

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “เนื้อหาเพลงและอัตลักษณ์ของแฟนเพลงฮิปฮอปไทย” มีแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- แนวคิดเรื่องดนตรีสมัยนิยม (Popular Music)
- กระบวนทัศน์ Hermeneutics
- ทฤษฎีสัญญาวิทยา (Semiology)
- แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis)
- แนวคิดเรื่อง “แฟน Fans” และ “แฟนคอม Fandom”
- แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity)
- แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อยวัยรุ่น (Youth subculture)

2.1 แนวคิดเรื่องดนตรีสมัยนิยม (Popular Music)

เพลงสมัยนิยมเริ่มต้นในอเมริกาเมื่อต้นศตวรรษที่ 1950 (Longhurst, 1995) หากพิจารณาคำว่า “สมัยนิยม” (Popular) แสดงให้เห็นถึงมิติเรื่อง เวลา ความนิยม และความเกี่ยวข้องกับชีวิตในสังคม เพลงสมัยนิยม มักได้รับความนิยมในช่วงเวลาสั้นๆ ซึ่งเป็นลักษณะตรงข้ามกับความเป็นอมตะ ปัจจัยทางด้านธุรกิจ การแข่งขันเพื่อการผลิตผลงานเพื่อแข่งกับเวลา จึงเป็นสิ่งที่ส่งผลในเรื่องระยะเวลาในการได้รับความนิยมและเสื่อมความนิยม ในปัจจุบันดนตรีสมัยนิยม (Popular Music) ปรากฏอยู่ทั่วไป และกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ นอกจากนี้ยังสร้างความมั่นคงให้แก่อุตสาหกรรมดนตรีอีกด้วย

ดนตรีอเมริกันนับเป็นวัฒนธรรมหนึ่งซึ่งมีการแพร่กระจายเข้ามาสู่สังคมไทย และมีผลต่อลักษณะ รูปแบบของเพลงไทยสมัยนิยมทั้งในอดีต และปัจจุบัน สำหรับในอดีตนั้น เนื่องจากความสัมพันธ์ในด้านต่างๆ เช่น การศึกษา, การค้า, การรับเทคโนโลยีสมัยใหม่จากอเมริกา เป็นต้น สำหรับในปัจจุบัน ปัจจัยสำคัญอันเป็นเหตุให้กระแสวัฒนธรรมดนตรีอเมริกันไหลบ่าเข้ามามีอิทธิพลต่อลักษณะ และรูปแบบของเพลงไทยสมัยนิยม ก็คือเทคโนโลยีสารสนเทศอันก้าวหน้า

Adorno ได้ให้ข้ออ้าง เกี่ยวกับดนตรีสมัยนิยม (Popular music) ไว้ว่า

1.ดนตรีสมัยนิยม (Popular Music) มีการทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (Standardization) ผ่านทางการสร้างลักษณะเฉพาะเทียม (Pseudo-Individualization) กล่าวคือ ผู้ผลิต จะนำดนตรีหรือเพลงยอดนิยมมาเป็นมาตรฐานในการสร้างลักษณะเฉพาะเทียม (Pseudo-Individualization) เพื่อให้ลูกค้าได้ยอมรับ ดังเช่นที่เคยยอมรับเพลงสมัยนิยมมาแล้ว

2.ดนตรีสมัยนิยม (Popular Music) เข้ามามีบทบาทในวัฒนธรรมยอดนิยม (Pop Culture) เนื่องจากคนที่เบื่อเพลงที่เป็นงานจริงจัง (Serious Music) ต้องการสิ่งเร้า และดนตรียอดนิยม (Popular Music) ก็ตอบสนองความต้องการนั้น

3. ดนตรีสมัยนิยม (Popular Music) เป็นตัวเชื่อมทางสังคม และช่วยให้คนปรับใจให้เข้ากับชีวิตประจำวัน (Storey, 1996)

ลักษณะของเพลงไทยสมัยนิยมทั่วไป (Popular Music)

ในปัจจุบันสรุปได้คร่าวๆ ดังนี้ (สมกมล, อ้างถึงใน มนทานติ ชีรนันทวัฒน์, 2544)

1. มีลักษณะเป็นสินค้ามากกว่าเป็นงานศิลปะซึ่ง “ตลาด” จะมีบทบาทสำคัญในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของเพลง
2. มีธุรกิจเป็นแรงจูงใจ หรือจุดมุ่งหมายในการสร้างสรรค์ผลงาน
3. กลุ่มผู้ฟังส่วนใหญ่มักจะเป็นวัยรุ่น
4. เผยแพร่ด้วยการร้องและบรรเลงล่วงหน้าโดนการอัดเทปคาสเซ็ท หรือแผ่นเสียง และใช้สื่อโทรทัศน์และวิทยุแพร่กระจายสาร
5. จังหวะมักรุนแรง เร้าใจ
6. ทำนองจะมีลักษณะซับซ้อนใกล้เคียงกับเพลงสากล และบางครั้งก็ลอกเลียนมาจากต่างชาติ
7. เนื้อร้องไม่ค่อยมีความไพเราะ เนื่องจากไม่มีสัมผัสคล้องจอง เนื้อหาของเพลงมีความหลากหลายและมักเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความเห็นอกเห็นใจเพื่อนมนุษย์ ปัญหาสังคม แต่ไม่ค่อยมีสาระเท่าไร มักร้องซ้ำไปซ้ำมา เน้นการสื่อความหมายที่ตรงไปตรงมา
8. นักร้องมักจะหน้าตาบุคลิกที่ดี เพราะมีส่วนช่วยในการสร้างความสำเร็จ

วิวัฒนาการของรูปแบบดนตรีสมัยนิยมในต่างประเทศและประเทศไทย

เพลงก่อนยุคทศวรรษ 1960 เป็นแบบรากฐานดนตรีดั้งเดิม เป็นแนวดนตรีของ Big Band, Classic Jazz, Blue

เพลงยุคทศวรรษ 1960 เป็นแนวดนตรี Rock n' Roll

เพลงยุคทศวรรษ 1970 แนวที่มีอิทธิพลมากเป็นแนวดนตรีร็อก เป็นยุคที่เกิดฮิปปี้ อีกแนวหนึ่งคือ ดิสโก้

เพลงยุคทศวรรษ 1980 เป็นยุคที่ศิลปิน ออกมาหลากหลาย สไตล์เพลงหลายๆ ก็มีสองแนว แนวแรกเป็นเพลงป๊อป แดนซ์ อีกแนวคือวงร็อกที่นักร้องชายเป็นคนร้องนำเสียส่วนใหญ่ เอกลักษณะของวงดนตรียุคนี้จะเป็นสไตล์การร้องที่คล้ายๆ กัน

เพลงยุคทศวรรษ 1990 เป็นช่วงที่มีแนวเพลงมากมาย เพลงช่วงแรกๆจะคิดสไตล์ ป๊อปร็อก มาจาก ยุค 80 แต่หลังจากนั้นจะเป็นแนวเพลงแบบ Alternative Rock แล้วก็มีการเกิด แนวอื่นๆ ตามมา มากมาย

เพลงยุค 2000 เพลงยุคนี้ จะเป็นเพลงฮิปฮอป แร็ป R&B ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมากในยุคปัจจุบันนี้ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ แร็ปและฮิปฮอป ถือว่าเป็นแนวดนตรีที่มีการเติบโตทางยอดขายสูงสุดมาตั้งแต่ปี 2000 โดยในปี 2000 เพลงแร็ปและฮิปฮอปมีส่วนแบ่งตลาดในอเมริกา 12.9 เปอร์เซ็นต์ และขายดีชิ้นเรื่อยๆ (สุคนธ์พันธุ์ วีรวรรณ, 2548)

วัฒนธรรมฮิปฮอป เริ่มมาจากดนตรีแนว ฮิปฮอปซึ่งเป็นดนตรีของคนผิวดำ เกิดขึ้นกลางยุค 70 ใน New York ซึ่งแนวดนตรีประเภทนี้จะเน้นที่การเคาะ (Percussion) จังหวะ (Beat) และการร้องคล้ายเสียงพูด (Rap) เรื่องที่ร้องส่วนมากจะเป็นสิ่งที่คนร้องมีความคับแค้นใจ นอกจากนี้ยังประกอบด้วย Graffiti หรือการขีดเขียนบนกำแพง เป็นต้น ซึ่งเดิมวัฒนธรรมนี้ถือเป็นวัฒนธรรมย่อยของชนกลุ่มน้อยที่เป็นคนจน โดยเฉพาะชาวผิวดำในสังคมเมืองใหญ่อ่างนิวยอร์ก และเป็น การแสดงออกถึงความแปลกแยกในสังคม

วัฒนธรรมฮิปฮอปเป็นผลพวงจากยุคหลังสิทธิมนุษยชนในอเมริกา รูปแบบต่างๆของวัฒนธรรมฮิปฮอปได้ถูกฟุ่มเฟือกและเติบโตมาจากกลุ่มวัยรุ่นเชื้อสายแอฟริกัน-อเมริกัน, คารีเบียน-

อเมริกัน และลาติน - อเมริกัน ในนิวยอร์ก ณ ช่วงทศวรรษ 70 โดยนิยมแสดงออกผ่านดนตรี, การเต้นรำ, ภาพวาด, แฟชั่น, ภาพยนตร์, อาชญากรรม ฯลฯ โดยเป็นลักษณะของสังคมศิลปะยุคหลังสมัยใหม่ที่มีการหิบบัณฑิตวัฒนธรรมที่มีมาในอดีตอย่าง ภาพยนตร์แนวกังฟู, ภายกรรม, ภาพยนตร์ตลก, ดนตรีแนวฟังก์ในยุคทศวรรษ 70 และสิ่งอื่นๆ ที่นำกลับมาหลอมรวมเป็นองค์ประกอบใหม่ในช่วงเวลาใหม่ (Nelson George, 1999)

Nelson George (1999) กล่าวว่า สุนทรียะในแบบ “ฮิปฮอป” ที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้น ได้รับการเผยแพร่ไปทั่วโลกในช่วงสามทศวรรษสุดท้ายของศตวรรษที่ยี่สิบ นั้นมีความหมายลึกซึ้งมากกว่าเรื่องของอุตสาหกรรมดนตรีทั่วไป หากแต่เป็นเรื่องของการเข้าสู่พื้นที่ทางสังคมของวัฒนธรรมวัยรุ่นผิวดำที่ปรากฏในสื่อสารมวลชนในช่วงทศวรรษ 80-90 ที่พบว่าวัยรุ่นผิวดำเป็นทั้งผู้สร้างสรรค์และเป็นทั้งผู้บริโภคที่สำคัญ โดยสังเกตจากโฆษณา, สื่อสิ่งพิมพ์, MTV, บริษัทแฟชั่น, บริษัทเครื่องสำอางเบียร์ น้ำอัดลม และการควบรวมของสื่อ เช่น ค่ายเพลง Time-Warner ที่ได้รวมเอาแนวดนตรีฮิปฮอปเพื่อสร้างความสำเร็จในการเจาะตลาดกลุ่มวัยรุ่นผิวดำ และการตลาดกลุ่มวัยรุ่นทั้งหมด เพื่อเป็นการขยายทางด้านการตลาดตามแนวคิดเรื่องครอสโอเวอร์ (Cross Over)* ในยุค 70 ซึ่งถือเป็นผลพวงจากความสำเร็จในยุค 60 ของค่ายเพลงโมทาวน์ วัฒนธรรมฮิปฮอปจึงมีความเกี่ยวข้องกับการตลาดที่ซับซ้อนและขยายตัวมากกว่าความสำเร็จของแนวดนตรีโซล (Soul)* ในยุคทศวรรษ 60 ที่อาจเรียกได้ว่าเป็นการตลาดของวัยรุ่นในหลังยุคโซล (Post Soul) (อ้างถึงโดย คชาชัย วิชัยดิษฐ์, 2549)

* crossover หมายถึง แผ่นเสียง หรือ ศิลปินในแนวเพลงย่อย ที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในระดับความนิยมของกลุ่มผู้ฟังเพลงกระแสหลัก โดยคำว่า crossover นิยมใช้กับดนตรีคนผิวดำ (black music) ที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในชาร์ตเพลงกระแสหลัก

* ดนตรีโซล เป็นรูปแบบของดนตรีกลุ่มแอฟริกัน-อเมริกันในช่วงทศวรรษ 60-70 ที่เป็นการผสมการร้องแบบกอสเปล เข้ากับจังหวะฟังก์ โดยมีศิลปินที่โดดเด่นในแนวดนตรีโซลได้แก่ James Brown

แนวคิดเรื่องดนตรีสมัยนิยม (Popular Music) และการเริ่มต้นแนวดนตรีเรปและฮิปฮอป นั้นสอดคล้องกับการศึกษาเนื้อหาเพลงและอัตลักษณ์ของเพลงฮิปฮอปไทยในขณะนี้ เพราะกำลังเป็นเพลงยอดนิยมของยุคสมัยนี้ ทั้งในเมืองไทย และต่างประเทศต่างก็เป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน จึงนำแนวคิดนี้มาเป็นกรอบอ้างอิงในการศึกษา ถึงรูปแบบดนตรีฮิปฮอปได้เป็นอย่างดี

2.2 กระบวนทัศน์ Hermeneutics

Hermeneutics เป็นการตีความ (Interpretation) ตัวบทหรือเนื้อหา (Texts) เพื่อทำความเข้าใจ (Understanding) ตัวบทหรือเนื้อหานั้น ๆ กระบวนทัศน์ Hermeneutics นี้เริ่มต้นในศตวรรษที่ 19 โดยมีรากฐานมาจากการตีความตัวบทโบราณ (Ancient Texts) ที่ผู้ประพันธ์ตัวบทหรือสารนั้น ๆ ได้เสียชีวิตไปแล้วและไม่สามารถอธิบายเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้รับสารเกี่ยวกับตัวบทนั้นได้ เช่น คัมภีร์ไบเบิล รัฐธรรมนูญ เป็นต้น Hermeneutics จึงมีวัตถุประสงค์ในการค้นหาความหมายและความรู้สึกที่ผู้ประพันธ์ต้องการสื่อ โดยอาศัยการวิเคราะห์ตัวบทเป็นหลัก ต่อมาได้มีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างออกไปจากแค่การศึกษาตัวบท (Textual Hermeneutics) โดยครอบคลุมไปถึงการตีความการกระทำของกลุ่ม (Social/Cultural Hermeneutics) เพื่อให้บุคคลภายนอกเข้าใจด้วย (Littlejohn, 1999)

โดยทั่วไปตัวบทหรือเนื้อหา (Texts) ได้แก่สิ่งที่ถูกปรุงแต่งขึ้นมาซึ่งสามารถตรวจสอบและตีความได้ ตัวบทในที่นี้สามารถเป็นได้ทั้งตัวหนังสือ ภาพ เสียง และการกระทำ แต่ส่วนมากมักจะใช้วิเคราะห์ตัวบทประเภทที่เป็นตัวหนังสือ ภาพ เสียง เช่น บทสนทนา ภาพยนตร์ ละคร มากกว่าที่จะวิเคราะห์ตัวบทที่เป็นการกระทำ

ในการตีความตัวบทตามกระบวนทัศน์ Hermeneutics นี้ Paul Ricoeur มองว่าตัวบท (Text) ต่างมีความหมายในตัวของมันเอง นอกเหนือไปจากส่วนที่ผู้ประพันธ์ ผู้พูด และผู้รับสารกระทำการสื่อและตีความหมาย ดังนั้นการชี้ให้เห็นถึงความหมายของตัวบทอย่างชัดเจนจึงเป็นส่วนสำคัญ เนื่องจากเมื่อเราอ่านตัวบทหรือเนื้อหาเราสามารถตีความตัวบทตามที่เรารู้สึก ซึ่งอาจจะไม่ตรงกับที่ผู้ประพันธ์ตั้งใจหรือไม่เหมือนผู้รับสารคนอื่นก็ได้ เช่นเดียวกับการตีความดนตรีที่เป็นตัวบทอีกประเภทหนึ่งซึ่งสามารถตีความได้หลายมุม เช่น เมื่อฟังเพลงของโมสาร์ท เราอาจไม่ทราบถึงอารมณ์และความรู้สึกของโมสาร์ทขณะที่ประพันธ์และบรรเลงเพลง แต่เราก็สามารถตีความเพลงของโมสาร์ทเองได้ทุกครั้งที่ฟัง ไม่ว่าจะเพลงจะถูกบรรเลงด้วยเครื่องดนตรีชนิดไหน โดยอาศัยตัวโน้ตของเพลงโมสาร์ทที่ถ่ายทอดบรรเลงเป็นตัวบ่งชี้ว่าเพลงที่ได้ยินเป็นเพลงของโมสาร์ทซึ่งเป็นของ

เขตของการตีความ สำหรับในส่วนของการตีความตัวบทหรือเนื้อหาทั่ว ๆ ไปที่ไม่ใช่เพลงนั้น Paul Ricoeur จะทำความเข้าใจความหมายโดยรวมที่ซ่อนอยู่ในตัวบทโดยการอธิบาย และตีความตัวบทเป็นส่วน ๆ ก่อนแล้วจึงค่อยมองความหมายของภาพรวมอีกครั้ง (Littlejohn, 1999)

จากกระบวนการตีความ Hermeneutics นี้ ผู้วิจัยนำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ตัวบทซึ่งได้แก่เนื้อหาของเพลงฮิปฮอปไทย ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเน้นที่การตีความตัวบท (Textual Analysis) ตามแนวคิดของ Ricoeur เป็นหลักโดยการตีความตัวบทแบบแยกวิเคราะห์เป็นส่วนๆ ก่อนแล้วค่อยมองหาภาพรวมของตัวบทแต่ละประเภท และผู้วิจัยจะอาศัยแนวคิดทฤษฎีสัญญะวิทยาที่จะกล่าวถึงต่อไปเป็นเกณฑ์ในการตีความ

2.3 ทฤษฎีสัญญะวิทยา (Semiology)

ทฤษฎีสัญญะวิทยาเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับเรื่องสัญญาณ (Sign) หรือสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้มีความหมาย (Meaning) แทนของจริง (Object) ในตัวบท (Text) และในบริบทหนึ่ง ๆ โดยแรกเริ่มนั้น สัญญะวิทยามักจะถูกนำมาใช้วิเคราะห์ความหมายของนักภาษาศาสตร์ และถูกนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาในแขนงอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแขนงสื่อสารมวลชนในระยะหลัง

Saussure (1974) นักภาษาศาสตร์ชาวสวิสเซอร์แลนด์ เป็นผู้นำคำดังกล่าวมาใช้เป็นครั้งแรก และได้ให้คำนิยามสั้น ๆ ของวิชาสัญญาณวิทยาว่า “สัญญาณวิทยาคือศาสตร์ที่ศึกษาวิถีชีวิตของสัญญาณภายในสังคมที่สัญญาณนั้นถือกำเนิดมา รวมทั้งแสวงหาทฤษฎีที่ควบคุมอยู่เบื้องหลัง” (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2543) นอกจากนี้ยังได้ดัดแปลงสัญญาณวิทยามาใช้ในการอธิบายศาสตร์แห่งสัญลักษณ์ระหว่างส่วนต่างๆ ของสาร หรือระบบสื่อสารมวลชนที่ถูกจัดเรียงเป็นรูปเป็นร่างอยู่ และยังได้กล่าวอีกว่า ยังมีระบบสัญญาณรูปแบบอื่นๆ ที่นอกจากภาษา ที่สามารถจะแสดงความหมายและความคิดของผู้ส่งสารได้ กล่าวคือ ทุกสิ่งทุกอย่างสามารถจะเป็นสัญญาณได้หากถูกนำมาใช้แสดงความหมาย

องค์ประกอบของสัญลักษณ์แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ตัวให้ความหมาย (Signifier) คือภาพและเสียง และตัวที่ถูกให้ความหมาย (Signified) คือ แนวคิด (Concept)

Peirce (1931) ได้ให้ความหมายที่ง่ายที่สุดและเข้าใจได้โดยง่ายที่สุดก็คือ “สัญญาณ คือสิ่งที่มีความหมายมากกว่าตัวของมันเอง” (Sign is something which stands to somebody for something in some respect) เนื่องจากสัญญาณ (Sign) หนึ่ง ๆ จะมีองค์ประกอบ 2 ส่วนคือ ส่วนที่เป็นตัวที่ให้

ความหมาย (Signifier) และตัวที่ถูกให้ความหมาย (Signified) จากองค์ประกอบ 2 ส่วนนี้ ได้นำเอา ระยะห่างระหว่าง Signifier และ Signified มาจัดประเภทของ Sign ได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. Icon สัญลักษณ์ที่มีรูปร่างหน้าตาคล้ายหรือเหมือนกับวัตถุที่มีจริงมากที่สุด
2. Index สัญลักษณ์ที่มีความเกี่ยวพันโดยตรงกับวัตถุที่มีอยู่จริง
3. Symbol สัญลักษณ์ที่ไม่มีความเกี่ยวพันเชื่อมโยงอันใดระหว่างตัวสัญลักษณ์กับวัตถุที่มีอยู่จริง

ศิริชัย ศิริเกษ และกาญจนา แก้วเทพ (2531) ได้อธิบายถึงการนำทฤษฎีที่เน้นที่ตัวสารหรือ ตัวบท (Text) ของสื่อมวลชนมาศึกษาถึงฐานของตัวทฤษฎีซึ่งนำมาใช้วิเคราะห์เนื้อหาว่า เนื่องจาก กฎต่าง ๆ ของภาษาหรือลักษณะอื่นใดก็ตามที่ถูกทำขึ้นมาแทน หรือ “การเข้ารหัส” ถูกกำหนดหรือ มีข้อจำกัดโดยโครงสร้างภายในของวัฒนธรรมเดิม (รากเดิมของวัฒนธรรม) ดังนั้นตัวเนื้อหรือตัว บทที่เลือกมาศึกษาจึงเปิดโอกาสให้นำมาอ่านและตีความได้ เราจึงสามารถเข้าใจความหมายหากเรา รู้กฎเกณฑ์ของภาษาและมีความคุ้นเคยดีกับวัฒนธรรม ถึงแม้แนวทางในการศึกษาเรื่องนี้จะมี มากมายก็ตาม แต่เราก็ยังสามารถระบุลักษณะที่สำคัญของทฤษฎีได้ดังนี้

ประการแรก ความหมายที่เราตีความออกมาจากตัวเนื้อหาของสื่อมวลชน ไม่จำเป็นที่ จะต้องเป็นเช่นเดียวกับความตั้งใจของผู้ส่งสารหรือเป็นความหมายเดียวกันกับผู้รับสารมีอยู่ แต่ ความหมายที่เราตีความนั้น เราถึงเป็นความหมายที่ปราศจากอคติ เกิดขึ้นมาจากหลักการของ ระบบสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเข้ารหัส

ประการที่สอง แนวการศึกษานี้ไม่ได้เน้นเฉพาะความที่ปรากฏในระดับพื้นผิว หรือ ความหมายตามตัวหนังสือของเนื้อหาสื่อมวลชนเท่านั้น แต่ยังสนใจถึงความหมายแอบแฝง หรือ ความหมายเชิงนัยยะ ซึ่งผู้ส่งสารอาจจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจให้เกิดความหมายดังกล่าวก็ตาม

ประการที่สาม แนวทางการศึกษานี้ไม่ได้จำกัดเฉพาะการวิเคราะห์ภาษาเขียนเท่านั้น แต่ยัง รวมไปถึงรูปภาพ ท่าทาง เสียง หรือ เครื่องไม้เครื่องมือต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการสื่อความหมาย

การวิเคราะห์การเล่าเรื่อง ขั้นตอนการลำดับเหตุการณ์ในการเล่าเรื่องแบ่งออกเป็น 5 ชั้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2541)

1. การเริ่มเรื่อง (Exposition) เป็นจุดเริ่มต้นในการชักจูงความสนใจให้ติดตามเรื่องราว มี การแนะนำตัวละคร แนะนำฉาก หรือสถานที่ อาจมีการเปิดประเด็นปัญหาหรือเผยปมขัดแย้ง

เพื่อให้เรื่องชวนติดตาม การเริ่มเรื่องไม่จำเป็นต้องเรียงตามลำดับเหตุการณ์ อาจเริ่มเรื่องจากตอนกลางเรื่องหรือย้อนจากตอนท้ายเรื่องไปหาต้นเรื่องก็ได้

2. การพัฒนาเหตุการณ์ (Rising Action) คือการที่เรื่องราวดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และสมเหตุสมผล ปมปัญหาขัดแย้งเริ่มทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้น ตัวละครอาจมีความลำบากใจและพบกับสถานการณ์ที่ยู่ยาก

3. ภาวะวิกฤติ (Climax) จะเกิดขึ้นเมื่อเรื่องราวกำลังถึงจุดแตกหักซึ่งเป็นตอนที่ความขัดแย้งพุ่งขึ้นสูงสุด และตัวละครอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง

4. ภาวะคลี่คลาย (Falling Action) คือสภาพหลังจากที่จุดวิกฤติได้ผ่านพ้นไปแล้ว เงื่อนไขและประเด็นปัญหาต่าง ๆ ได้รับการเปิดเผย หรือ ข้อขัดแย้ง ได้รับการแก้ไข

5. การยุติของเรื่องราว (Ending) คือการสิ้นสุดของเรื่องราวทั้งหมด โดยอาจมีจุดจบได้หลายแบบ เช่น อาจจบแบบมีความสุข จบอย่างสูญเสีย หรือ จบอย่างทิ้งท้ายไว้ให้คิดก็ได้

ภาพที่ 2.1 แผนภาพขั้นตอนการเล่าเรื่อง



จากแผนภาพนี้สามารถอธิบายถึงโครงสร้างในการเล่าเรื่องได้ว่า เรื่องเล่าเริ่มต้นเปิดเรื่อง (Exposition) จากความขัดแย้งระหว่างตัวละครหลัก มีการพัฒนาเรื่องเป็นลำดับไปสู่จุดสุดยอด (Climax) แล้วจบเรื่องราวลงภายหลังจากปมปัญหาความขัดแย้งได้รับการแก้ไข (Resolution)

ทั้งนี้ ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในเรื่องถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของการเล่าเรื่อง โดยความขัดแย้งหรือการเกิดปัญหาเป็นการแสดงลักษณะของปัญหาซึ่งเป็นจุดที่สร้างความเร้าใจชวนให้ติดตาม และยังเป็นการแสดงถึงการขยายตัวของปัญหาหรือความขัดแย้งว่าลุกลามออกไปอย่างไร พาดพิงถึงใครหรือเหตุการณ์อะไรบ้าง โดยที่การเกิดปัญหาหรือความขัดแย้งนั้นถือเป็นองค์ประกอบของเรื่องราวและเทคนิคการดำเนินเรื่องที่สำคัญ บางครั้งความขัดแย้งอาจเกิดขึ้นซ้อน ๆ กันในเรื่องเดียวกันก็ได้ ทั้งนี้ข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นอาจมีได้หลายลักษณะ

ข้อขัดแย้ง

1. การขัดแย้งระหว่างคนกับคน เป็นการขัดแย้งระหว่างคน ๆ หนึ่งกับอีกคนหนึ่ง หรือเป็นการขัดแย้งระหว่างคน ๆ หนึ่งกับกลุ่มคนหลาย ๆ คน หรือ คนส่วนใหญ่ในสังคม
2. การขัดแย้งระหว่างคนกับโชคชะตาหรือสิ่งเหนือธรรมชาติทั้งหลาย เช่น การขัดแย้งในรูปของการถูกบีบบังคับจากสิ่งเร้นลับ โชคชะตา พรหมลิขิต หรือ เคาระห์กรรม
3. การขัดแย้งระหว่างคนกับธรรมชาติ คือ การขัดแย้งของคนที่ต้องต่อสู้กับสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ
4. การขัดแย้งภายในบุคคล ตัวอย่างเช่น การขัดแย้งระหว่างความดีกับความชั่วที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ หรือ การขัดแย้งระหว่างความคิดกับการกระทำ การต่อสู้กับความคิดของตนเอง เป็นต้น

โดยที่การขัดแย้งในลักษณะต่าง ๆ ดังกล่าวจะมีมากหรือน้อยต่างกันไปตามประเภทของเรื่องเล่า เช่น ละคร กล่าวคือสำหรับละครสั้นนั้นก็จะมียุทธศาสตร์ใหญ่ ๆ เพียงเรื่องเดียว เนื่องจากเค้าโครงเรื่องที่สั้นอยู่แล้วนั่นเอง ส่วนละครที่มีความยาวมากนั้น ก็จะมียุทธศาสตร์หลายปมทั้งที่เป็นยุทธศาสตร์หลักและยุทธศาสตร์รอง ๆ ลงไป ซึ่งยุทธศาสตร์รองนี้จะมีส่วนผูกพันกับยุทธศาสตร์หลักของเรื่องด้วย ส่วนนี้เองที่ช่วยให้เรื่องราวของละครมีความซับซ้อนน่าติดตามมากขึ้น

ความหมายของระดับการตีความ

R. Barthes (1967) นักสัญวิทยา สาขาศาสตร์ของ Saussure ได้นำแนวคิดทางสัญวิทยาข้างต้นมาขยายความและชี้ให้เห็นว่า กระบวนการสร้างความหมายนั้นสามารถตีความได้ใน 2 ขั้นตอน คือ

1. การตีความหมายโดยนัยตรง (Denotative)

เป็นการสร้างความหมายในขั้นที่ 1 ตามที่ Saussure ได้เสนอไว้ เป็นความหมายที่มีลักษณะเป็นสากล (Universality) เป็นความหมายเดียวกันและเข้าใจตรงกันสำหรับทุก ๆ คน มีความเป็นภาวะวิสัย (Objectivity) คือ อ้างอิงขึ้นมาโดยไม่มี การประเมินคุณค่าจากตัวผู้ใช้ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นการตีความหมายโดยเกี่ยวข้องกับความจริงธรรมชาติ เป็นการอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวให้ความหมาย (Signifier) กับตัวที่ถูกให้ความหมาย (Signified) ภายในสัญลักษณ์หนึ่งๆ ที่ถูกถ่ายทอดหรือหมายความถึงวัตถุหรือความจริงภายนอกตามสภาพที่เห็น

2. การตีความโดยนัยแฝง (Connotation)

เป็นการสร้างความหมายในขั้นที่ 2 ที่ R. Barthes แสดงทัศนะเพิ่มเติม ความหมายในขั้นนี้จะแปรเปลี่ยนไปตามวัฒนธรรมในการรับสาร เป็นความหมายทางสังคมอีกขั้นหนึ่งและจะเกิดขึ้นเมื่อสัญลักษณ์ใดได้กลายเป็นตัวให้ความหมายของสัญลักษณ์อีกชุดหนึ่ง เช่น ต้มยำกุ้ง ถ้ามองความหมายโดยตรง เรามองว่าเป็นอาหารที่รสจัด อร่อย แต่ถ้าเรามองความหมายโดยนัยแฝงแล้วนั้น ต้มยำกุ้งมีความหมายที่มากกว่า เป็นการมองว่าเป็นอาหารประจำชาติไทย เป็นเอกลักษณ์ของชาติ ซึ่งเป็นการอธิบายความสัมพันธ์กับเหตุการณ์ที่สัญลักษณ์มีการปฏิสัมพันธ์กับอารมณ์ ความรู้สึก ค่านิยม และวัฒนธรรมของผู้รับสาร เป็นการตีความแบบอัตวิสัย (Subjectivity)

โดยสรุปแล้วในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะอาศัยสัญวิทยาเข้ามาเป็นเครื่องมือหลักในการวิเคราะห์เนื้อหาเพลงและอัตลักษณ์แฟนเพลงฮิปฮอปไทยเพื่อค้นหาวิธีสื่อความหมาย และการถ่ายทอดความหมายของเนื้อหาเพลง โดยอาศัยกระบวนการ Hermeneutics เป็นกรอบการวิจัย ผู้วิจัยจะเน้นไปที่การตีความตัวบท (Textual Interpretation) ของเพลงฮิปฮอปไทย ตามทฤษฎีสัญวิทยาทั้งการใช้สัญลักษณ์ และใช้สัญวิทยาในลักษณะของการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในการถ่ายทอดความหมายในตัวบทเพื่อให้ได้ ภาพรวมของตัวบท ตลอดจนใช้สัญวิทยาแห่งเอกลักษณ์นำมาเปรียบเทียบวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาเพลงฮิปฮอปไทยกับ อัตลักษณ์ของแฟนเพลงฮิปฮอปไทย

2.4 แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis)

“วาทกรรม” แปลมาจากคำว่า “Discourse” ในภาษาอังกฤษ คำ ๆ นี้ได้มีนักวิชาการให้ความหมายไว้มากมายหลายระดับและหลายมุมมอง เนื่องจากวาทกรรมเป็นแนวคิดที่ใช้ประกอบการศึกษาในหลายสาขาวิชา อย่างไรก็ตามสำหรับความหมายของวาทกรรมในสาขาวิชานิติศาสตร์แล้ว วาทกรรมคือเหตุการณ์การสื่อสาร (Communication Event) ซึ่งหมายถึงการใช้ภาษาเพื่อสื่อสารให้เห็นถึงความคิด ความเชื่อ อารมณ์ ซึ่งเหตุการณ์การสื่อสารดังกล่าวนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์ทางสังคมที่สลับซับซ้อน

Michel Foucault (1984) ได้ให้แนวคิดที่เป็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจ อุดมการณ์ ความเป็นใหญ่ ตรรกะและกฎเกณฑ์ที่จะทำให้อวาทกรรมต่าง ๆ เกิดเป็นชุดความรู้ในยุคหนึ่ง ๆ เกิดการซับซ้อนทับเคลื่อนย้าย เปลี่ยนแปลงจนทำให้อวาทกรรมชุดหนึ่ง ๆ หาตัวประธานไม่ได้ การกดทับปิดบัง ซ่อนเร้น ทำให้สิ่งใดกลายเป็นสิ่งที่พูดไม่ได้ในยุคหนึ่ง ๆ

Norman Fairclough (1995) กล่าวว่า วาทกรรมผลิตหรือสถาปนาตัวตนหรืออัตลักษณ์ของประธาน ประธานผู้ผลิตสร้างวาทกรรม มีความสำคัญพอ ๆ กับที่วาทกรรมสร้าง/ผลิตประธานและโดยภาคขยาย สังคมผลิตวาทกรรมเฉกเช่นที่วาทกรรมผลิตสังคม (อ้างถึงใน อรวรรณ ปิลาพันธ์ โอวาท, 2546)

Guy Cook (1992) ได้ให้นิยามวาทกรรมเอาไว้ว่า วาทกรรมคือปฏิสัมพันธ์ระหว่างบทกับบริบท (Text & Context) ในลักษณะที่ผู้ร่วมการสื่อสารรับรู้ความหมาย ดังนั้นจุดมุ่งหมายของการวิเคราะห์วาทกรรมคือการอธิบายหรือพรรณนาปรากฏการณ์ที่ต้องการศึกษาโดยทั่วไป และสิ่งสำคัญที่อยู่ในปรากฏการณ์เหล่านั้นด้วย นอกจากนี้ Guy Cook ยังกล่าวถึงการวิเคราะห์วาทกรรมว่าไม่ได้เกี่ยวข้องกับภาษาเพียงอย่างเดียว แต่ยังวิเคราะห์ไปถึงบริบทของการสื่อสาร (The Context of Communication) ว่าใครกำลังติดต่อกับใคร ทำไม และอยู่ในสถานการณ์และสังคมรูปแบบใด ผ่านสื่อประเภทใด และการพัฒนาการติดต่อสื่อสารนั้นแตกต่างกันในรูปแบบและการกระทำอย่างไร รวมถึงความสัมพันธ์ที่มีต่อกันและกันด้วย (อ้างถึงใน ดวงใจ ธรรมโชติโก, 2541)

สำหรับแนวคิดเรื่องวาทกรรมที่ผู้วิจัยใช้เป็นหลักในการศึกษาวิเคราะห์ครั้งนี้ คือ แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) ตามแนวคิดของ Norman Fairclough (1995) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์วาทกรรมสื่อ (Media Discourse) โดยตามทัศนะของ Fairclough นั้น การวิเคราะห์วาทกรรมจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. วิเคราะห์สภาพการในการสื่อสาร (Analysis of Communicative Events) เป็นการวิเคราะห์ในภาคตัดขวาง เพื่อศึกษาถึงคุณสมบัติของวาทกรรม โดยพิจารณาถึงปัจจัย 3 ประการ คือ

1.1 ตัวบท (Text) ในที่นี้คือ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ทั้งที่เป็นวจนภาษา และอวจนภาษา พยางค์ คำ ประโยค รวมทั้งรูปแบบของวาทกรรมที่ต่างเรียงร้อยเข้าด้วยกัน โดยจะวิเคราะห์ใน 3 ประเด็นหลัก คือ

- วาทกรรมนำเสนออะไรสู่สภาพสังคม (คตินิยม) และเกิดผลอย่างไร ซึ่งการนำเสนอในที่นี้ คือ การนำเสนอเกี่ยวกับความคิด ระบบความรู้ ความเชื่อ ให้กับสังคม ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นถึงสภาพความเป็นจริงของสังคมในขณะนั้น และยังวิเคราะห์ด้วยว่า การนำเสนอดังกล่าวก่อให้เกิดผลอย่างไรต่อสังคม และทำไมถึงเลือกนำเสนอประเด็นดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อจะได้เข้าใจตัวบทมากยิ่งขึ้น เนื่องจากตัวบทและบริบทต่างมีความสัมพันธ์กัน สิ่งที่ตัวบทนำเสนอย่อมส่งผลกระทบต่อบริบทด้วย

- วาทกรรมสร้างลักษณะเฉพาะหรืออัตลักษณ์อะไรในสังคม ทั้งนี้เพื่อศึกษาว่าตัวบทหรือตัวภาษาสามารถสร้างลักษณะเฉพาะอะไรผ่านสื่อ เพื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของตัวบทที่บริบททางสังคม เช่น สถานภาพ บทบาท เป็นต้น

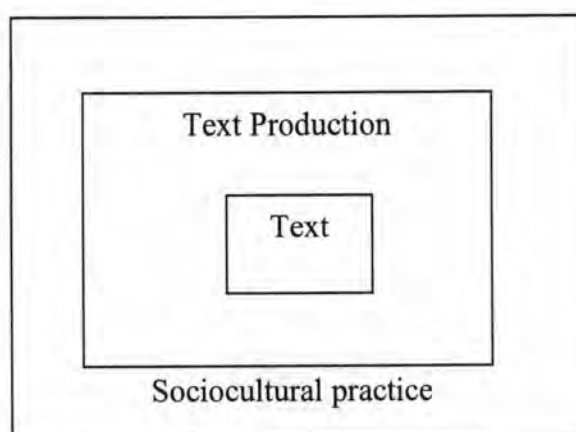
- เนื้อหาของวาทกรรมแสดงถึงความสัมพันธ์ใด โดยพิจารณาจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้สร้างวาทกรรมกับผู้รับวาทกรรม และความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับสถาบันสังคมความสัมพันธ์ที่แฝงอยู่ในตัวเนื้อหา สามารถบ่งบอกได้ว่าวาทกรรมนั้น ๆ มีอิทธิพลอย่างไรกับสังคม ถ้าหากเนื้อหาของวาทกรรมแสดงถึงความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด โอกาสที่ผู้รับสารจะเกิดปฏิสัมพันธ์กับตัวบท และมีผลมายังผู้ส่งสารก็เกิดได้ง่ายขึ้น

1.2 การปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse Practice) เป็นการวิเคราะห์กระบวนการสร้างตัวบท (Text Production) ว่าเกิดขึ้นได้อย่างไร นำเอาบริบททางสังคม สิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม มาสร้างเป็นวาทกรรมได้อย่างไร มีการถ่ายทอดออกมาอย่างไร และวิเคราะห์การบริโภคตัวบท (Text Consumption) รวมทั้งช่องทางการสื่อสาร ซึ่งวิเคราะห์ได้ 2 มุมมอง คือ

- สถานการณ์ในการสื่อสารมีผลต่อแบบแผนการใช้ภาษาอย่างไร
- ผลที่เกิดจากแบบแผนการใช้ภาษา ช่วยในการสร้างขอบเขต ความสัมพันธ์และโครงสร้างอย่างไร

1.3 การปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Practice) เป็นการวิเคราะห์ถึงบริบทที่ส่งผลให้เกิดวาทกรรม เช่น ปัจจัยทางด้านสังคม วัฒนธรรม การเมือง ในแง่ที่ว่าตัวบทที่เกิดขึ้นนั้นอยู่ในบริบทลักษณะใด

ปัจจัยทั้ง 3 ประการดังกล่าว สามารถอธิบายด้วยแผนภาพ ดังนี้



2. วิเคราะห์แบบแผนการใช้ภาษา (Analysis the Order of Discourse) เป็นการวิเคราะห์วาทกรรมในภาคตามยาว เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของวาทกรรม สำหรับการวิเคราะห์แบบแผนการใช้ภาษานี้ เป็นการวิเคราะห์ลักษณะและประเภทของวาทกรรมว่าอยู่ในลักษณะใด รูปแบบใด โดยแยกออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

2.1 ความสัมพันธ์แบบตัวเลือก (Choice Relation) เป็นการวิเคราะห์ว่าเหตุใดสื่อถึงนำเสนอรูปแบบการใช้ภาษาในลักษณะดังกล่าว เพราะสื่อแต่ละประเภทต่างก็มีลักษณะต่างกัน อาทิ การเสนอข่าว สารคดี ละคร เกมโชว์ ต่างก็มีลักษณะการใช้ภาษาที่ต่างกัน มีการนำเสนอที่ไม่เหมือนกัน จึงต้องพิจารณาในประเด็นนี้ เพราะจะทำให้เข้าใจวาทกรรมมากยิ่งขึ้น

2.2 ความสัมพันธ์แบบโยงใย (Chain Relation) เป็นการวิเคราะห์ว่าสภาพการณ์ในการสื่อสารของสื่อมีความเกี่ยวโยงกับเหตุการณ์ในสื่ออย่างไร เกิดผลกระทบอย่างไร หรือวาทกรรมที่สร้างขึ้นมามีความต่อเนื่อง โยงใยซึ่งกันและกันในลักษณะใด หรืออีกนัยหนึ่งคือ เป็นการหาความสัมพันธ์ที่เกิดในวาทกรรม อาทิ สภาพการณ์ในสังคมมีผลก่อให้เกิดเหตุการณ์ในการสื่อสารอย่างไร

จะเห็นว่า การวิเคราะห์วาทกรรมเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบระหว่างตัวบท บริบท และกระบวนการสร้างตัวบท ซึ่งผู้ที่เข้าใจบริบทดังกล่าวจำเป็นต้องมีภูมิ

หลัง หรือมีประสบการณ์ร่วม หรือมีความรู้ในบริบทนั้น ๆ เป็นอย่างดี ซึ่งพบว่า บริบทดังกล่าว นำมาจากสภาพสังคม วัฒนธรรม ในช่วงเวลานั้น ๆ

การนำแนวคิดเรื่องการวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) มาใช้ในการศึกษาคำนี้ ก็เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ การให้ความหมายของการเล่าเรื่องราว ผ่านบทเพลงฮิปฮอป ไทยว่าเป็นอย่างไรบ้าง และวาทกรรมในบทเพลงอย่างไร มีความสัมพันธ์กับบริบท (Context) ต่างๆ อย่างไร เพื่อได้ทราบถึงความเป็นจริงต่างๆ ในสังคมที่สะท้อนผ่านบทเพลงฮิปฮอปไทยในรูปแบบของการสร้างวาทกรรม

2.5 แนวคิดเรื่อง “แฟน Fan” และ “แฟนคอม Fandom”

“แฟน” เป็นคำที่ติดปากคนไทยมาช้านาน Henry Jenkins (1992) กล่าวว่า แฟนมีประวัติยาวนานมาก มาจากคำว่า “Fanatic” ซึ่งหมายถึงหลงใหล คลั่งไคล้ ส่วน “Fandom” นั้นเป็นลักษณะของกลุ่มผู้คลั่งไคล้ เป็นลักษณะอาการทางจิตวิทยา ที่ต้องการได้รับสิ่งที่ตนสนใจ ต้องการได้รับสิ่งต่างๆ เพื่อทดแทนในสิ่งที่ตนขาด และจำเป็นต้องมีในวิถีชีวิตที่ทันสมัย

แฟนเกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อศตวรรษที่ 19 เมื่อนักหนังสือพิมพ์ได้พยายามอธิบายถึงคนที่คอยติดตามทีมรักกีฬาอาชีพ จึงกำหนดคำว่า “แฟน” ขึ้นมาเรียกคนกลุ่มนี้ หลังจากนั้นก็พัฒนาความหมายของคำ ๆ นี้ต่อมาอีกด้วย โดยขยายความรวมถึงความจงรักภักดีของผู้ติดตามเพื่อการกีฬาและงานบันเทิงต่างๆ เข้าไปด้วย แฟนแต่ละกลุ่มมีความชื่นชอบที่แตกต่างกัน จึงมีลักษณะต่างกันทั้งในด้าน ลักษณะ ภาพลักษณ์ และพฤติกรรม เช่น แฟนกลุ่มดนตรี ร็อค กีฬา ภาพยนตร์ เป็นต้น ในที่นี้จะเน้นไปที่ แฟนของกลุ่มดนตรีฮิปฮอป ซึ่งจัดว่าเป็น Media Fandom ชนิดหนึ่ง (เจษฎา รัตนเขากร, 2541)

Lisa A. Lewis (1992) กล่าวว่า เราต่างก็เป็นแฟนของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ยามที่เราารู้สึกว่า ชื่นชม นับถือ และปรารถนา ดังนั้น เราจึงแยกแยะความรู้สึกและสร้างข้อผูกมัดของตัวเองขึ้นมา เราจะสามารถเข้าใจตัวเราเองได้ดียิ่งขึ้น ถ้าเราได้พยายามเข้าใจแรงผลักดันในการเป็นแฟนต่อสิ่งนั้นๆ การเป็นแฟนแสดงให้เห็นว่า สามารถใช้สิ่งที่ได้รับจากการติดตาม เพื่อสร้างความนับถือตนเอง เป็นการแสดงอำนาจอย่างหนึ่งในสังคมของเขาทำให้เกิดความมั่นใจสถานการณ์ต่างๆ การมีสิ่งที่ตนชื่นชอบ ทำให้แฟนมีโอกาสสร้างความหมายของการมีตัวตนในสังคม และประสบการณ์ทางสังคมที่ตนสนใจและมีหน้าที่ต้องทำ

McQuail (1994) ได้นำเสนอความคิดเกี่ยวกับ เรื่องแฟนไว้ว่าเป็นกลุ่มที่ติดตามผลงานของสื่อมวลชนขาดลักษณะทางสังคม สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลาและยึดติดกับเนื้อหาสาระที่มีผู้เสนอ ถ้าสาระเปลี่ยนไป กลุ่มแฟนก็จะสลายตัวทันที ซึ่งบุคคลมักจะไม่รู้ว่าตนเองอยู่ในกลุ่มนี้ บางครั้งกลุ่มนี้อาจจะได้รับแรงกระตุ้นจากสื่อหรือด้วยความสมัครใจที่จะรวมกลุ่มกัน

Joli Jenson (1992) ได้แบ่งลักษณะของแฟนเพลงได้ 2 แบบ คือ

1. แบบปัจเจกชน แฟนลักษณะนี้จะแยกตัวออกจากสังคม จากครอบครัว ชีวิตจะถูกครอบงำโดยไร้เหตุผล ถูกล่อลวงโดยสื่อมวลชนและคนมีชื่อเสียงได้ง่าย
2. แบบกลุ่ม มีลักษณะจงรักภักดีต่อสิ่งที่หลงใหล และหลังจากนั้นจะเกิดความจงรักภักดีต่อกลุ่มที่หลงใหลในสิ่งเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีลักษณะจงรักภักดีต่อความมีชื่อเสียงของดาราและรายการ อากาเหล่านี้เป็นโรคติดต่อ สมาชิกในกลุ่ม

กลุ่มแฟนที่กล่าวมาข้างต้น มีลักษณะสำคัญดังนี้

- แฟนผู้หลงใหลแต่เพียงลำพัง (Obsessed Loner) จะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่อยากให้ตนแตกต่างจากผู้อื่น ทำเป็นมวลชนน้อยลง ดัดตัวเองออกจากครอบครัว สังคม เพื่อน ชีวิตจะถูกครอบงำขึ้นเรื่อย ๆ จากความมีชื่อเสียงโด่งดังของดาราหรือนักกีฬา ฯลฯ ที่ตนชื่นชอบ จนสูญเสียความเป็นตัวของตัวเอง คนเช่นนี้จะถูกยั่วยุโดยสื่อมวลชน นำไปสู่โลกมายาจนข้ามไปสู่อาการทางจิตที่อยากจะฆ่าคนที่ตนถือว่าเป็นเจ้าของเพื่อให้สมความปรารถนาของตน
- แฟนกลุ่มผู้คลั่งไคล้ (Frenzied Fan) เป็นกลุ่มของแฟนที่หลงใหลและบ้าคลั่งสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไม่สมเหตุสมผล มีความจงรักภักดีต่อผู้มีชื่อเสียงนั้น ๆ เช่น แฟนฟุตบอล แฟนคอนเสิร์ต แฟนในกลุ่มนี้ได้รับการชักจูงหรือครอบงำโดยอิทธิพลจากภายนอกได้ง่าย

จากกลุ่มแฟนที่กล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถแสดงให้เห็นถึง “แฟนคอม” (fandom) กลุ่มชนผู้คลั่งไคล้ ซึ่งเป็นลักษณะอาการทางจิต เป็นการทดแทนทางด้านจิตวิทยา มีความพยายามที่จะสร้างสิ่งที่เรียกเรื่องความสนใจต่างๆ ขึ้น เพื่อทดแทนสิ่งใดที่ขาดและพึงจะต้องมีในชีวิตที่ทันสมัย

ภาพของแฟนคอม (Fandom) เคยถูกมองอย่างตายตัวในแง่ลบมานาน ประการแรก แฟนเป็นวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) ที่แสดงออกถึงส่วนที่มีลักษณะวิพากษ์วิจารณ์ในระดับที่ต่ำที่สุดและน้อยที่สุด ผู้รับสารถูกมองว่าสามารถถูกครอบงำได้ง่าย และถูกปลุกคั้นเพียงเพื่อการแสวงหาผลกำไรเท่านั้น วัฒนธรรมประชานิยมที่มีหลายรูปแบบ แสดงเห็นถึงความปรารถนาและความต้องการของผู้รับสารที่ทำให้พวกเขาเฉื่อยชา เฟื่องเฟื่องมากขึ้น ไม่ช่างวิพากษ์วิจารณ์ เท่าที่เคย แฟนไม่อาจยอมรับได้ว่าวัฒนธรรมที่เขาพอใจนั้นถูกใช้เพื่อหลอกลวงและทำให้เขาสับสน ประการที่สอง มีผู้สันนิษฐานว่า แฟนเป็นกลุ่มผู้รับสารที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะยังต้องรอเวลาที่จะเติบโต และยังคงสนุกกับการที่ไม่ต้องรับผิดชอบต่อการเป็นแฟนคอมของตน

แต่ในความเป็นจริง แฟนเป็นกลุ่มคนที่สร้างสรรค์และกระตือรือร้น เมื่ออยู่ในสภาพสังคมที่บีบรัด และยังเป็นผู้ที่ผลิตวัฒนธรรมในแบบของตนขึ้นมาด้วย จากเดิมที่แฟนถูกแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มแฟนที่มีขนาดใหญ่ และกลุ่มแฟนที่มีขนาดเล็ก ซึ่งแฟนกลุ่มแรกเป็นส่วนที่มองว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคตัวบท (Text) ของวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) ที่มีความเฉื่อยชา แต่แฟนในกลุ่มที่สองที่อยู่อย่างกระจัดกระจายกลับเป็นผู้ที่ใช้ตัวบทที่มีลักษณะเฉพาะอย่างกระตือรือร้น และทำให้ความสำคัญกับความหมายดั้งเดิมและความหมายใหม่ นอกจากนี้กลุ่มแฟนที่มีขนาดเล็กยังเป็นกลุ่มที่ใช้วัฒนธรรมประชานิยม เพื่อแสดงออกถึงประสบการณ์ชีวิตของตนและคนอื่น อีกทั้งยังต่อต้านความตึงเครียดของสถานะทางสังคม และสร้างลักษณะเฉพาะทางสังคมของตนขึ้น ลักษณะนี้จัดว่าเป็นแฟนที่แท้จริงเพราะถึงแม้ว่า กลุ่มแฟนกลุ่มนี้จะมีขนาดเล็ก แต่ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญมากกว่ากลุ่มแฟนที่มีขนาดใหญ่ แฟนจึงสามารถจำแนกโดยอาศัยรูปแบบวัฒนธรรมประชานิยม และผลของความพยายามของกระแสทางการค้าที่เตรียมไว้

แฟนจะผูกพันกับรูปแบบวัฒนธรรมนิยมเพราะเกิดความเพลิดเพลิน ความปิติยินดี การผลิตวัฒนธรรมแห่งความพอใจเป็นตัวตัดสินใจความสัมพันธ์ของแฟนกับวัฒนธรรมนิยมความเข้าใจในประเภทของแฟนต้องอาศัยความสัมพันธ์ของความรู้สึกที่แตกต่างกัน ความรู้สึกรักใคร่ (Affect) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผูกพันใกล้ชิดกับสิ่งที่เราอธิบายได้ว่า เป็นความรู้สึกที่มีชีวิตชีวา เราสามารถเข้าใจชีวิตคนอื่นได้ โดยเข้าไปร่วมแบ่งความหมายและความพอใจในสิ่งเดียวกัน แต่เราไม่อาจรู้ได้ว่าให้ความรู้สึกกับเขาได้อย่างไร อารมณ์ความรู้สึก (Feeling) จะเป็นขอบเขตของผลทางวัฒนธรรมในสังคมที่สร้างขึ้น ประสบการณ์อย่างเดียวกันจะเปลี่ยนไปเมื่ออารมณ์ความรู้สึกเปลี่ยนไป วัตถุประสงค์เดียวกันที่มีความหมายเหมือนกัน เคยให้ความพอใจเหมือนกัน แต่เมื่อความสัมพันธ์เชิงรักใคร่ของเราต่อสิ่งนั้นเปลี่ยนแปลงไป ก็จะเกิดความพอใจต่างกันได้ สำหรับแฟนนั้น รูปแบบของปริบททางวัฒนธรรมบางรูปแบบกลายเป็นสิ่งที่ทำให้เขาเกิดความรู้สึกเต็มเปี่ยมด้วยความรัก ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในปริบทสามารถนิยามได้โดยอาศัยความรู้สึกรักใคร่

Henry Jenkin (1992) กล่าวว่า แฟนคอมเป็นกลุ่มแฟนที่ผลิตเรื่องราวในกลุ่มของพวกเขาเอง นอกจากนั้นยังผลิต นวนิยาย ศิลปะการพิมพ์ เพลง วิดีโอ และการแสดงต่าง ๆ ด้วยตนเอง ไม่ต้องการลอกเลียนแบบใคร

De Certeau ได้พูดถึงว่า Fandom ในฐานะเป็นกลุ่มชุมชนย่อยเฉพาะ ซึ่งถ้ามองในแง่ของความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคก็จะเรียกได้ว่า กลุ่มชนเหล่านี้จะมีกิจกรรมเฉพาะที่จะเป็นปากเป็นเสียงแทนกลุ่มชนของตนเอง หรือเป็นปากเป็นเสียงแทนกลุ่มชนของตนเอง หรือเป็นปากเป็นเสียงแทนผู้บริโภค ซึ่งเป็นกิจกรรมหลายอย่างจะมุ่งความสนใจไปสู่ขั้นตอนของการสร้างวัฒนธรรมที่เหมาะสมของตนขึ้นมา

จากแนวคิดเรื่อง “แฟน” (Fan) และ “แฟนคอม” (Fandom) นี้แสดงให้เห็นว่าการเป็นแฟนนั้นเกิดจากการที่บุคคลชื่นชอบและพอใจในสิ่งต่างๆ จนกลายมาเป็นคลั่งไคล้ และรวมตัวกันจนถูกเรียกว่าแฟน ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดนี้มาใช้วิเคราะห์อัตลักษณ์ของแฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทยในการค้นหาตัวตนที่แท้จริงของการรวมกลุ่มของแฟนเพลงและกลุ่มวัฒนธรรมฮิปฮอปในประเทศไทย

2.6 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity)

ในการวิจัยเรื่อง “เนื้อหาเพลงและอัตลักษณ์ของแฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทย” เป็นการค้นคว้าและศึกษาอัตลักษณ์ของแฟนเพลงซึ่งมีลักษณะเป็นวัยรุ่น ดังนั้น จึงต้องอาศัยแนวความคิดในเรื่องอัตลักษณ์ของวัยรุ่น เป็นแนวทางในการทำวิจัย

จากการวิจัยก่อนหน้านี้ มีผู้ให้คำจำกัดความของคำว่าอัตลักษณ์ของวัยรุ่นในหลายลักษณะ ผู้วิจัยยกตัวอย่างของเคลลี (Kelly, 1990) และ (ประไพพรรณ, 2530) ซึ่งมีการให้ความหมายของอัตลักษณ์ดังนี้

เคลลี (Kelly, 1990) กล่าวถึงอัตลักษณ์ของวัยรุ่นคือ ความเป็นตัวตนของวัยรุ่น เป็นการที่วัยรุ่นมองตัวตนของเขาเองอย่างไรและการที่บุคคลอื่นในสังคมมองเขาอย่างไร ในการที่เขาแสดงบทบาทต่อผู้อื่น การแปลความหมายจากพฤติกรรมต่าง ๆ บางครั้งก็เกิดความพยายามจำกัดตัวตนของตนเองขึ้นมาใหม่ ด้วยลักษณะที่อยากให้ผู้อื่นมองเขา

ในเชิงจิตวิทยากล่าวถึงอัตลักษณ์ ในความหมายเดียวกับเอกลักษณ์ (Identity) โดย (ประไพพรรณ, 2530) กล่าวถึง การวิจัยเรื่องวัยรุ่นของ (Erickson, 1963) ว่าระยะวัยรุ่นนั้นเป็นระยะของ

การพัฒนาความมีเอกลักษณ์แห่งตนหรือเกิดความสับสนในเอกลักษณ์หรือบทบาทแห่งตน (Identity vs. Identity Confusion) โดยเชื่อว่าวัยรุ่นจะเป็นวัยที่พยายามค้นหาความเป็นตัวตนหรือเอกลักษณ์แห่งตน พยายามค้นหาความต้องการที่แท้จริง บทบาทหน้าที่ ความสามารถแห่งตน เพื่อที่จะวางแผนชีวิตต่อไปในอนาคต ถ้าในขณะนี้เด็กประสบความสำเร็จในการหาเอกลักษณ์แห่งตน เด็กก็จะรับรู้บทบาทหน้าที่ ความต้องการของตน เติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่รู้จักความสามารถของตน รวมทั้งการวางแผนชีวิตที่เหมาะสมกับตน ซึ่งทำให้สามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุข ในตรงกันข้าม ถ้าวัยรุ่นประสบความสำเร็จล้มเหลวในการหาเอกลักษณ์แห่งตน วัยรุ่นนั้นจะเกิดความสับสนในบทบาท หน้าที่ และความต้องการที่แท้จริงของตนทำให้วัยรุ่นนั้นเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีแบบแผนไม่แน่นอน เลือกอาชีพไม่เหมาะสมกับความสามารถของตนเอง ตลอดจนไม่รู้ทิศทางที่จะก้าวหน้าเดินต่อไป

โดยสรุปแล้ว อัตลักษณ์ คือการตอบคำถามของคำว่า “Who I am” (Fiske, 1991) ในแต่ละบุคคลก็จะมีอัตลักษณ์ได้หลายอัตลักษณ์ คือ การมองตนเองในแง่มุมต่างๆ ซึ่งอาจมีได้หลายมุมทั้งนี้ เพราะในฐานะที่เป็นสมาชิกของแต่ละหน่วย หลาย ๆ หน่วยของสังคม ก็จะมีบทบาทที่ต่างกันไป นอกจากนี้ในระดับบุคคลแล้วในระดับกลุ่มสังคมก็จะมีลักษณะ “อัตลักษณ์ร่วม” (Collective Identity) ซึ่ง Melucci ได้อธิบายว่า หมายถึงกระบวนการสร้างสำนึกร่วมต่างๆ ของสังคมนั้น อันจะทำให้สมาชิกได้ตระหนักถึงลักษณะร่วมของกลุ่ม เป็นการมองตนเองในอีกลักษณะคือ การตอบคำถามของคำว่า “Who are we” และเข้าใจว่า “พวกเรา” ต่างจาก “พวกเขา” อย่างไร ซึ่งสำนึกร่วมดังกล่าวสามารถสร้างและปรับเปลี่ยนได้โดยอาศัยสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในระบบวัฒนธรรมของกลุ่ม เช่น เพลงพื้นบ้าน เพลงร็อก เพลงฮิปฮอป

ดังนั้น สังคมและวัฒนธรรมจึงมีบทบาทในการสร้าง การดำรงรักษา การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์โดยตรง (Schlesinger, 1993 อ้างถึงในสกลกานต์, 2535) นั่นคือ เมื่อแต่ละบุคคลได้มีการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมสังคมใหม่ บุคคลนั้นๆ ก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ทั้งของตนและอัตลักษณ์ร่วมด้วย

อัตลักษณ์ (Identity) ในทางจิตวิทยาสังคมหมายถึง ความสำนึกของแต่ละบุคคลว่าตนเองมีความแตกต่างจากผู้อื่นมากน้อยเพียงไร ส่วนในทางจิตวิทยาการแพทย์ หมายถึงลักษณะเฉพาะชุดหนึ่งของแต่ละบุคคลซึ่งแสดงออกต่อผู้อื่น ลักษณะเฉพาะดังกล่าวนี้จะช่วยให้ผู้อื่นสามารถบ่งชี้บุคคลนั้นๆ ได้ De Lavita (อ้างใน ศิรินาถ, 2546)

กระบวนการจะเริ่มต้นด้วยการตระหนักถึงความเป็นหนึ่งเดียวและตระหนักถึงความแตกต่างของมนุษย์ พวกเขาจะต้องรวบรวมความรู้ต่างๆ ทั้งหมดเกี่ยวกับตนเอง ต้องมีการประเมิน

ตนเอง ผสมผสานภาพพจน์หรือความคิดต่างๆ ที่มีต่อตนเองเพื่อนำไปสู่นิยามที่ชัดเจนว่าเราเป็นใคร และอะไรที่เราต้องการเป็น

เมื่อบุคคลสามารถแยกแยะและประเมินลักษณะที่ตนเป็นอยู่ได้ และถ้าลักษณะนั้นดำรงอยู่ในบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ลักษณะเช่นนี้จะถือว่าได้พัฒนาขึ้นมาเป็นอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของบุคคลนั้นๆ อัตลักษณ์เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการของมนุษย์ อัตลักษณ์เป็นการพัฒนาจากการไม่มีอัตลักษณ์ไปสู่การมีอัตลักษณ์โดยการแสวงหาของตนเอง

นักจิตวิทยาหลายท่าน ได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับ “อัตลักษณ์” ไว้ดังนี้ (อ้างใน สายฝน ควร ผดุง, 2536)

Conger สรุปว่าอัตลักษณ์ของตนเป็นสถานะที่บุคคลยอมรับว่าตนเองแตกต่างจากผู้อื่น ซึ่งความแตกต่างนี้เป็นผลมาจากการบูรณาการระหว่างประสบการณ์ในอดีตกับสถานะปัจจุบัน มีลักษณะของความต่อเนื่องกัน ไปอย่างคงที่สม่ำเสมอ

Mark Liechty กล่าวว่าอัตลักษณ์คือ ความสำคัญของบุคคลว่าตนสังกัดอยู่ในขอบเขตของบทบาทและแนวทางที่เป็นอยู่แบบใดทางสังคม

Hodgson และ Fischer กล่าวว่า อัตลักษณ์เป็นการพัฒนาการของการตระหนักรู้ของคนคนหนึ่งว่าเขาเป็นใครและเขาเป็นอะไร

เนื้อหาสำคัญของอัตลักษณ์ คือ จิตสำนึกส่วนตัวและจิตสำนึกร่วมในระดับสังคมที่เกิดจากการนิยามตัวเองว่า ตัวเองคือใคร มีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่นกลุ่มอื่นหรือสังคมอื่นอย่างไร และจะใช้อะไรเป็นเครื่องหมายในการแสดงออก (พัฒนา กิติอาษา, 2546)

อัตลักษณ์ของตน หมายถึง ความเข้าใจในตนเองว่าตนเป็นใคร มีความคิดในการแสดงออกของตนเองเพื่อการดำเนินชีวิตในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง ยอมรับความแตกต่างและความเหมือนกันของบุคคลในเรื่องต่างๆ ความรู้สึกของการมีอัตลักษณ์ของตนเกิดจากการที่คนๆ นั้นดำรงความเหมือน (Sameness) และความต่อเนื่อง (Continuity) ภายในตนของแต่ละคนที่สอดคล้องกับที่ผู้อื่นมอง องค์ประกอบของพัฒนาการมีอัตลักษณ์มี 3 ลักษณะ คือ

1. แต่ละคนยอมรับว่าตนเองมีความเหมือนและความต่อเนื่องภายในตน
2. ผู้อื่นในสังคมมองอย่างเดียวกับที่เรามองตนเอง
3. บุคคลจะมีความเชื่อมั่นและติดต่อสัมพันธระหว่างโลกภายในและภายนอกและยอมรับ ผลสะท้อนกลับที่เกิดขึ้นได้

โดยสรุป อัตลักษณ์ของบุคคลหนึ่งเป็นการมองตนเองเพื่อตอบคำถามว่า “ฉันคือใคร” และ “ฉันเหมือนหรือแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร” โดยที่ลักษณะนั้นดำรงอยู่ในตนเองอย่างต่อเนื่องในแต่ละบุคคลสามารถมองตนเองได้หลายแง่มุม ขึ้นอยู่กับเราเป็นสมาชิกในหน่วยใดของสังคมแต่ละหน่วยของสังคมเราก็จะมีบทบาทแตกต่างกันออกไป

“อัตลักษณ์” อาจแบ่งได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. อัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Individual Identity)
2. อัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity)
3. อัตลักษณ์ องค์กร (Corporate Identity)
4. อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity)
5. อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity)

บุคคลหนึ่งๆ จะมีหลายอัตลักษณ์ ซึ่งก็คือการมองตนเองในแง่มุมต่างๆ ในฐานะสมาชิกหน่วยหนึ่งในสังคม แต่นอกจากอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลแล้ว ในระดับกลุ่ม กลุ่มสังคมหนึ่งๆ จะมี “อัตลักษณ์ร่วม” หรือที่เรียกว่า Collective Identity

Melucci (อ้างใน สกลกานต์ อินทร์ไทร, 2527) อธิบายว่า กระบวนการสร้างสำนึกร่วมของกลุ่มต่างๆ ในสังคม อันจะทำให้สมาชิกได้ตระหนักถึงลักษณะร่วมของกลุ่ม และเข้าใจว่า “พวกเรา” มีลักษณะแตกต่างไปจาก “พวกเขา” อย่างไร สำนึกร่วมดังกล่าวสามารถสร้างและปรับเปลี่ยนได้ โดยอาศัยสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในระบบวัฒนธรรมกลุ่ม

การแสดงอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมวัยรุ่นนั้นมีการแสดงสัญลักษณ์ที่แสดงออกคือ (วิภา รัตน์ พันธุ์ฤทธิ์คำ, 2544)

1. การแต่งกาย
2. เครื่องใช้หรือประดิษฐากรรมต่างๆ
3. ดนตรี

4. การปฏิบัติตัว
5. รูปแบบภาษาของกลุ่ม
6. รูปแบบการดำเนินชีวิต

ดังนั้นผู้วิจัยสามารถนำเอาหลักการของแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ในการวิจัยเรื่องอัตลักษณ์ของแฟนเพลงฮิปฮอปไทยได้ โดยที่ผู้วิจัยจะวิเคราะห์หาลักษณะเฉพาะตนที่ไม่เหมือนใคร และจะศึกษาถึงรายละเอียดของแฟนเพลงในระดับปัจเจกบุคคล และจะใช้การค้นหาตัวตนที่แท้จริงว่ากลุ่มแฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทยเหล่านี้มีอัตลักษณ์อย่างไร

2.7 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่น (Youth Subculture)

แนวคิดวัฒนธรรมศึกษาได้มองวัยรุ่นว่าเป็นวัฒนธรรมย่อยรูปแบบหนึ่งของสังคม เป็นแนวคิดที่มองว่าคนแต่ละกลุ่มในสังคมควรมีโอกาสเป็นเจ้าของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตัวเอง มีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างไม่เหมือนกับกลุ่มอื่นๆ ได้โดยไม่ต้องเกิดความรู้สึกแปลกแยก แนวคิดวัฒนธรรมย่อยจะเคารพในความแตกต่างหลากหลายของแบบแผนปฏิบัติของคนแต่ละกลุ่ม โดยปราศจากอคติและหลีกเลี่ยงการตัดสินคุณค่าของวัฒนธรรมใดๆ แนวคิดวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นโดยทั่วไปแล้วมักจะเกี่ยวข้องอยู่กับประเด็นความคิดว่าด้วยเรื่องวัฒนธรรม วัยรุ่น และความทันสมัยที่ต่างล้วนมีอิทธิพลถึงกันและกัน ภาพปรากฏของวัฒนธรรมย่อยลักษณะต่างๆ แท้จริงเป็นเพียงกลุ่มคนที่ใช้แบบแผนพฤติกรรมหรือวัฒนธรรมบางอย่างร่วมกัน เช่น ปัญหา ความสนใจ ประสบการณ์ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งที่แยกกลุ่มทางสังคมออกจากกันและกัน

คำว่า “วัฒนธรรมย่อย” เกิดขึ้นในราวทศวรรษที่ 1940 ทั่วไปหมายถึงกลุ่มคนที่มีปัญหาความสนใจ มีการปฏิบัติทางวัฒนธรรมคล้ายกัน ซึ่งแตกต่างจากสมาชิกกลุ่มทางสังคมอื่นๆ มักจะถูกมองว่าเป็นพวกที่เบี่ยงเบนออกไปจากมาตรฐานสังคมและมีสถานะรองในสังคม

การศึกษาวัฒนธรรมย่อยเริ่มต้นขึ้นโดยสำนักชิคาโก ซึ่งสนใจในการค้นหาความหลากหลายของพฤติกรรมมนุษย์ในสังคมอเมริกัน เป็นการศึกษาวัฒนธรรมย่อยในแง่เสรี-พหุนิยม (Liberal-Pluralist) และต่อเนื่องมาถึงสำนักเบอร์มิงแฮมในราวทศวรรษ 1970 ที่สนใจวิเคราะห์วัฒนธรรมย่อย พยายามหาความสัมพันธ์ระหว่างอุดมการณ์และรูปแบบเฉพาะทางวัฒนธรรมของวัยรุ่น เช่น มู้ด เดฟ สกินเฮด พังก์ โดยเชื่อมโยงเข้ากับโครงสร้างทางวัฒนธรรมใหญ่คือวัฒนธรรมแม่ วัฒนธรรมครอบครัว และวัฒนธรรมมวลชน ซึ่งสำนักคิดนี้มองว่าวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นมักจะเป็นวัฒนธรรมย่อยของชนชั้นล่าง สถานะทางวัฒนธรรมของพวกเขาที่สัมพันธ์กับชน

ชั้นที่เป็นรอง การวิเคราะห์ของสำนักคิดนี้ได้รับอิทธิพลจากแนวคิดเรื่องการผลิต (ทางวัฒนธรรม) ของลัทธิมาร์กซ์ที่มองวัยรุ่นอย่างมีความหมาย มีนัยยะสำคัญ ไม่ได้ยากที่จะทำความเข้าใจ และสามารถอ่านได้เป็นต้วบทหรือสัญลักษณ์

งานที่สรุปภาพความเป็นมาของแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อยในช่วงศตวรรษที่ 19 ชิ้นหนึ่งก็คือ บทความของ Dick Hebdige เรื่อง “Posing Threats, Striking Poses: Youth, Surveillance, and Display” (1997) โดยเขาสรุปว่าวัยรุ่นหนุ่มสาวปรากฏในวงวิชาการสังคมวิทยาประมาณ ค.ศ.1920 โดยการศึกษาของสำนักคิด Chicago เช่นงานของ Robert Park แห่งมหาวิทยาลัยชิคาโก ที่ได้พยายามพัฒนาทฤษฎีพื้นฐานของนิเวศสังคมของชีวิตเมือง โดยส่วนใหญ่แล้วมองวัยรุ่นว่าเป็นปัญหา เป็นช่วงเปลี่ยนผ่านที่อันตราย เป็นผลผลิตจากสภาพแวดล้อมแบบเมือง และต่อมาในทศวรรษ 1950 ความสนใจเรื่องวัยรุ่นก็มากแง่มุมขึ้น เช่น ความสนใจวัยรุ่นในแง่ของการใช้เวลาว่าง ความแปลกประหลาด วัยรุ่นเป็นเรื่องของความสนุกสนาน คำว่า “Teenager” ก็เกิดขึ้นตามหน้า นิตยสารหมายถึงวัฒนธรรมของวัยรุ่นชั้นล่างที่มีพิธีกรรม การบริโภค รสนิยมทางดนตรี และค่านิยมในสินค้า ถูกกำหนดเงื่อนไขอย่างชัดเจนโดยอิทธิพลของความเป็นอเมริกัน วัยรุ่นถูกแยกออกจากความเป็นเด็กและความเป็นผู้ใหญ่ไปอย่างถาวร ช่องว่างตรงนี้หมายถึงเงิน หมายถึงการเกิดขึ้นของตลาดวัยรุ่น สินค้าใหม่ๆและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ก็ถูกนำมาใช้เพื่อจุดเงินส่วนเกิน ซึ่งวัยรุ่นชั้นล่างถูกประเมินว่าจะต้องมี และเพื่อหาพื้นที่ที่วัยรุ่นสามารถสร้างเอกลักษณ์ของตัวเองได้ โดยไม่ต้องไปข้องเกี่ยวกับวัฒนธรรมแม่ ซึ่งในที่สุดก็เกิดวัฒนธรรมมวลชน อาทิ บุคคิ ร้านเทป โรงเดินรำ ดิสโก้เทค รายการทีวี นิตยสาร ฯลฯ

ในราวกลางทศวรรษ 1960 ที่มีกระแสนิยมม้อด วัฒนธรรมวัยรุ่นก็กลายเป็นเรื่องของการเลือกสินค้าที่บ่งบอกถึงความชอบ รสนิยม วัยรุ่นใช้สินค้าเป็นหนทางและเครื่องมือในการแสดงออก สินค้าทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์เป็น “อาวุธของการกีดกัน (Weapon of Exclusion)” สินค้าเป็นเครื่องหมายพรหมแดน เป็นเครื่องมือของการกำหนดเอกลักษณ์ความแตกต่าง เปลี่ยนแปลงตัวเองเป็นวัตถุ วัยรุ่นเหล่านี้จะสนใจในแบบแผนและวัฒนธรรมการบริโภค เพื่อที่จะกำหนดการควบคุมอย่างเป็นระบบต่อขอบเขตของความรู้ที่เป็นของพวกเขา และภายในสิ่งที่พวกเขาเห็นว่าตัวตนที่แท้จริงของพวกเขากำลังใช้อยู่ นั่นคือการปรากฏในเสื้อผ้าการแต่งกายและท่าทางต่างๆ เนื่องจากวัยรุ่นที่อยู่ในวัยเปลี่ยนผ่านนี้ไม่มีสถานะ ไม่มีตัวตนทางสังคมพวกเขาจึงยังต้องอาศัยสิ่งที่มีอยู่แวดล้อมมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์มากยิ่งขึ้น

ผู้เขียนเสนอประเด็นในการมองวัยรุ่นว่ามีข้อสมมติฐาน 3 ประการคือ

(1) ในสังคมส่วนใหญ่แล้ว วัยรุ่นหนุ่มสาวถูกนำเสนอเฉพาะเมื่อปรากฏของมันเป็นปัญหา หรืออาจเพียงแค่ถูกมองว่าเป็นปัญหา เป็นพฤติกรรมเบี่ยงเบนเท่านั้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เกิดจากปัญหาทางการรับรู้ การปรับตัวที่ผิด ในทางสังคมศาสตร์มักจะมองเห็นเช่นนี้ เมื่อวัยรุ่นแสดงออกอย่างเกินขอบเขต หรือโดยการแต่งตัวแปลกประหลาด โดยการต่อต้านสังคมผ่านพิธีกรรมบางอย่าง โดยการทำลายกฎระเบียบ ทำลาย โดยกริยาทำทางที่แปลกประหลาด เพื่อว่าพวกเขาจะได้กลายเป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญ ได้รับการพูดถึงในสังคม มีตัวตนมองเห็นได้ในสังคม เด็กวัยรุ่นอย่างพวกเขาจะสามารถก้าวเข้าสู่ขอบเขตของผู้ใหญ่ได้ก็ด้วยการทำลายระเบียบที่กำหนดอาณาบริเวณเหล่านั้นอยู่ พวกเขาจะต้องเพิ่มเติมความหมายของความเหมาะสมและการยอมรับได้ พวกเขาจะต้องทำลายระเบียบเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งกำหนดภาวะที่เป็นรองหรือถูกรอบงำของพวกเขาที่ระบุว่าพวกเขาเป็นเด็ก ดังนั้นจึงเป็นเรื่องดีที่จะฝ่าฝืนกฎเหล่านี้

(2) เรื่องของวัยรุ่นที่จริงเป็นการเมืองระดับย่อย ซึ่งไม่สามารถยุบให้อยู่ในรูปแบบของกิจกรรมทางการเมืองที่จัดระเบียบเป็นองค์กรได้ ขณะเดียวกันก็มีอำนาจแบบใหม่เกิดขึ้นมีการรวมตัวแบบใหม่ รูปแบบทางสังคมแบบใหม่ องค์กรประกอบของอำนาจและแหล่งที่มาแบบใหม่ การแตกตัวออกของแรงงานภาคอุตสาหกรรม การขยายตัวของเทคโนโลยี ความสำคัญของการสร้างความเห็นสาธารณะ สิ่งเหล่านี้ทั้งหมดหมายถึงจารีตทางวัฒนธรรมแบบเดิมซึ่งเป็นพื้นฐานของรูปแบบรวมหมู่ทางเอกลักษณ์กำลังถูกทำลาย และรูปแบบใหม่กำลังเกิดขึ้น อำนาจถูกทำให้เหมาะสมในวิถีทางใหม่ ๆ ความไร้อำนาจรูปแบบใหม่ก็ถูกสร้างขึ้น และการต่อต้านประเภทใหม่ก็กำลังเกิดขึ้นได้ในสังคมด้วยเช่นกัน การต่อต้านของวัฒนธรรมวัยรุ่นสามารถเกิดขึ้นได้ง่ายและเห็นได้อย่างชัดเจนที่สุด เนื่องจากมันแสดงออกผ่านทาง การบริโภค ทำทาง ผ่านความไม่พอใจเชิงสัญลักษณ์ พวกเขาอาจจะพยายามเอาชนะตัวแปรทางวัฒนธรรมที่มีอยู่นอกเหนืออาณาบริเวณที่กำหนดให้ พวกเขาอาจกำลังตอบโต้ระบบค่านิยมที่ครอบงำอยู่ ผ่านสิ่งที่วัยรุ่นปะทะหรือต่อรอง เปลี่ยนรูปความหมายที่ครอบงำอยู่

(3) การเมืองของวัฒนธรรมวัยรุ่นเป็นการเมืองของกริยาทำทาง สัญลักษณ์และเป็น metaphor ที่เกี่ยวข้องกับกาลไหลเวียนของสัญลักษณ์ มักจะมีลักษณะกำกวมเลื่อนไหลได้เสมอ ธรรมชาติและรูปแบบเงื่อนไขที่แท้จริงที่สร้างมันขึ้นมานั้นอาจจะเลื่อนไหลไปมาแล้วแต่การตีความของผู้มีอำนาจ เช่น ครอบครัว โรงเรียน วัฒนธรรมย่อยเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมและการหลีกเลี่ยงการควบคุม มันเปลี่ยนข้อเท็จจริงของการดำรงอยู่ภายใต้การตรวจสอบอย่างละเอียดไปเป็นการพอใจที่ถูกเฝ้ามองและการบรรยายอย่างละเอียดของพื้นผิว ซึ่งเกิดขึ้นภายในความมืดทึบที่เข้าใจยาก เป็นความต้องการที่จะต่อต้านการจัดประเภทและการควบคุม และเป็นความปรารถนาที่จะละเมิดกรอบทางสังคมที่ครอบงำ

วัฒนธรรมย่อยจึงไม่ใช่เป็นเพียงการยืนยันหรือปฏิเสธ ไม่ได้เป็นเพียงการต่อต้านระเบียบทางสัญลักษณ์หรือการยินยอมตามวัฒนธรรมใหญ่อย่างซื่อสัตย์ แต่วัฒนธรรมย่อยเป็นทั้งการประกาศอิสรภาพของความเป็นอื่น และความตั้งใจที่จะแตกต่าง รวมทั้งเป็นการปิดกั้นสถานะที่เป็นรอง ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการยืนยันความเป็นจริงของความรู้อำนาจและความอ่อนแอด้วย (Hebdige 1997)

งานที่สำคัญอีกชิ้นหนึ่งที่ศึกษาการเกิดขึ้นของวัฒนธรรมวัยรุ่นในอังกฤษสมัยหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 คือหนังสือรวบรวมบทความเรื่อง Resistance Through Ritual (Hall and Jefferson, 1991) เป็นการศึกษาวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นโดยอาศัยแนวคิด Hegemony ของ Gramsci ในการอธิบายรูปแบบของการต่อต้าน/ขบถที่แสดงออกโดยกลุ่มวัยรุ่น เช่น พวก เท็ด ม็อค ฟังก์ สกินเฮด ฯลฯ และใช้วิธีการเชิงชาติพันธุ์วรรณาที่เข้าสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมเป็นเครื่องมือสำคัญในการศึกษา วัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นที่เป็นกลุ่มที่อยู่ภายใต้การครอบงำเหล่านี้ ต่อต้าน/ต่อรองวัฒนธรรมที่ครอบงำโดยการสร้างความหมายใหม่ของตัวเองขึ้นมาหรือกระทั่งทำลายความหมายที่ครอบงำอยู่โดยการเปลี่ยนความหมายหรือตัดแปลงใหม่ให้เหมาะสมกับตัวเอง การสร้างสรรค์ความหมายและวิถีชีวิตเชิงต่อต้านเช่นนี้ถูกตีความว่าเป็นการต่อสู้ทางวัฒนธรรมเพื่อที่จะดำรงชีวิตอยู่ของพวกเขา รูปแบบของเครื่องประดับตกแต่งร่างกายต่างๆ เช่น หมวก เสื้อผ้าขาดลุ่ย ชุดหนัง โช้เหล็ก การสักร่างกาย เป็นการประดับร่างกายที่เป็นรูปแบบหนึ่งของสัญลักษณ์การต่อต้าน

ผู้เขียนอธิบายวัฒนธรรมวัยรุ่นในฐานะที่เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมแบบใหม่ ซึ่งเกิดขึ้นในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 คำว่า “วัยรุ่น” เป็นสิ่งใหม่ที่แสดงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในยุคนั้นและมีคำอธิบายแตกต่างกันไปตามมุมมองวัยรุ่นเป็นได้ทั้งผลผลิตหนึ่งของการเปลี่ยนแปลง เป็นข้อสรุป และอาจเป็นกลางบอกเหตุล่วงหน้าของการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การเกิดขึ้นของวัยรุ่นได้รับอิทธิพลจากการเติบโตของสื่อสารมวลชน วัฒนธรรมสมัยนิยม วัฒนธรรมอเมริกัน ทำให้ความแตกต่างทางวัฒนธรรมระหว่างชนชั้นนายทุนและชนชั้นผู้ใช้แรงงานอ่อนตัวลง

วัฒนธรรมวัยรุ่นในที่นี้เป็นการมองหรือให้ความสนใจกลุ่มทางสังคมที่มีการพัฒนาแบบแผนของชีวิตที่แตกต่าง ทั้งในแง่มุมการแสดงออกเชิงวัฒนธรรม ความหมายของประสบการณ์ชีวิตเชิงสังคมและเชิงวัตถุของตัวเอง วัฒนธรรมจึงเป็นวิถี เป็นรูปแบบที่กลุ่มใช้จัดการกับวัตถุของการดำรงอยู่ทั้งทางสังคมและทางวัตถุ วัฒนธรรมของกลุ่ม/ชนชั้นต่างก็เป็น “วิถีชีวิต” ที่มีลักษณะเฉพาะและแยกแตกต่างกันออกไป เป็นความหมาย คุณค่า และความคิดความเข้าใจที่ปรากฏรูปร่างขึ้นในทางสถาบัน ในความสัมพันธ์ทางสังคม ในระบบความเชื่อในประเพณีและธรรมเนียมปฏิบัติ ในการใช้วัตถุและชีวิตเชิงวัตถุต่าง ๆ เรียกว่ามี “แผนที่แห่งความหมาย” ของกลุ่มตัวเอง และ

วัฒนธรรมกลุ่มย่อยเหล่านี้ต่างก็อยู่ภายใต้ความสัมพันธ์ทางชนชั้นที่ดำรงอยู่ในสังคม (Clarke et al. 1991)

วัฒนธรรมวัยรุ่นสามารถมีเอกลักษณ์ และปรากฏตัวออกสู่สังคมอย่างเด่นชัดเช่นนี้ก็ด้วยบริบททางสังคมหลายประการ การเปลี่ยนแปลงสำคัญได้แก่ ความสำคัญของการตลาดและการบริโภค การเติบโตของอุตสาหกรรมเวลาว่างที่เน้นวัยรุ่น เกิดของเลียนแบบ สินค้าและบริการถูกออกแบบมาสำหรับดึงดูดลูกค้าที่เป็นวัยรุ่นหนุ่มสาวโดยเฉพาะ การเกิดขึ้นของการสื่อสารมวลชน ศิลปะและวัฒนธรรมมวลชน ดังจะเห็นได้จากการเติบโตของหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ อื่นๆตั้งแต่ราวกลางศตวรรษ 1950 เกิดรอยร้าวในประสบการณ์ทางสังคมที่เป็นผลจากสงคราม ความแตกต่างระหว่างชนชั้นที่มีอยู่ก่อนสงครามก็เปลี่ยนกลายเป็นช่องว่างระหว่างยุคสมัย (Generation Gap) วัยรุ่นกลายเป็นแนวหน้าสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสังคม เป็นชนชั้นชนิดใหม่ในสังคม การขยายตัวกว้างขวางของการศึกษาที่ฝึกฝนทักษะอาชีพต่างๆ เพื่อเข้าสู่โลกของการทำงานของผู้ใหญ่ และธรรมเนียมปฏิบัติของวัยรุ่นที่ต้องแต่งกายแปลกประหลาด และเกิดดนตรี ร็อกแอนด์โรลขึ้น

ในสังคมสมัยใหม่กลุ่มพื้นฐานที่สุดของสังคมคือชนชั้นต่างๆ ทั้งชนชั้นครอบงำและชนชั้นที่ถูกครอบงำ และองค์ประกอบทางวัฒนธรรมของสังคมก็คือวัฒนธรรมชนชั้น ความสัมพันธ์ทางสังคมจึงเป็นความสัมพันธ์ของชนชั้นเหล่านี้ เมื่อวัฒนธรรมย่อยก็เป็นหน่วยย่อยของโครงสร้างที่เล็กกว่า อยู่ในเครือข่ายทางวัฒนธรรมชนชั้นที่ใหญ่กว่า หรือที่เรียกว่าวัฒนธรรมแม่ (Parent Culture) การศึกษาวัฒนธรรมย่อยจึงต้องมองทั้งวัฒนธรรมย่อยในแง่ของความสัมพันธ์กับเครือข่ายทางวัฒนธรรมทางชนชั้นที่ใหญ่กว่า ซึ่งแม้วัฒนธรรมย่อยจะเป็นส่วนหนึ่งที่แยกแตกต่างจากวัฒนธรรมใหญ่ แม้ว่าจะมีลักษณะเฉพาะ มีกิจกรรมของตัวเองแต่ก็มีความผูกพัน มีรูปแบบบางอย่างร่วมกันกับวัฒนธรรมใหญ่อยู่ และจะต้องวิเคราะห์วัฒนธรรมย่อยในแง่ที่มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมครอบงำ อันเป็นระบบการจัดการของอำนาจทางวัฒนธรรมในสังคม วัฒนธรรมย่อยจะต้องแสดงลักษณะและโครงสร้างที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเองอย่างแตกต่างโดดเด่นจากวัฒนธรรมใหญ่ โดยจะเห็นได้ผ่านวิถีชีวิต กิจกรรมต่างๆการใช้เวลาว่าง ค่านิยมของการใช้สิ่งของ การแต่งกาย การใช้พื้นที่ ฯลฯ (Clarke et al. 1991) ซึ่งมีทั้งการต่อต้านชัดเจน ต่อรอง และต่อสู้กับวัฒนธรรมหลักของสังคม

วัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นจึงแสดงให้เห็นถึงทางออกที่ประนีประนอมระหว่างความต้องการที่ขัดแย้งกัน 2 ประการ คือ ความต้องการที่จะสร้างและแสดงความเป็นตัวเองและความ

แตกต่างจากพ่อแม่ และความต้องการที่จะรักษาเอกลักษณ์ร่วมของพ่อแม่ที่เป็นพื้นฐานของพวกเขาเอาไว้ โดยใช้สินค้าสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมทุกชนิดที่มีประโยชน์ทางสังคมและมีรหัสความหมายทางวัฒนธรรมบางอย่าง ใช้วัตถุเชิงสัญลักษณ์ต่างๆ สร้างแบบแผนที่แตกต่างกันโดดเด่นเป็นพิเศษของตัวเองออกมา มีการกำหนดโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก ค้นหา “ความสนใจร่วม” ของชีวิตภายในกลุ่ม อะไรที่ต้องทำอะไรที่ไม่ควรทำ ค้นหาพิธีกรรมทางสังคมซึ่งสร้างเอกลักษณ์ของกลุ่ม พวกเขาปรับเอาและดัดแปลงวัตถุต่างแล้วสร้างใหม่ในแบบแผนที่แตกต่างกันพิเศษซึ่งแสดงความเหมือนหรือร่วมกันของกลุ่ม ความคิด-กิจกรรม-ความสัมพันธ์-วัตถุเหล่านี้ปรากฏเป็นรูปร่างในพิธีกรรมของความสัมพันธ์และการเคลื่อนไหว ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย ลักษณะท่าทาง ภาษาที่ใช้ โอกาสทางพิธีกรรม ลักษณะในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน คนตรี ฯลฯ ทั้งหมดประกอบเป็นเอกภาพของความสัมพันธ์ของกลุ่ม รูปแบบที่แสดงออกเหล่านี้เป็นนิยามของเอกลักษณ์ต่อสาธารณะของกลุ่ม ซึ่งไม่สามารถแยกออกจากโครงสร้าง ประสพการณ์ กิจกรรม และทัศนยะของกลุ่มในฐานะที่เป็นการก่อร่างทางสังคมได้ ลักษณะวัฒนธรรมย่อยจึงอยู่บนพื้นฐานของโครงสร้างพื้นฐานของความสัมพันธ์ กิจกรรมและบริบทของกลุ่ม (Clarke et al.1991)

ตัวอย่างของวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นในช่วงปี ค.ศ. 1960 และ 1970 เกิดมีวัฒนธรรม “ฮิปปี” ซึ่งค่านิยมและอุดมคติที่พวกเขาแสดงออกมาแตกต่างอย่างชัดเจนจากพ่อแม่ของพวกเขา (Barbara, 1986)

เมื่อพิจารณาถึงกลุ่มวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นจะพบว่าเป็นการรวมกลุ่มเพื่อนในรุ่นราวคราวเดียวกัน จากการวิจัยในโรงเรียนมัธยมหลายๆ โรงเรียน (Barbara, 1986) พบว่าประกอบ ด้วยกลุ่มที่มีความโดดเด่นต่างกันไป (แต่ก็ยังมีนักเรียนเป็นจำนวนมากที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มใดเลย) กลุ่มต่างๆ สามารถแยกออกเป็น กลุ่มชนชั้นทางสังคม กลุ่มเชื้อชาติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นภาพของสังคมที่ใหญ่ขึ้น

Atwater (1992) กล่าวว่า ตั้งแต่วัยเด็กจนกระทั่งเป็นวัยรุ่น บุคคลจะใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับกลุ่มเพื่อน แม้ว่าบ่อยครั้งที่พ่อแม่หรือผู้ใหญ่ไม่สามารถเข้าไปอยู่ในพื้นที่ของ “เพื่อนของวัยรุ่น” แต่วัยรุ่นส่วนใหญ่ก็ยังให้ความสำคัญกับพ่อแม่ของพวกเขา และให้พวกเขาเป็นผู้แนะนำในเรื่องที่สำคัญๆ ในขณะที่เดียวกันกลุ่มเพื่อนก็เพิ่มอิทธิพลมากขึ้นในเรื่องอื่นๆ ตัวอย่างเช่น การแต่งกาย การปฏิสัมพันธ์ในสังคม ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่า วัยรุ่นให้ความสำคัญพ่อแม่ของตนและกลุ่มเพื่อนในฐานะเป็นกลุ่มอ้างอิงที่แตกต่างกัน

Brake (อ้างใน วิชาวิ วิโรจน์พันธุ์, 2539) ได้อธิบายว่า “ลักษณะโดยทั่วไปของวัฒนธรรมย่อยก็คือรูปแบบ (style) กล่าวคือ กลุ่มที่มีวัฒนธรรมย่อยที่โดดเด่นต่าง ไปจากกลุ่มอื่นๆก็คือ กลุ่มที่มีการใช้รูปแบบในเชิงสัญลักษณ์รูปแบบหนึ่ง ๆ”

รูปแบบทำให้เกิดตัวบ่งชี้ (Indicator) ที่สำคัญมีหลายประการ รูปแบบแสดงให้เห็นถึงความยึดถือในวัฒนธรรมย่อย และยังชี้ให้เห็นถึงการเป็นสมาชิกของวัฒนธรรมย่อยหนึ่งๆซึ่งมีลักษณะที่ปรากฏออกมาอย่างไม่สนใจหรืออย่างต่อต้านค่านิยมหลักของสังคม รูปแบบของวัฒนธรรมย่อยมีองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน

- 1 “ลักษณะที่ปรากฏ” ลักษณะที่ปรากฏภายนอก ประกอบด้วยเครื่องแต่งกาย ข้าวของเครื่องใช้ เช่น เสื้อผ้า ทรงผม เครื่องประดับ
- 2 “การประพฤติปฏิบัติตัว” ซึ่งรวมถึงการแสดงออก กิริยา และท่าทาง
- 3 “ภาษาของกลุ่ม” ได้แก่คำศัพท์พิเศษและวิธีการพูด

นอกจากนี้รูปแบบในวัฒนธรรมย่อยยังรวมถึงรูปแบบในการดำเนินชีวิต (Lifestyle) อีกด้วย

การศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่นในฐานะที่เป็นวัฒนธรรมย่อยหนึ่งๆ นั้น จะต้องศึกษาการใช้รูปแบบที่เป็นองค์ประกอบหลักของวัฒนธรรมย่อยสามประการและรูปแบบการดำเนินชีวิตในเชิงสัญลักษณ์ของสมาชิกวัฒนธรรมวัยรุ่น ซึ่งพอจะประมวลสัญลักษณ์ที่เป็นการแสดงออกซึ่งรูปแบบด้านต่างๆของวัฒนธรรมวัยรุ่นได้ดังนี้

- 1 การแสดงอัตลักษณ์ตามวัฒนธรรมวัยรุ่น ตัวอย่างสัญลักษณ์ที่แสดงออกซึ่งวัฒนธรรมวัยรุ่น ในรูปแบบนี้ ที่สำคัญได้แก่

1.1 การแต่งกาย

การแต่งกายเป็นสิ่งที่แสดงวัฒนธรรมวัยรุ่นที่เห็นได้อย่างเด่นชัดที่สุด เป็นสิ่งสำคัญที่สุด ที่วัยรุ่นค้นพบและแสดงออกซึ่งความเป็นตัวของตัวเอง แสดงให้เห็นถึงปมขัดแย้งกับผู้ใหญ่ ทางด้านการไม่เป็นอิสระหรืออาจจะแสดงออกถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต ปรัชญาทางการเมือง รวมทั้งทำให้วัยรุ่นมั่นใจในอัตลักษณ์ของตัวเองและมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มสังคมของตน

กลุ่มวัยรุ่นทั้งหลายยอมรับว่าสัญลักษณ์ของความเป็นวัยรุ่นก็คือ ความไม่เหมือนใคร โดยเฉพาะการแต่งกายและทรงผมของแต่ละกลุ่มก็จะแตกต่างกันไปเมื่อเวลาผ่านไป และในแต่ละปีสไตล์เสื้อผ้าก็จะมีมากมาย การแต่งกายและสไตล์ทรงผม กลุ่มหนึ่งอาจจะสวมรองเท้าบูทควาบอย ขณะที่บางกลุ่มอาจสวมรองเท้าส้นต่ำชนิดไม่ผูกเชือก อย่างที่ผู้ชายสวมกันทั่วไป หรือสวมเครื่องประดับเพชรพลอย รูปแบบของการแต่งกายจะเปลี่ยนแปลงไปทุกปี รูปแบบการแต่งกายของวัยรุ่นจำนวนมากกลายเป็นที่ยอมรับของวัยรุ่นที่แก่กว่าอีกด้วย และหากเป็นเช่นนั้น วัยรุ่นมักจะหารูปแบบใหม่มาเป็นหนทางแสดงความไม่เหมือนใครของพวกเขาอีกครั้งหนึ่ง (Barbara, 1986)

1.2 เครื่องใช้หรือประติมากรรมต่างๆ

นอกจากการแต่งกายจะเป็นสิ่งที่แสดงออกทางลักษณะที่ปรากฏของวัยรุ่นแล้ว วัยรุ่นยังนำเครื่องใช้หรือประติมากรรมต่างๆ มาเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงออกในกลุ่มวัฒนธรรมของตนเองด้วย

1.3 ดนตรี

ดนตรีซึ่งเป็นที่นิยมของวัยรุ่นมีหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็น Ballads, Rhythm, Blue, Folk music, Country, Western, Jazz และ Rock โดยทั่วไปเนื้อหาของดนตรีส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับความรัก บทเพลงที่หลากหลายต่างก็สะท้อนมุมมองของชีวิตที่แตกต่างกันไป บ้างก็ในแง่ดี บ้างก็ในแง่ที่ไม่ดี บางบทเพลงก็เกี่ยวกับปัญหาของวัยรุ่น เช่น การหนีออกจากบ้าน ความสัมพันธ์ของพ่อแม่กับวัยรุ่นหรือการไปเรียนหนังสือ บางบทเพลงก็เกี่ยวกับปัญหาสังคม เช่น บทบาทของผู้หญิง ความหิวโหย เป็นต้น

วงดนตรีประเภท Hard Rock และ Heavy Metal ก็มีการแสดงออกทางเนื้อเพลงที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ การฆาตกรรม และการฆ่าตัวตาย สงครามระหว่างพ่อแม่กับวัยรุ่น การใช้ยาเสพติด เป็นต้น วัยรุ่นบางพวกกล่าวว่าเนื้อเพลงไม่มีผลต่อพวกเขา แต่ชอบเพลงประเภทนี้เพราะจังหวะของเพลง

2 รูปแบบการประพฤติปฏิบัติตัว ได้แก่ การแสดงออก ทั้งที่เป็นรูปแบบการประพฤติปฏิบัติตัวในกิจกรรมส่วนตัว และต่อสังคมที่เป็นสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อความหมายการเป็นสมาชิกของวัฒนธรรมวัยรุ่นได้

3 รูปแบบภาษาของกลุ่ม

สัญลักษณ์ที่สำคัญของรูปแบบประเภทนี้ คือ ภาษาที่สื่อสารเป็นที่เข้าใจกันในกลุ่มวัฒนธรรม วัยรุ่นของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาพิเศษของกลุ่มที่เรียกว่า สแลง ภาษาประเภทนี้ ช่วยให้ประหยัคคำอธิบายที่ยืดยาวให้สามารถพูดถึงสิ่งที่สังเกตเห็น หรือมีประสบการณ์ได้อย่างกระชับ และยังสามารถเพิ่มความแปลกใหม่ให้กับกลุ่มอีกด้วย การที่จะเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มได้จึงต้องสามารถที่จะสื่อสารด้วยภาษาเดียวกัน

Nelson (1975) แสดงความเห็นต่อความสำคัญของภาษาในกระบวนการจัดเวลาทางสังคมของวัยรุ่นว่า ภาษาช่วยให้วัยรุ่นมองตัวเอง โดดเด่นและแตกต่างจากผู้ใหญ่ แต่ละกลุ่มจะมีภาษาเฉพาะที่โดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม Nelson สอบถามวัยรุ่นประมาณ 2000 คนในเรื่องภาษาสแลง พบว่ามีความต่างกันระหว่างเพศหญิงกับเพศชาย ผู้ชายใช้ภาษาสแลงเกี่ยวกับรถและเงิน ขณะที่ผู้หญิงจะใช้ภาษาสแลงเกี่ยวกับเสื้อผ้า สไตล์ การแสดงออก คนดัง และเด็กผู้ชาย (1975, อ้างใน Barbara, 1986)

4 รูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นนั้นประกอบด้วยการเรียนรู้ซึ่งก็ถือเป็นงานของวัยรุ่นส่วนใหญ่ อีกองค์ประกอบหนึ่งที่ควบคู่กับการเรียนก็คือกิจกรรมที่ทำในเวลาว่าง ซึ่งก็จัดเป็นวัฒนธรรมวัยรุ่นดังที่กล่าวมา

4.1 รูปแบบชีวิตการเรียน

รูปแบบชีวิตการเรียนของชีวิตวัยรุ่นมีหลายรูปแบบ แต่ละรูปแบบที่แตกต่างกัน ไปย่อมมีสัญลักษณ์ที่แสดงออกซึ่งรูปแบบนั้นๆ แตกต่างกันไป

วัฒนธรรมย่อยของชาวมหาวิทยาลัย (Collegiate Subculture) มีลักษณะเป็นสังคมที่เกี่ยวกับฟุตบอล รถยนต์ การดื่มกิน การนัดเที่ยว การจัดเลี้ยง โดยมีวิชาที่เรียนและครูอาจารย์เป็นสิ่งที่มาทีหลัง นักเรียนในวัฒนธรรมย่อยแบบนี้ไม่ได้เกลียดวิทยาลัย แต่หลีกเลี่ยงความรู้ทางวิชาการ ต้องการทำมหาวิทยาลัยเป็นสโมสรท่องเที่ยว มักจะเป็นลักษณะของกลุ่มที่อยู่ในชนชั้นกลางและชนชั้นกลางระดับสูงที่ต้องการเงินและกิจกรรมยามว่างมาใช้ในการเข้าสังคม

วัฒนธรรมย่อยของนักเรียนที่ทำงานไปด้วยเรียนไปด้วย (Vocational Subculture) มักมาจากกลุ่มชนชั้นกลางระดับล่าง โดยส่วนมากจะแต่งงานแล้ว พร้อมกับเรียนไปด้วย พวกเขาซื้อวุฒิ

การศึกษาราวกับชื่อของในร้านขายของชำ เนื่องจากพวกเขาเป็นลูกค้าของตลาดขายวุฒิปัตร์ สัญลักษณ์ของวัฒนธรรมย่อยนี้คือสำนักงานจัดหาที่เรียนให้กับนักเรียน อย่างไรก็ตามมีนักเรียนที่เป็นชนชั้นกลางและชนชั้นกลางระดับสูงเข้ามาเรียนในลักษณะนี้เพิ่มขึ้น เพื่อใช้เป็นหนทางก้าวหน้าในชีวิต

วัฒนธรรมของนักวิชาการ (Academic Subculture) เป็นวัฒนธรรมที่มีการเรียน ความรู้ และความคิดต่างๆเป็นค่านิยมหลัก สมาชิกของกลุ่มนี้จะสนใจอย่างจริงจังในการศึกษาของเขา ไม่เพียงแต่สอบให้ผ่านและจบการศึกษาเท่านั้น พวกเขาที่ยึดมั่นในหมู่คณะในมหาวิทยาลัยของพวกเขาอีกด้วย

4.2 รูปแบบกิจกรรมยามว่าง

Millicent E. Poole (อ้างใน วิกาวิ วิโรจน์พันธุ์, 2539) ได้จัดประเภทกิจกรรมที่วัยรุ่นทำในเวลาว่างดังนี้

- อ่านหนังสือ ทำการบ้าน
- ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ ฟังเพลงจากเทปบันทึกเสียง
- อยู่กับเพื่อนๆ ทำกิจกรรมแปลกๆเพื่อฆ่าเวลา
- เล่นเกมและกีฬากลางแจ้ง
- เล่นดนตรี วาดรูป
- ซ่อมแซมหรือสร้างสิ่งของ ทำการบ้าน
- เข้าสโมสรวัยรุ่น กิจกรรมต่างๆ
- ชมภาพยนตร์ คอนเสิร์ต ละครเวที เต้นรำ

Hebdige (1979 อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2544) นักวิชาการสำนักเบอร์มิงแฮมกล่าวว่า ภาพตัวแทน (Representation) ของวัยรุ่นที่ถูกนำเสนอในสื่อมวลชนมี 2 ประเภทคือ

1. ภาพของวัยรุ่นที่ชอบสร้างความเดือดร้อน (Trouble Makers) รูปแบบการแสดงที่วัยรุ่นใช้มากที่สุดคือการแสดงดนตรี การเล่นคอนเสิร์ตเพื่อประท้วงสงครามและการเมือง ฯลฯ สื่อมวลชนจะสร้างภาพวัยรุ่นเหล่านี้ว่า เป็นพวกชอบตีกัน มั่วสุม ทำลายข้าวของ

2. ภาพวัยรุ่นผู้รักความสนุกสนานร่าเริง (Fun Lover) ภาพแบบวัยรุ่นที่รักความสนุกสนาน มักถูกสร้างในภาพยนตร์ประเภท Musical Movie หรือในโฆษณาโทรทัศน์

ภาพของวัยรุ่นจะแปรเปลี่ยนไปตามระยะเวลา ช่วงปี 1960 วัยรุ่นได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับสังคม-การเมือง ภาพของวัยรุ่นจึงถูกวาดให้เป็นผู้สร้างความปั่นป่วนให้แก่สังคม เมื่อถึงช่วง 1980 ภาพของวัยรุ่นหัวรุนแรงแบบปี 1960 เริ่มเลือนหายไป วัยรุ่นเริ่มหันมาแต่งตัว การแสวงหาความบันเทิง ฯลฯ

ลักษณะความแตกต่างทางชนชั้น

- วัยรุ่นที่มาจากชนชั้นคนงาน มักจะนิยมสไตล์ของ Skinhead (ตัดผมเกรียน) นิยมดนตรีแบบคนผิวดำ เช่น Reggae ชอบการเดินร่ำ ชอบทำกิจกรรมรวมหมู่ (Collective) และมักล้มเหลวในการเรียน
- วัยรุ่นที่มาจากชนชั้นกลาง จะชอบการแต่งตัวอย่างมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว นิยมทำกิจกรรมส่วนตัว (Individual) ชอบดนตรีแบบ Underground (หาความแปลกใหม่) แม้มักจะชอบการแต่งกายแบบ Hippy แต่ก็ยังคงเรียนหนังสือได้ดี และประสบความสำเร็จด้านการเรียน

Wills (อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ , 2544) สนใจสิ่งที่เรียกว่า “วัฒนธรรมที่คนกำลังมีชีวิตอยู่” (Lived Culture) อันเป็นแนวทางแบบ “วัฒนธรรมนิยม” Wills ให้ความสนใจที่จะมองปรากฏการณ์ทางสังคมจากมุมมองของผู้ที่เสียเปรียบ (Underdog Perspective) และสนใจรูปแบบการต่อต้านสังคมที่ดำเนินอยู่ในชีวิตประจำวัน (Naturalist revolt) Wills ใช้ทัศนคติการพิจารณาวัฒนธรรมอย่างประชาธิปไตยเสมอภาคเท่าเทียม ไม่มีวัฒนธรรมแบบ “สูง” (High culture) หรือ “ต่ำ” (Low Culture) มีแต่ “วัฒนธรรมของใคร” เท่านั้น เกณฑ์ที่ใช้ศึกษาวัฒนธรรมที่กำลังดำเนินอยู่ในชีวิตประจำวันของวัยรุ่นในปัจจุบันคือ รสนิยมและอุปนิสัย (Taste & Habits) (ซึ่งเรียกว่าเป็น Lifestyle) เช่นกลุ่มนักเรียน กลุ่มชอบเที่ยว กลุ่มเล่นกีฬา ฯลฯ โดยเน้นเรื่อง “การบริโภค” เป็นสำคัญ

ในบรรดาสถาบันต่างๆ วัยรุ่นไม่ได้มีส่วนในการกำหนดหรือควบคุมเลย แต่ถูกกำหนดและควบคุมจาก 3 ขั้นตอนของกระบวนการทางวัฒนธรรม คือ การผลิต การกระจายและการบริโภค และมีแต่การบริโภคเท่านั้นที่วัยรุ่นยังมีอิทธิพลที่จะต่อสู้ แปรเปลี่ยน วัฒนธรรม สื่อมวลชนเป็นทรัพยากรเชิงสัญลักษณ์ที่เด็กวัยรุ่นใช้อย่างมาก

Wills กล่าวสรุปว่าวัยรุ่นได้ทำการตอบโต้ครอบงำของผู้ใหญ่ด้วยการสร้างสรรค์วัฒนธรรม โดยเฉพาะ ในขั้นตอนของการบริโภคมาสร้างอัตลักษณ์ให้แก่วัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นตนเอง

วัฒนธรรมวัยรุ่นนอกจากจะสามารถพิจารณาในลักษณะที่เป็นวัฒนธรรมย่อยที่ประกอบด้วยแบบแผนของแนวคิดและพฤติกรรม อันมีรากฐานมาจากคนในกลุ่มสังคมวัยรุ่น ซึ่งสื่อมวลชนนอกจากจะมีหน้าที่สื่อสารวัฒนธรรมโดยการสะท้อนหรือสร้างความหมายจากความเป็นจริงที่พบเห็นได้ในสังคมแล้ว ยังสามารถพิจารณาวัฒนธรรมวัยรุ่นในลักษณะที่เป็นวัฒนธรรมโลกที่มีการถ่ายทอดแบบแผนของแนวคิดและพฤติกรรมด้วยระบบสัญลักษณ์ซึ่งเป็นที่เข้าใจในระดับนานาชาติผ่านสื่อมวลชนที่ครอบคลุมไปทั่วโลก โดยมีเวลาและแหล่งกำเนิดวัฒนธรรมที่ค่อนข้างแน่นอน ซึ่งในการวิจัยนี้แนวคิดดังกล่าวได้อธิบายคุณลักษณะของวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นและเป็นการเสริมสร้างให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมวัยรุ่นรวมถึงการค้นหาคำว่าเป็นตัวตนที่แท้จริงของวัฒนธรรมฮิปฮอปที่ปรากฏอยู่ในสังคมไทยในเวลานี้อีกด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในประเทศ

ตัวอย่างงานวิจัยในสังคมไทย ที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์กับการสื่อสารและการใช้สื่อมวลชนในกรอบแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมประชานิยม คือ เรื่อง “The Dynamics of Audience Media Activities: An Ethnography of Women Textile Workers” ของ Ubonrat Siriyuvasak (1990) พบว่า กลุ่มผู้ใช้แรงงานในโรงงานทอผ้ามีการสื่อสารภายในกลุ่ม มีกิจกรรมกลุ่ม การเปิดรับสื่อ และการใช้สื่อมวลชน โดยการสร้างความหมายใหม่ให้กับอุดมการณ์ต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดกันในสังคม ซึ่งก็คือ การสร้างสรรค์วัฒนธรรมประชานิยม หรืออีกนัยหนึ่งคือ วัฒนธรรมกลุ่มย่อยรูปแบบใหม่ ไม่ว่าจะเป็นในงานชุมนุมประท้วงนายจ้าง ซึ่งมีการร้องเพลง โดยแปลงเนื้อเพลง หรือการแสดงละคร โดยแปลงเนื้อเรื่อง และลักษณะตัวละคร หรือในงานสังสรรค์ของกลุ่ม ซึ่งมีการเลือกร้องเพลง เลือกเปิดเพลงเพื่อชีวิต เพลงลูกทุ่ง ทั้งนี้เมื่อศึกษาและตีความในแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ จะพบว่า อัตลักษณ์ทางชนชั้น (Class Identity) มีอิทธิพลสูงมากในการสื่อสาร ส่วนในทางกลับกันการสื่อสารมีอิทธิพลสูงในการรักษาอัตลักษณ์ทางชนชั้นของกลุ่มผู้ใช้แรงงาน (Siriyuvasak, 1990)

เจษฎา รัตนเขมากร: การวิจัยเรื่องศิลปินเพลงไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ (2541) มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาเครือข่ายการสื่อสารของแฟนคลับ ลักษณะของแฟนคลับ ลักษณะของสมาชิกแฟนคลับ และปัจจัยในการทำให้แฟนเพลงสมัครเป็นสมาชิกแฟนคลับ เมื่อผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ “ผู้ก่อตั้งแฟนคลับ” เพื่อแบ่งประเภทของแฟนคลับ

ผลการวิจัยพบว่า แฟนคลับของศิลปินในปัจจุบันมีอยู่ 4 ประเภทคือ แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยบริษัทเพลง เช่น อาร์เอส สตาร์คลับ แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยศิลปิน เช่น คริสตินา แฟนคลับ และทาฮายัง แฟนคลับ แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยแฟนเพลงอย่างเป็นทางการเช่น นิโคล แฟนคลับ และแฟนคลับที่เกิดจากการรวมตัวกันของแฟนเพลงอย่างไม่เป็นทางการ สมาชิกแฟนคลับของศิลปินทั้ง 3 ประเภท มีลักษณะที่สอดคล้องกับแนวคิด “Fans” ที่ว่าแฟนคือกลุ่มที่ติดตามเนื้อหาหรือผลงานของสื่อมวลชน ซึ่งในที่นี้ก็คือ ศิลปินหรือข่าวคราวต่างๆ ของศิลปิน ซึ่งการติดตามด้วยความชื่นชอบที่มีต่อศิลปินนั้น พบว่า มีทั้งสมาชิกที่ติดตามไปคนเดียวและไปเป็นกลุ่ม ซึ่งแฟนแบบกลุ่มนี้ จะมีลักษณะที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Jensen ที่ว่า “เป็นกลุ่มที่มีลักษณะจงรักภักดีต่อสิ่งที่ตนหลงใหล และหลังจากนั้นก็เกิดความจงรักภักดีต่อกลุ่มที่หลงใหลในสิ่งเดียวกับตนเอง” ซึ่งในที่นี้ก็คือ เพื่อนสมาชิกแฟนคลับด้วยกัน โดยสมาชิกมักจะยินยอมทำตาม หรือมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันกับเพื่อนสมาชิกนั่นเอง ลักษณะเด่นอีกประการหนึ่งของสมาชิกแฟนคลับที่ถูกค้นพบ คือสมาชิกแฟนคลับจะรู้สึกไม่พอใจและต่อต้านเมื่อรู้ว่าแฟนคลับที่ตนเป็นสมาชิกอยู่นั้นทำขึ้นมาเพื่อการค้ามากกว่าการทำขึ้นมาด้วยใจ สำหรับเครือข่ายการสื่อสารของแฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยบริษัทและโดยศิลปินนั้นพบว่า “ศิลปิน” ถือเป็น “ตำแหน่งศูนย์กลาง” ที่สุดในเครือข่าย เพราะจะเป็นตำแหน่งที่ส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปให้กับสมาชิก ส่วนแฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยแฟนเพลงอย่างเป็นทางการนั้นพบว่า “ผู้จัดตั้งแฟนคลับ” เป็น “ตำแหน่งศูนย์กลาง” ซึ่งสมาชิกจะต้องเข้าไปหาตำแหน่งศูนย์กลางเอง โดยสมาชิกมักจะนำข่าวสารนั้นส่งต่อไปให้เพื่อนสมาชิกด้วยกันอีกทอดหนึ่ง ซึ่งถือเป็นการติดต่อสื่อสารในรูปแบบดาข่าย เมื่อเครือข่ายมีขนาดใหญ่สมาชิกแฟนคลับมักจะมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นๆ เพียงไม่กี่คนเท่านั้น โดยจะมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่มีความเหมือนกับตัวเองมากที่สุด แต่ในกรณีที่สมาชิกมีนิสัยบางอย่างไม่เหมือนกับกลุ่มเพื่อนสมาชิกเหล่านี้ก็จะปรับเปลี่ยนนิสัยให้เหมือนกับเพื่อน

มณฑกานติ ชีรนนทวัฒน์: หน้าที่และอัตลักษณ์ของเพลงละครโทรทัศน์ (2544) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงหน้าที่และอัตลักษณ์ของเพลงละครโทรทัศน์ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพลงละครโทรทัศน์กับละครโทรทัศน์ โดยวิเคราะห์ละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศช่วงหลังข่าวภาคค่ำในปี พ.ศ. 2542 จำนวน 17 เรื่อง และเพลงละครโทรทัศน์ที่เป็นเพลงนำละคร เพลงท้ายละคร และเพลง “Theme song” จากละครดังกล่าว เป็นจำนวน 28 เพลง ภายใต้กรอบแนวคิดของกระบวนการทัศน์ Hermeneutics และ ทฤษฎีสัญญาวิทยา

ผลการวิจัยพบว่า เพลงละครโทรทัศน์มีหน้าที่ในการเล่าเรื่องเพื่อสื่อความหมายถึงเนื้อหาของละครโทรทัศน์และช่วยเสริมสร้างอารมณ์และความรู้สึกของตัวละคร อีกทั้งยังมีหน้าที่ในการประกอบไต่เต็ลนำรายการและไต่เต็ลท้ายรายการเพื่อช่วยเสริมให้ผู้ชมเข้าใจเรื่องราวของละครและ

เป็นการประชาสัมพันธ์ละครโดยการทำให้ผู้ชมรู้สึกอยากดูละครมากยิ่งขึ้น ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างเพลงละครโทรทัศน์กับละครโทรทัศน์นั้น ผู้วิจัยพบว่าเพลงละครโทรทัศน์เป็นตัวแทนในการสื่อความหมายเรื่องราวโดยรวมของละครซึ่งเป็นลักษณะของการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของการถ่ายทอดความหมายโดยใช้ความหมายส่วนย่อยแทนความหมายของส่วนรวม และข้อค้นพบสุดท้าย คือ อัตลักษณ์ของเพลงละครโทรทัศน์ ได้แก่ เพลงละครโทรทัศน์มีการเล่าเรื่องที่สื่อความหมายถึงเนื้อหาและเรื่องราวของละครโทรทัศน์ทั้งที่เป็นความหมายเปิดเผยและความหมายแฝงเร้น ทำนอง จังหวะ และ อารมณ์ของเพลงละครโทรทัศน์จะสัมพันธ์กับอารมณ์โดยรวมของละครโทรทัศน์ ทั้งนี้เพลงละครโทรทัศน์จะถูกนำเสนอควบคู่กับไตเติ้ลนำรายการและไตเติ้ลท้ายรายการแต่ไม่จำเป็นต้องมีการระบุชื่อเรื่องละครลงในคำร้องของเพลง และที่สำคัญที่สุดคือ เพลงละครโทรทัศน์มีคุณลักษณะพิเศษที่สามารถแยกจากเพลงไทยสากลต่างๆ ไปได้อย่างชัดเจนทั้งในส่วนของคำร้อง จังหวะ ทำนองเพลง นักร้อง รูปแบบในการนำเสนอ สื่อชี้้นำ รวมถึงขั้นตอนในการผลิตด้วย

ทิพย์ธิดา เกษะนันท์: อัตลักษณ์ของวัยรุ่นและการใช้สื่อคาราโอเกะ (2541) มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อคาราโอเกะของกลุ่มวัยรุ่นว่ามีความสัมพันธ์กับลักษณะอัตลักษณ์ของเขาในแง่ของการรักษา ตอกย้ำ หรือการเปลี่ยนแปลงอย่างไร การวิจัยครั้งนี้มีพื้นฐานมาจากกรอบแนวคิดเรื่องวัยรุ่นและอัตลักษณ์ (Youth and Identity) แนวคิดเรื่องการเข้าสู่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Convergence) และทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory) ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 กลุ่ม จำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 16 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอลเทคนิค และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกควบคู่กับวิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ผลการวิจัยตอบคำถามการวิจัยว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้ง 3 กลุ่ม มีการใช้ประโยชน์จากสื่อคาราโอเกะเพื่อความบันเทิงเพื่อการบูรณาการและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและเพื่อสนับสนุนอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์กลุ่ม โดยการใช้อัตลักษณ์ของสื่อคาราโอเกะของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการรักษา และการตอกย้ำอัตลักษณ์ในด้านต่างๆ ของเขาซึ่งได้แก่ อัตลักษณ์ด้านภูมิปัญญา อัตลักษณ์ด้านชนชั้นทางสังคมและฐานะทางเศรษฐกิจ และอัตลักษณ์ด้านเพศ

วิจารณ์ พันธุ์ฤทธิ์คำ: อิทธิพลของวัฒนธรรมต่างประเทศที่มีต่ออัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีดนตรีญี่ปุ่น (2544) โดย งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษา

1. พฤติกรรมการฟังดนตรีญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทยในฐานะที่เป็นกิจกรรมการบริโภคอย่างหนึ่ง
2. ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในฐานะที่เป็นกิจกรรมการบริโภคอย่างหนึ่ง

3. ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมความนิยมดนตรีญี่ปุ่นของวัยรุ่นกับกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นผู้นิยมดนตรีญี่ปุ่น

ผลการวิจัยพบว่า สื่อ และเพื่อนของวัยรุ่นมีอิทธิพลทำให้วัยรุ่นได้รู้จักกับดนตรีญี่ปุ่น เทคนิคการสร้างความสุนทรีย์ทางดนตรีของเทคโนโลยีในปัจจุบัน พฤติกรรมความนิยมดนตรีญี่ปุ่นใน 2 กระบวนการคือ การแสวงหาความโดดเด่น กับการเลียนแบบ วัยรุ่นแสดงออกถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นจากเพื่อนกลุ่มอื่นที่ไม่นิยมดนตรีญี่ปุ่น ขณะเดียวกันอัตลักษณ์เหล่านั้นก็เกิดจากการเลียนแบบนักร้องดนตรีญี่ปุ่นที่พวกเขาฟัง

ถำนา เอี่ยมสอาด: การวิเคราะห์เพลงไทยสมัยนิยมแนวรีด (2539)

โดย งานวิจัยนี้ศึกษาประวัติความเป็นมา รูปแบบและเนื้อหาของเพลงรีด และเพื่อศึกษาอุดมการณ์ที่ถูกนำเสนอในเพลงรีด ผลการวิจัยพบว่า เพลงไทยสมัยนิยมแนวรีดได้รับอิทธิพลมาจากเพลงรีดของสหรัฐอเมริกาและอังกฤษ ภายหลังได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว กลายมาเป็นเพลงไทยสมัยนิยมแขนงหนึ่ง ซึ่งมีรูปแบบดนตรีที่หนักแน่น รุนแรงเสียงดัง และมีท่วงทำนองดนตรี คำร้องที่เร้าอารมณ์ความรู้สึกมากกว่าเพลงไทยสมัยนิยมประเภทอื่น เนื้อหาของเพลงไม่ได้จำกัดอยู่แค่เรื่องความรักอย่างเดียวแต่นำเสนอเรื่องราวต่างๆ ในสังคม และอุดมการณ์ที่นำเสนอผ่านเนื้อร้องเป็นอุดมการณ์ที่ใช้ต่อต้านสังคม ซึ่งได้รับแนวคิดและค่านิยมต่างๆ ในสังคมเข้าไปด้วย อย่างไรก็ตามเนื้อเพลงส่วนใหญ่ไม่ได้ต่อต้านอุดมการณ์หลักของสังคมอย่างรุนแรง แต่เป็นการเสนอทางเลือกใหม่ให้กับสังคมมากกว่า

คชาชัย วิชัยดิษฐ์: จุดกำเนิดและการแพร่กระจายของวัฒนธรรมดนตรีฮิปฮอปในประเทศไทย (2548)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของแนวดนตรีฮิปฮอปและการแพร่กระจายของวัฒนธรรมฮิปฮอปในประเทศไทย โดยใช้กรอบแนวคิดเรื่องนวัตกรรมและการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม แนวคิดวัฒนธรรมย่อยวัยรุ่น แนวคิดดนตรีในยุคหลังสมัยใหม่ และแนวคิดภาษาในบทเพลง การวิจัยเชิงคุณภาพนี้ใช้การสัมภาษณ์เจาะลึกศิลปินเพลงฮิปฮอปวิเคราะห์เอกสาร และผลงานเพลง

ผลการวิจัยพบว่า พัฒนาการของแนวดนตรีฮิปฮอปในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 4 ช่วงคือ 1) ช่วงการเร่ป เป็นลีลาใหม่ในเพลงไทยสมัยนิยม (พ.ศ.2528-2534) 2) ช่วงดนตรีเร่ปปรากฏขึ้นในวงการเพลงไทยสมัยนิยม (พ.ศ.2535 - 2544) 3) ช่วงปรากฏการณ์เพลงฮิปฮอปใต้ดิน (พ.ศ.2543-2545) 4) ช่วง “ดนตรีฮิปฮอป” ความนิยมหนึ่งในเพลงไทยสมัยนิยม (พ.ศ.2544-2549)

การแพร่กระจายของวัฒนธรรมฮิปฮอปครั้งแรกนั้น เกิดจากกลุ่มวัยรุ่นระดับชนชั้นกลางที่เล่นกีฬาเก็ตบอร์ดในกรุงเทพฯ เป็นผู้รับวัฒนธรรมฮิปฮอปเข้ามา ซึ่งในช่วงแรกได้แพร่หลายเฉพาะในเขตเมืองผ่านดนตรีแร็ป จากค่ายเพลงเล็ก เมื่อบริบทเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่แพร่หลายมากขึ้นส่งผลให้ผลงานเพลงฮิปฮอปได้คืนกระตุ่นความสนใจให้กลุ่มผู้ฟังเพลงวัยรุ่นแบบปากต่อปากและแพร่กระจายในวงกว้างขึ้น ในปัจจุบันค่ายเพลงใหญ่ให้ความสนใจในการผลิตดนตรีฮิปฮอปส่งผลให้วัฒนธรรมฮิปฮอปได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อสารมวลชนไปทั่วประเทศ

นอกจากนี้ยังพบว่า สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญต่อการรวมกลุ่มของวัยรุ่นที่ชื่นชอบวัฒนธรรมฮิปฮอปให้ปรากฏชัดเจนขึ้นในสังคมไทย เนื่องจากสามารถรับข้อมูลข่าวสารในวัฒนธรรมฮิปฮอปต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว ความนิยมในวัฒนธรรมฮิปฮอปที่สูงขึ้นนำมาซึ่งการจัดจำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรมฮิปฮอป และการเผยแพร่เนื้อหาต่างๆของวัฒนธรรมฮิปฮอปในรูปแบบต่างๆผ่านสื่อสารมวลชนไทย

ชลวรรณ วงษ์อินทร์: ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย (2548)

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะกลุ่ม การรวมกลุ่ม การแสวงหาข่าวสารและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการฟังเพลงเฮฟวีเมทัลของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย ในฐานะกลุ่มผู้รับสารแบบกลุ่มแฟนหรือรสนิยมทางวัฒนธรรม (Fan Group or Taste Culture) ภายใต้กรอบแนวคิดเรื่องวัฒนธรรม วิธีการเก็บข้อมูลได้ประยุกต์ใช้วิธีการแบบชาติพันธุ์วิทยา ซึ่งประกอบไปด้วยการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ

ผลการวิจัยพบว่าแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยนั้นมีความหลากหลายในด้านประชากร และมีการรวมกลุ่มกันอย่างเหนียวแน่น โดยมีเครือข่ายการสื่อสารทั้งแบบศูนย์กลางและแบบกระจายอำนาจ การรวมกลุ่มที่สำคัญที่สุดของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยคือการชมคอนเสิร์ตซึ่งมีการจัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ โดยการชมคอนเสิร์ตนี้จะเป็นการรวมกลุ่มที่แฟนเพลงสามารถแสดงอัตลักษณ์ออกมาได้ และจากการรวมกลุ่มชมคอนเสิร์ตทำให้แฟนเพลงขยายความสัมพันธ์โดยมีการรวมกลุ่มทำกิจกรรมต่างๆ เป็นผลทำให้กลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยมีความเหนียวแน่นและยั่งยืน

ถึงแม้ว่าสื่อปัจจุบันทั้งวิทยุและโทรทัศน์จะไม่มีการนำเสนอเรื่องราวของคนตรีเฮฟวีเมทัล แต่แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลก็อยู่ในฐานะผู้รับสารที่มีศักยภาพในการเลือกรับสื่อ และใช้ประโยชน์จาก

สื่อได้เป็นอย่างดี โดยสื่อหลักที่แฟนเพลงใช้แสวงหาข่าวสารคือสื่ออินเทอร์เน็ต นอกจากนั้นแล้ว แฟนเพลงยังใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการสร้างเครือข่ายติดต่อสื่อสารกันระหว่างกลุ่มด้วย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับเพลงเฮฟวีเมทัลนั้นพบว่าเกิดขึ้นจากปัจจัยทางจิตวิทยา หมายถึงรสนิยมในการฟังเพลง เพื่อการผ่อนคลาย เพื่อปลดปล่อยอารมณ์ และบ่งบอกความเป็นตัวของตัวเอง อีกทั้งยังมีปัจจัยทางสังคมวิทยาในเรื่องการหลีกเลี่ยงปัญหาต่างๆ และเพื่อปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ต่างประเทศ

งานวิจัยของ Audy Bennett (1999) เรื่อง “Hip Hop am Main: the localization of rap music and hip hop culture” (Media, Culture & Society, 21:1 January, 1999) เป็นการวิจัยสภาพชีวิตของวัยรุ่นในเมือง Frankfurt am main ประเทศเยอรมัน และเป็นการรายงานผลของโครงการ Frankfurter Rockmobil ซึ่งเป็นโครงการเพื่อเสริมสร้างทักษะทางดนตรีให้กับวัยรุ่นกลุ่มรองในสังคมดั่งมีรายละเอียดดังนี้

งานวิจัยนี้ จะเป็นการทดสอบความสำคัญทางวัฒนธรรมของดนตรีแร็ป (Rap) และวัฒนธรรมฮิปฮอป (Hip Hop Culture) ของวัยรุ่นในกลุ่มรองทางเชื้อชาติ (Ethnic Minority Groups) ในเมือง Frankfurt am Main ประเทศเยอรมัน ผู้วิจัยงานชิ้นนี้ต้องการจะลองดูว่า กลุ่มวัยรุ่นจากตุรกี และโมร็อกโคร่วมกันใช้วัฒนธรรมฮิปฮอปอย่างไร ซึ่งเป็นวัฒนธรรมของแอฟริกัน – อเมริกัน และก็ไม่ได้ลอกเลียนมาทั้งหมด แต่เริ่มใช้มันในการบอกเล่าประเด็นในท้องถิ่น (Local Issues) ฮิปฮอปถูกใช้เป็นสื่อเพื่อการแสดงประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสีผิว และปัญหาทางอัตลักษณ์ของสัญชาติ (National Identity) ที่สมาชิกของวัยรุ่นกลุ่มรองทางเชื้อชาติประสบอยู่ในประเทศเยอรมัน ในการศึกษากระบวนการทำให้เป็นท้องถิ่น (Localization) จะดูความคิดลึก ระดับรากหญ้าที่ชาวแร็ป แฟรงค์เฟิร์ต สามารถจะ แสดงออกมา

Bennett ตั้งคำถามว่า ทำไมแร็ปถึงกลายเป็นวัฒนธรรมในกลุ่มวัยรุ่นที่อพยพมาจากตุรกี และโมร็อกโค ซึ่งแร็ปเป็นผลิตผลของวัฒนธรรมฮิปฮอปแอฟริกัน – อเมริกัน (African-American Hip Hop Culture) ขณะเดียวกันมันก็สามารถเข้าได้ดีกับการแสดงออกของท้องถิ่นการวิจัยนี้มุ่งไปที่ความสำคัญของแร็ปและฮิปฮอปที่เป็นเสมือนทรัพยากรท้องถิ่น (Local Resource) บทบาททางวัฒนธรรมของแร็ป และฮิปฮอปไม่อาจจะประเมินได้ หากไม่ได้สะท้อนภาพของท้องถิ่น (Local

setting) การตีความฮิปฮอปต้องมองว่าเป็นเรื่องของเชื้อชาติ และสีผิวซึ่งเป็นเรื่องซับซ้อน ฮิปฮอปเป็นการแสดงออกที่พอจะทำได้ของวัยรุ่นกลุ่มรณรงค์เชื้อชาติ ในเมืองแฟรงก์เฟิร์ต (Frankfurt)

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้กล่าวอีกว่า การกระจายระดับโลก (Global Flow) ในเรื่องของคน ข้อมูลข่าวสาร สินค้า ทุน ภาพลักษณ์ และความคิดข้ามไปมาระหว่างชาติ ทำให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นไปไม่ได้ที่อัตลักษณ์ของชาติใดๆจะสามารถอยู่ได้ จากการที่มีนักท่องเที่ยว คนย้ายถิ่น คนอพยพ คนถูกเนรเทศ คนทำงาน และกลุ่มคนที่เคลื่อนย้ายตัวเอง ทำให้ความรู้เรื่องพื้นที่ สถานที่ และชุมชนนั้น มีความซับซ้อนมากขึ้น “ชุมชนเดี่ยว” อาจอยู่ห่างไกลกัน ท้องถิ่นไม่ได้มีแต่ความซับซ้อนสูงเท่านั้น (Highly Complex) แต่เป็นพื้นที่แห่งการแข่งขันอย่างสูง (Highly Contested Space) ขึ้นอยู่กับการเปลี่ยนแปลงของการต่อสู้ และความคิดต่อต้าน การต่อสู้รุนแรงขึ้นจากการที่ไม่ยอมรับทางเชื้อชาติ และ “ลัทธิชาตินิยม” ดังที่ Jendes กล่าวว่า “ไม่มีการปฏิบัติเรื่องความเท่าเทียม Equality หรือ Pluralism” ที่แท้จริง วัยรุ่นในเมืองแฟรงก์เฟิร์ต ก็เหมือนกับวัยรุ่นในเมืองอื่นๆ ทั่วโลกที่ต้องประสบปัญหาเหล่านี้

ฮิปฮอปในเมืองแฟรงก์เฟิร์ตก็เหมือนกับเมืองในประเทศเยอรมันเมืองอื่นๆ ต่างก็ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มแร็ปชาวอเมริกา ที่ได้ยินได้เห็นตามวิทยุท้องถิ่นและวิทยุแห่งชาติ และในเอ็มทีวียุโรป การเข้าถึงดนตรีฮิปฮอปของอเมริกานั้นทำได้ง่าย เนื่องจากเมืองแฟรงก์เฟิร์ตนั้นเป็นที่ตั้งของ American Forces Network (AFN) เป็นวิทยุและโทรทัศน์เพื่อทหารอเมริกาในประเทศเยอรมัน AFN ได้รับความนิยมทั้งเมืองแฟรงก์เฟิร์ต แม้ว่ากองทัพอเมริกาจะยุติการดำเนินงานไปแล้วก็ตาม การที่ฐานทัพใหญ่ใจกลางเมืองแฟรงก์เฟิร์ตมาพร้อมกับสาธารณูปโภคอันแสนจะสะดวกสบาย ทำให้ประชากรท้องถิ่นอยู่ใกล้ชิดกับลักษณะหลายประการของวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) ของอเมริกา โดยเฉพาะภาพยนตร์อเมริกัน เสียงภาษาอังกฤษ อาหารเย็นแบบอเมริกัน และที่สำคัญที่สุด ดนตรีและแฟชั่นแบบอเมริกัน มันกลายเป็นโลกใบเล็กที่มีทรัพยากรและข้อมูลทางวัฒนธรรมของอเมริกา ที่กลุ่มแร็ปเมืองแฟรงก์เฟิร์ตถูกสร้างขึ้นกลุ่มแรก วงดั้งเดิมพยายามลอกรูปแบบของวงแอฟริกัน – อเมริกัน จนชาวแร็ปเมืองแฟรงก์เฟิร์ต เริ่มค้นพบว่า ชีวิตที่มีอยู่จริงของพวกเขาต้องการลักษณะท้องถิ่น (Localized) และวิถีในการแสดงออกเฉพาะแบบ (Particularizes modes of expression) (Gilroy, 1993)

ในเมืองแฟรงก์เฟิร์ต และเมืองอื่นๆ ในเยอรมันมีความพยายามพัฒนาฮิปฮอปให้ออกจากรูปแบบของแอฟริกัน-อเมริกัน และทำให้กลายเป็นสื่อสำหรับการแสดงประเด็นหลักของท้องถิ่น และวงแร็ปท้องถิ่นเริ่มใช้ภาษาเยอรมันในดนตรีของพวกเขา ตัวของภาษาเองสามารถแสดงบทบาทในการให้ข้อมูลจากการฟังเนื้อเพลง และวิถีในการร้อง กลุ่มนักแร็ป และฮิปฮอปยอมรับกันว่าเมื่อ

นักเรีปรเริ่มเขียน และแสดงในภาษาเยอรมัน ทำให้เพลงเหล่านั้นมีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับผู้ฟัง วงเรีปรชื่อ United Energy ได้ให้รายละเอียดดังนี้

“ตอนแรกก็ไม่มีใครนึกว่าเสียงมันจะเป็นอย่างไรเมื่อมาทำเป็นภาษาเยอรมัน แต่คนก็เริ่มรู้แล้วว่า มีข้อจำกัดเมื่อเรีปรกันในภาษาอังกฤษ เพราะความรู้ในภาษาอังกฤษไม่ดีพอ ดังนั้นในตอนนี้นักเรีปรเริ่มเรีปรกันในภาษาเยอรมัน และมันก็ดีขึ้น ได้ผลมากขึ้น”

เนื้อหาหลักๆ ในเพลงเรีปรคือการแสดงออกความกลัว และความโกรธจากเรื่องสืผิว และความไม่ปลอดภัยที่พบในกลุ่มวัยรุ่นหลายคนที่เป็นกลุ่มรอมทางเชื้อชาติ ความกลัวเป็นเรื่องระดับชาติ เรื่องสืผิวจะเป็นปัญหาที่รู้จักกันในทุกส่วนของ โลกรวมทั้งในเยอรมัน หากดูประวัติศาสตร์ของประเทศเยอรมัน จะพบว่ามันเป็นประเด็นที่ละเอียดอ่อน การเพิ่มขึ้นของชาวต่างชาติ ทำให้เกิดการเหยียดผิว

งานวิจัยของ Bennett แสดงให้เห็นวิธีการศึกษาคณิตศาสตร์ชนิดหนึ่ง โดยดูว่าเกิดขึ้นมาได้อย่างไร คนรับคนตรินั้นอย่างไร ความรู้สึกที่มีต่อคนตรินั้นเป็นเช่นไร และคนตรินึกใช้อย่างไรซึ่งวิธีการศึกษาเช่นนี้ก็จะเป็นตัวอย่งในการวิจัยครั้งนี้ด้วย