

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารทางวัฒนธรรมของกลุ่มวัยรุ่นฮิปฮอปในสังคมไทย” เป็นงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารของกลุ่มวัยรุ่นฮิปฮอป ซึ่งมีสถานะเป็นเพียงวัฒนธรรมย่อยกลุ่มหนึ่งในสังคมไทย งานวิจัยชิ้นนี้ได้ทำการศึกษากระบวนการสื่อสารทั้งกระบวนการ โดยแบ่งศึกษาเป็น 2 ส่วนคือ กระบวนการสื่อสารภายในกลุ่มวัยรุ่นฮิปฮอปและกระบวนการสื่อสารระหว่างกลุ่มวัยรุ่นฮิปฮอปกับคนทั่วไปในสังคม เพื่อค้นหาคำตอบว่ากระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นเป็นอย่างไร และทำให้เกิดความสัมพันธ์รูปแบบใดระหว่างวัฒนธรรมกระแสหลักกับวัฒนธรรมย่อยฮิปฮอป

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกกับเด็กวัยรุ่นฮิปฮอปและคนทั่วไปในสังคม รวมทั้งใช้วิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมด้วย ผู้วิจัยได้ศึกษากระบวนการสื่อสารตามแบบจำลองการสื่อสาร S-M-C-R ของเดวิด เค เบอร์โล

ผลการศึกษาที่ได้จากงานวิจัยชิ้นนี้ ในส่วนของกระบวนการสื่อสารภายในกลุ่มวัยรุ่นฮิปฮอป เด็กวัยรุ่นฮิปฮอปได้สื่อสารเพื่อแสดงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมย่อยฮิปฮอป เช่น แฟชั่น การแต่งกาย บรรทัดฐานต่าง ๆ ของกลุ่ม เช่น การแบ่งระดับชั้นของการเป็นเด็กฮิปฮอป มีการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ บอกเล่าเรื่องส่วนตัวซึ่งกันและกันภายในกลุ่ม การสื่อสารเกิดขึ้นเพื่อเป็นการพึ่งพิงกันของสมาชิกภายในกลุ่มผ่านสื่อบุคคลและสื่อกิจกรรมทางวัฒนธรรมฮิปฮอป (กิจกรรมกราฟฟิติ กิจกรรมบีบอย กิจกรรมเอ็มซี และกิจกรรมดีเจ) รูปแบบและเนื้อหาสาระส่วนใหญ่มีการใช้กลยุทธ์ของกระบวนการตัดปะ ('Cut' n 'Mix') ซึ่งเป็นลักษณะการสื่อสารของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย

สำหรับระดับการสื่อสารที่ปรากฏในกระบวนการสื่อสารภายในกลุ่มนี้ พบว่าเป็นระดับการสื่อสารภายในกลุ่ม (Intragroup Communication) มากกว่าระดับการสื่อสารสาธารณะ (Public Communication)

ผลการศึกษาในส่วนของกระบวนการสื่อสารระหว่างกลุ่มวัยรุ่นฮิปฮอปกับคนทั่วไปในสังคม เพื่อวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ พบว่าคนทั่วไปในวัฒนธรรมกระแสหลักได้พยายามครอบงำวัฒนธรรมย่อยฮิปฮอป โดยการสร้างความเป็นจริงเกี่ยวกับวัฒนธรรมฮิปฮอปให้เป็นกลุ่มที่มีภาพลักษณ์แง่ลบ แต่วัฒนธรรมกระแสหลักก็ไม่ถึงขนาดจะปฏิเสธหรือเนรเทศให้เด็กกลุ่มนี้ออกไปจากสังคมไทยเพียงแต่ว่าพวกเขาต้องอยู่ในกฎเกณฑ์ ขอบเขตที่สังคมสร้างไว้ให้ และพบว่าเด็กฮิปฮอปได้ทำการสื่อสารเพื่อต่อสู้/ต่อรองทางความหมายตอบโต้กลับไปเช่นกัน เห็นได้จากการนิยามตัวตนในมุมมองของเด็กฮิปฮอปซึ่งก็พบว่าต่างกันในขณะที่ช่วงตรงข้าม

สำหรับกลุ่มวัยรุ่นฮิปฮอปนั้น พวกเขาขาดอำนาจในการเข้าถึงสื่อหลักได้ อย่างไรก็ตาม พวกเขาพยายามสื่อสารถึงตัวตน ความแตกต่างจากกลุ่มย่อยอื่น ๆ หรือมุมมอง ความคิดเห็นที่พวกเขามีให้กับสังคมภายนอกที่ยังมีความเข้าใจที่ไม่ตรงกันได้รับรู้ผ่านช่องทางที่พวกเขาสร้างขึ้นเอง นั่นคือ สื่อกิจกรรมทั้ง 4 ประเภท (กิจกรรมกราฟฟิติ กิจกรรมบีบอย กิจกรรมเอ็มซี และกิจกรรมดีเจ) ถือเป็นพื้นที่ที่สาม (Third space) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ผู้เป็นรอง (เด็กวัยรุ่นฮิปฮอป) ได้เลือกใช้ในการแสดงตัวตน เนื่องจากพื้นที่การสื่อสารดังกล่าวนี้ปราศจากอำนาจการกดทับของวัฒนธรรมกระแสหลัก ทำให้เด็กวัยรุ่นฮิปฮอปสามารถเป็นตัวของตัวเองได้อย่างเต็มที่ ถือได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพอย่างมากสำหรับกลุ่มที่ด้อยอำนาจอย่างพวกเขา

ภาพรวมระดับการสื่อสารที่ปรากฏในกระบวนการสื่อสารระหว่างกลุ่มวัยรุ่นฮิปฮอปกับคนทั่วไปในสังคม พบว่าไม่มีการสื่อสารผ่านช่องทางในระดับสื่อสารมวลชน (Mass Communication) ส่วนใหญ่การสื่อสารที่เกิดขึ้นเป็นได้แค่เพียงการสื่อสารระดับสาธารณะ (Public Communication) เท่านั้น