

บทที่ 8 บทสรุป



การศึกษาเรื่อง “การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแฟชั่น : กรณีศึกษา สยามสแควร์” มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ประการแรก ศึกษาการแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่น เพื่อวิเคราะห์หาเงื่อนไขที่เข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการก่อตัว และวิถีทางในการแสดงออก ตลอดจนวิเคราะห์หาความหมาย และการตีความหมายจากการแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่น ประการที่สอง ศึกษาและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแต่งกายแฟชั่นที่มีต่อการสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่น และประการสุดท้าย ศึกษาอัตลักษณ์ใหม่ของวัยรุ่นที่ถูกสร้างขึ้นจากการแต่งกายแฟชั่น ผ่านการศึกษาเชิงเปรียบเทียบแนวแฟชั่นสามรูปแบบ ได้แก่ แฟชั่นฮิพฮอป แฟชั่นเด็กแนว (อินดี้) และแฟชั่นแบรנדเนม

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) อาศัยการเก็บข้อมูลทั้งจากข้อมูลเชิงเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเก็บข้อมูลภาคสนามโดยใช้เทคนิคการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึก พื้นที่ศึกษาได้เลือกบริเวณพื้นที่สยามสแควร์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่สามารถเห็นความหลากหลายของแฟชั่นวัยรุ่น เป็นแหล่งรวมสินค้าแฟชั่นชื่อดัง ตลอดจนเป็นจุดนัดพบของวัยรุ่นทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร ซึ่งภายใต้พื้นที่ สยามสแควร์ ผู้ศึกษาได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ประกอบด้วยวัยรุ่นทั้งเพศชายและหญิงอายุระหว่าง 12-22 ปีซึ่งต่างเป็นผู้ที่นิยมแฟชั่นทั้งสิ้น โดยแบ่งเป็นกลุ่มนิยมแฟชั่นฮิพฮอปจำนวน 9 คน กลุ่มนิยมแฟชั่นเด็กแนว (อินดี้) จำนวน 7 คนและกลุ่มนิยมแฟชั่นแบรนด์เนมจำนวน 7 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 23 คน

8.1 บทสรุป

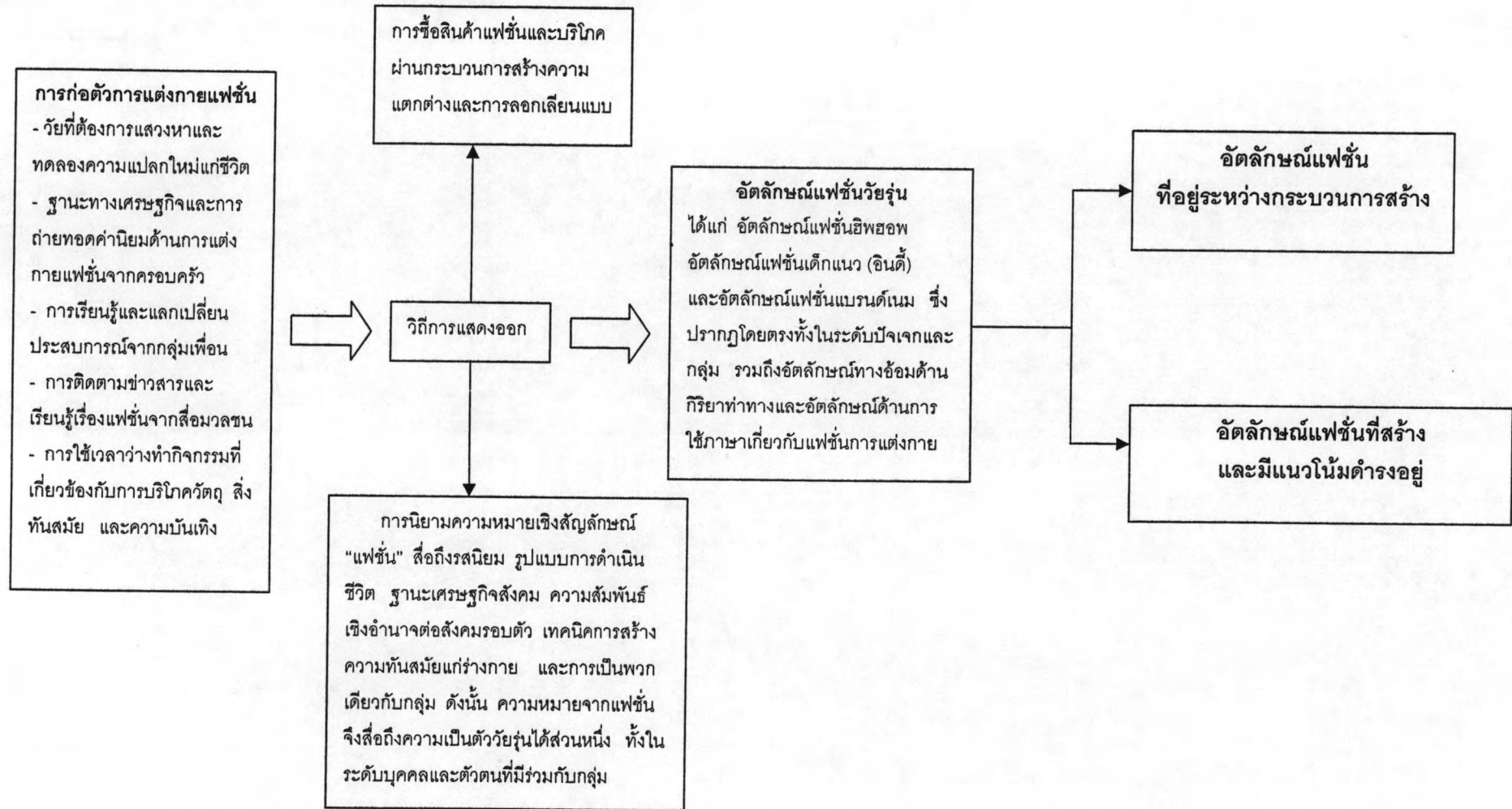
“อัตลักษณ์” เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อแสดงถึงตัวตนทั้งในระดับปัจเจกและกลุ่มของตนเอง ความเป็นตัวตนของบุคคลประกอบด้วยอัตลักษณ์หลายด้าน ด้านหนึ่งที่ถูกแสดงออก และเป็นสิ่งเห็นได้ชัดเจน คือ อัตลักษณ์ด้านแฟชั่นการแต่งกาย ซึ่งเป็นผลมาจากการบริโภคสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายเป็นสำคัญ การศึกษาการสร้างอัตลักษณ์จากมิติการบริโภคนั้นต้องทำความเข้าใจว่าทุกวันนี้การบริโภคและตัวสินค้ามีความสำคัญอย่างไร จึงสามารถกลายมา

เป็นสิ่งที่ผู้คนให้ความสำคัญ และพยายามหยิบจับนำมาสร้างสำนึกและแสดงออกถึงตัวตน การสร้างอัตลักษณ์จากการบริโภคจึงเป็นเรื่องที่ต้องอิงกับสภาพบริบทของสังคมโดยตรง

สภาพบริบทของสังคมในปัจจุบันที่มีระบบเศรษฐกิจทุนนิยมเป็นตัวนำการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ในระบบที่มีรูปแบบการผลิตแบบขนานใหญ่ (mass production) ทำให้ได้ผลผลิตที่เป็นสินค้าบริการจำนวนมาก และเพื่อให้ระบบทุนนิยมคงความสมดุลย์ย่อมต้องส่งเสริมด้านการบริโภคให้สอดคล้องกันไป ผลก็คือ เกิดการสะสมของวัฒนธรรมด้านวัตถุในรูปแบบของสินค้าบริโภค อีกทั้งกิจกรรมการใช้เวลาว่างและการบริโภคของคนในสังคมถูกกระตุ้นให้เพิ่มมากขึ้น ภายใต้วัฒนธรรมการบริโภคที่ขยายตัว “สินค้า” กลายมาเป็นวัตถุที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับใช้เป็นสื่อในการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม รวมไปถึงบ่งชี้ถึงความเป็นตัวตนที่แตกต่างจากผู้อื่น พร้อมกันนั้นพัฒนาการทางการผลิต การโฆษณาตลอดจนแฟชั่น ต่างเป็นสิ่งที่ช่วยขับเคลื่อนให้สินค้ากลายเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคปรารถนา ทั้งนี้โดยการสร้างเทคนิคต่างๆ ในการขายฝันและจินตนาการแก่ผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด “สินค้าแฟชั่น” เป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมอีกประเภทหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมและถูกนำมาบริโภคเชิงประโยชน์ใช้สอย ตลอดจนใช้สื่อสารความหมายเชิงสัญลักษณ์เพื่อบ่งบอกถึงตัวผู้บริโภคและชี้ความสัมพันธ์ที่เขามีต่อสังคมรอบตัว ผลจากการปฏิวัติระบบสื่อสารมวลชนรวมถึงความก้าวหน้าของระบบการขนส่งคมนาคม ได้พัดพาเอาความหลากหลายของสินค้าแฟชั่นจากทั่วทุกมุมโลกให้มาปรากฏตัวในสังคมไทย โดยเฉพาะภายใต้พื้นที่ “สยามสแควร์” ซึ่งมีชื่อเสียงในฐานะเป็นแหล่งรวมสินค้าแฟชั่นที่ทันสมัยแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร อีกทั้งในพื้นที่ดังกล่าว ผู้คนส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมความทันสมัยไม่ตกยุค และต่างปรากฏตัวในฐานะเป็นผู้บริโภคแฟชั่นกลุ่มใหญ่อย่างเห็นได้ชัดเจน คือ กลุ่มที่นิยมแฟชั่นฮิพฮอป กลุ่มนิยมแฟชั่นเด็กแนว (อินดี้) และกลุ่มนิยมแฟชั่นแบรนต์เนม การบริโภคแฟชั่นที่หลากหลายของวัยรุ่นในพื้นที่สยามสแควร์แห่งนี้ นอกจากสะท้อนถึงธรรมชาติของวัยรุ่นที่แสวงหาสิ่งแปลกใหม่ให้แกชีวิต อีกด้านหนึ่งที่สำคัญคือสะท้อนถึงการดิ้นรนเพื่อแสวงหาตัวตนและสร้างอัตลักษณ์จากการบริโภคสินค้าแฟชั่นเหล่านั้นด้วย

จากผลการศึกษาพิสูจน์ได้ว่า การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแฟชั่นของกลุ่มตัวอย่างที่นิยมแฟชั่นฮิพฮอป แฟชั่นเด็กแนว (อินดี้) และแฟชั่นแบรนต์เนม ภายใต้พื้นที่สยามสแควร์ เป็นส่วนหนึ่งของปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดในลักษณะอย่างเป็นขั้นตอนและ สอดคล้อง กับกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ตั้งแต่ตอนต้น และมีข้อค้นพบเพิ่มเติมบางประการแสดงเป็นแผนผังได้ดังนี้

แผนภาพที่ 8.1 แผนผังแสดงการสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแฟชั่น



สรุปได้ว่า จุดเริ่มต้นการสร้างอัตลักษณ์มาจากการก่อตัวของการแต่งกายแฟชั่นซึ่งต้องอาศัย “แรงจูงใจ” ผลการศึกษาพบว่า เจือปนที่สร้างแรงจูงใจเริ่มต้นจากระดับตัวปัจเจก คือ ปัจจัยส่วนบุคคล โดยเฉพาะแรงขับตามธรรมชาติของวัยที่กำลังต้องการทดลองและบริโภคความทันสมัยจากสินค้าแฟชั่น ขณะเดียวกันปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายใต้บริบททางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมที่แวดล้อมตัววัยรุ่น ตั้งแต่หน่วยระดับเล็กที่สุด คือ ครอบครัว ไปจนระดับที่ต้องอาศัยปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มคนภายนอกทั้งกลุ่มเพื่อนและสื่อมวลชน ตลอดจนการใช้เวลาเพื่อทำกิจกรรมยามว่างในชีวิตประจำวันผ่านการบริโภควัตถุ สิ่งทันสมัย และความบันเทิง ได้กลายมาเป็นแรงจูงใจสำคัญในการแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่นเหล่านี้ ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้อง กับการสมมติฐานที่ตั้งไว้เป็นลำดับ

เมื่อรับแรงจูงใจด้านการแต่งกายแฟชั่นแล้ว กรอบแนวคิดต่อมา คือ “วิธีการแสดงออก” ซึ่งผลการศึกษา สอดคล้อง กับกรอบที่กำหนดไว้ เห็นได้จาก วัยรุ่นมีการแสดงออกผ่านพฤติกรรมการซื้อหรือการได้มาซึ่งสินค้าแฟชั่นที่เลือกบริโภค ไม่ว่าจะเป็นสินค้าแฟชั่นฮิพฮอป แฟชั่นเด็กแนว (อินดี้) และแฟชั่นแบรด์เนม โดยการที่วัยรุ่นสามารถซื้อหาสินค้าแฟชั่นเฉพาะอย่างได้ง่ายขึ้นกว่าในอดีต บ่งชี้ถึงภาวการณ์ขยายตัวของตลาดสินค้าแฟชั่นวัยรุ่นทุกวันนี้ได้เป็นอย่างดี จนเมื่อวัยรุ่นได้เลือกซื้อสินค้าแฟชั่นตามความต้องการแล้ว พวกเขาก็ได้มีการบริโภคแฟชั่นเพื่อนำมาแต่งกายผ่านทั้งสองกระบวนการหลัก ได้แก่ กระบวนการทั้งสร้างความแตกต่างและลอกเลียนแบบไปพร้อมกัน

ในฐานะสินค้าแฟชั่นเป็นสินค้าวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่สามารถสื่อสัญลักษณ์ได้ วัยรุ่นจึงอาศัยศักยภาพของสินค้าแฟชั่นดังกล่าว ในการนำมาสื่อความหมายที่สะท้อนถึงตัวตนและกลุ่มที่เขาเป็นสมาชิกอยู่ ผลการศึกษาจึง สอดคล้อง กับกรอบแนวคิดต่อมา คือ ในระดับปัจเจกภายใต้การแต่งกายแฟชั่นที่วัยรุ่นแสดงออก พบว่าพวกเขาได้นิยามและตีความ “ความหมายเชิงสัญลักษณ์” จากจุดเด่นของสินค้าแฟชั่นที่ตนเลือกบริโภค ซึ่งมันได้สะท้อนถึง “ตัวตน” พวกเขาทั้งด้านรสนิยม รูปแบบการดำเนินชีวิต ฐานะเศรษฐกิจสังคมหรือชนชั้น ความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่วัยรุ่นมีต่อสังคมรอบตัว ตลอดจนชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ที่อิทธิพลของแฟชั่นเสื้อผ้ามีต่อร่างกายในฐานะเป็นเทคนิคการสร้างความทันสมัยให้แก่ร่างกายอย่างหนึ่ง ขณะเดียวกันร่างกายก็ถูกเตรียมให้กลายมาพื้นที่ในการแสดงออกที่สำคัญของความหมายเชิงสัญลักษณ์จากแฟชั่นเหล่านั้นด้วย ซึ่งความหมายเชิงสัญลักษณ์ได้บ่งบอกถึงความเป็น “ตัวตน” และเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างอัตลักษณ์ระดับบุคคล ขณะเดียวกัน เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นที่

วัยรุ่นแต่ยังถูกนิยามและตีความในเชิงสัญลักษณ์ เพื่อบ่งบอกความสัมพันธ์ที่ตัวเขามีกับสังคม โดยรอบได้ เพราะมันสามารถสื่อถึง "อัตลักษณ์ทางสังคม" ที่วัยรุ่นนั้นมี "เหมือน" กับกลุ่ม และ "ต่าง" จากผู้อื่นภายใต้ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ด้วยเหตุนี้ ภายใต้การ แสดงออกด้วยแฟชั่นการแต่งกาย ผลการนิยามและการตีความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เกิดขึ้น จึงนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ทั้งระดับปัจเจกของวัยรุ่น และอัตลักษณ์ทางสังคมที่พวกเขามี ร่วมกับกลุ่มของตนเองได้

"การแต่งกายแฟชั่น" จึงเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นและอัตลักษณ์ แฟชั่นที่ปรากฏ สอดคล้อง กับกรอบแนวคิดสุดท้ายที่ว่า เป็นอัตลักษณ์ใหม่ที่มีความ หลากหลายตามการเลือกบริโภคแฟชั่นของวัยรุ่น ได้แก่ อัตลักษณ์แฟชั่นฮิพฮอป อัตลักษณ์ แฟชั่นเด็กแนว (อินดี้) และอัตลักษณ์แฟชั่นแบรนต์เนม และถูกสร้างขึ้นในระดับบุคคลและ เป็นอัตลักษณ์ร่วมทางสังคม ผลการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์แฟชั่นกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม มีทั้งส่วนที่เหมือนและต่างกัน กล่าวคือ วัยรุ่นได้สร้างอัตลักษณ์แฟชั่นที่เฉพาะตัวพร้อมกัน นั้นก็จะมีอัตลักษณ์แฟชั่นบางอย่างร่วมกับกลุ่มที่นิยมแฟชั่นเดียวกัน เพื่อบ่งบอกถึงความเป็น ผู้ที่นิยมแฟชั่นฮิพฮอป ความเป็นผู้นิยมแฟชั่นเด็กแนว (อินดี้) และความเป็นผู้นิยมแฟชั่น แบรนต์เนม ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี แม้ความเป็นตัวตนของวัยรุ่นจากการบริโภคแฟชั่นจะ แตกต่างกันไป แต่วัยรุ่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดก็มีอัตลักษณ์ที่ซ้อนกันอยู่คือ "ความเป็นผู้ที่ นิยมแฟชั่น" นั่นเอง ยิ่งกว่านั้น อัตลักษณ์แฟชั่นที่สร้างขึ้นยังนำมาซึ่งการสร้างอัตลักษณ์ ด้านกิริยาท่าทางและคำศัพท์เทคนิคเฉพาะเกี่ยวกับแฟชั่น อันเป็นคุณลักษณะร่วมอย่างหนึ่งของ การแสดงอัตลักษณ์แฟชั่นที่ปรากฏของกลุ่มตัวอย่างด้วย

ข้อค้นพบเพิ่มเติมที่สำคัญ คือ จากความหมายเชิงสัญลักษณ์ของแฟชั่นที่ถูกสร้าง โดยมีการโฆษณาและระบบแฟชั่นเป็นกลุ่มสร้างนิยามความหมาย ตลอดจนระบบสื่อมวลชน ที่ร่วมกันทำหน้าที่ถ่ายทอดความหมายเชิงสัญลักษณ์เหล่านี้สู่วัยรุ่น เพื่อให้พวกเขาบริโภค ความหมายสร้างนิยามแห่งตัวตน รวมถึงใช้เพื่อบ่งชี้ความสัมพันธ์กับสังคมที่อยู่รอบตัว ความหมายสัญลักษณ์ของแฟชั่นจึงเป็นเสมือน "วาทกรรม" ชุดหนึ่ง ที่มีส่วนสำคัญต่อการสร้าง อัตลักษณ์ของวัยรุ่น และมันก็ให้ภาพของกระบวนการสร้างที่ไม่ตายตัวด้วย เนื่องจากวัยรุ่น สามารถบริโภคความหมายผ่านทั้งการยอมรับ ต่อรอง รวมถึงปฏิเสธความหมายบางอย่างของ วาทกรรมแฟชั่น การสร้างอัตลักษณ์จากวาทกรรมแฟชั่นจึงเป็นเรื่องความยืดหยุ่น และสามารถปรับเปลี่ยนไปตามปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายใต้ชีวิตประจำวันของวัยรุ่น ทั้งในมิติของ

พื้นที่และระยะเวลา การวิเคราะห์อัตลักษณ์ที่สร้างจากการบริโภควิถีชีวิตของแพชชันในฐานะชุดวาทกรรมเช่นนี้ จึงให้ข้อสรุปเพิ่มเติมเกี่ยวกับอัตลักษณ์แพชชันของวัยรุ่นที่ศึกษาทั้งสามกลุ่ม ซึ่งพบว่า อัตลักษณ์แพชชันวัยรุ่นมีทั้งที่กำลังอยู่ในระหว่างการกระบวนการสร้าง คือยังเป็นอัตลักษณ์ที่มีความเปราะบางและเสี่ยงต่อการสูญสลายได้ง่าย ขณะที่วัยรุ่นบางคนสามารถสร้างอัตลักษณ์แพชชันได้ และเป็นอัตลักษณ์แพชชันที่มีแนวโน้มจะดำรงอยู่ตลอดช่วงเวลาการเป็นวัยรุ่นของพวกเขา หรืออาจยาวนานติดตัวพวกเขาไปเรื่อยๆก็ได้

ด้วยพื้นฐานสำคัญของการสร้างอัตลักษณ์ที่มาจากการบริโภควิถีชีวิตของแพชชัน จากวาทกรรมแพชชัน ทำให้วัยรุ่นก็มีความคาดหวังเมื่อมีการแสดงอัตลักษณ์แพชชันออกไป กล่าวได้ว่า ความคาดหวังซึ่งได้รับการตอบรับในเชิงบวก ตลอดจนการมองตัวเองของวัยรุ่นผ่านอัตลักษณ์แพชชันที่ปรากฏอย่าง “ความดีและทันสมัย” ตลอดจน “ความรู้สึกสนุกและมีความสุขกับการแต่งตัว” ในทุกวันนี้ สามารถเป็นแรงสนับสนุนที่ดีต่อการสร้างอัตลักษณ์จากแพชชันของพวกเขาต่อไป ขณะเดียวกัน ภายใต้การได้รับผลที่ไม่เป็นไปตามคาดหวังหรืออยู่นอกเหนือความคาดหวังนั้น กลายมาเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้พวกเขาแสวงหาหนทาง การปรับปรุง ดัดแปลง หรือเสริมแต่งอัตลักษณ์แพชชันเดิมให้ดีขึ้น อัตลักษณ์แพชชันของ “วัยรุ่น” จึงเป็นกระบวนการที่สร้างไม่มีวันจบสิ้น เพราะอัตลักษณ์แพชชันเป็นเรื่องการเลือกบริโภคของวัยรุ่นที่ต้องการได้รับการตอบสนองของความพึงพอใจสูงสุด มันถูกสร้างขึ้นพร้อมกับความคาดหวังในการแสดงออก ขณะที่คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ที่วัยรุ่นได้รับก็จะตอกย้ำให้พวกเขาเกิดความปรารถนาการมีตัวตนที่แตกต่างอยู่เรื่อยไป ยิ่งกว่านั้น อัตลักษณ์แพชชันยังมีผลต่อความคาดหวังในการสร้างอัตลักษณ์ด้านประกอบอาชีพ “นักร้องแบบแพชชัน/นักธุรกิจแพชชัน” ของวัยรุ่นหลายคนอยู่ไม่น้อยทีเดียว และหมายถึงว่าเรื่องการบริโภคแพชชันไม่ได้จบเพียงแค่การบริโภคในปัจจุบันเท่านั้น แต่กลายมาเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการสร้างแรงจูงใจในการเลือกอาชีพซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตวัยรุ่นเหล่านี้ในอนาคตอีกด้วย

ในความเป็นปัจจุบัน วัยรุ่นเหล่านี้ยังคงพยายามค้นหาและสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง เพื่อได้มาซึ่งการยอมรับทั้งจากคนใกล้ชิดและสังคมรอบตัว การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากมิตินี้ การเลือกบริโภคแพชชัน ถือเป็นอีกส่วนหนึ่งของการสร้างอัตลักษณ์ที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน เพราะมันคือภาพการแสดงอัตลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ภายนอก แต่ในความเป็นตัวตนของวัยรุ่นยังประกอบด้วยอัตลักษณ์อีกหลายด้านนัก อัตลักษณ์แพชชันเป็นเพียงแค่เหลี่ยมมุมหนึ่งของความเป็นตัวตนทั้งหมดของพวกเขา พวกเขาอาจจะยังอยู่ภายใต้กระบวนการสร้าง หรือบางคน

สร้างอัตลักษณ์แฟชั่นได้ และเห็นแนวโน้มการดำรงอยู่ ซึ่งทั้งหมดก็เป็นสิ่งที่วิเคราะห์บนพื้นฐานพฤติกรรมและความคิดวัยรุ่นเหล่านี้ ณ ช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น

“อัตลักษณ์แฟชั่นวัยรุ่น” เป็นอีกตัวอย่างหนึ่ง สำหรับการศึกษาระดับเรื่องอัตลักษณ์ในยุคหลังสมัยใหม่ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าถูกสร้างขึ้นด้วยกระบวนการทางสังคม และเป็นสิ่งเปลี่ยนแปลงได้ อัตลักษณ์แฟชั่นของวัยรุ่นมีจุดเด่นที่แตกต่างจากอัตลักษณ์อื่น เนื่องจากเป็นกระบวนการสร้างที่เชื่อมโยงกันระหว่างตัวปัจเจกหรือวัยรุ่นที่ต้องการมีเสรีภาพ อยากรู้อยากเห็นเต็มความมั่นใจ รู้สึกอยากแตกต่างมีตัวตน และต้องการการยอมรับจากสังคม ซึ่งความปรารถนาและจินตนาการเหล่านี้ เกิดจากแรงขับเคลื่อนตามธรรมชาติและอิทธิพลจากปฏิสัมพันธ์กับสังคมรอบตัว ขณะเดียวกัน แม้วัยรุ่นเหล่านี้จะพยายามกำหนดความเป็นตัวตนผ่านความคิดและพฤติกรรมแฟชั่นของตัวเอง อย่างไรก็ตาม การสร้างอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นภายใต้บริบทวัฒนธรรมการบริโภค ซึ่งการบริโภคแฟชั่นถูกนิยามและใช้เป็นเครื่องมือของการแสดงความเป็นตัวตนอย่างหนึ่ง ทำให้วัยรุ่นต้องเผชิญกับพลังภายนอกที่พยายามกำหนดความเป็นตัวตนของพวกเขาด้วย ซึ่งก็คือ ความหมายจากวาทกรรมแฟชั่นนั่นเอง การต่อรองระหว่างพลังกำหนดที่เป็นเชิงโครงสร้าง (macro) กับการกำหนดที่มาจากตัววัยรุ่น (micro) จึงเป็นประเด็นที่เห็นชัดในงานวิจัยชิ้นนี้ และมันก็ให้ภาพความสัมพันธ์เชื่อมโยงที่มีต่อกันชัดเจน อีกทั้งสนับสนุนต่อข้อสรุปที่ว่า การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากแฟชั่นเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นไม่จบสิ้น ยืดหยุ่นไม่ตายตัว อัตลักษณ์แฟชั่นเป็นสิ่งที่ชั่วคราวในช่วงเวลาหนึ่งและสามารถเปลี่ยนแปลงได้

8.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการวิจัย

ประสบการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นตลอดจนช่วงการทำวิจัย ผู้ศึกษาเผชิญหน้ากับปัญหาและข้อจำกัดมากมาย ทั้งปัญหาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลโดยตรง ปัญหาตัวบุคคลที่เกิดจากตัวผู้วิจัยเองและเรื่องวุฒิภาวะของวัยรุ่นที่สัมภาษณ์ ตลอดจนข้อจำกัดปลีกย่อยต่างๆ

ผู้ศึกษาพบว่า การศึกษาแฟชั่นวัยรุ่นทุกวันนี้ไม่ใช่สิ่งที่ง่ายนัก แฟชั่นวัยรุ่นไม่ได้เป็นภาพๆเดียวแต่ได้แตกย่อยเป็นกลุ่มเล็กกลุ่มน้อยมากมาย แต่ละรูปแบบต่างก็มีพัฒนาการรวดเร็วและยังมีเรื่องราวเฉพาะตัวสูง อุปสรรคด้านแรกของผู้ศึกษาก็คือ การทำความเข้าใจความหลากหลายของแฟชั่นที่มีอยู่ให้ได้มากที่สุด การได้มาซึ่ง “ข้อมูลที่ถูกต้อง” จึงเป็นสิ่งจำเป็น ตัววัยรุ่นที่บริโภคแฟชั่นถือเป็นผู้ให้ข้อมูลที่ดีที่สุดในช่วงหนึ่ง แต่ขณะเดียวกันก็

นำมาซึ่งอุปสรรคต่อการวิจัยครั้งนี้พร้อมกันด้วย โดยเฉพาะกลุ่มแพชชันอิพฮอปท์ที่ผู้ศึกษาเริ่มต้นเก็บข้อมูลเป็นกลุ่มแรก แพชชันอิพฮอปท์เป็นแพชชันที่มีพัฒนาการมานานและมีหลายสไตล์ การพูดคุยเรื่องแพชชันกับวัยรุ่นที่เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างและที่ไม่ใช่ (แต่ก็นิยมแพชชันอิพฮอปท์เช่นกัน) ในลักษณะเป็นกลุ่มใหญ่ ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการของช่วงสองเดือนแรกในการวิจัย ผู้ศึกษารู้สึกถึงความมึนงงและสับสนอยู่ไม่น้อย เพราะเผชิญกับภาวะที่เรียกว่า “ข้อมูลท่วมตัว” จากการพยายามบอกเล่าข้อมูลของวัยรุ่นว่าแพชชันอิพฮอปท์ในมุมมองพวกเขาเป็นอย่างไร ผู้ศึกษาต้องใช้สมาธิค่อนข้างสูงในการจับประเด็น เพราะแต่ละคนจะแย่งกันบอกข้อมูลที่ตนคิดว่า “ถูกต้อง” (ซึ่งในแง่หนึ่งก็เป็นการรับประกันตนเองว่าเป็นผู้ที่มีความรู้จริงเกี่ยวกับอิพฮอปท์ด้วย) สิ่งที่ทำให้ผู้ศึกษารู้สึกท้อใจในช่วงนี้คือ วัยรุ่นบางคนนอกจากมองว่าสิ่งที่ตนเองรู้นั้นถูกแล้ว ก็จะมีมองว่าสิ่งที่เพื่อนพูดไม่ถูกต้อง และบอกกับผู้ศึกษาว่า “โดนหลอก” ทำให้ผู้ศึกษาต้องหาทางแก้ไขโดยกลับไปตรวจสอบข้อมูลเดิมที่มีอยู่ และเพิ่มแหล่งข้อมูลให้หลากหลายขึ้นคือ นอกจากถามวัยรุ่นหลายๆคนในประเด็นเดียวกันแล้ว ยังให้วัยรุ่นพาไปแนะนำตัวกับเจ้าของร้านที่ขายสินค้าแพชชันอิพฮอปท์ในสยามสแควร์ (เป็นผู้ที่นิยมแพชชันอิพฮอปท์และอยู่ในวงการแพชชันอิพฮอปท์มาเกือบสิบปี) เพื่อสัมภาษณ์ความเป็นมาของแพชชันอิพฮอปท์เพิ่มเติม หลังจากนั้นผู้ศึกษาได้กลับไปสืบค้นข้อมูลในระบบออนไลน์อีกทางหนึ่ง เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนและตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

จากนั้นเมื่อเริ่มเก็บข้อมูลกลุ่มนิยมแพชชันเด็กแนว (อินดี้) ผู้ศึกษาได้พบปัญหาใหญ่อีกหนึ่งเรื่องหนึ่งคือ การเรียกชื่อที่แตกต่างกันในหมู่วัยรุ่นที่นิยมแต่ง และเมื่อกล่าวถึงแพชชันเด็กแนวที่ปรากฏในสังคมก็ยิ่งเป็นภาพที่ค่อนข้าง “เบลอ” ไม่ชัดเจน เนื่องจากคำกล่าวที่ว่าทุกวันนี้ใครก็สามารถเป็นเด็กแนวได้ บางครั้งกลุ่มเด็กแซ่ป เด็กแว่น สรพัดเด็กต่างๆ ดูเหมือนคนในสังคมทั่วไปจะเรียกรวมๆว่าเป็นเด็กแนวด้วย เพราะใช้ชีวิตและแต่งตัวแปลกกว่าคนทั่วไป ทำให้ผู้ศึกษาต้องตอบ “คำถามโลกแตก” (ของตนเอง) ที่เกิดขึ้นในใจก่อนว่า สำหรับงานวิจัยนี้จะกำหนดขอบเขตคำว่าแพชชันเด็กแนวอย่างไร เบื้องต้นผู้ศึกษาได้พยายามศึกษาจากทั้งข้อมูลที่ทำวิจัยการตลาดเกี่ยวกับกลุ่มเด็กแนวโดยเฉพาะ และการสัมภาษณ์วัยรุ่นที่แต่งแพชชันเด็กแนว โดยเฉพาะมุมมองที่เกี่ยวกับการเรียกตัวเอง ซึ่งพบว่าในสายตาของเด็กแนวจริงๆพวกเขาจะแยกตัวเองออกจากกลุ่มสรพัดเด็กดังที่กล่าวมาอย่างชัดเจน วัยรุ่นที่ให้สัมภาษณ์ พวกเขาต่างมองตนเองว่าเป็นเด็กแนว แต่บางคนก็ต้องการที่จะหลุดจากกระแสสังคมที่ปัจจุบันเล่นกับคำว่าเด็กแนวจนกลายเป็นคำฟุ่มเฟือย จึงเรียกตัวเองต่างกันทั้ง “เด็กแนว” บางคนก็เต็มว่า “แนวอินดี้” บางคนก็เรียกเพียงคำว่า “อินดี้” คำเรียกที่ดูเหมือนเป็นเรื่องเล็ก ไม่น่าจะ

มีปัญหา แต่ถือเป็นเรื่อง que ผู้ศึกษาให้ความสำคัญมาก แล้วเหตุใดคำว่าเด็กแนวจึงมาเกี่ยวข้องกับคำว่าอินดี้ ซึ่งคำหลังได้ชี้ทางออกแก่ผู้ศึกษาให้กลับไปดูข้อมูลในอดีต และหาความเชื่อมโยงกันระหว่างกระแสแฟชั่นอินดี้ (พ.ศ. 2537) กับกระแสแฟชั่นเด็กแนว (พ.ศ. 2547) ที่เห็นชัดก็คือ เป็นการเปลี่ยนแปลงของคำเรียกขาน แต่เรื่องของแนวทางการใช้ชีวิตและแฟชั่นไม่ต่างกันนัก อีกทั้งความคิดจากวัยรุ่นที่แต่งแฟชั่นเด็กแนว (อินดี้) เองก็สนับสนุนข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ที่ผู้ศึกษาสืบค้นด้วย ข้อสรุปที่ได้จึงช่วยให้ผู้ศึกษาแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในเบื้องต้นคือ เลือกใช้คำว่าเด็กแนวในความหมายเดียวกับคำว่าอินดี้ เพื่อป้องกันความสับสนเมื่อกล่าวถึงคำว่าเด็กแนวหมายถึงวัยรุ่นกลุ่มไหนนั่นเอง

ปัญหาตัวบุคคลเป็นสิ่งที่บั่นทอนกำลังใจผู้ศึกษาอยู่ไม่น้อย “ตัวผู้ศึกษา” ในฐานะที่เป็นเครื่องมือวิจัยที่สำคัญที่สุด แต่การเตรียมพร้อมที่ยังไม่ดีเพียงพอก็ย่อมกลายมาเป็นอุปสรรคของการวิจัยได้เช่นกัน ช่วงแรกของการสัมภาษณ์ แม้จะลงพื้นที่หลายครั้งก่อนหน้านี้ แต่ผู้ศึกษาก็ยังรู้สึกประหม่าและเงินอายเมื่อต้องแนะนำตัวกับกลุ่มตัวอย่าง โดยเฉพาะเมื่อเริ่มศึกษากลุ่มตัวอย่างแรกที่นิยมแฟชั่นฮิปฮอปซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย ครั้งแรกของการสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาตื่นเต้น มัวแต่ตั้งคำถามพูดคุยจนลืมสังเกตว่าตนเองลืมกดปุ่มอัดเสียง แต่นั่นยังไม่ใช่วิธีหาที่หนักรหาเท่ากับเมื่ออุปกรณ์การเก็บข้อมูลของผู้ศึกษาเกิดปัญหาหลายอย่างในช่วงเวลาใกล้เคียงกันและเป็นสิ่งที่ยู่เหนือการควบคุมของผู้ศึกษาด้วย เช่น หลายครั้งที่เครื่องอัดเสียงของผู้ศึกษาไม่สามารถบันทึกเสียงวัยรุ่นได้ตามปกติ แม้จะกดปุ่มบันทึกแล้วก็ตาม ปัญหาด้านเทคนิคของกล้องที่ถ่ายรูปแล้วไม่ติด ระบบหน่วยความจำของโทรศัพท์มือถือที่เสียและต้องสูญเสียข้อมูลเบอร์โทรศัพท์กลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์ไปแล้วถึง 4 คน เป็นต้น ประสบการณ์เหล่านี้เกิดในช่วงเวลาที่ใกล้กันมาก ผู้ศึกษารู้สึกท้อใจจนแทบไม่มีกำลังใจจะสู้ต่อ แต่ประสบการณ์เหล่านี้ได้สอนให้ผู้ศึกษารู้จักรอบคอบมากขึ้น ไม่พึ่งพาเทคโนโลยีแต่เพียงอย่างเดียว ทุกครั้งที่มีการอัดเทปสัมภาษณ์ เมื่อได้เบอร์ติดต่อจากกลุ่มตัวอย่าง หรือมีรายละเอียดที่จะต้องพิมพ์ลงคอมพิวเตอร์ ผู้ศึกษาจะจดในกระดาษบันทึกก่อนเสมอแม้จะเสียเวลาแต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดทางเทคนิคที่จะเกิดขึ้นอีก ซึ่งภายหลังจากนั้นเมื่อได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ผู้ศึกษาก็เริ่มเคยชินและชำนาญในการสัมภาษณ์มากขึ้น ที่สำคัญคือรู้สึกสนุกและเกิดกำลังใจกับสิ่งที่ทำอยู่

ช่วงเวลาที่ผู้ศึกษาต้องพยายามแก้ไขปัญหาที่เกิดกับตัวเอง ในด้านหนึ่งก็เผชิญกับปัญหาเรื่องวุฒิภาวะของวัยรุ่นที่สัมภาษณ์ด้วย ซึ่งบางครั้งพวกเขาก็มีการแสดงพฤติกรรม

บางอย่างที่อาจเกินขอบเขตความเหมาะสมไปบ้าง ผู้ศึกษาก็จัดการเป็นเรื่องๆไป ถ้าอยู่ในขอบเขตที่ทำได้ผู้ศึกษาก็จะทำ เช่น เมื่อมีการนัดสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดอยู่แล้ว เมื่อมีเพื่อนของวัยรุ่นที่ไม่ได้ร่วมพูดคุยกันเดินเข้ามาขอให้ผู้ศึกษาซื้อน้ำให้กิน ผู้ศึกษาทำได้อีกซื้อให้ แต่กรณีที่มีวัยรุ่นที่เคยให้สัมภาษณ์คนหนึ่งโทรศัพท์มาขอยืมเงินจำนวนหลักหมื่น ผู้ศึกษาก็ไม่สามารถช่วยได้จึงบอกปฏิเสธไป และคิดว่าปัญหาลักษณะนี้เป็นเรื่องที่น่าจะเกิดขึ้นได้ (แม้จะเกินความคาดคิดจากจำนวนที่สูงมาก) เพราะวัยรุ่นยังอยู่ในช่วงที่ไม่มีรายได้เป็นของตัวเอง ต้องขอเงินจากครอบครัว บางครั้งก็อาจมีเงินไม่เพียงใช้ ผู้ศึกษาจึงเตรียมใจไว้แล้ว ซึ่งที่พบมีเพียงสองครั้งเท่านั้น

อุปสรรคในการวิจัยยังมีปลีกย่อยมากมาย เป็นต้นว่า ผู้ศึกษาต้องยอมรับสภาพการใช้ชีวิตวัยรุ่นในเมืองทุกวันนี้ประการหนึ่งคือ พวกเขามีค่านิยมเรื่องสูบบุหรี่ทั้งชายและหญิงอย่างเปิดเผย ดังนั้น ระหว่างการเข้าไปพูดคุยกับวัยรุ่นบางคนที่สูบบุหรี่ ผู้ศึกษาต้องปรับตัวและอดทนต่อควันบุหรี่ที่อยู่โดยรอบ แต่ก็ในช่วงระยะเวลาที่ไม่นาน เพราะกลุ่มวัยรุ่นที่ศึกษามีหลายกลุ่มซึ่งก็มีทั้งคนที่สูบและไม่สูบ ปัญหานี้จึงไม่ใช่เรื่องใหญ่และยังอยู่ในขอบเขตที่ผู้ศึกษาอดทนได้ นอกจากนั้น การทำตัวให้เข้ากับกลุ่มวัยรุ่นที่ศึกษาแม้เป็นสิ่งที่จำเป็นมาก แต่ในบางครั้งผู้ศึกษาก็ไม่สามารถตามติดกลุ่มตัวอย่างไปได้ทุกที่ทุกเวลา เช่น สถานที่ที่เที่ยวยามค่ำคืน ซึ่งเป็นเหตุผลความปลอดภัยส่วนตัวของผู้ศึกษาในฐานะเป็นผู้หญิง เรื่องดังกล่าวจึงเป็นข้อจำกัดอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้น รวมถึงเรื่องของงบประมาณและระยะเวลาในการศึกษา นับเป็นข้อจำกัดอีกอย่างที่ทำให้ผู้ศึกษาติดตามกลุ่มตัวอย่างได้เพียงในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น การศึกษาอัตลักษณ์วัยรุ่นที่เกิดจากการบริโภคแฟชั่น หากสามารถใช้เวลาติดตามดูผลการเปลี่ยนแปลงของแต่ละกลุ่มในแต่ละช่วงเวลาได้ก็น่าจะเกิดประโยชน์เชิงวิชาการมากยิ่งขึ้น

8.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

สำหรับผู้ศึกษาที่สนใจการทำวิจัยประเด็นเกี่ยวกับวัยรุ่น การอยู่ในวัยแห่งการเปลี่ยนผ่านจากวัยเด็กสู่วัยรุ่นผู้ใหญ่ทำให้วัยรุ่นเป็นวัยที่มีเสน่ห์ในตัวเอง ดึงดูดใจให้ศึกษาทั้งเชิงพฤติกรรมและความคิดที่ไม่หยุดนิ่งของพวกเขา การแสดงออกของวัยรุ่นบางครั้งอาจดูมากเกินไปหรือไม่เหมาะสมบ้าง แต่นั่นก็เพราะเรื่องธรรมชาติของวัยที่เรียกร้องความสนใจ อยากมีตัวตนและได้รับการยอมรับจากสังคม การแบ่งปันประสบการณ์จากงานวิจัยวัยรุ่นชิ้นนี้ก็คือ หากผู้ศึกษาคนอื่นต้องการศึกษาวัยรุ่นไม่ว่าจะเป็นแง่มุมใด ต้องเตรียมพร้อมทั้งประเด็นที่จะ

ศึกษาเกี่ยวกับวัยรุ่นให้ชัดเจน (เพราะผู้ศึกษาพบว่าวัยรุ่นไว้วางใจและเต็มใจให้ข้อมูลมากขึ้นเมื่อพวกเขาสามารถแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ข้อมูลใหม่ๆ จากตัวผู้ศึกษาด้วย) ตัวผู้ศึกษาเองต้องมีความอดทนและใจเย็น เพราะเราคาดเดาไม่ได้ว่าจะเจอวัยรุ่นในลักษณะใด แนวทางการศึกษาวัยรุ่นให้รอบด้านสามารถเป็นทั้งลักษณะเชิงรับ คือ เมื่อได้รู้จักแล้วอาจถอยห่างออกมาเพื่อสังเกตพฤติกรรมหรือกิจกรรมที่พวกเขาสนใจก่อน และบางครั้งก็เป็นเชิงรุก โดยเฉพาะทางความคิด คือ อาศัยช่วงจังหวะที่วัยรุ่นเปิดใจซักถามประเด็นที่เป็นมุมมองของพวกเขา การศึกษาวัยรุ่นเป็นเรื่องที่อาศัยเวลาค่อนข้างมากเพื่อเปิดใจพวกเขาให้ยอมรับผู้ศึกษา ต้องมีความเพียรพยายาม นับเป็นเรื่องที่ท้าทายอย่างหนึ่งของผู้ศึกษาที่ต้องการวิจัยวัยรุ่นยุคใหม่ทุกวันนี้

สำหรับในเชิงวิชาการ การศึกษาคั้งนี้เน้นไปที่การสร้างอัตลักษณ์จากมิติด้านการบริโภคแฟชั่นเป็นสำคัญ โดยมีมุ่งประเด็นไปที่กลุ่มวัยรุ่น อย่างไรก็ตาม การบริโภคแฟชั่นในกลุ่มอื่น ๆ ยังมีความน่าสนใจ โดยเฉพาะหากพิจารณาจากมิติของเพศสภาพ เช่นในกลุ่มผู้หญิงและกลุ่มผู้ชายที่ทุกวันนี้เริ่มบริโภคแฟชั่นอย่างชัดเจนกว่าในอดีต รวมถึงเพศที่สามว่ามีกระบวนการบริโภคแฟชั่นเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตนเช่นไรบ้าง นอกจากนี้ งานศึกษาชิ้นนี้เป็นการศึกษาสร้างองค์ความรู้ในการสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่น ผ่านการบริโภคแฟชั่นที่หลากหลาย ผลที่ปรากฏจึงให้ลักษณะเป็นภาพรวมจากการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ แต่ในอนาคต ผู้ศึกษาเสนอว่าอาจเลือกทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มให้ลึกซึ้งและรอบด้าน โดยเจาะเน้นไปที่การทำควมคุ้นเคยกับกลุ่มที่นิยมแฟชั่น พร้อมกับเน้นศึกษาการทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีอยู่เฉพาะกลุ่มให้มากขึ้น

สำหรับในเชิงนโยบายของรัฐ สิ่งที่ได้อย่างหนึ่งจากการศึกษา นั่นคือ การมองเห็นพลังทางความคิดสร้างสรรค์จากตัววัยรุ่นที่สะท้อนให้เห็นจากการแต่งกายแฟชั่น แม้เราจะพบว่ากระบวนการบริโภคแฟชั่นของวัยรุ่นจะเริ่มต้นจากการลอกเลียนแบบ แต่ขณะเดียวกันพวกเขาก็พยายามสร้างความแตกต่างของตนให้ปรากฏด้วย ผลความคิดเหล่านี้มีคุณค่าและไม่ควรถูกปิดกั้นหรือแสดงออกแต่เพียงภายใต้กลุ่มวัยรุ่นเท่านั้น หากแต่ควรเปิดพื้นที่ด้านการแสดงออกทางความคิดเช่นนี้ให้มากขึ้น ยิ่งวัยรุ่นในปัจจุบันให้ความสนใจต่อการแต่งกายมากและมันส่งผลต่อความคาดหวังด้านอาชีพด้วยแล้ว การมีเวทีสาธารณะในการแสดงออกทางความคิดจึงเป็นสิ่งที่รัฐน่าจะให้การสนับสนุน นอกจากนี้ เรื่องราวแฟชั่นน่าจะเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ควรจะบรรจุไว้ในหลักสูตรการศึกษาสำหรับวัยรุ่นที่สนใจศึกษาเพิ่มเติมด้วย