจัยถามอย่างลึกซึ้ง ผู้วิจัยได้สอบถามกลับไปว่าได้ไปหาข้อมูลข่าวสารจากที่ไหนมา แฟนเพลงคนนี้ได้ตอบว่า ได้หาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ต่างๆ และสอบถามทางโทรศัพท์กับเพื่อนๆแฟนเพลงผู้รู้ อีกมากมาย การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลอยู่เสมอ นั้นเป็นสิ่งสำคัญสำหรับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

“เป็นแฟนเฮฟวีเมทัลต้องทำใจครับจะมานั่งเปิดทีวีดูมิวสิก หรือเสียบชาวเบาวิ้ง FM รอฟังเพลงดีเซมเบอร์ หรือ Korn ไม่ได้หรอกครับ เรายังพวกชนกลุ่มน้อย ใครจะมาเสิร์ฟเรา นู่น เปิดไซรซี้กดู โหลดซี มิวสิกอะ เป็นชั่วโมงๆก็ต้องรอโหลด กว่าจะได้แต่ละเพลง ขึ้นมาพรีกับนั่งเปิดหาอีกว่าอันไหนดี โหลดมา สองนาทีกี่ต้องเช็คว่ามีใหม่เอาใหม่ เวอร์ชันไหนดี อันไหนใหม่สุด หาเข้าไป ไม่มีใครมานั่งเปิดให้ดูไม่มีวีเจสวยๆมาออกหรือบอกว่านี่เป็นมิวสิกล่าสุดจาก Korn” (ธเนศ กลิ่นสุวรรณ, สัมภาษณ์, 19 ตุลาคม 2548)

“เป็นไป得我แค่เมลทุกวันนะ ถึงบ้านทำอะไรเสร็จก็นั่งหน้าคอมเลยถึงนู่นเลยพี่เที่ยงคืน นั่งดูเมทัลว่ามันมีอะไรบ้าง บางวันไม่มีอะไรเราก็หาวงใหม่ๆฟังแทน แต่เอาจริงๆมันก็มีอะไรใหม่ๆทุกวันแหละพี่สัมภาษณ์ อัลบั้มใหม่ รูปโปรโมทเซ็ทใหม่ ตารางทัวร์ เนื้อเพลง ผลรางวัลประวัติ เยอะครับ” จากนั้นผู้วิจัยยังได้ถามเพิ่มเติมถึงประเด็นที่ว่าทำไมต้องหาข่าวสารกันมากมายขนาดนี้ เฉลิมพงษ์ ได้อธิบายว่า “ผมเป็นแฟนที่จริงจังนะครับ ผมว่าส่วนใหญ่คนที่ตัดสินใจมาเป็นเฮฟวีเมทัลก็จริงจังกับดนตรีแบบนี้ด้วยเพราะมันไม่ใช่แฟชั่นคือหมายถึงบ้ามากก็

ได้นะ คือต้องรู้ต้องตาม ไม่ตามก็หายไปเลยเพราะมันไม่มี เราต้องรู้ด้วยตัวเอง” (เฉลิมพงษ์ ลือชัย งาม, สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2548)

“ที่บ้านหนูมีคอมพิวเตอร์เดี่ยวคะ ถ้าแม่ใช้หนูก็อด ช่วงที่แม่ตรวจข้อสอบเยอะๆหนูก็ต้องไปร้านเน็ตจะไปเล่นคอม หนูนี่ไม่ให้มันตกข่าว หนูชอบนะคะ อ่านหมดเลยคะ ชาวโครออกอัลบั้มใครอะไรหนูดูหมด แต่หนูไม่ได้โหลดนะ หาแต่ข้อมูลแล้วบอกเพื่อนให้เอามาให้มากกว่า แต่เล่นเน็ตแทบทุกวันคะ ไม่งั้นมันยังงไม่รู้ว่า ต้องรู้เรื่องเฮฟวีเมทัลใหม่ๆทุกวัน” (ภูษนิศา เพ็ญจำรัส, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

### การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัล

จากผลการศึกษาพบว่า แฟนเพลงใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลักในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัล และสร้างชุมชนของตัวเองขึ้นมาเพื่อเป็นการรวบรวมกลุ่มคนที่มีความชอบเหมือนกันให้มาอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ทำให้กลุ่มมีความแข็งแรง และมั่นคงยิ่งขึ้นจึงนับว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลมาก เพราะเป็นสื่อที่สามารถเสนอเนื้อหาได้มากที่สุดอีกทั้งยังมีพื้นที่ให้แฟนเพลงพบปะกัน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลยังคงหลงใหลในแนวดนตรีนี้และมีการรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่นอยู่เสมอ ในการสำรวจครั้งนี้พบว่าอินเทอร์เน็ตนั้นได้ถูกใช้เป็นส่วนในการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลมากที่สุด โดยสรุปเป็น 4 ประเด็น ดังต่อไปนี้

- ใช้เพื่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัล
- ใช้เพื่อดาวน์โหลดเพลงในแนวเฮฟวีเมทัล
- ใช้เพื่อแนะนำและแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลกับกลุ่มแฟนเพลง
- ใช้เพื่อฟังวิทยุออนไลน์

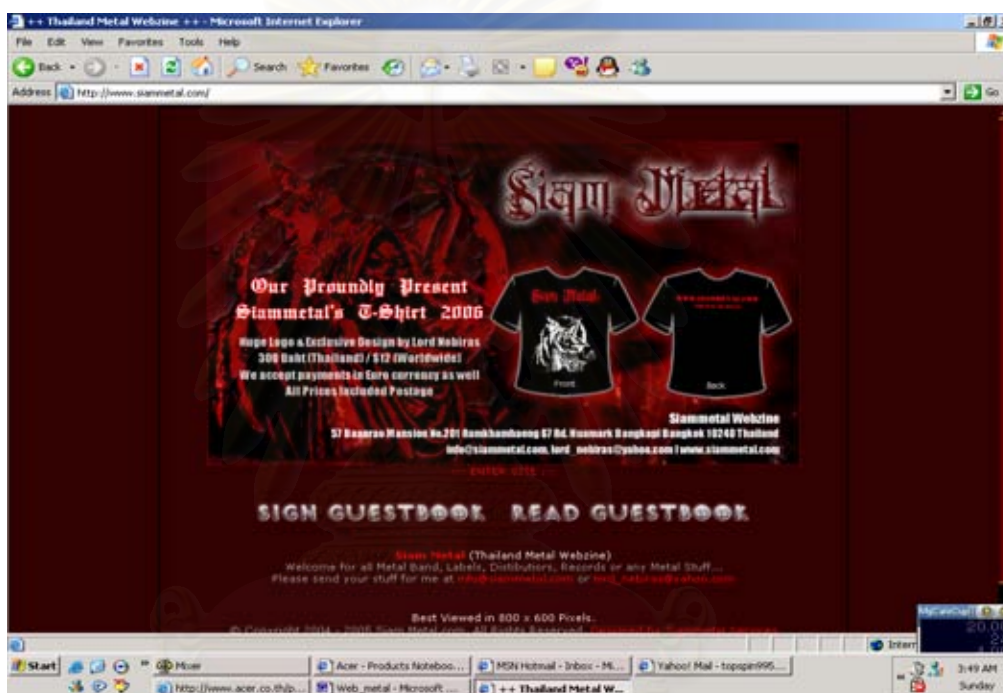
อินเทอร์เน็ตถือเป็นสื่อที่สำคัญที่สุดของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านดนตรี เนื่องจากเป็นสื่อที่เปิดกว้างที่สุด และมีข้อมูลมากมายสำหรับดนตรีในทุกแขนง โดยเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมของชาวเฮฟวีเมทัลที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การดาวน์โหลดเพลง และการแนะนำแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล มีดังต่อไปนี้

เว็บไซต์ที่นิยมใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัล

แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวต่างๆในแวดวงเฮฟวีเมทัลทั้งไทยและต่างประเทศ โดยเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยมมีอยู่มากมาย เช่น [www.siammetal.com](http://www.siammetal.com), [www.goregrind.net](http://www.goregrind.net)

[www.siammetal.com](http://www.siammetal.com)

เว็บไซต์นี้จะรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับศิลปินเพลงเฮฟวีเมทัลทั้งของต่างประเทศและในประเทศไทย มีข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมา และการออกอัลบั้มเพลงของแต่ละวง โดยหน้าแรกของเว็บไซต์มีรูปแบบดังภาพที่ 1

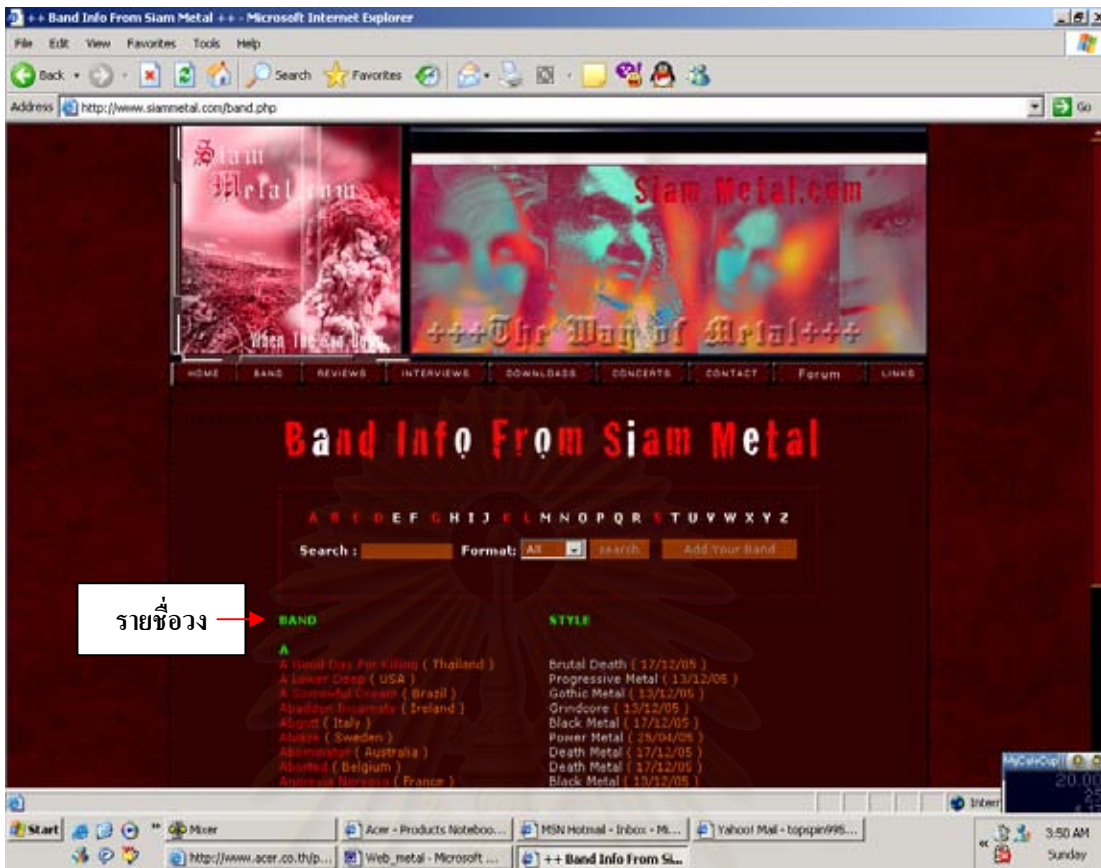


ภาพที่ 1: [www.siammetal.com](http://www.siammetal.com)

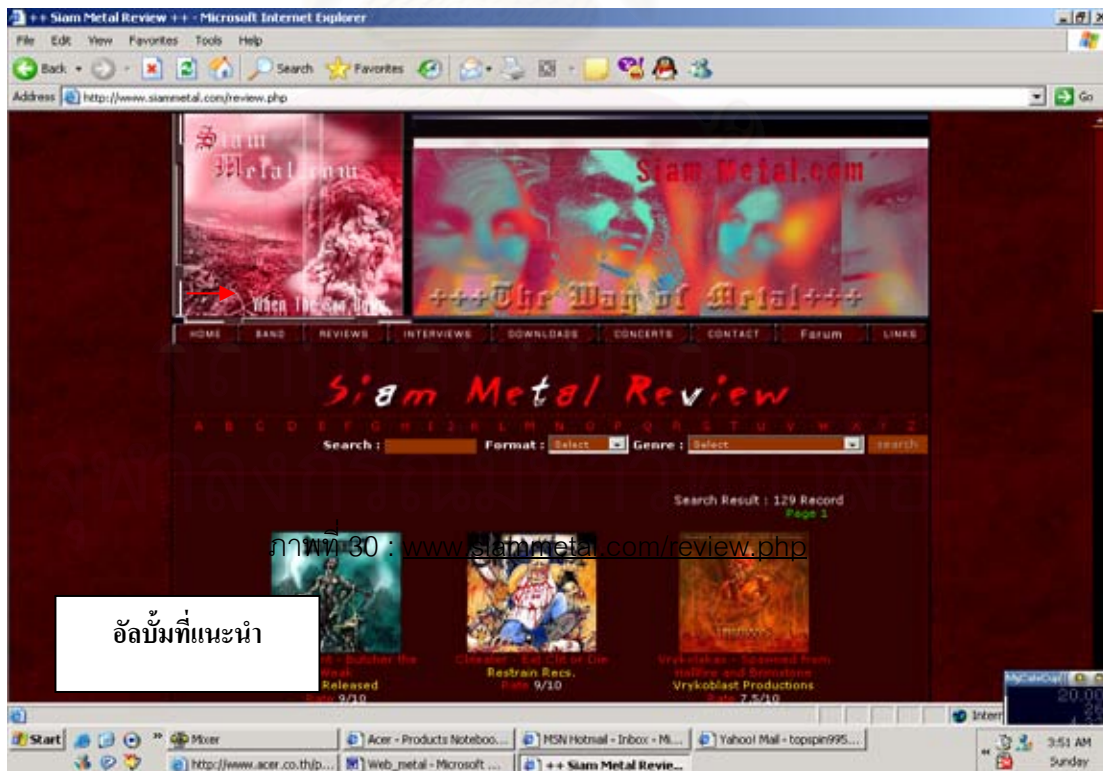
โดยรายละเอียดภายในเว็บไซต์ แบ่งออกเป็น 2 หัวข้อหลัก ๆ ดังนี้

- [www.siammetal.com/band.php](http://www.siammetal.com/band.php) (ภาพที่ 2): มีข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมาของแต่ละวง จำนวนสมาชิกในวงนั้น แนวเพลงการเล่น เป็นต้น โดยจะมีรายชื่อวงปรากฏให้สามารถเข้าไปค้นหาข้อมูลได้ตามความต้องการ
- [www.siammetal.com/review.php](http://www.siammetal.com/review.php) (ภาพที่ 3): มีข้อมูลเกี่ยวกับการแนะนำอัลบั้มเพลงของวงเฮฟวีเมทัลทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศที่ทันสมัย และข้อมูลเกี่ยวกับการวิพากษ์วิจารณ์อัลบั้มต่างๆ รวมถึงการแนะนำอัลบั้มที่น่าสนใจ โดยแสดงหน้าปกอัลบั้มของวงนั้นประกอบไว้ด้วยเพื่อเป็นข้อมูลให้แฟนเพลงใช้ในการตัดสินใจและหาซื้อได้อย่างถูกต้อง





ภาพที่ 2: www.siammetal.com/band.php



ภาพที่ 30 : www.siammetal.com/review.php

ภาพที่ 3: www.siammetal.com/review.php

[www.goregrind.net](http://www.goregrind.net)

เว็บไซต์ [www.goregrind.net](http://www.goregrind.net) (ภาพที่ 4) เป็นอีกเว็บไซต์หนึ่งที่เป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในบรรดาแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล ซึ่งเว็บไซต์นี้จะรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับอัลบั้มใหม่ๆของวงดนตรีเฮฟวีเมทัลต่างๆ ที่มีอยู่ทั่วโลก และมีการจำหน่ายสินค้าที่เป็นซีดีเพลงของวงต่างๆที่เป็นเพลงในแนวเฮฟวีเมทัล ซึ่งส่วนใหญ่แล้วแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลก็มักจะเข้ามาหาข่าวคราวความเคลื่อนไหว ในแวดวงดนตรีต่างๆจากทางเว็บไซต์ โดยรูปแบบหรือลักษณะเด่นของเว็บไซต์จะมีลักษณะที่สยดสยอง น่ากลัว ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ของดนตรีเฮฟวีเมทัลด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 4: [www.goregrind.net](http://www.goregrind.net)

เว็บไซต์ที่นิยมใช้เพื่อการดาวน์โหลดเพลงเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัล

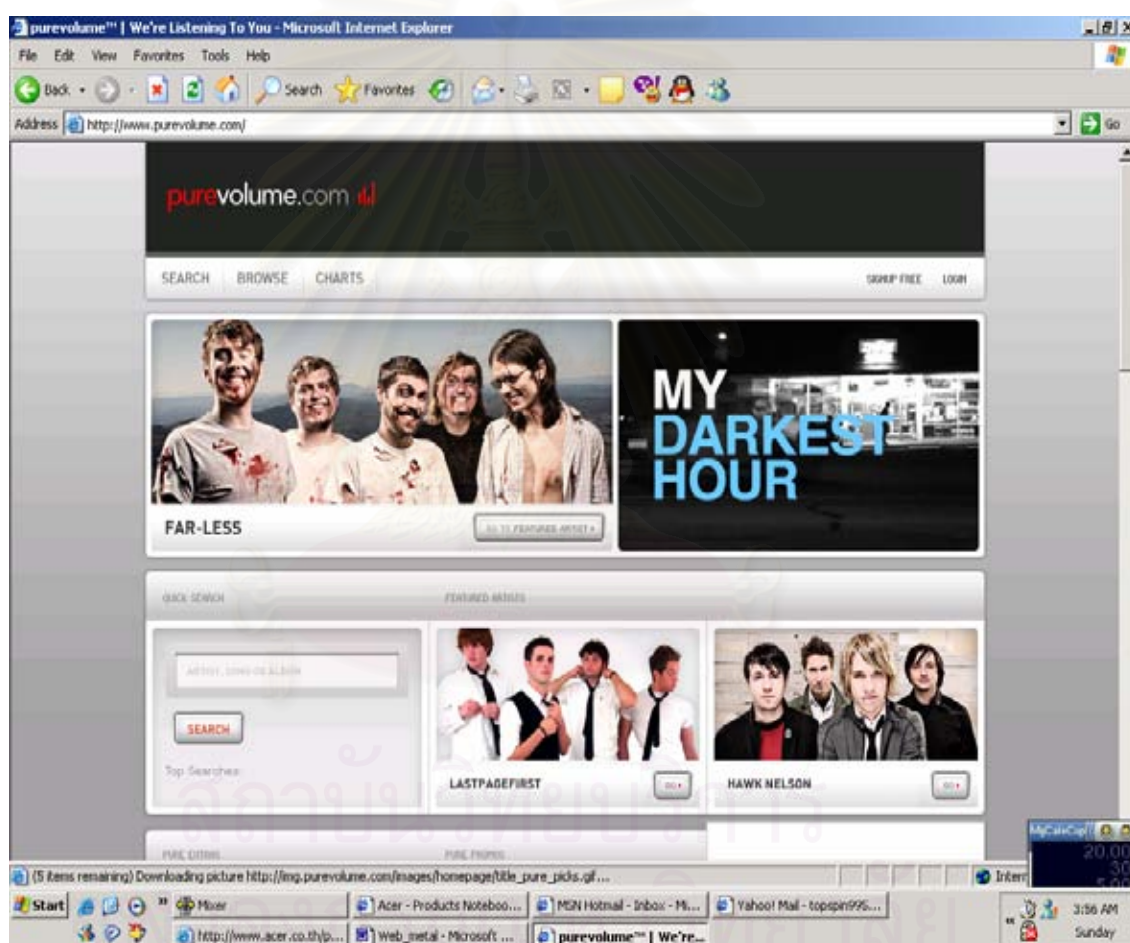
สื่อวิทยุในปัจจุบันไม่มีการนำดนตรีเฮฟวีเมทัลมานำเสนอ ทำให้แฟนเพลงขาดช่องทางในการรับรู้ข้อมูลไป อีกทั้งผลงานต่างๆก็ไม่ได้รับการนำเข้ามาขาย ดังนั้นแฟนเพลงเหล่านี้จึงใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการดาวน์โหลดผลงานต่างๆเหล่านั้น ซึ่งเว็บไซต์ที่มีบริการดาวน์โหลดนี้มี



มากมาย ที่เป็นที่นิยมกันในบรรดาแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลได้แก่ [www.purevolume.com](http://www.purevolume.com), [www.openftp.net](http://www.openftp.net), [www.metalthai.com](http://www.metalthai.com)

[www.purevolume.com](http://www.purevolume.com)

เว็บไซต์ [www.purevolume.com](http://www.purevolume.com) มีเพลงทุกแนวให้สามารถดาวน์โหลดได้มากตั้งแต่เพลงในแนว jazz ถึง heavy metal เพื่อเป็นการทดลองฟัง และมีคำแนะนำเกี่ยวกับวงนั้นๆ มีการจัดอันดับเพลงที่ได้รับความนิยมจากแฟนเพลงสูงที่สุดในแต่ละช่วง รูปแบบของเว็บไซต์จะมีลักษณะที่ดี เรียบๆ ตามสไตล์เฮฟวีเมทัลสมัยใหม่ ดังภาพที่ 5

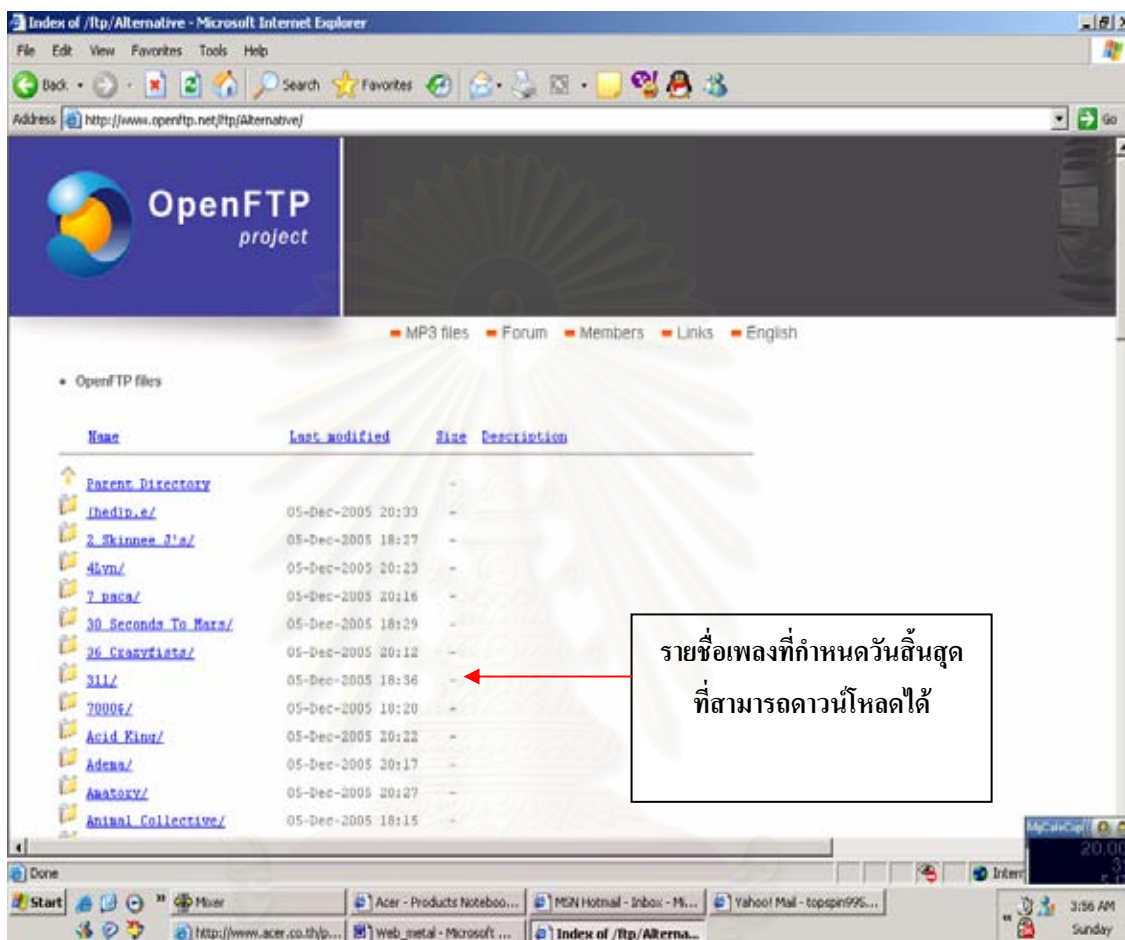


ภาพที่ 5: [www.purevolume.com](http://www.purevolume.com)

[www.openftp.net](http://www.openftp.net)

เว็บไซต์ [www.openftp.net](http://www.openftp.net) สามารถโหลดเพลงต่าง ๆ เกี่ยวกับเพลงเฮฟวีเมทัล ซึ่งจะเหมือนกับเว็บไซต์อื่น ๆ ที่สามารถโหลดเพลงในแนวอื่นๆ มาฟังได้เช่นกัน โดยจะมีการให้สมัครเป็น

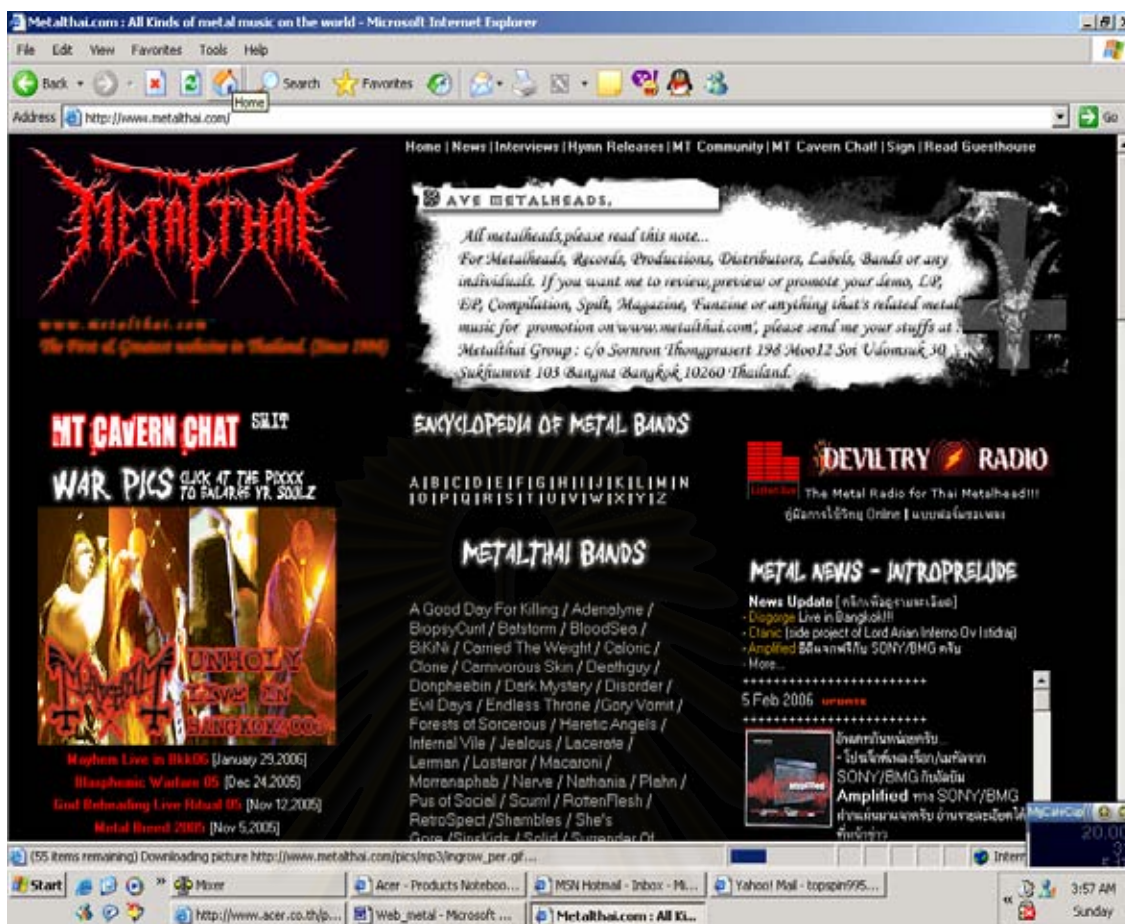
สมาชิกก่อนและสามารถเข้าไปโหลดเพลงตามลิงค์ต่างๆที่มีให้ และมีกำหนดวันสิ้นสุดที่สามารถโหลดได้ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ตรงตามความต้องการของแฟนเพลงในแต่ละช่วงเวลา รูปแบบของเว็บไซต์นี้แสดงได้ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6: [www.openftp.net/ftp/Alternative](http://www.openftp.net/ftp/Alternative)

[www.metalthai.com](http://www.metalthai.com)

เว็บไซต์ [www.metalthai.com](http://www.metalthai.com) (ภาพที่ 7) เป็นอีกเว็บไซต์หนึ่งที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนิยมใช้เพื่อการดาวน์โหลดเพลงต่างๆในดนตรีแนวนี้ ที่แตกต่างไปจากเว็บไซต์อื่นนั่นคือตรงที่เว็บไซต์นี้เป็นเว็บไซต์ที่ทำโดยคนไทย ดังนั้นภายในเว็บไซต์จะมีเพลงเฮฟวีเมทัลของคนไทยทั้งมีสังกัดค่ายต่างๆ และเพลงเฮฟวีเมทัลไทยใต้ดินให้ดาวน์โหลดด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 7: www.metalthai.com

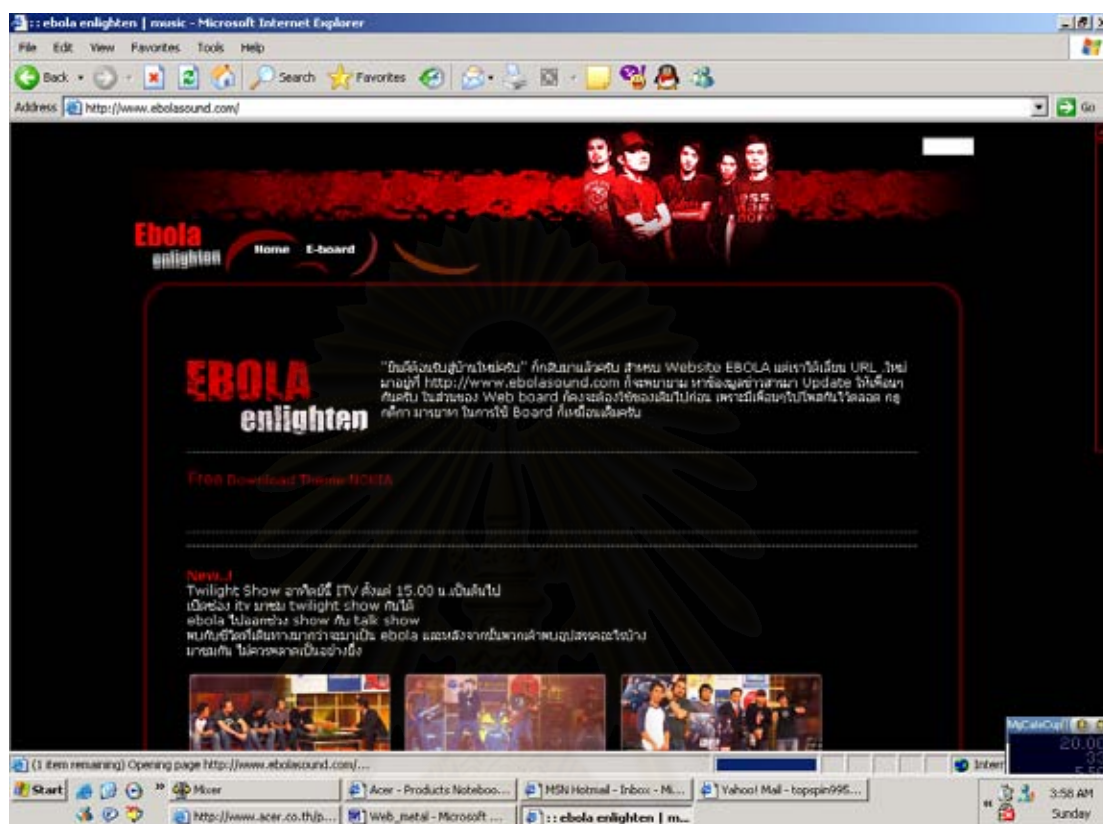
เว็บไซต์ที่นิยมใช้เพื่อแนะนำและแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลกับกลุ่มแฟนเพลง

ช่องทางสำคัญที่กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลใช้ในการแนะนำและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆระหว่างกัน คือการสื่อสารผ่านทางกระดานข่าว หรือเวปบอร์ด ซึ่งโดยส่วนใหญ่แฟนเพลงจะนิยมเข้ามาติดตามข่าวสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน โดยถ้าใครทราบข่าวในเรื่องใดก็จะมาเขียนโพสต์ไว้ในกระดานข่าวนั้นๆ และเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันอยู่ตลอดเวลา นับเป็นช่องทางสำคัญในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัล โดยกระดานข่าวที่ได้รับความนิยมของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยคือเวปของศิลปิน Ebola, Sweetmullet, Retrospect และเวปบอร์ดของค่ายต่างๆ เช่น เวปบอร์ดของค่าย Bananamag เป็นต้น ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ส่วนใหญ่จะหาข่าวสารเกี่ยวกับเพลงเฮฟวีเมทัลทางอินเทอร์เน็ต โดยทางอินเทอร์เน็ตก็จะเข้าเว็บ Ebola, Retrospect, Sweetmullet คือจะเข้าไปหาข้อมูลเพื่อนๆจะเขียนอะไรใหม่ๆไว้ไม่กี่ไปตั้งกระทู้ถามเลย“ (เฉลิมพงษ์ ลือชัยราม, สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2548)

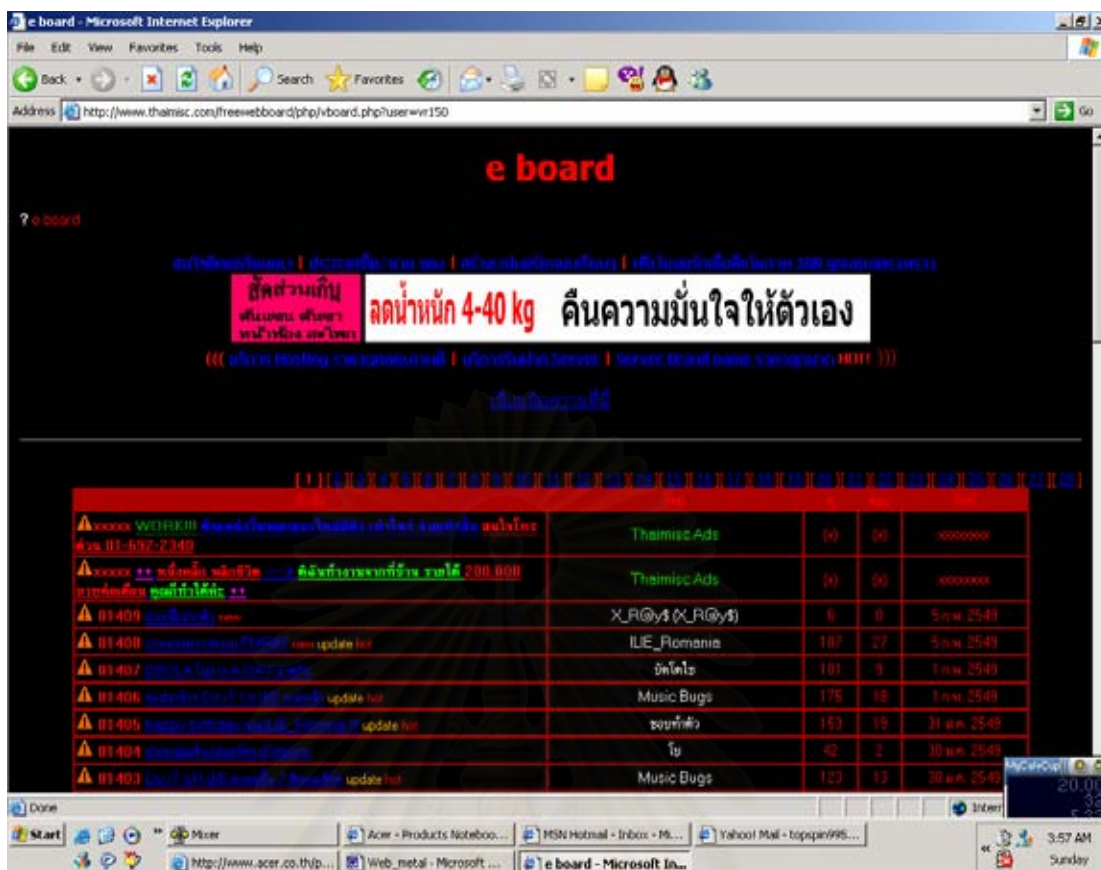


เว็บไซต์ศิลปินที่แฟนเพลงนิยมเข้ามาในหน้าของกระดานข่าวเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลมากที่สุดคือ [www.ebolasound.com](http://www.ebolasound.com) ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8: [www.ebolasound.com/eboard](http://www.ebolasound.com/eboard)

นอกจากเว็บไซต์ของศิลปินแนวเฮฟวีเมทัลแล้วยังมีเว็บไซต์อื่นๆอีกที่เปิดพื้นที่กระดานข่าวให้แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลได้เข้ามาใช้เพื่อหาข้อมูลแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆในบรรดาแฟนเพลงกันเองเช่น [www.thaimisc.com](http://www.thaimisc.com) ดังภาพที่ 9 ซึ่งเว็บไซต์นี้ผู้ที่เข้าแสดงความคิดเห็นหรือตั้งกระทู้ได้นั้นจำเป็นต้องเป็นสมาชิกของทางเว็บไซต์ก่อน เว็บไซต์ [www.thaimisc.com](http://www.thaimisc.com) เป็นอีกเว็บไซต์หนึ่งที่เป็นที่นิยมกันในหมู่นักฟังเพลงเฮฟวีเมทัล



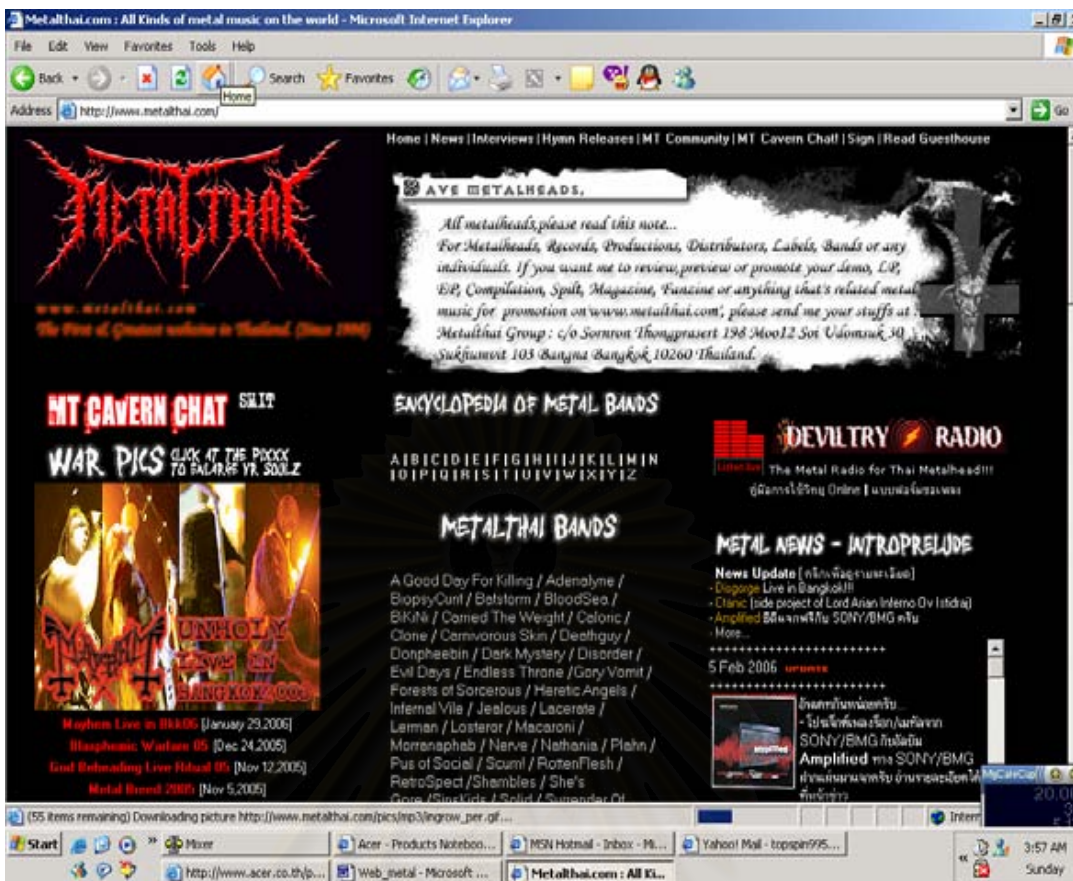
ภาพที่9: [www.thaimisc.com/freewebboard/php/vboard.php?user=vr150](http://www.thaimisc.com/freewebboard/php/vboard.php?user=vr150)

### เว็บไซต์ที่ใช้เพื่อฟังวิทยุออนไลน์

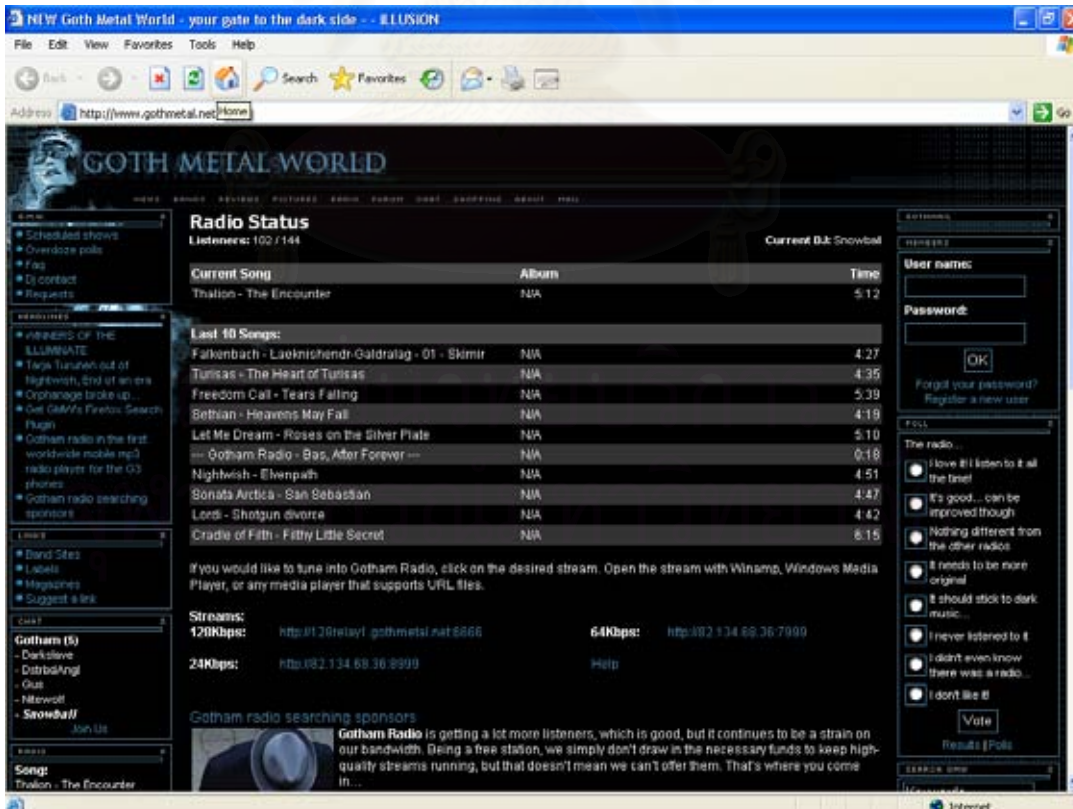
นอกเหนือจากการใช้อินเตอร์เน็ตในการค้นข้อมูลหาข่าวสาร รวมทั้งดาวน์โหลดเพลงเฮฟวีเมทัลแล้ว แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลยังใช้ประโยชน์จากสื่ออินเตอร์เน็ตจากการฟังวิทยุออนไลน์ด้วย ซึ่งการฟังวิทยุออนไลน์นี้มีข้อดีตรงที่แฟนเพลงไม่จำเป็นต้องหาข้อมูลวงดนตรีต่างๆด้วยตัวเอง แต่จะสามารถรับฟังเพลงเฮฟวีเมทัลใหม่ๆได้จากผู้จัดรายการที่นำเสนอผ่านทางวิทยุออนไลน์นั่นเอง

เว็บไซต์ที่มีบริการวิทยุออนไลน์นั้นมีมากมาย แต่ที่เป็นที่นิยมและนำเสนอแต่ดนตรีเฮฟวีเมทัลนั้นได้แก่ [www.metalthai.com](http://www.metalthai.com), [www.gothmetal.net/radio/](http://www.gothmetal.net/radio/), [www.gargoyle dawn.com](http://www.gargoyle dawn.com) ดังภาพที่ 10,11 และ 12

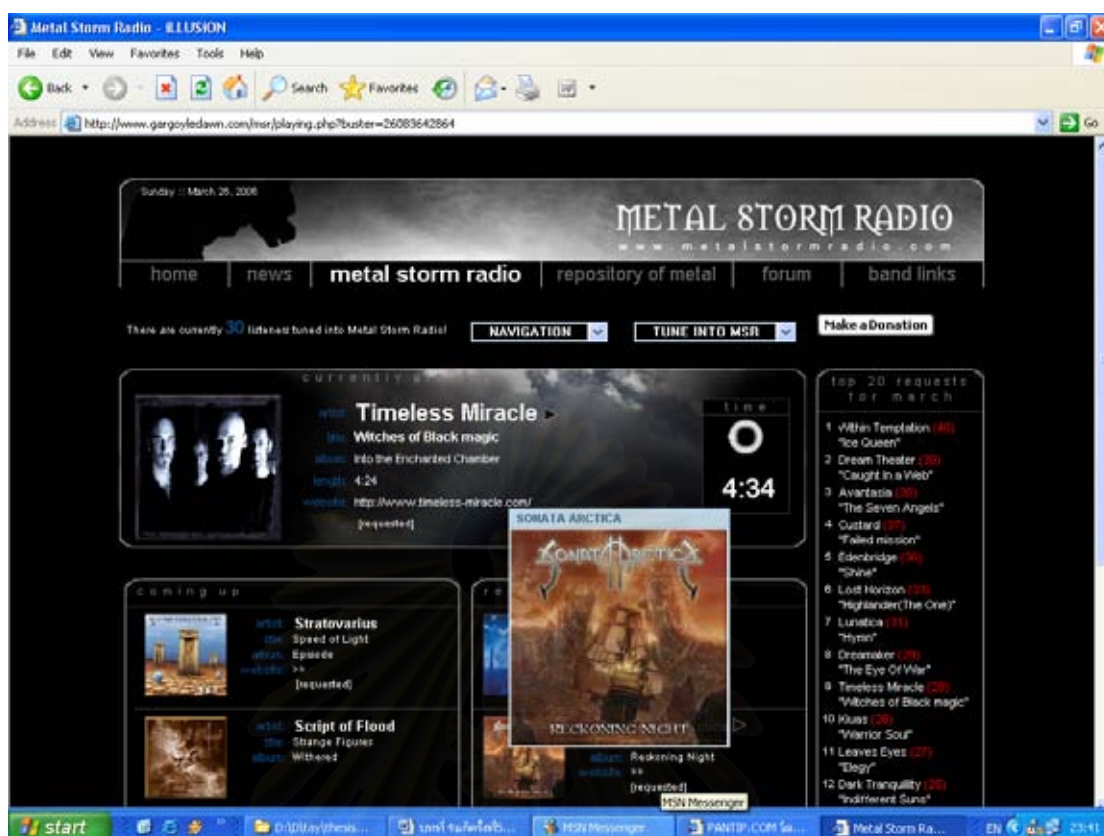




ภาพที่ 10: www.metalthai.com



ภาพที่ 11: www.gothmetal.net/radio/



ภาพที่ 12: www.gargoyle dawn.com

ทั้งสามเว็บไซต์ที่ให้บริการวิทยุออนไลน์ที่เปิดแต่เพลงเฮฟวีเมทัลนั้น จะมีลักษณะที่เหมือนกันคือ เป็นเว็บไซต์ที่มีข้อมูลและเรื่องราวต่างๆมากมาย และจะมีพื้นที่ไว้สำหรับผู้เข้ามาเยี่ยมชมได้ฟังวิทยุออนไลน์ที่จัดขึ้น โดยการรับฟังนั้นจะต้องสมัครเป็นสมาชิกเสียก่อนจึงจะรับฟังรายการต่างๆได้ซึ่งเป็นรายการที่เปิดเพลงเฮฟวีเมทัลตลอดทั้ง 24 ชั่วโมง

เว็บไซต์นี้เป็นที่ชื่นชอบของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลโดยทั่วไป เนื่องจากแฟนเพลงจะได้รับรู้เกี่ยวกับผลงานใหม่ๆของศิลปินอยู่เสมอโดยไม่ต้องหาข้อมูลเอง ทำให้พวกเขาได้รับข่าวสารอีกทางหนึ่งซึ่งจะมาเติมเต็มสื่อที่ขาดหายไปได้

นอกเหนือจากตัวอย่างเว็บไซต์และเว็บบอร์ดที่ได้กล่าวถึงมาข้างต้นแล้วยังมีเว็บไซต์และเว็บบอร์ดอื่นๆ อีกมากมายที่เป็นช่องทางในการแสวงหาข่าวสารของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคุ้นเคย การรู้จัก การค้นหา และความชอบในการเข้าถึงข้อมูลโดยอาศัยสื่อทางอินเทอร์เน็ต

สำหรับสื่อในด้านอื่น ๆ ที่แฟนเพลงมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับเพลงเฮฟวีเมทัล คือสื่อทางวิทยุ นิตยสาร และ รายการโทรทัศน์ ซึ่งรายการที่นำเสนอเพลงเฮฟวีเมทัลผ่านทางสื่อวิทยุ และโทรทัศน์นั้นยังไม่มีความโดดเด่นเท่ากับสื่อ นิตยสาร แต่ก็ยังมีความสำคัญน้อยกว่าสื่อทางอินเทอร์เน็ตที่แฟนเพลงสามารถเข้าถึงได้ง่ายและโดยตรง มีความสะดวก และไม่จำกัดในเรื่องช่วงเวลา ซึ่งในปัจจุบันสื่อทางวิทยุและโทรทัศน์ยังมีการปิดกั้นการนำเสนอดนตรีในแนวนี้อยู่มาก ทั้งนี้เนื่องจากดนตรีเฮฟวีเมทัลไม่ใช่ดนตรีกระแสหลักในประเทศไทย เป็นดนตรีของคนเฉพาะกลุ่ม รวมถึงเนื้อหาหลายเพลงที่ดูรุนแรงเกินที่จะออกอากาศได้ อย่างไรก็ตามแม้ว่าสื่อทางวิทยุและโทรทัศน์จะเป็นช่องทางที่ทำให้แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลสามารถรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีในแนวนี้ได้บ้างก็ตาม แต่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลกลับมีการรวมกลุ่มเพื่อพบปะสังสรรค์และทำกิจกรรมร่วมกันได้อย่างสม่ำเสมอ และเป็นกลุ่มแฟนเพลงที่เหนียวแน่น

โดยภาพรวมจะเห็นว่าช่องทางในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลของกลุ่มแฟนเพลงอาศัยสื่อทางอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญทั้งในการติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ ของศิลปินที่ชื่นชอบ ค้นหาประวัติความเป็นมาของวงต่างๆ ใช้เพื่อการดาวน์โหลดเพลง รวมถึงใช้เพื่อการแนะนำและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกลุ่มแฟนเพลงที่มีความชื่นชอบในดนตรีเฮฟวีเมทัลเหมือนกัน และทำให้เกิดการรู้จัก มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันได้ในทันที ทำให้เกิดการรวมกลุ่มได้ง่ายและเกิดความสนิทสนมกันมากขึ้น จึงถือว่าอินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล รองลงมาคือสื่อทางนิตยสารที่แฟนเพลงในบางส่วนจะใช้เพื่อการค้นหาข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ และการติดตามงานคอนเสิร์ต อย่างไรก็ตามสื่อทางด้านนี้ก็ยังมี ความสำคัญต่อกกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในระดับที่น้อยกว่าสื่อทางอินเทอร์เน็ตอยู่มาก เนื่องจากไม่สามารถที่จะใช้เพื่อการดาวน์โหลด และไม่เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันได้ ในทันทีเหมือนกับสื่อทางอินเทอร์เน็ต ในส่วนของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในปัจจุบันยังไม่มียุทธศาสตร์ในการให้ข้อมูลข่าวสารกับกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเหมือนแนวดนตรีอื่นๆ

แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาสื่อที่ตนเองต้องการ ไม่ใช่เป็นเพียงแฟนเพลงที่ติดตามสื่อตามปกติทั่วไป เป็นที่ทราบกันดีว่าดนตรีเฮฟวีเมทัลนี้ไม่ได้รับการเผยแพร่ทางสื่อวิทยุโทรทัศน์มากเท่ากับดนตรีแนวอื่น แต่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลก็สามารถหาสื่ออื่นๆ เป็นการทดแทนได้โดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ต และสิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งซึ่งแสดงความกระตือรือร้นในการแสวงหาสื่อของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลคือการจัดกิจกรรมคอนเสิร์ต การจัดคอนเสิร์ตนี้เป็นการทดแทนการไม่มีสื่อเฮฟวีเมทัลที่แพร่หลาย วงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้นเกิดขึ้นมามากมาย ตัวนักดนตรีเองก็ต้องการที่จะแสดงคอนเสิร์ต ส่วนในด้านแฟนเพลงเองก็ต้องการที่



จะชมฝีมือของพวกเขา ผู้วิจัยพบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนิยมจัดคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลขึ้นเป็นประจำ เพื่อสนองความต้องการของตนเองด้วย

การจัดคอนเสิร์ตของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลถือเป็นกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการฟังเพลง การต้องการพบปะสังสรรค์ทำกิจกรรมร่วมกัน ทดแทนการที่สื่อเฮฟวีเมทัลไม่มีพื้นที่และเวลาในสื่อหลัก ซึ่งการจัดคอนเสิร์ตกันเองของชาวเฮฟวีเมทัลนี้ จะกระทำได้อาศัยปัจจัยหลายประการ และมีกระบวนการมากมายทั้งทางเรื่องสถานที่ ประชาสัมพันธ์ การตกลงกับวงดนตรีเฮฟวีเมทัลวงต่างๆ การหาผู้สนับสนุนโฆษณาในงาน ซึ่งนับเป็นกระบวนการที่ยุ่งยาก ต้องใช้ทั้งกำลังเงินทั้งจากแฟนเพลง และ การหาผู้สนับสนุนมากกว่า 20,000 บาท ต่อการจัดงานหนึ่งครั้ง และ ต้องใช้ทั้งกำลังคนมากกว่า 20 คนในการเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ ในงานลักษณะอาสาสมัครไม่รับค่าจ้าง ซึ่งโดยปกติแล้วแฟนเพลงแนวเพลงอื่นโดยทั่วไปจะไม่ลงมาจัดคอนเสิร์ตเอง แต่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลกลับมีความกระตือรือร้นในการจัดงานดังกล่าว เพื่อที่จะให้เกิดการรวมกลุ่มขึ้นอย่างบ่อยครั้งเท่าที่ต้องการ สิ่งนี้นับว่าเป็นลักษณะพิเศษของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล อีกประการหนึ่ง

“บางครั้ง หลายๆ ครั้งด้วยซ้ำแฟนเพลงก็จะมาเชิญเราเล่น ไม่ใช่เฉพาะแฟนเพลงวงผมนะ หมายถึงทั่วไปเลย มาให้เราเล่น เราก็เล่นนะเพราะเราก็ชอบเล่นคอนเสิร์ตอยู่แล้ว แต่พวกแฟนเพลงนี่ถือว่าเจ๋งมากคือ คืออยากดูไง อยากดูไม่มีดูก็จัดงานเองเลย เป็นปกติครับ เขาก็จะคิดถึงมของเขาสั่งว่าอยากจะทำอะไร ช่วงไหนอะไรมาแรงอยากดูยังงี้ก็จัดอย่างนั้น บ่อยครับแฟนเพลงจัดงานบ่อย” (พิสุทธิ์ ไล่สีทอง, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2549)

”เจริญ อยากจะให้มีงานเฮฟวีเมทัลในแบบที่เราอยากให้เป็นค่ะ เราก็อยากจะทำวงใหม่ๆ อยู่แล้วค่ะ ที่จัดเองเพราะมันอยากให้มีแบบนั้นแบบนี้เราก็เลยจัดเองดีกว่า มันก็พอทำได้ค่ะ สนุกดีด้วยค่ะ จัดยากก็จริงนะค่ะ แต่ทุกคนให้ความร่วมมือมันก็เหมือนว่าเราทำกิจกรรมกัน ถ้าเราไม่ทำเราก็จะไม่เจอกันไม่ได้สนุกกัน เวลาจัดงานก็ได้อะไรเยอะนะค่ะ” (ธารณศิริ สำราญ, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 48)

สรุปแล้วนั้นพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้นมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข่าวสาร ไม่ว่าจะเป็นความเคลื่อนไหวในแวดวงดนตรี ผลงานใหม่ ศิลปินใหม่ มิวสิกวิดีโอ รายละเอียดต่างๆ แม้กระทั่งการจัดคอนเสิร์ตขึ้นเอง เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการสื่อดนตรีเฮฟวีเมทัลของแฟนเพลง ทั้งนี้เนื่องจากสื่อส่วนใหญ่ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ ไม่ได้นำเสนอดนตรีเท่าใดนัก เพราะสื่อปัจจุบันจะเสนอสิ่งที่ขายได้ เป็นดนตรีกระแสหลักมากกว่าดนตรีนอกกระแส

อย่างดนตรีเฮฟวีเมทัล ทำให้แฟนเพลงต้องมีพฤติกรรมต่างออกไปคือต้องมีความขยันและกระตือรือร้นในการแสวงหาข่าวสารจากทุกทางเพื่อเติมเต็มข้อบกพร่องดังกล่าว

## 2. ทัศนคติต่อการรวมกลุ่ม

นอกจากการที่พวกเขามีความกระตือรือร้นในการแสวงหาสื่อแล้วผู้วิจัยยังพบว่าส่วนใหญ่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลมีนิสัยชอบความสนุกสนาน ตื่นเต้น การพูดคุยพบปะ ไม่ชอบความเหงา การอยู่คนเดียว หรือ การทำอะไรคนเดียว และที่สำคัญต้องการที่จะมาสนุกกับเพื่อนในงานคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลที่จัดขึ้น

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2548 พบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นคนที่รักความสนุกสนานในการรวมกลุ่มโดยสังเกตได้จากระยะเวลาเดือนเมษายนซึ่งเป็นที่สุดของการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้เริ่มรู้จักแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลหลายคนอย่างสนิทสนมมากขึ้น แฟนเพลงเหล่านั้นจะเริ่มโทรมาชวนไปงานคอนเสิร์ตต่างๆด้วยตัวเอง ด้วยเหตุผลที่ต้องการให้ไปร่วมงานกันหลายๆคนเพื่อความสนุกสนานที่เพิ่มมากขึ้น

แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจึงชอบมาพบปะเพื่อนฝูงแฟนเพลงในงานคอนเสิร์ตเพราะทุกคนจะสนุกสนานไปกับคอนเสิร์ตร่วมกัน อีกทั้งดนตรีเฮฟวีเมทัลเป็นดนตรีที่มีลักษณะสนุกสนาน จังหวะคึกคัก รัวใจ ทำให้คนที่ได้ฟังเพลงแนวนี้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน เกิดความมันส์ไปตามท่วงทำนองของเพลง สามารถตอบสนองความต้องการต่างๆในจิตใจ ทำให้ได้ปลดปล่อยความเครียด ความเก็บกด โดยความสนุกสนานนั้นจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อพวกเขาได้มีการแสดงออก ร่วมกันเมื่อมารวมกลุ่มในงานคอนเสิร์ตเช่น กิจกรรมต่างๆ อย่างการแท็ค การเชียร์ การดูคอนเสิร์ตร่วมกับคนจำนวนมาก สิ่งเหล่านี้ทำให้แฟนเฮฟวีเมทัลสนุกสนานกว่าการฟังเพลงเฮฟวีเมทัลอยู่คนเดียวที่บ้าน

วรวิทย์ โปธิ์เย็น เป็นแฟนเพลงที่เป็นที่รู้จักกันในหมู่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลทั่วไป เพราะชอบไปงานคอนเสิร์ตเป็นประจำ ได้กล่าวถึงลักษณะนิสัยที่ชอบความสนุกสนานของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลว่า “ส่วนใหญ่ก็ไปสนุกกันกับเพื่อนๆนี่แหละครับ เวลาเพื่อนสนุก เราก็สนุกไปด้วย เวลาแท็ค เชียร์ เนี่ยมันก็มันส์ดีครับ สามปีมานี้ไม่เคยขาดคอนเสิร์ตเลยสักครั้ง มันเหมือนเป็นชีวิตเราไปแล้ว” (วรวิทย์ โปธิ์เย็น, สัมภาษณ์, 14 ตุลาคม 2548)



“แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่ก็จะสนุกๆแหละครับ เป็นคนง่ายๆ สบายๆ ชอบสนุกๆอยู่กับเพื่อน เลยชอบมางานแบบนี้ไง เวลาเราแสดงเราก็ต้องทำให้เขาสนุก คอนเสิร์ตนั้นก็มันส์มากๆ ถ้าเน้นแบบเครียดเกินไปก็ไม่ดีครับ หรือแบบเน้นให้แรงๆได้ปลดปล่อยเกินไปก็ไม่ดี เน้นสนุกมากกว่า” และยังคงกล่าวต่อไปอีกว่า “ผมเชื่อนะครับว่าพวกเขาหลายๆคนที่เป็นคนที่เปิดเผย ชอบเฮฮา ชอบสนุกแบบสุดเหวี่ยง ชอบมาเจอเพื่อน เพราะบรรยากาศที่ทุกคนรู้จักกันมันส์ด้วยกัน มันเอามากๆ ใครไม่ชอบคนเยอะๆก็ไม่มาแน่ ไม่ว่าจะเขาจะเป็นคนนิสัยยังไงแต่ก็เลือกที่จะมันส์มากกว่าไปทำอย่างอื่น บางคนเครียดก็นอน เครียดก็อยู่คนเดียว ทำร้ายตัวเอง นี่ไม่ใช่ครับมามันส์กันคือทางที่เลือกมากกว่า” (ปกสาร เกียรติปฏิญญา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2549)

การรวมตัวกันดูคอนเสิร์ตนั้น สามารถทำให้แฟนเพลงได้รับความสนุกสนานได้มาก เนื่องจากได้แสดงออกทั้งเต้น แท็ค เซิร์ฟ หรือสะบัดหัวไปมา ได้ร้องเพลงร่วมกับคนหมู่มาก การไปร่วมงานครั้งหนึ่งมักมีการนัดกันเป็นจำนวนมากเพื่อเอื้อต่อการชมคอนเสิร์ตให้มีความสุขมากยิ่งขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนบอกได้ชัดเจนว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นกลุ่มคนที่รักความสนุกสนาน

ไม่มีใครปฏิเสธได้ว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล คือแฟนเพลงที่มีการรวมกลุ่มกันอย่างเหนียวแน่นเสมอมา ไม่ว่าจะกระแสนตรีจะเป็นอย่างไร แต่ดนตรีเฮฟวีเมทัลก็ยังฝังรากลึกอยู่ในประเทศไทยมาเสมอไม่ว่าจะเป็นช่วงที่ดนตรีเฮฟวีเมทัลรุ่งเรือง หรือเป็นยุคที่ดนตรีเฮฟวีเมทัลย่ำแย่ก็ตาม ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาว่าสิบปีนั้น การรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลก็ยังคงมีขึ้นอยู่เป็นประจำ

จากการที่ผู้วิจัยได้เข้าไปคลุกคลีและแฝงตัวอยู่กับกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยเป็นเวลานาน ผู้วิจัยพบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่จะรักที่จะมารวมกลุ่มกัน ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นคนที่รักความสนุกสนาน ชอบพูดคุยกันในเรื่องเพลงเฮฟวีเมทัล รักที่จะมีสังคมที่มีแต่คนที่มีรสนิยมแบบเดียวกัน และมีจุดมุ่งหมายที่จะทำให้กลุ่มตนเองแข็งแกร่งมากขึ้น

แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นคนที่ชอบมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกัน ซึ่งมีลักษณะความชอบ รสนิยมแบบเดียวกัน แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจึงชอบมาพบปะพูดคุยกันเป็นกลุ่ม โดยในการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนี้ ผู้วิจัยพบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะสร้างกลุ่ม และขยายจำนวนสมาชิกในกลุ่มได้รวดเร็ว มีการเปิดรับสมาชิกใหม่ๆมีการให้การยอมรับกันในกลุ่ม ทำให้กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลมีความเข้มแข็ง และเติบโต

ผู้วิจัยพบอีกว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่รักการรวมกลุ่ม จะใช้การไปดูคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัล เป็นสถานที่หลักในการทำกิจกรรมพบปะรวมกลุ่ม การดูคอนเสิร์ตของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลไม่ใช่เพียงแค่การได้แสดงตัวตนของความเป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลออกมา หรือไม่ใช่เป็นเพียงแค่งิจกรรมเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังเป็นช่วงเวลาที่เขาได้มาใช้เวลาอยู่กับเพื่อนฝูง พี่น้อง ที่มีรสนิยมแบบเดียวกัน เข้าใจความเป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลของกันและกันอีกด้วย

ดังนั้นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจึงให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มเป็นอย่างมาก เพราะเวลารวมกลุ่มกันแล้วจะเปรียบเสมือนกับเขาได้อยู่ในสังคมอุดมคติของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล ที่เต็มไปด้วยคนที่เข้าใจกัน มีความเหมือนกัน เป็นพวกเดียวกัน สิ่งที่เคยทำแล้วกลายเป็นคนประหลาดในสายตาคนอื่น ก็จะไม่เป็นเช่นนั้นเมื่ออยู่ในหมู่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกัน ดังนั้น แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจึงเป็นคนที่รักการรวมกลุ่มเป็นอย่างมาก

“คอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลสำคัญสำหรับชาวเฮฟวีเมทัลทุกคนแหละครับ เพราะมันเป็นที่ยอมรับของคนแบบเดียวกัน เป็นที่ยอมรับของสิ่งที่เขาชอบ เป็นที่ยอมรับของทุกอย่างที่เขาจะทำได้ ฟังเพลงอย่างเดียวไม่มาดูคอนเสิร์ตมันก็เหมือนขาดอะไรไปนะ” (มนูญศักดิ์ ชั่วรอดหมด, สัมภาษณ์, 7 มกราคม 2549)

“ก็ทำให้เรามีสังคม มีเพื่อนที่เป็นแบบเดียวกัน เวลาเรามีสังคมที่มีแต่คนแบบเราเราก็จะรู้สึกไม่เสแสร้งอะ ปล่อยตัวตนออกมาได้เต็มที่เลย เลยชอบไปงานอะกลุ่มอื่นเค้าไม่ฟัง เหมือนเรา มันแยกกันไปตามความชอบของแต่ละกลุ่มอะพี่ แต่เดี๋ยวละกัน กลุ่มเดี๋ยวนี้อะจะเป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด เพราะว่า เราเองจะพยายามให้คนอื่นหันมาฟัง หาสาวกมาเพิ่ม” (วิรงรอง พานพิเชษฐกุล, สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2548)

นอกจากนั้นแล้ว มาโนช พุฒตาล ยังยืนยันว่าการที่เพลงเฮฟวีเมทัลยังสามารถอยู่ในประเทศไทยนี้ได้ก็เพราะแฟนเพลงรักกัน “ผมว่านะ ที่มันเป็นแบบนี้เพราะแฟนเพลงเขารักกัน เขารักกลุ่มเขา ไม่งั้นมันไม่ออกมายังยืนขนาดนี้ เขารักแฟนเพลงด้วยกันคือคือหลักเลยที่ทำให้เพลงเมทัลมันยังอยู่ได้” (มาโนช พุฒตาล, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2549)

จากคำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวจะพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นรักที่จะมารวมกลุ่ม เพราะกลุ่มนี้เปรียบเสมือนเพื่อนพี่น้องที่มีแนวคิดความชอบไปในทางเดียวกันในด้านดนตรี แฟนเพลงแต่ละคนจะให้ความสำคัญซึ่งกันและกัน ให้ความร่วมมือกัน ผู้วิจัยพบว่าหลายครั้งที่แฟนเพลงมาชม

คอนเสิร์ตนั้นเพราะต้องการมาเจอเพื่อน ถ้าเพื่อนของตนมาตนั้นก็มาไม่ว่างานนั้นจะมีวงอะไรเล่นก็ตาม ในเมื่อแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลรักกัน ดังนั้นการรวมกลุ่มจึงเกิดขึ้นบ่อยครั้งและได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่าย สมาชิกทุกคนต่างช่วยกันที่จะสืบสานการจัดคอนเสิร์ตต่อไปเพื่อที่จะสนองความต้องการในการรวมกลุ่มของตน

### 3. ลักษณะการแสดงออก

เป็นที่ทราบกันว่าดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมเท่าที่ควร อันเนื่องมาจากภาษาและท่วงทำนองของเพลงที่มีจังหวะผิดแปลกแตกต่างไปจากแนวเพลงอื่นๆ อีกทั้งภาพรวมของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่ก็เป็นไปในทางลบ คนภายนอกมักจะมองว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นพวกรักความรุนแรง ก้าวร้าว ชอบหาเรื่องชกต่อยกัน แต่งตัวเหมือนไว้ทุกข์ แต่งหน้าเป็นผีปีศาจ และเป็นพวกติดยาเสพติด ทั้งหมดนี้ทำให้แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลรู้สึกว่าคุณเองอยากจะเป็นที่ยอมรับ ได้รับการติชมอย่างเป็นธรรม ไม่ใช่ได้รับแต่การติจากผู้ที่ไม่รู้จักเฮฟวีเมทัล

จากการที่ผู้วิจัยได้เข้าไปคลุกคลีและแฝงตัวอยู่กับกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยเป็นเวลานาน ผู้วิจัยพบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่ประสบปัญหาคนรอบข้างไม่เข้าใจความเป็นเฮฟวีเมทัล โดยเฉพาะครอบครัว ครูอาจารย์ที่สถานศึกษา และ เพื่อนในโรงเรียน แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจึงปลื้มตัวออกมาพูดคุยกับกิจกรรมอยู่กับกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกันที่เข้าใจกัน และความชอบเดียวกันมากกว่า ซึ่งจะพบการได้ในการรวมกลุ่มชมคอนเสิร์ต อย่างไรก็ตามแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลก็ไม่ทิ้งกลุ่มเพื่อนเดิมแต่อย่างใด เพียงแต่จะไม่คุยกับกลุ่มเพื่อนที่ไม่ใช่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในเรื่องเพลงเฮฟวีเมทัลเท่านั้น

การที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลมาอยู่กับกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกัน แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะรู้สึกว่าคุณตัวตน คำพูด การกระทำได้รับการยอมรับว่าเป็นเรื่องปกติ การพูดคุยเรื่องเฮฟวีเมทัลเป็นเรื่องที่เข้าใจร่วมกัน มีส่วนร่วม ไปทำกิจกรรมร่วมกัน

“คนนอกจะมองคนกลุ่มนี้ว่ารุนแรง ดื้อดึง เวลาทำอะไรก็ผิดไปหมด การที่ฟังเพลงแรงก็โดนหาว่ารุนแรง ใส่เสื้อดำก็หาว่าโหด ทาหน้าก็โหด คือคนนอกจะไม่เข้าใจว่าเพราะอะไร คนอื่นมองว่าเราแปลก มองไปในทางลบ แต่เวลาแฟนเพลงมาเจอกันเอง บางคนใส่เสื้อวงใหม่ๆมาก็จะมีคนชม แต่งหน้าสวยก็ชม คือ ทุกคนจะเข้าใจกันและกันและยอมรับกัน ไม่มีใครอยากเป็นคนแปลก

หรรอครับ ในจุดนี้ทุกคนยอมรับตัวตนเรา เราก็ยอมรับในตัวตนเขา ยอมรับที่ทำกัน มันก็สบายใจนะ” (มนูญศักดิ์ ชั่วยอดหมัด, สัมภาษณ์, 7 มกราคม 2549)

“ครั้งหนึ่งต้องจัดการแสดงที่บริษัท เป็นงานปีใหม่ครับ ผมก็ภูมิใจมาก เห็นมีโอกาสก็เลยเอาหน่อย ไปเล่นเพลงของ slipknot ทำทุกอย่างอย่างเหมือนเลยครับ โหดเต็มที่ สะบัดหัว โชว์พลังเสียง ผมภูมิใจมาก แต่ปรากฏว่าคนที่ออฟฟิศเขาจะ งงๆเงิบๆ ตบมือแปะๆ ผมรู้เลยครับว่าเขาคงงงว่าผมทำอะไร ผมว่าผมเล่นในงานผมดีกว่าครับ ตลกดีครับ เอามาเล่ายังซ้ำกันอยู่เลย” (สมนิมิตร ลักษณะปานทิพย์, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2549)

จากประสบการณ์ของสมนิมิตร ลักษณะปานทิพย์ ชี้ให้เห็นชัดว่าการแสดงออกถึงความ เป็นเฮฟวีเมทัลนั้นขัดกับสายตาคนในสังคมทั่วไป ถึงแม้ว่าสมนิมิตรจะยอมรับภูมิใจในความเป็น เฮฟวีเมทัล ไม่อายในการที่ตนเองเป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล แต่การที่จะแสดงออกถึงตัวตนเหล่านั้น ย่อมต้องรู้จักกาลเทศะเพื่อให้สิ่งที่ตนเป็นได้รับการยอมรับ ไม่ใช่มองว่าเป็นสิ่งไม่ดี หรือแปลกใน สายตาคนทั่วไป

ฉัตรชัย สุสรดิษฐ์ หัวหน้ากองบรรณาธิการนิตยสาร Cherish The Darkness กล่าวถึง ประเด็นนี้ว่า “ผมว่าประเด็นนี้น่าสนใจนะ ก็เพราะภาพมันดูลบมาก ใครเห็นใครก็ต้องมองไม่ดี อัน นี้ผมเข้าใจ ผมว่าแฟนเพลงก็เข้าใจนะว่าภาพลักษณ์แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลมันเป็นไง ไม่แปลกที่คน มองเป็นลบ แต่เวลาอยู่ด้วยกันมันกลับกันนะ ใครมีอะไรใหม่อะไรดีนี่ก็เฮเลย มีคนมาชม มีคนมา ถาม ตามปกติคนก็ต้องชอบแบบนี้อยู่แล้ว ไม่มีใครอยากให้มาด่าหรรอ มันเหมือนกับเราทำให้ คนเลิรต์มันสมบูรณ์แบบไหน” (ฉัตรชัย สุสรดิษฐ์, สัมภาษณ์, 22 กันยายน 2548)

การแต่งชุดดำ การแต่งหน้าทาทาให้ดูน่ากลัว การแท็ค การเซิร์ฟ สิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นในการ รวมกลุ่มนั้น เป็นสิ่งที่ขัดตาเป็นสิ่งแปลกสำหรับบุคคลภายนอก แต่สำหรับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล ด้วยกันนั้นจะได้รับการยอมรับว่าเป็นแฟนตัวจริง เป็นคนที่ทำให้วัฒนธรรมการชมคอนเสิร์ตเฮฟวี เมทัลนั้นสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น เป็นคนที่ช่วยสานต่อดนตรีเฮฟวีเมทัล วัฒนธรรมเฮฟวีเมทัลให้ สืบเนื่องต่อไป

นอกจากนั้นแล้วแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลยังต้องการที่จะหาสมาชิกใหม่อยู่เสมอ พบว่าในเวป ไซต์ต่างๆจะมีการเชิญชวนให้มาฟังเพลงเฮฟวีเมทัล มีแนะนำอัลบั้มใหม่ มีกระดานข่าวสำหรับ แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลหน้าใหม่ที่จะมาตั้งกระทู้ถามเรื่องราวต่างๆซึ่งจะได้รับการตอบรับจากแฟน

เพลงเฮฟวีเมทัลรุ่นเก่าเป็นอย่างดีและมีติดตามส่งข้อมูลข่าวสารถึงสมาชิกใหม่อยู่เสมอ เหตุที่ต้องหาสมาชิกเรื่อยๆนั้นก็เพื่อที่จะต้องการให้ตนเองได้รับการยอมรับให้มากที่สุด

การได้รับการยอมรับในสิ่งที่ตนเป็นนั่นเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องการ เช่นเดียวกับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยที่ต้องการการยอมรับจากคนทั่วไป แต่ในเมื่อภาพแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นไปในทางลบมากกว่า ทำให้พวกเขายังต้องการการยอมรับมากขึ้น และการยอมรับนี้ก็ได้รับการตอบสนองจากแฟนเพลงด้วยกันนั่นเอง ดังนั้นพวกเขาก็ต้องการที่จะแสวงหาสมาชิกใหม่อยู่เสมอ แต่ที่สำคัญที่สุดคือการรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลซึ่งเป็นสถานที่หนึ่งที่เขาจะได้รับการยอมรับเพื่อที่เขาจะได้แสดงตัวตนออกมาได้อย่างเต็มที่

นอกจากนั้นแล้ว แฟนเพลงแนวเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่จะมีความต้องการที่จะแสดงออกถึงตัวตนของตนเองในความเป็นเฮฟวีเมทัล ผ่านทั้งการแต่งกาย การแต่งหน้า การแสดงออก การรวมกลุ่ม ในการแสดงออกถึงตัวตนของตนเองในความเป็นเฮฟวีเมทัลนั้น มักจะผ่านออกมาในการไปร่วมงานคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัล ซึ่งถือเป็นสถานที่แสดงความเป็นเฮฟวีเมทัลของตนเอง การจัดงานคอนเสิร์ตทุกครั้งนั้น ไม่ว่าจะจัดบ่อยครั้งแค่ไหนก็มักจะได้รับคำตอบรับจากแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลมาร่วมงานเป็นจำนวนมากตลอดทุกครั้ง

การไปร่วมงานคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัล ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มของแฟนเพลงบนพื้นฐานลักษณะนิสัยของแฟนเพลงที่ผู้วิจัยสังเกตพบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นจะมีลักษณะที่ต้องการจะบ่งบอกความเป็นตัวของตัวเองอยู่เสมอ และ ต้องการที่จะแสดงออกในสิ่งที่ตัวเองเป็นอยู่ ต้องการจะบอกสังคมว่า ตัวเองในฐานะแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นคนเช่นไร โดยถือเอากิจกรรมการดูคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลเป็นเวทีการแสดงควมมีตัวตนอยู่ของตนเอง

ในชีวิตปกติของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลก็เหมือนกับคนอื่นๆทั่วไป เช่น ต้องใช้เวลาส่วนใหญ่ในการทำงาน การเรียน ซึ่งเป็นกรอบการใช้ชีวิตที่ต้องทำทุกอย่าง ตามรูปแบบในกรอบที่วางไว้เหมือน ๆ กันทุกคน การแต่งกายก็ต้องเรียบร้อยตามกาลเทศะของสถานที่นั้นๆ ในสถานที่ทำงานหรือในโรงเรียนก็จะมีกฎระเบียบต่างๆที่วางไว้มากมาย

กรอบและรูปแบบการประพฤติปฏิบัติต่างๆ เหล่านี้ทำให้คนทุกคนต้องเหมือนกัน แต่งตัวเหมือนกัน กินข้าวเวลาเดียวกัน เข้างานเลิกงานเหมือนกัน ชีวิตปกติเช่นนี้ทำให้คนที่ต้องการการแสดงออกถึงความเป็นเฮฟวีเมทัลของตนเอง ไม่สามารถแสดงออกซึ่งความเป็นตัวของตัวเองหรือ



ความเป็นเฮฟวีเมทัลของตัวเอง ออกมาได้ ตัวตนความเป็นเฮฟวีเมทัลของตัวเองในแต่ละคนจะถูกเก็บกดไว้

ดังนั้นการเข้าชมคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลไม่ใช่เพียงกิจกรรมเพื่อเสพสุนทรีย์ะทางดนตรีเท่านั้น แต่วัฒนธรรมในการรวมตัวในการเข้าชมคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลนี้ ยังเชื้ออำนาจให้พวกเขาสามารถแสดงตัวตนที่แท้จริงออกมาในสถานที่ที่จัดไว้อย่างงานคอนเสิร์ตได้ แพนเพลงเฮฟวีเมทัลสามารถนำในสิ่งที่ตัวเองเป็นจริงออกมาให้สังคมได้รับรู้ ซึ่งการได้แสดงตัวตนที่แท้จริงออกมาให้คนอื่นรับรู้นั้นทำให้พวกเขา รู้สึกเป็นตัวของตัวเอง และ มีความสุขเวลาได้แสดงตัวตนความเป็นเฮฟวีเมทัลที่ตนเองรักอย่างแท้จริงออกมา ดังนั้นงานคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลจึงจัดขึ้นบ่อยครั้งมากกว่างานคอนเสิร์ตในแนวดนตรีอื่นทั่วไปเพื่อตอบสนองความต้องการของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

“คิดดูสิครับ โรงเรียนชายแต่ในวิชาพลจะต้องมาเดินลีลาศ ทำไมต้องเดินลีลาศ ในเมื่อเด็ก ๆ ต้องการจะเต้นเบรคแดนซ์ เต้นแร็ป เต้นแทคแบบเฮฟวีเมทัล การฝึมือก็ต้องให้พวกผมมานั่งร้อง พวกมาลัย ทำกระทง ทำขนม เวิร์กจริงๆ คว้ารับไม่ได้ เด็กเขาจะเอาไปทำอะไรกัน มันไม่ตรงกับไลฟ์สไตล์เขา ยังใส่เอาไว้ในหลักสูตรอยู่ได้ ถ้าไปตองหมดจากโลกไป ก็คงไม่เปลี่ยนหลักสูตรเย็บกระทงใช้ไหม เสื้อก็ตองเอาเข้าทางเกงจันรัดตัว ดึงเอวสูง ๆ ผมสั้นจันทูเรศ มันเป็นปกติที่ไหนเนีย ตอนนั้นผมอคติกับโรงเรียนมากๆเลยนะครับ ผมว่าทำไมหรอ นักเรียนตองดูทุเรศหรอ ครูถึงจะพอใจ เซ็งครับ จะบ้าตาย” (ชาญวิทย์ แซ่อึ้ง, สัมภาษณ์, 5 พฤศจิกายน 2548)

“ผมฟังเฮฟวีเมทัล ก็เหมือนผมแสดงตัวตนออกมา เพราะปกติในสังคมปัจจุบันทุกคนต้องซ่อนตัวตนทั้งนั้นครับ ลองคิดดูสิครับ วันๆคุณเป็นอะไรได้บ้าง เป็นลูก เป็นแม่ เป็นนักเรียน เป็นลูกจ้าง ก็ประมาณนี้ เท่านั้นเอง คุณอยากเป็นผู้พิทักษ์สันติ คุณจะเป็นตองไหน คุณอยากกอบกู้โลก คุณจะทำตองไหน ทำได้ไง ไม่มีเลยครับ เราสามารถเอาตัวเราออกมากับเพลงได้ เพลงที่เราฟังเป็นไง เราก็เป็นแบบนั้น” (อำนาจ ingsว่าง, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2549)

“คนเราทุกคนเนี่ยจะมีตัวตนของตัวเองอยู่ซึ่งมันจะซ่อนไว้ลึกๆครับ มันถูกสังคมการศึกษา ทุกอย่างบดบังไว้ มันโดนกดอยู่เนาะครับ ฉะนั้นเวลาเราเจออะไรที่มันเป็นตัวเราเนี่ย เราจะถูกใจกับมันมาก อยู่กับมันได้ตลอดเวลา และก็อยากจะเสพมันเพราะว่ามันได้ปลดปล่อยตัวตนออกมา เข้าใจไหมครับว่าตัวตนจริงๆถูกเก็บกดไว้ และเพลง นำมันออกมาได้ ถึงจะแค่ไม่นานแต่มันก็โอเคครับ ดีกว่าไม่มี” (สมภพ จันทร์หอม, สัมภาษณ์, 9 ธันวาคม 2548)

นอกจากจะต้องการแสดงถึงตัวตนและได้รับการยอมรับแล้ว แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลยังมีการแสดงออกที่ผ่านการแต่งกายขณะร่วมชมคอนเสิร์ตอีกด้วย การแต่งกายของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนี้หมายถึง เสื้อผ้าที่พวกเขาสวมใส่ การแต่งหน้า ทาตา และเครื่องประดับต่างๆ

เสื้อผ้าที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลใส่นั้นโดยปกติในวันธรรมดาที่ไม่มีการรวมกลุ่มกัน พวกเขาจะแต่งกายแบบธรรมดาไม่จำกัดสี แต่เมื่อใดก็ตามที่มีการรวมกลุ่มกันชมคอนเสิร์ต แฟนเพลงก็จะ มีเอกลักษณ์ในการแต่งกายที่ต่างไปจากวันปกติ ส่วนใหญ่แล้วแฟนเพลงจะสวมเสื้อสีดำ ซึ่งปรากฏรูปหรือลายที่ดูน่ากลัว มีพลัง เช่น ภาพหัวกะโหลก ปีกาจ เปลวไฟ เป็นต้น เช่นเดียวกันกับการแต่งหน้าทาตาและเครื่องประดับของแฟนเพลง ทุกสิ่งทุกอย่างที่พวกเขาแสดงออกนั้นจะบ่งบอกถึงพลัง ความน่ากลัว ตามแบบฉบับของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

## ลักษณะทางสังคม

### กลุ่มสังคมของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

จากการสัมภาษณ์แฟนเพลงถึงการคบหากับกลุ่มเพื่อน หรือคนที่ไม่ใช่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกัน ว่ามีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกันอย่างไร ผู้วิจัยพบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลไม่ใช่แต่จะมีกลุ่มเพื่อนที่เป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกันเท่านั้น หากแต่ยังมีกลุ่มเพื่อนที่ไม่ได้เป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วย ซึ่งแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลก็คบหาอยู่ในกลุ่มเพื่อนเหล่านี้ โดยไม่ได้ห่างเหิน หรือแปลกแยกจากกลุ่มแต่อย่างใด เพียงแต่ส่วนใหญ่จะไม่ค่อยพูดถึงเพลงเฮฟวีเมทัลในกลุ่มเพื่อนที่ไม่ใช่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

ผู้วิจัยพบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นคนที่ไม่ปิดกั้นในการคบเพื่อน ส่วนใหญ่จะมีเพื่อนอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งเป็นเพื่อนที่ไม่ได้ชื่นชอบดนตรีเฮฟวีเมทัล มักจะเป็นกลุ่มเพื่อนในสถานที่ทำงาน หรือ กลุ่มเพื่อนที่โรงเรียนและมหาวิทยาลัย ซึ่งกลุ่มที่ไม่ใช่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนี้ก็จะมีการทำกิจกรรมกันตามปกติเช่น ไปเที่ยว ดูภาพยนตร์ รับประทานอาหารตามร้านอาหาร เป็นต้น

“มีกลุ่มเพื่อนที่เรียนกันมา ทั้งสมัยมัธยม ป.ตรี เพราะเราก็ยังคบกันอยู่ แล้วก็กลุ่มเพื่อนที่ชมรมอาสา แล้วก็กลุ่มเพื่อนที่ทำงาน ก็จะมีกิจกรรมแบบอื่นๆที่ไม่ต้องไปคอนเสิร์ต เพราะพวกนั้นจะไม่ชอบพวกงานเฮฟวีเมทัล หรือเรียกว่าไม่รู้จักรักเลยดีกว่า ไปร้องคาราโอเกะ ไปกินข้าว ซื้ของ

เที่ยวต่างจังหวัด เดินป่า ก็ว่ากันไปตามแต่ละกลุ่มชอบนะ และชอบทำค่ายอาสาหลายๆ” (ปิ่นมณี ฤทธิชญา, สัมภาษณ์, 23 ตุลาคม 2548)

“มีเพื่อนหลายกลุ่มเลยครับ เพื่อนที่เรียนที่อังกฤษด้วยกัน เพื่อนที่มัธยมก็ยังไม่เคยบอกกันอยู่ เพื่อนที่มหาลัยก็มีไปเที่ยวกันบ่อย ๆ ไม่ได้ทิ้งพวกเขา แล้วมาหาเพื่อนชาวเมทัลอย่างเดียวนะ” (อำนาจ โงสว่าง, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2549)

จะพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้น จะไม่ปิดตัวเองอยู่เฉพาะกับกลุ่มที่ฟังดนตรีด้วยกันเท่านั้น แต่ยังมีกลุ่มตามสภาวะแวดล้อมของแต่ละคน แต่การคบเพื่อนหลายกลุ่มนั้นก็ไม่ใช่ปัญหาแต่อย่างใด แต่จะเลือกกิจกรรมตามความสนใจของกลุ่มนั้นๆ เช่น เพื่อนที่เป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกันนั้นก็มาชมคอนเสิร์ตร่วมกัน ส่วนเพื่อนที่ไม่ได้เป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นจะทำกิจกรรมกันตามปกติ คือ ทานข้าว ชมภาพยนตร์ ทบสวนตำราเรียน เป็นต้น

ถึงอย่างไรก็ตามแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นก็ไม่ได้คุย หรือมีปฏิสัมพันธ์กันเฉพาะเรื่องของดนตรีเท่านั้น แต่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกันยังพูดคุยกันถึงเรื่องอื่นๆ ที่นอกเหนือไปจากเรื่องของดนตรีอีกด้วยเช่นกัน

“เพื่อนก็คือเพื่อนครับ กับเพื่อนฝั่งนี้ผมคุยได้หมดนะ ออกหัก เรียน เพลง ผมว่ามันไม่ได้อยู่ที่ใครชอบเฮฟวีเมทัลแล้วจะคุยได้แต่เฮฟวีเมทัล มันอยู่ที่ว่าคนนั้นเป็นยังไง กับเราเขาจริงใจแค่ไหนที่เราจะคุยเรื่องอื่นได้ เพื่อนเฮฟวีเมทัลก็สนิทกันครับ ผมเลยคุยหมด มีอะไรก็รู้กันหมด แต่จะถามว่าสนิทกับฝั่งไหนมากกว่าผมว่าวัดไม่ได้นะ มันคนละแบบ” (อิทธิกร นุชอาวรณ์, สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2548)

“คุยได้ เรื่องอะไรก็คุยได้ เพื่อนเรานี่หาอารมณ์ไหนคุยเรื่องไหนก็ แล้วแต่ เพื่อนที่ฟังเพลงไม่ค่อยได้คุยเรื่องเพลงก็มี เจอกันก็คุยแต่เรื่องเสริมสวยก็มี มันไม่จำเป็นนะ มันจะต่างกันตรงที่ไปไหนต่อไหนนี่ละ คือเพื่อนเฮฟวีเมทัลก็จะดูคอนเสิร์ตเป็นหลัก กินข้าวบ้าง แต่คนอื่นก็ปกติทั่วไป” (วัชรภรณ์ ศิริวัชรกรกุล, สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2548)

สรุปแล้ว แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นจะมีสังคมหลายกลุ่ม และกลุ่มที่เป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นจะแยกออกมาอย่างชัดเจนโดยจะพบปะเจอกันในการไปดูคอนเสิร์ตเป็นหลัก แต่ก็มีบางครั้งที่ทำกิจกรรมอย่างอื่นร่วมกัน เช่นทานข้าว ท่องเที่ยว และเรื่องพูดคุยกันจะเป็นเรื่อง

ธรรมดาทั่วไปที่ไม่เจาะจงว่าจะต้องเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลเท่านั้น เหมือนกับว่าพวกเขา มีเพื่อนอีกกลุ่มหนึ่งมาเพิ่มในชีวิตซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีรสนิยมในด้านดนตรีที่เหมือนกัน

ลักษณะด้านต่างๆของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยโดยรวมแล้วจะพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นพื้นฐานก็จะเหมือนกับคนปกติธรรมดาทั่วไป ประกอบไปด้วยคนที่หลากหลายทั้งอาชีพ การศึกษา แต่ส่วนใหญ่แฟนเพลงที่มารวมกลุ่มนั้นจะเป็นวัยรุ่น แต่จะพบวัยทำงานและวัยผู้ใหญ่บ้าง ลักษณะพิเศษอื่นๆของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้นพบว่า เป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นในการหาสื่อที่ตนเองต้องการเนื่องจากสื่อเฮฟวีเมทัลถูกปิดกั้นไม่ได้รับการเผยแพร่เท่าที่ควร เป็นคนที่รักความสนุกสนาน เป็นกลุ่มคนที่ชอบเล่นดนตรี เล่นอินเตอร์เน็ต และสิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ แฟนเพลงเหล่านี้ต้องการการยอมรับจากสังคม ต้องการสังคมที่เข้าใจในตัวตนของเขา สิ่งเหล่านี้เองทำให้แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลรักการรวมกลุ่มของตนเป็นอย่างมาก เพราะการรวมกลุ่มนี้สามารถตอบสนองต่อลักษณะต่างๆของพวกเขาได้ ในงานคอนเสิร์ตนั้นๆจะมีแต่คนแบบเดียวกัน ยอมรับซึ่งกันและกัน พวกเขาสามารถแสดงตัวตนออกมาได้อย่างสบายใจ อีกทั้งได้รับความสนุกสนานจากการรวมกลุ่มอีกด้วย การรวมกลุ่มตามงานคอนเสิร์ตจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ชาวเฮฟวีเมทัลขาดไม่ได้มาโดยตลอด

#### 4.2 ลักษณะกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นมีจำนวนมากพอสมควรซึ่งกระจัดกระจายตามพื้นที่ต่างๆออกไป แต่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลก็กลับเป็นกลุ่มเป็นก้อนกันได้เมื่อมีกิจกรรมเพื่อการรวมตัวกันเกิดขึ้น ผู้วิจัยพบสามารถแบ่งกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลได้ออกเป็นสองกลุ่มคือ

1. กลุ่มที่จัดขึ้นอย่างเป็นทางการ
2. กลุ่มที่จัดขึ้นอย่างไม่เป็นทางการ

##### 1. กลุ่มที่จัดขึ้นอย่างเป็นทางการ

กลุ่มที่จัดขึ้นอย่างเป็นทางการนี้หมายถึงกลุ่มแฟนเพลงที่เป็นแฟนคลับของวงดนตรีใดวงดนตรีหนึ่งในแนวเฮฟวีเมทัล ซึ่งพบว่าการมีแฟนคลับของตนเองนั้นจะเกิดขึ้นกับศิลปินที่มีชื่อเสียงอย่างมากในวงการเฮฟวีเมทัลเท่านั้น เช่น วง Ebola, วง Outro, วง Dezember, วง Sweetmulet, วง Banana, วง Systemsucker และวง Clone เป็นต้น

กลุ่มที่เกิดขึ้นอย่างเป็นทางการนี้เกิดจากแฟนเพลงของวงนั้นๆเองที่ต้องการจะรวบรวมผู้ที่ชื่นชอบศิลปินเหมือนกันไว้โดยจะให้มีการลงชื่อแฟนคลับที่เวปบอร์ดของศิลปินนั้นๆเพื่อทำความรู้จักและคุยผ่านทางกระดานสนทนา หรือกระทู้ต่างๆ แต่พบว่ากลุ่มคนเหล่านั้นนั้นไม่มีกิจกรรมที่จัดขึ้นเฉพาะอย่างเป็นทางการใดๆ มีแต่การพูดคุยสนทนากันเท่านั้น ซึ่งกลุ่มในลักษณะนี้จะเป็นกลุ่มแบบลูกล้อ ซึ่งสมาชิกทุกคนจะติดต่อสื่อสารกันแบบมีศูนย์กลางนั่นคือติดต่อกันผ่านทางเวปไซต์ของศิลปินนั้นๆ ทำให้ลักษณะกลุ่มเป็นแบบมีศูนย์กลาง

ลักษณะกลุ่มแบบมีศูนย์กลางนั้นยังมีกระบวนการแยกย่อยออกไปอีก เพื่อรองรับรายละเอียดของความแตกต่างของขั้นตอนและกระบวนการสื่อสาร แฟนเพลงที่จัดขึ้นอย่างเป็นทางการนี้มีลักษณะเครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) ดังภาพที่ 13 ซึ่งเป็นลักษณะกลุ่มที่มีการติดต่อสื่อสารผ่านทางศูนย์กลางนั่นคือเวปไซต์ของศิลปิน

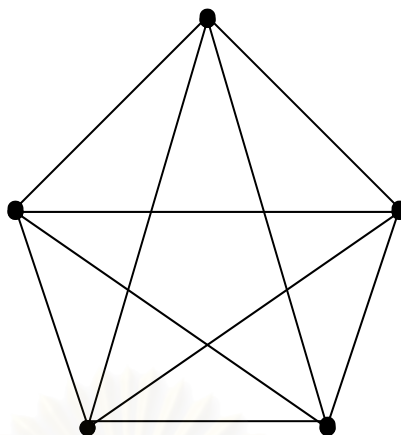


ภาพที่ 13: ลักษณะกลุ่มที่มีเครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ

## 2. กลุ่มที่จัดขึ้นอย่างไม่เป็นทางการ

กลุ่มประเภทนี้เกิดจากการรวมตัวกันเองของแฟนเพลง ไม่มีการดำเนินงานที่แน่นอน มักมีการรวมตัวกันตามงานคอนเสิร์ตต่างๆ กลุ่มคนเหล่านี้จะมาเจอกันตามงานคอนเสิร์ตต่างๆโดยในกลุ่มเหล่านี้ก็จะประกอบไปด้วยกลุ่มคนเล็กๆหลายๆกลุ่ม สมาชิกภายในกลุ่มเล็กๆที่เป็นองค์ประกอบของกลุ่มใหญ่นั้นสมาชิกจะรู้จักกันหมดทุกคนภายในกลุ่ม ดังนั้นลักษณะกลุ่มจะมีการสื่อสารกันแบบกระจายอำนาจเป็นการสื่อสารที่สมาชิกทุกคนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้โดยตรง ไม่ต้องผ่านสมาชิกอื่นๆ ทั้งในการรับข่าวและการส่งข่าว เครือข่ายที่แฟนเพลงใช้ในการติดต่อสื่อสารกันนั้นเป็นแบบเครือข่ายสื่อสารแบบทุกช่องทาง กล่าวคือ ทุกคนในกลุ่มนั้นรู้จักกันหมดอย่างทั่วถึง (ดังภาพที่ 14)





ภาพที่ 14: ลักษณะกลุ่มที่มีเครือข่ายแบบทุกช่องทาง

กลุ่มเล็กๆที่ประกอบกันเป็นกลุ่มใหญ่นั้น จะมีลักษณะแบบที่ทุกคนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้หมด เพราะทุกคนต่างรู้จักกันต่างเป็นเพื่อนกัน ในกลุ่มใหญ่ที่มารวมตัวกันชมคอนเสิร์ตนั้น จะมีกลุ่มย่อยๆในลักษณะแบบทุกช่องทางมากมายหลายกลุ่ม ซึ่งในแต่ละกลุ่มนั้นจะมีตัวเชื่อมระหว่างกลุ่มซึ่งทำหน้าที่เป็นสะพาน (bridge) ให้ทั้งสองกลุ่มรู้จักกันด้วย

สรุปแล้ว ลักษณะกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้นจะแบ่งออกเป็นสองประเภทคือกลุ่มที่เป็นแฟนของศิลปินนั้นๆซึ่งจะมีลักษณะกลุ่มที่กว้างแต่ไม่สนิทสนมกัน ต้องมีการสื่อสารกันผ่านศูนย์กลางนั้นคือเวปไซต์ของศิลปินต่างๆ ลักษณะกลุ่มที่เป็นทางการนี้พบว่าไม่มีกิจกรรมใดๆที่จัดทำขึ้นเป็นพิเศษ มีแต่การพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันผ่านศูนย์กลางเท่านั้น ลักษณะที่สองคือกลุ่มที่มารวมกันตามงานคอนเสิร์ตต่างๆซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่ ในกลุ่มใหญ่นี้จะประกอบไปด้วยกลุ่มเล็กๆในลักษณะวงกลมที่มีความรู้จักกันอย่างทั่วถึง และในบรรดาสมาชิกเหล่านั้นก็จะมีคนที่ทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างกลุ่มต่างๆ ทำให้กลุ่มเล็กๆเหล่านั้นเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง

#### 4.3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่ม

กระบวนการรวมกลุ่ม หมายถึง สัมพันธกิจระหว่างสมาชิกที่ได้ตอบกันอย่างเสรี เพื่อที่จะกระตุ้นเตือนให้กลุ่มดำเนินกิจกรรมไปสู่เป้าหมาย อันเป็นของกลุ่มและของสมาชิกด้วย เนื่องจากกลุ่มมีสมาชิกหลายคน และแต่ละคนก็มีความแตกต่างในเรื่องอุปนิสัยใจคอ เช่น บางคนมีเหตุมีผล บางคนใจร้อน และก้าวร้าวรุนแรง การผสมผสานระหว่างสิ่งเหล่านี้ โดยที่ทำให้กลุ่มสามารถดำเนินกิจกรรมก้าวหน้าไปได้จึงจัดเป็นกระบวนการ (ฉลอง ภิรมย์รัตน์, 2521)

กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล มีเป้าหมาย มีความสนใจ มีความต้องการร่วมกัน กล่าวคือ สมาชิกทุกคนจะมีความคิดในแนวที่ร่วมกัน ซึ่งจัดเป็นความคิดของกลุ่มไม่ว่าจะเป็นทัศนคติ หรือการยอมรับ หรือปฏิเสธ ซึ่งจะออกมาในรูปของกลุ่ม มีผลของการร่วมกันตัดสินใจ ในรูปของกลุ่มมิใช่สมาชิกเพียงคนใดคนหนึ่งตัดสินใจสมาชิกทุกคนจะต้องยึดมั่นในท่าทีของกลุ่มอย่างแข็งขัน และมีพฤติกรรมคล้ายตามกันในเรื่องนั้นๆ เพราะกลุ่มนั้นมีความสำคัญกับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลมาก เพราะเป็นสังคมอุดมคติของพวกเขา ดังนั้นทุกคนจึงยึดมั่นในกฎของกลุ่มอย่างเคร่งครัดเพื่อรักษากลุ่มให้ยืนยาวต่อไป

สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมที่ทางกลุ่มจัดขึ้นเป็นประจำ และทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น เช่น การสนทนาออนไลน์ การนัดหมายกันไปทำกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งมีการร่วมดูคอนเสิร์ตซึ่งถือเป็นกิจกรรมหลักของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลซึ่งกิจกรรมของกลุ่ม ที่กำหนดให้สมาชิกกระทำจะต้องมีส่วนที่จะช่วยลดความเครียด หรือช่วยบำบัดความต้องการของกลุ่มด้วย การทำกิจกรรมต่างๆ ล้วนแล้วแต่เป็นเพื่อความผ่อนคลายของสมาชิก

สมาชิกทุกคนเข้ามารวมกลุ่มกันเพื่อให้รับทราบข่าวสาร ข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลที่ตนสนใจ ตามความต้องการของตนเอง สามารถเข้าถึงและใช้แหล่งข้อมูลร่วมกันภายในสื่อต่างๆไม่ว่าจะภายในเว็บไซต์ การใช้ e-mail การสนทนาแบบ face-to-face เป็นต้น ซึ่งสมาชิกทุกคนสามารถเข้าสู่ข่าวสารของดนตรีเฮฟวีเมทัล พูดคุยกับเพื่อนสมาชิกคนอื่นๆ สมาชิกทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกันในการใช้บริการต่างๆจากสื่อที่มีอยู่ อีกทั้งยังมีการเอื้อประโยชน์ในด้านข้อมูลกันระหว่างสมาชิก กล่าวคือ สมาชิกในกลุ่มจะช่วยแนะนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์ หรือหนทางแก้ปัญหาให้กับเพื่อนสมาชิกคนอื่น เพื่อเสริมสร้างให้กลุ่มมีความเข้มแข็งมากขึ้น ซึ่งการรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นมีดังนี้

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจโดยการทำตัวเป็นหนึ่งในแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล โดยการเข้าร่วมรวมกลุ่มดูคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัล ซึ่งจากระยะเวลาที่ผ่านมพบว่า คอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลที่จัดขึ้นนั้นมีจำนวนบ่อยครั้งมากกว่าคอนเสิร์ตปกติทั่วไป โดยเฉลี่ยแล้วจะมีการจัดคอนเสิร์ต 2 ครั้งต่อ 1 เดือน สาเหตุที่มีคอนเสิร์ตแนวเฮฟวีเมทัลเป็นประจำ เนื่องจาก ดนตรีเฮฟวีเมทัลนั้นเป็นดนตรีที่ไม่ได้รับการเผยแพร่ออกทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์อย่างดนตรีแนวอื่นๆ สื่อวิทยุโทรทัศน์ส่วนใหญ่จะนำเสนอแต่ดนตรีกระแสหลักด้วยเหตุผลทางการตลาดที่เชื่อว่ามีจำนวนคนฟังมากกว่า ดังนั้นรายการที่นำเสนอดนตรีเฮฟวีเมทัลโดยตรงนั้นจะไม่มี สำหรับด้านแฟนเพลงนั้น ถึงแม้จะมีไม่มาก

เท่ากับดนตรีกระแสหลัก แต่ก็สามารถกล่าวได้ว่าแฟนดนตรีเฮฟวีเมทัลก็มีอยู่จำนวนหนึ่งซึ่งมากพอสมควร แฟนเพลงเหล่านี้จึงหาสิ่งที่มาทดแทนสื่อที่ขาดหายไป ซึ่งนั่นก็คือการชมคอนเสิร์ตนั่นเอง คอนเสิร์ตถือเป็นสื่อหนึ่งสำหรับแฟนเพลงกลุ่มนี้

นอกจากเหตุผลจากการหาสื่อทดแทนของแฟนเพลงแล้ว ทางด้านศิลปินเองก็เป็นเหตุผลอีกประการหนึ่งที่สำคัญ เนื่องจากวงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยมีจำนวนมากพอสมควร วงเหล่านี้มีทั้งอยู่สังกัดค่ายเพลงต่างๆ เช่น Outro Quake ที่สังกัดค่าย อาร์เอส โปรโมชัน และวงดนตรีอิสระ ไม่มีสังกัดใดๆ เช่น Annalynn และ Passenger เป็นต้น ศิลปินเฮฟวีเมทัลเหล่านี้ถือว่าการเล่นคอนเสิร์ตหรือการแสดงสดคือสิ่งที่พวกเขาต้องการมากที่สุดในฐานะเป็นศิลปิน เพราะการแสดงสดหรือการเล่นคอนเสิร์ตนี้ถือเป็นโอกาสที่พวกเขาจะได้แสดงฝีมือในการเล่นดนตรีได้ดีที่สุด ประกอบการถูกจำกัดจากสื่ออื่นๆ ดังนั้น การแสดงคอนเสิร์ตก็ถือเป็นสื่อที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับศิลปินเฮฟวีเมทัลในเมืองไทย

“การทำเพลงของศิลปินไม่ใช่ว่าอยากจะทำแต่อยากเล่นดนตรีให้คนที่ชอบดนตรีได้ฟัง การที่เราเล่นแล้วคนดูมีอารมณ์ร่วมตามนั้นถือว่าเป็นสิ่งตอบรับที่ดีที่สุดสำหรับผม ผมมั่นใจว่าทุกคนที่มีผลงาน หรือทุกคนที่เล่นดนตรี ใครก็อยากเล่นคอนเสิร์ต ไม่ว่าจะเป็วงเก่าหรือใหม่ ไม่ว่าจะยังงั้ก็อยากเล่นดนตรีสดให้คนฟังได้สนุกกัน” (พิสุทธิ โล่ห์สีทอง, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2549)

“งานคอนเสิร์ตต่างๆของชาวเฮฟวีเมทัลนั้นเปรียบเสมือนการเติมเต็มให้กับการรับสื่อที่ขาดตกบกพร่อง คนฟังเพลงทุกคนต้องการมากกว่าเสียงที่ออกจากวิทยุหรือภาพนิ่งที่เห็นตามอินเทอร์เน็ต จุดสูงสุดของทั้งคนฟังเพลงและศิลปินแนวนี้คือโชว์ “นี่คือเหตุผลว่าทำไมคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลถึงมีอยู่อย่างไม่ขาดสาย และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีทุกครั้งไป” (ฉัตรชัย สุสรดิษฐ์, สัมภาษณ์, 22 กันยายน 2548)

ด้วยเหตุผลเหล่านี้เองทำให้คอนเสิร์ตดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลมีขึ้นอย่างบ่อยครั้งการจัดคอนเสิร์ตแนวเฮฟวีเมทัลเดือนละประมาณสองครั้งต่อเดือนนี้เป็นมากกว่า 10 ปี ซึ่งถือได้ว่าเป็นการรวมกลุ่มที่มีความถี่สูงกว่าดนตรีแนวอื่นๆ และถือเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ดนตรีเฮฟวีเมทัลสามารถอยู่ในประเทศไทยได้ถึงปัจจุบัน

เนื่องด้วยกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในบ้านเรามีการรวมกลุ่มกันที่ค่อนข้างหนาแน่น รวมไปถึงมีจำนวนแฟนเพลงค่อนข้างกระจัดกระจาย ทำให้กลุ่มแฟนเพลงทั้งหลายมีความต้องการที่จะจัดกิจกรรมเพื่อเป็นศูนย์กลางสำหรับการรวมกลุ่ม และกิจกรรมอย่างหนึ่งที่กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนิยมนัดหมายมารวมตัวกันนั้นก็คือ การจัดงานคอนเสิร์ต โดยในแต่ละปีนั้นมีการจัดงานคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลขึ้นมากมาย เฉลี่ยแล้วอยู่ที่ประมาณ 2 ครั้งต่อหนึ่งเดือน ซึ่งในคอนเสิร์ตแต่ละครั้งนั้นก็เหมือนเป็นกิจกรรมที่เปิดพื้นที่ให้แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลมารวมกลุ่ม เพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งคอนเสิร์ตแต่ละครั้งก็มีลักษณะของการจัดงานที่แตกต่างกันออกไปดังนี้

1. คอนเสิร์ตที่จัดโดยแฟนเพลง
2. คอนเสิร์ตที่จัดโดยศิลปิน
3. คอนเสิร์ตที่จัดโดยบริษัทดนตรีและOrganizer

### 1. คอนเสิร์ตที่จัดโดยแฟนเพลง

อย่างที่ได้อธิบายไปในข้างต้นแล้วว่า กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะมีการรวมกลุ่มกันค่อนข้างเหนียวแน่น ทำให้แฟนเพลงส่วนใหญ่รู้จักกันเป็นอย่างดี และเมื่อแฟนเพลงแต่ละคนมีความสนิทสนมกันเปิดเผยในกลุ่มอยู่แล้ว จึงเป็นเรื่องง่ายที่จะทำให้กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลสามารถนัดหมายและรวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรม ในส่วนของการจัดงานคอนเสิร์ตนั้นก็มีหลายคอนเสิร์ตที่เป็นการจัดงานของกลุ่มแฟนเพลงด้วยกันเอง โดยมีการนัดหมายแบบปากต่อปากภายในกลุ่มแฟนเพลงที่มีการรวมกลุ่มกันอยู่ก่อนแล้ว จากนั้นก็กระจายข่าวไปยังแฟนเพลงกลุ่มอื่นๆ หรือแฟนเพลงทั่วๆ ไปที่ไม่ได้รวมตัวอยู่กับกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดได้ทราบ โดยการจัดงานคอนเสิร์ตกันเองของกลุ่มแฟนเพลงนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นโอกาสที่แฟนๆ เฮฟวีเมทัลทั้งหลายจะได้มารวมตัวกันเพื่อแสดงพลังของกลุ่มและร่วมสนุกกับคอนเสิร์ตของวงดนตรีที่ตัวเองชื่นชอบ ส่วนใหญ่แล้วทางกลุ่มแฟนเพลงซึ่งเป็นผู้จัดคอนเสิร์ตนั้นจะเลือกวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ หรือไม่ก็เป็นโอกาสพิเศษเช่นวันวาเลนไทน์, วันฮัลโลวีน และวันสงกรานต์มาเป็นรูปแบบหลักในการจัดงาน เช่น ในวันวาเลนไทน์จะมีการจัดงานคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลที่มีชื่อว่า Full Metal Romance ส่วนเทศกาลสงกรานต์จะมีการจัดคอนเสิร์ต Water War เป็นต้น ราคาบัตรเข้าชมประเภทนี้จะค่อนข้างถูกกว่าคอนเสิร์ตประเภทอื่นๆ เพราะเกือบทั้งหมดจะเป็นวงดนตรีของไทยที่สนิทสนมกับกลุ่มแฟนเพลงที่เป็นผู้จัดเป็นการส่วนตัว ดังนั้นทางผู้จัดจึงไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจัดงานสูงนัก โดยรวมแล้วราคาบัตรจะอยู่ที่ประมาณ 100 - 200 บาท

## 2. คอนเสิร์ตที่จัดโดยศิลปิน

เนื่องจากในประเทศไทยดนตรีเฮฟวีเมทัลไม่ใช่ดนตรีที่ถูกรับจากคนฟังในวงกว้าง จึงทำให้วงการเพลงเฮฟวีเมทัลในบ้านเรามีข้อจำกัดในด้านของช่องทางการสื่อสาร ตั้งแต่การออกอัลบั้มที่ส่วนใหญ่ต้องทำกันเองขายกันเองแบบไม่มีต้นสังกัด รวมไปถึงการที่สื่อโทรทัศน์และวิทยุที่ไม่เปิดช่องให้ศิลปินแนวเฮฟวีเมทัลได้นำเสนอผลงาน ด้วยเหตุนี้ทำให้วงดนตรีเฮฟวีเมทัลหลายๆ วงต้องตัดสินใจจัดงานคอนเสิร์ตกันเอง โดยการจัดงานคอนเสิร์ตกันเองของวงเฮฟวีเมทัลนั้น จะมีลักษณะการจัดโดยการรวบรวมเอาวงดนตรีเฮฟวีเมทัลของไทย ซึ่งส่วนใหญ่จะรู้จักคุ้นเคยกันดีอยู่แล้วจากการที่วงดนตรีเหล่านั้นได้เจอกันบ่อยๆ ตอนไปเล่นตามงานคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลต่างๆ ที่มีการเอางวงเฮฟวีเมทัลไทยหลายๆ วงมาเล่นและเชิญเอางวงเฮฟวีเมทัลที่มีชื่อเสียงมาร่วมแสดงด้วย เพื่อดึงดูดคนให้มาร่วมงานมากขึ้น โดยวัตถุประสงค์ในการจัดคอนเสิร์ตกันเองของศิลปินนั้นเพื่อเป็นเวทีที่จะนำแสดงผลงาน และมีมือการเล่นดนตรีของตัวเองให้เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มคนฟังให้มากขึ้น บางครั้งก็ใช้คอนเสิร์ตที่จัดขึ้นเพื่อให้กลุ่มแฟนเพลงทั้งหลายได้มารวมกลุ่มกัน เพื่อดูคอนเสิร์ตของวงที่ตัวเองชื่นชอบ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วคอนเสิร์ตที่ศิลปินเป็นผู้จัดงานเองนั้นจะเป็นวันเสาร์-อาทิตย์ศิลปินเป็นผู้จัดงานเช่น งาน Blasphemous Warfare ซึ่งเป็นการจัดงานร่วมกันของวง Zygoatasis, Hellgoat, Endlessthron, Symphonic of Black Sculpture, Nosferatrux, Baststorm งาน Metal Breed 2005 ซึ่งเป็นการจัดงานร่วมกันของวง Rancorous, Carried the Weight, Sinskids, Nailcommer, Darkwing งาน The Fatal Cranial Butchery 2005 ซึ่งเป็นการจัดงานร่วมกันของวง Lacerate, Death Guy, A Good Day for Killing, Masochist, Failure Trace, Biopsy Cunt และงานคอนเสิร์ต Mayhem Live In Bangkok 2006 ซึ่งสมาชิกของวงเฮฟวีเมทัลของไทย Surrender of Divinity เป็นผู้จัดงาน ราคาบัตรเข้างานก็จะคิดตามความใหญ่และความสำคัญของงานนั้นๆ รวมทั้งขึ้นอยู่กับวงที่จะมาร่วมเล่น หากงานใดมีวงจากต่างประเทศมาร่วมงานด้วยราคาบัตรก็จะสูงขึ้น แต่โดยรวมแล้วราคาบัตรจะอยู่ที่ประมาณ 100 - 500 บาท

## 3. คอนเสิร์ตที่จัดโดยบริษัทดนตรีและOrganizer

การจัดงานในลักษณะนี้ จะมีเรื่องของธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้องมากกว่าการจัดงานของสองประเภทแรก เนื่องจากการจัดงานในลักษณะนี้จะมีบริษัทดนตรีและOrganizer เข้ามารับผิดชอบในการติดต่อวงดนตรี โดยมีสปอนเซอร์ทั้งหลายเข้ามาเป็นผู้สนับสนุน ซึ่งในคอนเสิร์ตประเภทนี้จะเป็นคอนเสิร์ตที่สมบูรณ์ ครบวงจร และเป็นมืออาชีพมากกว่า ทั้งในเรื่องของสถานที่จัดและเครื่องมือเครื่องมือนี่ได้มาตรฐานกว่า รวมไปถึงมีกิจกรรมบริเวณหน้างานที่หลากหลายทั้งการนำหนังสือ



นิตยสารเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัล, เสื้อผ้าของวงเฮฟวีเมทัลมา รวมไปถึงมีสินค้าหลากหลายชนิดจากผู้สนับสนุนคอนเสิร์ตไม่ว่าจะเป็นเครื่องดื่ม, อุปกรณ์เครื่องดนตรี ฯลฯ มาจำหน่าย โดยส่วนใหญ่แล้ว คอนเสิร์ตแบบมีบริษัทเป็นผู้จัดมักจะเป็นการนำเอาวงดนตรีจากต่างประเทศเข้ามาเล่นในประเทศไทย และเปิดโอกาสให้วงดนตรีเฮฟวีเมทัลของไทยได้มาเล่นเป็นวงเปิด หรือได้มาเล่นที่เวทีเล็กที่ตั้งอยู่บริเวณรอบนอกของสถานที่จัดงาน ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของการจัดคอนเสิร์ตในลักษณะนี้นั้นเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ เพราะฉะนั้นการจัดคอนเสิร์ตในลักษณะนี้หากเป็นผู้จัดรายใหญ่ที่มีกำลังพอก็จะประชาสัมพันธ์งานคอนเสิร์ตตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เพื่อพยายามเรียกกลุ่มแฟนเพลงให้มาซื้อบัตรให้มากที่สุด ในขณะที่ถ้าหากเป็นผู้จัดที่มีขนาดเล็กลงมาก็อาจจะประชาสัมพันธ์ทางสื่อใดสื่อหนึ่ง ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะทางนิตยสารดนตรีที่เกี่ยวข้องกับดนตรีเฮฟวีเมทัล ด้วยเหตุที่วงซึ่งทางผู้จัดเลือกมาเล่นคอนเสิร์ตนั้นส่วนใหญ่มักจะเป็นวงดนตรีจากต่างประเทศ ทำให้การเลือกวันจัดงานคอนเสิร์ตในลักษณะนี้ค่อนข้างมีข้อจำกัด เพราะต้องดูตารางของวงต่างๆ ด้วยว่าว่างเมื่อไหร่ ดังนั้นวันที่จัดคอนเสิร์ตลักษณะนี้จึงเป็นได้ทั้งวันธรรมดา และเสาร์-อาทิตย์ ตัวอย่างผู้จัดคอนเสิร์ตรายใหญ่เช่น บริษัทบีซีที เทโร เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (จัดคอนเสิร์ตวง Linkin Park, Korn) บริษัทแมทซิ่ง เอนเตอร์เทนเมนท์ (จัดคอนเสิร์ตวง Slipknot) บริษัทปราชญ์ มิวสิค กรุ๊ป (จัดคอนเสิร์ตวง Dream Theater) บริษัทอาร์ติส ไฟกัส (จัดคอนเสิร์ตวง Uriah Heep) เป็นต้น

ส่วนผู้จัดคอนเสิร์ตที่มีขนาดเล็กก็มีอย่าง บลัดไลน์ โปรดักชั่น (จัดคอนเสิร์ตวง Disgorge) เดอะ ร็อค ฝึบ แอนด์ แบงค์ มิวสิค (จัดคอนเสิร์ตวง Exodus) เวอร์ตูออสโซ (จัดคอนเสิร์ตของ Marcel Coenen) และเนื่องจากวงที่มาเล่นมักเป็นวงจากต่างประเทศที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ ทำให้มีการลงทุนสูงขึ้นราคาบัตรจึงอยู่ที่ประมาณ 700 - 2,000 บาท

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น จะเห็นได้ว่าการจัดคอนเสิร์ตในแต่ละลักษณะนั้นค่อนข้างจะแตกต่างกันพอสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของรูปแบบและวัตถุประสงค์ในการจัด กล่าวคือ ในขณะที่คอนเสิร์ตที่แฟนเพลงเป็นผู้จัดนั้น เป็นรูปแบบการจัดคอนเสิร์ตของกลุ่มแฟนเพลง ที่ต้องการมารวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน ส่วนคอนเสิร์ตที่ศิลปินเป็นผู้จัดนั้นเป็นรูปแบบการจัดคอนเสิร์ตของวงดนตรีที่ต้องการแสดงผลงานของตัวเอง ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในกลุ่มแฟนเพลง ในขณะที่คอนเสิร์ตจัดโดยบริษัทดนตรีและ Organizer นั้นเป็นรูปแบบของธุรกิจที่หวังผลกำไร เมื่อรูปแบบและวัตถุประสงค์มีความแตกต่างกันก็ทำให้องค์ประกอบด้านอื่นของคอนเสิร์ตในแต่ละลักษณะแตกต่างกันตามไปด้วยทั้งในเรื่องของวันที่เลือกในการจัดคอนเสิร์ต ซึ่งคอนเสิร์ตที่แฟนเพลงเป็นผู้จัดและคอนเสิร์ตที่ศิลปินเป็นผู้จัดนั้น ส่วนใหญ่แล้วมักจะเลือกเอาวันหยุด โดยเฉพาะวันเสาร์อาทิตย์เป็นวันจัดงาน เพื่อความสะดวกในการมาร่วมงาน แต่ถ้าเป็น

คอนเสิร์ตที่จัดโดยบริษัทดนตรีและ Organizer จะค่อนข้างมีข้อจำกัดในการเลือกวันจัดงาน เพราะต้องดูตารางของศิลปินรายนั้นด้วยว่าว่างวันไหน เนื่องจากคอนเสิร์ตที่จัดโดยบริษัทดนตรีและ Organizer นั้นเป็นวงดนตรีต่างประเทศ ทำให้ทางผู้จัดต้องใช้เงินลงทุนสูง ดังนั้นทำให้ทางผู้จัดต้องเพิ่มราคาบัตรให้สูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งจะแตกต่างจากคอนเสิร์ตที่แฟนเพลงเป็นผู้จัดและคอนเสิร์ตที่ศิลปินเป็นผู้จัดที่จะมีราคาบัตรไม่สูงนักเนื่องจาก เป็นคอนเสิร์ตที่รู้จักกันระหว่างกลุ่มแฟนเพลงและศิลปินที่รู้จักสนิทสนมกันอยู่แล้ว บางครั้งบางวงก็มาเล่นในงานคอนเสิร์ตโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ เพราะสนิทสนมกับทางผู้จัดอยู่แล้ว เป็นต้น นอกจากนี้การจัดคอนเสิร์ตในแต่ละลักษณะยังมีข้อแตกต่างกันอย่างชัดเจนในเรื่องของขนาดของงาน กล่าวคือ ด้วยเงินลงทุนที่ค่อนข้างสูง ทำให้คอนเสิร์ตคอนเสิร์ตที่จัดโดยบริษัทดนตรีและ Organizer นั้นจะเป็นคอนเสิร์ตที่สมบูรณ์ ครบวงจร และเป็นมืออาชีพ กว่าคอนเสิร์ตที่แฟนเพลงเป็นผู้จัดและคอนเสิร์ตที่ศิลปินเป็นผู้จัดซึ่งมีเงินทุนในการจัดงานไม่มาก ดังนั้นคอนเสิร์ตที่บริษัทดนตรีและ Organizer เป็นผู้จัดนั้นจะเป็นคอนเสิร์ตที่มีขนาดใหญ่ ทั้งในเรื่องของสถานที่สะดวกและกว้างขวางกว่า กิจกรรมที่นำมาให้ร่วมสนุกบริเวณหน้างานก็มีมากกว่า รวมไปถึงในส่วนของกิจกรรมประชาสัมพันธ์ซึ่งจะมีการประชาสัมพันธ์ทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คอนเสิร์ตที่แฟนเพลงเป็นผู้จัดและคอนเสิร์ตที่ศิลปินเป็นผู้จัดไม่สามารถทำตรงนี้ได้เพราะมีเงินทุนไม่มากพอ

อย่างไรก็ตาม จะว่าไปแล้วคอนเสิร์ตที่เกิดขึ้นจากการจัดงานทั้งสามรูปแบบข้างต้นนั้นก็เหมือนเป็นส่วนเติมเต็มซึ่งกันและกัน กล่าวคือเมื่อการจัดคอนเสิร์ตกันเองของกลุ่มแฟนเพลงได้สร้างฐานคนฟังดนตรีเฮฟวีเมทัลให้กว้างขึ้นและรวมกลุ่มกันเหนียวแน่นมากขึ้นเรื่อยๆ ก็ส่งผลให้วงดนตรีเฮฟวีเมทัลของไทยมีความมั่นใจมากขึ้นว่า กลุ่มแฟนเพลงแนวนี้มีจำนวนที่มากพอที่สมควรจะจัดคอนเสิร์ตให้เป็นเรื่องเป็นราวมากขึ้น รวมถึงจะได้แสดงผลงานของตัวเองให้กลุ่มแฟนเพลงทั้งหลายได้เห็น และเมื่อการจัดงานคอนเสิร์ตของกลุ่มแฟนเพลงและการจัดคอนเสิร์ตของศิลปินได้ทำให้กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลขยายวงกว้างขึ้นเรื่อยๆ ก็ส่งผลให้กลุ่มผู้จัดงานระดับมืออาชีพเล็งเห็นถึงพลังของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล และนำไปสู่การตัดสินใจจัดงานคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลโดยนำเอาวงดนตรีเฮฟวีเมทัลที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศมาแสดงในเมืองไทย นอกเหนือจากจะเป็นส่วนเติมเต็มและเอื้อประโยชน์ซึ่งกันแล้ว การจัดงานคอนเสิร์ตทั้งสามรูปแบบยังมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการทำให้กลุ่มแฟนมีพื้นที่ในการรวมกลุ่มกัน มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการทำให้กลุ่มแฟนเพลงทั้งหลายมีพื้นที่ให้แสดงออกในสิ่งที่ตัวเองชื่นชอบ และคอนเสิร์ตที่เกิดขึ้นทั้งสามรูปแบบก็ได้รับการต้อนรับจากกลุ่มแฟนเพลงด้วยดีตลอดมา จนทำให้มีการจัดคอนเสิร์ตวงเฮฟวีเมทัลเรื่อยมาอย่างสม่ำเสมอ

### สถานที่ในการจัดงาน

จากการสำรวจโดยการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมของผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา นั้นพบว่า ส่วนใหญ่แล้วการจัดคอนเสิร์ตมักจะจัดขึ้นที่ผับหรือร้านอาหารกึ่งผับต่างๆ เช่น Rock Pub, Pump Up, Immortal Bar เป็นต้น ซึ่งผับและร้านอาหารเหล่านี้จะถูกเช่าเวลาสำหรับการแสดงคอนเสิร์ตโดยเฉพาะ ดังนั้นลักษณะภายในของผับเหล่านี้เวลาที่มีการจัดงานคอนเสิร์ตจะแตกต่างออกไปจากวันปกติ ผู้วิจัยพบว่าวันใดก็ตามที่ผับเหล่านี้ได้รับการติดต่อขอเช่าพื้นที่ในการเล่นคอนเสิร์ต ทางร้านจะมีการเตรียมรูปแบบร้านให้เหมาะสมกับงานนั้นๆ โดยจะมีการขนย้ายเก้าอี้และโต๊ะออกเพื่อให้เป็นสถานที่โล่งๆ เพื่อรองรับแฟนเพลงในการเข้าชมคอนเสิร์ต นั่นชี้ให้เห็นถึงรูปแบบในการชมของแฟนเพลงกลุ่มนี้ว่า ตอนชมคอนเสิร์ตนั้นไม่ได้เป็นการนั่งกับโต๊ะแล้วชม แต่จะเป็นการยืนเต้นและมีส่วนร่วมกับคนอื่นมากกว่า

คอนเสิร์ตที่จัดขึ้นตามผับและร้านอาหารต่างๆ นั้นจะสามารถรองรับแฟนเพลงได้ประมาณ 300-500 คน ซึ่งถือว่ามีความเหมาะสมสำหรับจำนวนแฟนเพลงในแต่ละครั้ง แต่ในบางกรณีที่เป็นคอนเสิร์ตใหญ่ ผู้จัดก็จะหาร้านที่มีขนาดใหญ่กว่าปกติเพื่อรองรับแฟนเพลงที่มากขึ้น เช่น คอนเสิร์ตครบรอบ 20 ปี นิตยสารมิวสิกเอกซ์เพรส ที่จัดขึ้นที่ร้าน Pump Up ซึ่งถือเป็นผับขนาดใหญ่ ก็จะสามารถรองรับแฟนเพลงได้ประมาณ 1,000 คน เป็นต้นดังที่ปรากฏในภาพที่ 15



ภาพที่15: Pump up Pub and Restaurant ย่านรัชดา

สถานที่รองลงมาที่นิยมจัดคอนเสิร์ตก็คือเวทีเล็กตามหน่วยงานคอนเสิร์ตหรือคิใหญ่ๆ เช่น Trilogy Rock Concert วันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2548 ก็จะมีเวทีเล็กอยู่ด้านหน้างานซึ่งจะมีศิลปินแนวเฮฟวีเมทัลรุ่นใหม่มาเล่นให้ชมกันฟรีหลายวง ซึ่งสถานที่นั้นก็จะเป็นที่โล่งแจ้งต่างจากการจัดในผับ การจัดเตรียมสถานที่ก็จะมีอะไรมาจกนอกจกเตรียมเวทีและสถานที่โล่งไว้ต้อนรับแฟนเพลง ซึ่งการจัดเวทีเล็กนี้ถือเป็นธรรมเนียมที่จะต้องมีเพื่อเป็นส่วนประกอบหนึ่งของคอนเสิร์ตใหญ่ ความจุของสถานที่นี้เมื่อเทียบกับผับและร้านอาหารพบว่ามีควมกว้างมากกว่า เนื่องมาจากลักษณะสถานที่เป็นที่โล่ง ไม่มีอะไรมาจำกัด และจำนวนคนที่มาร่วมงานจะมากกว่าคอนเสิร์ตปกติ เวทีเล็กหน้างานคอนเสิร์ตใหญ่นั้นปรากฏดังภาพที่ 16



ภาพที่16: เวทีเล็กหน้างานคอนเสิร์ต Trilogy Rock Concert



### ลักษณะเวที

ลักษณะพิเศษที่สำคัญอีกประการหนึ่งของคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลที่ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตคือ เวทีคอนเสิร์ตที่ไม่มีรั้วกั้นระหว่างคนดูและเวที และมีระดับเวทีที่ต่ำกว่าเวทีปกติ คอนเสิร์ตโดยทั่วไปนั้น ระหว่างเวทีและผู้ชม มักจะมีรั้วกั้นให้เว้นระยะห่างประมาณ 2 เมตร ถึง 2 เมตรครึ่ง เพื่อไม่ให้ผู้คนเหล่านั้นขึ้นมาบนเวที และเวทีจะมีลักษณะสูงกว่าระดับผู้ชมประมาณ 1 เมตรครึ่ง เพื่อให้ผู้ชมมองเห็นการแสดงอย่างชัดเจนทั้งด้านหน้าและด้านหลัง แต่สำหรับเวทีคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลนั้นจะมีลักษณะที่จัดเวทีและผู้ชมให้ติดกันโดยไม่มีรั้วกั้น และระดับเวทีคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลจะมีระดับต่ำกว่าปกติคือมีความสูงประมาณ 1 เมตรเท่านั้น หรือสูงเพียงแค่ระดับเอวของผู้ชม ที่เป็นเช่นนี้เพราะลักษณะการชมคอนเสิร์ตที่แตกต่างออกไปจากแนวอื่นๆ เหตุที่ต้องให้เวทีติดกับคนดูโดยไม่มีรั้วกั้นก็เพราะว่า วัฒนธรรมในการชมคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลนั้นคนดูจะมีการเชียร์ ซึ่งการเชียร์นี้ต้องอาศัยเวทีที่ใกล้และเพียงพอเพื่อที่คนดูจะสามารถปีนขึ้นไปบนเวทีและกระโดดลงมาได้อย่างสะดวก ดังภาพที่ 17



ภาพที่ 17: ความสูงของเวที

“สำคัญมากๆเลย เวทีต้องเป็นเวทีสำหรับการดูคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลโดยเฉพาะ ทำยังไงให้คนปีนขึ้นไปได้สะดวกๆ ไม่สูงเกินไป เดี่ยวจะตกลงมาหัวแตก ต้องไม่มีอะไรกั้นด้านหน้าต้องโล่งเหมาะแก่การ बैठกัน กระโดดกันได้เต็มที่ ลักษณะเวทีนั้นสำคัญสำหรับการดูคอนเสิร์ตมาก เป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไปจากคอนเสิร์ตทั่วไป” (ธารณศิริ สำราญ, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2549)



### ช่วงเวลาในการจัดงาน

ช่วงเวลาในการจัดงานนั้นเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้วิจัยสังเกตได้ว่าจะมีความน่าสนใจ กล่าวคือ คอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลที่จัดขึ้นนั้น ส่วนใหญ่แล้วจะจัดในช่วงเวลาที่ไม่ดีมากนัก ส่วนใหญ่จะจัดงานช่วงบ่ายถึงหัวค่ำเช่น

- HOLOCAUST CONCERT	เวลา 12.00 -18.00	นาฬิกา
- SKULL BANNER 2	เวลา 14.00 -20.00	นาฬิกา
- FULL METAL ROMANCE	เวลา 12.00 -17.00	นาฬิกา
- วิวาท์เพลงรกระดับโลก	เวลา 12.00 -17.00	นาฬิกา
- EXTREAM PARTY4	เวลา 13.00.-18.00	นาฬิกา

จากช่วงเวลาดังกล่าวนี้เป็นตัวบ่งชี้ได้อย่างชัดเจนว่าผู้ที่มานั้นต้องการมาชมคอนเสิร์ตจริงๆ ไม่ได้ต้องการดื่มเที่ยวผับเป็นจุดประสงค์หลัก เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าว ผับยังไม่ได้เปิดให้บริการ แต่เป็นการให้เช่าสถานที่เพื่อเล่นคอนเสิร์ตเท่านั้น หลักจากคอนเสิร์ตจบ ทางร้านถึงจะนำโต๊ะเก้าอี้มาวางเพื่อเปิดให้บริการเป็นผับปกติ ดังนั้นคอนเสิร์ตต่างๆจึงต้องจัดในช่วงเวลาบ่ายถึงหัวค่ำมากกว่าที่จะเป็นเวลาดี

สรุปแล้ว การจัดงานคอนเสิร์ตดนตรีเฮฟวีเมทัลนั้นมีความแตกต่างจากคอนเสิร์ตของดนตรีในแนวอื่น ๆ โดยทั่วไป ซึ่งคอนเสิร์ตของดนตรีในแนวนี้จะจัดขึ้นเพื่อรองรับวัฒนธรรมการชมคอนเสิร์ตของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล ดังนั้นความถี่ในการจัดคอนเสิร์ต รวมถึงสถานที่จัดงานนั้นจะคำนึงถึงจำนวนแฟนเพลงเป็นสำคัญ เพื่อเป็นการทดแทนสื่อดนตรีเฮฟวีเมทัลที่มีน้อยเกินไป และเพื่อรองรับการรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล การใช้สถานที่ส่วนใหญ่จะเป็นการเช่าผับหรือร้านอาหารที่มีความจุประมาณ 300-500 คน เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและพอดีกับจำนวนแฟนเพลง รวมทั้งการจัดรูปแบบเวทีก็เพื่อเอื้อต่อการแสดงออกทางวัฒนธรรมแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นสำคัญ

### ศิลปินเฮฟวีเมทัล

ถึงแม้ดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลจะไม่ใช่นักร้องกระแสหลัก แต่ศิลปินที่เล่นดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนับได้ว่ามีมากพอสมควร สังเกตได้จากรายชื่อศิลปินที่มาเล่นในแต่ละงานนั้นจะมีจำนวนมากและมีศิลปินหน้าใหม่เพิ่มขึ้นมาตลอดเวลา ศิลปินที่มาเปิดคอนเสิร์ตนี้มีตั้งแต่อายุ 18 ปี จนถึง 35 ปี ส่วนใหญ่แล้วศิลปินจะเป็นผู้ชาย จะมีอยู่เพียงวงเดียวที่มีนักร้องนำเป็นผู้หญิง นั่น

คือวง drug kill insect วงดนตรีแต่ละวงที่มาเปิดคอนเสิร์ตนี้ล้วนแล้วแต่เป็นวงที่มีผลงานเป็นของตัวเอง บางวงก็สังกัดกับค่ายเพลง เช่น Outro, Quake ค่าย Real and Sure สังกัดอาร์เอส โปรโมชัน วง Oblivious, Bikini, Housetrap อยู่ภายใต้ค่าย Do It or Die ของ Music Bug วง Retrospect, Sweet Mullet อยู่ค่ายจีเน่ วง Dezember จะเป็นหัวหน้าของค่ายสนามหลวง สังกัดบริษัทแกรมมี่ เอนเตอร์เทนเมนท์ เป็นต้น แต่บางวงก็ไม่ได้สังกัดกับค่ายใดๆ ทำเพลงทำวงกันเองหรือที่เรียกว่าวงใต้ดิน เช่น Krachon, Interzept, Annalynn, Passenger, Lacrelate, A-zero, System Sucker เป็นต้น

คอนเสิร์ตครั้งหนึ่งนั้นจะมีวงดนตรีมากเล่นหลายวง ผู้วิจัยพบว่าส่วนใหญ่แล้วจะมีจำนวนมากกว่า 5 วงขึ้นไป โดยมีการเรียงลำดับจากความนิยมของกลุ่มแฟนเพลง ศิลปินหน้าใหม่จะเป็นคนเล่นก่อนจะไล่เรียงไปจนถึงวงสุดท้ายที่เป็นวงที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากว่าจะได้ดึงดูดผู้ชมให้อยู่ร่วมงานจนถึงช่วงเวลาสุดท้าย เช่น

งาน Full Metal Romance 9 มิถุนายน 2548 ศิลปินที่มาเปิดการแสดงคือ

1. Mayong Shit
2. Found
3. กระฉ่อน
4. The Romance Machine
5. ศิลปากร
6. Intercept
7. Passenger

งาน Water War Concert 13 เมษายน 2548 ศิลปินที่มาเปิดการแสดงคือ

1. Underline
2. Housetrap
3. Clone
4. Cyber sin
5. Extazy
6. Slazh
7. Carnivor

งาน New Blood Party 31 กรกฎาคม 2548 ศิลปินที่เปิดการแสดงคือ

1. Time bomb
2. Sound of my soul
3. Bomb head mania
4. Groundxero
5. Zer

จากรายชื่อวงดนตรีที่เข้าร่วมการแสดงคอนเสิร์ตต่างๆ เราจะพบว่ามีวงดนตรีมาเล่นหลายวงต่อคอนเสิร์ต 1 ครั้ง โดยแต่ละวงนั้นจะทำการแสดงคอนเสิร์ตเป็นเวลา 30 นาที - 1 ชั่วโมง แต่สำหรับวงสุดท้ายซึ่งถือว่าเป็นวงดนตรีหลักนั้นจะทำการแสดงโดยใช้เวลานานกว่าซึ่งโดยประมาณแล้ว ใช้เวลาถึง 1 ชั่วโมง 30 นาที

สำหรับเครื่องดนตรีนั้นโดยส่วนมากแล้วจะคล้ายๆกันทุกวง ภาพรวมของตำแหน่งต่างๆคือ กีตาร์ริทึม มีหน้าที่เล่นริฟกีตาร์ ซึ่งถือว่ามีค่ามากในดนตรีเฮฟวีเมทัล เพราะเป็นเสียงที่เป็นเอกลักษณ์ที่สุด ตำแหน่งที่ 2 กีตาร์โซโล่ จะคอยเติมสีสันให้กีตาร์ตัวที่ 1 เหมือนเป็นพระรอง คอยแทรกเมโลดี้เข้ามา รวมถึงโซโล่ด้วยการลีดกีตาร์ ตำแหน่งต่อไปก็คือเบส มีหน้าที่ควบคุมจังหวะ ต้องรู้จักกับตำแหน่งต่อไปคือกลอง เพราะกลองแนวนี้เป็นกลอง 2 กระเดื่อง เบสกับกลองต้องรู้จักกันควบคุมเดินตามกัน และตำแหน่งหลักก็คือนักร้องนำ ดังนั้นวงหนึ่งๆจะมีสมาชิกโดยประมาณ 4-5 คน และจะมีตำแหน่งและเครื่องดนตรีโดยภาพรวมดังที่กล่าวมา (นิตยสาร Music Express ฉบับวันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ. 2548)

การแสดงออกของนักดนตรีนั้นมักจะแสดงออกถึงความหนักแน่นเข้มแข็งให้เข้ากับจังหวะและทำนองของดนตรีแนวเฮฟวีเมทัล มีการสะบัดหัวและกระโดดอย่างรุนแรงตามทำนองเพลง การร้องที่ต้องใช้พลังเสียงมากกว่าเพลงปกติธรรมดาทั่วไป ทำให้ผู้ชมหรือแฟนเพลงมีอารมณ์ร่วมไปกับเพลงนั้นๆมากขึ้น การแสดงออกบนเวทีของศิลปินนั้นนับว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการชมคอนเสิร์ต การแสดงนั้นจะสนุกและดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้ตลอดงานต้องอาศัยการแสดงออกบนเวทีของศิลปินเป็นหลัก

การสื่อสารกับแฟนเพลงนั้นจะเป็นลักษณะที่สนิทสนมกันอย่างพี่น้อง จะไม่มีความเห็นห่างกันระหว่างแฟนเพลงและนักดนตรี เห็นได้จากการทักทายแฟนเพลงและคำพูดระหว่างการแสดงคอนเสิร์ต เช่น

“สวัสดีครับพี่น้องเฮฟวีเมทัลของผม”

“สอบเสร็จแล้วเจอกันอีกนะครับ ครึ่งหน้าเอามันส์กว่านี้อีก”

“มันส์กันอยู่หรือเปล่าครับพี่น้อง อยากพักก่อนบอกได้เลยนะ”

“วันนี้เต็มทีนะ กลับไปอ่านหนังสือสอบด้วย”

“ขอบคุณครับพี่น้องที่มา เห็นรุ่นใหญ่หลายคน อย่าลืมเลี้ยงข้าวกันนะครับ”

“มีเด็กใหม่ดูแลน้องเขาด้วยนะครับพวกเรา”

“เราถือว่าพวกแฟนเพลงที่มาดูเราเป็นมากกว่าคนธรรมดา มากกว่าแฟนธรรมดาแน่นอน เพราะเรารู้จักกันนะ คือรู้จักกันในระดับหนึ่งสำหรับบางคน และก็หลายๆคนก็คุ้นหน้า ไม่ทั้งหมดนะครับ ผมหมายถึงบางส่วน เรารู้เจตนากันดีแหละครับ พวกเราก็กุ่มเล็กๆมันจะอบอุ่นมากกว่า” และยังคงกล่าวต่อไปอีกว่า “คำพูดบนเวทีที่ไม่ได้ตั้งใจจะให้มันสนิทอะไรขนาดนั้นนะครับ แต่เราไม่มีการเตรียมคำพูดอะไร พูดอย่างที่มีนอยอยากจะทำ รู้สึกยังไงก็พูดออกไปเลย กับแฟนเพลงก็รู้สึกสนิทถึงจะไม่รู้จักกัน แต่พอรู้ว่าเป็นแฟนเมทัลก็จะสนิทกันไปเอง มันมีความเป็นพี่เป็นน้องกันนะผมว่า”(ปกการ เกียรติภิญโญ , สัมภาษณ์, 13 เมษายน 2549 )

จะเห็นว่านักดนตรีและแฟนเพลงมีความสนิทสนมกันอย่างมาก วิธีการสื่อสารเช่นนี้ทำให้แฟนเพลงรู้สึกมีความเป็นกันเอง และได้รับความสำคัญจากศิลปิน ทำให้ตัวเองดูมีค่า ทำให้แฟนเพลงรู้สึกมากกว่าตัวเองเป็นแค่แฟนเพลง แต่เขายังเป็นเพื่อนเป็นที่เป็นที่สำคัญกับตัวศิลปินอีกด้วย พวกเขามีลักษณะที่เป็นมากกว่าแฟนเพลงปกติธรรมดาทั่วไป ด้วยเหตุนี้เองทำให้คอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลมีความอบอุ่น กลายเป็นสังคมที่มีแต่พวกเดียวกัน ระดับความสัมพันธ์ของศิลปินกับแฟนเพลงจึงมีความใกล้เคียงกันมาก แสดงให้เห็นถึงความเท่าเทียมกัน

#### พฤติกรรมขณะรวมกลุ่ม

ตามระเบียบวิธีวิจัยแบบชาติพันธุ์วิทยานั้น ผู้วิจัยจำเป็นต้องแฝงตัวเป็นแฟนเพลงคนหนึ่งเพื่อเข้าไปสังเกตการณ์ได้อย่างลึกซึ้ง และจากระยะเวลาในการฝังตัวดังกล่าวนี้พบกระบวนการรวมกลุ่มดังนี้

ส่วนใหญ่แล้วแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่มาร่วมในงานคอนเสิร์ตจะมีทั้งผู้ชายและผู้หญิง ในทุกงานนั้นจะเห็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิงเป็นจำนวนมากพอสมควร ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นผู้ชายคิดเป็นสัดส่วนประมาณสามต่อหนึ่ง แฟนเพลงผู้ชายที่มาร่วมกลุ่มนี้จะมีอายุตั้งแต่ 16 ถึง 41 ปี สำหรับแฟนเพลงผู้หญิงจะมีอายุระหว่าง 18 ถึง 35 ปี โดยมากแล้วอายุเฉลี่ยของแฟนเพลงที่มา

รวมกลุ่มกันมากที่สุดคือกลุ่มวัยรุ่นอายุประมาณ 18-25 ปี ทั้งชายและหญิง โดยผู้ที่มารวมกลุ่มกันเป็นประจำทุกงานส่วนมากจะเป็นวัยรุ่นทั้งชายและหญิง แต่แฟนเพลงที่มีอายุมากขึ้น หรือเป็นวัยทำงานนั้นจะพบตามงานคอนเสิร์ตใหญ่ๆ หรือเป็นคอนเสิร์ตที่มีความสำคัญ

ผู้วิจัยได้ไปถึงสถานที่จัดงานก่อนประมาณ 2 ชั่วโมงทุกครั้งเพื่อสังเกตการณ์ ทุกงานพบว่าแฟนเพลงเริ่มทยอยกันมาตั้งแต่งานยังไม่เริ่ม มากันก่อนเริ่มงานอย่างรวดเร็วที่สุดประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง แฟนเพลงที่มานั้นมีทั้งมาคนเดียว และ มากันเป็นกลุ่ม แต่การมาของผู้หญิงและผู้ชายนั้นจะแยกกันอย่างค่อนข้างชัดเจน กล่าวคือ กลุ่มผู้หญิงที่มากมักเป็นหญิงล้วน กลุ่มผู้ชายที่มากมักเป็นชายล้วน มีอยู่ไม่กี่ครั้งเท่านั้นที่พบว่าผู้หญิงและผู้ชายจะมาเป็นกลุ่มเดียวกัน แฟนเพลงที่มาเป็นกลุ่มนั้นก็มักจะจับกลุ่มนั่งคุยกันหน้างาน หรือไปรวมกับกลุ่มอื่นๆ ขนาดของกลุ่มแฟนเพลงที่มานั้นไม่ใหญ่มากนักประมาณสามถึงสี่คนเป็นส่วนใหญ่ สำหรับแฟนเพลงผู้ที่มีมาคนเดียวนั้นเมื่อมาถึงงานก็มักจะมารวมกลุ่มกับคนอื่นๆ ที่มาก่อนแล้ว หรือไม่ก็มารอเพื่อนที่กำลังเดินทางมา โดยรวมแล้วแฟนเพลงจะแต่งกายด้วยเสื้อผ้าสีดำ ทำให้บริเวณงานเต็มไปด้วยกลุ่มคนใส่เสื้อสีดำมากมาย โดยเสื้อที่ใส่จะมีทั้งเสื้อสีดำธรรมดาทั่วไป และเสื้อที่เป็นสัญลักษณ์ของวงดนตรีเฮฟวีเมทัลต่างๆด้วย ดังภาพที่ 18







ภาพที่ 18: การรวมกลุ่มก่อนเข้างานคอนเสิร์ต

ก่อนเริ่มงานประมาณครึ่งชั่วโมงก็พบว่าแฟนเพลงมารอกันอย่างหนาตาแล้ว กลุ่มต่างๆ ที่กล่าวมาเริ่มไปรวมตัวกันกับกลุ่มอื่นๆ ทำให้แต่ละกลุ่มที่พบหน้างานมีขนาดใหญ่ขึ้น แฟนเพลงที่มาคนเดียวก็เข้าไปรวมกับกลุ่มต่างๆ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า หน้างานนั้นมีกลุ่มอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่แล้วก็จะรู้จักกัน มีการคุยมีการทักทายกันระหว่างกลุ่มกันอย่างสม่ำเสมอ บางกลุ่มก็ทักและคุยกันอย่างสนิทสนม และบางกลุ่มก็ทักอย่างคนรู้จักธรรมดา มีการยิ้มให้กันเฉยๆ ก็มี ผู้วิจัยคิดว่ากลุ่มแฟนเพลงเหล่านี้รู้จักกันอย่างกว้างขวาง มีทั้งสนิทกันมาก จนกระทั่งคุ่นหน้าคุ่นตากันแต่ไม่เคยคุยกันก็มี

“เพื่อนก็จะนัดกันไปดูคอนเสิร์ต ก็ทำให้ชีวิตมีสีสันดินะคะ แบบว่าเจอคนที่เรารู้ว่าชอบแบบเรา มันก็ไม่ต้องคุยก็ยิ้มให้กันได้เลย ส่วนใหญ่ก็คุ่นหน้าคุ่นตากันนะคะ” (วิรงรอง พานพิเชษฐกุล, สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2548)

“ชอบไปก่อนงานเริ่มเยอะๆ คุ้ยเพราะจะได้ไปเจอเพื่อนๆ นื่องๆ เพื่อนๆ เจอใครก็รู้จักกันเกือบหมดแหละครับ คุ้ยกันมันส์ดีครับ” (ทวิชากร อ่อนบัญญัติศิลป์, สัมภาษณ์, 14 ตุลาคม 2548)

ในขณะที่งานยังไม่เริ่มนั้น มีกิจกรรมมากมายที่ผู้วิจัยพบ กล่าวคือ ระหว่างแฟนเพลงนั้น มีการพูดคุยกันโดยผู้วิจัยและเพื่อนของผู้วิจัยพยายามเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย พบว่าแฟนเพลงมักจะมีการพูดคุยกันเรื่องดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลนี้เอง โดยสรุปหัวข้อที่คุยกันหลักๆ ดังนี้

- ลักษณะและผลงานของวงดนตรีที่จะมาเล่น

- แนะนำและวิจารณ์ผลงานเพลงของศิลปินเฮฟวีเมทัลต่างๆทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- งานคอนเสิร์ตก่อนๆที่พวกเขาไปร่วมมา มาเล่าสู่กันฟัง
- แลกอัลบั้มเพลงกันระหว่างแฟนเพลง
- ความคืบหน้าและข่าวสารในแวดวงเฮฟวีเมทัล

นอกจากจะพูดคุยกันเรื่องดนตรีเฮฟวีเมทัลแล้วก็ยังมีประเด็นอื่นๆที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลใช้ในการสนทนากัน โดยรวมแล้วมีดังนี้

- การเรียน
- การงาน
- ข่าวในสังคมปัจจุบัน
- เรื่องส่วนตัวต่างๆเช่น ความรัก ครอบครัว เพื่อนต่างกลุ่ม เป็นต้น

การพูดคุยกันนั้นมีความเป็นกันเองเป็นอย่างมาก ถึงแม้เขาเห็นว่าผู้วิจัยและเพื่อนเป็นสมาชิกใหม่ แต่พวกเขาก็ยังชวนคุยอย่างสนิทสนม การสนทนากันเป็นไปในเชิงเล่าประสบการณ์ของตนเองให้เพื่อนฟัง และเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องต่างๆซึ่งกันและกัน

นอกจากจะมีการพูดคุยกันก่อนงานเริ่มแล้วนั้น แฟนเพลงบางส่วนยังได้ทำการแต่งหน้าก่อนเข้างาน กล่าวคือ แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นนิยมแต่งหน้าให้เป็นรูปผีปิศาจ หรือแต่งตาให้มีความดุเกิดขึ้น สีที่ใช้ในการแต่งหน้ามักเป็นสีดำ บางคนก็แต่งทั้งหน้า บางคนก็แต่งเฉพาะตาเท่านั้น โดยแฟนเพลงเหล่านี้จะมานั่งหน้างานแล้วให้เพื่อนแต่งให้หรือนั่งแต่งเอง และจะมีแฟนเพลงอีกส่วนที่แต่งมาแล้ว ดังภาพที่ 19 นอกจากมีการแต่งหน้ากันแล้ว ยังมีคนที่ใช้หน้ากากผีหรือหน้ากากรูปต่างๆมาสวมใส่เพื่อให้เข้ากับงานนั้นๆ ดังภาพที่ 20



ภาพที่ 19: การแต่งหน้าก่อนเข้างานคอนเสิร์ต



ภาพที่ 20: แฟนเพลงใส่หน้ากากก่อนเข้างานคอนเสิร์ต

"สีดำเป็นสีที่มีคาแรคเตอร์ดูมัน แข็งแรง สวย ทะเหม็น ชัดเจนต์ เมื่อใส่เสื้อดำสีนี้แล้วจะทำให้ดูดู เกร็งขีมีม น่ากลัว และแสดงออกได้ในความรู้สึกของเพลงในแนวนี้ บางคนก็อาจใส่หน้ากากผีหรือหน้ากากรูปต่าง ๆ ที่มันน่าสะพรึงกลัวมาด้วยนะ เป็นอีกวัฒนธรรมเลยนะผมว่า"

(รัฐ จำปามูล, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

ระยะเวลาในการรวมกลุ่มก่อนงานเริ่มต้นนั้นเป็นเวลาประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง จากนั้นเมื่อคอนเสิร์ตเริ่มต้น แฟนเพลงก็จะทยอยเข้าไปดูคอนเสิร์ต บางคนก็เข้าไปดูตั้งแต่วงแรกเลย บางคนก็เข้าไปดูเฉพาะวงที่ตนเองชื่นชอบเท่านั้น และเนื่องจากงานครั้งหนึ่งจะมีศิลปินมาร่วมเล่นกันหลายวง แฟนเพลงบางกลุ่มก็จะออกมานั่งพักกันหน้างานแล้วกลับเข้าไปดูใหม่บ้างก็มี

ในระหว่างการชมคอนเสิร์ตนั้นผู้วิจัยได้พบแฟนเพลงที่สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. แฟนเพลงที่เข้าไปมีส่วนร่วมในการเซิร์ฟ แท็คและสะบัดหัวไปด้วย
2. แฟนเพลงที่สะบัดหัวและแท็ค
3. แฟนเพลงที่สะบัดหัวอย่างเดียว
4. แฟนเพลงที่ยืนดูโดยไม่ทำอะไร

จำนวนแฟนเพลงที่ยืนดูเฉยๆเป็นจำนวนแฟนเพลงที่มากที่สุด โดยกลุ่มแฟนเพลงเหล่านี้จะยืนอยู่ทางด้านหลังที่สุด แฟนเพลงกลุ่มนี้จะไม่สะบัดหัวตามหรือวิ่งเข้าไปแท็คไปมีส่วนร่วมกับแฟนอีกกลุ่มหนึ่งที่หน้าเวที แต่จะชมคอนเสิร์ตอยู่ไกลๆ ถัดจากแฟนเพลงที่ชมคอนเสิร์ตเฉยๆแล้ว



ก็จะเป็นแฟนกลุ่มที่สะบัดหัวตามจังหวะของเพลงอย่างเมามัน ถัดจากสองกลุ่มนี้จะมีการเว้นระยะห่างเล็กน้อย และก็เป็นกลุ่มคนที่ไม่ไปแตะกันด้านหน้าซึ่งถือว่ามีจำนวนน้อยที่สุด ถ้างานมีความจุคนดูประมาณ 300 คน ก็จะมีกลุ่มคนที่ไม่ยืนหน้าเวทีและทำการแตะกันประมาณ 30 คน ดังภาพที่ 21 ในบรรดากลุ่มคนที่ทำการแตะกันนั้นก็จะมีบางจังหวะที่แฟนบางคนจะขึ้นไปแล้วกระโดดลงมาให้แฟนเพลงข้างล่างรับแล้วส่งตัวต่อไปเรื่อยๆที่เรียกว่าการเซิร์ฟ การเซิร์ฟนี้เป็นอีกประเพณีหนึ่งของวัฒนธรรมการชมคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัล ผู้วิจัยได้จับเวลาเพื่อดูความถี่ในการเซิร์ฟนี้พบว่า ส่วนใหญ่แล้วจะมีคนขึ้นไปเซิร์ฟประมาณ 1 คนต่อ 1 เพลง ดังภาพที่ 22



ภาพที่ 21: ภาพการแตะกันของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล



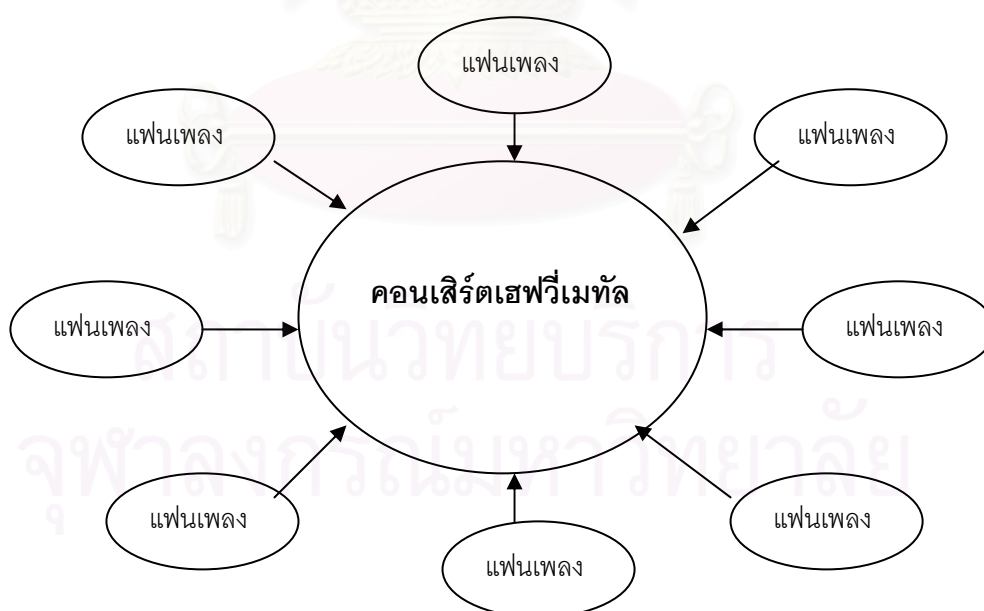
ภาพที่ 22: ภาพการเซิร์ฟของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

อย่างที่ได้อธิบายมาแล้วว่าคอนเสิร์ตหนึ่งๆนั้นมีวงมาเล่นจำนวนหลายวง ดังนั้นคนที่ยืนด้านหน้าบางครั้งก็มีการสลับมายืนด้านหลังบ้าง มีการเปลี่ยนกลุ่มแตะไปเรื่อยๆ แต่จากการร่วม

ชมคอนเสิร์ตหลายครั้งที่ผ่านมาพบว่ากลุ่มแท็คกันจะเป็นกลุ่มเดิมๆที่เห็นตามคอนเสิร์ตครั้งก่อนๆ จะมีหน้าใหม่มาบ้างเป็นบางครั้งบางคราว

หลังจากงานคอนเสิร์ตจบแล้ว แฟนเพลงก็ต่างออกมายืนกันด้านหน้า มีการพูดคุยกันเป็นกลุ่มๆ และมีบางส่วนที่กลับทันที ผู้วิจัยพยายามเข้าไปพูดคุยในกลุ่มๆหนึ่งเพื่อจะศึกษาประเด็นในการสนทนาหลังจากคอนเสิร์ตจบแล้ว จากการวิจัยพบว่า หลักๆจะพูดถึงคอนเสิร์ตที่เพิ่งจบไปว่า เป็นอย่างไร แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน มีการแลกอีเมลล์และเบอร์โทรศัพท์สำหรับคนที่เพิ่งรู้จักกันและอยากจะติดต่อกันเป็นเพื่อน หลังจากนั้นแฟนเพลงก็ต่างแยกย้ายกลับ ก่อนที่ฝั้บจะเปิดให้บริการตามปกติต่อไป ส่วนใหญ่แล้วจะกลับบ้านเลย จะมีบางคนที่เท่านั้นที่ไปที่อื่นต่อ เช่น ไปบ้านเพื่อน เป็นต้น

สรุปแล้วนั้นภาพของแฟนเพลงที่กระจัดกระจายเป็นกลุ่มต่างๆที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน ก็ สามารถเกิดการรวมกลุ่มกันได้ด้วยวิธีการมาชมคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลที่จัดขึ้นอยู่เป็นประจำ กล่าวได้ว่า คอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัล นั้นเป็นตัวแปรสำคัญที่รวมเอาคนที่ชื่นชอบเพลงเฮฟวีเมทัลไว้ เป็นการสร้างพื้นที่ให้กับกลุ่มวัฒนธรรมเฮฟวีเมทัลดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1: คอนเสิร์ตทำให้เกิดการรวมกลุ่ม



#### 4.4 การรวมกลุ่มทำให้เกิดกิจกรรมต่างๆร่วมกัน

อย่างที่กล่าวมาแล้วว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นเป็นสังคมกลุ่มหนึ่งในประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มที่รวมกันขึ้นได้ด้วยรสนิยมทางด้านดนตรี การรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้นเป็นไปเพื่อสนองความต้องการของแฟนเพลงที่ต้องการมีสังคมที่มีรสนิยมแบบเดียวกัน เข้าใจซึ่งกันและกัน เพราะเมื่อพวกเขาอยู่ในสังคมเหล่านี้ พวกเขาจะรู้สึกสบายใจ และมีความสุขในการอยู่ร่วมกับสมาชิก ดังนั้นการรวมกลุ่มของแฟนเฮฟวีเมทัลจึงเกิดขึ้นบ่อยครั้ง การรวมกลุ่มหลักๆนี้คือการชมคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลซึ่งมีการจัดงานขึ้นเป็นประจำมาเป็นเวลาหลายปีแล้ว ทุกครั้งจะได้รับการตอบรับจากแฟนเพลงเป็นอย่างดี การรวมกลุ่มหลักของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยจึงเป็นการร่วมชมคอนเสิร์ตของบรรดาสมาชิก

ในการศึกษากิจกรรมที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลได้ร่วมกันทำเวลาที่มีการรวมกลุ่มกัน นอกเหนือ จากการไปชมคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลแล้ว แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะมีการนัดพบเพื่อนสมาชิกในกลุ่มที่เป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกันมาร่วมกันทำกิจกรรมอื่นๆ อีกหลายประเภท เช่น การช้อปปิ้ง การท่องเที่ยว การเล่นเกม ทานอาหาร การออกไปทริปปถ่ายภาพ การออกไปซื้อของในห้างสรรพสินค้าหรือไปจตุจักร เป็นต้น

กิจกรรมส่วนใหญ่ที่ผู้วิจัยพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลชอบรวมกลุ่มกัน มักจะเป็นกิจกรรมทางด้านดนตรี อันเนื่องมาจาก แฟนเพลงส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ชื่นชอบดนตรีและเล่นดนตรีเป็นประจำ หลายๆครั้งที่มีการนัดพบปะกันหรือรวมกลุ่มกันนั้นก็เพื่อจะไปช้อปปิ้งตามห้องซ้อมดนตรีต่างๆ คนที่นัดมาเจอกันนั้นส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มเดียวกันเพราะมีตำแหน่งการเล่นที่ชัดเจนลงตัวอยู่แล้ว กลุ่มหนึ่งนั้นจะมีสมาชิกที่มาร่วมตัวกันประมาณ 5 คน ซึ่งแต่ละคนก็จะเป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกันทั้งสิ้น

“มีวงครับเป็นคนที่ชอบเพลงแนวเดียวกัน เจอกันในอินเทอร์เน็ตครับ คุยกันไปมาๆเออชอบเล่นเหมือนกันเลยชวนๆกันมาทำวง เจอที่งานทุกครั้งครับจนตอนนี้เป็นกลุ่มเดียวกันแล้วครับไปซ้อมเพลงกันครับที่ห้องซ้อมแถวบ้านมือกลองผม เดือนนึงต้องไปครั้งนึงละไม่มันไม่ไหวครับ คือฝีมือมันจะเหมือนเริ่มใหม่ คือเล่นบ่อยๆมันก็สนุกด้วยฝึกฝีมือด้วย มันยกระดับเรานิดนึงนะ เอออันนี้เล่นดนตรีเป็น” (ทองทศ สุขวัฒน์, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2549)

“ซัอมก็บ่อยนะครั้บ เดือนหนึ่งหนสองหนได้ คือผมต้องการเล่นให้จริงจังให้มันเป็นเรื่องเป็นราวไปเลย อยากให้วงมันได้ขึ้นไปถึงออกอัลบั้มเลย มีโซร์บ่อยๆ อิม นั่นคือผมตั้งใจ ผมก็เลยต้องซัอมบ่อยๆ ให้มีอิมันแบบพัฒนา ไม่เล่นเองไม่รู้จะครั้บว่าถ้าหยุดเนี้ยมันก็หยุดนะ คือต้องซัอมๆ ถึงจะเก่ง เพื่อนผมก็คิดอย่างงี้ละ เลยซัอมกันประจำ” (อิรภัทร์ นุชอาวรณ์, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2549)

สำหรับการรวมกลุ่มซัอมดนตรีนั้นจะเกิดขึ้นเป็นประจำช่วงวันหยุด ผู้วิจัยได้สอบถามถึงสาเหตุของการชอบมาซัอมดนตรีด้วยกัน พบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่มาซัอมดนตรีด้วยกันส่วนใหญ่จะมีความประสงค์ที่ต้องการจะเล่นดนตรีบ่อยๆ เพื่อไม่ให้ใครดูถูกได้ว่า ฟังเป็นอย่างเดียว เล่นดนตรีไม่เป็น อีกทั้งเป็นการพัฒนาทักษะทั้งทางด้านความเข้าใจในดนตรี และ การเล่นดนตรีให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ และยังได้รับความสนุกสนานจากสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ การซัอมดนตรีนั้นมีทั้งการนำเพลงที่ตนชื่นชอบมาเล่นกันเป็นวง รวมถึงการซัอมเพลงที่ร่วมกันแต่งขึ้นเป็นเพลงของตนเองด้วย ซึ่งจะซัอมกันที่ห้องซัอมดนตรีที่มีบริการใกล้บ้าน โดยการรวมกลุ่มกันซัอมดนตรีนั้นเป็นหนึ่งในงานอดิเรกที่เป็นที่นิยมในกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

นอกจากกิจกรรมการไปซัอมเล่นดนตรีด้วยกันแล้ว ผู้วิจัยยังพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่ ยังมีการนัดรวมตัวกันไปเที่ยวตามต่างจังหวัด บางคนก็ไปต่างประเทศ

“ต่างประเทศก็มีนะครั้บ เอาเฉพาะกลุ่มเมทัลนะ มี แต่ไม่บ่อยเท่าไรนะ คือจะไปงานคอนเสิร์ตใหญ่ๆเลย มันมักจะเข้าสิงคโปร์ บางอันใหญ่จริงก็ไป รวมกันไม่ได้เยอะมากหรอก แค่ 4-5 คนก็ไปแล้ว” (อานวย ใจสว่าง, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2549)

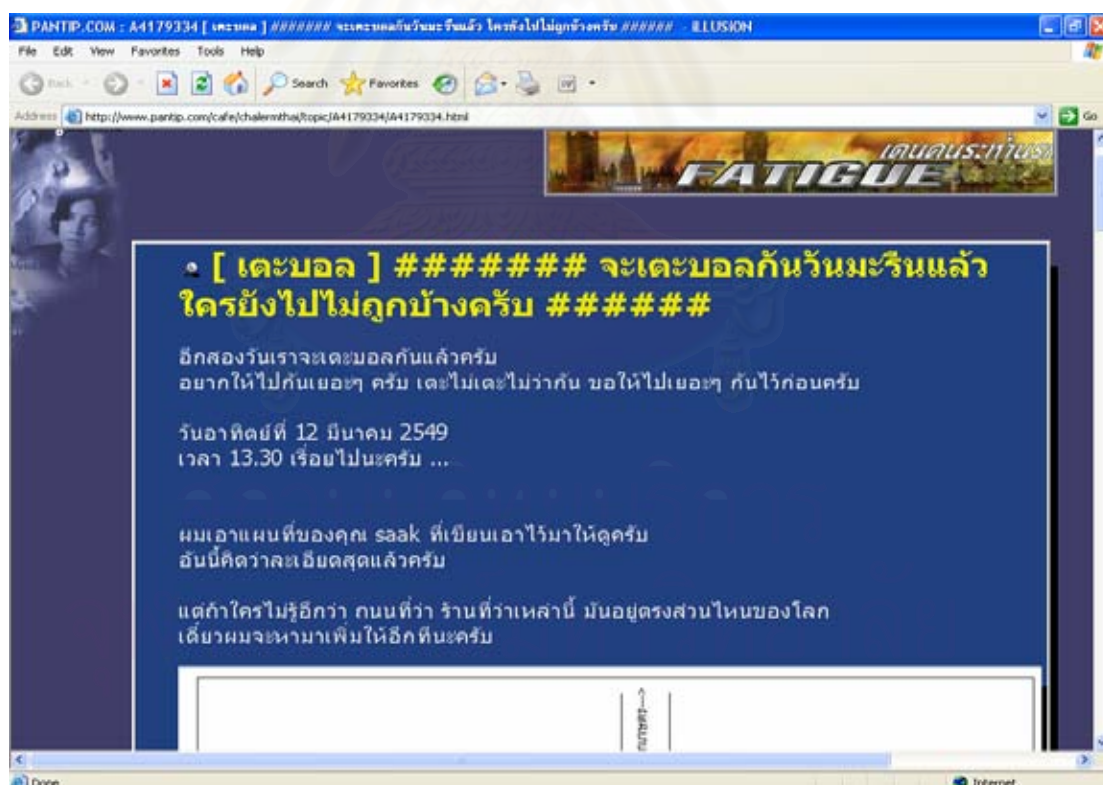
“ชอบไปทะเลกันคะ ไปกันก็มากที่สุดตอนนั้นไปก็ 7-8 คนนะคะ แต่ว่าปกติก็ 5-6 คนนะคะ คือส่วนใหญ่จะไปกับเพื่อนๆอีกกลุ่มนึงแต่ว่าพวกเมทัลก็ไปนะ บ่อยใช้ได้ ไปก็ไปกันเองไม่มีทัวร์นะ มันไม่สนุกคือเราจะจัดการอะไรเองไม่ได้เลย แล้วทะเลเนี้ยมันต้องแบบชิวๆ จะมาทำตามเวลาตารางทัวร์นี้ไม่เอาเลยนะ แต่เอาจริงๆก็ไม่จำเป็นนะที่จะต้องทะเล แต่อะไรก็ได้ที่มันธรรมชาติๆ สบายๆ” (วัชรภรณ์ ศิริอัศกรกุล, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2549)

ในการจัดกิจกรรมไปท่องเที่ยวครั้งหนึ่งนั้นจะมีสมาชิกร่วมเดินทางประมาณ 5-10 คน การไปเที่ยวต่างจังหวัดหรือต่างประเทศนี้นับเป็นอีกการรวมกลุ่มหนึ่ง เพราะคนที่ร่วมเดินทางจะ

เป็นแฟนเฮฟวีเมทัลด้วยกันทั้งสิ้น มีการชักชวนกันทางโทรศัพท์ และ โปรแกรมสนทนาออนไลน์ msn แต่จะเป็นการไปกับเฉพาะที่สนิทกันเท่านั้น ไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์กันอย่างเป็นทางการ

การเดินทางไปเที่ยวนี้มีลักษณะแบบจัดการกันเองทั้งการเดินทาง ที่พัก โปรแกรมเที่ยว สถานที่ต่างๆ ไม่ได้ไปในลักษณะทัวร์นำเที่ยวแบบทั่วไป เพราะสมาชิกต้องการอิสระในการเดินทางและจัดการตารางท่องเที่ยวกันด้วยตัวเอง สถานที่ส่วนใหญ่ๆนั้นจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับธรรมชาติ เช่นทะเล ภูเขา เป็นต้น

การเล่นกีฬาฟุตบอล ก็เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนิยมนัดมารวมกลุ่มกัน โดยจะมีการติดต่อกันทั้งทางโปรแกรมสนทนาออนไลน์ msn ทางโทรศัพท์ และ การไปประกาศหาสมาชิกร่วมทำการเล่นฟุตบอลทางบริการกระดานข่าวต่างๆ ดังภาพที่ 23 เพราะแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่นิยมกีฬาฟุตบอล จึงมีการรวมกลุ่มกันเล่นกีฬาฟุตบอล ขึ้นเป็นประจำ



ภาพที่ 23: <http://www.pantip.com/cafe/chalermthai/topic/A4179334/A4179334.html>

การนัดจัดกิจกรรมเล่นกีฬาฟุตบอล ในภาพที่เป็นกระทู้ในกระดานข่าวข้างต้นนั้นจะเป็นการประกาศข่าวให้สมาชิกทราบทางห้องสนทนาของห้องดนตรีหรือคใน [www.pantip.com](http://www.pantip.com) ซึ่งส่วนใหญ่แล้วสมาชิกในห้องสนทนาจะเป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกันทั้งสิ้น ซึ่งจะมีการนัดเตะฟุตบอลกันเป็นระยะๆ ประมาณสามเดือนต่อ 1 ครั้ง มาโดยตลอด

“ผมเลยครับ ไม่เคยพลาดซักครั้งเลย เตะหลายกลุ่มนะครับ กลุ่มเมทัลก็เตะครับแต่ไม่ค่อยเท่ากับกลุ่มที่เตะกันปกติ อย่างพวกเมทัลนี่ก็จะนัดแบบประมาณสามเดือนสี่เดือนจะนัดซักครั้งนึง ผมไปมาทุกครั้งนะครับ ก็สนุกดีเห็นเพื่อนอีกแบบนึง คือที่มาเตะกันนี่มันจะได้สนิทกันมากขึ้น มันก็สนุกไปอีกแบบนึงนะครับผมว่า” (รัฐพล วงษ์เมธา, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2549)

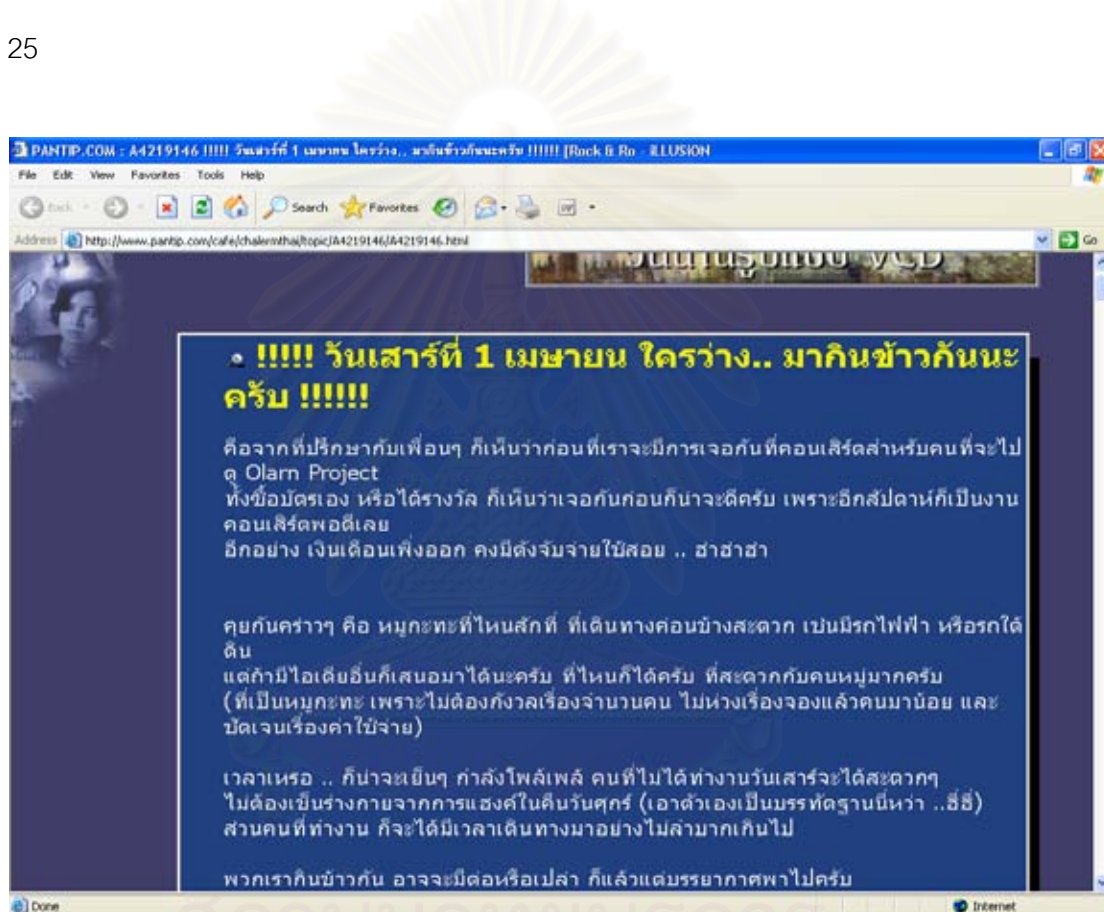
การนัดเล่นกีฬาฟุตบอลของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นจะทำการเช่าสถานที่ในการเล่นฟุตบอลซึ่งสมาชิกแต่ละคนต้องเสียค่าใช้จ่ายคนละ 100 บาท สถานที่ดังกล่าวเช่น สนามปานนาค รามอินทรา สนามท่าเรือ คลองเตย, สนามลำภาแสลง มีนบุรี เป็นต้น อีกทั้งยังมีสนามที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย แต่เป็นพื้นที่ภายในหมู่บ้านของสมาชิกที่เข้าร่วมการเตะฟุตบอลด้วย เช่น สนามฟุตบอลในหมู่บ้านชิชา พระราม 2 เป็นต้น ซึ่งการเล่นฟุตบอลแต่ละครั้งนั้นจะมีสมาชิกจำนวนไม่มากนักเนื่องจากปัญหาของระยะทาง โดยเฉลี่ยแล้วจะมีสมาชิกที่เข้าร่วมเตะฟุตบอลประมาณ 5-6 ท่านเท่านั้น



ภาพที่ 24: ภาพการรวมกลุ่มเล่นกีฬาฟุตบอล ณ หมู่บ้านชิชา



นอกจากจะมีการนัดซ้อมดนตรี ท่องเที่ยวและการนัดจัดกิจกรรมเล่นกีฬาฟุตบอลแล้วนั้น แฟนเพลงกลุ่มนี้ยังมีการนัดกันเพื่อไปทานข้าวกับสมาชิกใหม่ที่เพิ่งรู้จักเป็นการส่วนตัวหรือที่รู้จักกันแล้วก็ตาม เพื่อเพิ่มความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น โดยส่วนใหญ่คนที่นัดทานอาหารกันจะเป็นเพื่อนที่รู้จักกันอยู่แล้วจึงมีการติดต่อสื่อสารแบบส่วนตัวเช่นทางโทรศัพท์ หรือโปรแกรมสนทนาออนไลน์ msn แต่ก็มีบางครั้งที่ต้องการขยายขอบเขตจำนวนสมาชิกในกลุ่ม หรือ การต้องการจัดกิจกรรมพบปะสมาชิกใหม่ก็จะมีประกาศนัดทานอาหารกันทางบริการกระดานข่าว โดยใครก็ตามที่เป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล แล้วอ่านเจอข่าวประชาสัมพันธ์นี้ก็สามารถมาร่วมงานได้ดังภาพที่ 25



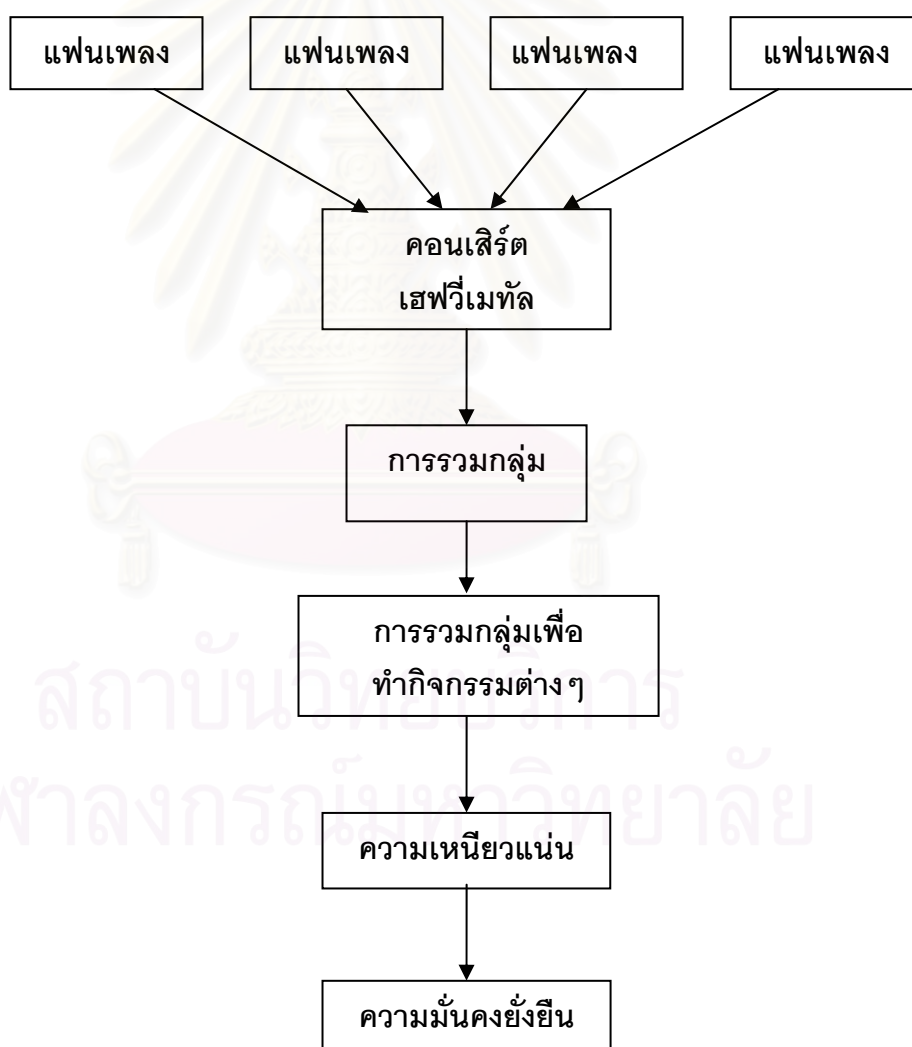
ภาพที่ 25: <http://www.pantip.com/cafe/chalermthai/topic/A4219146/A421914.html>

จะเห็นได้ว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัล มีการรวมตัวทั้งการรวมตัวในการชมคอนเสิร์ตแนวเฮฟวีเมทัลที่มีการจัดขึ้นเป็นครั้งเป็นครั้ง และการรวมตัวเพื่อทำกิจกรรมอื่นๆอย่างต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนี้มีเอกลักษณ์ในการรวมตัวกันเป็นกลุ่มสมาชิก มากกว่าแฟนเพลงดนตรีแนวกระแส หรือ แฟนเพลงแนวอื่นอย่างเห็นได้ชัด



ทั้งหมดคือภาพของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย ทั้งลักษณะทางด้านประชากร และลักษณะอื่นๆในมิติต่างๆ ซึ่งพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นมีความหลากหลายในด้านต่างๆ และเป็นผู้ที่ให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มเนื่องจากการรวมกลุ่มของพวกเขาที่มีความสำคัญต่อแฟนเพลงทุกคนในด้านสังคมที่มีแต่คนที่เหมือนกัน เป็นสังคมอุดมคติของพวกเขา รวมถึงเนื้อหาของ การรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย ซึ่งสามารถบอกให้เห็นถึงกระบวนการการ สื่อสารภายในกลุ่มและลักษณะการรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยได้

เมื่อมองภาพกระบวนการตั้งแต่ตอนต้นนั้นพบว่าแฟนเพลงที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายได้ ผ่านกระบวนการรวมกลุ่มต่างๆจนกลายเป็นกลุ่มที่มีความเหนียวแน่นได้อย่างในปัจจุบันดัง แผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2: กระบวนการรวมกลุ่ม

จากภาพจะพบว่ากระบวนการรวมกลุ่มของแฟนเพลงนั้นเริ่มจากแฟนเพลงที่มีความกระจัดกระจายกันมาร่วมกันเพื่อชมคอนเสิร์ต การจัดงานคอนเสิร์ตทำให้เกิดการรวมกลุ่มของแฟนเพลง จากนั้นเมื่อพวกเริ่มรู้จักคุ้นเคยกันจึงเกิดการรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ทั้งเล่นกีฬา ช้อมดนตรี ทานอาหารและท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ เหล่านี้เป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดความใกล้ชิดสนิทสนมมากยิ่งขึ้นเพราะเป็นกิจกรรมที่ใช้เวลาอยู่ร่วมกันมากกว่า ได้พูดคุยกันมากกว่า สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดความเหนียวแน่นขึ้นภายในกลุ่มวัฒนธรรมนี้ และความเหนียวแน่นภายในกลุ่มนี้เองที่ทำให้กลุ่มวัฒนธรรมเฮฟวีเมทัลมีความมั่นคงและยั่งยืนมาโดยตลอดทั้งๆ ที่ตัวดนตรีเฮฟวีเมทัลเองไม่ได้ได้รับความนิยมในดนตรีกระแสหลักปัจจุบัน

#### 4.5 เครือข่ายแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

##### 4.5.1 เครือข่ายการสื่อสาร

จากผลการสำรวจลักษณะทางประชากรที่กล่าวมาแล้วนั้น เราจะพบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้นเป็นกลุ่มแฟนเพลงที่มีความหลากหลายทั้งทางด้านอายุ การศึกษา และอาชีพ อีกทั้งแต่ละคนต่างก็มีสังคมในชีวิตประจำวันเป็นของตัวเอง ทำให้เป็นที่น่าสนใจถึงเครือข่ายการสื่อสารของคนกลุ่มนี้ว่าพวกเขามีการติดต่อสื่อสารกันอย่างไร

จากการศึกษาลักษณะของกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย เราจะพบว่ากลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย เป็นกลุ่มสังคมหนึ่ง ซึ่งมีการติดต่อสื่อสารถึงกันภายในกลุ่ม เช่นเดียวกับกลุ่มสังคมอื่นทั่วไป แต่แต่ละคนจะมีการติดต่อสื่อสารกัน โดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันในลักษณะต่างๆ สำหรับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลแล้วการติดต่อสื่อสารกันเพื่อไปรวมกลุ่มตามงานคอนเสิร์ตนั้นมีความสำคัญมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดนี้มาอธิบายเครือข่ายการสื่อสารต่อไป

อย่างที่ทราบกันดีว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นจะประกอบไปด้วยกลุ่มคนหลายๆกลุ่ม ซึ่งผู้ที่เป็นสมาชิกกลุ่มเหล่านี้ต่างก็รู้จักกันในระดับต่างๆ เนื่องจากพวกเขาจะมีการพบเจอกันบ่อยๆตามงานคอนเสิร์ต และด้วยความรู้สึกที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทางด้านดนตรีแล้ว จึงทำให้พวกเขาเหล่านี้ยินดีที่จะทำความรู้จักซึ่งกันและกัน ภาพรวมของเครือข่ายแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนี้จึงเป็นกลุ่มย่อยที่มีความคุ้นหน้าคุ้นตารู้จักกันอย่างทั่วถึงและกลายเป็นกลุ่มใหญ่ที่มีความเหนียวแน่น และสามารถดำรงอยู่ในสถานะกลุ่มวัฒนธรรมหนึ่งได้เสมอมา

เครือข่ายการติดต่อสื่อสารของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นพบว่าสามารถแบ่งออกเป็นสองลักษณะคือ

1. การสื่อสารอย่างเป็นทางการ
2. การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ

### 1. การสื่อสารอย่างเป็นทางการ

การสื่อสารอย่างเป็นทางการเกิดในกลุ่มที่มีศูนย์กลาง คือลักษณะกลุ่มแบบวงล้อ การติดต่อสื่อสารกันในกลุ่มและระหว่างกลุ่มนั้นจะกระทำผ่านศูนย์กลางนั่นคือ นิตยสารดนตรี เว็บไซต์ และทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

#### นิตยสารดนตรี

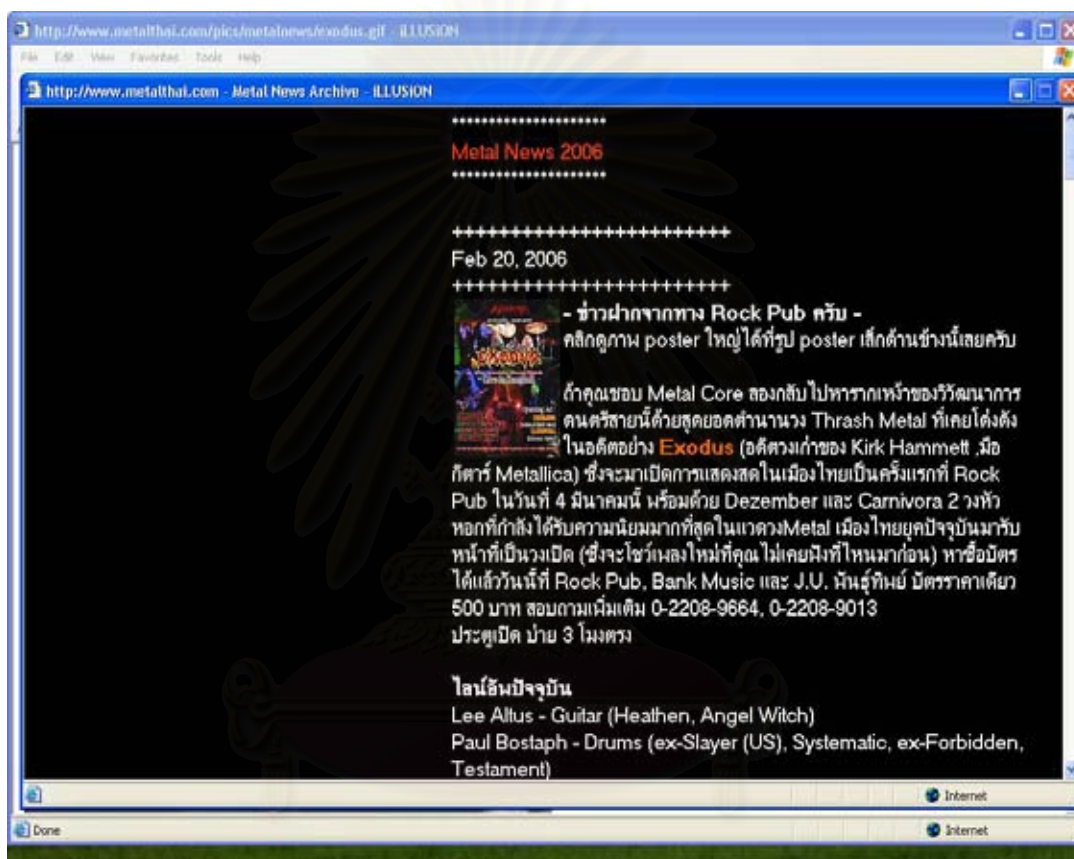
ในปัจจุบันมีนิตยสารที่เสนอข่าวสารเกี่ยวกับด้านดนตรีมากมาย ซึ่งเป็นที่แน่ชัดว่าดนตรีกระแสหลักอย่างดนตรีป๊อปจะได้รับการเผยแพร่มากที่สุด แต่ถึงแม้ว่าดนตรีเฮฟวีเมทัลเป็นดนตรีนอกกระแสที่มีแฟนเพลงอยู่น้อยกว่ามาก แต่ก็มีนิตยสารหลายฉบับที่นำเสนอข่าวสารดนตรีแนวนี้ เช่น Music Express, Starpic, Mania, The Rock, Guitar Mag, Territory, Overdrive, Cherish, The Darkness เป็นต้น

ในแต่ละเล่มนั้นจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับดนตรีแนวเฮฟวีเมทัล และที่สำคัญ ทุกเล่มนั้นจะมีพื้นที่ที่ผู้จัดงานจะสามารถส่งข่าวให้ทางผู้จัดทำลงประชาสัมพันธ์งานคอนเสิร์ตต่างๆให้ได้ เช่นในนิตยสาร Music Express จะมีคอลัมน์ “ข่าวฝาก” เป็นพื้นที่ที่ให้ผู้จัดงานต่างๆสามารถลงประชาสัมพันธ์งานได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย หรือ Mania จะมีคอลัมน์ชื่อ Chaotic Scene Report เพื่อประชาสัมพันธ์งานเฮฟวีเมทัลต่างๆที่จะเกิดขึ้น

การสื่อสารผ่านทางนิตยสารดนตรีนั้นเป็นเครือข่ายการสื่อสารที่กว้างขวาง ทุกคนสามารถติดตามข่าวความเคลื่อนไหวได้จากนิตยสารดนตรีทั่วไปซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการประชาสัมพันธ์เรื่องคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลที่จัดขึ้นในโอกาสต่างๆ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่เสนอผ่านทางนิตยสารดนตรีนี้จะเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สร้างเครือข่ายการสื่อสารให้กับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

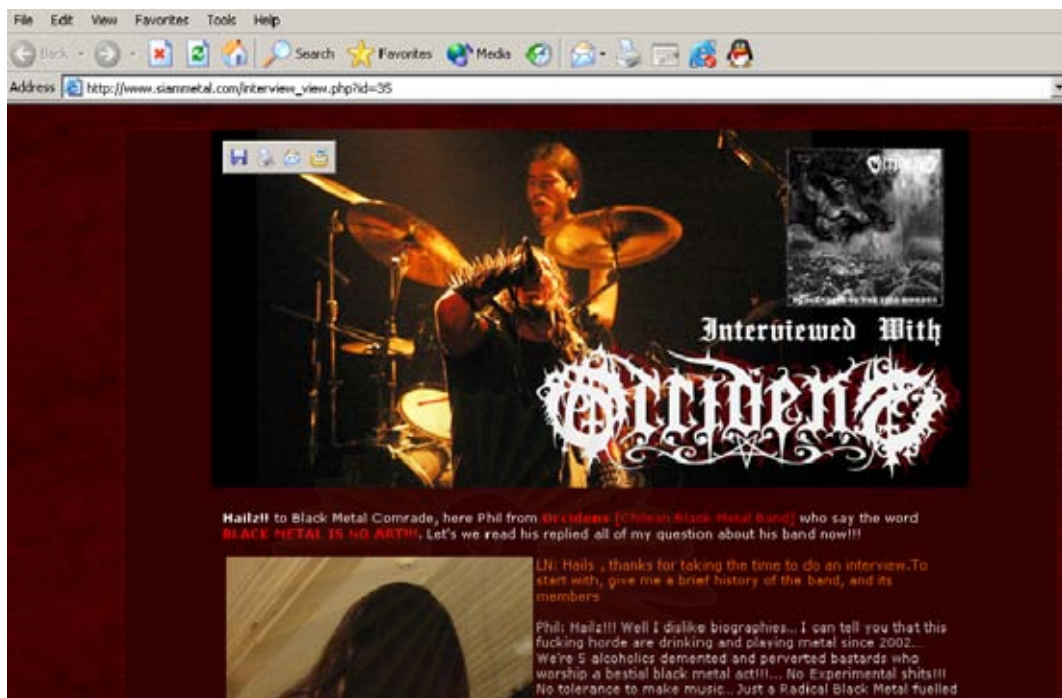
#### เว็บไซต์

เว็บไซต์นั้นถือเป็นสื่อที่สำคัญที่สุดในการประชาสัมพันธ์งานต่างๆ เพราะเป็นสื่อที่ไม่มีค่าใช้จ่าย และเป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้ามาได้ตรงจุดมากที่สุด เว็บไซต์ต่างที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้นมีอยู่มากมาย ผู้ที่จัดจะทำการคัดเลือกเว็บไซต์และนำข้อความไปโพสต์ หรือส่งข้อความให้เจ้าของเว็บไซต์ทำการประชาสัมพันธ์ให้ วิธีนี้เป็นวิธีที่นิยมมากที่สุด และเป็นวิธีการสื่อสารให้กับแฟนเพลงได้มากที่สุด เว็บไซต์ที่เป็นที่นิยมในการประชาสัมพันธ์งานดนตรีเฮฟวีเมทัลได้แก่ [www.metalthai.com](http://www.metalthai.com), [www.siammetal.com](http://www.siammetal.com), [www.pantip.com](http://www.pantip.com) เป็นต้น

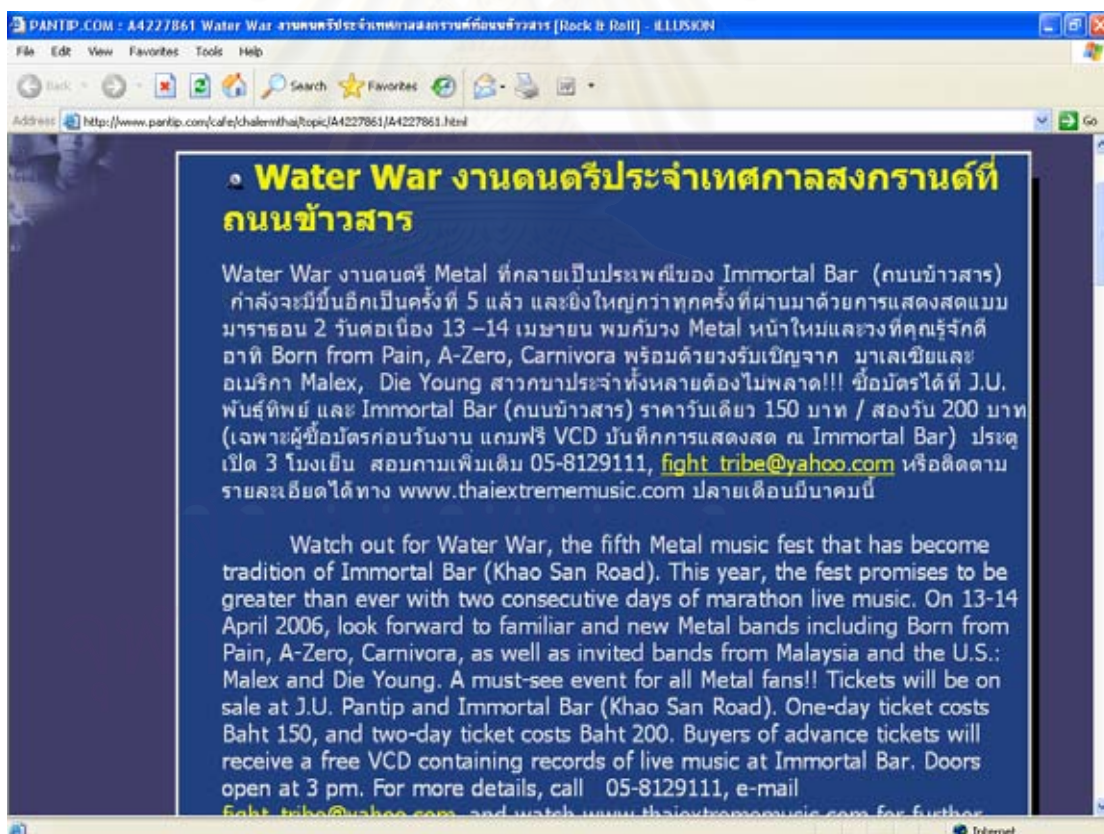


ภาพที่ 26: [www.metalthai.com](http://www.metalthai.com)





ภาพที่ 27: www.siammetal.com



ภาพที่ 28: www.pantip.com



เว็บไซต์ต่างๆเหล่านี้จะเป็นศูนย์กลางเพื่อให้แฟนเพลงที่อยู่กระจัดกระจายตามที่แตกต่างกัน มารวมกัน โดยการที่แฟนเพลงจะเข้ามาเพื่ออ่านกระทู้และข่าวประชาสัมพันธ์ต่างๆผ่านทางเว็บไซต์ กระดานข่าวต่างๆที่มีบริการ ซึ่งสามารถทำกลุ่มต่างๆที่กระจัดกระจายเกิดการสื่อสารที่เป็นเครือข่ายได้ เนื่องจากเว็บไซต์ต่างๆเหล่านี้จะสามารถบอกความเคลื่อนไหวของกลุ่มต่างๆ ประชาสัมพันธ์งานคอนเสิร์ต เพื่อให้กลุ่มต่างๆมารวมกันทำกิจกรรมต่อไป

#### จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

การส่งข่าวทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรืออีเมล นั้นก็เป็นอีกทางหนึ่งของผู้จัดงานเพื่อกระจายข่าวสารสู่สมาชิก ผู้จัดงานจะรวบรวมอีเมลแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจากทางเว็บไซต์ต่างๆที่มีสมาชิกไปโพสต์ไว้ และรวบรวมมาจากการลงชื่อและอีเมลหน้างานคอนเสิร์ตครั้งก่อนๆ เมื่อผู้จัดกำลังจะจัดงานขึ้น ก็จะมีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ทางอีเมล (ดังภาพที่ 29) อีกทั้งยังมีการรายงานคอนเสิร์ตผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้แฟนเพลงได้ระลึกถึงงานคอนเสิร์ตที่จัดขึ้นได้

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

From: sky storm <fight\_tribe@yahoo.com>

To: art\_of\_terrorize@hotmail.com, augryboy@hotmail.com, funky\_donky@hotmail.com, nu\_nooo@hotmail.com, vilertsak@hotmail.com, heavymetal85@hotmail.com, adisakkammungkun@hotmail.com, awayfromfuckingthisday@hotmail.com, drt\_001@hotmail.com, e\_dome@hotmail.com, earth\_straightedge@hotmail.com, kuyhetood@hotmail.com, oneshotonekill01@hotmail.com, torments666@hotmail.com, bhm\_sound@hotmail.com, bigbadabu@hotmail.com, chawisr@hotmail.com, choncool2000@hotmail.com, darkangeltei@hotmail.com, deahtwar@hotmail.com, jinthai33@hotmail.com, knot\_crazy@hotmail.com, kongkoon@msn.com, namakemono\_2@hotmail.com, petchy66@hotmail.com, opal\_jung2@hotmail.com, pinkyslut@hotmail.com, ran\_thai@hotmail.com, rinzy666@hotmail.com, siampunk111@hotmail.com, staff\_dezember@hotmail.com, top\_casanova@hotmail.com, towards\_deadend@hotmail.com, unholy\_hatredz@hotmail.com, shaddy@thaimail.com, napalmdeath@chaiyo.com, pothead\_bye@mail-th.com, territory2006@hotmail.com

Subject: Crust Core Destroyers ครั้งที่ 2 พบกับวงอเมริกัน.....นาม "Artimus Plye"

Sent: Saturday, February 25, 2006 11:52 AM

### "หนักหน่วง รวดเร็ว และเกรี้ยวกราด"

คำจำกัดความที่คุณจะสัมผัสได้ในงาน *Crust Core Destroyers* ครั้งที่ 2 หลังจากทีครั้งแรก Visisick วงนำเข้าจากญี่ปุ่นมาสร้างคามันส์แบบสุดขั้วให้สาวกบ้านเราได้อย่างน่าจดจำเมื่อปีที่แล้ว ครั้งนี้เป็นโอกาสอันดีที่จะมาร่วมตอกย้ำกระแสของดนตรีแนวนี้ซึ่งยังไม่จางหายจากแวดวงอันเดอร์กราวนด์ด้วยวงอเมริกัน Crust core สุดดิบจากรัฐ Wisconsin นาม *Artimus Plye* พิสูจน์ความบ้าคลั่ง!!! ก่อนการออกทัวร์ออสเตรเลียของพวกเขาได้ที่ Immortal Bar ถนนข้าวสาร ในวันอังคารที่ 14 มีนาคมนี้ เวลา 17.30 น. พร้อมด้วย 2 วงสนับสนุนสัญชาติไทย *Destroy* และ *Enemy* ราคาบัตร 200 บาท หาซื้อได้ที่ J.U.พันธุ์ทิพย์ และ Immortal Bar สอบถามเพิ่มเติม 01-7500591 , [fight\\_tribe@yahoo.com](mailto:fight_tribe@yahoo.com) และทดลองฟังงานได้ที่ [www.myspace.com/123artimus](http://www.myspace.com/123artimus)

ภาพที่ 29: ชาวงานคอนเสิร์ตที่ประชาสัมพันธ์ผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

เครือข่ายการสื่อสารที่กระทำผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์นั้นเป็นกระบวนการที่ศูนย์กลางจะส่งข่าวให้กับสมาชิกโดยตรง ซึ่งเป็นที่นิยมกันในหมู่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัล เนื่องจากเป็นอีกกระบวนการหนึ่งที่ไม่มีความใช้จ่ายใดๆ อีกทั้งยังส่งตรงถึงตัวสมาชิกเอง จดหมายที่ส่งผ่านทางเครื่องมือนี้จะมีทั้งข่าวประชาสัมพันธ์งานคอนเสิร์ตต่างๆ อีกทั้งยังมีภาพงานคอนเสิร์ตหลังจากงานคอนเสิร์ตที่นั้นๆ ส่งถึงสมาชิกอยู่เป็นประจำ เพื่อให้คนที่ไปได้ระลึกถึงบรรยากาศของงาน และสำหรับคนที่ไม่ได้ไปร่วมงานได้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของงานนั้นๆ ด้วย สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนสร้าง

ความเป็นเจ้าของกลุ่มให้กับสมาชิก และเป็นสิ่งที่ทำให้สมาชิกยังคงให้ความร่วมมือกับการรวมกลุ่มต่อไป

## 2. การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ

การสื่อสารระหว่างแฟนเพลงอย่างไม่เป็นทางการนี้หมายถึง การสื่อสารกันอย่างไม่มีความเป็นทางการ สมาชิกสามารถติดต่อกันได้อย่างอิสระโดยเครื่องมือในการสื่อสารนี้ได้แก่ การติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์ โปรแกรมสนทนาออนไลน์ หรือ msn

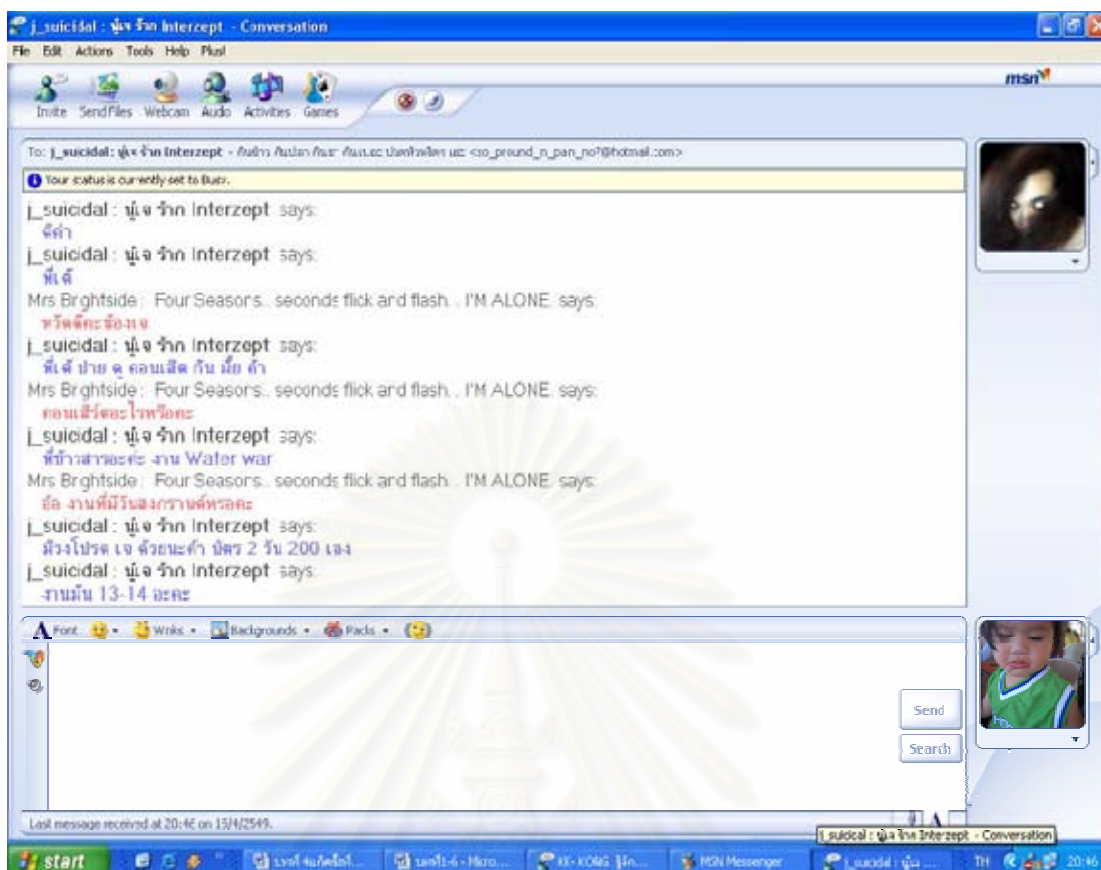
การสื่อสารผ่านทางโทรศัพท์นั้น จะใช้กับสมาชิกที่มีความสนิทสนมกันอย่างมาก โดยมากจะเป็นการสื่อสารภายในกลุ่มเล็กๆที่สมาชิกรู้จักกันหมดทุกคน พบว่าหลายๆครั้งที่ทีมงานคอนเสิร์ตสมาชิกจะใช้โทรศัพท์บอกข่าวกระจายข่าวต่อไป ขยายจนเป็นลูกโซ่ ดังภาพที่ 30



ภาพที่ 30: เครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่

เครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่นี้จะเกิดขึ้นกับคนกลุ่มเล็กๆเท่านั้นเนื่องจากการติดต่อสื่อสารผ่านทางโทรศัพท์จำเป็นต้องใช้ความสนิทสนมมากกว่าการสื่อสารผ่านทางช่องทางอื่นๆ

นอกจากนั้นแล้วเครือข่ายการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการอีกรูปแบบหนึ่งนั่นคือ การติดต่อสื่อสารผ่านทางโปรแกรมสนทนาออนไลน์ หรือ msn โดยการสื่อสารผ่านทางโปรแกรมนี้จะสามารถให้กับกลุ่มคนที่หลากหลายและกว้างขวางกว่าทางโทรศัพท์ เนื่องจากการติดต่อสื่อสารกันผ่านทาง msn นั้นจะไม่ต้องคำนึงถึงความสนิทสนม แต่จะเป็นช่องทางให้ผู้ที่ไม่รู้จักกันสามารถแนะนำตัวและพูดคุยกันเบื้องต้นได้ง่ายกว่า



ภาพที่ 31: การสื่อสารผ่านทางโปรแกรมสนทนาออนไลน์

การสื่อสารผ่านทางโปรแกรมสนทนาออนไลน์นั้นได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในบรรดาแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล เนื่องจากสามารถรู้จักเพื่อนใหม่ได้อย่างสะดวก ส่วนใหญ่แล้วแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลมักจะ add contact รายชื่อคนที่ไม่รู้จักแต่เป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกันจากทางกระดานสนทนาต่างๆ จากข้อความที่ถูกส่งต่อมาจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และทำความรู้จักกันทาง msn

เครือข่ายการสื่อสารในแบบต่างๆที่กล่าวมานั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจากที่ต่างๆ และกลุ่มต่างๆมีการติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน เครือข่ายการสื่อสารอย่างเป็นระบบและมีคุณภาพนี้ทำให้ความสัมพันธ์ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นมีมากขึ้น และเหนียวแน่นจนกระทั่งสามารถดำรงสภาวะของกลุ่มได้มาตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ไม่ว่าจะดนตรีเฮฟวีเมทัลจะได้รับความนิยมหรือไม่ก็ตาม

การรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นเกิดขึ้นมาจากการที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลแต่ละคนต่างต้องการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับคนที่มรสุนิยมเดียวกัน หรือคนที่เป็น “แฟน” ต่อสิ่งเดียวกัน

จึงต่างมองหาช่องทางเพื่อที่จะเชื่อมโยงคนที่เป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลไว้ เนื่องจากการรวมกลุ่มกันนั้นจะทำให้กลุ่มมีพลังมากกว่าการเป็นแฟนที่อยู่โดดเดี่ยว ซึ่งจากภาวะ “แฟน” จะนำมาสู่ “แฟนดอม” Mcquail (1997 อ้างใน กระจ่างศรี ศรีกระจ่าง, 2545) กล่าวว่า Fandom หมายถึง ความรู้สึกของผู้รับสารที่ชื่นชอบผู้แสดงคนใดคนหนึ่ง หรือการแสดงประเภทใดประเภทหนึ่ง (ดนตรี ประเภทของภาพยนตร์ นวนิยาย) อย่างเด่นชัด แฟนดอมที่อ่อนที่สุดคือ ความสนใจในสื่อประเภทใดประเภทหนึ่ง (เช่น การเป็นแฟนภาพยนตร์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง) แฟนดอมที่แข็งแกร่งที่สุด คือ การทุ่มเทด้านอารมณ์ความรู้สึก และมีกิจกรรมมุ่งเน้นในสื่ออย่างใดอย่างหนึ่ง

“แฟนดอม” เป็นความรู้สึกร่วมกันของแฟนเพลง ที่มีต่อแนวดนตรีเฮฟวีเมทัลที่พวกเขาชื่นชอบ แฟนดอมนี้ก็คือกลุ่มชนผู้คลั่งไคล้ เป็นลักษณะอาการทางจิต เป็นการทดแทนทางด้านจิตวิทยา (เจษฎา รัตนเชมมาร, 2541) แฟนเพลงเหล่านี้จึงพยายามหาทางเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน พยายามที่จะรวมกลุ่มและขยายกลุ่มเพื่อให้กลุ่มตนมีความเข้มแข็ง การมีกลุ่มและสังคมอุดมคติที่เต็มไปด้วยคนที่เป็นแฟนสื่อประเภทเดียวกันนี้ เป็นการทดแทนทางด้านจิตวิทยาอย่างหนึ่ง เนื่องจากพวกเขาจะรู้สึกปลอดภัย และมั่นคง อีกทั้งยังได้แสดงออกความเป็น “แฟน” ของดนตรีเฮฟวีเมทัลออกมาได้อย่างเต็มที่ การรวมกลุ่มจึงมีความสำคัญกับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลมาก เพราะเมื่อใดก็ตามที่ขาดพลังในการรวมกลุ่ม แฟนเพลงก็จะกลายเป็นแฟนเพลงที่โดดเดี่ยว ไม่มีศักยภาพในการกระทำใดๆ ในทางกลับกันพลังของกลุ่มที่มาจากแฟนดอมของดนตรีเฮฟวีเมทัลนั้นสามารถดำรงดนตรีเฮฟวีเมทัลให้คงอยู่ในประเทศไทยได้ ไม่ว่าจะระแวงดนตรีหลักจะเป็นอย่างไรก็ตาม

#### 4.5.2 อัตลักษณ์เครือข่าย

เนื้อหาสำคัญของอัตลักษณ์ คือ จิตสำนึกส่วนตัวและจิตสำนึกร่วมในระดับสังคมที่เกิดจากการนิยามตัวเองว่า ตัวเองคือใคร มีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่นกลุ่มอื่นหรือสังคมอื่นอย่างไร และจะใช้อะไรเป็นเครื่องหมายในการแสดงออก (พัฒนา กิติอาษา, 2546)

แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นโดยชีวิตประจำวันปกติทั่วไป พวกเขาจะเป็นเหมือนคนปกติธรรมดาทั่วไป ไม่มีการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ใดๆ เนื่องจากชีวิตปกตินั้นจะถูกจำกัดด้วยระบบสังคม คนที่กำลังอยู่ในวัยเรียนก็จำเป็นต้องเรียนหนังสือ เรียนพิเศษ ใ้ช้ชุดนักเรียน คนที่ทำงานต้องเข้างานตามเวลาที่บริษัทกำหนด แต่งตัวต้องเรียบร้อยถูกกาลเทศะ ทำให้อัตลักษณ์ของพวกเขา



เขาไม่ได้แสดงออกมาในชีวิตประจำวัน แต่กลับถูกแสดงออกมาในการเข้าร่วมกลุ่มคอนเสิร์ตต่างๆ ซึ่งแบ่งได้เป็นอัตลักษณ์ได้เป็น 3 มิติ คือ

1. อัตลักษณ์ที่แสดงผ่านการแสดงออก
2. อัตลักษณ์ในการประพฤติปฏิบัติตัว
3. อัตลักษณ์ทางภาษา

### 1. อัตลักษณ์ที่แสดงผ่านการแสดงออก

รูปลักษณ์ภายนอกที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นได้ทำร่วมกันจนกลายเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มแฟนเพลง ซึ่งจะปรากฏในการรวมกลุ่มชมคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัล ได้แก่ การแต่งหน้า แต่งกาย และรวมไปถึงเครื่องประดับต่างๆ

#### เสื้อสีดำ

วัฒนธรรมในแต่ละแนวของดนตรี ก็จะมีวัฒนธรรมเป็นของตนเองด้วยกันทั้งสิ้น ดนตรีฮิปฮอปก็เห็นกันว่าเด็กฮิปฮอปนั้นจะแต่งตัวที่มีสไตล์เป็นของตัวเอง ใส่เสื้อตัวใหญ่ ใส่หมวกเบ๋า ใส่สร้อยเส้นใหญ่ กางเกงใหญ่ๆ รองเท้าก็จะใหญ่ที่ไว้ใช้เล่นบาสเกตบอล สำหรับดนตรีเฮฟวีเมทัลนั้นก็จะมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เช่นกัน

ลักษณะที่ปรากฏของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะมีความโดดเด่นในเรื่องการแต่งกาย โดยเฉพาะ ซึ่งจากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมนั้นจะเห็นได้ว่า โดยส่วนใหญ่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลมักจะแต่งกายในลักษณะเลียนแบบศิลปินที่เขาชื่นชอบ และเนื่องจากการแต่งกายของศิลปินเฮฟวีเมทัลมีลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่แตกต่างกันมากนักตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จึงกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

สีดำเป็นสีที่แสดงถึงความชั่วร้าย เศร้าโศก หม่นหมอง ฝันร้าย ความชั่วร้าย ความตาย อาชญากรรม ความโศกเศร้า เป็นสัญลักษณ์ของแนวเพลงเฮฟวีเมทัล สิ่งเหล่านี้มีอยู่ในเพลงเฮฟวีเมทัลแทบจะทั้งนั้น แนวเพลงนี้เป็นเหมือนการมองโลกมุมกลับ มีด้านขาวต้องมิดำ มีเพลงมาทำให้โลกสดใส ก็ต้องมีเพลงที่ทำให้เราโศกเศร้า เฮฟวีเมทัลเป็นการมองโลกในแง่ร้ายก็ได้ แต่มันเป็นเฉพาะบางวงบางเพลง มันจะมีความชั่วร้ายอยู่ในเสียงดนตรีที่ได้ยินเสียงโหยหวน ความเพ้อฝัน อะไรก็ตามนั้นจะทำให้เกิดความรู้สึกในใจ จนเรียกได้ว่า สีดำเป็นสัญลักษณ์อันเด่นชัดของดนตรีเฮฟวีเมทัล

เสื้อสีดำที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลสวมใส่กันในช่วงหลายปีก่อนหน้านั้นนั้นจะเป็นเสื้อสีดำที่ไม่จำกัดลาย จะเป็นลายอะไรก็ได้ที่แสดงถึงความมั่วหม่น ผี ปีศาจ จิตวิญญาณ หรือเป็นเสื้อสีดำแบบไม่มีลายเลยก็เป็นที่ยอมรับ เปรียบเสมือนด้านมืดเพื่อให้เข้ากับดนตรีแนวเฮฟวีเมทัล ดังภาพที่ 32



ภาพที่ 32: เสื้อสีดำ

ต่อมาเมื่อเริ่มมีการพัฒนาขึ้นมาเรื่อย ๆ วงเฮฟวีเมทัลแต่ละวงก็จะเริ่มทำเสื้อทัวร์ของตัวเอง คนไทยส่วนมากจะเรียกว่าเสื้อวง เพราะมันเป็นเสื้อที่ทางวงดนตรีทำขึ้นมาขายในการไปทัวร์ คอนเสิร์ตเมืองต่าง ๆ ในเสื้อตัวนั้นก็จะมีชื่อวง วันที่เล่นคอนเสิร์ต สถานที่ที่แสดง และชื่องานนั้นๆ สำหรับปัจจุบันที่มีความเป็นธุรกิจมากขึ้น จากการทำเสื้อทัวร์เป็นที่ระลึกก็หันมาจำหน่ายอย่างเป็นทางการ แต่ละวงจะทำเสื้อของตัวเองขึ้นมาจำหน่าย ลายเสื้อนั้นก็จะเป็นสัญลักษณ์ของแต่ละวง หรือเป็นปกอัลบั้มของวงดนตรีนั้นๆ ดังภาพที่ 33



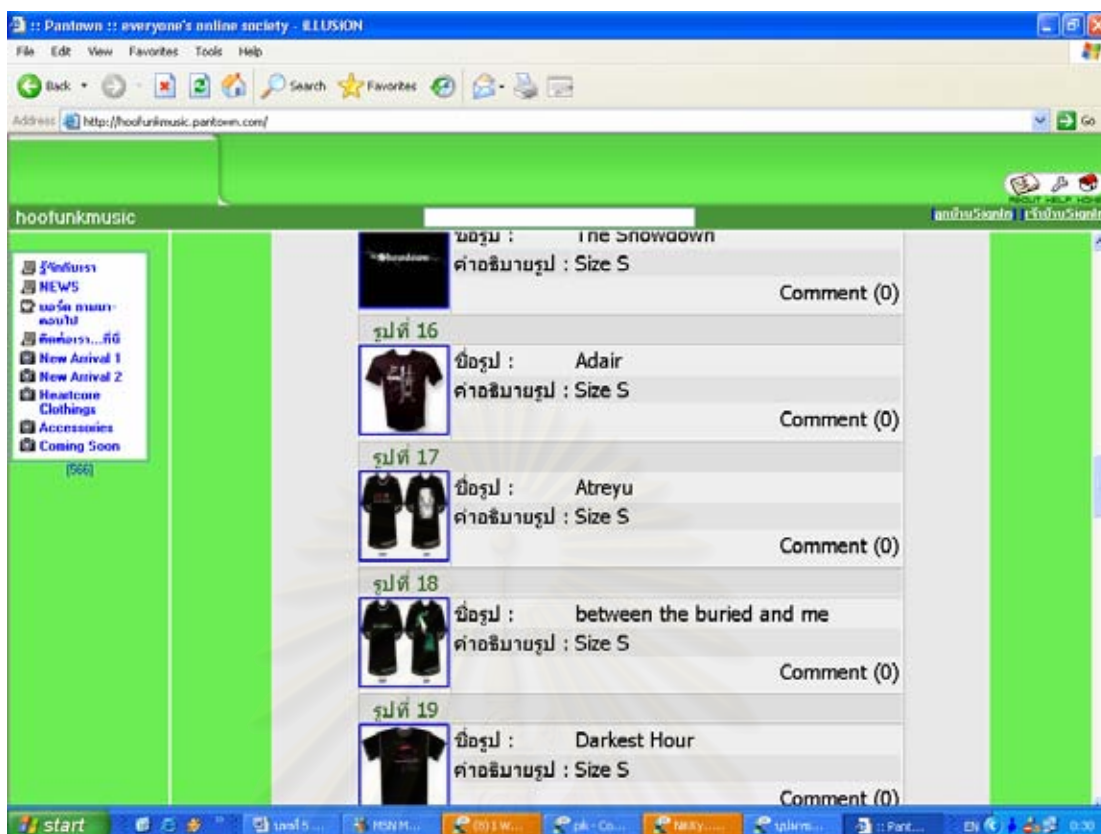
ภาพที่ 33: เสื้อวงดนตรีต่างๆ

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะเป็นสื่อประจำของแต่ละวงดนตรี แต่ก็ยังไม่ทิ้งความมีตัวตนออกไปแล้วที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปเลยคือสีของเสื้อนั้นจะมีสีดำ แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่จึงเลือกใส่เสื้อสีดำไม่ว่าจะเป็นสัญลักษณ์ต่างๆหรือจะเป็นเสื้อวง ที่ตนเองชอบ ซึ่งถ้ามองภาพรวมในแต่ละงานนั้นเราจึงเห็นกลุ่มคนจำนวนหนึ่งที่เต็มไปด้วยสีดำอย่างโดดเด่น แต่การเป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลก็ไม่จำเป็นต้องใส่เสื้อสีดำ ไม่มีกฎตายตัว แต่เพียงแค่เสื้อดำนั้นจะมีความกลมกลืนกับกลุ่มมากกว่า

วิธีในการเลือกซื้อเสื้อของแฟนเพลงนั้น อันดับแรกจะเลือกสายที่ชอบ หรือเป็นวงดนตรีที่ชื่นชอบเป็นพิเศษ แล้วก็ไปที่ร้านขายเสื้อแนวนี้โดยเฉพาะ ร้านประเภทนี้จะน้อยมาก แต่แหล่งที่เป็นที่รู้จักกันในแวดวงเฮฟวีเมทัลคือ ตลาดนัดจตุจักร ที่นั่นจะมีร้านให้เลือกมากมาย ร้านที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับที่สุดคือร้าน ชิวเวอร์สตาร์ เป็นร้านขายสินค้าเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลนำเข้าทั้งหมด มีทั้งเสื้อวงดนตรีที่หลากหลาย เสื้อตัวรขของวงดนตรี เสื้อประจำอัลบั้ม เสื้อยืดหัวต่างๆ รวมถึงรองเท้า แนวเฮฟวีเมทัลทั้งหมด เสื้อในร้านจะมีหลายขนาด และมีหลายแนว เสื้อที่นิยมที่สุดส่วนมากเป็นเสื้อขนาดเล็ก มากที่สุดจะเป็นที่นิยมมากจะใส่กันรัดรูปเหมือนวงต่างประเทศ

นอกจากนั้นแล้วที่ตลาดจตุจักรบางร้านจะมีเสื้อมือสองแนวเฮฟวีเมทัลจำหน่าย แต่วงเหล่านี้จะเป็นเสื้อวงเก่า เป็นพวกเสื้อยุคเฮฟวีเมทัลรุ่นเริ่มแรก ราคามาตรฐานของเสื้อเหล่านี้อยู่ที่ 900-1500 บาท สำหรับมือสอง จะราคา 600-1200 บาท เป็นราคามาตรฐานสำหรับเสื้อยืดแนวนี้ สำหรับเสื้อวอร์มมีหมวก จำหน่ายอยู่ในราคา 1800-1900 บาท ก็มีจำหน่ายด้วยเช่นกัน

นอกจากที่ตลาดจตุจักรแล้ว ร้านที่เป็นที่นิยมอีกร้านหนึ่งคือ หูฟังกมิวสิค ที่นำเข้าเสื้อแนวเฮฟวีเมทัลมาขายอยู่ที่ร้านเป็นประจำ และรับสั่งตามที่ลูกค้าต้องการด้วยเช่นกัน ทั้งหมด และเสื้อผ้าเครื่องประดับต่างๆ ทางร้านนี้จะมีเว็บไซต์เป็นของตัวเองเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับแฟนเพลง นั่นคือ เว็บ <http://hoofunkmusic.pantown.com> (ภาพที่ 34) การสั่งซื้อนั้นสามารถสั่งซื้อทางเว็บไซต์ได้ หรือโทรไปสั่งกับทางร้าน หรือถ้าหากต้องการเห็นเสื้อก่อนก็สามารถไปซื้อเสื้อวงที่ดูใจได้เลย

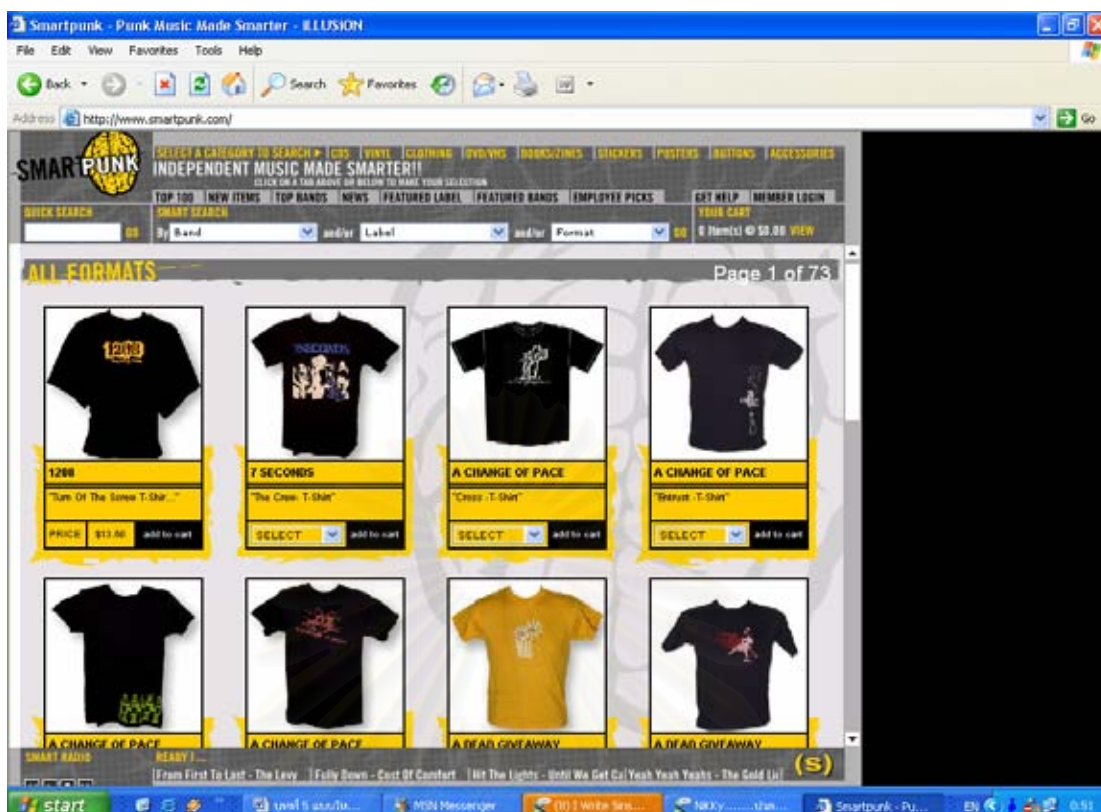


ภาพที่ 34: <http://hoofunkmusic.pantown.com>

อีกทางเลือกหนึ่งสำหรับการเลือกเสื้อนั้นคือการเข้าไปสั่งในเวปไซต์ต่างๆที่เราต้องการหรือทางเวปไซต์ที่มีเสื้อแนวนี้ขายโดยตรง เช่น <http://www.smartpunk.com> (ภาพที่ 35) การชำระเงินนั้นทำได้ทั้งแบบบัตรเครดิต และการโอนเงิน เสื้อเหล่านี้จะใช้เงินทุนสูงในการซื้อ แต่แฟนเพลงที่ชอบหรือรักแนวเฮฟวีเมทัลจริง ๆ ก็จะมีไว้ในครอบครองกันแทบทุกคน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ภาพที่ 35: <http://www.smartpunk.com/>

การสวมใส่เสื้อสีดำนั้นเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในบรรดาแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตต่างๆ เสื้อสีดำเปรียบเสมือนตัวแทนของความดูร้าย ความเข้มแข็ง ความโกรธ และความเหงาม ซึ่งการใส่เสื้อสีดำนั้นจะเป็นการแสดงออกทางวัฒนธรรมที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของคนตรีแนวเฮฟวีเมทัลนี้ได้ ดังนั้นจึงเป็นภาพปกติทั่วไปที่เราจะเห็นคนจำนวนมากใส่เสื้อสีดำตามงานคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลดังเช่นภาพที่ 36



ภาพที่ 36: การสวมใส่เสื้อสีดำในงานคอนเสิร์ต



จากภาพจะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่แล้วแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะสวมใส่เสื้อสีดำในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งที่พวกเขาแสดงออกมา ถึงแม้ภาพรวมจะเป็นการใส่เสื้อสีดำก็ตาม แต่ก็ไม่มีกฎตายตัวเสมอไปว่าจะต้องใส่สีดำเท่านั้น แฟนบางส่วนก็ใส่เสื้อที่แตกต่างออกไปจากสีดำ เช่นสีน้ำเงิน สีขาว แต่ถือเป็นส่วนน้อยเท่านั้น

### การแต่งหน้า

การแต่งหน้า รวมถึงการเขียนตานั้น เป็นอัตลักษณ์หนึ่งที่ปรากฏในการรวมตัวกันของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล ซึ่งถือว่าเป็นธรรมเนียมปฏิบัติกันต่อมา การเขียนตานั้นจะพบได้โดยทั่วไปตามงานคอนเสิร์ตทุกครั้ง แต่สำหรับการแต่งหน้านั้นจะพบตามงานคอนเสิร์ตใหญ่ๆที่มีความสำคัญ เช่น คอนเสิร์ต Slipknot, Korn ที่มาเปิดการแสดงในเมืองไทย

เวลาในงานคอนเสิร์ต ผู้วิจัยจะพบแฟนเพลงที่จับกลุ่มคุยกันหน้างานเป็นจำนวนมาก ซึ่งถ้าสังเกตดีๆแล้วนั้น จะเห็นแฟนเพลงหลายคนทาหน้าเป็นรูปผีปิศาจต่างๆ หรือแต่งหน้าให้ดูน่ากลัว ดังภาพที่ 37 และบางส่วนก็เลือกทาเฉพาะสีดำที่ตา ดังภาพที่ 38 การแต่งหน้าทาดานี้บางส่วนทำมาจากที่บ้านและบางส่วนก็มาทากันที่หน้างาน การแต่งหน้าหรือทาดานี้เป็นเรื่องปกติของการมารวมกลุ่มดูคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัล



ภาพที่ 37: การแต่งหน้าของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล



ภาพที่ 38: การแต่งตาของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

เฮฟวีเมทัลในกลางยุค70 (ประมาณ พ.ศ. 2516) เป็นต้นมา เริ่มมีการเขียนหน้าตาให้หน้ากลัวคล้ายกับปีศาจ มีการแต่งหน้าให้เหมือนผี เพื่อเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดูแข็งแกร่ง น่ากลัว เช่นวง Kiss ซึ่งถือว่าเป็นต้นแบบของวงดนตรีเฮฟวีเมทัลที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นด้วยการแต่งหน้า ทำให้วงเฮฟวีเมทัลรุ่นต่อๆมา นำการแต่งหน้ามาเป็นแบบอย่าง เช่น Marilyn Manson, Ozzy Osbourne LimpBizkit, Immortal ฯลฯ ซึ่งแฟนๆของวงเหล่านั้นก็มักจะแต่งหน้าตามศิลปิน การแต่งหน้าของชาวเฮฟวีเมทัลก็เหมือนกันเป็นการแสดงอารมณ์ของผู้ที่แต่ง จะมีการเขียนตาเฉยๆจนกระทั่งถึงการแต่งทั้งหน้าทั้งหน้า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบคอนเสิร์ต ถ้าคอนเสิร์ตที่มีศิลปินแต่งหน้ากันเป็นเอกลักษณ์ แฟนเพลงก็จะแต่งหน้ากันมากกว่าปกติ

ในคอนเสิร์ตปกติที่จัดขึ้นอยู่เป็นประจำนั้น ส่วนมากจะเป็นการแต่งตามากกว่า การแต่งตาของเฮฟวีเมทัลเพื่อเป็นการทำให้ตัวดูน่ากลัวขึ้นหรือทำให้ตัวเองเป็นปีศาจ ที่น่ากลัวดูร้าย เป็นการเหมือนปิดกั้น แสดงออกซึ่งชอบอยู่สันโดษ สีดำก็เป็นสัญลักษณ์ของความมืดมน และมีพลังอำนาจ เป็นการทำสัญลักษณ์ว่าเขาเป็นพวกเฮฟวีเมทัลนั่นเอง

ระยะหลังเริ่มมีการทาสีแดง ซึ่งเป็นแฟชั่นใหม่ล่าสุดของแนวเฮฟวีเมทัล ซึ่งมากับวัฒนธรรมเฮฟวีเมทัลแบบใหม่ การแต่งตาด้วยสีแดงมันเป็นการแสดงถึงการร้องไห้ บ่งบอกว่า

ตัวเองเป็นคนโคกเคร้าอ่อนไหวไปกับอารมณ์ของเพลง แพนเพลงเหล่านี้จึงมักจะทาดาสีแดงเพื่อ บงบอกถึงอารมณ์อ่อนไหวของตนเอง การแต่งหน้าไม่มีรูปแบบที่ชัดเจนแน่นอน การแต่งหน้าส่วนใหญ่เป็นการเลียนแบบจากศิลปินต่างประเทศ เช่น Mudvayne ซึ่งเป็นวงดนตรีนำการแต่งหน้า กลับมาอีกครั้ง นอกจากจะแต่งเลียนแบบศิลปินแล้ว แพนเพลงก็ยังแต่งตามจินตนาการของตนเอง ตามอารมณ์ ความรู้สึก เพื่อบ่งบอกความเป็นตัวตนของแพนเพลงเฮฟวีเมทัล

สีที่ใช้ในการแต่งหน้านั้นส่วนมากจะไล่ดินสอเขียนตาในการเขียนขอบตา สีดำเป็นที่ได้รับความนิยมมากที่สุด สีในการแต่งนี้จะเป็นสีที่ใช้ในการทำผิวหนังได้เป็นสีทาสำหรับการเพนท์แบบ เซียร์ฟุตบอล ส่วนใหญ่เลยแพนเพลงเฮฟวีเมทัลจะเขียนขอบตามากกว่า ความรู้สึกที่เขียนตาไป ทำให้ตัวเรารู้สึกดีขึ้น

### การใส่หน้ากาก

นอกจากผู้วิจัยจะพบแพนเพลงที่แต่งหน้า เขียนตาแล้ว ยังมีแพนเพลงอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งเป็น จำนวนไม่มากนักประมาณ 5-6 คน จะใส่หน้ากากเข้าร่วมงาน ถือเป็นสีสันและเป็นการแสดงอัต ลักษณ์แพนเพลงเฮฟวีเมทัลในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัล

ในปัจจุบันพบว่าหน้ากากเป็นอุปกรณ์อีกชนิดหนึ่งที่เป็นที่นิยมกันในหมู่แพนเพลงเฮฟวี เมทัล การสวมหน้ากากนี้เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งในการชมคอนเสิร์ตและการรวมตัวกันของกลุ่ม แพนเพลง ซึ่งก็ได้มาจากการเลียนแบบศิลปินเฮฟวีเมทัลยุคใหม่ๆ กล่าวคือ แต่เดิมนั้นวงเฮฟวี เมทัลยังไม่มีการสวมใส่หน้ากากแต่อย่างใด วงเฮฟวีเมทัลยุคเก่าอย่าง Deep Purple, Back Sabbath, Led Zeppelin ไม่มีการแต่งหน้าเป็นผีหรือปีศาจ แต่ตั้งแต่การแต่งหน้าเริ่มเป็นที่นิยม มี การแต่งหน้ากันอย่างกลาดเกลื่อน วงดนตรีเฮฟวีเมทัลบางวงก็หันมาใส่หน้ากากแทนเพื่อเป็นการ ฉีกแนวออกไป ซึ่งหน้ากากของศิลปินเหล่านี้ส่วนใหญ่จะเป็นหน้ากากผี ปีศาจ สัตว์ประหลาด หรือ คนหน้าละ วงเหล่านั้นได้แก่ Mudvayne, Slipknot ฯลฯ





ภาพที่ 39: ศิลปิน Slipknot

บรรดาแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลทั้งหลายก็จะนิยมการแต่งหน้าและการสวมหน้ากากเวลาเข้าชมคอนเสิร์ตและเวลารวมกลุ่มกัน โดยหน้ากานี้จะเป็นที่นิยมกันมากไม่ว่าจะเป็นหน้ากากที่เหมือนกับศิลปินหรือเป็นหน้ากากผีปิศาจต่างๆ ในปัจจุบันตามงานคอนเสิร์ตวงเฮฟวีเมทัลต่างๆ เราก็จะเห็นแฟนเพลงแต่งหน้าให้เหมือนผีปิศาจและนำหน้ากามาสวมใส่กันดังภาพที่ 40



ภาพที่ 40: การใส่หน้ากากของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

“ใส่หน้ากากบางครั้งครับ ไปงานแบบใหญ่ๆ ก็ใส่ไป ที่ใส่ก็เพราะว่าคือมันเป็นวัฒนธรรมที่มันทำกันมาหะครับ ผมก็เอามาจากต่างประเทศ แต่เวลาใส่ผมก็จะเล็อกนะว่าเออวันนี้เราอารมณ์ไหน อยากเป็นแบบไหน อยากดู อยากเศร้าอะไร ไม่พันเทือกๆ ทุกข์ๆ เศร้าๆ เหงาๆ โหดๆ ครับ

ใส่แล้วแบบว่าเหมือนได้บอกกับคนอื่นนะว่าเออเราเป็นยังไง ปิดตัวเองที่แบบเป็นมูมธรรมดาไป ไปใส่ที่อื่นก็ไม่ได้หรอก ใส่ได้ที่นี้แหละ” (รัฐพล วงษ์เมธา, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2549)

“ที่ผมใส่ก็เพราะว่ามันเหมือนกับเราได้ปกปิดตัวเองไป ไม่มีใครเห็นไม่มีใครรู้ คือผมจะใส่เวลาตื่นเวลาแท็คนะครับไม่มันมันจะไม่ออก ปกติผมชื้อายนะ ไม่กล้าทำหรืออะไรพวกนี้ แต่พอแบบได้ปิดตัวเองได้ใส่หน้ากากมันเหมือนกับปล่อยได้หมดเลย ทำได้ๆ” (จักรกฤษณ์ องค์กรสะอาด, สัมภาษณ์, 9 ธันวาคม 2548)

การสวมใส่หน้ากากนี้เปรียบเสมือนการปกปิดตัวเอง บ่งบอกตัวเองว่าเป็นคนลึกลับ ไม่มีใครรู้จัก ไม่มีตัวตนในสังคม บางคนเวลาใส่หน้ากากจะสามารถเดินแท็คได้อย่างไม่เขินอาย แต่เวลาถอดหน้ากากแล้วจะเขินและไม่กล้าทำอะไร หน้ากากเป็นส่วนที่ปกปิดหน้าตาที่แท้จริง

แต่หน้ากากแต่ละรูปแบบก็มีความหมายของตัวเอง บางรูปแบบออกมาในทางเศร้า บางอันก็จะดูร้าย โหดเหี้ยม หน้ากากถูกเลือกมาเพื่อบ่งบอกถึงจิตใจและอารมณ์ แต่อย่างไรก็ตามหน้ากากก็ไม่น่าเป็นที่นิยมในเมืองไทยเท่าไรนัก เราจะเห็นแฟนเพลงสวมหน้ากากกันน้อยมากไม่ถึงสิบคน นอกจากเป็นคอนเสิร์ตใหญ่ๆก็จะมีจำนวนมากขึ้น แต่นับว่าการสวมใส่หน้ากากนี้เป็นการแสดงอัตลักษณ์ในรูปแบบหนึ่งของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

### เครื่องประดับ

องค์ประกอบอีกประการหนึ่งที่ถือเป็นเอกลักษณ์ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลก็คือ เครื่องประดับ เครื่องประดับส่วนใหญ่ก็จะประกอบไปด้วย เข็มขัด ต่างหู สร้อยข้อมือ กำไลข้อมือ สร้อยคอ แหวน เข็มกลัด ซึ่งส่วนใหญ่จะทำจากโลหะเงิน มักทำเป็นรูปตะปูหรือเหล็กแหลมๆ รวมทั้งรูปผีปีศาจ หัวกะโหลก และโครงกระดูก บางครั้งก็เป็นเครื่องประดับที่ทำมาจากหนังสือดำหรือมีการนำใส่เหล็กขนาดต่างๆมาห้อยตามตัว เครื่องประดับเหล่านี้นับเป็นเอกลักษณ์อีกอย่างของแฟนเพลง ในนิตยสาร Heavy Metal มีคอลัมน์ Metal Collection ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่เปิดโอกาสให้แฟนเพลงนำเครื่องประดับต่างๆเหล่านี้ที่เป็นของสะสมมาเผยแพร่ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสร้อยแหวน เข็มขัด ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการแสดงอัตลักษณ์ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลแบบหนึ่ง

“หนูจะใส่แหวนกับสร้อยคอคะ ของโยจะเป็นรูปน้ำตาเป็นหยดน้ำสีดำคะ แล้วก็มีมีดตรงกลาง มันเหมือนกับน้ำตาคะ ดูน่ากลัวนะคะเหมือนโหดแต่หนูว่ามันเศร้าๆมากกว่าคะ ที่ใส่คือ



มันเป็นตัวเรานะคะว่าเออเราเศร้าเราอ่อนไหวอะไรก็เข้าไป” (ภุชฉนิศา เพ็ญจำรัส, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

เครื่องประดับเหล่านี้เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สามารถบ่งบอกถึงความโหดร้าย ความเศร้า ความดูร้าย ความเหงาและความเศร้าได้เช่นเดียวกับการใส่หน้ากาก และการตกแต่งหน้าตา ซึ่งการสวมใส่เครื่องประดับต่างๆนั้นไม่ได้เป็นการสวมใส่แบบประจำทุกวัน แต่เป็นการใส่เฉพาะตอนเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลเท่านั้น

อัตลักษณ์ที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นได้แสดงออกผ่านทางารใส่เสื้อผ้า แต่งหน้าทาตา และเครื่องประดับนั้น แต่ละรายละเอียดจะแสดงให้เห็นถึงควมมีพลัง ความน่ากลัว และอำนาจรวมไปถึงความเศร้า เหงา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสาระสำคัญของดนตรีเฮฟวีเมทัลทั้งสิ้น

## 2. อัตลักษณ์ในการประพฤติปฏิบัติตัว

วัฒนธรรมการเต้นของดนตรีแต่ละแบบนั้นมีจุดเด่นเป็นของตนเอง ดนตรีแบบฮิปฮอปนั้นก็จะเป็นการสะบัดมือออกไปข้างหน้าพร้อมตะโกนว่า “โย่ว โย่ว” แนวเพลงแบบเบรคแดนซ์ก็จะเป็นการเต้นในลักษณะต้องใช้ความสามารถและทักษะในการเต้น มีการลงไปเต้นที่พื้น บันขากลางอากาศ เป็นต้น เช่นเดียวกับดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลซึ่งก็มีเอกลักษณ์ในการเต้นเช่นกัน

การประพฤติปฏิบัติตัวในที่นี้ หมายถึงการกระทำที่พวกเขาแสดงออกในการชมคอนเสิร์ต ได้แก่ การโยกหรือสะบัดหัว การแท็ค และการเชิฟ สามสิ่งนี้เป็นสิ่งที่ปฏิบัติกันมาจนเป็นวัฒนธรรมการชมคอนเสิร์ตของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่สืบเนื่องกันมาจนถึงปัจจุบัน

### การโยกหัว/สะบัดหัว

จากการสังเกตการณ์ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ผู้วิจัยพบว่าการเต้นของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนี้จะมีเอกลักษณ์มาก มองภาพรวมแล้วเหมือนกับต่างคนต่างมีพื้นที่ของตัวเองและโยกหัวตามจังหวะ ต่างคนต่างโยกอย่างไม่สนใจใคร การโยกไม่ได้รุนแรงเท่าไรแต่เป็นการโยกแบบมีจังหวะ การโยกนี้ทำกันอย่างทั่วไปจนเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของชาวเฮฟวีเมทัลตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

“โยกทุกครั้งเลยครับมันเป็นอะไรที่แบบเป็นไปเอง ไม่มีใครเขากระโดดกันนะครับ จังหวะมันจะไม่เอื้อครับมันจะช้าไป แล้วก็ขึ้นอยู่กับเพลงนะ เพลงไหนจังหวะเป็นไงเราก็โยกตามนั้น” (เฉลิมพงษ์ ลือชัยราม, สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2548)

“การโยกเป็นไปตามอารมณ์ เพราะเพลงเฮฟวี่เมทัลไม่เหมาะกับการเต้น หรือกระโดด แต่เหมาะกับการโยกหัว การโยกหรือสะบัดหัว มีมาตั้งแต่สมัยเฮฟวี่เมทัลรุ่งเรืองช่วง ปี 70 มันเป็นเพลงที่เอื้ออำนวยกับการโยก โซโล ก็ตารยาวๆ โยกแบบพยักหน้าตาม แต่บางจังหวะและบางเพลงที่กลองจะรัวเร็ว จังหวะที่รุนแรงมากๆ ก็จะโยกเร็วตามจังหวะ การโยกจะใช้จังหวะกลองเป็นการจับจังหวะ ถ้ากลองช้า ก็จะโยกช้า ถ้าเร็วก็จะ โยกหัวเร็วตาม การโยกมันเป็นกริยาที่ทำโดยอัตโนมัติ มากกว่า เช่น เพลงที่กิดคีย์ต่ำแบบ Korn จะไม่ออกทางโดด เพราะมันหนักจนกระโดดไม่ขึ้น อย่างนี้ก็เลยโยกแทน วิธีการในการโยกคล้ายกับการพยักหน้า แต่ต้องใส่อารมณ์ลงไปในการโยก เอนตัวไปข้างหน้าหน่อยแล้วก็เริ่มโยกเลย ตามจังหวะกลอง ช่วงเพลงที่มาเนิบ ๆ แบบฮาร์ตคอร์เนี่ยก็จะใช้การสโตกโยกแบบยาว โยกแบบสุดตัวเลยช่วง จังหวะอย่างนั้น แต่ถ้าเป็นแบบ เดธ บลูเฮฟวี่เมทัล เพลงพวกนี้จะรัวเป็นปี่นกล จะโยกกันแบบว่าเร็วตามกลองเลยแต่อันนี้ต้องใช้ความแข็งแรงของคอพอสมควร” (ปานเทพ สุนทรภัสช์, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2548 )

การโยกเป็นวัฒนธรรมการเต้นแบบหนึ่งที่เป็นที่นิยมของแฟนเพลงเมทัลนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากจังหวะ เครื่องดนตรี ทำนองต่างๆ จะให้ความสมดุลกันการโยกหรือสะบัดหัวมากกว่ากระเด็นในรูปแบบอื่นๆ การโยกจึงถือเป็นการเต้นหนึ่งของชาวเฮฟวี่เมทัลที่สืบทอดต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน

### การแท็ค

จากการสังเกตการณ์ตามงานคอนเสิร์ตต่างๆ นอกจากผู้วิจัยจะพบการโยกหัวของแฟนเพลงเฮฟวี่เมทัลเป็นกลุ่มใหญ่แล้ว เมื่อเพลงเล่นไปซักพักหนึ่งก็พบว่าแฟนเพลงกลุ่มหนึ่งจะวิ่งมาข้างหน้าเวทีแล้วก็กระโดดเอาตัวชนกัน บางคนก็เอาหัวไหล่ชนกัน วิ่งใส่กันผลักและกระแทกกันเป็นกลุ่มประมาณ 30-40 คน สิ่งนี้เป็นประเพณีที่ทำสืบเนื่องกันมาเป็นเวลานาน เรียกว่าการแท็ค

“มันทำกันต่อๆมาเรื่อยๆครับ ไม่รู้ว่ามันยังงี้แต่ตั้งแต่แรกผมก็เห็นเขาทำแล้ว สำหรับผมนะผมว่ามันแบบได้ปล่อยความบ้าความดิบในตัวออกมาได้ เหมือนได้ปลดปล่อยนะ เหมือนการชกมวยแหละ ผมว่าชกมวยดูว่าเยอะนะ แต่แท็คนี่คนจะมองแปลกกว่าไม่รู้ทำไม มันเป็นอะไรที่ทำกันครับ เป็นปกติ” (เฉลิมพงษ์ ลือชัยราม, สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2548)

การแท็คเป็นวัฒนธรรมอีกอย่างที่เฮฟวีเมทัลขาดไม่ได้เป็นการวิ่งเข้าชนกันอย่างบ้าคลั่ง ไม่รู้จักเจ็บ ไม่รู้จักเหนื่อย เป็นความมันส์ที่ได้จากแรงกระแทก แฟนเพลงบางคนกล่าวว่า ความโกรธ กลียด กัดดัน เบื่อหน่ายในความหมายของเพลงที่ระบายออกมาแล้วส่งแรงผลักดันมาให้พวกเขาในการพุ่งเข้าหากันเพื่อความมันส์ที่ไม่มีขีดสุด ทุกคนที่ทำการแท็ค จะมาจากความสมัครใจในการแท็ค จะมีโซนมีพื้นที่ในการเล่นของการแท็ค นั่นคือพื้นที่ด้านหน้าสุดติดกับเวที ดังภาพที่



ภาพที่ 41: การแท็คของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

การแท็คเป็นการนำไหล่มากระแทกกัน หรือนำตัวมากระแทกกันแต่ไม่ได้เป็นการจ้องจะทำร้ายกัน จังหวะเพลงที่รุนแรงทำให้พวกเขาต้องแสดงวัฒนธรรมที่ทำเป็นประจำนั้นออกมา เป็นอารมณ์ที่ทำให้พวกเขาสนุกไปกับการได้ความรุนแรงของดนตรีที่ระโคมเข้าใส่กัน มันเหมือนเป็นการใส่อารมณ์และความรุนแรงร่วมไปกับนักดนตรี เป็นความรู้สึกเล็กๆ ที่เก็บกดอยู่ข้างในให้แสดงออก ออกมาด้วยการแท็ค การแท็คเป็นวัฒนธรรมที่เกิดกับชาวเฮฟวีเมทัลมานานแล้วเป็นธรรมเนียมปฏิบัติ งานไหนมีเฮฟวีเมทัลต้องมีการแท็ค เป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมา และมันเป็นความสมัครใจในแต่ละบุคคล คนที่ชอบก็จะเข้าไปแท็ค คนที่อ่อนแอหน่อย หรือเป็นผู้หญิงก็จะไม่เข้าไปแท็ค การแท็คเปรียบเหมือนเป็นการเต้นอย่างหนึ่ง

ในการจะทำการแท็ค ต้องรอช่วงจังหวะในช่วงที่มีจังหวะเร้าของเพลง เป็นช่วงท่อนฮุคซึ่งเป็นส่วนใหญ่ หรือเป็นอินโทรที่เป็นจังหวะในการพุ่งเข้าหากัน เสียงดนตรีที่ร็พท์ กับ ตอนท่อนฮุคที่ใส่อารมณ์กันมาอย่างเต็มที่ แน่แน่นอนว่าการแท็คนี้จะมีผู้ที่ได้รับบาดเจ็บบ้าง แต่ก็ไม่มีใครได้รับอันตรายมาก ๆ ถึงขั้นเข้าโรงพยาบาล มีแค่บาดเจ็บเล็กๆน้อยๆเท่านั้น การแท็คในแต่ละครั้งมีการ

ล้มหลายครั้งแต่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลก็ช่วยเหลือซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี มีการดึงมือ และจุดกันขึ้นทุกครั้ง และการแท็คนี้เองทำให้หลายคนกลายมาเป็นเพื่อนกันในที่สุด การแท็คนี้เป็นการแสดงอัตลักษณ์รูปแบบหนึ่งของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

### การเซิร์ฟ

ช่วงแรกของคอนเสิร์ตที่แฟนเพลงส่วนหนึ่งจะโยกสะบัดหัวไปตามจังหวะเพลง และเมื่อถึงเวลาหนึ่งก็จะทำการแท็คซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่กระทำสืบเนื่องกันมานานในวงการเฮฟวีเมทัลทั้งในไทยและต่างประเทศ และในระหว่างที่แฟนเพลงกำลังทำการแท็คอยู่นั้น ผู้วิจัยพบว่าแฟนเพลงคนหนึ่งกระโดดขึ้นบนเวทีและทำการกระโดดลงมาให้คนข้างล่างรับและส่งต่อกันไปเรื่อยๆ มีการทำอย่างนี้อยู่บ่อยครั้ง และทำกันเป็นประจำทุกงานคอนเสิร์ต ซึ่งถือกิจกรรมอีกอย่างหนึ่งของชาวเฮฟวีเมทัลที่เป็นธรรมเนียมปฏิบัติกันมานานเรียกว่าการเซิร์ฟ

วัฒนธรรมการเซิร์ฟนี้เป็นธรรมเนียมเช่นเดียวกับการแท็ค เป็น 2 สิ่งนี้ที่ทำกันเป็นกิจวัตรสำหรับดนตรีแนวเฮฟวีเมทัล การเซิร์ฟคล้ายกับเป็นการนำเอาการเซิร์ฟกระดานโต้คลื่นมาใช้กับตัวคน หรืออีกที่เรียกกันว่า บอดี้เซิร์ฟ ใช้ตัวเราลอยไปกับคนที่คอยรับเราลอยไป เวลาชมคอนเสิร์ตไปถึงจุดๆหนึ่งแล้ว ก็จะมีคนกระโดดขึ้นไปบนเวที ยืนกางแขนหันหน้าเข้าหาแฟนเพลงที่อยู่ทางด้านล่าง แล้วทิ้งตัวลงมาทางแกนกาษา คนข้างล่างก็จะคอยเอามือรับและชูคนนั้นขึ้นสูงส่งผ่านต่อมือต่อมือไปเรื่อยๆ จนถึงจุดหนึ่งก็จะวางลง และคนคนนั้นก็ตะโกนขอบคุณคนที่ช่วยเขาเซิร์ฟ ดังภาพที่ 42



ภาพที่ 42: การเซิร์ฟ



ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์อย่างเจาะลึกกับแฟนเพลงที่ชอบทำการเซิร์ฟเป็นประจำ พบว่าการเซิร์ฟ มันเป็นการกระทำที่ทำให้พวกเขาารู้สึกเหมือนอยู่บนอากาศ เหมือนเป็นอิสระ บินได้เหมือนนกเป็นความรู้สึกที่เหมือนอยู่ท้องฟ้าแห่งความฝัน ได้ล่องลอย การได้ล่องลอยอยู่บนนั้นมันมีความสุขและรู้สึกเป็นอิสระ

“เวลาเราเซิร์ฟ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือสมาธิครับ จะต้องไม่กังวลเลยว่าจะมีคนรับไหม เขาจะส่งต่อไหม คือทำจิตใจให้มีสมาธิ ไม่ต้องคิดถึงเรื่องใดๆเลย พยายามล่องลอยไปตามจังหวะที่คนส่งเราไปเรื่อยๆ มันเป็นความรู้สึกที่ดีนะครับ มันเหมือนกับเรามีอิสระ เหมือนยืนอยู่จุดหนึ่งที่มีมันไม่ต้องห่วงเรื่องอะไร” (เฉลิมพงษ์ ลือชัยราม, สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2548 )

แต่แฟนเพลงอีกส่วนหนึ่งมองว่าการเซิร์ฟเป็นกิจกรรมที่สนุกสนาน แสดงถึงพลังของชาวเซิร์ฟี่เมทัลที่สามัคคีรักกัน เวลาในการเซิร์ฟ ส่วนมากก็จะเป็นช่วงที่เป็นจังหวะหยุดของเพลงนั้นๆ เป็นช่วงตอนโซโล เพราะมันจะเป็นอารมณ์ลอย ช่วงเวลาในการส่งต่อก็แล้วแต่กรณีแต่โดยรวมแล้วประมาณ 10-20 วินาที พอลงมาแฟนเพลงมักจะยกมือไหว้ขอบคุณทุกคนที่รับ

“ผมมองว่าเป็นการแสดงถึงความสามัคคีนะ คือนึกภาพนะครับถ้าเราไม่ชอบใครเราจะไม่เสียแรงเสียเวลาไปรับเขาเลยเพราะที่มันก็ไม่เบียดอะไรมากนัก แต่นี่ทุกคนคือเต็มใจ รู้จักไม่รู้จักก็ไม่รู้แหละ แต่ว่ารู้ว่าเป็นเมทัลก็รับเลย เป็นการกระทำที่ผมว่ามันทำให้เราสนุกด้วย รักกันด้วยเหมือนมีอะไรทำร่วมกันตอนดู” (ทองทศ สุขวัฒน์, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2549)

การเซิร์ฟนั้นจะมีขึ้นไม่บ่อยมากนัก ประมาณเพลงละ 1 ครั้งเท่านั้น ทั้งนี้การเซิร์ฟต้องอาศัยความร่วมมือจากคนหลายคน ถ้าทำการเซิร์ฟบ่อยๆจะเป็นการเสียมารยาท ซึ่งก็เป็นรู้กันของบรรดาแฟนเพลงเซิร์ฟี่เมทัล การเซิร์ฟเป็นอีกอัตลักษณ์หนึ่งที่แฟนเพลงกลุ่มนี้ได้แสดงออกร่วมกัน

วัฒนธรรมการแท็คและการเซิร์ฟนั้นบ่งบอกถึงอัตลักษณ์เพศชายอย่างเห็นได้ชัดเจน เนื่องจากผู้วิจัยพบว่า การแท็คและการเซิร์ฟนั้นผู้ชายจะเป็นคนปฏิบัติ การแสดงทั้งการแท็คและการเซิร์ฟจึงเป็นวัฒนธรรมของผู้ชายที่ต้องการแสดงถึงพลังที่มีอยู่ล้นในตัวของแต่ละบุคคล เป็นการแสดงออกถึงความเข้มแข็ง ความกล้า ซึ่งเป็นสัญชาตญาณของผู้ชายโดยทั่วไป แต่การแสดงออกถึงสัญชาตญาณนี้จะต่างกัน คนสมัยก่อนอาจจะแสดงออกด้วยการชกมวย แต่ในวัฒนธรรมเซิร์ฟี่เมทัลนั้นจะแสดงออกโดยการแท็คและการเซิร์ฟ



### 3. อัตลักษณ์ทางภาษา

ภาษาที่แสดงออกในแต่ละวัฒนธรรมนั้นก็มีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งความแตกต่างนี้ก็สามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมนั้นๆ ได้ อัตลักษณ์ที่แสดงผ่านทางภาษาของกลุ่มเฮฟวีเมทัลนั้นจะกระทำได้โดยผ่านทางข้อความจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การถามตอบในกระดานสนทนาผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ และจากภาษาที่ใช้สื่อสารกันระหว่างศิลปินและแฟนเพลง ขณะชมคอนเสิร์ต ภาษาที่ถึงอัตลักษณ์นี้สามารถแบ่งออกเป็น

1. ภาษาที่ตรงไปตรงมา
2. ภาษาที่แสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน
3. ภาษาที่แสดงถึงตัวตน

#### 1. ภาษาที่ตรงไปตรงมา

ภาษาที่ตรงไปตรงมานั้นหมายถึงภาษาที่สั้น ห้วน แต่ได้ใจความ ไม่มีคำขยายหรืออธิบายให้ประโยคนั้นยืดยาว และเป็นภาษาที่ไม่เป็นทางการ ตัวอย่างภาษาที่พบว่ามีตรงไปตรงมานั้นพบได้จากกระทู้ตามเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีแฟนเพลงใช้ในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน เช่น

- “บอกหน่อยดิ Korn เจ๋งยังงี้”
- “ชื่อ Metalucifer ดีหรือ Lord ดี เลือกให้หน่อยครับ”
- “งาน Water War แต่งหน้าแบบไหนกันบ้างครับ”
- “คนใส่เสื้อ as I lay die อันใหม่ ชื่อกันที่ไหนอะ”
- “ใครมี Ingrowing Album: SUICIDE BINARY REFLECTIONS (CD 2001) ขอยืมฟังหน่อยค่ะ”
- “ชุดใหม่ Insidious Discrepancy ฟังยังงี้”
- “อัลบั้มแสดงสด Mayhem เป็นไงคับ ไม่ได้ดู”
- “แนะนำอัลบั้มสดเด็ดๆ ให้หน่อยสิครับ”
- “แต่งหน้าแย่มาก เหมือนหมีแพนด้าเลย”
- “ผมไม่ชอบ Morior Ergo Sum เลยครับ”
- “ใครไม่ชอบแนวหลอนก็ไม่ต้องมานะครับ”
- “เอาไปเลยครับพี่น้อง MP3 เมทัลญี่ปุ่น (มี 2 แผ่นนะ)”

จะเห็นได้ว่าภาษาที่ใช้ในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านทางกระดานสนทนาต่างๆ นั้น แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะใช้ภาษาที่มีความตรงไปตรงมา ไม่มีพิธีรีตองอะไรมากมาย เป็นการถามตอบ และแสดงความคิดเห็นกันอย่างตรงๆ ไม่มีการอธิบายอะไรที่ยืดยาว

## 2. ภาษาที่แสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

เป็นภาษาที่คอยบ่งบอกและตอกย้ำทุกคนเสมอว่าทุกคนเป็นเฮฟวีเมทัล ภาษาในลักษณะนี้จะแสดงออกผ่านทางกรรสื่อสารบนเวทีระหว่างศิลปินและแฟนเพลง เช่น

- “สวัสดีครับพี่น้องเฮฟวีเมทัลของผม”
- “ขอบคุณครับที่มา เห็นรุ่นใหญ่หลายคน อย่าลืมเลี้ยงข้าวกันนะครับ”
- “มีเด็กใหม่ ดูแลน้องเขาด้วยนะครับพวกเรา”
- “เมทัลสู้ตาย”
- “เอาเมทัลในตัวออกมาให้หมด”
- “เจอกันอีกนะครับ เมทัลทั้งหลาย”

คำพูดของศิลปินบนเวทีที่ใช้สื่อสารกับแฟนเพลงนั้นจะใช้คำว่า “พวกเรา” “พี่น้อง” ะเป็นส่วนมาก สิ่งเหล่านี้บ่งบอกได้ว่าภาษาที่พวกเขาใช้นั้นเป็นการแสดงถึงพลังของกลุ่ม แสดงถึงความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของบรรดาแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

## 3. ภาษาที่แสดงถึงตัวตน

อัตลักษณ์ทางภาษาประเด็นสุดท้ายคือภาษาที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ของคนตรีเฮฟวีเมทัล เป็นภาษาที่แสดงถึงสาระสำคัญของดนตรี การใช้ภาษาเหล่านี้จะพบในข้อความของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และข้อความในกระดานข่าวต่างๆตามเว็บไซต์ ดังภาพที่ 43

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

From: sky storm <fight\_tribe@yahoo.com>

To: art\_of\_terrorize@hotmail.com, augryboy@hotmail.com, funky\_donky@hotmail.com, nu\_nooo@hotmail.com, vilertsak@hotmail.com, heavymetal85@hotmail.com, adisakkammungkun@hotmail.com, awayfromfuckingthisday@hotmail.com, drt\_001@hotmail.com, e\_dome@hotmail.com, earth\_straightedge@hotmail.com, kuyhetood@hotmail.com, oneshotonekill01@hotmail.com, torments666@hotmail.com, bhm\_sound@hotmail.com, bigbadabu@hotmail.com, chawisr@hotmail.com, choncool2000@hotmail.com, darkangeltei@hotmail.com, deahtwar@hotmail.com, jinthai33@hotmail.com, knot\_crazy@hotmail.com, kongkoon@msn.com, namakemono\_2@hotmail.com, petchy66@hotmail.com, opal\_jung2@hotmail.com, pinkyslut@hotmail.com, ran\_thai@hotmail.com, rinzy666@hotmail.com, siampunk111@hotmail.com, staff\_dezember@hotmail.com, top\_casanova@hotmail.com, towards\_deadend@hotmail.com, unholy\_hatredz@hotmail.com, shaddy@thaimail.com, napalmdeath@chaiyo.com, pothead\_bye@mail-th.com, territory2006@hotmail.com

Subject: ดุตัน เกรี้ยวกราด กับงาน Mayhem live in bangkok

Sent: Saturday, March 20, 2006 12:12 AM

สำหรับพี่น้องที่พลาดงาน Mayhem Live in Bangkok เมื่ออาทิตย์ที่แล้วอย่าเสียใจไปนะครับ เราได้รวบรวมภาพความมันส์ระห่ำ ดุตัน เกรี้ยวกราด และพลังแห่งอำนาจ ที่เกิดขึ้นในงานมาให้พี่น้องชมกัน

ภาพที่ 43: การรายงานคอนเสิร์ตผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

ภาษาที่แสดงออกถึงสาระสำคัญของดนตรีเฮฟวีเมทัลที่มีการใช้อยู่บ่อยๆนั่นคือคำว่า ดุตัน เกรี้ยวกราด โหดร้าย อำนาจ ชุมพลัง พลังแห่งอำนาจ โลกมืด หนักแน่น หนักหน่วง คำเหล่านี้ล้วนสะท้อนสาระสำคัญของดนตรีเฮฟวีเมทัลออกมาเป็นภาษาแสดงถึงตัวตนของดนตรีเฮฟวีเมทัลและแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลออกมาได้เป็นอย่างดี

อัตลักษณ์ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่แสดงออกมา 3 มิติ ตามทฤษฎีอัตลักษณ์ของ Brake (อ้างใน วิชาวี วิโรจน์พันธุ์, 2539) ซึ่งอธิบายว่า ลักษณะโดยทั่วไปของวัฒนธรรมย่อยอีกแบบหนึ่งก็คือรูปแบบ (style) กล่าวคือ กลุ่มที่มีวัฒนธรรมย่อยที่โดดเด่นแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆก็คือกลุ่มที่มีการใช้รูปแบบในเชิงสัญลักษณ์รูปแบบหนึ่งๆ รูปแบบของวัฒนธรรมย่อยมีองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน ได้แก่ ลักษณะที่ปรากฏ การประพฤติปฏิบัติตัว และภาษาของกลุ่ม

อัตลักษณ์ที่แสดงออกผ่านทางลักษณะที่ปรากฏหมายถึงรูปลักษณ์ภายนอกที่แสดงออกในการรวมกลุ่มชมคอนเสิร์ต ทั้งการแต่งหน้า แต่งกายรวมไปถึงเครื่องประดับ อัตลักษณ์ในด้านการประพฤติปฏิบัติตัวนั้นคือพิธีกรรมหรือวัฒนธรรมในการชมคอนเสิร์ตซึ่งประกอบด้วยการแก้และการเซิร์ฟ และอัตลักษณ์ทางภาษาที่ใช้สื่อสารกันระหว่างกลุ่มแฟนเพลงเดียวกัน สิ่งเหล่านี้เป็นการบ่งบอกถึงวัฒนธรรมย่อยที่มีรูปแบบที่โดดเด่นแตกต่างจากกลุ่มแฟนเพลงอื่นๆ



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับเพลงเฮฟวีเมทัลของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

ดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากดนตรีแนวอื่นๆ ตรงที่จังหวะและทำนองที่รุนแรงอย่างเห็นได้ชัด ทำให้มีคำถามเกิดขึ้นกับหลายๆคนว่าแฟนเพลงชอบดนตรีแนวนี้เพราะอะไร เพราะความชื่นชอบนี้ไม่ได้เกิดขึ้นกับคนเพียงแค่ว่าไม่ก็สืบคน แต่เกิดขึ้นกับคนนับหมื่นและกลุ่มแฟนเพลงนี้ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีความเหนียวแน่นกับดนตรีแนวนี้เป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาปัจจัยที่ทำให้คนเหล่านี้ชื่นชอบดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลโดยใช้หลักทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Approach)

กาญจนา แก้วเทพ ได้อธิบายไว้ในหนังสือสื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางทางการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจไว้ว่า ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้รับสารนั้นมีความตั้งใจอยู่ คือตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เมื่อมีความตั้งใจแน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อจึงไม่ใช่กิจกรรมที่กระทำไปตามยถากรรมหรือไร้เป้าหมาย หากแต่จะเป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายที่แน่นอน (Goal-oriented activity)

Katz, Blumler และ Gurvitch (1974) ได้พูดถึงสภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันก่อให้เกิดมนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ทำให้แต่ละคนคาดคะเนสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจต่างกันออกไปด้วย การเลือกรับสื่อดนตรีเฮฟวีเมทัลนั้นถือเป็นความตั้งใจของผู้รับเช่นเดียวกัน ความตั้งใจที่จะหาสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ทำให้พวกเขาชื่นชอบดนตรีเฮฟวีเมทัลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ที่คัดเลือกมาจากความหลากหลายเพื่อให้ภาพสะท้อนเห็นถึงปัจจัยได้ทุกๆด้าน ภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับเพลงเฮฟวีเมทัลคือ

5.1 ปัจจัยทางจิตวิทยา

5.2 ปัจจัยทางสังคมวิทยา



## 5.1 ปัจจัยทางจิตวิทยา

### 1. ความชื่นชอบทางด้านดนตรี

#### การเล่นดนตรี

ตัวดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลนั้นถือว่าเป็นดนตรีที่เล่นยาก คนที่เล่นดนตรีประเภทนี้ได้ถือว่าเป็นต้องมีความสามารถและมีพลังอย่างมาก เนื่องจากเป็นดนตรีที่มีจังหวะเร็ว รุนแรง นอกจากจังหวะและทำนองแล้วนักร้องยังต้องมีเสียงที่มีพลังมากอีกด้วยเนื่องจากต้องมีการตะโกน และร้องตามจังหวะที่เร็วมากๆ ด้วยเหตุนี้เองทำให้คนฟังบางส่วนที่ชอบเล่นดนตรีเห็นว่าเป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถ และทำให้ชื่นชอบศิลปินที่เล่นเพลงแนวนี้ได้ ทำให้คนที่ชอบเล่นดนตรีหันมาชื่นชอบดนตรีแนวเฮฟวีเมทัล

“คนที่ชอบดนตรีเฮฟวีเมทัลนั้นส่วนใหญ่จะชอบเล่นดนตรีนะคะครับ แพนเพลงแต่ละคนถึงจะไม่มีอัลบั้มหรือผลงานที่เขาแต่งเอง ของตัวเองแต่ก็เล่นดนตรีเป็นและมีความพยายามในการเล่นดนตรีมากๆที่พวกเขาชอบเพลงเฮฟวีเมทัลก็เป็นส่วนพัฒนาฝีมือการเล่นดนตรีของพวกเขาไปด้วย คือเขาก็จะดูว่าเล่นยังไง ทำยังไงตามแบบไหนะ”

และยังได้กล่าวถึงความยากง่ายในการเล่นดนตรีเฮฟวีเมทัลว่า “การเล่น ผมว่าดนตรีเครื่องดนตรีทุกอย่างมันอาศัยใจรักนะคะครับอันดับแรกเลยนะ ถ้ารักก็เล่นได้ แต่เฮฟวีเมทัลเนี่ยต้องอาศัยใจรักด้วยสำคัญสุดแล้วก็ต้องแบบฝึกเยอะๆบ่อยๆ เพราะเวลาเล่นเองง่ายๆเลยนะเวลาเล่นกีตาร์หรือเบสเนี่ย เวลาจังหวะที่เร่งมันจะต้องเปลี่ยนตำแหน่งของนิ้วบ่อยและละเอียดเลย เปลี่ยนมือเป็นระวิงเลยนะ แค่นี้ก็ยากแล้วนะ ผมเองก็พลาดบ่อยเลย” (ปการ เกียรติภิญโญ, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2549)

“ส่วนใหญ่จังหวะกลองของเพลงแนวนี้เนี่ยมันจะเร็วมาก ต้องรัวเลยนะแทบทุกเพลง และคิดดูนะครับงานหนึ่งเล่น 7-8 เพลงนี้หมดแรงเลย คือต้องมีสมาธิมากกับการลงจังหวะ การกะความแรงความเบา การเลือกทอม การเลือกสแนร์ กระเดื่องสองจังหวะ อะไรก็ไม่รู้เยอะเลย คือเวลาเพลงเร็วเนี่ยเราต้องวางสมาธิหลายที่นะทั้งขาทั้งมือ ต้องออกแรงเยอะด้วย ทุกอย่างเลย”

(หวาน, สัมภาษณ์, 13 เมษายน 2549)

“ชอบเล่นกีตาร์มากครับ ตั้งแต่อายุประมาณ 13-14 ขวบเลยนะ พอเล่นดนตรีก็เริ่มสนใจพวกเพลงนู่นเพลงนี่แล้วเราก็เล่นตาม พอได้ฟังพวกกันแอนด์โรส เป็นเฮฟวีเมทัลนะ ฟังไปฟังมา ก็ชอบเลย ชอบเพราะสิ่งที่เขาเล่นได้ขนาดนี้ เปลี่ยนนิ้วยังงั้นเลย เวลาเจอแนวดนตรีที่ต้องใช้ความสามารถมากๆในการเล่น ก็ารู้สึกทึ่งกับดนตรีในแนวนั้นแหละครับ เราก็อยากเป็นแบบนี้ได้” (อิรภัทร์ นุชอวรณ์, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2549)

“ผมเล่นดนตรีครับ เพลงในแนวนี้เวลาเล่นดนตรีนั้นผมว่ามันต้องใช้ฝีมืออย่างมากนะ เพราะจังหวะเพลงจะเร็วและแรง หนัก เวลาคนที่ชอบเล่นดนตรีมาฟังก็จะประทับใจเป็นธรรมดา เพราะมันเล่นยากและอยากเล่นให้ได้ ฟังแล้วก็ฝึกตามได้ทักษะทางด้านดนตรีเยอะเลยครับ” (สุรศักดิ์ บุญญากาศ, สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2548)

“ชอบดนตรีแนวนี้มากๆนะ ทั้งจังหวะที่ เร็ว แรง สะใจดี และเป็นดนตรีที่ต้องใช้พลังในการเล่นอย่างมาก ชอบเพราะดนตรีแนวนี้สามารถที่จะแสดงศักยภาพของเครื่องดนตรีได้เต็มที่ และผมชอบดนตรีในแนวแรงๆ ดิบๆหน่อย ซึ่งเฮฟวีเมทัลก็มีทุกอย่างที่ผมต้องการ” (สุรไกร ฉายศิริ, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2548)

“ดนตรีแนวนี้จะหนักหูดี รู้สึกมันส์ในอารมณ์ เพราะผู้ชายจะชอบอะไรที่แบบสุดเหวี่ยง พอได้ฟังดนตรีในแนวเฮฟวีเมทัลแล้วรู้สึกว่ามันดี และชอบไปดูดนตรีเล่นสด เพราะยอมรับเลยว่านักดนตรีเล่นเก่งมากๆ มีฝีมือกันมากๆ นักดนตรีจะเป็นคนที่มีฝีมือในการเล่นดนตรีจริงๆ มีความเป็นศิลปินสูง ไม่ได้ใช้ที่หน้าตา หรือหวังผลประโยชน์ ทำให้ผมชอบดนตรีและศิลปินเฮฟวีเมทัล” (ชาญวิทย์ แซ่อึ้ง, สัมภาษณ์, 5 พฤศจิกายน 2548)

“ประโยชน์ที่ได้รับเนี่ยมันมหาศาลสำหรับผมเลยนะมันเป็นอะไรที่ทำให้ผมอยากจะทำต่อไป เก็บฝันผมเป็นคนเล่นดนตรีแนวนี้ผมก็อยากจะทำดนตรีให้มันเป็นแบบนี้บ้างอยากจะทำเพลงของตัวเองจริงๆ อยากจะให้คนมาร้องเพลงผมอยากให้มันมันส์สุดชีวิตนี้จะได้ ผมอยากจะทำให้เหมือนวงที่ผมฟัง มันเป็นแรงผลักดันแล้วมันก็มีประโยชน์ทางดนตรีอย่างแท้จริง คือว่ามันจะช่วยให้มีคอรัลใหม่ๆ ดนตรีใหม่ๆ จังหวะใหม่ๆ มันเป็นพัฒนาการทางดนตรีที่เราได้จากวงพวกนี้มากกว่าที่จะได้กับแนวตลาดเพราะตลาดออกอะไรก็เดิมๆซ้ำๆ มันไม่ค่อยมีพัฒนาการทางด้านดนตรีอันนั้นจะพัฒนาการทางด้านหน้าตามากกว่า แอบแซวแต่ แนวนี้เนี่ยดนตรีมันจะพัฒนาความหนักหูเล่นไปเรื่อยมันจะเน้นไปทางดนตรีมากกว่าครับ” (สุเมธ อุ่มสุข, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

จากการที่ดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลนั้นเป็นดนตรีที่เล่นยาก ต้องใช้ความสามารถและความอดทนอย่างสูงในการเล่น ทำให้เป็นเรื่องท้าทายสำหรับคนที่ชอบเล่นดนตรี อย่างไรก็ตามได้กล่าวมาแล้วว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่จะเล่นดนตรีเป็น ดังนั้นดนตรีเฮฟวีเมทัลจะเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถฝึกทักษะด้านดนตรีให้พวกเขาได้เป็นอย่างดี สิ่งเหล่านี้ทำให้พวกเขาชื่นชอบดนตรีเฮฟวีเมทัลและหันมาเป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในที่สุด

### เนื้อหาและทำนอง

นอกจากการเล่นดนตรีที่ต้องอาศัยทักษะแล้วเนื้อหาและทำนองก็เป็นส่วนประกอบที่โดดเด่นมากสำหรับดนตรีเฮฟวีเมทัล ด้วยลักษณะเด่นนี้เองทำให้ผู้ที่เคยฟังดนตรีในแนวอื่น ๆ หันมาชื่นชอบและกลายเป็นแฟนเพลงในดนตรีเฮฟวีเมทัลนี้ได้ ซึ่งดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลนี้ ส่วนใหญ่จะมีเนื้อหาที่สะท้อนสภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่แท้จริงของคนทั้งสภาพทางสังคม ทางการเมือง ในขณะที่เนื้อหาของดนตรีแนวอื่น ๆ จะเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับความรัก เป็นโลกแห่งความฝัน ทำให้แฟนเพลงหลายคนหันมาฟังเพลงในแนวเฮฟวีเมทัลเนื่องมาจากความชื่นชอบในด้านเนื้อหาของเพลงที่มีความหลากหลาย และแตกต่างจากดนตรีในแนวอื่นๆ ดังบทสัมภาษณ์ ต่อไปนี้

“ผมว่านะเอกลักษณ์ของเฮฟวีเมทัล หมายถึงเสน่ห์ของมันแหละเอกลักษณ์ก็ ดนตรี แล้วยังมีเนื้อหาด้วยนะ ภาพลักษณ์ที่มีอะไรมากกว่าเพลงตลาด ทั่วๆไป ที่พูดถึงแต่ความรักหวานแหวว ชี้น้อยใจ หึงหวง เพลงเฮฟวีเมทัลมีมุมมอง เรื่องของสังคม เรื่องของความเลวร้ายของมนุษย์ ที่อยู่ใกล้กับตัวเรามาก ๆ แต่คนส่วนใหญ่ไม่กล้า หรือไม่อยากที่จะพูดถึง แต่เพลงเฮฟวีเมทัลสามารถทำได้ รักก็มีไม่ใช่ไม่มีแต่มันจะไม่หวานซึ่งอะไรนะ มันจะเป็นแบบมุมมองอีกแบบหนึ่ง ผมว่ามันมีเสน่ห์ดี” (ทองทศ สุขวัฒน์, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2549)

“ความหนักแน่นในเสียงของดนตรีครับ โดยเฉพาะเสียงกลองเลย รู้สึกว่า มันแน่นมาก มันแรง สะใจดี มันจะแบบตุบๆตุบๆ รัวเลย และถ้าหันมาฟังในตัวเนื้อหาของเพลงนะ จะมีความหมายอะไรอีกเยอะ บางทีก็จะมีแนวคิดแปลกๆ พูดถึงเรื่องสงคราม เรื่องเด็ก เรื่องปรัชญา และเรื่องรอบๆ ตัวทั่วไป เหมือนมันตรงใจกว่าเพราะมันพูดถึงอะไรที่มันลึกกว่า ” (กิริติ นานาค, สัมภาษณ์, 14 ตุลาคม 2548)

“เพลงเฮฟวีเมทัลจะโดดเด่นทางด้านดนตรี เป็นสี่สี่ เป็นเอกลักษณ์ให้เพลงเฮฟวีเมทัล ดนตรีที่หนักหน่วงคือเสน่ห์ที่ทำให้แฟนเพลงชอบที่จะฟัง ซึ่งปัจจัยแรกเลยเนี่ย ที่ทำให้ฟังเพลงแนว

นี่คือในเรื่องของคนตรีนะ ไม่แพชั่นไม่อะไร และก็เนื้อหาของเพลง” (สมภพ จันทร์หอม, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2548)

“ชอบ คือเพลงเขาฟังแล้วจะแปลกดีคะหนูว่า ตรงกับชีวิตประจำวันมากกว่าเพลงตลาดที่มีแต่สิ่งเพื่อฝัน เรื่องรัก ๆ นะคะ เพลงในแนวนี้เนื้อหาของจะมีอะไรมากกว่าความรักที่เอามาทำเป็นเนื้อร้องและเราก็รู้สึกร่วมไปกับเพลงด้วย อย่างที่หนูชอบก็ System of a Down ค่ะ พุดเรื่องแบบการเมืองด้วย แล้วก็แบบ Outro Banana เพราะเพลงเขาเนื้อจะแบบวิธีการมองโลก ใช้ชีวิต” (ภูษณิศา เพ็ญจำรัส, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

จะเห็นได้ว่าแฟนเพลงชื่นชอบท่วงทำนองที่โดดเด่นเร้าใจ และสนุกสนานของคนตรีเฮฟวีเมทัล นั้นมีมากพอสมควร นอกจากจังหวะแล้วอีกส่วนหนึ่งก็มองลึกไปที่เนื้อหาที่ไม่ซ้ำซากจำเจ เนื้อหาของเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นได้พูดถึงในสิ่งต่างๆมากมายรอบตัวเรา ซึ่งแฟนเพลงคิดว่าเป็นสิ่งที่ใกล้ตัวและสร้างสรรค์ ทำให้มีทางเลือกมากกว่าเรื่องของความรัก ถือว่าเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง เนื้อหาดังกล่าวเช่น Bring your own bomb (B.Y.O.B.) ของ System of the Down ที่มีเนื้อหาต่อต้านสงคราม สังคมบัญชาการ ของ ดอนนี่บีน เขียนถึงความล้มเหลวของระบบการเมือง ขอให้สันติจงมีแด่โลก ของ Dezember เป็นเพลงที่ต่อต้านการทำสงคราม เป็นต้น

ตัวอย่างเพลงที่มีเนื้อหาต่อต้านสงคราม

เพลง Bring Your Own Bomb โดยศิลปิน System of the Down

*Why do they always send the poor*

*Barbarisms by Barbaras*

*With pointed heels.*

*Victorious, victorious, kneel.*

*For brand new spankin' deals.*

*Marching forward hypocritic*

*And hypnotic computers.*

*You depend on our protection,*

*Yet you feed us lies from the table cloth.*

*La la la la la la la la,*

*Everybody's going to the party have a real good time.*

*Dancing in the desert blowing up the sunshine.*

*Kneeling roses disappearing,*

*Into Moses' dry mouth,*

*Breaking into Fort Knox,*

*Stealing our intentions,*

*Hangars sitting dripped in oil,*

*Crying FREEDOM!*

*Handed to obsolescence,*

*Still you feed us lies from the table cloth.*

*La la la la la la la la la,*

*Everybody's going to the party have a real good time.*

*Dancing in the desert blowing up the sunshine.*

*Everybody's going to the party have a real good time.*

*Dancing in the desert blowing up the sunshine.*

*Blast off, its Party time,*

*And we don't live in a fascist nation,*

*Blast off , its party time,*

*And where the fuck are you?*

*..... Yeah*

*Where the fuck are you?*

*Where the fuck are you?*

*Why don't presidents fight the war?*

*Why do they always send the poor?*

*Why don't presidents fight the war?*

*Why do they always send the poor? [X4]*

*Kneeling roses disappearing,*



*Into Moses' dry mouth,  
Breaking into Fort Knox,  
Stealing our intentions,  
Hangars sitting dripped in oil,  
Crying FREEDOM!*

เพลงที่มีเนื้อหาในการมองโลก

เพลง ในความเป็นคน โดยศิลปิน Ebola

ในความเป็นจริงชีวิตคนทุกคน มีดีมีเลวปะปนกัน  
ในความเป็นคนมันล้วนไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับใครจะมองเห็น  
อย่าไปมอง ชีวิตของใครเพียงด้านเดียว  
อย่าปักใจ รีบไปตัดสินใครเพียงฝ่ายเดียว  
ไม่มีใครดีไปหมดทุกอย่าง ไม่มีใครเลวไปหมดทุกอย่าง  
อย่าเพิ่งเชื่อใจ อย่าเพิ่งมั่นใจ  
คนดีก็เคยทำผิดเหมือนกัน คนเลวต้องมีที่ดีสักวัน  
อย่าเพิ่งแน่ใจ อย่าเพิ่งปักใจ (ดีเลวอย่าเพิ่งไว้ใจ )  
เวลาที่มีจะพาชีวิตไป เจอใครต่อใครไม่อาจรู้  
ทำใจเป็นกลาง มองโลกที่เป็นอยู่ คุณคงดูให้ลึกซึ้ง  
อย่าไปมอง ชีวิตของใครเพียงด้านเดียว  
อย่าปักใจ รีบไปตัดสินใครเพียงฝ่ายเดียว  
อย่าไปวัด ด้วยการกระทำเพียงครั้งเดียว  
จงเปิดใจ ให้เรียนรู้ในความเป็นคน

เนื้อหาเพลงเฮฟวีเมทัลที่พูดถึงเรื่องต่างๆนั้นมีมากมาย ทั้งเรื่องของสังคม การมองโลก  
มองชีวิตในแบบต่างๆ เรื่องราวเกี่ยวกับการต่อต้านสงคราม หรือแม้กระทั่งเรื่องของการเมือง ดนตรี  
เฮฟวีเมทัลก็มีการแต่งเนื้อหาเหล่านี้อย่างกว้างขวาง ซึ่งเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนกลุ่มนี้หันมา  
ชื่นชมและฟังเพลงเฮฟวีเมทัล

## 2. การผ่อนคลาย และผลิตเพลิน

แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่ชื่นชอบดนตรีแนวนี้เพราะเป็นแนวดนตรีที่รุนแรง กระแทกกระทั้น และเสียงดังกึกโครม ซึ่งเป็นจุดเด่นของดนตรีแนวนี้ก็คิดว่า การได้ฟังดนตรีประเภทนี้ทำให้พวกเขา รู้สึกผ่อนคลาย จากการวิจัยพบว่าเมื่อกลับมามีบ้านจากการเรียนหรือการทำงาน มีแฟนเพลงหลายคนเลือกที่จะเปิดเพลงเฮฟวีเมทัลของวงที่ตัวเองชื่นชอบมาฟังเป็นอย่างแรก รวมถึงมีแฟนเพลงอีกหลายคนที่จะเลือกฟังเฮฟวีเมทัลก่อนเข้านอน ทั้งนี้ทั้งนั้นพวกเขาไม่ได้รับการกดดันหรือมีปัญหาใดๆ เพียงดนตรีมีหลายแนวหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นป๊อป อาร์แอนด์บี ร็อค แจ๊ซ บลูส์ ฮิปฮอป ซึ่งดนตรีแต่ละประเภทก็มีจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไป และจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไปอันนี้ก็ส่งผลให้ผู้คนในสังคมซึ่งแต่ละคนก็มีรสนิยมที่ไม่เหมือนกัน เลือกเสพย์ดนตรีที่คิดว่าตัวเองชอบเพื่อความผ่อนคลาย สำหรับผู้ที่ชอบดนตรีที่มีความนุ่มนวล ท่วงทำนองไพเราะ ผู้นั้นก็อาจจะเลือกเสพย์ดนตรีป๊อปหรืออาร์แอนด์บี เพื่อความรู้สึกผ่อนคลาย แฟนเพลงบางกลุ่มที่นิยมฟังดนตรีเฮฟวีเมทัลเพื่อสร้างความบันเทิงนั้น เป็นเพราะดนตรีแนวนี้สามารถช่วยให้เกิดการผ่อนคลายทั้งทางด้านอารมณ์ ความคิด ความเมื่อยล้าต่างๆ จากสภาพสังคมและการดำเนินชีวิตแค่ฟังเพลงเฮฟวีเมทัลแล้วรู้สึกผ่อนคลายมากกว่า

“ผมว่า ผมฟังแล้วมันก็เพลินๆดีครับ ใช้เวลากับมันมันมีความสุขครับ เพลินมากๆเลย ฟังได้ทั้งวัน นี่ผมก็ยังงงอยู่ว่าถ้าผมไม่ฟังเฮฟวีเมทัลนี้ผมจะทำอะไรวันๆนี้ นี่ก็ไม่ออกจริงๆครับพี่เต้ คือว่าผมไม่ได้อะไรนะ แต่คือฟังแล้วมันสบายดี มันแบบชิวิวิ หรือผมเป็นคนแบบนี้ด้วยมังครับ ชอบอะไรหนักๆ” (ฉัตรภา จวีวัฒน์, สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2548)

“มันบังคับไม่ได้หรอกว่าคุณทำแบบนี้แล้วสบายทำแบบนี้แล้วสบาย คนมันคนละคนกัน วิธีมันก็ต่างกัน จะให้ผมไปนอนอบตัวนอนดึกก็ไม่ไหว ผมจ๊กจ๊ก คือผมกำลังจะบอกว่าผมฟังเพลงแล้วมันสบายแหละครับ ขึ้นอยู่กับอารมณ์ว่าสบายแบบไหน ถ้าแบบผ่อนคลายก็ต้องเป็นเฮฟวีเมทัลที่จังหวะหวีดๆ หลอนๆนิดๆครับ” (อำนาจ โงสว่าง, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2549)

จากการวิจัยยังได้พบปัจจัยข้อหนึ่งที่กลุ่มแฟนเพลงเลือกฟังดนตรีเฮฟวีเมทัล นั่นก็คือฟังเพื่อฆ่าเวลา เพื่อความเพลิดเพลิน โดยการวิจัยพบว่ากลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลบางส่วน จะหยิบเอางานเฮฟวีเมทัลที่ตัวเองชื่นชอบมาฟังระหว่างเวลาต่างๆ เช่นระหว่างการเดินทางไปไหน หากเป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่มีรถยนต์ส่วนตัว พวกเขาก็จะเลือกเปิดเพลงเฮฟวีเมทัลฟังในรถเพื่อฟังฆ่าเวลาระหว่างรถติด หรือถ้าไม่มีรถยนต์ส่วนตัวแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนหนึ่งที่มีเครื่องเล่นเทปหรือ

เครื่องเล่นซีดีแบบพกพา ก็จะเปิดงานเฮฟวีเมทัลมาฟังเช่นกัน ไม่เพียงเท่านั้นในการวิจัยยังพบว่า มีกลุ่มแฟนเพลงอีกส่วนหนึ่งที่จะเลือกกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลระหว่างรอทำอย่างอื่น เช่น แฟนเพลงบางส่วนที่ไปดูภาพยนตร์ในโรงหนังและมีเวลาเหลือระหว่างที่จะเข้าชม พวกเขา ก็จะไปเลือกซื้อเลือกฟังงานเฮฟวีเมทัลตามร้านขายซีดีที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกับโรงหนัง เพื่อเป็นการฆ่าเวลาให้หมดไป เป็นต้น

“ว่างๆไม่มีอะไรทำก็ฟังเพลงนี้แหละ เพราะมันใช้เวลาได้ยาวดี ก็เล่นเกมส์ด้วยแต่ที่เปิดฟังก็เพลงเมทัลนะ เปิดตลอดเลย เวลาไม่เล่นเกมส์ก็เปิด เล่นก็เปิด” (ยุทธพล เลิศอารีชาติ, สัมภาษณ์, 5 พฤศจิกายน 2548)

“ผมไปไหนก็เอาไอพอดไปด้วยนะ ตลอดเลย คือมันต้องมีเพลงฟังนะไม่งั้นมันเบื่อเหมือนลิ้มแปรงฟันนี่ออกใหม่ มันจะยังงั้นไม่รู้ คือรอดูหนังก็ฟัง รอเพื่อนก็ฟัง ฟังเพลงแบบนี้แหละเพลินๆ” (นพพล แย้มน้อย, สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2548)

### 3. ปลดปล่อยอารมณ์

กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะใช้ดนตรีประเภทนี้เป็นโลกส่วนตัวเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาต่างๆ ของตัวเองจากโลกแห่งความเป็นจริงไม่ว่าจะเป็นเรื่องครอบครัว การเรียน และเรื่องส่วนตัวอื่นๆ เพราะฉะนั้นกลุ่มแฟนเพลงกลุ่มนี้ก็จะใช้ดนตรีเฮฟวีเมทัลที่มีท่วงทำนองอันเกรี้ยวกราด รุนแรง และกระแทกกระทั้น เพื่อปลดปล่อยอารมณ์ของตัวเองที่รู้สึกอัดอั้นจากปัญหาต่างๆ เหล่านั้นที่ว่า ซึ่งจากการวิจัยพบว่ากลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะมีการโยกตัวและสับตบหัวเวลาที่ฟังเพลง ซึ่งเป็นการปลดปล่อยอารมณ์อย่างหนึ่ง และยิ่งถ้าอยู่ในงานคอนเสิร์ต เราจะได้เห็นกลุ่มแฟนเพลงแนวนี้ปลดปล่อยอารมณ์ออกมาอย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นการกระโดดตามจังหวะเพลง การสับตบหัว การกระโดดกระแทกใส่กันเป็นกลุ่ม (แท็ค) การกระโดดลงมาจากเวทีเพื่อให้คนดูด้านล่างช่วยรับ (เซิร์ฟ)

“เพราะว่าฟังแล้วรู้สึกเหมือนได้ปลดปล่อยอารมณ์โกรธ แล้วก็หงุดหงิดได้ดีครับ โกรธก็ฟัง หงุดหงิดก็ฟัง หลังๆอารมณ์โกรธไม่ค่อยมีแล้วครับคือคิดข้ามขีดไปเลย แบบว่ากำลังจะโกรธนี่เปลี่ยนเป็นนี่ถึงซีดีแทนว่าจะหยิบอะไรมาฟังดี” (ธนนท์ ท่วมเสน, สัมภาษณ์, 19 ตุลาคม 2548)

“เพราะมันทำให้เราได้ปลดปล่อยอารมณ์ไปตามเพลงนะคะ หรือระบายความรู้สึกที่เป็นนามธรรมออกมาได้บ้าง ซึ่งก็บอกไม่ได้ว่าระบายออกอย่างไร แต่เมื่อฟังเพลงแล้วมันช่วยทำให้รู้สึกปลดปล่อยมากขึ้นเยอะเลย คือเพลงจะแบบ ดึงอารมณ์ได้” (ดารัตน์ พานิช, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2548)

“บางคนความรุนแรงในคนนั้นๆน้อยลงด้วยซ้ำเพราะได้ระบายออกกับเพลงหมดคนส่วนใหญ่จะได้ระบายออกกับเพลงหลังจากนั้นก็ดำเนินชีวิตปกติเหมือนคนทั่วไป อย่างวงที่ตูนชอบก็ aborted เนื้อหาเพลงก็เกี่ยวกับฆ่า ฆ่าแหละแต่เคยอ่านสัมภาษณ์ปรากฏว่าวงเค้าไม่ได้ทำอย่างนั้นซะหน่อยเพลงก็คือเพลงครับ ฟังแล้วก็ไม่ได้ไป ฆ่าแหละใคร หรือ ฆ่าใครซะหน่อย ไม่คิดด้วยซ้ำไป มันแค่ได้ปลดปล่อยอะไรออกมาเท่านั้นเองครับ มันเหมือนกับเราเอาอะไรเล็กๆที่มันเป็นสิ่งที่ต้องห้ามออกมา” (ตูน, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2548)

“เครียดมันเครียดเบื่อกันนี่เป็นอันดับแรกเลยมันที่คนเขาฟังเพลงแนวนี้ ผมก็เป็นคนหนึ่งเลยนะที่เบื่อกะไรที่ต้องตรงเสมอไป อยากหาอะไรที่แยกออกมาหาทางของตัวเอง ไม่อยากจะเดินตามใคร ผมเป็นคนชอบอะไรที่แปลกแยกอยู่ แล้วตอนแรกฟังอินดี้ก็นอกคอกพออยู่แล้ว แต่พอมาฟังเฮฟวีเมทัลนี่ไปใหญ่เลยครับ บั๊จจัยที่ผมฟังเพลงแบบนี้ซะเหวอ คงเป็นอะไรที่แตกต่างแล้วก็เป็นยาระบายความเครียดได้ดีครับ ยิ่งเวลาแบบแท็ค เซิร์ฟ อะไรเนี่ยก็ช่วยนะครับมากๆเลย” (อาร์ต, สัมภาษณ์, 19 ตุลาคม 2548)

เนื่องจากสภาวะต่างๆทำให้กลุ่มคนจำพวกนี้พยายามหาพื้นที่สำหรับการปลดปล่อยความกดดันเหล่านั้นออกมา เพื่อให้ตัวเองหลีกเลี่ยงออกมาจากสภาพความเป็นจริงเหล่านั้นชั่วคราว และปรากฏว่ามีแฟนเพลงกลุ่มหนึ่งตัดสินใจฟังเพลงเฮฟวีเมทัลก็เพราะเห็นว่าดนตรีเฮฟวีเมทัลเป็นแนวดนตรีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างจากแนวดนตรีอื่นๆ ทั้งในเรื่องของดนตรีที่รุนแรง กระแทกกระทั้น เนื้อหาของเพลงที่ส่วนใหญ่จะมีเนื้อหาที่แตกต่างออกไปไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการต่อต้านการเมือง ความคิดที่เป็นขบถต่อสังคมส่วนใหญ่ รวมไปถึงเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนาที่ค่อนข้างล่อแหลม ซึ่งในส่วนตรงนี้ทำให้ผู้ฟังที่ต้องการปลดปล่อย หรือต้องระบายออกถึงความอัดอั้นใจ ตัดสินใจเลือกเสพย์ดนตรีเฮฟวีเมทัล นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการแสดงออกอื่นๆ ระหว่างการดูคอนเสิร์ต ไม่ว่าจะเป็นการแต่งหน้าแต่งตา การสวมหน้ากาก รวมไปถึงการเซิร์ฟแท็ค ระหว่างการชมคอนเสิร์ตซึ่งภาพที่ออกมาดูแล้วค่อนข้างรุนแรง ทั้งหมดก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลรู้สึกได้ว่าตัวเองได้ปลดปล่อย ซึ่งถึงแม้ว่าการปลดปล่อยอารมณ์ความรู้สึกเหล่านั้นออกมา จะเป็นเพียงการทำให้ลืมหรือเลิกคิดถึงเรื่องกังวลที่อยู่ในจิตใจได้

เพียงชั่วคราว แต่ดนตรีเฮฟวีเมทัลก็สามารถทำให้พวกเขาหลุดพ้นออกมาจากโลกแห่งความเป็นจริงที่พวกเขาไม่ยอมรับรู้ได้ชั่วขณะหนึ่ง

#### 4. เพื่อปกป้องความเป็นตัวของตัวเอง

นอกจากนั้นแล้ว Blumler, McQuail และ Brown ยังได้พูดถึงปัจจัยเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) ไว้ว่า เป็นการใช้สื่อเพื่อต่อยอดหรืออ้างอิงกับกลุ่มเพื่อนเพื่อเสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวตรงกับกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นอย่างยิ่ง เพราะหากเทียบกับกลุ่มแฟนเพลงแนวอื่นๆ แล้ว กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นกลุ่มแฟนเพลงที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากกว่ากลุ่มแฟนเพลงแนวอื่นๆ เพราะฉะนั้นพฤติกรรมต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล จึงเอื้ออย่างยิ่งต่อคนฟังหน้าใหม่ที่กำลังมองหาแนวดนตรีที่จะทำให้เรารู้สึกว่าเป็นตัวของตัวเอง และแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ และทำให้บุคคลคนนั้นตัดสินใจเลือกที่จะเสพย์ดนตรีเฮฟวีเมทัลเพราะคิดว่าดนตรีประเภทนี้สามารถปกป้องถึงตัวตนของเราได้มากที่สุด

"ที่ผมชอบฟังดนตรีเฮฟวีเมทัลก็เพราะผมคิดว่ามันเป็นดนตรีที่เข้ากับผมมากที่สุด ส่วนตัวแล้วตั้งแต่เด็กๆ ผมเป็นคนชอบอะไรสีดำ เสื้อผ้า กระเป๋าผมก็มักจะซื้อสีดำ ที่ถ้าสังเกตให้ดีจะเห็นว่าปกอัลบั้มของงานเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่จะเป็นสีดำ เสื้อยืดของวงต่างๆ ที่ออกวางขาย เสื้อยืดตัวรของวงต่างๆ ส่วนใหญ่ก็เป็นสีดำ พอแฟนเฮฟวีเมทัลไปดูคอนเสิร์ตเราก็เห็นคนใส่แต่เสื้อสีดำไปดูคอนเสิร์ตกันทั้งนั้น ผมก็เลยชอบฟังงานแนวนี้เพราะคิดว่ามันเป็นตัวของตัวเองมากที่สุด" (กำชัย พวงมหา, สัมภาษณ์, 8 ตุลาคม 2548)

### 5.2 ปัจจัยทางสังคมวิทยา

#### 1. เพื่อหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ

สาเหตุสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้รับสารมีความต้องการที่จะได้รับฟัง ได้ยิน หรือยินยอมที่จะรับสารเหล่านั้น เป็นเพราะเพื่อต้องการที่จะหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ ที่ตนเองกำลังเผชิญอยู่ เช่น ปัญหาทางความรัก ปัญหาทางการเรียน ปัญหาทางครอบครัว ปัญหาทางสังคม หรือ ปัญหาทางการเมือง ซึ่งเป็นปัญหาที่สร้างความซับซ้อน หมองใจ ความเศร้าหมองให้กับผู้รับสาร ซึ่งหากมีสิ่งที่ทำให้บุคคลผู้นั้นสามารถหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ ไปได้ในชั่วเวลาใดเวลาหนึ่งก็ตาม ย่อมจะสามารถช่วยให้บุคคลผู้นั้นมีความยินดีที่จะเปิดรับสื่อเหล่านั้น



เช่นเดียวกันกับกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในบางส่วนของพื้นที่หันมาฟังดนตรีแนวนี้ โดยมีสาเหตุมาจากความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ ที่ตนเองกำลังเผชิญอยู่

ด้วยเหตุที่ดนตรีเฮฟวีเมทัลเป็นแนวดนตรีที่มีจังหวะที่รุนแรง กระแทกกระทั้น และเสียงดัง คึกโครม ทั้งในส่วนของกีตาร์ เบส กลอง และเสียงร้องที่นักร้องจะร้องแบบตะคอก ตะเบงแบบสุดเสียง จึงทำให้กลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลบางส่วนใช้ดนตรีประเภทนี้เป็นโลกส่วนตัวในการปลดปล่อยและหลีกเลี่ยงปัญหาต่างๆ ของตัวเองไม่ว่าจะเป็นเรื่องครอบครัว การเรียน และเรื่องส่วนตัวอื่นๆ จากการศึกษาแฟนเพลงหลายๆ คนพบว่า เมื่อประสบกับปัญหาหรือเรื่องกลุ่มใจบางอย่างหลายๆ ครั้งพวกเขาจะเปิดเพลงเฮฟวีเมทัลมาฟังเพื่อให้ดนตรีที่มีจังหวะรุกเร้าและกระแทกกระทั้นอันนั้นมาลบสิ่งที่พวกเขากำลังกลุ่มใจอยู่ ถึงแม้จะลบปัญหาที่มีอยู่ไม่ได้แบบถาวรแต่อย่างน้อยๆ ดนตรีแนวนี้ก็ทำให้พวกเขาลืมเรื่องเลวร้ายที่ตัวเองต้องเจอได้ชั่วขณะหนึ่ง

“ตอนเริ่มหอรอ เพราะตอนแรกนั้นมาจากตอนนั้นเรากำลังอกหักอยู่ แบบเครียดมากๆ เลย พอได้ฟังเพลงของกันแอนด์โรส เศร้ามากๆ ต่ออีกเพลงมันๆ เลย เราเลยแบบโห รู้สึกดีมากๆ ตอนนั้นก็นั่งไปกับเพลง เศร้าไปกับเพลงเลย และเพลงก็ทำให้เราผ่านช่วงเวลาความเครียดตรงนั้นมาได้ เศร้าหน่อยแต่ก็ดี ไม่สับสนว่าต้องทำอะไร เปิดเพลงฟังอย่างเดียวเลย และตอนนี้เราไม่ได้อกหักแล้วก็ยังชอบฟังเพลงแนวนี้อยู่ เพราะมันทำให้หายเครียดได้ ไม่ใช่เฉพาะตอนอกหัก หมายถึงวันธรรมดาที่เราเหนื่อย ๆ มาจากการทำงาน พอเราได้ฟังเพลง ก็ช่วยให้หายเครียดได้เลย” (สุนทรียสกุลงาม, สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2548)

“ความรักเป็นสิ่งสวยงามครับถึงแม้จะไม่เกิดกับเราเอง คือเวลาส่วนใหญ่ที่คนอื่นให้แฟนกัน ผมเอามานั่งฟังเพลงครับ ผมไม่คิดเรื่องนี้มากมายหรอกครับมันจะมากี่มาเอง ช่วงหนึ่งผมก็อยากมีแฟนแบบคนทั่วไปนะครับ แต่จริงๆ ก็คิดได้ว่ามันไม่ใช่สิ่งที่บังคับกันได้ เบื่อก็ก็นั่งฟังเพลงดีกว่าครับ สบายใจ” (รัฐพล วงษ์เมธา, สัมภาษณ์, 8 ตุลาคม 2548) รัฐพล เป็นอีกหนึ่งคนที่มีปัญหาเรื่องความรักมาโดยตลอด รัฐพลไม่เคยมีคนรักเลย เวลารัฐพลสนใจใครก็มักได้รับการปฏิเสธเสมอ รัฐพลกล่าวไว้ว่าเขาได้เลือกที่จะฟังเพลงเฮฟวีเมทัลเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาเหล่านี้ เพราะเวลาฟังเพลงเฮฟวีเมทัลแล้วจะทำให้ได้แง่คิดเรื่องความรักที่ไม่ต้องหวังผลตอบแทน ทำให้มองความรักในแง่ที่ดีได้

“หนูเรียนทุกวันเลยพี่ วันธรรมดาก็ต้องไปเรียนพิเศษต่ออีก เสาร์อาทิตย์ก็ต้องเรียน เพื่อเรื่องเรียนมากเลยคะ แต่ทำไม่ได้ วิทยุนี้มันก็ต้องเรียนใหม่ละคะ มีช่วงนึงหนูเซ็งมากๆ ไม่มีเวลาเป็นของตัวเองเลย เรียนแทบตายได้เกรด 3 เอง ปัญหาหนูก็เรื่องนี้แหละคะ เรื่องเรียน ก็เพราะอายุ

นี้ด้วยมังคะ” (นลิน แก้วนิมิต, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2548) นลิน เป็นแฟนเพลงคนหนึ่งที่ใช้สื่อดนตรีเฮฟวีเมทัลในการหลบหนีปัญหา ปัญหาของนลินเป็นปัญหาของเรื่องการเรียน นลินเป็นคนที่มีบุคลิกทางการศึกษามาก เป็นคนเรียนเก่ง แต่การที่เธอทุ่มเทกับการเรียนทุกวัน แม้กระทั่งวันเสาร์อาทิตย์ที่จะต้องไปเรียนพิเศษนี้ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เธอต้องการหลบหนีจากปัญหาดังกล่าว

## 2. เพื่อการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

นอกเหนือจากจะเสพยาเสพติดเฮฟวีเมทัลเพื่อความบันเทิงแล้ว จากการวิจัยยังพบอีกด้วยว่ากลุ่มแฟนเพลงฟังดนตรีเฮฟวีเมทัลเพื่อการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมด้วย ซึ่งจากการวิจัยพบว่ากลุ่มแฟนเพลงจำนวนไม่น้อยที่เริ่มต้นฟังเพลงเฮฟวีเมทัลเพราะเห็นเพื่อนๆ ในกลุ่มฟังกัน ดังนั้นแฟนเพลงจำพวกนี้จึงจำเป็นต้องเริ่มต้นฟังเพลงจากคำแนะนำของเพื่อนที่ฟังมาก่อนว่า ควรจะฟังเพลงแบบนี้ ควรจะฟังของวงดนตรีวงนี้ และเพื่อจะได้ถูกยอมรับในกลุ่ม แฟนเพลงจำพวกนี้จึงต้องฟังงานของวงเหล่านั้นที่เพื่อนๆ แนะนำมา หลังจากนั้นเมื่อเริ่มรู้จักดนตรีเฮฟวีเมทัลมากยิ่งขึ้นแล้ว แฟนเพลงกลุ่มนี้ก็จะเริ่มฟังแบบลองผิดลองถูกด้วยตัวเอง กล่าวคือเริ่มไปหางานของวงดนตรีต่างๆ มาฟังด้วยตัวเองมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ส่วนหนึ่งเพื่อจะเอาวงดนตรีต่างๆ ที่ตัวเองรู้จักไปพูดคุยกันระหว่างเพื่อนในกลุ่มที่ฟังเพลงเฮฟวีเมทัลเหมือนกัน ทำให้กลุ่มแฟนเพลงกลุ่มนั้นเกิดการพูดคุยกันเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของดนตรีเฮฟวีเมทัล

เมื่อเกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันในกลุ่มของตัวเองแล้ว พวกเขา ก็จะพยายามนำข้อมูลข่าวสารของกลุ่มไปเผยแพร่และแลกเปลี่ยนกับกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลกลุ่มอื่นๆ ที่มีรสนิยมใกล้เคียงกัน และเมื่อเกิดการรวมตัวของแฟนเพลงกลุ่มต่างๆ หลายกลุ่มเข้าจนมีจำนวนคนที่มากพอสมควร กลุ่มแฟนเพลงดังกล่าวก็จะเปลี่ยนสถานภาพของตัวเองไปในรูปแบบต่างๆ เช่นกลายเป็นกลุ่มแฟนคลับของวงดนตรีวงนั้นวงนี้เช่น กลุ่มแฟนคลับของ Ebola หรือกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลวงหนึ่งที่รวมตัวกันก่อตั้งเว็บไซต์ [metalthai.com](http://metalthai.com) ขึ้นมา เป็นต้น ทั้งนี้ก็เพื่อวัตถุประสงค์ส่วนหนึ่งในการที่จะทำให้การรวมตัวของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นกลุ่มเป็นก้อนมากขึ้น และทำให้แฟนเพลงกลุ่มอื่นๆ ที่กระจัดกระจายอยู่ในสังคมได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อเป็นเรื่องง่ายต่อการรวมกลุ่มมากยิ่งขึ้นอีกด้วย และเมื่อกลุ่มแฟนเพลงมีการรวมตัวที่เหนียวแน่นแล้ว ก็เป็นเรื่องง่ายสำหรับการจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในกลุ่ม เช่นแฟนเพลงบางกลุ่มก็มีการจัดงานคอนเสิร์ตกันเองเช่นงาน Full Metal Romance หรือกลุ่มแฟนคลับของ Ebola ซึ่งมีการรวมตัวกันเพื่อไปดูคอนเสิร์ตและร่วมกิจกรรมที่วงจัดขึ้นทุกครั้งเป็นต้น

แฟนเพลงบางส่วนชื่นชอบดนตรีในแนวเฮฟวีเมทัล และมีการศึกษาข้อมูลต่างๆ เพิ่มเติมเกี่ยวกับดนตรีในแนวนี้ เป็นเพราะต้องการที่จะนำไปใช้ในการสนทนากับเพื่อนๆ และมีความต้องการที่จะเข้าร่วม หรือเป็นสมาชิกในกลุ่มเพื่อน ซึ่งเมื่อเกิดการรวมกลุ่มกันขึ้น ก็จะเกิดการสนทนา มีการพูดคุยกันเกี่ยวกับดนตรีในแนวนี้ และเกิดเป็นสังคมน้อยๆ ในกลุ่มขึ้น ดังนั้น ผู้ที่อยู่ในกลุ่ม หรือเข้ามาเป็นสมาชิกใหม่ในกลุ่ม จึงต้องทำการปรับตัวเข้าหาและเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มได้ในเวลารวดเร็วจึงจะทำให้บุคคลผู้นั้นไม่รู้สึกลำบากใจ ซึ่งกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลโดยส่วนใหญ่จะมีความสนิทสนม มีการเข้ากันได้ง่าย และรวดเร็ว เนื่องจากมีความชื่นชอบในดนตรีเนื้อหาของเพลงในแนวเดียวกัน ทำให้เกิดการรวมตัวและมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันทางสังคมได้ง่าย โดยเมื่อแฟนเพลงมีการสนทนากันในกลุ่ม ก็มักจะเป็นการสนทนาเกี่ยวกับเนื้อหาของเพลง แนวเพลงของศิลปินหรือข่าวสารใหม่ๆ เกี่ยวกับดนตรีแนวนี้ ทำให้รับทราบข้อมูลใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา และเกิดการสื่อสารถึงกันได้อย่างรวดเร็ว

นอกจากการนำไปใช้ในการสนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแล้ว การรวมตัวกันของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลยังช่วยสร้างสานความสัมพันธ์ต่อไปได้อีก ไม่ว่าจะเป็นทางครอบครัว ทางเพื่อน หรือทางสังคม กล่าวคือ เมื่อแฟนเพลงมีความชื่นชอบดนตรีในแนวนี้เพื่อต้องการที่จะมีการรวมกลุ่มกันก็จะทำให้โอกาสในการได้รู้จักเพื่อนใหม่ๆ สังคมใหม่ๆ ที่มีความชื่นชอบ มีแนวคิดคล้ายกัน ทำให้เกิดความสนิทสนมกันมากขึ้น และหลังจากที่ได้มีการพบกันตามงานคอนเสิร์ตต่างๆ บางคนก็จะมีมีความคุ้นหน้าคุ้นตากันมากขึ้น แม้จะไม่เคยพูดคุยกันก็ตาม แต่เมื่อพบกันที่อื่นก็จะจำกันได้ บ้างก็จะมีการทักทายกันบ้าง บางครั้งก็จะยิ้มให้กัน และเมื่อมีโอกาสพบกันบ่อยขึ้นหรือได้พูดคุยกันผ่านทางสื่ออื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นทางอินเทอร์เน็ต หรือทางโทรศัพท์ ก็ยิ่งช่วยสานสัมพันธ์ให้ความความสนิทสนมกันมากขึ้น จากเดิมที่สนทนากันเกี่ยวกับเรื่องดนตรีเป็นหลัก บ้างก็จะเริ่มมีการสนทนาพูดคุยกันในเรื่องอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวกับดนตรี จะมีการพูดคุยปรึกษาหารือ มีการนัดรวมกลุ่มกันเพื่อการนัดหมายไปทำกิจกรรมอื่นๆ ร่วมกันในช่วงวันหยุด หรือตามเทศกาลต่างๆ บ้างก็มีความสนิทสนมกันถึงขั้นเป็นแฟนกัน และแต่งงานกันก็มี บางคนก็ชื่นชอบดนตรีในแนวนี้โดยเริ่มฟังมาจากการไปงานคอนเสิร์ตตามเพื่อน หรือตามแฟน เมื่อได้ฟังบ่อยขึ้นเรื่อยๆ ก็ทำให้มีความชื่นชอบและกลายเป็นแฟนเพลงดนตรีเฮฟวีเมทัลได้ เป็นต้น

“ช่วงแรกก็ฟังเฉยๆ ไม่ได้ชอบอะไร แต่พอได้ไปตามงานต่างๆตามเพื่อนไป เห็นแบบเพื่อนๆ คุณกันสนิทกัน มันก็รู้สึกดีครับ เราเองจากเขินๆไม่คุยกับใครก็กล้าคุยมากขึ้น ไม่ต้องเกร็งเวลาอยู่กับเพื่อนจะรู้สึกดีมาก เลยทำให้ผมสนใจมากขึ้นครับ เพื่อนในกลุ่มแนะนำ เราก็ลองดูว่าไปชอบก็โอเคเข้ากันได้ดี” (ชวิศ ราชกุล, สัมภาษณ์, 8 ตุลาคม 2548)

“ผมชอบไปตามงานครับ ไปเจอเพื่อนๆ มีสังคมของตัวเองมันรู้สึกดีครับ สบายใจ ไม่ต้องมาเกรงว่าใครคิดกับเรายังไง มีงานที่ไหนผมไม่เคยพลาด ไปตลอดเลย คือไม่ไปไม่ได้เลย เดี่ยวแตกแยก เลยไปทุกงาน จะได้เอามีเรื่องคุยเรื่องพูดกัน” (อาร์ต, สัมภาษณ์, 19 ตุลาคม 2548)

จากปัจจัยต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นจะพบว่าปัจจัยอยู่สองประการคือปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในจะเกี่ยวข้องกับทางด้านจิตวิทยาของตัวบุคคลนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นอุปนิสัย สภาวะจิตใจ ทัศนคติ บุคลิกภาพ ความสามารถ ความถนัด ความสนใจ ทัศนคติ ของบุคคลนั้นๆ

แฟนเพลงบางคนชื่นชอบเพลงเฮฟวีเมทัลเพราะปัจจัยภายใน เช่น ความสนใจ และ ทัศนคติในตัวตนที่มีจังหวะที่หนักหน่วง การชอบความสนุกสนาน การชอบการเต้นแบบรวดเร็ว การไม่ชอบอะไรที่นิ่มนวล ชอบความดุเดือดและแรงของจังหวะดนตรีดังนั้นดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลคือคำตอบสำหรับพวกเขา นอกจากความสนใจแล้วคนบางกลุ่มยังมีความถนัดทางด้านการเล่นดนตรี ดนตรีดังนั้นดนตรีที่เล่นยาก ต้องใช้เทคนิคเยอะอย่างดนตรีเฮฟวีเมทัล จึงเป็นสิ่งที่ท้าทายและเป็นความใฝ่ฝันของคนกลุ่มนี้ สิ่งเหล่านี้ทำให้พวกเขาหันมาชื่นชอบและเป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล ปัจจัยทางเรื่องสภาวะจิตใจเป็นอีกประการหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้คนหันมาฟังเพลงแนวนี้ บางคนเป็นคนที่เกิดบกพร่อง บางคนต้องการการระบายความเครียดอยู่เสมอ

แฟนเพลงอีกกลุ่มหนึ่งก็หันมาชื่นชอบดนตรีเฮฟวีเมทัลด้วยปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายนอกนั้นหมายถึงปัญหาต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเรา ทั้งปัญหาทางด้านสังคม การเรียน ความรัก การเมือง ชีวิตประจำวันทั่วไป สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่สร้างความกดดันให้กับคนเหล่านี้ทั้งสิ้น ทำให้พวกเขาต้องแสวงหาทางออก และทางออกหนึ่งที่สามารถช่วยบรรเทาปัญหาจากภายนอกต่างๆนี้ได้คือการฟังเพลงเฮฟวีเมทัลนั่นเอง สิ่งนี้เชื่อมโยงกับปัจจัยภายใน กล่าวคือ คนได้รับแรงกดดันจากภายนอกแล้ว สภาวะจิตใจกลับเป็นคนเกิดบกพร่องด้วย คนเหล่านี้จึงต้องการการระบายออกแรงกดดันจากภายนอกเข้ามาจึงทำให้พวกเขาต้องการผ่อนคลาย แก้เครียดจากสภาวะต่างๆ

นอกจากปัญหาต่างๆจะเป็นปัจจัยที่ทำให้พวกเขาหันมาเสพย์สื่อดนตรีเฮฟวีเมทัลแล้ว ปัจจัยภายนอกอีกประการหนึ่งที่สำคัญก็คือ การต้องการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ส่วนใหญ่แล้วแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นจะเริ่มชื่นชอบดนตรีเฮฟวีเมทัลมาตั้งแต่สมัยวัยเรียน ซึ่งวัยนั้นเองเป็นช่วงที่คนต้องการสังคม ต้องการเพื่อน ความคิด ความชอบ บางอย่างนั้นเป็นไปเพราะแรงชักจูงของเพื่อนกลุ่มเดียวกัน การที่เรามีสังคมนั้นบางครั้งเราจำเป็นต้องทำตัวให้เข้ากันได้กับสมาชิกในกลุ่ม

จะเห็นได้ว่าแฟนเพลงหลายๆคนนั้นหันมาชอบดนตรีเฮฟวีเมทัล เพราะต้องการที่จะเป็นกลุ่ม  
เดียวกันกับเพื่อนฝูง ต้องการมีเรื่องไปพูดคุย ต้องการเข้าสังคมนั่นเอง



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## บทที่ 6 บทสรุปและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเป็นการศึกษาผู้รับสารในแนววัฒนธรรมศึกษา ใช้ระเบียบวิธีวิจัยโดยอาศัยวิธีการแบบชาติพันธุ์วิทยาของนักมานุษยวิทยา แต่นำมาประยุกต์โดยการลดระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา กล่าวคือ นักมานุษยวิทยาจะใช้เวลานานหลายปีในการศึกษากลุ่มคน แต่ผู้วิจัยได้ใช้เวลา 10 เดือน ในการศึกษากลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย อาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่มีความหลากหลายเพื่อศึกษาถึงชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

บทบาทของผู้วิจัยในการทำวิจัยเรื่อง “ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย” นั้นผู้วิจัยได้เข้าไปสังเกตการณ์ภาคสนาม ซึ่งจะเป็นการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เป็นหนึ่งในแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่เข้าร่วมกิจกรรมคอนเสิร์ตเป็นตั้งตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 จนกระทั่ง พฤศจิกายน พ.ศ. 2548 นับรวมระยะเวลาในการสังเกตการณ์ภาคสนามนี้เป็นเวลา 10 เดือน อีกทั้งยังทำการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Conversation) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

การประมวลผลนั้นจะวิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้มาจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยวิเคราะห์ในด้านเครือข่ายการสื่อสาร การรวมกลุ่ม พฤติกรรมต่างๆของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล วิเคราะห์การสร้างแบบแผนจากการศึกษาจากพฤติกรรมที่มีความซ้ำกันจากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมทั้ง 14 ครั้งโดยการใช้การตีความจาก text ซึ่งหมายถึงการแต่งหน้า แต่งกาย และรวมไปถึงเครื่องประดับของแฟนเพลงในขณะรวมกลุ่ม วิเคราะห์จากบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์ โดยวิเคราะห์ในด้านปัจจัยต่างๆที่ทำให้ชื่นชอบดนตรีเฮฟวีเมทัล รูปแบบการเปิดรับสื่อ รูปแบบการรวมกลุ่ม รวมทั้งลักษณะของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลวิเคราะห์จากการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ โดยวิเคราะห์ในด้านปัจจัยต่างๆที่ทำให้ชื่นชอบดนตรีเฮฟวีเมทัล สภาพชีวิตความเป็นอยู่ การเปิดรับสื่อ และการรวมกลุ่มทำกิจกรรมต่างๆการวิจัยในครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะกลุ่ม และการรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฟังเพลงของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย และเพื่อศึกษาการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัล กับการสร้างอัตลักษณ์ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

## 6.1 สรุปผลการวิจัย

### ลักษณะกลุ่มและการรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

ส่วนใหญ่แล้วแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่มาร่วมในงานคอนเสิร์ตจะมีทั้งผู้ชายและผู้หญิง ในทุกๆงานนั้นจะพบผู้ชายมากกว่าผู้หญิงเป็นจำนวนมากพอสมควร ส่วนใหญ่แล้วผู้ชายจะคิดเป็นสัดส่วนประมาณสามต่อหนึ่ง ส่วนใหญ่ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยจะเป็นเพศชายที่มีอายุประมาณ 16-25 ปี

พบว่าช่วงอายุของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้นแบ่งออกเป็น 3 ช่วง

- ช่วงวัยรุ่น อายุ 16-25 ปี: เป็นกลุ่มที่พบมากที่สุดในการชมคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัล
- ช่วงวัยทำงาน อายุ 26-35 ปี: เป็นกลุ่มที่พบมากรองลงมาจากรุ่นแรก
- ช่วงวัยกลางคน อายุ 35 ปีขึ้นไป: เป็นกลุ่มที่พบน้อยที่สุด ส่วนใหญ่พบตามงานคอนเสิร์ตที่สำคัญ

แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยส่วนใหญ่จะมีสถานภาพการสมรสเป็นโสด เพราะส่วนใหญ่ยังอยู่ในช่วงวัยรุ่น แต่อย่างไรก็ตาม มีแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยหลายคน ที่มีแฟน หรือ คู่รัก ตามลักษณะของวัยรุ่นทั่วไป เพียงแต่ยังไม่ได้สมรส แต่พบแฟนเพลงที่มีครอบครัวแล้ว ผู้ที่มีครอบครัวแล้วนั้นจะประสบปัญหาต้องการเข้าร่วมชมคอนเสิร์ต ปัญหานี้คือการที่ต้องดูแลบุตรของตน แต่สำหรับคู่สมรสนั้นยินยอมให้คู่ตนเข้าร่วมการรวมกลุ่มเฮฟวีเมทัล

ระดับการศึกษาแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลมีทั้ง ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับสายวิชาชีพ เช่น ปวช. ปวส. ระดับปริญญาตรี จนกระทั่งถึง ระดับปริญญาโท โดยแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่ผู้วิจัยได้ไปสัมภาษณ์ 40 คน พบว่ามีแฟนเพลงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปริญญาตรีและจบการศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีมากที่สุดถึง 32 คน นอกจากนั้นจะเป็นผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษา ระดับปวส. และระดับปริญญาโท

อาชีพของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นมีหลากหลายทั้งพนักงานบริษัทเอกชน ทำธุรกิจส่วนตัว ฯลฯ แต่ก็ยังพบว่าคนที่ทำงานประจำนั้นมักจะมีรายได้เสริมเป็นอาชีพต่างๆ เช่น รับออกแบบเว็บไซต์รับถ่ายภาพ ขายของ สอนพิเศษเครื่องดนตรีชนิดต่างๆ และ เล่นดนตรี ตาม

ร้านอาหารต่างๆ ซึ่งงานเหล่านี้เป็นงานที่พวกเขาชื่นชอบแต่ไม่สามารถยึดถือเอาเป็นอาชีพหลักได้ อาชีพเสริมต่างๆเหล่านี้จึงบอกความเป็นตัวตนของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลได้มากกว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นมีพื้นฐานเป็นคนที่รักดนตรี รักงานศิลปะ ดังนั้นงานเสริมที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่ทำนั้นจะเกี่ยวข้องกับงานศิลปะเช่นกัน และอาชีพเสริมเหล่านี้ก็ไม่ได้ทำเพื่อที่จะได้เงินเป็นหลัก แต่ทำเพราะต้องการจะทำในสิ่งที่ตนชื่นชอบเท่านั้น

แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย ส่วนใหญ่มีฐานะการเงินและครอบครัวอยู่ในระดับกลาง ดังนั้นแฟนเพลงกลุ่มนี้จึงมีความสามารถพอที่จะซื้อบัตรราคาทั้งที่มีราคาแพงและถูกได้ แต่แฟนเพลงที่ไปร่วมงานคอนเสิร์ตเล็กๆทั้งหลายส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ ยังไม่มีรายได้มากนัก ราคาบัตรจึงต้องถูกเพื่อที่จะมีผู้มาร่วมงานเป็นประจำมากขึ้น

งานอดิเรกที่เป็นที่นิยมของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลคือการฟังเพลงเฮฟวีเมทัลและการเล่นดนตรี นอกจากนั้นแล้ว ผู้วิจัยพบว่าแฟนเพลงกลุ่มนี้ยังมีงานอดิเรกอื่นๆที่ทำเป็นประจำ ได้แก่ การอ่านหนังสือ การเล่นเกมกีฬาประเภทฟุตบอล การท่องเที่ยว การวาดภาพ การออกกำลังกาย การสะสมพระเครื่อง การทำบุญ การเล่นเกมส ซึ่งงานอดิเรกเหล่านี้บ่งบอกถึงความปกติธรรมดาของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่เหมือนกับบุคคลอื่นๆทั่วไป

สำหรับด้านพื้นฐานของครอบครัวของแฟนเพลงกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้ง 40 คน พบว่า 27 คนมีปัญหาในครอบครัว เช่นสมาชิกในบ้านไม่สนิทสนมกันเท่าที่ควร มีความไม่เข้าใจกันในเรื่องต่างๆภายในสมาชิกของครอบครัว แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นไม่ถึงขั้นใช้ความรุนแรงเพื่อตัดสินปัญหา และพบว่า 3 คน ใน 27 คนบิดามารดาหย่าร้างกัน และอีก 13 คนไม่มีปัญหาใดๆเกิดขึ้นในครอบครัว

นอกจากลักษณะทางประชากรแล้วยังพบลักษณะทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาอีกด้วย โดยลักษณะทางจิตวิทยานั้นพบว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีที่ตนชื่นชอบมาก โดยมีแหล่งข้อมูลหลักคือ อินเทอร์เน็ต โดยแฟนเพลงจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ 4 ประการคือ

- ใช้เพื่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัล
- ใช้เพื่อดาวน์โหลดเพลงในแนวเฮฟวีเมทัล
- ใช้เพื่อแนะนำและแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัลกับกลุ่มแฟนเพลง
- ใช้เพื่อฟังวิทยุออนไลน์

นอกจากนั้นแล้วยังพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลยังต้องการการยอมรับในความเป็นตัวตน และชีวิตวัฒนธรรมของเขาที่แสดงออกผ่านทางดนตรี อีกทั้งยังต้องการแสดงตัวตนให้ผู้อื่นรับรู้อยู่เสมอ ดังนั้นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจึงรักการรวมกลุ่มและปฏิบัติตามวัฒนธรรม ประเพณีของกลุ่มอย่างเคร่งครัด เนื่องจากการรวมกลุ่มนั้นเป็นพื้นที่เดียวที่พวกเขาจะแสดงตัวตนและได้รับการยอมรับออกมาได้ซึ่งอย่างน้อยก็เป็นการยอมรับภายในกลุ่ม

ในประเด็นของกลุ่มสังคมของแฟนเพลงพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นจะมีสังคมหรือกลุ่มอื่นๆที่นอกเหนือไปจากกลุ่มคนที่ฟังเพลงเฮฟวีเมทัลด้วยกัน เช่นกลุ่มเพื่อนที่โรงเรียน เพื่อนที่มหาวิทยาลัย และพบว่าแฟนเพลงไม่ได้แยกตัวออกจากสังคมที่ตนเองอยู่ แต่สามารถปรับตัวและทำกิจกรรมกับกลุ่มอื่นๆได้อย่างปกติ

#### ลักษณะกลุ่ม

แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นมีจำนวนมากพอสมควรซึ่งกระจุกกระจายตามพื้นที่ต่างๆออกไป แต่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัล ก็กลับสามารถรวมกลุ่มกันได้เมื่อมีกิจกรรมเพื่อการรวมตัวกันเกิดขึ้น ผู้วิจัยพบว่าสามารถแบ่งกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลได้ออกเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มที่จัดขึ้นอย่างเป็นทางการ และกลุ่มที่จัดขึ้นอย่างไม่เป็นทางการ

กลุ่มที่จัดขึ้นอย่างเป็นทางการนี้หมายถึงกลุ่มแฟนเพลงที่เป็นแฟนคลับของวงดนตรีใดวงใดวงหนึ่ง ซึ่งพบว่าการมีแฟนคลับของตนเองนั้นจะเกิดขึ้นกับศิลปินที่มีชื่อเสียงอย่างมากในวงการเฮฟวีเมทัลเท่านั้น เช่น วง Ebola วง Outro วง Dezember วง Sweetmulet วง Banana วง Systemsucker และ วง Clone เป็นต้น

กลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวกันของแฟนเพลงอย่างไม่เป็นทางการนี้ เกิดจากการรวมตัวกันเองของแฟนเพลง ไม่มีการดำเนินงานที่แน่นอน มักมีการรวมตัวกันตามงานคอนเสิร์ตต่างๆ กลุ่มคนเหล่านี้จะมารวมตัวกันกันตามงานคอนเสิร์ตต่างๆ โดยในกลุ่มเหล่านี้ก็จะประกอบไปด้วยกลุ่มคนเล็กๆหลายๆกลุ่ม สมาชิกภายในกลุ่มเล็กๆที่เป็นองค์ประกอบของกลุ่มใหญ่นั้นสมาชิกจะรู้จักกันหมดทุกคนภายในกลุ่ม

กลุ่มเล็กๆที่ประกอบกันเป็นกลุ่มใหญ่นั้นจะมีลักษณะแบบที่ทุกคนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้หมด เพราะทุกคนต่างรู้จักกันต่างเป็นเพื่อนกัน ในกลุ่มใหญ่ที่มารวมตัวกันชมคอนเสิร์ตนั้นจะมีกลุ่มย่อยๆในลักษณะนี้มากมายหลายกลุ่ม ซึ่งในแต่ละกลุ่มนั้นจะมีตัวเชื่อมระหว่างกลุ่มซึ่ง

ทำหน้าที่เป็นสะพาน (bridge) ให้ทั้งสองกลุ่มรู้จักกันด้วยอีกมากมาย

### คอนเสิร์ตทำให้เกิดการรวมกลุ่ม

จากแฟนเพลงที่กระจัดกระจายกันนั้นสามารถรวมกันเป็นหนึ่งเดียวได้โดยปัจจัยที่สำคัญ คืองานคอนเสิร์ตที่จัดขึ้นอยู่เป็นประจำ คอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลนั้นเป็นสิ่งที่สามารถรวบรวมแฟนเพลงจากทุกที่ทุกถิ่นทุกวัยให้มาอยู่ในพื้นที่เดียวกันได้ และจากความสม่ำเสมอของการจัดงาน ทำให้แฟนเพลงแต่ละคนแต่ละกลุ่มนั้นรู้จักกันในระดับคุ้นหน้าคุ้นตา จนถึงระดับที่เป็นเพื่อนสนิทกัน โดยการจัดงานคอนเสิร์ตนั้นจะประกอบไปด้วยลักษณะเด่นหลายอย่าง ทั้งสถานที่ที่ต้องรองรับ วัฒนธรรมการ-ticket การเซิร์ฟ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์หนึ่งของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล ช่วงเวลาในการจัดที่แสดงว่ากลุ่มแฟนเพลง และกลุ่มคนที่เที่ยวกลางคืนเป็นคนละกลุ่มกันอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วคอนเสิร์ตจะจัดในเวลากลางวันถึงช่วงเย็น อีกทั้งช่วงเวลากลางวันก็ยังช่วยกระตุ้นให้อุณหภูมิความร้อนในร่างกายสูงขึ้น เป็นการเพิ่มความร้อนแรงความสนุกสนานให้กับ การชมคอนเสิร์ตด้วย

นอกจากนี้การรวมกลุ่มยังแสดงให้เห็นถึงความเท่าเทียมกัน การจัดลักษณะเวทีที่มีความสูงไม่มากนักเพื่อความใกล้ชิดระหว่างศิลปินและผู้ชม และจากการสื่อสารบนเวทีระหว่างศิลปิน และแฟนเพลงที่มักใช้คำที่แสดงถึงความเป็นหนึ่งเดียวกัน เป็นพี่เป็นน้อง เป็นพรรคพวกกัน สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งเสริมความเหนียวแน่นของกลุ่มมากยิ่งขึ้น

### การรวมกลุ่มทำให้เกิดการทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน

กิจกรรมส่วนใหญ่ที่ผู้วิจัยพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลชอบรวมกลุ่มกัน มักจะเป็นกิจกรรมทางด้านดนตรี อันเนื่องมาจาก แฟนเพลงส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ชื่นชอบดนตรีและเล่นดนตรีเป็นประจำ หลายๆครั้งที่มีการนัดพบปะกันหรือรวมกลุ่มกันนั้นก็เพื่อจะไปซ้อมดนตรีตามห้องซ้อมดนตรีต่างๆ

นอกจากกิจกรรมการไปซ้อมเล่นดนตรีด้วยกันแล้ว ผู้วิจัยยังพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลส่วนใหญ่ ยังมีการนัดรวมตัวกันไปเที่ยวต่างจังหวัด รวมถึงเดินทางไปต่างประเทศในบางส่วน ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวครั้งหนึ่งนั้นจะมีสมาชิกร่วมเดินทางประมาณ 5-10 คน การไปเที่ยวต่างจังหวัดหรือต่างประเทศนั้นนับเป็นอีกการรวมกลุ่มหนึ่ง เพราะคนที่ร่วมเดินทางจะเป็นแฟนเฮฟวีเมทัลด้วยกันทั้งสิ้น โดยกิจกรรมเหล่านี้ทำการสื่อสารผ่านทางโทรศัพท์ และ โปรแกรมสนทนาออนไลน์ msn แต่จะเป็นการไปกับเฉพาะที่สนิทกันเท่านั้น ไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์กันอย่างเป็นทางการ



ทางการ การเดินทางไปเที่ยวนี้มีลักษณะแบบจัดการกันเองทั้งการเดินทาง ที่พัก โปรแกรมเที่ยว สถานที่ต่างๆ ไม่ได้ไปในลักษณะทัวร์นำเที่ยวแบบทั่ว ๆ ไป เพราะสมาชิกต้องการอิสระในการเดินทางและจัดการตารางท่องเที่ยวกันด้วยตัวเอง สถานที่ส่วนใหญ่นั้นจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับธรรมชาติ เช่นทะเล ภูเขา เป็นต้น นอกจากนั้นแล้วยังมีการรวมกลุ่มกันเล่นกีฬา ซึ่งกีฬาที่เป็นที่นิยมคือ กีฬาฟุตบอล การรวมกลุ่มกันเล่นกีฬานั้นพบว่าเป็นการรวมกลุ่มกันจำนวนไม่มากนักเนื่องจากปัญหาของระยะทาง

โดยภาพรวมพบว่ากระบวนการรวมกลุ่มของแฟนเพลงนั้น เริ่มจากแฟนเพลงที่มีความกระจัดกระจายกันมารวมกันเพื่อชมคอนเสิร์ต การจัดงานคอนเสิร์ตทำให้เกิดการรวมกลุ่มของแฟนเพลง จากนั้นเมื่อพวกเขาเริ่มรู้จักคุ้นเคยกันจึงเกิดการรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ทั้งเล่นกีฬา ช้อมดนตรี ทานอาหารและท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ เหล่านี้เป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดความใกล้ชิดสนิทสนมมากยิ่งขึ้นเพราะเป็นกิจกรรมที่ใช้เวลาอยู่ร่วมกันมากกว่า ได้พูดคุยกันมากกว่า สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดความเหนียวแน่นขึ้นภายในกลุ่มวัฒนธรรมนี้ และความเหนียวแน่นภายในกลุ่มนี้เองที่ทำให้กลุ่มวัฒนธรรมเฮฟวีเมทัลมีความมั่นคงและยั่งยืนมาโดยตลอดทั้งๆ ที่ตัวดนตรีเฮฟวีเมทัลเองไม่ได้ได้รับความนิยมในดนตรีกระแสหลักปัจจุบัน กระบวนการทั้งหมดเกิดขึ้นได้โดยมีจุดเชื่อมร่วมกันคือ “ดนตรีเฮฟวีเมทัล”

## เครือข่ายแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

### เครือข่ายการสื่อสาร

เครือข่ายการติดต่อสื่อสารของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นพบว่าสามารถแบ่งออกเป็นสองลักษณะคือ การสื่อสารอย่างเป็นทางการ และการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ

การสื่อสารอย่างเป็นทางการเกิดในกลุ่มที่มีศูนย์กลาง คือลักษณะกลุ่มแบบวงล้อ การติดต่อสื่อสารกันในกลุ่มและระหว่างกลุ่มนั้นจะกระทำผ่านศูนย์กลางนั้นคือ

- นิตยสารดนตรี (magazine)
- เว็บไซต์ (website)
- ทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

การสื่อสารระหว่างแฟนเพลงอย่างไม่เป็นทางการนี้หมายถึง การสื่อสารกันอย่างไม่มีความเป็นทางการ ศูนย์กลาง สมาชิกสามารถติดต่อกันได้อย่างอิสระโดยเครื่องมือในการสื่อสารนี้ได้แก่ การติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์ โปรแกรมสนทนาออนไลน์ หรือ msn

การสื่อสารผ่านทางโทรศัพท์นั้น จะใช้กับสมาชิกที่มีความสนิทสนมกันอย่างมาก โดยมากจะเป็นการสื่อสารภายในกลุ่มเล็กๆที่สมาชิกรู้จักกันหมดทุกคน พบว่าหลายๆครั้งที่ทีมงานคอนเสิร์ต สมาชิกจะใช้โทรศัพท์บอกข่าวกระจายข่าวต่อไป ขยายจนเป็นลูกโซ่

การติดต่อสื่อสารผ่านทางโปรแกรมสนทนาออนไลน์ หรือ msn นี้จะสามารถใช้กับกลุ่มคนที่หลากหลายและกว้างขวางกว่าทางโทรศัพท์ เนื่องจากการติดต่อสื่อสารกันผ่านทาง msn ขึ้นจะไม่ต้องคำนึงถึงความสนิทสนม แต่จะเป็นช่องทางให้ผู้ที่ไม่รู้จักกันสามารถแนะนำตัวและพูดคุยกันเบื้องต้นได้ง่ายกว่า

### อัตลักษณ์เครือข่าย

แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นโดยปกติทั่วไป จะเป็นเหมือนคนปกติธรรมดาทั่วไป ไม่มีการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ใดๆ เนื่องจากจะถูกจำกัดด้วยระบบสังคม คนที่อยู่ในวัยเรียนก็จำเป็นต้องเรียนหนังสือ เรียนพิเศษ ใส่ชุดนักเรียน คนที่ทำงานก็ต้องทำงานตามเวลาที่บริษัทกำหนด แต่งตัวต้องเรียบร้อยถูกกาลเทศะ ทำให้อัตลักษณ์ของพวกเขาไม่ได้แสดงออกมาในชีวิตประจำวัน แต่นำมาแสดงออกมาในการเข้าร่วมกลุ่มคอนเสิร์ตต่างๆ ซึ่งแบ่งได้เป็นอัตลักษณ์ได้เป็น 3 มิติ คือ อัตลักษณ์ที่แสดงผ่านการแสดงออก อัตลักษณ์ในการประพฤติปฏิบัติตัว และอัตลักษณ์ทางภาษา

รูปลักษณะภายนอกที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นได้ทำร่วมกันจนกลายเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มแฟนเพลง ซึ่งจะปรากฏในการรวมกลุ่มชมคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัล ได้แก่ การแต่งกาย ซึ่งจะมีทั้งการแต่งหน้า แต่งกาย รวมถึงเครื่องประดับต่างๆ การประพฤติปฏิบัติตัวในที่นี้หมายถึงการกระทำที่พวกเขาแสดงออกในการชมคอนเสิร์ตได้แก่ การโยกหรือสะบัดหัว การเท็ค และการเชียร์ฟสามสิ่งนี้เป็นสิ่งที่ปฏิบัติกันมาจนเป็นวัฒนธรรมการชมคอนเสิร์ตของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่สืบเนื่องกันมาจนถึงปัจจุบัน ภาษาที่แสดงถึงอัตลักษณ์นี้พบว่าชาวเฮฟวีเมทัลจะใช้ภาษาที่ตรงไปตรงมา แสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และแสดงถึงตัวตน โดยภาษาที่เป็น

เอกลักษณ์นี้แสดงออกผ่านทางข้อความในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ข้อความในกระดานสนทนา ในเวปไซต์ต่างๆและภาษาที่ใช้สื่อสารกันในการชมคอนเสิร์ต

### ปัจจัยที่มีผลต่อการฟังดนตรีเฮฟวีเมทัล

พบว่าปัจจัยอยู่สองประการคือปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในจะเกี่ยวพันกับทางด้านจิตวิทยาของตัวบุคคลนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นอุปนิสัย สภาวะจิตใจ ทัศนคติ บุคลิกภาพ ความสามารถ ความถนัด ความสนใจ ทัศนคติ ของบุคคลนั้นๆ แพนเพลงบางคนชื่นชอบเพลงเฮฟวีเมทัลเพราะปัจจัยภายใน เช่น ความสนใจ และรสนิยมในตัวดนตรีที่มีจังหวะที่หนักหน่วง การชอบความสนุกสนาน การชอบการเต้นแบบรวดเร็วการไม่ชอบอะไรที่มันวอล ชอบความดุเดือด และแรงของจังหวะดนตรีดังนั้นดนตรีแนวเฮฟวีเมทัล นอกจากความสนใจแล้วคนบางกลุ่มยังมีความถนัดทางด้านการเล่นดนตรี ดังนั้นดนตรีที่เล่นยาก ต้องใช้เทคนิคเยอะอย่างดนตรีเฮฟวีเมทัลจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายและเป็นความใฝ่ฝันของคนกลุ่มนี้ แพนเพลงอีกกลุ่มหนึ่งก็หันมาชื่นชอบดนตรีเฮฟวีเมทัลด้วยปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายนอกนั้นหมายถึงปัญหาต่างๆที่ถูกรอบตัวเรา ทั้งปัญหาทางด้านสังคม การเรียน ความรัก การเมือง ชีวิตประจำวันทั่วไป สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่สร้างความกดดันให้กับคนเหล่านี้ทั้งสิ้น ทำให้พวกเขาต้องแสวงหาทางออก และทางออกหนึ่งที่สามารถช่วยบรรเทาปัญหาจากภายนอกต่างๆนี้ได้คือการฟังเพลงเฮฟวีเมทัลนั่นเอง สิ่งนี้เชื่อมโยงกับปัจจัยภายใน กล่าวคือ คนได้รับแรงกดดันจากภายนอกแล้ว สภาวะจิตใจกลับเป็นคนเก็บกดอีกด้วย คนเหล่านี้จึงต้องการการระบายออก แรงกดดันจากภายนอกเข้ามาจึงทำให้พวกเขาต้องการผ่อนคลาย แก้เครียดจากสภาวะต่างๆ นอกจากนั้นแล้วบางส่วนยังการต้องการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ส่วนใหญ่แล้วแพนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นจะเริ่มชื่นชอบดนตรีเฮฟวีเมทัลมาตั้งแต่สมัยวัยเรียน ซึ่งวัยนั้นเองเป็นช่วงที่คนต้องการสังคม ต้องการเพื่อน ความคิด ความชอบ บางอย่างนั้นเป็นไปเพราะแรงชักจูงของเพื่อนกลุ่มเดียวกัน การที่เรามีสังคมนั้นบางครั้งเราจำเป็นต้องทำตัวให้เข้ากันได้กับสมาชิกในกลุ่ม จะเห็นได้ว่าแพนเพลงหลายๆคนนั้นหันมาชอบดนตรีเฮฟวีเมทัลเพราะต้องการที่จะเป็นกลุ่มเดียวกันกับเพื่อนฝูง ต้องการมีเรื่องไปพูดคุย ต้องการเข้าสังคมนั่นเอง

### 6.2 อภิปรายผลการวิจัย

วัฒนธรรมก็คือระบบสัญลักษณ์ในสังคมมนุษย์ที่มนุษย์สร้างขึ้น เมื่อสร้างขึ้นมาแล้วจึงสอนให้คนรุ่นหลังๆได้เรียนรู้หรือนำไปปฏิบัติ วัฒนธรรมจึงต้องมีการเรียนรู้และมีการถ่ายทอด เมื่อมนุษย์เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม มนุษย์ก็จะรู้ว่าอะไรควรทำไม่ควรทำ ฉะนั้นความสัมพันธ์ระหว่าง

วัฒนธรรมและพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมจึงเป็นความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกันมาก นอกจากนี้คุณสมบัตินี้สำคัญอีกประการหนึ่งของวัฒนธรรมก็คือ ต้องมีการดัดแปลง (Adaptive) ทั้งนี้เนื่องจากวัฒนธรรมแต่ละอย่างจะถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาในบริบทของยุคสมัยหนึ่งๆ ดังนั้น เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป วัฒนธรรมก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตัวเองใหม่เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทใหม่ (กาญจนา แก้วเทพ, 2544)

แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจัดอยู่ในกลุ่มผู้รับสารตามแนวความคิดของกลุ่ม M.W.Riley และ J.W.Riley ซึ่งถือว่าผู้รับสารแต่ละคนมีลักษณะคล้ายกัน เป็นสมาชิกของกลุ่มชน (Member of a group) เพราะแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลต่างก็ตระหนักถึงความเป็นกลุ่มก้อนของพวกเขาเหมือนกันในด้านของดนตรี เป็นชีวิตวัฒนธรรมของผู้บริโภค สำหรับกลุ่มผู้รับสารที่เป็นแฟนดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้นจัดอยู่ในกลุ่มของผู้รับสารแบบกลุ่มแฟนหรือรสนิยมทางวัฒนธรรม (Fan group or taste culture) เป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นเพราะชื่นชอบเนื้อหาแนวใดแนวหนึ่ง หรือรูปแบบของสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งหรืออาจนิยมดารานักร้องคนใดคนหนึ่งร่วมกัน หรือชื่นชอบสไตล์ของนักเขียนศิลปิน คนใดคนหนึ่งเป็นการเฉพาะ ดังนั้นการนำแนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารนี้จึงสามารถอธิบายสถานะของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลได้ในฐานะผู้รับสารกลุ่มหนึ่ง

Feldman และ Arnold (1983:432) ได้ให้ความหมาย กลุ่ม ว่าคือ คนตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไป ที่มารวมกัน โดยมีลักษณะสำคัญ คือ

1. มีปฏิสัมพันธ์กัน
2. รับรู้ว่าคุณเองมีความสนใจ และเป้าหมายร่วมกัน
3. มารวมกันเพื่อความสำเร็จของกิจกรรมในการทำงาน

กลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลที่ประกอบไปด้วยกลุ่มหลายกลุ่มซึ่งในแต่ละกลุ่มนั้นก็ยังมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน และต่างรับรู้ว่าคุณเองมีความสนใจเดียวกันนั้น ทุกคนมีความสนใจเดียวกันคือ ความสนใจในตัวดนตรีเฮฟวีเมทัลและมีเป้าหมายคือดำรงกลุ่มให้ยั่งยืนต่อไปเพื่อให้ดนตรีเฮฟวีเมทัลยังคงอยู่ต่อไป

เมื่อมีกลุ่มต่างๆเกิดขึ้นแล้วนั้น พบว่าจะเกิดกระบวนการรวมกลุ่มเพื่อให้กลุ่มต่างๆนั้นมีความเข้มแข็งเหนียวแน่นและกว้างขวางมากยิ่งขึ้น โดยกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นก็มีการรวมกลุ่มเกิดขึ้นเช่นเดียวกันโดยตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มนี้คือ คอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัล

โดยมีพื้นฐานมาจากสมาชิกทุกคนต่างก็มีจุดมุ่งหมายร่วมกัน มีการตอบโต้ ติดต่อกันได้อย่างอิสระเสรี มีความคิดในแนวทางเดียวกัน ยึดมั่นในท่าทีของกลุ่มอย่างจริงจังซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ จอห์น ภิรมย์รัตน์ (จอห์น ภิรมย์รัตน์, 2521)

การรวมกลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นทำให้เกิดกิจกรรมและปฏิสัมพันธ์อื่นตามมา ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นผลให้กลุ่มมีความเหนียวแน่นและมีความมั่นคงยั่งยืน เหตุที่แฟนเพลงต้องการการรวมกลุ่มนั้นก็เพราะเวลาเป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นแล้วจะทำให้มีอำนาจและมีพลังที่จะดำเนินการต่างๆให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถตอบสนองความต้องการของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลได้ สอดคล้องกับทฤษฎีของ Rosenfeld ที่เห็นว่า ความต้องการดังกล่าวนี้ เป็นเหตุผลที่ช่วยอธิบายว่า เหตุใดมนุษย์จึง รวมตัวกันเป็นกลุ่มย่อยหรือ มีแนวโน้มที่จะรวมตัวเป็นกลุ่มอยู่เสมอ การสื่อสารระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม การสร้างความผูกพันความภักดี การช่วยกันแก้ปัญหาและตัดสินใจ การโต้ตอบกัน ฯลฯ เหล่านี้ จะทำให้กลุ่มสามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกแต่ละคนได้

สำหรับเรื่องของเครือข่ายการสื่อสาร เนื่องจากสมาชิกแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลมีความหลากหลายมาก การรวมกลุ่มครั้งหนึ่งนั้นต้องอาศัยการเครือข่ายการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ข้อมูลต่างๆทราบโดยทั่วกัน อย่างที่กล่าวมาแล้วว่าคอนเสิร์ตเฮฟวีเมทัลนั้นจัดเดือนละประมาณสองครั้ง ในแต่ละครั้งก็จะมีคนส่งข่าวถึงสมาชิกในแบบที่แตกต่างกันออกไป โคนรวมแล้วกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะทำการสื่อสารภายในกลุ่ม เป็น 2 แบบ คือ แบบที่มีศูนย์กลางและแบบกระจายอำนาจ ตามทฤษฎีของ Harold J. Leavitt กล่าวคือ ตามทฤษฎีเครือข่ายการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง เป็นการสื่อสารที่มีใครคนใดคนหนึ่งเป็นศูนย์กลางหรือทางผ่าน การสื่อสารแบบมีศูนย์กลางนั้นยังมีกระบวนการแยกย่อยออกไปอีก เพื่อรองรับรายละเอียดของความแตกต่างของขั้นตอนและกระบวนการการสื่อสาร สำหรับในการวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นพบว่า กระบวนการเครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อเป็นรูปแบบของเครือข่ายที่เกิดขึ้นกับกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัล

เครือข่ายแบบศูนย์กลางนี้ จะทำให้แฟนเพลงได้รับข่าวสารจากสื่อใดสื่อหนึ่งที่กล่าวมา และหลังจากนั้นแล้ว การส่งต่อข่าวสารหรือเครือข่ายการสื่อสารก็จะดำเนินต่อไปยังสมาชิกอื่นๆ โดยการบอกต่อกันไปเป็นแบบลูกโซ่ เป็นการสื่อสารที่สมาชิกทุกคนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้โดยตรง ไม่ต้องผ่านสมาชิกอื่นๆทั้งในการรับข่าวและการส่งข่าว เครือข่ายที่แฟนเพลงใช้ในการ



ติดต่อสื่อสารกันนั้นเป็นแบบเครือข่ายสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) เครือข่ายการสื่อสารทั้งหมดนี้เป็นตัวเชื่อมให้แฟนเพลงแต่ละคน แต่ละกลุ่มมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

สำหรับเรื่องอัตลักษณ์ของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นสอดคล้องกับทฤษฎี Brake (อ้างในวิภาวี วิโรจน์พันธุ์, 2539) ได้อธิบายว่า ลักษณะโดยทั่วไปของวัฒนธรรมย่อยอีกแบบหนึ่งก็คือรูปแบบ (style) กล่าวคือ กลุ่มที่มีวัฒนธรรมย่อยที่โดดเด่นแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ ก็คือกลุ่มที่มีการใช้รูปแบบในเชิงสัญลักษณ์รูปแบบหนึ่งๆ ทำให้เกิดตัวบ่งชี้ที่สำคัญหลายประการ รูปแบบแสดงให้เห็นถึงความยึดถือในวัฒนธรรมย่อย และยังชี้ให้เห็นถึงการเป็นสมาชิกของวัฒนธรรมย่อยหนึ่งๆ ซึ่งมีลักษณะที่ปรากฏออกมาอย่างไม่สนใจหรืออย่างต่อต้านค่านิยมหลักของสังคม รูปแบบของวัฒนธรรมย่อยมีองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน

1. “ลักษณะที่ปรากฏ” ลักษณะที่ปรากฏภายนอกประกอบด้วยเครื่องแต่งกาย ข้าวของเครื่องใช้ เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ
2. “การประพฤติปฏิบัติตัว” ซึ่งรวมถึงการแสดงออก กิริยาและท่าทาง
3. “ภาษาของกลุ่ม” ได้แก่คำศัพท์พิเศษและวิธีการพูด

อัตลักษณ์เหล่านี้พบว่าถูกแสดงออกในขณะที่มีการรวมกลุ่มชมคอนเสิร์ตเท่านั้น โดยมีการสร้างรูปแบบของอัตลักษณ์ผ่านทางลักษณะที่ปรากฏ คือ การแต่งหน้า แต่งกาย และรวมถึงเครื่องประดับต่างๆ การประพฤติปฏิบัติตัวในการชมคอนเสิร์ตเช่นการแท็ค การเชิฟ และภาษาของกลุ่มที่บ่งบอกถึงความเป็นเฮฟวีเมทัล ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตวัฒนธรรมของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

เนื่องจากต้องมีการสร้างรูปแบบอัตลักษณ์ในชีวิตวัฒนธรรมของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย ดังนั้นชีวิตวัฒนธรรมนี้จึงเป็นในรูปแบบของ Consumption Culture แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลอยู่ในฐานะผู้บริโภค (consumer) กล่าวคือชีวิตวัฒนธรรมของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นมีค่าใช้จ่ายเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตน แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลจะมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคเพื่อสร้างอัตลักษณ์ กล่าวคือ แต่ละเดือนนั้นแฟนเพลงส่วนใหญ่จะซื้อเสื้อผ้าของวงดนตรีต่างๆ ทั้งไทยและต่างประเทศ ราคาเสื้อวงดนตรีต่างประเทศนั้นมีราคาสูงถึง 900-1,500 บาท สำหรับเสื้อวงดนตรีของไทยนั้นจะอยู่ที่ราคา 200-500 บาท ซึ่งเสื้อเหล่านี้จะมีออกจำหน่ายอยู่อย่างไม่ขาดสาย และเป็นสิ่งที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลขาดไม่ได้ในการใช้เข้าร่วมกลุ่ม หรือใช้เพื่อบ่งบอกความเป็นตัวตนและรสนิยมของตัวเอง แต่ละคอนเสิร์ตที่มีรูปแบบต่างกันก็จะมีให้เลือกเสื้อผ้าที่เข้ากับงาน ดังนั้น

แฟนเพลงจึงมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้ออยู่ตลอดเวลา นอกจากนั้นแล้วยังมีค่าใช้จ่ายของเครื่องประดับ สีทาหน้ารวมไปถึงหน้ากากเพื่อใส่เข้าร่วมงานคอนเสิร์ตอีกด้วย

นอกจากอัตลักษณ์ภายนอกแล้ว แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลยังมีค่าใช้จ่ายสำหรับผลงานเพลงใหม่ๆที่มีผลงานออกอยู่อย่างไม่ขาดสาย ทั้งผลงานของศิลปินในประเทศไทย และศิลปินต่างประเทศ อัลบั้มเฮฟวีเมทัลของไทยนั้นมีราคา 150-500 บาท แต่ถ้าเป็นผลงานเพลงของต่างประเทศนั้นจะมีราคา 500-800 บาท แต่บริษัทที่ได้รับลิขสิทธิ์ให้จำหน่ายนั้นส่วนใหญ่จะไม่นำผลงานดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลมาขายเนื่องจากในประเทศไทยยังไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร ทำให้แฟนเพลงต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นจากการสั่งซื้อผลงานต่างๆจากทางอินเทอร์เน็ต หรือซื้อแผ่นนำเข้าซึ่งมีราคาสูงมากถึงแผ่นละ 800 -1,500 บาท

ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมชมคอนเสิร์ตนั้นเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ต้องใช้ เนื่องจากงานคอนเสิร์ตแต่ละงานนั้นจะมีการจำหน่ายบัตร ซึ่งราคาอยู่ที่ 100-500 บาท สำหรับคอนเสิร์ตเล็ก และคอนเสิร์ตที่มีความสำคัญจะมีราคาบัตรอยู่ที่ 700-2,000 บาท ซึ่งพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลต่างก็เต็มใจในการจ่ายเพื่อเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตทุกรูปแบบ เพราะคอนเสิร์ตนี้เป็นสิ่งสำคัญต่อการเป็นแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย

ชีวิตวัฒนธรรมแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นคือการบริโภค ซึ่งจะต้องมีค่าใช้จ่ายเพื่อการสร้างอัตลักษณ์และรูปแบบของชีวิตวัฒนธรรมนี้ถึงเดือนละ 1,000-2,000 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายของเสื้อผ้า เครื่องประดับ ผลงานเพลง รวมไปถึงการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อชีวิตวัฒนธรรมของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นอย่างมาก

การที่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลยินยอมจัดแบ่งค่าใช้จ่ายส่วนนี้เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของพวกเขา นั้นบ่งบอกได้ว่าพวกเขาให้ความสำคัญกับการแสดงตัวตน และมีความจงรักภักดีต่อแนวดนตรีเฮฟวีเมทัลเป็นอย่างมาก เพราะการสร้างชีวิตวัฒนธรรมของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเป็นปัจจัยที่ทำให้ดนตรีเฮฟวีเมทัลสามารถดำรงอยู่ได้

ความสำคัญในการรวมกลุ่มและการสื่อสารนั้น มีผลต่อการบริโภคสื่อที่พวกเขาชื่นชอบ การรวมกลุ่มและการสื่อสารกันระหว่างแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลนั้น เป็นผลให้พวกเขาได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีเฮฟวีเมทัล เนื่องจากข้อมูลข่าวสารเหล่านี้จะถูกส่งต่อกันเป็นเครือข่าย เป็นการช่วยเหลือแลกเปลี่ยนด้านข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน การรวมกลุ่มมีความสำคัญต่อคอนเสิร์ตซึ่ง

ถือเป็นสื่อที่สำคัญอย่างหนึ่งของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วย นอกจากนี้จะได้บริโภคสื่อดนตรีที่พวกเขาชื่นชอบแล้ว การรวมกลุ่มชมคอนเสิร์ตและการสื่อสารนั้นยังเป็นพื้นที่ให้พวกเขาได้แสดงตัวตนและรสนิยมของพวกเขาออกมาได้

ปัจจัยที่ทำให้คนเหล่านี้ชื่นชอบดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลตามหลักทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Approach) กาญจนา แก้วเทพ ได้อธิบายไว้ในหนังสือสื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางทางการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจไว้ว่าในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้รับสารนั้นมีความตั้งใจอยู่ คือตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เมื่อมีความตั้งใจแน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อจึงไม่ใช่กิจกรรมที่กระทำไปตามยถากรรมหรือไร้เป้าหมาย หากแต่จะเป็นกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์ที่แน่นอน (Gold-oriented activity) โดยการเลือกรับสื่อนั้นจะมีปัจจัยเรื่อง เพื่อหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ การผ่อนคลาย ปลดปล่อยอารมณ์ เพื่อการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เพื่อปกป้องบอกความเป็นตัวของตัวเอง

### 6.3 ข้อจำกัดในงานวิจัย

1. วัฒนธรรมการชมคอนเสิร์ต เช่นการแท็ค และการเซิร์ฟ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในกลุ่มของแฟนเพลงผู้ชาย ผู้วิจัยจึงไม่สามารถเป็น participant observer ได้อย่างเต็มรูปแบบทำได้เพียงระดับชมคอนเสิร์ตร่วมกับกลุ่มแฟนเพลงเท่านั้นจึงไม่สามารถมีอารมณ์ร่วมไปกับการแสดงออกนั้นๆได้
2. งานวิจัยนี้เป็นการประยุกต์วิธีวิจัยเชิงชาติพันธุ์ โดยผู้วิจัยเป็นผู้สังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมเท่านั้น ไม่ได้เข้าไปฝังตัวอยู่กับแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลอย่างสมบูรณ์

### 6.4 ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะในส่วนของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลเท่านั้น จึงเป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาในส่วนของศิลปินเฮฟวีเมทัล และผู้แต่งเพลงเฮฟวีเมทัล ถึงเรื่องแรงบันดาลใจในการนำเสนอดนตรีเฮฟวีเมทัล อุดลักษณะของศิลปิน รวมไปถึงการสื่อความหมายของเพลงเฮฟวีเมทัล
2. งานวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาแฟนเพลงกลุ่มเดียวเท่านั้น สิ่งที่น่าสนใจในการ

ทำการศึกษาครั้งต่อไปคือ การรวมกลุ่มของแฟนเพลงแนวดนตรีอื่นๆ รวมทั้งกลุ่ม  
วัฒนธรรมย่อยอื่นๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาในเชิงวัฒนธรรมต่อไป



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. เมื่อสื่อส่องและสร้างวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ศาลาแดง, 2545.

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อส่องวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: มุลนิธิภูมิปัญญา, 2539.

กาญจนา แก้วเทพ. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์, 2544.

กระจ่างศรี ศรีกระจ่าง. พฤติกรรมแฟนรายการพยากรณ์ชีวิตของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

เกศินี ศิลปี. การศึกษาชมรมแฟนภาพยนตร์ของหนังสือสตาร์พิคส์และหนังสือซีเนี่ยมัค. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ขุนทอง อสุณี ณ อยุธยา. Rock'n Roll. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดรุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2526.

จารุณี พัชรพิमानสกุล. การศึกษาเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

จินตวีร์ เกษมสุข. ทัศนคติของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกัน ในภาพยนตร์โฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

จ้อ ชีวาส. เล่าขานตำนานร็อค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เดลฟี, 2543.



เจษฎา รัตนเขมากร. ศิลปินเพลงไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2541.

ฉลอง ภิมย์รัตน์. กระบวนการกลุ่ม. ภูเก็ต: วิทยาลัยครูภูเก็ต, 2521.

ฉัตรชัย สุสรดิษฐ์. Cherish the Darkness. ฉบับที่ 22 (พฤษภาคม) 2548.

ชไมพร แก้วประไพ. การวิเคราะห์แฟนของสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2541.

นุชนาฏ รามสมภพ. การศึกษาคำคิดเห็นของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครต่อเพลง  
เซ็กซี่เพลงไทยสากล. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะ  
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.

นันทสิทธิ์ กิตติวรากุล. การวิเคราะห์ลักษณะการสร้างสรรคของศิลปินเพลงแนวดนตรีโปรเกรส  
ลิฟร็อก. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ปรีชา วิหคโต. การศึกษาสภาพการใช้ยาเสพติดของนักเรียนระดับประถมศึกษา. ม.ป.ท. : ม.ป.พ.,  
2540.

พัฒนา กิติอาษา. คนพันธุ์ป๊อป: ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม. กรุงเทพฯ: ศูนย์  
มานุษยวิทยาสิรินธร, 2546.

ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์. เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมการสื่อสาร. กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศ  
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

ยุพา สุภากุล. การสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2541.

ลำเนา เขียมสะอาด. การวิเคราะห์เพลงไทยสมัยนิยมแนวรีออค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต  
ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

วิภารัตน์ พันธุ์ฤทธิ์ดำ. อิทธิพลของวัฒนธรรมต่างประเทศที่มีต่ออัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย: ศึกษา  
เฉพาะกรณีดนตรีญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสังคมวิทยา คณะ  
รัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

วิภาวี วิโรจน์พันธุ์. การสร้างความหมายวัฒนธรรมวัยรุ่นในรายการปกิณกะบันเทิงทางโทรทัศน์.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

สกลกานต์ อินทร์ไทร. การสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มเด็กป๊อปในกรุงเทพมหานคร.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สายฝน ควรมดุจ. การศึกษาสถานะทางเอกลักษณ์ของวัยรุ่นตอนปลายในสถาบันอุดมศึกษา.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

สิทธิโชค วรานุสันติกุล. จิตวิทยา: การจัดการพฤติกรรมมนุษย์. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย  
ศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์, 2529.

สุกรี เจริญสุข. เพลงและดนตรีตะวันตก. กรุงเทพมหานคร: เรือนแก้วการพิมพ์, 2532.

อมรรัตน์ รัตนภาสุร. การนำเสนอภาพความเป็นชายในเพลงสมัยนิยม: วิเคราะห์นักร้องชายยอดนิยมระหว่างปี พ.ศ.2531-2533. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

อมรรัตน์ รัตนไพบูลย์. Music Express. ฉบับที่ 198 (พฤษภาคม) 2545.

อมรรัตน์ รัตนไพบูลย์. Music Express. ฉบับที่ 200 (กรกฎาคม) 2545.

อมรรัตน์ รัตนไพบูลย์. Music Express. ฉบับที่ 203 (ตุลาคม) 2545.

อมรรัตน์ รัตนไพบูลย์. Music Express. ฉบับที่ 201 (ธันวาคม) 2545.

อมรรัตน์ รัตนไพบูลย์. Music Express. ฉบับที่ 207 (กุมภาพันธ์) 2546.

อมรรัตน์ รัตนไพบูลย์. Music Express. ฉบับที่ 217 (ธันวาคม) 2546.

อมรรัตน์ รัตนไพบูลย์. Music Express. ฉบับที่ 225 (สิงหาคม) 2547.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. สื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรมและสังคม. กรุงเทพฯ: โครงการสื่อสันติภาพ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

## ภาษาอังกฤษ

Bennett, A. Cultures of popular music. Buckingham: Open University Press, 2001.

Bennett, A. Popular music and youth culture: music, identity and place. Basingstoke, Hampshire: Macmillan Press, 2000.

Charlton, K. Rock Music Styles A History. U.S.A: Wm.C.Brown Publishers, 1990.

Fiske, J. Understanding Popular Culture. Boston: Unwin Hyman, 1991.

Grosserg, L. Popular Music and Communication. Newbury Park: Sage, 1987.

Jenkins, H. Textual Poachers. New York and London: Routledge, 1992.

Kamien, R. Music: An Appreciation. New York: McGraw-Hill Book Company, 1988.

Klapper, J. The Effects of mass communication, 1960.

Katz Elihu, Jay G. Blumler, and Michael Gurevitch, The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research, Beverly Hills, 1974.

McQuail, D. Audience analysis. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 1997.

McQuail, D. Mass Communication Theory. 3<sup>rd</sup> ed London. Sage, 1994.

Merill, John C. and Lowenstein, Ralph L. Media Message and Men: New Perspective in Communication. New York: David Meday Company Inc., 1971.

Siriyuvasak U. "The Dynamics of Working Class Cultural Practice: An Ethnography of Media Activities in Woman Textile Worker." Asian Review. 4, 1990.

Straw, W. "Characterizing Rock Music Culture: The Case of Heavy Metal." in S. Frith and A. Goodwin. On Record. London: Routledge, 1990.

### รายการอ้างอิงจากเว็บไซต์

<http://www.ebolasound.com>, 12 กุมภาพันธ์ 2549.

<http://www.goregrind.net>, 8 มกราคม 2549

<http://www.hardradio.com>, 10 ธันวาคม 2547.

<http://www.metal-rules.com>, 5 พฤศจิกายน 2547.

<http://www.metalthai.com>, 8 มกราคม 2549.

<http://www.music499.com>, 26 กันยายน 2547.

<http://www.openftp.net>, 20 กุมภาพันธ์ 2549.

<http://www.pantip.com/cafe/chalermthai>, 15 ธันวาคม 2547.

<http://www.purevolume.com>, 1 มีนาคม 2549

<http://www.siammetal.com>, 10 กุมภาพันธ์ 2549.

<http://www.guitarthai.com>, 8 พฤษภาคม 2549.



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปี ค.ศ./พ.ศ.	วงเฮฟวีเมทัลในต่างประเทศ	วงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย
<p>1970-1980 2513-2523</p>	<p><b>Deep Purple</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Deep Purple in Rock (1970), Fireball (1971), Machine Head (1972) เพลงที่ได้รับความนิยม Speed King, Child in Time, Fireball, Strange Kind of Women, Highway Star, Smoke on the water</p> <p><b>Black Sabbath</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Black Sabbath (1970), Master of Reality (1971), Sabotage (1975) เพลงที่ได้รับความนิยม Black Sabbath, The Wizard, Sweet Leaf, Children of the Grave, Hole in the Sky, Symptom of the Universe</p> <p><b>Led Zeppelin</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Led Zeppelin (1971), House of the Holy (1973), Physical Graffiti (1975) เพลงที่ได้รับความนิยม Black Dog, Rock and Roll, The Song Remains the Same, Ten Years Song, Trampled Under Foot</p> <p><b>Alice Cooper</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Love It to Death (1971), School's Out (1972), Welcome to My Nightmare (1975) เพลงที่ได้รับความนิยม Caught in a Dream, Is It My Body?, Public Animal#9, School's Out, Welcome to My Nightmare, Only Women Bleed</p>	<p>ประมาณปี 2513 เป็นช่วงที่ดนตรี เฮฟวีเมทัลเพิ่งเข้ามาในเมืองไทย โดยทหารจีโอที่เข้ามาตั้งฐานทัพในประเทศไทย นักดนตรีของไทยที่เริ่มนำดนตรีแนวนี้มาเล่น อาทิเช่น แหลม มอริริสัน กับวง VIP, กิตติกาญจนสถิต, ช อิน ฌ บางช้าง กับวง The Fox และคาไลโดสโคป ซึ่งส่วนใหญ่แล้ววงดังกล่าวจะนำเอาเพลงของวงดนตรีต่างประเทศมาเล่นมากกว่า</p>

ปี ค.ศ./พ.ศ.	วงเสฟวีเมทัลในต่างประเทศ	วงเสฟวีเมทัลในประเทศไทย
	<p><b>UFO</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Flying (1971), Force It (1975), Lights Out (1977) เพลงที่ได้รับความนิยม Silver Bird, Star Storm, Let It Roll, Love Lost Love, Gettin' Ready, Love to Love</p> <p><b>Uriah Heep</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Look at Yourself (1971), Demons and Wizards (1972), Conquest (1980) เพลงที่ได้รับความนิยม Look at Yourself, July Morning, Easy Livin', Rainbow Demon, Carry On, Out On the Street</p> <p><b>Kiss</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Kiss (1974), Dressed to Kill (1975), Love Gun (1977) เพลงที่ได้รับความนิยม Strutter, Black Diamond, C'mon and Love Me, Rock and Roll All Nite, I Stole Your Love, Love Gun</p> <p><b>AC/DC</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Let There Be Rock (1977), Highway to Hell (1979), Back in Black (1980) เพลงที่ได้รับความนิยม Let There Be Rock, Whole Lotta Rosie, Highway to Hell, Shot Down in Flames, Hell Bells, Back in Black</p>	

ปี ค.ศ./พ.ศ.	วงเสฟวีเมทัลในต่างประเทศ	วงเสฟวีเมทัลในประเทศไทย
	<p><b>Judas Priest</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Stained Class (1978), Hell Bent for Leather (1979), British Steel (1980) เพลงที่ได้รับความนิยม Exciter, Beyond the Realms of Death, Delivering the Goods, Hell Bent for Leather, Breaking the Law, Metal Gods</p> <p><b>Iron Maiden</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Soundhouse Tapes (1979), Iron Maiden (1980) เพลงที่ได้รับความนิยม Sanctuary, Remember Tomorrow, Running Free, Phamtom of the Opera</p>	
1980-1990 2523-2533	<p><b>Van Halen</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Women and Children First (1980), 1984 (1984), 5150 (1986) เพลงที่ได้รับความนิยม And the Cradle Will Rock, Could This Be Magic?, Jump, Panama, I'll Wait, Why Can't This Be Love?, Dream, Best of Both Worlds, Love Walks In</p> <p><b>Def Leppard</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม On Through the Night (1980), Pyromania (1983), Hysteria (1987) เพลงที่ได้รับความนิยม Rock Brigade, Hello America, Photograph, Foolin', Rock of Ages, Rocket, Love Bites</p>	<p><b>เนื้อกับหนัง Flesh &amp; Skin</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม เนื้อกับหนัง Flesh &amp; Skin (2526) เพลงที่ได้รับความนิยม ฆาตกรรม</p> <p><b>ดิโอฟาร์ โปรเจกต์</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม กุมภาพันธุ์ (2528), หูเหล็ก (2530) เพลงที่ได้รับความนิยม หูเหล็ก, ออย่าหยุดยั้ง, เราสองคน, หนทางของคุณ</p>

ปี ค.ศ./พ.ศ.	วงเฮฟวีเมทัลในต่างประเทศ	วงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย
	<p><b>Metallica</b>  อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Kill Em' All (1983), Ride the Lightning (1984), Master of Puppets (1986)  เพลงที่ได้รับความนิยม Jump in the Fire, Seek &amp; Destroy, From Whom the Bell Tolls, Creeping Death, Battery, Master of Puppets</p> <p><b>Megadeth</b>  อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Peace Sells...But Who's Buying (1986), Rust in Peace (1990)  เพลงที่ได้รับความนิยม Wake up Dead, Peace Sells, Devil's Island, Holy Wars...The Punishment Due, Hangar 18, Lucretia</p> <p><b>Slayer</b>  อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Reign in Blood (1986), South of Heaven (1988), Seasons in the Abyss (1990)  เพลงที่ได้รับความนิยม Angel of Death, Jesus Save, Jump, Panama, South of Heaven, Spill the Blood Worlds, War Ensemble, Seasons in the Abyss</p> <p><b>Bon Jovi</b>  อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Slippery When Wet (1986), New Jersey (1988)  เพลงที่ได้รับความนิยม You Give Love a Bad Name, Livin' on a Prayer, Wanted Dead or Alive, Lay Your Hands on Me,</p>	



ปี ค.ศ./พ.ศ.	วงเสฟวีเมทัลในต่างประเทศ	วงเสฟวีเมทัลในประเทศไทย
	<p>Bad Machine, Born to Be My Baby</p> <p><b>Guns n' Roses</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Appetite of Destruction (1987), G N' R Lies (1990) เพลงที่ได้รับความนิยม Sweet Child O' Mine, Welcom to The Jungle, Nice Boys, Move to the City, Patience</p> <p><b>Pantera</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Power Metal (1988), Cowboys from Hell (1990) เพลงที่ได้รับความนิยม Rock the World, Over and Out, Proud to Be Loud, Cowboys from Hell, Psycho Holiday, Cemetery Gates</p> <p><b>Queensrÿche</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Operation : Mindcrime (1988), Empire (1990) เพลงที่ได้รับความนิยม Revolution Calling, I Don't Believe in Love, Eyes of a Stranger, Jet City Women, Empire, Silent Lucidity</p> <p><b>Dream Theater</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม When Dream and Day Unite (1989), เพลงที่ได้รับความนิยม A Fortune in Lies, The Killing Hand, Light Fuse and Get Away</p>	

ปี ค.ศ./พ.ศ.	วงเสฟวีเมทัลในต่างประเทศ	วงเสฟวีเมทัลในประเทศไทย
<p>1990-2000 2533-2543</p>	<p><b>Marilyn Manson</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Portrait of an American Family (1994), Antichrist Superstar (1996), Mechanical Animals (1998), Holy Wood (In the Shadow of the Valley of Death) (2000) เพลงที่ได้รับความนิยม Lunchbox, Dope Hat, Irresponsible Hate Anthem, The Beautiful People, Tourniquet, The Fight Song, Disposable Teens</p> <p><b>Korn</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Korn (1994), Follow the Leader (1998), Issue (1999), เพลงที่ได้รับความนิยม Blind, Shoots and Ladders, Freak on a Leash, All in My Family, Empty Heart, Falling Away From Me, Let's Get This Party Started</p> <p><b>Deftones</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Adrenaline (1995), Around the Fur (1997), White Pony (2000) เพลงที่ได้รับความนิยม Bored, 7 Words, Engine Number 9, My Own Summer (Shove It), Head up, Digital Bath, RX Queen, Teenager</p> <p><b>Limp Bizkit</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Three Dollar Bill Y'All (1997), Significant Other (1999), Chocolate Starfish and the Hotdog Flavourd (2000),</p>	<p><b>ดอน ฝิบิน</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม โลกมืด (2535), เส้นทางสายมรณะ (2537) เพลงที่ได้รับความนิยม ต่างคน, ทบทวนทาง, เมื่องมรณะ, สังคมบัญชาการ</p> <p><b>Heretic Angels</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Exterminate the Respiration (2536) เพลงที่ได้รับความนิยม Exterminate The Respiration, Authority Exhausted, Desperate Before Dust, Perpetual Demise, Infinity Of Darkness</p> <p><b>หิน เหล็ก ไฟ</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม หิน เหล็ก ไฟ (2536), คนยุคเหล็ก (2538) เพลงที่ได้รับความนิยม ยอม, พี่เธอ, นางแมว, ไร่ค่างควาไฟ, หลงกล, สอยมันลงมา</p> <p><b>Dezember</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม ลัทธิชาตาน (2537), วินาศกรรม (2538), บาป (2540), คลัง (2541) เพลงที่ได้รับความนิยม ชยะเมื่องยิ้ม, ฆาตกร, เด็กสลัม</p> <p><b>Ebola</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม In My Hate (2542) เพลงที่ได้รับความนิยม In my Hate, Suck – วัน, Puppet Spell, My Way, เหตุเพราะ, ความเป็นไป</p>

ปี ค.ศ./พ.ศ.	วงเสฟวีเมทัลในต่างประเทศ	วงเสฟวีเมทัลในประเทศไทย
	<p>เพลงที่ได้รับความนิยม Nobody Love Me, Faith, Nookie, Break Stuff, My Generation, Rollin'</p> <p><b>Slipknot</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Mate, Feed, Kill, Repeat (1997), Slipknot (1999)</p> <p>เพลงที่ได้รับความนิยม Do Nothing, Killers Are Quiet, Wait and Bleed, Spit It Out, Tattered and Torn</p> <p><b>Rob Zombie</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Hellbilly Deluxe (1998), American Made Music to Strip By (1999)</p> <p>เพลงที่ได้รับความนิยม Dragula, Living Dead Girl, Superbeast</p> <p><b>Queens of the Stone Age</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Queens of the Stone Age (1998), R (2000)</p> <p>เพลงที่ได้รับความนิยม Regular John, Avon, Walkin' on the Sidewalk, Feel Good Hit of the Summer, Better Living Through Chemistry</p> <p><b>System of a Down</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม System of a Down (1998)</p> <p>เพลงที่ได้รับความนิยม Suite-Pee, Sugar, War</p>	

ปี ค.ศ./พ.ศ.	วงเสฟวีเมทัลในต่างประเทศ	วงเสฟวีเมทัลในประเทศไทย
	<p><b>Disturbed</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม The Sickness (2000) เพลงที่ได้รับความนิยม Voice, Stupify, Down with the Sickness</p> <p><b>Linkin Park</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Hybrid Theory (2000) เพลงที่ได้รับความนิยม One Step Closer, In The End, Points of Authority, Somewhere I Belong, Empty Heart</p>	
<p>2000-2006 2543-2549</p>	<p><b>As I Lay Dying</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Beneath the Encasing of Ashes (2001), Shadows Are Security (2005) เพลงที่ได้รับความนิยม Beneath the Encasing of Ashes, The Voice That Betray Me, When This World Fades, Confined, Empty Heart</p> <p><b>WithinTemptation</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Mother Earth (2001), Silent Force (2005) เพลงที่ได้รับความนิยม Ice Queen, Mother Earth, Our Farewell, Stand My Ground, Aquarius</p>	<p><b>Surrender of Divinity</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Oriental Hall Rhythmics (2544) เพลงที่ได้รับความนิยม Conquerors of the Apocalypse, The Darkness Against Light, To reach out for eternity, Satan's Malicious Fire</p> <p><b>กล้วยไทย</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม กล้วยไทย (2546), เพลงรักระดับโลก (2548) เพลงที่ได้รับความนิยม หัวกล้วย, Wake Up, เพลงรักระดับโลก, ลายกล้วยไทย, เสกเพลงเข้าหัว</p>

ปี ค.ศ./พ.ศ.	วงเสฟวีเมทัลในต่างประเทศ	วงเสฟวีเมทัลในประเทศไทย
	<p><b>Killswitch Engage</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Alive or Just Breathing (2002), The End of Heartache (2004) เพลงที่ได้รับความนิยม Fixation on the Darkness, Life to Lifeless, Temple from the Within, When The Darkness Falls, World Ablaze</p> <p><b>3 Inches of Blood</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Battlecry Under a Winter (2003), Advance and Vanquish (2004) เพลงที่ได้รับความนิยม Ride Darkhorse, Destroy the Orcs, Deadly Sinner, Wykydtron</p> <p><b>Avenged Sevenfold</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Walking the Fallen (2003), City of Evil (2005) เพลงที่ได้รับความนิยม Chapter Four, Eternal Rest, Radiant Eclipse, Burn It Down, Bat Country, The Wicked End</p> <p><b>Dragonforce</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม The Valley of the Damned (2003), Inhuman Rampage (2006) เพลงที่ได้รับความนิยม The Valley of the Damned, Black Winter Night, Evening Star, Revolution Deathsquad, Operation Ground and Pound</p>	<p><b>Outro</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Outro (2546), Through (2548) เพลงที่ได้รับความนิยม เบื่อ, กล้ามั้ย, หยุด ตะโกน, คนใจหิน</p> <p><b>Tazzmanian</b> อัลบั้มที่ได้รับความนิยม What's up MAdS Compilation Vol.1 (2548) เพลงที่ได้รับความนิยม ชี้, ประสาทแตก</p>



ปี ค.ศ./พ.ศ.	วงเสฟวีเมทัลในต่างประเทศ	วงเสฟวีเมทัลในประเทศไทย
	<p><b>Lamb of God</b>  อัลบั้มที่ได้รับความนิยม As the Palaces Burn (2003), Ashes of the Wake (2004)  เพลงที่ได้รับความนิยม As the Palaces Burn, Boot Scraper, In Defense of Our Good Name, Laid to Rest, Now You've Got Something to Die For</p> <p><b>Devil Driver</b>  อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Devil Driver (2003), The Fury of Our Maker's Hand (2005)  เพลงที่ได้รับความนิยม Nothing's Wrong, Die (And Die Now) , Swinging The Dead, Sin &amp; Sacrifice, Before the Hangman's Noose</p> <p><b>Evanescence</b>  อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Fallen (2003)  เพลงที่ได้รับความนิยม Bring Me to Life, My Immortal, Going Under</p> <p><b>Trivium</b>  อัลบั้มที่ได้รับความนิยม Ascendancy (2005)  เพลงที่ได้รับความนิยม The End of Everything, The Deceived, Dying in Your Arms</p>	

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวชลวรรณ วงษ์อินทร์ เกิดเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2522 สำเร็จการศึกษา  
ระดับปริญญาตรีรัฐศาสตร์การเมืองการปกครอง คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปี  
การศึกษา 2543 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2546



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย