

การพัฒนาคลังเพลงเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กร ของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม¹

DEVELOPING A LIBRARY MUSIC TO PROMOTE THE CORPORATE IDENTITY OF CHANDRAKASEM RAJABHAT UNIVERSITY¹

ปองภพ สุกิตติวงศ์*, ธนัช ขววิสุทธิกุล**, วิตต์ธาดา เปาคำ***
Pongpob Sukittiwong*, Thanach Chawawisuttikoon**, Wittada Phaokhum***

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์และความต้องการใช้ดนตรีในกิจกรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม และ 2) พัฒนาคลังเพลงอัตลักษณ์มาตรฐานสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม วิธีดำเนินการวิจัยบูรณาการระเบียบวิธีทางพฤติกรรมศาสตร์และกระบวนการสร้างสรรค์ทางดนตรีร่วมกัน โดยทำการศึกษาความคิดเห็นของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 11 คน ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย การวิเคราะห์เนื้อหา และการวิเคราะห์แบบอุปนัย นำผลวิจัยมาเป็นแนวทางประกอบการพัฒนาคลังเพลง ผลการวิจัยพบว่า คำสำคัญหลักที่สะท้อนอัตลักษณ์มหาวิทยาลัยได้ชัดเจนที่สุด ได้แก่ มีพลัง ($M = 4.09$) ชำชอง ($M = 3.64$) และสงบเยือก ($M = 3.55$) ลักษณะและกิจกรรมของมหาวิทยาลัยที่ต้องใช้ดนตรีประกอบมี 22 กิจกรรม เช่น สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย พิธีการระหว่างรอในกิจกรรมนักศึกษาและบุคลากร กิจกรรมต้อนรับนักศึกษาหรือบุคลากร เป็นต้น คลังเพลงอัตลักษณ์มาตรฐานสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ประกอบด้วยบทเพลงทั้งหมด 17 บทเพลง แบ่งออกเป็น บทเพลงสำหรับวงออร์เคสตรา จำนวน 1 เพลง บทเพลงสำหรับวงแจ๊ซเบอร์ จำนวน 1 เพลง และบทเพลงขนาดกลาง จำนวน 15 เพลง โดยพัฒนาจากบทเพลงดั้งเดิมในอัลบั้มเพลงประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏ

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง การวิจัยเชิงสร้างสรรค์ทางดนตรี: คลังเพลงอัตลักษณ์มาตรฐานสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณรายได้ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

¹ This article is part of the research project entitle Creative Music Research: The Standard Corporate Identity Music Library for Chandrakasem Rajabhat University. Research grant was provided by Chandrakasem Rajabhat University 2023.

* อาจารย์ ดร. สาขาวิชาดนตรีสากลศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, pongpob.s@chandra.ac.th

** อาจารย์ ดร. สาขาวิชาดนตรีสากล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, ผู้ประพันธ์บทเพลง,
fordmagicflute@gmail.com

*** อาจารย์ สาขาวิชาดนตรีสากลศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, wittada.p@chandra.ac.th

* Lecturer, Dr., Western Music Education Department, Faculty of Humanities and Social Sciences, Chandrakasem Rajabhat University, pongpob.s@chandra.ac.th

** Lecturer, Dr., Western Music Department, Faculty of Humanities and Social Sciences, Chandrakasem Rajabhat University, Corresponding Author, fordmagicflute@gmail.com

*** Lecturer, Western Music Education Department, Faculty of Humanities and Social Sciences, Chandrakasem Rajabhat University, wittada.p@chandra.ac.th

จันทร์เกษม คลังเพลงที่พัฒนาขึ้นมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน สามารถนำไปใช้ประกอบกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ทั้งออนไลน์และออนไซต์ ซึ่งจะส่งเสริมการรับรู้อัตลักษณ์องค์กรของมหาวิทยาลัยให้แก่บุคลากร นักศึกษา และ บุคคลทั่วไป โดยสามารถใช้งานอย่างอิสระภายใต้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัย

คำสำคัญ : การวิจัยเชิงสร้างสรรค์ทางดนตรี/ คลังเพลง/ อัตลักษณ์องค์กร

Abstract

The objectives of this study were 1) to investigate the identities and demand for music in the activities at Chandrakasem Rajabhat University (CRU), and 2) to develop the standard corporate identity library music for the CRU. The research process integrated behavioral science methodologies with creative research in music. It involved studying the opinions of 11 key informants within the university, using in-depth interviews and analysis through descriptive statistics, content analysis, and deductive analysis. The results were used as guidelines for developing the library music. The research results revealed that the keywords most clearly reflecting the university's identity were energizing ($M = 4.09$), sophisticated ($M = 3.64$), and calming ($M = 3.55$). There were 22 activities within the university that require accompanying music, such as university publicity, ceremonies during student and staff events, and welcoming activities for students or staff. The standard corporate identity library music for the CRU consisted of a total of 17 compositions, divided into 1 orchestral piece, 1 chamber music piece, and 15 medium-length pieces. These were developed from original songs in the university's album. The developed library music has a distinct identity and can be used in both online and onsite university activities, which will enhance the recognition of the university's corporate identity among staff, students, and the public. The library music can be freely used within the university, protected by its intellectual property rights.

Keywords: Creative Research in Music/ Library Music/ Corporate identity

บทนำ

คลังเพลง² (Library Music หรือ Audio Library หรือ Production Music หรือ Needle-drop Music) คือผลงานประพันธ์หรือเรียบเรียงดนตรีที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยไม่ได้กำหนดความมุ่งหมายในการใช้งานเฉพาะ มักถูกออกแบบมาเพื่อใช้ประกอบการผลิตภาพและเสียง เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยู สารคดี วิดีโอเกม ภาพยนตร์ หรือสื่อมัลติมีเดียรูปแบบอื่น ๆ ทั้งนี้บริษัทผู้ผลิตคลังเพลงจำหน่ายมักมีการว่าจ้างนักประพันธ์เพื่อจัดทำคลังเพลงที่มีการจำแนกบทเพลงตามสไตล์ดนตรี อารมณ์ความรู้สึก ความเร็วของจังหวะ หรือลักษณะของเสียง เอฟเฟกต์ โดยจัดทำเป็นฐานข้อมูลที่สามารถสืบค้นผ่านคำสำคัญด้วยสไตล์และความเร็วของจังหวะ ปัจจุบันมีการพัฒนาคลังเพลงที่มีลักษณะหลากหลาย ทั้งที่จำหน่ายขาดหรือคิดค่าบริการเป็นรายปี รวมไปถึงการเปิดให้ใช้ฟรีภายใต้เงื่อนไขการใช้งานของผู้ผลิต โดยคลังเพลงที่เป็นที่นิยมในระดับโลก ได้แก่ คลังเพลงยูทูบ (YouTube Audio Library)³ และออดิโอจังเกิ้ล⁴

ดนตรีมักถูกใช้ในการสร้างการรับรู้และจดจำของผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ เช่น การใช้ในสื่อโฆษณา ภาพยนตร์ หรือการใช้เพื่อสร้างอารมณ์ความรู้สึกการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจับจ่ายใช้สอย ประเพณี และเทศกาลสำคัญ คุณสมบัติดังกล่าวของดนตรีมีประสิทธิภาพอย่างยิ่งโดยเฉพาะการประยุกต์ใช้ในการสร้างการรับรู้อัตลักษณ์หรือภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ซึ่งจะส่งเสริมคุณค่าและมูลค่าให้แก่องค์กร ควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งนี้อัตลักษณ์องค์กรมีความหมายครอบคลุมถึงลักษณะและค่านิยมที่มีความเฉพาะ (Unique) ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างการจำกัดความให้องค์กร ทั้งผ่านแบรนด์ การออกแบบ การสื่อสาร และพฤติกรรม สิ่งเหล่านี้สร้างการรับรู้ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคมในวงกว้าง อัตลักษณ์องค์กรที่แข็งแกร่งนั้นจะสามารถสร้างการรับรู้ ความเชื่อมั่น และความภักดีของลูกค้า เป็นส่วนช่วยให้องค์กรมีศักยภาพในแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่งได้⁵ ซึ่งดนตรีมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสื่อสารสร้างการรับรู้ควบคู่ไปกับภาพลักษณ์ทางกายภาพ

อย่างไรก็ตามการตีความอัตลักษณ์องค์กรเพื่อเชื่อมโยงมาสู่การสร้างดนตรีเป็นสิ่งที่ซับซ้อน โดยเฉพาะผู้คนทั่วไปที่ไม่มีพื้นฐานความรู้ด้านดนตรีอาจอธิบายลักษณะและรูปแบบของดนตรีที่ต้องการได้ยาก จึงมีการพัฒนาแนวคิดการใช้คำที่คนทั่วไปเข้าใจมาเป็นสื่อเชื่อมโยงกับลักษณะของดนตรี โดยมีการรวบรวมและคัดกรองคำ พร้อมจัดกลุ่มและสังเคราะห์เป็นกลุ่มคำสำคัญที่ผู้คนจำนวนมากเห็นว่าเป็นคำที่มีคุณสมบัติสะท้อนอัตลักษณ์ขององค์กรและเชื่อมโยงกับลักษณะดนตรีที่แตกต่างกันได้ ซึ่งผู้วิจัยแปลและปรับแต่งกลุ่มคำให้เหมาะสมกับภาษาไทย แบ่งเป็น 5 กลุ่มคำสำคัญคือ⁶ ความสงบเงียบ (Calming) มีพลัง (Energizing) มืดมิด (Dark)

² Michael Zager, *Music Production: A Manual for Producers, Composers, Arrangers, and Students* (Maryland: Rowman & Littlefield, 2021), 193.

³ "Audio Library," YouTube, accessed September 30, 2023, <https://studio.youtube.com/channel/UCJPaHXtOyPkBY5M-e1KOWw/music>.

⁴ "Music," Audiojungle, accessed October 2, 2023, <https://audiojungle.net/category/music>.

⁵ John M.T. Balmer and Stephen A. Greyser, *Revealing the Corporation: Perspectives on Identity, Image, Reputation, Corporate Branding, and Corporate Level Marketing* (London: Routledge, 2003).

⁶ Mary S. Wagner, "Dimensions of Music: The Effect of Music/Brand Congruity on Advertising and Brand Evaluations" (PhD diss., The University of Michigan, 2008).

ซ้ำซ้อน (Sophisticated) และสีสันบาดตา (Jazzy) นอกจากนี้ยังมีแนวคิดการประยุกต์ใช้คำเพื่อเชื่อมโยงอารมณ์ความรู้สึกกับลักษณะของดนตรีที่แตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เช่น ความเร็ว (Tempo) ระดับเสียง (Pitch) แนวเคลื่อนที่ของระดับเสียง (Pitch Contour) ความแปรผันของระดับเสียง (Pitch Variation) เป็นต้น โดยคำเหล่านี้ ได้แก่ ความรื่นรมย์ ความมีชีวิตชีวา ความมีพลัง ความโกรธ ความเบื่อหน่าย ความน่ารังเกียจ ความกลัว ความสุข เศร้า และความประหลาดใจ⁷ ซึ่งแนวคิดทั้งสองจะช่วยให้การระบุความต้องการของดนตรีในความเห็นของผู้คนทั่วไปมีความชัดเจนขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่ต้องปรับตัวท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่รุนแรงของโลกสมัยใหม่เช่นเดียวกับสถาบันอื่น ๆ แม้ความสำเร็จและประวัติความเป็นมาที่ยาวนานของมหาวิทยาลัยจะเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความไว้วางใจจากสังคม อย่างไรก็ตามมหาวิทยาลัยยังคงไม่อาจหลีกเลี่ยงที่จะปรับตัวให้มีความทันสมัย และนำแนวคิดในการบริหารจัดการและการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะการสร้างการรับรู้อัตลักษณ์องค์กรมาพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในแง่มุมนี้ดนตรีเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง เช่น เพลงประจำมหาวิทยาลัย หรือเพลงที่ใช้ในโอกาสสำคัญ อย่างไรก็ตามในยุคสมัยนี้มีกิจกรรมมากมายที่มีช่องว่างให้ดนตรีสามารถเข้าไปทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสร้างความรับรู้ของมหาวิทยาลัยสู่บุคลากร นักศึกษา และสังคม ทั้งที่เป็นกิจกรรมออนไลน์ เช่น กิจกรรมรับปริญญา กิจกรรมรับน้องของนักศึกษา กิจกรรมของบุคลากร เป็นต้น รวมทั้งกิจกรรมออนไลน์ เช่น สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย เป็นต้น หากมีการนำดนตรีมาใช้ประกอบกิจกรรมเหล่านี้อย่างเหมาะสม จะสามารถสร้างประโยชน์ในหลายประการ ทั้งในด้านการสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย การสร้างความมีส่วนร่วมในกิจกรรม และสามารถสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวให้แก่มหาวิทยาลัยอีกด้วย

อย่างไรก็ตามการนำดนตรีทั่วไปหรือจากคลังเพลงสาธารณะมาใช้ มักมีข้อจำกัดในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา และดนตรีเหล่านั้นมักถูกออกแบบและพัฒนามาเพื่อการใช้งานโดยกว้าง ไม่ได้ออกแบบให้มีเอกลักษณ์สำหรับการใช้งานในองค์กรหรือหน่วยงานหนึ่งโดยเฉพาะ จึงทำให้การนำดนตรีมาใช้เพื่อสร้างการรับรู้อัตลักษณ์องค์กรนั้นต้องอาศัยกระบวนการในการศึกษาและพัฒนาขึ้นมาโดยเฉพาะ นอกจากนี้ด้วยประวัติความเป็นมาที่ยาวนานของมหาวิทยาลัย จำเป็นต้องเลือกใช้ดนตรีที่มีลักษณะเฉพาะและคำนึงถึงความต้องการและความเหมาะสมในการใช้งานโดยสอดคล้องกับพื้นฐานทางประวัติศาสตร์อย่างรอบด้าน ประกอบกับการทบทวนงานวิจัยในอดีตพบว่าเคยมีการทำวิจัยด้านการออกแบบกราฟิกเอกลักษณ์มาตรฐานของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม⁸ อย่างไรก็ตามไม่พบการวิจัยในการพัฒนาคลังเพลงของมหาวิทยาลัย จึงเป็นช่องว่างที่ต้องการกระบวนการศึกษา วิเคราะห์อัตลักษณ์และความต้องการใช้ดนตรีในกิจกรรมของมหาวิทยาลัยอย่างเป็นระบบเพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการพัฒนาคลังเพลงที่มีประสิทธิภาพ

⁷ Klaus R. Scherer and James S. Oshinsky, "Cue Utilization in Emotion Attribution from Auditory Stimuli," *Motivation and Emotion* 1, no. 4 (December 1977): 340.

⁸ Prachid Tinnabutr, "The Standards Corporate Graphic Identity Design for Chandrakasem Rajabhat University," *Chandrakasem Rajabhat University Journal* 17, no. 33 (July-December 2011): 42-52. (in Thai)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และความต้องการใช้ดนตรีในกิจกรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
2. เพื่อพัฒนาคัลังเพลงอัตลักษณ์มาตรฐานสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยนี้พิจารณาบนข้อมูลสำคัญสองประการ ประการแรกเป็นการศึกษาข้อมูลในอดีต ด้านภูมิหลังของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ผ่านการทบทวนวรรณกรรม ครอบคลุมด้านประวัติความเป็นมา วิสัยทัศน์และนโยบายของมหาวิทยาลัย และบทเพลงประจำมหาวิทยาลัยดั้งเดิม ประการที่สองเพื่อการปรับตัวให้ทันต่อยุคสมัยใหม่ จึงมีการพิจารณาเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลภายในองค์กรในด้านอัตลักษณ์และความต้องการใช้ดนตรีในกิจกรรมของมหาวิทยาลัย โดยนำข้อมูลทั้งสองประการร่วมพิจารณาเป็นหลักการสำหรับพัฒนาคัลังเพลงของมหาวิทยาลัย ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดสามารถแสดงเป็นภาพได้ดังนี้

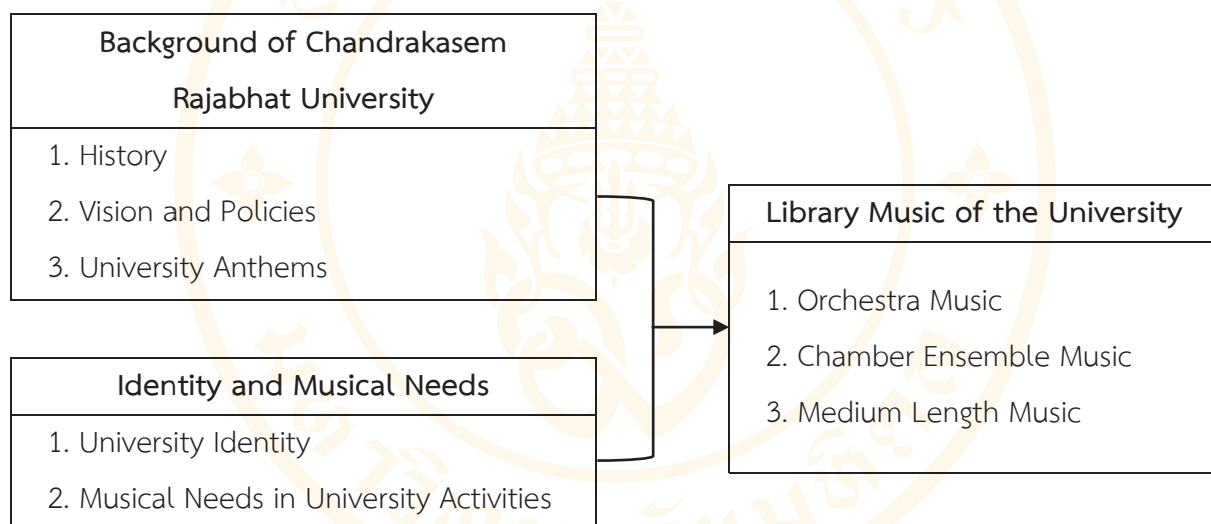


Figure 1 Research Conceptual Framework

Source: by author

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้แบ่งเป็นออกเป็นสองตอนตามวัตถุประสงค์การวิจัย ตอนแรกใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยมุ่งรวบรวมทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพด้านอัตลักษณ์และความต้องการใช้ดนตรีในกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ตอนที่สองใช้กระบวนการวิจัยเชิงสร้างสรรค์ทางด้านดนตรี (Practice as Research; PaR, Artistic Research: AR)⁹ โดยนำข้อมูลจากการวิจัยตอนแรกมาเป็นแนวทางในการพัฒนาคัลังเพลง ทั้งนี้ในบทความนี้มุ่งเสนอกระบวนการวิจัยในตอนแรกเป็นหลัก ซึ่งมีขั้นตอนและรายละเอียดคือ

⁹ Estelle Barrett and Barbara Bolt, *Practice as Research: Approaches to Creative Arts Enquiry* (London: I.B. Tauris, 2015), 1-3.

1. ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดมีจำนวน 11 คน ถูกคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ไม่ได้เน้นการเลือกตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด แต่เน้นการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่สามารถให้ข้อมูลที่มีคุณค่าและมีความเหมาะสมเพื่อการตอบคำถามวิจัย¹⁰ ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้กำหนดทิศทางเอกลักษณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 3 คน เป็นผู้มีความสัมพันธ์เป็นคณะผู้บริหารมหาวิทยาลัย กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตดนตรีประกอบสื่อ จำนวน 3 คน เป็นผู้มีความสัมพันธ์เป็นอาจารย์ประจำและอาจารย์พิเศษจากสาขาวิชาดนตรีสากล ที่เชี่ยวชาญด้านการประพันธ์ดนตรีและการผลิตดนตรีประกอบสื่อ และกลุ่มที่ 3 ผู้ใช้งานดนตรีประกอบสื่อและกิจกรรมของมหาวิทยาลัย จำนวน 5 คน เป็นผู้มีความสัมพันธ์เป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ โสตทัศนูปกรณ์ และกิจการนักศึกษา

2. เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัยคือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกด้านความต้องการใช้ดนตรีในกิจกรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Form) ประกอบด้วย 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป และตอนที่ 2 อัตลักษณ์และความต้องการใช้ดนตรีในกิจกรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม โดยในตอนที่ 2 มีคำถามสำคัญใน 2 ประเด็น ได้แก่

ประเด็นคำถามที่ 1 ความคิดเห็นต่อคำสำคัญหลักที่สะท้อนอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ประยุกต์ใช้มาตรวัดลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ¹¹ ในการใช้แสดงความเห็นต่อความสอดคล้องระหว่างอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยกับคำสำคัญที่เสนอโดยวากเนอร์¹² ประกอบด้วย 5 กลุ่มคำสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างความรู้สึกอัตลักษณ์องค์กรและดนตรี ได้แก่ สงบเงียบ มีพลัง มีมิติ ช้าชอง และสับสนบาดตา ทั้งนี้กำหนดให้มาตรวัด 5 ระดับ มีความหมายคือ 5 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 หมายถึงเห็นด้วย 3 หมายถึงมีความเห็นเป็นกลาง 2 หมายถึงไม่เห็นด้วย และ 1 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ประเด็นคำถามที่ 2 ลักษณะและกิจกรรมของมหาวิทยาลัยที่ต้องใช้ดนตรีประกอบ ประกอบด้วยประเด็นคำถามย่อย 3 คำถาม ได้แก่ คำถามที่ 2.1 กิจกรรมของมหาวิทยาลัยที่มีความต้องการใช้ดนตรีประกอบสื่อมากที่สุด 5 อันดับแรก เป็นข้อคำถามปลายเปิด คำถามที่ 2.2 ลักษณะของอารมณ์ความรู้สึกของดนตรีที่สอดคล้องกับการใช้งานดนตรีในกิจกรรมในข้อที่ 1 เป็นคำถามแบบตัวเลือก ที่พัฒนาขึ้นจากแนวคิดของเชเรอร์ และโอชินสกี¹³ ประกอบด้วย 10 ตัวเลือก ได้แก่ ความรื่นรมย์ ความมีชีวิตชีวา ความมีพลัง ความโกรธ ความเบื่อหน่าย ความน่ารังเกียจ ความกลัว ความสุข เศร้า และความประหลาดใจ และคำถามที่ 2.3 ความคิดเห็น

¹⁰ Ma. Dolores C. Tongco, "Purposive Sampling as a Tool for Informant Selection," *Ethnobotany Research and Applications* 5 (2007): 147-158.

¹¹ Rensis Likert, "A Technique for the Measurement of Attitudes," *Archives of Psychology*, no. 140 (1932): 1-55.

¹² Mary S. Wagner, "Dimensions of Music: The Effect of Music/Brand Congruity on Advertising and Brand Evaluations" (PhD diss., The University of Michigan, 2008).

¹³ Klaus R. Scherer and James S. Oshinsky, "Cue Utilization in Emotion Attribution from Auditory Stimuli," *Motivation and Emotion* 1, no. 4 (December 1977): 340.

เพิ่มเติม เป็นข้อคำถามปลายเปิดเพื่อให้ความเห็นเชิงคุณภาพเกี่ยวกับลักษณะของดนตรีและกิจกรรมที่ต้องใช้ดนตรีประกอบ

เครื่องมือวิจัยที่พัฒนาขึ้นได้นำไปตรวจสอบคุณภาพโดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item Objective Cougruence) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ผลพบว่าข้อคำถามในประเด็นที่ 1-2 มีดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์อยู่ที่ 1 และ 0.67 ตามลำดับ ถือว่าข้อคำถามนั้นวัดได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์¹⁴ และมีการหาค่าความเที่ยงโดยการทดลองสัมภาษณ์นำร่อง (Pilot Testing) กับบุคลากรในมหาวิทยาลัยจำนวน 5 คน ได้แก่ อาจารย์ประจำในมหาวิทยาลัยจำนวน 3 คน และเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยจำนวน 2 คน โดยทำการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของประเด็นคำถามที่ 1 ซึ่งเป็นมาตรวัดลิเคิร์ต 5 ระดับ ใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าอัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่าข้อคำถามทั้งชุดมีค่าอัลฟาครอนบาคที่ 0.813 ถือว่ามีความน่าเชื่อถือ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลทั้ง 3 กลุ่ม จำนวน 11 คน โดยใช้เวลาดำเนินการสัมภาษณ์ประมาณ 2 เดือน มีการนัดผู้ให้ข้อมูลล่วงหน้าอย่างน้อย 5 วัน มีการจัดทำแบบสัมภาษณ์และบทสรุปของโครงการวิจัยเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลพิจารณาเตรียมตัวล่วงหน้า รวมทั้งการแจ้งสิทธิและขอความยินยอมในการสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย รวมทั้งแจ้งขั้นตอนการสัมภาษณ์และการขอบันทึกเสียงเพื่อนำมาถอดเสียงสัมภาษณ์

การดำเนินการสัมภาษณ์ใช้เวลาประมาณ 1 ถึง 1 ชั่วโมงครึ่ง โดยเป็นการสัมภาษณ์ที่ห้องทำงานของผู้ให้ข้อมูลแต่ละคน มีการบันทึกเสียงสัมภาษณ์ ทั้งนี้มีการใช้แบบสัมภาษณ์เป็นแนวทางในการถามคำถาม และมีการซักถามเพิ่มเติมในประเด็นที่คำตอบอาจยังไม่ชัดเจน หรือผู้วิจัยต้องการข้อมูลเชิงลึกตามประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลมากขึ้น

4. การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแยกตามประเด็นคำถามดังนี้

ประเด็นคำถามที่ 1 วิเคราะห์ด้วยข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย โทนการคำนวณค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อให้เห็นถึงแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลางของความเห็นโดยรวม นำเสนอด้วยแผนภูมิเรดาร์ (Radar Chart)

ประเด็นคำถามที่ 2 แบ่งวิธีการวิเคราะห์ตามประเด็นคำถามย่อยทั้งสามข้อ ได้แก่ คำถามที่ 2.1 กิจกรรมของมหาวิทยาลัยที่มีความต้องการใช้ดนตรีประกอบสื่อมากที่สุด 5 อันดับแรก ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) คำถามที่ 2.2 ลักษณะของอารมณ์ความรู้สึกของดนตรีที่สอดคล้องกับการใช้งานดนตรี ใช้วิธีการแจกแจงความถี่ คำถามที่ 2.3 ความคิดเห็นเพิ่มเติม ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Inductive Analysis)

¹⁴ Wanee Kamket, *Research Methodology in Behavioral Sciences* (Bangkok: Chulalongkorn University Printing House, 2008), 221. (in Thai)

5. การพัฒนาคลังเพลง

พัฒนาคลังเพลงโดยการนำบทเพลงจากอัลบั้มสดับสำเนียงจันทร์เกษม ซึ่งเป็นอัลบั้มเผยแพร่ทางออนไลน์ที่รวมบทเพลงประจำสถาบันดั้งเดิมที่ถูกประพันธ์และบันทึกเสียงตั้งแต่ช่วงวิทยาลัยครูจันทร์เกษม เป็นต้นมา (ชื่อเดิมก่อนปรับเปลี่ยนเป็นสถาบันราชภัฏและมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทร์เกษมในเวลาต่อมา) อัลบั้มมีบทเพลงทั้งหมดจำนวน 22 เพลง ถูกคัดเลือกบทเพลงที่มีทำนองเหมาะสมและเป็นที่รู้จักกว้างขวางจำนวน 8 เพลง ได้แก่ 1) เพลงมาร์ชมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทร์เกษม 2) เพลงจันทร์เกษม 3) เพลงปณิธานจันทร์เกษม 4) เพลงร่ำวงจันทร์เกษม 5) เพลงสู่ขวัญจันทร์เกษม 6) เพลงจันทร์เกษมฮาเฮ 7) เพลงฝากใจไว้ในจันทร์เกษม และ 8) เพลงเทาเหลืองแห่งความหลัง โดยนำบทเพลงเหล่านี้มาเป็นองค์ประกอบตั้งต้นในการเรียบเรียงและประพันธ์ดนตรีเพื่อพัฒนาเป็นคลังเพลง ใช้วิธีการคัดแนวทำนองหลักที่สำคัญของบางช่วงในบทเพลงต่าง ๆ ของอัลบั้มนี้ นำมาเรียบเรียงเสียงประสานขึ้นใหม่ รวมถึงการเลือกใช้ประเภทวงดนตรีและคำนึงถึงอารมณ์ของบทเพลงต่าง ๆ ให้สอดคล้องความต้องการในการใช้ดนตรีประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ทั้งนี้สร้างเป็นฐานข้อมูลที่รวบรวมคลังเพลงพร้อมจัดทำระบบสืบค้นสำหรับเข้าถึงผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

6. การประเมินคุณภาพของคลังเพลงที่พัฒนาขึ้น

ใช้วิธีการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตดนตรีประกอบสื่อจำนวน 3 คน ซึ่งเป็นกลุ่มเดียวกับผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัย ทำการตรวจสอบและทดลองใช้งานคลังเพลงจากระบบสืบค้น พร้อมประเมินคุณภาพของคลังเพลงด้วยมาตรวัด 5 ระดับ โดย 5 หมายถึงยอดเยี่ยม 4 หมายถึงดีมาก 3 หมายถึงดี 2 หมายถึงพอใช้ และ 1 หมายถึงแย่ โดยประเมินครอบคลุมด้านคุณภาพบทประพันธ์ใน 5 ประเด็น ได้แก่ 1) ความเหมาะสมขององค์ประกอบดนตรี 2) ความเหมาะสมของสไตล์และเครื่องดนตรีที่เลือกใช้ 3) คุณภาพเสียงของไฟล์เสียง 4) ความละเอียดลออในการสร้างสรรค์บทประพันธ์ และ 5) ความเป็นต้นแบบของทรัพย์สินทางปัญญา พร้อมประเมินคุณภาพในการนำไปใช้งานและความสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลคลังเพลงใน 7 ประเด็น ได้แก่ 1) การใช้งานสะดวกเข้าใจง่าย 2) เครื่องมือในการคัดกรองสืบค้นเพลงเหมาะสม 3) สีสัน ความสวยงาม และการออกแบบระบบสืบค้นฐานข้อมูล 4) บทเพลงสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย 5) บทเพลงสามารถครอบคลุมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยที่ต้องใช้ดนตรีประกอบ 6) ความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้งานคลังเพลงของผู้ประเมิน และ 7) ความพึงพอใจที่คาดว่าผู้ใช้งานจริงจะได้รับ อีกทั้งมีการให้ข้อเสนอแนะเชิงคุณภาพประกอบ

ผลการศึกษา

1. ความคิดเห็นต่อคำสำคัญหลักที่สะท้อนอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลทั้ง 11 คน ต่อคำสำคัญที่สะท้อนอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทร์เกษม สามารถวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและนำเสนอตามภาพที่ 2 ทั้งนี้คำสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่แปลความหมายได้ว่าผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยปานกลางว่าคำสำคัญดังกล่าวสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ได้แก่ “มีพลัง” ($M = 4.09$) คำสำคัญลำดับต่อมาซึ่งแปลความหมายได้ว่าผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยเล็กน้อยว่าคำสำคัญทั้งสองสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทร์เกษมได้แก่ “ข้าซอ” ($M = 3.64$) และ “สงบเงียบ” ($M = 3.55$) คำสำคัญหลักทั้งสามจะถูกใช้เป็นตัวแทนอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในการพิจารณาสร้างสรรค์เพลง

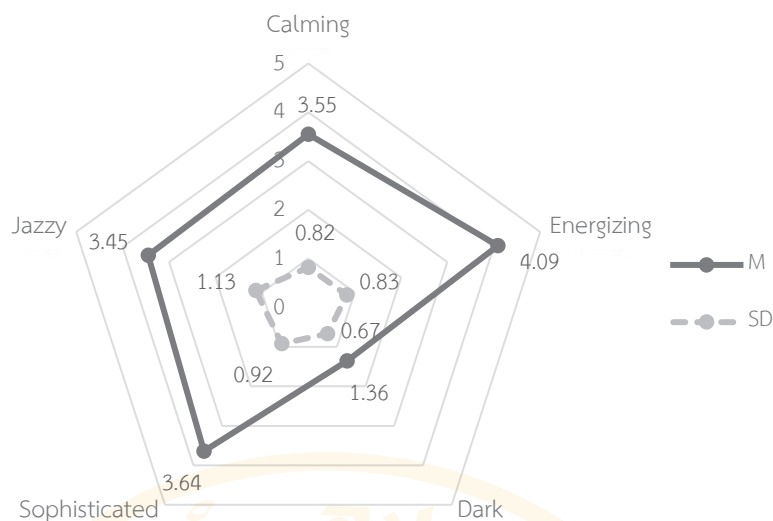


Figure 2 Opinions on the Identity of Chandrakasem Rajabhat University

Source: by author

2. ลักษณะและกิจกรรมของมหาวิทยาลัยที่ต้องใช้ดนตรีประกอบ

กิจกรรมของมหาวิทยาลัยที่ต้องการใช้ดนตรีประกอบพบว่ามีจำนวน 22 กิจกรรม โดยครอบคลุมทั้งกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์และออนไซต์ สอดคล้องกับการกิจหลักของมหาวิทยาลัย ได้แก่ การเรียนการสอน และกิจกรรมนักศึกษา กิจกรรมพัฒนาบุคลากร กิจกรรมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมบริการวิชาการชุมชน และกิจกรรมประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย ทั้งนี้สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ระบุชื่อกิจกรรมและนับจำนวนความถี่ของข้อมูลให้ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นสอดคล้องกันเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยโดยแสดงแบ่งกลุ่มตามปริมาณความถี่ได้ดังนี้ (จำนวนความถี่ของความเห็นที่ผู้ให้ข้อมูลให้ไว้สอดคล้องกันแสดงในเครื่องหมายวงเล็บ ต่อท้ายชื่อกิจกรรม เช่น (10) หมายถึง มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 10 คน ให้ข้อมูลว่ากิจกรรมดังกล่าวมีความต้องการใช้งานดนตรี)

กลุ่มกิจกรรมที่ผู้ให้ข้อมูลเห็นสอดคล้องกันมากที่สุดจำนวน 3 กิจกรรม ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย (10) การประกอบพิธีการระหว่างรอนักศึกษานักศึกษาและบุคลากร (7) และกิจกรรมต้อนรับนักศึกษาหรือบุคลากร (7)

กลุ่มกิจกรรมที่ผู้ให้ข้อมูลเห็นสอดคล้องกันไม่เกิน 4 คน มีจำนวน 9 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมอำลา นักศึกษาและบุคลากร (4) กิจกรรมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม (3) สื่อบันทึกกิจกรรมบรรยายที่จัดโดยมหาวิทยาลัย (2) กิจกรรมวันรับปริญญา (2) กิจกรรมกีฬาประจำปี (2) กิจกรรมสร้างสรรค์ตามประเพณีและเทศกาล (2) กิจกรรมประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย (2) กิจกรรมรับน้อง (2) และกิจกรรมบริการชุมชน (2)

กลุ่มกิจกรรมที่ผู้ให้ข้อมูลเสนอความคิดเห็นเพิ่มเติม มีจำนวน 10 กิจกรรม ได้แก่ เพลงประจำมหาวิทยาลัย (1) ประกอบพิธีการเปิดงานของมหาวิทยาลัย (1) ประกอบพิธีการมอบของที่ระลึก (1) พิธีการอัญเชิญตราสัญลักษณ์ (1) ประกอบพิธีการมอบรางวัล (1) กิจกรรมวันครู (1) เสียงตามสายในมหาวิทยาลัย (1) กิจกรรมค่ายพัฒนานักศึกษา (1) กิจกรรมเดินขบวนกลางแจ้ง (1) และการเปิดตัวบุคคลในกิจกรรม (1)

3. ลักษณะของอารมณ์ความรู้สึกของดนตรีที่สอดคล้องกับการใช้งานดนตรี

ความเชื่อมโยงระหว่างอารมณ์ความรู้สึกของดนตรีที่เหมาะสมกับกิจกรรมสะท้อนผ่านคำสำคัญที่ผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นไว้ ซึ่งจะถูกใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาพัฒนาบทประพันธ์คลังเพลงให้มีความเชื่อมโยงกัน โดยสามารถแสดงความถี่ของข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลให้ไว้ตรงกันครอบคลุมทั้ง 22 กิจกรรม ได้ดังนี้ (จำนวนความถี่ของข้อมูลแสดงในเครื่องหมายวงเล็บท้ายคำสำคัญ คล้ายคลึงกับในข้อ 2)

- กิจกรรมที่ 1 สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ รื่นรมย์ (1) มีชีวิตชีวา (2) มีพลัง (3) ความสุข (2) และประหลาดใจ (1)
- กิจกรรมที่ 2 การประกอบพิธีการระหว่างรอในกิจกรรมนักศึกษาและบุคลากร
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ รื่นรมย์ (4) มีชีวิตชีวา (1) มีพลัง (1) และความสุข (1)
- กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมต้อนรับนักศึกษาหรือบุคลากร
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ รื่นรมย์ (1) มีชีวิตชีวา (3) และมีพลัง (3)
- กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมอำนวยการนักศึกษาและบุคลากร
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ มีชีวิตชีวา (1) มีพลัง (1) และความสุข (2)
- กิจกรรมที่ 5 กิจกรรมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ รื่นรมย์ (2) และมีชีวิตชีวา (1)
- กิจกรรมที่ 6 สื่อบันทึกกิจกรรมบรรยายที่จัดโดยมหาวิทยาลัย
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ มีชีวิตชีวา (1) และความสุข (1)
- กิจกรรมที่ 7 กิจกรรมวันรับปริญญา
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ รื่นรมย์ (1) และมีพลัง (1)
- กิจกรรมที่ 8 กิจกรรมกีฬาประจำปี
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ มีชีวิตชีวา (1) และความสุข (1)
- กิจกรรมที่ 9 กิจกรรมสังสรรค์ตามประเพณีและเทศกาล
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ มีชีวิตชีวา (1) และความสุข (1)
- กิจกรรมที่ 10 กิจกรรมประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ รื่นรมย์ (1) และมีชีวิตชีวา (1)
- กิจกรรมที่ 11 กิจกรรมรับน้อง
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ มีชีวิตชีวา (2)
- กิจกรรมที่ 12 กิจกรรมบริการชุมชน
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ มีพลัง (1) และความสุข (1)
- กิจกรรมที่ 13 เพลงประจำมหาวิทยาลัย
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ มีชีวิตชีวา (1)

- กิจกรรมที่ 14 ประกอบพิธีการเปิดงานของมหาวิทยาลัย
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ มีพลัง (1)
- กิจกรรมที่ 15 ประกอบพิธีการมอบของที่ระลึก
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ รื่นรมย์ (1)
- กิจกรรมที่ 16 พิธีการอัญเชิญตราสัญลักษณ์
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ มีพลัง (1)
- กิจกรรมที่ 17 ประกอบพิธีการมอบรางวัล
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ มีพลัง (1)
- กิจกรรมที่ 18 กิจกรรมวันครู
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ รื่นรมย์ (1)
- กิจกรรมที่ 19 เสียงตามสายในมหาวิทยาลัย
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ มีพลัง (1)
- กิจกรรมที่ 20 กิจกรรมค่ายพัฒนานักศึกษา
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ มีชีวิตชีวา (1)
- กิจกรรมที่ 21 กิจกรรมเดินขบวนกลางแจ้ง
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ มีชีวิตชีวา (1)
- กิจกรรมที่ 22 เปิดตัวบุคคลในกิจกรรม
สอดคล้องกับคำสำคัญ ได้แก่ มีชีวิตชีวา (1)

4. คลังเพลงอัตลักษณ์มาตรฐานสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ผู้วิจัยได้นำบทเพลงส่วนหนึ่งจากอัลบั้มสดับสำเนียงจันทรเกษมมาเป็นองค์ประกอบตั้งต้นในการเรียบเรียงดนตรีเพื่อสร้างเป็นคลังเพลง เนื่องจากอัลบั้มนี้ได้รวบรวมบทเพลงประจำมหาวิทยาลัยที่สำคัญและแสดงถึงอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม มีการใช้งานและเป็นที่ยอมรับมาอย่างยาวนาน แต่มีลักษณะการเรียบเรียงดนตรีที่เป็นแบบดั้งเดิม ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดแนวทำนองหลักที่สำคัญของบางช่วงในบทเพลงต่าง ๆ นำมาเรียบเรียงเสียงประสานขึ้นใหม่ รวมถึงเลือกใช้ประเภทวงดนตรีและค่านึงถึงอารมณ์ของบทเพลงต่าง ๆ ให้ตรงกับผลลัพธ์ของการเก็บข้อมูลวิจัยในตอนแรก บทเพลงที่ประพันธ์และเรียบเรียงขึ้นประกอบด้วย 1) บทเพลงสำหรับวงออร์เคสตรา จำนวน 1 เพลง 2) บทเพลงสำหรับวงแจ๊สเบอร์ จำนวน 1 เพลง และ 3) บทเพลงขนาดกลาง จำนวน 15 เพลง สำหรับเพลงที่ใช้เค้าโครงจากเพลงดั้งเดิมเป็นหลักจะใช้ชื่อเพลงตามต้นฉบับ โดยมีการระบุสไตล์หรือเครื่องดนตรีที่ใช้เพื่อแสดงลักษณะเฉพาะที่มีพัฒนาต่อยอดเพิ่มเติม

ในแต่ละบทเพลงที่ผู้วิจัยนำมาเรียบเรียงและประพันธ์ มีการนำแนวทำนองหลักมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับแนวดนตรีที่เลือก รวมทั้งมีการเลือกใช้บันไดเสียงและเสียงประสาน โดยเรียบเรียงขึ้นใหม่ให้เหมาะสมกับอารมณ์บทเพลง จากนั้นนำข้อมูลโน้ตเพลงบันทึกในโปรแกรมผลิตผลงานดนตรีโลจิกโปร (Logic Pro X) โดยป้อนข้อมูลผ่านคีย์บอร์ดคอนโทรลเลอร์ (MIDI Controller) ใช้เสียงจากโปรแกรมเสริมประเภทเครื่องดนตรีเสมือน (Virtual Studio Instrument) ในการสร้างสรรค์ผลงานดนตรี โดยในแต่ละบทเพลงเลือกใช้เครื่องดนตรีที่แตกต่างกัน

ตามประเภทวงดนตรี จากนั้นทำการผสมเสียงด้วยโปรแกรมเสริมประเภทเอฟเฟกต์ (Audio Effects Plugin) เช่น การใช้อีควอไลเซอร์ (Equalizer) และคอมเพรสเซอร์ (Compressor) เพื่อปรับสีสันทันและความสมดุลย่านความถี่ต่าง ๆ และปรับความดังให้เหมาะสม ทั้งนี้รายชื่อและรายละเอียดแต่ละบทเพลงสามารถแสดงดังตารางที่ 1

Table 1 Songs in the Standard Corporate Identity Library Music for the CRU

Source: by author

Order	Type of Song	Song Name	Instrumentation	Key Signature
1	Orchestra Music	01 Su Khwan Chandrakasem	Orchestra	F Major
2	Chamber Music	02 March Rajabhat Chandrakasem	Chamber Orchestra	C Major
3	Medium Length Song	03 March Rajabhat Chandrakasem	Electronic Piano	E Major
4		04 Leaving My Heart in Chandrakasem	Piano	D Major
5		05 The Grey-Yellow of Memories	Piano	C Major
6		06 Chandrakasem	Music Box	D $\flat$ Major
7		07 Chandrakesem Ha-Hae	Electronic	G Major
8		08 Chandrakasem Aspiration	Electronic	D Minor
9		09 Opening Song	Orchestra	B $\flat$ Major
10		10 Lighting Electronic Background	Electronic	C Minor
11		11 Kam Klaew Wai Khru	Piano	E $\flat$ Major
12		12 Chandrakasem	String Chamber Orchestra	C Major
13		13 Su Khwan Chandrakasem	Orchestra	C Major
14		14 Chandrakasem	Piano	D Major
15		15 Leaving My Heart in Chandrakesem	Flute and Piano	E $\flat$ Major
16		16 The Grey-Yellow of Memories	Flute and Band	C Major
17		17 March Rajabhat Chandrakasem	Violin and Electronic Piano	F Major

เพื่อสามารถเข้าถึงและใช้งานได้สะดวก ผู้วิจัยได้พัฒนาระบบฐานข้อมูลและการสืบค้นที่มีเครื่องมือในการเข้าถึง คัดกรอง เพื่อเลือกใช้เพลงในคลังเพลงจากคุณสมบัติที่จำเป็น ได้แก่ ชื่อเพลง ประเภท สไตล กิจกรรมการใช้งาน อารมณ์ เครื่องดนตรี และความยาวของบทเพลง โดยผู้ใช้งานสามารถคัดกรองบทเพลงตามความต้องการใช้งานตามหัวข้อดังกล่าว และดาวน์โหลดบทเพลงเพื่อนำไปใช้ได้ผ่านฐานข้อมูลออนไลน์¹⁵

ระบบฐานข้อมูลและการสืบค้นที่พัฒนาขึ้นอยู่บนพื้นฐานของซอฟต์แวร์ลูคเกอร์สตูดิโอ (Looker Studio) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการสร้างรายงานและแดชบอร์ดจากฐานข้อมูล โดยได้นำมาประยุกต์ใช้ในการสืบค้นและคัดกรองบทเพลงในคลังเพลงตามคุณสมบัติของเพลง เพื่อให้สะดวกสำหรับผู้ใช้งานสามารถเลือกบทเพลงได้ตามวัตถุประสงค์ โดยมีลักษณะดังภาพที่ 3



Figure 3 Database Management and Library Music Search System

Source: by author

5. ผลการประเมินคุณภาพคลังเพลง

ผลจากการประเมินผู้เชี่ยวชาญด้านคุณภาพบทประพันธ์ และการนำไปใช้งานและการเข้าถึงของคลังเพลง จำแนกตามประเด็นประเมินสามารถแสดงค่าเฉลี่ยผลประเมินจากคะแนนเต็ม 5 ได้ดังตารางต่อไปนี้

¹⁵ "Chandrakasem Library Music," Looker Studio, <https://lookerstudio.google.com/s/ry69oyNX-c8>. (in Thai)

Table 2 library Music Quality Assessment Results

Source: by author

Evaluation Issues	M (N = 3)
1. Song Quality	
1.1 Appropriateness of musical elements	4.33
1.2 Appropriateness of the chosen style and instruments	4.33
1.3 Sound quality of the audio files	3.67
1.4 Detail and creativity in the composition	4.00
1.5 Originality as an intellectual property	4.67
2. Usability and Accessibility	
2.1 Ease of use and understanding	4.00
2.2 Appropriate tools for filtering and searching for music	4.00
2.3 Color, beauty, and design of the database search system	3.67
2.4 The songs can reflect the identity of the university	4.67
2.5 The songs can cover the university's activities	4.33
2.6 Overall satisfaction with the use of the library music by the evaluator	4.33
2.7 Expected satisfaction of the actual users	4.67

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพบทประพันธ์ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับดีมากถึงยอดเยี่ยม (ค่าคะแนนเฉลี่ยทุกประเด็นมีค่ามากกว่า 3.50) ทั้งนี้ประเด็นที่มีค่าคะแนนมากที่สุดคือด้านความเป็นต้นแบบของทรัพย์สินทางปัญญา มีผลประเมินอยู่ในระดับยอดเยี่ยม ($M = 4.67$) ในขณะที่ด้านที่มีคะแนนน้อยที่สุดคือด้านคุณภาพเสียงของไฟล์เสียง โดยมีผลประเมินอยู่ในระดับดี ($M = 3.67$) ทั้งนี้ในประเด็นนี้ผู้เชี่ยวชาญมีข้อเสนอแนะว่าถ้ามีการใช้นักดนตรีจริงเป็นผู้บรรเลงและบันทึกเสียงแทนการใช้เสียงเครื่องดนตรีเสมือน (Virtual Studio Technology Instruments) จะทำให้นักดนตรีมีประสบการณ์มากขึ้นกว่านี้ อย่างไรก็ตามบทเพลงมีคุณภาพดี มีความร่วมสมัย และมีคุณสมบัติที่สามารถใช้งานได้จริง นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการพัฒนาต่อไปว่า บทเพลงที่มีความยาวนานน้อยกว่า 2 นาที อาจมีการพัฒนาให้เพลงยาวมากขึ้น เนื่องจากการนำไปใช้จริงในหลายสถานการณ์ต้องใช้วิธีการเล่นวนซ้ำหลายครั้ง การออกแบบเพลงให้ยาวตั้งแต่ต้นฉบับ

จะเพิ่มทางเลือกในการนำไปใช้งานได้มากขึ้น และอาจทำบทเพลงให้มีหลากหลายรูปแบบทางเลือก (Variation) กล่าวคือใช้ทำนองร่วมกันแต่มีสไตร์และองค์ประกอบดนตรีที่แตกต่างกัน จะสามารถเพิ่มจำนวนบทเพลงเพื่อนำไปใช้งานได้มากขึ้น

ผลการประเมินคุณภาพการนำไปใช้งานและการเข้าถึง ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับดีมากถึงยอดเยี่ยม (ค่าคะแนนเฉลี่ยที่ประเด็นมีค่ามากกว่า 3.50) ทั้งนี้ในประเด็นที่มีคะแนนมากที่สุดมีสองประเด็น คือ ด้านบทเพลงสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและด้านความพึงพอใจที่คาดว่าผู้ใช้งานจริงจะได้รับ โดยมีผลประเมินอยู่ในระดับยอดเยี่ยมและมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากัน ($M = 4.67$) นอกจากนี้ในด้านที่มีคะแนนน้อยที่สุดคือด้านสีสันทัน ความสวยงาม และการออกแบบระบบสืบค้นฐานข้อมูล โดยมีผลประเมินอยู่ในระดับดี ($M = 3.67$) ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่าควรมีการแจ้งให้หน่วยงานต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยทราบถึงคลังเพลงที่คณะผู้วิจัยได้ทำขึ้น เมื่อมีงานที่ต้องการใช้คลังเพลงในอนาคต สามารถเลือกใช้เพลงจากคลังเพลงที่สร้างสรรค์ขึ้นได้ โดยอาจแจ้งเป็นหนังสือเชิญไปถึงหน่วยงานต่าง ๆ

สรุปและอภิปรายผล

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาและอภิปรายผลในประเด็นที่สำคัญได้ดังนี้

1. คลังเพลงที่พัฒนาขึ้นมีลักษณะและคุณสมบัติที่สะท้อนอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยตามมุมมองของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยครอบคลุมคำสำคัญหลักสามประการ ได้แก่ มีพลัง ชำชอง และสงบเงียบ ซึ่งคำสำคัญดังกล่าวมีลักษณะสอดคล้องกับปรัชญาของมหาวิทยาลัยว่า ความรู้ดี มีคุณธรรม นำชุมชนพัฒนา¹⁶ โดยคำว่าความรู้ดีนั้นมีความเชื่อมโยงกับคำว่าชำชอง คำว่ามีความคุณธรรมมีความเชื่อมโยงกับคำว่าสงบเงียบ และคำว่านำชุมชนพัฒนามีความหมายในทิศทางของการเป็นผู้นำสอดคล้องกับคำว่ามีพลัง ด้วยคำสำคัญดังกล่าวจึงมีการเลือกใช้รูปแบบเพลงสำหรับออร์เคสตราและเชมเบอร์ออร์เคสตรากับบทเพลงหลักที่มีพื้นฐานทำนองมาจากเพลงประจำมหาวิทยาลัย ได้แก่ เพลงสู่ขวัญจันทร์เกษม และเพลงมาร์ชราชภัฏจันทร์เกษม ซึ่งองค์ประกอบดนตรีที่บรรเลงด้วยเครื่องดนตรีในวงออร์เคสตราและเชมเบอร์ออร์เคสตราสามารถขับเคลื่อนความเข้มข้นที่แตกต่างกันอย่างมาก มีแนวทำนองและการประสานเสียงจำนวนมากด้วยเครื่องดนตรีที่มีสีสันทันของเสียงที่หลากหลายสามารถสะท้อนคำสำคัญทั้งสามได้อย่างชัดเจน

2. คลังเพลงที่พัฒนาขึ้นตอบสนองต่อกิจกรรมที่หลากหลายของผู้คนยุคปัจจุบันในมหาวิทยาลัย ซึ่งสะท้อนผ่านผลการศึกษาความต้องการใช้ดนตรีในกิจกรรมของมหาวิทยาลัยทั้ง 22 กิจกรรม ได้แก่ 1) สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย 2) ประกอบพิธีการระหว่างรอนกิจกรรมนักศึกษาและบุคลากร 3) กิจกรรมต้อนรับนักศึกษาหรือบุคลากร 4) กิจกรรมอำลาคณาจารย์และบุคลากร 5) กิจกรรมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม 6) สื่อบันทึกกิจกรรมบรรยายที่จัดโดยมหาวิทยาลัย 7) กิจกรรมวันรับปริญญา 8) กิจกรรมกีฬาประจำปี 9) กิจกรรมสร้างสรรค์ตามประเพณีและเทศกาล 10) กิจกรรมประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย 11) กิจกรรมรับน้อง

¹⁶ "History of the CRU," Chandrakasem Rajabhat University, accessed August 30, 2022, https://www.chandra.ac.th/?page_id=9032.
(in Thai)

12) กิจกรรมบริการชุมชน 13) เพลงประจำมหาวิทยาลัย 14) ประกอบพิธีการเปิดงานของมหาวิทยาลัย 15) ประกอบพิธีการมอบของที่ระลึก 16) พิธีการัญเชิญตราสัญลักษณ์ 17) ประกอบพิธีการมอบรางวัล 18) กิจกรรมวันครู 19) เสียงตามสายในมหาวิทยาลัย 20) กิจกรรมค่ายพัฒนานักศึกษา 21) กิจกรรมเดินขบวนกลางแจ้ง และ 22) เปิดตัวบุคคลในกิจกรรม ลักษณะความครอบคลุมการใช้งานของคลังเพลงดังกล่าวส่งเสริมให้เกิดการรับรู้อัตลักษณ์ขององค์กร¹⁷ ที่สอดคล้องกับหลักการในด้านพฤติกรรมขององค์กร (Corporate Behavior) วัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) การสื่อสารขององค์กร (Corporate Communication)

3. คลังเพลงต้องมีความเชื่อมโยงกับประวัติความเป็นมาและเพลงประจำมหาวิทยาลัยที่มีอยู่ จะสามารถสร้างการรับรู้ที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างคนรุ่นเก่าและใหม่ โดยยังสามารถทำให้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยทันสมัยและสอดคล้องกับการใช้งานจริง จากหลักการดังกล่าวผู้วิจัยได้พัฒนาคลังเพลงโดยนำบทเพลงจากอัลบั้ม “สดับสำเนียงจันทร์เกษม” ซึ่งเป็นอัลบั้มเพลงประจำมหาวิทยาลัยที่ใช้เปิดในโอกาสต่าง ๆ มาอย่างยาวนาน มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรและนักศึกษาในมหาวิทยาลัย มาเป็นองค์ประกอบหลักตั้งต้นในการเรียบเรียงดนตรีเพื่อสร้างเป็นคลังเพลง โดยเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบของดนตรี เครื่องดนตรี เทคนิคการเรียบเรียงที่หลากหลายเพื่อสะท้อนต่อภาพลักษณ์ใหม่และมีความทันสมัยเหมาะสมกับการใช้งานในปัจจุบัน โดยคลังเพลงประกอบด้วยบทเพลงทั้งหมดจำนวน 17 บทเพลง แบ่งออกเป็นบทเพลงสำหรับวงออร์เคสตรา จำนวน 1 เพลง บทเพลงสำหรับวงแจ๊ซจำนวน 1 เพลง และบทเพลงขนาดกลาง จำนวน 15 เพลง บทเพลงทั้งหมดใช้เทคนิคและสไตล์ในการเรียบเรียงที่หลากหลายและทันสมัย ได้แก่ ออร์เคสตรา แจ๊ซออร์เคสตรา อิเล็กทรอนิกส์เปียโน เปียโน มิวสิคบ็อกซ์ อิเล็กทรอนิกส์ และดนตรีสมัยนิยมต่าง ๆ ทั้งนี้คลังเพลงที่พัฒนาขึ้นมีคุณสมบัติสอดคล้องกับคลังเพลงในระดับอุตสาหกรรม คือ 1) เป็นทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อการใช้งานในกิจกรรมของมหาวิทยาลัยโดยเฉพาะ¹⁸ 2) มีระบบฐานข้อมูลและการสืบค้นคัดกรองที่ครอบคลุมคุณสมบัติของเพลง เช่น กิจกรรมการใช้งาน ประเภทบทเพลง สไตล์เพลง อาร์มเมนต์ เครื่องดนตรี และระยะเวลา เทียบเคียงได้กับคลังเพลงที่เป็นที่นิยมในระดับโลก¹⁹ 3) มีคุณภาพเสียงและการผลิตด้วยโปรแกรมระดับอุตสาหกรรม

4. คลังเพลงที่พัฒนาขึ้นมีการจัดเก็บในฐานข้อมูลออนไลน์ และมีระบบสืบค้นที่สะดวกในการเข้าถึงผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ลักษณะดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยในการออกแบบกราฟิกเอกลักษณ์มาตรฐานของมหาวิทยาลัย²⁰ ซึ่งมีการจัดเก็บและเผยแพร่ไฟล์กราฟิกผ่านอินเทอร์เน็ตเช่นเดียวกัน ซึ่งสะดวกต่อการดาวน์โหลดใช้งาน ติดตั้ง เผยแพร่ และใช้อ้างอิง โดยในปัจจุบันกราฟิกที่ออกแบบขึ้นยังถูกใช้งานทั้งในระดับทางการและระดับการสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง

¹⁷ John M.T. Balmer and Stephen A. Greyser, *Revealing the Corporation: Perspectives on Identity, Image, Reputation, Corporate Branding, and Corporate Level Marketing* (London: Routledge, 2003).

¹⁸ Michael Zager, *Music Production: A Manual for Producers, Composers, Arrangers, and Students* (Maryland: Rowman & Littlefield, 2021), 193.

¹⁹ “Audio Library,” YouTube, accessed September 30, 2023, <https://studio.youtube.com/channel/UCJBPahXtOyPkBY5Me1KOWw/music>.

²⁰ Prachid Tinnabutr, “The Standards Corporate Graphic Identity Design for Chandrakasem Rajabhat University,” *Chandrakasem Rajabhat University Journal* 17, no. 33 (July-December 2011): 42-52. (in Thai)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

ในการนำบทประพันธ์ในคลังเพลงไปใช้ในสถานการณ์และเงื่อนไขต่าง ๆ อาจมีการดัดแปลงเพลงเพิ่มเติมเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งานได้ เช่น การเล่นเพลงโดยเปิดให้วนซ้ำต่อเนื่อง โดยใช้ในกรณีตัวอย่างที่ต้องการดนตรีเพื่อสร้างบรรยากาศ หรือประกอบกิจกรรมที่มีความต่อเนื่องยาวนาน หรือการตัดต่อเพลงเฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่งมาใช้งาน อาจใช้ในสถานการณ์หรือเหตุการณ์เฉพาะ เช่น การใช้ในพิธีการที่ต้องการเสียงที่เฉพาะ ผู้ใช้งานอาจพิจารณาดัดแปลงบนพื้นฐานของคลังเพลงที่จัดเตรียมไว้ให้ตามสถานการณ์

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินงานวิจัยในอนาคต

ผลงานสร้างสรรค์ที่เป็นฐานจากกระบวนการวิจัยนี้นับเป็นแนวทางที่สำคัญสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำวิจัยซึ่งมีการสร้างสรรค์ดนตรีเป็นส่วนสำคัญของการเสริมสร้างอัตลักษณ์ขององค์กร โดยอาจประยุกต์กระบวนการวิจัยนี้ในบริบทที่หลากหลาย เช่น การสร้างคลังเพลงสำหรับองค์กรของรัฐและเอกชน การท่องเที่ยวและชุมชน รวมทั้งการสร้างความร่วมมือของสังคมหรือท้องถิ่น

การวิจัยนี้ดำเนินการขึ้นด้วยการสนับสนุนทุนจากมหาวิทยาลัย มีความมุ่งหวังโดยเฉพาะการพัฒนาคลังเพลงเพื่อใช้สื่อสารและส่งเสริมอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยมุ่งเน้นมุมมองของผู้กำหนดทิศทางมหาวิทยาลัย ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ใช้งาน การเลือกผู้ให้ข้อมูลไม่ได้มุ่งเน้นความครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด แต่เป็นการเจาะจงเฉพาะผู้เกี่ยวข้องกับบริบทของการใช้งานที่เฉพาะ ในการทำวิจัยต่อไปอาจมีการขยายขอบข่ายของผู้ให้ข้อมูลที่ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และพิจารณาสร้างสรรค์คลังเพลงที่มีลักษณะเป็นสาธารณะ พัฒนาโดยมุ่งเน้นความร่วมมือของผู้เกี่ยวข้องอย่างกว้างขวาง

บรรณานุกรม

- Audiojungle. "Music." Accessed October 2, 2023. <https://audiojungle.net/category/music>.
- Balmer, John M.T., and Stephen A. Greyser. *Revealing the Corporation: Perspectives on Identity, Image, Reputation, Corporate Branding, and Corporate Level Marketing*. London: Routledge, 2003.
- Barrett, Estelle, and Barbara Bolt. *Practice as Research: Approaches to Creative Arts Enquiry*. London: I.B. Tauris, 2015.
- Chandrakasem Rajabhat University. "History of the CRU." Accessed August 30, 2022. https://www.chandra.ac.th/?page_id=9032. (in Thai)
- Kamket, Wanee. *Research Methodology in Behavioral Sciences*. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House, 2008. (in Thai)
- Likert, Rensis. "A Technique for the Measurement of Attitudes." *Archives of Psychology*, no. 140 (1932): 1-55.
- Looker Studio. "Chandrakasem Library Music." <https://lookerstudio.google.com/s/ry69oyNX-c8>. (in Thai)
- Scherer, Klaus R., and James S. Oshinsky. "Cue Utilization in Emotion Attribution from Auditory Stimuli." *Motivation and Emotion* 1, no. 4 (December 1977): 331-346.
- Tinnabutr, Prachid. "The Standards Corporate Graphic Identity Design for Chandrakasem Rajabhat University." *Chandrakasem Rajabhat University Journal* 17, no. 33 (July-December 2011): 42-52. (in Thai)
- Tongco, Ma. Dolores C. "Purposive Sampling as a Tool for Informant Selection." *Ethnobotany Research and Applications* 5 (2007): 147-158.
- Wagner, Mary S. "Dimensions of Music: The Effect of Music/Brand Congruity on Advertising and Brand Evaluations." PhD diss., The University of Michigan, 2008.
- YouTube. "Audio Library." Accessed September 30, 2023. <https://studio.youtube.com/channel/UCjBPaHXtOyPkBY5M-e1KOWw/music>.
- Zager, Michael. *Music Production: A Manual for Producers, Composers, Arrangers, and Students*. Maryland: Rowman & Littlefield, 2021.