

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริโภคสัญญาณ และบทบาทการสื่อสารของกลุ่มผู้เล่นตุ๊กตาบลายธ์ โดยผู้วิจัยต้องการศึกษาว่าผู้เล่นมีทัศนคติต่อตุ๊กตาบลายธ์ผ่านการบริโภคสัญญาณอย่างไร ตลอดจนศึกษาการรวมกลุ่มของผู้เล่นตุ๊กตาบลายธ์ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการทำกิจกรรมต่างๆ ผ่านการใช้สื่อหรือพื้นที่สาธารณะชนิดใดและลักษณะใดบ้าง รวมทั้งศึกษาว่าช่องทางสื่อสารที่เป็นเครื่องมือในการแพร่กระจายความนิยมของตุ๊กตาบลายธ์ให้เป็นที่รู้จักในสังคมจนทำให้เกิดกระแสนิยมตุ๊กตาบลายธ์ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ และให้แนวคิดเกี่ยวกับการบริโภคสัญญาณและตรรกะการบริโภค แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มและการสื่อสารภายในกลุ่มเป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดยมุ่งศึกษาลักษณะการบริโภคของทั้งผู้เล่นและผู้จำหน่ายที่เล่นตุ๊กตาบลายธ์แบบปรับเปลี่ยน (Modify) และไม่ปรับเปลี่ยน (Non Modify)

ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการบริโภคของผู้เล่นบลายธ์ จะแสดงออกมาในรูปแบบการบริโภคที่เชื่อมโยงเข้ากับแนวคิดทฤษฎีตรรกะบริโภคทั้ง 4 ประการของ Jean Baudrillard โดยพบว่าผู้เล่นบริโภคบลายธ์จากความชื่นชอบส่วนตัว และจากลักษณะพิเศษของตุ๊กตาบลายธ์ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้จึงทำให้เกิดลักษณะการเล่นบลายธ์ที่หลากหลาย รวมทั้งพบลักษณะการเล่นบลายธ์ตามความนิยมหรือตามกระแสแฟชั่น ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวสะท้อนถึงลักษณะตรรกะบริโภคเชิงสัญญาณ (Logic of Sign Value) การซื้อ-ขายบลายธ์ คือ ลักษณะตรรกะบริโภคค่าแลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐศาสตร์ (Logic of Exchange Value) ส่วนการเล่นบลายธ์ในฐานะที่เป็นสินค้าหรือตุ๊กตาชนิดหนึ่งก็สะท้อนถึง พฤติกรรมตรรกะบริโภคเชิงอรรถประโยชน์ (Logic of Symbolic Exchange) การซื้อบลายธ์ให้เป็นของขวัญ ก็สะท้อนถึงตรรกะวิทยาของค่าแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (A Logic of Symbolic Exchange) จากพฤติกรรมดังกล่าวจะเห็นได้ว่านอกจากผู้เล่นบริโภคบลายธ์ในฐานะที่บลายธ์เป็นเพียงตุ๊กตาแล้ว ผู้เล่นยังรู้สึกวบลายธ์เป็นมากกว่านั้น ถือเป็นวิถีการบริโภคที่ถูกหล่อหลอมว่าไม่ต้องอยู่กับโลกความจริงมากนัก แต่เป็นการบริโภคในโลกความจริงเชิงสมมติ (Hyperreality) ย่อมทำให้ผู้เล่นถูกดึงดูดด้วยรายการบริโภคเชิงสัญญาณมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นในสังคมบริโภคยุคใหม่ จึงจะพบว่าทิศทางของการบริโภคสินค้าในประโยชน์แท้จริงก็จะลดลง แต่ทดแทนด้วยการบริโภคเชิงสัญญาณมากขึ้น

The research aims at studying the signification of logics of consumption and the role of Communication among the Blythe players. It also aims at studying how the players have the attitude to the Blythe doll and how different of the way they play. Further, to study how the players communicate through which kind of media. Qualitative approach is employed as well as logics of consumption theory, communication theory and group theory. The research aims at studying the consumption of players and suppliers in both modify and non-modify .

The findings of research show that the Blythe players signify the consumption through their feeling, admiration and popularity . In accordance to the special feature, the players are admired by its modification which offer the variety plays and inspirations. According to all the behaviors, it can refer to the Logic of Consumption of Jean Baudrillard which are : Logic of Sign value, Logic of Exchange Value, Logic of Use Value and Logic of Symbolic Exchange value. The findings from those behaviors indicate that the players signify the logics of consumption mostly on logic of sign value and logic of use value. For the logic of symbolic exchange value and the logic of exchange value, we can also found but in less proportion. The findings also imply that most of the Blythe players consume the logic of sign, this is in accordance to logics of consumption in a hyperreality rather than in a real world.