

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หลายสิบปีมาแล้วที่วัฒนธรรมญี่ปุ่นแผ่ขยายเข้ามาจนเป็นที่รู้จักคุ้นเคยของคนไทยเรา เป็นต้นว่า หนังสือการ์ตูน ฮีโร่ผู้ผจญความยุติธรรม¹ ละครซีรีส์ วิดีโอ เกม ตลอดจนตัวคาแรกเตอร์ อย่างไรก็ตาม สิ่งเหล่านั้นไม่ใช่วัฒนธรรมในความหมายของการเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติ ดังเช่น ภาษา เครื่องแต่งกายประจำชาติหรือขนบธรรมเนียมประเพณี หากแต่เป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมของญี่ปุ่นที่ได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมสมัยนิยมของอเมริกา หรืออาจกล่าวได้ว่าสิ่งที่เราเปิดรับคือ วัฒนธรรมสมัยนิยมของอเมริกาซึ่งถูกสังคมญี่ปุ่นแปรรูปให้เข้ากับรสนิยมของคนเอเชีย โดยเราไม่ได้รับวัฒนธรรมเหล่านี้เข้ามาแทนวัฒนธรรมไทยซึ่งเป็นวัฒนธรรมหลักในสังคม (Main Culture) เพียงรับเข้ามาเป็นวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ที่สอดแทรกอยู่ร่วมกับวัฒนธรรมหลัก

งามพิศ สัตย์สงวน (2543, น. 30-31) กล่าวว่า วัฒนธรรมย่อย หมายถึง วัฒนธรรมที่ใช้กันในกลุ่มคนบางกลุ่ม ไม่ได้ใช้กันโดยคนจำนวนมากในสังคม กลุ่มคนดังกล่าวนอกจากจะปฏิบัติตามวัฒนธรรมหลักแล้ว ยังปฏิบัติตามวัฒนธรรมย่อยเฉพาะกลุ่มซึ่งมีเอกลักษณ์ของตนเอง

สำหรับคนไทยมีแนวโน้มที่จะรับวัฒนธรรมย่อยเข้ามาเพียงชั่วระยะเวลาหนึ่ง ขึ้นอยู่กับกระแสความนิยมและการนำเสนอของสื่อมวลชน ซึ่งก็เป็นไปตามกลไกของวัฒนธรรมสมัยนิยม (Popular Culture) ตามที่พัฒนา กิตติธาดา (2546, น. 53-56) ได้กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมจะเกิดขึ้น เปลี่ยนแปลงและเสื่อมสูญไปตามกระแสความนิยมของคนในสังคม เป็นวัฒนธรรมแห่งการบริโภคที่เป็นไปตามกลไกตลาด เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และเป็นวัฒนธรรมของคนหนุ่มสาว โดยเฉพาะวัยรุ่นและวัยทำงาน นอกจากนี้ ยังเป็นวัฒนธรรมพันธุ์ผสม (Hybrid culture) ซึ่งมีหลายแหล่งที่มา อันเป็นผลพวงของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร

¹ ฮีโร่ผู้ผจญความยุติธรรมซึ่งเป็นที่รู้จักดีในประเทศไทย ได้แก่ อุลตร้าแมน ไม้มดแดง และขบวนการยอดมนุษย์ เช่น โก เรนเจอร์ (Go Ranger) ไฟฟ์แมน (Fiveman) และเดกาเรนเจอร์ (Dega Ranger) เป็นต้น

อย่างไรเสียเราก็ถือได้ว่าวัฒนธรรมย่อยมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนไทยในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะกับกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นวัยที่ยอมรับวัฒนธรรมใหม่ๆ ได้ง่ายและรวดเร็วกว่าวัยอื่น

ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีในยุคโลกาภิวัตน์ช่วยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว การแผ่ขยายทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นในทุกแห่งหนบนโลก รวมทั้งในประเทศไทยด้วย ซึ่งทำให้วัยรุ่นในปัจจุบันเติบโตขึ้นมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยและคุ้นเคยกับการติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต สมัยก่อนวัฒนธรรมจากประเทศแถบตะวันตกนับได้ว่าเป็นวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของวัยรุ่นไทยมากที่สุด โดยเฉพาะวัฒนธรรมเชิงบริโภคนิยมจากสหรัฐอเมริกา เช่น อาหารฟาสต์ ฟู้ด โคคา-โคล่า กางเกงยีนส์ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันจะเป็นยุคของวัฒนธรรมสมัยนิยมจากประเทศแถบเอเชียตะวันออก ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน ไต้หวันและเกาหลี ซึ่งเห็นได้จากการเพิ่มปริมาณของสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวงการบันเทิงของญี่ปุ่น จีน ไต้หวันและเกาหลี เช่น ละครซีรีส์ รายการโทรทัศน์ รายการเพลง รายการวิทยุ นิตยสารบันเทิง ตลอดจนหนังสือพิมพ์ รายวัน ยังคงต้องมีคอลัมน์เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิงของประเทศเหล่านี้ลงเป็นประจำ

ผู้วิจัยเห็นว่า หากเราต้องการศึกษาการรับวัฒนธรรมสมัยนิยมจากประเทศแถบเอเชียตะวันออกของวัยรุ่นแล้ว ควรศึกษาการรับวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่น เนื่องจากกระแสความนิยมในวัฒนธรรมสมัยนิยมของญี่ปุ่นเกิดขึ้นมาเป็นเวลานาน และยังสามารถคงความนิยมอยู่ในปัจจุบัน ต่างจากกระแสความนิยมในวัฒนธรรมสมัยนิยมของจีนและไต้หวันที่ซาลงไปแล้ว หรือกระแสความนิยมในวัฒนธรรมสมัยนิยมของเกาหลีที่เพิ่งเริ่มต้นมาไม่กี่ปี

วัฒนธรรมสมัยนิยมของญี่ปุ่นซึ่งเป็นที่นิยมของวัยรุ่นสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภทใหญ่ๆ ตามลักษณะความสนใจได้ดังนี้

1.) การ์ตูน ได้แก่ หนังสือการ์ตูน (Manga) เช่น โดราเอมอน ดรากอนบอล ฮิคารุเซียนโกะ ฯลฯ และภาพยนตร์การ์ตูน หรือ อนิเมชัน (Animation) เช่น อิกคิวซัง เซเลอร์มูน โปเกมอน ฯลฯ คนไทยเรารับวัฒนธรรมการ์ตูนเข้ามานานกว่า 20 ปีแล้ว เรียกได้ว่าคนหนุ่มสาวในปัจจุบันเติบโตขึ้นมาพร้อมกับการ์ตูนก็ว่าได้

2.) ละครโทรทัศน์และดารานักแสดง ได้แก่ ละครซีรีส์ เช่น ซีรีส์ออนไลน์ อยู่เพื่อรัก และยุ่งะมัดเป็นสัตว์แพทย์ ละครเกี่ยวกับฮีโร่ผู้ผจญภัยความยุติธรรม เช่น อุตร้าแมน ไร้มืดแดง (Kamen Rider) และขบวนการยอดมนุษย์ต่างๆ ความนิยมในละครเหล่านี้ทำให้ดารานักแสดงชาวญี่ปุ่นเป็นที่รู้จักและได้รับความชื่นชอบตามมา เช่น คิมูระ ทาคูยะ (Kimura Takuya)² พุทตะ

² การอ้างถึงชื่อของคนญี่ปุ่นในงานวิจัยครั้งนี้จะใช้ชื่อสกุลนำหน้าแล้วตามด้วยชื่อตัว

เคียวโกะ (Fukada Kyoko) และทาจิฮาระ ฮิเดากิ (Takizawa Hideaki) ละครีชีส์ของญี่ปุ่นเริ่มกลับมาเป็นที่นิยมของคนไทยราวปีพ.ศ. 2540 โดยการออกอากาศละครเรื่องสี่รักออนไลน์ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

3.) ดนตรี ได้แก่ ศิลปินและเพลงเจ-ป๊อป (J-Pop) เช่น วงร็อคอย่างวงเกลย์ (GLAY) และวงลาร์ค ออง เซียล (L'Arc~en~Ciel) วงบอยแบนด์อย่างวงวินส์ (w-inds.) และศิลปินชายจากค่ายจอนนี่ส์ (Johnny's Entertainment) นักร้องหญิงอย่าง อุทาตะ ฮิคารุ (Utada Hikaru) และฮามาซากิ आयุมิ (Hamasaki Ayumi) ศิลปินและเพลงเจ-ป๊อปกลับมาเป็นที่นิยมของคนไทยราวปีพ.ศ. 2539 หลังจากการมาเยือนประเทศไทยของโยชิกิ (Yoshiki) จากวงเอ็กซ์ เจแปน (X Japan) ตามด้วยไฮด์ (hyde) และเท็ตสึ (tetsu) จากวงลาร์ค ออง เซียล

4.) แฟชั่น ได้แก่ การแต่งตัวสไตล์ญี่ปุ่นที่เน้นความน่ารักน่าเอ็นดูซึ่งจะมาพร้อมกับสินค้าของตัวการ์ตูน เช่น ฮัลโหล คิตตี้ (Hello Kitty) กบเคโระ (Keroppi) และทาเรแพนด้า (Tare Panda) เป็นต้น แฟชั่นสไตล์ญี่ปุ่นเริ่มกลับมาเป็นที่นิยมของคนไทยราวปีพ.ศ. 2540 โดยได้รับอิทธิพลจากความนิยมในละครซีรีส์และศิลปินเจ-ป๊อป

5.) เกม ได้แก่ เกมคอมพิวเตอร์ (Computer Game) วิดีโอ เกม (Video Game) เกมบอย (Game Boy) และเกมออนไลน์ (Online Game) เช่น ซูเปอร์ มารีโอ (Super Mario) สตรีท ไฟเตอร์ (Street Fighter) มอทัล คอมแบท (Mortal Combat) และไฟนอล แฟนตาซี (Final Fantasy) เกมญี่ปุ่นนั้นได้รับความนิยมมาตลอดเช่นเดียวกับการ์ตูน

วัยรุ่นส่วนใหญ่จะรู้จักคุ้นเคยกับวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นตามที่กล่าวมาข้างต้นอย่างน้อยหนึ่งประเภท นั่นคือการ์ตูน เนื่องจากมีอนิเมชันออกอากาศทางโทรทัศน์แทบจะทุกช่องและมีหนังสือการ์ตูนวางจำหน่ายตามแผงหนังสือทั่วไป วัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นที่วัยรุ่นรู้จักเป็นประเภทแรกจึงมักเป็นการ์ตูน หลังจากนั้นก็จะลามไปสู่วัฒนธรรมประเภทอื่นๆ ซึ่งวัยรุ่นคนหนึ่งอาจมีความนิยมชมชอบในวัฒนธรรมสมัยนิยมของญี่ปุ่นหลายประเภท เป็นต้นว่า เมื่อวัยรุ่นดูอนิเมชันเรื่องหนึ่งแล้วเกิดความชื่นชอบในเพลงที่ใช้ประกอบอนิเมชัน ความสนใจของวัยรุ่นก็อาจขยายมาสู่ศิลปินเจ-ป๊อปเจ้าของเพลงนั้นได้ เมื่อวัยรุ่นรู้สึกชอบดาราญี่ปุ่นจากการดูละครเรื่องหนึ่งและดารานั้นมีผลงานเพลงในฐานะของนักร้องอยู่ด้วย ความสนใจของวัยรุ่นคนนั้นก็อาจขยายมาสู่เพลงเจ-ป๊อปได้ หรือในกรณีที่วัยรุ่นชอบวงดนตรีญี่ปุ่นที่แต่งกายแนวพังค์ก็อาจ มีผลทำให้วัยรุ่นนั้นมีความสนใจในแฟชั่นพังค์แบบญี่ปุ่นตามมา เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่วัยรุ่นเลือกที่จะทุ่มเทความสนใจและทุนทรัพย์ลงไปในวัฒนธรรมประเภทใดประเภทหนึ่งเป็นพิเศษ

ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การศึกษาพฤติกรรมการรับวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นของวัยรุ่นนั้น สามารถจำกัดประชากรไว้เพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มที่ชอบอ่านการ์ตูน กลุ่มที่

ชอบดูอนิเมชัน หรือกลุ่มที่ชอบเล่นเกม เพราะวัฒนธรรมสมัยนิยมแต่ละประเภทล้วนมีความเกี่ยวโยงกันดังที่กล่าวมาแล้ว และผู้วิจัยก็ได้เลือกกลุ่มแฟนเพลงเจ-ป๊อป เป็นประชากรในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากสังเกตเห็นว่า วัยรุ่นที่เป็นแฟนเพลงเจ-ป๊อปจะมีลักษณะการเกาะกลุ่มกันเหนียวแน่นกว่าวัยรุ่นที่สนใจในวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นประเภทอื่น และวัยรุ่นเหล่านี้ยังมีวัฒนธรรมย่อยเฉพาะกลุ่ม จนอาจกล่าวได้ว่าแฟนเพลงเจ-ป๊อปได้สร้าง “สังคมย่อย” ของตนเองขึ้นมาใหม่ภายในพื้นที่ของสังคมเดิม จึงเป็นเรื่องยากที่บุคคลซึ่งไม่ได้เป็นสมาชิกจะทำความเข้าใจกับกฎเกณฑ์ หรือวัฒนธรรมภายในสังคมย่อยแห่งนี้

เมื่อสืบกว่าปีก่อน แฟนเพลงเจ-ป๊อปมีแนวโน้มที่จะยึดติดกับศิลปินที่ตนชื่นชอบกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งจนสามารถแบ่งได้เลยว่า ใครเป็นแฟนวงลาร์ค ออง เชียล ใครเป็นแฟนวงเกลย์ ใครเป็นแฟนเพลงวงสแมป (SMAP) แฟนเพลงแต่ละกลุ่มจะติดตามข่าวสารของศิลปินที่ตนชื่นชอบเป็นประจำ ทั้งจาก รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ และนิตยสาร มีการบริโภคสินค้าที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน เช่น ซีดี ดีวีดี และสิ่งพิมพ์ชนิดต่างๆ ซึ่งมักเป็นสินค้านำเข้าที่มีราคาสูง นิยมแสดงออกถึงความชื่นชอบในตัวศิลปินอย่างเปิดเผย เช่น การส่งเสียงกรี๊ดเมื่อเห็นรูปของศิลปิน นอกจากนี้ บางคนยังนิยมแต่งตัวแต่งหน้าเลียนแบบศิลปินอย่างที่เราเรียกกันว่า “คอสเพลย์”³ พฤติกรรมเหล่านี้เป็นการแสดงออกภายนอกที่มองเห็นได้เด่นชัด และทำให้ภาพพจน์ของแฟนเพลงเจ-ป๊อปในสายตาคนทั่วไปคือ กลุ่มวัยรุ่น รุ่นที่ค่อนข้างมีฐานะ ทุ่มเทเงินทองให้การซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน นิยมแสดงความชื่นชอบในตัวศิลปินเกินกว่าเหตุ และมักชอบแต่งตัวคอสเพลย์

แต่นอกจากการแต่งกาย การบริโภคสินค้าและการส่งเสียงกรี๊ดร้องแล้ว วัฒนธรรมย่อยของเหล่าแฟนเพลงเจ-ป๊อปยังมีความซับซ้อนกว่านั้น เช่น การรวมกลุ่มสมาชิกที่ชอบศิลปินคนเดียวกันในลักษณะของแฟนคลับ การติดตามข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต การแลกเปลี่ยนและซื้อขายสินค้าเกี่ยวกับศิลปินในหมู่แฟนเพลง และการทำเว็บไซต์ให้กับศิลปิน เป็นต้น

ทุกวันนี้ การเปลี่ยนแปลงที่เด่นชัดที่สุดในสังคมของแฟนเพลงเจ-ป๊อป คือ “พื้นที่แสดงออก” การแสดงออกของแฟนเพลงเจ-ป๊อปส่วนใหญ่อยู่ในอินเทอร์เน็ต แฟนเพลงสามารถหา

³ คอสเพลย์ ย่อมาจากคำว่า คอสตูม เพลย์ (Costume Play) หมายถึง การแต่งกายเลียนแบบบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา ศิลปิน นักการเมือง นักกีฬา หรือตัวการ์ตูนจากหนังสือการ์ตูน อนิเมชัน และเกม

ข้อมูลและติดตามข่าวสารของศิลปินที่ตนชื่นชอบได้จากเว็บไซต์ (Website) ซึ่งมีทั้งที่ทำโดยบริษัทต้นสังกัดของศิลปิน (Official Homepage) และที่แฟนเพลงทำขึ้นเอง (Fansite) รวมทั้งเว็บไซต์ของบรรดาสื่อมวลชนต่างๆ เช่น Yahoo! Japan แฟนเพลงสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข่าวสารกับแฟนเพลงเจ-ป๊อปทั่วโลกผ่านทางกระดานสนทนาออนไลน์ (Webboard) หรือ BBS (Bulletin Boards) แฟนเพลงสามารถดาวน์โหลดเพลงและวิดีโอ คลิปผ่านระบบเก็บข้อมูลแบบไม่คิดมูลค่า (Free server) หรือโปรแกรมบิท ทอร์เรนต์ (Bit Torrent)⁴ แฟนเพลงสามารถซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) แฟนเพลงสามารถทำกิจกรรมยามว่างที่สืบเนื่องมาจากความนิยมในดนตรีเจ-ป๊อปอื่นๆ เช่น การตัดต่อมิวสิก วิดีโอ (Music Video: MV) การทำงานคอมพิวเตอร์ กราฟฟิก (Computer Graphic: CG) การแต่งแฟน ฟิคชั่น (Fan Fiction)⁵ และการวาดแฟน อาร์ต (Fan Art)⁶ แล้วนำมาเผยแพร่กลุ่มสังคมออนไลน์ที่ตนเป็นสมาชิก จนอาจกล่าวได้ว่า ในปัจจุบัน แฟนเพลงเจ-ป๊อปล้วนใช้อินเตอร์เน็ตได้และเป็นสมาชิกของกลุ่มสังคม

⁴ บิททอร์เรนต์ (BitTorrent) เป็นโปรแกรมสำหรับการส่งผ่านข้อมูลทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพและได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบัน เป็นโปรแกรมสื่อสารประเภทจุดต่อจุด (P2P: Peer to Peer) ซึ่งหมายถึง ระบบการทำงานที่มีการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์หลายเครื่อง ซึ่งประโยชน์ใช้สอยหลักของมันก็คือการเผยแพร่ไฟล์ต่อกันไปในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต บิททอร์เรนต์มีต้นกำเนิดมาจากความคิดของแบรม โคเฮน (Bram Cohen) ที่ต้องการให้การส่งผ่านข้อมูลสามารถอำนวยความสะดวกได้ทั้งขาเข้าและขาออก ซึ่งเขาเริ่มพัฒนามันขึ้นมาตั้งแต่เดือนเมษายน ปีค.ศ. 2001 (Wikipedia, Online, 2005.)

⁵ แฟน ฟิคชั่น (Fan fictions) คือ เรื่องราวที่แต่งโดยแฟนของสื่อ เช่น แฟนละคร แฟนดนตรี แฟนภาพยนตร์ มีการหยิบยืมตัวศิลปินหรือคาแร็กเตอร์ในละครมาใช้สร้างเรื่องราว หรือใช้เค้าโครงเรื่องที่มีในต้นฉบับมาเปลี่ยนแปลงบางส่วน เพื่อแสดงออกถึงความชื่นชอบในสื่อต้นฉบับ วัฒนธรรมการแต่งแฟน ฟิคชั่นแพร่เข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่เมื่อไร ไม่มีใครสามารถระบุเวลาที่แน่ชัดได้ แต่น่าจะเป็นที่รู้จักแพร่หลายพอสมควรก่อนปีพ.ศ. 2535 เนื่องจากในปีนั้นเกิดการรวมกลุ่มของวัยรุ่นที่ชื่นชอบการแต่งแฟน ฟิคชั่นขึ้นเป็นครั้งแรกในนามของเอคโค คลับ (ACHO Club)

⁶ แฟนอาร์ต (Fanarts) คือ งานศิลปะที่สร้างโดยแฟนที่มีความประทับใจในตัวบุคคลที่มีชื่อเสียง คาแร็กเตอร์ในละคร หรือตัวการ์ตูน จะวาดออกมาเป็นภาพเหมือนหรือการ์ตูนก็ได้ เป็นการแสดงออกถึงความชื่นชอบในสื่อต้นฉบับ คาดว่าเผยแพร่เข้ามาในประเทศไทยพร้อมแฟน ฟิคชั่น

ออนไลน์อย่างน้อยหนึ่งกลุ่ม รูปแบบของกลุ่มสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมคือ กระดานสนทนาออนไลน์ หรือเว็บบอร์ด (Webboard) ซึ่งนิยมเรียกย่อๆ ว่า “บอร์ด” และกลุ่มข่าว (Mailing List / Mailing Group)

ด้วยเทคโนโลยีการโทรคมนาคมที่ก้าวหน้า รวมกับเครือข่ายการสื่อสารในกลุ่มแฟนเพลงนี้เองที่ทำให้วัยรุ่นสามารถติดตามความเคลื่อนไหวของศิลปิน ตลอดจนรับทราบถึงพฤติกรรมของแฟนเพลงกลุ่มอื่นๆ ทั้งที่อยู่ในประเทศเดียวกันและอยู่ต่างประเทศได้อย่างรวดเร็วตลอดเวลา วัยรุ่นที่สามารถสืบค้นข่าวสารของศิลปินได้มากและรวดเร็วกว่าคนอื่นนั้นมักเป็นสมาชิกของกลุ่มสังคมออนไลน์หลายแห่ง โดยเฉพาะกลุ่มสังคมออนไลน์ของญี่ปุ่น ได้หวัน และเกาหลี (มีทั้งในรูปแบบของกลุ่มข่าวและบอร์ด) ทำให้ได้รับข่าวสารเร็วเท่าเทียมกับแฟนเพลงในประเทศนั้นเอง แต่ด้วยข้อจำกัดด้านความสามารถทางภาษา จึงมีวัยรุ่นไทยเพียงไม่กี่คนที่ เป็นสมาชิกของกลุ่มสังคมออนไลน์ในต่างประเทศ และวัยรุ่นกลุ่มนี้จะเป็นผู้นำเอาข่าวสารข้อมูลใหม่ล่าสุดของศิลปินมาเผยแพร่ ส่วนวัยรุ่นที่เป็นสมาชิกของกลุ่มสังคมออนไลน์ในประเทศไทย (ส่วนมากเป็นบอร์ด) ต้องคอยให้ผู้อื่นนำข่าวสารมาเผยแพร่ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับว่าข่าวสารนั้นปรากฏขึ้นในบอร์ดไหนก่อน วัยรุ่นส่วนใหญ่จึงมีแนวโน้มที่จะเป็นสมาชิกของบอร์ดหลายแห่งเพื่อเพิ่มโอกาสการรับรู้ข่าวสาร

ในบอร์ดที่วัยรุ่นสมัครเป็นสมาชิกเพื่อประโยชน์ในการรับข่าวสารเพียงประการเดียวนั้น วัยรุ่นอาจโพสต์ข้อความแสดงความขอบคุณผู้ที่ให้ข้อมูลข่าวสารตามมารยาท แต่ไม่แสดงความคิดเห็นและความรู้สึกส่วนตัวออกไป สำหรับบอร์ดที่วัยรุ่นมีความสนิทสนมกับสมาชิกอื่นเป็นพิเศษ วัยรุ่นจะพูดคุยแสดงความคิดเห็นทั้งเรื่องส่วนตัวและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับศิลปินอย่างกระตือรือร้นและเต็มไปด้วยความรู้สึก

เนื่องจากระบบของบอร์ดเอื้อประโยชน์ให้สมาชิกไม่จำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว ทุกคนจึงสามารถพูดคุยกันได้โดยไม่ต้องเกรงกลัวว่าจะถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว วัยรุ่นสามารถร้องขอข้อมูลต่างๆ แล้วขอให้มีคนมาตอบสนองข้อเรียกร้องนั้น ส่วนสมาชิกคนอื่นก็สามารถเลือกที่จะให้ข้อมูลข่าวสารหรือไม่ให้ และให้ในปริมาณมากน้อยแค่ไหนก็ได้ตามใจชอบเช่นกัน ในกรณีที่วัยรุ่นมีปฏิสัมพันธ์กันในบอร์ดจนมีความสนิทสนม ลักษณะของการมีปฏิสัมพันธ์จะเปลี่ยนเป็นการคุยผ่านโปรแกรมแชต (Chat) ต่างๆ การแลกเปลี่ยนข่าวสารจะทำได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

ผู้วิจัยเห็นว่า กระบวนการปฏิสัมพันธ์นี้มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นของวัยรุ่นอย่างมาก การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งในประเด็นว่า สังคมของแฟนเพลงเจ-ป๊อปมีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของวัยรุ่นเพียงใด และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในด้านใดบ้าง โดยจะศึกษาเฉพาะวัยรุ่นที่มีปฏิสัมพันธ์กันในกลุ่มสังคมออนไลน์ เนื่องจากผู้วิจัยเห็น

ว่า วัยรุ่นกลุ่มนี้จะสะท้อนภาพของสังคมแฟนเพลงเจ-ป๊อปในปัจจุบันได้ชัดเจนที่สุด นอกจากนี้ผู้วิจัยยังสนใจที่จะศึกษาว่า ยังมีวัฒนธรรมญี่ปุ่นประเภทอื่นที่วัยรุ่นเกิดความสนใจขึ้นมาหลังจากเป็นแฟนเพลงเจ-ป๊อปหรือไม่ เช่น ภาษาญี่ปุ่น อาหารญี่ปุ่น ละครซีรีส์ญี่ปุ่น และวรรณกรรมแปลของญี่ปุ่น เป็นต้น

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยเรื่อง “การรับวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทย: กรณีศึกษาแฟนเพลงเจ-ป๊อป” จะช่วยให้บุคคลนอกกลุ่มเข้าใจวัยรุ่นกลุ่มเล็กๆ กลุ่มหนึ่งมากขึ้น เข้าใจว่าวัยรุ่นรับวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นบางประเภทเข้ามาเป็นวัฒนธรรมย่อยของตนด้วยสาเหตุใด เข้าใจว่าพฤติกรรมที่เกี่ยวกับคิลปินและเพลงเจ-ป๊อปของวัยรุ่นมีที่มาที่ไปอย่างไร และเข้าใจว่าแท้ที่จริงแล้ว วัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นได้ส่งผลให้วัยรุ่นมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากน้อยเพียงใด และหวังว่างานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในหัวข้อที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่นในประเทศไทยต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 ศึกษาพฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของวัยรุ่นไทยที่เป็นแฟนเพลงเจ-ป๊อป ด้านพฤติกรรมในกลุ่มสังคมออนไลน์
- 1.2.2 ศึกษาพฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของวัยรุ่นไทยที่เป็นแฟนเพลงเจ-ป๊อป ด้านพฤติกรรมส่วนตัว
- 1.2.3 ศึกษาพฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของวัยรุ่นไทยที่เป็นแฟนเพลงเจ-ป๊อป ด้านความสนใจที่มีต่อวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นประเภทอื่น

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

การเป็นแฟนเพลงเจ-ป๊อปมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของวัยรุ่นไทย ตามทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของแบนดูรา

1.4 ประชากรและขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

ศึกษาแฟนเพลงเจ-ป๊อปในประเทศไทย ซึ่งมีสัญชาติไทย ที่มีอายุระหว่าง 12-25 ปี
จำนวน 370 คน

1.4.2 ตัวแปรในการวิจัย

1.) เพศ

2.) อายุ ซึ่งในที่นี้จะแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่นตอนต้น (12-15 ปี) กลุ่มวัยรุ่นตอนกลาง (16-18 ปี) กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายกลุ่มที่ 1 (19-22 ปี) และกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายกลุ่มที่ 2 (23-25 ปี)

1.4.3 วิธีการรวบรวมข้อมูล

แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1.) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม เป็นการสังเกตในกลุ่มสังคมออนไลน์ ร้านสินค้าเกี่ยวกับเจ-ป๊อปในศูนย์การค้าสยาม สแควร์ และงานอีเวนท์ของกลุ่มแฟนเพลง ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม – 31 ธันวาคม 2548

2.) การสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์ผู้ที่อยู่ในวงการเพลงเจ-ป๊อปและสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามประเด็นคำถามที่ตั้งไว้ โดยมีทั้งการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว และการสัมภาษณ์ผ่านโปรแกรม MSN Messenger

3.) การใช้แบบสอบถาม ใช้ในการเก็บข้อมูลเบื้องต้นครั้งที่ 1 – 3

1.4.4 ช่วงเวลาของการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบ่งเป็น 4 ช่วง ได้แก่

1.) การเก็บข้อมูลครั้งที่ 1 ดำเนินการตั้งแต่วันที่ 8 กุมภาพันธ์ – 8 มีนาคม 2546

2.) การเก็บข้อมูลครั้งที่ 2 ดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 – 30 เมษายน 2547

3.) การเก็บข้อมูลครั้งที่ 3 ดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 – 30 กันยายน 2548

4.) การเก็บข้อมูลครั้งที่ 4 ดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม – 31 มกราคม 2549

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 เจแปไนเซชัน (Japanization) หมายถึง ปรากฏการณ์การแผ่ขยายของวัฒนธรรมสมัยนิยมและวัฒนธรรมบริโภคนิยมของญี่ปุ่นไปสู่ประเทศในทวีปเอเชีย

1.5.2 วัฒนธรรมย่อย หมายถึง วัฒนธรรมที่ใช้กันในกลุ่มคนบางกลุ่ม มีลักษณะต่างจากวัฒนธรรมของคนทั่วไป โดยแสดงออกผ่านทางแฟชั่น ภาษา ดนตรี พฤติกรรม แนวคิดทางการเมือง ตลอดจนรูปแบบการดำเนินชีวิต

1.5.3 การรับวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่น หมายถึง ความนิยมในหนังสือการ์ตูน เกม อนิเมชัน ละคร ศิลปินและเพลงเจ-ป๊อป แฟชั่น ตัวละครเรกเตอร์ ตลอดจนวรรณกรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่น รวมถึงการทำกิจกรรมที่สืบเนื่องมาจากความนิยมนั้นๆ ด้วย

1.5.4 แฟนเพลงเจ-ป๊อป หมายถึง วัยรุ่นไทยอายุไม่เกิน 25 ปี ที่มีความนิยม ความชื่นชอบ ความสนใจในสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปินและเพลงเจ-ป๊อปจนถึงขั้นหลงใหล และมีความต้องการรับเนื้อหาจากสื่อต่างๆ เพิ่มเติมตลอดเวลา โดยมีพื้นที่การแสดงออกในกลุ่มสังคมออนไลน์

1.5.5 กลุ่มสังคมออนไลน์ หมายถึง เว็บไซต์ที่จัดตั้งและดูแลโดยแฟนเพลง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการทำกิจกรรมออนไลน์ใดๆ ก็ตามที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปินและเพลงเจ-ป๊อป

1.5.6 วัยรุ่นตอนต้น หมายถึง วัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 12-15 ปี

1.5.7 วัยรุ่นตอนกลาง หมายถึง วัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 16-18 ปี

1.5.8 วัยรุ่นตอนปลายกลุ่ม 1 หมายถึง วัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 19-22 ปี ซึ่งส่วนใหญ่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษา

1.5.9 วัยรุ่นตอนปลายกลุ่ม 2 หมายถึง วัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 23-25 ปี ซึ่งส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับอุดมศึกษาแล้ว

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและแนวโน้มของพฤติกรรมของวัยรุ่นไทยที่มีต่อศิลปินญี่ปุ่นและวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่น โดยเฉพาะด้านกิจกรรมยามว่าง ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและครอบครัวสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้วัยรุ่นได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1.6.2 ทำให้ทราบถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นที่มีต่อวัยรุ่นไทย ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างวัยรุ่นที่เป็นแฟนเพลงเจ-ป๊อปกับคนนอกกลุ่ม โดยเฉพาะครูและผู้ปกครอง

1.6.3 งานวิจัยชิ้นนี้สามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้สนใจทำงานวิจัยเกี่ยวกับวัยรุ่นไทย วัฒนธรรมสมัยนิยมของญี่ปุ่น และดนตรีเจ-ป๊อปได้ทำการศึกษาวิจัยต่อไป