บทที่ 6

การแพร่กระจายของวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพในประเทศไทย

ผลการศึกษา ด้วยวิธีการสัมภาษณ์บุคคลเชิงลึก และการวิเคราะห์เอกสาร พบว่า ลักษณะของการแพร่กระจายของวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพในประเทศไทยในช่วงแรกเกิดขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปโดยจำกัดอยู่เฉพาะภายในกลุ่มเล็กๆ จุดเริ่มต้นของการรับวัฒนธรรมฮิพฮอพเริ่มจากกลุ่มวัยรุ่นในเขตเมือง (Urban) ที่นิยมรับวัฒนธรรมอเมริกัน ก่อนที่จะมีการขยายตัวในวงกว้างมากขึ้นด้วยปัจจัยต่างๆ โดยเฉพาะช่องทางของการสื่อสารมวลชนสมัยใหม่ในรูปแบบต่างๆ ที่ส่งผลให้ในปัจจุบันวัฒนธรรมฮิพฮอพได้กลายเป็นวัฒนธรรมวัยรุ่นที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในประเทศไทย

ลักษณะของการแพร่กระจายของวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพในประเทศไทยได้แพร่กระจายไปอย่างช้าๆ โดยอาศัยระยะเวลายาวนานกว่าสิบปี ก่อนมีการแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วในช่วงระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยมีอิทธิพลจากปัจจัยสำคัญ อาทิ อิทธิพลจากสื่อต่างประเทศ, เทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ และการขยายตัวทางด้านตลาดสินค้าทางวัฒนธรรมของกลุ่มวัยรุ่น จุดเริ่มในการแพร่กระจายวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพในสังคมไทยเริ่มจากกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมกีฬาสเก็ตบอร์ด ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นระดับชนชั้นกลางขึ้นไป ที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมต่อการรับวัฒนธรรมฮิพฮอพเป็นกลุ่มแรก

6.1 กลุ่มวัยรุ่นสเก็ตบอร์ด: จุดกำเนิดของการรับวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพในประเทศไทย

จุดกำเนิดในการรับวัฒนธรรมฮิพฮอพในสังคมไทยเริ่มปรากฏชัดเจนขึ้นจากกลุ่มวัยรุ่นที่เล่นสเก็ตบอร์ดในพื้นที่ใจกลางเมือง ณ บริเวณใกล้ห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง และสยามสแควร์ ในช่วงประมาณ พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวถือเป็นจุดศูนย์กลางการรับวัฒนธรรมตะวันตก และเป็นแหล่งแฟชั่นของกลุ่มวัยรุ่น โดยกลุ่มวัยรุ่นที่เล่นกีฬาสเก็ตบอร์ด ส่วนใหญ่ที่มีฐานะดี อยู่ในระดับชนชั้นกลางขึ้นไป มักเป็นกลุ่มผู้นำในการรับแฟชั่นใหม่ๆ นอกจากนี้ การที่สมาชิกในกลุ่มบางคนได้เดินทางไปรับวัฒนธรรมฮิพฮอพในต่างประเทศ แล้วนำกลับมาเผยแพร่สู่สมาชิกคนอื่นๆ ภายในกลุ่ม ส่งผลให้เกิดการแพร่กระจายแบบเฉพาะกลุ่ม ที่นำไปสู่กิจกรรมใหม่

ทางด้านดนตรี โดยศิลปินโจอี้ บอยได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับความเป็นมาของกลุ่มสเก็ตบอร์ดใน นิตยสาร DDT ฉบับ กุมภาพันธ์ 2548 ไว้ว่า

"คนเล่นสเก็ตบอร์ดจะรู้ว่ามันเท่ มันเป็นกีฬาที่เท่ ที่สุดแล้วในบรรดาพวกเอ็กซ์เกมทั้งหลาย เป็นที่สุด ของ Skill แล้ว คือ ไม้กระดานซักผ้าแผ่นนึง แต่ว่ามันต้องใช้ Skill มากๆ ไม่ได้ใช้พละกำลัง หรือ ไม่ได้ใช้อะไรเลย ต้องเล่นถึงจะรู้ สังคมสเก็ตบอร์ดตอนนั้น นับหัวกันได้ รู้สึกจะมีอยู่ประมาณ 20 คน คนเริ่มเล่นแรกๆ จะเป็นเพื่อนกัน ซึ่งเขาจะมีเป็นแก๊งส์ๆ แก๊งส์หัวหมากมีอยู่ประมาณ 5-6 คน แล้วก็มีแก๊งส์วัดตะกล่ำ อันนี้คลาสสิคมาก รุจน์ ต้นโต้ง สามคนนนี้เป็นตัวคลาสสิค แล้วก็มีแก๊งวรจักร อยู่แถวบ้านผม ส่วนผมจะไปอยู่กับแก๊งซอยอารีย์มากกว่า

...แก๊งส์ที่เริ่มเล่นสเก็ตบอร์ดมาด้วยกันนี่ประกอบด้วย.. ไอ้ณัฐ ไอ้ขัน (ขันเงิน เนื้อนวล) ไอ้ที ดีเจ คาโร่ (คาโร่ แนนนี่) ดีเจ ดาก้อน (มังกร ทิมกุล) ไอ้เนย (suburbian) พวกนี้เล่นสเก็ตมาด้วยกันทั้งหมด ส่วนดีเจสไปดามังกี้ (เมธี ขวัญบุญจัน) นี่มารุ่นหลัง เป็นแก๊งเด็กสาธิตจุฬา พูดง่ายๆ ว่าคนกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ที่ผมรู้จักอยู่ในวงการดนตรีนี่ แม่งเล่นสเก็ตบอร์ดมากับผมมาตั้งแต่เด็กๆทั้งนั้น

...วัฒนธรรมฮิพฮอพนี่มาทีหลังเลยครับเราเพียงแค่เล่นสเก็ตบอร์ดกัน อีกอย่างตอนนั้นเพลงฮิพฮอพเขายังไม่เรียกว่าฮิพฮอพเลย เขาเรียกว่าเพลงแร็พ เป็นเพลงแร็พ เป็นเด็กแร็พ เป็นช่วงแร็พแล้วมันก็ตายไป แล้วมันก็กลับมาใหม่ มันก็เป็นอย่างนี้ Off& On Off& On Off& On Off& On" (DDT Magazine, กุมภาพันธ์ 2548)

บริบทสังคมไทยในช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา ข่าวสารทางด้านดนตรีฮิพฮอพนั้นปรากฏอยู่เพียงจำนวนน้อยมาก เนื่องจากเป็นช่วงที่ดนตรีฮิพฮอพจากสหรัฐฯ เพิ่งได้รับการแนะนำสู่สังคมอื่นๆ ดังนั้นปริมาณข่าวสารด้านดนตรีจากต่างประเทศที่ได้รับการเสนอเป็นส่วนใหญ่ยังคงเป็นข่าวสารของวงการเพลงร็อคจากต่างประเทศ ที่สามารถติดตามได้จากรูปแบบนิตยสารด้านดนตรี อาทิ บันเทิงคดี, สตาร์พิคส์, สีสัน เป็นต้น ขณะเดียวกันช่องทางอื่นๆ สำหรับการรับ

ข่าวสารทางดนตรีจากต่างประเทศในสื่ออื่นๆนั้นพบน้อยมาก โดยเทปเพลงฮิพฮอพที่ทันสมัย ณ เวลานั้น จะถูกนำเข้ามาจำหน่ายในรูปแบบของผลงานเพลงละเมิดลิขสิทธ์ ดังนั้น การรับวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพที่เกิดขึ้นในยุคแรกนี้จึงมีช่องทางของการรับวัฒนธรรมฮิพฮอพน้อยมาก ที่ได้รับความนิยมอยู่เฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นจำนวนจำกัดเท่านั้น

ข่าวสารด้านวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพที่มีการรับโดยกลุ่มวัยรุ่นที่เล่นสเก็ตบอร์ดนั้น มีลักษณะของการรับข่าวสารของวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพในเชิงพาณิชย์ ซึ่งในสหรัฐฯ ขณะนั้นเรียกแนวดนตรีชนิดนี้ว่า "ดนตรีแร็พ" จึงทำให้การรับแนวดนตรีใหม่ที่เกิดขึ้น ณ ขณะนั้นเป็นกระแสของ "ดนตรีแร็พ"

กลุ่มวัยรุ่นที่เล่นกีฬาสเก็ตบอร์ดในยุคนั้นนิยมรับข่าวสารจากสังคมอเมริกันในปริมาณที่สูงกว่าวัยรุ่นกลุ่มอื่นๆ โดยรับอิทธิพลในด้านการแต่งกาย, เกมส์กีฬา และดนตรี แล้วเกิดการสร้างตัวตน (identity) ผ่านการบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมในด้านแฟชั่นการแต่งกาย และอุปกรณ์กีฬา ซึ่งในยุคนั้นมีจำหน่ายเพียงไม่กี่ร้าน ส่วนใหญ่อยู่ในห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง ที่มีการนำเข้าสินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องกีฬาแบบวัยรุ่นอเมริกันมาจำหน่ายแก่กลุ่มวัยรุ่นในประเทศไทย โดยมีร้านค้าที่สำคัญ ได้แก่ ร้านต่าย สเก็ตบอร์ด และร้านกบ สเก็ตบอร์ด

> *"...การชอบสเกตบอร์ด ทำให้ชอบอเมริกันคัลเจอร์ ทำให้เกิดกระแสของกีฬา ที่มาทั้งเรื่องของการแต่งกาย ซึ่งจริงๆแล้วฮิพฮอพแร็พกับสเก็ตก็ไม่ค่อยเกี่ยวกันนักหรอก แต่คนที่นั่นเขาก็มีการหยิบยืมกัน ส่วนเราก็ดูดมาจากสเก็ตอีกที ซึ่งเพลงตอนนั้นเราก็ฟัง เมทัลลิกา กันแอนด์โรส เป็นกีฬาที่มีเทรนด์ ของผู้ใหญ่มีกอล์ฟ เด็กมีสเก็ตบอร์ดที่เข้ามาทั้งแฟชั่น เครื่องแต่งตัว*
>
> *พอดูวิดีโอสเก็ตบ่อยๆ ก็ทำให้ซึมซับเพลงเข้ามาด้วย พั้งค์สมัยก่อนก็เข้ามาดังกันแล้ว พั้งค์ญี่ปุ่นดังมากมีมิกซ์เทปของแมงป่อง ที่ชื่อ Harajuku dance โดยสมัยนั้นเป็นวัยรุ่นที่ยังต้องค้นหา และสนุกกับชีวิตอยู่ ไม่แน่นอน แต่วันหนึ่งเราชอบสเก็ตมาก แต่พออยู่นานๆ กับสเก็ตก็ทำให้ซึมวัฒนธรรมอเมริกันเข้ามาเยอะ รับภาพและเสียงเข้ามาจากวิดีโอสเก็ต ต่อมาก็เริ่มชอบฮิพฮอพ เพราะคิดว่ามันฟรีสไตล์ดี ไม่ต้องรอวง ทำเพลงคนเดียวได้" (สิวากร มุตตามะระ, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2548)*

ในเวลาต่อมากลุ่มวัยรุ่นที่มีรสนิยมการรับวัฒนธรรมอเมริกันอย่างกลุ่มวัยรุ่นสเก็ตบอร์ดได้มีการขยายวงของกลุ่มเพื่อนไปสู่กลุ่มเด็กนักเรียนโรงเรียนนานาชาติ ทำให้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารความทันสมัยของวัฒนธรรมวัยรุ่นเพิ่มมากขึ้น ทำให้กระแสความนิยมของดนตรีแร็พนั้นได้รับความนิยมในวงกว้างขึ้น จนถึงการรวมกลุ่มจัดปาร์ตี้ สังสรรค์กันตามผับหรือคลับตอนกลางคืนที่มีบรรยากาศคล้ายคลึงกับการจัดปาร์ตี้ฮิพฮอพในต่างประเทศ ที่มีดีเจ เอ็มซี โดยในยุคนั้นรูปแบบของปาร์ตี้ฮิพฮอพเริ่มเป็นที่แพร่หลายมากขึ้นในกลุ่มวัยรุ่นนานาชาติและกลุ่มวัยรุ่นทันสมัยฐานะดี

> *"...ผมมาอยู่ที่นี่ได้ประมาณเกือบ 8 ปี ครับ สมัยที่มาใหม่ๆก็เป็นตามผับเมื่อก่อนเป็นดิสโก้ ไม่มีเปิดแนวฮิพฮอพ ไม่มีที่ไหนเลย แล้วผมก็อยากเปิดเพลงด้วย ซักพักผมก็ได้ข่าวว่ามีที่สีลม ซอย4 ชื่อ speed เค้าบอกว่าอาทิตย์ ละครั้งจะมีปาร์ตี้ฮิพฮอพ นั่นคือโจอี้ บอยเค้าจะจัดกัน ตอนนั้นที่ผมไปครั้งแรกก็คือโจอี้ บอย แล้วก็มีดีเจมังกร สมัยนั้นยังเปิดฮิพฮอพอยู่แล้วก็ชื่อนัท คนที่เป็นmc ให้โจอี้ บอยสมัยนั้น*
>
> *...ผมก็เข้าไปบอกโจ้ (โจอี้ บอย) ว่าผมก็เปิดฮิพฮอพอยู่แล้วสามารถไปเปิดด้วยได้มั้ย เดี๋ยวผมจะเอาเดโมมา แล้วหลังจากนั้นผมก็ไปร่วมทุกครั้ง นอกจากนั้นก็มี ดีเจ หมี ตอนนั้นรู้สึกจะมีแค่นี้แหละ เล่นไปเล่นมาก็เริ่มขยายขึ้น คนที่มาเที่ยวก็เริ่มเยอะขึ้น คนที่มาส่วนใหญ่ก็จะเป็นเด็กอินเตอร์ เด็กไทยก็ไม่ค่อยจะมีเท่าไหร่เมื่อประมาณ 6-7 ปีที่แล้ว ก็ไปเรื่อยๆ จนถึงเล่นทุกวันเสาร์แล้วก็เพิ่มเป็น ศุกร์เสาร์ คนก็เริ่มเยอะขึ้น" (ดีเจม่า, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2549)*

ดังนั้นการรับและเผยแพร่วัฒนธรรมฮิพฮอพที่เป็นนวัตกรรมใหม่ในสังคมไทยยุคนี้จึงเป็นกระบวนการเผยแพร่ผ่านการสื่อสารระดับบุคคลไปจนถึงการสื่อสารระดับกลุ่มบุคคลเป็นหลัก ทำให้วัฒนธรรมฮิพฮอพเป็นความนิยมใหม่ที่แพร่หลายอยู่ในวงจำกัด โดยความนิยมที่ปรากฏจะพบได้ในลักษณะของการแต่งกายที่แปลกตา เสื้อผ้าที่ดูรุ่มร่าม และการจัดปาร์ตี้ฮิพฮอพ ของกลุ่มวัยรุ่นกลุ่มเล็กๆในเขตใจกลางเมือง ดังนั้นภาพทั่วไปที่พบเห็นมากที่สุดของการแพร่กระจายวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพยุคแรกได้แก่ สไตล์การแต่งตัวของกลุ่มวัยรุ่นสเก็ตบอร์ดและกลุ่มนักเรียนโรงเรียนนานาชาติ โดยความนิยมดังกล่าวมิได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นไปอีกประการใด

6.2 การแพร่กระจายของวัฒนธรรมฮิพฮอพในเขตเมืองผ่านการสื่อสารด้วยดนตรีจากค่ายเพลงเล็ก

ระบบธุรกิจเพลงไทยสมัยนิยมได้มีบทบาทสำคัญที่ทำให้วัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพแพร่กระจายเพิ่มมากขึ้นในสังคมไทย จากการที่ค่ายเพลงเล็กได้ให้ความสนใจในการผลิตศิลปินแนวเพลงแร็พเกิดขึ้น ขณะเดียวกันปัจจัยในด้านระบบธุรกิจการตลาดในค่ายเพลงได้กำหนดให้การผลิตศิลปินในแนวเพลงแร็พนั้นจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนในรูปแบบและเนื้อหาของศิลปินเพลงแร็พให้สอดคล้องเข้ากับบริบทของสังคมไทย

ในช่วงปี พ.ศ. 2533 - 2534 ค่ายเพลงใหญ่เริ่มให้ความสนใจในการผลิตศิลปินขวัญใจวัยรุ่นสมัยใหม่ที่มีความสามารถทั้งในด้านการร้อง และการเต้น โดยค่ายเพลงแกรมมี่ได้ลงทุนในการสร้างซุปเปอร์สตาร์โดยทุ่มเม็ดเงินเพื่อโปรโมตโฆษณา ผ่านสื่อ ทีวี วิทยุ และ สิ่งพิมพ์ อย่างศิลปิน เจ เจตริน และ คริสติน่า อากีลาร์ ในเวลาต่อมาค่ายเพลงอาร์เอสก็ได้ผลิตศิลปิน ทัช ณ ตะกั่วทุ่ง ที่มาในลีลา "ทัช ธันเดอร์" พร้อมโลโก้ สายฟ้าประจำตัว และ ท่าเต้นเท้าไฟ ในยุคนี้ค่ายเพลงใหญ่ในสังคมไทยจึงเริ่มให้ความสนใจจะลอกเลียนและสร้างศิลปินเพลงแร็พตามอิทธิพลหรือกระแสความนิยมทางดนตรีจากตะวันตก แต่อย่างไรก็ตาม ผลงานโดยรวมที่เกิดขึ้นล้วนเป็นศิลปินแนวเพลงป๊อปที่นำเอาสไตล์การแร็พมาผสมผสานเพียงเท่านั้น

ผลงานเพลงแร็พของวง TKO ในปี พ.ศ.2535 ได้เกิดขึ้นท่ามกลางบริบทการแข่งขันที่สูงของระบบธุรกิจเทปเพลงในเมืองไทย โดยค่ายเพลงใหญ่แกรมมี่ และ อาร์เอส เริ่มที่จะรับเอาสไตล์ดนตรีแร็พ เข้ามาทดลองตลาดและเผยแพร่ให้กับวัยรุ่นไทย หากแต่ผลงานเพลงแนวแร็พแท้ๆอย่าง วง TKO เกิดขึ้นจากผลงานของ "สุกี้" กมล สุโกศล แคลปป์ ที่เป็นผู้สร้างศิลปิน วง TKO เสนอตามค่ายเพลง ซึ่งค่ายเพลงที่เปิดรับในผลงานครั้งนั้น ได้แก่ ค่ายเพลงคีตา เร็คคอร์ด ที่มักมีนโยบายเปิดกว้างและให้โอกาสกับการสร้างศิลปินในแนวเพลงที่แปลกใหม่แหวกแนว

ผลงานแนวแร็พของวง TKO ได้สร้างความแปลกใหม่กับวงการเพลงไทยในเรื่องของสไตล์ดนตรีและการร้อง ที่มีการร้องแร็พภาษาอังกฤษ ปน ภาษาไทย อย่างชัดเจน หากแต่บริบทสังคมไทยในตอนนั้นยังไม่เอื้ออำนวยต่อความนิยมในสไตล์เพลงดังกล่าว ดังนั้น กลุ่มที่ฟังเพลงแร็พที่มีจำนวนน้อย จึงมิสามารถทำให้แนวเพลงนี้ประสบความสำเร็จในด้านยอดขายได้

พ.ศ. 2537 อิทธิพลของวงการเพลงในต่างประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงหลายด้านได้ส่งผลให้เกิดความหลากหลายในวงการเพลงไทยสมัยนิยมของไทยเช่นกัน โดยในปีนี้ได้มีค่ายเพลงใหม่ "เบเกอรี่" เกิดขึ้น ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดและช่องทางการสื่อสารมวลชนที่จำกัดของค่ายเพลงเบเกอรี่ที่ต่างจากช่องทางของค่ายเพลงใหญ่อย่าง แกรมมี่ และ อาร์ เอส ทำให้การใช้ช่องทางของสื่อมวลชนที่จำกัดของค่ายเพลงเบเกอรี่ จำเป็นต้องเกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือ ผู้รับสารให้ได้มากที่สุด โดยความสำเร็จของศิลปิน โมเดิร์น ด็อก ของค่ายเพลงเบเกอรี่ นั้นเป็นการปูทางให้ผลงานต่อๆมาของศิลปินเพลงในค่ายนี้ ซึ่งสาลิณี ปันยารชุน ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ในเบเกอรี่ มิวสิค แมกกาซีน ฉบับ เมษายน 2547 ว่า

> *"ตอนนั้นจะใช้ Personal Connection ของตัวเองเป็นหลัก ใช้เต็มที่ร้อยเปอร์เซ็นต์ ...หลังจากเริ่มต้นด้วย Culture Shock อย่างกรณีของโมเดิร์น ด็อก เป็นวงอินดี้ไทยวงแรก เพราะตอนนั้นเมืองไทยยังไม่มี เล่นหนแรกที่แชนแนลวี แล้วก็แมกกาซีน วางไปแต่ละที่ เริ่มต้นทางวิทยุ ที่แรกๆมีฮอตเวฟ ซึ่งคุณ เต็ด (ยุทธนา บุญอ้อม) ก็ไปแนะนำ เน้นที่ สไมล์ทีวี, แชนแนลวี แล้วก็ฮอตเวฟ" (Bakery Music Magazine, เมษายน 2547)*

จะเห็นได้ว่าการผลิตศิลปินแนวเพลงแร็พในสังคมไทยยุคแรกๆไม่อาจสอดคล้องกับแนวเพลงค่ายใหญ่ เนื่องจากความไม่คุ้มค่าทางด้านการตลาด ในการที่จะผลิตศิลปินสำหรับผู้ฟังเฉพาะกลุ่ม ดังนั้นการเกิดของศิลปินในแนวแร็พไทยจากค่ายเพลงเล็กขึ้นได้นั้นจะต้องมีลักษณะของการปรับเปลี่ยนเพื่อความเหมาะสมกับสภาพตลาดของกลุ่มผู้ฟังเพลงวัยรุ่นในเมืองไทย

ดังนั้นการที่ค่ายเพลงเบเกอรี่ เริ่มผลิตผลงานในแนวเพลงแร็พขึ้นมานั้นจึงมีความเสี่ยงสูงในด้านธุรกิจ เนื่องจากเป็นแนวเพลงใหม่ต่อสังคมไทย การเกิดของศิลปินแร็พโจอี้ บอย จากสังกัดค่ายเบเกอรี่ จึงเป็นทางเลือกใหม่ให้กับกลุ่มวัยรุ่นที่เบื่อศิลปินแนวเพลงวัยรุ่นอื่นๆที่มีความซ้ำซาก โดยปัจจัยที่ทำให้ผลงานของศิลปินโจอี้ บอย ได้รับความนิยมมาจากเนื้อหาของเพลงแร็พ ของศิลปินโจอี้ บอยที่นำเสนอเรื่องราวและมุมมองของวัยรุ่นในด้านความรัก ขณะเดียวกันจังหวะและอารมณ์ดนตรีที่มีความสนุกสนานเหมาะสำหรับการเต้นรำของกลุ่มวัยรุ่น ได้ทำให้ดนตรีแร็พที่เกิดขึ้นใหม่ในบริบทของสังคมไทยเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ง่ายสำหรับกลุ่มวัยรุ่นในเมืองที่ชื่นชอบผลงานเพลงที่ทันสมัย ทำให้การแพร่กระจายของแนวดนตรีแร็พ จากศิลปินโจอี้ บอย เริ่มแพร่กระจายสู่กลุ่มวัยรุ่นกลุ่มต่างๆ ภายในเขตเมือง

สาลิณี ปันยารชุน ได้ให้สัมภาษณ์ในเบเกอรี่ มิวสิค แม็กกาซีน ฉบับ เมษายน 2547 ที่กล่าวถึงกลยุทธ์ในด้านกลุ่มแฟนเพลงของค่ายเพลงเบเกอรี่เอาไว้ดังนี้

> *"แฟนเพลงของเราส่วนใหญ่ก็เป็นนักศึกษาส่วนหนึ่ง ขณะเดียวกันเราก็อยากแนะนำสิ่งใหม่ไปทางแมสด้วย อย่างสังเกตว่าถ้าพวกเราไปคลับมันจะมีพวกที่เป็นทาร์เก็ตอยู่แล้ว เพราะแต่ก่อนคนเที่ยวคลับก็จะเป็นแมสมาก ขณะเดียวกัน มันก็มีเพลงบางเพลงที่ทั้งสองกลุ่มสามารถไปด้วยกันได้ เราก็เลยให้คนได้รับรู้เวลาไปเล่นไลฟ์โชว์ โดยจุดประสงค์จริงๆ ของการเล่น คือให้เกิดกระแสเพื่อที่เพลงจะได้ Air Play ทางวิทยุและในคลับซึ่งก็โอเค แนวเพลงของค่ายเรานั้นเลือกที่จะไม่ให้ซ้ำแบบเดิมที่ผ่านมา สมเกียรติไปทางหนึ่ง คุณสุกี้จะเป็นทางร็อคทางแร็พ แล้วอีกอย่างมันเป็น factor สำคัญด้วยที่ทุกอย่างมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของยุคดนตรีพอดีก็ถือว่าเป็นการนำสิ่งใหม่ที่ทันเกิดขึ้นในเมืองไทย" (Bakery music Magazine, เมษายน 2547)*

การคัดเลือกศิลปินของค่ายเล็กนั้นจะพบว่ามีจุดเด่นที่ต้องหาคนที่มีความพร้อมต่อการเป็นศิลปิน เพื่อต้นทุนในการผลิตที่ต่ำ การเกิดของศิลปินโจอี้ บอย ที่เป็นวัยรุ่นในกลุ่มผู้นำการรับเอาวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพเข้ามาเป็นกลุ่มแรก จึงได้กลายเป็นผู้ที่ถูกคัดเลือกเข้ามาในสื่อ โดยกระแสความนิยมในการผลิตศิลปินในแนวดนตรีแร็พในเมืองไทย จำเป็นต้องอาศัยต้นทุนทางวัฒนธรรมของผู้ที่จะเข้ามาเป็นศิลปินอยู่ก่อน ดังนั้นจะพบว่ากลุ่มเด็กโรงเรียนนานาชาติ หรือเด็กลูกครึ่ง ที่เป็นกลุ่มที่สัมผัสใกล้ชิดกับวัฒนธรรมตะวันตกจึงเป็นกลุ่มที่มีต้นทุนทางสังคมวัฒนธรรมที่สื่อและค่ายเพลงนิยมคัดเลือกเข้ามา

ภาพที่ 36 ภาพข่าวของศิลปินโจอี้ บอย

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของค่ายเพลงเล็ก กับ ค่ายเพลงใหญ่นั้นมีความแตกต่างกันเป็นอย่างมาก โดยตลาดในการจัดจำหน่ายผลงานของค่ายเพลงเล็กมักจะอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลเป็นหลัก เนื่องจากสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์หลักได้แก่ คลื่นวิทยุเพียงไม่กี่สถานีที่มีความเป็นกลางในการนำเสนอผลงานจากค่ายเพลงที่หลากหลาย ดังนั้นค่ายเพลงเล็กอย่างเบเกอรี่ที่ในยุคนั้นนำเสนอผลงานเพลงผ่านคลื่นวิทยุฮอตเวฟ หรือ ไพเรต ร็อค นั้นเป็นการนำเสนอผลงานที่มีความแปลกใหม่ด้วยการใช้ช่องทางการสื่อสารและจัดจำหน่ายที่มีอย่างจำกัดได้คุ้มค่า ทำให้ยอดขายที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในเขตเมืองได้กลายเป็นบทพิสูจน์ให้เห็นถึงความสำเร็จและการแพร่หลายเป็นที่นิยมของศิลปินเพลงแร็พมากขึ้น โดยในเรื่องของตัวแทนจัดจำหน่ายนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ค่ายเพลงเล็กส่วนใหญ่มักประสบปัญหา ขณะที่ค่ายเพลงใหญ่จะมีลักษณะของการทำธุรกิจเพลงครบวงจรที่ทำให้ช่องทางในการเผยแพร่จัดจำหน่ายผลงานเพลงให้แพร่หลายมีมากกว่า ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้แนวเพลงแร็พในช่วงแรกได้รับความนิยมภายในกลุ่มวัยรุ่นจำนวนหนึ่งในเขตเมือง

> *"..คือในเรื่องของการโปรโมชั่นที่มีคอนเนคชั่นต่างกัน เรื่องของการประชาสัมพันธ์ อย่างค่ายเล็กถ้าอยู่ในวงการนานสามารถไปดีล กับทั้งคลื่นวิทยุ โอกาสโตก็มีได้ตลอด ค่ายเล็กบางอันก็มียอดขายดี มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี ก็สามารถขายดี*
>
> *ค่ายใหญ่ต้นทุนการทำจะเยอะ ในการประชาสัมพันธ์ ก็ต้องทำเพื่อวอลุ่มที่เยอะ แต่อินดี้ ก็ทำในสเกลเล็ก..แนวเพลงแร็พมีความฉีก ถึงจะขายได้เพลงจะต้องมีความหลากหลาย" (อนุชา นาคน้อย, สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2549)*

ยอดขายเทปของศิลปินโจอี้ บอยที่มีจำนวนสูงถึงล้านตลับเป็นสิ่งที่พิสูจน์ถึงเสียงตอบรับของกลุ่มคนฟังที่ขยายตัวมากขึ้น ทำให้การสร้างศิลปินเพลงแนวแร็พเริ่มเป็นที่สนใจจากค่ายเพลงใหญ่อยู่บ้าง หากแต่ผลงานที่เกิดขึ้นในแนวเพลงแร็พที่เกิดขึ้นโดยค่ายเพลงใหญ่ที่ผ่านมานั้นไม่ประสบความสำเร็จเท่าใดนักเนื่องจากยังไม่กล้าที่จะลงทุนในการผลิตศิลปินเพลงแนวแร็พอย่างจริงจัง ในเวลาต่อมาปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีการผลิตดนตรีที่มีราคาถูกลง ส่งผลให้การลงทุนในแนวเพลงแร็พมีมากขึ้นจากค่ายเพลงเล็กอื่นๆ โดยเป็นลักษณะการลงทุนที่มุ่งหวังยอดขายไม่สูงมากจากกลุ่มแฟนเพลงเฉพาะกลุ่มที่ได้รับผลกำไรตอบแทนที่คุ้มค่าเนื่องจากต้นทุนการผลิตที่ต่ำ

"...โจอี้มีชุดนึงที่คนฟังกันเยอะมากชุด fun fun fun ที่มีกากี่นั้งขาย เป็นล้านแผ่น แล้วก็อีกปีนึงผ่านมาออกอัลบั้มหนึ่งชุด สาละวันเตี้ยลงได้ไม่กี่พันแผ่น ยอดต่างกันฟ้ากะดิน ชุดละล้านกับหมื่นแผ่น ฉะนั้นต้องยอมรับว่ากระแสฮิพฮอพต้องมาด้วย เพลงต้องโดน คนไม่ได้ฟังว่าแนวจังหวะบีต ไม่ใช้ฮิพฮอพ แบบอินเตอร์เนชั่นแนลไม่ แสดงว่าผู้บริโภคยังต้องการเนื้ออยู่ คนไทยยังไงก็ยังต้องการเนื้ออยู่ แค่นั้นเอง อะไรบีตที่เสียงภาษา ดูยากๆ บีตเสียงๆจังหวะแบบทันสมัย คนก็ยังบริโภคน้อย แต่ถ้าเนื้อหาโดนพวกกากี่นั้งเพลงฟัน ฟัน ฟันมันได้ ถามชุดต่อมามันก็ดีแต่ไม่โดนคนก็ไม่ซื้อ ยอดต่างกันแล้ว .."(ธนโชติ เพียรเสมา, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2548)

ผลงานของศิลปิน ขัน-ที สังกัดค่ายเอทาวน์ เร็คคอร์ด ที่ใช้เงินลงทุนในการผลิตไม่สูงมาก สามารถประสบความสำเร็จในด้านยอดขายและทำให้สังคมไทยเริ่มรู้จักกับแนวเพลงฮิพฮอพมากขึ้น

"...ตอนนั้นวงฮิพฮอพเกิดขึ้นได้เพราะตลาดเพลงเปิดกว้างขึ้น และการลงทุนกับศิลปินอินดี้นั้นมีราคาถูกมาก ซึ่งเบรกอีเวนต์นั้นอยู่ที่เจ็ดพันม้วน ก็คุ้มแล้ว ทำให้มีคนที่พร้อมจะลงทุน มีนายทุนเช่นลูกเจ้าของโรงแรมมาลงทุนทำค่ายเพลง เป็นการลงทุนที่คุ้มค่าที่ทำนิดเดียวและก็กำไร และอุปกรณ์ในการทำเพลงฮิพฮอพมันง่าย ก็ทำให้มันง่ายๆๆ การแซมปลิ้งเป็นเรื่องไม่แปลก..." (ต่อพงษ์ เศวตามร์,สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2549)

แต่อย่างไรก็ตามเหตุผลอีกประการหนึ่งที่อาจเป็นสาเหตุให้การแพร่กระจายของวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพนั้นจำกัดอยู่เฉพาะในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล นั้นมาจากลักษณะพฤติกรรมนิสัยของกลุ่มวัยรุ่น โดย ยุทธนา บุญอ้อม ได้ให้สัมภาษณ์ในนิตยสาร Positioning ฉบับกุมภาพันธ์ 2548 โดยกล่าวว่า

"นิสัยวัยรุ่นบ้านเราก็คือ ถ้าเกิดอะไรที่มันเล็กๆแล้วมันดี เขาจะรู้สึกหวงไม่ค่อยอยากเผยแพร่ให้คนอื่นรู้ด้วย แทนที่เขาจะบอกเพื่อน เขาจะเก็บไว้ คือเขารู้สึกว่าถ้ามีใครชอบของพวกนี้มากขึ้น เขาจะไม่ชอบของอันนั้นทันที" ดังนั้นคำว่า "กลัวของโหล" เป็นวิธีคิดและพฤติกรรมของวัยรุ่นไทย ทำให้ของบางอย่างที่ดีไม่ได้รับการเผยแพร่อันเป็นที่มาของหลายวิธีคิดที่ปฏิเสธจะไม่ทำตามกระแสหลัก" (Positioning magazine, กุมภาพันธ์ 2548)

กล่าวโดยสรุปได้ว่าแนวดนตรีแร็พในสังคมไทยที่เกิดขึ้นยุคแรกๆได้ถือกำเนิดจากค่ายเพลงเล็กเพื่อเป็นการตอบสนองต่อกลุ่มผู้ฟังวัยรุ่นที่ต้องการความแปลกใหม่ในด้านการฟังเพลง ซึ่งกลุ่มผู้ฟังดังกล่าวถือเป็นกลุ่มผู้ฟังกลุ่มย่อยที่มีรสนิยมความชื่นชอบที่แตกต่างไม่ซ้ำใคร ดังนั้นสัดส่วนของกลุ่มวัยรุ่นที่มีรสนิยมการฟังแยกย่อยจึงเป็นกลุ่มที่มีจำนวนน้อยเมื่อเทียบสัดส่วนกับกลุ่มวัยรุ่นในเมืองทั้งหมด ดังนั้นมิติของการแพร่กระจายของดนตรีแร็พได้ขยายวงออกจากกลุ่มวัยรุ่นอย่างกลุ่มสเก็ตบอร์ด มาสู่กลุ่มวัยรุ่นในเมืองกลุ่มอื่นๆ ในวงกว้างขึ้นผ่านรูปแบบผลงานเพลงแนวแร็พจากศิลปิน โจอี้ บอย, ขัน-ที, Na Na Cha เป็นต้น

ขณะเดียวกันจะพบว่าสาเหตุที่ช่องทางการเผยแพร่ผลงานของค่ายเพลงเล็กมีจำกัด ทำให้การติดต่ามข่าวสารของผลงานเพลงค่ายเล็กต่างๆสามารถติดตามได้จากคลื่นวิทยุ ฮอตเวฟ, สไมล์เรดิโอ หรือ ไพเรต ร็อค ที่เป็นสื่อกลางที่นำเสนอผลงานเพลงที่มีความเป็นกลางในการนำเสนอ และ การติดตามข่าวสารจากนิตยสารเพลง ในส่วนช่องทางอื่นๆที่สามารถสรรหาติดตามผลงานเพลงจากค่ายเล็กนั้น อาจจะมีเพียง เวที 7 สีคอนเสิร์ต หรือ รายการเพลงบางรายการเท่านั้น ดังนั้นจะสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มผู้ฟังเพลงประเภทนี้จะต้องมีศักยภาพในการเข้าถึงสื่อสารมวลชนที่หลากหลายมากกว่ากลุ่มผู้ฟังเพลงวัยรุ่นทั่วๆไปในเมือง

โดยสรุปแล้วระดับการสื่อสารที่ทำให้วัฒนธรรมฮิพฮอพได้ขยายวงกว้างออกไป ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารผ่านด้วยดนตรีจากค่ายเพลงเล็ก ที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์อยู่เฉพาะเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล แต่อย่างไรก็ตามการแพร่กระจายของวัฒนธรรมฮิพฮอพยังคงมีลักษณะการแพร่กระจายอยู่เฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่มีฐานะดีในเมืองเป็นหลัก เนื่องจากเป็นวัฒนธรรมที่เน้นในด้านวัตถุ โดยจำต้องใช้เงินตราในการเสพและบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมชนิดนี้ในราคาที่สูง ดังนั้นการปรากฏชัดขึ้นของวัฒนธรรมฮิพฮอพในช่วงนี้จึงได้แก่ ผลงานเพลงแร็พ กับ ภาพของแฟชั่นการแต่งกาย ที่พบเห็นมากขึ้นของกลุ่มวัยรุ่นในเมือง โดยใน

ยุคนี้บริบทสังคมเมืองอย่างกรุงเทพมหานครเริ่มมีความรวดเร็วของการรับวัฒนธรรมตะวันตกเพิ่มสูงขึ้นจากช่องทางเคเบิลทีวี ขณะที่สื่ออื่นอย่าง เทปเพลง วิดีโอจากต่างประเทศก็มีการแพร่หลายมากขึ้น

6.3 การแพร่กระจายของวัฒนธรรมฮิพฮอพสู่กลุ่มที่หลากหลายผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่

การแพร่กระจายของวัฒนธรรมฮิพฮอพในช่วงที่ผ่านมาเป็นลักษณะของการสื่อสารระดับบุคคลและกลุ่มบุคคล แล้วจึงค่อยขยายตัวสู่การแพร่กระจายผ่านผลงานเพลงจากค่ายเพลงเล็กที่จำกัดอยู่เฉพาะในเขตเมืองเท่านั้น ดังนั้นบริบทสังคมไทยในเวลาต่อมาได้มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีทางการสื่อสาร ที่ปรากฏชัดเจน ตั้งแต่การแพร่หลายของโทรศัพท์มือถือ, เพจเจอร์ติดตามตัว, การเข้ามามีบทบาทของสื่อซีดี วีซีดีคาราโอเกะ และ Mp3, ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ สื่ออินเทอร์เน็ต ที่มีห้างพันธ์ทิพย์ พลาซ่า เป็นศูนย์กลางการจำหน่ายอุปกรณ์ซอฟต์แวร์ ฮาร์ดแวร์ และผลงานละเมิดลิขสิทธิ์ที่เป็นแหล่งสำคัญที่สุดในกรุงเทพฯ ส่งผลให้เกิดความก้าวหน้าในด้านความรวดเร็วของการติดต่อสื่อสารข้ามพื้นที่เพิ่มมากขึ้น

ดนตรีแร็พที่นำเสนอผ่านค่ายเพลงเล็กทำให้กลุ่มวัยรุ่นในสังคมไทยเริ่มรู้จักกับคำว่า "แร็พ"และ "ฮิพฮอพ" มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามผลงานดังกล่าวก็ยังแพร่หลายเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่มีรสนิยมการฟังเพลงที่ทันสมัย หรือ กลุ่มวัยรุ่นในเมืองบางส่วน หากแต่เนื้อหาของเพลงแร็พที่ผ่านมายังไม่มีความโดดเด่นและหลากหลายหากเทียบกับดนตรีฮิพฮอพในต่างประเทศที่มีเนื้อหาหลากหลายมากกว่าเรื่องของความสนุก หรือ เรื่องความรักเท่านั้น ดนตรีฮิพฮอพ หรือ ดนตรีแร็พของไทยที่มีเนื้อหาหนักๆ และเน้นในประเด็นทางสังคมนั้นยังไม่ปรากฏขึ้นอย่างเด่นชัด โดยภายหลังจากช่วงการเกิดของศิลปินเพลงแร็พจำนวนหลายวงจากค่ายเพลงเล็ก บริบทสังคมไทยในด้านวงการเพลงแร็พในเวลาต่อมาได้มีพัฒนาการมาสู่ผลงานเพลงแร็พในรูปแบบเพลงใต้ดิน โดยในยุคนี้การติดต่อรับข้อมูลข่าวสารที่สะดวกขึ้นรวดเร็วขึ้นส่งผลให้อิทธิพลของดนตรีฮิพฮอพจากต่างประเทศได้ทำให้คำว่า "ฮิพฮอพ" เริ่มเป็นกระแสความนิยมใหม่ที่เข้ามาแทนกระแสแบบ "เด็กแร็พ" ส่งผลให้ผลงานเพลงแร็พตั้งแต่ช่วงพ.ศ. 2540 เป็นต้นมาได้ถูกเรียกแทนที่เป็นผลงานเพลงฮิพฮอพ ขณะเดียวกันอิทธิพลดนตรีฮิพฮอพจากต่างประเทศในแบบแก็งสตา แร็พได้มีบทบาทยั่วยวนให้ศิลปินฮิพฮอพของไทยต้องการที่จะปฏิวัติเปลี่ยนแปลงในรูปแบบและเนื้อหาของผลงานเพลงฮิพฮอพไทย โดยผลงานที่โดดเด่นจากศิลปินกลุ่ม AA Crew และ ดาจิม ในรูปแบบเพลงฮิพ

ฮอพใต้ดินเป็นสาเหตุสำคัญที่นำไปสู่การแพร่กระจายของวัฒนธรรมฮิพฮอพในรูปแบบของผลงานเพลงที่มีเนื้อหารุนแรงและกระตุ้นความสนใจในการรับฟังต่อกลุ่มวัยรุ่นมากขึ้น โดยกรณีที่เป็นข่าวดังมากที่สุด ได้แก่ข่าวการจับกุมผลงานเพลงของศิลปินดาจิม

ศิลปินดาจิม ได้ให้สัมภาษณ์ในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 27 เมษายน 2545 ในประเด็นที่มาในการทำเพลงใต้ดิน โดยกล่าวว่า

> *"....ผมจะเอามาเสนอค่าย เอามาทำบนดินแต่ต้นเลยก็ได้ แต่ผมตัดสินใจไม่ทำเอง เพราะอยากออกแบบใต้ดินมากกว่า ทีนี้พอออกใต้ดิน ชุดแรกมันไม่เท่าไหร่ ชุดสองออมาเลยทำแบบเต็มเหนี่ยว เนื้อหามันแรงไป จนทำให้ "บุคคลมีสี" เขาไม่พอใจ เอาเข้าจริงๆเขาบอกทำใต้ดินได้แต่ห้ามมีคำหยาบ แล้วผมจะทำเพื่ออะไรล่ะ ทำเพลงใต้ดินที่ไม่มีคำหยาบ ขายไม่ได้แน่นอน ...ถ้าเทียบแร็พในต่างประเทศ ทั้งที่เขามีประชาธิปไตยเหมือนกัน เขาไม่เห็นต้องอยู่ใต้ดินเลย Eminem นี่ขายทั่วโลกเลย ยังหยาบคายขนาดนั้นคิดดู ...ผลลัพธ์ในชุดที่สองนั้นปรากฏว่าวัยรุ่นชอบเยอะ เด็กที่ยังเล็กเกินพอไปเปิดฟัง พ่อแม่ก็ไม่ชอบใจ เลยเป็นที่มาของเรื่องนี้" (กรุงเทพธุรกิจ, 27 เมษายน 2547)*

กรณีการถูกจับกุมของศิลปินดาจิม ถือเป็นกรณีแรกของนักร้องเพลงอินดี้ของไทยที่ผลิตเพลงออกมาแล้วโดนจับกุมด้วยข้อหาในเรื่องความหยาบคายที่มากเกินไป แต่อย่างไรก็ตามผลงานเพลงใต้ดินแต่เดิมที่เคยมีมาอย่างเช่นผลงานของวงเฮฟวี่เมด หรือ วงซีเปีย นั้นไม่เกิดเป็นกระแสที่ผู้คนทั่วไปกล่าวขวัญถึงเทียบเท่ากับผลงานของศิลปินดาจิม กรณีของศิลปินดาจิมที่เกิดขึ้นจึงเป็นผลงานเพลงใต้ดินในยุคที่บริบทการสื่อสารในสังคมไทยมีความรวดเร็วก้าวหน้ามากขึ้น

แนวเพลงแร็พ/ฮิพฮอพของไทยที่แต่เดิมเป็นเพียงกระแสความนิยมเพียงชั่วครั้งชั่วคราวมาโดยตลอด และจำนวนกลุ่มผู้ฟังที่มีจำนวนเล็กๆ นั้น ส่งผลให้ผลงานของศิลปินดาจิมได้รับการกล่าวขวัญถึงแบบปากต่อปาก และแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว โดยการผลิตซ้ำผลงานเพลงในยุคนี้สามารถทำได้สะดวกง่ายขึ้น ในรูปแบบของการคัดลอกผลงานเพลงในรูปแบบของซีดี หรือไฟล์ Mp3 ส่งผลให้ดนตรีฮิพฮอพในสังคมไทยได้ถูกการประชาสัมพันธ์ไปอย่างกว้างขวาง

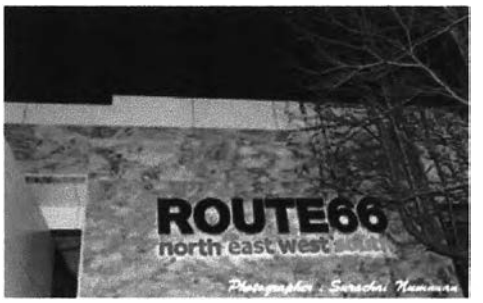
"..ดาจิม ที่ประสบความสำเร็จก็เพราะในเรื่องเนื้อหา และความกล้าในการใช้คำที่เป็นการฉีกแนวออกไป ในช่วงแรกเนื้อหาหยาบ เด็กวัยรุ่นที่เป็นเด็กเก็บกด รวมถึงผู้หญิง ที่ไม่อาจพูดคำเหล่านี้ได้ ก็อาจเอามาฟัง ส่วนหนึ่งจะฟังแล้วสะใจ เหมือนกับพวกฟังเฮฟวี่เมทัล ดาร์ค เมธัล หรือนิยมฟังเนื้อหารุนแรง เพราะอาจจะเก็บกด หรือมิอาจมีชีวิตตามแบบนั้นได้ แต่ดาจิมเมื่อเข้าค่ายใหญ่ก็ มียอดขายลดลง เพราะไม่มีเนื้อหาหยาบคนก็ไม่ยอมรับ ส่วนโจอี้ บอย ที่มีงานออกมาในรูปใต้ดิน ที่ใช้ชื่อเพลง EDOK ก็ขายดี ยอดขายสำหรับเพลงใต้ดินถือว่าขายดี ทำน้อยสักสามพันแผ่นก็เยอะแล้ว

ทำให้คนส่วนใหญ่กลายเป็นชอบความหยาบ และกลายเป็นกระแสออกผลงานในแบบของใต้ดิน กันมากแต่บางคนก็ไม่พัฒนาทางดนตรี ก็กลายเป็นความซ้ำซาก เอาเพลงฝรั่งมาด้น แบบไทยซะงั้น กลายเป็นมีแต่คำหยาบอย่างเดียว ควรมีผู้ใหญ่มาดู .."(อนุชา นาคน้อย, สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2549)

ดังนั้นเนื้อหาและภาษาของเพลงฮิพฮอพใต้ดินที่ทำให้กระแสของดนตรีฮิพฮอพเป็นที่รู้จักมากขึ้นในช่วงนโยบายจัดระเบียบสังคม ที่เน้นการปราบปรามสิ่งผิดกฎหมายทั้งหมดในรัฐบาลสมัยนายก พ.ต.ท. ดร.ทักษิณ ชินวัตร ทำให้เป็นที่มาของความกดดันทางสังคม ที่ได้สะท้อนผ่านผลงานเพลงฮิพฮอพใต้ดินจนเป็นปรากฏการณ์ใหม่สำหรับกลุ่มวัยรุ่นในสังคมที่ตรงกับสำนวนไทยว่า "ยิ่งห้ามเหมือนยิ่งยุ" และเป็นที่สังเกตอีกประการได้ว่าการนำเสนอข่าวสารของสื่อสารมวลชนในยุคใหม่นี้เรื่องราวที่ผิดกฎหมาย หรือแหวกขนบธรรมเนียมประเพณีมักได้รับการเชิดชูจนกลายเป็นสิ่งที่ขายได้และเป็นที่สนใจของผู้คนทั่วไป ดังนั้นข่าวของศิลปิน ดารา ที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสมมักจะกลายเป็นข่าวดัง โดยพบว่าศิลปินแนวเพลงฮิพฮอพก็มักจะมีภาพลักษณ์ในแง่ลบที่มักตกเป็นเป้าสายตาของนักข่าวอยู่เสมอ ซึ่งเห็นได้จากกรณี เช่น ข่าวศิลปินโจอี้ บอยโดนตรวจปัสสาวะจากเจ้าหน้าที่ตำรวจหลังการบุกตรวจผับดัง ก็กลายเป็นข่าวดังเป็นต้น ขณะเดียวกันกระแสดนตรีฮิพฮอพจากต่างประเทศที่ได้รับความนิยมสูงมากขึ้น เช่น ผลงานของศิลปิน Eminem ส่งผลให้ความสนใจในวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพเป็นที่ปรากฏขัดขึ้นจากสื่อต่างๆ

ลักษณะที่ปรากฏแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการของการแพร่กระจายของวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพในประเทศไทยที่ในยุคนี้นอกจากจะสังเกตได้จากลักษณะของการแต่งกายในสไตล์วัยรุ่นฮิพ

ฮอพที่พบเห็นมากขึ้นในเขตใจกลางกรุงเทพฯแล้ว อิทธิพลของวัฒนธรรมฮิพฮอพในด้านอื่นๆยังปรากฏให้เห็นในรูปแบบของการเกิดศิลปะกราฟฟิตี้ตามที่สาธารณะ ที่เกิดขึ้นไปพร้อมๆกับภาพของการขยายตัวของสถานบันเทิงวัยรุ่นยามราตรี ที่มีทั้งดีเจที่เปิดเพลงในสไตล์ฮิพฮอพ ทำให้สถานบันเทิง เช่น ผับ, เธค สำหรับกลุ่มวัยรุ่นเป็นแหล่งแพร่กระจายที่สำคัญของดนตรีแนวฮิพฮอพ



ภาพที่ 37 สถานบันเทิงที่มีการเปิดเพลงแนวฮิพฮอพ

ดังนั้นในยุคนี้วัฒนธรรมฮิพฮอพได้แพร่กระจายไปสู่กลุ่มคนที่หลากหลายอื่นๆกว่าในยุคที่ผ่านมาด้วยปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ตั้งแต่อินเทอร์เน็ต, สื่อ Mp3, โทรศัพท์มือถือฯลฯ โดยเนื้อหาที่รุนแรงของเพลงฮิพฮอพใต้ดินก็เป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดความสนใจของกลุ่มต่างๆในสังคมต่อการซื้อหารับฟัง ที่สามารถทำได้ง่ายขึ้น ปริมาณของผู้คนที่เข้าถึงวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพในช่วงนี้จึงมีเพิ่มมากขึ้นและถูกสื่อสารขยายวงกว้างออกนอกพื้นที่เมืองอย่างกรุงเทพมหานครไปสู่เขตพื้นที่เมืองเขตอื่นๆ

6.4 การแพร่กระจายของวัฒนธรรมฮิพฮอพผ่านสื่อสารมวลชนจากค่ายเพลงใหญ่

บริบทสังคมไทยในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ตลาดวัฒนธรรมวัยรุ่นได้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง วัยรุ่นมีอิสระเสรีในการบริโภคจับจ่าย การตลาดและสินค้าที่มีกลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มเป้าหมายนั้นมีการเติบโตอย่างสูง ที่ทำให้พื้นที่ของกลุ่มวัยรุ่นในยุคนี้มีมากขึ้น กิจกรรมของวัยรุ่นได้รับการสนับสนุนโดยมีเรื่องของธุรกิจมาเกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกันช่องทางการติดต่อสื่อสารในยุคนี้มีความรวดเร็วสูง โดยมีสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญ ต่อการรวมกลุ่มทางด้านรสนิยม หรือ เป็นสื่อกลางในการนัดรวมตัวทำกิจกรรม ที่ส่งผลให้กลุ่มวัยรุ่นที่มีรสนิยมเดียวกันมีการรวมตัวที่ปรากฏให้เห็นเด่นชัดเจนจากปรากฏการณ์เทศกาลงานแฟต เฟสติวัล สังคมวัยรุ่นไทยยุคนี้จึงเป็น ยุคที่เรียกกันว่า "เด็กแนว" ที่สืบเนื่องจากสภาวะการติดต่อสื่อสารทำได้รวดเร็ว การ

เข้าถึงข้อมูล ความรู้จากสื่ออินเทอร์เน็ต ส่งผลให้การรวมตัวและปรากฏขึ้นในสังคมไทยมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังนั้นปรากฏการณ์ของวัยรุ่นในยุคนี้จึงมีความตื่นตัวให้เห็นอย่างชัดเจน

ตารางที่ 2 ลำดับแนวเพลงกับแฟชั่น (ที่มา Positioning magazine, กุมภาพันธ์ 2548)

ทศวรรษ 50 Elvis	ท่าเต้นแปลกประหลาดเขย่าแขนขา ผู้ชายไว้จอนยาวใส่น้ำมันเยิ้ม
ทศวรรษ 60 Beatles	ผู้ชายมีทรงผมหน้าม้าที่เป็นเอกลักษณ์
ปลายทศวรรษ 60 **ถึง ทศวรรษ** 70 Hippy	แนวดนตรีคันทรีไปจนถึงร็อคหนักๆเน้นกีตาร์ เนื้อหาต่อต้านสงคราม หรือพูดถึงยาเสพติด "บุปผาชน" ไว้ผมยาวแต่งตัวสีฉูดฉาด ต่อต้านสงคราม บางคนเสพยากล่อมประสาท ในไทยปรับมาเป็น 5 ย ผมยาว กางเกงยีนส์ เสื้อยืด รองเท้ายาง สะพายย่าม ประท้วงอเมริกาในสงครามเวียดนาม
ปลายทศวรรษ 70 **ถึง ทศวรรษ** 80 Disco	เพลงจังหวะเต้นรำทำนองฟังง่าย คึกคัก พูดถึงชีวิตยามราตรี การจีบกัน รถหรูๆ แรงๆ แต่งตัวแวววาว ทำผมเนี๊ยบหรู ในไทยเริ่มยุคสยามสแควร์และเดอะพาเลซ
ทศวรรษ 90 Alternative	บันทึกเสียงเพลงออกมารกๆดิบๆเน้นดนตรีน้อยชิ้น กีตาร์ เบส กลอง เนื้อหาระบายความคับข้องใจส่วนตัวลีลาการแสดงกระโดดไปกับจังหวะเพลง หรือลงไปดิ้นด้วยท่าประหลาดๆ ไม่สวยงาม แต่งตัวเรียบง่าย สบายๆ
ทศวรรษ 2000 "เด็กแนว", "อินดี้"	เพลงหลากหลายที่นิยมมากคือ Hip Hop หรือ Numetal นิยมใส่เสื้อยืดสองตัวทับกัน ใส่กางเกงบอกเซอร์ไว้ข้างใน ใส่ยีนส์หลวมๆ ใส่รองเท้าเก่าๆ เปื่อยๆมีเครื่องประดับหลายชิ้น

ในด้านวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพในประเทศไทยในยุคนี้ จะพบได้ว่าความนิยมของกลุ่มวัยรุ่นในวัฒนธรรมดังกล่าวได้ขยายตัวไปตามเมืองใหญ่ๆ อย่างรวดเร็ว ที่สืบเนื่องจากการสื่อสารโทรคมนาคมมีความก้าวหน้า ได้ทำให้สินค้าทางวัฒนธรรมอย่างเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อุปกรณ์ข้าวของเครื่องใช้ ของกลุ่มวัยรุ่นฮิพฮอพแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว ขณะเดียวกันบริบทในสังคมเมืองกรุงเทพฯในด้านวัฒนธรรมฮิพฮอพที่ปรากฏให้เห็นอย่างศิลปะกราฟฟิตี้ตามที่สาธารณะเริ่มมีมากขึ้นจนดูแออัดรกสายตา ขณะที่กลุ่มนักเต้นเบรคแดนซ์ก็มีการรวมกลุ่มฝึกเต้นตามพื้นที่สาธารณะ เช่น พื้นที่รอยต่อสถานีรถไฟฟ้า สถานีสนามกีฬาแห่งชาติกับห้างโตคิว, พื้นที่ในห้างซีคอนสแควร์ เป็นต้น ในส่วนกลุ่มดีเจ นั้นได้มีการตั้งโรงเรียนสอนดีเจสแครตซ์โดยเฉพาะ มีการเกิดผับหรือคลับที่เน้นสไตล์ดนตรีฮิพฮอพขึ้นเป็นจำนวนมาก และนอกจากนี้การสนับสนุนกิจกรรมวัยรุ่นของกลุ่มฮิพฮอพก็มีมากขึ้นในรูปแบบของการจัดประกวดแข่งขันทั้ง การเต้น การแร็พ หรือการประชันการเปิดเพลงของดีเจ เป็นต้น

ตั้งแต่ช่วงปีพ.ศ. 2543 เป็นต้นมาจะพบว่ากระแสเพลงฮิพฮอพในต่างประเทศได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆโดยสังเกตได้จากอันดับเพลงจากชาร์ตบิลบอร์ด ส่งผลให้ค่ายเพลงใหญ่ของไทยอย่างแกรมมี่, อาร์เอส ได้เริ่มดึงตัวศิลปินแนวเพลงฮิพฮอพตั้งแต่ศิลปินโจอี้ บอย ตามด้วยศิลปินดาจิม เข้าไปในสังกัดค่ายเพลงย่อยของตน โดยวิกฤตเศรษฐกิจในช่วง พ.ศ.2540 ก็ส่งผลให้ค่ายเพลงเล็กประสบปัญหาและปิดตัวลงไปเป็นจำนวนมากเช่นกัน โดยผลงานเพลงฮิพฮอพจากต่างประเทศที่มาแพร่หลายในเมืองไทย ทำให้การหาฟังผลงานเพลงฮิพฮอพจากต่างประเทศในยุคนี้มีความสะดวกมากขึ้น ในรูปแบบของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ที่มีราคาถูก หรือซีดีเพลง Mp3 ละเมิดลิขสิทธิ์ที่มีราคาถูกเช่นกัน ส่งผลให้ผลงานเพลงฮิพฮอพไทยมีความดึงดูดใจน้อยกว่า ทำให้ตลาดผลงานเพลงฮิพฮอพของไทยไม่เติบโตไปมากเท่าที่ควร ผลงานเพลงแนวฮิพฮอพไทยจึงเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองกลุ่มผู้ฟังวัยรุ่นที่ชอบฟังผลงานเพลงฮิพฮอพในสไตล์ไทยเพียงเท่านั้น

อย่างไรก็ตามแม้ว่าศิลปินเพลงอย่างโจอี้ บอย และ ดาจิม จะได้เข้าสู่สังกัดในค่ายเพลงใหญ่แล้ว ก็ยังปรากฏผลงานเพลงใต้ดินที่สามารถสร้างความนิยมในกลุ่มวัยรุ่นได้จากผลงานของศิลปินวง "Thaitanium" ที่ถือเป็นศิลปินฮิพฮอพของไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นผลงานเพลงฮิพฮอพที่มีความเป็นสากลมากขึ้น ที่สามารถดึงความสนใจจากกลุ่มผู้ที่มีรสนิยมฟังเพลงฮิพฮอพจากต่างประเทศให้หันมาฟังเพลงฮิพฮอพของไทยที่เป็นปัจจัยผลักดันให้กลุ่มผู้ฟังเพลงฮิพฮอพในสังคมไทยได้เพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

"อย่างแรกเลยการทำค่ายเพลง คนธรรมดาอยู่ๆจะไปทำค่ายเพลง มันไม่ง่ายอย่างที่คิด ที่เราเห็นว่าค่ายเพลงในเมืองไทยที่เปิดมาเป็น ร้อยๆ ค่าย ปัจจุบันเหลืออยู่แค่ สองค่าย คือการทำธุรกิจค่ายเพลงน่าจะเป็นงานสำหรับคนที่ทำธุรกิจจริงๆ มันไม่เหมาะสำหรับศิลปินอย่างเรา ยากมาก ...นั่นเป็นส่วนแรก ส่วนที่สองคือ คงไม่มีศิลปินคนไหนอยากทำงานใต้ดินไปตลอด โดยเฉพาะพวกเราที่เห็นเพลงฮิพฮอพเติบโตขึ้นมาเหมือนกับเราปลูกต้นไม้ พรวนดิน ใส่ปุ๋ย จนแบบว่าเริ่มร้องเอง เริ่มมีคนมาฟัง ตอนนี้คงเป็นสเต็ปที่คนฟังก็เริ่มมาสนใจสิ่งที่เราสนใจ คือมันเป็นการขยายตัวไปในทางที่เราอยากให้มันเป็น การทำใต้ดินนี่ผมนิยามว่ามันเหมือนทำฟังเอง เหมือนกับว่าเรานั่งทำงานเราก็อยากให้คนได้ฟังงานเราให้เยอะที่สุดโดยที่เราไม่ต้องไปยุ่งในธุรกิจ เพราะฉะนั้นค่ายใหญ่คงเป็น choice แรกของทุกคนที่จะเข้ามาทำงานโดยไม่ต้องไปรับรู้ เพราะการทำงานค่ายอินดี้ หรือใต้ดิน มันจะต้องเอาตัวเองไปผสมผสานกับธุรกิจเยอะ เยอะกว่าอยู่กับค่ายใหญ่เยอะมาก ปัจจุบันพี่ทำก้านคอคลับพี่แทบจะไม่ต้องยุ่งกับตรงนี้เพราะเค้ามีโปรเฟสชันแนลที่ทำอยู่แล้ว ทำเพลงให้ดีที่สุด ส่งต่อให้เค้า เค้าเอาไปจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นเรื่องของธุรกิจที่ยุ่งยากนั่งคงเป็นข้อที่ทุกคนอยากมาทำงานกับบริษัทที่เป็นโปร เฟสชันแนล มืออาชีพ" (โจอี้ บอย, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2549)

ขณะเดียวกันในยุคหลังพ.ศ. 2543 เป็นต้นมาจะพบได้ว่าผลงานเพลงฮิพฮอพนั้นมีจำนวนมากขึ้นอย่างชัดเจน โดยผลงานเพลงในรูปแบบใต้ดินได้เพิ่มจำนวนขึ้นสูงอย่างชัดเจนในแผงเทปภายในกรุงเทพฯ ทั้งนี้การที่ผลงานในรูปแบบนี้มีเพิ่มขึ้นเนื่องจากเทคโนโลยีการบันทึกเสียงนั้นมีราคาถูกลงที่ทำให้วัยรุ่นที่ชื่นชอบแนวเพลงฮิพฮอพที่มีใจรักและพอมีฐานะสามารถสะสมทุนในการผลิตผลงานเป็นของตัวเอง แต่อย่างไรก็ตามแล้วเมื่อเทียบกับการเติบโตของผลงานเพลงแนวอื่นๆแล้วนั้นก็ถือได้ว่ามีสัดส่วนที่น้อยอยู่

"ก็ทั่วๆ ไปครับ ที่ผ่านๆมาก็มีกลุ่มที่ชื่อสยามฮิพฮอพ กลุ่มที่ชื่อว่ารอว์ อันคัทตอนนี้เป็นแบ็กอัพให้นิกกี้ แล้วก็มีดูจะดาสมัยก่อนเค้าทำใต้ดิน เค้ามีพวก มีพวกบีเควัน มันก็ประปรายไปมันไม่ประสบความสำเร็จ อย่างแรง แต่ถ้าค่ายใหญ่กระโดนลงมาเล่นโอกาส 3-5ปีมันยังอยู่ มันจะไปได้สวยกว่านี้ แต่ถ้าตราบใดที่ค่ายใหญ่ไม่กระโดดมาเล่นก็เหนื่อย เราทำกันเองโดยสะเปะสะปะตอนนี้ อาศัยกลุ่มนิดเดียวไม่เยอะมาก" (ธนโชติ เพียรเสมา, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2548)

ดังนั้นจะพบว่าผลงานเพลงฮิพฮอพของไทยนั้นยังถือสัดส่วนการตลาดเพลงไทยสมัยนิยมอยู่เพียงไม่มาก โดยฐานของแฟนเพลงส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นในเมืองเท่านั้น ขณะเดียวกันปัญหาเรื่องการคัดลอกและผลิตซ้ำผลงานเพลงได้ง่ายขึ้นทำให้เกิดการขอยืมผลงานเพลงฮิพฮอพไปคัดลอกฟังกัน ที่ส่งผลให้ยอดจัดจำหน่ายเทปและซีดีเพลงฮิพฮอพไทยมีจำนวนน้อย

"..มันมี 2 กลุ่มที่ขายได้ดีคือ ไทเทกับโจอี้ โจอี้ถือว่าไม่ประสบความสำเร็จในทางตลาดแต่ว่าไทเทตอนนี้ขาขึ้นแล้วเขาก็มีแฟนคลับ ได้ประมาณแบบว่าสู้บอดี้แสลมแบบว่าเป็นร็อค ที่มันดังเหมือนกัน ถ้าเปรียบเทียบบอดี้แสลมกับไทเทเนียม มันดังเหมือนกันแต่ยอดมันคนละเรื่องยอดมันเปรียบกันไม่ได้เลยอย่างเช่นไทเทเนียม2 หมื่น แต่บอดี้แสลมอาจเป็นแสนมันต่าง แต่ว่ายอดการซื้อไม่เหมือนกัน

ผมว่ากลุ่มฮิพฮอพ มันประมาณได้กันอยู่ โดยยอดรวมจะอยู่ที่กรุงเทพ เชียงใหม่ หรืออาจจะเป็นจังหวัดเล็กไม่เยอะ สาวโรงงานเหรออะไรไม่ฟังฮิพฮอพ โดยรวมๆยอดได้หมื่น-สองหมื่นก็แฮปปี้แล้วในแนวของฮิพฮอพนะ แต่ว่านะประเด็นก็คือมันมีการพูดกันเยอะว่า คนฟังฮิพฮอพก็ขอbumต่อกันเยอะ ขอยืมกันไร้บ้าง ตอนนี้มีผลเสียถึง 60-70เปอร์เซ็น เช่นใครมีไทเทขอยืมไร้หน่อย ตอนนี้แนวฮิพฮอพจะโดนเยอะกว่าโดยแนวอื่นเลยยอมรับ ผมไม่แน่ใจว่าเพราะอะไร หาซื้อยากก็คงไม่เชิงนะ

... แต่ว่ามันก็ไม่ตายซะทีเดียวหรอกร้านผมเนี่ย อย่างผมก็มีเทศการปีที่ผ่านมาก็จะมีแฟทเรดิโอ ก็มีงานฮิพฮอพไปขายมีสิบๆเบอร์มีเยอะ พวกนี้ไปขายเยอะก็มีอินดี้แหละแนวฮิพฮอพ ก็มี 20-30เบอร์แต่ก็ขายได้น้อย 100 ,

200, 300 แผ่นก็ขายได้แค่นั้น คือผมมองอย่างการตลาดแล้วอาร์เอส แกรมมี่ไม่เล่น เพราะคงรู้ว่าเล่นไปก็คงเหนื่อย ก็ไม่คุ้มเค้าไม่เล่น.."(ธนโชติ เพียรเสมา, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2548)

ในด้านของตัวแทนจัดจำหน่ายของดนตรีแนวฮิพฮอพในสังคมไทยนั้นพบว่ามีอยู่เพียงไม่กี่รายที่จัดจำหน่ายในผลงานแนวนี้ เนื่องจากตัวแทนจำหน่ายส่วนใหญ่นั้นมักเป็นบริษัทในเครือของค่ายเพลงใหญ่ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วค่ายเพลงใหญ่ไม่นิยมผลิตศิลปินในแนวเพลงฮิพฮอพอย่างจริงจัง หากจะมีเพียงแต่การผลิตศิลปินป๊อปที่หยิบเอาสไตล์จากวัฒนธรรมฮิพฮอพไปผสมผสาน ดังนั้นการแพร่กระจายของผลงานเพลงฮิพฮอพในสังคมไทยจึงมีมากเฉพาะในเขตเมืองเท่านั้น ผลงานเพลงฮิพฮอพที่ส่วนใหญ่นั้นจะเป็นผลงานจากค่ายเพลงเล็กหรือค่ายเพลงอิสระนั้นมักมีช่องทางในการจัดจำหน่ายเฉพาะร้านเทปซีดีเพียงไม่กี่แห่งเท่านั้น โดยร้านเทปและซีดีที่รับวางขายผลงานที่ผลิตเอง หรือ ค่ายเพลงอิสระนั้นมีเพียง ร้าน โดเรมี, ร้าน JU พันธ์ทิพย์, ร้านน้องท่าพระจันทร์, ร้านดีเจ สยาม และ ร้าน Jedie เป็นหลัก

และการที่บริบทสังคมไทยในยุคนี้มีความเป็นตะวันตกสูงขึ้นและมีการไหลบ่าเข้ามาของสินค้าทางวัฒนธรรมต่างๆมากขึ้น ทำให้ต้องยอมรับว่าภาพของวัฒนธรรมฮิพฮอพที่ถูกนำเสนอผ่านการแต่งกาย ผ่านรสนิยมในการบริโภคที่เป็นไลฟ์สไตล์ต่างๆที่เกิดขึ้นนั้นมีความจริงแท้มากแค่ไหน หรือเป็นเพียงกระแสความนิยมสั้นๆที่มักเกิดขึ้นอยู่เสมอสำหรับกลุ่มวัยรุ่นไทย

"เราต้องรับความเป็นจริงว่าประเทศไทยมันได้แค่นี้ก็แค่นี้ ผมว่าเงินที่เด็กฮิพฮอพหมดไปกับแฟชั่น หมวก รองเท้า เสื้อ สร้อย รองเท้าแพงนะ 3พัน 4พันมันก็ซื้อกันได้ กางเกง เป็นหมื่นมันก็ซื้อกันได้ หมวกอิมพอร์ทมันก็ซื้อกันได้ สร้อยแพงๆมันก็ซื้อกันได้ แต่การบริโภคของฮิพฮอพจริงๆ 20-30 แผ่นจะเลือกจริงๆ ชักแผ่น ไม่ก็ไม่รักจริง ไม่อยากฟังเท่าไหร่ แห่กันซื้อแค่ชุดๆเดียว มันไม่ได้สนับสนุนเท่าไหร่แล้วก็ โดยวิทยุโดยสื่อมันก็ลำบากมาก แนวฮิพฮอพที่จะเปิดในประเทศไทย ฮิพฮอพที่เราเห็นจริงๆนั้นเราเห็นการแต่งตัวมากกว่า ที่เราคุยเราเห็นฮิพฮอพเยอะก็แค่แต่งตัว ที่บอกมันเป็นแฟชั่นมากกว่า เราเห็นแต่เด็กฮิพฮอพแต่ตัวฮิพฮอพ สไตล์ฮิพฮอพเยอะมาก คือ แฟชั่น 60เปอร์เซ็นคือเรื่องเสื้อผ้าการแต่งกายเลยคือ 60เปอร์เซ็น การบริโภคซีดี 30-40 ถือว่าน้อยมาก นี่ยังไม่เกี่ยวกับ burn เกี่ยวกับแผ่นcopy

อีกนะ 40เปอร์เซ็นถือว่าน้อยมาก" (ธนโชติ เพียรเสมา, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2548)

ดังนั้นในปัจจุบันจะพบว่าได้เมื่อค่ายเพลงใหญ่ให้ความสนใจในแนวดนตรีฮิพฮอพมากขึ้น ทำให้ภาพและเสียงของวัฒนธรรมฮิพฮอพได้ถูกนำเสนอผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ของค่ายเพลงใหญ่ที่ทำให้วัฒนธรรมฮิพฮอพได้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารกลุ่มต่างๆทั่วประเทศ ขณะเดียวกันภาพวัฒนธรรมฮิพฮอพที่ปรากฏเพิ่มขึ้นก็เป็นการสะท้อนถึงการขยายตัวสำหรับพื้นที่ทางสังคมของกลุ่มวัยรุ่น ที่เข้ามาพร้อมกับปัจจัยทางธุรกิจการตลาดของกลุ่มวัยรุ่นที่โตขึ้น โดยมีลักษณะเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบในเรื่องการตลาดสินค้ากับกลุ่มวัยรุ่นในด้านรสนิยมทางดนตรี แฟชั่นการแต่งกาย และรูปแบบของการดำเนินชีวิต

การแพร่กระจายของวัฒนธรรมฮิพฮอพในยุคนี้จึงเป็นเรื่องของการขยายตัวในด้านการตลาดกลุ่มวัยรุ่นที่เห็นชัดเจน การค้าขายสินค้าที่มีการใช้สื่อสารมวลชนเป็นเครื่องมือสำคัญ ขณะเดียวกันวัฒนธรรมวัยรุ่นฮิพฮอพที่ได้รับความนิยมมากขึ้นนั้นก็สืบเนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสำคัญ ที่เป็นศูนย์กลางที่เชื่อมกลุ่มวัยรุ่นที่มีรสนิยมเดียวกันติดต่อสื่อสารถึงกันมากยิ่งขึ้น

6.5 รูปแบบของวัฒนธรรมฮิพฮอพที่เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนในประเทศไทย

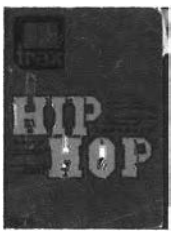
รูปแบบของวัฒนธรรมฮิพฮอพเริ่มเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนต่างๆ มากขึ้นตั้งแต่ปีพ.ศ 2542-2543 เป็นต้นมา ทั้งนี้เป็นผลมาจากการที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้า และกระแสความนิยมของแนวดนตรีฮิพฮอพจากต่างประเทศ ส่งผลให้สื่อต่างๆกลายเป็นช่องทางสำหรับการนำเสนอสินค้าทางวัฒนธรรม โดยเริ่มที่จะเอาสไตล์ของวัฒนธรรมฮิพฮอพเข้ามาสอดแทรกเป็นเนื้อหาผ่านสื่อมวลชนต่างๆ ดังนี้

6.5.1 รูปแบบวัฒนธรรมฮิพฮอพที่เผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

วงการสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสารในสังคมไทยยุคปัจจุบันได้พัฒนาไปมากและเป็นแหล่งให้ข้อมูล ความรู้ และสาระ ที่สำคัญ ปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์มีอิทธิพลต่อการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มวัยรุ่น และมีนิตยสารที่ผลิตเพื่อรสนิยมเฉพาะของกลุ่มวัยรุ่นกลุ่มต่างๆ มากมาย โดยรูปแบบของ

วัฒนธรรมฮิพฮอพนั้นได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ในรูปแบบของนิตยสารในลักษณะต่างๆ ที่มีแม้กระทั่งนิตยสารเฉพาะเรื่องราวของวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพ ไปจนถึงรูปแบบของหนังสือทำมือ

1.นิตยสาร MTV trax



ภาพที่ 38 นิตยสาร MTV Trax

นิตยสาร MTV trax เป็นนิตยสารรายเดือน ที่เป็นนิตยสารภายในเครือบริษัท ทราฟฟิก คอร์เนอร์ พับลิชชิ่ง จำกัด ราคา 80 บาท โดยเริ่มออกจำหน่ายเมื่อปี พ.ศ 2546 มีจำนวนหน้าประมาณ 170 - 190 หน้า สำหรับเนื้อหาส่วนใหญ่นำเสนอถึงข่าวสารของวงการเพลงจากต่างประเทศ โดยเน้นเนื้อหาข่าวสารในวงการเพลงจากสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก โดยจะผสมผสานเนื้อหาทางด้านข่าวสารของวงการเพลงไทยสมัยนิยมอยู่เช่นกัน ซึ่งนิตยสาร MTV trax ได้ออกนิตยสารฉบับที่มีเนื้อหาของแนวดนตรีฮิพฮอพเป็นหลัก ออกมาทั้งหมด 3 ครั้ง ที่ได้แก่

ในปีพ.ศ. 2546 นิตยสาร MTV trax ฉบับเดือนสิงหาคม ได้ออกนิตยสารฉบับพิเศษ (special Editions) ที่เป็นฉบับที่นำเสนอถึงเรื่องราวต่างๆของวัฒนธรรมฮิพฮอพที่เกิดขึ้นในสังคมไทย รวมถึงเนื้อหาของวัฒนธรรมฮิพฮอพจากสหรัฐฯ

ในปีพ.ศ. 2547 นิตยสาร MTV trax ฉบับเดือนสิงหาคม โดยมีเนื้อหาของศิลปินฮิพฮอพจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ และสอดแทรกด้วยบทสัมภาษณ์ของศิลปินฮิพฮอพไทยรวมอยู่ด้วย

ในปีพ.ศ. 2548 นิตยสาร MTV trax ฉบับเดือนสิงหาคม ที่มีศิลปินวง Thaitanium ขึ้นหน้าปก และเนื้อหาส่วนใหญ่ในฉบับนี้เป็นเนื้อหาของศิลปินในแนวเพลงฮิพฮอพในรูปแบบของศิลปินใต้ดิน เป็นหลัก

2.นิตยสารก้านคอคลับ (Gancore club magazine)

ภาพที่ 39 นิตยสารก้านคอคลับ

เป็นนิตยสารที่จัดทำในโอกาสพิเศษเพื่อประชาสัมพันธ์ค่ายเพลงก้านคอคลับและผลงานของค่ายเพลงก้านคอคลับ ที่ออกเมื่อปี พ.ศ. 2545 ในราคา 350 บาท โดยมีเนื้อหาถึงผลงานเพลงอัลบั้มก้านคอคลับ และ รายละเอียดและเกร็ดความรู้ในเรื่องของวัฒนธรรมฮิพฮอพที่เกิดขึ้นในสังคมไทย

3.นิตยสาร DDT

ภาพที่ 40 นิตยสาร DDT

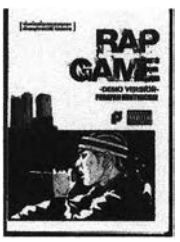
นิตยสาร DDT เป็นนิตยสารรายเดือนของบริษัท โอ น้อย ออก จำกัด ราคา 80 บาท บรรณาธิการบริหาร ได้แก่ ยุทธนา บุญอ้อม เริ่มออกจำหน่ายเมื่อปี พ.ศ. 2548 มีจำนวนหน้าประมาณ 160 หน้า โดยเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาของวงการเพลงไทยสมัยนิยม

4.นิตยสาร Arouse

ภาพที่ 41 นิตยสาร Arouse

เป็นนิตยสารฉบับแรกในสังคมไทยที่เน้นเนื้อหาเฉพาะเรื่องวัฒนธรรมฮิพฮอพเพียงอย่างเดียว โดยมีบรรณาธิการ บริหาร ได้แก่ เชิญธง กองเกตุ เริ่มออกจำหน่ายเมื่อปี พ.ศ. 2545 ในราคา 50 บาท ที่มีจำนวนหน้าประมาณ 30-40 หน้า โดยกลุ่มผู้จัดทำหนังสือล้วนเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบในวัฒนธรรมฮิพฮอพ นิตยสารฉบับนี้ จึงมีลักษณะของการจัดทำโดยกลุ่มสมัครเล่นในด้านการทำหนังสือ และเป็นหนังสือที่มีการวางแผงเฉพาะบางจุด อย่างเช่น ร้าน ดีเจ สยาม และแผงหนังสือบางที่เท่านั้น โดยนิตยสาร Arouse ได้ออกวางจำหน่ายเป็นเวลาไม่นานนัก ก็หายสาบสูญไปจากแผงที่เคยวางขาย

5.หนังสือทำมือ



ภาพที่ 42 หนังสือทำมือ

รูปแบบของวัฒนธรรมฮิพฮอพที่มีลักษณะเด่นที่เผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ นั้น คือ รูปแบบของหนังสือที่จัดทำกันเอง ที่อาจเรียกว่าเป็นหนังสือทำมือ ที่ทำขายเฉพาะกลุ่ม และมีวางจำหน่ายตามร้านเทปที่รับวางขายผลงานเพลงแนวใต้ดิน หรือ ผลงานอิสระ ที่ได้แก่ ร้านดีเจ สยาม และร้านน้อง ท่าพระจันทร์ โดยนิตยสารดังกล่าว ใช้ชื่อนิตยสาร In Da House ที่นำเสนอเนื้อหาของข่าวสารในวงการเพลงฮาร์ดคอร์และฮิพฮอพใต้ดินของไทย ที่วางจำหน่ายในราคา 25 บาท ที่มี

จำนวน 26 หน้า และนิตยสาร Plinn ซึ่งเป็นนิตยสารทำมือที่มีที่มาจากค่ายเพลงใต้ดิน "ปลิ้นน์ เร็ค คอร์ด ที่จำหน่ายในราคา 40 บาท มีจำนวน 50 หน้า นอกจากนี้ยังมีผลงานของหนังสือทำมือที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมฮิพฮอพ ที่ได้มีการวางจำหน่ายในงาน แฟต เฟสติวัล ที่จัดโดยคลื่นวิทยุ 104.5 MHz.

6.5.2 รูปแบบวัฒนธรรมฮิพฮอพที่เผยแพร่ผ่านสื่อวิทยุ

รูปแบบของวัฒนธรรมฮิพฮอพที่เผยแพร่ผ่านทางวิทยุในสังคมไทยนั้น ยังไม่มีความชัดเจนมากนัก โดยจะปรากฏในรูปแบบของการเปิดเพลงแร็พ ฮิพฮอพในคลื่นวิทยุที่เปิดเพลงสากลอย่าง คลื่น 102.5 MHz.หรือ เพลงไทยสากลอย่างคลื่น 104.5 Mhz. ที่เป็นคลื่นวิทยุที่เปิดผลงานเพลงไทยสากลที่เป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นและยังเปิดรับผลงานเพลงจากศิลปินอิสระ ดังนั้นผลงานเพลงแนวฮิพฮอพจึงมีโอกาส แทรกตัวในทางหน้าปัดวิทยุอยู่บ้าง นอกจากนี้ปัจจุบันด้วยการที่กระแสวัฒนธรรมฮิพฮอพเริ่มเป็นที่นิยม นั้นทำให้มีการใช้สูลเล่นด้วยการแร็พมาใช้ในการโฆษณาทางวิทยุ เป็นต้น

6.5.3 รูปแบบวัฒนธรรมฮิพฮอพที่เผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์

รูปแบบของวัฒนธรรมฮิพฮอพที่ถูกเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ นั้นมีตั้งแต่ โฆษณาสินค้า, การนำสไตล์ฮิพฮอพมาใช้ในละคร และปรากฏในการเอาสไตล์ศิลปะแบบฮิพฮอพไปใช้ในรายการเพลงวัยรุ่น หรือผลงานมิวสิควีดีโอ ของศิลปินบางท่านก็มักนำมาเสียดสีล้อเลียน เช่น มิวสิควีดีโอเพลง "อย่าขอหมอลำ" ของศิลปิน ต้อย หมวกแดง ที่มีเนื้อหา พูดถึงสไตล์ดนตรีตะวันตก มาเทียบกับดนตรีหมอลำของไทย หรือ โฆษณาที่มักปรากฏภาพลักษณ์ของวัยรุ่นที่มีลักษณะการแต่งกายแบบวัฒนธรรมฮิพฮอพนั้นถูกนำเสนอในภาพของวัยรุ่นที่ทันสมัย และมักถูกนำมาใช้เปรียบเทียบในการประชาสัมพันธ์รณรงค์ในการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย นอกจากนี้รูปแบบวัฒนธรรมฮิพฮอพที่ถูกนำเสนอผ่านมิวสิควีดีโอของศิลปินเพลงฮิพฮอพในช่วงหลัง รวมถึงผลงานในรูปแบบเพลงคาราโอเกะได้ทำให้ภาพของวัฒนธรรมวัยรุ่นฮิพออพได้ถูกนำเสนอหลากหลายรูปแบบผ่านสื่อโทรทัศน์

ภาพที่ 43 โฆษณาทางโทรทัศน์ที่นำเสนอถึงรูปแบบวัฒนธรรมฮิพฮอพ

6.5.4 รูปแบบวัฒนธรรมฮิพฮอพที่เผยแพร่ผ่านสื่อภาพยนตร์

ในปัจจุบันนั้นเนื่องจากกระแสความนิยมของวัฒนธรรมฮิพฮอพมีสูงขึ้นจึงมีผู้สร้างภาพยนตร์ได้หยิบเอาเนื้อหาหรือสไตล์ของวัฒนธรรมฮิพฮอพไปใช้ในการนำเสนอเป็นภาพยนตร์ เช่น ภาพยนตร์ จังหวัด 77 และ ภาพยนตร์ บุบผาราตรี ขณะเดียวกันศิลปินเพลงฮิพฮอพไทยหลายๆคนก็เคยมีโอกาสได้ร่วมแสดงในภาพยนตร์ไทยหลายเรื่อง เช่น ศิลปินดาจิม แสดงในเรื่อง "ผีกระเทย Rap Yo!, "ที" แห่งวง ขัน-ที ก็เคยแสดงในเรื่อง "บ้านผีปอป ภาค 9" เป็นต้น

ภาพยนตร์เรื่อง จังหวัดที่ 77 (2546)

ภาพที่ 44 ภาพยนตร์ จังหวัดที่ 77

โดยภาพยนตร์เรื่องจังหวัดที่ 77 นั้นเป็นเรื่องราวของชีวิตวัยรุ่นไทยที่ใช้ชีวิตในเมือง ลอสแองเจลิส รัฐแคลิฟอเนียร์ โดยเนื้อเรื่องเน้นถึงวัฒนธรรมวัยรุ่นที่รับอิทธิพลวัฒนธรรมฮิพฮอพ ที่หาเลี้ยงชีพด้วยการทำธุรกิจนอกกฎหมาย ซึ่งผลงานภาพยนตร์เรื่องนี้ได้มีการเอาศิลปินวง Thaitanium เข้ามารับผิดชอบในด้านผลงานเพลงประกอบภาพยนตร์ และมีสมาชิกในวงอย่าง ขันเงิน เนื้อนวล เข้าร่วมแสดงในภาพยนตร์เรื่องนี้ด้วย ภาพยนตร์เรื่องนี้จึงเป็นภาพสะท้อนของสังคมคนไทยในต่างแดน อัตลักษณ์วัยรุ่นไทยในต่างแดน และ การรับวัฒนธรรมฮิพฮอพ

พีท ทองเจือ อดีตดาราภาพยนตร์ที่เคยมีประสบการณ์การใช้ชีวิตยังประเทศสหรัฐฯ ได้เปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์เรื่อง "จังหวัดที่ 77" ได้อธิบายถึงที่มาและแนวคิดของภาพยนตร์เรื่องนี้ไว้ว่า

> *"...กระแสดนตรี Hip Hop ในบ้านเรา ผมเชื่อว่าตลาดโตเร็วมาก ในช่วงต้นปีที่ผ่านมา ในงานบางกอกอินเตอร์เนชั่นแนลฟิล์มเฟสติวัล ผมมีโอกาสเปิดบูธประชาสัมพันธ์หนังซึ่งผมได้ใช้เพลงประกอบภาพยนตร์เปิดบริเวณหน้างาน พบว่าคนที่เดินผ่านไปมาเข้ามาถามถึงที่วางแผงอัลบั้ม ซึ่งก่อนหน้านั้น เท่าที่สำรวจตลาดด้วยตัวเอง ก็มีผลตอบรับที่ดีมาก ผมเลยมีการวางแผนที่จะ launch อัลบั้มก่อนที่จะนำหนังเข้าฉาย เพื่อให้คนที่จะดูหนังสามารถติดตามงานดนตรีได้ก่อน รวมทั้งจะมีการจัดดนตรีแสดงพิเศษกับวง Thaitanium ซึ่งเป็นวงที่เล่นดนตรีประกอบ" (http://star.sanook.com, 27 ตุลาคม 2547)*

ภาพยนตร์เรื่อง บุปผาราตรี (2546)

ภาพที่ 45 ภาพยนตร์บุปผาราตรี

ผลงานภาพยนตร์ บุปผาราตรี นั้นเป็นผลงานการกำกับโดย ยุทธเลิศ สิปปภาค ผู้กำกับที่นิยมนำเสนอความแปลกใหม่ให้กับวงการภาพยนตร์ไทย ในด้านของ บทภาพยนตร์ การเล่าเรื่อง การนำดนตรีมาใช้ในภาพยนตร์ ที่ในผลงานเรื่องนี้เป็นแนวสยองขวัญ ได้นำศิลปินฮิพฮอพเข้ามารับผิดชอบในเรื่องของดนตรีประกอบภาพยนตร์ เพื่อให้เกิดสีสัน และอรรถรสของภาพยนตร์

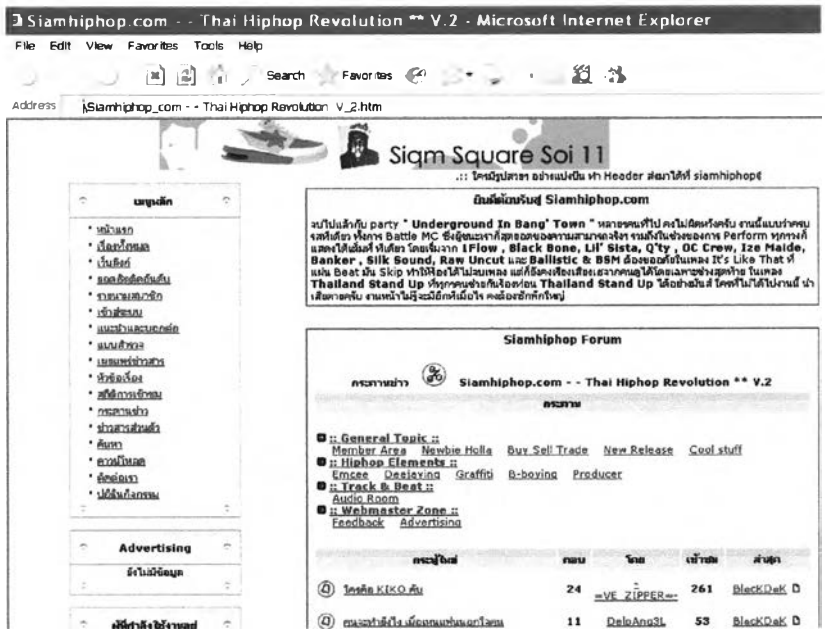
6.5.5 รูปแบบวัฒนธรรมฮิพฮอพที่เผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

สื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาททางด้านการสื่อสารในสังคมไทยมากขึ้นตั้งแต่ช่วงปีพ.ศ. 2540 เป็นต้นมา โดยสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นได้ส่งผลอย่างมากต่อการรับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วในเรื่องวัฒนธรรมฮิพฮอพ และขณะเดียวกัน สื่ออินเทอร์เน็ตได้ทำให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบในวัฒนธรรมฮิพฮอพในสังคมไทย ซึ่งแต่เดิมนั้นลักษณะของกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบในวัฒนธรรมฮิพฮอพนั้นมีลักษณะที่กระจายตัว เมื่อสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่แพร่หลายการรวมตัวของกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบในวัฒนธรรมฮิพฮอพได้ปรากฏขึ้นในรูปแบบของการจัดตั้งเว็บบอร์ด ที่เปิดโอกาสให้สามารถสื่อสารในเรื่องของแนวดนตรีฮิพฮอพ โดยเว็บไซต์แรกๆที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวของวัฒนธรรมฮิพฮอพในสังคมไทยนั้นได้แก่ www.thaihiphop.com และ www.battlemc.cjb.net

> *"เว็บไซต์ฮิพฮอพไทยที่เราคิดว่า ออริจินอลที่สุด คือ Thaihiphop by Tuxxio แต่ก่อนหน้านี้อาจมีเวบอื่นๆ แต่คิดว่าไม่เป็นที่ยอมรับ สมัยที่มีเวบใหม่ๆ ตอนนั้น hiphop ยังไม่ใช่กระแสหลักในเมืองไทย เหมือนในตอนนี้นะ คนชอบน้อยมากๆ จะมีคนกลุ่มนึงที่เค้าฟังจริงๆ แล้วชอบอ่ะ คนที่ก่อตั้งไทยฮิพฮอพก็ อาร์ท Tuxxio Tuxx ต่อมาก็มีเวบอื่นๆตามมา ย้อนไปประมาณ 4-5 ปี ตอนนั้นที่มีอยู่ก็มี kontood, battlemc, syamhiphop แค่นี้" (GSG9, สัมภาษณ์, 27 ธันวาคม 2548)*

เนื้อหาที่ปรากฏในเว็บไซต์ประเภทฮิพฮอพนั้นจะนำเสนอถึงข่าวสารต่างๆของวัฒนธรรมฮิพฮอพในเมืองไทย การใช้เว็บไซต์เป็นศูนย์กลางในการนัดพบปะรวมตัว ในรูปของการจัดงานปาร์ตี้ การแนะนำผลงานเพลง การให้ความรู้เรื่องในด้านดนตรีฮิพฮอพ คอลัมน์เนื้อร้องเพลงแร็พฯลฯ โดยลักษณะเด่นประการหนึ่งที่น่าสนใจจะพบว่า เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาในวัฒนธรรมฮิพฮอพในส่วนของเว็บบอร์ด นั้นประการหนึ่งจะถูกนำมาใช้ เพื่อการประชันบทกลอน (rhyme) ที่จะมีผู้ที่มาโพสต์ในกระทู้ เป็นบทกลอนส่งต่อมา ซึ่งเปรียบได้กับการผลัดกันร้องท่อนแร็พ โดยจะวัดกันที่

ภาษา และความคล้องจองลื่นไหล โดยปัจจุบันเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดสำหรับกลุ่มวัยรุ่นฮิพฮอพได้แก่ www.siamhiphop.com



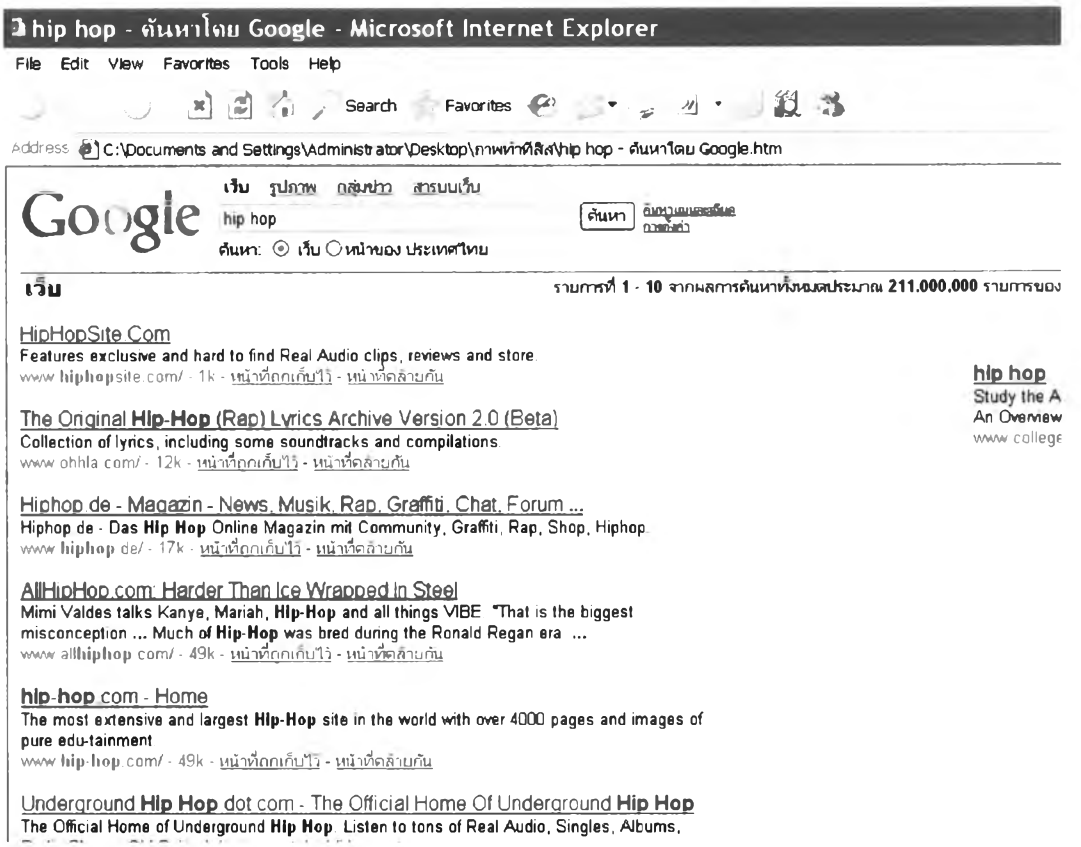
ภาพที่ 46 www.siamhiphop.com

6.6 วัฒนธรรมวัยรุ่นฮิพฮอพในยุคปัจจุบัน

วัฒนธรรมวัยรุ่นฮิพฮอพในสังคมไทยที่เริ่มจากกลุ่มวัยรุ่นที่เล่นกีฬาสเก็ตบอร์ด และในเวลาต่อมาได้เข้าสู่วงการเพลงกลายเป็นศิลปินในแนวเพลงฮิพฮอพ เป็นวัยรุ่นกลุ่มแรกของการรับวัฒนธรรมฮิพฮอพ ที่จำกัดอยู่ในกลุ่มวัยรุ่นค่อนข้างมีฐานะดี และกลุ่มนักเรียนนานาชาติ โดยมีสถานที่รวมกลุ่มตั้งแต่บริเวณสนามกีฬาแห่งชาติที่กลุ่มวัยรุ่นใช้เล่นกีฬาสเก็ตบอร์ด, บริเวณสยามสแควร์ และสถานบันเทิงกลางคืนที่ในยุคแรกนิยมรวมตัวแถวผับย่านสีลม

เมื่อกลุ่มที่รับวัฒนธรรมฮิพฮอพกลุ่มแรกๆในสังคมไทยนั้นเป็นกลุ่มที่ยังคงยึดถือและชื่นชอบในแนวเพลงฮิพฮอพอย่างต่อเนื่อง จนทำให้กลุ่มวัยรุ่นที่รับวัฒนธรรมฮิพฮอพเป็นกลุ่มแรกๆมีบทบาทเป็นศิลปินต้นแบบในแนวดนตรีฮิพฮอพตั้งแต่ศิลปิน เจ เจตริน, TKO, โจอี้ บอย ฯลฯ ให้กับกลุ่มวัยรุ่นที่รับวัฒนธรรมฮิพฮอพในยุคต่อมา

อิทธิพลจากแนวดนตรีฮิพฮอพตั้งแต่ปีค.ศ. 2000 เป็นกระแสความนิยมโลกที่ทำให้การเกิดกลุ่มวัยรุ่นฮิพฮอพในสังคมไทยมีปรากฏชัดเจนมากขึ้น เมื่อกลุ่มวัยรุ่นกลุ่มนี้เริ่มมีการรวมตัวและแลกเปลี่ยนรับข้อมูลข่าวสาร และใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลเรื่องแนวดนตรีฮิพฮอพ ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ต เกิดขึ้น โดยเว็บไซต์ทางด้านวัฒนธรรมฮิพฮอพในสังคมไทย ส่งผลให้การรวมกลุ่มของวัยรุ่นในแนวเดียวกันนี้เกิดขึ้น และเป็นสื่อที่สามารถแจ้งข้อมูลข่าวสาร และใช้สำหรับการนัดรวมตัวในการทำกิจกรรมเกิดขึ้น



ภาพที่ 47 ผลการสืบค้นข้อมูลคำว่า "Hip Hop"

ในยุคนี้วัยรุ่นที่สามารถเข้าถึงข้อมูลในการรับวัฒนธรรมฮิพฮอพนั้นมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ทำให้กลุ่มวัยรุ่นฮิพฮอพนั้นมีความหลากหลายของการรับวัฒนธรรมดนตรีที่แตกต่างกันไป ซึ่งบางกลุ่มจะรับเพียงสไตล์การแต่งกาย และค่านิยมตะวันตกที่ไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย บางกลุ่มจะศึกษาข้อมูลทางด้านดนตรีและศึกษาถึงประวัติความเป็นมาของวัฒนธรรมฮิพฮอพ และบางกลุ่มก็มีการรับวัฒนธรรมฮิพฮอพในลักษณะของการปรับให้สอดคล้องกับสภาพสังคมไทย ทำให้กลุ่มวัยรุ่นที่รับวัฒนธรรมฮิพฮอพมีความแตกต่างกันออกไป และในปัจจุบันการที่สื่อ

อินเทอร์เน็ต พัฒนาทำให้การรับเอาวัฒนธรรมฮิพฮอพนั้นมีความสมบูรณ์มากขึ้น ซึ่งแต่เดิมนั้นคำว่า "ฮิพฮอพ" ไม่ได้แพร่หลายมากนัก หากแต่การแพร่หลายเกิดขึ้นเพราะสื่อที่ทำให้กลุ่มวัยรุ่นเข้าถึงข้อมูลของวัฒนธรรมฮิพฮอพมากขึ้น ทำให้เมื่อถามถึงวัฒนธรรมฮิพฮอพ คืออะไรนั้น ทุกคนก็จะพูดถึง องค์ประกอบหลักสี่อย่างในวัฒนธรรมฮิพฮอพได้อย่างชัดเจน

"... สมัยก่อน ใช้วิธีการคุยกับเพื่อนๆ พี่ๆ บ่อยๆ ตามห้องแชท แล้วก็ เว็บบอร์ด อ่าน Arouse แต่เดี๋ยวนี้ไม่ได้ทำแบบนั้นแล้ว ไม่ได้ตั้งใจหาข้อมูลเหมือนเมื่อก่อน เปิดตามทีวีเจอก็ดู หรือ หาอ่านในหนังสือ MTV แต่ละช่วงเวลาจะต่างกันนะ เมื่อก่อน ฮิพฮอพไม่ใช่ mainstream แล้วจะมีคนฟังน้อยมาก เวลาติดตามข่าวสาร ก็จะคุยกับเพื่อนในกลุ่มที่ชอบเฉพาะฮิพฮอพ เป็น community ที่เรารู้สึกว่ามัน real อยากคุย อยากรู้เรื่องฮิพฮอพ อยากแลกเปลี่ยนความคิด แต่ตอนนี้ไม่ใช่แล้ว มันกลายเป็นกระแสของเด็กด๋อยๆ เด็กที่ไม่รู้อะไรแต่อยากเท่ห์ แล้วคนก็ห้นมาชอบเยอะมาก ทำให้เรารู้สึกว่า hiphop ที่มัน real จริงๆมันเหลือน้อยลง มันโดนแทนที่ด้วย ฮิพฮอพที่จอมปลอมเข้าไปทุกวันๆ จนทำให้เรารู้สึกว่า ไม่อยากจะยุ่งเกี่ยวกับวงการฮิพฮอพไทยอีกต่อไป เพราะเห็นมี crew มีนักแร็พเกิดขึ้นมาเยอะเหลือเกิน.." (GSG9, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2548)

รูปแบบของวัยรุ่นฮิพฮอพในสังคมไทยในปัจจุบันจะปรากฏตั้งแต่การมีฉายา เป็นภาษาอังกฤษ การมีกลุ่ม (Crew) เป็นของตัวเอง มีการรับวัฒนธรรมการแต่งกาย และมีความเข้าใจในเรื่องขององค์ประกอบหลักของวัฒนธรรมฮิพฮอพที่มากขึ้น

"...วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ ได้รับอิทธิพลทางด้านวัฒนธรรมฮิพฮอพจากศิลปินแร็พของไทย จาก Thaitanium เต็มๆเลยนะ น้อยมากที่มีแรงบันดาลใจจากโจอี้บอย ทั้งนี้คิดว่า เด็กไทยมันหัวสูง หัวนอก บ้าเมืองนอก มันเลยค่อนไปทางไทเทที่มีกลิ่นอายของอเมริกามากกว่าโจอี้ บอย..

ฮิพฮอพของนอก คิดว่า กระแสที่วัยรุ่นรับมา คงเป็นอิทธิพลจาก Eminem กับ 50Cent วัยรุ่นไทยได้รับอิทธิพลของไทยจาก ไทเทเนี่ยมมามากๆ ยิ่งกว่าโจอี้บอย อีก และ ของนอก น่าจะได้รับอิทธิพลและชอบใน

สไตล์แบบ Eminem, 50 Cent, Nelly ไรงั้นมากกว่า ส่วนสไตล์ต่างๆ ไม่ว่าจะอีสต์โคสท์ เวสท์โคส หรือ ลาติโน หรือเม็กซิกัน เราว่าเด็กมันแยกกันไม่ค่อยออกหรอก แค่ศึกษาว่าฝั่งไหนแต่งตัวแบบไหนแล้วกูชอบแบบไหน ก็แต่งตาม แค่นั้นพอมั้ง...." (GSG9, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2548)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ฟังแนวเพลงแร็พและฮิพฮอพ มีเรื่องของวัยเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยส่วนหนึ่ง ซึ่งกลุ่มผู้ฟังแนวดนตรีฮิพฮอพในปัจจุบัน โดยกลุ่มอายุของคนชอบฟังเพลงแนวฮิพฮอพในสังคมไทยจะเริ่มตั้งแต่อายุ 13 ถึงอายุ 30 กว่า โดยอายุตั้งแต่ 30 ขึ้นไปนั้นจะมีน้อยลง แล้วส่วนใหญ่ก็เป็นกลุ่มที่รู้จักกันที่เป็นรุ่นแรกๆ แต่สำหรับในตลาดเพลงปัจจุบันส่วนมากจะได้แก่กลุ่มคนอายุตั้งแต่13 ถึง 25 ปี (Positioning magazine, กุมภาพันธ์ 2548)

โดยสาเหตุของความชื่นชอบในแนวเพลงฮิพฮอพของกลุ่มวัยรุ่น ส่วนใหญ่นั้นจะให้เหตุผลในการชอบฟังดนตรีแนวนี้ ด้วยเหตุผลที่ชื่นชอบในดนตรีเต้นรำ การชื่นชอบในเนื้อหาและอารมณ์ของดนตรีที่มีความหลากหลาย และ บางกลุ่มนั้นชื่นชอบในดนตรีของกลุ่มผิวดำ ฯลฯ

"..มัน free มากๆ ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว และ คิดว่ามันแทนเป็นตัวแทนของคนแต่ละคน มีสไตล์ของแต่ละคนว่าเป็นยังไง ประทับใจที่มันเป็นอะไรที่สื่อตรงๆ ไม่เสแสร้ง..." (GSG9, สัมภาษณ์, 27 ธันวาคม 2548)

ปัจจุบันกระแสความนิยมในดนตรีฮิพฮอพของกลุ่มวัยรุ่นไทยนั้นได้รับอิทธิพลจากดนตรีฮิพฮอพจากสหรัฐอเมริกา จากศิลปิน Eminem, 50 cent, Jay – Z ฯลฯ ส่วนศิลปินฮิพฮอพไทยที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มวัยรุ่นมากที่สุดคือ ศิลปินวง Thaitanium

<u>ลักษณะการแต่งกายของวัยรุ่นฮิพฮอพ</u>

ลักษณะของวัยรุ่นและสไตล์ดนตรีมักเป็นสิ่งที่มาควบคู่กัน ดังนั้นลักษณะประการหนึ่งที่สะท้อนถึงรสนิยมการฟังดนตรีของวัยรุ่นแต่ละกลุ่มนั้นสามารถสังเกตเห็นได้จากลักษณะของการแต่งกาย โดยปัจจุบันพื้นที่ในสังคมเมืองอย่างกรุงเทพมหานคร และตามจังหวัดหัวเมืองใหญ่ ได้ปรากฏถึงสไตล์ของกลุ่มวัยรุ่นฮิพฮอพ ตามแหล่งต่างๆของวัยรุ่น โดยอิทธิพลของการแต่งกายนั้นรับมาจากศิลปินแนวฮิพฮอพจากต่างประเทศ

ในนิตยสาร Positioning magazine ฉบับ กุมภาพันธ์ 2548 ได้อธิบายถึงแฟชั่นการแต่งกายของวัยรุ่นแนวฮิพฮอพ ได้พัฒนามาจากวัฒนธรรมข้างถนน (street culture) เสื้อผ้าจึงพัฒนาเน้นสไตล์สตรีตแวร์ที่พัฒนาขึ้นมาจากเสื้อผ้ากีฬาสุดฮิตสำหรับคนผิวสี อย่างบาสเกตบอล หรือเบสบอล ซึ่งก็แตกต่างกันตามแต่กิจกรรมในแต่ละด้าน ซึ่งแฟชั่นการแต่งกายแบบฮิพฮอพ เริ่มต้นจากวัฒนธรรมข้างถนนสำหรับคนผิวสีในนิวยอร์คของ การแต่งกายส่วนใหญ่มักเป็นเสื้อผ้ากีฬาแบบต่างๆ โดยฝ่ายชายจะเน้นการใส่เสื้อกีฬาตัวหลวม ในขณะที่ผู้หญิงเสื้อผ้าออกจะดูน้อยชิ้น รัดรูป ตัวเล็กแบบทะมัดทะแมง นอกจากนั้น เสื้อผ้าที่เน้นลายพริ้นต์ของแบรนด์ยี่ห้อตัวใหญ่ มีการใช้เพชร ทอง เครื่องประดับที่มีราคา เป็นสัญลักษณ์ที่สะท้อนลักษณะการแบ่งกลุ่มแบ่งฝ่าย โดยการแต่งกายที่เห็นได้เป็นหลักของวัยรุ่นฮิพฮอพ คือ

1. กางเกงตัวใหญ่, รองเท้าผ้าใบกีฬา
2. นิยมสวมหมวกแบบต่างๆ โดยเฉพาะหมวกแก๊ปกีฬาเบสบอล
3. เครื่องประดับชิ้นใหญ่ ตั้งแต่โซ่ยาวแขวนคอ แหวน ตุ้มหู ที่ทำด้วย เงิน, ทองและ เพชร
4. เสื้อฮู้ดดี้, เสื้อกีฬา (sweat suits) หรือแม้แต่เสื้อเชิ้ตแนวหลวม ซ้อนเสื้อยืด และติดกระดุมเม็ดบน ที่มักเป็นเสื้อผ้ายี่ห้อแบรนด์เนม

โดยแฟชั่นแบบฮิพฮอพจะประกอบด้วยเสื้อผ้าแบรนด์เนมยี่ห้อ Ecko Unlimited, Shady LTD, Roca Wear, G-Unit Clothing, FUBU, Phat Farm เป็นต้น

ภาพที่ 48 การแต่งกายของวัยรุ่นแนวฮิพฮอพ

โดยสไตล์การแต่งกายของวัยรุ่นแนวดนตรีฮิพฮอพในปัจจุบันของไทยนั้นได้รับอิทธิพลถึงขั้น มีการรับเอาสไตล์การแต่งกายของฮิพฮอพจำนวนมากหลากหลายแนว อาทิ เช่น สไตล์ลาติน เม็กซิกัน, สไตล์อีสต์ โคสต์, เวสต์ โคสต์ ฯลฯ หรือวัยรุ่นบางกลุ่มก็มีการตั้งกลุ่มแก๊ง (Crews) ที่นิยมในวัฒนธรรมฮิพฮอพ และ ผลิตเสื้อยืดเฉพาะของกลุ่ม ขึ้นมา โดยศิลปินโจอี้ บอยได้กล่าวถึงเรื่องแฟชั่นการแต่งกายของกลุ่มวัยรุ่นฮิพฮอพ ไว้ในนิตยสาร Positioning magazine ฉบับกุมภาพันธ์ 2548 ดังนี้

".. สไตล์ที่ชัดเจนกางเกงทรงแบ๊กกี้ หลวมๆ เป็นสปอร์ตตี้ดูกระฉับกระเฉง กับเสื้อ มันเปลี่ยนแปลงไปเร็วมาก มาตามที่ศิลปินออก เราเห็นจากเอ็มทีวี นี่เดี๋ยวมาแล้ว...ดูก็รู้กันเองว่าเป็น Hip Hop ทรงเสื้อมันดูรู้ใส่หมวก ใส่ผ้าโผกหัว มองรองเท้า คือเราเดินกันแวบเดียวเรารู้กันเลย รองเท้ามียี่ห้อที่ชัดเจน อันดับ 1 เป็นยี่ห้อไนกี้ รุ่นดังทั่วโลกเลย คือรุ่นสีขาว แอร์ ฟอร์ซ มีซิมโบลิกอยู่แค่หมวกกับรองเท้า เสื้อกับกางเกงนี่ฟรีสไตล์ แต่ก็ต้องมีทรง รอยสักที่เป็นสัญลักษณ์ไม่มี พวกที่ชอบๆ ก็ไปสักลายกราฟฟิตี้สักแบบโอลด์ อิงลิช ลายแบบแกงสเตอร์แบบที่เขาชอบๆ กัน เครื่องประดับก็มี เครื่องเงิน เครื่องทอง ก็มีส่วนเข้ามา แม้แต่ที่อเมริกาก็มีแบบสไตล์ไม่รู้กี่แบบ Hip Hop แบ่งกันเป็นสไตล์ไม่รู้กี่หมู่กี่เหล่า มันเยอะมาก ไนกี้ที่นิยมเริ่มมาจากที่ศิลปินที่อเมริกาเขาใส่ คือเมืองไทยมันยังเวิร์กอยู่ คือสิ่งที่เราเห็นจากดารามันมีผลค่อนข้างเยอะ ...อย่างเมืองไทยไม่เคยสนับสนุน คือสนับสนุนน้อยมาก มีสินค้าเครื่องแต่งกายมากขึ้น แต่เป็นของที่มันอิมพอร์ตมากขึ้น ไม่มีใครทำ นี่คือสิ่งที่เราอยากให้ทำ คือเหมือนกับญี่ปุ่นที่มีแบรนด์ของตัวเอง ที่เขาก็รณรงค์ มีสไตล์ มีเสื้อผ้าของตนเอง มีแบรนด์ของตนเอง"
(Positioning magazine, กุมภาพันธ์ 2548)

<u>พื้นที่ทางสังคมของกลุ่มวัยรุ่นฮิพฮอพ</u>

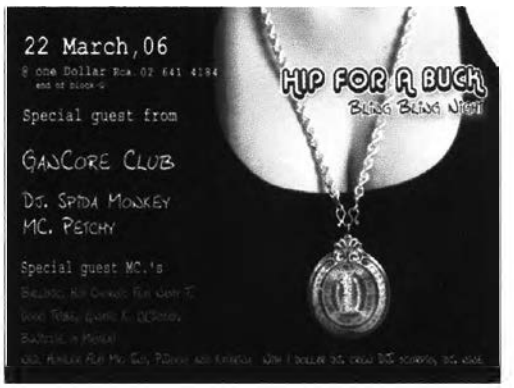
ในการรับวัฒนธรรมฮิพฮอพเข้ามาในสังคมไทยนั้นเกิดขึ้นจากความเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ในสังคมเมืองเป็นสำคัญ โดยในยุคแรกนั้นพื้นที่ห้างมาบุญครอง ถือได้ว่ามีความสำคัญในการเป็นพื้นที่ของศูนย์การค้าที่จัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย และอุปกรณ์ฯ สำหรับกลุ่มวัยรุ่นที่

ชื่นชอบในกีฬาสเก็ตบอร์ด และการแต่งกายแบบฮิพฮอพ โดยมีร้านที่สำคัญ ได้แก่ ร้าน ต่าย สเก็ตบอร์ด พื้นที่ของห้างมาบุญครองนั้นจึงเป็นศูนย์กลางรวมตัวและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของกลุ่มวัยรุ่นสเก็ตบอร์ดในยุคแรกๆ และมีสถานบันเทิงกลางคืน เช่น ร้าน สปีด ในซอยสีลมซอย 4 เป็นแหล่งรวมตัวสังสรรค์เฮฮา

เมื่อความนิยมที่มีต่อสไตล์ดนตรีฮิพฮอพมากขึ้นในช่วงไม่กี่ปีนั้นทำให้เกิดธุรกิจที่มีสินค้าที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพมากขึ้น จะเห็นได้จากการขยายตัวของสถานบันเทิงยามค่ำคืนตามแหล่งต่างๆของกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมเปิดเพลงเต้นรำ มีการนำเข้าเสื้อผ้าสไตล์ฮิพฮอพ มีกิจกรรมต่างๆที่ถูกจัดขึ้นสำหรับกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบวัฒนธรรมฮิพฮอพที่มีการสนับสนุนจากภาคธุรกิจต่างๆ ขณะเดียวกันธุรกิจประเภทโรงเรียนสอนดีเจ และตัวแทนจำหน่ายเครื่องเล่นแผ่นเสียงก็มีมากขึ้น การเติบโตที่ว่านี้จึงมีผลถึงการแพร่กระจายของวัฒนธรรมฮิพฮอพในสังคมไทยมากขึ้น

พื้นที่ในการแสดงออกของกลุ่มวัยรุ่นฮิพฮอพในปัจจุบันจึงมีเพิ่มขึ้น ตั้งแต่พื้นที่สาธารณะที่มีการแสดงออกด้วยศิลปะแบบกราฟฟิตี้ การรวมกลุ่มเต้นเบรคแดนซ์ตามพื้นที่สาธารณะ เช่น ป้อมพระสุเมรุ, ทางเชื่อมสถานีรถไฟฟ้าสถานีสนามกีฬาแห่งชาติ เป็นต้น นอกจากนี้ก็ยังมีภาคธุรกิจที่สนับสนุนการจัดแข่งขันกิจกรรมที่เป็นองค์ประกอบต่างๆของวัฒนธรรมฮิพฮอพ ตั้งแต่การแร็พ, การเต้นเบรคแดนซ์, การประชันดีเจ เป็นต้น

พื้นที่ในโลกอินเทอร์เน็ตก็เป็นพื้นที่รวมตัวที่สำคัญที่เป็นศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสารของวัยรุ่นฮิพฮอพในปัจจุบัน โดยกิจกรรมที่นิยมจัดขึ้น คือ การจัดปาร์ตี้โดยใช้สถานที่ เช่น ผับ คลับ รวมตัวกันนัดสังสรรค์



ภาพที่ 49 ป้ายประชาสัมพันธ์การจัดปาร์ตี้ของกลุ่มวัยรุ่นฮิพฮอพ

ภาพที่ 50 การจัดปาร์ตี้ของกลุ่มวัยรุ่นฮิพฮอพ

ในปัจจุบันผับและคลับในย่าน RCA อาทิ ร้าน Route66, Slim ได้กลายเป็นแหล่งรวมตัวของกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบในสไตล์วัฒนธรรมฮิพฮอพที่ใหญ่แห่งหนึ่ง โดยสถานบันเทิงเหล่านี้มีการตกแต่งสถานที่ โดยอาศัยแนวคิดของวัฒนธรรมฮิพฮอพ และเน้นการเปิดเพลงฮิพฮอพจากดีเจชื่อดัง

สรุปลักษณะการแพร่กระจายวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพในประเทศไทย

ลักษณะการแพร่กระจายของวัฒนธรรมฮิพฮอพในสังคมไทยเป็นการแพร่กระจายจากกลุ่มบุคคลไปสู่การแพร่กระจายในระดับที่กว้างขวางขึ้นผ่านการสื่อสารด้วยดนตรีฮิพฮอพจากค่ายเพลงเล็ก ในเวลาต่อมาเมื่อสังคมไทยมีเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่เพิ่มมากขึ้น ทำให้การติดต่อสื่อสารและรับวัฒนธรรมฮิพฮอพจากสหรัฐฯเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ปริมาณการรับข้อมูลข่าวสารในวัฒนธรรมดนตรีฮิพฮอพได้แพร่หลายไปสู่กลุ่มคนอื่นๆในสังคมไทยเพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกันเมื่อระบบธุรกิจค่ายเพลงใหญ่ให้ความสนใจในการผลิตศิลปินเพลงแนวฮิพฮอพ ทำให้การตลาดของค่ายเพลงขนาดใหญ่ที่มีบูรณาการในการใช้สื่อ ส่งผลให้ในปัจจุบันวัฒนธรรมฮิพฮอพกลายเป็นวัฒนธรรมวัยรุ่นที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อมวลชนอย่างแพร่หลาย

ภาพที่ 51 แผนภาพการแพร่กระจายตัวของวัฒนธรรมฮิพฮอพในประเทศไทย