



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนสังคม)

ปริญญา

พัฒนสังคม

โครงการสหวิทยาการระดับบัณฑิตศึกษา

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง การสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซท์

Subculture Identity Creating of Blythe Doll Favour Group

นามผู้วิจัย นางสาวवासุพร คงใหญ่

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(อาจารย์เดชรัต สุขกำเนิด, Ph.D.)

ประธานสาขาวิชา

(รองศาสตราจารย์สิริกร กาญจนสุนทร, วท.ม.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

สืบสิงห์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซ

Subculture Identity Creating of Blythe Doll Favour Group

โดย

นางสาววาสุพร คงใหญ่

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)

พ.ศ. 2554

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วาสุพร คงใหญ่ 2554: การสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สาขาพัฒนาสังคม โครงการสหวิทยาการระดับบัณฑิต
ศึกษา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์เดชรัต สุขกำเนิด, Ph.D. 222 หน้า

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์และภาพสะท้อนการเป็นวัฒนธรรมย่อย รวมถึงศึกษาบทบาทของรสนิยมสาธารณะที่มีต่อปรากฏการณ์นี้ การเลือกตัวอย่างใช้เทคนิคการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์จำนวน 7 คน ที่เป็นสมาชิกในเว็บไซต์บลายซ์ไทยแลนด์ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม และการสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า การสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มปรากฏทางลักษณะภายนอกไม่จำเป็นการพกพาตุ๊กตาบลายซ์ติดตัว ข้าวของเครื่องใช้ ประดิษฐ์กรรมต่างๆ และการรวมกลุ่มพบปะมีทั้ง รูปแบบการประพฤติปฏิบัติตัว ภาษาของกลุ่มเกิดจากการผสมผสานภาษาที่วัยรุ่นทั่วไปนิยมใช้และดัดแปลงสร้างคำเพื่อสื่อความหมายที่เข้าใจกันในกลุ่ม การดำเนินชีวิตและค่านิยมของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์นั้น ไม่แตกต่างจากคนทั่วไปมากนัก อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์นั้นสะท้อนการเป็นวัฒนธรรมย่อยเพียงส่วนหนึ่งเพราะในสังคมไทยยังไม่ค่อยยอมรับและมีข้อจำกัดทางพื้นที่ทางกายภาพในการแสดงออกที่มีไม่มากนัก การรวมตัวกันเพื่อพบปะมีลักษณะของการรวมกลุ่มตามวาระสังสรรค์มากกว่าการเป็นแบบแผนที่ปฏิบัติเป็นประจำ และมีเป้าหมายคือดำรงกลุ่มให้ยั่งยืนต่อไปเพื่อให้วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มยังคงอยู่ต่อไป กลไกที่สำคัญที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มนี้คือการจัดมีตติ้ง โดยกลุ่มผู้นิยมนั้นมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์ โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลหลัก โดยแบ่งกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ตามระดับตัวตนความเป็นคนรักตุ๊กตาบลายซ์ได้ 3 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มที่ชื่นชอบตุ๊กตาบลายซ์โดยตามกระแสแฟชั่น 2. กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับตุ๊กตาบลายซ์เป็นหนึ่งในกิจกรรมที่ชื่นชอบ 3. กลุ่มที่ยึดมั่นในจิตวิญญาณคนรักตุ๊กตาบลายซ์ โดยกลุ่มนี้ใกล้ชิดกับความเป็นวัฒนธรรมย่อยมากที่สุด

สำหรับบทบาทของรสนิยมสาธารณะที่มีต่อการตุ๊กตาบลายซ์ ในด้านบวก รสนิยมสาธารณะเป็นส่วนช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น ทำให้วงการตุ๊กตาบลายซ์เกิดการพัฒนาการสร้างนวัตกรรมและสร้างโอกาสทางธุรกิจ รสนิยมสาธารณะในด้านลบ มีการปฏิสัมพันธ์กับกระแสทุนนิยมที่แฝงตัวเข้ามาเพื่อเป็นเครื่องมือในการการฉกฉวยโอกาสของกระแสตุ๊กตาบลายซ์ทั้งแบบถูกกฎหมายและผิดกฎหมาย มีส่วนทำให้อำนาจประกอบของวัฒนธรรมย่อยค่อยๆ เลือนหายไป

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Wasuporn Kongyai 2011: Subculture Identity Creating of Blythe Doll Favour Group. Master of Arts (Social Development), Major Field: Social Development, Interdisciplinary Graduate Program. Thesis Advisor: Mr. Decharut Sukkumnoed, Ph.D. 222 pages.

This study is aimed at investigating identity of Blythe Doll Favour Group and a reflection of subculture including examining the role of kitsch toward this phenomenon. Sample selection was done by purposive sampling technique in which 7 Blythe admirers subscribed to “blythethailand.com” website were selected. Tools used in this study included in-depth interview, participation and non-participation observation and group discussion.

Findings from the research indicated that group identity building was reflected through their appearance such as carrying Blythe with them including related items and inventions, group meeting, behavior pattern and unique group language resulted from mixture of language generally favored by teenager and specific language modified for communicating in the group. Life style and value of Blythe Doll Favour Group was not significantly different from general person. However, Blythe Doll Favour Group partly reflected subculture as it has not been well accepted in Thai society where there was limited physical space for expression. Meeting was held from time to time for informal discussion rather than formal or regular meeting. Such meeting was held with an intention to continue the existence of the group as well as their subculture. The main mechanism for this gathering was a meeting. The admirers actively sought for information about Blythe mainly via the internet. Blythe admirers could be classified into 3 groups as to their level of personal fanaticism as follows: 1. Blythe admirers based on the fashion 2. Blythe admirers regarded Blythe as one of their favorite activities and 3. Blythe Doll Favour Group adhered to the spirit of Blythe lover; the most similar to subculture.

With respect to the role of kitsch toward Blythe society in positive manner, it helped strengthen identity of the group and could lead to development innovation and business opportunity for Blythe society. On the other hand, kitsch with capitalism has been used for taking advantage of the boom of Blythe either legally or illegally which can fade out components of subculture.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จะสำเร็จลุล่วงไปไม่ได้ หากขาดการสนับสนุนจากท่านเหล่านี้ ลำดับแรกขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.เดชรัต สุขกำเนิด ที่กรุณาเป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและสละเวลาอันมีค่าเพื่อเอาใจใส่ ให้คำแนะนำและช่วยเหลือผู้วิจัยอย่างยิ่ง ตลอดจนช่วยตรวจทาน แก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้

ขอขอบพระคุณ รศ.สิริกร กาญจนสุนทร ประธานการสอบวิทยานิพนธ์ รวมถึง ศ.ศิเรก ฤกษ์ห่อราย ในความกรุณาสละเวลาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการสอบวิทยานิพนธ์ และได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นวิทยานิพนธ์ที่สมบูรณ์ นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณ คณาจารย์สาขาพัฒนาสังคมทุกท่านที่อบรมสั่งสอนตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

ขอบคุณรุ่นพี่ที่สาขาที่คอยแนะนำและช่วยเป็นธุระให้เสมอมา ขอบคุณ จี๊บ วิว และเพื่อน
รวมรุ่นทุกคน ที่เป็นเพื่อนที่ดีและร่วมเรียนกันมา ขอบคุณเพื่อสาวสวนนันท์ที่คอยถามไถ่ตลอด
ขอบคุณคนที่มีใจรักศุภดาบสายธนูทุกคน ที่พร้อมให้ความร่วมมือในการทำยานิพนธ์ฉบับนี้

และที่สำคัญที่สุดขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ พี่มา และสมาชิกในครอบครัว
ที่ห่วงใยและเป็นกำลังใจที่ดีและอยู่เคียงข้างตลอด แรงใจจากทุกคนที่กล่าวมานี้ ทำให้วิทยานิพนธ์
ฉบับนี้เริ่มต้นขึ้นและสำเร็จสมบูรณ์ได้ในที่สุด

วาสุพร คงใหญ่

มีนาคม 2554

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
คำถามการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ	6
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	10
แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์	10
แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย	18
ข้อมูลเกี่ยวกับตุ๊กตาบลาซซ์	27
แนวคิดเกี่ยวกับบรรณนิยมนาธารณ์	36
แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยเชิงคุณภาพ	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	44
กรอบแนวคิดการวิจัย	50
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	51
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	51
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	52
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล	56
การวิเคราะห์ข้อมูล	57

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	59
ผลการวิจัย	59
วิจารณ์	174
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	204
สรุปผลการวิจัย	204
ข้อเสนอแนะ	208
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	210
ภาคผนวก	218
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	222

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง	64
2	แสดงตัวอย่างคำศัพท์หรือภาษาของกลุ่มผู้ติดตามหลายชั้	99
3	แสดงจำนวนงานในส่วนเว็บบอร์ด Blythethailand ในแต่ละปี	118
4	แสดงรายชื่องาน ผู้จัดงาน และประเภทของผู้จัด จำแนกตามปีที่จัด	119
5	สรุปสัดส่วนของผู้จัดงาน ในช่วงสิงหาคมปี 2550- สิ้นเดือนตุลาคม 2553	125
6	ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างงานผู้ติดตามหลายชั้ประเภทต่างๆ	141

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	หน้าแรกของเว็บไซต์ blythethailand.com ประเทศไทย (แบบย่อ)	4
2	แสดงวงจรแห่งวัฒนธรรม (The Circuit of Culture)	13
3	ประเภทของวัฒนธรรม	20
4	ตัวอย่างตุ๊กตาหลายรุ่นต่างๆ	29
5	หน้าแรกของเว็บบอร์ด Blythethailand (แบบย่อ)	60
6	การพบปะตุ๊กตาหลายชุดติดตัวไปเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ในประเทศไทย	73
7	การพบปะตุ๊กตาหลายชุดติดตัวไปเที่ยวต่างประเทศ	74
8	กระเป๋าใส่ตุ๊กตาแบรนด์ไทยและตัวอย่างสีผมสำหรับบริษัทผมตุ๊กตา	76
9	ตัวอย่างภาพเสื้อผ้าแบรนด์ยอคนิยม “BHC” จากประเทศฮ่องกง	77
10	เสื้อผ้ามือหนึ่งฝีมือคนไทย และเสื้อผ้าสองฝีมือคนไทย	77
11	การจัดห้องนอน ห้องนั่งเล่น และห้องน้ำ ให้แก่ตุ๊กตาเสมือนของคนจริง	78
12	ตัวอย่างการแต่งกายลักษณะที่ 1 โดยมีการทำผมหรือเครื่องประดับให้คล้ายคลึงหรือมีส่วนร่วมกับการตุ๊กตาตัวโปรด	79

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
13	ตัวอย่างการตกแต่งลักษณะที่ 2 เปรียบเทียบการตกแต่งตู้กดน้ำหรือการ คัดลอกให้เหมือนตัวจริงของผู้เป็นเจ้าของ	79
14	การตกแต่งลักษณะที่ 2 เปรียบเทียบการคัดลอกให้เหมือนตัวจริงต้นแบบ คือโอปอล์ (นักแสดง)	80
15	ตัวอย่างภาพการแต่งกายลักษณะที่ 3 ใน Theme นางงามและชุดแฟนซี	80
16	กระซู่แสดงการเลือกคำมาตั้งชื่อและการแสดงความคิดเห็นต่อชื่อจาก เพื่อนๆ	81
17	กระซู่ร่วมกันโหวตชื่อและการแสดงความคิดเห็นในการเสนอชื่อจาก เพื่อนสมาชิก	82
18	กระซู่แสดงความคิดเห็นของกลุ่มที่คิดคำมาเรียกชื่อแทนรุ่นต่างๆ	83
19	ตัวอย่างรูปภาพเปิดตัวตู้กดน้ำลายชัวร์ CWC Limited le jardin de maman (ชุดประกอบไปด้วยดอกกุหลาบ) และรุ่น Beatrice vest (มีเครื่องประดับเป็น หูฟัง)	84
20	ภาพแสดงตัวอย่างรูปประจำตัว (ID) และรูปลายเซ็น (Signature)	85
21	ภาพแสดงตัวอย่างรูปประจำตัว (ID) และรูปลายเซ็น (Signature)	86
22	แสดงตัวอย่างรูปลายเซ็น (Signature) โดยการเพิ่มรูป My wish list	87

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
23	แสดงนิยามการเข้าสังกัดหญิงไทยและกุลสตรีของสมาชิกใหม่	89
24	ภาพแสดงบทบาทสมมติในพิธีเรียกน้องสำหรับการเปิดตัวตุ๊กตาตัวใหม่	91
25	แสดงการระดมเป็นวิธีที่แสดงความผูกพันหรือวิธีเล่นกับตุ๊กตาในกลุ่ม	92
26	กระทุ้แสดงความคิดเห็นถึงสมาชิกคนอื่นๆเมื่อกำลังจะขายตุ๊กตาตัวเก่า	93
27	ภาพกระทุ้แสดงการติดตาม ฝัารอตุ๊กตาตัวใหม่ๆ ที่กำลังเปิดตัวผ่านเว็บบอร์ด	94
28	กระทุ้แสดงความคิดเห็นต่อการให้ความสำคัญของน้องเดือนเกิดของแต่ละคน	96
29	แสดงความคิดเห็นต่อกระทุ้ต่างๆ โดยใช้ภาษาหรือคำศัพท์เฉพาะกลุ่ม	98
30	กระทุ้หัวข้อ “Sewing, Knitting and DIY” ที่สามารถทำได้ด้วยตนเอง	102
31	กระทุ้หัวข้อ “Sewing, Knitting and DIY” โชว์การทำคาชา	103
32	ภาพแสดงการสร้างสรรค์ถึงศิลปะขามคำกั้นซึ่งต่างจากการถ่ายแบบปกติ	106
33	ภาพการสร้างสรรค์ผลงานคัสตอมและห้องโชว์ตุ๊กตาที่รวบรวมตุ๊กตาหุ่นออร์จินัลทุกรุ่นและคัสตอมไว้กว่า 200 ตัว สวนอาหารบ้านฝ้าย จ.แพร่	107

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
34	แสดงกระทู้เกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์และนอกเหนือจากตุ๊กตาบลายธ์ในเว็บบอร์ด	111
35	บรรยายภาพงานมีหัตถ์กับกิจกรรม Workshop การสอนคัดต่อมขั้นพื้นฐาน	112
36	ประกวดแต่งกายในคอนเซป “Alice in Wonderland”	112
37	ภาพ Theme จากการ์ตูนและภาพยนตร์เรื่อง “Alice in Wonderland”	113
38	ภาพกิจกรรมการแนะนำตัวเองและจับฉลากแลกของขวัญ	113
39	ภาพกิจกรรม BlytheThailand Trip No.2 @ Hua-Hin	114
40	ภาพทริป Meeting Blythe Bangkok & Pattaya วันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2553	114
41	ภาพตัวอย่างโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์งานแบบ Public	115
42	บรรยายภาพงานแบบ Public นำโดยคุณจูนโกะ หว่อง (ประธานกรรมการบริษัท CWC ประเทศญี่ปุ่นผู้สร้างตุ๊กตาบลายธ์) และดารา-ผู้มีชื่อเสียง	115
43	กิจกรรมการประกวด Me & My Blythe Contest จากงานแบบ Public	116
44	ตัวอย่างการ์ดเชิญชวนเข้าร่วมงาน “มีหัตถ์นัดพบนางสาวป๊อป”	128
45	ภาพก่อนเข้างาน “มีหัตถ์นัดพบนางสาวป๊อปฯ” ประจำปีที่ 10 ตุลาคม พ.ศ. 2553	128

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
46	บรรยากาศในงาน “มีพตึงนัดพบนางสาวป้อปๆ” ในกิจกรรมถ่ายรูป	129
47	ภาพตุ๊กตาบลายซ์ของผู้เข้าร่วมมีพตึงใน Theme ชุดไทย	129
48	บริเวณเวทีในงาน “Doll mania 2010” และการออกบูธภายในงาน	132
49	บรรยากาศภายในงานกับการออกบูธเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์	133
50	แสดงโชว์โดย พัชรภา ไชยเชื้อ ในโชว์ชุดอัศจรรย์ “The Magic Dream Show”	133
51	ตัวอย่างใบสมัครการประกวด Young Designer ใน Concept “I am The Limited”	134
52	บรรยากาศงาน “เทศกาลตุ๊กตา” และชั้นแสดงตุ๊กตาจากประเทศญี่ปุ่น	135
53	การออกบูธจำหน่ายสินค้าภายในงานเทศกาลตุ๊กตานานาชาติ	136
54	ภาพผู้ก่อตั้งเว็บไซต์และผู้จัดงาน และบรรยากาศการรอกทำกิจกรรม	138
55	บรรยากาศการลงทะเบียนและร้านขายของราคาพิเศษจากสมาชิกเว็บไซต์	138
56	เวทีสำหรับจัดกิจกรรม และกิจกรรมการประกวดแม่ลูกคู่เหมือน	139
57	แสดงกระหู่การตอบล่าสุดทุกๆ 1 นาที ประจำวันที่ 22 พฤศจิกายน พ.ศ. 2553	147

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
58	ข่าวจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐพาดหัวข่าว วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2552	153
59	ข่าวจากหนังสือพิมพ์ข่าวสด วันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2553 ปีที่ 19 ฉบับที่ 7057	154
60	ตัวอย่างกล่องตุ๊กตาบลายซ์ที่หลุด QC จากการถูกป้ายสีที่กล่องสี	161
61	รุ่น Friendly Freckles 2552 เปรียบเทียบกับภาพรุ่น Prairie Posy 2553	162
62	กระหู่แสดงความคิดเห็นถึงการจะไม่เลิกเล่นตุ๊กตาบลายซ์เมื่อกลุ่มซบเซา	164
63	กระหู่ประกาศเลิกกิจการ ในฐานะ Doll Shop ที่เปิดบอร์คขายเพียง 4 เดือน	167
64	กระหู่ประกาศขายกระเป๋าสตางค์ตุ๊กตาบลายซ์เนื่องจากเลิกเล่น	169
65	กระหู่ประกาศขายตุ๊กตาพร้อมเสื้อผ้าตุ๊กตาที่มีทั้งหมด เนื่องจากเลิกเล่นอย่างถาวร	170
66	การประกาศขายตุ๊กตาและหาคนที่สามารถดูแลรักษาตุ๊กตาได้เป็นอย่างดี	171
67	กระหู่แสดงความคิดเห็นช่วยกัน “รณรงค์ลดเว็บร้อน”	186
68	กระหู่แสดงความคิดเห็นช่วยกัน “รณรงค์ใช้ภาษาไทยให้ถูกต้อง”	187

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
69	กระทุ้กำเดียนและคำแนะนำต่อเพื่อนสมาชิกไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ขาย	187
70	กระทุ้แสดงความขอบคุณจากสมาชิกที่เดือดร้อนจากการซื้อ-ขายตุ๊กตาบลายธ์	188
71	จดหมายจากเด็กกำพร้าบ้านร่มเย็นเพื่อแทนคำขอบคุณถึงผู้เข้าร่วมโครงการ	189
72	วงจรแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์นามธรรมของผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์กับภาพสะท้อนผ่านปรากฏการณ์ต่างๆ	190

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ในสังคมหนึ่งๆ นั้น จะมีวัฒนธรรมหลักของตนเอง เช่น ประเทศไทยของเราก็มีวัฒนธรรมไทยเป็นวัฒนธรรมที่เป็นแกนหลัก เช่น อาหารไทย ดนตรีไทย และอื่นๆ อีกมากมาย ในขณะที่เดียวกัน สังคมทุกสังคมต่างก็ประกอบไปด้วยผู้คนที่มาจากหลากหลายทั้งเชื้อชาติ ศาสนา ระดับการศึกษา ฐานะ ฯลฯ เหล่านี้ทำให้ในแต่ละสังคมก็มีกลุ่มวัฒนธรรมที่แยกย่อยลงไปอีกชั้นหนึ่ง ซึ่งเป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มนั้นๆ เป็นรูปแบบที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นวัฒนธรรมย่อย

วัฒนธรรมย่อยก็เป็นรูปแบบอันเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มที่แตกต่างกัน ลักษณะโดยทั่วไปของวัฒนธรรมย่อยก็คือ กลุ่มที่มีวัฒนธรรมย่อยที่โดดเด่นแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ เป็นกลุ่มที่มีการใช้รูปแบบในเชิงสัญลักษณ์รูปแบบหนึ่งๆ รูปแบบที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นวัฒนธรรมย่อยและการเป็นสมาชิกของวัฒนธรรมย่อยนั้น มีลักษณะของการต่อต้าน ขอมตาม หรือเพิกเฉยต่อค่านิยมหลักของสังคม ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ส่วนด้วยกัน คือ 1. ลักษณะที่ปรากฏ เช่น การแต่งกาย ข้าวของเครื่องใช้ โดยรวมคือลักษณะภายนอกที่ปรากฏให้เห็นนั่นเอง 2. การประพฤติปฏิบัติตัว คือการแสดงออก กิริยา ท่าทาง 3. ภาษาของกลุ่ม เช่น ศัพท์เฉพาะของกลุ่ม คำแสลง วิธีการพูด (วิภาวี วิโรจน์พันธ์, 2539) เช่น กลุ่มผู้นิยมดนตรีร็อก กลุ่มผู้นิยมการขับขี่มอเตอร์ไซด์ผาดโผน กลุ่มผู้นิยมฟังเพลงญี่ปุ่น กลุ่มผู้นิยมท่องเที่ยวธรรมชาติ รวมถึงกลุ่มผู้นิยมของเล่นของสะสม ฯลฯ

ไม่กี่ปีมานี้ ดูเหมือนว่ากลุ่มต่างๆ ในสังคมไทยจะแตกตัวออกมาอย่างรวดเร็วและหลากหลาย หรืออาจกล่าวได้ว่า “กลุ่ม” เหล่านั้นเพิ่งถูกค้นพบโดยสังคมหรือเพิ่งก่อร่างสร้างขึ้นโดยสมาชิกภายในกลุ่ม เพื่อแสดงถึงวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มตนซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการอธิบายอัตลักษณ์ให้เด่นชัดขึ้น เช่นเดียวกับกลุ่มผู้บริโภคของเล่นก็ได้รับการวิวัฒนาการไปมากโดยต้องการของเล่นที่มีความง่ายในการใช้และดูมีชีวิตชีวา ของเล่นกลายเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิต (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว, 2550) โดยเฉพาะการเล่นตุ๊กตาที่เรียกว่า “บลายธ์” (Blythe) มีต้นกำเนิดจากประเทศสหรัฐอเมริกาแต่ไม่เป็นที่นิยมมากนัก จนกระทั่งบริษัท

ในประเทศญี่ปุ่นได้ซื้อลิขสิทธิ์มาผลิตและจัดจำหน่ายต่อ โดยมีการปรับปรุงให้มีเอกลักษณ์และเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

ตุ๊กตาบลายธ์ (Blythe) ไม่ได้เป็นเพียงสัญลักษณ์บ่งบอกอัตลักษณ์ของกลุ่มเท่านั้น แต่ตุ๊กตาบลายธ์เป็นจิตวิญญาณของคนในกลุ่ม มีการจัดตั้งกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน มีการกำหนดหลักการปฏิบัติที่ยึดถือสืบทอดต่อกันในกลุ่มจนกลายเป็นเสมือนชุมชนที่มีวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มเองเลยก็ได้ และยังถูกจัดว่าเป็นตัวแทนที่สามารถใกล้ชิดกับวัยรุ่นถึงวัยชราได้มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งตุ๊กตาที่มีบุคลิกที่น่าสนใจ และยังสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบไปตามผู้เป็นเจ้าของ ที่กำลังเป็นกระแสกับกลุ่มคนส่วนหนึ่งในประเทศไทย รวมถึงยังได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากดารารหรือผู้มีชื่อเสียงในสังคม ซึ่งสวนทางกับเศรษฐกิจที่ซบเซา โดยมียอดขายต่อเนื่องเมื่อเทียบกับภาวะเศรษฐกิจที่ทำให้สินค้าอื่นยอดขายลดลง ตรงข้ามกับพฤติกรรมบริโภคตุ๊กตาบลายธ์ที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ยอดขายตุ๊กตาบลายธ์ อย่างน้อยๆ ขายได้วันละ 5-10 ตัวต่อวัน ส่วนใหญ่ราคาเฉลี่ยจะอยู่ที่ประมาณ 6,000 บาทต่อตัว (เบญจพร อณิรักษ์กุล, 2552) และเชื่อว่าความนิยมของตุ๊กตาบลายธ์ในไทยนั้นมีมากขึ้นกว่าเดิมโดยสังเกตได้จากปริมาณสินค้าที่ขายในตลาดของประเทศไทย โดยความถี่ในการออกตุ๊กตาบลายธ์ เฉลี่ยเดือนละ 1 รุ่น หรืออย่างมากไม่เกิน 4 รุ่น โดยขณะนี้ผลิตออกมาแล้วร้อยละ 40 รุ่นไหนหมดแล้วหมดเลยไม่เคยผลิตเพิ่ม นี่คือนคุณค่าที่ทำให้ตุ๊กตาบลายธ์ตัวเก่าราคาสูงขึ้นเรื่อยๆ (สุกรี แมนชัยนิมิต, 2552)

ผู้ที่นิยมตุ๊กตาบลายธ์ในประเทศไทยส่วนมากแล้วเป็นวัยรุ่นผู้หญิงที่อยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นต้นไปจนถึงวัยทำงาน (ภัชกษา ฤกษ์สิริบุญกุล, 2552) ซึ่งจุดเริ่มต้นส่วนใหญ่ที่ทำให้หลายๆ คนตัดสินใจมาเล่นตุ๊กตาบลายธ์ เกิดขึ้นจากความชื่นชอบเล่นตุ๊กตาอยู่แล้ว แต่ตุ๊กตาบลายธ์ทำให้สนุกขึ้นและความสนุกทำให้เกิดเป็น Community และเกิดจากความเหงา ที่ตุ๊กตาบลายธ์ตอบสนองเจ้าของได้ เมื่อมีการพูดคุยและเกิดการรวมกลุ่มกับเพื่อนๆ ประกอบกับมีการพบเห็นเนื้อหาเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์ตามสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นนิตยสาร หรือจากการรวมกลุ่มของผู้ที่ชื่นชอบและพูดคุยกันบนอินเทอร์เน็ตตามเว็บไซต์ ซึ่งมีข้อมูลเกี่ยวกับงานและกิจกรรมที่จะเกิดขึ้น จึงทำให้เกิดความสนใจมีการชักชวนและรวมกลุ่มเพื่อน รวมทั้งนำตุ๊กตาบลายธ์คู่ใจติดตัวเหมือนเงาตามตัวไปอวดโฉมคู่สายตามสมาชิกในกลุ่มหรือคนทั่วไปที่ให้ความสนใจ การแสดงออกมิตั้งการแต่งตัวตุ๊กตาและเจ้าของให้เหมือนกัน การปรับแต่งให้กลายเป็น My Blythe บ่งบอกตัวตนของเจ้าของได้มากขึ้น หรือแต่งตาม Theme ของงานที่จัดตั้งขึ้น ล้วนแล้วแต่ได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ได้เป็นอย่างดี

จุดเริ่มต้นในประเทศไทย สำหรับงานแรกที่เปิดตัวตุ๊กตาบลายธ์ เท่าที่ระบุได้เร็วสุดคือ งาน “BEHIND BLYTHE – 7 Wonderful Years” ปี พ.ศ. 2550 ภายใต้ผู้จัดงานคือเทสโก้ โลตัส ร่วมกับ ร้านลิโอทอย (ตัวแทนจำหน่ายตุ๊กตาบลายธ์อย่างเป็นทางการแห่งแรกในประเทศไทย) ซึ่งมีการจัดประกวด My Blythe โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องมีตุ๊กตาบลายธ์เป็นของตัวเองพร้อมทั้งแต่งตัว ตุ๊กตาและตนเองให้เหมือนกันมากที่สุด ได้รับความสนใจอย่างมาก สามารถสะท้อนรูปแบบของการเป็นวัฒนธรรมย่อยในการแสดงอัตลักษณ์ของกลุ่มได้เป็นอย่างดี และอีกจุดหนึ่งที่ทำให้ตุ๊กตาบลายธ์เป็นที่รู้จักกันมากขึ้นในสังคมไทย คือ การลงหนังสือพิมพ์ไทยรัฐหน้า 1 พาดหัวข่าว “อิตคารา-ไฮโซ ตัวละแสนตุ๊กตาบลายธ์” (ไทยรัฐ, 2552) นับเป็นจุดที่ทำให้คนไทยเห็นตุ๊กตาบลายธ์ชัดที่สุด และเป็นช่องทางให้รสนิยมสาธารณะได้ก้าวเข้ามาในวงการตุ๊กตาบลายธ์ได้อย่างรวดเร็วเช่นกัน จากการเข้ามาของรสนิยมสาธารณะก่อเกิดทั้งโอกาส การทำประโยชน์และสามารถเกิดโทษที่นำไปสู่ความเสียหายแก่ตนเองและภาพพจน์ของกลุ่มไปพร้อมๆ กัน ซึ่งเป็นประโยชน์มากที่ทำให้มองเห็นภาพรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นและกำลังจะเกิดขึ้นในสังคม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มที่มีวัฒนธรรมย่อยอื่นๆ อีกมากมาย ทำให้สามารถเข้าใจและเรียนรู้กับสิ่งที่เกิด รวมถึงการหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตก็จะทำให้เข้าถึงตุ๊กตาบลายธ์ได้ง่ายขึ้น เนื่องจากกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์มักใช้อินเทอร์เน็ตในการแชร์ข้อมูลและรูปภาพต่างๆ ไปได้เป็นอย่างดี รวมทั้งสื่อมวลชนต่างๆ ก็ช่วยนำเอาเรื่องของตุ๊กตาบลายธ์ไปเผยแพร่จนมีผลทำให้บุคคลทั่วๆ ไปได้รู้จักกิจกรรมนี้และเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกกลุ่มเพิ่มขึ้นด้วย จากที่แต่เดิมนั้นจะเป็นที่รู้จักเฉพาะในวงแคบๆ เท่านั้น

จะเห็นได้ว่าเมื่อกระแสรสนิยมสาธารณะเข้ามา การจัดงานหรือรวมกลุ่มกันเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์ก็เริ่มมากขึ้น มีการรวมตัวกันจนเกิดเป็น “สังคม” และสร้าง “วัฒนธรรม” ที่มีลักษณะเฉพาะตัว แสดงถึงการรวมตัวเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยต่างๆ โดยดูจากสถิติผู้ร่วมงานของเว็บไซต์ blythethailand.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ตุ๊กตาบลายธ์แห่งแรกและใหญ่ที่สุดของประเทศไทยรวบรวมทุกสิ่งอย่างของตุ๊กตาบลายธ์ไว้เป็นอย่างดี อีกทั้งสมาชิกก็ได้มีอัตราเพิ่มขึ้นจากเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2550 มีสมาชิกแรกเริ่มเพียง 7 คน จนเมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2553 ก็ได้มีสมาชิกเพิ่มขึ้นถึง 17,479 คน โดยมีสมาชิกเฉลี่ยถึง 19 คนต่อวัน การตอบกระทู้เฉลี่ย 1,389 กระทู้ต่อวัน และอัตราเพจวิวเฉลี่ย 118,966 ครั้งต่อวัน (ข้อมูล ณ วันที่ 30 สิงหาคม 2553) จำนวนนี้ยังไม่รวมบุคคลทั่วไปที่ผ่านมามาหาข้อมูลโดยที่ไม่ได้เป็นสมาชิกอีกนับพันราย ปัจจุบันเมื่อกระแสรสนิยมสาธารณะเริ่มแผ่วเบาลง สมาชิกก็เริ่มมีอัตราที่ลดลง ส่งผลให้ความเคลื่อนไหวในเว็บบอร์ด และการจัดงานโดยบริษัทห้างร้านต่างๆ ไม่คึกคักเหมือนในช่วงที่ผ่านมา



ภาพที่ 1 หน้าแรกของเว็บไซต์ blythethailand.com ประเทศไทย (แบบย่อ)

ที่มา: Blythethailand.com (2010)

ในงานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยมองว่า ความสำคัญของการสร้างอัตลักษณ์ผ่านวัฒนธรรมย่อย จะทำให้เห็นความแตกต่างและความหลากหลายของวัฒนธรรมย่อยกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ที่ปฏิบัติแตกต่างไปจากวัฒนธรรมกระแสหลัก โดยอาจมีลักษณะราบรื่น ขอมตาม หรือขัดแย้งกันเองภายในกลุ่มหรือระหว่างวัฒนธรรมหลัก การศึกษากลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ในสังคมไทยจึงมีความน่าสนใจต่อการมองสังคมระดับวัฒนธรรมย่อยต่างๆ สะท้อนสังคมที่มีความแตกต่างหลากหลายภายใต้บริบทสังคม ซึ่งผู้ใหญ่หลายคนอาจมองว่าการเล่นตุ๊กตาบลายซ์เป็นเรื่องไร้สาระ เพราะตุ๊กตาบลายซ์มีพื้นฐานมาจากของเล่นตามกระแสนิยมจากประเทศญี่ปุ่นหรือเป็นเพียงแค่แฟชั่นเท่านั้น แต่เมื่อมองให้ลึกลงไปจะพบว่า ปรากฏการณ์นิยมตุ๊กตาบลายซ์นั้นแท้จริงแล้วแฝงด้วยการเข้ามาของรสนิยมสาธารณะ โดยทั้งเข้ามาเพื่อสร้างโอกาสหรือประโยชน์ให้กับกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนั้นๆ และหากไม่ถูกคิด ใดตรงหรือหลงระเหิรไปกลับกระแสที่ถูกปั่นขึ้นมาเหล่านี้ ก็อาจเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาที่จะตามมาได้เช่นกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาเรื่องต่างๆ ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์และศึกษาความเป็นวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์เพื่อเข้าใจกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ในสังคมไทย
2. เพื่อศึกษาปรากฏการณ์ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์กับบทบาทของรสนิยมสาธารณะ

คำถามการวิจัย

1. ปรากฏการณ์กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ในสังคมไทยมีอัตลักษณ์อย่างไร และสะท้อนการเป็นวัฒนธรรมย่อยหรือไม่ อย่างไร และความต่างจากวัฒนธรรมกระแสหลักนั้นกลุ่มมีลักษณะราบริน ขอมตาม หรือขัดแย้งอย่างไรต่อวัฒนธรรมหลักในสังคมไทยปัจจุบัน
2. อัตลักษณ์นามธรรมของผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์สะท้อนการเป็น กระแสนิยม บริโภคนิยม สุขนิยม ปังเจกนิยม การมีจิตสำนึกส่วนรวมจิตสำนึกสังคม หรือไม่ อย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น

1. ขอบเขตทางเนื้อหา ในการศึกษาครั้งนี้ ครอบคลุมประเด็นเนื้อหาในเรื่องต่อไปนี้

1.1 การแสดงอัตลักษณ์ทั้งรูปธรรมและนามธรรมผ่านวัฒนธรรมย่อยภายใต้องค์ประกอบของพัฒนาการของการมีอัตลักษณ์ ประกอบด้วย ลักษณะที่ปรากฏ การประพฤติปฏิบัติตัว และภาษาของกลุ่ม รวมถึงการดำรงอยู่ของกลุ่ม รูปแบบการสืบทอดในการเป็นวัฒนธรรมย่อยของกลุ่ม และบทบาทของรสนิยมสาธารณะที่มีต่อกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ในประเทศไทย

1.2 กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ จะศึกษาเชิงลึกเฉพาะสมาชิกเว็บไซต์ blythethailand.com จำนวน 7 คน และศึกษาเพิ่มเติมจากงานกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์ที่ถูกจัดขึ้นโดยไปร่วมติดตามเพื่อสังเกตถึงรูปแบบการจัดงาน การรวมตัว และความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์

2. ขอบเขตทางพื้นที่ การศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาในขอบเขตพื้นที่เว็บไซต์

blythethailand.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ตุ๊กตาบลายธ์แห่งแรกและใหญ่ที่สุดในประเทศไทย อีกทั้งมีกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์รวมตัวมากที่สุด และศึกษาจากงานกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์ที่ถูกจัดขึ้นมีขอบเขตอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ทั้ง 2 พื้นที่ดังกล่าวเป็นสถานที่ที่มีกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์มีการติดต่อ พูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์หรือพร้อมแสดงอัตลักษณ์ที่ชัดเจนมากที่สุด รวมใช้เวลาศึกษา 2 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นข้อมูลที่สะท้อนบริบท การแสดงอัตลักษณ์ รูปแบบการสร้างอัตลักษณ์ผ่านวัฒนธรรมย่อย จะทำให้เห็นความแตกต่างและความหลากหลายภายในกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ในสังคมไทย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันถึงความสำคัญ ความต้องการและการธำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ในประเทศไทย
2. เพื่อให้เข้าใจถึงสังคมในปัจจุบันที่มีวัฒนธรรมย่อยใหม่ๆ เกิดขึ้นอยู่เสมอ ให้สามารถเรียนรู้ถึงกลไกของรสนิยมสาธารณะที่มักแฝงเข้ามา โดยมองเห็นส่วนที่เป็นประโยชน์และสิ่งที่เป็นโทษ ระวังตัวไม่ให้ไปกับกระแสรสนิยมสาธารณะได้ง่าย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มสังคมอื่นๆ ที่มีวัฒนธรรมย่อยต่างๆ ให้พึงไตร่ตรองกับสิ่งที่เกิดและกำลังจะเกิดในกระแสวัฒนธรรมย่อยนั้นๆ เมื่อรสนิยมสาธารณะเข้ามา เป็นการเพิ่มองค์ความรู้ในด้านสังคมศาสตร์ และเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการมองกลุ่มสังคมที่ก่อร่างขึ้นมาใหม่ๆ ต่อไปได้

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

อัตลักษณ์ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า “ฉันคือใคร” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตนเองและการที่คนอื่นมองเรา นั่นคือเรา

จะต้องแสดงตนหรือยอมรับอย่างตั้งใจกับอัตลักษณ์ที่เราเลือก ความสำคัญของการแสดงตนก็คือ การระบุได้ว่าเรามีอัตลักษณ์เหมือนกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร และ “ฉันเป็นใคร” ในสายตาคนอื่น

องค์ประกอบของการพัฒนาการมีอัตลักษณ์ มี 3 ลักษณะ คือ

1. แต่ละคนยอมรับว่าตนเองมีความเหมือนและความต่อเนื่องภายในตน
2. ผู้อื่นในสังคมมองอย่างเดียวกับที่เรามองตนเอง
3. บุคคลจะมีความเชื่อมั่นและติดต่อสัมพันธระหว่างโลกภายในและภายนอก และยอมรับผลสะท้อนกลับที่เกิดขึ้นได้

การสร้างอัตลักษณ์ กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ มีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนี้

1. ลักษณะที่ปรากฏ เช่น การพกพาตุ๊กตาบลายซ์ติดตัว ข้าวของเครื่องใช้ โดยรวมคือลักษณะภายนอกที่ปรากฏนั่นเอง
2. การประพฤติปฏิบัติตัวขณะเล่นตุ๊กตา เช่น การแสดงออก กิริยา ท่าทางหรือความรู้สึกลึกซึ้งที่ก่อให้เกิดการแสดงตน
3. ภาษาของกลุ่ม เช่น ศัพท์เฉพาะของกลุ่ม วิธีการพูด

วัฒนธรรม หมายถึง แบบแผนชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมหนึ่ง ที่หล่อหลอมจนผ่านการปฏิสัมพันธ์ หรือได้รับการถ่ายทอดจากบริบทแวดล้อม กลายเป็นแบบแผนในความคิด การกระทำของคนในสังคมส่วนใหญ่ สามารถถ่ายทอดกันได้ เลียนแบบกันได้ เอาอย่างกันได้ เป็นผลผลิตส่วนรวมที่มนุษย์ได้เรียนรู้มาจากรรพบุรุษที่แสดงให้เห็น และคนส่วนใหญ่ในกลุ่มสังคมเดียวกันนั้นเห็นชอบและรับไปใช้ร่วมกัน

วัฒนธรรมย่อย หมายถึง กลุ่มที่มีรูปแบบวิถีชีวิต ประเพณี การปฏิบัติ ที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ หรือแตกต่างจากวัฒนธรรมที่เป็นแกนหลักของสังคม โดยที่บุคคลแต่ละคนได้มีส่วนร่วมในวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่มอันเนื่องมาจากการเป็นสมาชิกของกลุ่มนั้นในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าปรากฏการณ์ของผู้นิยมตุ๊กตาบลาธเป็นวัฒนธรรมย่อยกลุ่มหนึ่งในสังคมไทย

ตุ๊กตาบลาธ (Blythe) หมายถึง ตุ๊กตาผู้หญิงที่มีต้นกำเนิดมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา ปัจจุบันประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้ถือครองลิขสิทธิ์การผลิตทั้งหมด มีลักษณะโดดเด่น คือดวงตากกลมโตที่สามารถเปลี่ยนสีได้เพียงแค่ดึงห่วงที่อยู่หลังศีรษะ เจ้าของตุ๊กตาสามารถนำมาตกแต่งและดัดแปลงได้หลากหลายรูปแบบตามใจชอบ ในงานวิจัยเล่มนี้กลุ่มผู้นิยมยกย่องว่าเป็นยิ่งกว่า “ตุ๊กตา” ช่วยเติมเต็มความสุข และมีคุณค่าทางจิตใจ

ผู้นิยมตุ๊กตาบลาธ หมายถึง กลุ่มผู้ที่คลั่งไคล้สะสมหรือเล่นตุ๊กตาบลาธ ในพื้นที่ศึกษาเฉพาะเว็บไซต์ blythethailand.com ซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศไทย

การรวมกลุ่ม หมายถึง การที่ผู้ที่มีความสนใจ ความต้องการ และประโยชน์ร่วมกันมารวมตัว นอกจากนี้ยังสามารถพูดคุยและทำกิจกรรมร่วมกันในเรื่องอื่นๆ นอกเหนือจากตุ๊กตาบลาธ งานวิจัยเล่มนี้ แบ่งการรวมกลุ่มได้ 2 ลักษณะ คือ

1. การรวมกลุ่มในโลกเสมือนที่เว็บบอร์ด (Forum)
2. การรวมกลุ่มในโลกความจริงในกิจกรรมงานตุ๊กตาบลาธ โดยแบ่งเป็นงานแบบ Private กลุ่มผู้นิยมร่วมกันจัดขึ้นเอง และงานแบบ Public ที่มีองค์กร ร้านค้าจัดขึ้น

มีที่ถึง (Meeting) หมายถึง การรวมกลุ่มในโลกความจริงในกิจกรรมงานตุ๊กตาบลาธที่มีลักษณะงานแบบ Private มีความเป็นกันเอง เป็นการรวบรวมกลุ่มคนที่มีความรักความชอบในสิ่งเดียวกัน เพื่อทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทำความรู้จักกันร่วมกัน โดยมีการพบปะสังสรรค์กันตามเวลาและโอกาสที่อำนวย อาจมีผู้เข้าร่วมตั้งแต่ 2 คนเป็นต้นไป

พรีออเดอร์ (Pre-Order) หมายถึง วิธีการซื้อขายผู้ติดตามลายซ์ที่มีลักษณะของการจ่ายเงินล่วงหน้าโดยทำการจ่ายเงินมัดจำ หรือจำนวนเต็มเพื่อสั่งจองตุ๊กตา โดยมีระยะเวลาารับสินค้าตั้งแต่ 1 - 6 เดือน หรือมากกว่านั้นขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของแต่ละร้าน ประโยชน์ของพรีออเดอร์คือสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาถูกกว่าท้องตลาด

รสนิยมสาธารณะ หมายถึง สิ่งที่สาธารณชนนิยม เพราะรสนิยมเป็นเรื่องของปัจเจก ดังนั้นอะไรก็ตามที่กลายเป็นสิ่งที่สาธารณชนนิยม ความเป็นปัจเจกย่อมไม่มี กลับกลายเป็นไว้รสนิยมโดยปริยาย คุณลักษณะของรสนิยมสาธารณะคือ เป็นสิ่งที่ผู้คนจำนวนมากสามารถเข้าใจและเข้าถึงได้เลียนแบบได้ และต้องการเป็นเจ้าของอย่างรวดเร็ว งานวิจัยเล่มนี้จึงหมายถึงปรากฏการณ์ที่แฝงตัวเข้ามาผ่านการเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อย สามารถปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับรสนิยมสาธารณะ

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การศึกษาการสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซร์ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและข้อมูลที่เกี่ยวข้องไว้ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย
3. ข้อมูลเกี่ยวกับตุ๊กตาบลาซร์
4. แนวคิดเกี่ยวกับรสนิยมสาธารณะ
5. แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยเชิงคุณภาพ
6. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์

ความหมายของอัตลักษณ์

นัทธนัย ประสานนาม (2550) กล่าวว่า อัตลักษณ์ (Identity) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า “ฉันคือใคร” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตนเองและการที่คนอื่นมองเรา อัตลักษณ์ต้องการความตระหนัก (awareness) ในตัวเรา และพื้นฐานของการเลือกบางอย่าง นั่นคือเราจะต้องแสดงตนหรือยอมรับอย่างตั้งใจกับอัตลักษณ์ที่เราเลือก ความสำคัญของการแสดงตนก็คือ การระบุได้ว่าเรามีอัตลักษณ์เหมือนกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร และ “ฉันเป็นใคร” ในสายตาคนอื่น

คำว่า “อัตลักษณ์” มีความแตกต่างจากคำว่า “บุคลิกภาพ” เนื่องจากบุคคลอาจมีความเหมือนกันได้ในแง่ของบุคลิกภาพ เช่น การมีนิสัยหรือลักษณะบางอย่างที่อาจจะเหมือนกันได้ แต่การเหมือนกันในด้านอัตลักษณ์ของบุคคลนั้นจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีความรู้สึกร่วมกันในด้านการตระหนักรู้ (awareness) บางอย่างเกี่ยวกับตัวตนของเรา หมายถึง การยอมรับในความเป็นตัวตน ประกอบเข้ากับการแสดงตัวตน (making oneself) ให้เห็นว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างอย่างไรกับ

กลุ่มอื่นหรือบุคคลอื่นการที่เราเลือกนิยามความหมายของตนเองและแสดงตนเองต่อบุคคลหรือสังคมว่าเราเป็นใครนั้น เป็นกระบวนการของการเลือกใช้และแสดงออก ซึ่งจะทำให้รู้ว่าเราเหมือนหรือแตกต่างจากคนอื่นหรือกลุ่มอื่นอย่างไรโดยผ่านระบบของการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) ซึ่งเป็นสิ่งที่ประกอบกันทั้งด้านอารมณ์ความรู้สึกภายในตัวเราและกระบวนการของโลกภายนอกที่เราเกี่ยวพัน เพราะมนุษย์เลือกใช้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลงความหมายที่เกี่ยวกับตนเอง ทั้งในกระบวนการที่เขาสัมพันธ์กับโลกและในส่วนของตัวคนที่มันซ้อนทับกันอยู่ ดังนั้นจึงมีการจัดแบ่งประเภทของอัตลักษณ์เป็น 2 ระดับ คือ ระดับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (personal identity) และระดับอัตลักษณ์ทางสังคม (social identity) เช่น การที่สังคมกำหนดบทบาทหน้าที่และตำแหน่งทางสังคมให้กับเรา บทบาทความเป็นลูก ความเป็นเพื่อน หรือตำแหน่งในที่ทำงาน ระบบคุณค่าที่ติดตัวเรามาตั้งแต่เกิด ทำให้เราเรียนรู้และเลือกที่จะนิยามตนเองให้เหมาะสมในสังคม และมีการเคลื่อนไหวปรับเปลี่ยนไปตามบริบท เช่น เมื่ออยู่ในครอบครัวก็จะมีบทบาทเป็นลูก เป็นพี่น้อง บางครั้งบทบาทและตำแหน่งอาจซ้อนทับกัน เช่น เราเป็นนักศึกษาในขณะที่เป็นสมาชิกของกลุ่มเพื่อนในชั้นเรียน เป็นต้น สัญลักษณ์ที่เราเลือกหยิบมาใช้ในการนิยามตนเองทั้งต่อสังคมและต่อตัวเราเองนั้น เกิดขึ้นได้โดยผ่านระบบการสร้างภาพแทนความจริง (representation) เพราะการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่างๆ จะกระทำโดยผ่านระบบสัญลักษณ์ที่หลากหลายรูปแบบ เช่น บุคคลเลือกแต่งกายเพื่อแสดงความเป็นสมาชิกของสถาบัน หรือแต่ละสถานศึกษามีการเลือกใช้สี สัญลักษณ์หรือเครื่องแบบที่แตกต่างกันออกไป ก็เพื่อแสดงความเป็นตัวตนให้กับบุคคลรับรู้ แต่อย่างไรก็ตาม การที่เรามองตัวเราและพยายามเลือกนิยามความหมายเพื่อแสดงความเป็นตัวตนของแต่ละบุคคล กับสิ่งที่คนอื่นมองเห็นในตัวเราว่าอย่างไรนั้นมันอาจไม่สอดคล้องกันเสมอไป

อัตลักษณ์ คือ การจำแนกว่าสิ่งไหนที่เหมือนกัน และต่างกัน ความเหมือนอาจจะเกิดจากวัฒนธรรมที่ได้รับการสั่งสมถ่ายทอดมา โดยที่จะมีความสำคัญว่า สิ่งเหล่านั้นเป็นอัตลักษณ์หรือลักษณะที่เฉพาะของกลุ่มตน เพียงอย่างเดียว ซึ่งความเหมือนเฉพาะกลุ่มนี้ทำให้เกิดการแบ่งแยกความแตกต่าง ที่ต่างไปจากกลุ่มอื่น ๆ หรือ ลักษณะอื่น ๆ ของคนอื่น กลุ่มอื่น สังคมอื่น (Anthro Cat, 2548)

อภิญา เพื่องฟูสกุล (2546: 1) กล่าวว่า อัตลักษณ์ คือ สิ่งที่เป็นคุณสมบัติของคนหรือสิ่งหนึ่งและมีนัยขยายต่อไปว่าเป็นคุณสมบัติเฉพาะของสิ่งนั้น ที่ทำให้สิ่งนั้นโดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น

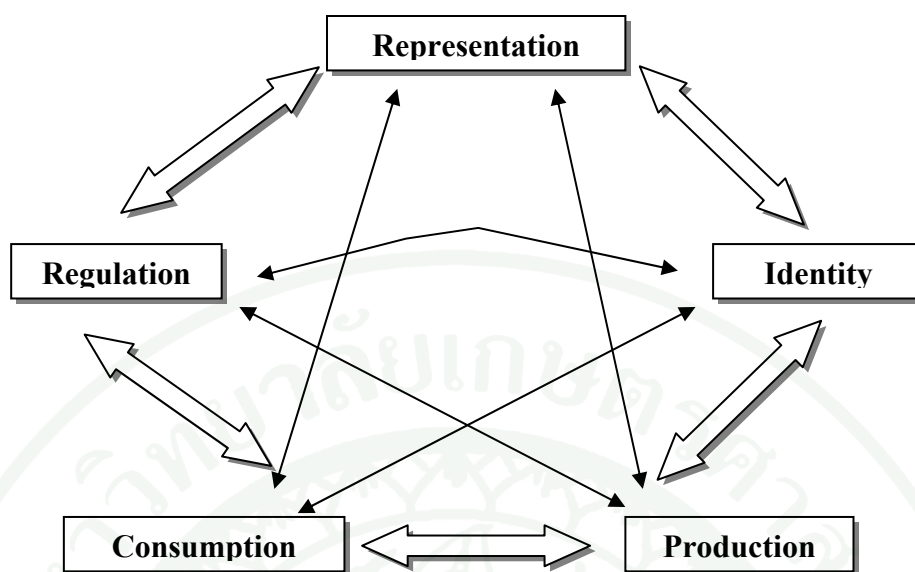
นิลชา เฟื่องฟูเกียรติ (2553) อุดมการณ์เป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้น (socially construction) ไม่ใช่เรื่องที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ อุดมการณ์เกิดได้จากการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เกิดมาจากการสังคมนั้น เป็นผลผลิตของวาทกรรม (product of discourse) และอุดมการณ์มีพลวัต กล่าวคือเป็นสิ่งที่ไม่ตายตัว เราต่างสามารถเปลี่ยนแปลงหรือสร้างอุดมการณ์ได้ตลอดเวลา

กฤติกร วงศ์สว่างพานิช (2552) กล่าวว่า อุดมการณ์ นั้น คือ “จินตกรรม” อย่างหนึ่งที่สังคมหรือบุคคลนั้นๆ ก่อร่าง หรือประดิษฐ์ขึ้นทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ เพื่อสร้างความเป็น “ลักษณะโดดเด่น” ในการเป็น “ภาพตัวแทน” ของสังคมตนหรือตัวตนขึ้นมา

... “อุดมการณ์” นั้นไม่ใช่ “เอกลักษณ์ของสังคมนั้นๆ” เพราะนัยยะสำคัญของ “เอกลักษณ์” นั้นแฝงไว้ด้วย “ความเป็นลักษณะเดียวหรือมีเพียงที่เดียว” ซึ่งอุดมการณ์ของสังคมใดๆ ไม่ได้จำเป็นที่จะต้องปรากฏพบเห็นได้ในสังคมนั้นเท่านั้น หากแต่อาจจะปรากฏพบในสังคมอื่นเช่นกัน เพียงแต่อาจจะไม่โดดเด่นเท่า “สังคมเจ้าของอุดมการณ์” นั้นเอง ...

การมีอยู่ของอุดมการณ์ของสังคมหรือบุคคลใดๆ นั้นเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะอุดมการณ์ (ในระดับสังคม โดยเฉพาะระดับประเทศขึ้นไป) คือ ประดิษฐกรรมที่มีคุณประโยชน์มากมายรอบด้านนับตั้งแต่การสร้างความรู้สึกร่วมของความเป็นชาติ ไปจนถึงการทำให้สังคมอื่นมีภาพตัวแทนในการรำลึก (recognize) ถึงการมีอยู่ (existence) ของสังคมเจ้าของอุดมการณ์นั้นๆ ด้วย

ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2550 อ้างถึง Hall, 1997: 1) กล่าวว่า อุดมการณ์นั้นไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นลอยๆ ตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง และวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งก่อสร้างทางสังคม (social construct) นอกจากนี้วัฒนธรรมก็ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งหรือตายตัว หากแต่มีรูปแบบเป็นวงจรที่เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (circuit of culture) ดังนั้น อุดมการณ์ทั้งหลายจึงมีกระบวนการถูกผลิต (produced) ให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภค (consumed) และถูกควบคุมจัดการ (regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น และทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายต่างๆ (creating meanings) ผ่านทางระบบต่างๆ ของการสร้างภาพตัวแทน (symbolic systems of representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่างๆ ทางอุดมการณ์อันหลากหลายที่เราเลือกใช้หรือนำเอามาสร้างเป็นอุดมการณ์ของเรา



ภาพที่ 2 แสดงวงจรแห่งวัฒนธรรม (The Circuit of Culture)

ที่มา: Hall (1997: 1)

นอกจากแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับวงจรทางวัฒนธรรมแล้ว ยังมีนักมานุษยวิทยาที่อธิบายเรื่องของอัตลักษณ์ในทางวัฒนธรรม การดำรงชีวิต และการเปลี่ยนแปลง (Identity, Survival and Change) โดยการบ่งบอกอัตลักษณ์ทางเชื้อชาติของกลุ่มชน ซึ่ง Joseph B (1974: 170 - 171) ได้อธิบายคำว่า ฮีโร่ทางวัฒนธรรม (Culture heroes) ว่าเป็นเรื่องที่แสดงถึงความสำคัญของสัญลักษณ์ประจำกลุ่มและความภาคภูมิใจประจำกลุ่ม เช่น กลุ่มคนผิวดำ (Blacks) ได้ยกระดับความสำคัญของกลุ่มชนเพื่อให้เป็นฮีโร่ ว่า บุ๊คเกอร์ ที วอชิงตัน (Booker T. Washington) และ แมลคอล์ม เอ็กซ์ (Malcolm X.) ถึงแม้ว่ากลุ่มคนผิวดำทั้งหมดจะชอบหรือไม่ชอบในชื่อตัวแทนดังกล่าว คนผิวดำบางคนมีความภูมิใจ และนับเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างฮีโร่ทางวัฒนธรรม

ในอีกมุมหนึ่งเมื่อพูดถึงนักกีฬา (Sports) เราจะมีการจำแนกประเภทของกลุ่มที่มีวัฒนธรรมมากมายในทางประวัติศาสตร์ เช่น เมื่อพูดถึง ชื่อ Jim Thorpe ก็จะนึกถึงคนอินเดียน หรือ โมฮัมหมัด อาลี (Mohammad Ali) เราจะนึกถึงนักกีฬาที่มีผิวดำเป็นตัวแทนของคนผิวดำหรืออย่างเมื่อเอ่ยชื่อ เปเล่ (Pele) เราก็จะนึกถึงอัตลักษณ์ของนักกีฬาที่เป็นนักกีฬาฟุตบอลเชื้อสายบราซิลผสม

อาภรณ์ จันทร์สมวงศ์ (2544: 21) กล่าวว่า “ความเป็นชุมชน” เป็นเรื่องของความเป็นตัวตน หรือบางคนอาจเรียกว่า “อัตลักษณ์” (Identity) ซึ่งความเป็นตัวตนอันหลากหลายปรากฏในหลาย รูปแบบที่มีความหมาย เพราะเป็นความพยายามจะบอกคนอื่นให้รู้ว่า “ฉันเป็นใคร” ซึ่งเป็นเรื่องของ การเชื่อมโยงตัวเองกับคนอื่นในสังคม เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับมิตีความสัมพันธ์เชิงอำนาจหรือสิทธิ นั่นคือได้รับการยอมรับว่าตัวเองมีความชอบธรรม

Alhossr (n.d. อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2549: 274) อธิบายเรื่อง “อัตลักษณ์” ว่า ปกติเรา จะเป็นนาย ก. นาง ข. แต่เมื่อเราเข้าสู่ระบบความสัมพันธ์ทางสังคม เราก็จะถูกเรียกให้เป็น “subject” แบบต่างๆ เช่น “เป็นคนไทย” “เป็นนิสิตเกษตร” “เป็นท่านผู้ชมที่รัก” “เป็นท่านผู้อ่าน” ฯลฯ

อัตลักษณ์ (Identity) ในทางจิตวิทยาสังคม หมายถึง ความสำคัญของแต่ละบุคคลว่าตนเองมีความแตกต่างจากผู้อื่นมากน้อยเพียงไร ส่วนในทางจิตวิทยาทางการแพทย์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะ ชุมหนึ่งของแต่ละบุคคลซึ่งแสดงออกต่อผู้อื่น ลักษณะเฉพาะดังกล่าวนี้จะช่วยให้ผู้อื่นสามารถบ่งชี้ บุคคลนั้นๆ ได้ (De Lavita, n.d. อ้างใน สิรินาถ, 2546)

และนักจิตวิทยาหลายท่านได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับ “อัตลักษณ์” ไว้ดังนี้ (ชลวรรณ วงษ์อินทร์, 2548)

Conger สรุปว่า อัตลักษณ์ของตนเป็นสภาวะที่บุคคลยอมรับว่าตนเองแตกต่างจากผู้อื่น ซึ่ง ความแตกต่างนี้เป็นผลมาจากการบูรณาการระหว่างประสบการณ์ในอดีตกับสภาวะปัจจุบัน ใน ลักษณะข้อความต่อเนื่องกันไปอย่างคงที่สม่ำเสมอ

Mark Liechty กล่าวว่า อัตลักษณ์ คือความสำคัญของบุคคลว่าตนอยู่ในขอบเขตของ บทบาทและแนวทางที่เป็นอยู่แบบใดทางสังคม

Hodgson และ Fischer กล่าวว่า อัตลักษณ์เป็นการพัฒนาของการตระหนักรู้ของคนคนหนึ่ง ว่าเขาเป็นใครและเขาเป็นอะไร

อัตลักษณ์ แตกต่างจากบุคลิกภาพในประเด็นที่สำคัญหลายประการ เราอาจมีบุคลิกภาพร่วมกับบุคคลอื่น แต่การมีอัตลักษณ์ร่วมมีนัยของการเกี่ยวข้องกับกระตุ้นตัว (Active) บางอย่างในตัวของเรา เช่น เราเลือกที่จะแสดงตัวตนกับกลุ่มหรืออัตลักษณ์ที่เฉพาะ ซึ่งบางครั้งเราอาจมีตัวเลือกมากกว่าคนอื่น และอัตลักษณ์ต้องการความตระหนัก (awareness) บางอย่างที่เกี่ยวข้องกับส่วนที่เป็นของเรา บุคลิกภาพอธิบายลักษณะต่างๆ ที่บุคคลทั่วไปน่าจะมี เช่น การเข้าสังคมเก่งหรืออาจเป็นคุณลักษณะภายใน แต่อัตลักษณ์ต้องการพื้นฐานบางอย่าง อาจถูกจัดประเภทด้วยการมีลักษณะบุคลิกภาพ แต่เราต้องแสดงตนเอง (นั่นคือการยอมรับอย่างตั้งใจ) สิ่งเหล่านี้เป็นการกำลังพยายามค้นหาสิ่งเกี่ยวกับตัวของบุคคลนี้และสิ่งที่ทำให้เขาเหมือนกับเราด้วย (สิ่งที่เรามีร่วมกับเขา) และสิ่งที่ทำให้เขาแตกต่างจากเรา หรือการพิจารณาถึงสถานการณ์การเดินทางไกล สถานที่ที่คุณจะไป คุณได้ยินเสียงคนกลุ่มหนึ่งกำลังสนทนาแล้วพูดภาษาเดียวกับคุณ คุณจะรับรู้ด้วยความรู้สึของการระลึกรู้ (Recognition) และความเป็นเจ้าของร่วมกับกลุ่มนั้น การที่คุณมีบางอย่างร่วมกัน ได้นำเสนอช่วงของการระลึกรู้และการมีบางอย่างร่วมกับผู้อื่นที่มีอัตลักษณ์ร่วมกับคุณ อัตลักษณ์ถูกแสดงออกให้เห็นด้วยการคล้ายกัน นั่นคือมันเกี่ยวกับบุคคลที่เหมือนเราและความแตกต่างของบุคคลที่ไม่เหมือนกับเรา

สรุปองค์ประกอบของพัฒนาการการมีอัตลักษณ์มี 3 ลักษณะ คือ

1. แต่ละคนยอมรับว่าตนเองมีความเหมือนและความต่อเนื่องภายในตน
2. ผู้อื่นในสังคมมองอย่างเดียวกับที่เรามองตนเอง
3. บุคคลจะมีความเชื่อมั่นและติดต่อสัมพันธ์ระหว่างโลกภายในและภายนอก และยอมรับผลสะท้อนกลับที่เกิดขึ้นได้

สัญลักษณ์และการสร้างภาพแทนความจริง (Representation) เป็นสิ่งสำคัญในการแสดงให้เห็นแนวทางหรือที่เรามีอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคลบางคนและการแยกแยะตัวเราด้วยการสร้างความแตกต่างจากคนอื่น ในความเข้าใจนี้เองแม้ว่าในฐานะของบุคคลเราควรจะยอมรับในอัตลักษณ์ต่างๆ อย่างตั้งใจ อัตลักษณ์เหล่านั้นยังเป็นผลผลิตที่สำคัญของสังคมที่เราอาศัยอยู่และความสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น อัตลักษณ์จึงได้จัดเตรียมการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับโลกที่เขาอาศัยอยู่

อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2546: 8) อุดมการณ์ในแนวคิดสมัยใหม่ หัวใจของวิถีคิดของยุคสมัยใหม่ (Modernism) คือ ปรัชญาในยุคแสงสว่างแห่งภูมิปัญญา (enlightenment) ลัทธิปัจเจกนิยม (individualism) เชื่อมมั่นในศักยภาพตามธรรมชาติของมนุษย์ว่าสามารถเข้าถึง “ความเป็นจริง” (truth) ที่เป็นสากล รวมทั้งสามารถมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับระเบียบและความเป็นเหตุผลของความจริงสูงสุดนั้นได้ วิถีคิดกระแสหลักของยุค จึงเชื่อในแนวความคิดที่เรียกว่า สารัตถะนิยม (Essentialism) นั่นก็คือเชื่อว่าธรรมชาติของสังคมหรือมนุษย์ก็ตาม “คุณสมบัติอะไรบางอย่าง” เป็นแก่นแกนหรือสารัตถะ เป็นสิ่งที่ซ่อนแฝงอยู่ลึกๆ และกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่เห็นจากภายนอกอีกทีหนึ่ง ทว่าในแวดวงสังคมศาสตร์ปัจจุบัน ความหมายนี้แปรเปลี่ยนไปแล้ว แนวโน้มทางทฤษฎียุคหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) ทำให้เกิดการตั้งคำถามอย่างมากกับวิธีการมองโลก การเข้าถึง “ความจริง” ของสิ่งต่างๆ รวมทั้งสิ่งที่เชื่อกันว่าเป็นความจริงที่เป็น “แก่นแกน” ของปัจเจกบุคคล วิถีคิดในกระแสนี้รื้อถอนความเชื่อเกี่ยวกับคุณสมบัติแก่นแกนของปัจเจกภาพ ความ เป็นปัจเจกกลายเป็นเรื่องของการนิยามความหมายซึ่งสามารถเลื่อนไหลเปลี่ยนแปลงไปได้ตามบริบท

กระบวนการสร้างอัตลักษณ์

กฤติกร วงศ์สว่างพานิช (2552) กล่าวว่า กระบวนการสร้าง “อัตลักษณ์” นั้น สามารถพิจารณาได้โดยง่าย อย่างในประเทศไทยจะพบปรากฏการณ์ที่ชัดเจนอย่างกรณีกลุ่มเสื้อเหลือง และเสื้อแดงที่เกิดขึ้น จะพบได้ว่าในเริ่มแรกเกิดการพยายามก่อร่างอัตลักษณ์ของกลุ่มสังคมตนขึ้นมาด้วยการสร้างวาระให้ “ใส่เสื้อสีเหลือง” คือ หากไม่มีการ “สร้างวาระ” ขึ้นมาก่อน ก็ยากที่คนซึ่งมีจุดร่วมทางความคิดตรงกันกลุ่มนั้นหรือสังคมนั้น จะร่วมกันใส่เสื้อเหลืองพร้อมกันอย่างมีได้นัยหมาย และเมื่อการสร้างวาระ “ติดตลาดทางสังคม” แล้ว วาระดังกล่าวก็จะกลายสภาพเป็น “อัตลักษณ์” ของกลุ่มสังคมนั้นไป ทั้งนี้จุดที่น่าสังเกตอีกประการหนึ่งที่น่าสนใจก็คือการสร้างวาระเพื่อก่อให้เกิดเป็นอัตลักษณ์นั้น มักจะอิงแอบอยู่กับ “มายาคติ (Mythology)” บางประการของสังคม เช่น กรณีของการใช้เสื้อสีเหลืองที่เป็นตัวแทนชุดมายาคติของสัญญาแห่งพระมหากษัตริย์ไทย ทั้งนี้เพื่อให้การสร้างวาระนั้นกลมกลืนเข้าสู่กลุ่มสังคม (หรือติดตลาดสังคม) ได้ง่ายขึ้น ไม่เพียงเท่านั้น ลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์นั้น ในระดับหนึ่งเมื่อสามารถกลืนเข้ากับความเป็นสังคมมากขึ้นเรื่อยๆ จะเริ่มเลื่อนสภาพไปเป็น “มายาคติ” อีกชุดด้วย กรณีเสื้อเหลือง – เสื้อแดงนั้นก็บ่งชี้ให้เห็นจุดนี้ เช่นเดียวกันที่สภาพ “ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ” ต่อการแสดงอัตลักษณ์จะเริ่มเปลี่ยนไป คือ ในระยะแรกจะรู้สึกว่าการใส่นั้นเป็นการใส่เพื่อแสดงจุดยืนหรืออัตลักษณ์ของกลุ่มสังคมนั้น แต่เมื่อ

เกิดความคุ้นชินหรือชุดอัตลักษณ์นั้นกลมกลืนกับสังคมนั้นๆ มากขึ้น “ความรู้สึกว่าเป็นเรื่องธรรมชาติที่จะต้องใส่ชุดสีนั้นๆ ก็จะมากขึ้นไปด้วย” ซึ่งในที่สุดแล้วก็อาจจะก่อให้เกิดเป็นมายาคติอีกชุดหนึ่งขึ้นได้ และลักษณะสำคัญอีกประการของอัตลักษณ์ก็คือ ในขณะที่อัตลักษณ์นั้นสร้างความเป็นตัวตน ความกลมเกลียวในหมู่สมาชิกของสังคมนั้นๆ ตัวอัตลักษณ์เองก็จะเป็นสิ่งที่ผลักดันให้เกิด “ความเป็นผู้อื่น กับความเป็นตนเอง (Otherness of Self)” ขึ้นด้วย

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity)

Wikipedia The free Encyclopedia (2010) กล่าวว่า อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม หมายถึง ความรู้สึกของกลุ่มหรือวัฒนธรรมร่วมของกลุ่ม หรือการที่ปัจเจกชนมีอิทธิพลหรือได้รับการยอมรับจากวัฒนธรรมของกลุ่มนั้นๆ นอกจากนี้การยอมรับวัฒนธรรมของกลุ่มคนยังมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของบรรทัดฐานทางสังคม (Norms) ซึ่งบุคคลต้องสามารถยอมรับความเป็นเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์เฉพาะของกลุ่มนั้นให้ได้

อุทิศ อติมานะ (2553) กล่าวว่า ในมุมมองเชิงวิชาการปัจจุบันนั้นเปลี่ยนไป “อัตลักษณ์วัฒนธรรม” ถูกมองว่าไม่มี “แก่น” หรือความหมายที่ตายตัวในตัวเอง เปลี่ยนแปลง ปรับตัว มีปฏิสัมพันธ์กับปัจจัยใหม่ๆ เสมอ ดังนั้น แนวทางการศึกษามักสนใจวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคมระดับวัฒนธรรมย่อยต่างๆ สะท้อนสังคมที่มีความแตกต่าง หลากหลายเป็นกลุ่มย่อยต่างๆ ภายใต้บริบทสังคมโลกาภิวัตน์ในยุคสารสนเทศ เช่น ทฤษฎี Symbol Interactionism หรือการวิเคราะห์วาทกรรม เชิงวิจารณ์ ในประเด็นเช่น กลุ่มสิทธิสตรี กลุ่มเชื้อชาติคนกลุ่มน้อย กลุ่มคนอพยพ เป็นต้น มุ่งศึกษาการต่อสู้ การต่อรอง การประท้วง ฯลฯ ระหว่างอำนาจกลุ่มต่างๆ ในสังคม เพื่อสร้างความหมายเชิงอัตลักษณ์วัฒนธรรม ที่เชื่อมโยงสู่โอกาสทางสังคม ทั้งเศรษฐกิจ การเมือง สังคม ศิลปะ วัฒนธรรม สุขภาพมีตัวตน หรือความไร้ตัวตนในสังคม

ผู้วิจัยใช้เรื่องการเมืองของอัตลักษณ์ เพื่อสามารถอธิบายถึงปรากฏการณ์กลุ่มคนที่นิยมตุ๊กตาบลายซ์ว่า มีกระบวนการสร้างและการแสดงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมย่อยของกลุ่ม เช่น มีลักษณะที่ปรากฏ การประพฤติปฏิบัติตัวหรือแสดงออก และภาษาของกลุ่ม ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างจากกลุ่มสังคมอื่นอย่างไร ในอีกด้านหนึ่งอัตลักษณ์ก็ยังเกี่ยวข้องกับมิติภายใน ของความเป็นตัวเราอย่างมาก ทั้งในด้านของอารมณ์ ความรู้สึก เพื่อสังคมได้รับรู้ว่ากลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ไม่ได้เป็นเพียงการรวมตัวในสิ่งที่ชอบเหมือนกันเท่านั้น แต่ยังสามรถสะท้อนการเป็นวัฒนธรรม

ย่อยๆ หรือสะท้อนขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมได้ และยังสามารถใช้ตุ๊กตาบลาซาร์เป็นสัญลักษณ์ในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง เพื่อนำมาทำความเข้าใจกลุ่มคนในปัจจุบันนี้ให้มากขึ้น เพื่อการแก้ปัญหาและมองกลุ่มสังคมที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน

แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย

ความหมายของวัฒนธรรม

วัฒนธรรมความหมายทางวิชาการสังคมศาสตร์ หมายถึง ความรู้ ศิลปะ ความประพฤติดังต่างๆ ขนบธรรมเนียม ค่านิยม ศิลปหัตถกรรม ตลอดจนความสามารถและนิสัยต่างๆ สิ่งเหล่านี้จะเป็นวัฒนธรรมได้ก็ต่อเมื่อคนส่วนใหญ่ในกลุ่มสังคมเดียวกันนั้นเห็นชอบและรับไปใช้ร่วมกัน วัฒนธรรมจึงเป็นแบบแผนชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมหนึ่ง ซึ่งคนในสังคมอื่นจะเห็นว่าดีหรือไม่ก็ตาม แต่ถ้าคนในสังคมนั้นยอมรับที่จะเป็นอยู่ด้วยชีวิตแบบนั้นแล้ว นั่นก็คือวัฒนธรรมของสังคมนั้น (เหมอมาลัย ราชภัฏจารักษ์, 2548: 51)

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2541) ได้ให้คำจำกัดความวัฒนธรรมว่าเป็นวิธีการดำเนินชีวิต คือ ส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมของคนในสังคม ที่หล่อหลอมจนผ่านการปฏิสัมพันธ์ หรือได้รับการถ่ายทอดจากบริบทแวดล้อม กลายเป็นแบบแผนในความคิด การกระทำของคนในสังคมส่วนใหญ่ และมีลักษณะเป็นกลาง สามารถนำมาซึ่งความเจริญงอกงามหรือความเสื่อมแก่สังคมได้ สรุปได้ว่าวิถีชีวิต คือส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่มนุษย์เปลี่ยนแปลง ปรับปรุงหรือผลิตสร้างขึ้นเพื่อความเจริญงอกงาม สามารถถ่ายทอดกันได้ เลียนแบบกันได้ เอาอย่างกันได้ เป็นผลผลิตส่วนรวมที่มนุษย์ได้เรียนรู้มาจากบรรพบุรุษที่แสดงให้เห็น เป็นภาษา ความเชื่อ ระเบียบ ประเพณี จนหล่อหลอมเป็นวัฒนธรรม

सानิต นครไทย (2552) กล่าวว่า วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตหรือการดำเนินชีวิต เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น การกิน การละเล่น การแสดง การร้องเพลง เป็นต้น หรือเรียกว่าอะไรเกิดขึ้นจากน้ำมีมนุษย์ ถือว่าเป็น วัฒนธรรม ทั้งหมด แต่ถ้าหากเกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเลหรือสถานที่ท่องเที่ยว ที่เกิดจากปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ จัดเป็นมรดกทางธรรมชาติไม่ใช่วัฒนธรรม ส่วนสิ่งที่เกิดขึ้นมาชอนหลังไปในอดีต เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ เพลงพื้นบ้าน หรือประเพณี

ต่างๆ คือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาตั้งแต่อดีตเราจะเรียกว่า มรดกทางวัฒนธรรม อีกอย่างหนึ่งก็คือ สิ่งที่เกิดขึ้น ณ วันนี้นี้กับสิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคต เราเรียกว่า วัฒนธรรมร่วมสมัย

ลักษณะของวัฒนธรรม

วัฒนธรรมมีลักษณะสำคัญซึ่งอาจแยกกล่าวได้ ดังนี้

1. วัฒนธรรมเป็นพฤติกรรมที่ต้องเรียนรู้ (Learned Behavior)

พฤติกรรมของมนุษย์เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้เกือบทั้งสิ้น พฤติกรรมเป็นเรื่องของวัฒนธรรมทั้งสิ้น เช่น กิริยาท่าทาง การพูด การแต่งกาย การใช้สิ่งของ เป็นต้น พฤติกรรมเหล่านี้ต้องอาศัยการเรียนรู้เท่านั้น จึงจะทำได้ การที่มนุษย์สามารถเรียนรู้วัฒนธรรมได้ก็เพราะมนุษย์สามารถติดต่อทำความเข้าใจกันโดยใช้สัญลักษณ์ที่สำคัญที่สุดก็คือ ภาษา ทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน

2. วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิต (Way of Life)

ในทางสังคมศาสตร์กล่าวว่า วัฒนธรรม หมายถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคม ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ตั้งแต่เกิดจนตาย ตั้งแต่ตื่นนอนจนเข้านอน พฤติกรรมต่างๆ ที่มนุษย์กระทำไม่ว่าจะเป็นการแปร่งฟัน สวมใส่เสื้อผ้าเครื่องประดับตลอดจนการเล่นกีฬา ดูโทรทัศน์ ล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องของวัฒนธรรมทั้งสิ้น ฉะนั้น กิจกรรมทุกอย่างของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นการกิน การดื่ม การพูด การอ่าน การเขียน การคิด การทำงาน การเล่น การติดต่อสัมพันธ์กัน ล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องของวัฒนธรรมทั้งสิ้น วัฒนธรรมจึงเป็นวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคม

3. วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคม (Social Heritage)

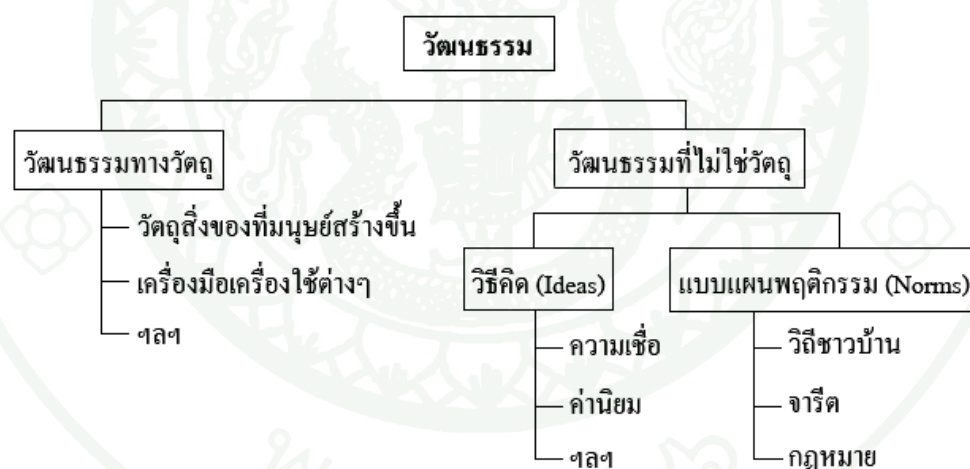
การที่มนุษย์มีวัฒนธรรมและสามารถถ่ายทอดสืบต่อมาได้ ก็เนื่องจากมนุษย์สามารถติดต่อทำความเข้าใจระหว่างกันได้อย่างกว้างขวางโดยใช้สัญลักษณ์ (symbolic communication) สัญลักษณ์ที่สำคัญที่สุดก็คือ ภาษาทั้งพูดและเขียน มนุษย์ที่เกิดและเติบโตขึ้นมาในสังคมใด ก็จะได้เรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมนั้นเป็นมรดกตกทอดกันมาเป็นลำดับ มนุษย์ที่เกิดรุ่นต่อๆ มา ไม่จำเป็นต้องคิดสร้างสรรค์วัฒนธรรมขึ้นมาใหม่ เพียงแต่เรียนรู้สิ่งที่มีอยู่แล้ว พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไข

เพิ่มเติมวัฒนธรรมให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ทั้งทางภูมิศาสตร์และสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น คิดค้นวิธีการทำงานใหม่ๆ หรือแม้แต่ภาษา ก็จะต้องมีศัพท์ สำนวน ไวยากรณ์เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้มนุษย์สามารถใช้ความคิดได้อย่างกว้างขวาง

สรุปลักษณะของวัฒนธรรมหมายถึง เป็นวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในสังคม เป็นผลมาจากการเรียนรู้ ไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมนุษย์มาแต่กำเนิด เป็นผลรวมของหลายๆ สิ่ง เช่น ความรู้ ความเชื่อ วิถีดำเนินชีวิต สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ และแต่ละสังคมมีความแตกต่างกัน มีความเหมาะสม ถูกต้องตามสภาพของแต่ละสังคม

ประเภทของวัฒนธรรม

วัฒนธรรม จำแนกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ วัฒนธรรมทางวัตถุ (Material Culture) และ วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Non-Material Culture)



ภาพที่ 3 ประเภทของวัฒนธรรม

ที่มา: เฉลิมลาภย์ ราชภัฏธนบุรี (2548: 53)

1. วัฒนธรรมทางวัตถุ

วัฒนธรรมทางวัตถุ ได้แก่ วิธีการต่างๆ ที่มนุษย์คิดขึ้นมาแล้วสามารถสร้างทำให้เห็นเป็นรูปร่างได้ เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค รถยนต์ เครื่องบิน เครื่องใช้ต่างๆ เป็นต้น การถ่ายทอดวัฒนธรรมทางวัตถุเป็นการถ่ายทอดวิธีการทำอาหาร วิธีการตัดเย็บเสื้อผ้า

วิธีการสร้างบ้าน วิธีการประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้ ทั้งนี้เพราะวัตถุทั้งหลายย่อมเสื่อมสลายไป จะเหลืออยู่ก็แต่เพียงรูปแบบและวิธีการประดิษฐ์ ซึ่งจะถ่ายทอดไปสู่คนรุ่นต่อไป

2. วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ

องค์ประกอบของวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุแยกเป็นสองส่วน คือ วิธีคิดและแบบแผนพฤติกรรมในส่วนของวิธีคิด จะได้กล่าวถึงเรื่องความเชื่อและค่านิยม

ความเชื่อ คือ การตัดสินใจว่าปรากฏการณ์ ความคิด การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นความจริง ความเชื่อมีอิทธิพลต่อความเห็น ทศนคติและการกระทำของบุคคล การตัดสินใจในเรื่องต่างๆ จะนำไปในทางที่สอดคล้องกับความเชื่อที่มีอยู่ ความเชื่อเป็นที่มาของแบบแผนพฤติกรรม ความเชื่อที่สำคัญของมนุษย์ได้แก่ ความเชื่อทางศาสนา จริยธรรม ศิลธรรม อุดมการณ์ เป็นต้น

ค่านิยม หมายถึง สิ่งที่เรายึดถือประจำใจที่ใช้ช่วยในการตัดสินใจเลือกกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ตั้งแต่เรื่องเล็กน้อยที่สุด เช่น วันนี้จะทานข้าวกับอะไร ไปจนถึงเรื่องใหญ่ๆ เช่น อุดมคติ อุดมการณ์

สำหรับองค์ประกอบของวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุในส่วนที่เป็นแบบแผนพฤติกรรมนั้น คือส่วนของการจัดระเบียบสังคม วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุจึงเป็นวิธีคิดและแบบแผนพฤติกรรมที่มนุษย์คิดขึ้นมาแล้ว ไม่สามารถสร้างทำให้เป็นเป็นรูปร่างได้ เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี ศาสนา ความเชื่อ ค่านิยม จริยธรรม กฎหมาย เป็นต้น การถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุจึงเป็นการถ่ายทอดแนวทางแห่งความคิดและแบบอย่างการปฏิบัติ (เฉอมาลัย ราชภัณฑารักษ์, 2548: 55-59)

ผู้วิจัยได้ศึกษาและสร้างความเข้าใจในความหมายของวัฒนธรรมที่หมายถึงลักษณะต่างๆ เช่น เป็นพฤติกรรมที่ต้องเรียนรู้ เป็นวิถีชีวิต เป็นมรดกทางสังคม เป็นต้น วัฒนธรรมที่ถูกแสดงออกมาให้เห็นได้โดยเป็นแบบแผนพฤติกรรมด้านต่างๆ ซึ่งกลุ่มผู้นิยมตั้งคำถามที่อยู่ในสังคมไทยก็มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ชัดเจน ซึ่งจะต้องศึกษาโดยละเอียดให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและมีคุณภาพต่อไป

ความหมายของวัฒนธรรมย่อย

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2553) กล่าวว่า ในการเข้าใจทาง วัฒนธรรมย่อย (subculture) นั้น จะใช้เรียกลักษณะของกลุ่มสังคม ที่มีการยึดถือบรรทัดฐานและการกำหนดคุณค่าของสิ่งรูปธรรม และสิ่งนามธรรมแตกต่างกัน การพูดคุยในวัฒนธรรมย่อยเดียวกัน จะพูดคุยเรื่องเดียวกันหรือที่เรียกว่า ภาษาเดียวกัน วัฒนธรรมย่อยแบ่งออกมาจาก วัฒนธรรม โดยแต่ละสังคมจะแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับ อายุ ชนชาติ ศาสนา เพศ ความรู้พื้นฐานทางสังคมและมุมมองต่างๆ

ลักษณะหลักที่เห็นได้ชัดของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย จะเห็นได้ว่า ความเชื่อ แนวคิด จะแตกต่างกันตามกลุ่ม กล่าวคือ กลุ่มวัยรุ่นมีการแต่งตัว รสนิยมการเลือกฟังเพลงแตกต่างจากกลุ่มผู้ใหญ่ เนื่องจากความเชื่อและการยึดถือแตกต่างกัน เปรียบเทียบในมุมมองของวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

ตัวอย่างของวัฒนธรรมย่อย

1. กลุ่มวัยรุ่นให้คุณค่ากับการเรียนมากกว่าการแต่งตัว ในขณะที่บางกลุ่มให้คุณค่ากับการแต่งตัวมากกว่าการเรียนหรือบางกลุ่มให้คุณค่ากับทั้งสองอย่างเท่ากัน
2. คนบางกลุ่มเห็นว่าการแต่งงานกับเพศเดียวกันของกลุ่มรักร่วมเพศเป็นเรื่องปกติ ในขณะที่บางกลุ่มเห็นว่าเป็นเรื่องผิดรุนแรง
3. บางกลุ่มวัยรุ่นให้คุณค่ากับเสื้อผ้าราคาแพง ในขณะที่บางกลุ่มให้คุณค่ากับอุปกรณ์รถแต่งและในขณะเดียวกัน ฮาร์ดดิสก์กลับมีคุณค่ามากกว่าเสื้อผ้าหรืออุปกรณ์รถแต่ง ในอีกวัฒนธรรมย่อยหนึ่ง

Hall and Jefferson (1976 อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2549: 523) นิยามวัฒนธรรมย่อย ว่าเป็นวิธีการที่กลุ่มย่อยใช้จัดการกับชีวิตทางวัตถุและวิถีชีวิตด้านอื่นๆ ที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างอัตลักษณ์ วิธีการนี้เป็นปฏิบัติการที่กลุ่มดำเนินไปอย่างมีความหมายและมีสำนึก ไม่ว่าจะเป็น วัตถุ ความสัมพันธ์ ระบบค่านิยม ระบบความเชื่อที่ผลิตออกมา และวิธีการผลิตล้วนมีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม

Brake (1985) กล่าวว่า ชนชั้นทางสังคม เพศสภาพ จริยธรรม อาจมีส่วนเกี่ยวข้องสำคัญในกลุ่มวัฒนธรรมย่อย ซึ่งอาจอธิบายได้ด้วยระบบการให้ความหมายกับสิ่งต่างๆ เป็นรูปแบบหนึ่งของการแสดงออก หรือเป็นการพัฒนาของวิถีชีวิตที่เกิดจากกลุ่มคนในโครงสร้างทางสังคมที่ด้อยกว่า เพื่อเป็นการตอบโต้กลุ่มโครงสร้างหลักของสังคมรวมถึงการสะท้อนความตั้งใจที่จะแก้ปัญหาความขัดแย้งทางโครงสร้างของสังคมที่เพิ่มขึ้นจากบริบททางสังคมที่กว้างและหลากหลาย

วัฒนธรรมย่อยก็เป็นรูปแบบอันเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มที่แตกต่างกันออกไป (Brake, 1985 อ้างใน วิภาวี วิโรจน์พันธ์, 2539) ได้อธิบายว่า ลักษณะโดยทั่วไปของวัฒนธรรมย่อยอีกแบบหนึ่งคือรูปแบบ (Style) กล่าวคือ กลุ่มที่มีวัฒนธรรมย่อยที่โดดเด่นแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ คือกลุ่มที่มีการใช้รูปแบบในเชิงสัญลักษณ์รูปแบบหนึ่งๆ รูปแบบที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นวัฒนธรรมย่อยและการเป็นสมาชิกของวัฒนธรรมย่อยหนึ่งๆ มีลักษณะของการต่อต้านหรือเพิกเฉยต่อค่านิยมหลักของสังคม ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ส่วนด้วยกัน คือ

1. “ลักษณะที่ปรากฏ” เช่น การพกพาสิ่งของติดตัว ข้าวของเครื่องใช้ โดยรวมคือลักษณะภายนอกที่ปรากฏให้เห็นนั่นเอง
2. “การประพฤติปฏิบัติตัว” คือการแสดงออก กิริยา ท่าทาง
3. “ภาษาของกลุ่ม” เช่น ศัพท์เฉพาะของกลุ่ม คำแสลง วิธีการพูด

และ Rice (1987 อ้างใน ธิดารัตน์ รักประยูร, 2545) ได้ประมวลสัญลักษณ์ที่เป็นการแสดงออกถึงรูปแบบต่างๆ ในฐานะที่เป็นวัฒนธรรมย่อยวัฒนธรรมหนึ่งนั้น จะต้องศึกษารูปแบบที่เป็นองค์ประกอบหลักของวัฒนธรรมย่อย ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบที่เป็นรูปลักษณ์ ตัวอย่างสัญลักษณ์ที่แสดงออกซึ่งวัฒนธรรมในรูปแบบที่สำคัญได้แก่
 - 1.1 การแต่งกาย
 - 1.2 เครื่องมือเครื่องใช้ หรือประติมากรรมต่างๆ
 - 1.3 คนตรี

2. รูปแบบประพัติน ได้แก่ การแสดงออก ทั้งที่เป็นรูปแบบการประพัตินที่เป็นกิจกรรมส่วนตัวและต่อสังคมที่สามารถสื่อความหมายการเป็นสมาชิกของวัฒนธรรมคนรุ่นใหม่ได้

3. รูปแบบภาษา

4. รูปแบบการดำเนินการ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

4.1 รูปแบบชีวิตการเรียน

4.2 รูปแบบการประกอบอาชีพ

4.3 รูปแบบกิจกรรมยามว่าง

อีกทั้ง วิภารัตน์ พันธุ์ฤทธิ์คำ (2544) ได้กล่าวว่า การศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่นนั้น ต้องศึกษาในรูปแบบที่เป็นองค์ประกอบหลักของวัฒนธรรมย่อย 4 ประการดังกล่าว โดยได้ให้รายละเอียดเพิ่มเติมจากแนวคิดของ Rice (1987) ในรูปแบบต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การแสดงอัตลักษณ์ตามวัฒนธรรม

1.1 การแต่งกาย

การแต่งกายเป็นสิ่งที่แสดงวัฒนธรรมวัยรุ่นได้อย่างชัดเจนที่สุดเพราะเป็นหนทางสำคัญที่วัยรุ่นค้นพบและแสดงออกความเป็นตัวของตัวเอง แสดงให้เห็นถึงปมที่ขัดแย้งกับผู้ใหญ่ทางด้านความเป็นอิสระหรือไม่เป็นอิสระ เป็นการแสดงออกถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตปรัชญาทางการเมือง รวมทั้งการแต่งกายเป็นการทำให้วัยรุ่นมั่นใจในอัตลักษณ์ของตนเองและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคมตน กลุ่มวัยรุ่นยอมรับว่าสัญลักษณ์ของวัยรุ่นคือความไม่เหมือนใคร โดยเฉพาะในเรื่องการแต่งกายและทรงผมของแต่ละกลุ่ม ทั้งนี้เมื่อเวลาผ่านไปรูปแบบต่างๆ นั้นก็เปลี่ยนไปด้วย รูปแบบการแต่งกายของวัยรุ่นจำนวนมากกลายเป็นที่ยอมรับของคนรุ่นใหม่ด้วย และหากเป็นเช่นนั้น วัยรุ่นมักหารูปแบบใหม่มาเป็นหนทางแสดงความไม่เหมือนใครต่อไป และวัยรุ่นมีการเลือกรูปแบบเสื้อผ้าอย่างสร้างสรรค์ ทั้งนี้เพราะเสื้อผ้าเกี่ยวข้องกับ “อัตลักษณ์” อย่างชัดเจนมากกว่าสื่อประเภทอื่น วัยรุ่นได้สร้างรหัสเฉพาะในเรื่องวัฒนธรรมการแต่งกายขึ้นมา เช่น การแต่งกายระหว่างชุดไปเที่ยวกับชุดไปทำงาน เป็นต้น

1.2 เครื่องใช้ หรือประติมากรรมต่างๆ

วัยรุ่นยังนำเครื่องใช้หรือประติมากรรมต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์ กล้องดิจิทัล โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น เป็นสัญลักษณ์ในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเองด้วย

1.3 คนตรี

คนตรีเป็นที่นิยมของวัยรุ่นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใด ซึ่งแต่ละรูปแบบคนตรีก็มีความหลากหลายและแตกต่างกันไปอย่างมีลักษณะเฉพาะ คนตรีมีอิทธิพลต่อวัยรุ่นมากนับตั้งแต่ในยุคก่อนจนถึงปัจจุบัน ความนิยมในรูปแบบคนตรีต่างๆ นั้น วัยรุ่นจำนวนมากได้แสดงอัตลักษณ์ของตนโดยผ่านคนตรี เช่น วัยรุ่นบางกลุ่มแสดงตัวตนโดยการคิดเพลงขึ้นมาใหม่ในลักษณะเฉพาะอย่างที่ไม่ได้เป็นเพลงที่เห็นได้ทั่วไปในแนวเพลงหลัก วัยรุ่นบางกลุ่มเกิดความนิยมในแนวคนตรีบางแนวและแสดงออกให้เห็นถึงความนิยมในแนวเพลงนั้นๆ อย่างเห็นเด่นชัด เป็นต้น

2. รูปแบบการประพัตติตน

รูปแบบการประพัตติตน ได้แก่ การแสดงออก ทั้งรูปแบบการประพัตติปฏิบัติตัวในกิจกรรมส่วนตัว และรูปแบบการปฏิบัติตนในสังคมที่เป็นสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อความหมายการเป็นสมาชิกทางสังคมได้

3. รูปแบบภาษาของกลุ่ม

สัญลักษณ์ที่สำคัญของรูปแบบนี้คือ ภาษาที่สามารถเข้าใจกันได้เฉพาะในกลุ่มวัฒนธรรมวัยรุ่นของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาพิเศษของกลุ่มที่เรียกว่า ภาษาแสดง การเกิดขึ้นมาจากกระแสจากสื่อมวลชนหรือเป็นภาษาเฉพาะที่กลุ่มคิดขึ้นมาเอง ภาษาพิเศษนี้แสดงความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มที่มีความเฉพาะและแสดงถึงควมมีอัตลักษณ์ร่วมกันของกลุ่มนั้นๆ การที่จะเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มต้องมีลักษณะร่วมเฉพาะอันนี้ด้วย

4. รูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่น การเรียนถือว่าเป็นองค์ประกอบหลักของการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นส่วนใหญ่ และเวลาส่วนใหญ่ที่วัยรุ่นใช้ก็คือการเรียน และองค์ประกอบที่ควบคู่กันก็คือ กิจกรรมที่ทำในเวลาว่าง

4.1 รูปแบบการเรียน

รูปแบบชีวิตการเรียนของวัยรุ่นมีหลายรูปแบบและแต่ละรูปแบบที่แตกต่างกันก็มีสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงรูปแบบนั้นๆ แตกต่างกัน เช่น วัฒนธรรมย่อยของชาวมหาวิทยาลัย (Collegiate Subculture) มีลักษณะสังคมที่เกี่ยวกับการเรียน การนัดเที่ยว การดื่มกิน เป็นต้น โดยขึ้นอยู่กับตัวของวัยรุ่นและบริบททางสังคมที่ทำให้การแสดงออกทางพฤติกรรมของกลุ่มวัฒนธรรมของวัยรุ่นมีความเหมือนหรือแตกต่างกัน

4.2 รูปแบบกิจกรรมยามว่าง

Poole (n.d. อ้างใน วิภาวี วิโรจน์พันธุ์, 2539) ได้จัดประเภทกิจกรรมที่วัยรุ่นกระทำในเวลาว่าง ดังนี้

- 4.2.1 อ่านหนังสือ
- 4.2.2 ฟังวิทยุ
- 4.2.3 อยู่กับเพื่อนๆ
- 4.2.4 เล่นเกมและกีฬากลางแจ้ง
- 4.2.5 เล่นกีฬาในร่ม
- 4.2.6 สร้างและซ่อมแซมสิ่งต่างๆ ที่บ้าน
- 4.2.7 เข้าชมรม สโมสรวัยรุ่น หรือเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นอื่นๆ
- 4.2.8 ชมภาพยนตร์ คอนเสิร์ต ละครเวที เต้นรำ

และ ชลเทพ ปันบุญชู (2550) ได้แสดงตัวอย่างของวัฒนธรรมย่อยว่า ภาษา “แอ็บแบ้ว” คือ วัฒนธรรมย่อยที่มีกลุ่มหนึ่งใช้สื่อสารกันและเป็นภาษาเฉพาะกลุ่มที่มีการเปลี่ยนผ่านอัตลักษณ์ รวมถึงการประดิษฐ์คำพูดให้เข้ากับอัตลักษณ์ของตน และพูดภาษา “แอ็บแบ้ว” ในกลุ่มเฉพาะของตน เช่น กลุ่มเพื่อน กลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่ตนดำรงความเป็นสมาชิกอยู่

กล่าวโดยสรุป Willis มีความเห็นว่า ในปริบทหลายๆ ตามที่กล่าวมานั้นวัยรุ่นได้ทำการตอบโต้การครอบงำของผู้ใหญ่ ด้วยการสร้างสรรค์วัฒนธรรมโดยเฉพาะในขั้นตอนของการบริโภค ด้วยการหยิบยืมเอาผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมหลัก วัฒนธรรมการค้า หรืออุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมมาสร้างอัตลักษณ์ให้แก่วัฒนธรรมย่อยวัยรุ่นของตนเอง และสามารถแยกแยะ คัดแปลง หรือต่อรองกับวัฒนธรรมหลัก เพื่อการดำรงอยู่และการสืบทอดวัฒนธรรมของตนเอง

จากแนวคิดดังกล่าวสามารถสรุปความหมายของคำว่าวัฒนธรรมย่อย ว่ากลุ่มวัฒนธรรมย่อยพัฒนามาจากผู้ที่ทำกิจกรรมทางสังคมต่างๆ ซึ่งทำให้กลุ่มวัฒนธรรมย่อยมีความหลากหลาย และซับซ้อน เนื่องจากกลุ่มวัฒนธรรมย่อยเป็นการอธิบายพฤติกรรมของคนที่มีวัฒนธรรมแยกจากวัฒนธรรมหลักของสังคมมากกว่าที่จะมองว่าเป็นกลุ่มที่มีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง วัฒนธรรมย่อยนั้น มีพื้นฐานมาจากความหลากหลายในรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรม และความสนใจของคนในกลุ่มนี้ โดยแสดงออกด้วยสัญลักษณ์ เช่น เสื้อผ้า ทรงผม รองเท้า ของสะสม การใช้สิ่งของ ฯลฯ รวมไปถึงปัจจัยอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นความสนใจพื้นฐาน ชนิดของเพลงที่ฟัง แหล่งรวมตัวกัน เหล่านี้ล้วนแสดงให้เห็นถึงความเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อย นอกเหนือจากตัวตนที่แสดงออกอยู่แล้วทั้งในสถาบันทางสังคม ครอบครัว ที่ทำงาน บ้าน หรือโรงเรียน คล้ายคลึงกับการเข้าใจกลุ่มของวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน การเข้าใจและศึกษากลุ่มสังคมที่วัฒนธรรมย่อยต่างกัน จำเป็นต้องคำนึงถึงคุณค่าและบรรทัดฐานของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย เพื่อที่จะเข้าใจลักษณะความคิดของกลุ่มสังคมนั้นๆ

ข้อมูลเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์

ประวัติความเป็นมาของตุ๊กตาบลายธ์ (Blythe)

จิตรลดา สุภชัยมงคล (2550) กล่าวว่า Blythe อ่านออกเสียงว่า Blahyth หรือ Blind (บลายธ์) คือตุ๊กตาที่ถูกออกแบบให้ถือกำเนิดขึ้นในปี พ.ศ. 2515 (ค.ศ. 1972) โดยโรงงานผลิตของเล่นในสหรัฐอเมริกา ชื่อ เค็นเนอร์ (Kenner) ภายใต้แนวคิดที่อยากสร้างเอกลักษณ์ความแตกต่างให้

เกิดขึ้นกับตุ๊กตา และหลังจากนั้นได้ว่าจ้างนักออกแบบของเล่น Allison Katzman จาก Marvin Glass & Associates หนึ่งในสตูดิโอออกแบบของเล่นชื่อดัง ให้ออกแบบตุ๊กตาบลายซ์ขึ้น

โดย Allison Katzman ได้หยิบเอาดวงตาที่ตั้งใจจะใช้กับตุ๊กตาสุนัขมาใส่ในตัวตุ๊กตาบลายซ์ส่วนลำตัวแรกๆ ก็มีขนาดได้สัดส่วนกับหัวที่มีขนาดใหญ่ แต่ปรากฏว่ากล่องใส่มีขนาดสั้น จึงต้องลดสัดส่วนความยาวลำตัวให้บรรจุได้พอดี ตุ๊กตาบลายซ์จึงหัวโตตัวสั้น ดูเหมือนการ์ตูน แล้วนับแต่นั้นมาทุกคนต่างก็รู้จักกับของเล่นชิ้นใหม่ชิ้นนี้

ตุ๊กตาบลายซ์ปรากฏตัวครั้งแรกพร้อมกับทรงผมในยุค 70s ซึ่งมีให้เลือกทั้งหมด 4 สี 4 แบบ พร้อมด้วยแฟชั่นเครื่องแต่งกายที่มีให้ Mix & Match กว่า 12 ชุด โมเดลตุ๊กตาทั้ง 4 แบบ ชื่อ Blythe, Karess, Willow และ Skye จึงถูกคิดค้นขึ้นมา แต่ด้วยความที่อยากให้ตุ๊กตาบลายซ์ล้ำยุค และมีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร รูปลักษณ์ภายนอกของตุ๊กตาบลายซ์จึงถูกออกแบบขึ้นมาอย่างโดดเด่น หัวโต ตัวผอม ความสูง 11 นิ้ว มีดวงตากกลมโตที่หลับได้เปิดได้ และเวลาเปิดเปลือกตาแต่ละครั้ง สามารถเปลี่ยนสีดวงตาได้ถึง 4 สี คือ เขียว ชมพู ส้ม และน้ำเงิน เพียงแค่ดึงห่วงที่อยู่หลังศีรษะ พร้อมทั้งสามารถบิดเอวและเข้าได้ เพื่อให้เปลี่ยนชุดได้ง่ายและสามารถโพสท่าเหมือนนางแบบ ทำให้กลับกลายเป็นว่าเด็กในยุคนั้น ต่างพากันหวาดกลัวตุ๊กตาตัวแรกของโลก ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ตุ๊กตาบลายซ์ไม่เป็นที่นิยม จนมีเหตุให้ต้องปิดตัวลงหลังจากที่ออกวางขายในตลาดได้แค่เพียง 1 ปีเท่านั้น

จากนั้นในปี ค.ศ. 2000 หรือ 30 ปี ต่อมา ตุ๊กตาบลายซ์ก็กลับมาได้รับความนิยมในหมู่นักสะสมอีกครั้ง หลังจากที่ Gina Garan (โปรดิวเซอร์ชาวอเมริกัน) ได้ถ่ายภาพตุ๊กตาบลายซ์ เก็บไว้กว่า 100 รูป จนถูกตีพิมพ์เป็นหนังสือรวมภาพถ่ายชื่อ “This is Blythe” รวมถึงหนังสือ Firecracker Alternative Book ที่ขายได้กว่า 100,000 เล่ม และมีการจัดนิทรรศการแสดงผลภาพถ่าย ที่ทำให้ชื่อของ Gina’s Gallery โด่งดังไปทั่วโลก

หลังจากที่ Hasbro (ผู้สืบทอดกิจการจาก Kenner) ได้มอบลิขสิทธิ์การผลิตตุ๊กตาให้กับบริษัท Takara ประเทศญี่ปุ่น ตุ๊กตาบลายซ์ก็เริ่มเป็นที่รู้จักของคนญี่ปุ่น จากการเป็นฟรีเซ็นเตอร์โฆษณาโทรทัศน์ให้กับห้างสรรพสินค้าชื่อดังอย่าง Parco และเพียงข้ามคืนตุ๊กตาบลายซ์ก็กลายเป็นตุ๊กตายอดนิยม ส่งผลให้ราคาประมูลพุ่งสูงขึ้นจากเดิม 35 ดอลลาร์สหรัฐ เป็น 350 ดอลลาร์สหรัฐทันที

และในปี ค.ศ. 2001 บริษัท Takara ได้รับหน้าที่ผลิตตุ๊กตาบลายธ์ให้ดูโดดเด่นขึ้นด้วยขนาดตัว 11.5 นิ้ว พร้อมกับชื่อใหม่ว่า “Neo Blythe” (นีโอ บลายธ์) และนับแต่นั้นมา ก็มีรุ่นต่างๆ ของ Neo Blythes เกิดขึ้นมากมายกว่า 100 แบบ ไม่ว่าจะเป็นตุ๊กตาบลายธ์ตัวแรก Parco Limited Edition (1,000 ตัว) และ Miss Anniversary Blythe ซึ่งเป็นรุ่นพิเศษ ที่ทำขึ้นเพื่อเป็นการฉลองวันเกิดครบรอบ 1 ปี ของ Neo Blythes และในปีเดียวกันนี้ก็มีเว็บไซต์ “blythedoll.com” ออกมาสำหรับเผยแพร่ข้อมูลของตุ๊กตาบลายธ์โดยเฉพาะ



ภาพที่ 4 ตัวอย่างตุ๊กตาบลายธ์รุ่นต่างๆ

ที่มา: Blythedoll.com (2009)

เซอร์รี ปิยะมากรณ์ (2552: 5) ได้กล่าวว่า ตุ๊กตาบลายธ์นั้นสามารถปรับเปลี่ยนอะไรในตัว ของตุ๊กตาได้หลายอย่าง ตุ๊กตาบลายธ์หนึ่งตัวนั้นอาจจะทำให้ออกมาดูมีอารมณ์และบุคลิก อ่อนหวาน เศร้าหรือออกมาแบบแนวแปลกๆ ได้ เป็นต้น และเนื่องจากวิธีการเล่นกับตุ๊กตาบลายธ์ คือการแต่งตัวเลยทำให้มีอะไรอีกมากเกิดขึ้นมาอย่างน่าสนใจ ตุ๊กตาบลายธ์ที่มีหน้าเดิมๆ นั้น สามารถเปลี่ยนเป็นคนใหม่ได้โดยวิธีการแต่งตัวจากนั้นเราก็จะเห็นตุ๊กตาบลายธ์ตัวใหม่ด้วยฝีมือ ของเราเอง เทคนิคการแต่งตัวตุ๊กตามีอยู่หลายวิธีด้วยกัน โดยเริ่มจากวิธีง่ายๆ ไปจนถึงต้องอาศัย เทคนิคกับประสบการณ์มาช่วย ซึ่งเชื่อว่าผู้ที่รู้จักตุ๊กตาบลายธ์เป็นอย่างดีแล้วคงจะลองแต่งแต้ม

ตุ๊กตาบลายธ์นี้ให้ออกมาเหมือนกับที่ตนเองได้ตั้งใจไว้ ทำให้ผู้ที่สนใจเกิดความสนุกกับการเล่น ตุ๊กตาบลายธ์ได้มากขึ้นไปอีก

ตุ๊กตาบลายธ์ (Blythe) ชนิดต่างๆ สามารถจำแนกได้ ต่อไปนี้ (เชอร์รี่ ปิยะมากรณ์, 2552: 26-27)

1. Vintage Blythe คือ ตุ๊กตาบลายธ์ต้นฉบับซึ่งทางบริษัท Kenner ได้นำออกมาวางจำหน่ายในปี ค.ศ. 1972 และใช้ชื่อว่า “วินเทจ (Vintage)” วางขายเพียงปีเดียว ก่อนจะหายไปจากตลาด ด้วยทรงผมของยุค 70s มีด้วยกัน 4 แบบคือผมทอง (Blonde) ผมน้ำตาลทอง (Auburn) ผมแดง (Redhead) และผมน้ำตาลเข้ม (Brunette) โดยมีลักษณะพื้นผิวใบหน้าขาวใสอมชมพูเรืองแสง (Glow) เล็กน้อย ด้วยเม็ดพลาสติกและวิธีผลิตในอดีต ทำให้ตุ๊กตาบลายธ์ปัจจุบันลอกเลียนแบบไม่ได้ สามารถเรียกราคาประมูลบนเว็บไซต์อียะได้ตัวละกว่า 2,000 ดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 76,000 บาท (จากราคาจำหน่ายตัวละ 35 ดอลลาร์สหรัฐ หรือ 1,300 กว่าบาท) (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2552) จึงทำให้ปัจจุบันตุ๊กตารุ่นนี้กลายเป็นของหายากไปในทันที

2. ADG Blythe คือ ตุ๊กตาบลายธ์ที่ถูกผลิตขึ้นที่ประเทศสหรัฐอเมริกาโดย Hasbro ร่วมกับ Ashton Drake Galleries เพียงแต่ว่า ตุ๊กตาที่ผลิตออกมานั้นเป็นรุ่นคล้ายกับที่เคยผลิตโดย Takara, Japan โดยทำการผลิตซ้ำของตุ๊กตาที่เคยผลิตในปี 1972 จาก Kenner ตุ๊กตา ADG Blythe มีจัดจำหน่ายได้แก่รุ่นต่างๆ ดังนี้

- 2.1 Love N Lace (Redhead Blythe without bangs)
- 2.2 Pretty Paisley (Platinum Blonde Blythe without bangs)
- 2.3 Priceless Parfait (Brunette Blythe without bangs)
- 2.4 Golden Goddess (Brunette Blythe with bangs)
- 2.5 Medieval Mood (Dark Brunette with bangs)

3. Neo Blythe หรือ “นีโอ บลายธ์” คือ ตุ๊กตาบลายธ์ที่ผลิตในปี ค.ศ. 2001 โดยจุนโกะ หว่อง (ผู้บริหารและครีเอทีฟชาวญี่ปุ่น) หรือเรียกว่า Japanese Blythe หรือ Takara Blythe ภายใต้การผลิตของ CWC (Cross World Connection) ที่เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์การจัดการโดยบริษัท ทาคาระ (Takara) ปัจจุบันเป็น “Takara Tomy” เป็นผู้ทำการผลิตและจัดจำหน่าย ตลอดทั้งยังผลิตในจำนวน

จำกัดอีกด้วย เป็นที่นิยมเล่นกันในปัจจุบัน โดยมีขนาดตัว 11.5 นิ้ว พร้อมกับตา 4 สี ปัจจุบันมีการผลิตแล้วมากกว่า 150 กว่ารุ่น (เซอร์รี่ ปิยะมากรณ์, 2552: 26)

4. Petite Blythe หรือ “พีทิต บลายธ์” ถือกำเนิดมาครั้งแรกใน เดือนมิถุนายน ปี ค.ศ. 2002 ครบรอบ 1 ปี หลังจากที CWC และ Takara ได้ผลิตตุ๊กตาบลายธ์รุ่นแรก คือ (CWC Limited Edition: PARCO Limited) Petite Blythe มีขนาดเพียง 4.5 นิ้ว ย่อส่วนเล็กลงกว่ารุ่น Neo Blythe ประมาณ 40% การปรากฏตัวครั้งแรกนั้นอยู่ในรูปแบบตุ๊กตาดัดพวงกุญแจ แม้ว่าจะมีสีตาให้เลือกเพียงสีเดียว แต่สามารถขยับเปลี่ยนตาขึ้น – ลงได้พร้อมๆ กับการจัดร่างกายส่วนต่างๆ ให้ดูมีการเคลื่อนไหวเพิ่มมากขึ้น ในขณะนี้มีถึง 170 กว่ารุ่น

5. Kubrick Blythe หรือ “คิวบริค บลายธ์” วางจำหน่ายจากปี ค.ศ. 2003 ถึง ค.ศ. 2004 ลักษณะตาและแขนไม่เหมือนกับรุ่นปกติทั่วไป แต่ว่ารูปแบบยังใช้เค้าโครงของรุ่นนีโอมาเป็นต้นแบบเช่นเดิม บริษัทที่จัดจำหน่ายคือ Medicom Toy ปัจจุบันได้หยุดผลิตไปแล้ว

6. Belle Blythe คือ ตุ๊กตาที่ทำจากพีวีซี ที่จำลองและย่อส่วนขนาดของตุ๊กตาบลายธ์ให้เหลือเพียง 3 นิ้วเท่านั้น ปัจจุบันมี อยู่ 2 รุ่น ภายในรุ่นหนึ่งๆ มี 6 แบบ บรรจุอยู่ในกล่องที่บ วางจำหน่ายในปี ค.ศ. 2005 และปี ค.ศ. 2006 และมาพร้อมกับการ์ดโดยนักวาดภาพชื่อดังระดับโลก ปัจจุบันได้หยุดผลิตไปแล้ว

7. Middle Blythe คือ ตุ๊กตาบลายธ์ชนิดที่ทำการผลิตล่าสุดเป็นน้องคนกลาง จะมีขนาดความสูงระหว่าง Neo Blythe ที่มีความสูงประมาณ 11.5 นิ้ว และ Petite Blythe ซึ่งจะมีขนาด 4.5 นิ้ว เปิดตัวปี ค.ศ. 2011 (blythethailand.com, 2553)

Face mold type และ Body ของตุ๊กตาบลายธ์ชนิด Neo - Blythe มีดังนี้

1. BL-Type Blythe: ผลิตในช่วงปี ค.ศ. 2001- 2002 พร้อมกับรูปลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ด้วยสัดส่วนแบบตุ๊กตาริเกะจัง (Licca-chan คือตุ๊กตาญี่ปุ่นที่โด่งดังลักษณะเหมือนกับตุ๊กตาบาร์บี้) รูปร่างสูงเพรียวแขนขาเล็กเป็นเอกลักษณ์ สำหรับส่วนหัวใช้รูปแบบของตุ๊กตาชนิดวินเทจ ที่ปฏิวัติตุ๊กตารูปแบบเดิมๆ ด้วยลูกตาที่มีความแวววาว และพื้นผิวหน้าที่อ่อนนุ่ม หลังจากนั้นก็

มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบตา พร้อมกับแต่งเปลือกตาให้มีความกระชับชัดเจนขึ้น รวมถึงการปรับเปลี่ยนสีผิวหน้าให้มันวาวขึ้นด้วย

2. EBL-Type Excellent Blythe: ผลิตในปี ค.ศ. 2003 Takara ครอบรอบ 1 ปีแรกของตุ๊กตาบลายธ์ ด้วยการเปิดตัว “เอ็กซ์เซลเลนท์” (Excellent Blythe) โดยส่วนของตัวมีขนาดสมส่วนมากขึ้น พร้อมกับข้อมือที่เล็กลงแต่ว่าแขนกับขาจะอวบขึ้นเล็กน้อย หัวเข้าสามารถพับได้ ส่วนภายในหนังหัวติดกาไวเพื่อให้สามารถถอดออกได้ มีรูปแบบใกล้เคียงกับต้นแบบเดิมของ Kenner จะต่างกันตรงวัสดุ ยกตัวอย่าง เช่น รุ่น Cinnamon Girl ที่ผลิตขึ้นจากพลาสติกและยางสีเข้ม มีความโปร่งใสมันวาว จนมาถึง รุ่น Fruit Punch และพลาสติกที่ใช้ทำลูกตาจะเป็นโทนสีสว่างขึ้น

3. SBL-Type Superior Blythe: ในปี ค.ศ. 2004- 2005 “ซูพีเรีย” (Superior Blythe) ยังคงอิงตุ๊กตาบลายธ์ต้นแบบดั้งเดิมของ Kenner (ค.ศ. 1972) มากที่สุด แต่รูปแบบนั้นเปลี่ยนใหม่หมด เริ่มจากการปรับเปลี่ยนตั้งแต่ใบหน้าไปจนถึงโครงสร้างภายใน ไม่ว่าจะเป็นลูกตาที่มีความแวววาวขึ้นขึ้นส่วนต่างๆ ที่ประกอบอยู่ด้านหลังก็ถูกทำให้ดูเรียบร้อยขึ้น พร้อมกับเพิ่มชิ้นส่วนใหม่บริเวณหนังศีรษะ เพื่อเพิ่มน้ำหนักและความทนทานมากขึ้นด้วย

4. RBL-Type Radiance Blythe: ในปี ค.ศ. 2006 “เรเดียนซ์” (Radiance Blythe) ถูกผลิตขึ้นมาตลาดอีกครั้ง ภายใต้อัฒตส่วนที่เหมือนกับ SBL และ EBL แต่แตกต่างกันตรงส่วนโค้งของเปลือกตา คู่มือและมีมิติขึ้น ใบตาใหญ่กว่าและร่องจมูกกับปากก็ดูอ่อนนุ่มขึ้น โดยบริษัท CWC ได้สร้างแม่พิมพ์ใหม่ (mold) สำหรับตุ๊กตาบลายธ์ใช้เวลาถึง 12 เดือนในการสร้าง และจุดประสงค์หลักของตุ๊กตาบลายธ์รูปแบบใหม่นี้ คือ ต้องการที่จะทำให้หน้าของตุ๊กตาบลายธ์ญี่ปุ่นเหมือนกับต้นตำหรับ (Vintage Blythe หรือ Kenner Blythe) ทุกกระเบียดนิ้ว สำหรับการเปิดตัวตุ๊กตาบลายธ์รุ่นนี้ ทำได้โดยไม่ต้องใช้เทคนิคจึงทำให้กลายเป็นตุ๊กตาที่ง่ายต่อการปรับแต่งมากที่สุด

5. FBL- Type Fairest Blythe : ในปี ค.ศ. 2009 “Fairest” (Fairest Blythe) ได้ออกแบบให้ดูเป็นธรรมชาติมากขึ้น โดยได้พัฒนามาจาก EBL (Excellent) ที่มีส่วนของลูกตาที่ใหญ่กว่าและส่วนคางจะกลมกว่ารุ่นอื่นๆ ผิวจะเป็นแบบ Simi-Matted (กึ่งมัน- กึ่งด้าน) คือ จะมีความมันวาวน้อยกว่าแบบ Radiance (ปัจจุบันวางจำหน่ายแล้วกว่า 10 รุ่น)

6. SFBL- Type Fairest (shiny surface): ในปี ค.ศ. 2010 “shiny Fairest” นั้นจะทำให้ใบหน้าน่ารักและดูมีสุขภาพดีขึ้น ริมฝีปากจะเป็นแบบใหม่ รุ่นแรกที่มี (Mold) หน้าแบบนี้ คือ CWC Exclusive Neo Blythe Simply Bubble Boom (ปัจจุบันวางจำหน่ายแล้วกว่า 4 รุ่น)

ในส่วนของ Skin Type เป็นส่วนที่บอกถึงสีของผิวเป็นหลัก แต่ก็อาจมีการบอกไปถึงลักษณะของผิวด้วย ซึ่งปรากฏในรายละเอียดที่บริษัทผู้ผลิตให้มาที่พบเห็นขณะนี้ มี 7 แบบ ดังนี้ (เพชรพล เจริญศักดิ์, 2552)

1. Skin Type - Dark เป็นผิวสีเข้มที่สุด รุ่นที่ปรากฏในลักษณะนี้ เช่น Roxy Baby, Prima Dolly Heather Sky
2. Skin Type -Tanned เป็นผิวสีอ่อนกว่า Dark มีความเหลืองมากขึ้น รุ่นที่ปรากฏในลักษณะนี้ เช่น Sunshine Holiday, Star Dancer
3. Skin Type - Regular เป็นผิวสีธรรมชาติหรือสีผิวแบบชาวเอเชีย รุ่นที่ปรากฏในลักษณะนี้ เช่น Prima Dolly Winsome Willow, Urban Cowgirl
4. Skin Type - Natural เป็นผิวสีธรรมชาติ นวลอมชมพู รุ่นที่ปรากฏในลักษณะนี้ เช่น Doronjo x Blythe, Baby’s Breath, Dear LeLe Girl
5. Skin Type - Fair เป็นผิวขาวอมชมพู รุ่นที่ปรากฏในลักษณะนี้ เช่น Matryoshka Maiden, Ribbonetta Wish, 7th Anniversary Eleanor the Forest Dancer
6. Skin Type - Very Fair เป็นผิวขาวที่สุด รุ่นที่ปรากฏในลักษณะนี้ เช่น le Jardin de Maman, Cousin Olivia, Yukinonamidaheme
7. Skin Type - Translucent เป็นผิวพิเศษมีความโปร่งใส ความจริงส่วนนี้เป็นลักษณะของผิวมากกว่าเรื่องของสีผิว แต่ทางผู้ผลิตนำมาอธิบายรายละเอียดอยู่ด้วยกัน รุ่นที่ปรากฏในลักษณะนี้ เช่น Mrs. Retro Mama, Miss Sally Rice, Nostalgic Pop, Ahcaccum Zukin

ผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ (Blythe) สามารถซื้อตุ๊กตาบลายธ์ได้ด้วยช่องทางต่างๆ ดังนี้

1. การซื้อจากต่างประเทศ โดยเฉพาะแหล่งใหญ่ คือ ฮองกง และญี่ปุ่น ซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายที่ผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์หลายคนคุ้นเคยและซื้อกลับมาเอง (สุกรี แมนชัยนิมิต, 2552: 66)
2. การซื้อจากร้านที่มีหน้าร้านชัดเจน ซึ่งสามารถซื้อขายหรือตามตัวได้ง่าย หากเกิดปัญหากับสินค้า ปัจจุบันประเทศไทยมี Official Blythe Shop หรือร้านตัวแทนจำหน่ายตุ๊กตาบลายธ์อย่างเป็นทางการซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากเจ้าของลิขสิทธิ์บริษัท Hasbro และ CWC ประเทศญี่ปุ่น ทั้งหมด 4 ร้าน ดังนี้ (blythedoll, 2552)
 - 2.1 ร้าน Leo Toy (จำหน่ายตุ๊กตาบลายธ์อย่างเป็นทางการแห่งแรกในประเทศไทยเมื่อกันยายน พ.ศ. 2551) มีทั้งหมด 4 สาขา ได้แก่ สาขา Tesco Lotus Pinklao (ชั้น 4), สาขา Central Chidlom (ชั้น 6), สาขา Central Ladprao (ชั้น 4) และสาขา ZEN (ชั้น 5)
 - 2.2 ร้าน The doll House (จำหน่ายตุ๊กตาบลายธ์อย่างเป็นทางการเมื่อ กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552) มี 2 สาขา ตั้งอยู่ที่ Q Concept Store Siam Paragon (ชั้น 2) และ Central World (ชั้น F)
 - 2.3 ร้าน Dollita House (จำหน่ายตุ๊กตาบลายธ์อย่างเป็นทางการเมื่อ กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552) ตั้งอยู่ที่ศูนย์การค้า The One Park (ห้อง 78)
 - 2.4 ร้าน Ichigo Heven (จำหน่ายตุ๊กตาบลายธ์อย่างเป็นทางการเมื่อ กันยายน พ.ศ. 2552) ตั้งอยู่ที่ Nawamin City Avenue (ชั้น G ห้อง B110)

และเบญจพร อนุรักษ์กุล (2552) ได้ให้ความหมายของ Official Blythe Shop หมายถึง ร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายตุ๊กตาบลายธ์อย่างเป็นทางการ โดยมีเงื่อนไขในการเป็น Official Blythe Shop คือ ต้องจองและจ่ายเงินสำหรับสั่งสินค้าล่วงหน้าอย่างน้อย 30% ของราคาสินค้านานถึง 6 เดือน โดยมีตัวอย่างสินค้าให้ตัดสินใจเพียงแค่ภาพร่างแบบตุ๊กตาจากทางเว็บไซต์บริษัท ประเทศญี่ปุ่นเท่านั้น และบางรุ่นอาจไม่มีอะไรให้เห็นเลย

3. การซื้อจากร้านค้าเล็ก ๆ ทั่วไปที่ไม่ได้เป็นร้านตัวแทนจำหน่าย ส่วนใหญ่กระจายอยู่ตามห้างสรรพสินค้าและตลาดนัดไลฟ์สไตล์อย่างจตุจักร ส่วนใหญ่นำเข้าตุ๊กตาบลายร์จากหลายร้านค้าในฮ่องกงเช่นกัน (สุกรี แมนชัยนิมิต, 2552: 66)

4. ร้านที่ไม่มีหน้าร้านแต่มีเว็บไซต์ ซึ่งต้องการระวังอย่างมาก เนื่องจากปัจจุบันตุ๊กตาบลายร์เป็นที่ต้องการของตลาดสูง อาจมีมิชชันแฟล็กตัวเข้ามา

5. ร้านที่ไม่มีหน้าร้าน ไม่มีเว็บไซต์ แต่ใช้วิธีโพสต์ลงเว็บบอร์ดเพื่อประกาศขายตุ๊กตาบลายร์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าหิ้วมาจากต่างประเทศโดยตรง ราคาอาจจะถูกกว่าท้องตลาด แต่แน่นอนที่จะเสี่ยงต่อการถูกหลอกสูงไม่ว่าจะหลอกให้โอนเงินมัดจำก่อนกระทั่งส่งสินค้าที่มีตำหนิหรือไม่ส่งสินค้าใดๆ มาเลย (เพชรภี ปิ่นแก้ว , 2552: 90)

กลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน แบ่งได้ ดังนี้

สุกรี แมนชัยนิมิต (2552: 59-61) ได้ให้ความเห็นของกลุ่มเป้าหมาย (Target group) มี 2 กลุ่มหลักๆ ได้แก่

1. คนที่ชอบผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายดั้งเดิมของผลิตภัณฑ์ประเภทของเล่นตุ๊กตาแบ่งย่อยได้ 2 ประเภทคือ

1.1 กลุ่มที่ชอบเล่นตุ๊กตาอยู่แล้ว แต่ตุ๊กตาบลายร์ทำให้สนุกขึ้น และความสนุกก่อให้เกิดการเป็นชุมชนไว้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

1.2 กลุ่มคนเหงา ที่ตุ๊กตาบลายร์ตอบสนองเจ้าของได้เหมือนกับสัตว์เลี้ยงอย่างน้องหมา เป็นเหมือนเพื่อน ประกอบกับลักษณะครอบครัวที่เปลี่ยนไปเป็นครอบครัวเดี่ยว นิยมมีลูกคนเดียว ทำให้เกิดความรู้สึกเหงา

2. กลุ่ม Trend Setters หมายถึง กลุ่มที่ชอบเริ่มต้นสิ่งใหม่ๆ ต่อเนื่องมายังกลุ่มแฟชั่นที่ไว้เสริมสถานภาพ (Status) สะท้อนบุคลิกภาพ ความรู้สึกของกลุ่มนี้ คือ ถ้ามีก็ไม่ตกกระแส มีอะไรฮิตก็ต้องมี และกลุ่มนี้บางส่วนพอเล่นไปเรื่อย ๆ ก็รู้สึกชอบ ซึ่งในยุคนี้ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีมากขึ้นเรื่อยๆ

สามารถเรียกได้ว่าเป็น “Trysumer” (Try+Consumer) คือ กลุ่มที่ชอบลอง เชื่อข้อมูลที่ตัวเองค้นหา และข้อมูลที่เพื่อนบอกต่อ (Word of Mouth) มากกว่าโฆษณา เพราะกลุ่มนี้เติบโตในช่วง อินเทอร์เน็ตบูม คู่กันกับการค้นหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต

จากความรู้เกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์ข้างต้นดังกล่าว ทำให้เห็นชัดถึงความโดดเด่นในเรื่องของ ความต่างของผลิตภัณฑ์ หากคิดให้แตกต่าง ทำให้แตกต่าง ก็สามารถยืนหยัดและเจาะกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างแน่นอน ด้วยความเป็นที่ น่าสนใจจึงได้ถูกเลือกให้เป็นสัญลักษณ์ในการแสดงออกซึ่ง อัตลักษณ์ของกลุ่มเพื่อแสดงถึงความเป็นวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบในสิ่งที่เหมือนกัน นั่นเอง

แนวคิดเกี่ยวกับรสนิยมสาธารณะ

ความหมายของรสนิยม

ชุดิมา ชื่นเจริญ (2549) กล่าวว่า รสนิยมเป็นภาษาสังคมชนิดหนึ่งมีความหมายมากกว่า ความพอใจหรือสิ่งที่เป็นความพอใจ แต่มันถูกใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการแบ่งแยกกลุ่มของตนออกจากกลุ่มอื่นๆ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีความชอบในสิ่งที่แตกต่างไปจากกลุ่มส่วนใหญ่ของสังคม

บางกอกเอสเพรสโซ่แล็บ (2553) กล่าวว่า รสนิยมจะพัฒนาขึ้นได้ด้วยการเปรียบเทียบ ระหว่างสิ่งที่แตกต่างกัน โดยมีตัวชี้วัดคือประสาทสัมผัสและสติสัมปชัญญะที่ดี เมื่อมีการ เปรียบเทียบแล้วเรตัดสินใจว่าจะยอมรับสิ่งหนึ่งมากกว่าอีกสิ่งหนึ่ง นั่นคือการได้รู้จักความงาม การได้สัมผัสหรือมีประสบการณ์กับความงามนั้นเป็นสิ่งจำเป็น เพราะเราไม่สามารถสร้างแนวคิด เกี่ยวกับความงามขึ้นมาจากแนวคิดอื่น ความงามคือความประทับใจ รสนิยม คือการทำซ้ำความ ประทับใจ เราสามารถตอบสนอง โดยยึดหลักการจากความสนใจของเราเอง แต่ก็จะมีคามเอน เียงหรืออคติได้ ความเป็นส่วนตัว เปลี่ยนแปรได้ง่ายอย่างนี้เรียกว่าเป็นรสนิยมที่หยาบ (vulgar taste) หรือเราจะเลือกตอบสนองจากมุมมองทั่วไป คือไม่มีความสนใจส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง มุมมองทั่วไปนี้คือความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งนั้นและบริบทที่แวดล้อมมันอยู่ มีกฎเกณฑ์ และไม่ เปลี่ยนแปลงง่าย ซึ่งเรียกว่าเป็นรสนิยมที่ละเมียดละไม (refined taste)

ความหมายของรสนิยมสาธารณะ

คำว่า “kitsch” เป็นภาษาเยอรมัน แปลตามตัวตรงๆ คือ งานศิลปะเชิงพาณิชย์ กล่าวคือเป็นงานศิลปะที่รับใช้นายทุน ไม่ต้องจินตนาการมากมาย ไม่ต้องมีอุดมการณ์ แต่ทำสิ่งที่ “ขายได้” ก็พอ เช่น เพลงของวงบอยแบนด์ที่ได้ยินกันเกลื่อนเมือง เป็นต้น คำว่า “kitsch” คือ อุดมคติในเชิงสุนทรียะของความพึงพอใจต่อการมีชีวิตอย่างไม่มีเงื่อนไข เป็นความรู้สึกที่มวลชนส่วนใหญ่คล้อยตามได้ง่ายจนถึงขั้นกลายเป็นความผูกขาดและอำนาจเบ็ดเสร็จ รสนิยมสาธารณะย่อมรังเกียจคำถามเพราะทุกอย่างถูกกระทำโดยปราศจากข้อสงสัย คำถามคือบ่อเกิดของการโต้แย้ง ดังนั้น รสนิยมสาธารณะจึงขจัดคำถามออกไป กลายเป็นความสำเร็จรูป เช่น ครอบครัวอบอุ่น คู่สามีภรรยาที่ซื่อสัตย์รักครั้งแรกแสนรัญจวนแม้โศกเศร้าแต่ตราตรึง รวมไปถึงความสมานฉันท์แห่งรัฐ และการเดินขบวนอันพร้อมเพรียงของเหล่าผู้มียุทธศาสตร์ เป็นต้น หากจะอธิบายให้ง่าย รสนิยมสาธารณะ คือ ความต้องการมีชีวิตอย่างสุนทรีย์ ปราศจากการฉกฉวยและตั้งคำถาม คือ โลกที่ปราศจากข้อโต้แย้งและความแตกต่าง (Milan, 1984 cited in Incredible kapong, 2548)

Milan (1984 cited in Mr. Mint, 2544) กล่าวเพิ่มเติมว่า รสนิยมสาธารณะ นอกจากเป็นความรู้สึกแบบที่มวลชนส่วนใหญ่คล้อยตามได้ง่ายแล้ว รสนิยมสาธารณะไม่เน้นสภาพการณ์ที่ผิดธรรมดาแต่ต้องมาจากภาพพจน์พื้นฐานที่คนทั่วไปจดจำฝังแน่น เช่น ลูกสาวไม่รักดี รักครั้งแรก เป็นต้น

ภัทรวดี วีระภาสพงษ์ (2546) ได้อธิบาย รสนิยมสาธารณะว่าเป็น “ความดาษดื่น” “การเลียนแบบ” หรือ “การเสแสร้งว่ามีรสนิยมต่ำ (ในกรณีพูดถึงงานศิลปะ) หรือแม้กระทั่งการถูกเรียกว่า “ความดื่นเงินทางอารมณ์” แต่ถึงที่สุดแล้ว คนที่มีจิตใจฝักใฝ่รสนิยมสาธารณะก็มีความสุขดีในการที่ได้ซึมซับและชื่นชมสิ่งต่างๆ ซึ่งถูกจัดประเภทว่าเป็นรสนิยมสาธารณะเหล่านั้น และยังสามารถขยายความคำว่า “kitsch” ว่าเป็นมากเกินไปกว่างานศิลปะ แต่กินความหมายที่ลึกซึ้งและกว้างขวางไปจนถึงการใช้ชีวิต แนวคิด อุดมคติ รสนิยม สังคมและการเมือง จึงได้ถอดความเป็นภาษาไทยว่า “รสนิยมสาธารณะ” คือรสนิยมที่สาธารณชนนิยม เพราะรสนิยมเป็นเรื่องของปัจเจก ดังนั้น อะไรก็ตามที่กลายเป็นสิ่งที่สาธารณชนนิยม ความเป็นปัจเจกย่อมไม่มี กลับกลายเป็นไร้รสนิยมไปโดยปริยาย เช่นเดียวกับที่ อติภพ ภัทรเดชไพศาล (2548) กล่าวไว้ว่า การที่พื้นที่สาธารณะถูกทำให้พร่าเลือนเข้าไปในพื้นที่ส่วนตัวย่อมส่งผลให้ ปัจเจกชนในปัจจุบันไม่อาจดำรงอยู่จริง และสิ่งที่ได้รับความนิยมนบนพื้นที่สาธารณะย่อมหมายถึงสิ่งเรียบง่ายที่ผู้คนจำนวนมากสามารถเข้าใจและเข้าถึงได้

เหมือนๆ กัน โดยสิ่งที่เข้าถึงคนจำนวนมากได้ก็ย่อมหลีกเลี่ยงจากการเป็น kitsch หรือรสนิยม
 สาธารณไปไม่พ้น

ทั้งหมดที่กล่าวมาทำให้รสนิยมสาธารณะฟังดูแล้วเหมือนเป็นสิ่งที่น่ารังเกียจ และมนุษย์ผู้
 แสวงหาความหมายของชีวิตควรชิงช้า แต่ทว่าทั้งหมดนี้ล้วนเป็นคำอธิบายด้านเดียวของรสนิยม
 สาธารณ คือ สิ่งที่เรายพยายามปฏิเสธแต่ความจริงแล้วกลับขาดไม่ได้ เช่น งานเทศกาลฉิ่งฉ้าง แต่ก็
 ถวิลหา ถ้าเช่นนั้นเราจะปฏิเสธมันเพื่ออะไร ไม่มีผู้ใดที่เป็นอภิมนุษย์จนสามารถหลีกเลี่ยง
 รสนิยมสาธารณะได้โดยสิ้นเชิง ไม่ว่าเราจะดูแลตนเองแค่ไหน รสนิยมสาธารณะก็เป็นองค์ประกอบ
 อย่างหนึ่งในเงื่อนไขของความเป็นมนุษย์ (maewjaidam, 2552)

ในงานวิจัยเล่มนี้ผู้วิจัยสรุปได้ว่า รสนิยมสาธารณะ หมายถึง ลักษณะของศิลปะ (ตุ๊กตาหรือ
 อะไรก็ตามที่สื่อของโหล ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงการลดค่าของตุ๊กตา แต่มันโหลในแง่กระแสเพื่อที่รับ
 ใช้ทุนนิยม) โดยกระแสตุ๊กตาหลายชิ้นจำเป็นต้องขายของ โดยมีผู้ประกอบการหรือนายทุนเข้ามาทำ
 กำไรได้ อีกแง่มุมหนึ่งเราก็สามารถใช้ประโยชน์จากมันได้ และก็มีความเสี่ยงไปในตัวเช่นกัน
 แนวคิดดังกล่าวสามารถทำให้เห็นภาพรวมและเข้าใจในปรากฏการณ์ของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาหลาย
 ตั้งแต่แรกเริ่มก่อนเป็นที่รู้จักจนถึงการเข้าถึงจุดที่เป็นที่นิยมและรู้จักอย่างแพร่หลาย เพราะการเข้าสู่
 วงการตุ๊กตาหลาย ในขณะที่ยังเริ่มเป็นกระแสและถูกตอบรับเป็นอย่างดีในสังคมไทย มันก็
 เหมือนเป็นรสนิยมที่สาธารณชนนิยมนั่นเอง จึงไม่แปลกหากในสังคมไทยจะเกิดปรากฏการณ์ที่
 เป็นสิ่งที่นิยมในสังคมอีกมากมาย เพียงให้ตระหนักและพึงระวังพร้อมที่เข้าใจและรู้ให้เท่าทันถึงสิ่ง
 ที่จะเกิดขึ้นตามมาเป็นพอ

แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพ มีความหมายครอบคลุมการดำเนินการวิจัยทางสังคมศาสตร์หลายวิธี
 (Creswell, 1998 อ้างใน ชาย โพธิ์สิตา, 2550) การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นกระบวนการค้นคว้าวิจัยเพื่อ
 หาความเข้าใจบนพื้นฐานของระเบียบวิธีอันมีลักษณะเฉพาะที่มุ่งการค้นหาคำตอบปัญหาทาง
 สังคม หรือปัญหาของมนุษย์ ในกระบวนการนี้ นักวิจัยสร้างภาพหรือข้อมูลอย่างละเอียด และ
 ดำเนินการศึกษาในสถานการณ์ที่เป็นธรรมชาติ

นิยามเชิงปฏิบัติการของ (Rice and Ezzy, 1999 อ้างใน ชาย โพธิ์ธิดา, 2550) มองการวิจัยเชิงคุณภาพว่าเป็นการวิจัยที่ให้ความสำคัญแก่การตีความหมาย มุ่งทำความเข้าใจกระบวนการสร้างและสร้างไว้ซึ่งความหมายที่สลับซับซ้อนและละเอียดอ่อน จุดมุ่งหมายอยู่ที่การกรองเอาข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์หรือการกระทำ โดยคงไว้ซึ่งบริบทของเหตุการณ์หรือการกระทำเหล่านั้น และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาที่ให้รายละเอียดเป็นบูรณาการ คือ เชื่อมโยงเหตุการณ์แต่ละเหตุการณ์เข้าในระบบความหมายและแบบแผนทั้งหมด อย่างไรก็ตาม เราไม่อาจเข้าใจว่า การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นทฤษฎีหรือเป็นเทคนิคที่ใช้ได้ตลอดเวลา ตรงกันข้าม การวิจัยเชิงคุณภาพนำเอาแนวคิดทางทฤษฎีหลากหลายมาใช้ในการศึกษา นอกจากนี้ยังนำเอาวิธีการเก็บข้อมูลหลายอย่างมาใช้ เช่น การสัมภาษณ์ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา วิธีการเชิงชาติพันธุ์วรรณา และวิธีการสนทนากลุ่ม เป็นต้น

นิยามข้างต้นนั้นเน้นการทำความเข้าใจความหมายของข้อมูล ภายในบริบทของมัน การเข้าถึงความหมายเป็นจุดมุ่งหมายของการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อการเข้าใจความหมายนักวิจัยเชิงคุณภาพจะเลือกใช้มุมมองของแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งหรือหลายแนวคิดก็ได้

สรุป การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิจัยที่ทำในสถานการณ์ที่เป็นธรรมชาติ ใช้วิธีการศึกษาและเครื่องมือในการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย แต่เครื่องมือสำคัญในการเก็บข้อมูลคือ ตัวนักวิจัยเอง การวิจัยแบบนี้มีการออกแบบที่ยืดหยุ่น นักวิจัยเชิงคุณภาพดำเนินการศึกษาและทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยหลักตรรกะแบบอุปนัย คือ ไม่ด่วนตั้งสมมติฐานก่อนที่จะได้เริ่มลงมือเก็บข้อมูลในภาคสนาม แล้วสมมติฐานที่ตั้งไว้เช่นนั้น สามารถปรับปรุงได้เมื่อข้อมูลชี้ว่ามีความจำเป็นต้องปรับเพื่อความเหมาะสมโดยนัยนี้ การวิเคราะห์กับการเก็บข้อมูล เป็นกระบวนการที่สามารถดำเนินไปพร้อมๆ กันได้ในสนาม การวิเคราะห์เริ่มจากการพินิจพิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างละเอียด จนมองเห็นมโนทัศน์หรือแนวคิดที่มีความหมายจากข้อมูล และเห็นความเชื่อมโยงของมโนทัศน์เหล่านั้น จนนักวิจัยสามารถสรุปเป็นคำอธิบาย แนวคิด หรือทฤษฎีเบื้องต้นได้ การวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งตีความเพื่อทำความเข้าใจความหมายของพฤติกรรมหรืออธิบายปรากฏการณ์ในทัศนะของผู้ที่ถูกศึกษา โดยมีจุดยืนบนบริบทของปรากฏการณ์หรือของผู้ที่ถูกรับการศึกษาเหล่านั้น

วิธีการเก็บข้อมูล

ในการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ในช่วงของการเก็บข้อมูลต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูลไปด้วยพร้อมๆ กัน การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลอาจทำให้มองเห็นความจำเป็นที่จะต้องปรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้มา วิธีการของการวิจัยเชิงคุณภาพสรุปได้ดังนี้ (อคิน รพีพัฒน์ และคณะ, 2537)

1. ลักษณะที่สำคัญของงานวิจัยเชิงคุณภาพ คือ การเก็บข้อมูลที่ลึกซึ้งและรอบด้าน เรื่องที่เราต้องการศึกษาเป็นเรื่องที่ต้องการรายละเอียด ถ้าลักษณะของข้อมูลที่ต้องการไม่สามารถได้มาด้วยการสำรวจ จำเป็นจะต้องใช้วิธีสัมภาษณ์และสังเกตเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ รู้ถึงสาเหตุความเป็นมาของปรากฏการณ์

2. วิธีการเก็บข้อมูล งานวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลขนาดเล็กไม่เน้นการสำรวจคนจำนวนมาก เทคนิคการวิจัยไม่แยกขั้นตอนของการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ออกจากกัน วิธีการเก็บข้อมูลจึงใช้เทคนิค การสังเกต การสัมภาษณ์ การเข้าไปอยู่ในชุมชนจะช่วยให้ได้ข้อมูลหลายๆ ด้าน การสัมภาษณ์อาจเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก หรือสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจะต้องเก็บข้อมูลโดยเน้นว่าคำตอบที่ได้มองจากแง่มุมใคร

2.1 การสังเกต

การสังเกต คือ กระบวนการที่นักวิจัยเรียนรู้ด้วยการเฝ้าดูปรากฏการณ์ที่เขาศึกษา ในขณะที่ปรากฏการณ์นั้นเกิดขึ้นและดำเนินไปตามธรรมชาติติดต่อกันเป็นเวลานาน โดยไม่มีการควบคุมหรือดัดแปลงใดๆ (อคิน รพีพัฒน์ และคณะ, 2537) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม คือ การปฏิบัติที่นักวิจัยต้องเข้าไปใกล้ชิด คลุกคลี และเกาะติดอยู่กับประชาชนที่ตนศึกษา จนได้รับความไว้วางใจเสมือนว่าเป็นส่วนหนึ่งของพวกเขา เฝ้าสังเกตปรากฏการณ์หรือพฤติกรรมที่เป็นเป้าหมายของการวิจัย จุดมุ่งหมายอยู่ที่การเข้าถึงข้อมูลเชิงคุณภาพระดับลึก เพื่อความเข้าใจอย่างเป็นองค์รวม พื้นฐานของการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ดังนี้ (ชาย โพธิ์สิตา, 2550)

2.1.1 สังเกตจากมุมมองของผู้ถูกศึกษา ผู้สังเกตจะต้องพยายามมองปรากฏการณ์ที่ศึกษา การทำความเข้าใจ ความหมาย หรือบรรทัดฐาน

2.1.2 การสังเกตรายละเอียด ให้ความสำคัญอย่างสูงแก่รายละเอียดแก่สิ่งที่สังเกต ต้องบันทึกและพรรณนารายละเอียดของสิ่งที่เกิดขึ้น

2.1.3 ให้ความสำคัญแก่บริบทของสิ่งที่สังเกต ผู้ทำการสังเกตต้องตระหนักว่า เหตุการณ์ การกระทำ หรือพฤติกรรมที่สังเกตนั้น มีความหมายเฉพาะภายในบริบท คือ สิ่งแวดล้อมที่มันดำรงอยู่ ถ้าบริบทแตกต่างออกไป ความหมายของการกระทำนั้นอาจจะเปลี่ยนไป

2.1.4 ให้ความสำคัญแก่กระบวนการของสิ่งที่สังเกต ในการสังเกตนักวิจัยจะต้องมองการกระทำทางสังคมในฐานะเป็นกระบวนการที่มีพลวัตรอยู่ตลอดเวลา ควรมองปรากฏการณ์ต่างๆ ว่ามีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับสิ่งอื่น

2.1.5 เปิดกว้าง นักวิจัยพึงหลีกเลี่ยงการด่วนสรุปหรืออธิบายปรากฏการณ์ที่ตนสังเกต โดยที่ยังไม่มีหลักฐานสนับสนุนเพียงพอ การใช้แนวคิดอันใดอันหนึ่งตัดสินหรือชี้นำการสังเกตนั้นเร็วเกินไป นักวิจัยจะต้องเปิดกว้างสำหรับแนวคิดอื่นด้วย เพราะกรอบแนวคิดที่วางไว้ในตอนแรกอาจจะไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่ปรากฏอยู่ การปรับแนวคิดก็อาจเป็นสิ่งจำเป็น

2.1.6 นักวิจัยในฐานะเป็นเครื่องมือในการสังเกต วิธีการสังเกต จุดแข็งสำคัญอยู่ที่ความยืดหยุ่น ซึ่งทำให้สามารถใช้หลักแห่งเหตุผลตามความเหมาะสมกับแหล่งข้อมูลและสถานการณ์แวดล้อม แต่ข้อจำกัด คือ ความเป็นอัตวิสัย เพราะมนุษย์มีความรู้สึก มีอารมณ์ ชอบ/ไม่ชอบ ความเป็นมาตรฐานก็เป็นสิ่งที่บรรลุได้ยากสำหรับเครื่องมือมนุษย์

2.1.7 ใช้วิธีอื่นควบคู่ไปด้วยได้ ไม่มีขีดจำกัด การสังเกตแบบมีส่วนร่วมจะเป็นวิธีเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพถ้าใช้ควบคู่กับวิธีอื่น เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสำรวจ เป็นต้น

2.2 การสัมภาษณ์ (ชาย โพธิ์สิตา, 2550)

การสัมภาษณ์ คือ การซักถามอย่างมีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้ได้ข้อมูลเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ต้องการ ในการวิจัยเชิงคุณภาพข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะช่วยอธิบายในสิ่งที่นักวิจัยพบเห็นหรือสังเกตได้แต่ยังไม่เข้าใจ ผู้วิจัยมีหน้าที่ควบคุมทิศทางในการสัมภาษณ์ ฉะนั้นจึงจำเป็นต้องกำหนดโครงสร้างของคำถามถึงแม้จะสามารถปรับเปลี่ยนลำดับของข้อคำถามได้ แต่ก็ต้องควบคุมทิศทางและโครงสร้างของเนื้อหาให้เป็นเรื่องของปัญหาของการวิจัย

การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ การซักถามบุคคลบางคนในชุมชนที่ผู้วิจัยเลือกขึ้นมาเพราะเขามีคุณสมบัติพิเศษ เป็นคนที่รู้จักแสดงออก สามารถวิเคราะห์ ตั้งข้อสังเกต คำอธิบาย หรือข้อสรุปบางประการขึ้นมาได้ ผู้วิจัยควรมีผู้ให้ข้อมูลหลักมากกว่าหนึ่งคนเพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบข้อมูล

การสัมภาษณ์เชิงลึก จะอิงอยู่กับกระบวนการที่ถือว่า ความจริง/ความรู้ (ข้อมูล) จุดมุ่งหมายและกลยุทธ์สำคัญของการเก็บข้อมูลไม่ใช่มุ่งหมายความเป็นวัตถุวิสัย แต่มุ่งให้ได้ความถูกต้องตรงประเด็นของข้อมูล โดยมีเครื่องมือสำคัญสำหรับเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม และผู้วิจัย การสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นมีลักษณะและคุณสมบัติหลายประการ คือ เป็นการสัมภาษณ์เพื่อสร้างกระบวนการสร้างข้อมูลรูปแบบหนึ่ง ในกระบวนการนี้ทั้งผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ต่างมีบทบาทในการเรียบเรียงข้อมูลขึ้นมา ซึ่งเป็นการสร้างเรื่องราวและความหมายร่วมกันระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ถูกสัมภาษณ์ เรื่องราวและความหมายนั้นๆ จริงๆ มีอยู่แล้ว แต่ในการสัมภาษณ์จะถูกสร้างขึ้นมาใหม่และถูกถ่ายทอดในระหว่างที่สัมภาษณ์ และการสัมภาษณ์เน้นปฏิสัมพันธ์และการมีส่วนร่วม คือ ผู้สัมภาษณ์ไม่ได้มีหน้าที่เพียงแต่ถามอย่างเดียว แต่ต้องใช้ศิลปะและความสามารถในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์กระตือรือร้นที่จะเล่าเรื่องราวของเขาโดยที่ไม่รู้สึกว่าการกำลังถูกถามหรือถูกซักไล่เลียง

2.3 การสนทนากลุ่ม (ชาย โพธิ์สิตา, 2550)

การสนทนากลุ่ม หมายถึง กลุ่มที่เจาะจง หรือกลุ่มคนที่ถูกจัดขึ้นมาเพื่อการสนทนาหรือการอภิปรายกัน โดยมีจุดมุ่งหมายเจาะจงเพื่อจะหาข้อมูลที่ถูกต้องตรงประเด็น สำหรับตอบคำถามการวิจัยเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการสนทนากลุ่มที่เจาะจง

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ดีที่สุด ตรงตามจุดมุ่งหมายของการศึกษา โดยผ่านปฏิสัมพันธ์ต่อกันของสมาชิกในวงสนทนา โดยทั่วไปในการสนทนากลุ่มจะไม่เกิน 6-8 คน ลักษณะเด่นของการสนทนากลุ่ม คือ

2.3.1 การสนทนากลุ่มเป็นวิธีที่ช่วยให้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากคนได้ในเวลาอันสั้น และเสนอผลการศึกษาได้ในเวลาจำกัด

2.3.2 มีโครงสร้างที่ยืดหยุ่น สามารถปรับใช้ได้ในกรณีวิจัยเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ และใช้ได้กับกลุ่มตัวอย่างหลายแบบ

2.3.3 นักวิจัยสามารถเลือกใช้ได้ตามต้องการ คือ ใช้เสริมการวิจัยอื่น ใช้ก่อนหรือหลังก็ได้

2.3.4 ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม เป็นข้อมูลที่ได้จากการถกเถียงโต้ตอบกันของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ทำให้มีความถูกต้องตรงประเด็นเชื่อถือได้และมีความหลากหลายของข้อมูล

2.3.5 พลวัตรกลุ่มเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินการสนทนาทำให้ข้อมูลที่ได้มีชีวิตชีวา

2.3.6 การสนทนากลุ่มเป็นวิธีที่ผู้ให้ข้อมูลรู้สึกมีอำนาจ คือ สามารถดำเนินการสนทนาไปตามที่ตัวเองอยากจะพูดจะแสดงออกโดยไม่รู้สึกรังเกียจทำให้ผู้พูดมั่นใจ

3. การทดสอบความแม่นยำของข้อมูลและความเชื่อถือได้ของข้อมูล เนื่องจากงานวิจัยเชิงคุณภาพไม่เน้นการใช้แบบสอบถาม การทดสอบความเชื่อถือได้และความถูกต้องของข้อมูล ทำโดยนักวิจัยในขณะที่ทำการสัมภาษณ์ โดยดูว่าคำตอบที่ได้มาสอดคล้องกับบริบทของชุมชนและสังคมนั้นๆ สอดคล้องกับข้อมูลเดิมที่มีอยู่ และสอดคล้องกับข้อสังเกตของนักวิจัยหรือไม่ การทดสอบกับสภาพแวดล้อมและข้อมูลอื่นที่มีอยู่เดิม จะชี้ให้นักวิจัยเห็นว่าข้อมูลที่ได้มานั้นเชื่อถือได้หรือไม่ กรณีที่คิดว่าคำตอบนั้นไม่น่าเชื่อถือ นักวิจัยต้องศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งอื่นที่มีอยู่ทั้งทางตรงและทางอ้อม วิธีการทดสอบนี้คือการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า หมายถึง การเก็บข้อมูลด้วยหลายวิธีเพื่อให้ปรากฏการณ์ที่ศึกษานั้นมีความหมาย (อकिन รพีพัฒน์ และคณะ, 2537)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล คือ การนำเอาข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าวิจัยมาจัดกรอบให้เป็นระบบ และหาความหมาย แยกแยะองค์ประกอบ รวมทั้งเชื่อมโยงและหาความสัมพันธ์ของข้อมูล เพื่อให้สามารถนำไปสู่ความเข้าใจต่อการดำรงอยู่และเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ที่ศึกษา ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยอาจจะใช้เครื่องมือทางทฤษฎีมาช่วยในการอธิบายและวิเคราะห์ เพื่อให้เข้าใจถึงความหมายและความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์ก็ได้ การวิเคราะห์ข้อมูล มีความหมาย 2 ประการ ประการแรก หมายถึง การจำแนกและจัดระบบข้อมูล เพื่อให้เข้าใจถึงลักษณะความหมายและความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์จากทัศนะของผู้ถูกวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลในความหมายนี้ เป็นการจัดหมวดหมู่ของข้อมูล หาแบบแผนความหมายและความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์ภายใต้บริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่ศึกษา และทำความเข้าใจกับความหลากหลาย และความแตกต่างของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมา ความหมายในประการที่สอง มิใช่เพียงแค่การจัดระบบข้อมูล จำแนกและจัดข้อมูลที่ได้จากการศึกษาให้เป็นหมวดหมู่เป็นระบบเพื่อให้เข้าใจถึงแบบแผนเท่านั้น แต่เป็นการหาความสัมพันธ์ของข้อมูล แยกแยะเงื่อนไขเพื่ออธิบายสาเหตุความสัมพันธ์ รวมทั้งเป็นการอธิบายการเกิดขึ้น การดำรงอยู่และการเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ที่ศึกษา

การวิจัยเชิงคุณภาพ จึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ข้อมูลในสนามเพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลถูกต้องหรือไม่ และตรวจสอบว่าข้อมูลสอดคล้องกับกรอบแนวคิดที่ตั้งไว้หรือไม่ นักวิจัยจึงจำเป็นต้องพึ่งฐานความรู้ทางทฤษฎีและทางระเบียบวิธีวิจัยเป็นอย่างดี (อกิน รพีพัฒน์ และคณะ, 2537)

5. การเขียนรายงาน งานวิจัยเชิงคุณภาพนั้นเน้นการเก็บข้อมูลด้วยการสังเกตและสัมภาษณ์ จึงมีรายละเอียดเพื่อใช้ในการบรรยายมาก งานเขียนรายงานจึงเป็นงานที่ต้องบรรยายสภาพแวดล้อมอธิบายถึงความสัมพันธ์ของสมาชิกในสังคม กระบวนการเกิดปรากฏการณ์และความเชื่อมโยงกับทฤษฎีแนวคิด งานวิจัยเชิงคุณภาพจึงไม่สามารถแยกขั้นตอนการเขียนรายงานออกจากการเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์อย่างสิ้นเชิง (อกิน รพีพัฒน์ และคณะ, 2537)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์และวัฒนธรรมย่อย

เชมทัต พิพิธนาบรรพ์ (2551) ศึกษาการแต่งคอสเพลย์ของกลุ่มวัยรุ่นนั้ไทย กับการสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยและบทบาทของสื่อผลการศึกษพบว่า คอสเพลย์มีอัตลักษณ์เห็นประจักษ์เป็น

กลุ่มที่มีการบริโภคสื่อสูง มีการแต่งกายและการแสดงออกที่เด่นชัด ด้วยการเลียนแบบและคัดแปลง ลักษณะดังกล่าวจากแหล่งในสื่อมวลชน ภาษาของกลุ่มนั้นเกิดจากการผสมผสานของภาษาวัยรุ่นทั่วไปและภาษาของกลุ่มสื่อต้นแบบ การดำเนินชีวิตและค่านิยมของกลุ่มคอสเพลย์นั้นไม่แตกต่างจากวัยรุ่นทั่วไปมากนัก อย่างไรก็ตามคอสเพลย์ สะท้อนการเป็นวัฒนธรรมย่อยเพียงส่วนหนึ่ง เพราะคอสเพลย์ในสังคมไทยไม่มีพื้นที่ทางกายภาพในการแสดงออกมากนัก การรวมตัวกันเพื่อคอสเพลย์มีลักษณะของการรวมกลุ่มตามวาระสังสรรค์มากกว่าการเป็นแบบแผนที่ปฏิบัติเป็นประจำ สำหรับบทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อคอสเพลย์นั้น สื่อดั้งเดิมมีบทบาทเพียงเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการจัดงานคอสเพลย์ในเชิงพาณิชย์เป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่สื่อใหม่นั้นมีบทบาทในการเป็นพื้นที่เสมือนที่ช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์ในการเป็นวัฒนธรรมย่อยของคอสเพลย์

ชลวรรณ วงษ์อินทร์ (2548) ศึกษาชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวี่เมทัลในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มแฟนเฮฟวี่เมทัลเป็นกลุ่มแฟนหรือรสนิยมทางวัฒนธรรมทุกคนมีความสนใจเดียวกันคือดนตรีเฮฟวี่เมทัลและมีเป้าหมายคือดำรงกลุ่มให้ยั่งยืนต่อไปเพื่อให้ดนตรีเฮฟวี่เมทัลยังคงอยู่ต่อไปตัวแปรที่สำคัญที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มนี้คือ คอนเสิร์ตเฮฟวี่เมทัล โดยกลุ่มแฟนนั้นมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับดนตรี โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลหลัก ซึ่งการสื่อสารภายในกลุ่มก็จะกระทำกัน 2 แบบ คือ แบบที่มีศูนย์กลางและแบบกระจายอำนาจ โดยใช้การสื่อสารแทบทุกช่องทาง การสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มก็ปรากฏทางการแต่งกาย การแสดงออก และภาษาของกลุ่ม เป็นลักษณะของวัฒนธรรมการบริโภค ซึ่งการสร้างอัตลักษณ์จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายสูง เช่น ค่าเสื้อผ้า ค่าบัตรชมคอนเสิร์ต ฯลฯ โดยแฟนเพลงกลุ่มนี้ยินดีที่จะจ่ายเพราะถือว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้ดนตรีเฮฟวี่เมทัลดำรงคงอยู่ได้

วิภารัตน์ พันธุ์ฤทธิ์ดำ (2544) ศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมต่างประเทศที่มีต่ออัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีดนตรีญี่ปุ่น ผลการศึกษาพบว่า สื่อ และเพื่อนของวัยรุ่นมีอิทธิพลทำให้วัยรุ่นได้รู้จักดนตรีญี่ปุ่น เทคนิคการสร้างความรู้สึกสุนทรียะทางดนตรีของเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน ทำให้วัยรุ่นเกิดจินตนาการและเพลิดเพลินกับความรื่นรมย์ที่ได้รับ วัยรุ่นแสวงหาความบันเทิงนี้ได้ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือนิตยสาร รวมทั้งอินเทอร์เน็ต พวกเขามีพฤติกรรมความนิยมดนตรีญี่ปุ่นใน 2 กระบวนการ คือ กระบวนการสร้างและแสวงหาความโดดเด่นกับกระบวนการเลียนแบบ วัยรุ่นแสดงออกถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นไปจากเพื่อนกลุ่มอื่นๆ ที่ไม่นิยมดนตรีญี่ปุ่น ขณะเดียวกันอัตลักษณ์เหล่านั้นเกิดจากการเลียนแบบนักร้องดนตรีญี่ปุ่นที่พวกเขาฟัง แม้ดนตรีญี่ปุ่นจะเป็นเพียงวัฒนธรรมย่อยหนึ่งในสังคมแต่วัฒนธรรมของวัยรุ่นในสมัยปัจจุบันมักแสวงหาความแปลกใหม่ที่แตกต่างจากวัฒนธรรมกระแสหลัก วัยรุ่นจึงฟังดนตรีญี่ปุ่นที่เป็น

วัฒนธรรมย่อยหนึ่งของสังคมในฐานะวัฒนธรรมกระแสหลักของกลุ่ม พวกเขาได้แสดงออกถึงความเป็นตัวตน โดยการมาชุมนุมและทำกิจกรรมร่วมกันในทุกๆ วันหยุดและทุกปีวัยรุ่นจะร่วมกันจัดงานคอนเสิร์ตรวมคนนิยมดนตรีญี่ปุ่นแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มผ่านเรือนร่างด้วยการแต่งกายเลียนแบบนักร้องดนตรีญี่ปุ่นไปร่วมงาน พฤติกรรมต่างๆ ที่แสดงออกเหล่านี้บ่งบอก “ความเป็นตัวตน” ของวัยรุ่น และความเป็นตัวตนของวัยรุ่นก็เลื่อนไหลไปได้ตามบริบทที่เปลี่ยนไป

อริสา สุขสม (2552) บทความวิจัยเรื่อง เมื่อวัยรุ่นบริโภคแฟชั่น: การบริโภค “อัตลักษณ์” ภายใต้วัฒนธรรมการบริโภค ผลการศึกษาพบว่า การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากแฟชั่นเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในเชิงกระบวนการ เริ่มต้นจากเงื่อนไขสร้างแรงจูงใจแก่วัยรุ่นให้แต่งกายแฟชั่น คือ แรงขับเคลื่อนทางจิตวิทยาและบริบททางเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรมที่แวดล้อม ได้แก่ ครอบครัว กลุ่มเพื่อนสื่อมวลชน ตลอดจนการใช้เวลาว่างในชีวิตประจำวัน จากนั้น วัยรุ่นมีการแสดงออกโดยการซื้อสินค้าแฟชั่นและบริโภคแฟชั่นผ่านกระบวนการสร้างความแตกต่างและกระบวนการลอกเลียนแบบ ภายใต้การแสดงออกวัยรุ่นได้นิยามความหมายแฟชั่นในเชิงสัญลักษณ์ที่สื่อถึง รสนิยม รูปแบบการดำเนินชีวิต ชนชั้นความสัมพันธ์เชิงอำนาจต่อสังคมรอบตัว เป็นเทคนิคของการสร้างความทันสมัยให้แก่ร่างกายอย่างหนึ่ง ตลอดจนสื่อความสัมพันธ์ที่มีร่วมกับกลุ่ม ดังนั้น ความหมายเชิงสัญลักษณ์จากแฟชั่น จึงเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสำนักอัตลักษณ์บุคคลและอัตลักษณ์ร่วมทางสังคมตามการบริโภคแฟชั่นของวัยรุ่น

กฤษฎารัตน์ วัฒนสุวรรณ (2551) ศึกษากระบวนการการเปลี่ยนอัตลักษณ์ทางเพศสถานะผ่านการบริโภคผลการศึกษาพบว่า ส่วนสำคัญของการเปลี่ยนอัตลักษณ์เป็นเพศหญิงนั้น ไม่ได้ขึ้นกับการบริโภคผลิตภัณฑ์ของผู้หญิงเท่านั้น แต่ยังขึ้นกับการงดหรือเลี่ยงการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ให้ความหมายถึงความเป็นชาย ดังที่พวกเธอให้ความเห็นสอดคล้องกันว่า การเป็นผู้หญิงสำหรับพวกเธอคือการหนีห่างจากความเป็นชายให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ แม้ทำไม่ได้ทางกายภาพก็ให้ทำเชิงสัญลักษณ์ก็ยั้งดี ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การที่เราไม่มีหรือไม่บริโภคของบางอย่างก็เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างอัตลักษณ์ในเชิงสัญลักษณ์ได้เช่นเดียวกัน

พิสุทธิณี บัวทรัพย์ (2551) ศึกษาการขายเครือข่ายและเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มวัฒนธรรมย่อยปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสผ่านทางเว็บไซต์ myspace.com ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มปาร์ตี้ดนตรีนอกกระแสได้ใช้พื้นที่และบริการภายในเว็บไซต์ myspace.com เพื่อเพิ่มจำนวนสมาชิก

ในกลุ่ม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่ม กระจายข่าวสารภายในกลุ่ม โดยคุณลักษณะของสื่อสมัยใหม่ของเว็บไซต์ myspace.com ที่ผู้ใช้สามารถปรับแต่งเนื้อหาบนหน้า profile ทำให้สามารถเลือกสมาชิกได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย และกระจายข่าวสารได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และยังสามารถสร้างเครือข่ายในเชิงธุรกิจทั้งในประเทศและนอกประเทศ กลุ่มสมาชิกยังได้ใช้บริการตกแต่งพื้นที่หน้า profile ในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์เฉพาะตนที่สามารถอ้างอิงไปยังอัตลักษณ์กลุ่มในชีวิตจริง ซึ่งอัตลักษณ์กลุ่มที่พบบนหน้า profile แสดงออกถึงแนวคิดโพสต์โมเดิร์นได้หลายประการ ทั้งในแง่อัตลักษณ์ที่หลากหลายและอัตลักษณ์ที่ขัดแย้งกันเองภายในกลุ่ม ในส่วนการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ออนไลน์ไปสู่ความสัมพันธ์ออฟไลน์นั้นกลุ่มสมาชิกได้ใช้บริการและพื้นที่ภายในเว็บไซต์ myspace.com ในการปฏิสัมพันธ์กัน โดยมีความสนใจร่วมกันทางด้านดนตรีนอกกระแส เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงไปสู่การติดต่อกันทางสื่ออื่น และพบปะกันในชีวิตจริงในที่สุด

การนิยาม พัฒน์ (2548) ศึกษาวิเคราะห์ a day กับภาพสะท้อนของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยแบบโพสต์โมเดิร์น ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะแบบโพสต์โมเดิร์นที่ปรากฏในนิตยสาร a day จำแนกตามที่มาหรือกระบวนการได้เป็น 4 ประการคือ ประการแรก ท่าทีแบบโพสต์โมเดิร์นที่เป็นผลจากวิธีคิดของผู้ก่อตั้ง ประการที่สอง ความเป็นโพสต์โมเดิร์นที่ปรากฏในสิ่งที่ผู้ผลิตหยิบยกขึ้นมาพูด ประการที่สาม สื่การเขียนที่ใช้เทคนิคการประพันธ์แบบโพสต์โมเดิร์น และประการสุดท้ายคือเนื้อหาที่สะท้อนลักษณะของผู้คนและสังคม รวมทั้งวัฒนธรรมการบริโภคแบบโพสต์โมเดิร์น ส่วนลักษณะของโพสต์โมเดิร์นที่สะท้อนในวิถีชีวิตของผู้อ่านนิตยสาร a day นั้นพบในลักษณะที่เกาะอยู่เฉพาะส่วนผิวของแนวคิดโพสต์โมเดิร์น กล่าวคือ ผู้อ่านมีคตินิยมแบบโพสต์โมเดิร์นในแง่ของรสนิยมทางศิลปะ และรูปแบบที่แตกต่างของนิตยสาร a day อันเป็นลักษณะหนึ่งของโพสต์โมเดิร์นเท่านั้น ทั้งนี้เมื่อนำแนวคิดเกี่ยวกับสื่อทางเลือกมาประกอบกับ ผลการศึกษารูปแบบและเนื้อหาของนิตยสาร a day อาจมองได้ว่า นิตยสารฉบับนี้เป็นการผสมผสานระหว่างสื่อทางเลือก ในความหมายของรูปแบบที่แตกต่างจากนิตยสารฉบับอื่นๆ ซึ่งในขณะเดียวกัน รูปแบบที่ถูกนำมาสนับสนุนความต่างนั้นก็คือ ความเป็นโพสต์โมเดิร์นที่ให้น้ำหนักกับ มิติของแนวคิดแบบโพสต์โมเดิร์นที่เข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ท่าทีแบบโพสต์โมเดิร์นในมิติของศิลปะ วรรณกรรม และมิติเกี่ยวกับการบริโภค

สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม (2548) ศึกษาวัฒนธรรมวัยรุ่น:
การใช้เวลาว่างในยุคสมัยแห่งวัฒนธรรมบริโภค ผลการศึกษาพบว่า

1. ทั้ง 4 กิจกรรม คือ เวลานอกทางสังคมวัยรุ่น ที่เปิดโอกาสให้วัยรุ่นได้สวมบทบาทเป็นผู้อื่น แบบจมลึกลงไปทั้งตัว และสามารถสร้างเอกลักษณ์ตัวตนที่หลุดออกจากกรอบทางสังคมได้ เช่น การเป็นตัวละครในวิดีโอเกมส์ เป็นนางเอกการ์ตูน เป็นมือบิคมือหนึ่ง เป็นหญิงสาวของพระเอกผู้ได้ชัยชนะในสนามแข่ง และเป็นผู้ชนะในการสร้างสรรค์งานศิลปะ

2. ความเป็นไปได้ของการจุ่มตัวเข้าไปเป็นตัวตนที่อยู่นอกกรอบของสังคมเช่นนี้ เกิดขึ้นด้วยเงื่อนไขหลายลำดับขั้น ได้แก่ อันดับแรก เงื่อนไขทางเทคโนโลยี เช่น เกมออนไลน์ที่ทำให้ผู้เล่นเข้าไปสวมบทเป็นผู้อื่นได้อย่างสนิทสนมไร้รอยต่อ (Seamless) หรือเทคโนโลยีในการผลิตซ้ำ (Reproductive Technology) ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของสังคมบริโภคนิยม (Jameson, 1984) ที่ทำให้เกิดการพิมพ์การ์ตูนออกมาอย่างมหาศาล (จนซื้อไม่ไหว เกิดธุรกิจให้เช่าแพร์หลายไปทั่ว) ก่อให้เกิดความเป็นชุมชนที่มีเครือข่ายระดับโลกของผู้ที่อ่านการ์ตูน ทำให้วัยรุ่นที่อ่านการ์ตูนสามารถสร้างความรู้สึกร่วมกันได้ ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับแกรฟฟิตี้ที่เป็นวัฒนธรรมเฉพาะที่มีพื้นฐานมาจากการต่อต้านสังคมของวัยรุ่นชนชั้นล่างในอเมริกาและอังกฤษ ในขณะที่การแต่งรถก็เกิดขึ้นผ่านเงื่อนไขทางเทคโนโลยีเช่นกัน

3. กิจกรรมทั้งสี่ประการ เกิดขึ้นในบริบทเฉพาะของสังคมบริโภค ซึ่งมุ่งลบล้างเส้นแบ่งระหว่างโลกในความเป็นจริงกับโลกในจินตนาการ ลักษณะเช่นนี้พบได้ทั่วไป ทั้งจากแฟชั่นที่ทำให้วัยรุ่นเป็นใครก็ได้ หรือสื่อในรูปแบบที่ทรงอิทธิพลต่อการรับรู้ความจริง เช่น โทรทัศน์ ภาพยนตร์ วิดีโอเกมส์ อินเทอร์เน็ต ในขณะที่โลกของนักแข่งรถ ก็คือการสร้างอีกโลกหนึ่งที่ดำรงอยู่ในพื้นที่เดียวกัน แต่ก็แยกขาดจากโลกในชีวิตประจำวัน ที่เปิดโอกาสให้วัยรุ่นได้ลงไปจุ่มตัวในบรรยากาศของการแข่งขัน ชัยชนะ และความฮึกเหิมจนลืมความตาย ในขณะที่แกรฟฟิตี้คือกิจกรรมราคาแพงที่มุ่งฝากผลงานศิลปะไว้ในทุกๆ ที่ที่คนเดินถนนสามารถมองเห็นได้ มันจึงเป็นแกลเลอรีที่มีชีวิต

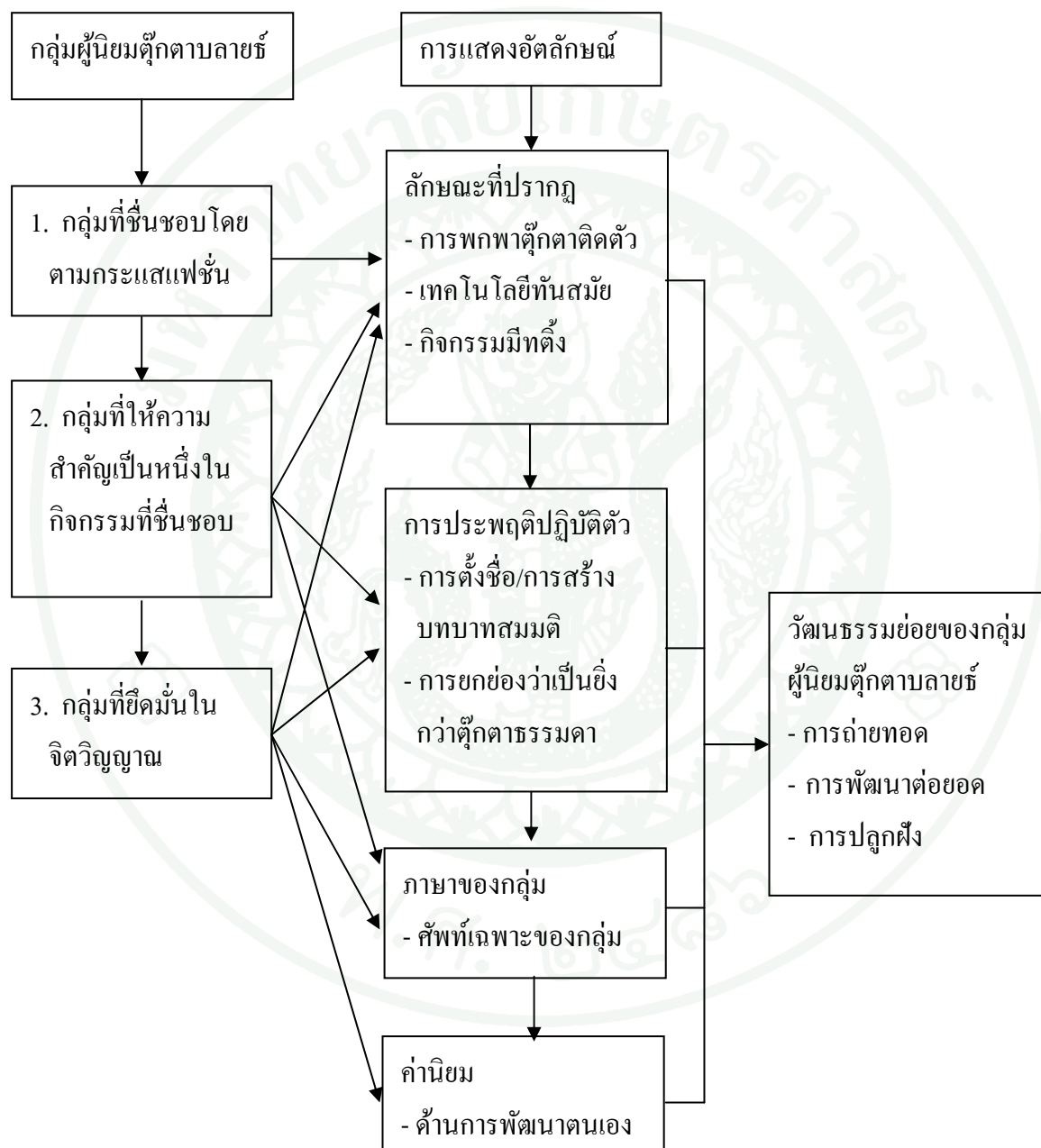
4. นอกจากนั้นกิจกรรมทั้งสี่ยังอิงลักษณะสังคมบริโภคที่เน้น “สัมพันธบท” เช่น การอ้างอิงกันและกัน ผลิตซ้ำ วนเวียนใช้สิ่งเก่า เช่น ตัวการ์ตูนกับเกมส์ สิ่งที่ถูกนำมาพ่น และบางครั้งก็เป็นเรื่องราวของพระเอกนักชิง

5. สุดท้ายทั้งสี่กิจกรรมมีบทบาทในการสร้างและสืบทอดอุดมการณ์และดำรงโครงสร้างสังคม กล่าวคือ เกมส้อมออนไลน์ การ์ตูน การแข่งรถบนท้องถนน และกราฟฟิตีในระดับที่เบาบางกว่าคือการสืบทอดสมมติฐานว่า โลกนี้คือโลกที่เต็มไปด้วยความรุนแรงโดยธรรมชาติ แต่อารยธรรมมนุษย์ได้เก็บกดสิ่งเหล่านี้ไว้ กิจกรรมในยามว่างเหล่านี้คือการกลับไปสู่ธรรมชาติ

บทบาทของผู้หญิงในกิจกรรมเหล่านี้ คือ ผู้ช่วยเหลือตัวเองไม่ได้ (การ์ตูน เกมส์ ที่มักจะมีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยนางเอก หรือในการ์ตูนเด็กผู้หญิง คือการชนะใจพระเอก) เป็นเครื่องประดับ (กลุ่มนักแต่ง/แข่งรถ) และอย่างดีที่สุดคือเป็นคนนอก (Graffiti)

กรอบแนวคิดการวิจัย

รสนิยมสาธารณะ



บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถอธิบายถึงปรากฏการณ์ของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ในสังคมไทย การวิจัยเชิงคุณภาพจึงเป็นวิธีที่เหมาะสมที่ผู้วิจัยตัดสินใจเลือกนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ด้วยคุณสมบัติของการวิจัยเชิงคุณภาพที่สามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือและเทคนิคการวิจัยที่หลากหลายที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพพื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ ทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ การสนทนากลุ่มย่อยกับผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ตามงานมีตติ้งที่ได้จัดขึ้น นอกจากนี้ยังมีการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Conversation) กับผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ทางเว็บบอร์ดให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นที่ต้องการความถูกต้องมากขึ้นอีกด้วย รวมทั้งตัวผู้วิจัยเองต้องทำการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม จึงจะทำให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมสามารถนำมาสรุปแบบตีความและเชื่อมโยงกับประเด็นที่ศึกษาได้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ผู้วิจัยเลือกทำการศึกษาอัตลักษณ์และวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ เนื่องจากประชากรที่นิยมตุ๊กตาบลายซ์หรือร่วมในกิจกรรมตุ๊กตาบลายซ์ไม่เคยมีการประมาณจำนวนเอาไว้อย่างเป็นทางการ ผู้วิจัยจึงทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกับพื้นที่ที่ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์รวมตัวอยู่มากที่สุดโดยการเป็นสมาชิกอยู่คือ เว็บไซต์ Blythethailand.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์แบบเปิด ที่อิสระต่อความคิดและการกระทำเพื่อการแสดงตัวตนของผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ ไม่ได้มุ่งเพื่อการพาณิชย์เป็นหลัก มีจำนวนผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์อยู่ประมาณ 17,479 คน (ข้อมูลเมื่อสิงหาคม พ.ศ. 2553)

กลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เมื่อกำหนดพื้นที่สำหรับการศึกษาวิจัยแล้ว ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการเลือกแบบเฉพาะเจาะจงที่จะศึกษาประชากรผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ โดยเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกเว็บไซต์ Blythethailand.com ที่มีประสบการณ์น่าสนใจสำหรับประเด็นที่ศึกษา มีคุณสมบัติเหมาะสมกับประเด็นที่ศึกษา เอื้อต่อการวิเคราะห์และนำไปสู่ความเข้าใจประเด็นที่ศึกษาอย่างดีที่สุด อาทิ เป็นผู้ที่เล่นมาเป็นเวลานาน มีการแสดงตัวตนผ่านเว็บไซต์ และรวมกลุ่มทำกิจกรรมอย่างเด่นชัดและสม่ำเสมอในโลกความเป็นจริง โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ทั้งหมด 7 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล มีดังนี้ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสังเกต (Observations) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และใช้แบบสอบถามปลายเปิด (Open-End Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สะดวกให้สัมภาษณ์โดยตรง เพื่อเป็นข้อมูลเสริม

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

วัฒนธรรมย่อยของกลุ่ม อาทิ วิถีชีวิตหรือการดำเนินชีวิตในโลกปัจจุบันกับโลกออนไลน์ โดยวิธีพูดคุยไม่ได้เรียงตามลำดับแต่เน้นการพูดคุยสนทนาแบบเป็นกันเอง เหมือนการถามทุกข์สุขและไม่ได้คุยภายในวันเดียวเสร็จสิ้นแต่เป็นการไปพบเจอหลายครั้งในลักษณะสถานที่และรูปแบบงานที่แตกต่างกัน คือ งานมีที่ตั้งที่จัดที่สถานที่ส่วนตัว และงานมีที่ตั้งที่จัดที่สถานที่สาธารณะ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกครอบคลุมประเด็นที่ศึกษา

การสัมภาษณ์อาจเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีขอบเขตของประเด็นคำถาม ดังนี้

1.1 ข้อมูลพื้นฐาน

เป็นการสอบถามข้อมูลผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์โดยทั่วไปเพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐาน ประกอบด้วย อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนาปัจจุบัน สถานะในเว็บบอร์ด จุดเริ่มต้นในการเริ่มเล่น การรวมกลุ่ม ปัญหาหรืออุปสรรคในสังคมคนเล่นตุ๊กตาบลาซซ์

1.2 การแสดงอัตลักษณ์ของกลุ่มที่มีลักษณะเป็นรูปธรรม โดยอาศัยการสังเกตจากเว็บไซต์ Blythethailand.com ประกอบและทำการพูดคุยลงลึกในรายละเอียดของข้อมูล ดังนี้

1.2.1 ลักษณะที่ปรากฏ เช่น การพกพาตุ๊กตาบลาซัดิตัว เทคโนโลยีทันสมัย อุปกรณ์เสริม

1.2.2 การประพฤติปฏิบัติตัว การแสดงออก กิริยา ท่าทางหรือกิจกรรมของกลุ่ม ที่ได้แสดงตัวตนออกมา เช่น ลักษณะการแต่งกายให้ตนเองและตุ๊กตาของตนเอง การเลือกใช้คำเพื่อตั้งชื่อตุ๊กตาบลาซัดและการสร้างตัวตนของตุ๊กตาหรือการสร้างบทบาทสมมติ การตั้งชื่อรุ่นตุ๊กตาไว้เพื่อเรียกเฉพาะของกลุ่ม เป็นต้น

1.2.3 ภาษาของกลุ่ม เช่น ศัพท์เฉพาะของกลุ่ม คำแสลง วิธีการพูด

และเพื่อทำความเข้าใจกับมุมมองด้านการสืบทอดอัตลักษณ์เพื่อแสดงออกถึงการเป็นวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซัดที่ไม่อาจสังเกตได้จากงานมีที่ต่าง ๆ โดยทำการพูดคุยลงลึกในด้านข้อมูลในประเด็นคำถามต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ธรรมเนียมปฏิบัติที่ทำกันมาและการถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลังที่เข้ามาใหม่
2. การปลูกฝังในตัวผู้นิยมตุ๊กตาบลาซัดเมื่อเข้ามาอยู่ในกลุ่ม
3. การพัฒนาต่อยอดที่ได้จากการเข้ามาอยู่ในกลุ่ม
4. การมีส่วนร่วมในสังคมกลุ่ม
5. ความคาดหวังที่อยากให้คงอยู่ในสังคมคนเล่นตุ๊กตาบลาซัด
6. ค่านิยมด้านต่างๆ เช่น ค่านิยมด้านการพัฒนาตนเอง
7. การกำหนดคุณค่าของสิ่งที่เป็นทั้งรูปธรรมและนามธรรม
8. ความเชื่อและการยึดติดด้านต่างๆ เช่น จิตวิญญาณ

2. การสังเกต (Observation)

ผู้วิจัยจะทำการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยเป็นการสังเกตจากทัศนะภายใน ที่ผู้วิจัยเอาตัวเองเข้าไปเกี่ยวข้องและมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับกลุ่มที่ศึกษา

โดยผู้วิจัยจะไปเข้าร่วมสังเกตในงานตุ๊กตาบลาซซ์และกิจกรรมต่างๆ ที่ถูกจัดขึ้น เพื่อให้เข้าใจกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ในมุมมอง วิถีปฏิบัติของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย เช่น การดูแลผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ทำกิจกรรมออกแบบตุ๊กตา การร่วมฝึกถ่ายภาพกับผู้นิยม รูปแบบการเล่นตุ๊กตา รวมถึงพฤติกรรมต่างๆ ที่กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาจะแสดงออกมาในงานตุ๊กตาบลาซซ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมนี้ทำให้ผู้วิจัยเข้าถึงข้อมูลเชิงคุณภาพระดับลึก เพื่อความเข้าใจอย่างเป็นองค์รวม โดยมีกรอบในการสังเกต คือ

2.1 สังเกตการให้ความหมายของการกระทำหรือแบบแผนพฤติกรรมนั้น โดยสังเกตการกระทำโดยเริ่มสังเกตตั้งแต่เริ่มงานจนถึงช่วงหลังจากงานเลิกแล้วถึงรูปแบบและลักษณะของการทำกิจกรรมของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ในงานมีทั้ง

2.2 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของผู้เข้าร่วมกิจกรรม เช่น การก่อตั้งงานหรือการแสดง ความช่วยเหลือเพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ด้วยกันเอง

2.3 สภาพสังคม เป็นการสังเกตภาพรวมทุกแง่มุมของชุมชนคนรักตุ๊กตาบลาซซ์เท่าที่สามารถสังเกตได้ เช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ภาษาที่ใช้สื่อสารกัน เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ เป็นต้น

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ใช้อุปกรณ์ช่วยในการเก็บข้อมูลดังนี้

1. เครื่องบันทึกเสียง สำหรับการเก็บข้อมูลในการวิจัยได้มีการใช้เครื่องบันทึกเสียงสำหรับการบันทึกข้อมูลเนื่องจากขณะที่พูดคุย สัมภาษณ์ ข้อมูลที่ผู้ร่วมสนทนาบางคนพูดเร็วบางคนพูดช้า การจดบันทึกข้อมูลอาจได้ข้อมูลที่คลาดเคลื่อนและการสนทนาจะเป็นไปโดยไม่เป็นธรรมชาติและไม่สนใจจึงต้องใช้เครื่องบันทึกเสียง สำหรับข้อมูลที่ได้จากเครื่องบันทึกเสียง เมื่อบันทึกเสร็จสิ้นในแต่ละครั้งที่มีการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะต้องนำมาฟังทบทวนบทสัมภาษณ์ การพูดคุย และจัดระบบข้อมูลไว้อย่างเป็นระบบ ชี้แจงรายละเอียดในแต่ละประเด็นเพื่อแยกแยะข้อมูล เพื่อเป็นประโยชน์ในการตรวจสอบข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. กล้องถ่ายภาพดิจิทัล สำหรับการเก็บข้อมูลจะใช้กล้องถ่ายภาพดิจิทัลในการช่วยบันทึกข้อมูลในแต่ละที่ที่จัดงานตุ๊กตาบลายซ์ ผู้วิจัยจะทำการบันทึกภาพในแต่ละขั้นตอนของกิจกรรม กลุ่มผู้เข้าร่วมงาน สถานที่ รวมถึงบรรยากาศโดยรวมของงาน เพื่อสามารถให้รูปอธิบายในสิ่งที่ปรากฏได้และเห็นภาพได้ชัดเจนขึ้น

3. การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

การสนทนาจะเกิดขึ้นตามงานมีที่ตั่งที่ผู้วิจัยเข้าร่วม ทั้งนี้จะใช้ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่มอิงจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก แต่จะเพิ่มประเด็นที่กำลังเป็นปัญหาของกลุ่มหรือสถานการณ์ปัจจุบันของกลุ่มเป็นที่ทราบโดยทั่วกันในเว็บไซต์โดยตั้งคำถามเป็นแนวทางในการสนทนา ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มนี้ เป็นข้อมูลที่ผ่านการแสดงความคิดเห็น การถกเถียงโต้ตอบกันของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ทำให้มีความถูกต้องตรงประเด็นและเชื่อถือได้และได้ข้อมูลที่มีความชัดเจนเพิ่มมากขึ้น

4. แบบสอบถามปลายเปิด (Open-End Questionnaire) จะใช้ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่มอิงจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สะดวกให้สัมภาษณ์โดยตรงหรืออยู่นอกเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามด้วยโปรแกรม Google Documents เพื่อสะดวกต่อการตอบและส่งแบบสอบถามกลับมายังผู้วิจัย เพื่อใช้เป็นข้อมูลเสริมในงานวิจัยต่อไป

5. การตรวจสอบข้อมูลจากกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ โดยนำเสนอผลการศึกษาวิจัยแก่กลุ่มตัวอย่างและผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์นอกเหนือจากกลุ่มประชากรเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและยังเป็นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและเพิ่มเติมข้อมูลที่ขาดหายหรือไม่สมบูรณ์ในประเด็นอัตลักษณ์และการเป็นวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ พร้อมรับฟังข้อเสนอแนะอื่นๆ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การทดสอบความแม่นยำของข้อมูลและความเชื่อถือได้ของข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นข้อเท็จจริง เนื่องจากพื้นที่ในการศึกษาและ

กลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซจะมีข้อจำกัด ไม่สามารถพบเห็นได้ตามพื้นที่สาธารณะทั่วไปหรือพื้นที่ใดๆ แต่เป็นการร่วมกลุ่มกันตามโอกาสและวาระสังสรรค์เท่านั้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องติดตามความเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ได้ไปเจอและให้ได้มาซึ่งคำตอบและความคิดเห็นของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซ และการให้ความสำคัญที่ความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีสอบทานข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งผู้นิยมตุ๊กตาบลาซ และนอกเหนือจากกลุ่มประชากรที่ศึกษา เพื่อตรวจสอบข้อมูล และข้อเท็จจริง โดยในการวิเคราะห์จะเกิดขึ้นไปพร้อมๆ กับการเก็บข้อมูล อันจะนำมาสู่ข้อเท็จจริง ความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูลเป็นการตรวจสอบว่าคำตอบที่ได้มาสอดคล้องกับบริบทของชุมชน และสังคมของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซ สอดคล้องกับข้อมูลเดิมที่มีอยู่ ทดสอบกับข้อมูลอื่นที่มีอยู่เดิม และสอดคล้องกับข้อสังเกตของนักวิจัย ผู้วิจัยจะศึกษาข้อมูลเพิ่มจากแหล่งอื่น ทั้งทางตรงทางอ้อม และตรวจสอบข้อมูลแบบ “สามเส้า” หรือ Triangulation คือ เป็นการตรวจสอบด้านข้อมูล โดยพิจารณาแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ รวมทั้งแหล่งบุคคล เช่น เมื่อพูดคุยสัมภาษณ์ผู้นิยมผ่านทางโปรแกรม MSN ที่บ้านแล้วได้ข้อมูลมาผู้วิจัยจะตรวจสอบข้อมูลโดยการเปลี่ยนแปลงสถานที่ในการพูดคุยกับผู้นิยมตุ๊กตาบลาซ (ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล) อีกครั้งคือ ติดตามไปพูดคุยที่งานมีตุ๊กตาบลาซที่จัดขึ้นภายในเขตกรุงเทพมหานคร หรือการพูดคุย สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 7 คน ได้ข้อมูลมาผู้วิจัยจะตรวจสอบข้อมูลโดยการเปลี่ยนแปลงกลุ่มคนในการพูดคุยอีกครั้งหนึ่ง คือ พุดคุยกับกลุ่มผู้นิยมทั่วไปที่พบโดยบังเอิญตามงานกิจกรรมต่างๆ เพื่อหาโอกาสพูดคุยเป็นการส่วนตัว รวมทั้งการหาโอกาสพูดคุยเป็นกลุ่มใหญ่ เนื่องจากทำให้ทราบและรับรู้ข้อมูลเพิ่มเติมรวมทั้งสามารถสังเกตท่าทีของผู้ให้ข้อมูลได้ด้วย เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นจริง และมีความถูกต้อง นอกจากนี้ยังได้เห็นพฤติกรรมด้านอื่นๆ ของผู้ให้ข้อมูลเมื่ออยู่ในกลุ่ม ซึ่งหากพูดคุยผ่านโปรแกรม MSN อาจไม่มีโอกาสได้เห็นพฤติกรรมเหล่านี้ที่สามารถใช้ให้เป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบด้าน การตรวจสอบข้อมูลดังกล่าวมีข้อดีคือทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงคำตอบที่ได้มาสอดคล้องกับบริบทของกลุ่ม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลทุกขงูมิในขั้นตอนแรกแล้ว ในขั้นปฐมภูมิได้ดำเนินการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตผ่านเว็บไซต์ Blythethailand.com โดยในขั้นแรกผู้วิจัยได้ติดต่อนัดหมายผู้นิยมตุ๊กตาบลาซผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับในกิจกรรมครั้งต่อไป

การลงพื้นที่จริงจะใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบผสมผสาน ทั้งการใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นิยมตุ๊กตาบลาซท์ โดยเน้นรูปแบบการสนทนาพูดคุยด้วยเรื่องทั่วไปและมีความเป็นกันเอง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง โดยลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเวลาและสถานที่แตกต่างกันที่เข้าร่วมแบบเป็นสมาชิกของกลุ่มคนหนึ่งและเข้าร่วมแบบเปิดตัวในฐานะนักวิจัยเข้ามาเก็บข้อมูล เพื่อให้เข้าใจสภาพบริบททุกช่วงเวลาของกลุ่มเพิ่มมากขึ้น และนำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่มาพิจารณาความสมบูรณ์ของการตอบและประเด็นที่จะนำมาวิเคราะห์ เพื่อทำการวิเคราะห์ด้วยการสร้างข้อสรุปและสรุปแบบตีความโดยยึดการคิดแบบองค์รวม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทั่วไปที่ได้จากการสังเกตการณ์แบบมีและไม่มีส่วนร่วม การพูดคุยสัมภาษณ์จะสรุปเป็นชุดข้อมูล ผู้วิจัยมีหลักในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์ผ่านเว็บไซต์ blythethailand.com และสังเกตการณ์จากกิจกรรมที่จัดขึ้นเกี่ยวกับตุ๊กตาบลาซท์ทั้งมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม เพื่อศึกษาในแง่ของวิถีปฏิบัติของกลุ่ม การรวมกลุ่ม รูปแบบการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับตุ๊กตาบลาซท์ การสื่อสารในกลุ่ม ความสัมพันธ์ของสมาชิกออนไลน์ในเว็บไซต์ไปสู่ความสัมพันธ์ในโลกความจริง

2. วิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม โดยวิเคราะห์ปัจจัยในด้านของกระบวนการแสดงอัตลักษณ์และการสืบทอดการเป็นวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซท์ ประโยชน์และปัญหาที่พบเจอของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซท์ วิเคราะห์โดยการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัยและการตีความการให้ความหมายข้อมูล นำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาโดยการจัดหมวดหมู่แบ่งประเภทแล้วเรียบเรียงเพื่อเชื่อมโยงความหมายและความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยที่สะท้อนผ่านกระแสนิยม บริโภคนิยม สุขนิยม ปังเจคนิยม การมีสำนึกส่วนรวมสำนึกสังคม และรสนิยมสาธารณะ ซึ่งสามารถนำมาอธิบายปรากฏการณ์คนรักตุ๊กตาบลาซท์ในสังคมไทยได้ และนำประสบการณ์ของผู้นิยมตุ๊กตาบลาซท์เพื่อเชื่อมโยงการวิเคราะห์ตามแบบความคิดของผู้นิยมตุ๊กตาต่อปรากฏการณ์คนรักตุ๊กตาบลาซท์ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยจัดประเภทของข้อมูล สรุปแบบอุปนัยและสรุปแบบตีความ ทั้งข้อมูลที่รวบรวมได้ในส่วนที่เป็นข้อมูลกระชูดแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดและข้อมูลจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ และเพื่อป้องกันปัญหาการยึดติดในกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมามากเกินไป ผู้วิจัยจะตีความบนพื้นฐานของทักษะและ

ความหมายของผู้ถูกศึกษาเป็นหลัก และสนทนากลุ่มผู้วิจัยจะดำเนินการประมวลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งการวิเคราะห์จะเกิดขึ้นไปพร้อมๆ กับการเก็บข้อมูล อันจะนำมาสู่ความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูล



บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัย

ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลของชุมชนออนไลน์ที่ศึกษาเพื่อให้ความเข้าใจถึงสภาพทั่วไปของชุมชนออนไลน์บนเว็บไซต์ จากการสังเกตการณ์สภาพทั่วไปของงานตุ๊กตาบลายซ์ที่จัดขึ้นในประเทศไทย (โดยการรวบรวมผ่านเว็บบอร์ดและการเข้าร่วมสังเกตการณ์ในงานกิจกรรมที่ถูกจัดขึ้น) การแสดงอัตลักษณ์ของผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ในสังคมไทย เช่น ลักษณะที่ปรากฏ การประพฤติปฏิบัติตัว ภาษา และอัตลักษณ์นามธรรมของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ภาพสะท้อนผ่านกระแสนิยม บริโภคนิยม สุขนิยม บั๊เจกนิยม จิตสำนึกส่วนรวมจิตสำนึกสังคม การดำรงอยู่ของกลุ่มและการเป็นวัฒนธรรมย่อยของกลุ่ม รวมถึงปรากฏการณ์ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์กับบทบาทของรสนิยมสาธารณะ โดยการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมผ่านเว็บบอร์ด Blythethailand.com และผ่านงานกิจกรรมที่ถูกจัดขึ้น

เว็บไซต์ที่มีกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์รวมกลุ่มทำกิจกรรม

เว็บไซต์ที่มีกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์รวมตัวทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง หากพิจารณาจากการสังเกตจะพบปรากฏการณ์กระจายตัวและเป็นสมาชิกของเว็บหลายๆ ที่เป็นที่ยึดเหนี่ยวกันดีในกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ ประมาณ 4-5 เว็บ ส่วนใหญ่จะเป็นเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นมาเพื่อผลประโยชน์ในทางธุรกิจเกี่ยวกับการค้าขาย ซึ่งจะเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมหรือทำกิจกรรมตามอิสระค่อนข้างน้อย มักมีสมาชิกไม่ถึง 1,000 คน แต่ในการศึกษาถึงการสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยจำเป็นต้องเลือกเว็บไซต์ที่มีโครงสร้างเป็นเว็บเปิดโดยที่ไม่ได้มุ่งเพื่อผลประโยชน์การค้าขายเป็นหลัก จึงเลือกเว็บไซต์ blythethailand.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ตุ๊กตาบลายซ์ที่เป็นทางการแห่งแรก ใหญ่และมีสมาชิกมากที่สุดในประเทศไทย อีกทั้งมี Forum หรือเว็บบอร์ดเสมือนเป็นชุมชนออนไลน์ไว้ให้กลุ่มผู้นิยมไว้เพื่อพูดคุย สอบถามแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงการแสดงออกอย่างอิสระต่อตุ๊กตาบลายซ์ของตนเอง



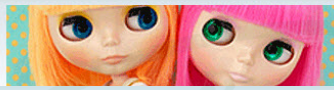
Season of Joys

Enjoy your Blythe with BlytheThailand.com

[BlytheThailand.com](#) | [Blythe News](#) | [What's Blythe](#) | [Custom Blythe](#) | [Blythe History](#) | [Shop](#)

[หน้าหลัก](#) | [ช่วยเหลือ](#) | [ค้นหา](#) | [ข้อมูลส่วนตัว](#) | [ข้อความส่วนตัว](#) | [ปฏิทิน](#) | [สมาชิก](#) | [แอดมิน](#) | [ออกจากเว็บ](#)

ข่าว: Blythethailand Forum Upgraded (17 พฤศจิกายน 2553) แสดงกระทู้ที่ฉันยังไม่ได้อ่าน | แสดงกระทู้ที่ตอบกลับหรือมีข้อความตอบกลับ



Ready to Ship - 7,900/set

available @blythethailand.com/Shop



Blythe Doll	กระทู้	หัวข้อ	กระทู้ล่าสุด
General Discussion  พูดคุย เรื่องทั่วๆไปเกี่ยวกับ ตุ๊กตา Blythe <i>ผู้ดูแล: mijiru7, tangmohead, watashiwaenudes</i>	61750	1692	พฤศจิกายน 22, 2010, 22:59:53 pm ใน Re: Taylor Swift น่ารักจัง... โดย linyishan
Blythe History  พูดคุย สอบถาม เกี่ยวกับ Blythe รุ่นต่างๆ รวมถึงตุ๊กตาในบล็อก ที่กำลังจะวางจำหน่าย และรูปภาพ นื่องๆ แยกตามรุ่นต่างๆ <i>ผู้ดูแล: mijiru7, tangmohead, watashiwaenudes</i>	33523	621	จันทร์ เวลา 08:29:57 ใน Re: เรื่อง winter arden [...] โดย playnikiko
Blythe Accessory  พูดคุยสอบถาม เกี่ยวกับอุปกรณ์ เสริมต่างๆ สำหรับตุ๊กตาในบล็อก ทั้งเสื้อผ้า Rement ฯลฯ <i>ผู้ดูแล: mijiru7, tangmohead, watashiwaenudes</i>	2357	112	พฤศจิกายน 22, 2010, 17:45:16 pm ใน Re: แนะนำตุ๊กตาใหม่... โดย Pak-O-Jang
Blythe News  ข่าว บทความ โฆษณา หรือสื่อเกี่ยวกับตุ๊กตาในบล็อก ทั้งในประเทศและต่างประเทศ <i>ผู้ดูแล: mijiru7, tangmohead, watashiwaenudes</i>	4861	162	พฤศจิกายน 21, 2010, 22:27:27 pm ใน Re: CWC Limited Edition ... โดย medrasy
Blythe Q & A  ใครมีคำถาม เกี่ยวกับในบล็อก ออกมาถามเพื่อนๆ เลือคนื่องไม่ถูก ออกมาตั้งให้ชื่อเอง หรือคำถามเกี่ยวกับอุปกรณ์ต่างๆ <i>ผู้ดูแล: mijiru7, tangmohead, watashiwaenudes</i>	33786	2115	พฤศจิกายน 22, 2010, 20:04:15 pm ใน Re: เรื่อง ตุ๊กตาใหม่ๆอีก... โดย bennyboon
What's Blythe  ห้องสำหรับมือใหม่ ที่อยาก ทำความรู้จักกับตุ๊กตาในบล็อก คำถามที่ ถามบ่อยๆ ทั้ง Petite Blythe และ Neo Blythe <i>ผู้ดูแล: mijiru7, tangmohead, watashiwaenudes</i>	3398	164	พฤศจิกายน 21, 2010, 23:16:52 pm ใน Re: มาฝากภาพตุ๊กตาใหม่ละละ โดย Just Love

Blythe Gallery & Photography	กระทู้	หัวข้อ	กระทู้ล่าสุด
Blythe Gallery  รวมรูปตุ๊กตาในบล็อก จากเพื่อนๆ ที่พามาแนะนำตัว พาไปเที่ยว รูปเรื่องราวสนุกๆ และ ตุ๊กตา Custom น่ารักๆ <i>แอดมิน: Blythe Gallery [General], Blythe Gallery [Trip & Story], Blythe Gallery [Custom], รวมรูปตุ๊กตาในบล็อก, Blythe Photo Gang</i>	203599	5505	จันทร์ เวลา 09:14:58 ใน Re: (Bann BlytheDee)jila... โดย medicine machine
Doll Photography & Photoshop  ถาม-ตอบ ปัญหาเกี่ยวกับ วิธีการ และอุปกรณ์ เรื่องราวน่ารักๆ Tip และ Trick ในการถ่ายภาพ และตกแต่งภาพตุ๊กตาในบล็อก ด้วย Photoshop ให้สวยงามเงางาม <i>ผู้ดูแล: funland, mijiru7, tangmohead, littleamelie, turbow</i>	2197	95	พฤศจิกายน 16, 2010, 03:16:19 am ใน Re: มาฝากภาพตุ๊กตาใหม่ละละ โดย happybeary

News in BlytheThailand.com

- Collaboration Petite Blythe "Baby Buttercup" : [\[blog\]](#)
Wednesday, November 17, 2010 4:11:33 PM
- CWC Exclusive Neo Blythe "Simply Sparkly Spark" : [\[blog\]](#)
Wednesday, October 27, 2010 2:37:09 PM
- [Illustrate] CWC Exclusive Neo Blythe "Vinter Arden" : [\[blog\]](#)
Saturday, October 23, 2010 5:00:06 PM
- [Animation] Neo Blythe Midnight Spell และ Petite Blythe Red Apple : [\[blog\]](#)
Sunday, October 10, 2010 9:09:47 AM
- [Animation] CWC Exclusive Middle Blythe "Macaron Q-Tea Party" : [\[blog\]](#)
Wednesday, October 06, 2010 4:27:51 PM
- วิธีการตั้งค่า Hotmail ให้สามารถรับ email จาก Blythethailand : [\[shop\]](#)
Tuesday, August 10, 2010 3:14:50 PM
- [iching] Stock Refill - more than 30 items are back it stock. : [\[shop\]](#)
Monday, July 05, 2010 2:30:06 PM
- Brainworm Eye-Chip and Sticker Re-stock with 2 new Colors : [\[shop\]](#)
Wednesday, June 16, 2010 5:09:14 PM
- [Enzyme] Re-Stock Blythe Outfits and Dress Sets : [\[shop\]](#)
Thursday, May 27, 2010 2:20:23 PM

ShoutBox

(00:27:28) **playmodel**: โสได้ละ เพราะพลอยเคยเอาเสื้อมาให้ตุ๊กตาหมี่ใส่

(00:27:59) **numphon**: เรื่องนี้มันเลิกๆๆๆน่ารักมากเลย

(00:28:15) **numphon**: อายาก่อนน่ารักๆ

(00:28:24) **playmodel**: คุณเพิ่มอีกนื่อง popochan มัน น่ารักนะ

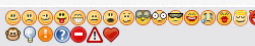
(00:29:22) **numphon**: อ้อ ค่ะ น่ารัก

(00:31:04) **numphon**: แต่ยังไม่ได้นะนะ

(00:31:09) **numphon**: โธ่

(02:00:16) **veryiya**: O_O\

(03:45:35) **veryiya**: O_O



Enjoy your Blythe with Blythethailand.com

ภาพที่ 5 หน้าแรกของเว็บบอร์ด Blythethailand (แบบย่อ)

ที่มา: Blythethailand.com (2010)

สภาพทั่วไปของชุมชนออนไลน์ Blythethailand.com

เว็บไซต์ Blythethailand.com ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม พ.ศ. 2550 มีสมาชิกแรกเริ่มเพียงแค่ 7 คน โดยเป็นความภูมิใจที่เจ้าของเว็บไซต์ได้มารู้จักตุ๊กตาบลายธ์แล้วจึงเขียนหัวข้อเกี่ยวกับตุ๊กตาลงเว็บไซต์ซึ่งขณะนั้นผู้คนยังไม่รู้จักตุ๊กตาบลายธ์เพราะเป็นตุ๊กตาที่ไม่มีขายในเมืองไทยต้องสั่งซื้อผ่านต่างประเทศไม่ก็ต้องไปหิ้วเองถึงต่างประเทศ แต่ในปัจจุบัน เมื่อคนไทยรู้จักและมีความต้องการกันมากขึ้นจึงทำให้ตุ๊กตาบลายธ์หาซื้อได้ง่ายเกิดอาชีพนำเข้าตุ๊กตาบลายธ์เพื่อมาขายเป็นจำนวนมาก Blythethailand.com ถือเป็นชุมชนออนไลน์ที่ได้รวบรวมคนคอเดียวกันที่ชื่นชอบในตุ๊กตามาใช้บริการมากที่สุดและมีสถิติเฉลี่ยเพจวิวต่อวันถึงแสนกว่าครั้ง แสดงถึงการมีผู้สนใจและแสดงตัวตนอยู่ในชุมชนออนไลน์แห่งนี้เป็นจำนวนมาก โดยนำเสนอเนื้อหาสาระภายในเว็บไซต์ทั้งหมด 5 หมวดหมู่หลักๆ โดยสมาชิกสามารถเข้าเยี่ยมชมและตั้งกระทู้แสดงความคิดเห็นหรือแชร์ประสบการณ์ได้อย่างอิสระ ดังนี้

1. Blythe News คือ ข่าวสารใหม่ๆ เกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์ในไทยและต่างประเทศ
2. What's Blythe หมวดหมู่ที่รวมเรื่องราวความรู้ ประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์ เป็นห้องสำหรับมือใหม่ที่อยากทำความรู้จักกับตุ๊กตาบลายธ์ รวบรวมคำถามที่ถูกลามบ่อยๆ ทั้งตุ๊กตาบลายธ์รุ่น Petite Blythe และ Neo Blythe
3. Custom Blythe คือ หมวดหมู่ที่ทำการรวบรวม Tip และ Technique วิธีการ Custom¹ ดังนี้

3.1 Blythe Customization คำถามเกี่ยวกับวิธีการหรือปัญหา ในการ Custom ตุ๊กตาบลายธ์ และอุปกรณ์ต่างๆ ใช้ในการ Custom

¹ คำว่า Custom มาจากคำว่า Customizer เป็นศัพท์เฉพาะที่กลุ่มนี้ใช้พูดกันในกลุ่มเมื่อมีการตกแต่ง ดัดแปลง หรือทำขึ้นมาใหม่ในตัวตุ๊กตา หมายถึง การทำศัลยกรรม เช่น การเหลาจมูก ลบคางแผ่ เจาะช่องปาก ใส่เหล็กคัดฟัน ฟันหน้าด้าน แต่งหน้าใหม่ หรือการทำขึ้นมาใหม่ในชั้นสูงกว่าชั้นพื้นฐานที่สามารถเรียนรู้ทำได้เอง แต่การศัลยกรรมขั้นสูงนี้จะต้องใช้ความชำนาญ ความคิดสร้างสรรค์ บวกกับฝีมือส่วนๆ เพื่อให้งานออกมาสมบูรณ์แบบมากที่สุด

3.2 Blythe Rescue การดูแลรักษาน้องบลาซ การทำความสะอาด การแก้ไขปัญหาทุกอย่างของตุ๊กตาบลายซ์ เทคนิค วิธีการ หรืออุปกรณ์ ในการตัดเย็บหรือถัก ชุด เสื้อผ้า หมวก หรือทำของ HANDMADE, ของเล่น และ Accessory ต่างๆ สำหรับตุ๊กตาบลายซ์ ด้วยตัวเอง

3.3 Sewing, Knitting and DIY รวบรวมคำถามเกี่ยวกับ เทคนิค วิธีการ หรืออุปกรณ์ ในการตัดเย็บหรือถัก ชุด เสื้อผ้า หมวก หรือทำของ HANDMADE, ของเล่น และ Accessory ต่างๆ สำหรับตุ๊กตาด้วยตัวเอง

3.4 Blythe Custom Tip รวมเทคนิควิธีการ เคล็ดลับ ดิจๆ ในการ custom การเย็บผ้าตัด ชุด หรือทำของเล่นให้ตุ๊กตาบลายซ์ โดยเพื่อนๆ สมาชิก

4. Blythe History คือ การพูดคุย สอบถาม เกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์รุ่นต่างๆ รวมถึงตุ๊กตาที่กำลังจะวางจำหน่าย และรูปภาพตุ๊กตา แยกตามรุ่นต่างๆ รวมถึงการรวบรวมบทความเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์และข้อมูลของตุ๊กตาบลายซ์แต่ละรุ่นไว้ให้สมาชิกได้อัพเดทข้อมูลอยู่ตลอดเวลา

5. Forum (เว็บบอร์ด) คือ Thai Blythe Communication เป็นเสมือนชุมชนที่เปิดกว้างให้กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ได้เข้ามาพูดคุยแลกเปลี่ยนในเรื่องตุ๊กตาบลายซ์ สามารถประกาศ ซื้อ-ขาย ตุ๊กตาบลายซ์ของใหม่ และ Pre-Order หรือสามารถ Black List ร้องเรียนการซื้อ-ขาย สินค้าในหิ้ง Blythe Market ใครซื้อของแล้วไม่ได้ของ ผู้ขายไม่มีจริยธรรม ขายของไม่มีคุณภาพ รวมถึงเกี่ยวกับผู้ซื้อ ก็สามารถโพสต์เตือนเพื่อนๆ ได้ที่นี่ ถือว่าเป็นหมวดหมู่ที่เป็นหัวใจหลักของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ทุกคนที่ต้องแวะเวียนมาอย่างสม่ำเสมอและมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา

จากการสังเกตผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์บนเว็บไซต์ Blythethailand.com มักใช้งานในหัวข้อ Forum เนื่องจากเป็นหมวดหมู่ที่รวบรวมทุกสิ่งอย่างไว้ครบ และสามารถพูดคุย เรียนรู้หรือแชร์ประสบการณ์ เรียกได้ว่าเป็นชุมชนของคนรักตุ๊กตาบลายซ์เลยก็ว่าได้ จนความรู้สึกหรือการกระทำบางอย่างก็ได้กลายเป็นความคุ้นชินจนเกิดเป็นวัฒนธรรมย่อยๆ ในสังคมออนไลน์นี้ไปแล้ว เช่น คนกลุ่มนี้มักแสดงตัวตนโดยถ่ายทอดผ่านการอัปโหลดรูปภาพตุ๊กตาของตนเอง ทั้งรูปภาพที่ได้สร้างบทบาทสมมติให้กับตุ๊กตาของตนเอง หรือภาพจากกิจกรรมงานมีทั้งดั่งต่างๆ ที่กลุ่มเหล่านี้จะต้องหมั่นอัปโหลดลงในชุมชนออนไลน์เพื่อให้เพื่อนสมาชิกคนอื่นๆ ได้เข้ามาร่วมชื่นชม รวมถึงการแสดงตัวตนผ่านการตั้งกระทู้ถาม – ตอบความคิดเห็นหรือความรู้สึกต่อเรื่องราวที่เกี่ยวกับตุ๊กตา

บลายธ์หรือเรื่องราวอะไรก็ได้ที่อยากบอก ทั้งมีสาระ พุดคุย ตัดพ้อ ฯลฯ ที่นอกเหนือจากตุ๊กตา บลายธ์ ที่คนกลุ่มนี้สามารถร่วมแชร์หรือถกเถียง เป็นเสมือนชุมชนเป็นโลกอีกโลกหนึ่งที่กลุ่มต้องเข้ามาพบปะและใช้เวลาอยู่ในโลกเสมือนนี้จนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันไปแล้ว ซึ่งในชุมชนออนไลน์นั้นเราสามารถพบเห็นและมองสถานการณ์โดยรวมของปรากฏการณ์คนรักตุ๊กตา บลายธ์เหล่านี้ได้ชัดเจนขึ้น โดยดูจากความสนใจและความเคลื่อนไหวต่างๆ ซึ่งจะทำให้สามารถเข้าใจคนกลุ่มนี้และทำให้สามารถทราบสถานการณ์ในอนาคตมากยิ่งขึ้นด้วย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลภูมิหลังของผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด ภูมิสำเนาในปัจจุบัน สถานะในเว็บบอร์ดของแต่ละคน ข้อมูลเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์ และเพื่อที่จะเข้าใจในหัวข้อการสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ ผู้วิจัยจึงได้ใช้เทคนิคการเลือกแบบเฉพาะเจาะจงที่จะศึกษาประชากรผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ โดยเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์น่าสนใจสำหรับประเด็นที่ศึกษา มีคุณสมบัติเหมาะสมกับประเด็นที่ศึกษา เพื่อการวิเคราะห์และนำไปสู่ความเข้าใจประเด็นที่ศึกษาอย่างดีที่สุด จำนวน 7 คน เพื่อเก็บข้อมูลให้ลึกลงไปในการสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ทั้งรูปธรรมและนามธรรม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ลำดับ	Username	เพศ	อายุ	สถานภาพ	อาชีพ	การศึกษาสูงสุด	วันที่สมัครสมาชิก	สถานะในเว็บบอร์ด
1	ussawa	หญิง	28	โสด	พนักงานบริษัท	ปริญญาตรี	5 ต.ค. 51	เล่น+ขายAccessories
2	Modcatz	ชาย	32	โสด	ลูกจ้างชั่วคราว	ปริญญาตรี	27 เม.ย. 52	เล่นเป็นหลัก
3	noonoot	หญิง	34	โสด	ธุรกิจส่วนตัว	ปริญญาตรี	25 เม.ย. 52	เล่น+ขายAccessories
4	Honey-suchada	หญิง	29	สมรส	แม่บ้าน	ปวส.	14 เม.ย. 52	เล่นเป็นหลัก
5	Farhizoe	หญิง	19	โสด	นักศึกษา	มัธยมศึกษาปีที่ 6	24 ก.พ. 53	เล่นเป็นหลัก
6	NidBlythe	หญิง	35	สมรส	ธุรกิจส่วนตัว	ปริญญาโท	13 ก.ค. 52	เล่นเป็นหลัก
7	dukedik	ชาย	35	โสด	พนักงานบริษัท	ปริญญาโท	10 มี.ค. 52	เล่น+ขายตุ๊กตา

ภูมิหลังของผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์

ศรวิทย์ ญัฐกัญญาพัชร ชื่อเล่น อัส Username: ussawa อายุ 28 ปี การศึกษาสูงสุดจบปริญญาตรี สถานภาพโสด ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชนที่ Impact เมืองทองธานี อาศัยอยู่ที่จังหวัดนนทบุรี เริ่มเล่นตุ๊กตาบลาซซ์เมื่อเดือนตุลาคม 2551 พี่สาวเริ่มเล่นก่อนและแนะนำให้รู้จัก ปัจจุบันมีตุ๊กตาบลาซซ์ทั้งหมด 6 ตัว เรียกแทนตัวตุ๊กตาว่าน้องและตั้งชื่อสำหรับไว้เรียกตุ๊กตาของตนเองทุกตัว เคยเข้าร่วมงานมีตติ้งตุ๊กตาบลาซซ์ที่จัดโดยเว็บ Blythethailand ครั้งเดียว เพราะไม่ค่อยมีเวลา ส่วนมากจะพาติดตัวไปถ่ายรูปตามร้านที่มีบรรยากาศน่ารัก และถ้าไปต่างประเทศจะต้องพาไปด้วยทุกครั้ง มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่อยู่เสมอ เช่น โทรศัพท์มือถือ Nokia N70, Notebook Compaq, กล้องดิจิทัล Canon เป็นต้น หาซื้อชุด ข้าวของเครื่องใช้ให้ตุ๊กตาเป็นประจำเพราะอยากให้ดูเหมือนมีชีวิตจริงๆ กิจกรรมยามว่างคือ เย็บถุงเท้า ชุดและของใช้ของตุ๊กตาเพื่อลงขายในเว็บบอร์ด เงินที่ได้ก็นำกลับมาซื้อของให้น้อง และยังเหลือเงินไว้ใช้ทำอย่างอื่น ไม่เคยพบปัญหาหรืออุปสรรคในการเล่นกับตนเองเพราะทางบ้านเข้าใจ ส่วนประโยชน์ที่ได้จากตุ๊กตาคือ คลายเครียด ถือเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ของครอบครัวเพราะชอบกันทั้งบ้าน ส่วนการแต่งกายเคยแต่งกายและตกแต่งตนเองให้เหมือนตุ๊กตาและในแบบที่เราแต่งไม่ได้อยู่บ้าง

สุชาติ เขียวสะอาด ชื่อเล่น มด Username: Modcatz อายุ 32 ปี การศึกษาสูงสุดจบปริญญาตรี สถานภาพโสด ทำงานเป็นลูกจ้างชั่วคราวที่โรงเรียนศรีอยุธยาในพระอุปถัมภ์ฯ บ้านอยู่จังหวัดนนทบุรี เริ่มเล่นตุ๊กตาบลาซซ์เมื่อเดือนเมษายน 2552 รู้จักตุ๊กตาผ่านตามสื่อต่างๆ ชื่นชอบตรงที่มีเอกลักษณ์ และสามารถเป็นงานอดิเรก กิจกรรมที่ชอบมากที่สุด คือการถ่ายรูป ปัจจุบันมีตุ๊กตาบลาซซ์ทั้งหมด 36 ตัว ชื่อเองทั้งหมด ตั้งชื่อสำหรับไว้เรียกตุ๊กตาของตนเองทุกตัว มีการสร้างเรื่องราวหรือบุคลิกให้แก่ตุ๊กตาและเรียกแทนตัวตุ๊กตาว่าน้องเหมือนเป็นเด็กผู้หญิงที่ต้องดูแล นอกจากนี้ยังมีตุ๊กตาประเภทอื่นคือ บาร์บี้ อีก 1 ตัว มีความชอบตุ๊กตาบลาซซ์ที่ผ่านการคัดสรรแล้วเป็นพิเศษ เงินทั้งหมดไปสามารถซื้อรถหรือคอนโดได้ แต่ถ้าเป็นเรื่องของความรู้สึกมองตุ๊กตาบลาซซ์ว่าเป็นมากกว่าตุ๊กตาทั่วไป เป็นเพื่อน และถือเป็นการพักผ่อนอย่างหนึ่งที่สร้างสรรค์ เคยเข้าร่วมงานมีตติ้งตุ๊กตาบลาซซ์มาแล้ว 12 ครั้ง และมีหลายครั้งที่ตนเองเป็นคนริเริ่มก่อตั้งงานขึ้นมา นอกจากนี้พามางานมีตติ้งแล้วเคยพาตุ๊กตาบลาซซ์ไปนอกบ้านเป็นประจำและจะพาไปเที่ยวต่างจังหวัดด้วยทุกครั้ง มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ครบครันทั้ง กล้อง Nikon, โทรศัพท์มือถือ Blackberry เพื่อใช้ถ่ายรูปอัพโหลดขึ้นเว็บบอร์ด การแสดงออกถึงความรักคือ การหมั่นหาเวลามาเล่นทำกิจกรรมร่วมกันกับตุ๊กตา กิจกรรมยามว่างนอกจากเล่นตุ๊กตาบลาซซ์แล้วจะเล่นอินเทอร์เน็ต

เลี้ยงแมวเปอร์เซีย ปลุกกระบองเพชร ท่องเที่ยวต่างจังหวัดและถ่ายรูป ส่วนปัญหาและอุปสรรคมีพบบ้างเรื่องสังคมของคนเล่นตุ๊กตาบลายซ์ที่มีทัศนคติไม่ตรงกันหรืออาจจะมีทำที่ไม่เป็นมิตร

พัชราพรรณ นิยมพลสุข ชื่อเล่น นุช Username: noonoot อายุ 34 ปี การศึกษาสูงสุดจบปริญญาตรี สถานภาพโสด ทำธุรกิจส่วนตัวอยู่ที่บ้านตนเองที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร เริ่มเล่นตุ๊กตาบลายซ์เมื่อเดือนเมษายน 2552 รู้จักตุ๊กตาครั้งแรกผ่านอินเทอร์เน็ต ชื่นชอบเพราะรู้สึกว่าการ classic ตอนนี้มีตุ๊กตาบลายซ์ทั้งหมด 5 ตัว คงความเป็นออริจินัลทั้งหมด มีการตั้งชื่อสำหรับไว้เรียกตุ๊กตาของตนเองบ้าง และเรียกแทนตัวตุ๊กตาว่าน้อง นอกจากนี้ยังสนใจตุ๊กตาประเภทอื่นคือ เบลบาร์บี้ มายซินอีก มีการตกแต่งให้ตุ๊กตาเป็นในแบบที่ชีวิตจริงเราไม่สามารถแต่งได้บ้าง และไม่เคยคิดเสียขายเงินที่เสียไปเพราะเป็นสิ่งที่ชอบและมีความสุข ประโยชน์ที่ได้คือ ขยายของเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์ เอาความชอบมาทำให้เกิดประโยชน์ ยังไม่เคยเข้าร่วมงานมีที่ตั้งเพราะไม่ค่อยสะดวกไป และเป็นคนขี้ลืมเลยไม่ค่อยพาตุ๊กตาติดตัวไปตามสถานที่ต่างๆ เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ใช้ประจำมี โทรศัพท์มือถือ Samsung, กล้อง Canon, คอมพิวเตอร์ Acer ไว้ใช้ถ่ายรูปและโพสต์ลงอินเทอร์เน็ต การแสดงออกถึงความรักคือ ดัดชุดให้ ช้อรองเท้าให้ พาไปสระผม โดยคนที่บ้านเข้าใจและไม่ต่อต้าน กิจกรรมยามว่างนอกจากเล่นตุ๊กตาบลายซ์แล้วจะ quilt งานเกี่ยวกับผ้า การฝีมือ ส่วนปัญหาและอุปสรรคมีพรีออเดอร์รอนาน ถ้าวินไม่ได้ของ และหมดเงินไปกับตุ๊กตามากขึ้น

สุชาดา สุวรรณานนท์ ชื่อเล่น น้ำผึ้ง Username: Honey- suchada อายุ 29 ปี การศึกษาสูงสุดจบอนุปริญญา แต่งงานแล้วเป็นแม่บ้านเลี้ยงลูกอยู่ที่พัทยาสภพจหวัดชลบุรี เริ่มเล่นตุ๊กตาบลายซ์เมื่อเดือนเมษายน 2552 เห็นตุ๊กตาครั้งแรกจากตลาดนัดแถวบ้านและคารานามาออกทีวี ชื่นชอบเพราะน่ารักไม่เหมือนตุ๊กตาอื่นๆ ตอนนี้มีตุ๊กตาบลายซ์ทั้งหมด 7 ตัว และตุ๊กตาประเภทอื่นคือ ฐิติอีก 1 ตัว ในความรู้สึกต้องการให้เป็นเพื่อนสาวแต่เวลาเรียกจะเรียกว่าน้อง ตุ๊กตาทุกตัวจะมีชื่อหมด โดยสร้างบุคลิกแต่ละตัวให้แตกต่างกัน ไม่เคยคิดเสียขายเงินเพราะคิดว่าเหมือนเป็นของสะสมที่มีค่าและมีราคา เคยเข้าร่วมงานมีที่ตั้งตุ๊กตาบลายซ์ประมาณ 10 ครั้งขึ้น การแสดงความรักจะเอาติดตัวไปด้วยแล้วแต่โอกาสเพราะได้ถ่ายรูปเล่นถ้าไม่ได้เอาไปจะรู้สึกว่าคุณจะอะไรไป เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ใช้อยู่มี โทรศัพท์มือถือ BlackBerry, กล้อง Olympus, Notebook และ PC Acer ส่วนหนึ่งไว้ใช้สำหรับสังสรรค์พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและหาข้อมูลใหม่ๆ ในเว็บ กิจกรรมยามว่างคือท่องเว็บ เคยพบปัญหาการไม่เข้าใจกันของคนเล่นตุ๊กตาบลายซ์กันเอง ประโยชน์คือ แลกกับการได้พบปะเพื่อนกลุ่มใหม่ๆ ได้รู้เรื่องกล้อง ส่วนการแต่งกายเคยเลือกชุดแซกที่มีสีและลายคล้ายกันแต่งให้เหมือนตุ๊กตาและอีกแบบคือแต่งในแบบที่ในชีวิตประจำวันไม่สามารถแต่งได้

อจรร่า ทองเป็นใหญ่ ชื่อเล่น ฟาร์ Username: Farhizoe อายุ 19 ปี ปัจจุบันเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งที่จังหวัดนครราชสีมา ก่อนหน้านี้เคยติดเกมสออนไลน์มาก่อนพอได้มาเล่นตุ๊กตาบลาซก็ทำให้เลิกเล่นเกมสจากที่ละนิดจนเลิกได้ถาวร เพิ่งเริ่มเล่นตุ๊กตาบลาซเมื่อปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2553 ครั้งแรกเห็นรูปภาพตามเว็บแต่เริ่มรู้สึกชอบตอนไปเห็นตัวจริงที่ร้านขาย เพราะความหลากหลายในการเล่น ชอบมากที่สุดคือการถ่ายรูปและแต่งภาพ ตอนนี้มีตุ๊กตาบลาซทั้งหมด 22 ตัว และยังมีแนวโน้มที่จะซื้อมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งหมดยังคงความเป็นออริจินัลเกือบทุกตัว และตั้งชื่อสำหรับไว้เรียกแทนตุ๊กตาของตนเองทุกตัว มีการสร้างเรื่องราวหรือบุคลิกให้แก่ตุ๊กตาโดยแบ่งเป็นสังกัดกุลสตรีและหญิงไทย ไม่เคยคิดเสียขายเงินเมื่อแลกกับความสวยงาม และเพราะอยู่ต่างจังหวัดเลยยังไม่เคยเข้าร่วมงานมีทั้งตั้ง เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ใช่มี โทรศัพท์มือถือ iPhone4, กล้อง Nikon ไว้ใช้ถ่ายรูปตุ๊กตาโดยใช้เลนส์ใหม่ๆ และอัพโหลดขึ้นเว็บบอร์ด แสดงออกถึงความรักด้วยการเล่นด้วยบ่อยๆ พาไปเที่ยวด้วยมีแอบหอมแก้มบ้าง กิจกรรมยามว่างนอกจากเล่นตุ๊กตาบลาซแล้วจะเล่นอินเทอร์เน็ตและฝึกแต่งรูป ส่วนปัญหามีเกิดจากตัวเองเพราะอยากได้หลายรุ่นเกินเลยต้องตัดใจ

พิมพ์พินันท์ รุจจนพันธุ์ ชื่อเล่น นิด Username: NidBlythe อายุ 35 ปี การศึกษาสูงสุดจบปริญญาโท แต่งงานแล้ว มีกิจการเป็นของตนเองอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มเล่นตุ๊กตาบลาซเดือนกรกฎาคม 2552 รู้จักตุ๊กตาผ่านอินเทอร์เน็ตตามเว็บต่างๆ จากความชอบถ่ายรูปอยู่แล้วและตุ๊กตาบลาซสามารถเป็นนางแบบได้ จึงเริ่มให้ความสนใจมากขึ้น ตอนนี้มีตุ๊กตาบลาซทั้งหมด 10 กว่าตัวทั้งแกะกล่องและไม่แกะกล่อง และตุ๊กตาประเภทอื่นอีกนิดหน่อยคือ บาร์บี้และเดล ตุ๊กตาทุกตัวจะมีชื่อและเรียกตามชื่อที่ตั้งไว้ ส่วนการตัดสินใจซื้อจะค่อนข้างใช้เวลาทบทวนจะวางแผนก่อนชื้อนานเพื่อไม่ให้กระทบกับรายจ่ายประจำ เคยเข้าร่วมงานมีทั้งตั้งตุ๊กตาบลาซกับเพื่อนๆ กลุ่มเชียงใหม่ 1 ครั้ง นอกจากนี้ยังเคยพาไปเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ โดยการแสดงความรักความผูกพันต่อตุ๊กตา คือ หมั่นทำกิจกรรมร่วมกับตุ๊กตา ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่อยู่เสมอเช่น กล้องดิจิตอล และ Notebook ไว้ใช้อัพเดทสิ่งใหม่ๆ ในเว็บ งานฝีมือและท่องเที่ยวถืองานอดิเรกสำหรับปัญหาและอุปสรรคมีนิดๆ หน่อยๆ ไม่มีเครียด ส่วนประโยชน์ที่ได้จากการเล่นตุ๊กตา คือ ได้เจอเพื่อนที่ชอบอะไรเหมือนกัน มีรายได้เสริมเล็กๆ น้อยๆ จากการขายเสื้อผ้าเครื่องประดับที่เกี่ยวข้องกับตุ๊กตาบลาซ

อโนชา ชูสงวน ชื่อเล่น โอ Username: dukedik หรือนามแฝงที่รู้จักกันเป็นอย่างดีในสังคมออนไลน์ Blythethailand กับฉายา “ป้าผาด” มาจากผู้ผดุงความยุติธรรม อายุ 35 ปี การศึกษาสูงสุด

จบปริญญาโท สถานภาพโสด ทำงานเป็นพนักงานบริษัทที่ AEON Thana Sinsap Thailand ปัจจุบันอาศัยอยู่ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร เริ่มเล่นตุ๊กตาบลาซซ์เมื่อเดือนมีนาคม 2552 รู้จักตุ๊กตาครั้งแรกจากบทความตามหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และเพื่อนๆ ชื่นชอบที่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือแต่งเติมได้ตามที่ต้องการ ปัจจุบันมีตุ๊กตาบลาซซ์ทั้งหมด 15 ตัว โดยมีจุดประสงค์ชัดเจนว่าจะเก็บแต่ตุ๊กตาผิวสีและผมสีธรรมชาติเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีตุ๊กตาประเภทอื่นอีก 7 ตัว ตั้งชื่อสำหรับไว้เรียกตุ๊กตาของตนเองทุกตัว และเรียกแทนตัวตุ๊กตาว่าน้องและลูกสาวเพราะเห็นคนอื่นๆ ที่เล่นก่อนหน้านี้เรียก มีความชอบตุ๊กตาบลาซซ์ที่ออริจินัลลงเดิม ชื่นชอบการตกแต่งให้ตุ๊กตาเป็นในแบบที่ชีวิตจริงที่ไม่สามารถแต่งได้และชอบแนวแฟนตาซีเป็นพิเศษ เคยเสียขายเงินบ้างกับคุณภาพของตุ๊กตาไม่เหมาะสมกับราคาที่จ่ายไป เคยเข้าร่วมงานมีทั้งตั้งแล้วมากกว่า 10 ครั้ง และเมื่อมีโอกาสะพาไปเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเสมอ เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ใช้อยู่ประจำเช่น โทรศัพท์มือถือ iPhone คอมพิวเตอร์ iMac กล้องถ่ายรูป CANNON G11 ไว้ใช้ถ่ายรูปของเล่นที่ทำเอง และใช้รูปทาง Social Network ต่างๆ แสดงออกถึงความรักด้วยการรักษาความสะอาด การเก็บรักษา การหาอุปกรณ์ หรือวิธีการป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายเวลาเคลื่อนย้ายหรือนำติดตัวไปที่ต่างๆ กิจกรรมยามว่างนอกจากเล่นบลาซซ์แล้วจะเล่นกีฬาและท่องเที่ยว ส่วนปัญหาและอุปสรรคมีเรื่องการเอารัดเอาเปรียบทางราคาของผู้ขาย และการคดโกง โดยจะคอยเป็นทัพหน้าให้กลุ่มเสมอๆ เป็นกำลังสำคัญที่คนในกลุ่มยกย่องในการปราบมิฉฉาให้ให้ออกจากวงการตุ๊กตาบลาซซ์ สำหรับประโยชน์จากการเล่นตุ๊กตาบลาซซ์คือ การได้จินตนาการและการมีสังคมที่กว้างขึ้นในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ร่วมกับคนที่ชื่นชอบเหมือนกัน กิจกรรมที่ชอบทำกับตุ๊กตามากสุด คือ สร้างหรือออกแบบเครื่องแต่งกายเครื่องประดับด้วยตนเองให้กับตุ๊กตา

จุดเริ่มต้นในการเล่นตุ๊กตาบลาซซ์

จุดเริ่มต้นในการรู้จักตุ๊กตาบลาซซ์นั้น กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกันคือ ในยุคแรกเริ่มนั้นส่วนใหญ่จะรู้จักตุ๊กตาบลาซซ์โดยผ่านคนรู้จัก ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน พี่ น้อง หน้าร้านจำหน่ายหรือห้างสรรพสินค้า และในปัจจุบันสื่ออย่างนิตยสาร โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต รวมถึงดาราที่เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้คนรู้จักตุ๊กตาบลาซซ์มากขึ้น

“เพื่อน คนรอบข้าง และตามสื่อต่างๆ เช่น จากการ search อินเทอร์เน็ต หรือตามรายการโทรทัศน์ บทความตามนิตยสาร เพราะดารา - ผู้มีชื่อเสียงนิยมเล่นกัน ...” dukedik (2553: สัมภาษณ์)

“พี่สาวรู้จัก และเริ่มเล่นก่อนจึงแนะนำให้อัศจรรย์ แต่เห็นครั้งแรกก็แบบน่ากลัวมากๆ แต่พอพี่สาวซื้อมาให้เล่นตัวนึงแล้วก็แบบ เออ น่ารักดีเนาะ ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

“รูปภาพตามเว็บต่างๆ แต่ถ้ารู้สึกชอบจริงๆ ก็ตอนไปเห็นตัวจริงที่ร้านขาย ...” NidBlythe (2553: สัมภาษณ์)

“เห็นรูปเพื่อนพี่ชายที่ไปเที่ยวฮ่องกงอุ้มบลาซออยู่ในมือด้วย ก็เลยสอบถามข้อมูลจากเขา แล้วไป search หาเว็บกับรูปภาพใน Google ก็มาเจอเว็บไซต์ Blythethailand.com นั่งดูทั้งวัน ยิ่งดูยิ่งหลง แล้วก็เลยอยากเห็นตัวเป็นๆ ไปเดินเยี่ยมชมร้านขายบลาซอหลายๆ ที่ ตัดสินใจรับน้องตัวแรกมาเลี้ยงดูจากร้าน แล้วก็ตัวต่อๆ มา ...” Farhizoe (2553: สัมภาษณ์)

“บังเอิญเจอรูปใน internet แล้วสนใจ เลยหาข้อมูลเพิ่มเติมใน Google โดยตอนนั้นน้องไม่ได้เป็นที่นิยม และเป็นที่รู้จักมากนักแต่เริ่มมาชอบจริงๆ ก็ที่ตลาดนัด ที่สกรีนลายลงบนเสื้อยืด และบลาซอที่วางขายอยู่ตามตลาดนัด ซึ่งที่เห็นอยู่นั้น คือบลาซอแท้นะ และคารานำมาออกทีวี ...” Honey-suchada (2553: สัมภาษณ์)

และต่อคำถามว่าทำไมถึงชื่นชอบตุ๊กตาบลาซอ อะไรที่ทำให้หลงใหลในเสน่ห์ของตุ๊กตาบลาซอ ส่วนใหญ่จะตอบในทำนองเดียวกัน เกี่ยวเนื่องกับพื้นฐานของคนที่ชอบตุ๊กตา หรือของสะสมน่ารักๆ อยู่แล้ว ประกอบกับเรื่องหน้าตา รูปร่างที่มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และสามารถต่อยอดในการเล่นได้หลากหลายรูปแบบ

“หน้าตาน่ารัก ถ่ายรูปขึ้นกล้อง สามารถปรับเปลี่ยนได้หลากหลายทั้งตาและการกัศตม นิยส์ส่วนตัวชอบตุ๊กตาและงานฝีมือพวกเย็บผ้าบ้างตัดเสื้อผ้าบ้าง เอาจริงๆ บางทีไม่ทราบว่าเป็นเพราะอะไร แต่เป็นรักแรกพบแน่นอน ...” NidBlythe (2553: สัมภาษณ์)

“เป็นตุ๊กตาที่ไม่เหมือนตุ๊กตาอื่นๆ สามารถทำอะไรได้หลายอย่าง เหมือนคนๆ หนึ่งต้องแต่งหน้า อาบน้ำสระผม ทำผม แต่งตัว ไม่จำเจไม่น่าเบื่อ ดวงตาของน้องเปลี่ยนสีได้ หัวโตเป็นเอกลักษณ์ประจำตัวน้อง และสามารถนำไปกัศตม ตัดเสื้อผ้าขายประกอบอาชีพกันได้สำหรับคนที่กัศตมหรือตัดผ้าเป็น ...” Honey-suchada (2553: สัมภาษณ์)

“ความแตกต่างอย่างสิ้นเชิง ที่ไม่ได้เป็นแค่ตุ๊กตาที่เอามาเปลี่ยนชุดเล่นเฉยๆ ความสามารถที่มากมายในการเล่น และความเป็นเอกลักษณ์ที่เราสามารถสร้างได้เอง ...” modcatz (2553: สัมภาษณ์)

“เป็นตุ๊กตาที่แสดงความเป็นตัวเอง มีสไตล์ มีเรื่องราว มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ถ่ายรูปแล้วออกมาสวย มีเสน่ห์ เหมือนเป็นตัวแทนที่สื่อสารเรื่องราวต่างๆ ได้ ความน่ารัก สามารถเล่นได้หลากหลายวิธี ...” Farhizoe (2553: สัมภาษณ์)

“ความ classic ที่เป็นเสน่ห์ในตัวของตุ๊กตา ที่ทำให้ไม่เบื่อไม่ว่าเวลาจะผ่านไปนานขนาดไหนก็ตาม ...” noonoot (2553: สัมภาษณ์)

“เป็นตุ๊กตาที่มีเสน่ห์ในตัวเอง ครั้งแรกที่เห็นจำได้ว่ารู้สึก ว่า ตุ๊กตาอะไร น่ารักจัง เหมือนมีชีวิต ไม่เคยหลงตุ๊กตาอะไรขนาดนี้ และด้วยความที่ไม่ได้เป็นแค่ตุ๊กตาแบบที่หลายๆ คนเข้าใจ ตุ๊กตาบลายธ์ทำอะไรได้มากกว่าที่หลายๆ คนเข้าใจ ไม่ว่าจะเป็นการคัสตอม ซึ่งต้องใส่ใจในรายละเอียดทุกๆ ขั้นตอนเหมือนเป็นศิลปะ ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

“รู้สึกเหมือนน้องมีชีวิต หน้าตาน่ารักดี ที่สำคัญสามารถเปลี่ยนแปลงหรือแต่งเติมได้ตามที่เราต้องการ อย่างแต่งตัว คัสตอม เปลี่ยนหุ่นปรับนี้ ถ่ายรูป พาไปเที่ยว รู้สึกว่าเล่นเขาแล้ว มีกิจกรรมให้ทำเยอะ ...” dukedik (2553: สัมภาษณ์)

และถามต่อว่าตุ๊กตาบลายธ์ให้อะไรกับเราบ้าง เคยคิดเสียดายกับเงินที่จ่ายไปบ้างรึเปล่า ส่วนใหญ่จะตอบทำนองเดียวกัน ว่าคุ้มค่าในการหามาครอบครองไม่เสียดายเมื่อแลกกับความสุขเหมือนได้เพื่อนและความผูกพัน

“มีคนรอบข้างพูดเยอะว่าซื้อมาได้ไง ตุ๊กตาอะไรแพงก็แพง แต่พอได้มาแล้วเหมือนเราได้เพื่อนใหม่เพิ่มมากขึ้น และก็รู้สึกว่ามันน่ารักๆ ที่ได้มาน่ารักสมใจเลย ถึงตุ๊กตาบลายธ์นั้นจะมีราคาที่สูง แต่ก็เทียบไม่ได้กับความรักและความผูกพันที่เกิดขึ้นระหว่างคนกับตุ๊กตา ที่หากเริ่มต้นแล้วจะไม่มีที่สิ้นสุด ...” pyn1978 (2553: สัมภาษณ์)

“ถ้าเป็นเรื่องของความรู้สึก ส่วนตัวมองบลาซซ์เป็นมากกว่าตุ๊กตาทั่วไป เขาเป็นเพื่อนเรา และการเล่นกับบลาซซ์ถือเป็นการพักผ่อนอย่างสร้างสรรค์ งานศิลปะมากมายเกิดขึ้นจาก ตุ๊กตาบลาซซ์ เช่น Gallery ภาพถ่าย/ภาพวาด เรื่องราว การออกแบบเสื้อผ้า ของใช้ ฯลฯ ถามว่าคุ้มไหมกับการซื้อ ยกตัวอย่าง อย่างภาพวาดราคาหลายๆ ล้าน ก็มีทั้งคนซื้อ คนอยากซื้อ แล้วก็นึกไม่มองเลยก็มีจริงไหม มันขึ้นอยู่กับถามหาความคุ้มกับใครเท่านั้น ...”

modcatz (2553: สัมภาษณ์)

“ความคุ้มค่าถ้าจะเทียบกับความรู้สึกคงเทียบไม่ได้ เพราะคุณค่าที่น้องให้กับเรามันเป็น ความสุขใจ เป็นความน่ารักที่เมื่อไรที่เรามองเขาเราก็จะรู้สึกสบายใจ หายเหนื่อย หาย เครียด เราเลยไม่เคยมองว่าจะคุ้มหรือไม่คุ้มเพราะเรารักน้อง ซึ่ของน้องมาก็เพราะความรู้สึก ถึงด้านจิตใจ เป็นเหมือนงานอดิเรก เป็นของสะสมที่ไม่ได้สนว่ามูลค่าจะมากแค่ไหน ขอ เพียงซื้อแล้วสุขใจมันก็น่าจะเพียงพอแล้ว ...” NidBlythe (2553: สัมภาษณ์)

“น้องเป็นเหมือนที่ปรึกษาให้กับเรา คนที่ไม่มีน้องก็ 모르หรือกว่าเค้าเป็นเหมือนคนที่ทำให้ เราหายเครียดได้ในทุกเมื่อ เครียดเมื่อไหร่ ก็หยิบน้องขึ้นมาเล่น มองๆ เขา บางครั้งเพื่อ ขนาดคุยกับเขาเลยก็มี เคยรู้สึกว่าจะซื้อทำไมกับตุ๊กตาที่ราคาแพงเกินไป แต่คิดไปคิดมา ก็ มารู้แล้วว่า น้องคุ้มค่าที่สุดแล้วกับราคาเท่านี้ และเพราะเหมือนเป็นของสะสมที่มีค่า และมี ราคา ถึงบางครั้งราคาของรุ่นนั้นอาจจะตกไปบ้างก็ตาม ...” Honey-suchada, (2553: สัมภาษณ์)

“ถ้าเราซื้อสิ่งที่เราชอบแล้วเรามีความสุขก็ไม่เสียค่าอะไรแล้ว แต่ก็แอบเสียค่ากับราคา น้องตก เพราะเมื่อก่อนราคาสูงเมื่อเทียบกับตอนนี้ซื้อได้มากกว่าตอนนั้นอีกได้ ...” noonoot (2553: สัมภาษณ์)

“ก็เสียค่า บางครั้งก็คิดว่า มันเป็นสิ่งไม่จำเป็น น่าจะเก็บเงินซื้อทองไว้ขายเกร็งกำไรดีกว่า แต่บางครั้งก็คิดว่าใส่ทองก็มีความสุขเท่าแต่ตัวให้น้องนะ เห็นน้องแล้วแบบว่าน่ารัก เหมือนทำให้เราอ่อนวัยเด็กด้วยมั้ง น้องทำให้ชีวิตมีอะไรให้ทำเยอะขึ้น ได้ตัดชุด ได้ถ่ายรูป ได้เพื่อน ไม่เคยเสียค่าเลยที่ซื้อน้องมา ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

อัตลักษณ์ของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ในสังคมไทย

การสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ มีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านหลายสิ่งหลายอย่าง แต่ที่เด่นชัดและสามารถอธิบายปรากฏการณ์ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ได้อย่างเข้าใจมากที่สุดก็คือ การแสดงอัตลักษณ์ผ่านวัฒนธรรมย่อยของกลุ่ม โดยมีการแสดงออกให้พบเห็นในชุมชนออนไลน์ และงานมีทติ้งหรือกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

1. ลักษณะที่ปรากฏ
2. การประพฤติปฏิบัติตัว เช่น การแสดงออก กิริยา ท่าทาง
3. ภาษาของกลุ่ม เช่น ศัพท์เฉพาะของกลุ่ม วิธีการพูด
4. ค่านิยม

1. ลักษณะที่ปรากฏ

ลักษณะที่ปรากฏ เป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ที่เด่นชัดที่สุด โดยสะท้อนผ่านการพกพาตุ๊กตาบลายซ์ติดตัว ข้าวของเครื่องใช้ ประดิษฐ์กรรมต่างๆ และการรวมกลุ่มพบปะหรือมีทติ้ง โดยรวมคือลักษณะภายนอกที่ปรากฏนั่นเอง จากการสังเกตผ่านเว็บไซต์ Blythethailand เป็นหลัก และงานมีทติ้งต่างๆ ของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ โดยจะทำการนำเสนอให้เห็นพร้อมตัวอย่างจริง โดยผู้วิจัยได้แบ่งลักษณะที่ปรากฏหรือรูปลักษณะภายนอกของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

- การพกพาตุ๊กตาบลายซ์ติดตัว

เอกลักษณ์ที่เด่นชัดที่สุดของผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์คือ “การพกพาตุ๊กตาบลายซ์ติดตัว” กลุ่มนี้มีการพกพาตุ๊กตาบลายซ์ติดตัวเสมือนเงาตามตัว นอกเหนือจากพกพาไปเข้าร่วมทำกิจกรรมต่างๆ แล้ว ยังมักพาตุ๊กตาของตนไปในสถานที่ต่างๆ หรือเรียกได้ว่ามีการนำตุ๊กตาเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน เช่น พกพาไปทำงาน ไปทานข้าวนอกบ้าน ไปเที่ยว ได้ทุกสถานที่และทุกเวลาเมื่อเจ้าของต้องการ

“เคยพาไปเที่ยวด้วยตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่เอาไปที่
ละตัวสองตัว ขนไปหมดไม่ไหว ...” NidBlythe (2553: สัมภาษณ์)

“พาไปนอกบ้านบ่อย และจะพาไปเที่ยวต่างจังหวัดด้วยทุกครั้ง และพาไปงานมิดดิง ...”
modcatz (2553: สัมภาษณ์)

“เคยพาไปบ้านเพื่อน ไม่ใช่เพื่อนที่เล่นบลาซด์ด้วยกันนะ และตามร้านอาหารต่างๆ เอาติด
ตัวไปด้วย แต่บางครั้งก็ไม่ได้เอน้องไป แล้วแต่โอกาส เพราะได้ถ่ายรูปเล่น ...” Honey-
suchada (2553: สัมภาษณ์)



เมืองจำลอง จ.ชลบุรี



แก่งกระจาน จ.เพชรบุรี



กรุงเทพมหานคร

ภาพที่ 6 การพกพาตุ๊กตาบลาซด์ติดตัวไปเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ในประเทศไทย

ที่มา: Blythethailand.com (2010)



ตุ๊กตาบลายธ์ในประเทศฮ่องกง



ตุ๊กตาบลายธ์ในประเทศญี่ปุ่น

ภาพที่ 7 การพกพาตุ๊กตาบลายธ์ติดตัวไปเที่ยวต่างประเทศ

ที่มา: Blythethailand.com (2010)

- เทคโนโลยีที่ทันสมัยหรือเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มนี้ส่วนใหญ่มักใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเทคโนโลยีที่หลากหลาย อาทิ กล้องถ่ายรูป จัดเป็นอุปกรณ์ที่สำคัญของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ เพราะการถ่ายภาพนั้นถือเป็นกิจกรรมหลักที่อยู่ควบคู่กับการแต่งตัวให้ตุ๊กตา และกลุ่มนี้มักอัปโหลดรูปภาพให้เพื่อนสมาชิกคนอื่นๆ ได้เข้ามาชื่นชม นอกจากกล้องถ่ายรูปแล้ว ปัจจุบันโทรศัพท์มือถือที่สามารถถ่ายรูปได้คมชัดก็ถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของบรรดาผู้ที่ชอบการถ่ายรูปด้วยเช่นกัน จากการสังเกตและสัมภาษณ์ของผู้วิจัย กล้องที่กลุ่มผู้นิยมส่วนใหญ่ใช้นั้นมีตั้งแต่กล้องชั้นดีราคาแพง ไปจนถึงกล้องที่มาพร้อมโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางการเงินของผู้ใช้ด้วย

“หลักๆ เลยที่ต้องมี กล้อง และ Notebook จะพกติดตัวตลอด ...” NidBlythe (2553: สัมภาษณ์)

“ที่ใช่ๆ อยู่ตอนนี้ก็มี Blackberry, กล้อง DSLR, PC, Notebook ...” modcatz (2553: สัมภาษณ์)

ส่วนใหญ่ตอบไปในทางเดียวกันโดยจะนำเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้มาใช้ร่วมกับการเล่นตุ๊กตาบลายซ์ กิจกรรมหลักๆ คือ ใช้กล้องถ่ายภาพและโพสต์ภาพลงอินเทอร์เน็ต แชร์ให้เพื่อนคนอื่นๆ ได้ชมหรือเก็บไว้เป็นที่ระลึกสำหรับตนเอง

“ก็จะใช้กล้องดิจิตอลถ่ายรูปให้กับตุ๊กตา และก็จะใช้คอมพิวเตอร์โพสต์รูปลงอินเทอร์เน็ต ส่วนมากถ้าวันไหนมีการเปลี่ยนเครื่องแต่งกายให้ตุ๊กตาก็จะเก็บภาพไว้เสมอๆ ...”

NidBlythe (2553: สัมภาษณ์)

“ใช้ถ่ายรูปลงโน้ตบุ๊ก ส่วนใหญ่ทำไว้เพื่อลงขายชุดตุ๊กตา ...” noonoot (2553: สัมภาษณ์)

“ส่วนใหญ่จะใช้ คอมพิวเตอร์ไว้สำหรับสังสรรค์พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเว็บ Blythethailand หรือชื่อของใช้ของบลายซ์ รวมทั้งหาข้อมูลรุ่นใหม่ๆ และวิธีการคัสตอม ดูแลรักษา และถ่ายรูปอื่นๆ อัปเดตลงกระทู้บ่อย ...” Honey-suchada (2553: สัมภาษณ์)

นอกจากกล้องและโทรศัพท์มือถือแล้ว อุปกรณ์ที่สำคัญของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์อีกอย่างหนึ่งคือ คอมพิวเตอร์ และส่วนใหญ่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตตลอดเวลา เหล่านี้ล้วนนำมาใช้ในการอัปเดตข่าวสารใหม่ๆ พูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้กับเพื่อนๆ และอัปเดตรูปภาพตุ๊กตาบลายซ์ของตนส่วนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่งไว้ใช้ดำเนินชีวิตประจำวัน เพราะการเล่นตุ๊กตาสำหรับคนกลุ่มนี้คือการแต่งตัว คอยอัปเดตสิ่งใหม่ๆ หรือถ่ายภาพแชร์กัน คนกลุ่มนี้จึงต้องแสวงหาอุปกรณ์ที่พร้อมต่อการเล่นตุ๊กตาให้มีความสุขและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

- อุปกรณ์เสริม

อุปกรณ์เสริมของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ มีเพื่อให้การเล่นตุ๊กตาบลายซ์สมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น ส่วนใหญ่จะนึกถึงกระเป๋าใส่ตุ๊กตาบลายซ์, พร็อพตกแต่ง เครื่องประดับ รวมถึงเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายล้วนเป็นอุปกรณ์เสริมที่กลุ่มเหล่านี้ต้องสรรหาและมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยคนกลุ่มนี้มักเลือกหามาให้ตุ๊กตาของตนเองด้วยความละเอียด พิถีพิถัน แสดงถึงการให้ความสำคัญและความทะนุถนอม อุปกรณ์เสริมจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ที่คนกลุ่มนี้เลือกมาให้แก่ตุ๊กตาที่ตนเองรักเพื่อทำให้การเล่นและทำให้ตัวตุ๊กตาโดดเด่นยิ่งขึ้น



กระเป๋าใส่ตุ๊กตาแบรนด์ไทย



ตัวอย่างสีผม

ภาพที่ 8 กระเป๋าใส่ตุ๊กตาแบรนด์ไทย และตัวอย่างสีผมสำหรับวิธี² ผมหักตุ๊กตา

ที่มา: Positioning.com (2009), Blythethailand.com (2010)

² คำว่า วิธี เป็นคำที่กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ใช้เรียกวิธีการเย็บผมตุ๊กตา คือการนำปลายเข็มมาจิ้มแฉงผมลงบน หน้าศีรษะตุ๊กตา โดยทำการถักคล้องแบบลูกโซ่ไว้ที่ด้านใน เพื่อเปลี่ยนสีผมตุ๊กตาหรือทำให้ผมหนาขึ้น ผมที่ใช้ ปัจจุบันมีชนิดธรรมดา, ชนิดเปลี่ยนสีได้ตามอุณหภูมิ, ชนิดเรืองแสงได้ในที่มืด



ภาพที่ 9 ตัวอย่างภาพเสื้อผ้าแบรนด์ยอคนิยม “BHC” จากประเทศฮ่องกง
ที่มา: bhc.hk.com (2009)



เสื้อผ้ามือหนึ่งฝีมือคนไทย



เสื้อผ้าสองฝีมือคนไทย

ภาพที่ 10 เสื้อผ้ามือหนึ่งฝีมือคนไทย และเสื้อผ้าสองฝีมือคนไทย
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

ประกอบกับกลุ่มนี้มักหาข่าวของเครื่องใช้ เครื่องแต่งกาย รวมถึงอีกหลายสิ่งหลายอย่าง ที่คนจริงๆ ใช้ กลับมาให้เห็นแก่ตุ๊กตาของตนเอง โดยส่วนหนึ่งมองตุ๊กตาว่าเป็นเหมือนสมาชิกในครอบครัวจึงต้องมีต้องใช้เหมือนของคนจริงๆ ต่างกันแค่ขนาดที่ย่อส่วนลงไปเท่านั้น และอีกส่วนหนึ่งมองว่าการหาอุปกรณ์เสริมต่างๆ ให้แก่ตุ๊กตาของตนเอง จะทำให้การเล่นหรือการถ่ายภาพ

ตุ๊กตาทำได้สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น อีกทั้งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มนี้มีการให้หรือกำหนดคุณค่าของตุ๊กตาว่าเป็นยิ่งกว่าตุ๊กตา โดยมีความรัก ความผูกพันต่อกัน



ห้องนอน

ห้องนั่งเล่น

ห้องน้ำ

ภาพที่ 11 การจัดห้องนอน ห้องนั่งเล่น และห้องน้ำ ให้แก่ตุ๊กตาเสมือนของคนจริง
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

2. การประพุดิปฏิบัติตัว

รูปแบบการประพุดิปฏิบัติตัว ในที่นี้หมายถึงการแสดงออก กิริยา ท่าทาง หรือกิจกรรมของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ที่ได้แสดงตัวตนผ่านทาง Forum (เว็บบอร์ด) และงานมีทติ้ง รวมถึงความรู้สึกหรือการให้ความสำคัญหรือค่านิยมต่างๆ ที่ล้วนจะก่อให้เกิดการแสดงตัวตนต่อสิ่งนั้นๆ ออกมา มีดังนี้

- ลักษณะการแต่งกาย

ลักษณะการแต่งกายให้ตนเองและตุ๊กตาของตนเองนั้นมีมากมายหลายรูปแบบทั้งแบบเสื้อผ้าธรรมดาที่คนทั่วไปสวมใส่ในชีวิตประจำวัน และแตกต่างจากเสื้อผ้าธรรมดา เช่น การแต่งกายดัดแปลงจากแนวตัวละครในการ์ตูน แนวแฟนตาซี หรือภาพยนตร์ต่างๆ การแต่งกายให้ตนเองและตุ๊กตาของตนเองหรือการแต่งกายคู่เหมือนนั้น นอกเหนือจากงานกิจกรรมที่ให้เข้าร่วมแต่งตามคอนเซ็ปต์ต่างๆ แล้ว ในสังคมจริงส่วนใหญ่จะพบว่ากลุ่มเหล่านี้มีการแต่งกายให้เฉพาะตุ๊กตาอย่างเดียวน และมีบ้างสำหรับการแต่งกายเป็นคู่เหมือนกับตุ๊กตาโดยจะเน้นเป็นชุดธรรมดาที่สวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน เช่น สีและลายให้คล้ายกัน แบ่งได้ 3 ลักษณะ ดังนี้

1. การแต่งกายให้ตุ๊กตาประกอบกับการเสริมลักษณะบางอย่างให้คล้ายกันกับตุ๊กตาของตนเอง เช่น ทรงผม สีผม และประดับแอกเซสเซอรี่ให้เหมือนตุ๊กตาตัวโปรด (พบมากสุดในการทำบรู๊นออริจินัลที่ไม่ผ่านการคัดต่อมใดๆ)



ภาพที่ 12 ตัวอย่างการแต่งกายลักษณะที่ 1 โดยมีการทำผมหรือเครื่องประดับให้คล้ายคลึงหรือมีส่วนร่วมกับตุ๊กตาตัวโปรด

ที่มา: Blythethailand.com (2010)

2. การตกแต่งหรือการเปลี่ยนแปลงในระดับสูงหรือการคัดต่อมตุ๊กตาให้เห็นถึงสไตล์หรือให้เหมือนตัวจริงของผู้เป็นเจ้าของ



ภาพที่ 13 ตัวอย่างการตกแต่งลักษณะที่ 2 เปรียบเทียบการตกแต่งตุ๊กตาหรือการคัดต่อมให้เหมือนตัวจริงของผู้เป็นเจ้าของ

ที่มา: Leo-toy.com (2009)



ภาพที่ 14 การตกแต่งลักษณะที่ 2 เปรียบเทียบการคัสตอมให้เหมือนตัวจริงต้นแบบ
คือ โอปอล (นักแสดง)

ที่มา: Leo-toy.com (2009) และ Entertainment.thaiza.com (2009)

3. การตกแต่งให้ตุ๊กตาในแบบที่ชีวิตจริงผู้เป็นเจ้าของไม่สามารถทำได้หรือไม่
สามารถทำได้บ่อยครั้งเป็นการแสดงจินตนาการผ่านตุ๊กตาของเราเอง เช่น สีมชมพู สวมใส่ชุด
แฟนซี นางงาม เป็นต้น



การแต่งกายชุดนางงาม



การแต่งกายชุดแฟนซี

ภาพที่ 15 ตัวอย่างภาพการแต่งกายลักษณะที่ 3 ใน Theme นางงามและชุดแฟนซี

ที่มา: Blythethailand.com (2010)

- การตั้งชื่อตุ๊กตาบลายซ์

กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ส่วนใหญ่มักคิดสรรชื่อมาตั้งให้แก่ตุ๊กตาของตนเองเพื่อแสดงออกถึงการเล่นในแบบให้ความสำคัญและใส่ใจ ในอีกแง่หนึ่งก็สามารถบ่งบอกถึงความเป็นตัวตน ศักดิ์ศรี เกียรติยศ รสนิยม และทุกสิ่งทุกอย่างสื่อให้เพื่อนสมาชิกหรือบุคคลทั่วไปรับรู้ บางครั้งมีการให้เพื่อนๆ ในกลุ่มร่วมกันตั้งชื่ออีกด้วย โดยชื่อส่วนใหญ่จะไปทางภาษาอังกฤษ ญี่ปุ่น ละติน กรีกโบราณ หรือไทยดั้งเดิม เช่น Ava, Alexia, Andria, Blueberry Cobbler, Haru, แชไข ฅ จุดนี้ ยังไม่เคยเห็นภาษาอีสานแต่อย่างใด เช่น อีหล่า คำแก้ว เป็นต้น

The screenshot shows a forum thread on Blythe Thailand forum. The thread is titled "*** แนะนำ น้อง myria de Bonamana & น้อง myria de Bennemony แห่งบ้านลูแปง ***" (Recommendation of Myria de Bonamana and Myria de Bennemony from House Lupen). The thread is started by WhiteLupin on 13/10/2010 at 16:59:34 pm. The thread includes a post from monocolo (Blythe Photo Gang) on 13/10/2010 at 20:37:57 pm, and a post from Farhizoe on 13/10/2010 at 21:09:33 pm. The posts discuss the names Myria de Bonamana and Myria de Bennemony, and the thread is moderated by Blythe Thailand.

WhiteLupin
รักน้องจิ้งจอกทั้งน้องนะ อีอี Neo Blythe RBL [Radiance]
verified: [checkmark]
เพศ: [male icon]
กระทู้: 102

***** แนะนำ น้อง myria de Bonamana & น้อง myria de Bennemony แห่งบ้านลูแปง *****
งครับ**
« เมื่อ: กันยายน 13, 2010, 16:59:34 pm »

ลูกสาวคนใหม่ น้อง myria de Bonamana (มาเรีย เดอ โบนามาเน่า) อุปกรณ์จาก ร้าน ฟี้อ Phantom คร้าม

monocolo
Blythe Photo Gang
verified: [checkmark]
เพศ: [female icon]
กระทู้: 974

Re: *** แนะนำ น้อง myria de Bonamana & น้อง myria de Bennemony แห่งบ้านลูแปงครับ**
« ตอบ #5 เมื่อ: กันยายน 13, 2010, 20:37:57 pm »

สวยงามทั้งคู่เลยแฮะ
น้องชื่อเพราะด้วยค่ะ ดูใส่มาก
ปะป๊าเข้าใจตั้งนะ ^^

Farhizoe
นักออกแบบในเทศศิลป์ ลิขสิทธิ์ Cawaii :)
Vintage Blythe
verified: [checkmark]
เพศ: [female icon]
กระทู้: 2842

Re: *** แนะนำ น้อง myria de Bonamana & น้อง myria de Bennemony แห่งบ้านลูแปงครับ**
« ตอบ #6 เมื่อ: กันยายน 13, 2010, 21:09:33 pm »

น้องสวยงามทั้งคู่เลยคะ ชื่อเพราะด้วย

ภาพที่ 16 กระบวนการเลือกคำมาตั้งชื่อและการแสดงความคิดเห็นต่อชื่อจากเพื่อนๆ
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

x188858881x
< Venice> < Brooklyn>
< Berlin> < Derby>
Neo Blythe BL-TYPE
๒๒๒๒๒๒
ออนไลน์

เพศ: ♀
กรุ๊ป: 1194



< Venice> < Brooklyn>
< Berlin> < Derby>

14 Sep สรุปคะแนนโหวตชื่อน้องเล่ประจำวัน ร่วมโหวตชิงรางวัลค่ะ P.27
« ตอน #391 เมื่อ: กันยายน 14, 2010, 09:45:15 am »

สรุปคะแนนโหวตชื่อน้องเล่ประจำวันนี้ค่ะ

Derby 13 คะแนน
Dixie 5 คะแนน
Dublin 8 คะแนน

ร่วมสนุกกันได้ค่ะ ปิดพรงนี้แล้วตอนดึกๆ มีรางวัลแจกให้ 5 คนค่ะ
ผู้เข้าร่วมโหวตมีสิทธิ์ได้รับรางวัลทุกคนเราจะจับฉลากเอาค่ะ

ปิดท้ายด้วยรูปน้องเล่ค่า

เย่ๆ พรงนี้หนูก็ได้ชื่อแล้ว



jemmyjem
Newbie
ออนไลน์
verified: ✓
กรุ๊ป: 15

Re: (11 Sep 10)เปิดตัวน้องเล่ ร่วมโหวตชื่อน้อง มีรางวัลให้ด้วยค่ะ P.24 จำ
« ตอน #360 เมื่อ: กันยายน 11, 2010, 23:32:24 pm »

ขอโหวต Dublin (ดับลิน) ค่ะ ชื่อน่ารัก ละก็จะได้คล้ายๆพี่ 2 สาว ...๐ brooklyn... berlin... แล้วก็น้องเล็ก dublin
....
น่ารักกันจริงๆเด็กบ้านนี้....

แจ้งลบกระทู้นี้หรือติดต่อผู้ดูแล  xx.x0.224.223

pranon
Neo Blythe SBL
[Superior]
๒๒๒๒
ออนไลน์
verified: ✓
เพศ: ♀
กรุ๊ป: 192

Re: (12 Sep 10)สรุปคะแนนโหวตประจำวัน+รูปเล่ P.25 โหวตชื่อน้องเล่ P.24 จำ
« ตอน #372 เมื่อ: กันยายน 12, 2010, 16:12:17 pm »

แวนมากี่ติดประจำวัน

เล่น่ารักกกกหน่อ อ้อ คุณแม่กำลังหลงเลยละสิ 😊 ดอเนี่ยพี่สาวสามคนกำลังนอนเล่นอยู่ในกระป๋องไข่ปะเอย

แอบโหวตดับลินอีกชื่อได้มะคะ รู้สึกว่าดีก็ขี้เกียจ แต่ดับลินก็สุด ทำไงดีงะเนี่ย 🙄

ภาพที่ 17 กระทั่งร่วมกันโหวตชื่อและการแสดงความคิดเห็นในการเสนอชื่อจากเพื่อนสมาชิก
ที่มา: Blythethailand.com (2009)

และต่อคำถามว่าทำไมถึงต้องตั้งชื่อตุ๊กตา กลุ่มส่วนใหญ่จะตอบเหมือนกันว่าการตั้งชื่อไว้เรียกแต่ละตัวนั้น ล้วนแสดงถึงความรู้สึกที่มีต่อตุ๊กตาบลายธ์ รวมถึงคุณค่า ความมีเรื่องราวที่ตัวเราสร้างขึ้นในครั้งแรก และสามารถบอกถึงความไม่ยากเหมือนใครทั้งเป็นการแสดงเอกลักษณ์ของตนเองด้วย โดยมองว่าการตั้งชื่อถือเป็น Topic ใหญ่ บางครั้งใช้เวลาคิดชื่อเป็นวันๆ เลยก็มี

“มีตั้งชื่อแต่ไม่ครบทุกนางหรือ เพราะเยอะแยะแล้วจำชื่อไม่ได้แต่มีตัวแรก ๆ ที่ตั้งชื่อให้นามิจัง ชังชัง พูจิง ก็จะเรียกแบบนั้นมาตลอด ...” NidBlythe (2553: สัมภาษณ์)

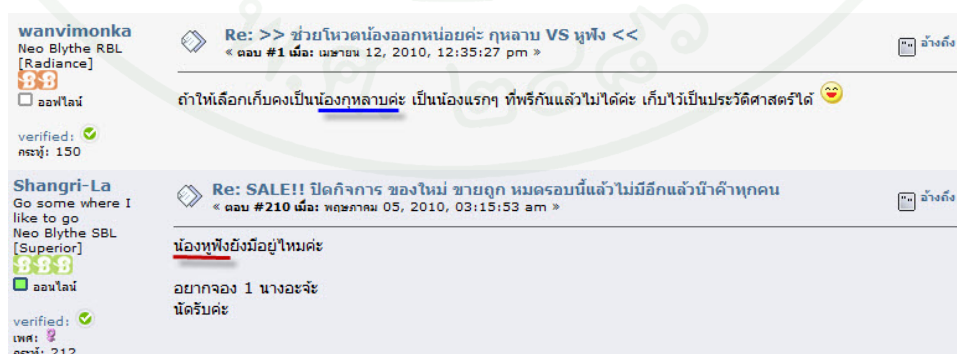
“มีการตั้งชื่อ เช่น ขาหิ ทอฝัน ปลายรุ้ง พลอยชมพู และแต่ละตัวก็มีบุคลิกแตกต่างกันไป อย่างที่บ้านจะมีการตั้งสังกัดคลัสเตอร์กับหญิงไทยและจะจับให้เข้าเป็นสังกัดตามบุคลิกแต่ละตัวด้วย ...” Farhizoe (2553: สัมภาษณ์)

“จะตั้งชื่อให้ทุกตัวและจำได้หมดด้วยที่มีก็ เช่น Love Me Please, Coco, Hip Hop, Milken ประมาณนี้ ...” modcatz (2553: สัมภาษณ์)

“อย่างที่บ้านก็จะเน้นชื่อที่ขึ้นต้นด้วย ม.ม้า เช่น มัฟฟิน เมเปิ้ล มอแกน มาแตร์ แมรี่ มิตติง มัลดีฟ ฟังแล้วดูน่ารักและสร้างเอกลักษณ์ให้น้องแต่ละตัวได้ด้วย ...” Honey-suchada (2553: สัมภาษณ์)

- การตั้งชื่อรุ่นตุ๊กตาไว้เพื่อเรียกเฉพาะของกลุ่ม

เนื่องจากตุ๊กตาบลายซ์แต่ละรุ่น ทางผู้ผลิตได้มีการตั้งชื่อรุ่น เรื่องราวความเป็นมาและเป็นที่ยอมรับเป็นที่เข้าใจในสากลต่อชื่อรุ่นแต่ละรุ่นอยู่แล้ว แต่กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ที่เป็นคนไทยส่วนใหญ่ ยังได้มีการคิดค้นคำมาเรียกชื่อรุ่นแต่ละรุ่น ตามลักษณะ คาแร็กเตอร์ แอคเซสเซอร์ หรือจากอื่นๆ ไว้อสื่อสารและเป็นที่เข้าใจกันภายในกลุ่มของตน ดังนี้



ภาพที่ 18 กระดาษแสดงความคิดเห็นของกลุ่มที่คิดคำมาเรียกชื่อแทนรุ่นต่างๆ

ที่มา: Blythethailand.com (2010)



รู้น CWC Limited le jardin de maman



รู้น Beatrice vest

ภาพที่ 19 ตัวอย่างรูปภาพเปิดตัวตุ๊กตาบลายรู้น CWC Limited le jardin de maman (ชุดประกอบด้วยดอกกุหลาบ) และรู้น Beatrice vest (มีเครื่องประดับเป็นหูฟัง)
ที่มา: Blythedoll.com (2009)

และถามต่อว่าทำไมต้องหาชื่อมาเรียก ทั้งๆ ที่มีชื่อรุ่นจากผู้ผลิตประเทศญี่ปุ่นอยู่แล้ว เรียนรู้มาจากใคร กลุ่มผู้นิยมส่วนใหญ่ตอบไปในทางเดียวกัน คือ ทั้งเคยได้ยินสมาชิกคนอื่นๆ เรียก และตัวเองก็เรียกชื่อเหล่านี้แทนชื่อรุ่นจริงด้วยเหมือนกัน โดยการเรียกตามๆ กันและการเรียกชื่อแบบนี้ก็สามารถเข้าใจตรงกันของคนในกลุ่ม โดยระยะเวลาไม่ได้ว่าเริ่มเรียนรู้เมื่อใด

“ตอนที่เห็นภาพร่าง คงเห็นลักษณะเด่นที่ดอกกุหลาบกันมั้งนะไม่แน่ใจ ก็เลยพากันเรียกว่า น้องกุหลาบไปโดยปริยาย ก็เห็นว่ามีดอกกุหลาบ ก็เรียกตามๆ กัน ...” noonoot (2553: สัมภาษณ์)

“ที่เรียกเพราะเห็นจากลายชุดหรือพวกอุปกรณ์ เครื่องประดับที่เป็นเอกลักษณ์ของน้อง เรียกแบบนี้เพราะคนส่วนใหญ่เรียกกันติดปากมากกว่าชื่อเป็นภาษาอังกฤษ ง่ายแล้วก็เข้าใจตรงกันด้วย ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

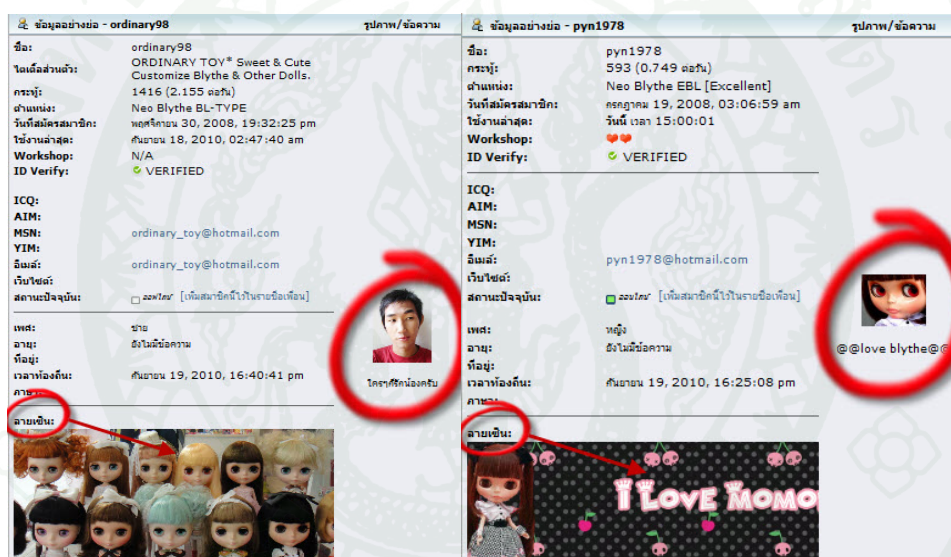
“เคยได้ยินและเรียกแบบนี้บ้างเป็นบางตัว เช่น กุหลาบ สอม ...” modcatz (2553: สัมภาษณ์)

“แล้วแต่ความเคยชิน เพราะบางรุ่นชื่อยาวอ่านยาก เขาเรียกอะไรก็เรียกๆ ตามเขาไปแล้วให้เข้าใจตรงกันเป็นพอ ...” Farhizoe (2553: สัมภาษณ์)

“ถ้าสมมติว่าคุยกันในกลุ่ม ก็ต้องเรียกแบบนั้น ...” Honey-suchada (2553: สัมภาษณ์)

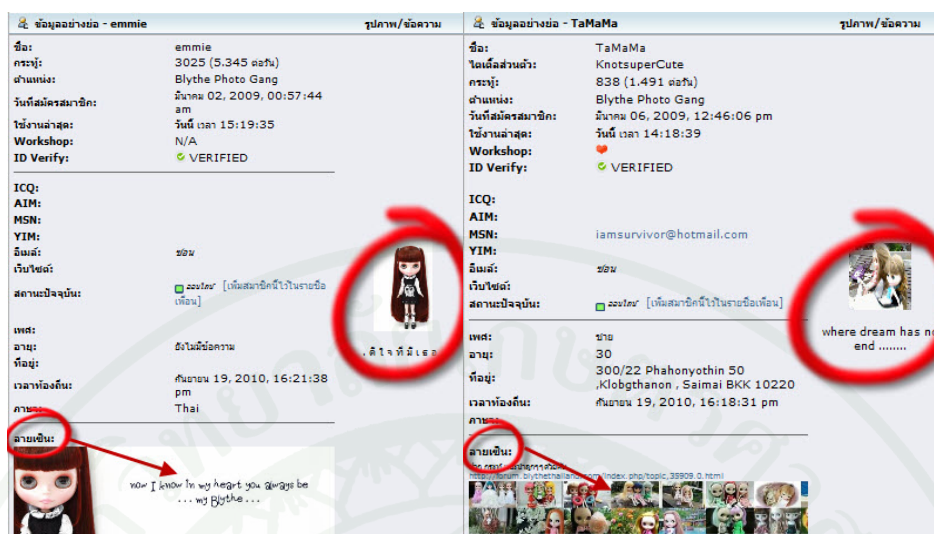
- การแต่งรูปประจำตัว (ID) หรือแสดงรูปลายเซ็นต์ (Signature)

จากการสังเกตผ่านเว็บบอร์ด ส่วนใหญ่กลุ่มนี้นิยมแต่งรูปประจำตัว(ID) หรือแสดงรูปลายเซ็นต์ (Signature) ของตนเองเป็นรูปตุ๊กตาบลายซ์ที่ได้ครอบครอง หรือคำบรรยายที่ล้วนแสดงความรู้สึกที่มีต่อตุ๊กตาบลายซ์ เป็นต้น



ภาพที่ 20 ภาพแสดงตัวอย่างรูปประจำตัว (ID) และรูปลายเซ็นต์ (Signature)

ที่มา: Blythethailand.com (2010)

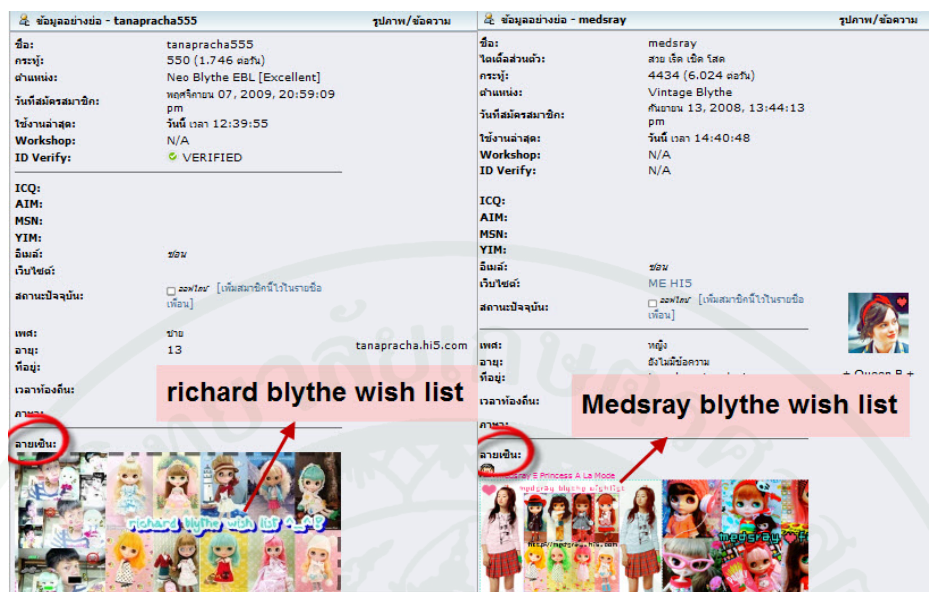


ภาพที่ 21 ภาพแสดงตัวอย่างรูปประจำตัว (ID) และรูปลายเซ็นต์ (Signature)

ที่มา: Blythethailand.com (2010)

รูปลายเซ็นต์ (Signature) ที่พบส่วนใหญ่แล้ว มีลักษณะเหมือนกันตรงที่มีจำนวนตุ๊กตาในครอบครองเท่าไร ก็มักจะแสดงออกหรือนำมาโชว์ให้เพื่อนสมาชิกคนอื่นๆ เห็นเท่าจำนวนที่มี แต่จะต่างกันแค่จำนวนและรุ่นตุ๊กตาของแต่ละคนเท่านั้น

และรูปลายเซ็นต์ อีกรูปแบบหนึ่งที่ได้พบคือ การแสดงให้รู้ถึง My Wish List ของตนเอง ในการตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มสมาชิกตุ๊กตาในเร็วๆ นี้ การกระทำบางอย่างเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่เรียนรู้ได้ไว และเป็นที่ยินยอมอย่างมากในชุมชนออนไลน์แห่งนี้



ภาพที่ 22 แสดงตัวอย่างรูปลายเซ็นต์ (Signature) โดยการเพิ่มรูป My wish list
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

- การสร้างตัวตนของตุ๊กตาหรือการสร้างบทบาทสมมติ

การถ่ายภาพเพื่อสร้างตัวตนของตุ๊กตาแต่ละตัวหรือสมมติให้ตุ๊กตาเป็นเสมือนคนคนหนึ่งที่มีเอกลักษณ์ บุคลิก ลักษณะนิสัย ตามผู้เป็นเจ้าของนึกคิด จากการสังเกตส่วนใหญ่ มองว่าเป็นวิธีการเล่นอีกรูปแบบหนึ่งที่เป็นที่นิยมของกลุ่ม โดยจะใช้ตุ๊กตาของตนเองทำหน้าที่เล่าเรื่องในโอกาสต่างๆ เช่น วันเปิดตัวตุ๊กตาตัวใหม่ โดยจะนำตุ๊กตาหุ่นพี่ที่อยู่ก่อนมาคอยต้อนรับตุ๊กตาตัวใหม่ที่เพิ่งเข้ามาเป็นสมาชิกของบ้าน พร้อมถ่ายทอดภาพและเรื่องราวให้น่าติดตาม และอีกรูปแบบหนึ่งคือ แล้วแต่เจ้าของจะสร้างสรรค์พล็อตเรื่องขึ้น เช่น พี่น้องหักเหลี่ยมโหด หรือความอบอุ่นของบ้านหลังนี้ สะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึก หรือสิ่งที่เจ้าของอยากถ่ายทอดผ่านตุ๊กตาออกมา (จากการสัมภาษณ์ผ่านทางโปรแกรม (MSN) Windows Live Messenger) ถึงการสร้างเรื่องราวหรือบุคลิกให้แก่ตุ๊กตาตัวนั้นๆ ส่วนใหญ่เคยสร้างเรื่องราวทั้งแบบรู้ตัวและไม่รู้ตัว ดังนี้

“เคยจำ จินตนาการสูงส่งอยู่แล้ว ฟอรั่มเป็นวงดนตรีเลย อย่างปลายรุ่งพี่สาวคนสวย เป็นหัวหน้าวง ชอบแต่งเพลงรักธรรมชาติ ลานนาเป็นสาวขาร็อค ชอบแต่งหน้าจัดๆ ตามสไตล์ขาร็อค ชุติรมเป็นสาวมัน เล่นเบส เป็นคู่หูลานนา นิสัยเหมือนกัน เคยขี่กั ก็ยังเป็นสาว

หวาน เรียบร้อย ชอบไวโอลิน โมนต์ เป็นสาวเท่ เล่นอิเล็กทรอนิกส์ เลี้ยงน้องหมาตัวนึง และ
ซาชาสาวซ่าส์ แก่นเขียว เป้าทรมเปต ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

“ส่วนมากจะวางคาแร็กเตอร์แล้วสร้างเป็นเรื่องราวสนุกๆ ขำๆ แต่บางเรื่องมีแอบแทรก
ข้อคิดไว้บ้าง ...” Farhizoe (2553: สัมภาษณ์)

“ยังไม่เคยสร้างเรื่องราวหรือบุคลิกให้เลย ปกติแค่เปลี่ยนชุดให้ถ่ายรูปก็สร้างเอกลักษณ์ให้
น้องๆ ได้แล้ว ...” NidBlythe (2553: สัมภาษณ์)

“ก็มีบ้างอย่าง Coco เป็นสาวเซ็กซี่ Love Me Please เป็นสาวนักเดินทาง Hip Hop เป็นเด็ก
ชนเล่นสเก็ตบอร์ด ...” modcatz (2553: สัมภาษณ์)

“เคยนะ ที่บ้านตุ๊กตาบลายซ์แต่ละตัวจะมีบุคลิกแตกต่างกันไป เช่น เป็นสาวหวานเรียบร้อย
และเป็นสาวที่มีหลากหลายสไตล์ในตัวเดียวกัน คือเราสร้างบุคลิกตอนแรกไว้ยังไงเราก็จะ
ยึดแบบนั้นไว้ตลอด ...” Honey-suchada (2553: สัมภาษณ์)

Farhizoe
 บัณฑิตบัณฑิตศิลป์ สาขา
 Cewall :)
 Vintage Blythe
 ๕๕๕๕๕
 ๐๖๖๖๖
 verified:
 เพศ:
 ทรนั: 2879

๕๐(^_^)๐* ตอน หายใจว่านี่อะไร P.86 ๕๐(^_^)๐*
 * เมื่อ: ธันวาคม 18, 2010, 22:46:43 pm *

Wellcome

บ้าน จมอมยิ้ม
 By Farhizoe

ป๊อปปี้แบบฝรั่ง Cewall :
 X

สวัสดีค่ะ พาลูกสาวทั้ง13คน มาเปิดตัว และแนะนำให้เพื่อนๆชาวBTรู้จักค่า

๑๖๑สถานะ แคมป์คนมาเน้นรูปให้ ฟากลิใจแล้วค่ะ๑๖๑

🌸สารบัญรูปน้องคะ🌸

- ♥ Alice in wonderland คลิก!!
- ♥ คุณนุ้ยป๊อปปี้ คลิก!!
- ♥ นางฟ้าสคสวอ คลิก!!
- ♥ Hello Minnie Yokiiz คลิก!!
- ♥ เปิดตัวลูกสาวคนที่7 น้องโยกี้ คลิก!!
- ♥ คอลเลคชั่นของสาวฯ คลิก!!
- ♥ นู้โกล์เหมือนเบลล์คันดี้คะ คลิก!!
- ♥ ค่อยๆคลานน้องเลฟ คลิก!!

Ps* รูปตงไว้ทุกหน้าแสดง สามารถเปิดดูได้ตามต้องการ Thx :)

🌸เรื่องราวของสาวฯ โหด มัน ฮา🌸

- ♥ เรื่องราวของสาวฯตอน นาคีนน้ำพุบ้านคันคะ คลิก!!
- ♥ เรื่องราวของสาวฯตอน 2บ้านทนาย?? คลิก!!
- ♥ เรื่องราวของสาวฯตอน กลองอะไรนี่?? คลิก!!
- ♥ เรื่องราวของสาวฯตอน เพราะสวนสัตว์เป็นเหตุ คลิก!!

🌸ทริป & ทัวร์ ของสาวฯ🌸

- ♥ Cookiiz @ Paio 2 คลิก!!
- ♥ Cookiiz @ Paio 1 คลิก!!
- ♥ น้องคุกกี้เที่ยวสวนสัตว์และคนไข้ในของลอลลิ คลิก!!
- ♥ HBD แบบ ARTตัวแม่(น้า) คลิก!!
- ♥ นี้อลอลลียากเป็นอลิซ คลิก!!
- ♥ ลอลลิในวัน ชิวชิว คลิก!!
- ♥ ลอลลิที่ร้านอาหารญี่ปุ่น คลิก!!
- ♥ ลอลลิกับการเทสทาน์กล้องครั้งแรก คลิก!!
- ♥ ลอลลิกับน้ำที่ฟิตเนส คลิก!!
- ♥ น้องลอลลิเผยสูตรสุขภาพดีหุ่นสวยผิวใสคะ คลิก!!
- ♥ น้องลอลลิเที่ยวสงกรานต์ ภาค 1-2 คลิก!!
- ♥ น้องลอลลิเที่ยวสงกรานต์ ภาค 3 ตอนจบ คลิก!!
- ♥ น้องลอลลิเยี่ยมพี่BKH คลิก!!

We are family

ภาพที่ 23 แสดงนียบารการเข้าสังกัดหญิงไทยและกุลสตรีของสมาชิกใหม่



ทอฟฟี่ พี่สาวคนโต
สังกัด หญิงไทย
นิสัยส่วนตัว มีความเป็นผู้นำสูง คอยดูแลน้องๆในบ้าน
👑 🍷 🍷 🍷 🍷

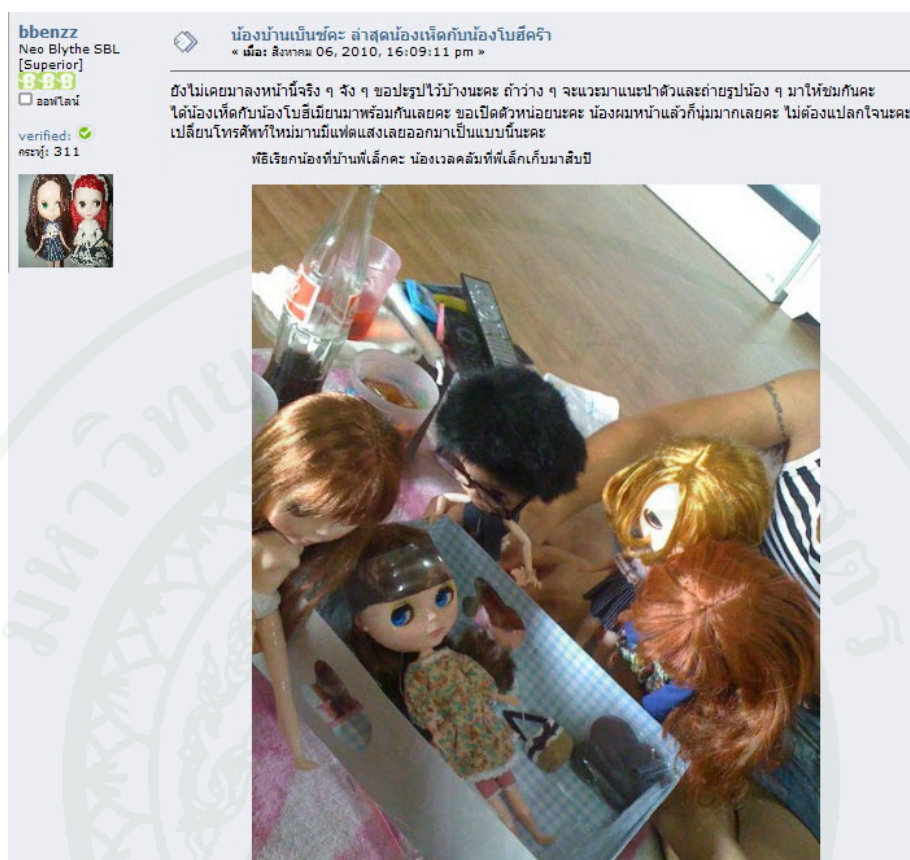
ฮันนี่ น้องสาว
สังกัด กุลสตรี
นิสัยส่วนตัว ใสซื่อ วา+เทื่องค์ไม่เป็น สุคนไม่เป็น
👑 🍷 🍷 🍷 🍷

แคนดี้ พี่สาวคนกลาง
สังกัด กุลสตรี
นิสัยส่วนตัว เรียบร้อย น่ารัก ความเป็นกุลสตรี ยกไอ้แคนดี้เลย
👑 🍷 🍷 🍷 🍷

โยคี น้องสาว
สังกัด หญิงไทย
นิสัยส่วนตัว เบรียวซ่า หวานเป็นบางเวลา ขาดตลอด24ชม.
👑 🍷 🍷 🍷 🍷

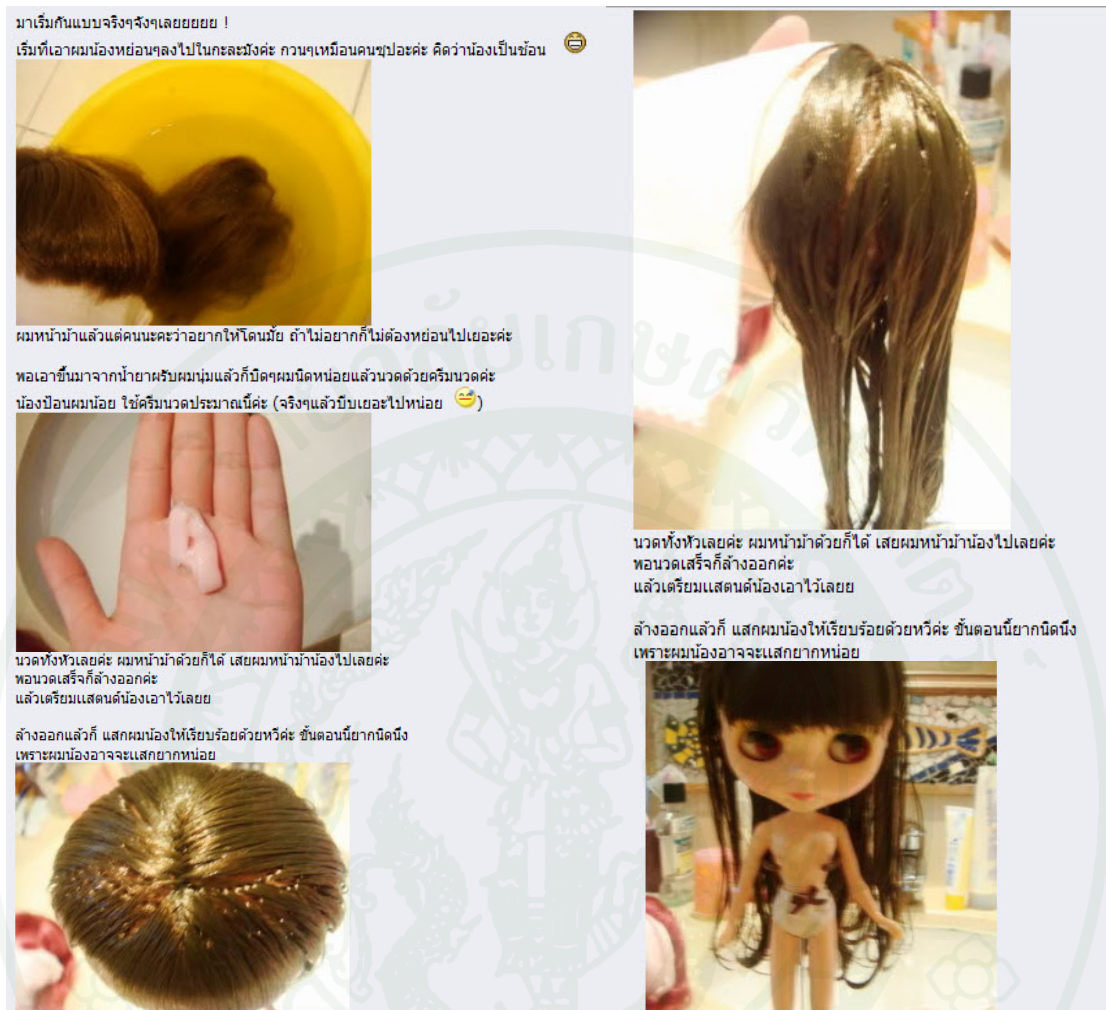
แนะนำสังกัดของลูกสาวค่ะ
สังกัดหญิงไทย
จะเป็นกลุ่มที่รับน้องใหม่ที่สวยแรงเข้ามาอยู่ในสังกัด
หน้าขาว ปากแดง เดินแรงๆและเซดใส่มัน
สังกัดกุลสตรี
จะคัดเลือกน้องใหม่ที่เรียบร้อย มรรยาทดีเข้าสังกัด
เรียบร้อย น่ารัก หักใจหม่นๆ

ภาพที่ 23 (ต่อ) แสดงนิยามการเข้าสังกัดหญิงไทยและกุลสตรีของสมาชิกใหม่
ที่มา: Blythethailand.com (2010)



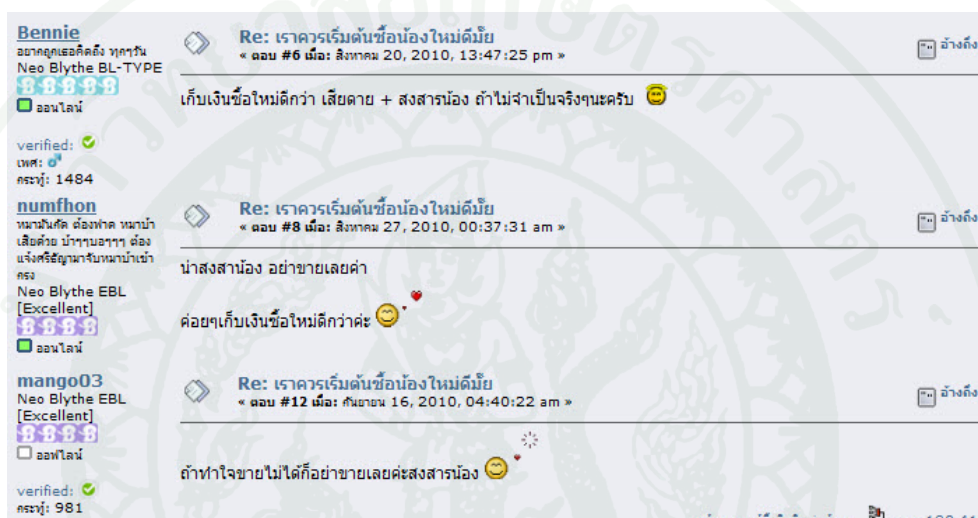
ภาพที่ 24 ภาพแสดงบทบาทสมมติในพิธีเรียกน้องสำหรับการเปิดตัวตุ๊กตาตัวใหม่
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

การถ่ายภาพเพื่อถ่ายทอดอารมณ์ ถือเป็นกิจกรรมหลักอีกกิจกรรมหนึ่งที่อยู่คู่กับทุกกิจกรรมของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ ถือเป็นการเก็บภาพความประทับใจหรือภาพบรรยากาศที่ชื่นชอบเอาไว้ดูหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างเพื่อนสมาชิกด้วยตนเอง



ภาพที่ 25 แสดงการสระผมเป็นวิธีที่แสดงความผูกพันหรือวิธีเล่นกับตุ๊กตาในกลุ่ม
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

คนกลุ่มนี้มักจะแสดงความรัก ความผูกพันต่อตุ๊กตาของตนเอง โดยส่วนมากแล้วกลุ่มนี้จะไม่ค่อยขายตุ๊กตาตัวเก่าเพื่อไปซื้อตัวใหม่ เพราะมองว่าตุ๊กตาเป็นส่วนหนึ่งของบ้าน มีตัวตน เกิดความผูกพันซึ่งกันและกัน รู้สึกสงสารที่จะนำไปขายต่อเมื่อมีเหตุจำเป็นหรือไม่ต้องการ และกลุ่มสมาชิกบางคนยังได้มีการร่วมแสดงความคิดเห็นต่อเพื่อนคนอื่นๆ อีกด้วย โดยส่วนใหญ่ก็จะไม่ขอให้เพื่อนสมาชิกคนอื่นๆ ขายน้องทิ้งเมื่ออยากได้ตัวใหม่ มองว่าสงสาร นอกเหนือจากนี้ยังมองไปถึงความไม่คุ้มทุนเมื่อนำไปขาย



ภาพที่ 26 กระตุ้แสดงความคิดเห็นถึงสมาชิกคนอื่นๆ เมื่อกำลังจะขายตุ๊กตาตัวเก่า
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

- การให้ความสำคัญระหว่างเดือนเกิดของตนและกำหนดการเปิดตัวตุ๊กตาบลายธ์แต่ละเดือน

การให้ความสำคัญกับแต่ละเดือนที่วางจำหน่ายตุ๊กตาบลายธ์ ซึ่งทางผู้ผลิตประเทศญี่ปุ่นอาจไม่ได้ให้ความสำคัญกับเดือนที่จำหน่ายแต่ละรุ่น โดยเป็นแค่เพียงตัวกำหนดเดือนที่ออกจำหน่ายสู่ท้องตลาดเท่านั้น แต่กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ในประเทศไทยนั้นกลับให้ความสำคัญสามารถทำให้แต่ละเดือนที่จะวางจำหน่ายตุ๊กตามีเรื่องราวและคอยติดตาม คอยลุ้นว่าแต่ละเดือนตุ๊กตาลักษณะจะเป็นอย่างไร รวมถึงตุ๊กตาในเดือนเกิดของตนเองจะมีลักษณะพิเศษอย่างไร ทำให้เกิดความสุขไปพร้อมๆ กับการรอคอยในแต่ละเดือน



ภาพที่ 27 ภาพกระตุ้แสดงการติดตาม เฟิร์มตุ้กตาตัวใหม่ๆ ที่กำลังเปิดตัวผ่านเว็บบอร์ด
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

pyn1978
Neo Blythe EBL
[Excellent]
๕๕๕๕๕
ออฟไลน์
verified: ✓
เพศ: ♀
กระทู้: 2

Re: น้องเดือน4คนที่1ค่า...รอสักครู่จะขออัพข้อมูลก่อน..
« ตอบ #2 เมื่อ: กุมภาพันธ์ 19, 2010, 21:15:11 pm »

มาดูๆได้เวลาเสียตังค์อีก 😊

xx.x.236.27

noonamka
Neo Blythe BL-TYPE
๕๕๕๕๕
ออนไลน์
verified: ✓
เพศ: ♀
กระทู้: 1572

Re: น้องเดือน4คนที่1ค่า...รอสักครู่จะขออัพข้อมูลก่อน..
« ตอบ #3 เมื่อ: กุมภาพันธ์ 19, 2010, 21:17:18 pm »

มาปูเสื้อรอตุ๋น 😊

abettyboop
I ♥ FIFI Lapin
Vintage Blythe
๕๕๕๕๕
ออฟไลน์
verified: ✓
เพศ: ♀
กระทู้: 2461

Re: น้องเดือน4คนที่1ค่า...รอสักครู่จะขออัพข้อมูลก่อน..
« ตอบ #5 เมื่อ: กุมภาพันธ์ 19, 2010, 21:28:40 pm »

เปิดเข้ามาได้จิงหะพอดิเลย

รอตุ๋นคะ 😊

lali
Neo Blythe SBL
[Superior]
๕๕๕
ออฟไลน์
verified: ✓
เพศ: ♀
กระทู้: 342

Re: น้องเดือน4คนที่1ค่า...รอสักครู่จะขออัพข้อมูลก่อน..
« ตอบ #9 เมื่อ: กุมภาพันธ์ 19, 2010, 21:42:53 pm »

มารอลุ้นน้องด้วยคนว่าจะน่ารักน่าเป็นเจ้าของขนาดไหนกันน้ำาา 😊

Tennitory
Blythe Photo Gang
๕๕๕๕๕๕
ออฟไลน์
verified: ✓
เพศ: ♂
กระทู้: 2359

Re: น้องเดือน4 อีกคนค่า...รอสักครู่จะขออัพข้อมูลก่อน..
« ตอบ #18 เมื่อ: กุมภาพันธ์ 19, 2010, 22:16:04 pm »

ขอบคุณ คุณwatashiwaenude นะครับ

ขอเข้าร่วมดินแดนด้วยคน 🙏

Buppha
★Buppha's house★
Vintage Blythe
๕๕๕๕๕๕
ออนไลน์
verified: ✓
กระทู้: 2734

Re: น้องเดือน4 อีกคนค่า...CWC Exclusive Neo Blythe 『Dear LeLe Girl』
« ตอบ #24 เมื่อ: กุมภาพันธ์ 19, 2010, 23:18:01 pm »

มารอด้วยคนค่าา ดินแดนเน

น้องจะออกมาเป็นยังไงมั้ง 😊

ภาพที่ 27 (ต่อ) ภาพกระตุ้แสดงการติดตาม เฝ้ารอตุ๋นตัวใหม่ๆที่กำลังเปิดตัวผ่านเว็บบอร์ด
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

และจากการสังเกตผ่านเว็บบอร์ดทำให้เห็นภาพการแสดงถึงการให้ความสำคัญระหว่างเดือนเกิดของตนและกำหนดการเปิดตัวตุ๊กตาบลายซ์ที่วางจำหน่ายในแต่ละเดือนมากขึ้นไปอีก ดังนี้

1. กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ส่วนหนึ่งจะให้ความสำคัญของเดือนที่วางจำหน่ายเป็นพิเศษ ถ้าเดือนนั้นมีตุ๊กตารุ่นที่สวยงาม เป็นที่ถูกใจของกลุ่ม ที่สำคัญตรงกับเดือนเกิดของตนเอง ส่วนใหญ่จะแสดงออกให้สมาชิกคนอื่นๆ ได้รับรู้ถึงความพิเศษ แสดงถึงการให้คุณค่าโดยนำเรื่องราวมาโยงเข้ากับวันเดือนปีเกิดในชีวิตจริงของผู้นิยมด้วย



ภาพที่ 28 กระทั่งแสดงความคิดเห็นต่อการให้ความสำคัญของน้องเดือนเกิดของแต่ละคน
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

2. ตุ๊กตาที่จำหน่ายตรงกับเดือนเกิดของแต่ละคนหรือเรียกว่า “น้องเดือนเกิด” จากความเห็นของกลุ่มส่วนหนึ่งบอกว่าเป็นเหตุผลหนึ่งที่ช่วยประกอบการตัดสินใจที่จะหาซื้อหามา

ครอบครอง เช่น บางคนจะเก็บสะสมเฉพาะรุ่นที่ออกจำหน่ายเฉพาะเดือนที่ตนเกิด และอีกส่วนหนึ่งเดือนเกิดก็ไม่ใช่เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ แต่จะดูที่ความชอบของตนเองเป็นหลัก เป็นต้น

“โดยส่วนตัวแล้วมักจะซื้อของที่ออกวางขายเดือนเกิดไว้เป็นที่ระลึก ...” modcatz (2553: สัมภาษณ์)

“ก็ไม่นะ เพราะบางทีน้องในเดือนเกิดหน้าตาไม่โดนใจเท่าไร ก็จะไม่ซื้อ ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

“ไม่เกี่ยวนะ เพราะไม่ได้สนใจว่าตุ๊กตาจะออกในเดือนเกิดหรือไม่แต่ถ้าถูกใจก็จะซื้อได้เลย ...” NidBlythe (2553: สัมภาษณ์)

“ใช่ เพราะจริงๆ อยากเก็บน้องเดือนเกิด แต่ถ้าปีไหนไม่โดนใจก็ไม่ซื้อ แต่ตอนนี้เดือนเกิดมีสองตัวแล้ว ...” Honey-suchada (2553: สัมภาษณ์)

3. ภาษา

อัตลักษณ์ทางภาษา คือภาษาที่สามารถเข้าใจกันได้เฉพาะในกลุ่มวัฒนธรรมนั้นๆ เป็นภาษาเฉพาะกลุ่ม หรือเป็นภาษาที่กลุ่มคิดขึ้นมาเอง สำหรับภาษาของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาธนั้น จากการสังเกตตามเว็บบอร์ด (มีการคิดคำขึ้นมาใช้เฉพาะของกลุ่มและนำคำที่มีอยู่แล้วที่ไว้ใช้กับคนในสังคมมาดัดแปลงใช้กับตุ๊กตาบลาธเสมือนเป็นคนมีชีวิตจิตใจ บางคำก็มีความหมายเปลี่ยนไปจากความหมายเดิมที่ใช้กันในสังคม

beeloved21
Neo Blythe SBL
[Superior]
๖๖๖
ออฟไลน์

verified: ✓
เพศ: ♀
กระทู้: 267

aleeya
Neo Blythe SBL
[Superior]
๖๖๖
ออนไลน์

verified: ✓
เพศ: ♀
กระทู้: 258

Buppha
★Buppha's house★
Vintage Blythe
๖๖๖๖๖๖
ออฟไลน์

verified: ✓
กระทู้: 2594

Keawsar
Welcome my GR
Neo Blythe BL-TYPE
๖๖๖๖๖๖
ออนไลน์

verified: ✓
เพศ: ♀
กระทู้: 1295

myok0999
เมื่อเราสามารถย้อนอดีต
เพื่อไปแก้ไขอะไรก็ได้ จงทำ
วันนี้ให้ดีที่สุด (ความจริงใจ
อยู่ที่ไหน)
Neo Blythe EBL
[Excellent]
๖๖๖๖๖๖
ออนไลน์

verified: ✓
กระทู้: 563

yuiyuiyui
รักน้อง Dal
Neo Blythe RBL
[Radiance]
๖๖๖
ออฟไลน์

verified: ✓
เพศ: ♀
กระทู้: 175

Re: ระหว่าง yuki กับ christina กับ cute ^ _ ^
« ตอบ #6 เมื่อ: ตุลาคม 11, 2008, 21:55:40 pm »

cute สิคะพี่นัม
หน้าตาคุณึ่งๆ สักล้นคือะ
เสื้อผ้าในกล่องมีหลายชิ้น ดูดี มีรายละเอียดมาก
ผมว่าสีสะดุดใจ ใส่กะเสื้อผ้าสีโทนไหนก็ขึ้น
ตอนนี้เป็นอันดับ 1 ใน wishlist เลยคะ
แต่ยังหาราคามารับเลี้ยงไม่ได้เลยอะ ☹

แจ้งเตือนกระทู้นี้หรือติดต่อผู้ดูแล

Re: *Princess Eleanor - เจ้าหญิงนักเดิน* (P.15)
« ตอบ #216 เมื่อ: กรกฎาคม 22, 2010, 19:02:24 pm »

อรัยยยยยยยย อัจจาดารอนมากมายๆๆๆ คลอดน้องเป็นเอาชีพจริง
น้องสวยมากคะ นางในฝันเลยอะ ☺

Re: *HOM HOM HOM* (P.16)
« ตอบ #229 เมื่อ: กรกฎาคม 31, 2010, 20:04:40 pm »

วิ้ววววน่ารักมากเลยคะ

อีกหนึ่งนางในฝันเลย ☺❤

แจ้งเตือนกระทู้นี้หรือติดต่อผู้ดูแล

★★★Buppha's house★★★ตอนที่3นามิกกลับมาแล้ววP.39

Re: *HOM HOM HOM* (P.16)
« ตอบ #235 เมื่อ: สิงหาคม 01, 2010, 09:28:07 am »

ว้ายๆๆ น่ารักอย่างแรง

เด็กบ้านนี้เพิ่มความหลงใหลได้อีกอะ ☺

แจ้งเตือนกระทู้นี้หรือติดต่อผู้ดูแล

Veranda Resort And Spa Chiangmai
<http://forum.blythethailand.com/index.php/topic,52427.msg1436570.html#msg1436570>

Re: น้องเดือน 10 มาแล้วจ้ะ CWC Limited Edition Neo Blythe Midnight Spell
« ตอบ #65 เมื่อ: กันยายน 09, 2010, 02:04:24 am »

กรี๊ดๆๆๆๆๆ น้องเดือนเกิดเค้า >.<

แจ้งเตือนกระทู้นี้หรือติดต่อผู้ดูแล

Re: ~Middie Blythe Part 3..ภาพจริงน้องออกมาแล้วนะคะ..~
« ตอบ #56 เมื่อ: กันยายน 16, 2010, 23:01:55 pm »

อ๊า~~~~~เปลือกรีต่องหน้าจอคอม ☺ น่ารักกว่าที่คิด

ไม่ทันแล้วทั้งสั่งตุ๊กตาอื่นไปแถมมี wishlist อีกยาว
ไม่ทันละ ฮือๆๆๆ ☹

ภาพที่ 29 แสดงความคิดเห็นต่อกระทู้ต่างๆ โดยใช้ภาษาหรือคำศัพท์เฉพาะกลุ่ม
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

จะเห็นว่าภาษาส่วนใหญ่ที่กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ใช้กันนั้น แท้จริงแล้วก็เป็นภาษาวัยรุ่นธรรมดา ซึ่งอาจจะมีแค่คำศัพท์บางคำที่ได้คิดค้นขึ้นมาใหม่ หรือการให้ความหมายของศัพท์บางคำที่แตกต่างไปจากปกติ

ตารางที่ 2 แสดงตัวอย่างคำศัพท์หรือภาษาของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์

คำ	ศัพท์ที่มา	ความหมาย
ทำคลอด		ครั้งแรกของการแกะตุ๊กตาบลาซซ์ออกจากกล่องไว้เพื่อเล่น และถ่ายรูปเก็บความประทับใจครั้งแรกไว้เป็นที่ระลึกถึงความสุขความตื่นเต้นที่ได้ครอบครอง แตกต่างจากการทำคลอดที่ไว้ใช้พูดกับหญิงตั้งครรภ์หมายถึง การคลอดลูก
เลี้ยง		การรับตุ๊กตาบลาซซ์มาเป็นสมาชิกในครอบครัว เสมือนการเลี้ยงสุนัข และแมวไว้เป็นสมาชิกในบ้าน
หลอน		คำพูดที่แสดงอาการให้เห็นว่าคลั่งไคล้ หลงใหล ชื่นชอบสิ่งๆ นั้นมากๆ เป็นคำที่กลุ่มนำมาใช้ให้ความหมายต่างไปจาก ความหมายเดิมซึ่งจะหมายถึง กลัว ประสาทเสีย เป็นต้น
วิสลิช	Wish list	รายการที่ต้องมีให้ได้ของรุ่นต่อไป ส่วนใหญ่กลุ่มนี้มักมี My Wish list ของตนเอง แบ่งได้เป็นตุ๊กตา รุ่นที่เกินเอื้อม ราคาแพง และรุ่นที่ชอบ แต่ราคาสมเหตุสมผลกับการหามาครอบครอง
สอย		คำพูดที่แสดงถึงการซื้อ หรือจัดหามาเพื่อให้ได้เป็นเจ้าของ ซึ่งการให้ความหมายของกลุ่มจะต่างจากความหมายที่ไว้ใช้ชีวิตประจำวัน โดยสอย อาจหมายถึง การเก็บผลไม้ที่อยู่ในที่สูง แต่กลุ่มผู้นิยมกลับนำมาใช้กับการซื้อตุ๊กตา
น้อง, ลูกสาว, เพื่อนสาว		สรรพนามไว้เรียกแทนตุ๊กตาบลาซซ์ เสมือนเป็นสมาชิกที่สำคัญคนหนึ่งในครอบครัว มีการสร้างตัวตนให้แก่ตุ๊กตาในครั้งแรก และจะคงไว้ในสถานะต่างๆ เหล่านั้นต่อไป
คัสตอม	Custom	ศัพท์เฉพาะที่กลุ่มนี้ใช้พูดเมื่อมีการตกแต่ง ดัดแปลง หรือทำขึ้นมาใหม่ในตัวตุ๊กตา อาจหมายถึง การทำสัลยกรรม(คล้ายๆ กับทำให้คนจริงๆ)เช่น การเหลาจมูก ลบคางแฝด เจาะช่องปาก ใส่เหล็กคัดฟัน พ่นหน้าด้าน แต่งหน้าใหม่ หรือการทำชิ้นใหม่

ตารางที่ 2 (ต่อ)

คำ	ศัพท์ที่มา	ความหมาย
ไม่มี ไม่หนี ไม่จ่าย		ในขั้นสูงกว่าขั้นพื้นฐานที่สามารถเรียนรู้ทำได้เอง แต่การคัดลอกขั้นสูงนี้จะต้องใช้ความชำนาญ ความคิดสร้างสรรค์ บวกกับฝีมือล้วนๆ เพื่อให้งานออกมาสมบูรณ์แบบมากที่สุด คำพูดที่แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมที่สามารถพบเจอได้กับผู้ที่กระทำผิด เช่น การโกงเงินในการซื้อขายตุ๊กตาบลายซ์ ทั้งแบบ Pre-order การซื้อผ่อน หรือซื้อพร้อมส่ง ผู้มีพฤติกรรมนี้เป็นได้ทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ เมื่อเกิดปัญหาจะพบว่า <u>ไม่มีตุ๊กตา</u>คือไม่สามารถหาตุ๊กตามาให้ลูกค้าตามระยะเวลาที่กำหนดได้, <u>ไม่หนี</u>คือ ผู้ที่กระทำผิดมักไม่หนีและไม่ทำอะไรทั้งสิ้นเหมือนไม่มีอะไรเกิดขึ้นจนผู้เสียหายเริ่มไม่แน่ใจ และ <u>ไม่จ่าย</u>คือ ไม่จ่ายเงินคืนผู้ซื้ออ้างว่าไม่มีเงิน บางรายมีเงินไขข้อผ่อนคืนทุกๆ ที่ตอนจ่ายก็จ่ายเต็มจำนวนแต่ตอนคืนกลับไม่จ่ายเงินคืนเต็มจำนวน ต้องผ่อนคืน ร้ายกว่านั้นคือการไม่จ่ายเลยให้ผู้ซื้อรอต่อไป นี่เป็นพฤติกรรมที่อาจพูดได้ว่าอยู่คู่วงการตุ๊กตาบลายซ์ออนไลน์เลยทีเดียว
แฉรัยขยขย, อรัยขยข นางในฝัน		เป็นคำเลียนเสียงที่เอาไว้ใช้แสดงความคลั่งไคล้ ถูกใจ หรือใช้เน้นอารมณ์อื่นๆ ได้เกือบทั้งหมด ด้วยการลากเสียงยาว คำที่ไว้ใช้เรียกตุ๊กตาบลายซ์รุ่นที่ชอบมากๆ แต่ยังไม่สามารถที่จะครอบครองในระยะเวลาอันใกล้
น้องเดือนเกิด		ศัพท์เฉพาะที่กลุ่มนี้ให้ความสำคัญของเดือนที่วางจำหน่ายตุ๊กตาต่างจะแสดงออกให้สมาชิกคนอื่นๆ ได้รับรู้ถึงความพิเศษ แสดงถึงการให้คุณค่าโดยนำเรื่องราวมาโยงเข้ากับวันเดือนปีเกิดในชีวิตจริงของผู้เล่น

4. ค่านิยม

- ค่านิยมด้านการพัฒนาตนเอง

การพัฒนาตนเองในที่นี้ คือการพัฒนาศักยภาพของตัวเองในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นในด้านความรู้ ความสามารถหรือการฝึกหัด เรียนรู้ทำสิ่งที่ตนเองสนใจ เช่น การประดิษฐ์สิ่งของต่างๆ การถ่ายรูป ล้วนแล้วแต่ช่วยพัฒนาศักยภาพในเรื่องของการเล่นตุ๊กตาบลาซให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมถึงการใช้สื่ออย่างอินเทอร์เน็ตเพื่อหาความรู้ในเรื่องของการตัดชุด การทำอุปกรณ์เสริม ก็เป็นการพัฒนาศักยภาพในทางหนึ่งด้วยเช่นกัน

Sewing, Knitting and DIY - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

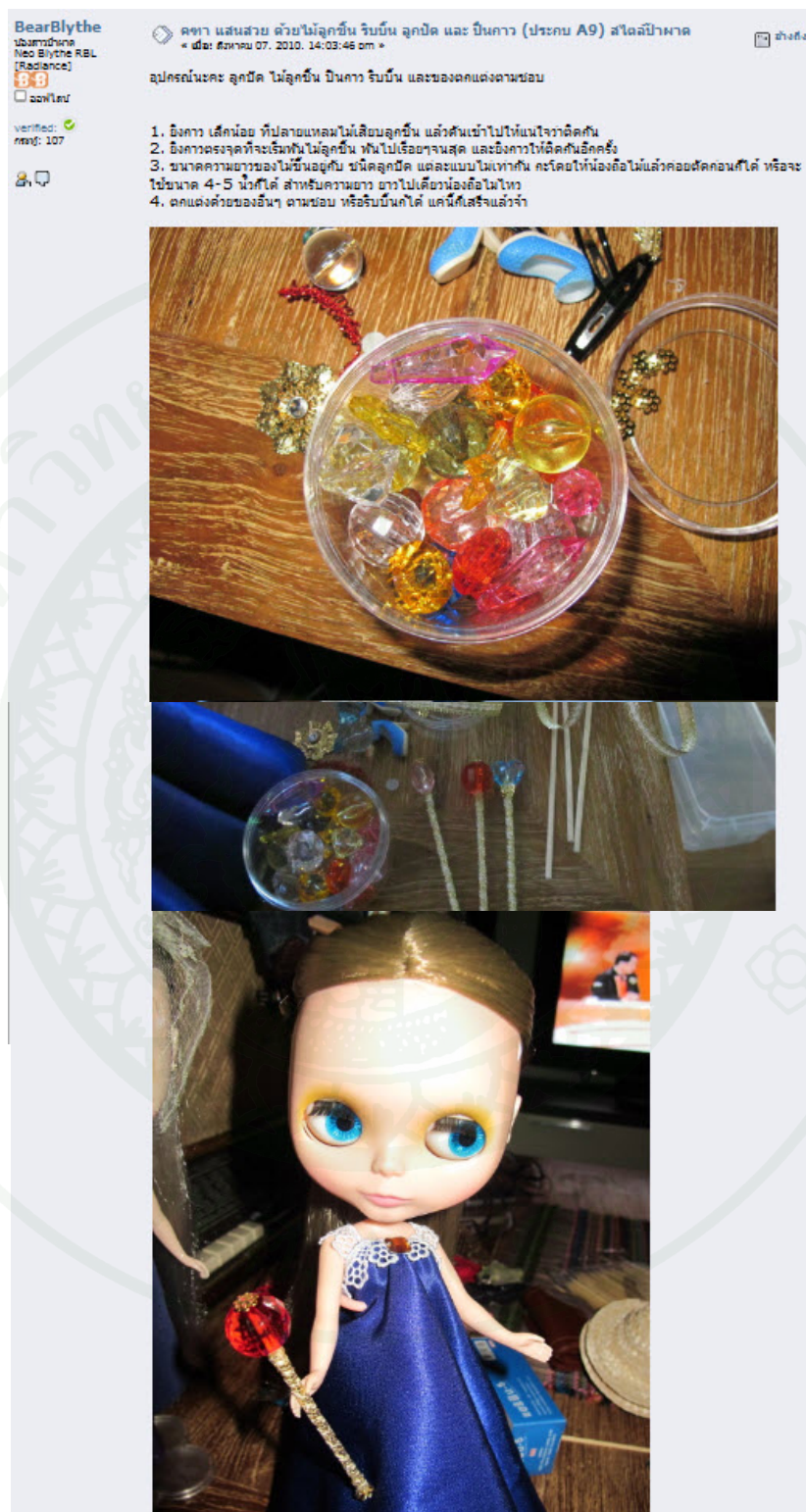
http://forum.blythethailand.com/index.php/board,62.0.html

คำกล่าวเกี่ยวกับ เทตนิค วิธีการ หรืออุปกรณ์ ในการจัดเก็บหนังสือ ผ้า เสื้อผ้า หมวก หรือทำของ HANDMADE, ของเล่น และ Accessory ต่างๆสำหรับลูกหลานของคุณ ด้วยตัวเอง

หน้า: [1] 2 3 ... 6 ลงล่าง

หัวข้อ	เริ่มโดย	ตอบ	อ่าน	ครั้งสุดท้ายสุด
----> D.I.Y Paper Idea >>>>มาทำโซฟา ง่ายๆกันเถอะ!!!! new < 1 2 3 4 5 >	ussawa	70	11756	กันยายน 26, 2010, 09:35:31 am โดย AnBoW
[How to Sew] ตัดชุดให้นุ่นน้อยคำ Vol.1 new < 1 2 ... 6 7 >	poonoi	104	11116	กันยายน 23, 2010, 13:19:06 pm โดย naris
BLYTHE CLOTHING PATTERNS : ลองแนว เข้มาดูก่อนตั้งกระทู้ใหม่ละ new < 1 2 ... 14 15 >	kungkkring	214	46875	สิงหาคม 15, 2010, 12:43:33 pm โดย jnail
ไอเดียจัดบ้านในห้อง blythe new < 1 2 ... 20 21 >	kwangkiki	309	25311	กรกฎาคม 26, 2010, 07:33:00 am โดย nu_fang
มาทำรองเท้าในน้องไส้กัน new < 1 2 ... 7 8 >	giftzy	109	12376	กรกฎาคม 23, 2010, 10:59:47 am โดย aobear
มาทำที่คาดผมน้องกันห่อออออออออออออ new < 1 2 3 4 5 >	noirpoison	71	7987	กรกฎาคม 12, 2010, 20:12:07 pm โดย jaskha
→ D.I.Y. By Maxico No.2 (ตอน หูฟังเรา แบ่งในห้องฟังบ้าง) Update วิธีทำแล้วครับ new < 1 2 3 4 5 >	maxico	61	5481	กรกฎาคม 04, 2010, 23:26:55 pm โดย RibbonnieS
D.I.Y. เก้าอี้สุดจากกระป๋อง (update) เพิ่มแบบสี new < 1 2 ... 8 9 >	morijung	125	10003	มิถุนายน 29, 2010, 23:39:46 pm โดย RibbonnieS
รวมสิ่งดี Blythe Outfits tutorial new < 1 2 ... 5 6 >	littleamelie	85	13616	มิถุนายน 26, 2010, 16:17:18 pm โดย IntzY
How to เติมนอนของขี้ผึ้ง*เอารูปมาวาดแล้ว **เขียนแบบใหม่ของขี้ผึ้งมีสี new < 1 2 ... 5 6 >	NuN-ShInBi	76	8449	มิถุนายน 22, 2010, 22:39:21 pm โดย IntzY
How to ทำกระเป๋า chanel new < 1 2 3 4 >	peewan	50	6920	มิถุนายน 17, 2010, 23:07:34 pm โดย IntzY
ทำแว่นตาให้ลูกสาวคะ new < 1 2 ... 9 10 >	Punpunchabu	138	11002	เมษายน 17, 2010, 13:52:25 pm โดย thanarudee
ริมนท์...ริมนท์ สไลด์หนังแก้วหัวแดงโม ตอน shopping bag new < 1 2 3 4 5 >	tangmohead	66	6329	มีนาคม 30, 2010, 20:50:03 pm โดย Sam@Bangkok
ทำไม้แขวนเสื้อให้สาว ๆ กันเถอะ new < 1 2 3 >	himawari	44	6083	มีนาคม 29, 2010, 18:17:08 pm โดย chocola
ริมนท์...ริมนท์ สไลด์หนังแก้วหัวแดงโม ตอน มามี แม็กกับกันเคอะ new < 1 2 3 >	tangmohead	44	3360	มีนาคม 08, 2010, 01:14:52 am โดย spindygal
How to ทำถุงหนังดำ#2 : มาแปลงร่างถุง เท้า Up รูปใหม่เก่า 1 ค่ะ new < 1 2 3 4 >	princesspanda	56	5153	กุมภาพันธ์ 23, 2010, 21:19:43 pm โดย phattaranuch
ริมนท์...ริมนท์ สไลด์หนังแก้วหัวแดงโม ตอน ipod...pod...pod new < 1 2 3 4 >	tangmohead	48	5668	กุมภาพันธ์ 23, 2010, 21:15:37 pm โดย phattaranuch
วิธีทำ Pom Pom แสนง่ายยย new < 1 2 3 >	NINK	40	10960	กุมภาพันธ์ 12, 2010, 23:24:20 pm โดย newplus
วิธีทำกระดุมไขว้เอง new < 1 2 ... 6 7 >	kanumtan	101	10038	พฤศจิกายน 18, 2009, 11:21:17 am โดย AP-AP

ภาพที่ 30 กระเป๋าหัวข้อ “Sewing, Knitting and DIY” ที่สามารถทำได้ด้วยตนเอง
ที่มา: Blythethailand.com (2010)



ภาพที่ 31 กระทั่งหัวข้อ “Sewing, Knitting and DIY” วิศวกรทำคชา
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

ลักษณะการกระทำรวมถึงความรู้สึกนึกคิด การให้คุณค่าที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ดังกล่าว จัดว่าเป็นสิ่งที่กลุ่มต่างยอมรับประกอบเข้ากับการแสดงตัวตน ด้วยความคุ้นชินเมื่อได้เข้ามาอยู่กลุ่ม ทำให้มองเห็นถึงความเหมือนหรือความต่างกับกลุ่มอื่นหรือบุคคลอื่น ในความต่างจึงทำให้ก่อเกิดวัฒนธรรมย่อยหนึ่งๆ ในสังคมหลักที่มีการสืบทอด หลักปฏิบัติ หรือการแสดงออกร่วมกันนั่นเอง

อัตลักษณ์นามธรรมของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์

ในที่นี้หมายถึง ความรู้สึกเล็กๆ ภายในจิตใจที่มีต่อสิ่งที่เป็นที่ยอมรับของกลุ่มกับการให้คุณค่า เหล่านี้เป็นสิ่งที่อยู่ภายในไม่สามารถมองเห็น แยกแยะหรือประเมินด้วยสายตาได้ เพียงแต่สามารถทำให้เข้าใจได้ด้วยการมองผ่านพฤติกรรมที่กลุ่มนั้นแสดงออกมาด้วยภาพสะท้อนของแนวคิดต่างๆ

1. การให้ความสำคัญ เมื่อตุ๊กตาอยู่ในมือของผู้ที่ให้ความสำคัญในตัวของตุ๊กตาจะมีคุณค่ามากกว่าผู้ที่ไม่เคยสัมผัสตุ๊กตาเลย ส่งผลให้ได้รับความสุขมากขึ้นกว่าผู้ที่ไม่เคยสัมผัส ยกตัวอย่าง ถ้าผู้ใดไม่ได้ให้ความสำคัญ ไม่ได้ชื่นชอบหรือให้คุณค่าแก่ของชิ้นนั้นๆ น้อย เขาจะรู้สึกไม่ยินดียินร้ายเมื่อเข้ามาอยู่ในกลุ่ม และจะไม่ได้มีความสุขจากการมีสิ่งนั้นเท่ากับกลุ่มผู้ที่ทุ่มเทและพร้อมที่จะยกย่องของที่เขามี ประจุเหมือนของที่แยกจากกันไม่ได้ เหล่านี้จัดเป็นคุณค่าทางความรู้สึกหรือคุณค่าภายในจิตใจ โดยสามารถกระตุ้นเร้าทางความรู้สึกให้เกิดความประทับใจ ประกอบกับตุ๊กตาบลาซซ์นับว่าเป็นแบรนด์ระดับโลก มีชื่อเสียง มีเรื่องราวที่น่าติดตาม จึงเป็นการเพิ่มคุณค่าในตัวเองอีกทางหนึ่งด้วย

ส่วนคุณค่าภายนอกหรือคุณค่าทางกายภาพของวัตถุ คุณค่านี้อาจจะเกิดจากการนำวัสดุที่มีคุณค่าในตัวเองอยู่บ้างแล้วมาสร้างสรรค์เป็นตุ๊กตาบลาซซ์ เช่น ผมทำจากไวนิล เนื้อพลาสติก สามารถเรืองแสงเพิ่มให้ผิวกระจ่างใส เป็นต้น หรือคุณค่าของตุ๊กตาอยู่ที่ความน่ารัก ความสวยงาม ความพิเศษในเรื่องราว คาแร็กเตอร์ บุคลิกในแต่ละรุ่น เหล่านี้มีคุณค่าต่อการมอง สามารถบันดาลให้ผู้เป็นเจ้าของเกิดความภาคภูมิใจ หรือกระทั่งการรู้สึกถึงความมีสง่าราศี โก้หรู เป็นต้น

2. การแสวงหาความสุข กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์สามารถหาความสุข ความพอใจกับตุ๊กตาของตนเอง โดยการยกย่องตุ๊กตาว่าเป็นยิ่งกว่าตุ๊กตาธรรมดา เสมือนเป็นเพื่อนสาว เป็นลูกสาว หรือเป็นอะไรก็ได้ที่เจ้าของอยากให้เป็น เหล่านี้ล้วนมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยมักแสดงออกให้

เห็นโดยการเล่นตุ๊กตาบลาซอย่างทะนุถนอม ให้ความรัก ใส่ใจดูแลรักษา เปรียบเสมือนห่วงใยคนในครอบครัวจริงๆ

โดยกลุ่มส่วนใหญ่จะเรียกแทนตัวตุ๊กตาของตนเองว่า น้อง ลูกสาว และเพื่อนสาวบ้าง เพราะการเรียกแบบนี้จะทำให้คุณารักเข้ากับตุ๊กตาที่ตนได้คุณค่าไว้ และเป็นการแสดงออกถึงความรักความผูกพันอีกวิธีหนึ่งด้วย จากการสัมภาษณ์ผ่านทางโปรแกรม Windows Live Messenger (MSN) ดังนี้

“เรียกว่าน้อง เพราะเหมือนคนในครอบครัวเรานะ ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

“น้อง และลูกสาว น่าจะเพราะเรียกตามคนอื่นๆ ที่เล่นก่อนหน้านี้ ...” dukedik (2553: สัมภาษณ์)

“เรียกน้อง แต่บางทีก็จะเรียกลูกสาว เพราะเหมือนเป็นเด็กผู้หญิงที่เราต้องดูแล ...” modcatz (2553: สัมภาษณ์)

“ในความรู้สึกต้องการให้เป็นเพื่อนสาว แต่เวลาเรียกจะเรียกว่าน้องละ ...” Honey-suchada (2553: สัมภาษณ์)

“ก็เรียกทั้งลูกสาว ไม่ก็น้องแล้วแต่อารมณ์และสถานที่เพราะบางครั้งเรียกว่าลูกสาวคนที่ไม่สนิทไม่รู้จกก็จะมองว่าเราเต็มใหม่แต่ถ้าเป็นในเว็บบอร์ดก็เรียกลูกสาวหรืออะไรก็ได้ เพราะคนที่นี่เขาก็ชอบเหมือนๆ เราแล้วเขาก็คงเข้าใจที่เราเรียกแบบนั้น ...” Farhizoe (2553: สัมภาษณ์)

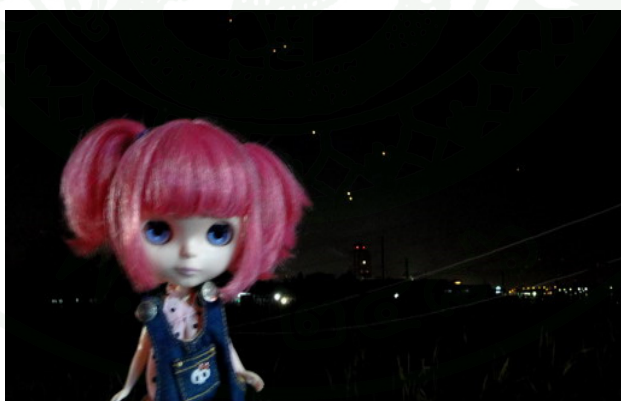
รวมถึงวิธีการที่แสดงออกให้เห็นถึงความรัก ความผูกพันที่มีต่อตุ๊กตาบลาซของตนเอง กลุ่มส่วนใหญ่ตอบไปในทางเดียวกันคือ ห่มหาเวลามาหิยจับเล่นตุ๊กตาบ่อยๆ รวมถึงสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์ที่เกี่ยวกับตุ๊กตาหรือการพาออกไปงานมีพดิ่งเพื่อพบเจอเพื่อนๆ ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่กลุ่มเหล่านี้คิดว่าเป็นการแสดงออกถึงความรัก และเป็นการไม่ทำให้ตุ๊กตาแค่นินโซว์อยู่ในตู้เพียงอย่างเดียว

“การแสดงความรักเธอ บางทีก็มีพุดคุยด้วยบ้าง นอกเหนือจากการเปลี่ยนชุดให้บ่อยๆ ก็มี ตัดชุดให้ ซื้รองเท้าให้ พาไปสระผม เยอะแยะเลย พาเที่ยวนอกบ้านบ้าง และก็จะชอบหอมแก้ม ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

“จะรักเหมือนสัตว์เลี้ยง ไม่ใช่แค่เล่นไปวันๆ แต่จะเล่นแบบดูแลมากกว่าเล่นแบบสนุก เช่น สระผม เอามาถ่ายรูป ...” Farhizoe (2553: สัมภาษณ์)

“แสดงความรักด้วยการเล่น แต่งตัว พาเที่ยว ถ่ายรูป จัดงานมิตติ้งพบปะ ...” modcatz (2553: สัมภาษณ์)

3. การเล่นตุ๊กตาบลาซจัดเป็นศิลปะอย่างหนึ่ง เป็นสิ่งที่กลุ่มผู้นิยมได้สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อแสดงออกซึ่งอารมณ์ ความรู้สึก ความนึกคิด และ/หรือความงาม โดยบางครั้งกลุ่มผู้นิยมอาจพูดถึงและทำให้เป็นศิลปะโดยไม่รู้ตัว เพราะศิลปะนั้นสามารถแทรกซึมอยู่ในวิถีชีวิตตั้งแต่เช้าจรดเย็นก็ได้ เช่น “โอ้ โฮ วันนี้แต่งตัวให้น้องควีนเทจมาก ดูเข้ากันไปหมดตั้งแต่หน้าผมลงไปถึงเท้า” “ทำไมตกแต่งห้องนอนของน้องได้สวยเชียว” หรือ“คนนั้นมีศิลปะในการคัดสอนน้องสูงมาก ดูสมูทไปทั้งตัวเลย” ซึ่งทั้งหมดแสดงออกมาในรูปลักษณะที่ปรากฏแตกต่างกันไป



ภาพที่ 32 ภาพแสดงการสร้างสรรค์ถึงศิลปะยามค่ำคืนซึ่งต่างจากการถ่ายแบบปกติ
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า “ศิลปะเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความงามและความพึงพอใจ” โดยก่อเกิดการสร้างจินตนาการ การสร้างสรรค์ พัฒนาไปในรูปแบบต่างๆ ของเจ้าของตุ๊กตาอย่างมากมายไม่มีที่สิ้นสุด สะท้อนให้เห็นจากผลงานต่างๆ ได้แก่ แกลอรี่ภาพถ่ายตุ๊กตาบลายซ์ทั้งที่จัดขึ้นโดยคนไทยและคนต่างชาติที่นำมาจัดแสดงให้ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์และผู้ที่กำลังสนใจได้ชม หนังสือรวมภาพถ่ายตุ๊กตาบลายซ์ รูปภาพที่ถูกอัปโหลดลงในเว็บไซต์ที่เป็นสากลของโลก ผลงานจากการคัดสรรตุ๊กตาที่มีทักษะความชำนาญขั้นสูงหรือจากการสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์ในรูปแบบต่างๆ ของกลุ่มเอง



การคัดสรรลักษณะร้องไห้



ห้องโชว์ตุ๊กตา

ภาพที่ 33 การสร้างสรรค์ผลงานคัดสรรและห้องโชว์ตุ๊กตาที่รวบรวมตุ๊กตาหุ่นอริจินัลทุกรุ่น และคัดสรรไว้กว่า 200 ตัว สวนอาหารบ้านฝ้าย จ.แพร่
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

4. กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ส่วนใหญ่ได้ถ่ายทอดความเป็นตัวเองลงบนผลงาน(การเล่นตุ๊กตา) จนเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง โดยถ่ายทอดความเป็นสไตล์ของตนเอง ความชอบ และสิ่งที่ตนเองสนใจเป็นหลัก แต่ก็มีบางส่วนที่อาจเล่นตุ๊กตาแบบธรรมดาโดยที่ไม่ได้ดึงความเป็นตัวเองออกมาและไม่ได้คำนึงว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นการสะท้อนจากตนเองออกมาหรือไม่ รวมถึงลักษณะการเล่นมีทั้งความพอใจที่จะเล่นคนเดียวเงียบๆ ก็สามารถสนุกได้ หรือพอใจที่จะเล่นกับคนหมู่มากเพื่อต้องการบรรยากาศร่วมก็มี

“ก็แต่งตัวให้น้องสไตส์ตัวเองแต่งบ้าง บางครั้งแต่งหน้าน้องแบบที่เราชอบ มีรอยสัก ก็ทำให้น้องด้วย ก็เหมือนๆ กับน้องเป็นตัวแทนเรานะ สามารถขลุกตัวเล่นอยู่ที่บ้านคนเดียว แต่งแต่มือน้องได้เป็นวันๆ เลย ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

“ความเป็นตัวเองก็อาจจะการถ่ายรูปน้องแล้วเอารูปเหล่านั้นมาเป็นภาพประกอบการเล่าเรื่องและใส่ข้อคิดต่างๆ ...” Farhizoe (2553: สัมภาษณ์)

“ถ่ายทอดตัวตนเธอ ก็มีการซื้อเสื้อผ้า จะเลือกแบบที่เราชอบ และบางครั้งก็เอาชุดเราและน้องที่คล้ายๆ กันมาใส่ให้เหมือนกันเสมือนว่าเราคือตุ๊กตาตัวนี้ ...” Honey-suchada (2553: สัมภาษณ์)

“การแต่งกายหรืออุปกรณ์ เครื่องแต่งกายที่ตัวเองทำ และแจกให้คนอื่นเล่นด้วย ที่ไม่เหมือนใครแน่นอน ...” dukedik (2553: สัมภาษณ์)

อีกทั้งกลุ่มส่วนใหญ่มองว่าการเล่นตุ๊กตาบลายซันนั้นไม่ต้องใช้ความสามารถใดๆ เลย เพียงแค่ใช้ความรัก ความใส่ใจ ความคิดสร้างสรรค์ก็น่าจะเพียงพอแล้ว

“ไม่ต้องใช้ความสามารถเลย น่าจะใช้ความรัก และความชอบ บวกกับความพยายามมากกว่านะ เช่น หัวศิลปะแต่ก็ต้องพยายามตั้งใจวาดปากน้องให้งามๆ ไม่งั้นน้องจะปากเบี้ยว เย็บผ้าไม่เป็นแต่ต้องลองเย็บดูอยากให้น้องมีเสื้อผ้ามือเราสักตัว ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

“ใช้จินตนาการ ยังมีหลายตัวยังใช้จินตนาการเยอะ เช่น การตั้งชื่อ นิยายใจคอตุ๊กตาแต่ละตัว ...” noonoot (2553: สัมภาษณ์)

“ความคิดสร้างสรรค์ เพราะความสร้างสรรค์นี้แหละที่ไม่ใช่ให้เราเล่นแต่หิวผมเปลี่ยนเสื้อ ตุ๊กตาแต่ทำอะไรได้มากกว่านั้นซึ่งท้าทายและสนุกมาก ทำให้เราเกิดการเรียนรู้ใหม่ๆ จากการศึกษาเองและสิ่งเหล่านี้ก็เป็นทักษะอาชีพในปัจจุบันได้ด้วย ...” Farhizoe (2553: สัมภาษณ์)

5. เมื่อเข้ามาอยู่ในกลุ่ม ความภาคภูมิใจที่ได้ครอบครองตุ๊กตาส่งผลให้เกิดการให้คุณค่าในตัวตุ๊กตามากขึ้น ซึ่งกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์แต่ละคนต่างก็มีความภาคภูมิใจที่แตกต่างออกไปตามแต่มุมมองของตนเอง โดยกลุ่มผู้ที่ไม่ได้เล่นตามกระแสนั้นมองว่าความภาคภูมิใจในตัวตุ๊กตาบลาซซ์นั้นจะรู้สึกถึงความสุขความมีคุณค่าในจิตใจ ไม่ใช่เป็นความภาคภูมิใจที่ได้ครอบครองแล้วจะดูดี มีสง่าราศี หรือเป็นที่ยอมรับของสังคมคนทั่วไป แต่บางครั้งการแสดงออกถึงการอยากได้ อยากมีของแต่ละคน ก็อาจเป็นความภาคภูมิใจหรือความรักอย่างหนึ่งที่ไม่ใช่การซื้อหรือการได้ครอบครองตามกระแสก็เป็นได้ โดยกลุ่มมองว่า กลุ่มคนเล่นตุ๊กตาบลาซซ์ที่เข้ามาเล่นในช่วงที่กระแสตอบรับดีแบบนี้มีหลากหลายกลุ่ม คงต้องมีบ้างกับกลุ่มที่เข้ามาฉกฉวยโอกาสเพื่อร่วมสมัยตามกระแสสังคมอย่างแน่นอน และไม่เห็นด้วยกับการเล่นตุ๊กตาบลาซซ์เพื่อเกะกะกระแสหรือเพื่ออวดรวย

การรวมกลุ่มของผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ในสังคมไทย

การรวมกลุ่มของผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ เกิดจากผู้ที่มีความนิยมเหมือนกัน หรือจะเรียกได้ว่ากลุ่มเหล่านี้พูด “ภาษา” หรือ “คอเดียวกัน” เมื่อคนเหล่านี้มาพบกันก็สามารถหลอมกลืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มสังคมนี้ได้เป็นอย่างดี การได้พบเพื่อนใหม่จากการทำกิจกรรมต่างๆ นั้น ไม่ได้หมายความว่าจรรู้จักหรือนัดกันไปรวมกลุ่มทำกิจกรรมเกี่ยวกับตุ๊กตาบลาซซ์เพียงอย่างเดียว แต่เพื่อนที่ได้จากการเล่นตุ๊กตาบลาซซ์เหมือนกัน สามารถกลายมาเป็นเพื่อนที่ทำกิจกรรมอื่นๆ ร่วมกันได้ เรียกว่าเป็นเพื่อนกันจริงๆ ในลักษณะของกลุ่มเพื่อนใหม่อีกกลุ่มหนึ่งนั่นเอง

“ก็ใช่ เพื่อนเล่นบลาซซ์ที่ว่าเป็นเพื่อนเลขก็มี ที่เหมือนกับว่าเรารู้จักกันทั้งงานมีทั้งตุ๊กตาบลาซซ์ แล้วเราก็ได้เขาเป็นเพื่อนแล้วเราก็คุยเรื่องอื่นได้ด้วยนอกจากการเล่นน้อง เหมือนกับว่าเป็นการให้เรารู้จักเพื่อนได้อีกมากกลุ่มขึ้น ...” dukedik (2553: สัมภาษณ์)

“จริงๆ แล้วเราก็สามารถที่จะคุยกันได้ทุกเรื่องนะ คือมันพัฒนาไปในขั้นที่แบบคุณไม่ต้องคุยกันเฉพาะเรื่องตุ๊กตาบลาซซ์ก็ได้ คุยเรื่องแบบชีวิตปกติ เรื่องเรียน เรื่องทำงาน เรื่องครอบครัวเรื่องปัญหาจากการพรีออเดอร์ตุ๊กตาก็ได้ อันนี้ฮิตมาก คุยเรื่องแบบอะไรก็ได้ ที่ว่ามันคงจะไม่ดีถ้าเราคุยกันได้เฉพาะแต่เรื่องวงการตุ๊กตาอย่างเดียว ชีวิตเรามันมีอะไรเยอะกว่านั้น ก็คุยกันในประเด็นที่สนใจเหมือนกันได้ แล้วก็คุยในเรื่องอื่นได้ ก็เป็นเหมือนกับการขยายเครือข่ายของตนเอง ขยายความเป็นเพื่อนกันไป ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

จากที่กล่าวมานั้น การรวมกลุ่มกันของผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ จึงไม่ได้หมายความว่าความถึงการรวมตัวเพื่อไปทำกิจกรรมเกี่ยวกับตุ๊กตาแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น หากแต่พวกเขายังทำกิจกรรมอื่นๆ ร่วมกันด้วย ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุยในเรื่องอื่นๆ ทั้งเรื่องครอบครัว เรื่องงาน ผ่านเว็บบอร์ดหรือตามช่องทางต่างๆ อย่างไปเที่ยว กินข้าว ดูหนัง เล่นกีฬาหรือทำกิจกรรมอื่นๆ ที่คนทั่วไปทำกัน ในหลายๆ กรณีที่กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ได้กลายเป็นเพื่อนกันจริงๆ โดยมีกิจกรรมพิเศษที่ชอบร่วมกันในบริบทเฉพาะคือ ตุ๊กตาบลายธ์และเป็นตัวเชื่อมโยงให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นนั่นเอง

เท่าที่สังเกตผ่านเว็บไซต์ Blythethailand และงานตุ๊กตาบลายธ์ที่จัดขึ้น มีการรวมกลุ่มกัน 2 ลักษณะ ดังนี้

1. การรวมกลุ่มในโลกเสมือนที่เว็บบอร์ด (Forum) เป็นการที่สมาชิกแต่ละคนเข้ามาพูดคุยปรึกษาหารือ หรือร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์และเรื่องภายนอกที่ไม่เกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์ในชุมชนออนไลน์ เสมือนเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันที่มีตุ๊กตาบลายธ์เป็นตัวเชื่อมเป็นตัวสานสัมพันธ์ให้เกิดการรวมกลุ่มหรือกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เหล่านี้ล้วนนำไปสู่การรวมกลุ่มพบปะได้จริง

		+ คนรักถก แวะมาแชร์ข้อมูลกันหน่อยคร้า...เพิ่มรูปสังหา หน้า6คะ ^o^ (new) « 1 2 ... 17 18 »	Easy@Blythe	257	2341	วันนี้ เวลา 12:15:24 โดย annpack	
		ใครชอบมั่ง KamiKaze ถ้าชอบก็เข้ามาเลยคะ (new) « 1 2 ... 6 7 »	noomix	91	3754	วันนี้ เวลา 10:55:51 โดย tatabow	
		ใครเป็นแฟน เนื้อคู่อยากรู้ใครบ้างคะ (new) « 1 2 »	Alice	28	278	วันนี้ เวลา 10:54:32 โดย tatabow	
		:: เพื่อนๆ พี่ๆ มี "ความ ยาก" กันรึป่าวคะ มาทางนี้เลยค่า :: (new) « 1 2 3 »	punch2542	34	413	วันนี้ เวลา 10:53:19 โดย tatabow	
		เตรียมลละลายกับ 5 สาว Sugar Eyes/Sony Music (new)	love_pool	13	421	วันนี้ เวลา 00:26:55 โดย tatabow	
		เข้ามาดูคะ คนที่อยากได้น้องกลองมาครอบครองก็ที่สามารถ ช่วยคุณได้ (new) « 1 2 »	BLYTHE.GIFTZ	15	199	วันนี้ เวลา 00:21:26 โดย tatabow	
		ไอติมกะทิปั่นไข่แดง (new)	Farhizoe	0	10	กันยายน 15, 2010, 22:54:05 pm โดย Farhizoe	
		อยากจะทำอะไรก็ได้ (ไม่ลบแล้วคะ เหตุผลหน้าแรก) (new)	mijiru7	5761	90230	กันยายน 15, 2010, 22:50:30 pm โดย Farhizoe	
		Theme 88 ทางใจ...เพิ่มในหน้า 4 มีเกมมาฝากด้วย น้า^^ (อัพเดทเรื่อยๆ4) (new) « 1 2 ... 13 14 »	pari_a	197	110888	กันยายน 15, 2010, 21:10:31 pm โดย poppusan	
		นันทวิดี ชนะเลิศ (กุหลาบไร้หนาม พรสวรรค์) (new) « 1 2 »	rutchy	21	402	กันยายน 15, 2010, 18:09:59 pm โดย peony	
		มีใครจะไป ส่องกง หรือญี่ปุ่น หรือ ใครอยู่ ญี่ปุ่นเข้ามาหน่อย คะ ^^ (new)	meawma	4	145	กันยายน 15, 2010, 18:09:02 pm โดย peony	
		ฝากเชียร์น้องป๊อปด้วยประกวดมิสหุ่น^^	Popllsalll	2	36	กันยายน 14, 2010, 18:25:16 pm โดย Popllsalll	

ภาพที่ 34 แสดงกระทู้เกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์และนอกเหนือจากตุ๊กตาบลายธ์ในเว็บบอร์ด

ที่มา: Blythethailand.com (2010)

2. การรวมกลุ่มในโลกความจริงในกิจกรรมงานตุ๊กตาบลายธ์ เกิดขึ้นจากการประกาศ

ประชาสัมพันธ์หรือบอกต่อกัน โดยใช้หัวข้อประกาศข่าวและมีที่ตั้งทั่วไปในเว็บบอร์ด เป็นตัวบอกข่าว กิจกรรมต่างๆ ที่จะจัดขึ้น โดยแบ่งเป็นงานแบบส่วนตัว (Private) ที่กลุ่มผู้นิยมร่วมกันจัดขึ้นเองและงานแบบสาธารณะ (Public) ที่มีองค์กร ร้านค้าจัดขึ้น สำหรับงานแบบ Private ดำเนินโดยสมาชิกภายในเว็บไซต์เป็นคนชวนเสี่ยง ช่วยกันระดมความคิดเห็นโหวตสถานที่ วันที่ กำหนดการเวลารวมถึงกิจกรรมที่จะจัดขึ้น ปัจจุบันมีการรวมกลุ่มสมาชิกในพื้นที่หลากหลาย เช่น กรุงเทพฯ และปริมณฑล และเมืองใหญ่ๆ อย่าง เชียงใหม่ ชลบุรี เป็นต้น การพบปะสังสรรค์นี้ทำขึ้นด้วยความสมัครใจของผู้จัดและผู้เข้าร่วมจึงไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ นอกจากค่ากินค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่างคนต่างรับผิดชอบกันเอง

โดยกิจกรรมต่างๆ จากการสังเกตผ่านเว็บบอร์ดนั้น สมาชิกแต่ละคนได้ร่วมกันโพสต์รูปแชร์ความประทับใจไว้สำหรับกิจกรรมที่แต่ละคนเข้าร่วม ซึ่งกิจกรรมแบบ Private ที่กลุ่มส่วนใหญ่เลือกมาทำร่วมกันในงานรวมกลุ่ม (Meeting) แต่ละครั้งหลักๆ มีดังนี้ (รวบรวมงานต่างๆ ที่จัดขึ้นผ่านเว็บบอร์ด Blythethailand พ.ศ. 2552- 2553)

2.1 กิจกรรม Workshop อาทิ งานฝีมือตัดเย็บ- ถักเสื้อผ้าตุ๊กตา ประดิษฐ์เครื่องประดับ ข้าวของเครื่องใช้ การสอนคัสตอมขึ้นพื้นฐานพร้อมเทคนิคที่น่าเรียนรู้ สอนการถ่ายภาพให้ออกมาดูสวยงามได้อารมณ์พร้อมสอนทำพรีอบตกแต่ง เช่น ฉากหลัง เฟอร์นิเจอร์ เหล่านี้จะช่วยให้การถ่ายภาพได้ออกมาสวยงามและเล่น ได้สนุกยิ่งขึ้น



ภาพที่ 35 บรรยายภาพงานมีพู่กันกับกิจกรรม Workshop การสอนคัสตอมขึ้นพื้นฐาน
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

2.2 ประกวดแต่งกายตุ๊กตาของตนเองตาม Theme หรือคอนเซ็ปต์ต่างๆ โดยจะตัดสินจากคะแนนโหวตของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ผู้ชนะจะได้ของรางวัลเล็กๆ น้อยๆ ที่ร่วมกันเป็นสปอนเซอร์ ถือว่าเป็นกิจกรรมที่นิยมมากของทุกครั้งที่เกิดการรวมกลุ่ม สร้างความสนุกสนาน ประทับใจให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน ปัจจุบันมีการแยกประเภทตุ๊กตาเพื่อการเข้าประกวดเป็น ตุ๊กตาบลายธ์รุ่นออริจินัล และตุ๊กตาบลายธ์ที่ผ่านการคัสตอมแล้ว เพื่อกระจายรางวัลให้แก่ผู้ร่วมงาน



ผ่านการคัสตอม Theme “Alice in Wonderland” รุ่นออริจินัล Theme “Alice in Wonderland”

ภาพที่ 36 ประกวดแต่งกายในคอนเซ็ป “Alice in Wonderland”
ที่มา: Blythethailand.com (2010)



ภาพที่ 37 ภาพ Theme จากการ์ตูนและภาพยนตร์เรื่อง “Alice in Wonderland”
ที่มา: imdb.com (2010)

2.3 จัปฉลากแลกของขวัญซึ่งกันและกัน เป็นการเพิ่มสีสันและได้ทำความรู้จักเพื่อน
สมาชิกในกลุ่มมากยิ่งขึ้นอีกด้วย โดยมูลค่าของของขวัญเริ่มต้นที่ 100 บาท เป็นต้นไป



ภาพที่ 38 ภาพกิจกรรมการแนะนำตัวเองและจัปฉลากแลกของขวัญ
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

2.4 การจัดทริปเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ หรือต่างจังหวัด โดยนำตุ๊กตาบลายธ์ร่วม
เที่ยวด้วย พร้อมถ่ายรูปเก็บเป็นที่ระลึก เป็นการสานสัมพันธ์ให้กลุ่มแน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 39 ภาพกิจกรรม BlytheThailand Trip No.2 @ Hua-Hin

ที่มา: Blythethailand.com (2009)



ภาพที่ 40 ภาพทริป Meeting Blythe Bangkok & Pattaya วันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2553

ที่มา: Blythethailand.com (2010)

ส่วนงานแบบ Public นั้น วัตถุประสงค์ในการจัดงานเพื่อต้องการประชาสัมพันธ์ผู้ติดตามบลายธ์ให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนหรือบุคคลทั่วไปมากยิ่งขึ้น โดยจะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณาและผ่านเว็บไซต์ด้วยเช่นกัน รูปแบบของงานจะเป็นทางการ ลักษณะงานใหญ่มีผู้เข้าร่วมมากและหลากหลาย



ภาพที่ 41 ภาพตัวอย่างโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์งานแบบ Public
ที่มา: Blythethailand.com (2009)



ภาพที่ 42 บรรยายภาพงานแบบ Public นำโดยคุณจุนโกะ หว่อง (ประธานกรรมการบริษัท CWC
ประเทศญี่ปุ่นผู้สร้างตุ๊กตาบลายธ์) และดารา-ผู้มีชื่อเสียง
ที่มา: Blythethailand.com (2009)

โดยกิจกรรมภายในงานแบบ Public นั้น ส่วนใหญ่มักมีกิจกรรมในรูปแบบการจัด
นิทรรศการแสดงตุ๊กตาบลายธ์โดยเฉพาะรุ่นที่หาดูยาก, การแสดงโชว์สำหรับพิธีเปิดโดยดาราและ
Celebrityชื่อดัง, การประกวด Young Designer หรือประกวดแต่งตัวคู่เหมือน ซึ่งของรางวัลมากมาย
, การประมูลหรือเปิดให้โหวตตุ๊กตาเพื่อนำเงินรายได้ร่วมทำบุญกับสถานสงเคราะห์ต่างๆ และการ
ออกบูธจำหน่ายตุ๊กตาและข้าวของเครื่องใช้ จากประเทศต่างๆ เป็นต้น



ภาพที่ 43 กิจกรรมการประกวด Me & My Blythe Contest จากงานแบบ Public
ที่มา: Leo-toy.com (2008)

ทั้งนี้ทั้งนั้นงาน Private และ Public ไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้เข้าร่วม คือ ไม่ว่าจะรวมกลุ่ม ก็คนที่สามารถร่วมกันทำกิจกรรมต่างๆ ได้ แต่ที่เด่นชัดถึงความต่างกันระหว่างงาน Private และ Public คือ จำนวนวันที่จัดงาน เช่น งานแบบ Private มักจัดกัน 1 วัน ทำกิจกรรมช่วงเช้า ช่วงเย็น แยกย้ายกันกลับ แต่งานแบบ Public จะจัดงานกันหลายวัน เท่าที่พบ คือนานสุดถึง 1 เดือนก็มี วัตถุประสงค์ของงานก็จะต่างกัน งานแบบ Public จะมุ่งประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรู้จักตุ๊กตา บลาซึ่มมากยิ่งขึ้น ส่วนใหญ่จัดโดยบริษัทห้างร้านต่างๆ เพื่อเป็นผลประโยชน์ต่อการทำธุรกิจต่อไป ส่วนงานแบบ Private จะเป็นงานที่เกิดจากความต้องการของสมาชิกของแต่ละคน ที่ต้องการมา พบปะกับผู้ที่ชื่นชอบสิ่งที่เหมือนๆ กัน ทำกิจกรรมร่วมกันในลักษณะฟรีดลองงาน หรือร่วมกัน ก่อตั้งงานขึ้นมา

จากการที่กล่าวมานั้น ข้อดีข้อเสียของการรวมกลุ่มในโลกความจริงกับการรวมกลุ่มในโลกเสมือนจริง ก็คือ การรวมกลุ่มในชุมชนออนไลน์สามารถพูดคุย แสดงความคิดเห็นได้ทุกเมื่อทุก เวลาตลอด 24 ชั่วโมง สามารถรวบรวมเพื่อนสมาชิกได้มากขึ้นทั้งสมาชิกที่เป็นคนไทยในประเทศ และที่อยู่ต่างประเทศก็สามารถรวมกลุ่มแชร์ความรู้สึกหรือประสบการณ์เกี่ยวกับตุ๊กตาบลาซึ่มได้ แต่การที่พูดคุยหรือทำกิจกรรมกันอยู่แค่ในโลกเสมือนจริงหรือชุมชนออนไลน์นั้นก็จะไม่มีทางได้ พบเจอและสัมผัสกับบรรยากาศร่วมหรืออารมณ์ ความรู้สึกที่แท้จริงกับสมาชิกผู้ที่ชื่นชอบ จะเป็น เพียงแต่ได้พบเห็นและเรียนรู้ผ่านข้อความ ตัวอักษร และรูปภาพเท่านั้น เพราะเหตุนี้การรวมกลุ่ม แบบพบเจอกันตัวเป็นๆ จึงสำคัญมากในฐานะการร่วมแสดงตัวตนของกลุ่มผู้ที่มีใจรักในสิ่งที่ เหมือนกัน เป็นการเติมเต็มให้แก่กันและกัน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มถึงความชอบในงานแบบ Private และ Public กลุ่มส่วนใหญ่ตอบว่า สนใจและชอบไปงานแบบ Private มากกว่า เพราะสามารถจัดได้เรื่อยๆ ทำให้ได้เจอเพื่อนๆ ตลอด แต่ก็ไม่ได้มองข้ามงานแบบ Public ในฐานะงานที่ทำให้เกิดโอกาสและประสบการณ์ใหม่ๆ

“งานแบบไพรเวท จะเป็นส่วนตัวมากกว่า แล้วก็กลุ่มที่รู้จักสนิทสนมกันพอสมควร มันเหมือนการไปปิกนิกกับครอบครัว ไปเที่ยวเล่นกับเพื่อนสนิทแบบนั้นแหละ ส่วนงานที่ จัดตามห้างสรรพสินค้า ก่อนข้างจะเปิดกว้างแต่เราก็ได้เห็นอะไรหลากหลาย ได้รับ ประสบการณ์ใหม่ๆ เป็นการเปิดโลกทัศน์ของตนเองไปในตัว แต่จริงๆ งานแบบสาธารณะ นานๆ จะจัดขึ้นมาทีและทุกครั้งจะค่อนข้างยิ่งใหญ่หาเวลาไปได้ง่ายเพราะจัดการหลายวัน แต่งานแบบไพรเวทน้อยครั้งมากที่จะหาเวลาปลีกตัวไปร่วมได้เพราะบางทีตรงกับวัน ทำงานกลางวันไปไม่ได้บ้าง สถานที่อยู่ไกลบ้าง ...” noonoot (2553: สัมภาษณ์)

“งาน 2 แบบนี้ ค่อนข้างแตกต่างกันนะ เพราะถ้าเป็นงาน Public มักจะมีเงื่อนไขในการเข้าร่วม มีการสมัครร่วมกิจกรรมมีการเสียค่าใช้จ่าย มีกำหนดการที่แน่นอนตายตัว ไม่ค่อย หยัดหยุ่น แล้วก็มีคอนเซ็ปต์งานชัดเจน ทำให้บางทีไม่ค่อยเป็นกันเองเลยไม่ค่อยกล้า แสดงออกเหมือนอยู่ในกลุ่มแบบเราๆ เองที่ไม่ต้องมีพิธีไรมาก แต่โดยรวมถ้าใครที่ชอบ งานแบบเปิดตัว หรือกิจกรรมที่ออกสู่สาธารณะแบบนี้ก็มักจะชอบ งานแบบนี้ส่วนใหญ่จะ จัดในสถานที่กว้างๆ เป็นลาน อย่างพื้นที่ห้างสรรพสินค้า คนร่วมงานจะคละกันไปหลาย ประเภททั้งคนธรรมดา คาราผู้มีชื่อเสียง ส่วนข้อดีของงานแบบนี้ก็มี คือ ไปครั้งเดียวก็ คุ่มค่า ได้เห็นอะไรใหม่ๆ หลายอย่าง เพราะจะมีกิจกรรมที่เสนอต่อผู้สนใจเยอะ และของ รางวัลก็ลงทุนด้วย ส่วนตัวชอบทั้ง 2 หาเวลาไปให้ได้ แต่จะไปร่วมกิจกรรมอะไรในงาน บ้างต้องคิดดูอีกที ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

กิจกรรมหรืองานของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซท์ที่จัดขึ้นในประเทศไทย

งานแรกที่มีลักษณะของการเปิดตัวตุ๊กตาบลาซท์อย่างเป็นทางการในประเทศไทย เป็นงาน แบบ Public ที่เปิดให้ประชาชนทั่วไปได้เข้าร่วมงาน เท่าที่ระบุได้แก่ที่สุดคือ “งาน BEHIND BLYTHE – 7 Wonderful Years” จัดขึ้นระหว่างวันที่ 1-30 กันยายน พ.ศ. 2551 จัดโดย ห้างสรรพสินค้าเทสโก้ โลตัส สาขาปิ่นเกล้าร่วมกับร้านลิโอทอย ซึ่งมีกิจกรรมตลอดทั้งเดือน อาทิ การจัดประกวดแต่งกายคู่เหมือน, นิทรรศการการจัดแสดงตุ๊กตาบลาซท์ที่หาซื้อได้ยาก, การประกวด

ภาพถ่ายตุ๊กตาบลายซ์ (ผลงานเข้าร่วมการประกวดที่ผ่านการคัดเลือกจะได้นำไปจัดแสดงที่ญี่ปุ่นด้วย), ปาร์ตี้ “TEA FOR TWO PARTY” กับการปรากฏตัวครั้งแรกในเมืองไทย ของ “JUNKO WONG” ประธานกรรมการบริษัท CWC³ ประเทศญี่ปุ่น ผู้ค้นชีวิตและชื่อเสียงให้กับตุ๊กตาบลายซ์ จนถึงปัจจุบัน พร้อมรับลายเซ็นที่ระลึก และพบกับดาราสาวผู้สะสมตุ๊กตาบลายซ์ เป็นต้น

ซึ่งงานตุ๊กตาบลายซ์ที่ขยายตัวในบ้านเรา ทำให้ได้เห็นสิ่งที่ดีที่สุดคือ จำนวนงานตุ๊กตาบลายซ์ที่เพิ่มขึ้นอย่างสูง สำหรับความถี่ของงานตุ๊กตาบลายซ์นั้น แม้จะไม่มีบันทึกอย่างเป็นทางการที่แน่นอน แต่จากข้อมูลแกลอรีและเว็บบอร์ด Blythethailand ที่เปิดให้สมาชิกภายในเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์และอัปโหลดรูปภาพโดยมีเวลาไว้อย่างชัดเจนนั้น ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมรูปจากงานต่างๆ สามารถสรุปความถี่ในการจัดงานได้ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนงานในส่วนเว็บบอร์ด Blythethailand ในแต่ละปี

ปี พ.ศ.	จำนวนงานที่ปรากฏในเว็บไซต์
2550	6
2551	10
2552	54
2553	40 (บันทึกข้อมูลถึงสิ้นเดือนต.ค.)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้สังเกตผ่านเว็บไซต์ Blythethailand และได้จัดแบ่งผู้จัดงานหรือหรือกิจกรรมตุ๊กตาบลายซ์เป็นประเภทต่างๆ รวบรวมเท่าที่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ Blythethailand เป็นหลัก ทั้งงานแบบสาธารณะ (Public) และแบบส่วนตัว (Private) โดยจะใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษในการแบ่งเป็นประเภทของผู้จัดงานดังนี้

³ บริษัทผู้ถือลิขสิทธิ์และผู้ผลิตตุ๊กตาบลายซ์ประเทศญี่ปุ่น (ครอส เวิร์ลด์ คอนเนคชัน Cross World Connection:CWC) จะปรากฏในงานวิจัยฉบับนี้เป็นคำย่อภาษาอังกฤษว่า CWC

BU (Business)	คือบริษัทหรือองค์กรธุรกิจต่างๆ
O (Organization)	คือหน่วยงานหรือองค์กรที่ไม่ได้ดำเนินการเพื่อเชิงพาณิชย์
B (Blythe)	คือกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวของผู้ที่ชื่นชอบตุ๊กตาบลายธ์เอง
G (Gift)	คือกิจกรรมที่ใช้ตุ๊กตาบลายธ์เป็นของรางวัล

ตารางที่ 4 แสดงรายชื่องาน ผู้จัดงาน และประเภทของผู้จัด จำแนกตามปีที่จัด

ปี พ.ศ.	ชื่องาน	ผู้จัดงาน	ประเภท
2550	Ichigo Heaven 1st Anniversary Party @	Ichigo Heaven Shop	BU
31 ส.ค.	Coffee Mania	(Thailand Official Blythe Shop)	
18 ต.ค.	Meeting @ สวนรถไฟ	nene	B
23 ต.ค.	Meeting @ buono emporium	Jojiko, kikito, Ying	B
25 ต.ค.	Blythe Rally เส้นทาง กรุงเทพฯ - เมธา วลัย ชะอำ	บริษัทไทยอแกไนส์	BU
20 ธ.ค.	Meeting @ Central World	noina loveblythe	B
22 ธ.ค.	Blythe Thailand Club (BTC) Meeting ครั้งที่ 4 @ 6th fl., Benz Amon Ratchada	www.blythelovers.multiply.com	O
2551	เทศกาลตุ๊กตานานาชาติ	ห้างสรรพสินค้าซีคอนสแควร์	BU
16 ส.ค.			
22 ส.ค.	สังสรรค์สาวบลายธ์สุดอินเทรนด์กับ ASUS P32	บริษัท อัสซุส เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด	BU
31 ส.ค.	Meeting @ เชียงใหม่	sunny9500	B
1 -30 ก.ย.	BEHIND BLYTHE – 7 Wonderful Years	เทสโก้ โลตัส สาขาปิ่นเกล้า และ ร้าน ลีโอทอย (Thailand Official Blythe Shop)	BU
6 ต.ค.	Blythethailand: Photo Contest #1	www.blythethailand.com	O
9 ต.ค.	Doll Mania 2008 Doll Costume Design Challenge	ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า พระราม3	BU
12 ต.ค.	Blythe Thailand WorkShop No.1 # Basic Customized @The Style by TOYOTA	www.blythethailand.com	O
8 พ.ย.	Blythe Thailand WorkShop No.2 # Doll Photography	www.blythethailand.com	O

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	ชื่องาน	ผู้จัดงาน	ประเภท
12 ธ.ค.	Thailand Bestbuys 2008	ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์	O
27 ธ.ค.	Blythe Thailand Party No.1 # Happy New Year @ ลิตเติลโฮม ทองหล่อ	www.blythethailand.com	O
2552	Blythe Look Alike Contest by Schwarzkopf FRESHLIGHT	Schwarzkopf	BU
24 เม.ย.	Meeting @ Phuket	myhunnah	B
11 ม.ค.	Blythe Chiangmai Party 2009 ณ โรงแรม นาวาพลช	Blythethailand Chiangmai Group	B
7 ก.พ.	Meeting Blythe Chiang Mai Club ครั้งที่ 4	Meeting Blythe Chiang Mai Club	B
7 ก.พ.	Blythe A Wonder World : 7 th Annual Charity Exhibition @ Siam Paragon	The Doll House @ Qconceptstore Siam Paragon	BU
8 ก.พ.	Blythe Thailand Meeting No.1 # Blythe Thailand Interview # @ บรูโน เอ็มโพเรียม, สวนเบญจสิริ และสยามพารากอน	www.blythethailand.com	O
15 ก.พ.	Blythe Hatyai Meeting # 1 @ ลีการ์เด็น ชั้น 33 (Sky Buffet)	gienietoy	B
22 ก.พ.	Meeting @ ปาร์ก เซ็นทรัลพระราม2	gugugun	B
1 มี.ค.-	พบบลายซ์เข้าร้าน Little Home Bakery	บริษัท ลิตเติลโฮมเบเกอรี่ (1966)	BU
15 พ.ค.	พร้อมรับส่วนลด	จำกัด	
14 มี.ค.	Meeting @ ไอเบอรี่ : Summer time	Blythethailand Chiangmai Group	B
15 มี.ค.	Blythe Thailand Trip No.1 # นันจะไป พักยา...	www.blythethailand.com	O
17 มี.ค.	Olympus Beauty Mode	บริษัท เจ็บเซ่น แอนด์ เจ็บเซ่น มาร์เก็ตติ้ง (ที) จำกัด	BU
27 มี.ค.	มีตติ้งสะพายกระเป๋าไปถ่ายรูปกัน @ สีส้มคอมเพลกซ์	forever	B
6 เม.ย.	มีตติ้ง @ mag coffee	film181	B
22 เม.ย.	การประกวด Story หลุดโลก	www.blythethailand.com	O
30 เม.ย.	มีตติ้งน้ำแข็งใส @ สวนลุมพินี	nann	B
2 พ.ค.	สอนคำ ซัมเมอร์ เฟสต์ 2009 @ หัวหิน	บริษัท เฟรชแอร์ เฟสติวัล	BU
5 พ.ค.	Wonder Blythe Harmony Show Case	Central Festival Pattaya Beach	BU

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	ชื่องาน	ผู้จัดงาน	ประเภท
23 พ.ค.	เรียนรู้การตัดเย็บชุดตุ๊กตา Blythe	สถาบันบุณกะแพ้น	BU
6 มิ.ย.	Meeting @ CentralWorld	mee jean	B
10 มิ.ย.	Meeting Blythe For Annysui (วาระ สุดท้ายก่อนไปสู่สุคติ)	Chiangmai doll's Club	B
12 มิ.ย.	Hobby Festival	Central Plaza พระราม 3	BU
15 มิ.ย.	ตลาดนัดน้องบลายธ์	suzanwyte	B
17 มิ.ย.	PINN SHOP Hobby Craft Festival 2009	บริษัท กนกรัตน์ แอนด์ เฟรนด์ จำกัด	BU
21 มิ.ย.	Meeting @ โซว์รูมโตโยต้า เกษตรนว มินทร์	gurigolff	B
3 ก.ค.	Knitting Dress for Dolls My Blythe, My Knitting Style	PINN Shop	BU
5 ก.ค.	VETA The Purple Stage Shine For Blythe	บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด	BU
26 ก.ค.	มีตติ้งนันท ครั้งที่ 1 ณ ร้าน อาหารสองฝั่ง คลอง	Mijiru7	B
2 ส.ค.	Cute Package for Blythe	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	O
3 ส.ค.	มีตติ้ง รีมสวระ S/S1	Pattaya-Chonburi Club	B
9 ส.ค.	Blythe Meeting @ Sweden	Elizabeth	B
23 ส.ค.	BT Charity พาน้องเทียวอ้อมใจ & อ้อมบุญ	nukwang	B
28 ส.ค.	Meeting งานเย็บ-ปัก @ Central ปิ่นเกล้า	nuMilk	B
13 ก.ย.	มีตติ้ง @ เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ	Voony	B
19 -20 ก.ย.	Blythe Thailand Trip No.2 # Hua-Hin เพราะคิดถึง จิงมาหา...@ วรบุรี รีสอร์ท แอนสปา หัวหิน	www.blythethailand.com	O
23 ก.ย.	2EN Meeting @ TOYOTA Buzz	TOYOTA Buzz	BU
27 ก.ย.	มีตติ้ง...บลายธ์ แอน เดอะแก๊งค์ @ Buzz เกษตร-นวมินทร์ ครั้งที่ 2	เดอะแก๊งค์	B
30 ก.ย.	Photograpy Blythe Meeting @ สวนรถไฟ	Meezcooter	B
2 ต.ค.	งานตุ๊กตานานาชาติ	ห้างสรรพสินค้าซีคอนสแควร์	BU
6 ต.ค.	Doll Mania 2009	CentralPlaza Rama3	BU
7 ต.ค.	Toys Crazy @ Central Plaza Bangna รวบรวม พลคนรักของเล่น	Central Plaza Bangna	BU

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	ชื่องาน	ผู้จัดงาน	ประเภท
10 ต.ค.	A Millitonaire's First Love	www.wanillacat.in.th	G
11 ต.ค.	Meeting DIY Mission II @ Central แจ้งวัฒนะ	Voony	B
18 ต.ค.	ร้อยเรียง เคียงศิลป์	ห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเสง	BU
29 ต.ค.	Meeting Blythe 4 Rangsit Zone	คนรังสิต	B
31 ต.ค.	Halloween Meeting Blythe เชียงใหม่	Blythe Thailand Chiangmai Group	B
4 พ.ย.	นิตยสาร Lisa Weekly ฉลอง New Look ต้อนรับ Blythe 6 ตัว 6 สไตล์	นิตยสาร Lisa	G
12 พ.ย.	Import Brand & Urban Goodies (IBUG Fair 2009)	ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์	O
15 พ.ย.	มิดดิง คนเมืองมินบุรี	คนเมืองมินฯ	B
22 พ.ย.	Meeting Buzzy & Mint @ Toyota Buzz	http://memint.multiply.com	B
29 พ.ย.	Meeting ครั้งที่ 4: doll world fashion week	Andykung	B
2 ธ.ค.	A Chirsmas Date With Blythe	โรงแรมแซงกรีลา กรุงเทพฯ	BU
20 ธ.ค.	Blythethailand New Year Party & Festival 2010@ โรงแรม The Twin Tower	www.blythethailand.com	O
13 ธ.ค.	Meeting คนรักน้องชาวราชบุรี	คนรักน้องชาวราชบุรี	B
2553	Blythe 8 th Anniversary Charity	The Doll House @ Qconceptstore	BU
5 ก.พ.	Exhibition "Fashion Obsesion" นิทรรศการครบรอบ 8 ปี ตุ๊กตาบลายธ์	Siam Paragon	
9 ม.ค.	งานเมืองทอง ฮอลล์ 6	เมืองทองธานี	O
16 ม.ค.	งานปีใหม่ชาว Pattaya-Chonburi Group	Pattaya-Chonburi Group	B
30 ม.ค.	Meeting @ TWIN TOWERS กับ mijiru7	mijiru7	B
24 ม.ค.	Meeting New Year 2010	D.I.Y. Gang	B
30 ม.ค.	Celeb Party Meeting Dolls	Andykung	B
16 ก.พ.	เสน่ห์รักสาวนักช้อป Shopaholic ลุ้นตุ๊กตา Blythe (Shopaholic v.2)	www.VanillaCat.in.th	G
18 ก.พ.	Cheeze Special Issue แจกบลายธ์	Cheeze Magazine	G
21 ก.พ.	Blythe meeting เดือนแห่งความรัก	ordinary98	B

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	ชื่องาน	ผู้จัดงาน	ประเภท
7 มี.ค.	Prima Party : Meeting No.1	Modcatz	B
13 มี.ค.	Meeting ณ บางแสน ตอน บางแสนแสนสบาย	Pattaya-Chonburi Group	B
28 มี.ค.	Doll Fête คอลแฟต งานตุ๊กตาเพื่อคนรักตุ๊กตา	www.dollfete.com	BU
3 เม.ย.	Photo Trip No.1 : Palio @ เขาใหญ่	Modcatz	B
4 เม.ย.	TOYOTA & BJD Blythe เก่ง ช่า แน่ ท้ากิน !!! @ Siam	TOYOTA	BU
17 เม.ย.	ห้องโหล่น้องบลายธ์ กว่า 400 ตัว @ สวนอาหารบ้านฝ้าย จ.แพร่	panee	B
24 เม.ย.	meeting ครั้งใหม่ ไฉไล กว่าเดิม @ สวนรถไฟ	Mool3ee	B
8 พ.ค.	มิดดิงรับร้อน @ สวนน้ำเดอะมอลบากะปี	nongnut	B
9 พ.ค.	Meeting @ แฟชั่นไอส์แลนด์	Faii_oZzO	B
15-25 พ.ค.	Miss Bambino rainy season first Awards	Blythethailand Bambino Group	B
5 มิ.ย.	Meeting @ DreamWorld	rutchy	B
12 มิ.ย.	Meeting D.I.Y. Gang ครั้งที่ 4 เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ	voony	B
19 มิ.ย.	Meeting @ Palio (Khao Yai)นครราชสีมา	Mool3ee	B
11 ก.ค.	Meeting D.I.Y. Gang ครั้งที่ 5 @ MUSE GARDEN	voony	B
17 ก.ค.	มิดดิงจิบชายามบ่าย @ โรงแรมโนโวเทล สุขุมวิท 33	BlytheDee	B
28 ก.ค.-	“งานมหัศจรรย์แห่งการอ่าน ครั้งที่ 9”	Voon_y_shop & Sweet By Nim	O
1 ส.ค.	Workshop ง่ายๆ สไตล์ D.I.Y. @ ศูนย์ประชุมสิริกิติ์		
1 ส.ค.	Blythe & Doll Meeting @ I LOVE SHOP 27 ซอย 9 ถนนนิมานเหมินท์	ORDINARY	B
22 ส.ค.	มิดดิงบ้านพี่ชา ลัลลาฮาเฮ	bbeeza	B

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	ชื่องาน	ผู้จัดงาน	ประเภท
29 ส.ค.	Meeting LUX Blythe in PATTAYA	lemon	B
30 ส.ค.	Work shop First Class สอนถ่ายรูปนิ่งให้สวยสนใจ	Teddy_boy	O
6-7 ก.ย.	Meeting กรุงเทพฯ- พัทยา	Tawan09	B
11 ก.ย.	มีตติ้งเล็กๆ ณ บางแสน	mango03	B
22 ก.ย.	มีตติ้งปิ้งลูกชิ้น @ บ้านบุปผา	บุปผา	B
1-7 ต.ค.	Doll Mania Expo 2010 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา พระราม 3	ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา พระราม 3	BU
3 ต.ค.	Doll Costume Design Challenge @ CentralPlaza RAMA3	CentralPlaza RAMA3	BU
5-10 ต.ค.	Woman Live “งานแฟร์ยิ่งใหญ่เพื่อผู้หญิง ทุกสไตล์” @ อิมแพคเมืองทองธานี	บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิช ซิ่ง จำกัด (มหาชน)	BU
7-13 ต.ค.	งาน Toys crazy 2010 จุดไอเดียสร้างสรรค์ กับสารพันของเล่นแบรนด์ดัง	ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา บางนา	BU
8-17 ต.ค.	เทศกาลตุ๊กตานานาชาติ	ศูนย์สรรพสินค้าซีคอนสแควร์	BU
10 ต.ค.	Meeting นัคพบนางสาวปิ๊อบ ประจำ.ศ. ๒๒๘ @ พระที่นั่งวิมานเมฆ	thi-ti-pat-	B
31 ต.ค.	Happy Halloween Party ณ ร้านพีรัก	oHi_Yo!	B
31 ต.ค.	Halloween Night Party & Meeting	modcats	B

จากตารางที่ 4 สามารถสรุปสัดส่วนประเภทของผู้จัดงานได้ตามตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 สรุปสัดส่วนของผู้จัดงาน ในช่วงสิงหาคมปี 2550- สิ้นเดือนตุลาคม 2553

ประเภทผู้จัดงาน	ปี พ.ศ.				จำนวน	ร้อยละ
	2550	2551	2552	2553		
บริษัทหรือองค์กรธุรกิจต่างๆ (BU)	2	4	17	9	31	28
หน่วยงาน/องค์กรที่ไม่ได้ดำเนินการเพื่อเชิงพาณิชย์ (O)	1	5	8	2	17	15
กลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวของผู้ที่ขึ้นชอบตุ๊กตาบลายธ์เอง (B)	3	1	27	27	58	53
กิจกรรมที่ใช้ตุ๊กตาบลายธ์เป็นของรางวัล (G)	-	-	2	2	4	4
รวมรายปี	6	10	54	40	110	100

ในตารางที่ 3 ถึงแม้ว่าข้อมูลจำนวนงานต่อปีนั้นจะเป็นจำนวนที่อาจจะไม่ตรงตามความจริงทั้งหมด เพราะเป็นเพียงจำนวนงานที่ได้รวบรวมรูปไว้ในเว็บไซต์เท่านั้น แต่ก็สามารถทำให้เห็นภาพกว้างๆ ได้ว่า จากปี พ.ศ. 2550 - 2552 นั้น จำนวนงานตุ๊กตาบลายธ์ได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและในอัตราที่สูง

สำหรับการจำแนกงานตุ๊กตาบลายธ์กับรายชื่อผู้จัดงานในตารางที่ 4 นั้น เนื่องจากงานที่ถูกรวบรวมไว้เป็นงานแบบ Public และแบบก้ำกึ่ง ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นกลุ่มผู้จัดงานเป็น 3 กลุ่ม ตามการจำแนกในตารางที่ 5 นั่นคือ บริษัทหรือองค์กรธุรกิจ ที่ดำเนินการในเชิงพาณิชย์ เช่น TOYOTA, บริษัท เซเรบอส และห้างร้านสรรพสินค้าต่างๆ เป็นต้น และกลุ่มหน่วยงานต่างๆ ที่ไม่ได้ดำเนินการเพื่อเชิงพาณิชย์ เช่น ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เป็นต้น ซึ่งทั้งสองกลุ่มนี้ส่วนมากเป็นการจัดงานแบบ Public และกลุ่มสุดท้ายคือ กลุ่มคนรักตุ๊กตาบลายธ์ที่ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อจัดงานกันเองโดยมีแม่งานใหญ่ ซึ่งเป็นการจัดงานแบบก้ำกึ่ง เช่น Pattaya-Chonburi Group, D.I.Y. Gang, คนรักน้องชาวราชนิри เป็นต้น เหล่านี้มีการจัดตั้งกลุ่มขึ้นโดยมีชื่อกลุ่มที่ชัดเจนที่เกิดจากการรวมตัวของผู้ที่ขึ้นชอบตุ๊กตาบลายธ์ และยังไม่รวมถึงสมาชิกแต่ละคนภายในเว็บไซต์ Blythethailand ที่จัดงานรวมกลุ่มหรือมีพิกัดกันอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน หากพิจารณาสัดส่วนในการจัดงานที่ผ่านมาจะพบว่า ผู้จัดงานในกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวของผู้ที่ขึ้นชอบตุ๊กตาบลายธ์เองเป็นกลุ่มผู้จัดงาน

ขนาดใหญ่ถึงร้อยละ 53 ของจำนวนงานทั้งหมด ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับกลุ่มองค์กรธุรกิจและกลุ่มองค์กรที่ไม่หวังผลในเชิงพาณิชย์

จากการศึกษา ผู้วิจัยสามารถสังเกตเห็นพัฒนาการของงานตุ๊กตาบลายธ์ นอกจากจำนวนงานที่จัดเพิ่มมากขึ้น และผู้จัดงานในช่วงปีแรกๆ พ.ศ. 2550-2551 มีลักษณะผู้จัดงานแบบ BU มากที่สุด เนื่องจากจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์หรือทำให้ตุ๊กตาบลายธ์เป็นที่รู้จักอาจเพื่อผลประโยชน์ไม่มากนักน้อยของบริษัท หรือห้างร้านต่างๆ เป็นหลัก หลังจากนั้น เมื่อตุ๊กตาบลายธ์เป็นที่รู้จักต่อกลุ่มคนแล้วผู้จัดงานแบบ B และ O จะก้าวเข้ามาแทนที่ผู้จัดงานแบบ BU และเกิดงานตุ๊กตาบลายธ์อย่างมากมาอย่างต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน ซึ่งจัดขึ้นโดยกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบตุ๊กตาบลายธ์เองเป็นหลัก และนอกจากนี้งานตุ๊กตาบลายธ์ยังกระจายไปสู่การจัดในต่างจังหวัดมากขึ้นอีกด้วย ตัวอย่างเช่น ในเดือนมีนาคม 2552 ที่มีงานตุ๊กตาบลายธ์จากการรวบรวมไว้ในแคลอรี่และเว็บบอร์ดของ Blythethailand ทั้งหมด 5 งาน ก็เป็นงานที่จัดในต่างจังหวัดถึง 2 งาน คือที่จังหวัดชลบุรี และเชียงใหม่

จำนวนงานที่เพิ่มมากขึ้นสามารถสะท้อนให้เห็นว่า จำนวนผู้ที่สนใจตุ๊กตาบลายธ์ก็เพิ่มจำนวนขึ้นมากด้วย แต่ในมุมมองของผู้วิจัยนั้นมองว่า จำนวนคนที่หลงใหลเข้ามาใหม่และจำนวนงานที่จัดอย่างต่อเนื่องนั้น กำลังแสดงให้เห็นถึงรสนิยมสาธารณะที่เข้ามาในวงการตุ๊กตาบลายธ์ โดยการเข้ามาของรสนิยมสาธารณะนั้นก็มีส่วนทำให้ตุ๊กตาบลายธ์เป็นที่รู้จักในวงกว้าง พร้อมด้วยนำกลุ่มคนใหม่ๆ และการจัดงานที่เกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์ในหลากหลายรูปแบบมากขึ้นด้วยเช่นกัน

รูปแบบงานตุ๊กตาบลายธ์

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถจำแนกการจัดงานตุ๊กตาบลายธ์ได้ 3 รูปแบบคือ Private Blythe (งานที่จัดแบบส่วนตัว) Public Blythe (งานที่จัดเป็นงานสาธารณะ) และงานแบบก้ำกึ่งระหว่างงาน Private กับ Public โดยจากการศึกษาผู้วิจัยจะใช้ปัจจัยด้าน สถานที่ ผู้เข้าร่วมงาน จำนวนวันที่จัด บรรยากาศในงาน และเป้าหมายในการจัดงาน เป็นเกณฑ์ในการจำแนกประเภทของงาน

Private Blythe (งานที่จัดแบบส่วนตัว)

งาน Private Blythe เกิดจากการรวมกลุ่มกันของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์เพื่อจัดงานมีทติ้งหรือพบปะ สังสรรค์กันเอง คนที่มาร่วมกลุ่มนั้นอาจเป็นเพื่อนกัน หรือเป็นคนที่อยู่ในชุมชน (Community) เดียวกัน เช่น เป็นสมาชิกเว็บไซต์หรือเว็บบอร์ดเดียวกัน โดยสถานที่จัดอาจเป็นที่ไหนก็ได้ เช่น บ้านของคนใดคนหนึ่ง ร้านอาหารบรรยากาศดี ๆ ไปจนถึงสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติตามต่างจังหวัด โดยงานตุ๊กตาบลายธ์แบบ Private นี้ไม่ได้มีแบบแผนใดๆตายตัว แม้แต่จำนวนคน ซึ่งอาจจะมีน้อยสุดแค่ 2 คน มารวมกันก็ได้ บรรยากาศในงานมีความเป็นกันเองสูง ผู้เข้าร่วมสามารถทำอะไรได้ตามใจ สามารถเสนอแนะได้เต็มที่แล้วแต่จะจัดกิจกรรมขึ้นมา เช่น ประกวดแต่งตัวตุ๊กตาคอนเซ็ปต์ต่างๆ หรือสอนเย็บชุดตุ๊กตา และนอกจากนี้อาจมีการพูดคุยเรื่องอื่นๆ นอกเหนือจากเรื่องเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์หรือการเล่นเกมส์ต่างๆ เพื่อสานสัมพันธ์ให้ผู้เข้าร่วมงานแต่ละคนได้รู้จักกันมากขึ้น การจัดงานลักษณะนี้จะเน้นความเป็นกันเอง สนุกสนานในการได้เล่นตุ๊กตาบลายธ์และการได้ทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มเพื่อนเป็นหลัก

จากการสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ทุกคนจะให้นิยามคำว่า “มีทติ้ง” คล้ายๆ กัน คือ เป็นการมาพบปะพูดคุยสังสรรค์กัน ทำให้คนที่ชอบอะไรเหมือนกัน ได้มารวมตัวทำกิจกรรมร่วมกัน เป็นการกระทำที่ไม่หวังผลตอบแทน

“การนัดเจอหรือรวมตัวกันสำหรับกลุ่มคนที่มีความชื่นชอบหรือนิยมในสิ่งใดสิ่งหนึ่งเหมือนกัน มาพูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด เกี่ยวกับสิ่งที่ชอบ ...” dukedik (2553: สัมภาษณ์)

“การไปพบปะสังสรรค์พูดคุยกับคนที่ชอบ รักอะไรเหมือนกัน แลกเปลี่ยนความรู้ แชร์ของใช้กัน ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

“มีทติ้ง คือการรวบรวมกลุ่มคนที่มีความรักความชอบในสิ่งๆ เดียวกัน เข้ามาทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน มีการพบปะสังสรรค์กันตามเวลาและโอกาสที่อำนวย ...” NidBlythe (2553: สัมภาษณ์)



ภาพที่ 44 ตัวอย่างการ์ดเชิญชวนเข้าร่วมงาน “มีทติ้งนัดพบนางสาวป๊อป⁴”
ที่มา: Blythethailand.com (2553)



ภาพที่ 45 ภาพก่อนจัดงาน “มีทติ้งนัดพบนางสาวป๊อปฯ” ประจำปีที่ 10 ตุลาคม พ.ศ. 2553

⁴ คำว่า นางสาวป๊อป เป็นชื่อรุ่นตุ๊กตาบลายซ์ที่ออกวางจำหน่าย พ.ศ. 2552 มีชื่อเต็มว่า Top Shop Exclusive Nostagic Pop หรือชื่อย่อที่กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์รุ่นเลขเป็นอย่าดีว่า “Pop”



ภาพที่ 46 บรรยากาศในงาน “มีตติ้งนัดพบนางสาวป๊อปฯ” ในกิจกรรมถ่ายรูป



ภาพที่ 47 ภาพตุ๊กตาบลายซ์ของผู้เข้าร่วมมีตติ้งใน Theme ชุดไทย

สำหรับงานมีตติ้งด้านบנדดังกล่าว รูปแบบของงานเป็นแบบส่วนตัวที่จัดขึ้นโดยผู้ที่ชื่นชอบตุ๊กตาบลายซ์ทั้งหมด 15 คน เป็นผู้หญิง 12 คน และผู้ชาย 3 คน เป็นวัยรุ่นถึงวัยทำงาน อายุประมาณ 20 ปีขึ้นไป งานเริ่มประมาณ 10.00 น. สถานที่นัดพบ คือ หน้าพระที่นั่งวิมานเมฆ ผู้วิจัยได้ร่วมเข้าไปสังเกตการณ์ในงาน โดยเปิดเผยตัวต่อสมาชิกว่าจะมาขอเก็บบรรยากาศในการทำกิจกรรมและข้อมูลเพื่อมาใช้ในการวิจัย และจะขอพูดคุยซักถามเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่มๆ ไป ทั้งนี้ทั้งนั้นเพื่อมาเปรียบเทียบถึงความเหมือนและความต่างระหว่างการเป็นหนึ่งในผู้เข้าร่วมกิจกรรมในฐานะสมาชิกเว็บไซต์คนหนึ่ง กับการร่วมกิจกรรมในฐานะผู้วิจัยที่มาเก็บข้อมูล โดยกลุ่มส่วนใหญ่ยังคงดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่ได้จัดเตรียมไว้เป็นไปอย่างเป็นธรรมชาติ ไม่มีการเงินเมื่อถูกถ่ายรูประหว่างทำกิจกรรม เพราะการถ่ายรูปถือเป็นกิจกรรมหลักอีกกิจกรรมหนึ่งเป็นเรื่องปกติ คือ เมื่อก้าวเข้าไปในงานก็จะมีคนถ่ายรูปติดตามตลอด โดยจัดทำทาง จัดสิ่งของตกแต่ง นำ

ตุ๊กตาของตนไปถ่ายรูปกับตุ๊กตาของเพื่อนๆ สลับเปลี่ยนกันไปเรื่อยๆ แล้วถึงจะถ่ายรูปตนเองร่วมกับเพื่อนๆ เพื่อเก็บไว้เป็นที่ระลึก งานจะเป็นแบบไม่มีเวลากำหนดตายตัวสำหรับกิจกรรมแต่ละกิจกรรม จะดำเนินไปอย่างเป็นธรรมชาติมากที่สุด

จากการสังเกตผู้เข้าร่วมมีทั้งครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้ทำการสังเกตสิ่งต่างๆ ดังนี้

1. การแต่งกายของผู้เข้าร่วมงาน ส่วนใหญ่แล้วจะแต่งกายในชุดที่สบายๆ ทะมัดทะแมง ไม่ได้หวีหวาหรือตามกระแสแฟชั่นในปัจจุบันมากนัก อาจเป็นเพราะเนื่องจากสถานที่จัดมีทั้งครั้งนี้เป็นสถานที่ที่ต้องการความสุภาพ และคำนึงถึงมารยาทต่อสังคมด้วยการแต่งกายด้วยชุดที่เรียบร้อยมาร่วมงาน ส่วนการแต่งกายให้กับตุ๊กตาของตนเองนั้น Theme ในครั้งนี้คือชุดไทย ผู้เข้าร่วมงานก็แต่งกายให้ตุ๊กตาของตนเองมาตาม Theme อย่างพร้อมเพรียงกัน เพื่อเข้ากับบรรยากาศในการมาพระที่นั่งวิมานเมฆ สร้างสีสัน และเสียงหัวเราะให้แก่ผู้เข้าร่วมเป็นอย่างมาก โดยผู้เข้าร่วมแต่ละคนจะพกพาตุ๊กตาบลายซ์มา อย่างน้อยคนละ 1 ตัว
2. เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้เข้าร่วมมีติดตัวมา จากการสังเกตมีทั้ง กล้องถ่ายรูปที่เป็นระบบดิจิทัล เป็นสิ่งที่ทุกคนนำติดตัวกันมาทุกคน หรือแม้แต่เลนส์กล้องสำหรับเปลี่ยนเพื่อใช้ในการถ่ายรูปตุ๊กตาบลายซ์ให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
3. ภาษาเท่าที่ได้ยินกลุ่มผู้เข้าร่วมพูดคุยกันส่วนใหญ่ก็มีการใช้ศัพท์ต่างๆ ที่ใช้กันในเว็บบอร์ด เช่น หลอน ทำคลอด วิชลิช และมีการผสมผสานกับภาษาวัยรุ่นที่กำลังเป็นที่นิยม นำมาใช้เพื่อพูดคุย เช่น จัดเต็ม แห่เลย ชิม เป็นต้น
4. อุปกรณ์เสริมที่ผู้มาร่วมงานได้มีการนำมาใส่ตุ๊กตาเพื่อพามาร่วมงานมีอย่างหลากหลาย อาทิ กระเป๋าสีใส่ตุ๊กตาทั้งทรงนี้ทรงแข็ง ผ้าห่อตุ๊กตา และกล่องสี่เหลี่ยมที่สามารถบรรจุตุ๊กตาบลายซ์ได้ 1-3 ตัว รวมถึงการนำเสื้อผ้า หรือตกแต่งที่เตรียมมาเปลี่ยนเพื่อใช้ถ่ายภาพอีกมากมาย
5. ปฏิสัมพันธ์ของผู้ร่วมงาน เท่าที่สังเกตมีการพูดคุยอย่างเป็นกันเอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีความคุ้นเคยกันดีในเว็บบอร์ดและเคยมาร่วมงานมีทั้งกันอย่างสม่ำเสมอ แต่บางคนก็ยังไม่กล้าแสดงออกมากนักเนื่องจากเป็นครั้งแรกที่มาร่วมงาน แต่ก็พร้อมที่จะเป็นมิตรและเปิดใจคุยกัน เป็นไปอย่างเพื่อน พี่และน้องที่มีความรู้สึกดีๆ ให้อีก

6. บรรยายสภาพในงานและสิ่งแวดล้อมรอบสถานที่ที่มีความสวยงามของวังและมีประวัติความรู้ให้ได้ศึกษาสร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับผู้ร่วมงานเป็นอย่างมาก เนื่องจากปกติจะมีที่ตั้งกันตามสถานที่ไม่กว้างนัก เช่น ร้านอาหารต่างๆ แต่ครั้งนี้เป็นการมีที่ตั้งที่ต้องอาศัยการเดินทางเพราะสถานที่กว้างขวางถือเป็นการเที่ยวไปในตัว แม้จะไม่ได้ถ่ายรูปกับสถาปัตยกรรมภายในวังมาก เพราะการนำตุ๊กตามาถ่ายรูปถือเป็นการถ่ายแบบแฟชั่นและไม่อนุญาตให้ถ่ายได้ เป็นกฎของสถานที่ซึ่งผู้ร่วมงานไม่ทราบมาก่อน แต่ก็เข้าใจแต่โดยดีและไม่มีท่าทีที่จะฝืนหรือแอบถ่าย จะมีบ้างก็นึกเสียดาย จึงได้แต่ถ่ายรูปนอกหรือสถานที่ที่ได้รับอนุญาตกันเท่านั้น

จากที่ได้สังเกตกลุ่มผู้นิยมแบบมีส่วนร่วม พบว่านอกเหนือจากการพูดคุยแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับเทคนิค วิถีดูแลรักษาเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์แล้ว ยังเห็นผู้ร่วมงานต่างจับกลุ่มพูดคุยถามไถ่ถึงชีวิตส่วนตัว เรื่องงาน เรื่องครอบครัวเนื่องจากส่วนใหญ่มีครอบครัวแล้วจึงมีการพูดคุยถึงเรื่องลูกและสามี โดยสามารถพูดคุยแบบเปิดใจ เหมือนว่ารู้จักกันมาหลายปี เป็นการพูดคุยที่เป็นกันเอง และพร้อมกับการนัดแนะถึงการมีที่ตั้งครั้งต่อไปอีกด้วย

ส่วนกิจกรรมในครั้งนี้ เนื่องจากเป็นสถานที่ที่เน้นต้องใช้ความเป็นสุภาพ และทางเจ้าหน้าที่ก็ไม่อนุญาตให้ถ่ายรูปตุ๊กตากับพระที่นั่งฯ ถ้าจะถ่ายต้องขออนุญาตเป็นหนังสือมาล่วงหน้าก่อน เพราะถือเป็นการถ่ายแบบแฟชั่น ผู้เข้าร่วมจึงได้ถ่ายภาพในส่วนที่ถ่ายได้เท่านั้น โดยใช้เวลากันถึงช่วงเย็นก็แยกย้ายกันกลับ โดยใครบ้านอยู่ทางเดียวกันก็มีการไปส่ง หรือให้ติดรถไปลง มีการแลกเบอร์โทรศัพท์ไว้พูดคุยกันต่อก็มี ดังนั้นในความคิดเห็นผู้วิจัยมีความเห็นว่า การเข้าร่วมมีที่ตั้งแบบเปิดเผยตัวมาขอเก็บข้อมูล และแบบเป็นหนึ่งในผู้เข้าร่วมกิจกรรมเหมือนคนอื่นๆ นั้น กลุ่มส่วนใหญ่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากนัก อาจจะมีการต้องปลีกเวลามาให้ผู้วิจัยพูดคุยเป็นรายๆ เท่านั้น หลังจากนั้นก็กลับไปร่วมถ่ายภาพและดำเนินการพูดคุยกับคนอื่นๆ ได้ต่ออย่างเป็นปกติ

Public Blythe (งานที่จัดเป็นงานสาธารณะ)

งาน Public Blythe เป็นงานตุ๊กตาบลายธ์ที่จัดโดยบริษัทห้างร้าน หรือห้างสรรพสินค้าต่างๆ โดยที่บางงานก็จัดให้ตุ๊กตาบลายธ์เป็นกิจกรรม (Event) หลัก ในขณะที่บางงานอาจจัดตุ๊กตาบลายธ์เป็นกิจกรรมเสริม หรือจัดให้มีการประกวดออกแบบชุดตุ๊กตามีการชิงรางวัลในแบบต่างๆ สำหรับสถานที่จัดงานนั้นมักเป็นบริเวณห้างสรรพสินค้า ที่มีการจัดงานเป็นประจำทุกๆ ปี เช่น ห้างสรรพสินค้าซีคอนสแควร์ เซ็นทรัลพระราม 3 สยามพารากอน เป็นต้น ผู้ที่เข้าร่วมงานอาจเป็นใครก็ได้ ทั้งผู้ที่ชื่นชอบตุ๊กตาบลายธ์ที่ตั้งใจมาร่วมงาน หรือบุคคลทั่วไปที่อาจเดินผ่านไปเกิดความสนใจ (เพราะงานส่วนใหญ่จัดในบริเวณห้างสรรพสินค้า) บรรยากาศในงานมีความสนุกสนาน ตื่นตาตื่นใจ และจะมีความเป็นทางการมากกว่าแบบ Private งานในรูปแบบนี้มักมีเป้าหมายเพื่อการโปรโมตตุ๊กตาบลายธ์ หรือบริการของผู้จัดงานนั้นๆ เป็นหลัก



หน้าเวทีหลัก



บูธต่างๆ ภายในงาน

ภาพที่ 48 บริเวณเวทีในงาน “Doll mania 2010” และการออกบูธภายในงาน

สำหรับงาน Doll Mania Expo 2010 ที่จัดในวันที่ 1-7 ตุลาคม 2553 ด้านบนดังกล่าว ผู้วิจัยได้ไปสังเกตด้วยตนเอง ในวันที่ 1 ตุลาคม 2553 เวลา 12.00-16.00 น. ณ บริเวณ ชั้น 1 โซนลิฟท์แก้ว ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพระราม 3 โดยผู้วิจัยได้ทำการสังเกตสิ่งต่างๆ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของงาน จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ให้ผู้ที่รักและสะสมตุ๊กตาได้มีกิจกรรมสำหรับคนรักตุ๊กตา และเพื่อสร้างสัมพันธ์ที่ดีให้กับครอบครัว รูปแบบของงานเป็นงานแบบสาธารณะที่จัดขึ้นโดยศูนย์การค้า ซुकอนเซ็ปต์ ดอลล์ เอ็กซ์โป ครั้งแรกใน

ประเทศไทยที่รวบรวมตุ๊กตาสะสมหายากจากแบรนด์นานาชาติ ทั้ง บลายธ์ (Blythe) และอื่นๆ มูลค่ารวมกว่า 100 ล้านบาท

2. กิจกรรมภายในงานจากการสังเกต แบ่งออกได้ดังนี้

2.1 มีการออกบูธของแบรนด์จำหน่ายตุ๊กตาและเครื่องแต่งกายตุ๊กตาจากต่างประเทศในรูปแบบ Expo หรืองานเทศกาลตุ๊กตา จากเจ้าของลิขสิทธิ์ตัวจริงชื่อดังของประเทศต่างๆ อาทิ เกาหลี,ฮ่องกง, จีน และภายในประเทศไทย หลาย 10 บูธด้วยกัน เรียงรายกันเป็นทางยาวในลักษณะสี่เหลี่ยมผืนผ้าให้ชมอย่างเพลิดเพลินและจุใจ



ภาพที่ 49 บรรยากาศภายในงานกับการออกบูธเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์

2.2 การแสดงโชว์สำหรับพิธีเปิดโดยดาราและ Celebrityชื่อดังมากมาย สร้างสีสันให้แก่งานได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 50 แสดงโชว์โดย พัชรภา ไชยเชื้อ ในโชว์ชุดอัจฉริยะ “The Magic Dream Show”

2.3 การจัดแสดงตุ๊กตาราคาแพงสำหรับตุ๊กตารุ่นลิมิเต็ด อิดิชั่น ที่หาได้ยาก ซึ่งถือเป็นไฮไลต์ของงานที่บินข้ามน้ำข้ามทะเลมาจากทั่วทุกมุมโลก นำมาจัดแสดงให้ชาวไทยได้ชมตัวเป็นๆ ภายในงาน ได้แก่ ตุ๊กตาบลายธ์ที่ชนะการประกวด Blythe Doll Beauty Contest ที่ประเทศญี่ปุ่น ราคาประมาณ 300,000 บาท และตุ๊กตาจากค่ายต่างๆ ที่มีมูลค่านับ 100 ล้านบาท เป็นต้น

2.4 การประกวด Young Designer โครงการ Doll Costume Design Challenge ชิงเงินรางวัลมากมาย

Doll Costume Design Challenge @ CentralPlaza RAMA3
Concept " I am The Limited "

ชื่อผลงาน

แนวความคิด

.....

.....

.....

.....

ชื่อ -สกุล เพศ..... อายุ ปี ว/ด/ป เกิด.....
 เบอร์โทรศัพท์..... E-Mail.....
 สถาบันการศึกษา..... ชั้นปี.....

หลักเกณฑ์ในการสมัคร

1. ใบสมัคร พร้อมกรอกรายละเอียดให้สมบูรณ์
2. ผลงานภาพสเก็ตช์ชุดตุ๊กตา ที่สามารถตัดเย็บและสวมใส่ได้จริง ลงในกระดาษ A3 ติดลงบน PP BOARD
 (หากไม่สะดวกเป็นภาพสเก็ตช์สามารถถ่ายรูปชุดตุ๊กตาแบบมาได้)
3. สำเนาบัตรประชาชน / บัตรนักเรียน / นิสิตนักศึกษา (ในกรณียังศึกษาอยู่)

กำหนดปิดรับสมัคร ภายในวันที่ 20 กันยายน 2553
ประกาศผลผู้ผ่านเข้ารอบ จากผลงานภาพสเก็ตช์ 20 ผลงาน วันที่ 21 กันยายน 2553
 (ประกาศผลทางโทรศัพท์ และเว็บไซต์ www.centralPlaza.co.th/ Facebook : CentralPlaza Rama III)
ประกวดรอบชิงชนะเลิศ
 วันที่ 3 ตุลาคม 2553 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า พระราม3 ชั้น 1 บริเวณหน้าลิฟท์แก้ว

ภาพที่ 51 ตัวอย่างใบสมัครการประกวด Young Designer ใน Concept "I am The Limited"
 ที่มา: CentralPlaza.co.th/ (2010)

3. ลักษณะของผู้เข้าร่วมงานอาจเป็นใครก็ได้ ทั้งผู้ที่ชื่นชอบตุ๊กตาบลายธ์ที่ตั้งใจมาร่วมงาน ผู้วิจัยสังเกตได้จากการนำตุ๊กตาบลายธ์ของตนเองมาถ่ายรูปกับตุ๊กตาที่จัดโชว์อยู่ในงาน หรือนุคคลทั่วไปที่อาจเดินผ่านมาเห็นแล้วเกิดความสนใจ มีทั้งมาแบบครอบครัวโดยพาเด็ก ๆ มา (เพราะงานส่วนใหญ่จัดในบริเวณห้างสรรพสินค้า) เป็นที่น่าสนใจต่อผู้พบเห็นเป็นอย่างมาก

4. ลักษณะของการจัดงานเป็นแบบ Public โดยในปี พ.ศ. 2553 นี้มีการจัดให้ตุ๊กตาหลายตัวเป็นกิจกรรม (Event) หลักไปพร้อมๆ กับการให้ความสำคัญกับตุ๊กตาจากค่ายอื่นๆ ที่มาร่วมแสดงให้ชมเช่นกัน แต่จากการสังเกตพบว่า ตั้งแต่เริ่มงานโปรโมท ไปสการ์ดประชาสัมพันธ์งาน รวมถึงพิธีเปิดที่ให้เหล่าดารามาร่วมแสดง บทบาทของตุ๊กตาหลายตัวจะดูเหมือนถูกบังคับลงไปจากคู่แข่ง ตุ๊กตาสายพันธุ์อื่นๆ เมื่อเทียบกับ 2-3 ปีที่ผ่านมา งานลักษณะนี้จะมีการจัดเป็นประจำทุกๆ ปีและกับสถานที่เดิมๆ เหมือนเป็นเทศกาลใน 1 ปี มี 1 ครั้ง บรรยากาศในงานมีความสนุกสนานทั้งจากตุ๊กตาที่หาดูยากและพิธีกรที่นันทนาการบนเวทีตลอดทั้งวัน สร้างความตื่นตาตื่นใจ ให้ความเพลิดเพลินได้เป็นอย่างดี และจะมีความจริงจังมากกว่าแบบ Private

และอีกหนึ่งตัวอย่างของงานแบบ Public ที่ผู้วิจัยได้ไปสังเกตเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2553 ในงาน “เทศกาลตุ๊กตานานาชาติ” สวรรค์ของคนรักตุ๊กตา จัดขึ้นวันที่ 8-17 ต.ค. 2553 ณ ลานน้ำพุ ชั้น 1 ศูนย์การค้าซีคอนสแควร์ บรรยากาศของงานจะคล้ายกับงาน Doll mania 2010 (ที่กล่าวก่อนหน้านี้) เนื่องจากเป็นงานที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกๆ ปี และจัดสถานที่เดิมๆ (เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบตุ๊กตาเป็นอย่างดี) กิจกรรมภายในงานก็จะพบกับตุ๊กตาหลายค่ายที่หาดูยาก พร้อมชมตุ๊กตาตัวโปรดของเหล่าเซเลบริตี้ รวมถึงมีการออกบูธจำหน่ายสิ่งของเกี่ยวกับตุ๊กตาต่างๆ มากมาย ลักษณะของผู้ร่วมงานก็จะคล้ายคลึงกันทั้งผู้ที่ตั้งใจมาดูตุ๊กตาและผู้คนที่ทั่วไปที่มาเดินห้างสรรพสินค้า บรรยากาศการจัดงานเป็นแบบให้เดินชมได้ทั่วงานเป็นพื้นที่สี่เหลี่ยมจัตุรัส ทั้งโซนแสดงตุ๊กตาและบูธจำหน่ายสินค้าที่เรียงรายอยู่มากกว่า 10 บูธ



บริเวณที่จัดงาน



ชั้นแสดงตุ๊กตา

ภาพที่ 52 บรรยากาศงาน “เทศกาลตุ๊กตา” และชั้นแสดงตุ๊กตาจากประเทศญี่ปุ่น



ภาพที่ 53 การออกบูธจำหน่ายสินค้าภายในงานเทศกาลตุ๊กตานานาชาติ

งานที่กำลังอยู่ระหว่างงานแบบ Private และ Public

จากการเข้าไปสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมทั้งงานแบบ Private และงานแบบ Public แล้ว ผู้วิจัยยังพบว่ายังมีงานอีกรูปแบบหนึ่งที่กำลังอยู่ระหว่างงานแบบ Private และ Public จากการสังเกตผ่านเว็บไซต์ Blythethailand ประกอบ ก็คือ งานตุ๊กตาบลาซท์ที่อาจมีตัวแทนในการจัดงานขึ้นมา เช่น “เว็บไซต์ Blythethailand.com” จัดงาน Blythe Thailand Meeting No.1 # Blythe Thailand Interview, Blythethailand New Year Party & Festival เป็นต้น ลักษณะงานตุ๊กตาบลาซท์เหล่านี้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในการโปรโมทสินค้าใดๆ แต่เป็นงานที่จัดขึ้นสำหรับกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซท์อย่างแท้จริง เพื่อให้เป็นแหล่งพบปะสังสรรค์ แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน รวมไปถึงแบ่งปันเรื่องราวของตุ๊กตาบลาซท์ให้สาธารณะรับรู้เกี่ยวกับกลุ่มคนรักตุ๊กตาบลาซท์เล็กๆ นี้ด้วย

โดยจะยกตัวอย่างรายละเอียดกิจกรรม Blythe Thailand Meeting No.1 # Blythe Thailand Interview ที่จัดขึ้นวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2552 เวลา 10.00-17.00 น. สถานที่ทำกิจกรรมได้แก่ ร้านบุรโน เอ็มโพเรียม, สวนเบญจสิริ และสยามพารากอน ลักษณะงานเป็นการมีทั้งนัดเจอกันเพื่อพบปะ พูดคุยสบายๆ สไลด์กันเองของสมาชิกเว็บไซต์ ผู้เข้าร่วมจะได้รู้จักเพื่อนใหม่ๆ ใน Blythethailand มีการนำตุ๊กตา Limited Edition ทุกรุ่นมาให้ผู้เข้าร่วมงานชื่นชมและถ่ายรูป การสัมภาษณ์ผู้ที่เข้าร่วมถึงเรื่องราวของการชื่นชอบตุ๊กตาโดยนิตยสาร Digital Camerart และนิตยสาร I AM Bookazine ผู้เข้าร่วมจะได้ออกรายการ Pepsi I Can Space ของแกรมมี่ที่ร้าน Buono พร้อมกับ

ทานไอศกรีม (ฟรี) และการพบกับคุณจุนโกะ หว่อง(ผู้สร้างตุ๊กตาบลายธ์) ที่งาน An Afternoon talk & Blythe custom show with Junko Wong & Mindtrigger ซึ่งจะมีการสาธิตการ Custom Blythe เรื่องเล่าเกี่ยวกับการประกวดโดย Mindtrigger (ชื่อทีมตัวแทนประเทศไทยที่ไปแข่งออกแบบตุ๊กตาบลายธ์ที่ประเทศญี่ปุ่นและได้รางวัล)

โดยการจัดงานรูปแบบกึ่งระหว่าง งาน Private และ Public นี้ ผู้จัดงานจะต้องมีการเตรียมความพร้อมมากกว่างาน Private ธรรมดาในเรื่องของสถานที่ ทีมงานเพื่ออำนวยความสะดวกและรองรับให้เพียงพอต่อผู้เข้าร่วมจำนวนมาก รวมถึงเวลาและกิจกรรมต่างๆ ที่จะจัดขึ้นให้กับกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์อย่างเป็นระเบียบ โดยแบ่งเป็นช่วงเวลาและกิจกรรม ดังนี้

- 10.00-10.30 น. Blythe Thailand Registration @ ลานอเนกประสงค์ สวนเบญจสิริ
- 10.30-11.00 น. KikiTO time
- 11.00-12.00 น. สลับกลุ่ม เพื่อถ่ายภาพจากแสงธรรมชาติและให้สัมภาษณ์หนังสือที่สวนเบญจสิริ
- 12.00-13.00 น. สลับกลุ่ม เพื่อให้สัมภาษณ์ในรายการ Pepsi I Can Space ที่ร้านบรูโน ชั้น 4 เอ็มโพเรียม
- 13.00-13.30 น. ถ่ายรูปร่วมกันที่สวนเบญจสิริ
- 13.30-14.30 น. พักรับประทานอาหารกลางวันตามอัธยาศัย และเดินทางโดย BTS ไปที่สยามพารากอน
- 14.30-16.30 น. พบปะพูดคุยกับคุณจุนโกะและให้กำลังใจคุณกวางเจาที่งาน An Afternoon talk
- 16.30-17.00 น. ถ่ายรูปร่วมกันกับคุณ Junko Wong & Mindtrigger



ผู้ก่อตั้งเว็บไซต์และผู้จัดงาน



บรรยากาศการรอทำกิจกรรม

ภาพที่ 54 ภาพผู้ก่อตั้งเว็บไซต์และผู้จัดงาน และบรรยากาศการรอทำกิจกรรม

ที่มา: Blythethailand.com (2009)



การลงทะเบียน



ร้านขายของราคาพิเศษ

ภาพที่ 55 บรรยากาศการลงทะเบียนและร้านขายของราคาพิเศษจากสมาชิกเว็บไซต์

ที่มา: Blythethailand.com (2009)



เวทีสำหรับจัดกิจกรรม



กิจกรรมการประกวดแม่ลูกคู่เหมือน

ภาพที่ 56 เวทีสำหรับจัดกิจกรรม และกิจกรรมการประกวดแม่ลูกคู่เหมือน

ที่มา: Blythethailand.com (2009)

สาเหตุที่ผู้วิจัยระบุว่าการเหล่านี้มีลักษณะก้ำกึ่งอยู่ระหว่างรูปแบบ Private และ Public ก็เพราะงานเหล่านี้มักมีกำหนดการที่แน่นอน แต่ก็มีความยืดหยุ่นน้อยกว่างานแบบ Private ที่จัดโดยเหล่าสมาชิกเว็บไซต์ต่างๆ ไปที่ไม่ใช่สถานที่ใหญ่อย่างเจ้าของเว็บไซต์ และงานแบบนี้มักจัดกันตามอาคาร ร้านอาหาร หรือโรงแรมต่างๆ เช่น โรงแรม The Twin Tower ที่เปิด ห้องกษัตริย์ศึก 3 และบริเวณ Foyer ชั้น 4 ในส่วนของห้องประชุมให้เขาจัดงาน ซึ่งเมื่อมีการจัดงานตุ๊กตา บลายซ์แล้ว ผู้เข้าร่วมงานสามารถใช้สถานที่ของโรงแรมได้เต็มที่ โดยส่วนใหญ่ไม่ได้จัดในที่สาธารณะอย่างห้างสรรพสินค้า และจะไม่มีการเก็บค่าใช้จ่าย โดยผู้จัดงานต่างหาเหล่าสปอนเซอร์เพื่อทำให้เกิดงานนั้นๆ ขึ้นมา ทั้งอาหาร เครื่องดื่ม รวมทั้งของรางวัล จะฟรีสำหรับผู้เข้าร่วมงานทุกคน แต่ก็จะมีบางครั้งอาจจะต้องเรียกรับเงินเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงานที่มีมากขึ้น เช่น จัดที่ต่างจังหวัดผู้เข้าร่วมงานต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายบางส่วนเอง เป็นต้น และงานลักษณะนี้มักจะรู้จักเฉพาะคนในเว็บไซต์หรือคนในกลุ่มเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตามไม่ได้หมายความว่างานจะจำกัดให้เฉพาะคนรักตุ๊กตาบลายซ์เข้าร่วมได้เท่านั้น คนทั่วไปถ้ารู้ข่าวก็สามารถเข้าร่วมงานได้เช่นกัน โดยจะต้องทำการสมัครเพื่อเป็นสมาชิกเว็บไซต์ก่อน (สมัครฟรี) และคอยติดตามข่าวสารภายในเว็บไซต์ แต่เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องสถานที่และการประชาสัมพันธ์ทำให้คนทั่วไปไม่มากนักที่จะรู้

สิ่งที่แตกต่างของงานตุ๊กตาบลายซ์ลักษณะนี้คือ แทนที่จะมีการเปิดบุชขายสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทหรือร้านต่างๆ ที่จัดงานหรือร่วมสปอนเซอร์ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับตุ๊กตาบลายซ์ เช่น ร้านเล็กเป็นสปอนเซอร์ แต่ก็ไม่ได้นำเค้กมาวางขายให้แก่ผู้ร่วมงาน แต่จะมีตุ๊กตาบลายซ์เป็น

กิจกรรมหลักในงาน เป็นงานที่จัดขึ้นเพื่อผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์เพียงอย่างเดียว หรือถ้าจะมีการขายของ ก็เป็นการเปิดบูธเพื่อขายสินค้าเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์ต่างๆ ที่บรรดาคนรักตุ๊กตาบลายธ์นำมาขายหรือทำขึ้นมาขายเอง จากภาพที่ 55 (ด้านบน) บรรยากาศการออกบูธขายของของงานในรูปแบบนี้จะเป็นกันเองมากกว่างานแบบ Public แต่ก็ไม่กันเองเท่างานแบบ Private เนื่องจากผู้ร่วมงานส่วนใหญ่เป็นผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์หรือเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ Blythethailand เหมือนกัน แต่ก็ไม่ได้รู้จักกันทุกคน อาจเคยเห็นเพียง USER NAME ที่แต่ละคนใช้ในเว็บไซต์ แต่ไม่รู้ว่าหน้าตาของแต่ละคนนั้นเป็นอย่างไรหรืออาศัยอยู่ละแวกเดียวกันทั้งหมดเหมือนงานแบบ Private เช่น งานสำหรับคนรักตุ๊กตาบลายธ์ชลบุรี เวลาที่มีถึงกันส่วนใหญ่แล้วก็มีสมาชิกที่อยู่ในจังหวัดชลบุรีเข้าร่วมงานเป็นหลักเป็นต้น

และความแตกต่างระหว่างงานตุ๊กตาบลายธ์แบบ Private และ Public นั้น จัดว่าไม่มีความแตกต่างในแง่ของผู้ร่วมงานคือ ใครก็สามารถเลือกไปงานแบบไหนก็ได้ ไม่จำเป็นว่าคนหนึ่งจะต้องไปงานแต่ประเภทใดประเภทหนึ่งเพียงแบบเดียวเท่านั้นสิ่งที่แตกต่างกันจริงๆ น่าจะเป็นเรื่องของบรรยากาศงานมากกว่า ซึ่งงานแบบ Private ก็มีความเป็นส่วนตัว สามารถเลือกสถานที่กิจกรรมที่จะทำได้ตามต้องการ การได้เล่นตุ๊กตาบลายธ์กับเพื่อนที่รู้จักคุ้นเคยทำให้ผู้เข้าร่วมต่างสนุกสนานกับการถ่ายรูปตุ๊กตา พุดคุยได้อย่างเต็มที่ ในขณะที่งานแบบ Public ก็จะมีคนมาร่วมงานหลากหลาย เป็นโอกาสได้พบเห็นสิ่งใหม่ๆ หลากหลายที่จัดขึ้นภายในงาน อีกทั้งงานแบบนี้ยังเป็นการทำให้ตุ๊กตาบลายธ์ได้เผยแพร่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากขึ้นอีกด้วย

สำหรับความเห็นจากผู้จัดงานตุ๊กตาบลายธ์นั้น “เอก” เว็บบาสเตอร์ของเว็บไซต์ Blythethailand (www.blythethailand.com) ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มจัดงาน “Blythethailand Happy New Year Party & Festival 2010” กล่าวว่า งานที่จัดนั้นเกิดจากสมาชิกเว็บอยากให้มีการรวมตัวเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน อย่างงานปาร์ตี้ปีใหม่ จะมีขึ้นทุกๆ ปี นอกนั้นก็แล้วแต่เวลา สถานที่ ถ้าอำนวยการจะจัด ที่ผ่านมามีทั้งจัดทริปไปพื้ชา ปาร์ตี้ปีใหม่ workshop ต่างๆ ซึ่งได้รับความสนใจจากสมาชิกเว็บอย่างมาก โดยในการจัดงานตุ๊กตาบลายธ์ก็จะมีกิจกรรมให้ร่วมหลากหลาย เช่น ประกวดแต่งกายคู่เหมือน ออกบูธขายของเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายธ์ราคาประหยัด เกมส์สถานสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกเว็บแต่ละคน ทั้งหมดทีมงานจะเป็นผู้รับผิดชอบทุกๆ เรื่อง รวมถึงค่าใช้จ่ายทุกอย่าง เพื่อให้ผู้เข้าร่วมเกิดความประทับใจมีความสุขกับการที่อยู่ร่วมกันในเว็บไซต์แห่งนี้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นงานจะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าขาดสปอนเซอร์ทุกๆ สปอนเซอร์ที่คอยหยิบยื่นโอกาสดีๆ ทั้งสถานที่ ของรางวัล รวมถึง

สมาชิกเว็บไซต์ทุกคนที่ช่วยกันแสดงความคิดเห็นถึงรูปแบบงานในแต่ละครั้ง และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี คอยช่วยเหลือกันและกันตลอดมา ...” BlytheThailand (2552: ตอบกระทู้)

โดยสรุปแล้วประเภทของงานตุ๊กตาบลายซ์นั้น มีการยอมรับในกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ว่ามีเพียง 2 ประเภทเท่านั้น คือ งานแบบ Private และ Public สำหรับงานในแบบก้ำกึ่งนั้นขึ้นอยู่กับมุมมองของแต่ละคนว่าจะมองงานประเภทนี้เป็นแบบ Private หรือ Public อย่างไรก็ตาม จากการจำแนกตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นและกำหนดไว้ ทำให้เห็นถึงความแตกต่างของงานแบบก้ำกึ่ง ผู้วิจัยจึงได้แยกออกมาเป็นประเภทที่ 3 โดยสามารถสรุปความแตกต่างของงานทั้ง 3 ประเภทได้ดังนี้

ตารางที่ 6 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างงานตุ๊กตาบลายซ์ประเภทต่างๆ

	ประเภทของงาน		
	Private	Public	งานแบบก้ำกึ่ง
1. ผู้จัดงาน	กลุ่มเพื่อนหรือคนที่อยู่ในชุมชนเดียวกัน เช่น เป็นสมาชิกของเว็บบอร์ดเดียวกัน รวมตัวกันจัดขึ้น	องค์กรธุรกิจต่างๆ บริษัท ห้างร้านต่างๆ	กลุ่มคนที่รวมตัวกันขึ้นเพื่อจัดงาน โดยมีผู้จัดงานหลัก เช่น เจ้าของเว็บไซต์
2. ผู้เข้าร่วมงาน	เฉพาะกลุ่มเพื่อน หรือคนที่อยู่ในชุมชนเดียวกันกับผู้จัดงาน เช่น อาจจะเป็นการนัดกันของกลุ่มเพื่อน 2-3 หรือ มากกว่า 20 คน ก็ได้	บุคคลทั่วไปทั้งผู้ที่ตั้งใจมาร่วมงานและผู้ที่บังเอิญผ่านมาเห็นและเกิดความสนใจ ส่วนใหญ่จะมีการเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมด้วย	เปิดสำหรับบุคคลทั่วไปที่สนใจ แต่เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ไม่มากนัก ทำให้ผู้ที่รู้ข่าวมักเป็นชาวเว็บไซต์เท่านั้น
3. สถานที่	สถานที่ส่วนตัวต่างๆ เช่น บ้านตนเองหรือบ้านเพื่อน สวนสาธารณะ ร้านอาหารน่ารักๆ หรือแม้แต่ความสะอาด	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และในบริเวณที่เป็นแหล่งการค้าหรือแหล่งรวมตัวของกลุ่มคนรุ่นใหม่	ตามโรงแรม อาคารต่างๆ ที่เปิดให้เช่า สถานที่ เช่น โรงแรม The Twin Town เป็นต้น

ตารางที่ 6 (ต่อ)

	ประเภทของงาน		
	Private	Public	งานแบบก้ำกึ่ง
4. บรรยายภาพ ภายในงาน	บรรยายภาพเป็นกันเอง เพราะคนที่มาต่างรู้จักกัน เป็นส่วนใหญ่หรืออย่าง น้อยก็เป็นคนที่อยู่ใน ชุมชนเดียวกัน คู่กันเคย USER ที่ใช้ในเว็บบอร์ด ทำให้สามารถเข้าถึงกันได้ เร็วขึ้น สนุกสนานได้ เต็มที่ ไม่มีงานพิธีการหรือ การกำหนดเวลาใดๆ อย่าง เข้มงวด	บรรยายภาพเป็นแบบ ทางการ เพราะผู้ที่เข้า ร่วมมีทั้งคนที่รู้จักและไม่ รู้จักอาจไม่สามารถ สนุกสนานได้เต็มที่ นอกจากนี้ยังมีงานพิธี การ เช่น การประกวด การแสดงบนเวที ฯลฯ ซึ่งมีลำดับเวลาในช่วง ต่างๆ ของงานชัดเจน	ผู้ที่เข้าร่วมอาจจะไม่ รู้จักกันทั้งหมดแต่ส่วน ใหญ่ก็เป็นผู้นิยม ดูก็ตาบลาซซ์ เหมือนกัน ทำให้มี ความเป็นกันเอง สามารถสนุกสนานใน การเล่นถ่ายรูปลูกตา ได้มากกว่างาน Private ในแง่ของความ หลากหลายของ กิจกรรม และความ พร้อมของงาน นอกจากนี้ในงาน ประเภทนี้ก็มี กำหนดการเหมือนงาน แบบ Public ในช่วง ต่างๆ ของงานชัดเจน เนื่องจากเป็นงานใหญ่ ที่เกิดจากทีมงานของ เว็บไซต์ ทำให้มี ผู้เข้าร่วมมากและ หลากหลาย เกิด เป็น การสร้างเพื่อนกลุ่ม ใหม่ เช่น สมาชิกเว็บ บอร์ด Blythethailand

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ประเภทของงาน		
	Private	Public
		งานแบบกำลัง
5. เป้าหมายในการจัดงาน	เพื่อสนองความต้องการในการพบปะกันของกลุ่ม มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เน้นที่ความสนุกสนานในการได้มาร่วมกิจกรรมกับเพื่อนที่รู้จักคุ้นเคย (ไม่มีผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์)	เพื่อโปรโมตสินค้า หรือบริการของผู้จัดงาน เป็นลักษณะของการจัดงานเชิงพาณิชย์ขององค์กร ธุรกิจเต็มรูปแบบ
		จากเชียงใหม่ หาดใหญ่ มาร่วมงานและพบเจอ เพื่อนใหม่ที่กรุงเทพฯ เป็นต้น เพื่อความสนุกสนานของ คนรักตุ๊กตาบลายธ์ ใน ขณะเดียวกันก็อาจมีการ เปิดบูธขายสินค้าเกี่ยวกับ ตุ๊กตาบลายธ์จากคนนอก และจากสมาชิกเว็บไซต์ ด้วยกันเอง เป็นการสร้าง รายได้ ในขณะเดียวกัน กลุ่มผู้จัดเองก็ได้ทำ หน้าที่รวบรวมคนที่ชื่นชอบ เหมือนๆ กันได้ มาร่วมสนุกและทำให้คน ทั่วไปอยากเข้ามาเป็น สมาชิกเว็บไซต์ ทำให้ เว็บไซต์ขยายตัวมากขึ้น เพราะจะมีผู้ที่รักเว็บไซต์ อยู่อย่างเหนียวแน่น เป็น เหมือนครอบครัว เดียวกัน

ตารางที่ 6 (ต่อ)

	ประเภทของงาน		
	Private	Public	งานแบบกำลัง
6. จำนวนวันที่จัด	งานส่วนใหญ่จะจัดขึ้นและจบลงภายใน 1 วัน คือ งานเริ่มต้นเช้า และแยกย้ายกันช่วงเย็น บางครั้งอาจถึงช่วงค่ำๆ แต่ไม่มีการข้ามวัน	งานส่วนใหญ่ที่จัดจะเป็นลักษณะของกิจกรรมที่เยอะเพื่อรองรับผู้ที่สนใจ หลากหลาย จึงต้องแบ่งกิจกรรมให้ทำแต่ละวัน จึงทำให้มีจำนวนวันที่จัดงาน นาน เช่น มากสุด คือ 1 เดือน	จำนวนวันที่จัดงาน มีทั้ง 1 วันจบ และข้ามวัน (สำหรับงานที่จัดขึ้นที่ต่างจังหวัด) แต่จะไม่มีเกิน 3 วันแน่นอน

การดำรงอยู่ของกลุ่มและภาพสะท้อนการการเป็นวัฒนธรรมย่อย

จากการมีสิ่งที่เป็นที่สนใจเดียวกัน พัฒนาขึ้นมาก่อเกิดการทำกิจกรรมร่วมกัน หลายวิธีปฏิบัติที่หลากหลายที่กลุ่มๆ นี้ยึดถือสืบต่อกันมา จนเป็นสิ่งที่สามารถเรียนรู้จากคนรุ่นเก่าสู่คนรุ่นใหม่ การต้องการดำรงไว้ซึ่งกลุ่มนี้นั้น สะท้อนให้เกิดวัฒนธรรมย่อยที่เข้มแข็ง เหนียวแน่น และมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และสานต่อความเป็นวัฒนธรรมที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มที่กลุ่มอื่นๆ หรือสังคมอื่นๆ ไม่มีหรือมีแต่ไม่เด่นชัดเท่าอย่างต่อเนื่อง อันแสดงออกให้เห็นถึงพฤติกรรมและความรู้สึก ดังนี้

“การรัก และหวงแหนคู่กัดตาเหนือสิ่งอื่นใด ...” NidBlythe (2553: สัมภาษณ์)

“การหอบน้องไปไหนมาไหนด้วย อย่างแฟนอัสบักิดาร์ แต่ไม่เห็นหอบก็ดาร์ไปเที่ยว ดูหนัง ทานข้าว ด้วยเลยแปลกเหมือนกันนะ ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

“การเอาคู่กัดไปเล่นที่สาธารณะอย่างเปิดเผย การพาไปถ่ายรูปตามสถานที่ต่างๆ ทั้งในและนอกประเทศ การเล่นที่ไม่แบ่งแยกเพศและอายุของผู้เล่น การยอมรับจากสังคมส่วนมากที่ถือเป็นเรื่องปกติเหมือนการแต่งตัวไปเที่ยว ...” Farhizoe (2553: สัมภาษณ์)

“คิดว่าส่วนใหญ่กลุ่มอื่น ๆ ก็คล้ายๆ กัน ที่ต่างกันอาจจะเป็นเพราะว่าคนเล่นบลาซซ์ส่วนใหญ่จะพกกล้อง แล้วมีการถ่ายรูปบลาซซ์ ในสถานที่ๆ ตัวเองไปเที่ยวด้วย ...” Honey-suchada (2553: สัมภาษณ์)

“จินตนาการ ซึ่งแต่ละกลุ่มจะไม่เหมือนกัน แต่กลุ่มคนเล่นบลาซซ์นี้ต้องอาศัยจินตนาการเยอะหน่อย ถึงจะเล่นได้สนุกขึ้น ...” dukedik (2553: สัมภาษณ์)

สิ่งที่ถูกปลูกฝังในตัวเองเมื่อเข้ามาอยู่ในสังคมกลุ่มคนเล่นตุ๊กตาบลาซซ์ส่วนใหญ่มีการปลูกฝังให้รู้คุณค่าของตุ๊กตา ไม่ควรเล่นแบบทิ้งๆ ขว้างๆ ให้เลือกที่ถูกต้องจริงๆ แล้วค่อยซื้อ รวมถึงการมีจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ไม่หยุดนิ่งก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ส่วนใหญ่จะเป็นเมื่อเข้ามาอยู่ในสังคมคนเล่นตุ๊กตาบลาซซ์ เป็นต้น

“สำหรับพี่ ต้องคอยคิดตลอด เพราะเวลาน้องออกมาเยอะมากมายหลายรุ่น เลยคิดว่าเลือกรุ่นที่ชอบจริงๆ แล้วค่อยซื้อเถอะเอาแบบโดนทีเดียวไปเลย เพราะว่าพี่ไม่ชอบขายน้องแล้วไปซื้อน้องคนใหม่ เพราะสงสาร และก็ไม่ชอบซื้อเพิ่มเหมือนกัน ไม่มีที่เก็บแล้ว ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

“ปลูกฝังเธอ น่าจะความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละคนนะ เพราะเกิดตลอดจริงๆ อย่างพี่เป็นแม่ค้าก็ยังต้องหมั่นหาของมาขายคู่กับตุ๊กตาเลย ซึ่งไม่ใช่แค่เสื้อผ้าอย่างเดียวเหมือนแต่ก่อนแล้วต้องตามให้ทัน ...” noonoot (2553: สัมภาษณ์)

“การเลือกรุ่นที่เราชอบจริงๆ พิจารณารุ่นที่อยากได้จริงๆ เพราะบางครั้ง รุ่นที่อยากได้ พอซื้อมาแล้วมันก็ไม่ใช่เลยต้องพิจารณาว่าชอบจริงๆ นะถึงจะซื้อไม่อย่างขายเมื่อซื้อมาแล้วไม่ชอบ สงสารน้องด้วยนอกจากจำเป็นจริงๆ ก็จะตัดใจขาย ...” Honey-suchada (2553: สัมภาษณ์)

“ความสุขคือการได้ครอบครองตุ๊กตาที่ตัวเองชอบ ไม่ได้อยู่ที่ปริมาณว่ามีเยอะแค่ไหน ...” dukedik (2553: สัมภาษณ์)

การมีส่วนร่วมในกลุ่มคนเล่นตุ๊กตาบลายซ์เพื่อการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมย่อย โดยมีการจัด
มีทั้งให้มาพบปะเจอกัน รวมถึงการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือเพื่อนสมาชิกในเว็บบอร์ด อาทิ
ติดตามทางนี้ การช่วยตัดสินใจการซื้อขาย เป็นต้น

“เจตนาที่ดีที่มีต่อตุ๊กตา เวลามีคนถามเราก็จะมักเล่าถึงข้อดีที่เราได้จากการเล่นตุ๊กตาให้
เขาฟังซึ่งเขาก็ยอมรับนะว่าไม่รู้สาระและก็มีประโยชน์จริง ...” Farhizoe (2553:
สัมภาษณ์)

“มีส่วนร่วมพอประมาณนะ ไม่มากหรือน้อยไป โดยการทำกิจกรรม พบปะ กับกลุ่มคน
เล่นบลายซ์เหมือนกันบ้าง ...” Honey-suchada (2553: สัมภาษณ์)

“ช่วยตามนี้ จนกลายเป็น เอกลักษณ์ประจำตัวไปแล้ว ...” dukedik (2553: สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มมีการยอมรับว่า การกระทำต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มล้วนต้องการให้
ดำรงอยู่กับสังคมคนเล่นตุ๊กตาบลายซ์ต่อไป เห็นได้จากความพยายามที่จะทำให้วัฒนธรรม
ย่อยของกลุ่มดำรงต่อไป ไม่ว่าจะเป็นการร่วมมือทำกิจกรรม การปลูกฝังสิ่งที่ดีให้กับตนเองและ
เพื่อนสมาชิกคนอื่น การช่วยกันดูแลสังคมออนไลน์ให้ปราศจากสิ่งไม่ดี เหล่านี้ล้วนทำให้กลุ่มยัง
สามารถดำรงต่อไปได้ในอนาคต

ความรู้สึกของกลุ่มผู้นิยมเหล่านี้ โดยส่วนใหญ่มองว่าความสุขหรือประโยชน์ที่ได้รับจาก
ตุ๊กตาบลายซ์นั้น จะทำให้แต่ละคนมีกำลังใจที่จะยังคงเล่นตุ๊กตาท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของ
สังคมในปัจจุบัน ความรู้สึกถึงการให้ความพิเศษกับตุ๊กตาในการยกย่องว่าเป็นยิ่งกว่าตุ๊กตาธรรมดา
และความเป็นกลุ่มสังคมของคนเล่นตุ๊กตาจะสามารถคงอยู่เพื่อสืบทอดกลุ่มต่อไป โดยมี
องค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

1. โดยพื้นฐานแล้วการกระทำใดๆ ที่คิดว่าทำแล้วตนเองเกิดความสุข ก็จะส่งผลให้
ความรู้สึกนั้นๆ อยู่กับเรานานมากกว่าสิ่งที่ทำแล้วไม่เกิดความสุข โดยส่วนใหญ่กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตา
บลายซ์ต่างก็ได้รับความสุขจากตุ๊กตาบลายซ์แทบทั้งสิ้น จึงทำให้ไม่แปลกหากกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตา
บลายซ์จะยังคงรักและรู้สึกผูกพันถึงคุณค่าตุ๊กตาแต่ละตัว ส่งผลให้ความรู้สึกดังกล่าวนี้จึงยังคงอยู่
กับผู้เล่นแต่ละคน แต่ความรู้สึกเหล่านี้ก็สามารถที่จะหมดไปได้ก็ตราบเท่าที่กลุ่มผู้นิยมนี้จะไม่

ความสุขร่วมกับตุ๊กตาของตนเองแล้ว ความรู้สึกถึงความพิเศษของตุ๊กตาโดยมองว่าเป็นยิ่งกว่าตุ๊กตา
คงจะหมดไปเอง และนำไปสู่การเลิกเล่นหรือการขายตุ๊กตาทิ้งก็เป็นไปได้

2. หากยังมีกลุ่มเพื่อนหรือสมาชิกในเว็บบอร์ดที่ยังรวมกลุ่มกัน มีความพร้อมเพรียงเล่น
ตุ๊กตาปลายรัชกันต่อไป โดยมีการเคลื่อนไหวทั้งการอัปเดตกระทู้สิ่งใหม่ๆ อัปโหลดรูปภาพลงบอร์ด
หรือแม้กระทั่งมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือพูดคุยกันตามประเด็นคอเดียวกันทั้งผ่านเว็บ
บอร์ดหรือตามงานมีพื้ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ไม่สนใจว่ากระแสนเล่นตุ๊กตาปลายรัชจะซบเซาลง
หรือมีสิ่งอื่นๆ เกิดมาใหม่เพื่อทดแทนสิ่งเก่า เหล่านี้เป็นปัจจัยอีกส่วนหนึ่งที่ยังคงทำให้กลุ่มผู้เล่น
ตุ๊กตาปลายรัชยังมีความเหนียวแน่น

กระทู้เมื่อเร็วๆ นี้		
[Blythe Gallery [General]] Re: . . . " m y G a r n e t " . . . on P.71 โดย artfromhell		วันนี้ เวลา 16:21:57
[Blythe Gallery [General]] Re: . . . " m y G a r n e t " . . . on P.71 โดย goffy		วันนี้ เวลา 16:16:45
[Blythe Gallery [General]] Re: . . . " m y G a r n e t " . . . on P.71 โดย modcatz		วันนี้ เวลา 16:14:19
[Blythe History] Re: Manuheali'i Paradise Girl ใครกะน้องสาวแล้วมั่งค้า ไซรูปเหมือน เจ๊วรา โดย THANAKORN		วันนี้ เวลา 15:58:52
[Blythe Gallery [General]] Re: +++ 21 พ.ย. .วันเพ็ญเดือนสิบสอง ในรอบ 12 ปี แบบเบาๆ (Modcatz's Blythe)(P.192) โดย emmie		วันนี้ เวลา 15:23:36
[รวมภาพกิจกรรมทั่วไป] Re: รวมภาพ บาร์บีคิวปาร์ตี้ Pre ลอยกระทง บ้านบุษมา 20 พย จำ โดย BlytheDee		วันนี้ เวลา 15:23:23
[Blythe Gallery [General]] Re: .★*+. ครั้งแรกกับNikon D90 P.127 .+*★*. โดย emmie		วันนี้ เวลา 15:22:46
[Blythe Gallery [General]] Re: I'm NISTA :) =P.32= โดย emmie		วันนี้ เวลา 15:21:38
[Blythe Gallery [General]] Re: *{Blythe Baan Au}* หนูน้อยพมาศ, p.31 โดย emmie		วันนี้ เวลา 15:20:57
[Blythe Gallery [General]] Re: . . . " m y G a r n e t " . . . on P.71 โดย emmie		วันนี้ เวลา 15:18:10
[Blythe Gallery [General]] Re: (Bann BlytheDee)เปิดตัว นางที่ 5 และ 6 Party @ buppha's house P.13 โดย BlytheDee		วันนี้ เวลา 15:12:44
[Blythe Gallery [General]] Re: *{Blythe Baan Au}* หนูน้อยพมาศ, p.31 โดย bigarmy		วันนี้ เวลา 15:11:34
[คุยกันแฉเรื่อง] 10 อันดับเด็กที่น่ากลัวที่สุดในภาพยนตร์สยองขวัญ โดย makeitbaby		วันนี้ เวลา 15:08:42
[Blythe Gallery [General]] Re: . . . " m y G a r n e t " . . . on P.71 โดย bigarmy		วันนี้ เวลา 15:07:50
[Blythe Gallery [General]] Re: .★*+. ครั้งแรกกับNikon D90 P.127 .+*★*. โดย aobear		วันนี้ เวลา 14:56:14
[Blythe Gallery [General]] Re: .★*+. ครั้งแรกกับNikon D90 P.127 .+*★*. โดย monocolo		วันนี้ เวลา 14:54:24
[Blythe Gallery [General]] Re: . . . " m y G a r n e t " . . . on P.71 โดย emmie		วันนี้ เวลา 14:51:59
[รวมภาพกิจกรรมทั่วไป] Re: +++ ภาพกิจกรรมมัตตังบาร์บีคิวไฟแฟลน ณ บ้านทราย Buppha ๙ +++ โดย - MiND -		วันนี้ เวลา 14:44:48
[Blythe Gallery [General]] Re: .★*+. ครั้งแรกกับNikon D90 P.127 .+*★*. โดย Farhizoe		วันนี้ เวลา 14:26:55
[รวมภาพกิจกรรมทั่วไป] Re: รวมภาพ บาร์บีคิวปาร์ตี้ Pre ลอยกระทง บ้านบุษมา 20 พย จำ โดย - MiND		วันนี้ เวลา 14:16:21

ภาพที่ 57 แสดงกระทู้การตอบล่าสุดทุกๆ 1 นาที ประจำวันที่ 22 พฤศจิกายน 2553

ที่มา: Blythethailand.com (2010)

นอกจากการรวมกลุ่มในโลกออนไลน์แล้ว กลุ่มนี้มีความรู้สึกมีความสุขเต็มที่ ในการแสดง
ตัวตนหรือการเล่นตุ๊กตาเวลาอยู่ในกลุ่มของคนรักตุ๊กตาปลายรัชด้วยกันเอง มากกว่าการแสดงออก
ต่อคนทั่วไปที่ไม่รู้จักตุ๊กตา โดยมองว่าพื้นที่ที่มีไว้สำหรับคนเล่นตุ๊กตายังไงก็อบอุ่นกว่าพื้นที่อื่นๆ
สะท้อนผ่านจำนวนงานมีพื้ตั้งเพื่อรวมตัวพบปะสังสรรค์สำหรับผู้ที่ชื่นชอบตุ๊กตาปลายรัชเหมือนๆ
กัน มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ก็ต่อเมื่อกลุ่มเหล่านี้ยังต้องการหาสถานที่เพื่อร่วมแลกเปลี่ยนความ

คิดเห็น หรือสถานที่สำหรับคนคนเดียวกันไว้เพื่อรวมตัวพูดคุยและเข้าใจซึ่งกันและกันสะท้อนถึงความต้องการดำรงไว้ซึ่งกลุ่มผู้นิยมที่มีใจรักในสิ่งเดียวกัน

3. หากกลุ่มยังมีการใช้อินเทอร์เน็ตในการแสดงตัวตนหรือใช้เป็นช่องทางในการติดต่อกับเพื่อนสมาชิกคนอื่นๆ หรือมีความเคลื่อนไหวอยู่เสมอ กลุ่มวัฒนธรรมย่อยก็ยังสามารถสืบต่อไปได้ โดยสื่อใหม่เข้ามามีบทบาทแพร่หลายอย่างสูงกับคนในยุคในปัจจุบันอย่าง “อินเทอร์เน็ต” เพราะกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายส์ส่วนใหญ่ต่างตอบเป็นเสียงเดียวกันว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีอิทธิพลกับคนรักตุ๊กตาบลายส์เป็นอย่างมาก นอกจากวิธีการสื่อสารแบบปากต่อปากแล้ว อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญของผู้นิยมตุ๊กตาบลายส์ เพราะอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว และการเล่นตุ๊กตาบลายส์ต้องคลุกคลีอยู่กับการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างมาก เช่น ผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหาของตนเอง อัปโหลดภาพถ่าย พูดคุยแชตประสบการณ์ โดยมีทั้งเว็บไซต์และเว็บบอร์ดที่สร้างชุมชนออนไลน์ของคนรักตุ๊กตาบลายส์ มีโปรแกรมสนทนาอย่าง (WindowLive Messenger) เป็นโปรแกรมสนทนาออนไลน์ที่ได้รับความนิยม ที่ทำให้การติดต่อสื่อสารง่ายและรวดเร็ว นอกจากนี้แล้วสำหรับกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายส์ส่วนใหญ่ก็มีอินเทอร์เน็ตใช้ทั้งที่บ้านและตามสถานที่ต่างๆ ผ่านทางโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์พกพาตลอดเวลา โดยใช้อินเทอร์เน็ตไว้สำหรับเข้ามาดำเนินกิจกรรมหรือรวมตัวผ่านเว็บไซต์ เป็นช่องทางแสดงอัตลักษณ์ของกลุ่มได้อย่างง่ายที่สุด

“อย่างฟาร์เองก็เล่นทุกวัน วันละหลายชั่วโมง Blythethailand เป็นเว็บอันดับหนึ่งในดวงใจไปแล้วตอนนี้ เข้ามาแล้วหายเหงา มีเพื่อนที่รักที่ชอบในสิ่งเดียวกัน ถ้าไม่ป่วยหนักจริงๆ ก็เข้ามันทุกวัน ...” Farhizoe (2553: สัมภาษณ์)

“เข้าเน็ตทุกวัน จะขาดบ้างก็วันอาทิตย์มีธุระบ่อย ปกติมาทำงานก็จะออนไลน์ไว้ ว่างก็เข้ามาตอบเข้ามาแล้วสนุกดี มีความสุขเวลาได้คุยกับคนคนเดียวกัน ที่สำคัญความรู้ก็แน่น แถมสินค้ายังราคาถูกอีก ...” modcatz (2553: สัมภาษณ์)

จึงสรุปได้ว่า อินเทอร์เน็ตมีส่วนส่งเสริมความเป็นความเป็นวัฒนธรรมย่อยของผู้นิยมตุ๊กตาบลายส์ได้อย่างดีที่สุด โดยลักษณะสำคัญอย่างหนึ่งของอินเทอร์เน็ต คือ การปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) และการเชื่อมต่อระหว่างกัน (Interconnectivity) เนื่องจากใช้อินเทอร์เน็ตสามารถสร้างเนื้อหาของตนเองได้ ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์ เว็บบอร์ด ซึ่งเป็นเนื้อหาที่ไม่มี

ข้อจำกัดในเรื่องเวลาและสถานที่ที่ทำการสื่อสาร ซึ่งแตกต่างจากสื่อดั้งเดิมที่เป็นการสื่อสารแบบ ผลักดันข้อมูลออกสู่ผู้รับ ในขณะที่อินเทอร์เน็ตถูกควบคุมโดยผู้ใช้ซึ่งสามารถอยู่ในสถานะของผู้ ส่งสารและผู้รับสารได้ในขณะเดียวกัน มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและกันทั้งในระดับปัจเจกและ ระดับกลุ่มด้วย

เว็บไซต์หรือเว็บบอร์ดของผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์นั้น มีบทบาทที่สำคัญกับการส่งเสริมความ เป็นวัฒนธรรมย่อยของคนรักตุ๊กตาบลายซ์ ดังนี้

1. สามารถสร้างเนื้อหาได้ด้วยตนเอง กลุ่มผู้ชื่นชอบตุ๊กตาบลายซ์ที่เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ทั่วไปสามารถสร้างเนื้อหาที่เกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์ได้ด้วยตนเองไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์ หรือเว็บบอร์ด ซึ่งทำให้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ เช่น การ สร้างเว็บไซต์หรือเว็บบอร์ดที่ให้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์ นิยามความหมาย วิิเล่นและ การดูแลรักษาที่ถูกต้อง เป็นแหล่งประกาศซื้อ-ขายของเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์ รวมถึงการที่ผู้เขียน สามารถเล่าเรื่องราว ประสบการณ์ในการแชร์ความรู้แลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน เป็นต้น

2. เป็นแหล่งข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย เนื่องจากอินเทอร์เน็ตถูกควบคุมโดยผู้ใช้ ซึ่งเป็น ลักษณะของการแสวงหาข่าวสารตามความพึงพอใจของผู้ใช้เอง ผู้ที่มีความชื่นชอบตุ๊กตาบลายซ์จึง สามารถสืบค้นเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับตุ๊กตาบลายซ์ได้ง่าย ด้วยเว็บไซต์ที่ให้บริการค้นหาข้อมูล ซึ่งไม่ได้จำกัดแค่เฉพาะข้อมูลในประเทศเท่านั้น แต่รวมถึงข้อมูลจากทั่วโลกด้วย

3. เป็นพื้นที่ในการแสดงออกของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ อินเทอร์เน็ตนั้น จัดว่าเป็นสื่อ สารสนเทศที่สามารถสร้างเนื้อหาได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นข้อความ รูปภาพ เสียง รวมไปถึง ภาพเคลื่อนไหว ซึ่งสามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ได้เป็นอย่างดี การบอกเล่าเรื่องราวจากการไปร่วมงานมีตุ๊กตาบลายซ์ต่างๆ การแสดงรูปตุ๊กตาบลายซ์ของ ตนเอง หรือรูปจากงานตุ๊กตาบลายซ์ที่ตนเองไปถ่ายมาได้ ล้วนแล้วแต่เป็นการแสดงออกถึงตัวตน และความชื่นชอบที่มีต่อตุ๊กตาบลายซ์ได้

4. เป็นช่องทางที่ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน เว็บไซต์หรือ เว็บบอร์ดนั้น นอกจากจะเป็นพื้นที่ในการแสดงออกถึงตัวตนของผู้ที่ชื่นชอบตุ๊กตาบลายซ์แล้วยัง เป็นตัวกลางที่ทำให้ผู้ที่มีความชอบเหมือนกัน สามารถพบปะ พูดคุย และติดต่อสื่อสารกันได้ เช่น

การโต้ตอบและการแสดงความคิดเห็นผ่านทางกระดานเว็บบอร์ดต่างๆ เมื่อมีการพูดคุยกันจนสนิทสนมในระดับหนึ่ง อาจมีการแลกเปลี่ยนอีเมลกัน เพื่อติดต่อสื่อสารกันด้วยอีเมลหรือโปรแกรมสนทนาออนไลน์ต่อไปได้ นอกจากนี้แล้ว การพบปะกันผ่านทางอินเทอร์เน็ตยังไม่จำกัดเวลาและสถานที่อีกด้วย เช่น ผู้ที่ชื่นชอบตุ๊กตาบลายซ์ที่อยู่จังหวัดเชียงใหม่ก็อาจทำความรู้จักกับผู้ชื่นชอบตุ๊กตาบลายซ์ที่อยู่จังหวัดสงขลาได้ โดยที่สองคนไม่จำเป็นต้องเคยเจอตัวจริงของกันและกันมาก่อนนั่นเอง นอกจากการพบปะและติดต่อสื่อสารระหว่างกันแล้ว อินเทอร์เน็ตยังเป็นตัวกลางในการนัดพบ เช่น การนัดเพื่อไปจัดงานมีทติ้งแบบส่วนตัวกัน ซึ่งทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างกันของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์มีความแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

5. เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์งานตุ๊กตาบลายซ์ต่างๆ อินเทอร์เน็ตเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์งานตุ๊กตาบลายซ์ โดยเฉพาะงานตุ๊กตาบลายซ์ที่เกิดจากการรวมกลุ่มกันจัดของผู้ที่ชื่นชอบตุ๊กตาบลายซ์เอง ซึ่งอาจจะไม่มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งต้องใช้ค่าใช้จ่ายที่สูงได้ และเนื่องจากกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์มีการใช้อินเทอร์เน็ตกันเป็นประจำอยู่แล้ว การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางนี้จึงง่ายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเพียงพอ

6. ทำให้ตุ๊กตาบลายซ์เป็นที่รู้จักมากขึ้นในสังคมไทย เนื้อหาที่หลากหลาย ปริมาณที่มาก การสืบค้นที่ทำได้ง่าย ทำให้ผู้ที่ไม่รู้จักรหรือเพิ่งเริ่มให้ความสนใจกับตุ๊กตาบลายซ์ สามารถทำความเข้าใจกับตุ๊กตาบลายซ์ได้ง่ายขึ้น และสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่สามารถต่อยอดไปสู่ความชื่นชอบตุ๊กตาบลายซ์ได้ เช่น อาจจะได้ไปอ่านความภาคภูมิใจหรือประสบการณ์ในการเล่นตุ๊กตาบลายซ์จากกระดานของผู้ที่ชื่นชอบตุ๊กตาบลายซ์แล้วเกิดความสนใจ หรืออาจไปเห็นการประชาสัมพันธ์งานตุ๊กตาบลายซ์ต่างๆ ซึ่งผู้ที่เริ่มสนใจก็อาจจะลองไปร่วมงานนั้นๆและทำให้เกิดความชื่นชอบต่อตุ๊กตาบลายซ์มากขึ้นได้นั่นเอง

จะเห็นได้จากผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกเว็บไซต์ เว็บบอร์ดหรือเว็บบล็อกที่ใดที่หนึ่งหรือหลายๆ ที่พร้อมกัน ส่วนใหญ่ก็มีไว้เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร และอัปเดตเรื่องราวของตนเอง ซึ่งในกรณีของเว็บบอร์ดนั้น หลายคนได้มีไว้เพื่อเขียนเรื่องราวและอัปเดตรูปภาพที่อยากแบ่งปันให้เพื่อนๆ ได้ชมโดยผ่านการตั้งกระดานและเปิดให้เพื่อนๆ ได้มาร่วมแสดงความคิดเห็นเป็นหลัก สำหรับความถี่ในการเข้าใช้งานแล้วส่วนใหญ่คือ เข้าใช้งานทุกวันหรือทุกครั้งที่เปิดใช้อินเทอร์เน็ต สรุปได้ว่าอินเทอร์เน็ตนั้นมีบทบาทต่อกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์เป็นอย่างมาก

เป็นทั้งแหล่งข้อมูล พื้นที่ในการแสดงออกถึงความเป็นตัวเอง ตัวกลางในการติดต่อสื่อสาร แหล่งรวมตัว อีกทั้งยังเป็นพื้นที่เปิดที่ทำให้คนทั่วไปเข้ามารู้จักตุ๊กตาบลายซ์ได้มากยิ่งขึ้น เหล่านี้เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ตุ๊กตาบลายซ์ขยายตัวไปสู่กว้างได้ต่อไป

นอกจากสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นแล้วจากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า อินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นตัวสร้างกระแสให้ผู้ชื่นชอบตุ๊กตาบลายซ์เกิดขึ้นมาได้หลากหลายกลุ่มทั้งกลุ่มที่เข้ามาเพราะสนใจและรักในตัวตุ๊กตาบลายซ์จริง กับกลุ่มที่เข้ามาร่วมกระแสแฟชั่น อินเทอร์เน็ตทำให้กิจกรรมที่มีตัวตนบางอย่างเกิดขึ้น จัดเป็นจุดเริ่มต้นของการเกิดวัฒนธรรมย่อยในสังคมคนเล่นตุ๊กตาบลายซ์ เพื่อเป็นช่องทางการเรียนรู้ ปลูกฝังหลักปฏิบัติที่ยึดถือสืบต่อกันมา และอีกหลายแนวความคิดที่กลุ่มร่วมกันสร้างขึ้นมาเพื่อถ่ายทอดให้แก่คนกลุ่มหลังที่กำลังเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์นั่นเอง

ปรากฏการณ์ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์กับบทบาทของรสนิยมสาธารณะ

จากการเข้าศึกษาวงการตุ๊กตาบลายซ์ในสังคมไทย ตั้งแต่ ปี 2550 – ปัจจุบัน กลุ่มผู้นิยมได้ทำให้ทราบถึงความเป็นมาของอัตลักษณ์กลุ่ม รวมถึงการกระทำต่างๆ ที่กลุ่มสร้างขึ้นและได้เกิดเป็นวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มที่แตกต่างจากกลุ่มวัฒนธรรมหลักไปแล้วนั้น กลุ่มยังได้เผชิญกับการเข้ามาของรสนิยมสาธารณะ ซึ่งมีผลให้วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มได้เปลี่ยนแปลงไป จากการเข้ามาฉกฉวยโอกาสของกระแสตุ๊กตาบลายซ์ของรสนิยมสาธารณะนั้น สามารถแบ่งได้ 3 ช่วงสถานการณ์หลักๆ ดังนี้

1. ช่วงเริ่มต้นของตุ๊กตาบลายซ์ในประเทศไทย

ก่อนปี พ.ศ. 2550 ตุ๊กตาบลายซ์เริ่มเข้ามาเป็นที่รู้จักของผู้ชื่นชอบตุ๊กตาและเป็นที่ชื่นชอบยิ่งกว่าเมื่อมีตุ๊กตาที่สามารถทำอะไรได้หลายอย่าง ต่อยอดในการเล่นได้ไม่สิ้นสุดอย่างตุ๊กตาบลายซ์ วิธีที่จะได้มาซึ่งตุ๊กตาบลายซ์ในช่วงแรกๆ ทำได้โดยจากการไปเที่ยวแล้วนำเข้ามาเองจากต่างประเทศหรือสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ต่างประเทศ สำหรับผู้ที่ชื่นชอบในช่วงแรกๆ ซึ่งเป็นคนที่ชื่นชอบกลุ่มเล็กๆ มีจำนวนไม่มากนัก เพราะกล่าวได้ว่าประเทศไทยยังไม่คุ้นเคยกับตุ๊กตาบลายซ์หรือค่อนข้างหาซื้อได้ยาก ต่อมาเมื่อเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยได้มีเว็บไซต์เกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์ที่เป็นทางการแห่งแรกและใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ก่อตั้งจากความชื่นชอบส่วนตัว

ต่อตุ๊กตาบลายซ์ของเจ้าของเว็บและได้เขียนบทความเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์ลงเว็บไซต์ ช่วงแรกมีสมาชิกเพียง 7 คน แต่เมื่อเวลาผ่านไปผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ต่างบอกต่อและเข้ามาเป็นสมาชิกของเว็บเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล แשרประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง จนประมาณปลายปี พ.ศ. 2551 เว็บไซต์มีสมาชิกเพิ่มขึ้นมากมายและเริ่มมีการรวมกลุ่มกันเพื่อทำกิจกรรมเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์ในโลกความจริงบ้าง

2. ช่วงที่ตุ๊กตาบลายซ์ได้รับความนิยมและความสนใจสูงสุดในประเทศไทย

ต้นปี พ.ศ. 2552 ตุ๊กตาบลายซ์ได้ถูกตอกย้ำให้เป็นที่รู้จักต่อสังคมไทยมากขึ้น หลังจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ได้พาดหัวข่าวหน้า 1 ว่า “ฮิตไฮโซ-คารา ตัวละแสน ตุ๊กตาบลายซ์” ที่กำลังเป็นของเล่นที่สร้างความฮือฮาในสังคมเมืองไทย สำหรับ “ตุ๊กตาบลายซ์” ตุ๊กตาสุดน่ารักมีดวงตากกลมโต บ้องแบ๊ว กำลังฮอตฮิตในหมู่สาวสังคมและเหล่าดารานักสะสมตุ๊กตาทั้งหลาย โดยบางตัวมีราคาถึงหลักแสนบาทและเป็นตุ๊กตาที่มาแรงแซงโค้งตุ๊กตาบาร์บี้ที่เด็กหญิงทั่วโลกคลั่งไคล้ (ไทยรัฐ, 2552) ซึ่งเป็นจุดที่ทำให้คนไทยได้รู้จักตุ๊กตาบลายซ์ชัดเจนขึ้นและพร้อมกับการก้าวเข้ามาของกลุ่มคนใหม่ๆ ที่สนใจในตุ๊กตาบลายซ์ รวมทั้งการจัดงานตุ๊กตาบลายซ์ก็เริ่มมีมากขึ้น นับว่าต้นปี พ.ศ. 2552 ตุ๊กตาบลายซ์ได้รับกระแสตอบรับเป็นอย่างดีและถือว่าเป็นช่วงที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย ลักษณะการซื้อขายตุ๊กตาบลายซ์อยู่ในระดับที่มีความต้องการสูงหรือลักษณะแย่งกันซื้อ ประกอบกับการปั่นราคากันเกิดขึ้นจากผู้ขาย จากรุ่นธรรมดาที่ทำให้ราคาเทียบเท่ากับรุ่นลิมิเต็ด เรียกได้ว่าเป็นช่วงกักตุนและกอบโกยผลประโยชน์จากการเก็งกำไรได้เป็นกอบเป็นกำ และไม่ว่าตุ๊กตารุ่นนั้นๆ จะออกมากี่ตัว ลักษณะโดนใจหรือไม่โดนใจต่างก็ทำให้กลุ่มผู้นิยมยอมควักเงินซื้อกันอย่างสม่ำเสมอ โดยทั้งนี้ก็เป็นเพราะกระแสจากการประโคมข่าวของสื่อต่างๆ รวมทั้งดารามีชื่อเสียงและการฉกฉวยโอกาสของบริษัทห้างร้านที่ต่างเลือกที่จะนำตุ๊กตาบลายซ์มาเป็นแม่งานหลัก พร้อมกับการจัดงานตุ๊กตาบลายซ์ในรูปแบบสาธารณะและแบบส่วนตัวอย่างต่อเนื่องอีกด้วย



เอมมี-มรกต ชมพู-อารยา และนัน-วราเช โสวัติก ตาบลายซ์ ที่กำลังฮอตฮิต ในหมู่ดาราและสาวไฮโซเมืองไทย โดยบางตัวมีราคาสูงถึง 2 แสนบาท เพราะสามารถตกแต่งดัดแปลงได้ตามใจชอบ นับเป็นตุ๊กตาที่มากแรงแซงโค้งตุ๊กตาบาร์บี้.

ภาพที่ 58 ข่าวกจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐพาดหัวข่าว วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2552
ที่มา: ไทยรัฐ (2552)

เมื่อตุ๊กตาบลายซ์เป็นที่รู้จักต่อสังคม จึงเกิดการขยายกลุ่มมากขึ้นทำให้ความต้องการครอบครองตุ๊กตาบลายซ์ก็เพิ่มมากยิ่งขึ้นอีกด้วย ประกอบกับช่องทางการขายตุ๊กตาบลายซ์ในประเทศไทยก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ จากช่วงแรกก่อนปี พ.ศ. 2550 การจะได้ครอบครองตุ๊กตาทำได้โดยการซื้อจากต่างประเทศ โดยเฉพาะแหล่งใหญ่ คือ ประเทศฮ่องกง และประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายที่ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์คุ้นเคยและซื้อกลับมาเอง ปี พ.ศ. 2552 เริ่มเกิดร้านค้าที่มีหน้าร้านชัดเจน ปัจจุบันประเทศไทยมี Official Blythe Shop หรือร้านค้าตัวแทนจำหน่ายตุ๊กตาบลายซ์อย่างเป็นทางการซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากเจ้าของลิขสิทธิ์บริษัท Hasbro และ CWC ประเทศญี่ปุ่นทั้งหมด 4 ร้าน

แน่นอนว่าการซื้อจากร้านที่มีหน้าร้านชัดเจน สามารถซื้อขายหรือตามตัวได้ง่ายหากเกิดปัญหากับสินค้าและสะดวกสบายอยู่ในย่านช้อปปิ้งของคนรุ่นใหม่ แต่ก็ต้องแลกกับราคาตุ๊กตาที่ค่อนข้างแพงที่บวกภาษีนำเข้าอย่างถูกกฎหมายรวมถึงค่าเช่าสถานที่ แต่ไม่สะดวกสำหรับผู้ที่อยู่ต่างจังหวัด เนื่องจากร้านค้าเหล่านี้อยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครแทบทั้งสิ้น รวมถึงร้านขายตุ๊กตาบลายซ์เล็กๆ ทั่วไปที่ไม่ได้เป็นร้านตัวแทนจำหน่าย ก็มีกระจายอยู่ตามห้างสรรพสินค้าและตลาดนัดไลฟ์สไตล์อย่างสวนจตุจักร ส่วนใหญ่นำเข้าตุ๊กตาบลายซ์จากหลายร้านค้าในฮ่องกงหรือหิ้วกลับมาสต็อกไว้ขายเช่นกัน

เมื่อความต้องการของผู้ที่ชื่นชอบตุ๊กตาบลายธ์ทั้งจากชอบในลักษณะของตุ๊กตาที่ต่อ ยอดในการเล่นได้หลายอย่างหรือแม้แต่การเข้ามาเล่นโดยตามกระแสของสังคมหรือดาราผู้มีชื่อเสียง ทำให้มีผู้ที่มองการณ์ไกลหวังทำกำไรจากการเข้ามาครอบงำโดยใช้ความเป็นกระแสเข้ามาจับธุรกิจทั้งขายตุ๊กตาบลายธ์ เสื้อผ้าเครื่องประดับตกแต่ง การบริการเสริมสวย เช่น สระชอยผม ยืดผม รวมทั้งบริการคัสตอมตุ๊กตาบลายธ์ตามที่เจ้าของต้องการ ประกอบกับทางเลือกในการจับจ่ายซื้อหาตุ๊กตาบลายธ์มาครอบครองก็มีให้เลือกมากขึ้น

ร้านค้าออนไลน์จึงผุดขึ้นมาเหมือนดอกเห็ดเป็นช่องทางสำหรับกลุ่มคนที่ต้องการความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้าหลากหลายราคา ซึ่งความสะดวกสบายเหล่านี้ก็เป็นโอกาสให้ผู้ไม่หวังดีแฝงตัวเข้ามา และกลุ่มผู้นิยมกลุ่มหนึ่งที่เห็นแก่ของถูก และความไว้นื้อเชื่อใจในตัวของผู้ขายก็ถูกโกง ซึ่งตกเป็นข่าวครึกโครมบนหน้าหนังสือพิมพ์หลายฉบับเมื่อปลายเดือนมีนาคม พ.ศ. 2553 ที่ผ่านมา



ตุ๊กตาบลายธ์ - กลุ่มผู้เสียหาย 11 ราย เข้าแจ้งความดำเนินคดีกรณีสั่งซื้อตุ๊กตา "บลายธ์" ทางเว็บไซต์ จ่ายเงินโอนเข้าบัญชีไปแล้วแต่ไม่ได้ของ สูญเงินรวมกันกว่า 12 ล้านบาท ที่บก.ปคบ. เมื่อ 25 มี.ค.

ภาพที่ 59 ข่าจากหนังสือพิมพ์ข่าวสด วันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2553 ปีที่ 19 ฉบับที่ 7057
ที่มา: ข่าวสด (2552)

ลักษณะการฉกฉวยโอกาสแบบผิดกฎหมายในการโกงของแม่ค้าขายตุ๊กตาบลายธ์รายนี้จากประสบการณ์จริงและการสังเกตของตัวผู้วิจัยเองคือ การลงโฆษณาชวนเชื่อทางเว็บไซต์ “Shopblythedoll” มีการจดทะเบียนกับทาง www.weloveshopping.com เมื่อวันที่ 2 ก.พ. 52 ว่าสามารถจัดหาตุ๊กตาบลายธ์จากประเทศญี่ปุ่นทุกรุ่นได้ในราคาถูกกว่าท้องตลาด และโปรโมชั่นต่างๆ หากสั่งซื้อเป็นจำนวนมากจะมีลักษณะลด แลก แจก แถม ไม่อื่น เช่น ราคาตุ๊กตาบลายธ์เมื่อคำนวณรวมกับโปรโมชั่น เมื่อเทียบกับราคาในท้องตลาดถือว่าถูกที่สุดและมีราคาถูกกว่าเงินเย็น

ประเทศญี่ปุ่น สำหรับขั้นตอนในการซื้อนั้นจะต้องชำระเงินล่วงหน้าก่อนในลักษณะมัดจำหรือเต็มราคาของโดยแจ้งอีเมลแอดเดรสยืนยันการสั่งซื้อพร้อมกับโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของผู้ขาย จากนั้นจึงแจ้งการชำระเงินและรอรับสินค้าทางพัสดุไปรษณีย์แล้วแต่เงื่อนไขที่กำหนด 30- 90 วัน ซึ่งในระยะแรกมีการส่งสินค้าให้กับผู้ซื้อ แต่เมื่อมีการสั่งของจำนวนมาก ยกตัวอย่าง สั่งไปล็อตละ 10 ตัว อาจจะได้เพียง 1-2 ตัว หรือไม่ได้เลย

ต่อมาทราบว่าลูกค้าที่ได้ของช่วงแรกๆ และบางรายที่คอยมาแสดงความคิดเห็นที่หน้าเว็บบอร์ดขายของเป็นประจำ เมื่อเวลาผู้ขายมีปัญหากับผู้ซื้อรายอื่นบนเว็บบอร์ดก็จะออกมาตอบกระทู้ให้กำลังใจผู้ขายทุกครั้งยิ่งสร้างเครดิตให้ผู้ขายน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น แท้ที่จริงแล้วคือหน้าม้าของผู้ขาย ซึ่งตรวจสอบพบว่าลูกค้าหน้าม้ารายนี้ที่ประกาศตัวว่าพักอาศัยอยู่ประเทศสหรัฐอเมริกาและเคยสั่งกับผู้ขายรายนี้มาหลายครั้งขอตั้งชื่อจำนวนเกือบแปดหลัก ปรากฏว่าเมื่อได้เช็คเลข IP Address กลับพบว่าใช้อินเทอร์เน็ตเครือข่าย DTAC ในประเทศไทยและก็ไม่เคยปรากฏตัวมาที่หน้าเว็บหรือมาเข้าร่วมแจ้งความดำเนินคดีเหมือนลูกค้าคนอื่นๆ เลย

และเมื่อทวงถามถึงปัญหาการไม่ส่งของและความล่าช้าของการไม่ยอมคืนเงินให้กับลูกค้าผู้ขายรายนี้จะมีพฤติกรรมบ่ายเบี่ยงใช้คำพูดเกรี้ยวกราดตอบกลับลูกค้าทุกคน ถ้าลูกค้าคนไหนพอมีปากเสียงแม้คำก็จะหุุดแรงและมีสิทธิได้ของและเงินคืนก่อนลูกค้าที่นิ่งเงียบ อีกทั้งผู้ขายยังมีการหาซื้อตุ๊กตาในไทยเพื่อจัดส่งให้กับลูกค้าบางคนเป็นการกลบเกลื่อนความผิดที่ตัวเองกำลังปกปิดอยู่ ซึ่งขัดแย้งกับการโฆษณาไว้ต่างๆ นานา ถึงการนำเข้าตุ๊กตาจากต่างประเทศ

เมื่อถูกลูกค้านับร้อยคนแจ้งความดำเนินคดี ผู้ขายก็จะไม่เกรงกลัวต่อกฎหมายทั้งที่หลักฐานที่ใช้แสดงความบริสุทธิ์แทบไม่มีความชัดเจน เมื่อตรวจสอบพาสปอร์ตที่ใช้เดินทางไปต่างประเทศ พบว่า ผู้ขายได้เดินทางไปต่างประเทศจริง และบ่อยครั้งทั้งแถบเอเชียและยุโรป แต่ไปในเชิงเที่ยวไม่ได้กลับมาพร้อมกับตุ๊กตาบลายซ์ตามที่กล่าวอ้างไว้ทางหน้าเว็บแต่อย่างใด

และเมื่อผู้วิจัยได้สอบถามถึงผู้เสียหายในหลายๆ คนถึงสาเหตุที่ทำให้หลงเชื่อและสั่งซื้อตุ๊กตาบลายซ์จากผู้ขายรายนี้ ส่วนใหญ่ให้ความเห็นตรงกันว่า รู้สึกถูกใจกับโปรโมชันในราคาล่อใจที่ถูกกว่าท้องตลาดมากประกอบกับปี พ.ศ. 2552 นี้กระแสตุ๊กตาบลายซ์ในประเทศไทยเป็นที่นิยมและเป็นที่ต้องการมากที่สุดจึงอาจไม่ได้ระแวงถึงพฤติกรรมของผู้ขายรายนี้ เมื่อมีลูกค้าบางส่วนได้ของจริงจึงทำให้เกิดการถล่มตัวออเดอร์สั่งสินค้าต่อไป อีกทั้งเชื่อมั่นในสิ่งที่ผู้ขายสร้างภาพขึ้นมาว่า

เป็นลูกคนใหญ่คนโต บ้านมีฐานะ การศึกษาดี เดินทางต่างประเทศบ่อย จึงทำให้เชื่อและบางคนก็
รอของมานานนับปี แต่เมื่อเป็นข่าวและผู้เสียหายได้เช็คประวัติที่แท้จริงของผู้ขายรายนี้กลับพบว่า
ผู้ขายรายนี้ไม่ได้มีฐานะร่ำรวยหรือมีญาติเป็นคนใหญ่คนโตหรือลูกนายตำรวจใหญ่ตามที่กล่าวอ้าง
แม้กระทั่งรูปถ่ายที่เคยโพสต์กลับกลายเป็นคนละคนสร้างความตกใจต่อลูกค้ามาก

ลักษณะของผู้เสียหายจากการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตในกรณีนี้เป็นวัยรุ่นมีอายุตั้งแต่ 14 -50
ปี ลักษณะของลูกค้าหลักๆ มี 3 ลักษณะคือ

1. ลูกค้าที่เป็น End User (ซื้อตุ๊กตามาเพื่อสะสมหรือเล่นเองอย่างเดียว)
2. ลูกค้าที่เป็นแม่ค้าโดยสั่งของเพื่อนำไปเปิดขาย Pre-Order อีกทอดหนึ่งที่หวังกอบโกย
กำไรจากกระแสความดังของตุ๊กตาบลายซ์
3. ลูกค้าที่เป็นแม่ค้าสมัครเล่น ซึ่งผันตัวเองจากผู้เล่นมาเป็นแม่ค้าด้วย บางส่วนหวังว่าจะ
นำไปขายต่อเอากำไรเพื่อมาหมุนเวียนลงทุนหรือเพื่อเก็บสะสมตุ๊กตาบลายซ์ให้มากขึ้น

จึงเป็นเหตุผลที่ว่าทำไมมูลค่าความเสียหายสูงมากกว่า 20 ล้านบาท รวมผู้เสียหายทั้งหมด
เกือบร้อยราย และมีอีกหลายรายที่ไม่สามารถแจ้งความได้เพราะล่าช้าในการดำเนินคดีจึงไม่
สามารถรวมคดีได้อีก โดยรายที่มีมูลค่าความเสียหายมากที่สุดถึง 1.67 ล้านบาท ต่อมาผู้เสียหายอีก
หลายรายได้รวมตัวเปิดเว็บไซต์ www.weloveblythe.co.cc สำหรับใช้ในการติดต่อกันระหว่าง
ผู้เสียหายเพื่อเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลเนื่องจากลูกค้าแต่ละคนไม่รู้จักกัน ไม่เคยพูดคุย
กันเรื่องการรับสินค้า ทำให้ลูกค้าบางรายเข้าใจว่าคงไม่มีปัญหา และยังมีผู้เสียหายอีกเป็นจำนวน
มากที่ถูกโกง รวมถึงกรณีอื่นๆ ที่เริ่มส่อเค้าว่าจะโกงอีกนับสิบราย จากการผนึกกำลังรวมตัวนัดเจอ
กันของกลุ่มผู้เสียหายครั้งนี้ จึงเป็นการตลบหลังผู้ขายลงโลกให้มารับโทษทัณฑ์ได้ทันทั่วทั้งที่ จาก
การร่วมอยู่ในเหตุการณ์ตลอดและตกเป็นข่าวกับผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ตั้งแต่ต้นจนถึงปัจจุบันพบว่า
ช่วงระยะเวลาในปีพ.ศ. 2552 ผู้ขายรายนี้เริ่มส่อพฤติกรรมที่ไม่โปร่งใสและประกอบกับเป็นโรค
เลื่อนส่งตุ๊กตาล่าช้ากว่ากำหนด จนเรื่องมาชัดขึ้นเมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2552 ที่ลูกค้าบางรายได้
แฉและเปิดโปงผู้ขายรายนี้ หลังจากนั้นลูกค้าอีกนับร้อยก็เริ่มไม่มั่นใจในตัวผู้ขายจึงได้รวมตัวและ
เข้าดำเนินคดีในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2553 ในที่สุด จากการเฝ้าติดตามและโดนกระทำการของผู้นี้จึง
รู้สึกและเข้าใจกลุ่มผู้นิยมที่ตกเป็นผู้เสียหายเป็นอย่างดี และมองว่าคดีในครั้งนี้ทำให้งาน

ตุ๊กตาบลายธ์ถึงกับซบเซาลงไปพอสมควร มีผลต่อผู้เสียหายโดยตรงและมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์กลุ่มคนเล่นตุ๊กตาบลายธ์ว่าไม่ได้สวยหรืออย่างที่วาดฝันไว้เหมือนหน้าตาของตุ๊กตา นับเป็นปัญหาที่ใหญ่ที่สุดสำหรับคนเล่นตุ๊กตาบลายธ์ บางรายถึงกับหวาดกลัวและขาดกับตุ๊กตาบลายธ์ไปเลยก็มี จากการสัมภาษณ์ผู้เสียหายเมื่อเห็นข่าว พบว่า

“อย่างนี้ละดีแล้ว แต่ตอนนี้สิ่งที่พวกเราทุกคนต้องการขณะนี้คือต้องการเงินล้านกว่าบาทที่จ่ายไปแล้วคืนมาเท่านั้น ...” พี่นุ้ย (2553: สัมภาษณ์)

“ตอนนี้ก็ได้แต่หวังว่าเงินที่จะได้กลับคืนมาเร็วที่สุด ซึ่งเรื่องนี้ก็ทำให้เป็นอุทาหรณ์สอนใจอย่างหนึ่งนะว่า อย่าไว้ใจทางอย่าวางใจคนขายตุ๊กตาบลายธ์ทางอินเทอร์เน็ต เพราะนอกจากไม่ได้ตุ๊กตาราคาแพงแล้ว ยังเจ็บใจที่ถูกหลอกอีกด้วย และได้โปรดเถอะอย่าทำให้พวกเราเดือดร้อนไปมากกว่านี้เลย ...” พี่โต (2553: สัมภาษณ์)

“เห็นหน้าแล้วบอกได้คำเดียวว่า น่าเกลียดมากมาก แถมจิตใจยังน่าเกลียดยิ่งกว่าหน้าตาอีก โกงเงินคนอื่นไปเยอะ แต่ก็ยังโง่ ไม่รู้จักใช้ในทางที่ถูก จริงๆ ถ้ารู้จักกันเป็นการส่วนตัว จะแนะนำให้ไปทำหน้าใหม่ เอาแบบทูปหน้าเก่าทิ้งแล้วค่อยทำหน้าใหม่ สะใจ ปากดีมานาน ตอนนี้ไปรับประทานไปเลย คนชั่วๆ แบบนี้ ต้องเข้าไปอยู่ในกรงปล่อยออกมาปะปนกับคนอื่นเขาไม่ได้ ตั้งแต่เกิดมา เราไม่เคยสะใจเท่านี้มาก่อนเลยจริงๆ เราเป็นคนใจสูงสารนะ แต่เธอคนนี้ทำให้เราสงสาร ไม่ลงเลย เกือบลืมอย่างที่เรเคยบอกกับผู้เสียหายในหลายๆ คนว่า ถึงแม้ว่าเราจะไม่ได้เงินคืน แต่เรารู้สึกดีใจมากที่ได้เจอมิตรภาพที่ดีงามจากเพื่อนๆ อีกหลายๆ คน ที่หยิบยื่นให้กันและกัน ช่วยเหลือกันโดยที่เราไม่ได้รู้จักกันมาก่อน ช่วยกันเอาผิดกับคนเลวๆ ขอบคุณมาก ต่อจากนี้ ขอให้เราและเพื่อนๆ ร่วมชะตากรรม ได้รับความเป็นธรรมกันซักที เหนื่อยใจกันมานานมากพอแล้วจะได้เล่นน้องอย่างมีความสุขเสียที ...” peony (2553: สัมภาษณ์)

นอกเหนือจากนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกับกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์บางรายที่ไม่ได้ถูกโกง ถึงความรู้สึกเมื่อได้เห็นข่าวในครั้งนี้ ส่วนใหญ่จะให้ความสนใจและเป็นห่วง จะให้กำลังใจกันและกัน และไม่ยากให้คนที่โกงเข้ามาจกฉวยโอกาสกับสิ่งที่ทุกคนรักและให้ความสำคัญ และทำให้คนในวงการตุ๊กตาบลายธ์ถึงกับเอือมระอา และไม่ยากให้เข้ามาทำให้วงการตุ๊กตาบลายธ์ของตนเองเสื่อมเสีย

“เอาใจช่วยทุกๆ คนนะ ขอให้ได้เงินคืนกันทุกคน แต่ยังไม่อยากปล่อยให้หายเจิบเหมือนคดีแม่ค้าคนอื่นๆ เดี่ยวได้ใจกันหมดว่าไม่เกิดอะไรขึ้น อย่าให้แม่ค้าน้ำใหม่ๆ เข้ามาโกงคนรักตุ๊กตาบลายธ้อย่างเราๆ ได้อีก ช่วยๆ กันสอดส่องเป็นหูเป็นตามีอะไรก็แจ้งกันมาได้ จะเป็นกระบอกเสียงให้ ...” dukedik (2553: สัมภาษณ์)

“ดีใจแทนผู้เสียหายทุกๆ คนนะในที่สุดความจริงเป็นก็คือความจริง อยากให้กำลังใจทีมงานในการสืบ จับกุม ทุกๆ คนเลย ทำดีได้ดีทำชั่ว ได้ชั่ว สุดท้ายอยากจะทำงามๆ ชัก 3 รอบ สำหรับฝ่ายเร่ร่อนหนี้สินของเราทุกคน ...” Nadeear (2553: สัมภาษณ์)

“นี่หรือหน้าตาคนที่มาเขย่าวงการน้องบลายธ้อยของเราให้สั่นสะเทือนไปในทางแจ้งผู้หญิงคนนี้นะหรือที่ทำให้บางคนถึงกับเลิกเล่นน้องไปเลย อยากจะสาปแช่งเสียจริงๆ ...” Blythedee (2553: สัมภาษณ์)

“ก่อนอื่นเลยขอปรบมือให้กับทุกๆ คน ที่อดทนรอคอยเหนื่อยวิ่งเข้ากองปราบเป็นว่าเล่น แต่ในที่สุดวันนี้ก็มาถึง เป็นกำลังใจให้ทุกๆ คน ผู้ต่อสู้ไปอย่าท้อถอย รวมตัวรวมพลังเป็นปึกแผ่นอย่าได้หวั่นไหว ผู้ต่อสู้ไป ...” ann-jan (2553: สัมภาษณ์)

“ขอปรบมือให้ทุกๆ คนด้วย ไปเลยที่ยอมเสียเวลาจับคนผิดเข้าคุก โดยไม่คิดแล้วว่าฟาดเคราะห์ไปทำให้อีกหลายๆ คนที่กำลังจะตกเป็นเหยื่อ ไม่ต้องเสียเงินเสียทองไปมากกว่านี้ ยิ่งไงก็ขอเอาใจช่วยทุกคนให้ได้เงินคืนเร็วๆ ...” RabbitRose (2553: สัมภาษณ์)

จากการสอบสวนของตำรวจพบว่า การกระทำความผิดกล่าวเข้าข่ายความผิดฐานประกอบธุรกิจขายตรง โดยไม่ได้จดทะเบียนประกอบธุรกิจตลาดขายตรง ตามมาตรา 27 พ.ร.บ.ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และเข้าข่ายความผิดฐานฉ้อโกงประชาชน ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 343 เมื่อมีผู้เสียหายมาร้องทุกข์ ตั้งแต่ 10 รายขึ้นไป (จตุรงค์ ภูมิรินทร์, 2553) อย่างไรก็ตาม ลักษณะการหลอกลวงขายตุ๊กตาบลายธ้อยผ่านเว็บไซต์ทำนองนี้ได้กลายมาเป็นช่องทางทำมาหากินให้มิฉฉฉเข้ามามีโอกาสแบบผิดกฎหมายมากขึ้นทุกวัน โดยนำจุดอ่อนของแต่ละคนมาล่อตาล่อใจ อยู่ที่ใครจะรู้เท่าทันหรือไม่ ดังนั้นต้องระวังเพราะสังคมปัจจุบันยากที่จะไว้วางใจใครได้ง่ายๆ แต่ถึงอย่างนั้นยังมีกลุ่มผู้นิยมบางส่วนที่เดินหน้าเล่นต่อไปโดยใช้ความระมัดระวังและมีสติให้มากขึ้น

3. ช่วงตุ๊กตาบลายซ์เสื่อมความนิยมหรือค่อยๆ ตกต่ำลง

แต่เมื่อเริ่มเข้าปี พ.ศ. 2553 วงการตุ๊กตาบลายซ์กลับซบเซา ผลพวงมาจากคดีโกงตุ๊กตาบลายซ์เป็นหลัก ทำให้ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ที่ตกเป็นข่าวและอีกหลายคดีที่ไม่ได้เป็นข่าวส่วนใหญ่ถึงกับเลิกเล่นตุ๊กตาอย่างถาวร และผู้นิยมตุ๊กตาที่ไม่ได้ตกเป็นข่าวต่างก็รู้สึกถึงการเกิดปัญหาหรือความวุ่นวายในสังคมคนเล่นตุ๊กตาด้วยกันเอง ถึงขนาดระแวงไม่กล้าซื้อขาย ทั้งแบบ Pre-order หรือแม้กระทั่งซื้อพร้อมส่งก็ต้องตรวจเช็คผู้ขาย และแหล่งที่มาของตุ๊กตาบลายซ์ที่นำเข้ามา ถึงจะกล้าตัดสินใจซื้อ ทำให้วงการตุ๊กตาบลายซ์ได้รับความนิยมลดลงไป รวมถึงผู้ขายก็เริ่มมีจำนวนลดลงด้วยปัญหาต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจและเริ่มรู้สึกว่าธุรกิจนี้ผ่านจุดที่ทำกำไรสูงสุดไปแล้ว เมื่อตลาดไม่คึกคักเหมือนแต่ก่อนผู้เล่นบางกลุ่มที่เข้ามาจากกระแสนิยมจะรู้สึกถึงความไม่ตื่นเต้นและความอยากได้ออกมีของตุ๊กตาบลายซ์ ส่วนใหญ่จะนำตุ๊กตาออกขายและเปลี่ยนไปให้ความสนใจกับสิ่งอื่นต่อไป

และจากปัญหาการโกงที่เกิดขึ้นในวงการตุ๊กตาบลายซ์ ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้กลุ่มผู้นิยมส่วนหนึ่งเลิกเล่นตุ๊กตาบลายซ์แล้ว จากการศึกษาผู้วิจัยยังพบสาเหตุอื่นๆ ที่ทำให้กลุ่มผู้เล่นตุ๊กตาบลายซ์ลดลงไปเป็นจำนวนมากเช่นกัน ดังนี้

3.1 คุณภาพของตุ๊กตาบลายซ์ในกรณีที่ถูกตาไม่ผ่าน Quality Control ที่เกิดกับตุ๊กตาหุ่นแรกๆ เท่าที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและสอบถามกับผู้นิยมที่เล่นมาเป็นเวลานานผ่านมีอมาแล้วในหลายๆ รุ่นพบว่า ตุ๊กตาบลายซ์บางรุ่นมีปัญหาหลุดมาตรฐานหรือศัพท์ที่กลุ่มนิยมใช้เรียกกันคือ หลุด QC ที่มาจากผู้ผลิตตั้งแต่ผลิตจนนำออกสู่ผู้บริโภค อาทิ เย็บผมไม่ดีไม่เท่ากันไม่ได้ตามแบบ, เชือกคิงดามีปัญหาจะเกิดการติดขัดถ้าดึงไปเรื่อยๆ, มีรอยเปื้อนที่ตัวตุ๊กตาหรือเสื้อผ้า, สัดส่วนของร่างกายไม่เท่ากันเคลื่อนไหวได้ผิดปกติ, เมคอัพไม่ครบเว้าแหว่ง, อุปกรณ์ภายในกล่องไม่ครบ, กล่องชำรุด ฯลฯ การจัดการทางบริษัทผู้ผลิตคือ จะทำคำหนิที่ตัวกล่องตุ๊กตาชัดเจนเป็นการแบ่งเกรดคัดแยกเพื่อไปทำลาย ถึงแม้ว่าโรงงานจะได้รับการควบคุมอย่างดีจากประเทศญี่ปุ่นซึ่งมีมาตรฐานในระดับสากล แต่ตุ๊กตาบลายซ์ทั้งหมดนั้นถูกผลิตในประเทศจีน จึงยากต่อการควบคุมและการลักขโมยนำมาขายสู่ท้องตลาด ตุ๊กตาหลุด QC เหล่านี้ยังเกิดเบื้องต้นได้จาก

3.1.1 ราคาตุ้กตาบลายซ์จะถูกกว่าราคาที่ห้องตลาดมากจนหาเหตุผลไม่ได้

3.1.2 จะถูกป้ายสีที่กล่องสีให้เห็นชัดเจน แต่บางกล่องอาจไม่มีสีป้ายมาเลยแต่จะพบว่ากล่องอาจมีรอยบุบรอยย่นขึ้นมาแทน เพราะตุ้กตาบางล็อตทำค้ำหนิมาที่กล่องน้ำดาลสำหรับกระแทกแทน

3.1.3 สีตาของตุ้กตาต้านหน้ากล่องจะไม่ใช้สีเดียวกับรุ่นที่แพ็คมาอย่างถูกต้อง สามารถตรวจเช็คจากเว็บไซต์เกี่ยวกับตุ้กตาบลายซ์ที่เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศได้

“จริงๆ แล้วโรงงานส่วนใหญ่จะปล่อยของ Defect ออกมาอยู่ที่ 5-10% ซึ่งหลักๆ และไม่มีใครอยากให้เกิด Defect หรือเลยมีการตั้งแผนให้เป็น Zero Defect ...” พนักงานโรงงานสายการผลิตแห่งหนึ่ง (2553: สัมภาษณ์)

การผลิตโดยจำกัดจำนวนรุ่นละ 5000, 3000, 1000, หรือ 500 ตัว ตุ้กตาที่ผลิตต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน แต่กรณีการผลิตตุ้กตาบลายซ์นั้นไม่ใช้การผลิตแบบอัตโนมัติ (Automation) คือ มีทั้งการจิ้มผม ฟันแมคอัพ ตัดชุด ก็สามารถเกิดการหลุด QC ได้ง่าย และฐานการผลิตหลักอยู่ที่ประเทศจีน ด้วยเหตุผลในเรื่องต้นทุนการผลิตที่ต่ำ ทำให้เกิดการลักลอบนำสินค้าที่หลุด QC ออกมาจำหน่ายซึ่งมีการกระจายสินค้าพวกนี้ไปตามประเทศต่างๆ ด้วย ถ้าเป็นต่างประเทศ อย่างประเทศญี่ปุ่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ยุโรป หรือแม้แต่การซื้อในซ้อปที่เป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยอย่างถูกต้อง เวลาเจอของ defect แบบนี้ส่วนใหญ่ทางผู้ขายจะให้เคลมเปลี่ยนของใหม่ได้ กรณีที่พบสิ่งผิดปกติภายนอกและผู้ซื้อจะต้องยังไม่ได้ทำการเปิดกล่องแต่อย่างใด แต่สำหรับการซื้อตามเว็บไซต์ออนไลน์นั้นต้องใช้ประสบการณ์และความระมัดระวังของผู้บริโภคเอง เพราะส่วนใหญ่จะไม่รับผิดชอบหากตุ้กตาที่ทำการซื้อขายแล้วมีปัญหาหรือหลุด QC โดยจะอ้างว่าได้รับสินค้ามาอย่างไรก็ขายไปอย่างนั้นไม่สามารถรับผิดชอบต่อความเสียหายจากการผลิตของผู้ผลิตได้ เพราะตนเป็นเพียงพ่อค้าแม่ค้าที่หาสินค้ามาให้และตรวจสอบสินค้าได้คร่าวๆ จากการดูภายนอกเท่านั้น



ภาพที่ 60 ตัวอย่างกล่องตุ๊กตาบลายธ์ที่หลุด QC จากการถูกป้ายสีที่กล่องสี
ที่มา: Ladysquare.com (2008)

นี่เป็นเหตุผลหนึ่งที่เกิดจากคุณภาพของตุ๊กตาบลายธ์ที่ทำให้ผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ในประเทศไทยถึงกับระแวงจนอาจเลิกเล่น แต่ในช่วงหลังปี พ.ศ. 2552 ถึงปัจจุบัน พบว่าผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ต่างมีความเห็นสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันในเรื่องของการแสดงถึงความใส่ใจในรายละเอียดของผู้ผลิตที่ดูเหมือนจะลดลง รวมถึงความคุ้มค่ากับราคาของตุ๊กตาบลายธ์รุ่นใหม่ ๆ ที่ผลิตออกมาอย่างมากมาย เฉลี่ยสูงสุด 5 รุ่นต่อเดือน ความไม่มีลักษณะพิเศษเหมือนรุ่นแรกๆ เช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายทำจากผ้าธรรมชาติ, ของประดับตกแต่งที่ติดตัวมากับตุ๊กตานั้นมีลักษณะไม่โดดเด่นและน้อยชิ้น รวมถึงการใช้วัสดุที่ธรรมชาติต่างกับรุ่นแรกๆ จึงทำให้กลุ่มผู้นิยมในช่วงหลังๆ เวลาจะตัดสินใจซื้อตุ๊กตาแต่ละรุ่นต้องทำการบ้านให้มากขึ้นต้องคอยสอบถามผู้ที่เล่นมาก่อนหรือมีตุ๊กตารุ่นที่ตนเองกำลังสนใจถึงคุณภาพของตุ๊กตา คอยแชร์และให้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ หรือบางครั้งถึงกับมีคำพูดว่า “ต้องอาศัยการวัดดวง” กันเอาเองเพราะ ตุ๊กตาบลายธ์หลุด QC ในช่วงหลังๆ นี้ ทางผู้ผลิตก็ไม่สามารถเช็คหาความผิดได้เป็นเพียงการควบคุมคุณภาพที่ดูเหมือนขาดการใส่ใจในรายละเอียด ทั้งไอดี ความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่สามารถคิดค้นตุ๊กตาให้มีคาแรคเตอร์ใหม่ๆ แตกต่างจากรุ่นก่อนๆ ที่มีอยู่จึงทำให้ตุ๊กตาช่วงหลังๆ ออกมามีลักษณะคล้ายคลึงกันไปหมด ไม่โดดเด่นหรือลดสไตล์ที่เด่นชัดของแต่ละตัวลง และยังไม่รวมถึงคุณภาพของตุ๊กตาที่ด้อยลงกว่ารุ่นแรกๆ ปัญหาส่วนใหญ่ที่มักพบ เช่น ตุ๊กตาบลายธ์บางรุ่นพบว่าเอวอ่อน (คือ เมื่อจับข้อเท้าตุ๊กตาทั้งสองข้างพร้อมกันส่วนหัวของตุ๊กตาจะเอนตัวลงไปทางด้านหลังในลักษณะหงายหลัง เอาจะไม่แข็งแรงเท่ารุ่นแรกส่งผลให้ตุ๊กตาจะยืนเองโดยไม่ใช้สแตนด์ยึดเหนี่ยวได้ยาก) และลักษณะของการจิ้มผมที่บางเห็นถึงกะโหลก เป็นต้น เหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ไม่สามารถสังเกตเห็นได้เลยจากหน้า

กล่อง แต่ถ้าเปิดกล่องมาแล้วอาจพบว่า ผมร่วงมากๆ ขยับแขนขาไม่ค่อยได้ มีรอยเปื้อนที่หน้า และตามร่างกาย โดยปกติแล้วสินค้าลักษณะนี้บริษัทผู้ผลิตจะไม่ยอมให้มีการนำออกมาจำหน่ายภายนอก แต่อาจเป็นเพราะในช่วงปี พ.ศ. 2552 นี้กระแสตุ๊กตาบลาซาร์เริ่มแรงมากเพราะฐานการซื้อส่วนหนึ่งจะอยู่ที่ผู้นิยมตุ๊กตาบลาซาร์ในประเทศไทย จึงเร่งผลิตและความถี่ในการออกตุ๊กตาบลาซาร์ในแต่ละเดือนสูง จึงทำให้คุณภาพค่อยๆ ลดลง โดยเฉพาะตลาดในประเทศไทยที่ถือว่ามีความต้องการตุ๊กตาบลาซาร์อย่างสูง ไม่แพ้ประเทศที่เป็นผู้ผลิตเลยก็ว่าได้ เมื่อเป็นสิ่งหายากและราคาสูง ก็มีแรงจูงใจให้หาช่องทางนำออกมาขาย สินค้าเหล่านี้เป็นเรื่องปกติมากถ้ามีการผลิตจากเมืองจีน และจะไม่สามารถส่งเคลมสินค้าได้ จะทำได้ก็แต่ทำใจเพียงเท่านั้น



รุ่น Friendly Freckles 2552



รุ่น Prairie Posy 2553

ภาพที่ 61 รุ่น Friendly Freckles 2552 เปรียบเทียบกับรุ่น Prairie Posy 2553
ที่มา: Blythedoll.co.jp (2009)

3.2 กระแสตุ๊กตาบลาซาร์ที่เริ่มซบเซาไม่เป็นที่นิยมเหมือนช่วงที่ตุ๊กตาบลาซาร์กำลังเข้ามาเป็นที่รู้จักของคนไทย อาจได้ถึงจุดอิ่มตัวของความเป็นสิ่งที่บ่งบอกของความทันสมัยสำหรับกลุ่มผู้เล่านบางคนเข้ามาโดยตามกระแสหรือเข้ามาเพื่อร่วมสมัย กระแสความนิยมจึงสามารถคัดกรองและแบ่งกลุ่มคนจำนวนหนึ่งนี้อาจไม่ได้มีความชื่นชอบในตัวตุ๊กตาบลาซาร์อย่างแท้จริงออกไปได้เป็นอย่างดี และจากกระแสคนเล่นตุ๊กตาบลาซาร์ที่ซบเซาลงส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์ต่างๆ ดังนี้

3.2.1 ราคาตุ๊กตาบลาซซ์ค่อยๆ ปรับตัวลดลงเมื่อต้นปี พ.ศ. 2553 จากราคาที่ถูกปั่นให้ขึ้นสูงที่สุดในช่วงต้นปี พ.ศ. 2552 รวมใช้เวลาประมาณ 1 ปี และเมื่อเริ่มเข้าสู่ปี พ.ศ. 2554 ในปัจจุบันราคาตุ๊กตาบลาซซ์จากการที่ผู้วิจัยได้เฝ้าดูราคาในเว็บบอร์ด Blythethailand พบว่า ราคาซื้อขายในเว็บบอร์ดมีลักษณะถูกที่สุดเมื่อเทียบกับราคาในเว็บไซด์อื่นๆ และตามท้องตลาดทั่วไป จากตุ๊กตา รุ่น Limited Edition ที่มีราคาเหยียบหมื่นกว่าบาท ปัจจุบันราคาตกฮวบครึ่งต่อครึ่ง ทั้งนี้มองว่าอาจเป็นเพราะผลพวงจากกระแสของสื่อต่างๆ รวมถึงดารามีชื่อเสียงเลิกเล่นและไม่นำออกมาผ่านสื่อแล้ว และจากกลุ่มคนที่เข้ามาเล่นโดยใช้ความเป็นกระแสเพื่อให้ตนเองดูอินเทรนด์ร่วมสมัย เมื่อกลุ่มคนเหล่านี้เลิกเล่นตุ๊กตาบลาซซ์ จึงทำให้กลุ่มคนเล่นตุ๊กตาบลาซซ์แบบฉาบฉวยค่อยๆ หายไปจากวงการตุ๊กตาบลาซซ์ เมื่อไม่มีผู้ที่รองรับตุ๊กตาที่หมั่นออกมาตีตลาดอยู่เสมอๆ ส่งผลให้ตุ๊กตาในท้องตลาดและเว็บบอร์ดมีจำนวนมากกว่าความต้องการจึงขายออกได้ยากขึ้น ถึงแม้จะแข่งกันตัดราคากันของผู้ขายด้วยกันเองเพื่อลดจำนวนตุ๊กตาบลาซซ์ที่อยู่ในสต็อกของตนเองให้มากที่สุด เพราะต่างรู้ว่าถ้าไม่รีบขายออกโดยเร็วที่สุดยิ่งนานวันยิ่งจะทำให้ราคาของตุ๊กตาบลาซซ์ลดต่ำลงเรื่อยๆ หรือมองในอีกมุมหนึ่งว่าราคาตุ๊กตาบลาซซ์ที่ตกอยู่ทุกวันนี้ แท้จริงแล้วเป็นราคาที่เข้าใกล้ความเป็นจริงของผู้เล่นตุ๊กตาบลาซซ์ในช่วงบุกเบิก (ประมาณ พ.ศ. 2550) มากที่สุด คือเป็นเพียงคนเล่นกลุ่มเล็กๆ ค่อยๆ เล่นและราคาไม่ได้แรงหรือถูกปั่นให้ขึ้นสูงเหมือนช่วงฟิวท์ที่ผ่านมา โดยกลุ่มส่วนใหญ่ที่ยังคงพร้อมใจเล่นตุ๊กตากันอยู่มองว่า การที่ราคาตกก็ถือเป็นเรื่องดีเพราะทำให้ตนเองสามารถสะสมตุ๊กตาได้ง่ายขึ้น และไม่ว่าราคาจะตกหรือสังคมคนเล่นตุ๊กตาจะดูเจียมเหงามาและพบการขายทั้งอยู่เรื่อยๆ ต่างเชื่อว่าถ้าผ่านช่วงที่ราคาตกนี้ไปจะทำให้เห็นผู้ที่เล่นตุ๊กตาบลาซซ์ด้วยใจรักจริงๆ กระแสทางสังคมจะช่วยคัดกรองคนที่เล่นตามกระแสออกไปได้บ้าง

Glory

Neo Blythe SBL

[Superior]

8888

ออฟไลน์

คะแนน: 237

My blythe

ใครเล่นน้องเก็น 1 ปีแล้ว.....แล้วจะเลิกเล่นไหมคะ

เมื่อ: กันยายน 28, 2009, 15:28:45 pm

มาไขว่ตัวกันหน่อยจ้ะ เพราะเห็นว่าช่วงนี้มีคนเลิกเล่นเยอะ ก็เลยอยากรู้ว่าใครเป็นแฟนพันธ์แท้บ้าง

ตัวเราเล่นมาปีกว่าแล้ว และคงเล่นต่อไป มันเป็นความผูกพันนะ <3

แจ้งเตือนกระตุ๋นหรือติดต่อผู้ดูแล

xxc.xc.154,226

doggy

Vintage Blythe

8888

ออฟไลน์

Re: ใครเล่นน้องเก็น 1 ปีแล้ว.....แล้วจะเลิกเล่นไหมคะ

ตอบ #32 เมื่อ: กันยายน 30, 2009, 09:48:48 am

เล่นน้องมา 1 ปีนิดๆ แล้วคะ ตอนนี้อย่างมีความสุขกับการเล่นน้อง แม้เวลาส่วนตัวจะน้อยนิดแต่ถ้าว่างเมื่อไหร่ก็จะให้เวลากับน้องๆ เท่าที่จะทำได้ ... เข้าใจมีانهลูกๆ <3

เรื่องเลิกเล่น....เลิกพูดได้เลยคะ ถ้าเราทำอะไรแล้วมีความสุขก็คงไม่มีวันเลิกทำหรอกคะ <3

แจ้งเตือนกระตุ๋นหรือติดต่อผู้ดูแล

xxc.xc.154,226

pum-aeek

SunShine My Blythe

Senior Moderator

moderator

ออฟไลน์

Re: ใครเล่นน้องเก็น 1 ปีแล้ว.....แล้วจะเลิกเล่นไหมคะ

ตอบ #48 เมื่อ: ตุลาคม 01, 2009, 10:01:24 am

เล่นเก็น 1 ปีแล้วหละคะ...และก็คิดว่าคงไม่เลิกง่ายๆด้วยซี เพราะเมมเบอร์บี เจ็ดดีแบร์ ก็ยังไม่ได้เลิกเล่นเลย เห็นเมื่อไหร่ก็ซื้อคะ แต่ก็เลือกเฉพาะที่ชอบจริงๆ นะคะ ไม่ได้ซื้อไปหมดซะทุกตัว <3 มีไหวไม่มีที่เก็บ จะเล่นหรือทำอะไรก็แล้วแต่ ...ก็อยากใหริคและซันชอบในสิ่งที่เป็นตัวของตัวเอง ไม่ใช่ตามคนอื่น ..แบบฉันเค้าไม่เรียกว่าชอบคะ เรียกว่าอยากมีตามคนอื่น ชอบในลักษณะนี้ไม่นานก็เลิกเล่น เพราะไม่ได้รักจริงๆ แหมยังเลียดขายของอีกด้วย คิดให้ดีกว่าตัดสินใจซื้อมาเล่นก็แล้วกันคะ.... <3

แจ้งเตือนกระตุ๋นหรือติดต่อผู้ดูแล

xxc.xc.87,201

littleamfie

Neo Blythe EBL

[Excellent]

8888

ออฟไลน์

Re: ใครเล่นน้องเก็น 1 ปีแล้ว.....แล้วจะเลิกเล่นไหมคะ

ตอบ #57 เมื่อ: ตุลาคม 03, 2009, 12:55:25 pm

หลงรักน้องบลายธมา 5-6ปี แต่เพิ่งมีน้องตัวแรก เมื่อเมษาปีที่แล้ว นับแล้วปีครึ่งพอดี เวลาแค่ปีครึ่งแต่รู้สึกผูกพันกันยิ่งกว่าสิบปีเลยแฮะ <3

ถึงจะมีน้องบลายธแค่ 10 ตัว แต่ว่าแต่ละตัวที่ซื้อเป็นสิ่งที่เราชอบจริงๆ ไม่เคยซื้อมาขายไป ซื้อแล้วก็อยู่ๆเราเลยน้องอื่นๆที่รักนะ แต่รักน้อยกว่าน้องบลายธ ยังไงน้องบลายธก็เป็นพี่น้องสำหรับเรา

และยังไม่เลิกเล่นแน่นอน ดีซะอีกที่เรื่องน้องเจียบบๆ ราคามันจะไม่ได้แพง คนเล่นน้องจะได้สบายกระเป๋าขึ้น แล้วก็น้องในวัยสิบสี่ที่เราเป็นน้องรุ่นเก่าๆทั้งนั้นเลย อย่าง โกลดี้, สตาร์แดนเซอร์, อีซี่โกลด์, คอตตีคอต อะไรที่มีความรู้สึกว่ามันน่ารัก ออกมาไม่คอยโดนใจเลยคะ หรือถึงโดนใจก็โดนป็นราคาจะจนซื้อไม่ลง ไปดูรุ่นสวยๆ ที่ออกมาหลายปีแล้วดีกว่า ราคาคงกันแต่ได้ความเก๋ เจ๋งกว่าตั้งเยอะ <3

ยืนยันว่าไม่เลิกเล่นแน่นอน <3

แจ้งเตือนกระตุ๋นหรือติดต่อผู้ดูแล

xxc.xc.87,201

littleamfie

Neo Blythe EBL

[Excellent]

8888

ออฟไลน์

Re: ใครเล่นน้องเก็น 1 ปีแล้ว.....แล้วจะเลิกเล่นไหมคะ

ตอบ #57 เมื่อ: ตุลาคม 03, 2009, 12:55:25 pm

เล่นมาได้ปี กว่า ๆ แล้วหละคร้าบ . จะครบรอบเร็ว ๆ นี้แล้ว เพราะน้องนางแรกเกิดเดือนนี้คร้าบ

รุ่นแรกที่ครอบครอง คือ เวิร์นิก้า ซึ่งตอนแรกก็พี่เป็นคนที่ไม่ชอบหมยยาว ดูแล้วกรงรัง หวังยาก แต่พอได้มาจิง ๆ รู้สึกว่าน้องน่ารักที่สุดเลย (ราคามันก็เริ่มแรงทะเล)

อ่อนแอสุด ๆ ครับ ตัวแรกจนแหม่มยอมซื้อให้ ดูทั้งเว็บบลายธของไทยแล้วก็ของเมืองนอก ให้พี่สาว (ญาติห่าง) ช่วยหาจนในที่สุดก็สำเร็จ ! ดีดี <3

ช่วงนี้เรียนเยอะ หนัก เลยไม่ค่อยได้เอามาเล่นเลย กสัวน้อยใจ แต่ก็พยายามเอามาแต่งตัวแล้วให้หิวไห้สวย ๆ อยู่เสมอ จะได้ไม่ดูไม่น่ารัก

อยากจะทำบลายธน้องนางนี้เอง แต่ตอนนี้ติดที่ตัวชื่อ dal มาแต่ทว่า .. กลายเป็นไม่ได้เล่นไปซะแล้ว ตอนนี้อยู่ตัวแล้วละ ไม่เหมือนบลายธเลย

ยังใจที่ไม่เลิกเล่นครับ .. เพราะน้องรุ่น ๆ ใหม่ ออกมาน่ารักเสมอเลย

ยังคงความน่ารักแบบนี้ไปตลอด ถึงจะแพงเราไม่ได้ซื้อก็ยังชื่นชมต่อไปครับ

แจ้งเตือนกระตุ๋นหรือติดต่อผู้ดูแล

xxc.xc.87,201

ภาพที่ 62 กระตุ๋นแสดงความคิดเห็นถึงการจะไม่เลิกเล่นตุ๊กตาบลายธเมื่อกลุ่มชมเขา
ที่มา: Blythethailand.com (2009)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3.2.2 งานตุ๊กตาบลาซในเชิงสาธารณะหรือเชิงธุรกิจเริ่มมีการจัดงานน้อยลง เมื่อเทียบกับการจัดงานในช่วงแรกๆ ที่ตุ๊กตาบลาซเริ่มเป็นที่รู้จักประเทศไทยปี พ.ศ. 2550-2551 ที่ผ่าน มา ปัจจุบันเมื่อกระแสตุ๊กตาบลาซเริ่มซบเซาลงไป จากการสังเกตพบว่า งานตุ๊กตาบลาซที่จัดโดย บริษัทห้างร้านหรือองค์กรธุรกิจต่างๆ จะเหลือผู้จัดงานหลักๆ ไม่กี่รายและเป็นการจัดงานใน รูปแบบงานประจำปี เช่น การจัดงานตุ๊กตานานาชาติตามห้างสรรพสินค้าในย่านกรุงเทพมหานคร 2-3 ที่และจัดเพียงปีละ 1 ครั้งเท่านั้น เป็นต้น โดยปัจจุบันลักษณะภายในงานยังมีตุ๊กตาบลาซเป็น ส่วนหนึ่งในกิจกรรมของงาน เพียงแต่จะถูกลดความสำคัญลงไม่ได้ถูกจัดให้เป็นจุดเด่นเหมือน ในช่วงที่ผ่านมา กลับกลายเป็นตุ๊กตาสายพันธุ์อื่นๆ เข้ามามีบทบาทมากขึ้น อาจเป็นการเล็งเห็นของ ผู้จัดงานในลักษณะเช่นนี้ที่จะพยายามดึงความสนใจจากความเป็นกระแสของสิ่งที่ขายได้มาดำเนิน ธุรกิจของตนเองเมื่อตุ๊กตาบลาซได้หมดหน้าตักลง อีกทั้งการใช้ตุ๊กตาบลาซเป็นตัวแทนของ ของบริษัทต่างๆ หรือเป็นของรางวัลให้เข้าร่วมสนุกก็มีให้เห็นเพียงไม่กี่ราย

3.2.3 จำนวนผู้เล่นตุ๊กตาบลาซลดลง แต่ก็ยังมีกลุ่มที่เหนียวแน่นในความชอบ และยกย่องให้เป็นยิ่งกว่าตุ๊กตาอยู่ โดยเท่าที่สังเกตผ่านเว็บไซต์ Blythethailand.com จะเป็นกลุ่ม คนที่เล่นมานานมากกว่า 1 ปีขึ้นไป อยู่ในช่วงวัยทำงานเป็นหลักซึ่งมีการเล่นในลักษณะที่จริงจังมี การแสดงออกอย่างเต็มที่ทั้งการนิยมนพกพาตุ๊กตาบลาซติดตัวเดินทางไปในที่ต่างๆ รวมถึงมี ความสัมพันธ์กับสมาชิกในกลุ่มที่สามารถพูดคุยได้อย่างเป็นธรรมชาติมากกว่าการเป็นสมาชิก ธรรมดาที่เข้ามาเพื่ออัปเดตสิ่งใหม่ๆ แล้วก็แยกย้ายไป โดยสังเกตได้จากความเคลื่อนไหวในการ หมั่นทำกิจกรรมผ่านเว็บไซต์และงานมีทั้งแบบส่วนตัวที่รวมตัวกันอยู่เสมอๆ เพื่อเป็นส่วนหนึ่ง ในการดำรงไว้ซึ่งกลุ่มของผู้ที่ชื่นชอบตุ๊กตาบลาซ

3.2.4 จำนวนร้านขายตุ๊กตาบลาซที่มีหน้าร้านลดน้อยลง ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจ ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีย่านงามวงศ์วาน จำนวนร้านขายตุ๊กตาบลาซปิดตัวลงหลายร้านและบาง ร้านที่เหลืออยู่ก็ได้เปลี่ยนแปลงสินค้าภายในร้านของตนเองจากขายตุ๊กตาบลาซเป็นหลักเป็นสินค้า ประเภทอื่นเลยก็มี รวมถึงร้านค้าออนไลน์ที่ได้จดทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมายหลายร้านก็ได้ ขายกิจการให้ผู้สนใจเข้ามาดำเนินการจัดการต่อ แต่ที่เห็นถึงจำนวนที่ลดลงของผู้ขายมากที่สุดคือ ผู้ขายตุ๊กตาบลาซที่เช่าบอร์ดเป็นรายเดือนไว้เพื่อขายโดยตรงและผู้ขายตุ๊กตาบลาซสมัครเล่น Blythethailand Market ที่ลดน้อยลงแบบเกินครึ่ง และส่วนใหญ่ต้องขายในราคาทุนหรือแม้แต่ขาย ขาดทุนก็ต้องยอมเพื่อวางมือในธุรกิจตุ๊กตาบลาซอย่างถาวร

“ไม่สามารถอยู่ได้เพราะค่าเช่าที่แพง ประกอบกับตุ๊กตาบลายซ์ช่วงนี้ขายออกยากขนาดราคาตกลงขนาดนี้ยังขายยากเลย ไม่กล้าสต็อกของมาเก็บไว้ถึงราคาแล้วละกลัวเข้าเนื้อ แต่ตอนนี้ที่ร้านก็ยังพอมีขายอยู่บ้าง 2-3 ตัว และพวกเสื้อผ้านิดๆ หน่อยๆ ก็ยังพอมีลูกค้าประจำที่ซื้อชุดบ้าง ส่วนตัวที่หันไปเดินหาของสะสมเก่าๆ แทนดีกว่า ...” เจ้าของร้านตุ๊กตาบลายซ์ย่านงามวงศ์วาน (2553: สัมภาษณ์)

“ตอนนี้ต้องยอมขายขาดทุนชะส่วนใหญ่เพื่อให้โละของออกไปได้บ้าง ไม่งั้นเงินจะจมช่วงนี้บลายซ์อยู่ในช่วงขาลง ถ้าไม่ถูกจริงๆ คนก็ไม่ซื้อ แม้คำก็อยู่ไม่ได้ไม่รู้จะไปหาของมาจากแหล่งไหน ถ้าไรต่อตัวแทบไม่ต้องคิดเลยเข้าเนื้อตลอด ต้องรีบขายให้หมดแล้วก็จะปิดกระหู่ขายแล้วละ ขอเป็นผู้เล่นอย่างเดียวกว่า ...” ผู้ขายตุ๊กตาบลายซ์ในห้าง Blythethailand Market (2553: สัมภาษณ์)

mosquito
Doll Shop

online

verified: ✓
กระจุ๋: 131

SALE ปิดกระจุ๋ Bohemian2900 * 2 เหลือแค่นี้แล้วคะ
« เมื่อ: พฤษภาคม 16, 2010, 15:16:13 pm »

๐(๑_๑)๐♥...!!i. Blythe by MoSquiTo.!!i...♥๐(๑_๑)๐

SALE SALE SALE น้องทุกรุ่นต่ำกว่าราคาทุน เนื่องจากทางร้านจะปิดบอร์ดการขายภายในสิ้นเดือนพฤศจิกายน
ราคาที่ตั้งเป็นราคาพิเศษ ทำให้ทางร้านตั้งขึ้นมาเพื่อเคลียร์ของที่มีอยู่และคะ ลีนค่าทุกชิ้นพร้อมส่ง และ มีอยู่จริง
ผ่าน QC และ มีกล่องเฝ้าตาลทุกรุ่นคะ ตัวไหนมีปัญหาแม่ค้าไม่นำมาขาย ให้เสียชื่อเสียงแน่นอนคะ

ขอบคุณมิตรภาพที่ดีจาก BT ค่ะ (เลิกขายน้องแต่ยังไม่เลิกเลี้ยงน้องนะคะ) ☺♥

กติกาในการจอง

- ราคาน้องทุกรุ่นราคาพิเศษแล้วคะ งดต่อรองทุกรุ่นที่ งดรายการส่งเสริมการขาย
- ให้สิทธิ์ก่อนพร้อมโอนก่อนจ้ราา จองสินค้าได้ 2 ชิ้นเท่านั้น
- ไม่รับผ่อนคะ ส่วนใครที่ผ่อนอยู่แล้ว ผ่อนได้จนครบกำหนดคะ
- นัดรับสินค้าได้ทุกวัน ที่ ตึกมโนรม ช้างโหลตัสพระราม 4 เวลา 8.30-16.30 / เซนทรัลบางนา เวลา 17.30-19.30
วันพฤหัสบดี ที่รถไฟฟ้าอ่อนนุช เวลา 17.30-19.00 / วันศุกร์ที่เซ็นทรัลลาดพร้าว เวลา 18.00-19.30
- ส่งทาง ems 100 บาทต่อกล่อง , A 9 200 บาท
- ติดต่อจองสินค้าโดยตรง โทร. [redacted] แม่ค้าเปิดเรียนแล้ว ถ้าโทรมาแล้วไม่ได้รับในช่วง
เวลา 9.00-16.30 รบกวนฝากเป็น sms นะคะ แม่ค้าจะตอบกลับทันทีที่ได้รับ งดจองทาง pm / กระจุ๋



Thanks: ผอกรูป

ภาพที่ 63 กระจุ๋ประกาศเลิกกิจการ ในฐานะ Doll Shop ที่เปิดบอร์ดขายเพียง 4 เดือน
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

3.2.5 ลักษณะการซื้อ-ขายแบบ Pre-order หรือจ่ายเงินจองล่วงหน้าเพื่อรอรับ
สินค้าตามเงื่อนไข จากการเฝ้าสังเกตในเว็บบอร์ด Blythethailand พบว่าแม่ค้าหลายรายที่เคย
เปิดรับฟรีๆ ค่อยๆ ลดลงจนปัจจุบันแทบไม่เหลือ ส่วนที่ยังพอมียู่เป็นเพียงรับจัดหาตุ๊กตาบลายธ์
รุ่นเก่าๆ ที่ไม่สามารถหาได้ง่ายๆ จึงรับอาสาจัดหาให้ แต่การฟรีๆ ในลักษณะสั่งจองตุ๊กตาในรุ่น
ใหม่ๆ ที่กำลังจะออกใน 1-2 เดือนข้างหน้าในขณะนี้ปรากฏให้เห็นน้อยมาก เมื่อเทียบกับช่วงที่
ตุ๊กตาบลายธ์ฟิคที่สุดการฟรีๆ นั้นเรียกได้ว่าผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ส่วนใหญ่ต้องเคยผ่านการฟรีๆ หรือ
สนใจรูปแบบการซื้อขายในลักษณะนี้มาแล้วทั้งนั้น เหล่านี้เป็นผลพวงจากข่าวการ โกงตุ๊กตาบลายธ์

เมื่อต้นปี พ.ศ. 2553 ส่วนหนึ่งทำให้ภาพลักษณ์ของผู้ขายตุ๊กตาบลายซ์แบบฟรีๆ ล้มทั้งระบบ มีพฤติกรรมส่อไปในทางทุจริตไม่โปร่งใสเป็นจำนวนครั้งต่อครั้ง จนทำให้ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์เกิดความไม่ไว้วางใจและเหมารวมถึงพฤติกรรมการโกงกับผู้ขายที่รับฟรีอย่างสุจริต ผู้ขายจึงไม่สามารถเปิดฟรีๆ ได้เพราะไม่มีออเดอร์รองรับอีกแล้ว ผู้ขายบางรายถึงกับถอดใจและเปลี่ยนมาซื้อขายในลักษณะ “พร้อมส่ง” เพื่อเรียกความมั่นใจของลูกค้ากลับคืนมา

3.2.6 การซื้อขายตุ๊กตาบลายซ์ในลักษณะ “เงินผ่อน” เป็นช่องทางหนึ่งที่ผู้ขายนำมาใช้เพื่อเสนอทางเลือกให้แก่ลูกค้าในภาวะที่วงการตุ๊กตาบลายซ์ซบเซาเช่นนี้ จากการสังเกตผ่านเว็บบอร์ดมีลักษณะการซื้อขายแบบผ่อนโดยราคาเงินผ่อนและเงินสดนั้นไม่ต่างกันมาก โดยระยะเวลาผ่อนมีตั้งแต่ 3-10 เดือน ถ้าตกลงผ่อนจะต้องวางเงินมัดจำสำหรับครั้งแรก 300-1,000 บาท และจะรับตุ๊กตาได้เมื่อผ่อนชำระครบแล้วเท่านั้น ซึ่งถือว่าแตกต่างจากการผ่อนสินค้าทั่วไปที่เมื่อเริ่มตกลงผ่อนก็จะได้รับสินค้านั้นๆ ได้เลย แต่ตุ๊กตาบลายซ์การผ่อนนั้นเงื่อนไขเป็นลักษณะของ “สัญญาใจ” ลูกค้าผ่อนแล้วหายผู้ขายก็ยึดเงินมัดจำ ในทางกลับกันผู้ขายหัวหมอก็จะให้ลูกค้าผ่อนตามเงื่อนไข แต่เมื่อถึงเวลาครบชำระงวดสุดท้ายกลับนำตุ๊กตาไปขายก่อนแล้วและหาตุ๊กตามาไม่ทันส่งก็มีมากมาย

และถึงแม้ว่าช่วงหลังๆ จะมีคนเลิกเล่นตุ๊กตาบลายซ์และขายทิ้งอยู่เรื่อยๆ แต่ก็ยังมีกลุ่มผู้ที่มีความรัก และความผูกพันให้กับตุ๊กตาของตนเองอย่างแท้จริง อาจมีการขายบ้างเพื่อนำไปซื้อรุ่นใหม่หมุนเวียนเล่นอยู่อย่างนี้ แต่จะไม่เลิกเล่นอย่างถาวร จะเห็นได้ว่าคนเล่นตุ๊กตาบลายซ์แบ่งเป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ เล่นเพราะรักจริงๆ กับเล่นเพราะตามกระแส ประเภทที่สองถ้าเวลาผ่านไปก็อาจจะห่างหายไปและเลิกเล่นในที่สุด เหลือแล้วระยะเวลาที่เข้ามาเล่นตุ๊กตาบลายซ์น้อยสุดอยู่ที่ประมาณ 1 ปี จากวันที่สมัครสมาชิกเว็บไซต์ถึงวันที่ลงกระทู้ประกาศขายตุ๊กตา

จากการสังเกตจะเห็นว่าเมื่อเวลาที่ไม่ต้องการตุ๊กตาบลายซ์หรือเลิกสนใจตุ๊กตาแล้ว เท่าที่พบคือ

1. การประกาศขายตุ๊กตาบลายซ์ทั้งหมดรวมถึงเสื้อผ้าข้าวของเครื่องใช้ของตุ๊กตาก็โฆษณาทั้งหมดโดยจะใช้คำพูดสำหรับลงประกาศตุ๊กตาในลักษณะห้วนๆ ไม่สนใจสิ่งรอบข้าง เช่น โละทิ้งปล่อย เป็นต้น เหล่านี้อาจมองได้ว่าอาจเป็นกลุ่มคนที่ไม่ได้มีความต้องการหรือรักในตุ๊กตาบลายซ์

อย่างแท้จริง และก็หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะถูกกลุ่มผู้นิยมที่มีความชื่นชอบตุ๊กตาบลายซ์จริงๆ มองว่าตนนั้นเล่นตุ๊กตาเพียงแค่ตามกระแส



ภาพที่ 64 กระเป๋าประกาศขายกระเป๋าใส่ตุ๊กตาบลายซ์เนื่องจากเลิกเล่น
ที่มา: Blythethailand.com (2010)



ภาพที่ 65 กระเป๋าประกาศขายตุ๊กตาพร้อมเสื้อผ้าตุ๊กตาที่มีทั้งหมด เนื่องจากเลิกเล่นอย่างถาวร
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

2. การประกาศขายตุ๊กตาบ้างเป็นบางครั้งเพื่อนำเงินไปซื้อตัวใหม่เล่นหมุนเวียนกันไป
3. การประกาศขายโดยยังมีความอาลัยอาวรณ์หรือแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจหรือสงสารตุ๊กตาบลาซซ์ของตนเอง ดูได้จากคำพูดที่ใช้ลงเพื่อขาย เช่น สงสารน้อง ตัดใจขายน้อง เป็นต้น



ภาพที่ 66 การประกาศขายตุ๊กตาและหาคนที่สามารถดูแลรักษาตุ๊กตาได้เป็นอย่างดี
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

และจากการสังเกตลักษณะของคนรักตุ๊กตาที่คิดจะซื้อตุ๊กตาต่อจากผู้ที่ขายตุ๊กตาทิ้งเพราะเลิกเล่นแบบถาวร บางกลุ่มจะรู้สึกสงสารตุ๊กตาและบางครั้งมีความพยายามที่ไม่อยากให้ผู้ขายทิ้ง อยากให้หันกลับมาเล่นใหม่ เท่าที่สังเกตเห็นมีการปลุกฝังด้วยคำพูดมากมาย เช่น รักน้องเบาๆ รักให้นานๆ รักน้องจริงอย่าทิ้งน้องนะ เป็นต้น แต่บางกลุ่มก็ถือว่าเป็นสิทธิของเจ้าของที่จะขายตุ๊กตาที่ตนไม่ต้องการและสามารถทำการซื้อขายได้เหมือนกับสิ่งของอื่นๆ ซึ่งมีแนวโน้มว่าคนกลุ่มแรกจะเป็นกำลังสำคัญในการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมย่อยนี้ต่อไป

เมื่อมีคนพร้อมที่จะเล่นตุ๊กตาหลายชิ้นและทำกิจกรรมร่วมกันมากขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2552 ที่วงการตุ๊กตาหลายชิ้นเข้าสู่การนิยม ทั้งผู้เล่น ผู้ขาย รวมถึงการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนก็มิให้เห็นอยู่ตลอดเวลา ในช่วงนี้เองก็เป็นช่องทางให้พวกจวอยโอกาสแทรกซึมเข้ามาได้ง่ายไปด้วย ทั้งการจวอยโอกาสแบบไม่ผิดกฎหมายและการจวอยโอกาสแบบผิดกฎหมาย ลักษณะการจวอยโอกาสแบบไม่ผิดกฎหมาย เช่น จวอยโอกาสเข้ามาจัดงานโดยนำตุ๊กตาหลายชิ้นมาเป็นกระแสในการจัดงานเพื่อนำไปสู่การขายของ หรือประชาสัมพันธ์ของธุรกิจตนเอง เช่น ห้างสรรพสินค้าต่างๆ และลักษณะการจวอยโอกาสแบบผิดกฎหมาย เช่น การใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่ผิดเปิดร้านตุ๊กตาหลายชิ้นออนไลน์เพื่อหาช่องทางแสวงผลประโยชน์ให้แก่ตนเองโดยโก่งการซื้อ-ขายตุ๊กตาหลายชิ้น

และแบบสุดท้ายคือ ไม่เชิงเรียกว่าฉวยโอกาสแต่เป็นการเข้ามาเพื่อร่วมสมัยกับตุ๊กตาลายรั้วลักษณะ เหมือนกับเข้ามาเล่นตุ๊กตาในช่วงเวลาหนึ่งๆ เมื่อถึงจุดๆ หนึ่งก็พร้อมจะหายไป

ในส่วนของการจัดการผู้ที่เข้ามาฉวยโอกาสแบบผิดกฎหมายแสดงให้เห็นถึงการร่วมมือทั้ง จากผู้เสียหายทางตรงและผู้เสียหายทางอ้อม กล่าวคือผู้ที่ถูกโกงก็มีการรวมตัวแจ้งความดำเนินคดี กับผู้ถือโกงรายใหญ่จนถูกสอบสวนดำเนินคดีได้สำเร็จ เพื่อให้เป็นเยี่ยงอย่างกับมิจฉาชีพที่คิดจะ เข้ามาหาผลประโยชน์ ส่วนผู้ร่วมวงการตุ๊กตาลายรั้วที่ไม่ถูกโกงต่างก็แสดงความยินดีที่จัดการกับ คนผิดได้ เพราะมีความคิดว่าถึงไม่ได้ทำกับตนแต่ก็ทำกับสังคมตุ๊กตาลายรั้วของตน ถือว่ามีงานชีพ พวกนี้เข้ามาทำให้เสื่อมเสียและบ่อนทำลายวงการตุ๊กตาลายรั้ว อีกทั้งยังคอยช่วยสอดส่องผู้มี พฤติกรรมเข้าข่ายจะถือโกง โดยคอยตักเตือนผู้รู้ไม่เท่าทันและพยายามสร้างสังคมตุ๊กตาลายรั้วหรือ พื้นที่ของตนและพรรคพวกให้ดำรงอยู่ต่อไป

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สะท้อนให้เห็นถึงทิศทาง การดำรงอยู่ในอนาคตของกลุ่มว่า กลุ่ม ส่วนใหญ่มีความรู้สึกถึงความเป็นวัฒนธรรมย่อยของกลุ่ม ต่างมองถึงจำนวนผู้เล่นว่าคนที่ยังคงเล่น ก็คงจะมีอยู่ต่อไป แต่อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องการครอบครองการสะสม หรือการแสดงออก ที่ต่างออกไป รวมถึงอายุของผู้ที่เล่น เริ่มเปลี่ยนไป สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. คนที่เหลืออยู่ที่มีจิตวิญญาณรักและชื่นชอบกับตุ๊กตาลายรั้วอย่างแท้จริงที่จะยังคงไว้ ซึ่งอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มต่อไป ความสัมพันธ์ของกลุ่มจะมีลักษณะเหนียวแน่นและรู้จัก กันทั่วถึงขึ้นเพราะวงการตุ๊กตาลายรั้วจะแคบลงกว่าเดิม จึงส่งผลให้กลุ่มคนต่างรู้จักคุ้นเคยกันมาก ยิ่งขึ้น

2. ตุ๊กตาลายรั้วในท้องตลาดอาจมีรุ่นให้เลือกน้อยลง เพราะคนเล่นน้อยลง ผู้ขายน้อยลง จึงไม่มีใครนำเข้า ดังนั้นผู้นิยมตุ๊กตาลายรั้วต้องนำเข้าตุ๊กตาเอง อาจจะหิ้วเข้ามาเพื่อเล่นเอง สั่งจาก เว็บไซต์ต่างประเทศ หรือร้านค้าที่มีหน้าร้านชัดเจนและมีความน่าเชื่อถืออย่างร้านที่เป็นตัวแทน จำหน่ายตุ๊กตาลายรั้วอย่างเป็นทางการจะเป็นทางเลือกหนึ่งของกลุ่มผู้นิยมที่เหลืออยู่ในขณะนี้ก็ เป็นได้ แต่ก็ขึ้นอยู่กับบริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์ทางญี่ปุ่นว่ามองตุ๊กตาลายรั้วยังขายได้หรือไม่ เพราะ หากยังมีการผลิตรุ่นใหม่ๆ และใส่ใจในคุณภาพของตุ๊กตาอยู่เชื่อว่าวงการตุ๊กตาลายรั้วจะสามารถ อยู่ได้อีกหลายปี

3. ลักษณะการซื้ออาจจะไม่นิยมซื้อเพิ่มเข้ามาเก็บสะสม อาจเป็นเลือกตัวที่ดูใจเพื่อเป็นการลดจำนวนตุ๊กตาในบ้านไปในตัว เพราะปัจจุบันนี้ กลุ่มส่วนใหญ่ก็นำตุ๊กตาทุกตัวที่มีอยู่มาเล่นให้ทั่วถึงทำกิจกรรมก็สนุกเพียงพออยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องมีจำนวนมากขึ้น

ส่วนสิ่งที่กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์คาดหวังให้คงอยู่ในสังคมนี้ต่อไปคือ การมีส่วนร่วมของคนในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รวมถึงพร้อมต้อนรับสมาชิกใหม่ที่จะเข้ามาในกลุ่มด้วยความเป็นมิตรภาพที่ดีต่อกัน

“ก็อยากจะให้ทุกคนเล่นน้องต่อไปเรื่อยๆ แค่นั้นเอง แต่คงยากเพราะเห็นคนเริ่มทยอยขายน้องหันมาเล่น BJD กันหมดแล้ว ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

“คนที่คอยช่วยเหลือ แนะนำคนอื่น ในสิ่งที่เจอมาทั้งเรื่องดีและไม่ดี อยากให้เหมือนเป็นครอบครัวเดียวกันต่อไป ...” noonoot (2553: สัมภาษณ์)

“เจตนาธรรมที่ดีที่มีต่อตุ๊กตาให้สืบต่อไปด้วยการเผยแพร่ข้อมูลให้กับคนที่อยากรู้ คนที่สนใจให้เขามองข้อดีของตุ๊กตามากกว่ามองว่าไร้สาระ ให้เขาคิดบวกมากกว่าคิดลบ ...” Farhizoe (2553: สัมภาษณ์)

“การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน มาพูดคุยกัน แชร์ประสบการณ์กัน ...” midblythe (2553: สัมภาษณ์)

“งานมิตติ้ง พบปะสังสรรค์จัดไปอย่าให้ขาด ...” dukedik (2553: สัมภาษณ์)

แต่ถึงอย่างไร การถกนวยโอกาสของเหล่าคนโง่ที่เกิดจากผู้เล่นตุ๊กตาบลายซ์ด้วยกันเองนั้น ก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบอย่างมากต่อวงการตุ๊กตาบลายซ์ สมาชิกบางส่วนที่หมดกำลังใจบางส่วนตัดสินใจเลิกเล่นเพราะถูกโง่หลายต่อหลายครั้ง ท่ามกลางสถานการณ์เหล่านี้หลายคนก็ยังคงมีความกังวลว่าปัญหาการโง่จะทำให้อนาคตของกลุ่มวัฒนธรรมของตนแย่ แต่ถึงอย่างนั้นก็ยังมีสมาชิกที่พร้อมที่จะเล่นและดำรงกลุ่มสืบต่อไป แม้ว่าจะเจอกับปัญหาซ้ำซากก็ตาม

ข้อวิจารณ์

การวิจัยเรื่องการสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาธส์ ศึกษาเฉพาะเว็บไซต์ blythethailand.com และศึกษาเพิ่มเติมจากกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับตุ๊กตาบลาธส์ที่ถูกจัดขึ้น กลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกเว็บไซต์ blythethailand.com จำนวน 7 คน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และภาพสะท้อนการเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยของผู้นิยมตุ๊กตาบลาธส์ในสังคมไทย ผลการศึกษาพบประเด็นที่ควรนำมาวิจารณ์ 4 ส่วนดังนี้

1. อัตลักษณ์ของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาธส์ในสังคมไทย

อัตลักษณ์ เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า “ฉันคือใคร” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตนเองและการที่คนอื่นมองเรา อัตลักษณ์ต้องการความตระหนัก (Awareness) ในตัวเราและพื้นฐานของการเลือกบางอย่าง นั่นคือเราจะต้องแสดงตนหรือยอมรับอย่างตั้งใจกับอัตลักษณ์ที่เราเลือก ความสำคัญของการแสดงตนก็คือ การระบุได้ว่าเรามีอัตลักษณ์เหมือนกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร และ “ฉันเป็นใคร” ในสายตาคนอื่น (นันทนัย ประสานนาม, 2550)

อัตลักษณ์ต้องการพื้นฐานบางอย่าง อาจถูกจัดประเภทด้วยการมีลักษณะบุคลิกภาพแต่เราต้องแสดงตนเอง (นั่นคือการยอมรับอย่างตั้งใจ) ความสำคัญของการแสดงตัวตน (Marking Oneself) คือ การมีอัตลักษณ์เหมือนกับกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างกับอีกกลุ่มหนึ่ง หากลองคิดถึงสถานการณ์ที่เราพบกับใครสักคนในครั้งแรก และเรากำลังพยายามค้นหาว่าเขาเป็นใคร ด้วยการตั้งคำถามว่าเขามาจากไหนและเขาทำอะไรในสถานการณ์ต่างๆ สิ่งเหล่านี้เป็นการกำลังพยายามค้นหาสิ่งที่เกี่ยวข้องกับตัวของบุคคลนี้และสิ่งที่ทำให้เขาเหมือนกับเราด้วย (สิ่งที่เรามีส่วนร่วมกับเขา) และสิ่งที่ทำให้เขาแตกต่างจากเรา หรือการพิจารณาถึงสถานการณ์การเดินทางไกล สถานที่ที่จะไป เมื่อได้ยินเสียงคนกลุ่มหนึ่งกำลังสนทนาแล้วพูดภาษาเดียวกับเรา เราจะรับรู้ด้วยความรู้สึกรู้ (Recognition) และความเป็นเจ้าของร่วมกับกลุ่มนั้นการที่เรามีบางอย่างร่วมกันได้นำเสนอช่วงของการระลึกรู้และการมีบางอย่างร่วมกับผู้อื่นที่มีอัตลักษณ์ร่วมกับเรา อัตลักษณ์ถูกแสดงออกให้เห็นด้วยการคล้ายกัน นั่นคือมันเกี่ยวกับบุคคลที่เหมือนเราและความแตกต่างจากบุคคลที่ไม่เหมือนเรา

การที่เราเลือกนิยามความหมายของตนเองและแสดงตนเองต่อบุคคลหรือสังคมว่าเราเป็นใครนั้น เป็นกระบวนการของการเลือกใช้และแสดงออกซึ่งจะทำให้รู้ว่าเราเหมือนหรือแตกต่างจากคนอื่นหรือกลุ่มอื่นอย่างไรโดยผ่านระบบของการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) ซึ่งเป็นสิ่งที่ประกอบกันทั้งด้านอารมณ์ความรู้สึกภายในตัวเราและกระบวนการของโลกภายนอกที่เราเกี่ยวข้อง เพราะมนุษย์เลือกใช้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลงความหมายที่เกี่ยวกับตนเอง ทั้งในกระบวนการที่เขาสัมพันธ์กับโลกและในส่วนของตัวตนที่มันซ้อนทับกันอยู่ ดังนั้นจึงมีการจัดแบ่งประเภทของอัตลักษณ์เป็น 2 ระดับ คือ ระดับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (personal identity) และระดับอัตลักษณ์ทางสังคม (social identity) เช่น การที่สังคมกำหนดบทบาทหน้าที่และตำแหน่งทางสังคมให้กับเรา บทบาทความเป็นลูก ความเป็นเพื่อน หรือตำแหน่งในที่ทำงาน ระบบคุณค่าที่ติดตัวเรามาตั้งแต่เกิด ทำให้เราเรียนรู้และเลือกที่จะนิยามตนเองให้เหมาะสมในสังคม และมีการเคลื่อนไหวปรับเปลี่ยนไปตามบริบท สัญลักษณ์ที่เราเลือกหยิบมาใช้ในการนิยามตนเองทั้งต่อสังคมและต่อตัวเราเองนั้น เกิดขึ้นได้โดยผ่านระบบการสร้างภาพแทนความจริง (representation) เพราะการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่างๆ จะกระทำโดยผ่านระบบสัญลักษณ์ที่หลากหลายรูปแบบ แต่อย่างไรก็ตาม การที่เรามองตัวเราและพยายามเลือกนิยามความหมายเพื่อแสดงความเป็นตัวตนของแต่ละบุคคล กับสิ่งที่คนอื่นมองเห็นในตัวเราว่าอย่างไรนั้นมันอาจไม่สอดคล้องกันเสมอไป

อัตลักษณ์ของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์นั้นสะท้อนผ่านทางอัตลักษณ์ของสมาชิกในกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบตุ๊กตาบลายซ์นั้นมีอัตลักษณ์ที่หลากหลายและซ้อนทับกัน ซึ่งอัตลักษณ์เหล่านั้นได้ปรับเปลี่ยนไปตามบริบทเพื่อความเหมาะสม เช่น เมื่ออยู่ในครอบครัวก็มีบทบาทเป็นทั้งลูก แม่และภรรยา (ในกรณีที่ได้แต่งงานแล้ว) เมื่ออยู่ในสถานที่ทำงานพวกเขาเป็นพนักงาน เจ้าหน้าที่ แต่ในขณะเดียวกันก็มีบทบาทของความเป็นเพื่อนที่ทำงานร่วมกันด้วย บทบาทของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ก็เป็นอัตลักษณ์หนึ่งของพวกเขาที่อาจแสดงออกเมื่ออยู่ร่วมกับกลุ่มเพื่อนที่ชื่นชอบตุ๊กตาบลายซ์เหมือนกันหรือเมื่ออยู่ในบรรยากาศของงานตุ๊กตาบลายซ์

ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ส่วนด้วยกัน คือ

1. ลักษณะที่ปรากฏ

ลักษณะภายนอกไม่ว่าจะเป็นการพกพาตุ๊กตาบลายซ์ติดตัว ข้างของเครื่องใช้ ประดิษฐ์กรรมต่างๆ และการรวมกลุ่มพบปะหรือมีที่ตั้ง (กลุ่มนี้ได้สร้างกิจกรรมของตนเองขึ้น นั่นคือการจัด

งานมีทั้งตุ๊กตาบลายซ์ต่างๆ เพื่อให้กลุ่มคนรักตุ๊กตาบลายซ์ได้นำตุ๊กตาของตนเองมาร่วมสังสรรค์กัน ในขณะที่เดียวกันก็ร่วมชื่นชมตุ๊กตาของคนอื่นไปด้วย) โดยรวมคือ ลักษณะภายนอกที่ปรากฏให้เห็นนั่นเอง เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจนที่สุด ตุ๊กตาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและการพาตุ๊กตาคิดตัวไปเที่ยวเป็นสัญลักษณ์ในความไม่เหมือนใคร เป็นการแสดงออกถึงความขัดแย้งระหว่างกลุ่มคนรักตุ๊กตาบลายซ์และสังคมอื่น ซึ่งกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์เอง ก็มีพฤติกรรมการเล่นตุ๊กตาบลายซ์ที่โดดเด่น ด้วยการนิยมนำคิดตัวพาไปเที่ยว ถ่ายรูปตามสถานที่สาธารณะ ซึ่งเป็นการตอบโต้กับสังคมคนทั่วไปอย่างชัดเจน เพราะการเล่นตุ๊กตาบลายซ์ของพวกเขาไม่ได้อยู่ในมาตรฐานที่สังคมยอมรับ เช่น ราคาตุ๊กตาบลายซ์ถือว่าแพงมากในสายตาคนทั่วไป อีกทั้งทัศนคติของคนทั่วไปที่มองกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ต่างมองในทางลบมากกว่าทางบวก การแสดงออกทั้งหลายเหล่านี้ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นได้ในวัฒนธรรมหลักของสังคมหรือสามารถพบเห็นได้ทั่วไป จึงเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมหลักอย่างสิ้นเชิง

2. การประพาศปฏิบัติตัว

รูปแบบการประพาศปฏิบัติตัว ในที่นี้หมายถึง การแสดงออก กิริยา ท่าทางรวมถึงความรู้สึกหรือการให้ความสำคัญในเรื่องต่างๆ ที่ล้วนจะก่อให้เกิดการแสดงตัวตนต่อสิ่งนั้นๆ ออกมาไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมส่วนตัวหรือกิจกรรมทางสังคม ล้วนเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายของการเป็นสมาชิกในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนั้นๆ ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์จึงไม่ใช่แค่การเล่นตุ๊กตาเพียงแค่การสะสม การจับแต่งตัว แต่เป็นการสร้างอัตลักษณ์ในการแสดงออกถึงบทบาทของเจ้าของตุ๊กตาบลายซ์ที่อาจแสดงออกเมื่อได้เล่นตุ๊กตาบลายซ์ โดยจะอิงไปกับการเล่นและการสร้างตัวตนของตุ๊กตาพร้อมบทบาทสมมติ อีกทั้งแสดงอัตลักษณ์ในบทบาทการเป็น (มี)หรือแม่ พี่สาว และเพื่อนสาวให้แก่ตุ๊กตาของตนเองอีกด้วย เมื่อพวกเขาเล่นตุ๊กตาจึงแสดงออกถึงท่าทาง อากัปกริยาที่เปี่ยมด้วยความรัก ความห่วงใย ทะนุถนอม ใส่ใจในรายละเอียดและให้ความสำคัญมากเป็นพิเศษ เช่น การแต่งกายให้คล้ายคลึงหรือมีส่วนร่วมระหว่างตนเองและตุ๊กตาของตนเอง การสรรหาคำตั้งชื่อตุ๊กตาบลายซ์ การตั้งชื่อรุ่นตุ๊กตาไว้เพื่อเรียกเฉพาะ การพร้อมใจกันแต่งรูปประจำตัว (ID) หรือแสดงรูปลายเซ็น (Signature) ให้เป็นรูปตุ๊กตาของตนเอง เป็นต้น การแสดงออกเหล่านี้จึงเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ที่แตกต่างไปจากสังคมอื่นๆ ในวัฒนธรรมหลัก

3. ภาษาของกลุ่ม เช่น ศัพท์เฉพาะของกลุ่ม คำแสลง วิธีการพูด

ภาษาที่ใช้ของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซนั้น เป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่สามารถเข้าใจกันได้เฉพาะกลุ่มเท่านั้น ถึงแม้กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซจะไม่มีภาษาอย่างเป็นทางการของกลุ่มโดยเฉพาะ แต่ก็มีกริยาการคิดคำขึ้นมาใหม่เพื่อใช้เฉพาะของกลุ่มของตนเอง โดยการนำคำศัพท์บางคำหรือการให้ความหมายของศัพท์บางคำที่ใช้ในชีวิตประจำวันของคนทั่วไปที่แตกต่างไปจากปกติ อีกทั้งหยิบยืมภาษาของกลุ่มอื่นๆ อย่างภาษาวัยรุ่นที่กำลังเป็นที่นิยมในช่วงหนึ่งๆ เช่น จัดเต็ม ชิมิ หรา เหล่านี้มาใช้ ภาษาของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซจึงมีความซับซ้อนในรูปแบบของตัวเองซึ่งเป็นการผสมผสานภาษาแบบต่างๆ เข้าด้วยกัน โดยที่ทั้งหมดนั้นก็เป็กลุ่มภาษาที่ไม่ใช่ภาษาของวัฒนธรรมหลักที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในชีวิตประจำวันด้วย

2. อัตลักษณ์นามธรรมของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซในสังคมไทย ภาพสะท้อนผ่าน

- 2.1 กระแสนิยม
- 2.2 บริโณคนิยม
- 2.3 สุขนิยม
- 2.4 ป้างเจกนิยม
- 2.5 จิตสำนึกส่วนรวม จิตสำนึกสังคม

2.1 กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซกับกระแสแฟชั่น

ถึงแม้ว่ากลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซในสังคมไทยจะสะท้อนความเป็นวัฒนธรรมย่อยเพียงในระดับหนึ่ง แต่กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซในสังคมไทยก็ประกอบด้วยคนหลายกลุ่มที่สะท้อนอัตลักษณ์ออกมาแตกต่างกัน โดยผู้วิจัยได้ทำการสังเกตและแบ่งกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซตามระดับตัวตนแห่งความเป็นคนรักตุ๊กตาบลาซภายใต้ระยะเวลาที่ตุ๊กตาบลาซเริ่มเป็นที่รู้จักในสังคมไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2551 - 2553 ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. กลุ่มที่ชื่นชอบตุ๊กตาบลาซโดยตามกระแสแฟชั่น คนกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับเรื่องของแฟชั่นและกระแสความนิยม การที่ตุ๊กตาบลาซได้รับความสนใจจากสังคม โดยได้รับอิทธิพลจากดารารหรือผู้มีชื่อเสียงรวมทั้งสื่อ ทำให้กลุ่มนี้เพิ่มจำนวนมากขึ้น สิ่งที่ทำให้ตุ๊กตาบลาซ

อยู่ในความสนใจของกลุ่มที่ตามกระแสนี้คือ ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถสะท้อนความทันสมัย รสนิยมได้เป็นอย่างดี ผู้ที่ตามกระแสแฟชั่นส่วนใหญ่จะมี 2 ลักษณะดังนี้

1.1 ผู้ที่เล่นแบบฉาบฉวย ส่วนมากเข้ามาตอนตุ๊กตาบลาซัได้รับคามนิยมสูงสุด เพราะเป็นกลุ่มที่ชอบเริ่มต้นสิ่งใหม่ๆ ต่อเนื่องมายังกลุ่มแฟชั่นที่ไว้เสริมสถานภาพ ความรู้สึกของกลุ่มนี้คือ ถ้ามีไว้ก็ไม่ตกเทรนด์ มีอะไรฮิตก็ต้องมี เมื่อได้ครอบครองตุ๊กตาบางส่วนแล้วก็จะรู้สึกดีเพียงระยะเวลาหนึ่ง จากนั้นก็จะเริ่มหันไปให้ความสนใจกับสิ่งใหม่ที่กำลังอยู่ในวังวนกระแสต่อไป

1.2 ผู้ที่เล่นแบบออกตัวแรง หมายถึง ผู้ที่เพิ่งเริ่มเข้ามาเล่นตุ๊กตาบลาซั แต่ต้องการเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซัอย่างรวดเร็ว ให้ความสำคัญกับการได้ครอบครองตุ๊กตาที่ราคาแพง หายาก เป็นที่นิยมของกลุ่ม รวมถึงการได้ครอบครองตุ๊กตาในปริมาณมากๆ เพื่อเป็นการยกระดับความมีตัวตนในสังคมของตนเอง

กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซัในรูปแบบนี้จึงไม่ต้องมีพื้นฐานความเข้าใจและความรู้ในเรื่องของความเป็นกลุ่มคนรักตุ๊กตาบลาซั ความเข้าใจในรายละเอียด อาทิ คาแรคเตอร์ เรื่องราวของตุ๊กตาที่ตนครอบครองหรืออยากจะครอบครอง นอกจากนี้คนกลุ่มนี้ยังมีความต้องการในการนำเสนอตัวเอง หรือที่คนในกลุ่มเรียกว่า “อยากเด่นอยากดัง” อยากได้รับความสนใจ ความชื่นชมจากคนในสังคม โดยที่ไม่มีความรู้ลึกซึ้งหรือผูกพันในตัวตุ๊กตาบลาซัอย่างแท้จริง

2. กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับตุ๊กตาบลาซัเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่ชื่นชอบ คนในกลุ่มนี้ จะมีความเข้าใจในอัตลักษณ์ของกลุ่มคนรักตุ๊กตาบลาซั คนในกลุ่มนี้มีความสนใจในคาแรคเตอร์ เรื่องราวของตุ๊กตาบลาซัแต่ละรุ่น มองตุ๊กตาบลาซัเป็นงานอดิเรกมากกว่าเป็นกระแสแฟชั่น โดยมีความเป็นโลกส่วนตัวค่อนข้างสูง พร้อมกับให้ความสำคัญกับกิจกรรมอื่นๆ เช่น เดินทางท่องเที่ยว ปลุกต้นไม้ รวมถึงสะสมสิ่งของอื่นๆ เป็นต้น โดยตุ๊กตาบลาซัเป็นสิ่งที่สนองตอบต่อความชื่นชอบในด้านหนึ่งของพวกเขาเท่านั้น ถือเป็นรูปแบบของการใช้เวลาว่างอย่างหนึ่ง ไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นพิเศษ เมื่อมีการจัดงานตุ๊กตาบลาซั เรียกว่าไปหรือไม่ไปก็ได้ ถ้าไปก็สนุกสนานกับกลุ่มได้ แต่ไม่ไปก็ไม่รู้สึกเสียดยหรือเดือดร้อนแต่อย่างใด

3. กลุ่มที่ยึดมั่นในจิตวิญญาณคนรักตุ๊กตาบลายซ์ คนในกลุ่มนี้จัดว่าเป็นกลุ่มที่เข้าใจลึกซึ้งความเป็นวัฒนธรรมย่อยมากที่สุด เข้าใจและยึดมั่นในอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ การใช้ชีวิตของพวกเขาจะมีความเกี่ยวข้องกับตุ๊กตาบลายซ์สูง สิ่งที่ทำให้ตุ๊กตาบลายซ์อยู่ในความสนใจของกลุ่มคือ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถต่อ ยอดในการเล่นได้หลากหลายรูปแบบ ความเป็นโลกส่วนตัวสูง โดยจะใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์ อาทิ ตัดชุดประดิษฐ์เครื่องประดับตกแต่ง ถ่ายรูป ฝึกคัสตอม ไปเข้าร่วมงานมีทติ้ง ติดตามข่าวสารหรือสิ่งที่น่าสนใจใหม่ๆ และงานที่เกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์เป็นประจำ หรือมีอุปกรณ์ที่แสดงถึงความชื่นชอบตุ๊กตาบลายซ์ติดตัวอยู่เสมอ เช่น กระเป๋า ดินสอ สมุด แก้วน้ำที่มีโลโก้ตุ๊กตาบลายซ์รุ่นต่างๆ เรียกว่าอะไรที่เกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์จะให้ความสำคัญหมด การที่คนกลุ่มนี้ยึดมั่นในจิตวิญญาณรักตุ๊กตาบลายซ์นั้น ทำให้พวกเขารู้สึกว่าตุ๊กตาบลายซ์เป็นส่วนหนึ่งในชีวิต เสมือนเป็นสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเอาใจใส่ ให้ความสำคัญในด้านการมีส่วนร่วม จึงมีการเข้าร่วมงานมีทติ้งอย่างสม่ำเสมอ และลักษณะการเล่นจึงเป็นแบบอินและจริงจังมากกว่า กลุ่มในระดับ 1 และ 2

จะเห็นได้ว่าในกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ก็มีความหลากหลายในระดับการสร้างอัตลักษณ์ที่มีตุ๊กตาบลายซ์เป็นองค์ประกอบ มีทั้งกลุ่มที่ตามกระแสแฟชั่นอย่างเด่นชัด จนถึงกลุ่มที่ยึดมั่นในอุดมการณ์ของคนรักตุ๊กตาบลายซ์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอัตลักษณ์ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์สูง คนในกลุ่มนี้ส่วนหนึ่งมีโอกาสพัฒนาสู่ความเป็นวัฒนธรรมย่อยได้ ถ้าสังคมไทยมีการเปิดรับความแตกต่าง (โดยเฉพาะการมองว่าตุ๊กตาบลายซ์ไม่ได้เป็นแค่สิ่งของฟุ่มเฟือย ไร้สาระ) ให้เข้าใจและมองว่าเป็นกิจกรรมที่ไม่เป็นพิษเป็นภัยต่อสังคม

2.2 กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์กับบริโภคนิยม

กล่าวโดยสรุปบริโภคนิยม คือ นิยมการบริโภค เป็นวัฒนธรรมที่เน้นวัตถุนิยม การเชื่อว่าหากเรามีสิ่งนั้นสิ่งนี้แล้วเราจะมีความสุข เป็นความเชื่อที่ว่า ยิ่งซื้อ มากยิ่งมีความสุขมาก จุดหมายของการบริโภคคือต้องการมากกว่านั้น เช่น เมื่อได้บริโภคแล้วคุณรู้สึกว่าคุณได้เป็นอะไรบางอย่าง รู้สึกถึงความเหนือกว่าผู้อื่น มีการแบ่งพรรคแบ่งพวกระหว่างผู้เล่นกันเอง ให้ความสนใจแต่เฉพาะตุ๊กตาบลายซ์รุ่นที่เป็นที่นิยม จากความหมายดังกล่าวเห็นได้ว่าขัดแย้งกับความเป็นจริงที่ได้ค้นพบว่ากลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ในปัจจุบันนั้นไม่ได้สะท้อนการเป็นบริโภคนิยม ซึ่งมีลักษณะ ดังนี้

1. ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ที่ศึกษาพบว่า การได้ครอบครองตุ๊กตาบลายซ์เป็นจำนวนมากหลายตัวหรือมีแต่ตัวที่ราคาแพงนั้น กลุ่มมองว่าไม่สำคัญเท่ากับการได้ครอบครองตุ๊กตาบลายซ์รุ่นที่ชอบและถูกใจ ดังนั้น ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์จึงให้ความสำคัญต่อการสร้างความสุขให้เกิดขึ้น โดยเล่นเพราะความรัก แบ่งเวลาให้และหยิบจับตุ๊กตาอยู่เสมอ เกิดเป็นความทรงจำที่ดีถึงการได้มาของตุ๊กตาแต่ละตัวอีกทั้งรู้สึกถึงการมีคุณค่าในจิตใจที่ได้คิดหรือประดิษฐ์ทำซ้ำของเครื่องใช้ให้แก่ตุ๊กตาของตนเอง เป็นความภาคภูมิใจที่มีเงินก็ไม่สามารถหาซื้อมาได้

2. จุดมุ่งหมายของการบริโภคตุ๊กตาบลายซ์ นับว่าเป็นการบริโภคความหมายและคุณค่าของตุ๊กตาบลายซ์เป็นความรู้สึกและความผูกพันที่มีต่อตัวตุ๊กตา ผลลัพธ์ที่ได้คือ ความสุขจากการเล่น การได้ผ่อนคลาย ได้ใช้เวลาอยู่กับสิ่งที่ชอบ การได้พบปะกับเพื่อนที่มีใจรักตุ๊กตาเหมือนกัน เพียงแค่นี้ที่กลุ่มผู้นิยมต้องการ จึงไม่ได้มีการปลูกฝังความคิดที่อยากให้ผู้อื่นมองตนเองหรือผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ว่าเป็นความโก้หรู

3. คนภายนอกกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์จำนวนมากยังมองคนกลุ่มนี้ในทางลบมากกว่าทางบวก ดังคำพูด เช่น “รวยอย่างเดียวไม่พอ ต้องโง่ด้วย” “เงินเป็นหมื่นเอาไปทำอย่างอื่นที่มีประโยชน์ดีกว่านี้” เป็นต้น ซึ่งในความเป็นจริงที่ได้ศึกษาพบว่า ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์มีหลายระดับฐานะ ไม่ได้จำกัดไว้เฉพาะคนรวยเท่านั้น เพราะผู้เล่นมีตั้งแต่ผู้มีรายได้น้อยจนถึงมีฐานะมั่นคง ซึ่งไม่ว่าจะมีฐานะอย่างไรจากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นว่าพวกเขาให้ความสำคัญกับตุ๊กตาว่ามีคุณค่าทางจิตใจมากกว่าจะมองว่าตุ๊กตาบลายซ์เป็นสิ่งที่ฟุ้งเฟ้อ ฟุ่มเฟือย ซึ่งในสังคมไทยก็ยังมีอีกหลายกลุ่มผู้นิยมที่มีลักษณะเดียวกัน เช่น กลุ่มรักการอ่านหนังสือการ์ตูน กลุ่มนิยมนิยายเจ็ดสี เป็นต้น เพียงแต่มีความชื่นชอบในแต่ละสิ่งที่ไม่เหมือนกันเท่านั้น ผู้วิจัยยังสังเกตเห็นว่าในช่วงแรกที่ตุ๊กตาบลายซ์เข้ามาเป็นที่รู้จักในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 – พ.ศ. 2552 วงการตุ๊กตาบลายซ์เองมีความเป็นบริโภคนิยมค่อนข้างมาก โดยกลุ่มส่วนใหญ่ต่างพบเจอคนเล่นตุ๊กตาบลายซ์หลากหลายกลุ่ม ยอมรับว่ายังมีกลุ่มคนที่เข้ามาเล่นตุ๊กตาบลายซ์ตามกระแสเพื่ออยากให้เป็นที่ยอมรับในสังคมอยากเด่นอยากดัง ซึ่งบริโภคนิยม ในความหมายของกลุ่มผู้นิยมในช่วงแรก (ส่วนหนึ่งที่เล่นตามกระแส) จะกำหนดไว้เพื่อแสดงฐานะทางสังคม เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจ มีเกียรติ มีสง่าราศีเมื่อได้ครอบครองตุ๊กตาที่เป็นที่นิยมของกลุ่มหรือเป็นรุ่น Limited Edition หรือการที่มีจำนวนตุ๊กตาในครอบครองมากกว่าใครก็เช่นกัน

ดังนั้นการบริโภคของกลุ่มผู้นิยมส่วนใหญ่แล้วนับว่าเป็นการบริโภคความหมาย คุณค่าของสินค้า มากกว่าการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการทางร่างกายหรือจิตใจแต่เพียงเท่านั้น อีกทั้งยังเป็นการใช้การบริโภคแสดงตัวตน การบริโภคสินค้ากลายเป็นการบอกตัวตน บอกสถานภาพ บอกรสนิยมของตนเองและบอกอื่นๆ อีกอีกประการ ซึ่งก็คือรวมเอาวิถีชีวิตทั้งหมดไว้ในการบริโภคสินค้า แน่แน่นอนว่าบริโภคนิยมย่อมปลูกฝังความหวังที่ตัวเองอยากให้ผู้อื่นมองอย่างไ้หรือ

แต่เมื่อเข้าสู่ต้นปี พ.ศ. 2553 เมื่อกระแสนิยมจากสื่อและดาราเริ่มเบาบางลง กลุ่มคนที่บริโภคนิยมก็หันเหไปสู่กระแสใหม่ๆ ในสิ่งอื่น เห็นได้จากการประกาศขายตุ๊กตาดังมีให้เห็นอยู่ตลอดเวลา อาจพูดได้ว่าในเวลาที่ผ่านมาที่ผู้วิจัยได้เข้ามาศึกษาจากผู้นิยมตุ๊กตาบลาซในขณะนี้ในช่วงที่วงการตุ๊กตาบลาซเริ่มดาวน์ลงไป กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซ ณ ตอนนี้ที่เหลืออยู่และในอนาคตจะเหลือเพียงกลุ่มผู้ที่รักและให้คุณค่าต่อตัวตุ๊กตาบลาซจริง มีความผูกพันกับตุ๊กตาของตนเองอย่างแท้จริง ที่เล่นเพราะชอบจริงๆ ซึ่งกลุ่มนี้จะเป็นผู้สานต่อสังคมคนรักตุ๊กตาบลาซให้ดำรงอยู่ต่อไปนั่นเอง

2.4 กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซกับสุขนิยม

สุขนิยมหรือนิยมสุข คือการหาวิธีที่มีความสุขแบบง่ายๆ หรือง่ายที่สุดนั่นเอง การหาความสุขแบบง่ายๆ ตามหลักพุทธศาสนาเป็นเรื่องที่ง่ายมากแต่คนส่วนใหญ่ไม่รู้หรือไม่เคยใส่ใจ สุขนิยมไม่ใช่การใช้เงินสร้างความสุข สุขนิยมหรือนิยมสุขคือการหาความสุขจากสิ่งรอบๆ ตัว (สหัสชัย, 2553)

เมื่อเรามีชีวิตอยู่ก็ควรแสวงหาความสุขใส่ตัวเองให้เต็มที่มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ แต่ในการแสวงหาความสุขนั้น ต้องรู้จักคิด รู้จักเลือก ไม่ต้องหาความสุขกับของที่หายากหรือของที่มีราคาแพงเพราะจะกลายเป็นทาสของสิ่งนั้นๆ ไป บางสิ่งแม้จะให้ความสุขมากกว่าความสุข แต่ถ้ามันหายากมากหรือราคาแพง หรือไม่แน่นอนว่าเราจะได้ครอบครองหรือไม่ มันก็จะทำให้เรามีความสุขร้อนมากกว่าที่จะให้ความสุข (สุธรรม ชุติชัยสกุล, 2551)

แนวคิดนี้เห็นว่า ชีวิตที่ดีหรือว่าความสุขที่ดีนั้น ก็ควรจะต้องอยู่นานเป็นความสุขในระยะยาวซึ่งเป็นการมองการณ์ไกล ความสุขที่แท้จริงจะเป็นความสุขที่เรียบง่าย รอบคอบ และไม่ควรจะเป็นความสุขที่เกิดจากสิ่งหายากและมีราคาแพงเกินไป ซึ่งแตกต่างกับตุ๊กตาบลาซที่เป็นสิ่งที่มีมูลค่ามีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับตุ๊กตาประเภทอื่นๆ ที่ประเทศไทยเคยมีมา จึงกล่าวได้ว่า

กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์มีความเป็น “สุขนิยมหรือนิยมสุข” เพียงแต่ไม่ได้เป็นสุขนิยมแบบเด่นชัดหรือสุดโต่ง เนื่องจากกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์มองการเล่นตุ๊กตาบลายซ์เป็น “งานอดิเรก” หรือการพักผ่อนที่สร้างสรรค์ เกิดจากความสนใจและความสนุกสนานเป็นหลัก มากกว่าที่จะได้ผลตอบแทนทางการเงินหรือสิ่งแลกเปลี่ยนอื่นๆ หรือพูดได้ว่าจุดมุ่งหมาย คือ ความพึงพอใจ ทำแล้วมีความสุขถึงทำ ไม่ได้คิดเสียดยเงินเพราะเป็นการแลกกับความสุขใจที่ได้กลับมา ไม่ได้ยึดติดกับแนวคิดสุขนิยมอย่างเคร่งครัด ที่มองว่าความสุขที่แท้จริงต้องเรียบง่ายและยั่งยืน มีความสุขกับสิ่งรอบๆ ตัวโดยไม่ต้องไม่เป็นของหายากราคาแพง แต่กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ที่ได้ศึกษากลับทำให้เห็นว่า ไม่ว่าความสุขจะได้มากับสิ่งของราคาถูกหรือแพง ถ้าทำแล้วมีความสุข สนุก พวกเขาเหล่านี้ก็จะไม่เกี่ยง พร้อมจะใช้จ่ายเงินและการทุ่มเทแรงกายรวมทั้งความคิดสร้างสรรค์เพื่อได้มาซึ่งความสุขนั้น เพื่อเป็นรางวัลของชีวิต ตัวอย่าง เช่น การพ่อนตุ๊กตาหลายๆ งวด การประดิษฐ์ข้าวของเครื่องใช้ เสื้อผ้าตุ๊กตาบลายซ์ที่ทำมาจากสิ่งของเหลือใช้ที่ไม่มีราคามีให้เห็นกันจำนวนมาก เป็นต้น ผู้วิจัยเปรียบเทียบแนวคิดหลักของผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์กับลักษณะโดยทั่วไปของแนวคิดแบบสุขนิยม ดังนี้

1. สุขนิยมเน้นความสุขทางกายว่าเป็นสิ่งดีที่สุด

ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ให้ความสำคัญกับความสุขที่เกิดทางใจมากกว่าความสุขทางกายหรือวัตถุนิยม มองตุ๊กตาบลายซ์ที่ตนมีเป็นมากกว่าสิ่งของ การที่ตุ๊กตาตัวนี้จะทำให้ผู้เล่นมีความรู้สึกรักหรือผูกพัน หรือเปรียบเสมือนให้เป็นคนในครอบครัวด้วย ทั้งหมดนี้ไม่ใช่เรื่องง่ายๆ

2. สุขนิยมถือว่าความสุขจบในตัวเอง มิได้เป็นมรรควิธีนำไปสู่สิ่งอื่นต่อไปอีก

ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ให้ความสำคัญกับสิ่งที่เขาสนใจและชื่นชอบมากเป็นหลัก ส่วนมากไม่เคยต้องการมีตุ๊กตาบลายซ์ไว้ในครอบครองเพื่อเป็นบันไดสู่ความโก้หรูหรือเป็นเครื่องประดับบารมี โดยใช้มูลค่าและสิ่งที่สังคมตัดสินว่าเป็นของเล่นของไฮโซ แต่เป็นเพียงแค่หาความสุขในจิตใจหมั่นเติมเต็มให้ตนเองและแบ่งปันให้แก่เพื่อนในกลุ่ม เช่น ผ่านการอัปโหลดรูปภาพ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น การจัดมีตติ้งพบปะสังสรรค์ การระงับภัยและดักเตือนสมาชิกจากพวกมิจฉาชีพหรือผู้ไม่หวังดีที่แฝงตัวเข้ามาในกลุ่ม เป็นต้น

3. ความสุขเป็นสิ่งที่สุดท้ายที่มนุษย์แสวงหา เป็นเป้าหมายที่แสวงหา

คนทุกคนที่เกิดขึ้นมาในโลกนี้ ล้วนแล้วแต่ต้องการแสวงหาความสุขด้วยกันทั้งสิ้น ความสุขเป็นสิ่งที่ดีที่สุดของชีวิต เป็นสิ่งที่สุดท้ายหรือเป็นเป้าหมายสุดท้ายที่มนุษย์เราควร ไปให้ถึง ความสุขจึงเป็นที่สุดของความดีต้องการ จุดหมายปลายทางของมนุษย์ คือ การได้มาซึ่งความสุขสบาย และสิ่งที่จะได้มาจะต้องได้มาด้วยความทุกข์น้อยที่สุด

ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์นั้น มองตุ๊กตาบลายซ์เป็น “ส่วนเติมเต็ม” ความสุขในชีวิต เมื่อยังมีความสุขกับส่วนนี้ ก็จะยังให้ความสำคัญ ประกอบกับพวกเขาเองยังต้องหาความสุขในด้านอื่นๆ ในชีวิตประจำวันเพิ่มเติมเหมือนคนทั่วๆ ไป ไม่ได้มองว่าตุ๊กตาบลายซ์เป็นทุกสิ่งหรือเป็นเป้าหมายสูงสุดของชีวิต

4. การกระทำที่มีคุณค่าทางจริยธรรมเป็นมรรควิธีให้ได้มาซึ่งความสุขโดยมีความทุกข์น้อยที่สุด

การที่เข้ามาเล่นตุ๊กตาบลายซ์ ถึงแม้ว่าจะทำให้เกิดทุกข์บ้าง เช่น คนในครอบครัวหรือรอบข้างไม่สนับสนุนมองว่าตุ๊กตาบลายซ์ไม่มีประโยชน์ หรือต้องประหยัดค่าใช้จ่ายเพื่อเก็บเงินมาซื้อตุ๊กตาบลายซ์ การถูกคนที่มองในแง่ลบดูถูกหรือแสดงพฤติกรรมที่ไม่ชอบ แต่ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ก็ทำเพื่อความสุขที่ได้ครอบครอง ได้เล่นตุ๊กตาที่ตนเองชอบ ซึ่งพวกเขาเห็นว่าเหตุผลแค่ “เพราะชอบ” ก็เพียงพอต่อการเล่นตุ๊กตาบลายซ์แล้ว

ตุ๊กตาบลายซ์สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นสุขนิยมในลักษณะ “ความสุขมาก่อน” คือทำอะไรก็ตามที่ไม่ผิดศีลธรรมและตนมีความสุข แม้สิ่งที่ทำจะทำให้เกิดทุกข์บ้างแต่ความสุขที่ได้รับนั้นคุ้มค่าในความคิดของพวกเขา อีกทั้งมีการกระจายความสุขนั้นๆ ในรูปแบบของการพูดคุย การจัดมีตติ้ง การโพสต์รูปให้สมาชิกคนอื่นดู การแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์ การช่วยกันระงับภัยจากมิถิชาชีพที่แฝงตัวเข้ามา โดยที่เงินยังเป็นปัจจัยสำคัญ เพราะกิจกรรมต่างๆ ที่จะกระทำกับตุ๊กตาบลายซ์นั้นหลักๆ ล้วนต้องใช้เงินทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นเงินที่ใช้ซื้อตุ๊กตาบลายซ์ อุปกรณ์เทคโนโลยีต่างๆ ค่าใช้จ่ายในการจัดงานมีตติ้ง เป็นต้น

2.5 กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์กับปัจเจกนิยม

เป็นการมองภาพรวมทางความคิดและลักษณะพฤติกรรมของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ที่รวมตัวกันอยู่ในเว็บไซต์ Blythethailand ในปัจจุบันโดยอาศัยความคิดแบบปัจเจกนิยม (individualism) เป็นที่ตั้ง

คุณค่าของปัจเจกนิยมในทางบวกของผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์มีลักษณะที่ปรากฏ ดังนี้

1. สะท้อนความเป็นตัวของตัวเองค่อนข้างสูง โดยแสดงให้เห็นผ่านตุ๊กตาบลายซ์ อย่างเช่นการสร้างตัวตนและปรับแต่งตุ๊กตาของตนให้เป็นอย่างที่ต้องการ ซึ่งอาจมาจากจิตใต้สำนึกที่อยากเป็นหรืออยากมีอยากเสพความสูงตรงนั้น เช่น การสร้างตัวตนตุ๊กตาบลายซ์หนึ่งตัวให้เป็นนางงามเพราะเป็นความใฝ่ฝันของตน หรือการแต่งตัวตุ๊กตาให้เป็นสาวเปรี้ยวสวยเร็ดเซ็กซี่ยิ่ง เพราะในชีวิตจริงตนไม่สามารถทำได้ เป็นต้น

2. มีอิสระทางความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานของตนเอง ดูได้จากการคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ การจินตนาการตัวตนของตุ๊กตา หาวิธีการเล่นตุ๊กตาใหม่ๆ และหลากหลาย เป็นจินตนาการที่ไม่หยุดนิ่ง

ปัจเจกบุคคล คือ ลักษณะเฉพาะของบุคคล บุคคลแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะอย่างเช่น วิธีการเล่น การหาความสุข การแสดงออกที่แตกต่างกันไป ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ก็อาจจะมีบางกลุ่มที่มีความพอใจที่ได้เล่นคนเดียวไม่จำเป็นต้องสูงส่งหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกับเพื่อนคนอื่น ทั้งนี้เป็นเพราะชีวิตประจำวันของแต่ละคนต่างกัน ซึ่งบางคนชอบเก็บตัวมากกว่าการเข้าสังคม การได้จินตนาการเจิบๆ เพียงคนเดียวหรือการได้ชื่นชมตุ๊กตาของตนเองเพียงคนเดียวก็ทำให้มีความสุขได้ ส่วนใหญ่กลุ่มนี้ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับงานมีตติ้งหรือทำกิจกรรมกับเพื่อนมากนัก แต่คนกลุ่มนี้ก็ยังไม่ถือว่าตัดขาดจากชุมชนออนไลน์ ยังจำเป็นต้องเข้าดูรูปภาพ ข่าวดารา ความเคลื่อนไหวของสังคมตุ๊กตาบลายซ์อย่างต่อเนื่อง

กรณีที่มีความชอบคล้ายๆ กันก็อาจจะมารวมกลุ่มกันเพื่อทำสิ่งที่เป็นที่สนใจตรงกันให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น อย่างเช่น การเล่นตุ๊กตาบลายซ์ของใครหลายๆ คนจะสนุกและมีความสุขมากขึ้นเมื่อได้ร่วมเล่นกับคนที่รักและมีความต้องการที่เหมือนๆ กัน การได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ

ร่วมกัน เหมือนเป็นการประคับประคองซึ่งกันและกัน โดยกลุ่มนี้จะมองว่าการได้รับรู้เรื่องราวหรือประสบการณ์ในการเล่นตุ๊กตาของเพื่อนเป็นสิ่งที่ช่วยเติมเต็มให้กับตนเอง มองว่าความคิดเห็นหรือคำพูดของกลุ่มเพื่อนมีความสำคัญต่อตนเองมากเพราะกลุ่มนี้ถือว่าเราอยู่ในกลุ่มเดียวกันหรือเป็นพวกเดียวกัน เหล่านี้จัดว่าเป็น “ปัจเจกนิยมแบบร่วมมือกัน” ซึ่งสะท้อนจากแนวโน้มจำนวนงานมีที่ดิ่งที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพราะกลุ่มเหล่านี้ยังต้องการหาสถานที่เพื่อร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือสถานที่สำหรับคนคอเดียวกันไว้เพื่อรวมตัวพูดคุยและเข้าใจซึ่งกันและกัน

2.6 ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์กับจิตสำนึกส่วนรวม จิตสำนึกสังคม

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2552) ได้ให้ความหมายของจิตสำนึกทางสังคมหรือจิตสำนึกสาธารณะว่าคือ การตระหนักและคำนึงถึงส่วนรวมร่วมกัน หรือการคำนึงถึงผู้อื่นที่ร่วมสัมพันธ์เป็นกลุ่มเดียวกัน

การมีจิตสำนึกส่วนรวม จิตสำนึกสังคมในที่นี้จะกล่าวถึงชุมชนออนไลน์คนรักตุ๊กตาบลายซ์ จากการสังเกตผ่านเว็บไซต์ blythethailand.com พบว่ากลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ นอกเหนือจากการไปพบปะทำกิจกรรมมีที่กันในพื้นที่โลกความเป็นจริงแล้ว การรวมกลุ่มหรือใช้เวลาอยู่ในโลกเสมือนจริงนับเป็นพื้นที่ที่ 2 ที่กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์จะเข้ามาอยู่พร้อมๆ กับการใช้ชีวิตประจำวันของแต่ละคน เป็นการอยู่ร่วมกันในสังคมอีกรูปแบบหนึ่ง โดยอาศัยความร่วมมือกัน รวมถึงคิดและทำประโยชน์เพื่อสังคม ซึ่งหมายถึงทั้งสังคมผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์และสังคมในโลกความเป็นจริง โดยกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ต่างปลูกฝังให้มีจิตสำนึกรักความถูกต้อง รักชุมชนออนไลน์แห่งนี้โดยเปรียบเสมือนเป็น “บ้าน” ที่ต้องดูแลปกป้อง

ลักษณะของการมีจิตสำนึกส่วนรวม จิตสำนึกสังคม ของผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ที่แสดงออกให้เห็นเป็นรูปธรรม มีดังนี้

1. กลุ่มผู้ส่วนใหญ่มองว่าคนเราต้องมีสำนึกรับผิดชอบต่อผลของการกระทำของตน โดยตรงกันให้แต่ละคนรับผิดชอบในการเขียนแสดงความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องต่างๆ ไตร่ตรองและจับใจความเรื่องราวให้ดีขึ้นแสดงความคิดเห็นหรือพิมพ์ข้อความลงเว็บไซต์ การเคารพผู้อื่น การใช้อำนาจและถูกหลักวินัย ไม่แสดงความคิดเห็นที่ขู่ข่มให้เกิดการทะเลาะหรือเกิดความแตกแยก เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบและความเสียหายต่อส่วนรวมจนเป็นปัญหาอื่นๆ ตามมา

myhunnah
ก่อนส่งกระทู้ลองใช้ช่วยใน
บอร์ดท่านก่อนนะคะ กระทู้จะ
ได้ไม่เข้า BT จะได้ไม่รบกวน
ค่ะ^^

Senior Moderator
moderator

verified:
เพศ:
กระทู้: 3657

ก่อนส่งกระทู้ใหม่กรุณาใช้ตัวช่วยค้นหาที่เว็บจัดไว้ให้ก่อนนะคะ
ว่าช่วงหลังๆมาในเว็บBTของพวกเรามีเหตุการณ์กระทู้เด้ดกันบ่อยๆ
โดยเฉพาะห้องมารเกิด ทั้งๆที่เมื่อก่อนเราก็อยู่กันอย่างสงบสุขดี ไม่มีปัญหาการโกงกัน คำว่ากันไม่มา
ทั้งๆที่เราที่มีกันอยู่แค่ 1 กระทู้ แต่ข้างเป็นสมาชิก 1 กระทู้ก็สามารถโกงกันได้ทั้งวันทั้งคืน
แต่พอมาปัจจุบันนี้ สมาชิกเราเพิ่มขึ้นเยอะมาก แทนที่การที่เราเฝ้าเฝ้าเพิ่มมากขึ้นจะทำให้เราทุกคนได้สนุกมากขึ้น
กลับกลายเป็นว่า ปัญหาต่างหากที่ตามมาขึ้น
จนทำให้ได้ยินเสียงบ่นบ่อยๆว่า ไม่อยากจะทำเว็บBTแล้ว
นกละขวนเพื่อนมาช่วยกันแรงคัดเว็บร้อนกันคะ
หลักในการปฏิบัติที่มีง่ายดังนี้คะ

- ก่อนส่งกระทู้ใหม่กรุณาใช้ตัวช่วยค้นหาที่เว็บจัดไว้ให้ก่อนนะคะ
จะได้ไม่ซ้ำกับคนอื่น และไม่เปลืองเนื้อที่เว็บ ช่วยให้อ่านง่ายขึ้น
- กรุณาอ่านหัวข้อและประกาศการใช้งานบอร์ดให้ละเอียดก่อนตั้งคำถามคะ เพราะทุกอย่างถูกอธิบายไว้ละเอียดแล้ว
- ก่อนตอบกระทู้ใดๆ กรุณาอ่านให้ถี่ถ้วนนะคะ ว่าเจ้าของกระทู้ต้องการอะไร
- แม้คำและลูกคำทุกท่าน กรุณาใช้สัจย่ตัวเอง และผู้อื่นด้วยคะ จะได้ไม่มีปัญหามาถามที่หลัง
- เวลามีกระทู้เด้ดเกิดขึ้น รบกวนผู้ไม่เกี่ยวข้องงดออกความคิดเห็นใดๆคะ ให้ผู้กรณีเค้าเคลียกันเองดีกว่า
กระทู้จะได้ไม่เด้ดใจคะ
- กรุณาพูดคุยกันด้วยวาจาสุภาพ และใช้เหตุผลข้ออ้างเหตุผลคะ เว็บจะได้สงบสุขอย่างที่ควรจะเป็น
- กรุณาอย่าขึ้นกระทู้คะ และอย่าแหย่คะ
- และสุดท้ายคะ กฎกติกาที่มีไว้ให้ปฏิบัติตามนะคะ กติกาของเว็บก็เ้ายากเย็นอะไร ช่วยปฏิบัติตามกันด้วยคะ

แค่นี้เว็บBTก็จะยังคงเป็นบ้านหลังที่อบอุ่นเหมือนเดิมแล้วละคะ
ช่วยๆกันนะคะ ขอขอบคุณค่า

« แก้ไขครั้งสุดท้าย: มีนาคม 29, 2009, 20:22:05 pm โดย myhunnah »

แจ้งเตือนกระทู้ที่เด้ดติดต่อกันแล้ว xxx.xx.176.105

KikiTo
Blythe Thailand Work
Shop Creative Group
Head.
Customer Service
customer service

verified:
เพศ:
กระทู้: 607

เห็นด้วยที่พูดเลย ขอยกมือไหวดด้วยคน อย่าทะเลาะกันเลย อยู่บ้านเดียวกันค่อย ๆ
พูดจากันก็ได้ และขอรับรองว่าอย่าเอานิสัยโกงกันมาอยู่ในเว็บนี้เลยคะรับ ที่นี้ต้องการคนดี
มีมารยาท สุภาพอ่อนน้อม และที่สำคัญรักน้อง และรักสมาชิก Bt ยิ่งชีพ จ้า ฟู ฟู ฟู
มาช่วยกันเฝ้าให้หายร้อน อีอิ

คิดดี ทำดี คิดบวก สิ่งดี ๆ ก็จะมาตามมา นะจ๊ะ

แจ้งเตือนกระทู้ที่เด้ดติดต่อกันแล้ว xxx.xx.5.225

ตามคอมมาทำงาน

Mo_1613
NAMO
Blythe Photo Gang
๖๖๖๖๖๖

verified:
เพศ:
กระทู้: 221

Fionary
เห็นอะไรก็บอ้า เข้าๆ คธธธ
Neo Blythe SBL
[Superior]

verified:
เพศ:
กระทู้: 238

กดที่รูป เพื่อไปดูการทำตัวคิ้วด้วยตัวมันเอง อย่าลืมกดส่งของขงขงใน Blythe Gift ไปด้วยนะ

Re: ระวังคัดเว็บร้อนกันคะ^^
« ตอบ #11 เมื่อ: มีนาคม 30, 2009, 20:49:36 pm »

อยากมีน้ำจิง จะเอามาสดบ้านBT จะได้ดื่มกระทู้หลายๆกระทู้ที่มันเด้ด

Re: ระวังคัดเว็บร้อนกันคะ^^
« ตอบ #13 เมื่อ: มีนาคม 31, 2009, 03:44:31 am »

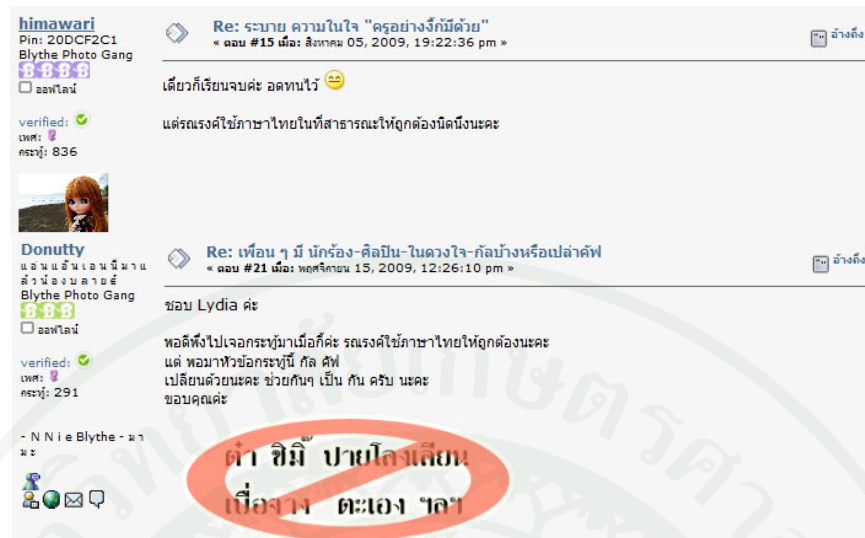
เห็นด้วยค่าาา กลุ่มคนรักน้องด้วยกันควรสามัคคีกันนะคะ รักกันๆค่า

Re: ระวังคัดเว็บร้อนกันคะ^^
« ตอบ #17 เมื่อ: เมษายน 05, 2009, 22:24:58 pm »

รับทราบคะ หันเห็นกระทู้เด้ดหลายกระทู้เหมือนกัน
โลกข้างนอกก็ทะเลาะกันจะแย่ โลกในเล็กใบนี้ก็ไม่อยากให้ทะเลาะกันเลย

ภาพที่ 67 กระทู้แสดงความคิดเห็นช่วยกัน “ระวังคัดเว็บร้อน”

ที่มา: Blythethailand.com (2010)



ภาพที่ 68 กระทั่งแสดงความคิดเห็นช่วยกัน “รณรงค์ใช้ภาษาไทยให้ถูกต้อง”

ที่มา: Blythethailand.com (2010)

2. กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ได้ยกให้สังคมออนไลน์แห่งนี้เป็นเสมือนบ้านที่สมาชิกทุกคนต้องช่วยกันดูแล เช่น คอยเตือนสมาชิกคนอื่นๆ จากพฤติกรรมต้องสงสัยของพวกมิจาชีพผ่าน การซื้อขายตุ๊กตาบลายธ์ เพื่อแก้ปัญหาและสร้างสรรค์สังคมออนไลน์ให้น่าอยู่ปราศจากคนไม่สุจริต ซึ่งถือว่าเป็นความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมที่เราอยู่ด้วย รวมถึงการให้กำลังใจซึ่งกันและกัน เมื่อสมาชิกเกิดปัญหา เป็นต้น

		คดีสุดท้าย ปิดท้ายปี 2010 แม่ค้า Beepooka ความกล้า และลงนามใจ เชื้อกสุดท้าย new < 1 2 ... 9 10 >	dukedik	145	3624	วันที่ เวลา 17:58:13 โดย noonamka	
		ใครได้คุยกับ 029897607 เป็นเด็กผู้หญิง มาเล่นกันฟังนะคะ new < 1 2 ... 5 6 >	ploymodel	79	1872	วันที่ เวลา 17:09:55 โดย godkung	
		พรลีนค้ากับคุณโบว์ ร้าน Blythe the way โดเน่เลื่อนอีกแล้ว < 1 2 ... 8 9 >	mendoza081127	124	10810	พฤษภาคม 17, 2010, 12:59:41 pm โดย annpack	
		แม่ค้าปากหวาน ขอให้มี ยอดเงิน สรรอกใส่ลูกค้า กัน สดระอา เพื่อดำรงชีพ < 1 2 ... 2 8 >	dukedik	106	2660	พฤษภาคม 16, 2010, 20:51:50 pm โดย yowwyo99	
		เลื่อนแล้วเลื่อนอีก ToMmyLiCioUs (ใครที่พรีเท่านนี้รบกวนด้วยคับ) new < 1 2 ... 14 15 >	ae@bb17	212	10713	พฤษภาคม 16, 2010, 19:27:49 pm โดย sweetbliz.YJ	
		เตือนกันอีกครั้ง แม่ค้าอ่านได้ ลูกค้าอ่านได้ อย่าคิดหนี หรือโกง อ่านจะจะได้สบาย new < 1 2 3 >	dukedik	32	902	พฤษภาคม 15, 2010, 22:41:47 pm โดย patapron oodood	
		แม่ค้า หนานนาล่ง พิชชาธิ์ 2 ชิ้น ของดีดู กรุ๊วซื้อของส่งคนฟรี เหนือ.... จีบ จีบ new < 1 2 ... 7 8 >	dukedik	117	4353	พฤษภาคม 15, 2010, 22:18:27 pm โดย jeab04	
		เตือนเพื่อนสมาชิกที่จะซื้อของมือสอง new < 1 2 3 >	palmy x	30	697	พฤษภาคม 15, 2010, 17:04:22 pm โดย parkzadub555	
		กระทุ้งนี้อ่านแล้วส่าย.....กับแม่ค้า หวานหวาน และน้องโง่โง่..... new < 1 2 ... 11 12 >	dukedik	166	4328	พฤษภาคม 11, 2010, 10:35:13 am โดย snowkiss	
		ใครเคยหรือเตอร์BJDกับpartyblytheบ้างมีนะ เลยก้าวหน้ามากแล้วยังไม่ได้รับน้อง new < 1 2 >	gurigoliff	17	476	พฤษภาคม 09, 2010, 18:41:18 pm โดย MoolSee	
		รวบรวม ผู้เสียหายจากLadyMafia เพื่อฟ้องร้องไล่เบียดความเสียหาย new < 1 2 3 >	Donut	42	2779	พฤษภาคม 09, 2010, 00:53:48 am โดย jigiki	

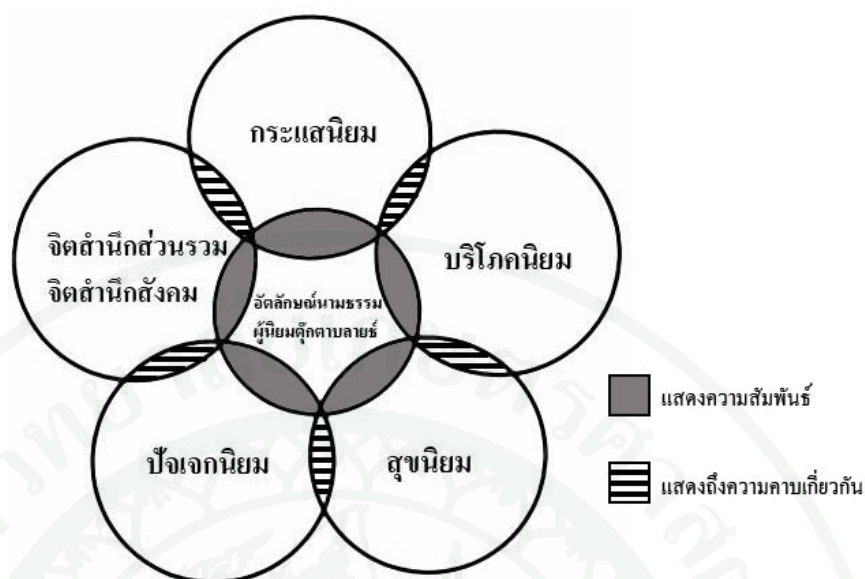
ภาพที่ 69 กระทั่งคำเตือนและคำแนะนำต่อเพื่อนสมาชิกไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ขาย

ที่มา: Blythethailand.com (2010)



ภาพที่ 70 กระดาษแสดงความขอบคุณจากสมาชิกที่เดือดร้อนจากการซื้อ-ขายตุ๊กตาบลายธ์
ที่มา: Blythethailand.com (2010)

3. อีกลักษณะหนึ่งของการมีจิตสำนึกส่วนรวม จิตสำนึกต่อสังคมอื่นนอกจากสังคมในโลกออนไลน์ โดยจัดกิจกรรมต่างๆ ขึ้น เช่น “โครงการ BlytheThailand ส่งความสุข มอบของขวัญเพื่อน้อง” โดยสมาชิกเว็บไซต์สามารถมอบของขวัญไม่ว่าจะเป็นของเล่น เสื้อผ้า หนังสือ เครื่องเขียน ฯลฯ ให้กับเด็กกำพร้า และกิจกรรมการแข่งขัน Bowling การกุศล “พีได้ Strike น้องได้ Study” เป็น Bowling การกุศลหาทุนการศึกษาของเด็กด้อยโอกาส แสดงถึงความพยายามที่จะมีส่วนช่วยเหลือสังคมหรือผู้ด้อยโอกาสตามสถานที่และวาระต่างๆ



ภาพที่ 72 วงจรแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์นามธรรมของผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์กับ
ภาพสะท้อนผ่านปรากฏการณ์ต่างๆ

จากรูปภาพด้านบนดังกล่าว สามารถทำให้มองเห็นภาพรวมในการแสดงอัตลักษณ์ในลักษณะที่เป็นนามธรรมของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ที่ล้วนมีความสัมพันธ์และสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นกระแสนิยม บริโภคนิยม สุขนิยม บัณฑิตนิยม และจิตสำนึกสังคม จิตสำนึกส่วนรวมหรือแม้กระทั่งแสดงถึงความคาบเกี่ยวกันในหลายๆ ปรากฏการณ์ ในช่วงที่ผู้วิจัยเข้าศึกษา ปี พ.ศ. 2550 - 2554 ซึ่งแต่ละช่วงระยะเวลานั้นกลุ่มได้แสดงพฤติกรรม รวมถึงความรู้สึกนึกคิดในการให้คุณค่า การให้ความสำคัญต่อสิ่งๆ หนึ่ง ทำให้เข้าใจและสามารถแบ่งแยกประเภทผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ตามระดับความเป็นตัวตนที่แสดงให้เห็นในพฤติกรรมต่างๆ ที่สะท้อนถึงปรากฏการณ์ต่างๆ เหล่านี้ได้เป็นอย่างดี

3. การดำรงอยู่ของกลุ่มกับภาพสะท้อนการเป็นวัฒนธรรมย่อย

ถึงแม้กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์จะเป็นปรากฏการณ์ที่มีอัตลักษณ์ของตนเองโดยได้ถ่ายทอดความเป็นตัวเองลงบนผลงาน (การเล่นตุ๊กตา) จนเป็นเอกลักษณ์ของตนเองได้ โดยถ่ายทอดความชอบที่ตนเองสนใจเป็นหลัก ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ในระดับกลุ่มสังคมแต่การจะพิจารณาว่ากลุ่มผู้

ชั้นขอบตุ้กตาบลาซึเป็นวัฒนธรรมย่อยหรือไม่ ต้องทำความเข้าใจกับความหมายและองค์ประกอบในการเป็นวัฒนธรรมเสียก่อน

วัฒนธรรมความหมายทางวิชาการสังคมศาสตร์ หมายถึง ความรู้ ศิลปะ ความประพฤติดังๆ ขนบธรรมเนียม ค่านิยม ศิลปหัตถกรรม ตลอดจนความสามารถและนิสัยต่างๆ สิ่งเหล่านี้จะเป็นวัฒนธรรมได้ก็ต่อเมื่อคนส่วนใหญ่ในกลุ่มสังคมเดียวกันนั้นเห็นชอบและรับไปใช้ร่วมกัน วัฒนธรรมจึงเป็นแบบแผนชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมหนึ่ง ซึ่งคนในสังคมอื่นจะเห็นว่าดีหรือไม่ก็ตาม แต่ถ้าคนในสังคมนั้นยอมรับที่จะเป็นอยู่ด้วยชีวิตแบบนั้นแล้ว นั่นก็คือวัฒนธรรมของสังคมนั้น (เหมอมาลย์ ราชภัฏทาร์กั, 2548: 51)

Hall & Jefferson (1976 อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2549: 523) นิยามวัฒนธรรมย่อย ว่าเป็นวิธีการที่กลุ่มย่อยใช้จัดการกับชีวิตทางวัตถุและวิถีชีวิตด้านอื่นๆ ที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างอัตลักษณ์ วิธีการนี้เป็นปฏิบัติการที่กลุ่มดำเนินไปอย่างมีความหมายและมีสำนึกไม่ว่าจะเป็น วัตถุ ความสัมพันธ์ ระบบค่านิยม ระบบความเชื่อที่ผลิตออกมา และวิธีการผลิตล้วนมีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม

วัฒนธรรมย่อยก็เป็นรูปแบบอันเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มที่แตกต่างกันออกไป (Brake, อ้างใน วิภาวี วิโรจน์พันธ์, 2539) ได้อธิบายว่า ลักษณะโดยทั่วไปของวัฒนธรรมย่อยอีกแบบหนึ่งก็คือรูปแบบ (Style) กล่าวคือ กลุ่มที่มีวัฒนธรรมย่อยที่โดดเด่นแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ ก็คือกลุ่มที่มีการใช้รูปแบบในเชิงสัญลักษณ์รูปแบบหนึ่งๆ รูปแบบที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นวัฒนธรรมย่อยและการเป็นสมาชิกของวัฒนธรรมย่อยหนึ่งๆ มีลักษณะของการต่อต้านหรือเพิกเฉยต่อค่านิยมหลักของสังคม

ลักษณะของวัฒนธรรม

อัตลักษณ์ของกลุ่มผู้นิยมตุ้กตาบลาซึมีลักษณะสำคัญที่เป็นวัฒนธรรม ซึ่งอาจแยกกล่าวได้ดังนี้

1. วัฒนธรรมเป็นพฤติกรรมที่ต้องเรียนรู้ (Learned Behavior)

พฤติกรรมของมนุษย์เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้เกือบทั้งสิ้น พฤติกรรมเป็นเรื่องของวัฒนธรรมทั้งสิ้น เช่น กิริยาท่าทาง การพูด การแต่งกาย การใช้สิ่งของ เป็นต้น พฤติกรรมเหล่านี้ต้องอาศัยการเรียนรู้เท่านั้น จึงจะทำได้ การที่มนุษย์สามารถเรียนรู้วัฒนธรรมได้ก็เพราะมนุษย์สามารถติดต่อทำความเข้าใจกันโดยใช้สัญลักษณ์ที่สำคัญที่สุดก็คือ ภาษา ทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน

กลุ่มคนเล่นตุ๊กตาบลายซ์ที่อยู่ในรุ่นแรกๆ ที่เข้ามาก่อนหรือเล่นมาเป็นเวลานาน ส่วนใหญ่คนที่เริ่มเล่นก่อนจะมีการถ่ายทอดรูปแบบของความรักที่ลึกซึ้งต่อตุ๊กตา ประสบการณ์ ความรู้ เทคนิคต่างๆ ให้คนรุ่นต่อไป ที่กำลังเข้ามาในกลุ่มได้เรียนรู้ และในปัจจุบันกระหือหือมากมายที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อให้ข้อมูล แนะนำเทคนิค รวมถึงการเข้ามาตอบกระทู้แชร์ประสบการณ์เกี่ยวกับตุ๊กตาก็ล้วนมาจากกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ที่อยู่ในรุ่นแรกๆ เช่นกัน

“มีหลายอย่างนะ อย่างอะไรที่เรายังไม่รู้ สามารถสอบถามได้จากกลุ่มคนที่เล่นในรุ่นก่อนได้ ดีมากเลย ...” NidBlythe (2553: สัมภาษณ์)

“คิดว่าคนที่เล่นมาแต่ก่อนจะถ่ายทอดความรัก ความทะนุถนอมความผูกพันที่มีต่อตุ๊กตาให้กับพี่เหมือนกันนะ เพราะว่าคนที่มาเล่นหลายๆ คนข้างฉาบฉวย เล่นไม่นานเดี๋ยวก็เบื่อไม่เล่นน้องแบบอินไปกับน้องเหมือนเมื่อก่อนและก็มีมีการถ่ายทอดถึงวิธีการดูแลรักษาน้องพร้อมกับวิธีการแก้ไขเมื่อน้องชำรุด การคัสตอม ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

“คิดว่าการถ่ายทอดทุกเรื่องให้ผู้เล่นตุ๊กตาใหม่ๆ เข้าไปศึกษาได้ตามกระทู้ต่างๆ ทั้งประวัติตุ๊กตา วิธีดูแลตุ๊กตา การเลือกซื้อของ การป้องกันคนโกง แต่บางคนก็เล่นใหม่ๆ ก็ไม่ค่อยเข้าไปอ่านนัก นอกจากจะเจอปัญหาแล้วจะหาทางแก้เท่านั้น ...” noonoot (2553: สัมภาษณ์)

“มีการเตือนเรื่องคนโกงอยู่เรื่อย ๆ ให้นักเล่นกลุ่มใหม่ๆ ได้เรียนรู้และระวังตัว การนำข้อมูลรุ่นใหม่ๆ มาโพสต์บอกนักเล่น ว่าราคาเท่าไร รุ่นนี้มีคอนเซปอย่างไร หรือการให้คำแนะนำนักเล่นกลุ่มใหม่ในบางเรื่องที่ตั้งกระทู้ถามขึ้นมา เช่น การเปรียบเทียบรุ่นที่คล้ายกัน คุณน้องอย่างไร ไม่ให้ถูกหลอกว่าเป็นของปลอมประมาณนี้ จริงๆ มีอีกเยอะ ...” Honey-suchada (2553: สัมภาษณ์)

2. วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิต (Way of Life)

ในทางสังคมศาสตร์กล่าวว่า วัฒนธรรม หมายถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคม ทั้งนี้เพราะ วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ตั้งแต่เกิดจนตาย ตั้งแต่ตื่นนอนจนเข้านอน พฤติกรรมต่างๆ ที่มนุษย์กระทำไม่ว่าจะเป็นการแปร่งฟัน สวมใส่เสื้อผ้าเครื่องประดับตลอดจนการเล่นกีฬา ดูโทรทัศน์ ฉะนั้น กิจกรรมทุกอย่างของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นการกิน การดื่ม การพูด การอ่าน การเขียน การคิด การทำงาน การเล่น การติดต่อสัมพันธ์กัน ล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องของวัฒนธรรมทั้งสิ้น

การเข้ามาในวงการตุ๊กตาบลายซ์ของกลุ่มผู้นิยมนอกจากการได้เล่นตุ๊กตาแล้ว ส่วนใหญ่ยังสามารถพัฒนาต่อยอดจากการเล่นตุ๊กตาในเรื่องของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การแสวงหาความรู้รวมถึงการประดิษฐ์ของใช้เกี่ยวกับตุ๊กตาที่สามารถสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อมาใช้เองสร้างความภาคภูมิใจให้แก่ตนเอง ทั้งยังแบ่งปันให้แก่เพื่อนๆ ได้ชื่นชมและสามารถสร้างรายได้ก่อเกิดเป็นอาชีพต่างๆ ขึ้นมากมาย เช่น การตัดเย็บเสื้อผ้า รับบริการคัสตอม บริการทำผม เป็นต้น ล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องของวัฒนธรรมทั้งสิ้น วัฒนธรรมจึงเป็นวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคม

“ก็ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ประดิษฐ์เฟอร์นิเจอร์ ให้น้องตัดเย็บเสื้อผ้าของน้องก็เป็นการฝึกให้เป็นคนประณีต พิถีพิถันมากขึ้น เพราะชุดน้องเล็ก เย็บลำบากถ้าอันไหนเขี้ยวชาญก็สามารถพัฒนาทำให้เกิดรายได้ในอีกทางหนึ่งและการคัสตอมน้องก็เป็นการสร้างสรรค์ศิลปะอย่างหนึ่งด้วย ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

“มีการพัฒนาต่อยอดไปทางด้านการประดิษฐ์ เช่น การประดิษฐ์ของใช้ให้ตุ๊กตาบลายซ์ไม่ว่าจะเป็นหมวก โบว์ ที่คาดผม กิ๊ฟ ตุ๊กตาจิ๋ว ของจิ๋ว หรืออื่นๆ ในด้านการตัดเย็บก็ได้พัฒนานิดหน่อยเพราะไม่คุ้มกับการซื้อผ้ามาตัดเย็บเสื้อผ้าให้ตุ๊กตาเอง แต่สามารถเย็บบางอย่างได้พวกที่นอน หมอน โบว์ หมวกให้ตุ๊กตาได้ สามารถแก้เครียดได้เหมือนกัน ...” noonoot (2553: สัมภาษณ์)

“ส่วนตัวนะ มีการประดิษฐ์ ของใช้ ของเล่น เครื่องแต่งกาย การทำทรงผม การแต่งกายตามจินตนาการหรือตามที่ตนเองชอบแต่แต่งไม่ได้ การหาความรู้และเทคนิคต่างๆ ในการบำรุงรักษา ตัวตุ๊กตา การให้ความช่วยเหลือคนที่เดือนร้อน และที่สำคัญวิธีการติดตามทวง

ถามหนี่ของคนที่เดือดร้อนทำให้รู้เรื่องกฎหมายไปในตัวด้วย ...” dukedik (2553: สัมภาษณ์)

3. วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคม (Social Heritage)

การที่มนุษย์มีวัฒนธรรมและสามารถถ่ายทอดสืบต่อมาได้ก็เนื่องจากมนุษย์สามารถติดต่อทำความเข้าใจระหว่างกันได้อย่างกว้างขวางโดยใช้สัญลักษณ์ (symbolic communication) มนุษย์ที่เกิดและเติบโตขึ้นมาในสังคมใด ก็จะได้เรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมนั้นเป็นมรดกตกทอดกันมาเป็นลำดับ ในสังคมคนเล่นตุ๊กตาบลายซ์ก็จะมีธรรมเนียมปฏิบัติที่สืบทอดกันมาจากคนรุ่นแรกๆ ถึงคนรุ่นหลังที่เข้ามาใหม่ หรือเรียกได้ว่าเมื่อเข้ามาในสังคมคนเล่นตุ๊กตาบลายซ์นี้สิ่งแรกๆ ส่วนใหญ่ปฏิบัติ คือ การพาตุ๊กตาของตนเองมาแนะนำตัวพร้อมรูปภาพอาจมีประวัติและเรื่องราวของตุ๊กตาในตัวนั้นๆ ที่ได้สร้างขึ้นบ้าง รวมถึงการขอคำแนะนำในเรื่องต่างๆ จากรุ่นพี่ที่มีประสบการณ์และเล่นมาเป็นเวลานาน เป็นต้น การถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุจึงเป็นการถ่ายทอดแนวทางแห่งความคิดและแบบอย่างการปฏิบัติ

“การแนะนำตัวน้องมั้ง เพราะว่าเพื่อนๆ ในเว็บจะได้รู้จักน้องและเหมือนเป็นการแนะนำตัวเองไปในตัวด้วยเลย และอีกอย่างตั้งแต่เข้ามาก็คิดว่าคนที่เข้ามาเล่นใหม่ๆ นิยมซื้อปมากกว่า คือเข้ามาเลือกซื้อของแล้วก็ถามรุ่นพี่ที่เล่นก่อนหน้า ว่าร้านไหนดี ร้านไหนถูก ร้านไหนไม่โกงบ้างอะ ก็จะคอยฟังจะได้ไม่ตกเป็นเหยื่อ ...” ussawa (2553: สัมภาษณ์)

“ธรรมเนียมที่สืบทอดกันมาที่เห็นๆ นะ ก็การพาตุ๊กตาของตนเองมาแนะนำพร้อมรูปภาพ เพราะเป็นการทำความรู้จักกับคนอื่นๆ ที่ชอบเหมือนกัน และเป็นประโยชน์ให้คนอื่นได้ดูรูปตุ๊กตาเพื่อใครสนใจรุ่นนั้นๆ อยู่แต่ยังไม่แน่ใจว่าจะซื้อดีไหม เมื่อเห็นรูปที่ถ่ายมาโชว์ได้เห็นรายละเอียดมากขึ้น ...” noonoot (2553: สัมภาษณ์)

“อย่างที่จะเห็นได้บ่อยๆ ในบอร์ดก็จะมี กระพุ่มถามคำถามต่างๆ เช่น อาบน้ำได้ไหม สระผมยังไ้ เปลี่ยนอาชีพยังไ้ จะตั้งชื่ออะไรดี เพื่อนๆ ก็จะมาช่วยกันแสดงความคิดเห็น และก็มีการพาตุ๊กตาไปเที่ยว แล้วก็พาแนะนำตัวให้เพื่อนๆ ได้รู้จัก ส่วนใหญ่อยากมีเพื่อนใหม่ที่รักและชอบเหมือนกัน พอได้เข้ามาแนะนำตัวก็จะรู้สึกตัวว่ามีเพื่อนเพิ่มขึ้นบ้าง ...” Honey-suchada (2553: สัมภาษณ์)

“ถ้ารูปของตุ๊กตาที่ตัวเองมีอยู่ และนำมาโชว์คนอื่น ...” dukedik (2553: สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่า สมาชิกมีความต้องการให้เกิดการดำรงอยู่ของกลุ่ม โดยแสดงออกให้เห็นในรูปแบบของการรวมตัวกันทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่องทั้งในโลกออนไลน์และในโลกความเป็นจริง เมื่อคนในกลุ่มให้คุณค่ากับสิ่งที่ทำและเชื่อมั่นว่าเป็นเรื่องที่ดีทั้งด้านจิตใจและด้านอื่นๆ ส่งผลให้กลุ่มเกิดความเหนียวแน่น ผูกพันสนิทสนมกันมากขึ้น ผลลัพธ์คือกลุ่มสามารถดำรงอยู่ได้ และพร้อมที่จะสืบทอดต่อไปในอนาคต อาทิ แนวความคิดที่มีร่วมกัน การแสดงออกที่ยึดถือปฏิบัติกันภายในกลุ่มจากคนกลุ่มแรกถึงคนที่กำลังเข้ามาในกลุ่ม สามารถสะท้อนการเป็นวัฒนธรรมย่อยได้ว่า วัฒนธรรมย่อยนั้นพัฒนามาจากผู้ที่ทำกิจกรรมทางสังคมต่างๆ ซึ่งทำให้กลุ่มวัฒนธรรมย่อยมีความหลากหลายและซับซ้อน เนื่องจากกลุ่มวัฒนธรรมย่อยเป็นการอธิบายพฤติกรรมของคนที่มีวัฒนธรรมแยกจากวัฒนธรรมหลักของสังคมมากกว่าที่จะมองว่าเป็นกลุ่มที่มีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง วัฒนธรรมย่อยนั้นมีพื้นฐานมาจากความหลากหลายในรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรม และความสนใจของคน โดยแสดงออกด้วยสัญลักษณ์ เช่น ของสะสม การใช้สิ่งของ ฯลฯ รวมไปถึงปัจจัยอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นความสนใจพื้นฐาน การแสดงออก ภาษา เหล่านี้ล้วนแสดงให้เห็นถึงความ เป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยของผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ได้เป็นอย่างดี การเข้าใจและศึกษากลุ่มสังคมที่มี วัฒนธรรมย่อยต่างกัน จำเป็นต้องคำนึงถึงคุณค่าและบรรทัดฐานของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย เพื่อที่จะ เข้าใจลักษณะความคิดของกลุ่มสังคมนั้นๆ

4. ปรากฏการณ์กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์กับบทบาทรสนิยมสาธารณะ

จากการศึกษาปรากฏการณ์กลุ่มคนรักตุ๊กตาบลายซ์ในสังคมไทย พบว่ารสนิยมสาธารณะเข้ามาเป็นตัวแปรสำคัญของปรากฏการณ์นิยมตุ๊กตาบลายซ์ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ โดยสามารถอธิบาย แบ่งตามช่วงระยะเวลาที่รสนิยมสาธารณะเริ่มเข้ามาและออกจากวงการตุ๊กตาบลายซ์ ดังนี้

1. ช่วงก่อนที่ตุ๊กตาบลายซ์จะเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในประเทศไทย กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์เป็นเพียงกลุ่มเล็กๆ ที่เริ่มจากความชอบในตัวตนของตุ๊กตาบลายซ์อย่างแท้จริง เพราะช่วงแรกนั้นยังไม่มี การเข้ามาของบริษัทหรือกลุ่มผู้หวังกำไร และมีเพียงสื่อทางอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ต่างประเทศเท่านั้นที่เป็นแหล่งข้อมูลตุ๊กตาบลายซ์ จนกระทั่งมีการเปิดเว็บไซต์บลายซ์ไทยแลนด์ ในปี พ.ศ. 2550 ถือเป็นจุดเริ่มของการขยายกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์ระยะแรกในประเทศไทย ด้วยความที่ตุ๊กตาบลายซ์เป็นสิ่งใหม่ในขณะนั้น สมาชิกกลุ่มจึงค่อยๆ เพิ่มจำนวนอย่างช้าๆ

จนกระทั่งการเข้ามาของรสนิยมสาธารณะ

2. เมื่อกระแสหรือความนิยมขึ้นสู่จุดที่หลายคนสามารถรับรู้ได้ และความต้องการยังมีอยู่อย่างต่อเนื่อง รสนิยมสาธารณะจะเข้ามาพร้อมๆ กระแสและดำเนินควบคู่ไปกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซ้อย่างเป็นธรรมชาติในช่วงเวลาหนึ่ง ด้วยความที่กลมกลืนกับการแฝงตัวไปเรื่อยๆ ของรสนิยมสาธารณะ ผู้นิยมตุ๊กตาทั้งหน้าใหม่และหน้าเก่าต่างถูกหลอกล่อให้เข้าไปอยู่ในรสนิยมสาธารณะทั้งแบบรู้ตัวและไม่รู้ตัว ประกอบกับเป็นการตลาดที่ผู้ผลิตได้วางรูปแบบไว้เป็นอย่างดี จึงเป็นตัวผลักดันให้ผู้คนไหลเข้ามาในกระแสรสนิยมสาธารณะโดยไม่ทันได้ถูกคิดได้อย่างง่ายดาย ผู้วิจัยสามารถสรุปการตลาดที่เขยิบลของผู้นิยมตุ๊กตาหรือผู้ประกอบการ ได้ดังนี้

2.1 ความเด่นชัดที่มาจากตัวผลิตภัณฑ์ (Product) ที่มีความแตกต่าง (Differentiate) แต่โดนใจผู้บริโภค ตรงที่ไม่ใช่แค่ตุ๊กตาเหมือนอย่างที่มีอยู่แล้วในตลาดแต่มีเสน่ห์มากกว่า โดยสามารถต่อยอดให้ผู้เล่นตุ๊กตาสามารถเล่นได้มากขึ้นมีความสุขมากขึ้น อีกทั้งตัวผลิตภัณฑ์ยังจงใจให้เจ้าของหายเบื่อด้วยการใช้วัสดุผลิตที่เป็นพลาสติก ที่เอื้อต่อการจัด เกลา เหลาหน้าใหม่ หรือการคัสตอม(Customisation) เป็นรูปแบบที่ไม่เคยมีตุ๊กตาอื่นทำได้มาก่อน ความต่างของสินค้าเพียงลำพังไม่สามารถทำให้ตุ๊กตาบลาซ้สำเร็จได้ง่าย แต่กระบวนการตลาดอย่างมีกลยุทธ์ทำให้เจ้าของธุรกิจอย่าง CWC หรือ Cross World Connection มียอดขายและรายได้เติบโต ขณะที่ผู้บริโภคก็มีกำไรจากความสุขอย่างเต็มที่

2.2 เมื่อบวกกับกลยุทธ์ราคา (Price) ที่อยู่ในระดับพรีเมียม ตั้งแต่ 5 พัน ถึงหลักแสน สามารถ ตอบโจทย์ Consumer Insight ได้คือ ตอบสนองความรู้สึกลอยลางโดดเด่นเป็นพิเศษ อยากรู้อยากเป็น Trend Setters หรืออย่างน้อยต้องทันกระแสเป็นแฟชั่น และอยากมีสิ่งบ่งบอกสถานภาพและบุคลิกภาพ ทำให้กลุ่มที่เล่นอย่างน้อยต้องมีฐานะอยู่ในระดับ B ขึ้นไป เพราะเมื่อเทียบกับตุ๊กตาที่ครองตลาดเดิม ตัวอย่างเช่น ตุ๊กตาบาร์บี้ที่ราคาถูกกว่าเกือบ 10 เท่า กลายเป็นสิ่งบ่งบอกสถานะทางสังคมว่าตุ๊กตาบลาซ้มีความพิเศษหรือมีคุณค่ามากกว่า

2.3 ช่องทางการจำหน่าย (Place) ที่กลายเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญของตุ๊กตาบลาซ้คือ Official Shop (ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายตุ๊กตา บลาซ้อย่างเป็นทางการ) ซึ่งผู้ที่ทำสัญญาเป็นร้านจำหน่ายอย่างเป็นทางการกับ CWC ประเทศญี่ปุ่น ผู้ถือลิขสิทธิ์ตุ๊กตาบลาซ้ โดยกำหนดเงื่อนไขในการเป็น Official Shop ว่าจะต้องจองและยอมจ่ายเงินล่วงหน้าอย่างน้อย 30% เพื่อ Pre-

order นานถึง 6 เดือนและโอนเต็ม 100% ก่อนสินค้าออก วิธีนี้ไม่เพียงแต่ทำให้ CWC มั่นใจได้ว่าเมื่อสินค้าวางแล้วถูกซื้อหมดอย่างแน่นอน หรือในทางกลับกันการ Pre-order ทำให้สามารถกำหนดจำนวนสินค้าที่จะวางขายได้โดยไม่มีสินค้าเหลือให้ถูกลดมูลค่าลง แต่ยังทำให้บรรดาผู้ที่อยากจำหน่ายหรือบรรดาช่องทางจำหน่ายตุ๊กตาบลายธ์ทั้งหลายวิ่งเข้าหาขอเป็นตัวแทนจำหน่ายแทบทั้งสิ้นเพียงเพราะมั่นใจว่าสินค้ายังคงเป็นที่ต้องการในตลาด และมั่นใจในเจ้าของลิขสิทธิ์ CWC เช่นเดียวกับ “สาวก” ตุ๊กตาบลายธ์ที่รับฟังข่าวสารจากเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง และการติดต่อลูกค้าเป็นประจำ ถึงตุ๊กตาบลายธ์รุ่นใหม่ที่กำลังจะมา ลูกค้าหลายคนก็พร้อมจะจ่ายล่วงหน้าผ่านช้อปปี้ ไปถึง CWC เช่นกัน วิธีการนี้ ที่สำคัญยังทำให้ CWC สามารถรู้ยอดสั่งซื้อได้อย่างชัดเจน สามารถควบคุมต้นทุน และมั่นใจว่าธุรกิจจะแข็งแรงไปอย่างต่อเนื่อง Official Shop จึงกลายเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญ เพราะยังมีร้านตัวแทนจำหน่ายที่ชัดเจน ยิ่งทำให้คนรักตุ๊กตาบลายธ์มั่นใจในการซื้อमाครอบครองมากขึ้น และยังเป็นช่องทางการจัดกิจกรรมได้เป็นอย่างดี เพราะสามารถช่วยสร้างกระแส รวมถึงการจัดอีเวนท์ให้คนรักตุ๊กตาบลายธ์ได้ออกมาจากเครือข่ายสังคมออนไลน์มาร่วมสังสรรค์ในโลกจริงได้อย่างคึกคัก

ด้วยการจำกัดปริมาณเพื่อสร้างซัพพลาย ด้วยแผน “Limited และ Pre-order” กลยุทธ์นี้สำเร็จอย่างดีเพราะผู้บริโภคอยู่ในภาวะพร้อมตอบรับสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของตนเองอย่างแท้จริง การกำหนดจำนวนการผลิตในหลักพันตัว ทำให้ตุ๊กตาบลายธ์มีขอยอดจำหน่ายหมดทุกครั้ง ยิ่งจำนวนการผลิตน้อยกว่าความต้องการ ยิ่งจำกัด (limited) ดีมานด์ยิ่งพุ่ง ด้วยการเล่นจิตวิทยา กับผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคเห็นถึงคุณค่าของตุ๊กตาแต่ละตัว โดยการทำการตลาดที่เข้าถึงจิตใจคนรักตุ๊กตา จึงทำให้ตุ๊กตาแต่ละตัวออกมาราวกับเป็นคนจริงๆ อีกทั้งยังมีคาแร็กเตอร์ที่ต่างกันไปและ Brand Sense ที่บลายธ์สร้างเรื่องราวด้วยการเปิดวางจำหน่ายรุ่นต่างๆ ในช่วงโอกาสสำคัญ เป็นรุ่น Limited Edition ที่ระลึก เช่น Miss Anniversary ครบรอบแต่ละปี เป็นต้น แล้วแต่รุ่นไหนจะโดนใจใคร หลักการทำตลาดแบบนี้ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณค่าสินค้ามีมูลค่ามากขึ้น ตอบสนองความรู้สึกส่วนลึกของคนที่ยกมีสิ่งพิเศษกว่าคนอื่นเมื่อได้มาครอบครอง เพราะฉะนั้นลักษณะการซื้อจึงไม่ใช่เพียงแค่สะสมธรรมดา (Collect) เท่านั้น แต่ต้องการเพิ่มพูน (Accumulate) เป็นความภูมิใจที่ได้ซื้ชุดที่ดัง และบางครั้งยังนำมาแลกเปลี่ยนชิ้นส่วนกัน

2.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion) หรือเทคนิคการทำการตลาดที่ขยอเยียม คือ ก่อนวางจำหน่ายบริษัทผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายจะปล่อยสเกตซ์ภาพร่าง (illustration) พร้อมรายละเอียด เช่น คาแร็กเตอร์ ลักษณะนิสัย ความชอบ งานอดิเรก และของสะสมของตุ๊กตาบลายธ์ตัวนั้นๆ

สอดคล้องกับชื่อรุ่นแต่ละรุ่นที่ยาวพร้อมกับการเรียกขานทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจหลังจาก 3-4 อาทิตย์ ก็จะออกภาพถ่ายจริงหรือภาพเปิดตัว พร้อมราคาขาย ทำให้ต้องคอยลุ้นและเตรียมเงินไว้ให้พร้อมเสมอเพื่อสนองความอยากได้มาครอบครอง อีกเทคนิคหนึ่งคือ Viral Marketing แบบ Word of Mouth การบอกต่อถึงความดีของตุ๊กตาที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญโดยใช้ People Media จากคนที่ชื่นชอบในตุ๊กตาไปสู่คนที่ไม่รู้จักตุ๊กตาบลาซท์ จนเกิดชุมชน (Community) ของคนรักตุ๊กตาบลาซท์มากขึ้น การจัดอีเวนท์ ยิ่งทำให้ชุมชนมีพลังมากขึ้น นี่คือการกลยุทธ์ที่เด่นชัดของตุ๊กตาบลาซท์ โดยมีเครื่องมือที่สำคัญคือการสร้างชุมชนออนไลน์ ทั้งเว็บไซต์ Social Network เว็บไซต์เน้นการโพสต์รูปอวดโฉมตุ๊กตาบลาซท์ของแต่ละคน

จากการตลาดที่ทั้งตั้งใจและเกิดขึ้นโดยบังเอิญเหล่านี้สามารถดึงดูดผู้คนเข้าสู่กระแสนิยมสาธารณชนได้อย่างไม่ยากเย็น สรุปได้ว่าเมื่อไรก็ตามที่การเล่นตุ๊กตาของกลุ่มมีความต้องการ (Demand) เกิดขึ้นเรื่อยๆ ย่อมต้องมีรสนิยมสาธารณะเข้ามา เพราะตุ๊กตาบลาซท์มีคุณสมบัติชัดเจนตามรสนิยมสาธารณะคือ เป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมและต้องการเป็นเจ้าของอย่างรวดเร็ว เพราะกระแสของตุ๊กตาบลาซท์ต้องเน้นการขายของหรือใช้เงินส่วนใหญ่ในการเล่น นายทุนหรือผู้ประกอบการก็จะเป็นผู้ที่ได้ประโยชน์จากระบบทุนนิยม ในวงการตุ๊กตาบลาซท์จึงสามารถแบ่งนายทุนได้หลายระดับ เช่น นายทุนใหญ่ในที่นี้คือ บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายตุ๊กตาบลาซท์จากประเทศญี่ปุ่น นายทุนน้อยในที่นี้ไล่ตั้งแต่ผู้นำเข้าตุ๊กตาบลาซท์ทั้งเป็นทางการที่มีหน้าร้านชัดเจนและที่ผันตัวเองขึ้นมาเป็นผู้ขายจากความชื่นชอบในตัวตุ๊กตาบลาซท์ หรือแม้แต่ผู้ขายที่ไม่ได้มีความสนใจในตัวตุ๊กตา บลาซท์เลย เพียงเพื่อหวังเข้ามาปั่นกระแสบางสิ่งบางอย่างและกอบโกยผลกำไร หรือแม้แต่รายทุนบางรายที่เข้ามาเพื่อหากินในช่องทางทุจริตโดยการโกงเงินหลอกล่อให้ผู้ที่ยอยากได้ตุ๊กตาบลาซท์ในราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาด ด้วยที่กระแสนิยมสาธารณะได้ทำให้กลุ่มคนทั้งผู้ซื้อและผู้ขายไหลเข้ามาอย่างมากโดยการซื้อ-ขายจึงกระทำโดยปราศจากการถูกคิดไตร่ตรองหรือขาดการหาข้อมูลที่มาที่ไปพอ จึงทำให้มีผู้ตกเป็นเหยื่อซ้ำแล้วซ้ำเล่า โดยการอาศัยกระแสนิยมสาธารณะช่วงเวลาหนึ่งๆ โดยเฉพาะในวงการตุ๊กตาบลาซท์ที่รสนิยมสาธารณะจับได้ว่าตุ๊กตาบลาซท์นั้นสามารถทำอะไรได้อย่างมากมายมหาศาล รสนิยมสาธารณะจึงอยู่ในสถานะที่ควบคุมกันไปกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมของผู้นิยมตุ๊กตาบลาซท์เป็นระยะเวลาหนึ่ง ดังได้เห็นในช่วงต้นปี พ.ศ. 2552 ที่กระแสความนิยมตุ๊กตา บลาซท์เข้าสู่ขั้นพิกที่สูงสุด ดูได้จากการเพิ่มขึ้นในหลายๆ ด้าน อาทิ ความถี่ของงานอีเวนท์เกี่ยวกับตุ๊กตาบลาซท์ของบริษัทห้างร้านต่างๆ จำนวนผู้นิยมตุ๊กตาบลาซท์ที่มากขึ้น และหลากหลายช่วงอายุ ความแฉกที่ฟในการทำกิจกรรมหรืองานมีที่จัดขึ้นโดยกลุ่มผู้นิยมเองอย่างต่อเนื่อง ร้านค้าที่มีหน้าร้านหรือร้านออนไลน์ที่เป็นทางเลือกมากขึ้น เป็นต้น จึงสามารถกล่าว

ได้ว่าอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยของคนเล่นตุ๊กตาบลายซ์นั้นจริงๆ แล้วก็ได้รับผลมาจากรสนิยม
 สาธารณ การชักพาให้คนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม เกิดการรวมกลุ่มเพื่อแสดงตัวตน การสื่อสาร
 โดยใช้ภาษาหรือคำศัพท์เฉพาะของกลุ่มเป็นการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน รวมถึงความสัมพันธ์ของคน
 ในกลุ่ม ถ้ามองให้เป็นกลางแล้วรสนิยมสาธารณะต่างมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันกับวัฒนธรรมย่อย
 โดยสามารถมองได้ทั้งด้านบวกและด้านลบ ดังนี้

รสนิยมสาธารณะต่อผู้ประกอบการ, ผู้ผลิต

1. ผู้ประกอบการรายใหญ่สามารถแสวงหาผลประโยชน์ทางด้านการค้าได้อย่างเต็มที่ใน
 ขณะที่กระแสของตุ๊กตาบลายซ์กำลังเป็นที่นิยมอยู่ โดยกระจายสินค้าผ่านช่องทางจัดจำหน่ายใน
 ประเทศต่างๆ แถบเอเชีย ซึ่งประเทศไทยเองก็มีร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการถึง 4
 ร้านในเวลาไม่นานนัก เมื่อมีการลงทุนสูงแล้วผู้ประกอบการจำเป็นต้องทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการ
 และขายได้ในระยะยาว ยกตัวอย่าง การจัดกิจกรรมอีเวนท์ การนำเสนอผ่านสื่อทั้งทางโทรทัศน์
 หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต เหล่านี้เพื่อประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปรู้จักและเข้าถึง
 ตุ๊กตาบลายซ์โดยเร็วเพื่อขยายฐานไปในกลุ่มเริ่มมีความสนใจใหม่ๆ จึงกล่าวได้ว่าผู้ที่เป็นส่วน
 สำคัญที่ทำให้กระแสรสนิยมสาธารณะยังคงมีอยู่ก็หนีไม่พ้นผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการนั้นๆ นั่นเอง

2. ผู้ประกอบการรายย่อยที่เล็งเห็นถึงโอกาส อาจไม่มีความเกี่ยวข้องกับตุ๊กตาบลายซ์เลยทั้ง
 โดยตั้งใจเข้ามาจับธุรกิจเหล่านี้และเกิดจากการผันตัวจากผู้เล่นมาเป็นผู้ขาย เพราะถือว่ามีความ
 ใกล้ชิดกับคนในกลุ่มมากที่สุดจึงสามารถรู้ได้ว่ากลุ่มต้องการอะไร และอะไรจะสามารถทำ
 ประโยชน์ให้แกตนเองได้เป็นอย่างดี ประกอบกับการใช้จังหวะที่รสนิยมสาธารณะกำลังหลังไหลเข้า
 มาในวงการตุ๊กตาบลายซ์เพื่อฉกฉวยโอกาสให้ทันถ่วงที อาทิ ห้างสรรพสินค้าที่จัดงานเกี่ยวกับ
 ตุ๊กตาบลายซ์เพื่อสร้างสีสันและดึงคนเข้ามาซื้อของภายในห้างสรรพสินค้าของตนเอง การนำ
 ตุ๊กตาบลายซ์มาใช้โปรโมทสินค้ารวมถึงใช้เป็นของรางวัลให้ผู้มาร่วมสนุก เป็นต้น นับว่าเป็นการ
 มองการณ์ไกลไปถึงอนาคตในช่วงระยะเวลาหนึ่งของการขึ้นสู่จุดสูงสุดของสินค้านั้นๆ ในการเกาะ
 กระแสรสนิยมสาธารณะเพื่อแสวงหาผลกำไร

รสนิยมสาธารณะในด้านบวกต่อผู้บริโภค

1. ดึงผู้สนใจใหม่ๆ เข้ามาในวงการตุ๊กตาบลายธ์ คนใหม่ๆ เหล่านี้อาจมี Innovative Life หรือเป็นผู้ที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตุ๊กตาบลายธ์ เช่น วิธีการคัดสรรตกแต่งตุ๊กตา ซา ลอนชมตุ๊กตา การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ขนาดย่อส่วน ไปจนถึงการตัดเย็บชุดและเครื่องประดับ ตุ๊กตาต่างๆ อีกมากมายที่ทำให้วงการตุ๊กตาบลายธ์เกิดการพัฒนาหรือต่อยอดวิธีที่จะสนุกกับตุ๊กตา ด้วยตนเอง เหล่านี้นับว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มที่กลุ่มยอมรับและปฏิบัติกัน เรื่อยมา

2. เมื่อรสนิยมสาธารณะเข้ามาทำให้เกิดกิจกรรมที่ตอบสนองผู้บริโภคมากกว่าที่เป็นอยู่ อาทิ งานตุ๊กตาบลายธ์ที่จัดขึ้นโดยบริษัทห้างร้านรายใหญ่ที่พยายามตอบโจทยความต้องการของกลุ่ม เช่น จัดประกวดออกแบบชุดตุ๊กตาบลายธ์ ประกวดออกแบบคัสตอมตุ๊กตาบลายธ์ทั้งภายใน และต่างประเทศ ทำให้เกิดการรวมกลุ่มเพื่อนใหม่ๆ ที่หลากหลาย เกิดประสบการณ์ที่ดีและสร้าง โอกาสที่จะเข้าร่วมกิจกรรมในงานใหญ่ๆ ได้มากยิ่งขึ้นกว่างานในระดับของกลุ่มย่อยๆ

รสนิยมสาธารณะในด้านลบต่อผู้บริโภค

เมื่อรสนิยมสาธารณะได้ไหลเข้ามาต่อกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายธ์ โดยผู้เล่นไม่ทันตั้งตัวหรือถูก คิดกับกระแสที่ถูกปั่นจากระบบทุนนิยมที่ใช้รสนิยมสาธารณะเป็นเครื่องมือ ส่งผลให้เกิดแรงจูงให้ ทำตามๆ กัน การใช้เหตุผลมีความสำคัญน้อยลง เกิดความเสี่ยงต่อการถูกเอาเปรียบได้ง่ายจาก ผู้ประกอบการที่จงใจใช้กระแสรสนิยมสาธารณะเข้ามาหากำไรกับสิ่งของที่เป็นที่นิยม เช่น การปั่น ราคาให้สูงเกินจริง การใช้ราคาที่ถูกกว่าท้องตลาดเป็นตัวล่อให้หลงเชื่อกลโกง การใช้ตุ๊กตา บลายธ์เป็นตัวชูโรงส่งเสริมการขายร่วมกับสินค้าที่ไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับตุ๊กตาบลายธ์ เป็นต้น ซึ่งเราไม่สามารถห้ามไม่ให้รสนิยมสาธารณะเข้ามา แต่เราต้องมองเห็นมันอย่างเข้าใจและไม่ไหลไป ตามกระแสรสนิยมสาธารณะนั้น

3. แต่ละสังคมต่างต้องการผู้นำในการจัดการปัญหาหรือความไม่เป็นระเบียบไม่ถูกต้อง ทั้งหลาย ในสังคมตุ๊กตาบลายธ์ก็มีเพียงไม่กี่คนที่เห็นเหมือนผู้นำหรือตัวแทน ซึ่งจะเป็นลักษณะของ บุคคลที่แสดงจุดยืนของตนอย่างชัดเจน ไม่ต้องการให้เกิดความไม่ถูกต้องในกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตา บลายธ์ และยังได้รับการยอมรับจากสมาชิกส่วนใหญ่ของกลุ่มว่าเป็นผู้ที่คอยให้ความช่วยเหลือแก่

สมาชิกในด้านต่างๆ เป็นแบบอย่างที่ดีและไม่ได้ทำเพื่อหวังผลประโยชน์ส่วนตัวแต่เป็นการทำเพื่อให้สังคมนี้น่าอยู่และคงอยู่ต่อไปได้ ยกตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน อย่างเช่น การปลูกระดุมให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการเปิดโปงมิชชันที่โกงในรูปแบบต่างๆ ปลุกฝังความคิดที่ว่าสังคมนี้เป็นของทุกคนที่ทุกคนต้องช่วยกันดูแล ปลุกฝังว่าตุ๊กตาบลาซร์รุ่นที่ดีไม่จำเป็นต้องมีราคาแพงเพราะตุ๊กตาบลาซร์จะดีก็ต่อเมื่อเราให้คุณค่าตุ๊กตานั้นๆ มากน้อยแค่ไหน เป็นต้น ซึ่งมีสมาชิกจำนวนมากเห็นด้วยและคล้อยตาม พยายามผลักดันให้สมาชิกคนอื่นๆ ทำสิ่งที่ดีๆ เหล่านี้ไปในทิศทางเดียวกัน ขณะเดียวกันยังมีสมาชิกอีกจำนวนหนึ่งซึ่งไม่สนใจที่จะช่วยเหลือสังคมผู้นิยมตุ๊กตาบลาซร์ต่างๆ ที่รู้ว่าควรจะทำอย่างไร อาจเพราะคนกลุ่มนี้ขาดจิตวิญญาณร่วมต่อสังคมนี้ คือรู้ทั้งรู้แต่ไม่คิดที่จะทำชิ้นส่วนของชิ้นได้ก็พอ ไม่จำเป็นต้องทำดีหรือช่วยเหลือสังคมให้เหนื่อย และคนกลุ่มนี้จะค่อยๆ หายไปจากวงการตุ๊กตาบลาซร์ ซึ่งพวกเขาอาจจะเลิกเล่นโดยไปให้ความสนใจในสิ่งอื่น หรืออาจจะยังเล่นอยู่แต่สังคมตอนนี้ไม่จำเป็นสำหรับเขา คือไม่มีก็ไม่เดือดร้อนอะไร

4. เมื่อถึงจุดอิ่มตัวในการเล่นหรือหมดยุคนิยม ไม่ว่าจะมาจากความเกร่อในการหามาครอบครองจึงอาจไม่รู้สึกลึกถึงความพิเศษเหมือนช่วงแรกๆ ที่เริ่มได้ครอบครอง จำนวนคนเลิกเล่นที่มากขึ้น รวมถึงปัญหาการโกงเงินตุ๊กตาบลาซร์เรื้อรัง ทำให้กระแสตุ๊กตาบลาซร์เริ่มแผ่วเบาลง เปรียบเสมือนเส้นกราฟที่เริ่มต้นจากค่อยๆ ปูทาง ถึงจุดที่พีคที่สุด และปัจจุบันกำลังเดินเครื่องค่อยๆ ถดถอยลงจนถึงจุดที่แน่นิ่งหาความเคลื่อนไหวจากภายนอกหรือผู้ประกอบการได้ยาก จะเหลือแต่ความเคลื่อนไหวจากผู้ที่หลงเหลืออยู่ ที่กล่าวมาแล้วในบทก่อนหน้านี้ คือกลุ่มที่ยึดมั่นในจิตวิญญาณคนรักตุ๊กตาบลาซร์ ซึ่งการใช้ชีวิตของคนกลุ่มนี้จะมีความเกี่ยวข้องกับตุ๊กตาบลาซร์สูงและต่อเนื่อง ขณะเดียวกันก็มีผู้นิยมอีกจำนวนหนึ่งที่เริ่มคิดว่ามีสิ่งอื่นสามารถตอบสนองได้มากกว่า หรือทดแทนตุ๊กตาบลาซร์ได้ (กลุ่มที่ว่านี้คือ กลุ่มที่ชื่นชอบตุ๊กตาบลาซร์โดยตามกระแสแฟชั่น) ก็จะหันเหไปกับสิ่งอื่นและค่อยๆ ห่างจากตุ๊กตาบลาซร์ไปทีละน้อยจนแทบไม่เหลือความเคลื่อนไหวที่มาร่วมกับตุ๊กตาเหมือนในระยะแรกๆ กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซร์ที่เข้ามาตามกระแสแฟชั่นหรือไหลเข้ามากับรสนิยมสาธารณะทั้งแบบรู้ตัวและไม่รู้ตัว เมื่อถึงจุดอิ่มตัวต่อความสนใจอาจเลิกเล่นหรือหันเหไปกับสิ่งที่กำลังเป็นกระแสใหม่ๆ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนไปได้เรื่อยๆ ตามรสนิยมสาธารณะที่แปรตัวอยู่และพร้อมที่จะเข้ามาจับวัฒนธรรมย่อยกลุ่มใหม่ๆ ตลอดเวลา เนื่องจากกระแสตุ๊กตาบลาซร์ได้ปูทางสำหรับผู้ที่ชื่นชอบในสิ่งที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใครมากพอที่จะทำให้กลุ่มเหล่านี้คุ้นเคยกับตุ๊กตาชนิดใหม่ๆ ได้เป็นอย่างดี จึงทำให้เข้าถึงรสนิยมสาธารณะของตุ๊กตาสายพันธุ์ใหม่ๆ ได้ไม่ยาก อาทิ ตุ๊กตาสายพันธุ์เคล, พูลลิป, แพย์จ, BJD และอื่นๆ ที่พร้อมจ่อคิวให้รสนิยมสาธารณะเข้ามาจับอีกนับไม่ถ้วน

สี่ต้นความหลากหลายของกิจกรรมโดยองค์กรธุรกิจต่างๆ ที่ดำเนินเพื่อเชิงพาณิชย์เริ่มห่างหายจากวงการตุ๊กตาบลาซท์ ในฐานะผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการเมื่อสิ่งที่คนลงทุนอยู่ทำกำไรหรือกอบโกยผลประโยชน์ได้น้อยหรือเป็นไปอย่างยากลำบากก็จะค่อยๆ ลดสถานะของตนเองลง ยกตัวอย่าง ร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายเริ่มเปิดรับสมัครหุ้นส่วนกิจการ หรือจากคนที่เคยเป็นคนขายตุ๊กตาเมื่อถึงจุดอิ่มตัวตุ๊กตาขายยากจึงผันตัวเองมาเป็นแค่ผู้เล่นอย่างเดียวหรือออกจากวงการไปเลยก็มี มันเหมือนวัฏจักรชีวิตของวัฒนธรรมย่อยและรสนิยมสาธารณะเมื่อมีการเข้ามาก็ต้องมีการออกไปได้ ปัจจุบันนี้รสนิยมสาธารณะของตุ๊กตาบลาซท์ถึงจุดค่อยๆ ลดลงและพร้อมจะจางหายไปอย่างเงียบๆ สิ่งที่เหลืออยู่คือวัฒนธรรมย่อยที่ถูกขัดเกลากจากรสนิยมสาธารณะที่ผ่านเข้ามาและผ่านไปเท่านั้น คงเหลือแต่กลุ่มคนที่ยังแน่นแฟ้นที่จะดำเนินอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยที่กลุ่มและตนเองร่วมกันสร้างขึ้นมาและยังคงไม่หายไปกับกระแสความนิยมที่มันแผ่วไปดังกล่าว หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นแก่นของวัฒนธรรมย่อยที่เหลืออยู่ทั้งที่อยู่ในสังคมโลกออนไลน์โดยยังใช้เวลาส่วนมากไปกับการอัปเดตรูปภาพเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน และการรวมตัวกันเสมอๆ ในโลกความเป็นจริงผ่านการมีที่ตั่งที่จัดขึ้นเองภายในกลุ่มของตนเอง โดยวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มนี้พัฒนามาจากผู้ที่ทำกิจกรรมทางสังคมต่างๆ ทั้งในสังคมออนไลน์และสังคมความเป็นจริงนั่นเอง

5. ส่วนในอนาคตเมื่อรสนิยมสาธารณะได้จางไป จากการสัมภาษณ์ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงเตือนภัยและลุกขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือปกป้องไม่ให้วัฒนธรรมย่อยของคนเล่นตุ๊กตาบลาซท์จางหายไป ได้ความดังนี้

“อย่างตอนนี้งานหลักๆ ของพี่แต่ละวันต้องคอยเข้าบอร์ดมาคอยตามทวงของทวงเงินให้น้องๆ ในบอร์ดที่ฝากตามให้ กับแม่ค้าที่มันหนีหายมุดลงดินต่างๆ ที่คิดว่าปัญหาแบบนี้มันเมื่อไหร่จะหมดไปซะที มันเหมือนจะต้องมีเรื่องไม่ชอบมาพากลอยู่ตลอด ส่วนตัวนะคิดว่าคงอีกไม่นานหรอกคนคงเบื่อแล้วคงเลิกเล่นกันไปเอง โดยเฉพาะคนที่ถูกโกงซ้ำแล้วซ้ำเล่ามันจะหมดกำลังใจไปเลย บวกกับไอ้รสนิยมสาธารณะที่มันหนีเตลิดเปิดเปิงไปหมดแล้วด้วย คาดว่าไม่นานคนเล่นตุ๊กตาบลาซท์คงจะเงียบๆ ไปเอง จะเหลือแต่เพียงกลุ่มที่มีความสัมพันธ์และสนิทกันมากกว่าที่ยังต้องหมั่นมาอัปเดตหรือพูดคุยเสวนากันอยู่ประจำ เพราะมันติดชะแล้ววันไหนไม่ได้เข้ามัจจะนอนไม่หลับ อยู่ได้เพราะยังมีคนกลุ่มนี้แหละ ...” Tanya Huahin (2554: สัมภาษณ์)

“มองว่าในอนาคตอีกไม่กี่ปีปลายรัชคงเจียบเหงา ซึ่งคนภายนอกที่เขามองดูอยู่ อย่างเห็น ชาวโก๊งตุ๊กตาปลายรัชเข้าไปหน่อยก็แทบไม่อยากจะเข้ามาเล่นแล้ว มันไม่น่ามีเรื่องแบบนี้ คนที่ชอบบปลายรัชจริงๆ แล้วเขาถูกโกงจนทำให้เขาเลิกเข้ามาเล่นในบอร์ดเพราะเบื่อบรรยากาศ เลยหันไปเล่นเจียบๆ เพียงลำพังขึ้นชมอยู่คนเดียวตอนนี้มีเยอะมาก แต่ก็ยังอยากให้คนที่เล่นน้องทุกคนมองอย่างเข้าใจว่านี่มันก็เหมือนในสังคมอื่นๆ คนเล่นตุ๊กตาปลายรัชก็คือคนธรรมดาที่มีรัก โลภ โกรธ หลง ทุกอย่างในโลกมีเกิดก็ต้องมีดับ เมื่อวานยังแห่กันซื้อ พอวันนี้แทบเที่ยงกันซื้อ จำนวนคนใหม่ๆ ที่เข้ามาก็พอมิบังแต่ก็ไม่สามารถทดแทนกับคนที่ออกไปพร้อมๆ กับกระแสหรือรสนิยมสาธารณะหรือ ทำให้วงการดูเจียบไปเลย ...” Dukedik (2554: สัมภาษณ์)

จึงพอสรุปได้ว่า รสนิยมสาธารณะที่เข้ามาในวงการตุ๊กตาปลายรัชนั้นถือเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยหล่อหลอมให้เกิดวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มคนเล่นตุ๊กตาปลายรัชให้ปรากฏเด่นชัดและมีความต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น และมีส่วนที่ทำให้องค์ประกอบการเป็นวัฒนธรรมย่อยได้แผ่บางลงเช่นกัน และเมื่อรสนิยมสาธารณะเริ่มจากไป กลุ่มคนที่ยังอยู่ที่มีใจรักในตุ๊กตาปลายรัชอย่างจริงจังจึงสามารถอยู่ได้ด้วยตนเองและพร้อมจะดำรงกลุ่มของตนต่อไปในแง่ของการรวมกลุ่มทั้งโลกออนไลน์และโลกความเป็นจริง ซึ่งเราสามารถเรียนรู้กับปรากฏการณ์เหล่านี้ได้ สามารถมองออกว่าเมื่อรสนิยมสาธารณะเข้ามาจุดจบมันจะเป็นอย่างไร ควรเริ่มป้องกันตนเองและวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มให้รอดพ้นจากรสนิยมสาธารณะในแง่ลบต่างๆ เหล่านี้ได้อย่างไร

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาการสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซ เป็นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจในปรากฏการณ์ทางสังคมด้านวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มในสังคมไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซและภาพสะท้อนการเป็นวัฒนธรรมย่อย รวมถึงศึกษาบทบาทของรสนิยมสาธารณะที่มีต่อปรากฏการณ์นี้ การสุ่มตัวอย่างใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงผู้นิยมตุ๊กตาบลาซจำนวน 7 คน ที่เป็นสมาชิกในเว็บไซต์บลาซไทยแลนด์

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วมและการสนทนากลุ่มย่อย เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลและเพิ่มเติมที่อาจขาดหายหรือไม่สมบูรณ์ การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูลดำเนินไปพร้อมๆ กับการเก็บข้อมูลในแต่ละครั้งที่ผู้วิจัยลงพื้นที่เข้าร่วมมีทั้งทำกิจกรรมของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซ หรือสังเกตพฤติกรรมผ่านชุมชนออนไลน์ ผู้วิจัยจะจดบันทึกประจำวันต่อเหตุการณ์ ปรากฏการณ์ที่พบนำมาจำแนกและจัดหมวดหมู่ประเภทของข้อมูล ทำข้อสรุปย่อยเป็นนามธรรมและสรุปแบบตีความโดยยึดการคิดแบบองค์รวม จากผลการศึกษาได้นิยามวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามและอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นพอสรุปได้ดังนี้

1. การสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซ

การสร้างอัตลักษณ์เกิดจากกลุ่มคนที่สำนึกถึงความต้องการหรือความเป็นตัวตนของตนเอง และรับเอาสิ่งที่สามารถสนองตอบตัวตนนั้นเข้ามาเป็นส่วนสำคัญในชีวิต โดยเริ่มจากการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่สนใจ ไปสู่ขั้นตอนการจัดตำแหน่งการมีอยู่ของตน ว่ามีความเหมือนและแตกต่างจากคนอื่นๆ ในกลุ่มอย่างไร ถ้าพบความเหมือนต่อกลุ่มนั้นๆ จึงเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินวัฒนธรรมย่อยที่พวกเขาใช้เป็นกลยุทธ์ในการสร้างตัวตนและพื้นที่ทางสังคม จนเกิดเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มในที่สุด

เมื่อความรู้สึกชอบของคนส่วนน้อยไม่เหมือนกับคนส่วนใหญ่ ความต่างนั้นจะเปลี่ยนสถานะกลายเป็น “ปัญหา” โดยสัมพันธ์กับวัฒนธรรมย่อยที่พวกเขาแสดงออกต่อสังคม หากมีผลดีมากกว่าผลเสียสังคมทั่วไปก็ยังให้การยอมรับและไม่ตำหนิเตียน แต่หากเมื่อใดที่ผลเสียต่อส่วนรวมมีมากกว่า เมื่อนั้นสังคมส่วนใหญ่ก็จะตีตราว่าเป็นปัญหาของสังคม ซึ่งการเข้ามาของตุ๊กตาบลาซซ์ในประเทศไทยก็มีทั้งผลดีผลเสียขึ้นอยู่กับมุมมองเป็นหลัก โดยผลการวิจัยที่ได้จากคำตอบและพฤติกรรมที่แสดงออกของกลุ่มตัวอย่างนั้น ยังแสดงให้เห็นถึงแบบแผนหรือการพัฒนาในการเรียนรู้คุณค่าในทางบวก ซึ่งกลุ่มก็ได้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการนำมาพัฒนาต่อ ยอดจนก่อเกิดเป็นผลงานสร้างสรรค์และก่อเกิดงานศิลปะอีกรูปแบบหนึ่ง นำไปสู่อาชีพที่สร้างรายได้ รวมทั้งเกิดนวัตกรรมรูปแบบใหม่ๆ ที่คนกลุ่มนี้พร้อมที่จะสานต่ออัตลักษณ์ของกลุ่มไว้จากรุ่นสู่รุ่น โดยยังรับเอาอิทธิพลจากวัฒนธรรมหลัก ทั้งบุคลิกส่วนตัว สิ่งแวดล้อม กระแสสังคม สื่อมวลชนไทยและต่างประเทศ รวมถึงการยอมรับทางสังคม ซึ่งต่างเป็นตัวแปรที่ทำให้อัตลักษณ์ของกลุ่มมีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่เข้มแข็งขึ้น หรือในทางกลับกันอาจนำไปสู่การสูญเสียอัตลักษณ์เดิมได้เช่นกัน

2. การเกิดขึ้นของวัฒนธรรมย่อยกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์

เริ่มต้นจากคนกลุ่มหนึ่งที่รับเอาตุ๊กตาบลาซซ์ที่มีความแปลกใหม่ในเวลานั้น และเข้าถึงความต้องการของตน จึงนำมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต คือมีการให้ความสำคัญ มีการศึกษาหาความรู้ถึงประวัติความเป็นมา วิธีการเล่น วิธีการได้ครอบครอง และเริ่มเผยแพร่ความชอบของตนลงบนเว็บไซต์ ซึ่งเป็นสื่อที่คนรุ่นใหม่เข้าถึงได้ง่าย สร้างเป็นชุมชนออนไลน์เล็กๆ แล้วค่อยๆ ขยายเป็นสังคมที่ใหญ่ขึ้น โดยมีหลายปัจจัยที่ส่งผลให้มีการเติบโตของสังคมตุ๊กตาบลาซซ์อย่างรวดเร็ว เช่น ความมีเอกลักษณ์ของตุ๊กตาบลาซซ์ในช่วงเวลานั้น การรวมกลุ่มทำกิจกรรม การตลาดที่เชื่อมโยงของบริษัทผู้ผลิต ผู้มีชื่อเสียงให้ความสนใจและผลักดันรวมถึงจับเป็นธุรกิจโดยมีสื่อเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลให้ตุ๊กตาบลาซซ์ได้รับความนิยมอย่างสูงในเวลาอันสั้น เกิดเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยผ่านการเรียนรู้ถ่ายทอดรูปแบบประสบการณ์ในการเล่นตุ๊กตาซึ่งกันและกัน พัฒนาจนเป็นธรรมเนียมปฏิบัติต่อกันมาจากคนเล่นกลุ่มแรกๆ ถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยแสดงออกเป็นสัญลักษณ์ของแต่ละบุคคล โดยกิจกรรมที่ทำร่วมกันในงานมีทั้ง ไปจนถึงปัจจัยอื่นๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยของผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ โดยมีเป้าหมายให้กลุ่มดำรงอยู่อย่างยั่งยืน

ถึงแม้ว่ากลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์จะมีลักษณะของการเป็นวัฒนธรรมย่อยเกือบทั้งหมด แต่ผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ในสังคมไทยก็ยังมีข้อจำกัดในการเป็นวัฒนธรรมย่อย คือ การประพฤติปฏิบัติตัวหรือการแสดงออกส่วนใหญ่จะปรากฏก็ต่อเมื่ออยู่ในบรรยากาศของงานตุ๊กตาบลาซซ์เท่านั้น เพราะผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์เองก็เรียนรู้และเข้าใจถึงสถานะของกลุ่มคนที่ถูกตีกรอบโดยมุมมองของสังคมหลัก งานจึงมีลักษณะที่เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นตามวาระการสังสรรค์ ส่วนในช่วงเวลาอื่นๆ ก็อาจมีการพกพาตุ๊กตาบลาซซ์ติดตัวทั้งในสถานที่ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะ โดยจะแสดงออกอย่างรู้กาลเทศะ ไม่แสดงออกเต็มที่เหมือนอยู่ในบรรยากาศของงานหรือพื้นที่ที่มีไว้สำหรับคนเล่นตุ๊กตาบลาซซ์ ส่วนภาษาของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ที่เกิดจากการผสมผสานของภาษาจากหลายกลุ่มนั้น สมาชิกของกลุ่มมีการเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสมกับบริบทของสังคม เช่น เมื่ออยู่กับครอบครัวหรือเพื่อนทั่วไปก็จะใช้ภาษาวัยรุ่นธรรมดาทั่วไป และจะใช้ภาษาในวงการตุ๊กตาบลาซซ์เฉพาะเวลาที่อยู่ในกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์เท่านั้น รูปแบบการดำเนินชีวิตก็ไม่ค่อยแตกต่างจากคนทั่วไปในสังคมมากนัก ทำให้ปรากฏการณ์กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ในสังคมไทยอาจจะสะท้อนการเป็นวัฒนธรรมย่อยเพียงในระดับหนึ่งเท่านั้น

การดำเนินไปภายในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยมีทั้งลักษณะราบรื่นต่อกลุ่มของตนเอง และอีกส่วนหนึ่งคือเพิกเฉยหรือยอมตามคนนอกกลุ่มที่มีทัศนคติในด้านลบ รวมถึงยังมีอีกส่วนหนึ่งที่มีความขัดแย้งกันเองภายในกลุ่ม โดยธรรมชาติของการเปลี่ยนแปลงในวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ นอกจากจะมองในแง่ของการเปลี่ยนแปลงเองตามยุคสมัย มีช่วงเริ่มต้น ช่วงพีค หรือกระทั่งช่วงเริ่มตกต่ำ ยังพบการพยายามเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมกลุ่มโดยตัวผู้นิยมเองอีกด้วย ซึ่งถือเป็นการดิ้นรนต่อสู้ทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ถูกมองในฐานะวัฒนธรรมย่อย ที่จะต้องเผชิญหน้ากับวัฒนธรรมหลักซึ่งมักมองในแง่ลบ อีกทั้งมุมมองของวัฒนธรรมหลักที่มีต่อวัฒนธรรมย่อยที่เกิดจากความเป็นกระแสสังคม มักจะทำให้กลุ่มผู้นิยมถูกมองว่าเป็นกลุ่มไร้สาระ ฟุ้งเฟ้อ และไม่มีแก่นสารอันเป็นวาทกรรมที่ติดมากับสิ่งที่ถูกจัดว่าเป็นกระแส ณ เวลานั้นมาโดยตลอด

ความพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงวาทกรรมกระแสหลักดังกล่าว จึงปรากฏให้เห็นในหลายๆ โอกาส เช่น การที่ผู้นิยมหลายๆ คน ให้เหตุผลว่าตุ๊กตาบลาซซ์เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ เป็นการใช้เวลาว่างกับสิ่งที่ตนเองรัก ดีกว่าหันหน้าเข้าหายาเสพติดหรือสิ่งที่เป็นอบายมุข มีการรวมกลุ่มทำกิจกรรมการกุศลหรือสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในลักษณะต่างๆ หรือแม้กระทั่งระดับการศึกษาของคนในกลุ่มก็แสดงให้เห็นได้ว่ากลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซซ์ไม่ใช่คนที่ไร้สาระและโง่เสมอไป เป็น

ความพยายามที่กลุ่มหวังจะลบคำสบประมาทกับประโยคที่ว่า “คนเล่นตุ๊กตาบลาซัวอย่างเดียว ไม่พอ ต้องโง่ด้วย” การพยายามสร้างความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว แม้อัตราความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลงมีความเป็นไปได้น้อย เพราะไม่มีใครสนใจการกระทำของกลุ่มเหล่านี้ รวมถึงเป็นการยากที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของคนนอกกลุ่มที่มีต่อคนเล่นตุ๊กตาบลาซัวในแง่ลบมาโดยตลอด หากแต่นั่นก็ถือได้ว่าเป็นการต่อรองทางวัฒนธรรม เพื่อไม่ให้กลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซัวเกิดภาพลักษณ์ที่เสื่อมถอยไปตามกระแสและเสียความเป็นตัวตนไป รวมถึงเพื่อให้กลุ่มสามารถมีพื้นที่ทางสังคมและค่อยๆ เพิ่มการยอมรับจากวัฒนธรรมหลัก เพื่อการดำรงอยู่และการสืบทอดวัฒนธรรมย่อยของตนเองต่อไป

3. บทบาทของรสนิยมสาธารณะต่อปรากฏการณ์ผู้นิยมตุ๊กตาบลาซัว

รสนิยมสาธารณะมักมีความสัมพันธ์กับคำว่ากระแส กล่าวคือ เมื่อสิ่งใดก็ตามมีคุณสมบัติที่ “ขายได้” สิ่งนั้นจะเกิดเป็นกระแสโด่งดังในสังคมโดยสื่อเป็นตัวการ จากนั้นที่ตามมาคือรสนิยมสาธารณะที่หลั่งไหลเข้าไปตามกระแสนั้น ก่อเกิดผลที่ตามมาหลายประการ ในกรณีตุ๊กตาบลาซัวเอง ก็มีผลดีเมื่อรสนิยมสาธารณะเข้ามา คือ ดึงคนที่มีความสามารถด้านต่างๆ เข้ามาในกลุ่มส่งผลต่อการพัฒนาวงการตุ๊กตาบลาซัวทั้งรูปแบบการเล่นและเพิ่มทักษะอาชีพของผู้เล่น กลุ่มผู้ลงทุนก็สามารถเข้ามาหากำไรจากความนิยมของตุ๊กตาบลาซัวได้ โดยที่ผู้นิยมตุ๊กตาบลาซัวส่วนใหญ่กลับมองว่าเป็นสิ่งที่ดี ทำให้เกิดกิจกรรมต่างๆ เพิ่มขึ้นและช่วยเพิ่มพื้นที่ทางสังคมให้กลุ่มอีกด้วย ส่วนข้อเสียของรสนิยมสาธารณะคือ ทำให้คนบางส่วนเข้ามาในกลุ่มโดยไม่ได้เข้ามาเพราะชื่นชอบตุ๊กตาบลาซัวอย่างแท้จริง ซึ่งคนกลุ่มนี้ไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของตุ๊กตาบลาซัวในอนาคต ส่งผลให้คนกลุ่มนี้มีส่วนทำให้เกิดความเสื่อมในหลายด้าน เช่น บางคนที่เห็นแก่ตัวก็ผันตัวเองเป็นมิชชันนารีโดยใช้ความไว้วางใจของคนในกลุ่มเป็นเครื่องมือในการทุจริต ผลที่ตามมาคือหลายคนเลิกเล่นเพราะเบื่อพวกมิชชันนารี เบื่อที่ต้องคอยระวังและระวัง เบื่อเสียงคำหอนจากคนรอบข้างเสียงสะท้อนจากสังคมที่ยังมองตุ๊กตาบลาซัวในแง่ลบมากขึ้น นำไปสู่ช่วงตกต่ำของตุ๊กตาบลาซัวในที่สุด เป็นต้น ซึ่งรสนิยมสาธารณะยังเป็นเหมือนบททดสอบสำคัญ ว่ากระแสหรือวงการนั้นๆ จะสามารถยืนหยัดอยู่เป็นวัฒนธรรมย่อยได้อีกหรือไม่เมื่อผ่านการขัดเกลาและจากไปของรสนิยมสาธารณะ

4. ประโยชน์หรือบทเรียนจากการศึกษาครั้งนี้ต่อการพัฒนาสังคม

ผลการวิจัยที่ได้จากเรื่องนี้มีคุณประโยชน์ที่สำคัญในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์สังคมที่กำลังเป็นอยู่ กระบวนการของสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงและพัฒนาต่อเนื่อง โดยเฉพาะการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีที่ก้าวหน้า จนทำให้การติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนกันของวัฒนธรรมจากสังคมต่างๆ ทั่วโลกเกิดขึ้นได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โครงสร้างของสังคมสมัยใหม่ที่คนทั่วโลกติดต่อกันได้สะดวกเช่นนี้ ทำให้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นที่ใดที่หนึ่งสามารถเชื่อมโยง ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงไปในส่วนอื่นๆ หรืออีกซีกโลกได้ มองในแง่ประโยชน์คือ เมื่อเรามองเห็นและเข้าใจลำดับของเหตุการณ์นั้นๆ ทำให้เราสามารถคาดการณ์สิ่งที่จะเกิดต่อไปในอนาคต รวมถึงนำไปสู่การหาค้นคว้าหาวิธีการรับมือกับสิ่งที่จะเกิดเพื่อลดปัญหาหรือเพิ่มคุณประโยชน์ที่จะมีผลต่อสังคม เพราะการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสิ่งหนึ่งย่อมกระทบต่อสิ่งที่สิ่งนั้นสัมพันธ์ด้วย

อีกทั้งแนวคิดทฤษฎีที่มีความเป็นนามธรรมจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดคุณประโยชน์อย่างแท้จริงเมื่อทฤษฎีนั้นอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจปรากฏการณ์ที่แท้จริงของสังคม ปัญหาสถานะต่างๆ ในสังคมทุกๆ ด้านในปัจจุบันล้วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับทฤษฎีความรู้ทางสังคมศาสตร์ เนื่องจากทุกระบบของโครงสร้างสังคมมีความสัมพันธ์กัน ไม่ได้เป็นปัญหาทางด้านใดด้านหนึ่งเพียงด้านเดียว ซึ่งถือว่าเป็นทฤษฎีทางสังคมศาสตร์ที่จะช่วยนำไปสู่การแก้ไขสถานะวิกฤตสังคมได้อย่างมีความเชื่อมโยงและตรงจุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. จากการศึกษาจะเห็นว่าสื่อมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเคลื่อนไหวของกลุ่มในสังคม โดยสื่อจากต่างประเทศเป็นประเด็นที่น่าศึกษาอย่างละเอียด เพราะมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมความนิยมในสิ่งต่างๆ และการแสดงอัตลักษณ์ของกลุ่มต่างๆ ที่ผันแปรไปตามสัญลักษณ์ที่สื่อสารผ่านสื่อ นั้น โดยประเทศไทยมีหลายปรากฏการณ์ที่แสดงถึงการลอกเลียนแบบความนิยมจากต่างประเทศ
2. อัตลักษณ์ต่างๆ ที่กลุ่มเหล่านี้แสดงออกมา นอกจากเกิดจากความสำนึกตัวตน การยอมรับในสิ่งที่เราเป็นแล้ว การเรียนรู้จากประสบการณ์ในชีวิต ก็เป็นสิ่งสำคัญในการหล่อหลอม

ทางความคิด ความเชื่อ ค่านิยมต่างๆ นำพาชีวิตให้เป็นไปในแนวทางที่กลุ่มได้คิดแล้วว่ามันเป็นวิถีทางของเขา แต่ละคนไม่อาจมีอัตลักษณ์ที่เหมือนกันได้ทั้งหมด เนื่องจากการเรียนรู้ในชีวิตของแต่ละคนต่างกัน หน่วยงานในแวดวงวิชาการกับหน่วยงานในแวดวงนโยบายสามารถสร้างนโยบายที่ผ่านจากการเรียนรู้ประสบการณ์จริงในสังคม เพื่อให้เป้าหมายที่วางไว้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

3. การศึกษาความสัมพันธ์ของคนในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยว่ามีกระบวนการเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตจากโลกออนไลน์และตามไปสู่ความสัมพันธ์ในโลกความเป็นจริง เพื่อสามารถนำไปสู่การรวมกลุ่มที่มีแบบแผนที่แน่นอน มีหลักปฏิบัติที่สำคัญพอที่จะพัฒนาเป็นวัฒนธรรมย่อยที่ยั่งยืนโดยสมาชิกในกลุ่มเอง นอกเหนือจากการรวมกลุ่มที่เป็นแค่ตามวาระสังสรรค์เท่านั้น

ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

วัฒนธรรมย่อยเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมหลัก ถ้าเกิดการหลงวัฒนธรรมย่อยเกินไป ก่อให้เกิดผลเสียตามมาในรูปแบบของการฉกฉวยโอกาสอย่างผิดกฎหมาย จึงควรรักษาความสมดุลระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับสังคมใหญ่ ซึ่งวัฒนธรรมย่อยใหม่ๆ นั้นเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา การที่เราเข้าใจถึงรูปแบบ ตัวแปร และผลลัพธ์ จะเป็นผลดีต่อตัวเราในการมองตัวตนและข้อเท็จจริงของสังคม บ่อยครั้งที่ผู้คนตัดสินใจทำบางสิ่งบางอย่างเพราะแรงขับจากสังคมหรือคนรอบข้าง โดยลืมคำนึงถึงเหตุผลที่แท้จริงในการกระทำสิ่งนั้นๆ ก็อะไร มีความจำเป็นมากน้อยแค่ไหน และมีประโยชน์หรือโทษตามมาอย่างไร จนสุดท้ายอาจจะสูญเสียความเป็นตัวตนและไหลไปตามกระแสของสังคมที่มีอยู่มากมายโดยไม่รู้ตัว

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กฤติกร วงศ์สว่างพานิช. 2552. การสร้างอัตลักษณ์ของสหภาพยุโรป (European Union Identity) กับการดิ้นรน (struggle) ผู้การเป็นจักรวรรดิ (Online).

www.kritdikornwongswangpanich.wordpress.com/2009/10/29/การสร้างอัตลักษณ์
ของสห/, 15 สิงหาคม 2553.

กฤษฎารัตน์ วัฒนสุวรรณ. 2551. กระบวนการการเปลี่ยนอัตลักษณ์ทางเพศสถานะผ่านการ
บริโภค (Online). www.thaibrandmarketing.com/column.php?id=7, 5 สิงหาคม 2553.

กาญจนา แก้วเทพ. 2539. สื่อสองวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร: มุลนิธิภูมิปัญญา.

_____. 2545. เมื่อสื่อสองและสร้างวัฒนธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ศาลา
แดง.

_____. 2549. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: เอ็ดดิสัน
เพรส โปรดักส์ จำกัด.

การณิก อัมพพันธ์. 2548. นิตยสาร a day กับภาพสะท้อนของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยแบบโพสต์โม
เดิร์น. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวารสารสนเทศ, จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

กฤตา วจนสาระ. 2544. เซ็นเตอร์พ้อยท์ กับ “preteen”: การก่อตัวของวัฒนธรรมวัยแรกรุ่น.
วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. 2541. กระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทย : “ต้นตอ” เศรษฐกิจถดถอย.
กรุงเทพมหานคร: ชัคเชสมีเดีย.

ข่าวสด. 2552. กรุงเทพมหานคร: 26 มีนาคม 2553. หน้า 1.

เขมทัต พิพิธธนาบรรพ์. 2551. การแต่งคอสเพลย์ของกลุ่มวัยรุ่นไทย กับการสร้างอัตลักษณ์
วัฒนธรรมย่อยและบทบาทของสื่อ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวารสาร
สนเทศ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฉลาดชาย รมิตานนท์. 2550. อัตลักษณ์ วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลง (Online).

www.soc.cmu.ac.th/~wsc/data/Identity28_3_05.pdf, 26 ธันวาคม 2552.

ชลเทพ ปันบุญชู. 2550. ภาษาแอ็บแบ์ว วิฤติการณทางวัฒนธรรม หรือวิวิธนทางภาษา?

(Online). www.oknation.net/blog/print.php?id=92802, 5 สิงหาคม 2553.

ชลวรรณ วงษ์อินทร์. 2548. ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวี่เมทัลในประเทศไทย.

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชาติรี ลิธิริวิทย์. 2544. “เล่นตุ๊กตาบาร์บี้ในแบบสตรีนิยม.” สารคดี 17 (202): 169-172.

ชาย โพธิ์สิตา. 2550. ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร:
อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ชุติมา ชื่นเจริญ. 2549. ว่าด้วยเรื่องรสนิยม (Online).

<http://bbznet.pukpik.com/scripts/view.php?user=myzeon&board=35&id=155&c=1&order=numtopic>, 14 มกราคม 2554.

เชอร์รี่ ปิยะมากรณ์. 2552. คัมภีร์บลาจซ์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท โหลทอง มาสเตอร์พริ้นท์
จำกัด.

เหมอมาลัย ราชภัณฑารักษ์ และพวงเพชร สุรัตน์กวีกุล. 2548. มนุษย์กับสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 6.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ไทยรัฐ. 2552. กรุงเทพมหานคร: 1 มกราคม 2553. หน้า 1.

ไทยรัฐ. 2552. สื่อนอกซี เด็กกรุงเห่อตุ๊กตาบลายซ์ (Online).

www.thairath.co.th/content/oversea/49592, 1 มกราคม 2553.

_____. 2552. อิต ดารา-ไฮโซ ตัวละแสนตุ๊กตาบลายซ์ (Online).

www.thairath.co.th/offline.php?section=hotnews&content=122315, 1 มกราคม 2553.

ธิดารัตน์ รักประยูร. 2521. การเผยแพร่วัฒนธรรมวัยรุ่นญี่ปุ่นผ่านสื่อในประเทศไทย.

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นฤมล อนุศาสนนันท์. 2525. ชุมชนออนไลน์ของเยาวชน: กรณีศึกษา WWW. Dek - D.com.

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวารสารสนเทศ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นัทธชัย ประสานนาม. 2550. รูปพู่พจน์ของอัตลักษณ์เด็กแนว (Online).

www.artgazine.com/shoutouts/viewtopic.php?p=3866&sid=97645e4cba175e8376b33d37631d50b6, 5 สิงหาคม 2553.

_____. 2552. เพศชาติพันธุ์ และปัญหาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ในภาพยนตร์เรื่อง Touch of Pink (Online). www.midnightuniv.org/midnight2545/document95248.html, 26 ธันวาคม 2552.

นิลชา เฟื่องฟูเกียรติ. 2553. จี สุวิธาน กับ ดนตรี พื้นที่ทางวัฒนธรรมวาทกรรมอัตลักษณ์ปก

เกะญอ แห่งมุสลิม (Online). www.oknation.net/blog/birdbird/2010/02/01/entry-1, 5 สิงหาคม 2553.

บางกอกเอสเพรสโซ่แล็บ. 2553. รสนิยม (Online). http://bkksprolab.com/?p=74, 14 มกราคม 2554.

เบญจพร อนุรักษกุล. 2552. ผู้จัดการร้านลิโอทอย สาขาเทศบาลโก๊โด้สปีนเกล้า. สัมภาษณ์, 26 ธันวาคม 2552.

เบญจา ยอดคำเนิน (เอ็ดดิกซ์) และอื่นๆ. 2533. การศึกษาเชิงคุณภาพ: เทคนิคการวิจัยภาคสนาม.
พิมพ์ครั้งที่ 2. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

พิชิต พัทธ์เทพสมบัติ. 2551. **งทำและจงอย่าทำในการวิจัยสังคม**. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์สมาธรรม.

พิสุทธิณี บัวทรัพย์. 2551. การขยายเครือข่ายและเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มวัฒนธรรมย่อยปาร์ตี้
ดนตรีนอกกระแสผ่านทางเว็บไซต์ **myspace.com**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวารสารสนเทศ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เพชรพล เจริญศักดิ์. 2552. **Skin Type** (Online).
www.weloveshopping.com/template/e1/show_article.php?shopid=175919&qid=68978,
20 ธันวาคม 2552.

เพชรภี ปิ่นแก้ว. 2552. **Blythe** แคมมองตาก็ตกหลุมรักบลาซซ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ Core
Function.

เพ็ญพรรณ รัวโชติกุล. 2544. การวิเคราะห์วาทกรรมบนอินเทอร์เน็ต **Bulletin Board** ของ
เว็บไซต์พันธุ์ทิพย์. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภักวดี วีระภาสพงษ์. 2546. **ความเบาหวิวเหลือทนของชีวิต**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร:
โครงการจัดพิมพ์คืบไฟ. แปลจาก Milan Kundera. 1984 . *The Unbearable Lightness of
Being*.

ภัชภิชา อุภยสิริบุญ. 2552. “บลาซซ์...แสนรัก 2 ปี 3 ล้าน.” **Posittioning** (12 สิงหาคม 2552):
77.

_____. 2552. “สื่ออกิน... ไปกับน้องบลาซซ์.” **Posittioning** (12 สิงหาคม 2552): 71.

รัตน์ะ บัวสนธิ์. 2551. **วิจัยเชิงคุณภาพทางการศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์คำสมัย.

วิภารัตน์ พันธุ์ฤทธิ์คำ. 2544. **อิทธิพลของวัฒนธรรมต่างประเทศที่มีต่ออัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีดนตรีญี่ปุ่น**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิภาวี โรจนพันธ์. 2539. **การสร้างความหมายวัฒนธรรมวัยรุ่นในรายการปกิณกะบันเทิงทางโทรทัศน์**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิกิพีเดียสารานุกรมเสรี. 2552. **ตุ๊กตาบลายซ์** (Online). th.wikipedia.org/wiki/บลายซ์, 20 ธันวาคม 2552.

สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม. 2548. **วัฒนธรรมวัยรุ่น : การใช้เวลาว่างในยุคสมัยแห่งวัฒนธรรมบริโภค** (Online). <http://literature.ocac.go.th/index.php?module=page&page=detail&id=19>, 22 ตุลาคม 2553.

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว. 2550. **รายงานการตรวจสอบตลาดสินค้าของเล่นในประเทศญี่ปุ่น** (Online). www.thaiceotokyo.jp, 22 ธันวาคม 2552.

सानิต นครไทย. 2552. **ความหมายของวัฒนธรรม** (Online). www.pantown.com/group.php?display=content&id=34862&name=content49&area=3, 25 พฤศจิกายน 2553.

สุกรี แมนชัยนิมิต. 2552. “ถอดรหัสความสำเร็จ Blythe.” **Posittioning** (12 สิงหาคม 2552): 56-61.

_____. 2552. “Insight คนรัก Blythe.” **Posittioning** (12 สิงหาคม 2552): 62-64.

สุกรี แมนชัยนิมิต. 2552. “Official Shop เงินทุนเพิ่ม ยอดขาย Blythe ยิ่งสะพัด.” **Posittioning** (12 สิงหาคม 2552): 65-68.

สุรางค์ จันทวานิช. 2546. การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 5.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. และอื่นๆ. 2549. งานวิจัยเชิงคุณภาพในประเทศไทย. พิมพ์ครั้งที่ 14.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อกิน รพีพัฒน์ และคณะ. 2537. คู่มือการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่องานพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อภิญา เพื่องฟูสกุล. 2546. อัตลักษณ์: การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด. กรุงเทพมหานคร:
สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

อริสา สุขสม. 2552. เมื่อวัยรุ่นบริโภคแฟชั่น: การบริโภค “อัตลักษณ์” ภายใต้วัฒนธรรมการ
บริโภค. วารสารสุทธิปริทัศน์ (Online). www.dpu.ac.th/journal/page.php?id=6475, 15
สิงหาคม 2553.

อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. 2552. “แบรนด์วีต้าพูน Blythe = Beauty.” **Posittioning** (12 สิงหาคม
2552): 92-93.

อาภรณ์ จันทรสมวงศ์. 2544. พลวัตชุมชนไทยในสมัยโลกาภิวัตน์. กรุงเทพมหานคร: โครงการ
ประสานงานวิจัยเพื่อพัฒนาสังคม สกว.

อุษา ดวงสา. 2537. การวิจัยเชิงคุณภาพ: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ในการศึกษาและสังคม
สมัยใหม่. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว แปลจาก Marion Lundy
Dobbert. *Ethnographic Research: Theory And Application For Modern Schools And
Societies.*

เอก พร้าสำราญ. 2551. “Blythe ตุ๊กตาที่ไม่ได้เคลือบยาพิษ.” *บางกอกทูเดย์* (23 กุมภาพันธ์ 2551): 36.

ASTV. 2552. **บลายธ์แท้ VS บลายธ์ก๊อบ ความสุขต่างระดับ** (Online). www.manager.co.th, 25 ธันวาคม 2552.

Blythedoll. 2009. **Blythe History** (Online).
<http://www.blythedoll.com/jpn/whats/history/index.cgi?l=j;y=2009>, 1 October 2009.

_____. 2010. **Blythe History** (Online).
<http://www.blythedoll.com/jpn/whats/history/index.cgi?l=j;y=2010>, 25 December 2010.

Blythethailand. 2010. **Stats of Thai Largest Blythe Doll Community** (Online).
<http://forum.blythethailand.com/index.php?action=stats>, 24 August 2010.

_____. 2009. **Webbroad** (Online). <http://forum.blythethailand.com/index.php>, 1 October 2009.

_____. 2009. **Website** (Online). <http://www.blythethailand.com/>, 3 January 2009.

_____. 2010. **Webbroad** (Online). <http://forum.blythethailand.com/index.php>, 1 January 2010.

CentralPlaza. 2009. **Event & Activities** (Online). <http://www.centralplaza.co.th/Activities-th-0-0-0-0.aspx>, 1 October 2010.

Cross World Connections Ltd. 2009. **Shop List in Asia out side of Japan** (Online).
<http://www.blythedoll.com/eng/shopinfo/shoplist.html>, 5 August 2010.

Entertainment.thaiza. 2552. **ดารา-นักแสดง** (Online). www.Entertainment.thaiza.com, 25 ธันวาคม 2552.

Incredible kapong. 2548. **เราทุกคนล้วนแสวงหา** (Online).
<http://kapong.spaces.live.com/blog/cns!74E0B35874737219!281.entry?sa=771064455>,
 14 มกราคม 2554.

Insanetheater. 2553. **เพลงป๊อปที่ก้าวข้ามพรมแดน** (Online).
<http://www.oknation.net/blog/insanetheater/2010/01/06/entry-1>, 14 มกราคม 2554.

Ladysquare. 2008. **Blythe Quality Control** (Online).
http://www.ladysquare.com/forum_posts.asp?TID=42440&PN=1, 25 December 2009.

Leo-toy. 2009. **CUSTOM BLYTHE** (Online). www.leo-toy.com, 25 December 2009.

Maewjaidam. 2552. **รสนิยมสาธารณะในความเบาหวิว** (Online).
<http://maewjaidam.wordpress.com/2009/11/02/รสนิยมสาธารณะในความเบาหวิว>, 14
 มกราคม 2554.

Mr. Mint. 2544. **a day และ summer : นิตยสารทางเลือกที่อันตราย** (Online).
<http://www.chaliang.com/Board-Detail.asp?ID=03851>, 14 มกราคม 2554.

Wikipedia The Free Encyclopedia. 2010. **Cultural identity** (Online). encyclopedia.laborlawtalk.com/Cultural_identity 2010, 5 August 2010.



แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์
เรื่อง การสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลายซ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อ – นามสกุล
2. ชื่อเล่น
3. User name ที่ใช้ในเว็บไซต์ Blythethailand.com
4. วัน เดือน ปีเกิด
5. เพศ
6. อายุ
7. สถานภาพ
8. อาชีพ
9. สถานที่ทำงานหรือสถานศึกษา
10. ระดับการศึกษาสูงสุด
11. ภูมิลำเนาที่อาศัยปัจจุบัน
12. เริ่มรู้จักตุ๊กตาบลายซ์ได้อย่างไร
13. ทำไมถึงชื่นชอบตุ๊กตาบลายซ์ และอะไรที่ทำให้หลงใหลในเสน่ห์ของตุ๊กตาบลายซ์
14. ปัจจุบันมีตุ๊กตาบลายซ์ไว้ครอบครองทั้งหมดกี่ตัว
15. ชอบตุ๊กตาบลายซ์ประเภทไหนมากกว่ากันระหว่างออริจินัลกับคัสตอม
16. เคยคิดเสียดายกับเงินที่จ่ายไปเพื่อซื้อตุ๊กตาบลายซ์บ้างหรือไม่
17. เคยเข้าร่วมมีตติ้งหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นเกี่ยวกับตุ๊กตาบลายซ์บ้างหรือไม่
18. ประโยชน์ที่ได้รับจากการเล่นตุ๊กตาบลายซ์คืออะไร
19. การเข้ามาอยู่ในวงการตุ๊กตาบลายซ์พบปัญหาหรืออุปสรรคอะไรหรือไม่ อย่างไร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะที่ปรากฏของกลุ่ม

1. เคยพกพาตุ๊กตาบลายซ์ติดตัวออกไปนอกบ้านนอกเหนือจากงานกิจกรรมที่ต้องนำตุ๊กตาบลายซ์ไปเข้าร่วมหรือไม่ (ถ้าเคยสถานที่ที่พาไปบ่อยๆ, ไม่เคย เหตุผลเพราะ)
2. เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีอะไรบ้าง (ยี่ห้อ/รุ่น) และได้นำเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์เหล่านั้นมาใช้ร่วมกับการเล่นตุ๊กตาบลายซ์หรือไม่ อย่างไร
3. อุปกรณ์เสริมที่ให้ความสำคัญมากที่สุด เพื่อนำมาใช้ในการเล่นตุ๊กตาบลายซ์ให้สมบูรณ์

มากยิ่งขึ้นนึกถึงสิ่งใดเป็นครั้งแรก เพราะอะไร

4. เคยแต่งตัวให้ตนเองและตุ๊กตาของตนเองเป็นคู่เหมือน นอกเหนือจากงานกิจกรรมที่กำหนดให้แต่งตามคอนเซ็ปต์ หรือไม่ อย่างไร
5. ลักษณะการแต่งกายให้แก่ตนเองและตุ๊กตาของตนเองเป็นไปในรูปแบบใดมากที่สุด
6. ตั้งชื่อสำหรับไว้เรียกตุ๊กตาของตนเองใช่หรือไม่ (ถ้าใช่ มีชื่ออะไรบ้าง)
7. เคยได้ยินพบเห็นชื่อ “น้องกุหลาบ, น้องหุฟิง, น้องหอม, น้องยิปโซ” แทนชื่อรุ่นจริงหรือไม่ และได้เรียกตุ๊กตาแบบนั้นบ้างหรือไม่
8. เคยเล่นตุ๊กตาบลายซ์โดยการสร้างเรื่องราวหรือบุคลิกให้แก่ตุ๊กตาตัวนั้นๆ หรือไม่ อย่างไร
9. กิจกรรมอะไรที่คิดว่าชอบทำที่สุดในการเล่นกับตุ๊กตาบลายซ์
10. เรียกแทนตัวตุ๊กตาบลายซ์ของตัวเองอย่างไร และเพราะอะไรจึงเรียกเช่นนั้น
11. มีการแสดงออกถึงความรัก ความผูกพันที่มีต่อตุ๊กตาบลายซ์อย่างไรบ้าง
12. เคยหาข้าวของเครื่องใช้นอกจากเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับให้แก่ตุ๊กตาของตนเองหรือไม่ เพราะอะไร
13. เคยมีความรู้สึกภาคภูมิใจ กับการที่ได้ครอบครองตุ๊กตาบลายซ์บ้างหรือไม่
14. เมื่อตุ๊กตาบลายซ์ออกรุ่นเดือนเกิดของตนเอง จะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรุ่นนั้นๆ ใช่หรือไม่ เพราะเหตุใด
15. บอกชื่อรุ่นตุ๊กตาบลายซ์ที่วางจำหน่ายในเดือนเกิดของตนเองเท่าที่จำได้ ใดหรือไม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม

1. การเข้ามาในวงการตุ๊กตาบลายซ์ของคุณมีการพัฒนาต่อยอดไปในเรื่องใดบ้าง
2. คิดว่ากลุ่มคนเล่นตุ๊กตาบลายซ์ที่อยู่ในรุ่นแรกๆ ที่เข้ามาก่อนมีการถ่ายทอดสิ่งใดให้คนรุ่นต่อไปที่กำลังเข้ามาในกลุ่ม
3. สิ่งที่ถูกปลูกฝังในตัวเมื่ออยู่ในสังคมกลุ่มคนเล่นตุ๊กตาบลายซ์คืออะไร
4. ธรรมเนียมปฏิบัติในการเล่นตุ๊กตาบลายซ์ที่สืบทอดกันมาจากคนรุ่นแรกๆ ถึงคนรุ่นหลังที่เข้ามาใหม่ หรือ เมื่อเข้ามาในสังคมคนเล่นตุ๊กตาบลายซ์นี้สิ่งแรกที่ทุกๆ คนส่วนใหญ่ต้องทำ คิดว่าคืออะไรและทำไมถึงต้องทำแบบนั้น
5. ตัวคุณเองได้ถ่ายทอดความเป็นตัวเองลงบนผลงาน(การเล่นตุ๊กตา)จนเป็นเอกลักษณ์ของตนเองได้อย่างไร
6. ในการเล่นตุ๊กตาบลายซ์คุณต้องใช้ความสามารถในเรื่องใดมากที่สุด

7. มีส่วนร่วมในสังคมกลุ่มคนเล่นตุ๊กตาบลาซในเรื่องใดบ้างและมากน้อยแค่ไหน
8. การเข้ามาเล่นตุ๊กตาบลาซ การดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ อย่างไร
9. สิ่งใดบ้างที่คิดว่าควรจะให้คงอยู่ในสังคมคนเล่นตุ๊กตาบลาซ และสิ่งนั้นจะสืบต่อไปในอนาคตได้อย่างไร
10. พฤติกรรมการโกงที่เกิดจากผู้เล่นตุ๊กตาบลาซด้วยกันเอง มีผลกระทบมากน้อยแค่ไหนต่อตัวเองและต่อสังคมคนเล่นตุ๊กตาบลาซในปัจจุบัน
11. คิดอย่างไรกับคำว่า “คนไทยปัจจุบันมีวัฒนธรรมซื้อไป ใช้เหลัก แดกฉวน”
12. วิถีชีวิตหรือการดำเนินชีวิตในโลกปัจจุบันเหมือนหรือแตกต่างจากการดำเนินชีวิตในสังคมออนไลน์หรือไม่ และอย่างไร
13. สิ่งใดบ้างที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มคนเล่นตุ๊กตาบลาซที่กลุ่มอื่นๆ หรือสังคมอื่นๆ ไม่มีหรือมีแต่ไม่เด่นชัดเท่า
14. คิดว่าสังคมกลุ่มคนรักตุ๊กตาบลาซได้รับการยอมรับจากคนภายนอกกลุ่มมากน้อยเพียงใด และในอนาคตจะเป็นไปในทิศทางใด
15. สิ่งแรกที่นึกถึงกลุ่มคนเล่นตุ๊กตาบลาซหรือสังคมคนเล่นตุ๊กตาบลาซ คือ อะไร เหตุผลเพราะ
16. ตั้งแต่เริ่มรู้จักตุ๊กตาบลาซมาวงการตุ๊กตาบลาซในสายตาคุณเปลี่ยนแปลงไปไหม อย่างไร
17. มีความคิดเห็นอย่างไรกับคำพูดที่ว่า “คนที่เข้ามาเล่นตุ๊กตาบลาซเพราะตามกระแส อยากเด่นอยากดัง”
18. คนรอบข้างหรือครอบครัวเข้าใจหรือไม่ที่เล่นตุ๊กตาบลาซ
19. อยากให้ตุ๊กตาบลาซได้รับความนิยมมากขึ้นหรือลดลง เหตุผลเพราะ
20. ให้ความหมายคำว่า “เล่นตุ๊กตาแบบอวดรวย” ตามความรู้สึกว่าอย่างไร
21. นิยามความหมายของคำว่า “มีพตึง” ว่าอย่างไร
22. งานอดิเรกหรือกิจกรรมในยามว่างที่นอกเหนือจากการเล่นตุ๊กตาบลาซคืออะไร

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทิศทางของปรากฏการณ์ตุ๊กตาบลาซในอนาคต

1. มองอนาคตของกลุ่มผู้นิยมตุ๊กตาบลาซไว้อย่างไร ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม
2. ปัญหาที่ควรแก้ไขเป็นอันดับแรกในวงการตุ๊กตาบลาซตอนนี้คืออะไร เพราะอะไร

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาววาสุพร คงใหญ่
วัน เดือน ปี ที่เกิด	วันที่ 25 เดือนตุลาคม พ.ศ. 2527
สถานที่เกิด	จังหวัดนนทบุรี
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ สวนสุนันทา จังหวัดกรุงเทพมหานคร

