



## บทที่ 3

### พัฒนาการการแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่นและสภาพพื้นที่สยามสแควร์

ข้อมูลในบทนี้จะแบ่งประเด็นการนำเสนอออกเป็นสามส่วนด้วยกัน ส่วนแรกเป็นข้อมูลเชิงเนื้อหาซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องราวพัฒนาการแต่งกายแฟชั่น โดยจะชี้ให้เห็นถึงจุดเริ่มต้นของการแต่งกายแฟชั่นที่เกิดขึ้นภายใต้บริบทสังคมตะวันตก ก่อนที่จะแพร่กระจายตัวสู่สังคมไทยและแตกหน่อออกเป็นรูปแบบแฟชั่นอันหลากหลาย ข้อมูลถัดมาส่วนที่สอง เป็นข้อมูลเชิงพื้นที่เพื่อแสดงถึงประวัติความเป็นมาของพื้นที่สยามสแควร์ และพัฒนาการตลอดสี่ทศวรรษที่ได้แปรสภาพให้สยามสแควร์แห่งนี้กลายมาเป็นพื้นที่ที่รวมตัวของแฟชั่นวัยรุ่นอย่างแท้จริง จากนั้นจะกล่าวถึงภาพรวมแฟชั่นการแต่งกายของวัยรุ่นที่พบในพื้นที่สยามสแควร์ ดังข้อมูลต่อไปนี้

#### 3.1 พัฒนาการการแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่นไทย

##### 3.1.1 เปิดโลกแห่งแฟชั่นการแต่งกาย

การให้ความสำคัญเครื่องแต่งกายว่าเป็น “แฟชั่น” มากกว่าประโยชน์ด้านการใช้สอยเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นในวงกว้างในช่วงศตวรรษที่ 20 และยังเป็นลักษณะของเครื่องแต่งกายที่เป็นรูปแบบของ “ตะวันตก” โดยเฉพาะ ซึ่งหมายถึงเครื่องแต่งกายในทวีปยุโรปนับตั้งแต่ยุคกลางรวมถึงสหรัฐอเมริกา เป็นที่ยอมรับกันว่าประเทศฝรั่งเศสถือเป็นศูนย์กลางโลกแห่งแฟชั่นแห่งแรก โดยช่วงก่อนถึงสงครามโลกครั้งที่สอง การแต่งกายแฟชั่นเป็นเรื่องราวภายในแวดวงชนชั้นนำของสังคมที่นิยมกัน และถูกจำกัดอยู่ภายในวงการห้องเสื้อชั้นสูงที่เรียกว่า “ไฮต์ กูตูร์” (Haute Couture) ซึ่งมีการออกแบบโดยดีไซเนอร์ชื่อดัง เพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคที่เป็นเอกชนเอง รวมไปถึงอุตสาหกรรมแฟชั่นส่วนอื่นๆที่อาจซื้อลิขสิทธิ์งานออกแบบแล้วนำไปผลิต ระหว่างช่วงสงครามโลก ช่วงเสื้อชั้นสูงฝรั่งเศสได้เริ่มจำหน่ายงานออกแบบให้ทั้งผู้บริโภคเอกชนและร้านค้าปลีกที่ต้องการนำแบบเหล่านี้ไปขายต่อ หรือลอกแล้วขายต่อให้ลูกค้าของร้าน ระบบนี้เองทำให้งานออกแบบที่เป็นต้นแบบฝีมือช่างตัดเสื้อเข้าไปมีอิทธิพลต่อตลาดนานาชาติได้ (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2547: 596)

ต่อมาภายหลังสงครามโลกครั้งที่สองสงบลง แม้ว่าวงการเสื้อผ้าชั้นสูงของฝรั่งเศสเริ่มเข้าไปมีบทบาทต่อการกำหนดทิศทางแฟชั่นโลก หากแต่การพัฒนาด้านการคมนาคมและสิ่งพิมพ์ด้านแฟชั่นในช่วงปีค.ศ. 1950-1960 ได้ช่วยเปิดช่องทางให้แฟชั่นปรากฏตัวในที่ต่างๆ เพิ่มขึ้น จนกลายเป็นศูนย์กลางแฟชั่นแห่งใหม่นอกเหนือจากกรุงปารีส ไม่ว่าจะเป็นกรุงโรม

กรุงลอนดอนและกรุงนิวยอร์ก อย่างไรก็ตามโลกแฟชั่นยังคงต้องหันไปมองตามแฟชั่นในกรุงปารีสอยู่นั่นเอง ตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ล้านักเสื้อผ้าชั้นสูงของปารีสที่มีการตัดเย็บแบบ “ตัดตามขนาดของผู้ใส่” (made-to-measure) นับได้ว่าเป็นแหล่งแฟชั่นการแต่งกายชั้นสุดยอดและยังเป็นเครื่องกำหนดทิศทางแนวโน้มแฟชั่นที่สำคัญยิ่งของโลก

แต่หลังจากปีค.ศ. 1960 เป็นต้นมา ตำแหน่งนี้ได้ถูกท้าทาย เมื่อเหล่าบรรดาดีไซเนอร์ที่เคยฝึกงานในห้องเสื้อชั้นสูงเหล่านี้เริ่มออกมาเปิดร้านของตัวเองและขยับทิศทางไปหา “เสื้อผ้าพร้อมใส่” หรือที่ชาวฝรั่งเศสเรียกว่า “แปร-ตา-ปอร์เตร์” (pret-a-porter) ที่แปลว่าเสื้อผ้าสำเร็จรูป จนเกิดเป็นบูติกแฟรนไชส์ ซึ่งถือเป็นมิติใหม่ของการจัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ช่างตัดเสื้อชั้นสูงเป็นผู้ออกแบบขึ้น ล้านักเสื้อผ้าชั้นสูงอาจเป็นเจ้าของบูติกขายปลีกและดำเนินกิจการเอง หรือให้ผู้จำหน่ายอิสระที่เข้ามาซื้อแฟรนไชส์และมีสิทธิในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของนักออกแบบในร้านที่ใช้ชื่อของนักออกแบบหรือมีชื่อเครื่องหมายการค้าของนักออกแบบติดไว้ ปრაกฏการณ์แฟชั่นการแต่งกายในช่วงค.ศ. 1975-2000 จึงอยู่ในรูปแบบอุตสาหกรรมแฟชั่นที่เป็นชุดพร้อมใส่หรือเสื้อผ้าสำเร็จรูปเสียเป็นส่วนใหญ่ โดยมีกลุ่มขับเคลื่อนที่สำคัญทั้งในอเมริกา ฝรั่งเศส อิตาลี อังกฤษและญี่ปุ่น เป็นต้น (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2547: 649-727)

นับตั้งแต่ช่วงปลายปีค.ศ.1960 จนถึงปัจจุบัน ทิศทางอุตสาหกรรมแฟชั่นการแต่งกายเริ่มมีลักษณะเด่นชัดประการหนึ่งนั่นคือ บรรดารูปแบบการแต่งกายจากเดิมที่เคยได้รับอิทธิพลการออกแบบโดยเริ่มจากคนชั้นสูงก่อนกระจายสู่คนทั่วไป ได้เริ่มเปลี่ยนทิศทางหันมานิยม “แบบทางเลือก” ซึ่งรับแรงบันดาลใจจากกลุ่มทางสังคมที่หลากหลาย โดยเฉพาะกลุ่มวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นซึ่งมีสไตล์การแต่งตัวแบบ “ข้างถนน” มาเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2547: 734-737) เช่น แฟชั่นพังค์ที่เกิดขึ้นในอังกฤษ หรือสไตลอเมริกันเชื้อสายแอฟริกันอย่างฮิปฮอป ตลาดแฟชั่นในทุกวันนี้จึงมีสัดส่วนที่หลากหลายมากขึ้น ผู้คนเริ่มหันมาแต่งตัวตามกลุ่มที่ตนเองสังกัด ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มฮิปปีผู้ประท้วงและต่อต้านสงคราม บรรดากลุ่มแฟนดนตรีพังค์ร็อคและฮิปฮอป ต่างเป็นตัวอย่างกลุ่มคนที่พัฒนาวิธีการแต่งกายเป็นเอกลักษณ์ของตนเป็นอย่างดี ดังนั้น อุตสาหกรรมแฟชั่นทุกวันนี้จึงไม่ใช่การออกแบบตามแนวโน้มนักออกแบบฝีมือเยี่ยมเท่านั้น หากแต่ต้องซ่อนเข้าไปในชอกตลาดสินค้าจำเพาะ (market niche) ที่มุ่งไปที่กลุ่มคน ท้องที่ทางภูมิศาสตร์ อายุ ชนชั้นทางสังคม เชื้อชาติ หรือวิถีชีวิตอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะอีกด้วย

### 3.1.2 การแต่งกายแฟชั่นในบริบทสังคมไทย

การแต่งกายแฟชั่นที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในโลกตะวันตก เริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยโดยปรากฏตัวขึ้นในสมัยต้นรัตนโกสินทร์ ซึ่งถือเป็นยุคที่สังคมไทยมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับชาติตะวันตกเป็นครั้งแรก อย่างไรก็ตาม การแต่งกายในยุคต้นรัตนโกสินทร์ก่อนที่สังคมไทยจะมีความสัมพันธ์กับชาติตะวันตกนั้น ได้สะท้อนให้เห็นถึงจารีตประเพณีซึ่งสืบทอดมาจากสมัยอยุธยา ลักษณะการแต่งกายเปลี่ยนแปลงไปอย่างเชื่องช้าอีกทั้งเป็นสิ่งที่ใช้แสดงถึงความแตกต่างของฐานะบุคคล ดังในปี พ.ศ. 2343 ที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกทรงประกาศพระราชกำหนดระบุนให้เครื่องแต่งกายบางอย่างเป็นการแต่งกายเฉพาะขุนนางชั้นผู้ใหญ่ในกรมมหาดไทย กลาโหม และจตุสดมภ์ เป็นต้นว่าผ้าสมปักแบบปุมทองนาก รัตประคตลายหนามขนุน เสื้อครุย กรองคอตันและปลายแขน ซึ่งคนกลุ่มนี้เท่านั้นจึงสามารถให้บุตรหลานแต่งเครื่องประดับ เสมอ จี้ควจันเพชรมยา ราชาวดี จำหลักประดับพลอย จับปั้งเทศทองคำและกำไลทองข้อเท้าได้ ถ้าหากราษฎรสามัญหรือช่างทองคนใดที่ว่าจ้าง หรือรับจ้างทำเครื่องประดับเกินฐานะของผู้ใช้นั้นต้องได้รับโทษจากบ้านเมือง ดังนั้นผู้นำในการแต่งกายจึงเป็นกลุ่มที่อยู่ในราชสำนัก และหากเครื่องประดับเครื่องแต่งกายบางสิ่งบางอย่างจะมีลักษณะร่วมสมัยกับประเทศเพื่อนบ้านก็เป็นไปในขอบเขตจำกัดในแถบภูมิภาคเดียวกันเท่านั้น (กองจดหมายเหตุแห่งชาติ, 2525: 1-3)

ต่อมาล่องเข้าสู่ยุคสมัยการค้าอาณานิคมจากประเทศมหาอำนาจตะวันตก แรงบีบบังคับหลายอย่างจึงทำให้สังคมไทยต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาทุกด้าน ในด้านการแต่งกายพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงออกประกาศแก้ไขระเบียบการแต่งกายของบรรดาขุนนางเวลาเข้าเฝ้าให้สวมเสื้อ เพื่อสร้างภาพของความเป็นอารยประเทศแก่ประเทศโลกตะวันตก นับตั้งแต่นั้นมาการแต่งกายของไทยค่อยเริ่มเข้าสู่ยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง มีการผสมผสานระหว่างอารยธรรมตะวันตกกับสภาพที่เป็นอยู่ดั้งเดิมอย่างช้าๆ จนกระทั่งถึงสมัยรัชกาลที่ 5 ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างขนานใหญ่ขึ้นโดยเริ่มต้นในปีพ.ศ. 2413 กระทั่งพระองค์เองในคราวเสด็จประพาสยุโรปปีพ.ศ. 2440 ก็ทรงฉลองพระองค์แบบตะวันตกด้วยการนุ่งกางเกงขายาว เสื้อนอกเปิดอกและผูกผ้าพันคอ (กองจดหมายเหตุแห่งชาติ, 2525: 32-33 ; เอนกนาวิกมูล, 2525: 50-56)

ส่วนในประเด็นปลีกย่อยอื่นๆ ที่สำคัญ เช่น ยกเลิกการไว้ผมทรงมหาดไทยและส่งเสริมให้มีการตัดผมอย่างฝรั่ง มีการไว้หนวดเป็นพระราชนิยม เป็นต้น ส่วนสตรีในราชสำนักได้

เปลี่ยนจากการไว้ผมเปียมาเป็นผมยาวประบ่าและพัฒนามาเป็นทรงผมตัด ทำนองผมทรงดอกกระตุ่ม เสื้อผ้าที่ใช้หันไปนิยมแบบอังกฤษสมัยควีนวิกตอเรียซึ่งเป็นเสื้อแขนพองตรงไหล่แขนยาว บางครั้งก็นิยมแขนยาวเพียงศอกเรียกเสื้อแขนหมูแฮมหรือขาหมูแฮม นอกจากนั้นก็มีการใส่น้ำหอม สวมเครื่องประดับสร้อยไข่มุกซ้อนกันหลายๆสายประดับเพชรนิลจินดามากกว่าแต่ก่อนซึ่งส่วนใหญ่จะออกแบบแล้วสั่งทำจากต่างประเทศ

ในสมัยรัชกาลที่ 6 จนถึงสมัยรัชกาลที่ 7 ก่อนมีการเปลี่ยนแปลงการเมืองการปกครอง พ.ศ. 2475 แบบแผนการแต่งกายของไทยยังคงวิวัฒนาการตามแบบตะวันตกอย่างใกล้ชิด (กองจดหมายเหตุแห่งชาติ, 2525: 120 ; เอนก นาวิกมูล, 2525: 80-100) มีการลอกเลียนรูปแบบจากทั้งหนังสือแบบเสื้อ ดาราในภาพยนตร์ สตรีชั้นนำซึ่งมีทั้งคนชั้นสูงและคนชั้นกลางเกิดใหม่ต่างรู้จักผมคลื่นหรือผมตัด ผมบ๊อบ ผมทรงชิงเกิล ผมทรงอีตันครอบปดลอดจนเกิดความนิยมวิกผม (wig) ซึ่งแพร่หลายจากโลกตะวันตกเช่นเดียวกันสำหรับทั้งชายหญิง เพื่อช่วยประหยัดเวลาในการทำผมและสะดวกมากขึ้น แต่ในระยะเริ่มแรกนับว่ามีราคาแพง นอกจากนั้นในหมู่สตรียังนิยมนำสายสร้อยหรือผ้ามาคาดรอบศีรษะเหมือนอย่างอินเดียนแดงในภาพยนตร์ หรือบางครั้งก็นำสายสร้อยไข่มุกมาสวมคอ เป็นต้น ขณะที่ฝ่ายชายเองนั้นก็มีการแต่งกายตามแบบตะวันตกอย่างชัดเจน อย่างไรก็ดี สำหรับสามัญชนที่ใช้ชีวิตในท้องถิ่นชนบทห่างไกลความเจริญ พบว่ายังคงอยู่ในสภาพเดิมที่ขาดแคลนสิ่งเหล่านั้น หากจะมีความทันสมัยก็เป็นแค่การสวมกางเกงแพรหรือสวมกางเกงขาสวมส่วนที่เรียกว่ากางเกงไทย ใส่เสื้อธรรมดา เปลือยเท้า สตรีใส่เสื้อคอกระเช้า นุ่งผ้าซิ่นและเท้าเปลือยเป็นส่วนใหญ่

การปฏิวัติในปีพ.ศ. 2475 ได้ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างของสังคมทั้งระบบ โดยเฉพาะเรื่องการแต่งกาย พบว่าผู้นำการแต่งกายสมัยใหม่ซึ่งแต่เดิมที่โดดเด่นอยู่ในราชสำนักได้แพร่หลายกระจายตัวสู่กลุ่มคนต่างๆกว้างขวางขึ้น ครั้นต่อมาก้าวสู่ยุครัฐนิยมในปีพ.ศ. 2481 รัฐบาลนำโดยจอมพลป. พิบูลสงครามได้มีนโยบายนำนาวาไทยเข้าสู่ความเป็นอารยประเทศ ยุคนี้จึงเต็มไปด้วยการปฏิวัติวัฒนธรรมครั้งใหญ่ ในด้านการแต่งกายนั้นถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจนในรัฐนิยมฉบับที่ 10 เมื่อวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2484 มีใจความสำคัญ คือ เน้นการแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อยเมื่อปรากฏตัวในที่ชุมชนหรือสาธารณสถาน และแยกแยะประเภทเครื่องแต่งกายที่ถือว่าเรียบร้อยสำหรับประชาชนชาวไทย สตรีต้องไว้ผมยาว นุ่งผ้าถุงแทนใจกระเบนใส่เสื้อแทนผ้าคาดอกและสวมรองเท้า ส่วนฝ่ายชายให้เลิกนุ่งผ้าม่วงและกางเกงแพร เนื่องจากรัฐบาลเห็นว่าไม่สุภาพและเป็นกางเกงของคนจีนไม่ใช่คนไทย ให้หันมาใส่กางเกงขา



ยาวสวมเสื้อและรองเท้า ยุคนี้รัฐบาลให้ความสำคัญแก่การใส่หมวกทั้งชายและหญิงมาก โดยเน้นว่าเป็นการนำชาติสู่อารยะดังคำขวัญชื่อดังแห่งยุคที่ว่า “มาล่านำชาติไทย” (กองจดหมายเหตุแห่งชาติ, 2525: 93-96)

ภายหลังสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดลง สหรัฐอเมริกาได้กลายมาเป็นประเทศมหาอำนาจอันดับหนึ่งของโลก มีการขยายอำนาจสู่ทวีปเอเชียและภูมิภาคอื่นๆของโลกไปพร้อมกับการขยายตัวด้านวัฒนธรรมอเมริกัน ปฏิสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลไทยกับอเมริกาขณะนั้นดำเนินไปอย่างแน่นแฟ้น การยอมรับสิ่งต่างๆของสังคมไทยได้เคลื่อนตัวจากฝั่งยุโรปสู่อเมริกาในเวลาทั้งหมดมาซึ่งนั่นหมายรวมถึงด้านวัฒนธรรมการแต่งกายด้วย ทิศทางการแต่งกายของไทยจึงเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบที่รวดเร็วและความหลากหลายมากขึ้น การเห็นแบบอย่างผ่านอิทธิพลของสื่อต่างประเทศทั้งโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ดนตรี นิตยสาร การแสดงแฟชั่นโชว์ต่างๆ ล้วนนำพาให้เกิดการพัฒนาแฟชั่นต่างๆหลายรูปแบบในสังคมไทย โดยกลุ่มผู้นำแฟชั่นมักเป็นกลุ่มดารา นักร้อง นายแบบและนางแบบ ซึ่งแตกต่างจากสมัยก่อนที่แฟชั่นมักแพร่หลายจากบุคคลในราชสำนักหรือกลุ่มชนชั้นสูง รวมทั้งกรุงเทพมหานครได้กลายมาเป็นศูนย์กลางแฟชั่นที่สำคัญของสังคม ดังนั้นช่วงปีพ.ศ. 2500 เป็นต้นมานับได้ว่าเป็นปีที่เห็นการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการแต่งกายที่มีลักษณะเป็นกระแสแฟชั่นของสังคมไทยชัดเจนขึ้น และยังมีรูปแบบแตกแยกย่อยออกเป็นแฟชั่นของคนกลุ่มต่างๆอีกด้วย

### 3.1.3 การแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่นของไทย

กล่าวได้ว่านับจากสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดลง กระแสการแต่งกายแฟชั่นโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นไทยเริ่มปรากฏตัวอย่างเด่นชัดมากขึ้น ทั้งนี้ได้รับแรงสนับสนุนจากปรากฏการณ์วัฒนธรรมวัยรุ่นที่เกิดขึ้นทั่วโลก ซึ่งได้แพร่กระจายผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมกับอเมริกาในขณะนั้น ลักษณะการแต่งกายแฟชั่นวัยรุ่นไทยช่วงทศวรรษดังกล่าวจึงถือเป็นรูปแบบที่ได้รับอิทธิพลจากอเมริกาโดยตรง ทั้งนี้มีสื่ออย่างดนตรีและภาพยนตร์เป็นต้นแบบสำคัญให้เกิดการลอกเลียนแบบด้านการใช้ชีวิต ตลอดจนเกิดรูปแบบแฟชั่นการแต่งกายที่แปลกตา กลุ่มวัยรุ่นเริ่มมีการแสดงออกด้านการแต่งกายที่จัดจ้าน ตลอดจนใช้การแต่งกายแสดงถึงความเป็นกลุ่มอย่างเห็นได้ชัด จนเกิดเป็นคำเรียกขานวัยรุ่นกลุ่มต่างๆตามลักษณะการแสดงออกทางพฤติกรรมและการแต่งกายที่แตกต่างกันออกไป

กอบกับสภาพสังคมไทยนับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2500 ที่ต้องตกอยู่ภายใต้บรรยากาศเผด็จการ รัฐบาลจึงพยายามหันเหความสนใจของประชาชนให้รู้สึกถึงการมีเสรีภาพผ่านการบริโภคมากกว่า การแสดงความคิดเห็นทางการเมือง วัยรุ่นในเมืองจำนวนไม่น้อยทุ่มเทความสนใจและแสดงออก ด้วยเสรีภาพในการแต่งกายให้แตกต่างไปจากความเป็นสุภาพชนหรือกรอบที่สังคมกำหนด ดัง การแต่งกายแฟชั่นของกลุ่มวัยรุ่นที่เรียกกันว่า “จิกโก่และจิกกี้” ที่พบเห็นอย่างแพร่หลายสมัยนั้น

คำว่า “จิกโก่” เป็นคำที่แผลงมาจากภาษาอังกฤษว่า “จิกโกโล่” ซึ่งแปลว่าผู้ชายแมงดา หรือหนุ่มเจ้าสำราญ ส่วนคำว่า “จิกกี้” มาจากคำว่า “จิกโกเล็ก” ซึ่งมีความหมายคล้ายกันแต่ คนละเพศ เมื่อนำมาใช้ในบริบทสังคมไทยจึงหมายถึงคนที่ทำตัวเป็นนักเลงหัวไม้ หรือวัยรุ่นที่ แต่งตัวตลอดจนมีพฤติกรรมที่แปลกไปจากคนทั่วไป (เจตน์ เจริญโท, 2527: 21-22) ลักษณะ ทั่วไปของจิกโก่สมัยยุคเผด็จการนั้นจะมีท่าที่แข็งกระด้าง คำว่าจิกโก่เป็นเสมือนสัญญาณอันตราย ที่คนอยู่ใกล้ต้องระวังเพราะกฎเหล็กของพวกเขาก็คือ ห้ามมองสบสายตา กระทบบไหล่และเหยียบ หัวแม่มือเด็ดขาด (เจตน์ เจริญโท, 2527: 20) แฟชั่นการแต่งตัวของจิกโก่นิยมตัดผมทรงลานบิน คือ ผมด้านหน้ายาวเป่าให้งอนขึ้นจนตั้งเป็นแผงยื่นออกไปเหมือนหมวกเก็บจนพ่อแก่แม่เฒ่า เรียกว่าทรง “มดแดงชะเง้อ” หรือทรง “สาวสะกิดแม่” ส่วนผมตรงกลางกระบานไถจนแบนเรียบ ติดหนังหัวขณะที่ผมด้านข้างสั้นเกรียนหรือไว้จอนที่ข้างหู ใส่น้ำมันใจตันสติ๊กและสวม แว่นตาดำยี่ห้อเรย์แบนด์รุ่นเนตรอินทรีย์ สำหรับเสื้อผ้างุ่มจิกโก่นิยมเสื้อยืดสีสด เช่น สีแดง และสีเหลือง ต่อมาหันมานิยมเสื้อเชิร์ตสีทึบก็ตัวใหญ่โคร่ง กางเกงต้องเป็นยีนส์ยี่ห้อ “ลี” และ “แรงเลอร์” ซึ่งเพิ่งเข้ามาในเมืองไทยใหม่ๆราคาตัวละหลายร้อยบาท รูปทรงคับตัวเมื่อสวมเข้ากับ ขาข้างผมมลิบแล้วดูเหมือน “จิ้งเหลนตะกายตึก” จนได้รับสมญาจากผู้ใหญ่ว่า “หนุ่มทรง จิ้งเหลน” กางเกงทรงนี้จะแนบเนื้อทุกสัดส่วน เวลาสวมใส่ต้องนอนเกลือกกิ้งกับพื้นใช้ขาสอด เข้าไปในกางเกงและออกแรงดึงอย่างเต็มที่ จนเรียกยีนส์รุ่นนี้อีกชื่อว่า “ทรงทรมาน” ต่อมาขากางเกงเริ่มหดสั้นขึ้นจนอยู่เกือบครึ่งแข้งเพื่อการสวมใส่ที่สบายขึ้น วัยรุ่นที่ใส่ก็ต้องหาถุง เท้าลายสีฉูดฉาดตามมาใส่และเปลี่ยนชื่อเรียกว่า “ทรงหนีน้า” เมื่อนุ่งกางเกงทรง “วิปริต” แล้วก็ จำเป็นต้องต้องสวมเสื้อให้ให้แบบมัน “วิตถาร” ด้วย ดังนั้นจึงเกิดมีเสื้อเชิร์ตเข้ารูปปกใหญ่เหมือน ไบพายทั้งแขนสั้นแขนยาวที่มีสีสันทดลวดลายแปลกตาขึ้นคู่กัน ส่วนรองเท้าจะนิยมใส่รองเท้าหนัง แบบฮาล์ฟบูทหัวแหลม (เจตน์ เจริญโท, 2527: 12-15 ; อัมพร หาญนภา, 2506: 23-24 อ้างใน สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2544: 177)

สำหรับจิกก็สมัยช่วงราวปีพ.ศ.2490 จนก่อนถึงปีพ.ศ. 2500 นิยมไว้ผมตรงยาวสลวย แสกกลางหรือแสกข้างก็ได้ อาจเพิ่มลูกเล่นด้วยการติดกิ๊บ มีจอนเส้นเล็กๆม้วนเป็นวง ดัดขนตา งอนหรือต่อขนตายาว ใส่ต่างหูพวงโตหรือไม้ก็เป็นช่อดอกไม้และแต่งหน้าจัด การแต่งกายจะ นิยมใส่กระโปรงยาวกรอมพื้น เช่น ทรง “นิวลุค”(new look) ซึ่งเป็นกระโปรงบานหากนั่งลงกับ พื้นจะเห็นเป็นวงกลมรอบตัว อีกทรงคือกระโปรง “สู่มไก” ที่นิยมในเวลาไล่เลี่ยกันมีลักษณะจีบ รอบตัวและกระโปรงทรง “พรีต” ซึ่งทำด้วยผ้าบางเบา มีจีบเล็กกรอบตัวเช่นเดียวกัน ช่วงนี้จิกก็บาง คนเริ่มหันมาใส่ยีนส์เพื่อแสดงความเท่าเทียมทางเพศ จนมีคำศัพท์เรียกเด็กผู้หญิงแก่นแก้วที่ชอบ ปล่อยแกงยีนส์แต่งตัวเป็นเด็กผู้ชายว่า “ทอมบอย” (เจตน์ เจริญโท, 2527: 24-27)

ขณะที่แกงผู้ชายมีอาการฟิตและหดสั้นขึ้นชายกระโปรงของผู้หญิงก็เริ่มมีวิวัฒนาการที่ สั้นขึ้นมาแค่เข่าและมีผ่าข้างเล็กน้อย โดยในช่วงปีพ.ศ.2511 ถือเป็นยุคแห่ง “มินิสเกิร์ต” (miniskirt) เป็นกระโปรงสั้นเหนือเข่า 6 เซนติเมตร ซึ่งแพร่กระจายความนิยมมาจากอเมริกา และได้รับการต้อนรับจากสาวไทยอย่างกว้างขวาง ถัดมาเป็นยุคแห่ง “ไมโครสเกิร์ต” หรือ “ไมโคร มินิ” (micro-mini) ที่สั้นกว่ามินิสเกิร์ต จนก่อให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวางถึง ความเหมาะสมของผู้ที่สวมใส่ ต่อมากระโปรงเริ่มยาวลงมาถึงครึ่งน่องกลายเป็นทรง “มิดี” (midi) หรือเรียกอีกชื่อว่า “ลวงเกตต์” (longuette) และมีบางทรงที่ยาวลงมากกรอมเท้า เรียกว่า “แมกซี” (maxi) แต่ทั้งสองทรงนี้ไม่ค่อยได้รับความนิยมมากนัก กระโปรงมินิสเกิร์ตจึง เป็นกระโปรงที่มีชื่อที่สุดในบรรดากระโปรงทั้งหมด โดยมีอายุยาวนานถึง 6 ปีคือในราวปีพ.ศ. 2517 ก่อนที่จะเสื่อมความนิยมลง ในช่วงที่มินิสเกิร์ตมีชื่อเสียงนั้นปรากฏว่ารองเท้าผู้หญิงที่เป็น สั้นตึกหนาสูงได้รับความนิยมพร้อมกันด้วย บางคนสวมรองเท้าสูงถึง 3-4 นิ้วหรือมากกว่า นั้น พื้นรองเท้าทำด้วยไม้เนื้อเบาจึงมักถูกเรียกว่าเป็นรองเท้า “ตึก” หรือ “เตารีด” แต่ภายหลัง จากกระโปรงมินิสเกิร์ตหายไป รองเท้าลักษณะนี้จึงเริ่มหายตามไปด้วย (เอนก นาวิกมูล, 2525: 126 ; พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2547: 691)

การดำเนินชีวิตของวัยรุ่นจิกโก๋จิกก็สมัยนี้ จะเน้นการแต่งกายให้ดู “เปิดสะก๊าด” และ ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมอเมริกันอย่างเต็มที่ บ้างก็ไว้ผมเลียนแบบดาราคอนโปรตเช่น เจมส์ ดีน หรือ นักร้องเพลงร็อกแอนด์โรลที่มีชื่อขณะนั้นได้แก่ เอลวิส เพรสลีย์ นิยมนั่งตามร้านกาแฟ สูดบุหรี่หยอดเหรียญเลือกฟังเพลงที่โปรดปราน บ้างก็ลุกขึ้นมาเต้นรำด้วยท่าเต้นแปลก ประหลาดเขย่าแขนขา หรือไม้ก็เที่ยวเตร่ดูหนังฟังเพลงสนุกไปวันๆมากกว่าจะเอาดีด้านการเล่า เรียนเขียนอ่านวัยรุ่นกลุ่มดังกล่าวยังมีค่านิยมเกี่ยวกับลัทธิการบูชาความรัก ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจ

ใจมาจากวรรณคดีและภาพยนตร์อีกด้วย ภาพของจิ้งโก๋จึงมักมีเรื่องราวเกี่ยวข้องกับศึกชิงรักหักสวาทอยู่เสมอ รวมถึงการยกพวกตีกันในกรณีหมั้นได้ผิดใจกันจนกลายเป็นภาพที่ชินตาในยุคนั้น อีกทั้งยังนิยมบทกลอนประเภทที่ “วาณิช จรุงกิจอนันต์” เรียกว่า “บทกวีหาผัวหาเมีย” ซึ่งหาอ่านได้ตามหนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารรายสัปดาห์ รายเดือน หรือแม้แต่บนฝาผนังส้ม ป้ายรถเมล์ กำแพง ยกตัวอย่างเช่น “รักคนมอง จงคนอ่าน” หรือที่ช่างฝาปฏิวัติบางแห่งเขียนว่า “อาตมาผลอจิตคิดรักโยม” เป็นต้น (เจตน์ เจริญโท, 2527: 66-67 ; กุลภา วจนสาร, 2544: 41)

ต่อมาประมาณปี พ.ศ. 2513 ได้เกิดกระแสแฟชั่นการแต่งตัวที่เรียกกันว่า “เดฟนักรบ ม้อดบัดฮิต” โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดแฟชั่นกางเกงขี้นมาคู่หนึ่งจนกลายเป็นที่นิยมกันทั่วประเทศ ซึ่งรูปแบบแรกเป็นกางเกงที่มีลักษณะยังคงเน้นความฟิตตัว ขอบเอวต่ำกว่าได้สะดือ หรือเกือบจะหลุดออกจากขอบสะโพก แต่ขากางเกงกลับบานชะเวิกออกกรอมเท้าเหมือนขาม้า ทรงนี้เรียกกันในหมู่ผู้ที่สวมใส่ทั้งชายหญิงว่า “ทรงม้อดส์” แฟชั่นม้อดส์นี้มีต้นกำเนิดจากอังกฤษมีแกนกลางแนวคิดที่ว่า ผู้ชายเช่นเดียวกับผู้หญิง มีสิทธิที่จะสวมเครื่องนุ่งห่มในแบบที่สง่างามและหรูหราโอ้อ่า (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2547: 683) โดยมากผู้ที่ใฝ่มักเป็นกลุ่มปัญญาชนทั้งนักศึกษาและคนทำงานเนื่องจากเห็นว่าเป็นกางเกงที่ค่อนข้างไปทางสุภาพเรียบร้อย วัยรุ่นที่นิยมแต่งม้อดส์จะเน้นความสะอาดและเรียบร่า ถ้าไว้ผมยาวก็จะหวีอย่างเรียบร้อยดูสุภาพ เสื้อผ้ามักเป็นเสื้อรัดรูปคอปกใหญ่ซึ่งส่วนมากจะสั่งตัดเสื้อและกางเกงจากร้านนำสมัย คาดเข็มขัดหนังเส้นโต รองเท้าหนังหัวโตสั้นสูงนิ้วหรือสองนิ้ว บางครั้งก็สูง 3-4 นิ้วแม้ว่าจะเป็นผู้ชาย ไว้ผมทรงไพรปรกต้นคอ นอกจากนี้ วัยรุ่นสมัยนั้นยังถือว่าทรงม้อดส์เป็นสัญลักษณ์ของ “นักรัก” อีกด้วยเนื่องจากถอดง่าย ใส่สะดวก กางเกงม้อดส์ภายหลังพบว่าเริ่มมีการปล่อยให้ตรงเข้าบานเท่ากับส่วนอื่นๆ เหมือนกางเกงทหารเรือจึงเรียกกันว่า “ทรงเซลเลอร์”

ครั้งเมื่อกางเกงทรงม้อดส์เริ่มเสื่อมความนิยม กางเกงทรงที่ฮิตขึ้นมาแทนคือ “ทรงเดฟ” มีลักษณะคล้ายกันกับยีนส์ยุคแรก นั่นคือ ขาลีบเรียว ส่วนบนไม่รัดแน่นเท่าแต่ยังคงสั้นเต๋อไซ์ ขนหน้าแข็งเหมือนกางเกงทรงหนีน้า วัยรุ่นที่เป็นกลุ่มนักเรียนช่างกลหรืออาชีวศึกษาหรือเป็นวัยรุ่นที่ซ้าลักหน้อยมักนิยมแต่งเดฟ เนื่องจากเดินเหินสะดวก เคลื่อนไหวคล่องแคล่ว หากเกิดการยกพวกตีกันก็สามารถวิ่งเร็วได้ดี กางเกงเดฟจึงถือเป็นกางเกงที่แสดงสัญลักษณ์ถึง “นักรบ” กลุ่มนิยมแต่งเดฟจะเน้นแต่งตัวง่ายๆ ไม่พิถีพิถัน ใส่เสื้อตัวหลวมใหญ่ สวมรองเท้าแตะ รองเท้ายางหรือรองเท้าผ้าใบ หัวผมแสกกลาง ทำทางดูเอาเรื่อง ชอบสวมแว่นตาเรย์แบนดีส์ดำเพื่อเพิ่มความ เป็นชายชาติวีรยั้งขึ้น (เอนก นาวิกมูล, 2525: 126-127 ; เจตน์ เจริญโท, 2527: 17-19)



ในช่วงปีพ.ศ. 2510 หรือปีค.ศ. 1967 ได้เกิดปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมของวัยรุ่นที่เรียกตนเองว่า "ฮิปปี้" โดยมีจุดเริ่มต้นที่อเมริกาและยุโรปก่อนแพร่กระจายไปทั่วโลก พวกฮิปปี้ (hippies) หรือที่พวกเขาเรียกตนเองว่า "บุปผาชน" (flower people) นั่นก็คือ บรรดาวัยรุ่นหนุ่มสาวที่เกิดความเบื่อหน่ายบ้าน เกลียดขังสังคมที่มีแต่การแก่งแย่งแข่งขัน เอาวัดเอาเปรียบกันหนุ่มสาวกลุ่มนี้รักสันติ ชอบดอกไม้และเสียงเพลงไม่นิยมก่อเหตุชกต่อยตีรันฟันแทงเหมือนพวกจิ๊กโก๋ที่หมดรุ่นไปแล้ว รสนิยม "ฮิปปี้" แพร่หลายในเมืองไทยโดยเฉพาะด้านการแต่งกาย ในช่วงเวลานั้นจะพบเห็นคนหนุ่มสาวสวมเสื้อผ้าเก่าๆปอนๆ ไว้ผมยาวเป็นกระเซิง ห้อยคอด้วยลูกปัดมีดอกไม้แซมผม มีค่านิยมในการใช้ชีวิตดกตัวอย่างเช่น "รักเสรี" หรือ "ฟรีเซ็กซ์" นิยมยาเสพติดโดยเฉพาะกัญชา การร้องเพลงชมความงามดอกไม้และธรรมชาติ เป็นต้น

แฟชั่นฮิปปี้ที่ระบาดในสังคมไทยช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2513 เป็นต้นมาได้ส่งอิทธิพลไปถึงกลุ่มปัญญาชนในมหาวิทยาลัย จนพัฒนาเป็นแฟชั่น 5 ย. ก่อนหน้าการเกิดเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 ซึ่งถือเป็นแบบฉบับของกลุ่มหนุ่มสาวหัวก้าวหน้าให้เห็นทั่วไปขณะนั้น กล่าวได้ว่าการเกิดค่านิยมแฟชั่น 5 ย. ของวัยรุ่นสอดคล้องกับสภาพการณ์สังคมไทยเวลานั้นที่มีความตึงเครียดสูง ทั้งจากปัจจัยภายนอกประเทศที่เกิดภาวะสงครามเย็นและสงครามภายในภูมิภาคเอเชีย รวมถึงปัจจัยภายในประเทศที่ยังคงอยู่ภายใต้ระบบเผด็จการอย่างยึดเยื้อมากกว่า 10 ปี หลังจากที่พวกเขาหลงใหลไปตามแฟชั่นการแต่งกาย ตลอดจนความบันเทิงต่างๆที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากต่างประเทศระยะหนึ่ง วัยรุ่นปัญญาชนส่วนหนึ่งได้ตระหนักถึงสภาพสังคมที่เป็นอยู่และเริ่มตั้งคำถามกับชีวิตและอุดมการณ์ จนกระทั่งเกิดการรวมกลุ่มพลังทางการเมืองแสดงบทบาทต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นและอเมริกา รณรงค์ให้คนหันมาใช้สินค้าพื้นเมืองที่ผลิตในประเทศไทย เช่น เสื้อผ้าดิบของชาวทะเล เสื้อหม้อฮ่อม รองเท้าแตะยางรถยนต์

ยิ่งกว่านั้น การใช้การแต่งกายแฟชั่น 5 ย. นั่นคือ "ผมยาว กางเกงยีนส์ รองเท้ายาง เสือยับ สะพายย่าม" แสดงถึงตัวตนที่ต้องการแสวงหาทางเลือกใหม่ให้กับชีวิต เรียกร้องความเรียบง่าย ละทิ้งความฟุ้งเฟ้อ กลับสู่ท้องถิ่นและธรรมชาติ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับแฟชั่นฮิปปี้ที่มีลักษณะร่วมกันตรงที่ชอบปล่อยผมยาว แต่งกายปอนๆ เช่น สวมเสื้อผ้าฝ้ายธรรมดาสีสันไม่ฉูดฉาดซึ่งมักเป็นสีเทา สีกรมท่าหรือไม้ก็แต่งชุดสีดำแบบชาวไร่ชาวนา ส่วนใหญ่ยึดหลักการแต่งตัวแบบที่เข้ากับประชาชนได้ง่าย ใช้ชีวิตเรียบง่ายและอยู่กันเป็นกลุ่มก้อน ช่วงเดียวกันนี้วัยรุ่นไทยจะนิยมฟังบทเพลงเพื่อชีวิตของศิลปินกลุ่มคนไทย มากกว่าเพลงจากตะวันตก โดยเฉพาะในกลุ่มนิสิตนักศึกษา ซึ่งเนื้อเพลงเพื่อชีวิตนี้จะมีเนื้อหาต่อต้านสงครามต่อต้าน

จักรวรรดินิยมและการเมือง แสดงออกถึงความต้องการให้ประเทศมหาอำนาจปลดปล่อยทางวัฒนธรรมและแสดงทัศนคติรวมทั้งวิพากษ์วิจารณ์ระบบการเมืองและสังคม เรียกร้องให้มีความเท่าเทียมกันในสังคมทั้งด้านการเงิน การงานและการศึกษา ตลอดจนให้แนวทาง ความหวังและกำลังใจในการดำเนินชีวิตซึ่งนำให้ทุกคนใช้ชีวิตอย่างอิสระ เสรี ต่อมาแฟชั่นการแต่งกาย 5 ย.ได้แพร่อกจากมหาวิทยาลัยสู่วัยรุ่นภายนอกจนเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง ยังผลทำให้วัยรุ่นไทยช่วงนั้นหันมาสนใจสินค้าในประเทศมากขึ้น จนกลายมาเป็นส่วนสำคัญของเหตุการณ์ 14 ตุลาคม ในเวลาต่อมา (เจตน์ เจริญโท, 2527: 37-42, 51 ; สมรภัช ชัยสิงห์กานานนท์, 2544: 187-189)

ท่ามกลางช่วงเวลาแห่งการเรียกร้องสิทธิและความเป็นธรรมของคนในสังคมไทยระหว่างปี พ.ศ.2518 - 2519 ยังมีแฟชั่นอีกแบบหนึ่งที่พบเห็นกันทั่วไป นั่นคือ แฟชั่นโนบรา (no bra) ของสาววัยรุ่นและการใส่เสื้อผ้าชุดหลวมมีลักษณะเป็นยูนิเซ็กซ์ (unisex) คือ ใส่ได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิงซึ่งเป็นผลมาจากกระแสการเรียกร้องสิทธิสตรีในศตวรรษที่ 19 ทั้งในยุโรป อเมริกา และแพร่หลายในเมืองไทย แนวคิดนี้เล็งเห็นว่าเครื่องนุ่งห่มผู้หญิงเป็นเครื่องมือในการจำกัดอิสรภาพ โนบราจึงแสดงออกถึงเสรีในร่างกายของผู้หญิง และความเท่าเทียมทางเพศสามารถแสดงออกได้จากเสื้อตัวใหญ่ เสื้อยืดและกางเกงที่ใส่ได้ทั้งสองเพศ เช่น การใส่ยีนส์กับเสื้อเชิ้ต รวมถึงทรงผมที่สั้นของผู้หญิงหรือผมยาวของผู้ชายก็เช่นเดียวกัน (สมรภัช ชัยสิงห์กานานนท์, 2544: 189-192 ; พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2547: 684-685)

ถัดมาในช่วงปีพ.ศ. 2519 - 2521 ประชาธิปไตยของสังคมไทยเริ่มคลอนแคลนจากการเหตุการณ์ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2519 สถานการณ์บ้านเมืองเกิดความผันผวน กลุ่มวัยรุ่นเริ่มหันกลับเข้าสู่วังวนของการบริโภคและใช้ชีวิตทำกิจกรรมที่ไร้สาระต่างๆอีกครั้ง เช่น การแต่งกายตามแฟชั่นอย่างบ้าคลั่ง ช่วงเวลาดังกล่าว แฟชั่นเสื้อตัวหลวมกับกางเกงยีนส์ไม่ว่าจะพิดเข้ารูปหรือทรงกระบอกยังคงได้รับความนิยมในกลุ่มสาววัยรุ่นอย่างมาก หากสาวใดต้องการทันสมัยจะต้องใส่กางเกงขาสั้นที่เรียกว่า “ฮอตแพ้นท์” (hot pants) ซึ่งมีลักษณะเป็นขาสั้นถึงสั้นมากกว่าปกติ ส่วนมากผู้ที่สวมใส่ต้องมีรูปร่างที่ดี เช่น พวงดาราราภาพยนตร์ ไททศน์ หรือพวกที่อยู่ในวงการแฟชั่น ฮอตแพ้นท์นับว่าได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วงปีพ.ศ. 2520 ขณะเดียวกันในกลุ่มวัยรุ่นชายก็ขานรับกับ “กระแสดีกฮาร์ท” ซึ่งเกิดในเวลาไล่เลี่ยกัน

คำว่า เด็กฮาร์ท หมายถึง วัยรุ่นที่มีลักษณะการแต่งกายเลียนแบบบียอห์น บอร์ก นักเทนนิสแชมป์โลกที่นิยมใช้ผ้าคาดผมขณะเล่นซึ่งมีชื่อเสียงโด่งดังมากในเวลาดังกล่าว การ

แต่งกายของเด็กกลุ่มนี้จะเน้นตามแฟชั่นใหม่ๆ มีผ้าคาดที่หน้าผากเป็นสัญลักษณ์ประจำตัว การดำเนินชีวิตของเด็กฮาร์ทมักหมดไปกับการเดินเล่นเที่ยวเตร่ หมกมุ่นกับการแต่งตัวตามแฟชั่นใหม่ๆ ที่ฟุ้งเฟ้อฟุ่มเฟือย เที่ยวเดินรำติ๊ดดินตามดิสโก้เธค กินอาหารตามภัตตาคาร "ฟาสต์ฟู้ด" และนิยมขอป๊องตามศูนย์การค้าชื่อดัง เด็กฮาร์ทในยุคนี้ยังมักถูกมองว่าเป็นเด็กที่มีปัญหา อีกทั้งมีการแต่งกายกิริยาท่าทางที่แปลกกว่าเด็กธรรมดาเพื่อเรียกร้องความสนใจ (เจตน์ เจริญโท, 2527: 54-57) แต่ไม่นานกระแสเด็กฮาร์ทก็เริ่มจางหายไปจากสังคมไทย

ช่วงปลายปีพ.ศ. 2521 อุตสาหกรรมแฟชั่นในสังคมไทยมีพัฒนาการที่เร็วขึ้น เกิดกระแสความนิยมเสื้อผ้าสำเร็จรูปและร้านบูติกต่างผุดขึ้นอย่างมากมาย บริษัทในประเทศติดต่อซื้อเสื้อผ้าแบรนด์ต่างประเทศมาผลิตรวมถึงการเป็นตัวแทนจำหน่าย อาทิ แอโรวี วาโก้ จอห์น เฮนรี่ แดปเปอร์ ฟลายนาว ขณะเดียวกันนักออกแบบคนไทย เช่น สมชาย แก้วทอง พิจิตรรา บุญรัตพันธ์ ปริญา มุกสิกมาศ เริ่มมีบทบาทในการกำหนดทิศทางแฟชั่นและฝีมือเป็นที่ยอมรับมากขึ้นพร้อมกับการเติบโตของเหล่าบรรดาหนังสือนิตยสารผู้หญิงแนวใหม่ ได้แก่ ดิฉัน ลลนา ไฮคลาส เป็นต้น (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2544: 192-193)

กระแสการแต่งกายแฟชั่นแบรนด์เนม (brand name) ซึ่งมาจากทั้งต่างประเทศและภายในประเทศช่วงเวลานี้ ได้รับการยอมรับจากกลุ่มวัยรุ่นไทยที่ชื่นชอบความทันสมัยอย่างกว้างขวางอีกทั้งยังมีระยะเวลาความนิยมที่ยาวนาน พบว่าระหว่างปีพ.ศ. 2523 – 2532 กระแสแบรนด์เนมคุมตลาดแฟชั่นได้ทั้งหมด วัยรุ่นโดยเฉพาะกลุ่มที่ชอบแต่งตัวตามแฟชั่นแบรนด์เนม หรือสั่งตัดจากห้องเสื้อที่มีราคาสูงในยุคนั้นมักถูกเรียกว่า "เด็กบูติก" หมายถึงกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมสวมเสื้อผ้ามียี่ห้อซึ่งส่วนใหญ่จำหน่ายภายในร้านบูติก ซึ่งในช่วงปีพ.ศ. 2527 - 2528 มียี่ห้อที่ได้รับความนิยมอย่างมากได้แก่ Slot Machine Punch Domon Soda Greyhound และ Paccino เป็นต้น นอกจากนั้นยุคนี้ถือเป็ยุคทองของเบรกแดนซ์ โรลเลอร์สเก็ตและดิสโก้เธค ทำให้จุดเด่นอย่างหนึ่งของร้านบูติกเหล่านี้จะมีบางร้านเปิดฟลอร์และแผ่นเสียงเพื่อให้วัยรุ่นที่เป็นลูกค้าได้เข้ามาเดินรำกันอย่างสนุกสนาน ยกตัวอย่าง ร้านอีฟบูติก ซึ่งอยู่ปีกซ้ายสุดของสยามเซ็นเตอร์ในสมัยนั้น มักเปิดพื้นที่ให้แก่กลุ่มวัยรุ่นไปยืนเดินกันโดยไม่ต้องเสียเงิน หรือร้าน Domon ที่ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกันจะปิดร้านตั้งแต่เที่ยงถึงบ่ายสองของวันอาทิตย์เพื่อให้บรรดาวัยรุ่นได้เข้ามาเดินกันสุดเหวี่ยงภายในร้าน แต่มีกติกาสุนัขว่าคนที่ จะเข้ามาร่วมงานต้องแต่งตัวให้ "เจิบ" ที่สุดหรือถ้าใส่เสื้อของโดมอนเข้าฟรี แต่ถ้าใครแต่งตัวธรรมดาถือว่าห้ามเข้า เป็นต้น

การแต่งกายของเด็กบูติกทั่วไปสมัยนั้น อาจเป็นเสื้อเชิ้ตติดกระดุมคอแล้วทำให้อูทู่ท์ โดยการผูกไทบ้าง หูกระต่ายบ้างใส่เสื้อกับกางเกงลายดอก กางเกงผ้า หรือกระโปรงยาวสีจัดจ้านก็ได้ หรือไม่ก็ใส่เสื้อยืดคอตตอนแบบคอกลมทำเป็นแขนกุดเว้าถึงหลังบ้าง เว้าเปลือยไหล่ แต่ปิดคอบ้าง แฟชั่นกางเกงมีผสมกันทั้งยีนส์ ลูกฟูก เวสปอยด์ผสมผสมในตัวเองกัน มีสลิบสีบ้างเช่น แดง ขาว ขี้ม้า กางเกงขาสั้นก็มีหลากหลายสีกันในตัวเองกัน ถุงเท้าจะเน้นสีล้วนทั้งลายจุด ลายริ้ว ตาสีเหลี่ยม ทั้งวัยรุ่นชายหญิงนิยมสวมสร้อยและแหวนครั้งละหลายเส้นหลายวง ทรงผมที่มาแรงต้องสไตล์บอย จอร์จ หรือไม่ก็ทรงแบบนักร้องวงดูแรน ดูแรน เป็นต้น ภาพรวมนั้นจะเน้นการแต่งกายให้ทันสมัยก่อนไปทางดูเป็น "ผู้ดี" หรูหรา เพื่อสะท้อนรสนิยมส่วนตัวของผู้ที่สวมใส่เป็นสำคัญ (Trends, 2544-2545: 60-61 ; อรวีภา จินตนาวัน, 2546: 78-79) กระแสแฟชั่นบูติกได้ลดความนิยมลงไปภายหลังเริ่มมีแฟชั่นอื่นๆเกิดขึ้นตามมา อย่างไรก็ตามก็ยังคงพบการแต่งกายแฟชั่นลักษณะเช่นนี้อยู่บ้างโดยเฉพาะวัยรุ่นบางกลุ่มทุกวันนี้

ท่ามกลางกระแสแฟชั่นบูติกที่กำลังได้รับความนิยม ยังมีวัยรุ่นอีกกลุ่มหนึ่งให้ความสนใจต่อกระแสแฟชั่นการแต่งตัวในสไตล์ที่เรียกว่า "พังค์" ซึ่งเป็นแฟชั่นวัยรุ่นข้างถนนที่กำลังเกิดในอังกฤษช่วงค.ศ. 1977 และค่อยๆกระจายตัวสู่ทั่วโลกในราวปีค.ศ. 1990 หรือประมาณปีพ.ศ.2533 เป็นต้นมา คำว่า "พังค์" (punk) มีหลายความหมายยกตัวอย่างเช่น "คำพูดที่แหลมโหด" หรือ "วัย" ตลอดจน "บุคคลที่อ่อนหัด" ปัจจุบันคำว่า "พังค์" ได้กลายเป็นสัญลักษณ์ที่หมายถึงความเป็นศัตรูกันหรือความเกลียดชังซึ่งกันและกัน ในแง่ด้านความคิด พังค์จะมีแกนความคิดเรื่องความเป็นตัวตนจากภายใน จนไปถึงอิสระที่อยู่นอกกรอบของสังคมในอย่างที่ตนเองเป็นอย่างสุดปลายของด้านที่แตกต่าง วัยรุ่นหนุ่มสาวที่รวมตัวกันเป็นพังค์ต้องการแสดงออกให้สังคมได้เห็นถึงการต่อต้านระบบต่างๆของสังคม ด้วยรูปแบบที่เด่นชัดจากการแสดงออกที่ค่อนข้างดิบ กักขะและหยาบคาย ตลอดจนยืนอยู่ฝั่งตรงข้ามกับกลุ่มที่เรียกตนเองว่า "บุปผาชน" (flower people) เป็นอย่างมาก กลุ่มพังค์ได้จับตัวรวมกลุ่มกันเป็นกลุ่มเล็กๆและแสวงหาสิ่งที่มาสนองอารมณ์ดิบของตนเองอย่างค่อยเป็นค่อยไป เช่นเดียวกับดนตรีที่เป็นแบบแผนของพวกเขาเรียกว่า "พังค์-ร็อก" (punk-rock) ซึ่งเกิดขึ้นเพื่อต่อต้านความฟุ่มเฟือยของศิลปินร็อกแอนด์โรล ด้วยการแสดงออกที่ไม่จำเป็นต้องเอาใจผู้ชมและผู้ฟังทั้งหลาย (เจตน์ เจริญโท, 2527: 115-116)

ทิศทางแฟชั่นของกลุ่มพังค์นับว่ามีความโดดเด่น รุนแรง เน้นการปฏิบัติและเป็นขบถต่อสังคมเป็นลักษณะแฟชั่นที่เรียกว่า "anti-fashion" หรือ แฟชั่นที่ถูกสร้างใหม่โดยปฏิเสธ/รื้อแฟชั่น



เดิม พังค์จะมองความน่าเกลียดในสายตาของคนทั่วไปเป็นความมั่งคั่งที่อยู่ข้างในอารมณ์ เช่น การใส่เสื้อหนัง ใช้สีชาวดัสต์ดำจัดเป็นเอกลักษณ์ของความแตกต่างที่สุดชั่ว ทรงผมถ้าไม่โกนจะต้องตกแต่งให้ผิดแปลกจากเดิมหรือผสมกันทั้งชายหญิง การใช้เข็มหรือโซ่ร่วมกับเนื้อผ้าที่เป็นหนังเพื่อแสดงถึงการอยู่ร่วมกับความเจ็บปวดเป็นสิ่งที่ปกติ มีการผ่าหรือเจาะตามร่างกายในตำแหน่งที่เห็นได้ชัดเจน การสักเน้นลวดลายสีดำนิยมลายประเภทดาว ลายแฉก และอักษรโรมัน เครื่องประดับนิยมที่ทำจากโลหะสีเงินและไม่นิยมใช้ทองคำ

อิทธิพลของแฟชั่นพังค์ส่วนใหญ่ที่มีต่อวัยรุ่นไทยระยะเริ่มแรกเป็นแนวพังค์-ร็อค ซึ่งพบเห็นได้จากการแต่งกายของวัยรุ่นหนุ่มสาวในชุดกางเกงพิดรัดรูป เข็มขัดผ้าหรือหนังขนาดกว้าง เท้าผ้ามือ เลือกกักแขนกุดบางๆ ผู้ชายมักนิยมใส่เสื้อหนังฟอกสีดำ ขณะที่ผู้หญิงนุ่งกระโปรงไมโครมินิและใส่ถุงเท้าแฮสิดำ (fishnet stockings) ผมหัวยุ่งเป็นกระเชิง บ้างชี้แหลมขึ้นด้านบนเหมือนแผงคอมม่า หรือหมวกขนนกทหารโรมันในขณะที่ผมข้างๆตัดเกรียน หรือบางรายก็โกนทิ้งไปเลย วัยรุ่นพวกนี้นิยมการใช้เข็มขัดชอนปลายและโบมีดโกนเป็นต่างหู หรือกลัดไว้ที่ผิวหนัง หรือใส่ตุ้มหูกระดิ่งกระดิ่งไม่ว่าจะเป็นหญิงหรือชาย ต่างกันที่ผู้ชายมักใส่ข้างเดียวหรือใส่หลายๆอันเรียงกันเป็นแถวเหมือนพวกยิปซี บางคนยอมผมให้เป็นสีต่างๆ เช่น น้ำตาล ทอง หรือแดงคล้ายนกหัวขวาน นิยมเขียนตาสีดำ ทาปากสีม่วงดำ (เจตน์ เจริญโท, 2527: 118 ; พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2547: 736)

กระแสพังค์แม้ว่าจะเป็นเพียงความนิยมของวัยรุ่นเฉพาะกลุ่ม แต่ก็ได้มีพัฒนาการตามเวลาเรื่อยมา และมีแนวโน้มได้รับความนิยมในแง่สไตล์แฟชั่นการแต่งตัวมากกว่าแนวดนตรี นับจากดีไซเนอร์ชาวอังกฤษ "Zandra Rhodes" ได้นำเอาลักษณะบางอย่างของพังค์มาใส่ในงานแฟชั่นไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มสีสันที่ดูสว่างตาควบคู่กับเอกลักษณ์ของผ้าหนังสีดำ โดยเฉพาะการใช้สีทองแทนโลหะต่างๆ รวมถึงวิธีการแต่งหน้าแบบใช้ขอบดำได้ตาทำให้ดูเท่แต่ทรูหราโดดเด่นแทนที่ความแปลกแยกแบบเดิม หรือปัจจุบันแม้แต่แบรนด์ยี่ห้อดังอย่าง Versace ยังมีเสื้อแนวพังค์ออกมาต้อนรับกระแสความนิยม รวมถึงการเจาะและสักของพังค์ที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางทำให้แฟชั่นพังค์ทุกวันนี้มีลักษณะเป็น "พังค์ประยุกต์" มากขึ้น (Teen Marketing, 2548: 61)

นับตั้งแต่ช่วงปีพ.ศ. 2530 เป็นต้นมา แฟชั่นการแต่งกายของวัยรุ่นก็ยิ่งเพิ่มความหลากหลายและแตกต่างกันออกไปเรื่อยๆ นอกจากทิศทางแฟชั่นที่มีทั้งการแต่งกายแสดงถึงความ

เป็นกลุ่มอย่างเด็กบูติกและกลุ่มฟังก์แล้ว กระแสแฟชั่นทั่วไปเองก็มีแนวโน้มที่ทันสมัยมากขึ้น โดยได้รับแรงสนับสนุน จากอิทธิพลการแต่งตัวของกลุ่มนักร้องนักแสดงที่มีชื่อในขณะนั้นเป็นแบบอย่างแก่วัยรุ่นทั่วไป ยกตัวอย่างเช่น อิทธิพลการแต่งกายของนักร้องวงสาว สาว สาว ที่โด่งดังมากในช่วงปีพ.ศ. 2530 ได้ทำให้เกิดแฟชั่นวัยรุ่นผู้หญิงที่นิยมไว้ผมทรงหน้าม้ามีผ้ามัดผมผูกโบว์อยู่ด้านหลัง เสื้อยืด เสื้อเชิ้ตลายจุด ลายทาง แขนเสื้อต้องยาวครอบแขน นุ่งกระโปรงและสวมรองเท้าคัทชู หรือแม้แต่ในปีพ.ศ.2536 เด็กหนุ่มนิยมใส่เสื้อเชิ้ตลายสก๊อตและโปกผ้าที่ศีรษะเลียนแบบนักร้องชื่อดัง สมชาย เข็มกลัด กันทั่วเมือง

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 เรื่อยมาจนถึงก่อนยุคฟองสบู่แตกได้เกิดกระแสการแต่งกายแนวแปลกที่มาพร้อมกับกระแสอัลเทอร์เนทีฟ (Alternative) ซึ่งเป็นแนวดนตรีร็อกชนิดหนึ่ง ภายใต้การนำของศิลปินกลุ่ม"โมเดิร์นด็อก" (Modern dog) ที่มีชื่อเสียงมากในช่วงนั้น ความสำเร็จของวงดนตรีดังกล่าว ได้ทำให้ค่ายเพลงเล็กๆอย่างค่ายเบเกอรี่มิวสิคที่ดำเนินกิจการแบบอิสระหรือที่ในโลกตะวันตกเรียกว่า "อินดี้" (Indy) ได้ลงหลักปักฐานในสังคมไทย จากเดิมที่มีแนวดนตรีอัลเทอร์เนทีฟร็อค แต่ต่อมาได้มีการพัฒนาหลากหลายแนวเพลงโดยเฉพาะดนตรีป๊อบ จนเกิดเป็นกระแสความโด่งดังของดนตรีกลุ่มอินดี้เรื่อยมาจนถึงทุกวันนี้ คำว่า "อินดี้" หมายถึงความอิสระเสรีที่ไม่ขึ้นตรงกับใครนอกจากตัวเองและไม่ต้องทำให้สังคมเดือดร้อน ปัจจุบันคำนี้ได้แทรกซึมเข้าไปในทุกวงการบันเทิงทั้งงานภาพยนตร์ งานเขียน ดนตรีตลอดจนแฟชั่นการแต่งตัว โดยการแต่งตัวของวัยรุ่นกลุ่มที่มักเรียกกันว่า "เด็กอัลเทอร์" หรือ "เด็กอินดี้" นั้นจะมีลักษณะการแต่งกายที่เลือกใส่เสื้อผ้าที่อยู่ตามจริง มักไม่ออกแบบหรือสร้างขึ้นใหม่ (reality) มีความจริงใจในแบบที่ตนเองเป็น มีน้อยก็ใส่น้อย มีมากใส่มาก (sincerity) และต้องมีอิสระในการเลือกให้เหมาะสมและเข้ากับความเป็นตัวของตัวเอง (freedom) สไตล์การแต่งตัวส่วนใหญ่จึงเน้นการผสมผสาน (mix & match) เป็นหลัก ไม่ติดกับการวิ่งตามกระแสแฟชั่นที่กำลังได้รับความนิยมมากนัก มีการเลือกใช้สีสันทันที่ค่อนข้างแปลกตาไม่ว่าจะเป็นการจัดโทนสีเดียว การจัดสีตัดกัน หรือจัดสีเคียงกัน อินดี้บางคนยังนิยมของถูกหรือของมือสองและจับมาผสมผสานกับแฟชั่นแนวสปอร์ต (sport) หรือไม่กี่แนวย้อนยุค (retro) เช่น การใส่เสื้อยืดทรงคับ เชิ้ตแขนสั้นติดกระดุมคอ สวมแว่นตาครอบหนา และรองเท้ายี่ห้ออาดิดาสแซมบ้าเพิ่มความเท่อย่างครบเครื่อง เป็นต้น (Teen Marketing, 2548: 63)

ช่วงเวลาเดียวกันที่กระแสการแต่งตัวอินดี้กำลังได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่นไทยช่วงราวปี พ.ศ. 2538 นั้น ยังพบแฟชั่นการแต่งตัวแบบ "ฮิปฮอป" (hip hop) เกิดขึ้นพร้อมกันด้วย ทั้งนี้

ได้รับอิทธิพลจากแนวดนตรีประเภทฮิปฮอปที่มีเอกลักษณ์เฉพาะด้วยวิธีการร้องกึ่งพูดรวมถึงการเต้นสดหรือในภาษาอังกฤษเรียกว่า "rap" ซึ่งได้แพร่กระจายความนิยมมาจากอเมริกา ดนตรีฮิปฮอปถือกำเนิดขึ้นเมื่อกลางยุค 70 ในย่านบรองซ์ทางตอนใต้ของกรุงนิวยอร์ก โดยมีแนวคิดเพื่อสะท้อนและเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมคนข้างถนนผิวสีซึ่งอยู่ในนิวยอร์กขณะนั้น เมื่อฮิปฮอปเริ่มต้นจากวัฒนธรรมข้างถนน เสื้อผ้าการแต่งกายจึงพัฒนาจากเสื้อผ้ากีฬาสูดิต สำหรับคนผิวสีอย่างบาสเกตบอลหรือเบสบอล ฝ่ายชายจะเน้นการใส่เสื้อกีฬาตัวหลวม ขณะที่เสื้อผ้าผู้หญิงจะดูน้อยชิ้น รัดรูป ตัวเล็กทะมัดทะแมง นอกจากนั้นยังเน้นเสื้อผ้าที่มีลายพิมพ์ยี่ห้อ ตัวใหญ่ มีการใช้เพชร ทอง เครื่องประดับที่มีราคาเป็นการสะท้อนถึงการแบ่งเป็นกลุ่มต่างๆ ในนิวยอร์ก (Teen Marketing, 2548: 60-61)

นักร้องฮิปฮอปไทยชื่อดังในเวลานั้น "โจอี้ บอย" ได้กลายมาเป็นผู้บุกเบิกดนตรีฮิปฮอป คนสำคัญในสังคมไทย และยังถือเป็นแบบอย่างด้านการแต่งกายสไตล์ฮิปฮอปที่เห็นได้อย่างเด่นชัด โดยทั่วไปการแต่งตัวแฟชั่นฮิปฮอปของกลุ่มวัยรุ่นจะเป็นลักษณะการสวมเสื้อตัวใหญ่ โคร่ง เสื้อมีผู้ดหรือเสื้อกีฬา (sweat suits) หรือเสื้อเชิ้ตตัวหลวมซ้อนเสื้อยืดด้านใน และติดกระดุมเม็ดบนสุด เสื้อผ้ามักเป็นยี่ห้อชื่อดัง ใส่กางเกงตัวใหญ่ รองเท้าผ้าใบ นิยมใส่หมวกแบบต่างๆ โดยเฉพาะหมวกแก๊ป มีเครื่องประดับชิ้นใหญ่ตั้งแต่โซ่ยาวแขวนคอ แหวน ดั้มหู ซึ่งมีทั้งเงิน ทองคำไปจนถึงเพชร แต่อย่างไรก็ดียุคแรกๆของแฟชั่นฮิปฮอปนั้นได้รับความนิยมไม่มากนักจากกลุ่มวัยรุ่นไทย ถือเป็นเพียงกระแสแฟชั่นทางเลือกอย่างหนึ่งเท่านั้นเมื่อเทียบกับในช่วงราวปีพ.ศ. 2544 ที่แฟชั่นฮิปฮอปได้กลายมาเป็นกระแสหลักของวัยรุ่นและพัฒนาเกิดเป็นแฟชั่นฮิปฮอปหลากหลายรูปแบบจนถึงทุกวันนี้

นอกจากนั้น แฟชั่นทั่วไปในระหว่างปีพ.ศ. 2538 บนท้องถนนยังลานตาไปด้วยวัยรุ่นที่สวมเสื้อยืดตัวเล็ก กางเกงทรงทหารขาใหญ่ ข้าม้ากระดิ่งชายลุ่ยๆและทำทรงผมซอยสั้นเหมือนนักร้องชื่อดัง "ทาตา ย้ง" บ้างก็ลากรองเท้าแตะสีสดทั่วสยามสแควร์ สังเกตได้ว่าในมือของวัยรุ่นผู้หญิงยุคนั้นต้องถือแปรงหวียี่ห้อ "บอดีชอป" และนิยมเดินหวิ้มอยู่ตลอดเวลา ช่วงปลายปีมีสินค้าแบรนด์เนมทะลักเข้าเมืองไทยอีกกระลอกหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นกระเป๋าหนังแพงสุดหรูของหลุยส์ วิตตอง (Louis Vuitton) และเป้ที่วัยรุ่นชายชื่นชอบอย่างยี่ห้อเอาท์ดอร์ (Outdoor) และแจนสปอร์ต (Jansport) ส่งผลทำให้ในปีพ.ศ. 2539 กลายเป็นยุคแห่งแฟชั่นแบรนด์เนมอีกครั้งหนึ่ง สภาพสังคมของวัยรุ่นช่วงปีนี้ จึงแวดล้อมไปด้วยสินค้าแฟชั่นแบรนด์เนมทั้งเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า นาฬิกา เพจเจอร์อย่างเต็มที่ (Trends, 2544-2545: 63)

จนถึงปี พ.ศ. 2541 นับเป็นปีที่กระแสวัฒนธรรมญี่ปุ่นมีบทบาทสูงมากต่อวิถีการดำเนินชีวิตวัยรุ่นไทย เดิมที่นั้นวัฒนธรรมญี่ปุ่นได้เข้าสู่สังคมไทยมานานแล้วหลังจากสงครามโลกครั้งที่สองสงบลงโดยมีการดูเป็นสื่อประเภทแรกในการนำเสนอวัฒนธรรมญี่ปุ่นมาสู่คนไทย ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มที่นิยมจะเป็นวัยรุ่น จากนั้นสื่อมวลชนไทยรูปแบบต่างๆไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ต่างก็มีบทบาทช่วยทำให้วัฒนธรรมญี่ปุ่นแพร่กระจายสู่สังคมไทยอย่างกว้างขวาง ทั้งด้านการแต่งกาย ดนตรี ภาษา เป็นต้น จนพัฒนาเกิดการเปลี่ยนแปลงค่านิยมและพฤติกรรมเลียนแบบวัยรุ่นญี่ปุ่นในเวลาต่อมา ลักษณะโดยทั่วไปของแฟชั่นการแต่งกายแบบญี่ปุ่นนั้นจะเน้นไปที่ความน่ารัก ช่างคิด มีความริเริ่มสร้างสรรค์ แปลกใหม่ เรียกโดยใช้ชื่อความสั้นๆ คือ สะท้อนความก้าวล้ำทางเทคโนโลยีโดยมีความน่ารัก ("คาวาอิ" kawai) เป็นตัวชูโรง (ธิดารัตน์ รักประยูร, 2545: 84)

ภาพวัฒนธรรมแฟชั่นการแต่งกายแบบญี่ปุ่นที่เผยแพร่ผ่านในสังคมไทย พบว่าส่วนมากจะผ่านสื่อโดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ โดยรูปแบบที่นำเสนอจะเรียกว่า "ฮาราจูกุสไตล์" คำว่าฮาราจูกุ เป็นชื่อถนนสายหนึ่งในกรุงโตเกียว ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นแหล่งรวมแฟชั่นที่ทันสมัยที่สุดของญี่ปุ่น รูปแบบแฟชั่นที่กล่าวถึงนี้ไม่ได้เป็นแฟชั่นที่มาจากการออกแบบของดีไซเนอร์ชั้นนำแต่ประการใด หากแต่เป็นรูปแบบแฟชั่นที่มีลักษณะแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคลแล้วแต่ว่าใครจะออกแบบให้ตัวเองใส่อย่างไร การแต่งกายแฟชั่นแบบฮาราจูกุอาจเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า "เดคคอร่า" คำนี้มาจากภาษาอังกฤษว่า decoration หรือ decorative หมายถึง สิ่งของหรือเครื่องประดับที่วัยรุ่นแต่ละคนประดิษฐ์ขึ้นมาสวมใส่เอง จากนั้นบรรดาวัยรุ่นทั้งหลายก็เริ่มหาเครื่องแต่งกายตั้งแต่หัวจรดเท้าให้เข้ากับเครื่องประดับที่ตนประดิษฐ์ขึ้นเองนี้ ไม่ใช่การหาเครื่องประดับให้เข้ากับเสื้อผ้า แต่เป็นการจับคู่เสื้อผ้าให้เข้ากับเครื่องประดับ นอกจากนั้นยังมีการทำเสื้อผ้าใส่เอง หรือเอาเสื้อผ้าเก่ามาแก้ไขใหม่เองด้วยพอมักมีคนนิยมมากๆก็เปลี่ยนไปหาแบบอื่นใส่ต่อไป โดยรวมแล้วแฟชั่นแบบฮาราจูกุหรือแบบเดคคอร่าเน้นเสื้อผ้าที่สีสันสดใส เช่น ฟ้า แดง เขียว เหลือง และส้ม การแต่งกายไม่มีรูปแบบที่แน่นอนแล้วแต่ความพอใจของผู้สวมใส่จะประยุกต์สร้างสรรค์กันเอง ทั้งผู้หญิงและผู้ชายสามารถใช้เสื้อผ้าแบบเดียวกันได้ คือ จะใส่เสื้อกับกระโปรงหรือกางเกงก็ได้ ส่วนเครื่องใช้ เครื่องประดับจะนิยมสะพานกระเป๋าน่ารักๆ และพันผ้าพันคอ ใส่คู่กับถุงเท้ายาว ที่สำคัญซึ่งขาดเสียไม่ได้เลยก็คือรองเท้าที่มีสีสันสดใส รูปทรงสวยเก๋ ไม่ว่าจะเป็นรองเท้าส้นตึกหัวโตหรือที่เรียกว่ารองเท้า Swear หรือรองเท้าขนเฟอร์ รูปสัตว์ รองเท้าบู๊ตเท่ๆ



สำหรับทรงผมเน้นเน้นการทำสีผมจุดขาดแบบที่มีสันสะดุดตา เช่น สีแดง เขียว และส้ม เป็นต้น ซึ่งลักษณะการทำสีผมดังกล่าวไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในอดีตที่ผู้สูงอายุยอมสีผมเพื่อปกปิดผมขาว (functional) แต่มีลักษณะที่แสดงถึงความมีศิลปะหรือมีรสนิยมในด้านการตกแต่ง (artistic) การทำสีผมในความหมายและวัตถุประสงค์เดิมๆจึงมีลักษณะเปลี่ยนไปคล้ายเป็นการใส่เสื้อซึ่งผู้ใส่ (ในที่นี้คือผู้ทำสีผม) สามารถเปลี่ยนแปลงเพื่อความสวยงามตามความต้องการได้เรื่อยๆ นอกจากนั้นยังมีการถักเปียหลายสไตล์ มีการประดับตกแต่งด้วยเชือกมัดผม ผ้าโพกผมที่คาดผม กีบขึ้นเล็กขึ้นน้อย รวมทั้งลูกบิดสีสดใส นอกจากนั้นยังพบรูปแบบการตกแต่งร่างกายด้วยการตกแต่งที่เรียกว่า “บอดี อาร์ต” (body art) เช่น การทาสีเสนงาที่ผิว การเพ้นท์ร่างกายด้วยสีกันน้ำ การประดับร่างกายด้วยกากเพชรและสติ๊กเกอร์รวมทั้งการตกแต่งเล็บ (nail art) ด้วยการเพ้นท์ลวดลายต่างๆ เช่น ลายการ์ตูน สัตว์ ดอกไม้ ดารา หรือแม้แต่ภาพสามมิติแบบนูนหรือผิวสัมผัส รวมทั้งการติดกากเพชร ประดับด้วยขนฟู เป็นต้น (คันถิชาติ วณิชติลกุล, 2543: 34-35 ; ธิดารัตน์ รักประยูร, 2545: 84-88 )

กระแสความนิยมแฟชั่นการแต่งตัวแบบวัยรุ่นญี่ปุ่นของเด็กไทย เริ่มต้นซัดกลายเป็นกระแสหลักเมื่อช่วงปี 2542-2544 ยุคนั้นวัยรุ่นไทยโดยเฉพาะผู้หญิงจะนิยมใส่เสื้อผ้านั้นสีล้วนทั้งสายเดี่ยว เอวลอย รองเท้าส้นตึก เกาะอกละลานตาทั่วเมือง ส่วนในหมู่วัยรุ่นชายก็นิยมแฟชั่นโมเดิร์นฮิปปี้ซึ่งถือเป็นแฟชั่นหลุดโลกจากญี่ปุ่นเช่นเดียวกัน มีทั้งการยอมสีผมสีเจ็บทั้งสีแดง สีเขียว สีเหลือง สีฟ้า สีม่วง เจาะหู เจาะจมูก เจาะลิ้น เจาะคิ้ว เจาะสะดือ ใส่เสื้อหนัง ห้อยโซ่เป็นเครื่องประดับ (ทวัฑร์ ‘เซินเตอร์พอยต์’ แคนสวอร์ค ‘วัยใจ’, 2543: 15)

นอกจากนั้นยังพบการแต่งกายแฟชั่นญี่ปุ่นในแบบที่เรียกว่า “คอสเพลย์” (cosplay) ในกลุ่มวัยรุ่นไทยที่เรียกตนเองว่าเป็น “ชาวเจ” ซึ่งหมายถึง วัยรุ่นผู้ซึ่งนิยมวัฒนธรรมวัยรุ่นญี่ปุ่น การแต่งกายคอสเพลย์ของชาวเจจะเป็นแนวการแต่งกายแบบหลุดโลก ซึ่งนิยมใส่กันในวันเสาร์ วันที่มีงานคอนเสิร์ตศิลปินจากญี่ปุ่นหรือวันที่จัดงาน “meeting” เฉพาะกลุ่มที่นิยมวัฒนธรรมแฟชั่นญี่ปุ่นด้วยกันเอง แรบบันดาลใจสำคัญของคนที่แต่งมาจากการแต่งกายของศิลปินทั้งกลุ่ม เจ-ปิ๊อบ เจ-ริ๊อค ตัวละครในเกมส์ หนังสือ ภาพยนตร์ และการ์ตูนชื่อดังของญี่ปุ่นทั้งหลาย โดยลักษณะเด่นของการแต่งคอสเพลย์นั้นเป็นการนำรูปแบบทั้งคัมมาประยุกต์ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจึงเกิดจากการประดิษฐ์ด้วยตนเอง หรือซื้อจากร้านขายเสื้อผ้ามือสอง นิยมใส่กางเกงทับกระโปรงโดยมากเป็นกางเกงรัดรูปลายขวาง กางเกงที่สายเกี่ยวไปเกี่ยวมาหรือสวมถุงน่องที่ทับด้วยถุงน่องที่ทำให้ฉีกขาดอีกชั้นหนึ่ง ถุงน่องตาข่าย และสวมทับด้วยกระโปรงที่มีระบายเป็นชั้นๆ

อีกที เพราะหัวใจของการแต่งคอสเพลย์ คือ ลักษณะของเสื้อผ้าที่มีการจับระบายเป็นชั้นๆ หรือ กระโปรงมินิสเกิร์ต กระโปรงสั้นลายสก๊อตที่ประยุกต์จากกระโปรงนักเรียน ใส่ถุงเท้าสูงถึงเข่า ตามแบบฉบับนักเรียนญี่ปุ่น รองเท้าบู๊ทสั้นหนาสูง ส่วนการตกแต่งจะใช้ลูกไม้ ขนนก ปักดิน ทอง ไข้อยู่ไปมา มีหมุดเหล็กและติดชิป เครื่องประดับสำคัญคือ สร้อยคอทำจากไข่ เข็มชอน ปลาย หมุด ปลายคอสตูม ทรงแมนิยมแต่งด้วยเจลเป็นทรงโมฮิแคน และนิยมมัดผมเป็น ลอนคล้อยตุ๊กตาตามยุคประวัติศาสตร์ที่ตนได้รับแรงบันดาลใจ การแต่งหน้ามีรูปแบบ เช่นเดียวกับฟังก์คือ แต่งหน้าให้ดูเหมือนสุขภาพไม่ดี เช่น ทาหน้าเป็นสีเขียวซีด ทาตาสีดำ ทาปากสีเข้ม เช่น ดำ น้ำเงิน กันคิ้ว เจาะหูหลายรู เจาะจมูก ลิ่น คางและแก้ม เป็นต้น (พรเพ็ญ เจริญชัย, 2548: 1, 6-7)

นอกจากนั้นยังพบกิจกรรมที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งของชาวเจ ได้แก่ การเดินที่เรียกว่า "คัฟเวอร์" (Cover) ซึ่งมีลักษณะเป็นการเดินเลียนแบบวงดนตรีญี่ปุ่นที่วัยรุ่นชื่นชอบ ไม่ว่าจะ เป็นแนวเจ-ป๊อปหรือเจ-ร็อกก็ตามแต่ โดยลักษณะเด่นของการเดินคัฟเวอร์นั้นเมื่อถึงเวลาการแสดงวัยรุ่นที่เดินจะต้องมีการแต่งกายทุกอย่างที่เหมือนกับตัวนักร้องต้นแบบ ระหว่างที่เดินพวกเขา ก็มักจะร้องเพลงตามเสียงเพลง รวมถึงมีการแสดงกริยาท่าทางที่คล้ายกันกับนักร้องญี่ปุ่น อีกด้วย

เมื่อกระแสญี่ปุ่นได้ครองตลาดแฟชั่นของวัยรุ่นช่วงเวลาดังกล่าวแล้ว กระแสนิยมความเป็นเอเชียยังเริ่มแผ่กว้างเพิ่มขึ้นในสังคมไทย มียอมรับการแพร่กระจายวัฒนธรรมจากประเทศเพื่อนบ้านอย่างประเทศไต้หวันและเกาหลีมากขึ้น ซึ่งนับแต่ในปีพ.ศ. 2546 เป็นต้นมาเราจะเริ่มเห็นกระแสความโด่งดังของกลุ่มนักร้องและละครจากไต้หวัน ได้กลายมาเป็นกระแสทางเลือกหนึ่งที่วัยรุ่นไทยยอมรับนอกเหนือจากวัฒนธรรมวัยรุ่นญี่ปุ่น โดยเฉพาะวัฒนธรรมด้านดนตรีจากกลุ่มนักร้องไต้หวันวง F4 และละครเรื่อง "รักใสใสหัวใจสีดวง" ทั้งภาคหนึ่งและสองซึ่งเป็นละครที่นักร้องกลุ่มดังกล่าวร่วมแสดงนั้น ได้เข้ามาบุกเบิกตลาดวัยรุ่นไทยเป็นกลุ่มแรกๆและประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

ต่อมาในช่วงปีพ.ศ. 2547-2548 กระแสวัฒนธรรมเกาหลี (Korea Content) ได้เข้ามาในสังคมไทยในรูปแบบของอุตสาหกรรมประเพณี ซึ่งเป็นแนวคิดของรัฐบาลเกาหลีในการสนับสนุนอุตสาหกรรมประเพณีของเกาหลีอันประกอบด้วย ภาพยนตร์ เกม ศิลปะ ดนตรีและแอนิเมชันให้เผยแพร่ไปยังประเทศต่างๆให้มากขึ้น เพื่อพัฒนาสิ่งต่างๆเหล่านี้ให้เป็นธุรกิจ

เลี้ยงประเทศได้ (โคมศรี งามจิตจริง, 2548: 62) ดึงเห็นได้จากสถิติความสำเร็จของการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีประเภทละครที่ประเทศญี่ปุ่นสูงถึงกว่าร้อยละ 50 ของละครเกาหลีทั้งหมดในช่วงปีพ.ศ. 2547 ตามมาด้วยจีนและไต้หวันตามลำดับ สำหรับสังคมไทยนั้นพบว่าสิ่งที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่นไทยมากที่สุดได้แก่ ธุรกิจเกมออนไลน์ ยกตัวอย่างเช่น เกมออนไลน์ “Ragnarok” เกม “Lineage 2” เป็นต้น ต่อมาได้แก่ละคร (Korean Series) อย่างเรื่อง Autumn in My Heart (ชื่อภาษาไทยคือ “รักนี้ชั่วนิรันดร์”) และ Winter Love Song (ชื่อภาษาไทยคือ “เพลงรักในสายลมหนาว”) รวมถึงละครชีวิต (Korean Drama) ชื่อดังอย่าง Jewel in the Palace หรือ “แดจังกึม” จอมนางแห่งวังหลวง เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่า ความสำเร็จของอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมของเกาหลีมาจากความเชื่อมโยงกันในแต่ละธุรกิจ เช่น มือถือส่งผลต่อการสร้างเนื้อหาของเกมส์ ขณะที่บรรดแบรนด์และอินเทอร์เน็ตที่ดีส่งผลต่อเกมส์และสังคมออนไลน์ ส่วนละครและหนังเกาหลีเองก็ส่งผลให้เกิดธุรกิจการท่องเที่ยว (Drama Tour) อีกนัยหนึ่ง เกาหลีฉลาดในการเลือกนำวัฒนธรรมและประเพณีมาเป็นจุดขาย เช่น การเล่นเกมส์เป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งของคนเกาหลีเพราะวิถีชีวิตของคนเกาหลีส่วนใหญ่เป็นเช่นนั้น หรือแม้แต่หนังหรือละครก็เน้นการนำเสนอความเป็นธรรมชาติของคนเกาหลีไม่ว่าจะเป็นเรื่องความสัมพันธ์ในครอบครัวที่แน่นแฟ้น มิตรภาพ ความรัก เลยไปจนถึงเรื่องอาหาร แฟชั่นการแต่งตัวตลอดจนประเพณีต่าง ๆ นั้นเอง (โคมศรี งามจิตจริง, 2548:100-101,108)

ด้วยอิทธิพลของกระแสความนิยมแฟชั่นเอเชียทั้งจากวัฒนธรรมญี่ปุ่น ไต้หวัน และเกาหลีที่ส่งผลต่อการแต่งกายของวัยรุ่นไทย กล่าวได้ว่าทุกวันนี้กระแสความนิยมแฟชั่นไต้หวันและเกาหลีโดยเฉพาะด้านการแต่งกายมีลักษณะที่ผสมผสานกับแฟชั่นญี่ปุ่นมาก จนยากที่จะแยกออกจากกันได้ชัดเจนว่าแฟชั่นใดเป็นสไตล์ญี่ปุ่น เกาหลี หรือไต้หวันอย่างแท้จริง ทั้งนี้อาจเนื่องจากแฟชั่นที่ไต้หวันและเกาหลีเอง ต่างได้รับอิทธิพลจากแฟชั่นญี่ปุ่นมาก่อนที่จะกระจายความนิยมสู่สังคมไทย ยิ่งกว่านั้น หากพิจารณาจากความเป็นหนังหรือละครเกาหลี ญี่ปุ่นหรือไต้หวันที่เคยแพร่อยู่ในสังคมไทยปัจจุบัน ต่างก็ร่วมกันสะท้อนถึงเทรนด์หรือแนวทางอย่างหนึ่งของการใช้ชีวิตที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่น หน้าตา ทรงผม การแต่งตัวที่เน้นรูปแบบความทันสมัย อีกทั้งยังมีลักษณะคล้ายคลึงกันจนทำให้ลักษณะแฟชั่นการแต่งกายไม่แตกต่างกันมากนัก คงแต่กล่าวในภาพรวมได้ว่า แฟชั่นของกลุ่มนี้จะเน้นความน่ารักน่าเอ็นดูและความสดใสของสีล้วนเป็นหลักเรียกโดยรวมว่าเป็น “แฟชั่นสไตล์เอเชียน” (Asian Chic) ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มวัยรุ่นผู้หญิงเสียเป็นส่วนใหญ่ เช่น กลุ่มจะนิยมใส่เสื้อผ้าติดระบายลูกไม้ที่เสื้อหรือที่ชายกางเกงขาสั้น มีการทำสีผมและสีเล็บที่เป็นโทนสดใส เป็นต้น

ส่วนการแต่งตัวเฉพาะที่เรียกว่าคอสเพลย์ (cosplay) ของวัยรุ่นซึ่งเรียกตัวเองว่า "ชาวเจ" ในช่วงที่กระแสวัฒนธรรมญี่ปุ่นได้รับความนิยมนั้น ต่อมาเริ่มพบว่ามีการแต่งคอสเพลย์ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากกระแสวัฒนธรรมได้วันและเกาหลีเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการแต่งตัวเลียนแบบตัวการ์ตูนเกาหลีที่มาจากหนังสือการ์ตูนรวมถึงเกมส์ออนไลน์ที่มีชื่อ นอกจากนั้นในกิจกรรมการประกวดเต้นคัพเวอร์เอง ก็เริ่มพบเห็นวงดนตรีที่วัยรุ่นเลียนแบบกลุ่มนักดนตรีชื่อดังจากได้วันและเกาหลีเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

นอกเหนือจากกระแสแฟชั่นเอเชียจะได้รับความนิยมจากวัยรุ่นไทยแล้ว นับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบันยังถือว่าเป็นปีแห่งการเติบโตของแฟชั่นการแต่งกายในหมู่วัยรุ่น จนเกิดการแตกตัวของวัยรุ่นออกเป็นกลุ่มต่างๆตามแฟชั่นที่พวกเขานิยมอย่างมากมาย ยกตัวอย่างกระแสแฟชั่นรูปแบบหนึ่งที่ได้รับคามนิยม และถูกกล่าวขานอย่างมากช่วงปลายปี พ.ศ. 2547-2548 ได้แก่ แฟชั่นการแต่งกายของกลุ่มที่เรียกว่า "เด็กแนว" ซึ่งคำว่า เด็กแนว หมายถึง กลุ่มวัยรุ่นที่ไม่ชอบอยู่ในกฎเกณฑ์ มีแนวทางเป็นของตนเอง ไม่ชอบทำอะไรตามกระแส บางครั้งก็อิงแฟชั่นบ้างแต่ก็ไม่ยึดติด กล้าคิดสิ่งต่างๆที่ออกนอกกรอบเดิมๆ รวมถึงไม่ชอบให้ใครมาเรียกว่า "เด็กแนว" (เด็กแนวมาแรง, 2549: 50)

การก่อตัวของกระแสเด็กแนว เป็นตัวอย่างหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงกระแสการบริโภคของวัยรุ่นไทยทุกวันนี้ที่ต้องการเป็นอิสระ ชอบที่จะกำหนดแนวทางการแต่งกายของตนเองมากกว่า การเดินตามกระแสแฟชั่นอย่างไรทิศทาง สไตลโดยรวมนั้นไปที่ความเรียบง่าย นิยมสินค้ามือสอง ไม่ยึดกับยี่ห้อ มีอิสระในการแต่ง ไม่ชอบซื้อเสื้อผ้าที่คนนิยมใส่กันมากๆ บางครั้งการแต่งตัวแบบเด็กแนวจึงถูกมองว่า "ทำตัวเซอร์ เน่า เก๋ๆ ซาดๆ" บางคนนิยมแต่งตัวโดยเน้นการผสมผสานของแฟชั่นรูปแบบต่างๆ เช่น แฟชั่นย้อนยุคมาปะปนกับแฟชั่นที่นิยมในปัจจุบัน บางคนนิยมแต่งให้ดูแปลกตาโดยใช้สีเข้ามาเป็นตัวช่วย การแต่งตัวของเด็กแนวจึงมีลักษณะหลากหลายขึ้นอยู่กับว่าพวกเขาต้องการแสดงตัวตนผ่านการแต่งกายอย่างไรบ้าง

จากกระแสเด็กแนวในเบื้องต้น ได้นำไปสู่การแตกตัวของกระแสแฟชั่น "สารพัดเด็ก" ในรูปแบบต่างๆตามมามากอีกจำนวนมากในปัจจุบัน ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่พยายามสร้างตัวตนขึ้นมาจากการแต่งกาย การมีวิถีการดำเนินชีวิตที่เฉพาะตัว รวมถึงคำเรียกขานตนเองที่แตกต่างกันออกไป เช่น เด็กแซ่ป เด็กเทส เด็กแว้น เด็กแป้น เด็กฟังก์เมทอล เด็กบอร์ต เป็นต้น ข้อมูลในส่วนนี้มีน้อยมาก อีกทั้งยังไม่มีกรรวบรวมอย่างเป็นทางการในเชิงเอกสารวิชาการ ผู้ศึกษาจึง



ได้อาศัยการค้นหาข้อมูลดังกล่าวจากสื่ออินเทอร์เน็ต ประกอบกับการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์และใช้วิธีการสังเกตการณ์ เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้เหล่านั้นมานำเสนอ เป็นตัวอย่างดังต่อไปนี้

กลุ่ม “เด็กแซป” เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีทั้งชายหญิง ส่วนมากจะเริ่มต้นที่อายุตั้งแต่ 14 ขึ้นไป ลักษณะเด่นคือ ผู้ชายจะมีทรงผมไว้หน้าม้าแล้วทำปาดไปด้านข้างใดข้างหนึ่ง บ้างก็ทำสีผมทองหรือสีแดง นิยมใส่เสื้อตัวเล็กรัดรูป หรือใส่เสื้อเชิ้ตมีลายพริ้ว นุ่งกางเกงขาสั้นเล็ก หรือกางเกงลายทหาร บางครั้งใส่เสื้อทับสีดำ มีเสื้อข้างในสีส้มหรือเสื้อทหารลายพราง นุ่งกางเกงฟุตบอล ใส่รองเท้าแตะหุคิบ รองเท้าแตะหนัง รองเท้าผ้าใบยี่ห้อคอนเวิร์สหรือยี่ห้อแจคพาเซล แล้วใส่ถุงเท้าสีขาวดั่งสูง ถ้าเป็นผู้หญิงจะนิยมแต่งหน้า ซอยผมด้านบนสูงๆสั้นๆแต่ยังคงความยาวไว้เรียกตัวเองว่า “เลดี้แซป” หรือ “สก็อย” นุ่งกางเกงขาสั้นลายดอกสีชมพู เสื้อสีขาว ตัวเล็กหรือเสื้อกลมสีดำ นิยมทาเล็บมือเล็บเท้าสีดำ ใส่รองเท้าหุคิบ เป็นต้น กลุ่มนี้จะมีค่านิยมเรื่องการแต่งและแข่งขันรถโดยเฉพาะรถจักรยานยนต์ ส่วนใหญ่มักอยู่กันเป็นกลุ่มใหญ่ ทั้งชายหญิง ชอบเดินราในสถานบันเทิงยามค่ำคืนเช่น RCA หรือรวมตัวกันไปตามงานฟรีคอนเสิร์ตต่างๆ ขณะที่ความสัมพันธ์กับกลุ่มอื่นเช่น “กลุ่มเด็กฮิพฮอป” หรือ “เด็กแนว” มักเป็นไปอย่างไม่ค่อยดีนัก

กลุ่ม “เด็กเทส, เด็กแว้น, เด็กแป้น” เป็นอีกกลุ่มย่อยหนึ่งที่พบมากในกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมต้น คำเรียกตัวเองเหล่านี้มาจากค่านิยมในการแข่งขันรถจักรยานยนต์ โดยกลุ่มจะชอบทำเครื่องยนต์ใหม่ให้มีเสียงเวลาบิดรถจักรยานยนต์ก็จะมีเสียงดังกว่าปกติ พบว่ากลุ่มมีการแต่งกายไม่แตกต่างกันกับเด็กแซป ได้แก่ การใส่เสื้อรัดรูป กางเกงขาสั้นเล็ก ส่วนผู้หญิงจะนุ่งขาสั้นและชอบซื้อรถจักรยานยนต์

“ก้อน” เด็กเทสในชุดเสื้อผ้าสีดำ ผิวสีคล้ำ มีรูปร่างผอมบาง แต่โดดเด่นที่ทรงผมย้อมสีทองทั้งหัว ผู้ศึกษาพบ “ก้อน” ช่วงที่ลงพื้นที่สยามสแควร์โดยบังเอิญในยามบ่ายวันหนึ่ง จากลักษณะภายนอกก้อนดูน่ากลัว แต่เมื่อได้พูดคุยกันแล้ว ก้อนยินดีบอกเล่าเรื่องราวชีวิตเด็กเทสที่ชอบแข่งรถรวมทั้งลักษณะการแต่งตัวแฟชั่นที่นิยมในกลุ่มแก่ผู้ศึกษาว่า

“ผมว่าเด็กเทส เด็กแว้น เด็กแซปอะไรเนี่ยมันก็ครี้อๆกันอะ ออกแนวชอบแต่งรถเหมือนกัน แล้วแต่คนจะเรียกมากกว่านะ”

“ยังงี้ที่...พวกนี้มันชอบแข่งรถไประยะ มันมีสองแบบต่างกันนะ ให้อพวกหัวๆ คึกคะนองชอบแข่งรถแข่งเอามัน โชว์ชาวบ้านเค้า กับอีกพวกที่ทำงาน อยู่ในร้านแต่งรถเลย เวลาแข่งรถมันเอาชื่อเข้าร้าน ถ้าชนะก็ปากต่อปาก ดึงดูดทั้งเงินทั้งงานเข้าร้าน เวลาจะแข่งก็โทรเรียกกันเอง ออกตอนเที่ยงคืน เอารถคู่มา ใส่มอไซด์เข้าไปได้ประมาณ 3 คันแล้วค่อยเอาออกมาเวลาถึง ที่แข่ง เดี่ยวปิงปอง (ตำรวจ-ผู้ศึกษา) มันรู้ ที่แข่งก็แถวใต้สะพานทาง ด่วนพระราม 3 4 9 คลองเตย บางนา ย้ายวนหนีมันไปเรื่อยๆ ใน เมืองมั่งต่างจังหวัดมั่ง...เด็กแข่งรถพวกนี้ถ้าออกแนวรวบหน่อยก็ขอเงินพ่อแม่มาแต่งรถ แต่ส่วนใหญ่ไม่....ได้มาจากขายยามากกว่า ประเภทเงิน มาง่ายไปง่ายนะพี่”

“แพชั่นที่พวกนี้แต่งก็เหมือนกัน สังเกตไม่ยากหรอก รองเท้าแตะ เทวินทร์หนังคู่ละเป็นพัน ใส่เสื้อยืดตราห่านคู่สีขาว-ดำ กางเกงยีนส์ริมนแดง ลีวายส์ 501 ไม่ใส่เดฟนะ มันใส่ที่รัดไม่ถนัด บางคนก็เซฟตัวเองเวลาขี่ก็ ใส่ถุงเท้าสีขาวก่อนใส่รองเท้า อย่างผมเงี้ยะใส่ก่อนแข่งรถประจำ พวก ผู้หญิงก็ธรรมดา เสื้อยืดรัดๆหน่อย (อมยิ้ม) กางเกงคืบ ตะหนีบ ผมก็ แล้วแต่ แต่ส่วนใหญ่จะทำสีผมกันนะ อย่างพวกผู้ชายจะทำสีทองกัน เยอะ”

(ก่อน อายุ 20 ปี, สัมภาษณ์, 3 พฤศจิกายน 2549)

นอกจากนั้น ยังมีกลุ่ม “เด็กพังก์” ซึ่งปัจจุบันกลุ่มพังก์ได้แตกกลุ่มออกเป็นกลุ่มย่อย ต่างๆมากมาย ไม่ว่าจะเป็นพังก์ร็อค อีโมพังก์ พังก์เมทอล โดยส่วนใหญ่จะแยกตัวเอง และมีการแต่งกายตามแนวดนตรีพังก์ที่แตกแขนงออกมานั่นเอง อย่างไรก็ตาม จุดเด่นของกลุ่มนี้ จะแต่งตัวเน้นสีดำ ทาเล็บ ทาปาก ใส่เสื้อแจ็คเก็ต กางเกงเดฟ ใส่รองเท้าหนัง บางกลุ่มยึด ปลายกางเกงไว้ในรองเท้า เครื่องประดับเน้นมาจากเหล็ก ไซเงิน เป็นต้น

“เด็กบอर्ड” หรือ “เด็กสเก็ต” เป็นกลุ่มที่มีเอกลักษณ์การแต่งกายใส่เสื้อและกางเกง ขนาดใหญ่ขาสวมสามส่วน นิยมไว้ทรงผมสลิกเฮด รองทรงต่ำและเดรดร็อค จุดเด่นของเด็กบอर्ड คือ ต้องสวมรองเท้ากีฬาขนาดใหญ่ที่มีแผ่นยางหนารองอยู่ใต้รองเท้า ที่แขนมีผ้ารัดข้อมือและ

นิยมถือสเก็ตบอร์ด ส่วนใหญ่จะอยู่รวมกลุ่มกันเล่นสเก็ตบอร์ด มีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มฮิปฮอปเนื่องจากมีรสนิยมในการฟังเพลงและวิถีการใช้ชีวิตที่คล้ายคลึงกัน

จากการลำดับเรื่องราวแฟชั่นการแต่งกายของบรรดาวัยรุ่นทั้งหลายในแต่ละยุคสมัยที่ผ่านมา นับตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่สองจนถึงปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าแฟชั่นที่วัยรุ่นนิยมในระยะแรก ส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลมาจากโลกตะวันตก จากนั้นจึงค่อยๆ ซิบซัพเอาวัฒนธรรมตะวันออกของประเทศเพื่อนบ้านอย่างประเทศญี่ปุ่น ได้วัน เกาหลีเข้ามาผสมผสาน จนถึงในปัจจุบันแฟชั่นการแต่งกายที่เหล่าบรรดาวัยรุ่นไทยนิยมได้แตกหน่อออกเป็นกลุ่มย่อยต่างๆ อย่างมากมาย ผู้ศึกษาได้สรุปเป็นลำดับพัฒนาการตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงลำดับพัฒนาการแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่นไทยนับตั้งแต่ยุคหลังสงครามโลกครั้งที่สองจนถึงปัจจุบัน

ช่วงเวลา (ปีพ.ศ.)	แฟชั่นการแต่งกาย ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มวัยรุ่นไทย
หลังสงครามโลกครั้งที่สอง (ราวปีพ.ศ. 2590) - ปี พ.ศ. 2511	- แฟชั่นจิกโก่ / จิกกี้ - แฟชั่นมินิสเกิร์ต / ไมโครสเกิร์ต / มิดี และแมกซี่
ปี พ.ศ. 2513 - ปี พ.ศ. 2516	- แฟชั่นมอดส์และเดฟ - แฟชั่น 5.ย (แฟชั่นฮิปปี)
ปีพ.ศ. 2518 - ปีพ.ศ. 2519	- แฟชั่นโนบวา
ปีพ.ศ. 2519 - ปีพ.ศ. 2521	- แฟชั่นฮอตแพ้นท์ - แฟชั่นเด็กฮาร์ท
ปี พ.ศ. 2523 - ปี พ.ศ. 2532	- แฟชั่นบูติก (แฟชั่นแบรนต์เนม)
ปี พ.ศ. 2533	- แฟชั่นฟังก์
ปี พ.ศ. 2537 - ปี พ.ศ. 2538	- แฟชั่นอินดี้ - แฟชั่นฮิปฮอป - แฟชั่นแบรนต์เนม
ปี พ.ศ. 2541 - ปี พ.ศ. 2544	- แฟชั่นญี่ปุ่น - แฟชั่นญี่ปุ่น / ไต้หวัน / เกาหลี (เอเชียนสไตล์)
ปี พ.ศ. 2546 - ปี พ.ศ. 2549	- แฟชั่นเด็กแนวและแฟชั่นสาวพัตเด็กต่างๆ



### 3.2 สภาพพื้นที่สยามสแควร์

ข้อมูลในส่วนแรก ได้ฉายภาพให้เห็นถึงพัฒนาการการแต่งกายโดยภาพรวมของสังคมไทย ตลอดจนถึงนำให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของกระแสแฟชั่นการแต่งกายของวัยรุ่นในแต่ละช่วงเวลา เนื่องจากการแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่นในด้านหนึ่งได้สะท้อนให้เห็นถึงธรรมชาติของวัยที่นิยมความแปลกใหม่อยู่เสมอ ภาพปรากฏตัวของพวกเขาทุกยุคทุกสมัยจึงสอดคล้องกับพื้นที่ที่มีลักษณะทันสมัยตลอดจนเกี่ยวข้องกับความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ข้อมูลในส่วนต่อไปจะนำเสนอพัฒนาการในเชิงพื้นที่เพื่ออธิบายให้เห็นความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกัน จากพื้นที่ในอดีตที่วัยรุ่นนิยมไปรวมตัวจนถึงพื้นที่ในปัจจุบันที่ “สยามสแควร์” ได้กลายเป็นศูนย์รวมของวัยรุ่นนั้นมีความเป็นมาเช่นไรบ้าง ดังข้อมูลต่อไปนี้

#### 3.2.1 จาก “สิบสามห้างบางลำพู-หลังวัง-ราชดำริ” ก่อนถึง “สยามสแควร์”

กล่าวได้ว่า พื้นที่ที่วัยรุ่นหนุ่มสาวในอดีตนับตั้งแต่ยุคหลังสงครามโลกครั้งที่สองนิยมมารวมตัวกันนั้นได้แก่ “พื้นที่บริเวณถนนสิบสามห้าง บางลำพู” ถือเป็นย่านที่มีความเจริญแห่งหนึ่งของกรุงเทพฯ ตั้งอยู่บริเวณบางลำพูซึ่งเป็นชุมชนสำคัญทางตอนเหนือของพระนคร บริเวณที่เรียกว่าสิบสามห้างนี้อยู่ตรงข้ามกับวัดบวรนิเวศ ซึ่งสมัยนั้นจะมีตลาดขายอาหารจนถึงสามถึงสี่ทุ่ม ตัวอาคารทำด้วยไม้มีจำนวนสิบสามห้องจึงเรียกกันว่าสิบสามห้าง (กุลภา วจนสาระ, 2544: 32-33) ถนนสิบสามห้างบางลำพูนี้ มีปัจจัยหลายประการในการดึงดูดวัยรุ่นให้ต้องมาเดินชิวๆและเป็นแหล่งชุมนุมรวมตัวกันของพวกเขาที่ชอบมาเตร็ดเตร่เลือกซื้อของ ทั้งในฐานะการเป็นศูนย์การค้าสำคัญแห่งหนึ่งของกรุงเทพฯ เป็นต้นทางของรถเมล์หลายสาย มีร้านค้ามากมายที่จำหน่ายข้าวของเครื่องใช้ เสื้อผ้า อุปกรณ์เย็บผ้า ด้าย กระดุม ฯลฯ เช่น ร้านที่ขายเสื้อเชิ้ต กางเกงแพร เสื้อคอกลมผ้าปานตราค้างคาวอย่างร้านนพรัตน์ ร้านไชยรัตน์และร้านสมใจนึกซึ่งเป็นที่นิยมมาก นอกจากนี้ยังมีการขายไอศกรีมซึ่งสมัยก่อนหารับประทานได้ยากและมีการเปิดโทรทัศน์ให้บริการประชาชนดูหน้าธนาคารออมสิน วัยรุ่นก็มักจะมารวมตัวกันที่นี่ดูทีวี ตรงบริเวณเกาะกลางที่กั้นระหว่างวัดบวรนิเวศกับสิบสามห้างเป็นอีกจุดที่วัยรุ่นมานั่งจับกลุ่มคุยกัน เพราะเต็มไปด้วยร้านขายอาหารเครื่องดื่มชงนมมากมายและยังมีตู้เพลงตั้งไว้ให้หยอดเหรียญเลือกเพลงยอตนิยมด้วย วัยรุ่นบางคนยังชอบนิยมปักหลักกันตามร้านข้าวแกงหรือร้านกาแฟ สิ่งโอเลี่ยนคนละแก้วนั่งละเลียดอยู่ครั้งก่อนวันและยังถือเป็นสมรภูมิของบรรดาวัยรุ่นกลุ่มต่างๆที่เลือกใช้การยกพวกตีกันเป็นวิถีของการแสดงออกทางวัฒนธรรมของตนเองอีกด้วย

สมัยที่ยุคจิกโก่จิกก็ครองเมือง การดูภาพยนตร์ถือเป็นการพักผ่อนอีกทางเลือกหนึ่งของพวกเขา รวมไปถึงคนทุกชนชั้นขณะนั้นซึ่งเข้ามาแทนที่การเล่นแบบเก่า ไม่ว่าจะเป็นลิเกละครร้อง ละครรำ โขน ฯลฯ (กุลภา วจนสาระ, 2544: 34) ยุคนี้จึงมีโรงหนังกระจายตัวออกไปและกลายมาเป็นอีกแหล่งหนึ่งที่วัยรุ่นนิยมมารวมตัวกัน โดยเฉพาะ “โรงหนังเฉลิมกรุง” และ “โรงหนังศาลาเฉลิมไทย” ซึ่งถือเป็นจุดที่วัยรุ่นทั้งบรรดากลุ่มนักศึกษานายร้อยนิยมแต่งตัวมาฮันโชว์ตัวหรือคุยกันเป็นจำนวนมาก

ในยุคร่วมสมัยเดียวกันนี้ “วังบูรพา” หรือที่วัยรุ่นเรียกกันว่า “หลังวัง” เป็นอีกแหล่งหนึ่งที่วัยรุ่นนิยมไปรวมตัวกัน เนื่องจากมีองค์ประกอบหลายประการที่สอดคล้องกับความต้องการของวัยรุ่นขณะนั้น กล่าวคือ วังบูรพาเป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่ทันสมัยมีโรงภาพยนตร์ที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงถึงสามโรง ได้แก่ โรงภาพยนตร์คิงส์ โรงภาพยนตร์ควีนส์และโรงภาพยนตร์แกรนด์ มีร้านค้าตึกแถวขายสินค้า ทั้งร้านขายหนังสือที่เป็นสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียง เช่น ร้านคลังวิทยา ร้านแพร่พิทยา ร้านบูรพาสาส์น ร้านโอเดียนสตรี ร้านรวมก้าวหน้า และร้านผดุงศึกษาที่ปัจจุบันยังคงมีอยู่ ร้านเสื้อผ้าทันสมัย ร้านขายอาหารและเครื่องดื่มคล้ายฟาสต์ฟู้ดในปัจจุบันตั้งอยู่บริเวณด้านหลังวังบูรพา มีตู้หยอดเหรียญตั้งอยู่กลางร้านให้วัยรุ่นเลือกฟังเพลงใหม่ๆได้ตามใจชอบ หากมีอารมณ์สนุกสุดเหวี่ยงกับเพลงร็อคแอนด์โรลที่นิยมเปิดกันก็สามารถลุกขึ้นมาเต้นตามจังหวะได้ไม่ผิดกติกา ถือเป็นที่นั่งเล่นพักผ่อนหลังจากการเรียน เป็นแหล่งนัดพบหมู่เพื่อนร่วมสมัยและยังใช้เป็นสถานที่ที่สามารถแต่งตัวตามแฟชั่น เพื่อไปเดินเจดฉายโชว์ตัว (จาก “วังหลัง-ราชดำริ” ถึง “เซ็นเตอร์พอยท์, 2543: 15 ; กุลภา วจนสาระ, 2544: 40-41)

“วังบูรพาภิรมย์ ยุคนั้นย่านนี้ซึ่งเรียกกันสั้นๆว่า “วังบูรพา” เป็นสถานที่เที่ยวเตร่พักผ่อนหย่อนใจและช้อปปิ้งหนึ่งในจำนวนไม่กี่แห่งของคนกรุง รวมทั้งเหล่าทีนเอกโก่ก้อร์เหลนทุกระดับ เพราะวังบูรพามากมายไปด้วยร้านรวงขายของสารพัน ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลก็ก่อตั้งขึ้นที่นี่เป็นแห่งแรก แถมยังมีโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่งคือ คิงส์ แกรนด์และ ควีนส์ รวมกันเป็นกระจุกอยู่ถึงสามโรง และเมื่ออ้อมไปด้านหลังก็ยังมีถนนเชื่อมต่อทะเลถึงย่านโรงภาพยนตร์เฉลิมกรุงอีกต่างหาก ด้านหลังหรือที่เรียกว่า “หลังวัง” นี้เอง

เป็นที่ตั้งของร้าน "หรรดี" แหล่งมั่วสุมสิ่งสุที่บรรดาวัยรุ่นหนุ่มคะนองมักจะแวะ  
เวียนมาพบปะ นั่งละเลียดโอเลี้ยงกันทุกเมื่อเชิ้อวัน"

(เชษฐี ชัชวาล, 2541: 14 อ้างในกุลภา วจนสาระ, 2544: 40)

ย่านการค้าอีกย่านหนึ่งที่ร่วมสมัยเดียวกับวังบูรพา ได้แก่ พื้นที่บริเวณ "ราชประสงค์-  
ราชดำริ" ซึ่งพัฒนาความสำคัญขึ้นจากการขยายตัวของกรุงเทพตามนโยบายการพัฒนาประเทศ  
สู่ความทันสมัยหลังปีพ.ศ. 2500 เป็นต้นมา (กุลภา วจนสาระ, 2544: 43-45) โดยแนวคิดนี้  
ตั้งอยู่เหตุผลเชิงทุนนิยมบริโภคนิยมที่ย่านการค้าสำคัญควรจะต้องอยู่ใจกลางการคมนาคม และ  
ต้องเป็นทำเลที่เหมาะสมในการทำธุรกิจ ด้วยเหตุนี้ ราชประสงค์จึงถูกกำหนดให้เป็น  
ศูนย์กลางการค้าทันสมัยแห่งแรก ที่มีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ของไทยโตมารูของญี่ปุ่นเข้า  
มาเปิดกิจการ ในปีพ.ศ. 2507 ศูนย์การค้าราชประสงค์ได้เปิดทำการในฐานะเป็นห้างสรรพสินค้า  
ที่มีระบบการติดตั้งเครื่องปรับอากาศเย็นฉ่ำทั่วทั้งอาคาร ภายในอาคารยังประกอบไปด้วยร้านค้า  
สำนักงาน ภัตตาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่าง เช่น บันไดเลื่อนที่ถือเป็นตัวแรกของ  
เมืองไทย ลิฟท์ ลานจอดรถขนาดใหญ่ที่อยู่ในอาคารเดียวกัน นอกจากนั้นยังมีร้านฟาสต์ฟู้ด  
เกิดขึ้นแห่งแรกในปีนี้ คือ ร้านวิมบี้ (Whimpy) ซึ่งเป็นร้านฟาสต์ฟู้ดสัญชาติอังกฤษประเภท fish  
& ship สิ่งต่างๆเหล่านี้ได้สร้างความแปลกใหม่แก่คนกรุงเทพฯและกลายเป็นแรงกระตุ้นที่  
สำคัญสำหรับกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมความทันสมัยให้เข้ามารวมตัวกันที่นี่

อย่างไรก็ดี เนื่องจากศูนย์การค้าราชประสงค์มีข้อจำกัดในด้านความคับแคบของพื้นที่  
ไม่สามารถขยายตัวออกไป จึงนำไปสู่การเกิดขึ้นของ "ศูนย์การค้าราชดำริอาเขต " ขึ้น  
บริเวณฝั่งตรงข้ามในปีพ.ศ. 2515 โดยมีห้างสรรพสินค้าไทยโตมารูขยับย้ายข้ามฟากไปเปิด  
ห้างใหญ่ที่มีเนื้อที่กว้างขวางมากกว่าเดิม ต่อมาได้มีห้างร้านอื่นๆเกิดขึ้นตามมาอีกกว่าร้อยร้าน  
และแทบทุกร้านตกแต่งอย่างสวยงาม พรั่งพร้อมด้วยสินค้าอุปโภคบริโภค เสื้อผ้าสำเร็จรูป  
ตลอดจนถึงของต่างๆที่ทันสมัย เพื่อดึงดูดใจคนทั่วไปโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นให้มุ่งหน้ามาเยี่ยมชม  
ดังปรากฏในบทความและข่าวว่า

"ศูนย์การค้าราชดำริอาเขตอันเป็นที่ตั้งขอ "เดอะมอลล์" "โตมารู" "โรบินสัน"  
อันมีชื่อด้านแฟชั่นการแต่งกายเช่นเดียวกันกับศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์นั้น  
ทุกๆวันตั้งแต่เช้าจนดึกดื่น จะมีวัยรุ่นนับพันๆคนไปชุมนุมที่นั่น เพื่อหาซื้อ  
สิ่งของที่ต้องการ และพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงรุ่นราวคราวเดียว และ

รสนิยมคล้ายกัน ท่ามกลางบรรยากาศเสียงเพลง "ดิสโก้" ที่ดังอย่างเร้า  
ร้อนอยู่ตลอดเวลา"

(เจตน์ เจริญโท, 2527: 83)

"ราชดำริ-ไทยไคมารูคือ ย่านแฟชั่นที่เป็นศูนย์รวมของวัยรุ่น เพราะมีสภาพ  
เป็นห้างสรรพสินค้าที่มีร้านรวงเปิดอยู่มากมาย แถมยังติดแอร์เย็นฉ่ำ การ  
เดินทางไปมาสะดวกสบายเพราะอยู่กลางเมือง"

(จาก "วังหลัง-ราชดำริ" ถึง "เซ็นเตอร์พอยท์, 2543: 15)

บริเวณย่านการค้าราชประสงค์-ราชดำริอาเขต นอกจากจะเป็นที่ตั้งของศูนย์การค้าที่มี  
ความทันสมัยทั้งร้านค้า การให้บริการ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆแล้ว พบว่ายังมี  
เหตุผลเชิงทำเลที่ตั้งที่เอื้อต่อการเดินทางมายังบริเวณดังกล่าวด้วย โดยอาศัยเส้นทางถนนบาง  
สายเชื่อมต่อศูนย์การค้าต่างๆเข้าไว้ด้วยกัน เช่น ถนนราชประสงค์ ราชดำริ เกษรและเพลินจิต  
นั้นมีห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าเข้าไปอยู่รวมกันถึง 6 แห่ง ได้แก่ เพลินจิตอาเขต  
ศูนย์การค้าราชดำริอาเขต ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลชิดลม บางกอกบาซาร์ เดอะมอลล์  
สรรพสินค้าราชดำริ และห้างสรรพสินค้าโรบินสันราชดำริ เป็นต้น พื้นที่บริเวณนี้จึงได้ชื่อว่า  
"สี่เหลี่ยมทองคำ" หรือเป็นย่านแห่งสรรพสินค้านั่นเอง

บริเวณย่านปทุมวันซึ่งอยู่ใกล้เคียงกับย่านราชประสงค์-ราชดำริ ต่อมาได้มีการพัฒนา  
จนเกิดเป็นแหล่งรวมตัวของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้ามากมาย โดยมีศูนย์การค้า  
สยามสแควร์เป็นผู้บุกเบิกกรายแรกในปีพ.ศ. 2510 เมื่อเวลาผ่านไปก็เริ่มมีการเปิดตัวของ  
ห้างสรรพสินค้าอื่นๆตามมาเพิ่มขึ้น เช่น ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ในปีพ.ศ. 2516 มานูญครอง  
เซ็นเตอร์ในปีพ.ศ. 2528 จนมาถึงการเปิดตัวของศูนย์การค้าสยามพารากอนในปีพ.ศ. 2549  
ต่างก็ร่วมกันส่งผลให้ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าที่ตั้งในพื้นที่ใจกลางเมืองเหล่านี้มีชื่อเสียง  
กลายเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มวัยรุ่นเป็นจำนวนมาก



### 3.2.2 รู้จักสยามสแควร์

#### 1) ประวัติที่ดินพระราชทานบริเวณปทุมวัน

ปฐมบทของพื้นที่สยามสแควร์เริ่มต้นในปีพ.ศ. 2453 เมื่อพื้นที่ทั้งหมดของสยามสแควร์เป็นส่วนหนึ่งของที่ดินพระราชทานบริเวณปทุมวันจำนวน 1,903 ไร่ สมัยรัชกาลที่ 6 ทรงโปรดเกล้าสถาปนาพื้นที่ ให้เป็นโรงเรียนข้าราชการพลเรือนพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้ถูกสถาปนาตามมาภายหลังในปีพ.ศ. 2459 ตามพระราชประสงค์ของพระบรมราชชนก ที่ดินผืนนี้อยู่ในความดูแลของกรมพระคลังข้างที่ซึ่งมีการดำเนินการบริหารจัดการโดยแบ่งที่ดินบางส่วนไปให้เขาเพื่อนำรายได้ไปบำรุงโรงเรียน โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

1. ให้กระทรวงเกษตรราธิการเช่าเป็นที่ตั้งโรงเรียนเกษตร
2. ให้บริษัทไฟฟ้าสยามทุน จำกัด เช่าทำกิจการรถราง
3. แบ่งให้ราษฎรเช่าทำไร่และเก็บผลไม้

เมื่อรวมรายได้จากการให้เช่าทั้งหมดนี้คิดเป็นปีละ 14,400 บาท ต่อมารัชกาลที่ 6 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้โรงเรียนข้าราชการพลเรือนฯ เช่าที่ดินผืนนี้ต่อจากกรมพระคลังข้างที่ในอัตราปีละ 14,400 บาท และทรงโปรดเกล้าให้โอนสัญญาที่ผู้เช่าที่ดินเดิมมาให้ทำสัญญากับโรงเรียนข้าราชการพลเรือนฯ โดยตรง ซึ่งโรงเรียนทำสัญญาเช่าที่ดินกับกรมพระคลังข้างที่อีกทอดหนึ่งโดยโรงเรียนจัดเก็บรายได้แล้วนำส่งกรมพระคลังข้างที่โดยไม่ต้องชักทูน ต่อมาในปีพ.ศ. 2482 รัฐบาลได้แถลงต่อที่ประชุมรัฐสภาถึงความประสงค์ในการเสนอร่างพระราชบัญญัติว่าเนื่องจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีความประสงค์ที่จะได้ที่ดินบริเวณปทุมวันไว้เป็นกรรมสิทธิ์เพื่อจัดหาผลประโยชน์บำรุงมหาวิทยาลัย พระราชบัญญัติยกที่ดินบริเวณปทุมวันผืนนี้ให้เป็นกรรมสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจึงเกิดขึ้น (สำนักงานจัดการทรัพย์สินแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549: 1-2)

#### 2) กำเนิดพื้นที่สยามสแควร์

การขยายตัวของชุมชนเมืองทำให้บริเวณปทุมวันมีราษฎรอาศัยหนาแน่นขึ้นเรื่อย ๆ ที่ดินบริเวณก่อนก่อสร้างสยามสแควร์เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นบ้านไม้ ต่อมาได้กลายเป็นแหล่งเสื่อมโทรมหลายพื้นที่ สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจึงกำหนดให้มีการพัฒนาที่ดินทั้งผืน โดยมอบหมายให้บริษัทวังใหม่จำกัดทำการปรับปรุงที่ดิน

จำนวน 325 ไร่ เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2504 และได้พัฒนาพื้นที่เป็นตึกแถวพร้อมมีระบบสาธารณูปโภคหลายอย่าง อาทิเช่น การตัดถนน วางท่อระบายน้ำ ติดตั้งไฟฟ้าสว่าง เป็นต้น

บริเวณพื้นที่สยามสแควร์ในปัจจุบัน ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 63.63 ไร่ได้ถูกพัฒนาขึ้นโดยบริษัทเข้าท์ อีสท์ เอเชียคอนสตรัคชั่น จำกัด ทำหน้าที่เป็นผู้รับเหมาช่วงก่อสร้างอาคารต่อจากบริษัทวังใหม่ จำกัด โดยสร้างเป็นอาคารพาณิชย์หรือตึกแถวสูง 3 ชั้นครึ่ง ขนาด 4.00 x 14.00 เมตรบนแนวคิดการพัฒนาให้เป็นศูนย์การค้าแนวราบแบบเปิดโล่ง (open air low-rise commercial complex) โดยมีสถาปนิกผู้ออกแบบคือ รองศาสตราจารย์เลิศ อรุณชะนันท์ และวิศวกรผู้รับผิดชอบคือ ศาสตราจารย์รัชฎ ภาณุจนวนิชย์ และทางจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ให้ผู้ก่อสร้างเป็นผู้จัดเก็บผลประโยชน์จากการให้เช่าในระยะเวลา 10 ปีแรก จากนั้นทางจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงจัดเก็บผลประโยชน์เองผ่านสำนักงานจัดการทรัพย์สินสืบมาจนถึงปัจจุบัน อาคารพาณิชย์ทั้ง 596 คูหาและเกือบทั้งบริเวณโดยรอบจึงแล้วเสร็จในปีพ.ศ. 2507 และกำเนิดศูนย์การค้าสยามสแควร์ขึ้นในปีพ.ศ. 2510

### 3) อาณาเขตและสภาพโดยรอบพื้นที่สยามสแควร์

พื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ ซึ่งตั้งอยู่ในเขตปทุมวันถือเป็นพื้นที่อยู่ในเขตการปกครองที่เรียกว่า “เขตเมืองชั้นใน” มีพื้นที่ติดกับเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตบางรัก เขตพญาไท และเขตพระโขนงและยังตั้งอยู่บนถนนสายหลักและสายรองที่สำคัญ 3 สายมาบรรจบกัน ดังนี้

บริเวณทิศเหนือ ติดกับถนนพระรามที่ 1 เป็นถนนสายหลัก ซึ่งเริ่มต้นจากคลองผดุงกรุงเกษมไปจรดกับถนนราชดำริบริเวณสี่แยกราชประสงค์ เป็นถนนที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ทางด้านทิศตะวันออกและทิศตะวันตก โดยทางตะวันตกเชื่อมโยงกับถนนบรรทัดทอง ถนนพระรามที่ 6 และถนนกรุงเกษม ออกสู่พื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่ายและเขตสัมพันธวงศ์ ส่วนตะวันออกเชื่อมต่อกับถนนราชดำริ ถนนเพลินจิต ออกสู่เขตพระโขนง เขตบางรัก และเขตพญาไท ซึ่งเชื่อมโยงถึงถนนสุขุมวิทผ่านไปสู่ภาคตะวันออก

บริเวณทิศตะวันตก ติดกับถนนพญาไท เป็นอีกถนนสายหลักที่เริ่มต้นจากถนนพระรามที่ 4 ไปจรดสะพานมัฆวานซึ่งเป็นถนนเชื่อมโยงกิจกรรมทางการค้าทิศเหนือและใต้ โดยทางทิศเหนือเชื่อมกับถนนเพชรบุรี ถนนศรีอยุธยา ถนนราชวิถี และถนนพหลโยธิน ซึ่งเป็นถนนสายหลักไปยังภาคเหนือออกสู่พื้นที่เขตพญาไท เขตดุสิต และเขตห้วยขวาง ส่วนทางใต้เชื่อมกับถนนพระรามที่ 4 ถนนสีพระยา ออกสู่เขตบางรักและเขตสัมพันธวงศ์

บริเวณทิศตะวันออก ติดกับถนนอังรีดูนังต์ ซึ่งเป็นถนนสายรองสั้นๆเชื่อมต่อ

กับถนนพระรามที่ 1 กับถนนพระรามที่ 4 และสามารถเชื่อมโยงกับถนนสุขุมวิทออกสู่เขตบางรัก ทางด้านทิศใต้ของพื้นที่สยามสแควร์

บริเวณทิศใต้ ติดกับถนนจุฬาลงกรณ์ 64 หรือ ซอยจุฬาฯ 11

จากสภาพโดยรอบของพื้นที่พบว่า สยามสแควร์เป็นหนึ่งในบรรดาศูนย์การค้าชื่อดังของย่านการค้าปทุมวัน อาทิเช่น มาบุญครองเซ็นเตอร์ สยามเซ็นเตอร์ สยามดิสคัฟเวอร์ เซ็นเตอร์ สยามพารากอนและเซ็นทรัลเวิลด์ ซึ่งย่านการค้าปทุมวันแห่งนี้ จัดเป็นศูนย์กลางธุรกิจหลักที่ตั้งอยู่บนแนวเส้นทางพาณิชยกรรมหลักของกรุงเทพมหานครได้แก่ ถนนพระรามที่ 1 ถนนเพลินจิตและถนนสุขุมวิท โดยมีการใช้รถไฟฟ้ายกระดับ (BTS) เป็นทางเลือกในการเชื่อมโยงพื้นที่การค้าต่างๆเข้าไว้ด้วยกัน รวมทั้งยังแวดล้อมด้วยย่านกิจกรรมการค้าที่สำคัญหลายแห่งที่ตั้งอยู่ใกล้กับย่านปทุมวัน เช่น ย่านราชประสงค์-ราชดำริ ย่านประตูน้ำ ย่านเจริญผล ย่านบรรทัดทอง-สวนหลวง ย่านสามย่าน เป็นต้น (สิทธา กองสาสนะ, 2545: 42-48)

กล่าวได้ว่า การเติบโตร่วมกันของบรรดาห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าที่อยู่รายล้อมสยามสแควร์เหล่านี้ต่างมีผลเอื้อให้พื้นที่ดังกล่าวมีความโด่งดัง จนกลายเป็นที่รู้จักและยอมรับมากขึ้นในกลุ่มคนทุกเพศทุกวัย ตัวอย่างที่สำคัญคือ หลังสยามสแควร์ก่อตั้งได้ไม่นาน ในปีพ.ศ.2516 “สยามเซ็นเตอร์” ได้ถือกำเนิดขึ้น โดยบริษัทบางกอกอินเตอร์คอนติเนนตอลไฮเตลส จำกัดเป็นผู้เช่าที่ดินจากวังสระปทุม มีเนื้อที่ประมาณ 40 ไร่ ตั้งอยู่บริเวณฝั่งตรงข้ามกับสยามสแควร์ โดยวัตถุประสงค์เริ่มแรกนั้นต้องการสร้างเพื่อให้เป็นศูนย์การค้าระดับนานาชาติซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนกิจการของโรงแรมสยามอินเตอร์คอนติเนนตอล เป็นศูนย์การค้าที่ไม่มีห้างสรรพสินค้าแต่มีสินค้าประเภทต่างๆรวมอยู่ครบ ในระยะแรกมีแผนกซูเปอร์มาเก็ตเป็นจุดดึงดูดผู้คนและให้เช่าบูธเป็นสถานที่ทำงาน ซึ่งไม่ประสบความสำเร็จ ต่อมาอีก 4-5 ปี ได้เปิดชั้น 3-4 ให้เป็นร้านจำหน่ายเสื้อผ้า มีร้านเสื้อผ้าแบรนด์ดังๆแห่งยุคเรียงรายจำนวนเกือบร้อยยี่ห้อ (จาก “วังหลัง-ราชดำริ” ถึง “เซ็นเตอร์พอยท์, 2543: 15 ; กุลภา วจนสาระ, 2544: 49)

สยามเซ็นเตอร์จึงกลายเป็นแหล่งรวมแฟชั่นไปในตัว ดึงดูดให้วัยรุ่นที่มีฐานะเข้ามาจับจ่ายใช้สอย ตลอดจนจนเป็นแหล่งรวมตัวของเหล่าบรรดาผู้ที่ชื่นชอบแฟชั่นการแต่งกายชั้นสูง ดังปรากฏในบทความตอนหนึ่งว่า

“ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ แหล่งรวมแฟชั่นที่ได้ชื่อว่า “ศูนย์บูติก” ของวัยรุ่นอินโอบเฉียว วันนี้มีสินค้านานาชนิด เครื่องประดับ เครื่องสำอาง เสื้อผ้าชั้นนำราคาแพงที่ใช้ร่วมกันได้ทั้งหญิงชาย ทุกเมื่อเชื่อกันว่าเราจะเห็น กลุ่มเด็กหนุ่มเด็กสาวเหล่านั้นเดินดูฉาย ควงคูหยอกล้อต่อกระซิกอยู่ในห้องปรับอากาศชั้นใหญ่ แวะเวียนเข้าไปหาซื้อสิ่งของที่ต้องการตามร้านค้าต่างๆ บ้างก็เพียงแต่ “วินได้ ขอบปิ้ง” ไปเรื่อยๆท่ามกลางไอเย็นฉ่ำของแอร์คอนดิชั่น จากการแต่งกายของเด็กหนุ่มเด็กสาวเหล่านี้ก็ดี ผิวพรรณและการจับจ่ายใช้สอยเงินทองก็ดีแสดงให้เรารู้ว่า พวกเขาส่วนใหญ่เป็นลูกหลานของผู้มีอันจะกิน”

(เจตน์ เจริญโท, 2527: 82-83)

สยามสแควร์จึงถูกเติมเต็มความสมบูรณ์ ด้วยความเจริญเติบโตของสยามเซ็นเตอร์ที่เป็นแหล่งแฟชั่นเสื้อผ้าบูติกชั้นดี วัยรุ่นมักแวะเวียนไปเยี่ยมชมกันอย่างหนาแน่นทุกวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ อย่างไรก็ตาม ไม่เพียงแต่กลุ่มวัยรุ่นที่มีฐานะเท่านั้นที่นิยมไปสยามเซ็นเตอร์ บริเวณบันไดยาวเหยียดด้านหน้าที่ครั้งหนึ่งเคยถือเป็นเอกลักษณ์ของสยามเซ็นเตอร์ ในยามเย็นพบว่าคลาคล่ำด้วยกลุ่มวัยรุ่นนักเรียนนักศึกษาทั่วไป ซึ่งยึดเอาเป็นจุดชุมนุมเพื่อพบปะสังสรรค์ พูดคุยเล่นหยอกล้อนั่งรอรถเมล์ จนเห็นเป็นภาพชินตาของคนบริเวณนั้น

ปัจจุบันภายหลังจากสยามเซ็นเตอร์ได้เปิดให้หญิงชายวัยมันส์ได้เข้าไปเฮฮากว่า 33 ปี พื้นที่นี้ได้ลุกขึ้นมาแต่งตัวใหม่ ด้วยการเปลี่ยนโครงสร้างตึกสี่เหลี่ยมเดิมให้เป็นกระจกใสพร้อมกับแนวคิดที่ว่า “The magical glass box” และยังมีแบรนด์แฟชั่นและร้านค้าใหม่ๆจากทั้งในและต่างประเทศเข้ามาเปิดตัวอย่างคึกคัก

“สยามเซ็นเตอร์ไม่เคยหยุดนิ่งยังคงความเป็น Center of Fashion ศูนย์กลางแห่งแฟชั่นที่นำเสนอความแปลกใหม่ล้ำยุคล้ำสมัย Center of Entertainment ศูนย์สรรพสิ่งบันเทิงไร้ขีดจำกัด Center of Talents เวทีส่งเสริมความสามารถและกล้าแสดงออกของเยาวชน Center of Technogadgets แหล่งรวมเทคโนโลยี ดังนั้น ภาพลักษณ์ใหม่ของสยามเซ็นเตอร์จึงไม่เป็นเพียงศูนย์การค้า หากยังเป็น Center of Fun ศูนย์



รวมความสุขสนุกสนานแบบอินเทรนด์ ภายใต้บรรยากาศของโลกแฟชั่นที่  
ล้ำสมัยอย่างแท้จริง”

(ชฎาทิพ จุตระกูล, สัมภาษณ์ใน TTIS FashionBiz กุมภาพันธ์, 2549: 37)

นอกจากสยามเซ็นเตอร์แล้ว การเกิดขึ้นของ “มานูครองเซ็นเตอร์” ในปี พ.ศ. 2528 ยังส่งผลให้บริเวณที่สยามสแควร์ตั้งอยู่มีความเจริญทางการค้ามากขึ้น มานูครองเซ็นเตอร์ตั้งอยู่ตรงข้ามสยามสแควร์บริเวณติดกับสี่แยกปทุมวันข้างสนามกีฬาแห่งชาติ เป็นแหล่งรวมแฟชั่นสำหรับวัยรุ่นชั้นกลาง-ล่าง เนื่องจากร้านค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าลอกเลียนแบบสินค้าราคาแพงรวมถึงสินค้าหนีภาษีประเภทต่างๆ ปัจจุบัน ภายหลังจากมีการปรับปรุงรูปแบบศูนย์การค้าให้มีความทันสมัยตามแนวคิด MBK 2000 ในส่วนของบริเวณชั้น 7 ยังได้มีการปรับปรุงให้กลุ่มโรงหนังภาคตะวันออก เอส เอฟ เอ็นเตอร์เทนเมนท์เช่ายกพลอร์เป็นเวลา 6 ปี สร้างเป็น เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ เปิดดำเนินการเมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2543 เป็นศูนย์รวมความบันเทิงครบวงจรซึ่งประกอบด้วยโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ 6 โรงและมีโรงโบว์ลิ่งขนาด 28 เลนเป็นตัวดึงดูดที่สำคัญ รวมถึงโซนอาหารที่เป็นศูนย์รวมฟาสต์ฟู้ด ร้านค้ารายย่อย เช่น แมคโดนัลด์ เคเอฟซี มิสเตอร์โดนัท แบล็กแคนยอน ร้านแมงป่อง ฯลฯ (มานูครองเดินหน้ารักษาแชมป์เดิม “แม่เหล็ก” ดึงลูกค้าทุกชั้น, 2542: 17-18) สิ่งต่างๆ เหล่านี้กลายเป็นแรงดึงดูดสำคัญที่มีต่อวัยรุ่นให้มาที่นี้ช่วงสุดสัปดาห์ นอกเหนือจากบริเวณใกล้เคียงอย่างสยามสแควร์และสยามเซ็นเตอร์ เราจะพบเห็นกลุ่มวัยรุ่นนั่งเล่นเกมส์ รับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ด บ้างก็นัดพบปะกันที่ลานโบว์ลิ่งและร่วมเล่นโบว์ลิ่งกันอย่างสนุกสนาน

อีกหนึ่งตัวอย่างที่สำคัญนั่นคือ การเปิดตัวของศูนย์การค้า “สยามพารากอน” ในปีพ.ศ. 2549 ได้สร้างความคึกคักแก่บริเวณย่านการค้าปทุมวันเป็นอย่างมาก นับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นของคนทั่วไปรวมถึงกลุ่มวัยรุ่นบริเวณสยามสแควร์ ด้วยงบประมาณในการลงทุนกว่า 15,000 ล้านบาทบนพื้นที่กว่า 5 แสนตารางเมตร ประกอบด้วยร้านค้าทั้งไทยและต่างชาติดีกว่า 250 ร้าน ภายในมี “ห้างสรรพสินค้าพารากอน ดีพาร์ทเมนท์สโตร์” ซูเปอร์มาร์เก็ต “พารากอน ภูเก็ต มาร์เก็ต” “อควาเรียมของสัตว์โลกได้นำอย่าง “สยามโอเชียนเวิลด์” รวมถึงโรงหนังมาตรฐานระดับสากลทั้งหมดนี้ได้ทำให้ปัจจุบันสยามพารากอนกลายเป็นศูนย์การค้าใหญ่ยักษ์ที่สุดในเอเชีย (ห้างแข่งดุรบปีจอ, 2549: 36)

นอกจากนี้ บริเวณที่ตั้งของสยามสแควร์รอบข้างยังเป็นที่ตั้งของสถานศึกษา

ชื่อดัง เช่น โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตอุเทนถวาย และ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อีกทั้งยังเป็นศูนย์รวมกิจกรรมที่สำคัญระดับชาติ เช่น สนามกีฬาแห่งชาติ วงสระปทุม โรงพยาบาลตำรวจและสำนักงานตำรวจแห่งชาติ รวมถึงการเป็นแหล่งรวมตัวของโรงแรมชั้นนำของประเทศ เช่น โรงแรมโนโวเทล โรงแรมปทุมวันปริ้นเซส ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติได้เป็นอย่างดี ซึ่งสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ได้ช่วยสร้างความเป็นพื้นที่สยามสแควร์ให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นขึ้นอีกด้วย

### 3.2.3 พัฒนาการของพื้นที่สยามสแควร์

นับตั้งแต่สยามสแควร์ได้ถือกำเนิดขึ้นในฐานะของการเป็นศูนย์การค้าในบริเวณพื้นที่ย่านปทุมวันจวบจนถึงปัจจุบันนี้นับระยะเวลาได้ 40 ปีแล้ว ตลอดช่วงเวลาดังกล่าวได้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากมายทั้งกายภาพ ระบบเศรษฐกิจ ตลอดจนสภาพสังคมวัฒนธรรมที่ไหลเวียนอยู่ภายในพื้นที่แห่งนี้ จากการรวบรวมเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัยจึงขอสรุปลำดับภาพเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้นตามทศวรรษดังต่อไปนี้

#### 1) สยามสแควร์ในทศวรรษแรก (ปีพ.ศ. 2507-2518)

พัฒนาการของพื้นที่สยามสแควร์นั้น เริ่มต้นขึ้นบนพื้นฐานแนวคิดการพัฒนาแบบทันสมัยส่งผลให้ยุทธศาสตร์การพัฒนายุคแรกให้ความสำคัญกับการพัฒนาพื้นที่ทางกายภาพ ไปพร้อมกับการสร้างโรงภาพยนตร์ชั้นนำจำนวนสามแห่ง เพื่อเป็นตัวกระตุ้นความนิยมของตลาดต่อพื้นที่ อาจเนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าว การดำเนินกิจการโรงภาพยนตร์ยังไม่ได้มีการแพร่หลายมากนัก ดังนั้นจุดเด่นที่ดึงดูดคนให้มาเที่ยวสยามสแควร์นั้นคือ การมีโรงภาพยนตร์ชั้นนำที่ให้ความบันเทิงแก่ผู้คนที่เต็มที ติดตามมาด้วยการนำธุรกิจธนาคารเข้ามาร่วมกับการสร้างอาคารบริติชเคาน์ซิลเดิมไปจนถึงการสร้างอาคารสยามโบว์ล ตามลำดับ

การสร้างโรงภาพยนตร์ในพื้นที่สยามสแควร์ยุคนี้ ถือได้ว่า “โรงภาพยนตร์สยาม” เป็นรายแรกที่บุกเบิกในพื้นที่สยามสแควร์ โดยมีภาพยนตร์เรื่อง “รถถังประจัญบาน” (Battle of the Bulge) เข้าฉายเปิดโรงครั้งแรกเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2509 ภาพปรากฏของโรงหนังสยามในยุคนั้นถือว่าทันสมัยที่สุดและมีบันได้เลื่อนขึ้นลงเป็นครั้งแรก กล่าวได้ว่าโรงหนังสยามเกิดขึ้นมาหลังจากที่พิสิฐ ตันสังจา ไซว์แมนคนสำคัญของเมืองไทยขณะนั้นประสบความสำเร็จอย่างสูงกับโรงภาพยนตร์ศาลาเฉลิมไทย จึงได้รับการติดต่อจากบริษัท เช้าท์ อีสท์ เอเชีย คอน

สตรีคชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้เช่าที่ดินบริเวณนี้มาปรับปรุง ออกแบบ และก่อสร้างให้กับทาง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การสร้างโรงภาพยนตร์ในย่านนี้เพื่อเป็นตัวดึงดูดคน เดิมที่นั่นโรง ภาพยนตร์สยามตั้งใจจะใช้ชื่อว่าโรงภาพยนตร์ "จุฬา" แต่ถูกผู้ใหญ่คัดค้านซึ่งเป็นที่เข้าใจกันว่า คือ ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช ได้พิจารณาเห็นว่าจุฬานั้นเป็นชื่อของพระมหากษัตริย์และชื่อของ มหาวิทยาลัย จึงไม่สมควรจะใช้ชื่อเดียวกัน จึงเปลี่ยนมาเป็นชื่อโรงภาพยนตร์สยามดังที่เป็นอยู่ ในปัจจุบัน ต่อมาเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน พ.ศ. 2511 โรงภาพยนตร์แห่งที่สองที่มีชื่อว่า "โรง ภาพยนตร์ลิโด" ได้ถือฤกษ์เปิดโรงด้วยภาพยนตร์เรื่อง "ศึกเซบาสเตียน" (Games for San Sebastian) หลังจากนั้นไม่นานวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2512 โรงภาพยนตร์แห่งที่สามคือ "โรง ภาพยนตร์สกาล่า" ก็ได้เปิดตัวตามมาด้วยการประเดิมภาพยนตร์เรื่องแรกที่มีชื่อเรื่อง "สอง สิงห์ตะลุยลิบทิศ" (The Undefeated) (Siam Square The Non-Retire Dreamland, 2545: 30-32 )

การโฆษณาเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์ทั้งสามแห่งโดยการทำสูจิบัตรภาพยนตร์แจก ผู้คนนี่เองที่เป็นที่มาของชื่อพื้นที่ "สยามสแควร์" ทุกวันนี้ สูจิบัตรดังกล่าวทำขึ้นเพื่อบอกถึง กิจกรรมหรือประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆที่เกี่ยวกับโรงภาพยนตร์คล้ายนิเทศสารในปัจจุบัน แต่มี ลักษณะเป็นหนังสือเล่มบางขนาดแทบลอยด์ออกเป็นรายเดือนแจกให้กับผู้ที่มาดูหนังทั้งที่เฉลิม ไทย สยาม ลิโดและสกาล่า ซึ่งทั้งนี้ พอใจ ชัยเวฬุ หนึ่งในนักเขียนสูจิบัตรมักจะใช้ชื่อ "สยามสแควร์" เรียกแทนโรงภาพยนตร์ทั้งสาม จนกระทั่งชื่อนี้กลายเป็นที่นิยมเรียกกันทั่วไปมี ความหมายครอบคลุมทั้งย่านศูนย์การค้ามาจนปัจจุบัน ดังตามที่ นันทา ตันสัจจา บุตรสาวคน โดของพิสิฐ ตันสัจจา ซึ่งรับหน้าที่เป็นหัวเรือใหญ่ของโรงภาพยนตร์ทั้งสามในปัจจุบัน กล่าว ให้สัมภาษณ์ในนิตยสาร A Day ถึงที่มาของชื่อสยามสแควร์ว่า

"เราจะมืออยู่คอลัมน์หนึ่งชื่อ สยามสแควร์ เป็นคอลัมน์ซุบซิบเกี่ยวกับคน บ้านเทิงและผู้ที่มีชื่อเสียง ผู้เขียนคือคุณพอใจ ชัยเวฬุ ชื่อสยามสแควร์ เนี่ยมาจากตรงนี้ เพราะพอพูดถึงตรงนี้เขาก็จะพูดสยามสแควร์ๆ มันก็ เลยติดขึ้นมากลายเป็นสยามสแควร์ นี่คือที่มาของสยามสแควร์ ซึ่งไม่ค่อยมีใครรู้หรอก"

(นันทา ตันสัจจา, สัมภาษณ์ในคอลัมน์ Back to The Theater, 2545:33)

ภายหลังการเกิดขึ้นของโรงภาพยนตร์ทั้งสามโรงแล้ว ต่อมาได้มีการนำธุรกิจ

ธนาคารเข้ามาอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับโรงภาพยนตร์ได้แก่ การก่อสร้างอาคารธนาคารกรุงเทพ ซึ่งพื้นที่เดิมเป็นบิมน้ำมันเอสโซ่ ต่อมาเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2517 ธนาคารกรุงเทพได้เข้ามาขอเช่าพื้นที่กับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และลงทุนปลูกสร้างอาคารเพื่อใช้เป็นออฟฟิศสูง 5 ชั้น โดยดำเนินการเสร็จเมื่อวันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2519

การพัฒนาที่ดินในพื้นที่สยามสแควร์ถัดมาได้แก่ การสร้างอาคารบริติชเคาน์ซิล เดิมซึ่งถูกสร้างขึ้นโดยบริษัทเช่าท์ อีสท์ เอเชีย คอนสตรัคชั่น จำกัด เป็นอาคารเลขที่ 428 ขนาด 4x12 เมตร จำนวน 8 คูหา ก่อสร้างเสร็จและใช้งานเมื่อปีพ.ศ. 2513 บริติชเคาน์ซิลได้ทำสัญญาเช่ากับบริษัทวังใหม่ในระยะแรกเป็นเวลา 10 ปีและต่อมาทำสัญญาเช่ากับทางจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยต่อเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2524 เป็นเวลา 10 ปีแต่ปัจจุบันพื้นที่บริเวณนี้อิมเมจิน (Imagin) เป็นผู้เช่า

จุดพัฒนาพื้นที่ต่อมาคือ การสร้างอาคารสยามโบวล์ ซึ่งปัจจุบันพื้นที่กลายเป็นโรงแรมโนโวเทลไปแล้ว สมัยก่อนสยามสแควร์มีที่เล่นโบว์ลิ่งอยู่แห่งหนึ่งคือ สยามโบวล์ นับเป็นอาคารพิเศษที่ตั้งอยู่บนบริเวณสยามสแควร์ซอย 6 โดยมีบริษัท ไทยฟิลดิอินเวสต์เมนท์ จำกัด เป็นผู้ดำเนินการ ต่อมาสยามโบวล์หมดสัญญาและปิดกิจการไปเมื่อ 30 กันยายน พ.ศ. 2525 รวมเวลาเปิดกิจการ 5 ปี นับตั้งแต่ก่อสร้างเสร็จ (A Day, ธันวาคม 2544- มกราคม 2545 : 23)

## 2) สยามสแควร์ในทศวรรษที่สอง (ปีพ.ศ. 2519-2528)

การกำเนิดขึ้นของโรงภาพยนตร์ทั้งสามแห่งในยุคต้นของการพัฒนาพื้นที่ได้กลายมาเป็นตัวดึงดูดร้านค้าและธุรกิจประเภทต่างๆให้เข้าสู่พื้นที่สยามสแควร์มากขึ้น โดยเฉพาะกิจการร้านอาหารได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ตามมาด้วยกิจการบูติกที่อยู่ในระยะแรกเริ่มประกอบการ อย่างไรก็ตามก็เกิดการประกอบธุรกิจที่หลากหลายในพื้นที่ ย่อมส่งผลให้เกิดปัญหามากมายตามมา อาทิเช่น ปัญหาด้านการจราจร ความปลอดภัย ปัญหาจากผู้หาบเร่แผงลอย เป็นต้น ฉะนั้น ในช่วงพ.ศ. 2519 จึงเป็นช่วงเวลาพัฒนาพื้นที่สยามสแควร์ให้เกิดความปลอดภัยมากขึ้น โดยทางจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้ร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ตำรวจและผู้ประกอบธุรกิจในสยามสแควร์จัดให้มีโครงการจัดความเรียบร้อยและความปลอดภัยในบริเวณสยามสแควร์ขึ้น

ในระหว่างช่วงปีพ.ศ. 2519 จนถึงปีพ.ศ. 2520 ภายในพื้นที่สยามสแควร์หนาแน่นไปด้วยผู้คนเริ่มเข้ามาจับจองพื้นที่เพื่อทำการค้าขาย ซึ่งส่วนมากเป็นกลุ่มผู้ค้าหาบเร่



แผงลอยรวมไปถึงร้านอาหารชั้นดีมีคุณภาพที่เข้ามาเปิดให้บริการแก่ลูกค้าได้เลือกสรร สำนักงานจัดการทรัพย์สินแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงมีการจัดระเบียบการขายสินค้าโดยเฉพาะในกลุ่มหาบเร่แผงลอยที่กระจายตัวอยู่บริเวณต่างๆให้เข้ามาอยู่ในพื้นที่เดียวกันเรียกว่า "อาเขต" ซึ่งเป็นที่สำหรับให้ขายของหาบเร่แผงลอยเพื่อสร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อยแก่สยามสแควร์ อย่างไรก็ตามก็ด้วยจำนวนร้านอาหารที่มีมากกว่า 51 ร้านในพื้นที่สยามสแควร์ขณะนั้น เพื่อเป็นการป้องกันอัคคีภัยและเป็นการเพิ่มความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้คนในพื้นที่ให้มากขึ้น ช่วงปีพ.ศ. 2523 จึงมีการสร้างสถานีตำรวจย่อยและสถานีตำรวจดับเพลิงรวมถึงการปรับปรุงระบบไฟฟ้าแสงสว่างในบริเวณสยามสแควร์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ต่อมาในปีพ.ศ. 2524 อาคารยูนิเวลท์ซึ่งนับเป็นอาคารที่สร้างขึ้นหลังสุดในพื้นที่สยามสแควร์ได้ถือกำเนิดขึ้นโดยนายแพทย์ทวี ดันติวงษ์ เป็นผู้เช่าที่ดินเพื่อปลูกสร้างอาคารบนพื้นที่ริมถนนพญาไท ซึ่งขณะนั้นเป็นส่วนที่ยังไม่ได้พัฒนาเป็นที่ดินประมาณ 520 ตารางเมตร และทำการก่อสร้างเป็นอาคาร 5 ชั้น 6 คูหา ภายหลังได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัทยูนิเวลท์ จำกัด และบริษัทได้ต่ออายุสัญญาเช่ากับมหาวิทยาลัยจนครบอายุสัญญา ซึ่งปัจจุบันก็คือ อาคารที่เป็นสถาบันกวดวิชาเดอะเบรนที่ตั้งอยู่สยามสแควร์ซอย 7

จนถึงปีพ.ศ. 2527 อาคารโรงแรมโนโวเทลได้ถือกำเนิดขึ้น เมื่ออาคารสยามโบวล์ครบสัญญาอายุเช่าและทางมหาวิทยาลัยพิจารณาเห็นว่าโรงโบริ่งเช่าขายการพนัน จึงไม่อนุญาตให้ต่อสัญญา บริษัทสยามสแควร์ทาวเวอร์ จำกัด ได้เป็นผู้เช่าที่ดินผืนนี้ซึ่งมีเนื้อที่ประมาณ 1 ไร่ 3 งาน 54 ตารางวา เพื่อพัฒนาเป็นอาคารสูง 21 ชั้น สัญญาเช่า 30 ปี โดยดำเนินกิจการเป็นโรงแรมโนโวเทลตามที่เห็นในปัจจุบันนี้ (สำนักงานจัดการทรัพย์สินแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549: 6-10)

### 3) สยามสแควร์ในทศวรรษที่ 3 (ปีพ.ศ. 2529-2538)

การพัฒนาพื้นที่สยามสแควร์ในช่วงนี้มีทั้งการปรับปรุงด้านกายภาพโดยรวมของพื้นที่โดยเน้นความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐในพื้นที่และเอกชนในการจัดโครงการอบรมสัมมนา ด้านความปลอดภัยและการบรรเทาสาธารณภัยอันเกิดจากอัคคีภัย อาชญากรรม โรคเอดส์ การใช้แก๊ส เป็นต้น ทั้งนี้มีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทำหน้าที่หลักในการจัดกิจกรรมและเป็นผู้สนับสนุน

ปี พ.ศ. 2534 เกิดปรากฏการณ์ที่โดดเด่นอย่างหนึ่งในพื้นที่สยามสแควร์นั่นคือ การเริ่มต้นเข้ามาจับจองพื้นที่ในบริเวณนี้ของโรงเรียนกวดวิชา (อรวีภา จินตนาวัน, 2546: 80-82) ทำให้สยามสแควร์กลายเป็นพื้นที่ที่สถาบันกวดวิชาต่างให้ความสำคัญ และเห็นว่าการเข้ามาเปิดเป็นแหล่งความรู้ที่นี่จะทำให้ได้รับความสนใจจากเด็กนักเรียน-นักศึกษา เนื่องจากสยามสแควร์ตั้งอยู่ใจกลางของเมืองหลวง การเดินทางสะดวกและยังอยู่ใกล้กับบริเวณสถานศึกษา โรงเรียน มหาวิทยาลัยอีกหลายแห่ง จึงเป็นสาเหตุให้สยามสแควร์พัฒนากลายเป็นศูนย์กลางสถานบันกวดวิชาและสอนพิเศษที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยเปิดให้กวดวิชากันตั้งแต่ประถม มัธยม อุดมศึกษาตลอดจนปริญญาโท มีการเรียนการสอนทุกอย่างตั้งแต่ภาษาไทย สังคม วิทยาศาสตร์ คณิต อังกฤษ เคมี ชีวะ ฝรั่งเศส หรือแม้กระทั่งวิชาชีพอย่างกราฟิกดีไซน์ ตัดเสื้อ ทำผม เบเกอรี่ ศิลปะต่างๆ ทำให้ช่วงเวลาดังกล่าวดึงดูดให้วัยรุ่นมารวมตัวกันอยู่ที่แห่งนี้กันมากมาย

อย่างไรก็ดี จากความนิยมเปิดกิจการโรงเรียนกวดวิชาที่เพิ่มมากขึ้นในพื้นที่ ทางจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจึงเริ่มตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยของผู้ที่มาเรียน และกำหนดมาตรการด้านความปลอดภัยทางกายภาพแก่โรงเรียนกวดวิชาทุกโรง รวมถึงการกำหนดระเบียบเกี่ยวกับค่าบริการการจอดรถในพื้นที่สยามสแควร์เป็นรายชั่วโมง เพื่อบรรเทาวิกฤตปริมาณรถที่จะเข้ามาจอดในพื้นที่และเพิ่มพื้นที่หมุนเวียนด้านการจราจรให้คล่องตัวยิ่งขึ้น

#### 4) สยามสแควร์ในทศวรรษที่ 4 (ปีพ.ศ. 2539 ถึงปัจจุบัน)

ภาพรวมการพัฒนาสยามสแควร์ช่วง 12 ปีหลัง ยังคงเน้นด้านการปรับปรุงสาธารณูปโภคและภูมิทัศน์ของพื้นที่ มีการกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยทางกายภาพตลอดจนเร่งทำการศึกษาค้นคว้าความต้องการของผู้ประกอบการและผู้ที่มีใช้บริการในพื้นที่ ช่วงราวปีพ.ศ. 2539 ไปจนถึงช่วงกลางปีพ.ศ. 2541 สยามสแควร์เข้าสู่ช่วงภาวะเศรษฐกิจซบเซาซึ่งเป็นผลจากที่ประเทศไทยเป็นหนี้ไอเอ็มเอฟ ประกอบกับช่วงเวลาดังกล่าวเป็นระยะการก่อสร้างรถไฟฟ้าบีทีเอส การจราจรบริเวณสยามสแควร์จึงเกิดการติดขัดและเดินทางไม่สะดวก อีกทั้งการขยายตัวของห้างสรรพสินค้าที่กระจายตัวเพิ่มขึ้นทั่วเขตกรุงเทพฯ ได้ดึงผู้คนจากสยามสแควร์ไปบ้าง พื้นที่สยามสแควร์จึงต้องมีการปรับตัวโดยมีนโยบายหลักคือการทำให้สยามสแควร์เป็นศูนย์กลางของความทันสมัย จึงนำไปสู่การเกิดโครงการพัฒนาที่ดินขึ้นบริเวณรอยต่อระหว่างสยามสแควร์ซอย 3 และ 4 ได้แก่ “โครงการ เดอะ เซ็นเตอร์พอยท์ ออฟ สยามสแควร์” (The Centerpoint of Siam Square) ขึ้นในปลายปีพ.ศ. 2541 ซึ่งโครงการดังกล่าวได้กลับมาช่วย

สร้างชื่อเสียงสยามสแควร์ให้โด่งดังอีกครั้ง เนื่องจากเป็นโครงการที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานการพัฒนาพื้นที่ว่างเปล่าให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้อาศัยความเชื่อมั่นในศักยภาพของพื้นที่ “สยามสแควร์” ในการเป็นแหล่งศูนย์กลางความทันสมัยและแหล่งรวมลูกค้าทุกชนชั้นทุกเพศวัยโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่ถือเป็นวงจรชีวิตที่สำคัญของพื้นที่สยามสแควร์ ปัจจุบันเซ็นเตอร์พอยท์จึงเป็นพื้นที่ที่ทุกคนมาสยามสแควร์จะต้องมาเที่ยวชม จนกลายมาเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของสยามสแควร์ หากเปรียบสยามสแควร์เป็นบ้านหลังใหญ่แล้ว เซ็นเตอร์พอยท์ก็เป็นเสมือนห้องรับแขกที่ดียิ่งสำหรับต้อนรับผู้ที่มาเยี่ยมเยือน อีกทั้งจากการจัดแบ่งพื้นที่ภายในเซ็นเตอร์พอยท์ออกเป็น ส่วนต่างๆ ยังสะท้อนถึงวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร ที่เข้าใจจุดมุ่งหมายของผู้ที่มาสถานที่ดังกล่าว ด้วยความต้องการที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการพักผ่อน เดินเล่น หรือต้องการหาพื้นที่ในการแสดงออกทั้งความคิดและพฤติกรรม วัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักในสยามสแควร์จึงค่อยๆ เข้ามาจับจองพื้นที่ในหลายลักษณะทั้งใช้เป็นแหล่งรวมตัว นัดพบปะพูดคุยหรือแม้แต่ร่วมกันทำกิจกรรมที่ดีมีประโยชน์ เซ็นเตอร์พอยท์กลายมาเป็นจุดขายที่สำคัญและใช้เป็นแหล่งรวมตัวของวัยรุ่นมากที่สุดภายใต้พื้นที่สยามสแควร์ทั้งหมดในทุกวันนี้

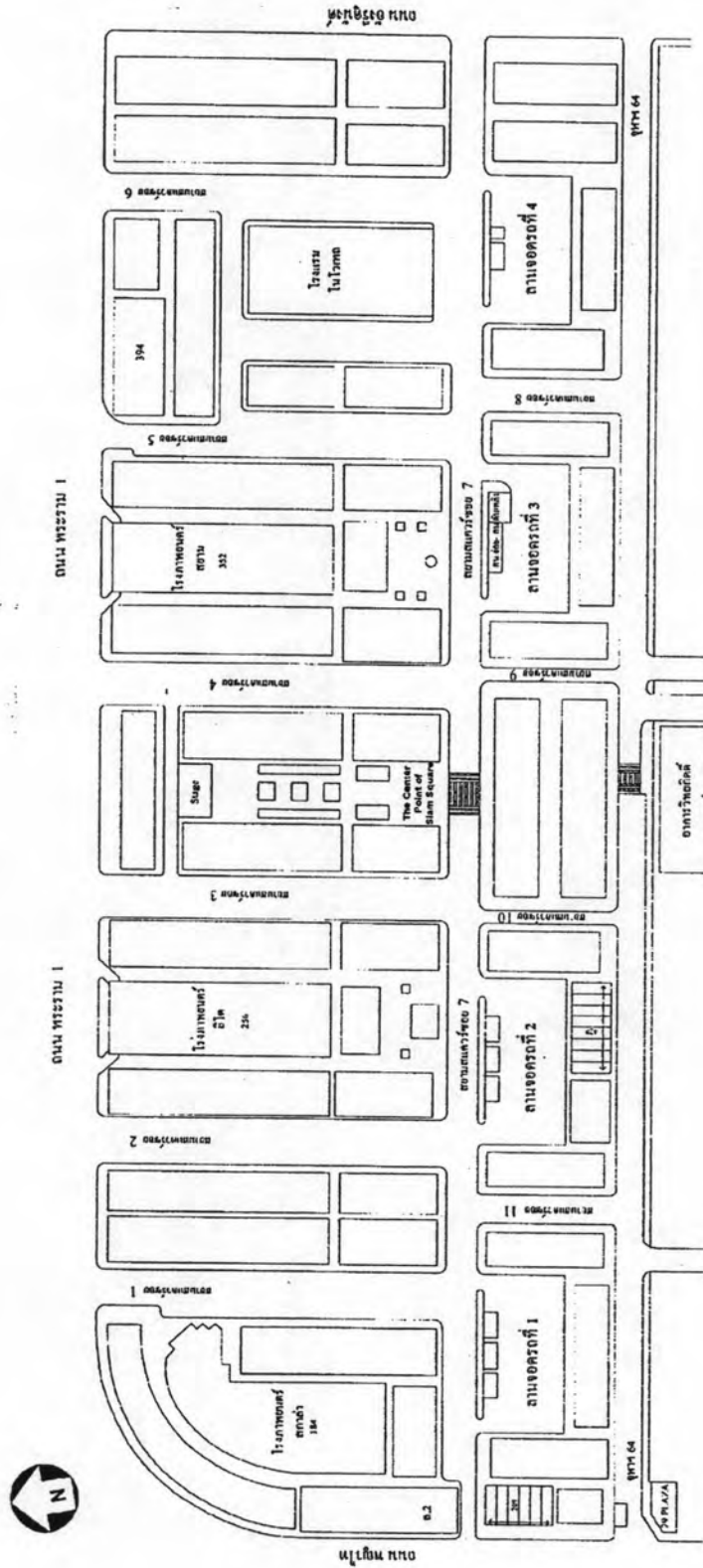
ตารางที่ 3.2 สรุปพัฒนาการพื้นที่สยามสแควร์ตั้งแต่ทศวรรษแรกจนถึงปัจจุบัน

ช่วงเวลา (ปีพ.ศ.)	ภาพรวมของพัฒนาการ ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่สยามสแควร์
<p>ทศวรรษที่ 1 (ปีพ.ศ. 2507-2518)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการพัฒนาพื้นที่ด้านกายภาพพื้นฐาน</li> <li>- สร้างโรงพยาบาลนครเป็นจุดเด่นเพื่อดึงดูดผู้คน โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นให้เข้ามาในพื้นที่</li> </ul>
<p>ทศวรรษที่ 2 (ปีพ.ศ. 2519-2528)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สยามสแควร์กลายเป็นแหล่งกิจการหลากหลายประเภท โดยเฉพาะกิจการด้านร้านอาหาร และเป็นแหล่งศูนย์รวมแฟชั่นบูติกชื่อดังแห่งยุค</li> </ul>
<p>ทศวรรษที่ 3 (ปีพ.ศ. 2529-2538)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เกิดธุรกิจการศึกษาประเภทโรงเรียนกวดวิชา อย่างแพร่หลาย ส่งผลให้พื้นที่เริ่มกลายเป็นแหล่งรวมตัวของวัยรุ่น ซึ่งมีทั้งกลุ่มที่เดินทางมาเรียนพิเศษรวมทั้งกลุ่มที่นัดพบปะกันมากขึ้น</li> </ul>
<p>ทศวรรษที่ 4 (ปีพ.ศ. 2539 จนถึงปัจจุบัน)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จากพิษเศรษฐกิจและความไม่สะดวกด้านคมนาคมบริเวณที่ตั้งในช่วงต้นทศวรรษดังกล่าว ต่อมา สยามสแควร์ได้กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งจากการเกิด “เดอะเซ็นเตอร์พอยท์ ออฟ สยามสแควร์” ทำให้สยามสแควร์กลายเป็นศูนย์รวมตัวของวัยรุ่น ตลอดจนความทันสมัยทุกด้าน ทั้งแฟชั่นการแต่งกาย สิ่งบันเทิง รวมถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างกว้างขวางจนทุกวันนี้</li> </ul>



แผนภาพที่ 3.1

แผนที่ตั้งของพื้นที่สยามสแควร์



ที่มา สำนักงานจัดการทรัพย์สินแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549

### 3.3 การแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่นในพื้นที่สยามสแควร์

พื้นที่ “สยามสแควร์” เป็นบริเวณที่มีความโดดเด่นในฐานะการเป็นศูนย์กลางรวมสินค้าแฟชั่นและเป็นศูนย์รวมวัยรุ่นทั่วกรุงเทพฯ ในปัจจุบัน เมื่อเกิดการรวมตัวของวัยรุ่น กิจกรรมต่างๆ ที่นอกเหนือจากการมาเดินเล่น ช็อปปิ้ง เรียนพิเศษ ดูหนัง ทานข้าวแล้ว สิ่งที่เกิดขึ้นนั่นคือ ค่านิยมของวัยรุ่นในการแต่งตัวมาปะชันกัน ภาพวัยรุ่นที่มาเดินในสยามสแควร์ส่วนใหญ่จะกล้าแต่งตัว แฟชั่นที่ต้องอาศัยความกล้าหรือตามจำนวนที่วัยรุ่นเรียกว่า “แรง” เช่น ผมทรงพังค์ เสื้อเกาะอก รองเท้าสันตึก สายเดี่ยว แฟชั่นที่แสดงความเป็นกลุ่มอย่างฮิพฮอป หรือการสัก การเจาะ การเพ้นท์ และอีกสารพัดแฟชั่นที่หลุดโลกมักเริ่มต้นก่อนที่สยามสแควร์เป็นแห่งแรก โดยเฉพาะจุดรวมตัวโดนใจวัยจ๊าบอย่าง “เซ็นเตอร์พอยท์” ใจกลางสยามสแควร์ ได้สะท้อนภาพที่กล่าวมาในเบื้องต้นได้เป็นอย่างดี

“สิ่งที่เกิดขึ้นจากความนิยมของเด็กวัยรุ่นในการแต่งตัวมาปะชันกัน ส่งผลให้เซ็นเตอร์พอยท์ กลายเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปในเรื่องของศูนย์รวมแฟชั่นที่ทันสมัยที่สุดล้ำยุคสุดในหมู่วัยรุ่น.....การแต่งกายที่ไม่ธรรมดาของวัยรุ่นที่มาแสดงออกในบริเวณนี้ ทั้งวัยรุ่นเด็กมัธยมที่นิยมแต่งตัวด้วยแฟชั่นญี่ปุ่น วัยรุ่นไฮโซที่ชื่นชอบของแบรนด์เนม วัยรุ่นที่ไม่ชอบเหมือนใครด้วยการแต่งกายตามใจตัวเอง จนกระทั่งกลายมาเป็นหัวข้อที่ถกเถียงกันมากที่สุดในช่วงปี 2543 กับแฟชั่นสายเดี่ยว-เกาะอกที่ค่อนข้างจะล่อแหลมต่อมุมมองผู้ใหญ่ในบ้านเรา แต่ในขณะนั้นก็มีการเสียดสีจากสื่อมวลชนและผู้ที่เกี่ยวข้องออกมาได้ว่า “เซ็นเตอร์พอยท์” ไม่ได้ “เลวร้าย” ขนาดนั้น”

(อรวิภา จินตนาวัน, 2546: 90)

ด้วยฐานะของการเป็นตลาดรวมแฟชั่นของเหล่าวัยรุ่นนี้เอง ที่ส่งผลให้สยามสแควร์ได้กลายมาเป็นพื้นที่ที่พวกเขาแสดงออกถึงตัวตนด้านการแต่งกายที่ชื่นชอบ อย่างไรก็ตาม แฟชั่นที่สยามสแควร์ไม่ได้เกิดขึ้นโดยตัวของมันเอง โดยทั่วไปนั้นเป็นแฟชั่นที่ได้รับความนิยมจากต่างประเทศ ปัจจุบันประเทศที่เป็นต้นแบบนอกจากจะเป็นอเมริกา อังกฤษ หรือประเทศในแถบตะวันตกแล้วยังพบอิทธิพลจากฝั่งเอเชียด้วยกันไม่ว่าจะเป็นญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลี เป็นต้น ตลาดแฟชั่นอย่างสยามสแควร์จึงอุดมด้วยความหลากหลายทางเชื้อชาติเลยทีเดียว

“มองสยามสแควร์เหมือนตลาดแฟชั่น มีสินค้าหลายแนว หลายราคา วัยรุ่นที่นี่สามารถหยิบเสื้อผ้ารุ่นพ่อแม่มาใส่โดยไม่ต้องแคร์สายตาใครถ้า มีแนวเป็นของตัวเองรู้จัก present ออกมาให้ คนอื่นเห็นอย่างมีลักษณะ เฉพาะตัวซึ่งมันสะท้อนถึงการแย่งชิงความสนใจจากคนรอบข้าง ให้มาหยุดที่ เขาคนเดียวได้เหมือนกันนะ”

(หมิง , สัมภาษณ์, 5 ตุลาคม 2549)

ลักษณะแฟชั่นเสื้อผ้าในสยามสแควร์ มีตั้งแต่สินค้าแบบธรรมดาพื้นฐานทั่วไปอย่าง เสื้อยืด กางเกงยีนส์ เสื้อเชิ้ตที่ใส่ได้ในหลายๆโอกาสจนไปถึงร้านที่ขายเสื้อผ้าแฟชั่นเฉพาะกลุ่ม แนวโน้มแฟชั่นที่เป็นกระแสของร้านเสื้อผ้าที่เปิดกันในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ใหญ่ๆได้แก่ กลุ่มแรกเป็นร้านที่มีเสื้อผ้าที่เลือกแบบและตัดเย็บหรือจ้างตัดโดยเจ้าของร้าน โดยดูแบบจากเสื้อผ้าแบรนด์เนมชื่อดังจากนิตยสารต่างประเทศ กลุ่มที่สองเป็นร้านขายเสื้อผ้า สำเร็จรูปนำเข้าจากแหล่งต่างๆทั้งในและนอกประเทศ รวมถึงรับสั่งตัดประเภทชุดราตรีสั้น - ยาว แบบเรียบๆ กลุ่มสุดท้ายเป็นร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นวัยรุ่นทั่วไปและแฟชั่นเสื้อผ้าที่แสดงถึงความ กลุ่ม เช่น ฮิปฮอป เด็กแนว ฟังก์หรือกลุ่มอื่นๆ (5 มาร์เก็ตเรียร์แห่งสยามสแควร์, 2543: 98) นอกจากนี้แฟชั่นเสื้อผ้าของบรรดาร้านค้าต่างๆในสยามสแควร์ จะสะท้อนรูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่ง กายที่วัยรุ่นกำลังให้ความสนใจแล้ว การแต่งตัวของบรรดากลุ่มวัยโจ๋ที่นี้ทั้งหลายเองก็ยังสามารถ สื่อถึงแนวโน้มของแฟชั่นที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในขณะนั้นอีกด้วย

จากการลงพื้นที่ของผู้ศึกษาระหว่างช่วงเดือนมิถุนายน-ธันวาคม ปีพ.ศ. 2549 พบว่า การแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่นในพื้นที่สยามสแควร์นั้น ปกติในวันธรรมดาจะเห็นได้ไม่ชัดเจนนัก ในช่วงเข้ากลุ่มวัยรุ่นในสยามจะมีจำนวนน้อย อาจมานั่งเล่นรอเพื่อนหรือเดินผ่านไปมามากกว่า นับแต่ช่วงเวลาเที่ยงเรื่อยไปจนถึงราวบ่ายสามโมง วัยรุ่นจะเริ่มเข้ามาในสยามสแควร์มากขึ้น เพราะเป็นช่วงหลังเลิกเรียน ซึ่งการแต่งกายส่วนใหญ่ที่ปรากฏมักอยู่ในชุดนักเรียนและนิตินัก ศึกษา จึงไม่ค่อยเห็นความหลากหลายแฟชั่นมากเท่าใดนัก

สยามสแควร์จะเต็มไปด้วยสีสันแฟชั่นวัยรุ่นมากขึ้นในวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยเฉพาะจุด นัดพบอย่าง “เซ็นเตอร์พอยท์” จะลานตาไปด้วยสีสันและความแปลกตาของแฟชั่นหลายรูปแบบ พร้อมวัยรุ่นรวมไปถึงผู้คนอีกหลากหลายกลุ่ม เป็นต้นว่า กลุ่มผู้ปกครอง กลุ่มประชาสัมพันธ์ ตัวแทนจำหน่ายสินค้าต่างๆ นักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมไปถึงบรรดากลุ่มเมวมองเพื่อหาราคา

วัยรุ่น แต่ข้อมูลส่วนนี้จะเน้นไปที่วัยรุ่นและแฟชั่นที่ปรากฏของพวกเขาเป็นสำคัญ โดยผู้ศึกษาแบ่งออกเป็นกลุ่มได้สองกลุ่มใหญ่ดังนี้

กลุ่มแรกเป็น “กลุ่มที่แต่งกายตามแฟชั่นทั่วไป” หมายถึง วัยรุ่นเหล่านี้จะนิยมแต่งกายด้วยแฟชั่นเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่กำลังได้รับความนิยม หรือเป็นแนวโน้มแฟชั่นที่มาใหม่ล่าสุดในขณะนั้นทั้งชายหญิง ซึ่งสามารถสังเกตการณ์แต่งกายของกลุ่มนี้ได้ง่าย เนื่องจากมีลักษณะการแต่งที่คล้ายคลึงกับในพบเห็นได้ตามสื่อที่นำเสนอการแต่งกายของวัยรุ่นทั่วไป เช่น นิตยสารแฟชั่นวัยรุ่น ในโลกไซเบอร์อย่างอินเทอร์เน็ตหรือภาพที่ปรากฏในช่องโทรทัศน์ เป็นต้น กลุ่มที่นิยมแต่งนี้มักเป็นกลุ่มเด็กที่มาเรียนพิเศษกววิชาในวันหยุดสุดสัปดาห์ รวมไปถึงกลุ่มที่เรียกว่า “วินโดวชอปปิง” หรือเป็นพวกที่ชอบมาเดินดูเลือกซื้อสินค้ากันเฉยๆ

ยกตัวอย่างการแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่นกลุ่มนี้ พบว่า วัยรุ่นชายนิยมแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่ขายในร้านทั่วไปในสยามสแควร์ เช่น เสื้อยืดที่ฮิตเป็นอมตะได้แก่ พวกเสื้อยืดหลากสีหรืออาจสกรีนลายต่างๆ เช่น Bob Marley ซึ่งเป็นนักร้องแนวดนตรีเรกเก้ชื่อดัง เสื้อยืดสกรีนลายโลโก้ของแบรนด์ชื่อดังทั้งหลายโดยเฉพาะพวกผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะเป็น Coca-Cola, McDonald's, Heineken, Corona ฯลฯ เสื้อยืดทีมฟุตบอลหรือแม้แต่เสื้อยืดก๊อบปี้ลวดลายล้อเลียนต่างๆ รวมไปถึงเสื้อเชิ้ตยังคงได้รับความนิยมจากวัยรุ่นชายไม่แพ้กัน นิยมใส่กับกางเกงยีนส์ บางคนใส่กับกางเกงลำลองขาสั้นสามส่วนมีกระเป๋ายาว มีทั้งลาก รองเท้าแตะรวมถึงใส่รองเท้าผ้าใบสีพื้นอย่างสีดำ สีครีม สีขาว อาจมีลายเส้นคาดอยู่ด้านข้างให้ดูมีสีสัน บ้างก็ใส่พายกระเป๋าวัดด้านข้าง สิ่งที่ตั้งใจดูสายตาคนทั่วไปของกลุ่มวัยรุ่นชายยุคนี้คือ ทรงผม ซึ่งหนุ่มนักเรียนชายที่ยังต้องไว้ผมทรงทรงดำนั้น รูปแบบผมยังไม่มีสิ่งแปลกใหม่มากนัก อย่างมากคือ การใส่เจลที่ผมแล้วทำผมชี้ตั้งขึ้นตรงธรรมดา บางคนก็โกนหัวซึ่งพบเป็นจำนวน มาก แต่ถ้าเป็นกลุ่มนิสิตนักศึกษาสามารถไว้ผมยาวได้ทรงผมจึงหลายแบบมากกว่า ทั้งการทำผมให้ดูยุ่งๆ ใส่เจลที่ผมตั้งชี้ขึ้นสลับไปมารวมกับการกัดหรือย้อมสีผมอย่างสีทอง สีน้ำตาลแดง ส่วนการทำผมทรงเดรดลอคหรือทรงแอฟโฟรก็พบบ้างประปราย วัยรุ่นชายบางคนนิยมสวมแว่นตาแฟชั่นสีทองและสีขาขนาดใหญ่ที่กำลังได้รับความนิยมเดินควงแขนกับแฟน หรือคาดไว้ที่ศีรษะดูโก้ไปอีกแบบ ขณะที่เครื่องประดับอื่นๆ พบว่าวัยรุ่นชายยุคนี้นิยมการเจาะหูด้านใส่ตุ้มหูเพชรที่มีทั้งขนาดเล็กๆ ไปจนถึงเม็ดใหญ่ บ้างก็ใส่เป็นห่วงสีเงินเล็กๆ ใส่ตุ้มหูข้างเดียวไม่ก็ใส่ทั้งสองข้าง นาฬิกาข้อมือสายหนังสีเข้มหน้าปัดสีเหลี่ยมกำลังได้รับความนิยม รวมไปถึงพบว่าการสักของวัยรุ่นชายก็มีมากขึ้นด้วย



ขณะที่แฟชั่นที่กำลังได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่นหญิงนั้น เป็นการแต่งกายแนวย้อนยุค (retro) โดยเฉพาะแฟชั่นยุคปี 80 หรือเรียกว่ายุค "ดิสโก้" ที่เคยได้รับความนิยมก่อนหน้านี้ในสังคมไทยช่วงราวปีพ.ศ. 2520 - 2530 ได้กลับมาอีกครั้ง วัชรุนหญิงที่เดินในสยามสแควร์มักจะใส่ชุดกระโปรงติดกัน สีหวานแหววอย่างสีขาว ครีมน ชมพู บ้างก็สีดำ มักมีลวดลายเป็นจุดและลายทางซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของแฟชั่นยุคดิสโก้ ส่วนเสื้อสายเดี่ยว เสื้อเชิ้ตและเสื้อยืดสวมกับกางเกงขาสั้นยังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องนับจากต้นปีเรื่อยมา โดยเฉพาะช่วงกลางปีถึงปลายปีกางเกงขาสั้นมากที่เรียกว่า "ฮอตแพ้นท์" ในอดีตได้กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งในหมู่วัยรุ่นที่มั่นใจในตนเอง นำสังเกตว่าวัชรุนหญิงยุคนี้ไม่นิยมใส่เสื้อรัดรูปเหมือนในอดีต บางคนใส่เสื้อเชิ้ตตัวโคร่งคู่กับเอี๊ยมยีนส์สีซีด หรือเสื้อยืดตัวโตกับกระโปรงยีนส์โดยใส่ทับกางเกงแนบเนื้อสีสันสดสีอีกชั้นหนึ่ง นิยมใส่คู่กับรองเท้าที่นิยมมีทั้งที่เป็นส้นสูงและรองเท้าไม่มีส้นหัวแหลมเป็นหนังแก้วหนังกำมะหยี่และถือกระเป๋าแบบหนีบไว้ได้วงแขน คู่กับการใส่ต่างหูพวงโตมีสีสันทันรับกับสีหลักของเสื้อผ้าอาจใส่สร้อยคอหรือสร้อยข้อมือร่วมด้วย เข็มขัดเส้นโตกว่าปกติได้รับความนิยมมากขึ้น บางคนยังนิยมสวมแว่นตาสีทองและเงินที่มีขนาดใหญ่คล้ายกับที่วัยรุ่นชายนิยม ทรงผมที่มาแรงต้องเป็นทรงตัดเป็นลอนสลวยและนิยมทำสีผมอ่อนๆเช่น น้ำตาลทอง มีหน้าม้าบางๆปรกด้านหน้า บางคนนิยมใช้ที่คาดผมติดโบว์คาดศีรษะ หรือติดกิ๊ฟ บ้างก็คาดผมด้วยผ้าลูกไม้สีหวาน เป็นต้น ส่วนผมซอยไล่ระดับยังคงได้รับความนิยมอยู่ซึ่งมีทั้งลักษณะผมซอยสั้นและซอยยาว แฟชั่นผมที่วัชรุนหญิงนิยมทำกันมากอีกอย่างหนึ่งได้แก่ การต่อผมซึ่งเป็นการต่อผมที่มีสีสันท่างๆ รูปทรงแปลกๆ มีการทำไฮไลท์ตามจุดต่างๆ ผมที่ต่อส่วนใหญ่พบว่าเป็นการต่อผมให้ยาวมีทั้งผมตรงและผมลอน

กลุ่มที่สองเป็น "กลุ่มที่มีแฟชั่นการแต่งกายเฉพาะตัว" หมายถึง กลุ่มที่ใช้แฟชั่นการแต่งกายประกาศความเป็นตัวตนและความเป็นกลุ่มที่มีวิถีชีวิตแตกต่างจากคนทั่วไป ซึ่งแฟชั่นเหล่านี้ ส่วนใหญ่ได้แรงบันดาลใจจากรสนิยมในการดำเนินชีวิตของวัชรุนที่มีลักษณะเฉพาะตัวนั่นเอง แฟชั่นที่แต่งกันเป็นกลุ่มซึ่งพบในสยามสแควร์นั้นมีหลายรูปแบบ กลุ่มที่พบส่วนมากได้แก่ กลุ่มที่นิยมแต่งทั้งค์ กลุ่มฮิพฮอป กลุ่มเด็กแนว กลุ่มที่นิยมแต่งแบรนต์เนม กลุ่มชาวเจที่นิยมแต่งแฟชั่นญี่ปุ่นและคอสเพลย์ และกลุ่มเด็กแซ่บซึ่งกลุ่มหลังนี้พบน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆแต่ยังคงเดินให้เห็นอยู่บ้างตามถนนในสยามสแควร์ กลุ่มวัชรุนที่มีแฟชั่นการแต่งกายเฉพาะตัวเหล่านี้ส่วนหนึ่งต่างก็เป็นเด็กนักเรียนที่มาเรียนพิเศษบ้าง รวมถึงเป็นวัชรุนทั่วไปที่เข้ามาทำกิจกรรมต่างๆในสยามสแควร์ บ้างก็มีสังคมเพื่อนฝูงอยู่ที่สยามสแควร์ บ้างก็ใช้ที่แห่งนี้เป็นที่แหล่งซื้อสินค้าบางอย่าง เข็มแนวโน้มกระแสแฟชั่นหรือแม้แต่มาเพื่อชิวตัว เป็นต้น

จากภาพปรากฏด้านการแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่นในพื้นที่สยามสแควร์เบื้องต้นสะท้อนให้เห็นถึงภาพการรับรู้ผ่าน “มุมมองคนนอก” ของผู้ศึกษาที่มีแฟชั่นการแต่งกายของพวกเขา ประเด็นที่น่าสนใจคือ “มุมมองคนใน” อย่างตัววัยรุ่นในพื้นที่ต่อปรากฏการณ์การแต่งกายแฟชั่นของคนในวัยพวกเขาเองนั้นเป็นเช่นไรบ้าง ผลการศึกษาพบว่า ภาพแฟชั่นวัยรุ่นที่ปรากฏผ่านสายตาของพวกเขาในปัจจุบัน เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความชอบส่วนบุคคลในการแสวงหาจุดยืน “ตัวตน” ของตัวเองแต่ละคนก็จะนิยมรูปแบบแฟชั่นที่แตกต่างกันออกไป หากมีจุดร่วมสำคัญคือพวกเขามองว่าการแต่งกายวัยรุ่นมักเป็นไปตามกระแสแฟชั่นที่มาเร็ว ไปเร็วและวนกลับมาเรื่อยๆ

“มันแล้วแต่คนครับ บางคนเค้าก็มีจุดยืนของตัวเอง บางคนก็ไม่มีแฟชั่นมันมาอย่างไรก็ตามๆไป การแต่งกายวัยรุ่นในสายตาของผมคือแฟชั่นมาอย่างไรก็ตามๆไปอย่างนั้น พอแฟชั่นเปลี่ยนก็เปลี่ยนตามไปอีก ก็เป็นแบบนี้ไปเรื่อยๆแล้วมันก็จะวนกลับมาที่เก่า”

(ตี๋,สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2549)

การเกิดพฤติกรรมเลียนแบบการแต่งกายแฟชั่นในหมู่วัยรุ่น กลายมาเป็นสิ่งสะท้อนถึงการวิ่งตามกระแสแฟชั่นดังกล่าวในช่วงต้น ด้วยแรงสนับสนุนสำคัญจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่ได้เปิดกว้างให้วัฒนธรรมต่างๆหลั่งไหลเข้าสู่สังคมไทย รวมถึงขยายช่องทางให้วัยรุ่นมีทางเลือกในการเลียนแบบด้านการแต่งกายมากขึ้นนั่นเอง

“โลกมันเปิดกว้าง เด็กแต่งจัดจ้านขึ้น รับวัฒนธรรมต่างๆภายนอกเข้ามาเยอะ”

(ไน้ต,สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2549)

“เลียนแบบพวกแฟชั่นเมืองนอกเยอะนะ มันเป็นเทรนด์ ทำตามคล้ายๆกัน อย่างช่วงไหนสยามฮิตตี้มก็เห็นเอี่ยมทั้งสยามเลย”

(บี้,สัมภาษณ์, 15 สิงหาคม 2549)

“แฟชั่นวัยรุ่นทุกวันนี้เหวอ.....เห็นข้างซี ซี้ตามข้าง คำเดียวเลยพี่”

(อาร์ม,สัมภาษณ์, 24 สิงหาคม 2549)

จากกระแสแฟชั่นวัยรุ่นที่มีอยู่หลากหลายรูปแบบ พวกเขาบางคนสามารถสร้างจุดยืนของตัวเองในขณะที่บางคนก็ไม่สามารถทำได้ การพยายามวิ่งตามแฟชั่นเพื่อหาหลักยึดที่แท้จริงทำให้ภาพแฟชั่นวัยรุ่นส่วนหนึ่งถูกสะท้อนผ่านมุมมองเชิงลบที่ว่า บางครั้งวัยรุ่นมีการแสดงออกมากจนเกิดความเหมาะสม ไม่เป็นตัวของตัวเอง ไม่มีจุดยืนสิ้นเปลืองเงินทองมากเกินไปจนควรตลอดจนแฟชั่นบางรูปแบบ เช่น การแต่งกายแฟชั่นที่ดูล่อแหลมอาจนำมาซึ่งอันตรายต่อตนเองได้

“เดี๋ยวนี้กล้าแต่งกันเยอะขึ้น บางครั้งก็ไม่ค่อยเหมาะสม บางคนก็ยังเด็กอยู่อย่างม.ต้นก็ไม่ควรแต่งโป๊ มันก็อันตราย บางคนแต่งตามแฟชั่นมากเกินไป ไม่ได้ดูว่าเหมาะกับตัวเองมั๊ย”

(เพชร , สัมภาษณ์, 15 กันยายน 2549)

แต่ในทางตรงข้าม สำหรับพวกเขาหลายคนยังคงมีมุมมองเชิงบวกต่อแฟชั่นวัยรุ่น โดยมองว่าแฟชั่นวัยรุ่นเป็นแต่งกายที่ดูมีสีสันและพัฒนาการแนวโน้มการแต่งที่ดูดีขึ้น ไม่จำเป็นต้องวิ่งตามเทรนด์แฟชั่นเสมอไปทุกคน เพราะบางคนก็มีการแต่งกายที่มาจากความคิดของตนเอง

“คิดว่าดีนะ มีสีสันมากขึ้น มีแนวโน้มว่าจะแต่งดูดี”

(ว่าน , สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2549)

“ถึงจะดูแรง แต่มันเป็นเรื่องความคิดนะ แต่ละคนก็จะมีแนวคิดของตัวเองมากขึ้น ไม่ตามเทรนด์เสมอไปทุกคนหรอก มันออกมาจากตัวเองมากกว่า”

(นิว , สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2549)

การค้นหาตัวตนจากการแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่นท่ามกลางกระแสความหลากหลายของแฟชั่นการแต่งกายทุกวันนี้จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจยิ่ง หากแต่ด้วยข้อจำกัดด้านระยะเวลา งานวิจัยชิ้นนี้ จึงได้เลือกกรณีกลุ่มตัวอย่างที่แต่งกายแฟชั่นเป็นจำนวนทั้งสิ้น 3 กลุ่มเพื่อร่วมใช้ในการศึกษาถึง “การสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นจากการแต่งกายแฟชั่น” เหล่านั้นว่ามีกระบวนการสร้างเช่นไร ซึ่งได้แก่ กลุ่มที่นิยมแต่งกายแฟชั่นฮิพฮอป กลุ่มนิยมแต่งกายแฟชั่นเด็กแนว (อินดี้) และกลุ่มที่นิยมแต่งกายแฟชั่นแบรนด์เนม สำหรับข้อมูลที่จะนำเสนอต่อไปจะเป็นการฉายภาพถึงความเป็นมา การแต่งกายด้วยแฟชั่นแต่ละรูปแบบ ตลอดจนนำเสนอถึงกระบวนการสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากแฟชั่นทั้งสามตามลำดับ