

## บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “Saxophone Pub & Restaurant: รสชาติทางดนตรี กับ ตัวตน และ พื้นที่ทางวัฒนธรรมของคนเมือง” เป็นงานศึกษาการบริโภคดนตรีบลูส์&แจ๊สภายในแซ็คโซโฟนผับ แอนด์เรสตอรองต์ โดยผู้วิจัยต้องการตอบคำถามว่า 1) ลูกค้ายในผับแซ็คโซโฟนเป็นใคร 2) พวกเขา มีเป้าหมายอะไรในการไปสังสรรค์และฟังเพลงที่ผับแซ็คโซโฟน และ 3) ทั้งหมดสะท้อนนัยทางสังคม-วัฒนธรรมอะไรแก่เราบ้าง

ผู้วิจัยศึกษาผ่านแนวคิดเรื่องรสนิยม (Taste) และการบริโภควัฒนธรรม (cultural consumption) โดยมีข้อสมมุติฐานว่าความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนในสถานบันเทิงประเภทต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับรสนิยมและแบบแผนการใช้ชีวิต จากการศึกษาผู้วิจัยพบข้อสรุปดังนี้

ลูกค้าในแซ็คโซโฟนผับเกินครึ่งหนึ่งเป็นชาวต่างชาติ สำหรับคนไทยในผับแซ็คโซโฟน นั้นส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลางเมืองเพศชายอยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย (อายุ 22-23ปี) ขึ้นไปจนถึงวัยผู้ใหญ่ ฐานะทางเศรษฐกิจปานกลาง มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป และเป็นกลุ่มคนที่ชอบฟังเพลงโดยเฉพาะเพลงบลูส์หรือเพลงแจ๊สหรืออีกนัยหนึ่งคนกลุ่มนี้มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับดนตรีบลูส์&แจ๊ส เกือบทั้งหมดตั้งใจมาฟังเพลงและสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อนที่ชอบฟังเพลงหรือรู้จักเพลงบลูส์&แจ๊สด้วยเหตุผลว่า ผับแซ็คโซโฟนมีการแสดงดนตรีบลูส์&แจ๊สสดที่ดีมากแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ และมีการแสดงดนตรีสดทุกวัน

สำหรับนัยทางสังคม-วัฒนธรรมของตัวผับและคนไปเที่ยวผับแซ็คโซโฟนนั้น ผู้วิจัยพบว่า นอกจากผับแซ็คโซโฟนจะทำหน้าที่เหมือนสถานบันเทิงอื่นในฐานะของที่สังสรรค์ยามราตรีของคนเมืองแล้ว ผับแซ็คโซโฟนยังเป็นพื้นที่เพื่อการสำแดงออกถึงตัวตนทางวัฒนธรรมของผู้คนซึ่งมีจุดร่วมอยู่ที่รสนิยมทางดนตรีผ่านการบริโภคดนตรีบลูส์&แจ๊สสด ๆ ร่วมกันในลักษณะของการบริโภควัฒนธรรมแบบรวมหมู่ (collective cultural consumption) ซึ่งสามารถกระตุ้นและปลุกเร้าอารมณ์ความรู้สึกร่วมของทั้งคนเล่นและคนฟังให้หลังไหลพรังพรูออกมาหลอมรวมกัน

การก่อเกิดอารมณ์ความรู้สึกร่วมดังกล่าวก็คือ กระบวนการตอกย้ำ (confirm) ผลิตซ้ำ (reproduce) แบบแผนการรับและหยั่งรู้ในคุณค่าของดนตรีบลูส์&แจ๊ส รวมทั้งแบ่งปันตัวตนทางวัฒนธรรมในกลุ่มรสนิยมดนตรีเดียวกันนั่นเอง