

Purikura

วันวิมล พึ่งประดิษฐ์*
อรทิชา คลังสุวรรณ**

เมื่อกล่าวถึงคำว่า “Purikura” หลายคนคงจะไม่คุ้นเคยกับคำนี้เท่าไรนัก แต่ถ้าพูดถึง “รูปสติ๊กเกอร์” ก็คงจะเป็นที่รู้จักกันดีโดยเฉพาะในหมู่วัยรุ่น Purikura กลายมาเป็นแฟชั่นของการถ่ายรูปในยุคปัจจุบัน แต่ถ้าพิจารณากันจริง ๆ แล้ว สิ่งที่จะสะท้อนออกมาจากความนิยมนี้ ทำให้ตระหนักถึงความก้าวหน้าทางด้านวิทยาการต่าง ๆ ที่เข้ามาในชีวิตประจำวัน และกลุ่มวัยรุ่นนี้เองที่จะเป็นผู้ที่สานต่อสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้น โดยไม่จำเป็นว่าสินค้าที่ผลิตขึ้นใหม่นั้นจะได้รับความนิยมทุกอย่างไม่ แต่ถ้าหากว่ากลุ่มวัยรุ่นให้ความสนใจและยอมรับแล้ว สิ่งนั้นสามารถเข้าครองตลาดและทำรายได้ให้กับบริษัทผู้ผลิตและประเทศได้เป็นอย่างดี Purikura เป็นรูปสติ๊กเกอร์ที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่นญี่ปุ่นและวัยรุ่นทั่วโลกแทน “ทามาก็อตจิ” สัตว์เลี้ยงของญี่ปุ่นที่เคยถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างมากในช่วงก่อนหน้านี้ในแง่ละยุคสมัยย่อมแสดงถึงแนวความคิดและความเปลี่ยนแปลงของสังคม

หนังสือหรือบทความที่กล่าวถึงเรื่อง Purikura นี้ยังไม่มีปรากฏอาจเป็นเพราะกระแสความนิยมในเรื่องนี้มิได้ก่อให้เกิดผลดีหรือผลเสียถึงขนาดที่จะหยิบยกขึ้นมาพูดกัน แต่ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนี้สามารถค้นคว้าได้จากข้อมูลทาง Internet ใน Web Site ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับวัยรุ่นญี่ปุ่น

Purikura คืออะไร

“Purikura” มาจากคำว่า “Print Club” ในภาษาอังกฤษ หรือที่คนไทยเรียกกันทั่วไปว่า “ตู้สติ๊กเกอร์” หรือจากชื่อที่ติดไว้ว่า “Magic Sticker” (ตู้สติ๊กเกอร์มหัศจรรย์) เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในช่วงปลาย ค.ศ. 1995 โดยบริษัท “Sega” เป็นบริษัทผลิตตู้สติ๊กเกอร์รูปภาพลักษณะการทำงานของเครื่องจะเหมือนเครื่องถ่ายภาพติดบัตร 3 นาที คือ ผู้ที่ต้องการจะถ่ายสติ๊กเกอร์จะเลือกกรอบ หรือเลือกลายสติ๊กเกอร์ที่ต้องการจากนั้นก็เข้าไปยืนหน้าจอเพื่อโฟลด์ทำถ่ายรูป รูปสติ๊กเกอร์ที่ออกมาจะมีทั้งหมด 16 ภาพ โดยเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการถ่ายหนึ่งครั้งคือ 300 เยน (100 เยน = 35-40 บาท ขึ้นกับอัตราแลกเปลี่ยน)

ในระยะแรกนั้น การถ่ายภาพจะเป็นกรอบลายเดียวกันทั้งเหมือนกัน 16 ภาพ จากนั้นก็มีการพัฒนาไปเรื่อย ๆ จนสามารถเลือกกรอบ เลือกลาย และสามารถใส่ชื่อหรือข้อความต่าง ๆ ได้ตาม

* นักศึกษาปริญญาโทญี่ปุ่นศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

** นักเขียนอิสระ

ความพอใจ การถ่ายรูปสตีกเกอร์นี้ได้รับความนิยมมากเพราะสามารถนำไปทำเลือกขนาดได้ตามความพอใจรวมทั้งสแกนภาพ (Scan) ลงบนจอโทรศัพท์มือถือได้ถ้าไม่ชอบลบออกได้เช่นกัน

สาเหตุที่ทำให้ “Purikura” เป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่น

1. ผู้สตีกเกอร์ที่ผลิตออกมานี้ตั้งใจที่จะเจาะตลาดผู้หญิงวัยรุ่น ผู้หญิงชอบของสวยงาม ส่วนผู้ชายจะถ่ายรูป เพื่อความงามทางศิลปะ หรือเพราะเพื่อนผู้หญิงจะตั้งให้เข้ามาถ่ายด้วยความนิยมสตีกเกอร์เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการรวมกลุ่มของวัยรุ่นหญิง
2. สามารถเก็บความทรงจำด้วยภาพถ่ายสตีกเกอร์ในวันสำคัญ เช่น งานวันเกิด วันขึ้นปีใหม่ วันวาเลนไทน์ ฯลฯ การถ่ายรูปสตีกเกอร์จะสะดวกมากเพราะ โดยไม่ต้องพกเอากล้องถ่ายรูปไปตามที่ต่าง ๆ ตลอดเวลา แต่ที่สำคัญคือรูปสตีกเกอร์ตอบสนองความต้องการของกลุ่มวัยรุ่นที่ต้องการภาพด่วนและภาพที่ตามสมัยนิยม
3. สะดวกรวดเร็ว ผู้นิยมสามารถพบผู้สตีกเกอร์หยอดเหรียญนี้ตามที่ต่าง ๆ ทั่วไป ถ่ายได้ตามแบบที่ต้องการและเห็นภาพได้ทันทีโดยไม่ต้องเสียเวลาซื้อฟิล์มอัดรูป ล้างรูป (ซึ่งค่าใช้จ่ายก็ไม่ได้ต่างกันเท่าไรนัก) ขนาดของภาพเป็นขนาดเล็ก สามารถติดไว้ตามสิ่งของต่าง ๆ ได้ พกพาสะดวก สามารถเก็บสะสมไว้แลกเปลี่ยนกันกับเพื่อนตามต้องการ เป็นต้น
4. ตาม “แฟชั่น” สตีกเกอร์มีความแปลกใหม่สวยงามเข้ากับความเป็นสมัยนิยมในปัจจุบัน เมื่อพูดถึงการถ่ายรูปสตีกเกอร์ คนที่นิยมถ่ายรูปสตีกเกอร์จะนำมาแลกกันดูหรือแลกเปลี่ยนกันเก็บไว้ ใครที่ไม่เคยถ่ายรูปสตีกเกอร์ หรือไม่รู้จักว่าสตีกเกอร์คืออะไร ก็ไม่สามารถจะร่วมวงสนทนาได้ หากไม่มีสตีกเกอร์ที่จะนำมาโชว์กัน คน ๆ นั้นก็จะถูกมองว่าล้าสมัย ดังนั้นจึงจะต้องหาโอกาสไปถ่ายรูปสตีกเกอร์ นอกจากจะเป็นการลองของใหม่แล้วยังเพื่อให้เข้ากับสมัยนิยม แม้เพียงครั้งเดียวก็ยิ่งดี

ความนิยมของ “Purikura”

ผู้สตีกเกอร์นี้จะมีตั้งอยู่ทั่วไปตาม Game Center ซึ่งเป็นแหล่งชุมนุมของกลุ่มวัยรุ่นญี่ปุ่น ในระยะเวลา 2 ปีตั้งแต่เริ่มผลิต บริษัทสามารถผลิตและจำหน่ายผู้สตีกเกอร์นี้ได้มากกว่า 10,000 ตัว

นอกจากนี้ Purikura ยังใช้เป็นสื่อให้คนหันมาสนใจการเมือง การโฆษณาพรรคการเมือง เช่น การถ่ายรูปบนสตีกเกอร์ที่มีรูปนายกรัฐมนตรีญี่ปุ่นก็จะได้รูปที่ถ่ายคู่กับนายกฯ ริวทาโร ฮาชิโมโตะ (Ryutaro Hashimoto) ก็จะเรียกกันว่าริวจัง พูริกูรา (Ryuchan Purikura) การถ่ายรูปสตีกเกอร์เป็นทางนำไปสู่การเข้าสังกัดการแสดง งานโฆษณาต่าง ๆ เหมือนมีแมวมอง

ความนิยมของ Purikura นี้ได้แพร่หลายไปทั่วโลก ดังเช่น สัตว์เลี้ยงของญี่ปุ่นที่เรียกกันว่า “ทามาก็อตจิ” ซึ่งเคยได้รับความนิยมก่อนหน้านี้ เราจะสามารถเห็นตู้ถ่ายสติ๊กเกอร์นี้ได้ทั้งอเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย หรือแม้แต่ประเทศไทยก็พบเห็นอยู่ทั่วไปตามศูนย์การค้าต่าง ๆ

จากความนิยมของ Purikura , ทามาก็อตจิ หรือการ์ตูนญี่ปุ่นอย่างชินจังจอมแก่นนี้แสดงให้เห็นถึงการรับไว้ซึ่งวัฒนธรรมจากญี่ปุ่นเข้ามามาก ไม่เฉพาะแต่การรับแฟชั่นหรือเทคโนโลยีต่าง ๆ จากตะวันตกเท่านั้น ในปัจจุบันประเทศญี่ปุ่นที่เคยถูกมองว่าเป็นนักลอกเลียนแบบที่ดีที่สุดในโลก สามารถลอกเลียนโดยนำมาปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพกว่าของเดิม ขณะนี้ Purikura เป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่สร้างขึ้นมาจากความคิดของชาวญี่ปุ่นและสามารถทำรายได้ให้กับประเทศอย่างมหาศาล ญี่ปุ่นในปัจจุบันนอกจากจะเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจแล้ว ยังก้าวเข้ามาเป็นผู้นำแฟชั่นด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยผลิตสินค้าที่แปลกใหม่ออกสู่สายตาชาวโลกอย่างไม่ขาดสาย

Purikura กับ กลุ่มวัยรุ่นญี่ปุ่น

วัยรุ่นญี่ปุ่นปัจจุบันนี้จะเพียบพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จนทำให้ขาดความกระตือรือร้น ขาดการพึ่งตัวเอง มีอิสระส่วนตัวมาก และโดยภาพรวมแล้วจะเป็น Stereo Type คือจะทำอะไรที่เหมือน ๆ กันไปหมด โดยจะทำตามกลุ่มเพื่อนและดำเนินชีวิตด้วยความพึงพอใจ จากสภาพของสังคมที่บีบบังคับเพื่อจะหล่อหลอมให้วัยรุ่นญี่ปุ่นออกมาในพิมพ์เดียวกัน จึงทำให้วัยรุ่นเกิดความกดดันจากสังคม เนื่องจากครอบครัวไม่ค่อยจะมีเวลาให้มีแต่วัตถุเงินทอง ในระดับโรงเรียนก็ถูกกดดันจากครูและเพื่อนทำให้ต้องมีการแข่งขันกันสูง ในระดับสังคมจะมีกรอบกำหนดเส้นทางให้วัยรุ่นเหล่านั้นเดินตามรูปแบบที่วางไว้เพื่อให้เข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ความคาดหวังของผู้ใหญ่และสังคมเป็นแรงกดดันทำให้วัยรุ่นคิดหาทางออกด้วยการหากกลุ่มเพื่อเที่ยว กลุ่มเพื่อนจึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดและการกระทำของวัยรุ่นญี่ปุ่น

การเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นของ Purikura

ความเจริญทางเศรษฐกิจส่งผลต่อฐานะทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่นชนชั้นกลาง และส่งผลให้กลุ่มวัยรุ่นมีกำลังจับจ่ายใช้สอยที่สูงขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากพ่อแม่แสดงความรักลูกด้วยการให้สิ่งของหรือเงินลูก จึงสามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการเพื่อทดแทนเวลาที่พ่อแม่ไม่ค่อยจะมีให้ลูก ประกอบกับพฤติกรรมของวัยรุ่นญี่ปุ่นที่ต้องการจะหลีกเลี่ยงชีวิตที่เข้มงวดจากโรงเรียนและจากการเรียนกวดวิชาโดยจะทำงานพิเศษเพื่อให้มีรายได้ไปจับจ่ายใช้สอยได้มากขึ้น เพื่อหาความสนุกสนานและผ่อนคลาย จึงปรากฏเป็นกลุ่มต่าง ๆ ขึ้น เพื่อจะมีอิทธิพลมากที่สุดภายในวัยนี้ วัยรุ่นญี่ปุ่นนั้นจะไม่คำนึงถึงราคา ขอเพียงให้ดูทันสมัยอย่างเดียว จึงทำให้ Purikura เข้าสู่ตลาดวัยรุ่นอย่างรวดเร็ว อีกทั้งพฤติกรรมของวัยรุ่น

ส่วนใหญ่นั้นจะอยากรู้ อยากเห็น ชอบทดลองของใหม่ ๆ โดยใช้อารมณ์ ความรู้สึกมาเป็นตัวตัดสินใจไม่ว่าสิ่งของนั้นจะมีราคาแพงสักเท่าไร แต่ถ้าหากพอใจแล้วก็จะยอมควักกระเป๋าจ่ายอย่างง่ายดาย ความเป็นวัยรุ่นในยุคคอมพิวเตอร์นี้ สิ่งของหรือแฟชั่นใหม่ ๆ ที่เข้ากับยุคสมัย คือใช้เทคโนโลยีที่ล้ำหน้าแล้วยิ่งก่อให้เกิดความนิยมอย่างมาก Purikura จึงสามารถครองตลาดวัยรุ่นญี่ปุ่น และวัยรุ่นทั่วโลกได้ด้วยระยะเวลาอันรวดเร็ว

Purikura กับ สังคมญี่ปุ่น

สังคมญี่ปุ่นเป็นสังคมหนึ่งที่น่าจับตามอง เนื่องจากมีความเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ อย่างรวดเร็วจากประเทศเล็ก ๆ ที่รับอารยธรรมจากชาติอื่น แม้ว่าจะต้องบอบช้ำกับสภาพสังคมภายหลังจากความพ่ายแพ้ในสงครามโลกครั้งที่ 2 แต่นั่นกลับเป็นบทเรียนที่ทรงคุณค่าซึ่งส่งผลให้ญี่ปุ่นหันกลับมาพัฒนาตัวเองจนเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน และกลายเป็นปัจจัยที่เกื้อหนุนให้ญี่ปุ่นมีความก้าวหน้าขึ้น นอกจากทรัพยากรมนุษย์ วัฒนธรรมองค์กรที่ดี โครงสร้างของสังคมญี่ปุ่นก็มีส่วนสำคัญในการกำหนดความก้าวหน้าของญี่ปุ่นในปัจจุบัน ซึ่งในที่นี้จะแบ่งลักษณะของสังคมญี่ปุ่นเป็น 5 ลักษณะคือ

1. สังคมญี่ปุ่นเป็นสังคมที่มีความเป็นกลุ่ม คนญี่ปุ่นได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้สึกร่วมต่อสังคม การแสดงออกซึ่งความคิดอิสระของผู้ใดก็จะต้องได้รับการยินยอมจากส่วนรวมก่อน ระบบสังคมญี่ปุ่นเป็นระบบที่ส่งเสริมการทำงานกันเป็นกลุ่ม ความสามัคคี ความร่วมมือกันภายในกลุ่มจึงเป็นสิ่งสำคัญ คนญี่ปุ่นจะมีความรู้สึกของความเป็นสมาชิกในกลุ่มที่ตนเองสังกัดนั้นสูงมาก และจะให้ความสำคัญกับหน่วยงานหรือกลุ่มที่บุคคลสังกัดมากกว่าจะสนใจตำแหน่งหน้าที่การงาน หรือความสามารถส่วนตัว คนญี่ปุ่นถ้าต้องอยู่ตามลำพังเพียงคนเดียวก็จะรู้สึกโดดเดี่ยว อ้างว้าง ขาดแรงในการกระทำกิจการต่าง ๆ แต่เมื่อมารวมกันเป็นกลุ่มทุกคนในกลุ่มจะรู้สึกว่าจะเกิดพลังขึ้นมาทันที ถ้าจะเปรียบไปแล้วคล้าย ๆ กับสังคมมดแดง สังคมปลวก หรือสังคมผึ้ง ซึ่งสมาชิกไม่สามารถจะอยู่โดยเดียวได้ จำเป็นต้องอยู่รวมกันเป็นรัง มีนางพญาเป็นศูนย์กลางและแบ่งหน้าที่การงานกัน¹ ดังนั้นปัจเจกบุคคลจึงเสมือนเป็นกลไกเล็ก ๆ และสามารถจะทำงานได้โดยอาศัยเครื่องจักร

2. สังคมญี่ปุ่นเป็นสังคมในแนวตั้ง สังคมญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับกลุ่ม ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันของสมาชิกโดยจะรู้สึกเหมือนหนึ่งเป็นครอบครัวเดียวกัน ดังนั้นการทำงานภายในบริษัทก็จะมีแบ่งงานกันทำเหมือนกับครอบครัวภายในบ้านมีสายการบังคับบัญชา ทุกคนจะมีโอกาสแสดง

¹ ทวีวัฒน์ บุญทวีวัฒน์. ไทย-ญี่ปุ่นศึกษา. ต.ค. - ธ.ค. 30 หน้า 22

ความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกัน ในการเลื่อนขั้นนั้นจะถือหลักอาวุโสเป็นพื้นฐานสำคัญ เช่นเดียวกับการที่คนญี่ปุ่นมีความกตัญญูต่อบิดามารดา และผู้มีพระคุณ

3. สังคมญี่ปุ่นเป็นสังคมที่กระทำตามรูปแบบ สังคมญี่ปุ่นจะกำหนดพฤติกรรมของคนญี่ปุ่น ในทุกระดับครอบครัวในทุกเรื่อง ตั้งแต่แบบแผนการดำเนินชีวิตประจำวัน ระบบการทำงาน หรือรูปแบบของการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น ซึ่งรูปแบบทั้งหมดนี้จะถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจนแน่นอน และคนญี่ปุ่นเองก็ยึดถือรูปแบบมาก ดังนั้นเมื่อสังคมภายนอก หรือคนต่างชาติมองคนญี่ปุ่น หรือประเทศญี่ปุ่นแล้วจะใช้คำว่า "Stereo Type" นั้นหมายถึง คนญี่ปุ่นจะทำอะไรที่เหมือน ๆ กัน ทำตามกันไปหมด จึงดูเหมือนคนญี่ปุ่นจะถูกสังคมแวดล้อมหล่อหลอมให้เป็นพิมพ์เดียวกันหมด ความคิดหรือการกระทำที่แปลกแยกจึงเป็นสิ่งที่ไม่พึงประสงค์เป็นอย่างยิ่ง

4. สังคมญี่ปุ่นเป็นสังคมของพื้นฐานค่านิยม คนญี่ปุ่นเป็นคนที่ทำอะไรจะต้องทำอย่างจริงจัง และดีที่สุด มีความมานะอดทน ขยันหมั่นเพียร และประหยัดมัธยัสถ์ อาจจะด้วยเหตุผลที่ว่าคนญี่ปุ่นต้องประสบภัยธรรมชาติอยู่เสมอ จึงต้องอดทน และด้วยอาชีพการเกษตรที่จะต้องทำงานหนักอยู่ตลอดเวลา ทำให้คนญี่ปุ่นมุ่งมั่นทำงานอย่างเต็มที่และมีการเก็บออมสูง นอกจากนี้ญี่ปุ่นยังเป็นชาติที่มีระเบียบวินัยมีความซื่อสัตย์ จงรักภักดี อันสืบเนื่องมาจากหลักคำสอนทางศาสนา เช่น พุทธศาสนา ลัทธิขงจื้อ ลัทธิชินโต หรือแม้แต่ลัทธิบูชิโด โดยทุกคนจะให้ความสำคัญและมองเห็นคุณค่าของการมีระเบียบวินัย ทุกคนปฏิบัติอย่างเคร่งครัดจนเรียกได้ว่าเป็นลักษณะนิสัยประจำชาติของญี่ปุ่น

5. สังคมญี่ปุ่นเป็นสังคมวัฒนธรรมตะวันตกและการบริโภคนิยม ในโลกยุคปัจจุบันที่มีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี และข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ คนญี่ปุ่นโดยเฉพาะวัยรุ่นก็เป็นวัยที่ทำตามกระแสนิยม คนญี่ปุ่นยอมรับอารยธรรมตะวันตกว่าเป็นอารยธรรมที่สูงกว่า สินค้าที่มียี่ห้อแฟชั่นที่นำสมัยที่มาจากตะวันตกจะได้รับความนิยมอย่างมาก โดยเฉพาะในสังคมเมืองหลวงอย่างโตเกียว การละเล่นพื้นบ้านต่าง ๆ ก็ค่อย ๆ สูญไปบ้าง เกมสื่อบันเทิงต่าง ๆ ได้เข้ามาแทนที่ มีการรวมกลุ่มตามแหล่งบันเทิงต่าง ๆ วัยรุ่นยุคใหม่จะคลั่งไคล้ในวัฒนธรรมอเมริกาในขณะที่ผู้ใหญ่ หรือผู้สูงอายุ จะไม่ค่อยชอบอเมริกันเท่าไรนักจนมีคำกล่าวที่ว่า "ถ้าอเมริกาเดือดร้อนญี่ปุ่นจะดีปึก (หมายถึง ไม่มีความเกี่ยวข้องกัน) แต่ถ้าหากญี่ปุ่นเดือดร้อน อเมริกาก็จะเดือดร้อน"

Purikura สะท้อนให้เห็นถึงสังคมญี่ปุ่น

Purikura เป็นลักษณะแฟชั่นของการถ่ายรูปแบบหนึ่ง เป็นกระแสที่เกิดขึ้นและเลื่องลือความนิยม ในระยะเวลาอันรวดเร็ว สังคมญี่ปุ่นจะไวต่อกระแสเหล่านี้โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น หากมีสินค้าเครื่องใช้หรือแฟชั่นอะไรก็ตามเกิดขึ้นมา วัยรุ่นญี่ปุ่นก็จะทำอะไรตามกันไปหมดเป็นสังคมที่กระทำตามรูปแบบ ไม่ว่าสิ่งนั้นจะดีหรือไม่ดี แต่ถ้าหากทำตามกลุ่มแล้วก็จะรู้สึกมั่นคง ปลอดภัย รู้สึกว่าตนเองยังสามารถ

ที่จะอยู่ในกลุ่มอย่างไม่รู้สึกละแวก โดยจะใช้ Purikura เป็นสื่อกลางในการสนทนา ผู้สนใจอย่างเดียวกันเข้าไปรวมวงสนทนาได้ง่าย แต่ถ้าใครไม่สามารถเข้ากลุ่มได้จะรู้สึกเหมือนสูญเสียความมั่นใจโดดเดี่ยว การถ่ายรูปนี่จะเป็นเหมือนการแสดงละครโดยจะมีฉากหลังคลุมอยู่ เมื่อทุกคนเข้าไปยืนอยู่หน้าจอก็จะใจจดจ่ออยู่ที่หน้าจอสีเหลี่ยม โฟสต์ทำกันอย่างสนุกสนานที่สุด แต่แท้จริงแล้วก็เหมือนเข้าไปในอีกโลกหนึ่ง ความสัมพันธ์หน้าจอหรือภายในตัวนี้เหมือนการแสดงละครไม่มีความสัมพันธ์ที่ถาวรแท้จริง พอแสดงละครเรื่อย ๆ ก็เบื่อที่จะทำในลักษณะนั้น คนญี่ปุ่นก็จะเริ่มไม่พูดถึง Purikura คนอื่น ๆ ก็จะไม่สนใจไปด้วย ความนิยมก็ค่อย ๆ ลดลงไปซึ่งจะเป็นลักษณะของวัยรุ่นญี่ปุ่นที่ชอบตามแฟชั่นจะคลั่งไคล้อย่างมากกับแฟชั่นนั้น ๆ อยู่ช่วงหนึ่งแล้วก็จะเบื่อหน่ายหมดความสนใจไปอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ สังคมญี่ปุ่นเป็นสังคมบริโภคนิยมที่ให้ความสำคัญกับวัตถุ นักวิชาการกล่าวว่าวัยรุ่นญี่ปุ่นกำลังเดินทางไปในทางที่ผิด เพราะไม่มีใครอบรมสั่งสอนมีแต่เงินให้เท่านั้นเมื่อสังคมได้พัฒนาไปธุรกิจต่าง ๆ เจริญก้าวหน้าสังคมก็จะสูญเสียความรัก ความสัมพันธ์อันดีระหว่างมนุษย์ด้วยกัน มีแต่วัตถุที่เป็นสื่อกลางในปัจจุบัน Purikura นี่ก็เป็นสื่อชนิดหนึ่งที่สร้างความสัมพันธ์ให้กับเด็กและวัยรุ่นทำให้ทุกคนอยากจะมีอะไรที่เป็นสื่อกลางที่จะนำคนเข้าไปอยู่ในกลุ่มได้ เพื่อไม่ให้สูญเสียความมั่นใจเมื่ออยู่ในกลุ่มเพื่อน มิฉะนั้นแล้วก็จะไม่เหลือกลุ่มที่สามารถทำให้เขารู้สึกอบอุ่นและพึงพิงได้ เนื่องจากพ่อแม่ไม่มีเวลาให้มากนักก็เลยเกิดเป็นความรู้สึกต้องการความรัก และเอาใจใส่จากกลุ่มอื่นๆ มาทดแทน กลุ่มเพื่อนนี้ก็จะมียุทธวิธีอย่างมากทุกคนจะถือว่าตนเองเป็นชนชั้นกลางมีความสามารถที่จะเสียเงินจำนวนหนึ่งเพื่อที่จะสร้างกลุ่มของตนขึ้นมา หรือเพื่อที่จะสามารถเข้ากับกลุ่มเพื่อนได้ ปัจจุบันที่สังคมของชาวสารได้ก้าวหน้าอย่างมาก วัยรุ่นญี่ปุ่นมักจะหางานพิเศษทำมารวมกับเงินที่ได้จากพ่อแม่เพื่อจะได้มีใช้จ่าย แต่ถ้าจำนวนเงินที่รวมกันแล้วไม่พอใช้ กลุ่มวัยรุ่นก็จะหาหนทางอื่นเพื่อจะได้รับเงินมาใช้จ่ายให้สอดคล้องตามความต้องการไม่ว่าวัยรุ่นจะมีพฤติกรรมเสียหายอย่างไร รัฐบาลก็ยังไม่เห็นเป็นเรื่องเสียหาย

แนวโน้มของ Purikura

ในช่วงปลายปี ค.ศ. 1995 เกิดการผลิต Purikura เป็นครั้งแรก Purikura ได้แพร่หลายไปทั่วโลกและได้รับความนิยมอย่างสูงตลอดมา บริษัทผู้ผลิตสามารถเข้าถึงวัยรุ่นได้ และสามารถพัฒนาสินค้าต่าง ๆ ให้มีความสอดคล้องหรือเกื้อหนุนกับความต้องการของวัยรุ่น เช่น การทำสมุดบันทึกสมุดโทรศัพท์ ที่มีช่องว่างไว้สำหรับติดสติ๊กเกอร์นี้ ตลอดจนการจัดทำสมุดภาพสติ๊กเกอร์ขึ้นมา ทุกคนก็จะแลกเปลี่ยนรูปสติ๊กเกอร์กันคล้ายกับการแลกแสตมป์เพื่อสะสมกัน การถ่ายสติ๊กเกอร์นั้นส่วนใหญ่จะถ่ายไว้เพื่อแจก และแลกเปลี่ยนกัน ดังนั้น ธุรกิจนี้จึงสามารถจะครองตลาดวัยรุ่นได้อีกระยะหนึ่ง แต่ความนิยมก็จะค่อย ๆ ลดน้อยลงตามกาลเวลา วัยรุ่นที่ถ่ายสติ๊กเกอร์กันทุกวันนี้ก็จะเริ่มเป็นผู้ใหญ่และ

จะคิดได้ว่าอะไรควรจ่ายอะไรไม่ควรจ่าย
หรือไม่

ควรจะเสียเงินกับการถ่ายสต็อกเกอร์ไปตามแพชั่นเรื่อยๆ

บทสรุป

วัฒนธรรม แพชั่น และสินค้าญี่ปุ่น ได้แพร่ไปยังภูมิภาคต่าง ๆ แม้แต่ประเทศไทยเองก็รับเอาแพชั่นต่าง ๆ เข้ามาเป็นระยะ ๆ Purikura ได้สะท้อนถึงสังคมญี่ปุ่นที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มซึ่งทำให้แพชั่นต่างๆ ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่ต้องการจะเข้าไปอยู่ในกลุ่มนั้นๆ การทำตามกลุ่มจะเกิดความรู้สึกความมั่นคงไม่แปลกแยก Purikura เป็นกระแสของแพชั่นที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว แสดงให้เห็นถึงลักษณะของวัยรุ่นที่จะทำอะไรตามกันเพราะเมื่อทำตัวเหมือนกลุ่มใหญ่จะรู้สึกมั่นคงทันสมัย และมีหัวข้อที่จะนำมาสนทนากัน ซึ่งบริษัทผู้ผลิตต่างก็ตระหนักถึงความสำคัญในข้อนี้ โดยพยายามปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีความหลากหลายขึ้นจน Purikura ได้กลายเป็นแนวคิดของการทำรูปสต็อกเกอร์โดยใช้คอมพิวเตอร์และสแกนต์ภาพลงบนสิ่งของต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ และสะท้อนความนิยมและกลุ่มวัยรุ่นแล้ว ยังแสดงออกถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในอีกระดับหนึ่งด้วยเช่นกัน

บรรณานุกรม

ชิเอะ นาคาเนะ. สังคมญี่ปุ่น. แปลโดย วิเชียร อติชาตการ, ธีรวุฒิ คุณาเปรมะ
สุรัชย์ หวันแก้ว. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525
ทวีวัฒน์ บุณทริกวิวัฒน์. "สังคมญี่ปุ่น". ไทย – ญี่ปุ่นศึกษา. ต.ค. – ธ.ค. 2530

ข้อมูลอ้างอิง

ข้อมูลจาก Internet Website : www.mic.art.co.jp
: www.Japan_echo.co.jp