

บทบาทของการสื่อสารกับการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนักเต้นบ๊อบอยในประเทศไทย

จิราวรรณ นันทพงศ์
กาญจนา แก้วเทพ

ปานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการสื่อสารเพื่อการรวมกลุ่มภายในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนักเต้นบ๊อบอย และบทบาทของการสื่อสารในการรวมกลุ่ม และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของการสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มนักเต้นบ๊อบอย และการนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มนักเต้นบ๊อบอยในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษา โดยอาศัยการสัมภาษณ์เจาะลึก 30 คน จากพื้นที่ตัวอย่าง 4 พื้นที่ การสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับบ๊อบอย 4 เว็บไซต์ มีขอบเขตตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2552 ถึงเดือนมกราคม 2553

CHULALONGKORN UNIVERSITY

จิราวรรณ นันทพงศ์ (นศ.ม. การสื่อสารมวลชน, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552) กาญจนา แก้วเทพ (Ph.D., University of Paris 7, France, 1984) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งรองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งจากวิทยานิพนธ์เรื่อง “บทบาทของการสื่อสารกับการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนักเต้นบ๊อบอยในประเทศไทย” โดยมีรองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้รับการประเมินผลการสอบวิทยานิพนธ์ในระดับดีมาก ของสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มนักเต้นบีบอยจะเป็นผู้ชาย เพราะเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้พลังกำลังในการเต้น เป็นวัฒนธรรมของเด็กผู้ชายที่ชอบการต่อสู้ แข่งขัน แต่เป็นกลุ่มคนชนชั้นล่างที่ต้องการพื้นที่ในการรวมกลุ่ม แสดงออกความสามารถของตัวเอง สำหรับบทบาทของการสื่อสารในการรวมกลุ่มใช้สื่อ 4 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อสมัยใหม่ สื่อกิจกรรม และสื่อมวลชน และอัตลักษณ์ของกลุ่มนักเต้นบีบอยแสดงออกใน 2 แบบคือ 1) ทางวัจนภาษา ได้แก่ ฉายา 2) อวัจนภาษา ได้แก่ ภาษาท่าทาง/การเต้น และพื้นที่ แต่ที่โดดเด่นคือการต่อสู้ทางอัตลักษณ์คือการต่อสู้เรื่องการเต้นและการต่อสู้ทางพื้นที่ ส่วนการสื่อสารภายในกลุ่มนักเต้นบีบอย และการสื่อสารของกลุ่มนักเต้นบีบอยกับภายนอกใช้สื่อต่างๆ 5 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อสมัยใหม่ สื่อกิจกรรม สื่อวัตถุ และสื่อมวลชน บทบาทของสื่อในการสื่อสารภายในกลุ่มและการสื่อสารกับภายนอก แบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ 1) บทบาททางด้านสารสนเทศ 2) ใน การมีปฏิสัมพันธ์กับสังคม 3) บทบาทในการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ให้แก่กลุ่ม 4) บทบาทด้านความบันเทิง

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าการรวมกลุ่มของกลุ่มนักเต้นบีบอยคือการสร้างพื้นที่ทางพิธีกรรมทางศาสนาในสังคมสมัยโบราณ กิจกรรมการแข่งขันที่ถูกสร้างขึ้นมานี้เป็นการตอบสนองความต้องการการยอมรับและต้องการต่อสู้ต่อรองอำนาจจากสังคมผ่านการเต้นที่เป็นอัตลักษณ์ในตัวเองของกลุ่มนักเต้นบีบอย รวมถึงการต่อสู้พื้นที่เพื่อให้ได้พื้นที่ในการแสดงอัตลักษณ์ภายในกลุ่มและนำเสนอสู่สายตาคนภายนอก

บทนำ

มนุษย์และสัตว์มีความคล้ายคลึงกันที่ใช้การเคลื่อนไหวของร่างกายเพื่อสื่อสารกัน เป็นการสื่อสารด้วยการแสดงท่าทาง ศิลปะในการเต้นรำได้ถูกนำมาใช้ในพิธีกรรมทางศาสนาซึ่งจะรวมการเต้นรำ การดนตรี และการแสดงละครเพื่อถ่ายทอดให้เห็นถึงลักษณะของการดำรงชีวิต ความเป็นอยู่ของมนุษย์ในสมัยก่อนประวัติศาสตร์ได้อย่างดี ต่อมาเริ่มนำการเต้นรำมาใช้ในวิถีชีวิตประจำวัน และนำมาดัดแปลงไปสู่การเต้นรำ

ในชนชั้นสูงของสังคมอย่างการเต้นบัลเลต์ และพัฒนาจังหวะการเต้นเรื้อยมา กลุ่มคนชนชั้นล่างก็สร้างรูปแบบการเต้นขึ้นในหมูชนชั้นล่าง ชนชั้นกรรมาชีพและพวกที่ยากจน คนผิวดำที่เป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยในสังคม จนเกิดการเต้นที่เรียกว่า Tap-Danced หรือระบำย่าเท้า เป็นการต่อสู้ทางด้านความหมายของคนในสังคมชนชั้นล่าง เป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย ไม่ใช่เต้นเพื่อการสื่อสารกับเทพเจ้าแล้ว แต่เป็นการสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนั่นเอง

ฮิปฮอป (Hip Hop) มีความหมายถึง ดนตรีแนวฮิปฮอปที่เป็นที่นิยมสำหรับวัยรุ่นอเมริกาและทั่วโลก จนถูกยกระดับให้เป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง การเต้นบีบอยก็เป็นหนึ่งในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยฮิปฮอปที่ประกอบด้วยกราฟฟิตี ดีเจ เอ็มซี และบีบอย โดยคำว่า B-Boy ตัว B ในคำว่า Bgirl : Bboy นั้นย่อมาจาก Break-Girl : Break-Boy หรือ เบรกแดนซ์” ซึ่งคำหลังได้รับการบัญญัติโดยสื่อมวลชน กลุ่มบุกเบิกวงการนักเต้นบีบอยยุคแรกๆ ในต่างประเทศเริ่มพัฒนาจนสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่าง เป็นวัฒนธรรมทางร่างกาย มีการใช้ร่างกายเคลื่อนไหวด้วยท่าเต้นที่แปลกๆ มีการใช้พลังจากอวัยวะส่วนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นศีรษะ แขน ลำตัวมาเป็นองค์ประกอบของการเต้นอย่างสร้างสรรค์และน่าสนใจ และทำให้นักเต้นที่เป็นที่สนใจและเป็นที่รู้จัก เมื่อมีการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนต่างๆ ทำให้สังคมรู้จักกลุ่มนักเต้นบีบอยมากขึ้น

ส่วนการเต้นบีบอยในช่วงแรกที่เข้ามาในประเทศไทย ยังไม่ได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายนักในกลุ่มของนักร่อนนักดนตรีในเมืองไทย หากแต่มีฐานะเป็นเพียงส่วนประกอบในการเต้นเล็กๆ น้อยๆ ซึ่งปรากฏเป็นครั้งแรกในการเต้นเบรกแดนซ์ประกอบเพลง “สาวบางโพ” ของ ตู๊ ดิเรก จนในที่สุดดนตรีฮิปฮอปที่เป็นกระแสหลักในการกระจายวัฒนธรรมฮิปฮอปในเมืองไทยก็เริ่มแพร่หลายขึ้น แต่สำหรับกลุ่มนักเต้นบีบอยจะรู้จักการเต้นบีบอยจากการนำนักเต้นบีบอยมาร่วมในคอนเสิร์ตของ โจอี้ บอย หรือต๊ึก ชิโร่ ทำให้นักเต้นบีบอยที่เป็นวัฒนธรรมย่อยของวัฒนธรรมฮิปฮอปเริ่มมีการรวมตัวกัน

มากขึ้น และมีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มนักเต้นบีบอย จนปัจจุบันกลุ่มของผู้รักการเต้นบีบอยในเมืองไทยได้ค่อยๆ แพร่กระจายไปอย่างกว้างขวางทั่วประเทศ

การรวมตัวกันของนักเต้นบีบอยในยุคแรกมีลักษณะต้องคอยหลบๆ ซ่อนๆ เนื่องจากไม่มีพื้นที่ในการรวมตัว อีกทั้งยังถูกมองว่าเป็นแก๊งวัยรุ่นที่มั่วสุมยาเสพติด แต่ด้วยการต่อสู้ที่ใช้เวลายาวนานพอสมควรทำให้กลุ่มนักเต้นบีบอยใช้สื่อต่างๆ ในการสร้างอัตลักษณ์ของตัวเอง แล้วนำเสนออัตลักษณ์ให้คนภายนอกได้รับรู้และเข้าใจตัวตนของกลุ่มนักเต้นบีบอยได้มากขึ้น ในการศึกษาเรื่องบทบาทของการสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์และนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนักเต้นบีบอยในครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาว่า กลุ่มนักเต้นบีบอยสร้างอัตลักษณ์ภายในกลุ่มอย่างไร มีการรวมกลุ่มในลักษณะใด กิจกรรมที่ทำร่วมกันภายในกลุ่ม และบทบาทการสื่อสารของกลุ่มนักเต้นบีบอยกับภายนอกนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มนักเต้นบีบอยในประเทศไทยให้คนภายนอกรับรู้ได้อย่างไร ใช้ช่องทางการสื่อสารทางใดบ้าง การต่อสู้ทางด้านอัตลักษณ์ของกลุ่มนักเต้นบีบอยเป็นการต่อสู้แบบไหน จนทุกวันนี้การเต้นบีบอยเริ่มได้รับการยอมรับ เป็นที่รู้จัก และได้รับการสนับสนุนจากคนทั่วไปในสังคม

ปัญหาการวิจัย

1. การสื่อสารเพื่อการรวมตัวกันภายในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนักเต้นบีบอยในประเทศไทยเป็นอย่างไร
2. บทบาทของการสื่อสารในการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนักเต้นบีบอยในประเทศไทยเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารเพื่อการรวมตัวกันภายในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนักเต้นบีบอยในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์บทบาทของการสื่อสารในการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนักเต้นบีบอยในประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

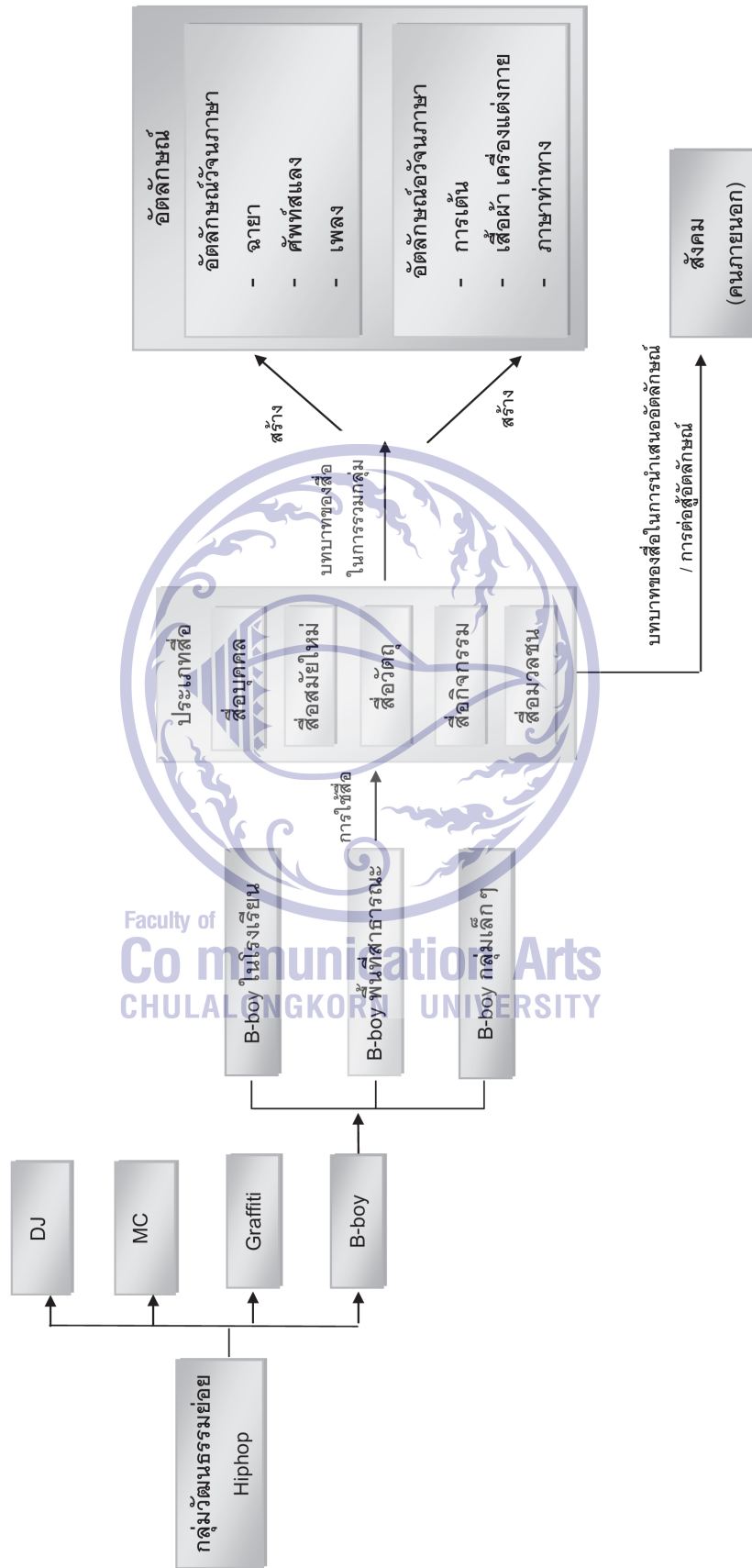
ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยผู้วิจัยทำเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนักเต้นบีบอยจำนวน 30 คน จาก 4 พื้นที่ ได้แก่ ป้อมพระสุเมรุ สะพานรถไฟฟ้ามหานครองแพชั่นไอส์แลนด์ และฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) จากสื่อกิจกรรมได้แก่ M Sport ชิงแชมป์ประเทศไทย Hip Hop & B-Boy Dancercise Contest 2553, Seacon Street Challenge Thailand Championship 2009, The Square Cover & B-Boy Contest การสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Conversation) และการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและเว็บไซต์ต่างๆ (Documentary Data)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าจากข้อมูลคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มนักเต้นบีบอยบนพื้นที่สาธารณะและกลุ่มนักเต้นบีบอยบนพื้นที่โลกเสมือนจริง ทำให้เห็นความเหมือนและแตกต่างของกลุ่มนักเต้นบีบอย 2 กลุ่ม กล่าวคือ

1. อายุ กลุ่มนักเต้นบีบอยบนพื้นที่สาธารณะจะมีกลุ่มอายุน้อยกว่ากลุ่มที่สอง เพราะกลุ่มนักเต้นบีบอยบนพื้นที่โลกเสมือนจริงไม่จำเป็นต้องเต้นบีบอยทุกคน
2. เพศ กลุ่มนักเต้นบีบอยบนพื้นที่สาธารณะและพื้นที่บนโลกเสมือนจริงจะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง นักเต้นบีบอยบนพื้นที่โลกเสมือนจริงมีสัดส่วนของจำนวนบีเกิร์ลมากกว่าบนพื้นที่สาธารณะ เพราะสามารถเล่นที่บ้านโดยไม่ต้องเดินทาง
3. อาชีพ กลุ่มนักเต้นบีบอยทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ก็จะอยู่ในวัยที่กำลังศึกษาอยู่ ยังไม่มีรายได้เลี้ยงตัวเอง แต่ก็ใช้เวลาว่างประกวดเต้นบีบอยในการหารายได้
4. ระดับการศึกษา กลุ่มนักเต้นบีบอยบนพื้นที่สาธารณะและกลุ่มนักเต้นบีบอยบนพื้นที่โลกเสมือนจริงส่วนใหญ่จะอยู่ในวัยกำลังศึกษาอยู่ ทั้งในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา จนถึงระดับอุดมศึกษา

แผนภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ (Conceptual Framework)



5. สถานภาพทางเศรษฐกิจ กลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยทั้งสองกลุ่มไม่ค่อยมีความแตกต่างเรื่องสถานภาพทางเศรษฐกิจที่อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ

6. ภูมิลาเนา กลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยบนพื้นที่สาธารณะจะมีภูมิลาเนาในละแวกใกล้เคียงกับบริเวณที่ใช้เป็นสถานที่ฝึกซ้อมเต้นบิ๊บบอย แต่กลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยบนพื้นที่โลกเสมือนจริงจะมีภูมิลาเนาอยู่ทั่วประเทศก็สามารถพูดคุยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต hi5 เว็บบอร์ด โปรแกรมแชต msn โดยไม่จำเป็นต้องมีภูมิลาเนาใกล้เคียงกันก็ได้

บทบาทของการสื่อสารในการรวมกลุ่มและอัตลักษณ์ของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยในประเทศไทย

การรวมกลุ่มของการเต้นบิ๊บบอยในต่างประเทศ

การรวมตัวกันของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยในต่างประเทศเริ่มจากการรวมตัวกันของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยที่รักการเต้นเหมือนกัน สื่อบุคคลมีบทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจให้มาเต้นบิ๊บบอยด้วยกัน เป็นการต่อสู้ทางชนชั้น เพราะกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยในต่างประเทศมีต้นกำเนิดมาจากชนชั้นล่างในสังคม ต้องการสร้างอัตลักษณ์ของตัวเองเพื่อมีอำนาจในการต่อรองต่อสังคม

การใช้แนวคิดเรื่อง ‘กลุ่มวัฒนธรรมย่อย’ วิเคราะห์กลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยในประเทศไทย

การรวมตัวกันของบิ๊บบอยในต่างประเทศและในประเทศไทยจะมีการต่อสู้ทางชนชั้น แต่การรวมตัวกันของบิ๊บบอยในประเทศไทยไม่ได้มีการต่อสู้ทางด้านชนชั้นมากเท่าต่างประเทศ แต่เนื่องจากแหล่งต้นกำเนิดของการเต้นบิ๊บบอยมาจากชนชั้นล่างของสังคมจึงทำให้ถูกมองในแง่ลบ การต่อสู้ที่เหมือนกันของนักเต้นบิ๊บบอยในต่างประเทศและบิ๊บบอยในประเทศไทยคือการต่อสู้เพื่อต่อรองของพื้นที่ทางอัตลักษณ์ในการสร้างพื้นที่สาธารณะของตัวเอง

การสื่อสารที่เป็นแรงจูงใจในการเข้ามาเต้นบิ๊บบอยได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อมวลชน สื่อบุคคล โดยมีระยะเวลาในการเต้นบิ๊บบอยเริ่มมีมาตั้งแต่ประมาณปี ค.ศ. 1989 เมื่อ 20 กว่าปีก่อน แต่ยุคที่ทำให้การเต้นบิ๊บบอยเป็นที่รู้จักมีการไหลบ่าของกระแสการเต้นบิ๊บบอยจะเป็นช่วง 10 กว่าปี

ที่ผ่านมา ประมาณปี ค.ศ. 1999 เพราะการได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมหลักฮิปฮอป นักดนตรีฮิปฮอปดนตรีสไต์ฮิปฮอปได้รับความนิยมอย่างมาก และการเต้นบิ๊บบอยก็เป็นองค์ประกอบหนึ่ง เป็นวัฒนธรรมย่อยของวัฒนธรรมใหญ่ฮิปฮอปก็เป็นที่สนใจ ขนาดของกลุ่มจะมีทั้งการรวมตัวกันเป็นกลุ่มขนาดเล็ก มีสมาชิกประมาณ 3-5 คน กลุ่มขนาดกลางมีสมาชิกประมาณ 6-15 คน เป็นการรวมทีมเพื่อซ้อมหรือเข้าแข่งขัน และการรวมตัวกันเป็นกลุ่มขนาดใหญ่บนพื้นที่สาธารณะที่มีสมาชิกประมาณ 20-30 คนขึ้นไป จนเกิดการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอย โดยอาศัยบทบาทของการสื่อสารในการรวมกลุ่มทำหน้าที่สำคัญในการรวมตัวกันของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยเพื่อให้ขยายเครือข่ายกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยออกไปเรื่อยๆ

ทัศนคติเกี่ยวกับการเต้นบิ๊บบอย

ทัศนคติของนักเต้นบิ๊บบอยก่อนมาเต้นบิ๊บบอย มี 2 ลักษณะคือ ก่อนมาเต้นบิ๊บบอยจะรู้จักการเต้นบิ๊บบอยมาก่อนแล้ว และอยากเต้นบิ๊บบอยให้ได้ รู้สึกว่าเป็นการเต้นที่เท น่าสนใจ มีทัศนคติที่เป็นบวก กับอีกมุมมองคือ ไม่เคยรู้จัก ไม่สนใจการเต้นบิ๊บบอยมาก่อน มีทัศนคติเป็นกลาง มองว่าเป็นการเต้นที่แปลก เป็นความท้าทายของลูกผู้ชาย

ส่วนทัศนคติของนักเต้นบิ๊บบอยหลังมาเต้นบิ๊บบอยเมื่อนักเต้นบิ๊บบอยได้มาเต้นบิ๊บบอยแล้ว จะมีความรู้สึกภาคภูมิใจกับการเต้นบิ๊บบอย กลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยมีทัศนคติที่ดี ไม่ได้มองว่าการเต้นบิ๊บบอยเป็นแค่การเต้น แต่เป็นเหมือนวัฒนธรรมที่ต้องสืบทอด เป็นไลฟ์สไตล์ในชีวิตประจำวันเหมือนชีวิตและจิตวิญญาณ เป็นการอยู่รวมกันแบบครอบครัวที่ยังคงรักษาวัฒนธรรมไทยเข้ามาในการรักษาความสัมพันธ์ของกลุ่ม มีการเคารพรุ่นพี่รุ่นน้องอยู่กันเหมือนครอบครัว

เป้าหมายในการเต้น

ในการเต้นบิ๊บบอยนอกจากเต้นเพื่อความสนุก หรือความท้าทายแล้ว ยังมีอีกสิ่งหนึ่งที่แสดงถึงความสำเร็จของลูกผู้ชาย คือการมีเป้าหมายในการเต้นที่จะกลายเป็นแรงผลักดันให้นักเต้นบิ๊บบอยก้าวไปสู่จุดหมายนั้น

บทบาทของการสื่อสารในการรวมกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยในประเทศไทย มีอยู่ 6 ด้าน คือ บทบาทในการทำให้สมาชิกใหม่ได้รู้จักกลุ่ม บทบาทในการสร้างความสนใจให้กลุ่ม บทบาทในการสร้าง group like บทบาทที่เป็นสื่อการสอนในการรวมกลุ่มจากรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง บทบาทในการช่วยให้สมาชิกในกลุ่มติดตามกิจกรรมข่าวสาร บทบาทในการใช้เป็นพื้นที่ให้สมาชิกในกลุ่มได้แสดงท่าใหม่ๆ ที่สร้างสรรค์

อัตลักษณ์ของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอย เกิดมาจากกระบวนการตัดปะ (cut-and-mix process) ซึ่งหมายความว่านำเอาสิ่งที่มีอยู่มาทำใหม่ ทั้งนี้เพื่อประกอบสร้าง (construction) การรื้อสร้าง (deconstruction) และการสร้างใหม่ (reconstruction) ความหมายของสิ่งนั้น

1. อัตลักษณ์ของนักเต้นบิ๊บบอยทางวัฒนธรรม

- ภาษาพูด ด้วยศัพท์สแลงแต่ไม่ค่อยนิยมใช้
- ฉายา เป็นการแสดงตัวตนว่าเราเป็นใคร เพราะนักเต้นอาจมีชื่อซ้ำกัน ก็เลยตั้งเป็นฉายา เป็นวัฒนธรรมของเด็กผู้ชาย
- เพลง ไม่ค่อยมีเพลงใหม่ๆ ใช้เพลงเก่าๆ ในยุคแรกๆ แต่มีจังหวะที่ใช้คือเพลงฟังก์ โซล เบรกบีทในการเต้น

2. อัตลักษณ์ของนักเต้นบิ๊บบอยทางอวัจนภาษา

- เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายอัตลักษณ์นักเต้นบิ๊บบอยในประเทศไทยในเรื่องเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจะไม่ให้ความสำคัญมาก ไม่เห็นเด่นชัดเหมือนวัฒนธรรมใหญ่ อีปฮอป การแต่งกายของนักเต้นบิ๊บบอยมีลักษณะที่ฟรี้สไตล์มากขึ้นซึ่งอาจจะเป็นเพราะข้อจำกัดด้านเศรษฐกิจ จึงเห็นนักเต้นบิ๊บบอยแต่งกายด้วยเสื้อยืดพอดี้ตัว หรือเป็นเสื้อทีมที่ใช้ในเวลาแข่งขัน กางเกงจะเป็นขาล้นหรือขายาวที่พอดี้ตัว หรือกางเกงขาเดฟก็ได้ หมวกที่เป็นโพนัมทั้งใบ หมวกไหมพรม รองเท้าคอนเวิร์ส รองเท้าผ้าใบ นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์เสริมในการใช้ประกอบ การเต้นคือ หมวกกันน็อกที่ใช้ในการเต้นท่าเพาเวอร์มูฟ เพื่อป้องกันการกระแทกศีรษะในการเต้นหมุนหัวกับพื้น

- ภาษาท่าทาง/การเต้น

ภาษาท่าทาง การใช้ท่าทางการเคลื่อนไหวเพื่อสื่อสาร เป็นภาษาท่าทางที่ใช้สื่อความหมายแทนภาษาพูด เพราะกฎข้อหนึ่งที่สำคัญของนักเต้นบิ๊บบอยบนเวทีการแข่งขันคือ ห้ามโดนตัวนักเต้นคนอื่นๆ การใช้ภาษาพูดเพื่อยั่วยุ และการใช้ภาษาท่าทางจึงเป็นการสื่อสารบนเวที ภาษาท่าทางเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอย นักเต้นบิ๊บบอยจะเข้าใจเฉพาะในกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยกันเอง เป็นการแสดงความเป็น “พวกเรา” ไม่ใช่ “พวกเขา”

การเต้น การเต้นนับเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นที่สุดของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยที่ใช้ต่อรอง ต่อสู้กับอำนาจทางสังคม เป็นการประกอบสร้าง (construct) การเต้นจากแรงบันดาลใจหลายๆ รูปแบบ แล้วทำการรื้อสร้าง (deconstruct) ความหมายของการเต้นแบบเดิมๆ ที่ผู้ใหญ่เห็นกัน อย่างการเต้นลีลาศ จึงได้ทำการสร้างท่าเต้นใหม่ๆ (reconstruct) ของการเต้นบิ๊บบอยขึ้นมาเป็นอัตลักษณ์ของตัวเอง ทำให้อัตลักษณ์การเต้นของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยโดดเด่นและแตกต่าง ไม่สามารถทำตามได้ง่ายๆ

การต่อสู้ของอัตลักษณ์ทางพื้นที่และเวลาในกิจกรรม

การต่อสู้ทางพื้นที่ในการข่มขืนก่อนข้างยาก ต้องคอยหลบๆ ซ่อนๆ เพราะจะโดนไล่ที่อยู่เสมอ ต้องหาพื้นที่ที่สว่างมองเห็นได้ชัดในการเต้น การต่อสู้ของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากโครงการ to be number one ในปี ค.ศ. 2002 ทำให้การยื่นเรื่องขออนุญาตใช้พื้นที่บริเวณสะพานสะพานรถไฟฟ้ามานูญครองได้รับการอนุญาตจนนักเต้นบิ๊บบอยได้มีพื้นที่ในการฝึกซ้อมเต้น และพื้นที่บริเวณสะพานรถไฟฟ้ามานูญครองก็เป็นศูนย์กลางของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยในการใช้ฝึกซ้อมในกรุงเทพฯ จนถึงทุกวันนี้

บทบาทของการสื่อสารในการสร้างและนำเสนอ อัตลักษณ์ของนักเต้นบิ๊บบอยในประเทศไทย

ในส่วนบทบาทของการสื่อสารในการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ของนักเต้นบิ๊บบอยในประเทศไทยนั้น จะสรุปผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ บทบาทของการสื่อสารภายในกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอย และบทบาทของการสื่อสารของนักเต้นบิ๊บบอยกับภายนอก โดยศึกษาผ่านทางช่องทางการสื่อสาร 5 ช่องทาง คือ สื่อบุคคล สื่อสมัยใหม่ สื่อกิจกรรม สื่อวัตถุ และสื่อมวลชน โดยจะดูเนื้อหาในการสื่อสารด้วย

สรุปบทบาทของการสื่อสารในการรวมกลุ่ม บทบาทของการสื่อสารภายในกลุ่ม บทบาทของการสื่อสารกับภายนอกในการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอย จะเห็นได้ว่าบทบาทของการสื่อสารในการต่อสู้ ต่อรองอำนาจ และการรื้อสร้างความหมายใหม่ให้กับกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอย จากเดิมถูกมองว่าเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่รวมกลุ่มกันเพื่อมั่วสุม เป็นกลุ่มปัญหาของสังคม ก็คือความหมายเก่าออก แล้วสร้างความหมายใหม่นำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอย โดยให้ข้อมูลว่า กลุ่มบิ๊บบอยเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่รักการเต้นที่มีความคิดสร้างสรรค์ ไม่ยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด ต้องการต่อสู้ต่อรองเพื่อพื้นที่สาธารณะสำหรับกลุ่มตัวเอง สื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือสื่อบุคคล แต่ก็ต้องใช้สื่อหลายๆ สื่อในการสร้างพลังอำนาจในการต่อรองกับสังคม เราสามารถจัดประเภทของบทบาทของการสื่อสารในการรวมกลุ่ม การสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยได้ 4 ประเภท คือ 1) บทบาททางด้านสารสนเทศ 2) บทบาททางด้านการสร้างอัตลักษณ์ให้แก่กลุ่มหรือบุคคล 3) บทบาทในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม 4) บทบาทด้านความบันเทิง

การอภิปรายผล

1. การรวมกลุ่มของนักเต้นบิ๊บบอย

การรวมกลุ่มของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยจะแตกต่างจากการรวมกลุ่มของแฟนคลับ แม้จะเป็นการรวมกลุ่มที่มีความชื่นชอบในสิ่งเดียวกัน แต่แฟนคลับประเภทอื่นยังคงเป็นกลุ่มคนที่ชื่นชอบโดยมีจุดศูนย์กลางอยู่ที่ศิลปิน

แต่กลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยจะเป็นผู้ที่ลงมือกระทำเอง (Actor) แม้ว่า การเต้นจะเป็นจุดศูนย์กลางของการรวมกลุ่ม แต่นักเต้นบิ๊บบอยต้องเป็นผู้เต้นเอง การมีไอดอลเป็นแรงบันดาลใจเพื่อนำมาพัฒนาการเต้นของตัวเองให้ดีขึ้น ต่างจากแฟนคลับที่เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบ คอยติดตามผลงานของศิลปิน แม้ว่าจากงานวิจัยของสุริย์รัตน์ โกสุมศุภมาลา (2550) ที่ศึกษาเรื่อง “บทบาทของการสื่อสารต่อการธำรงรักษาเครือข่ายแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อก” จะพบว่าแฟนคลับเป็นผู้รับสารที่มีลักษณะเป็นผู้กระทำ (active Audience) ก็ตาม ซึ่งขัดแย้งกับมุมมองของสำนักคิดแฟรงค์เฟิร์ต ที่มองว่าแฟนคลับเป็นผู้ถูกกระทำ (passive audience) แต่กลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยจะทำหน้าที่ถึงระดับเป็นผู้ส่งสาร (active Sender) ไม่ได้แค่ชื่นชอบเพียงอย่างเดียว แต่กล่าวคือเป็นคนตนเอง คิดสร้างสรรค์ทำเต้นให้เป็นสไตล์ของตัวเอง เป็นการรวมกลุ่มของคนที่มีลักษณะเหมือนกัน และก็เป็นผู้รับสารได้ด้วย เพื่อหาข้อมูลการเต้นบิ๊บบอยจากนักเต้นบิ๊บบอยคนอื่นทั้งในประเทศ และต่างประเทศ แต่สุดท้ายก็ยังคงกลับมาตัดแปลงความรู้ ทำเต้นที่เป็นแรงบันดาลใจให้กลายเป็นท่าเต้นที่เป็นอัตลักษณ์ของตัวเองในที่สุด

จากคำว่า “กลุ่ม” ที่มีผู้ให้ความหมายในทางจิตวิทยาสังคมถือว่ากลุ่มไม่ใช่คนมารวมกันเฉยๆ แต่มีความหมายลึกซึ้งกว่านั้น เป็นการรวมตัวกันของบุคคลซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน มีความสนใจร่วมกัน ด้วยเหตุผลเพราะความชอบส่วนตัวความพอใจในจุดมุ่งหมายของกลุ่ม พยายามกิจกรรมของกลุ่ม นั้นเป็นเหตุผลในการรวมกลุ่มกันของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยที่รักการเต้นเหมือนกัน มีการปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่ม ชอบกิจกรรมการแข่งขันและการฝึกซ้อมเต้นด้วยกัน มีจุดมุ่งหมายในการเต้นบิ๊บบอยให้เก่งเพื่อไปแข่งในเวทีการแข่งขันระดับประเทศและระดับโลก

เมื่อเกิดการรวมตัวกันเป็นกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยก็มีการสร้างเครือข่ายของกลุ่มขยายออกไป ในงานวิจัยของสุริย์รัตน์ โกสุมศุภมาลา (2550) ได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่องการเครือข่ายการสื่อสารของ Everett M. Rogers และ D. Lawrence Kincaid ว่าเครือข่ายมีหลายระดับ

ตั้งแต่เชื่อมโยงระหว่างกลุ่มบุคคลกับบุคคล การเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มบุคคลกับกลุ่มบุคคล หรือแม้กระทั่งการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายกับเครือข่าย ซึ่งเครือข่ายของกลุ่มนักเต้นบีบอยจะเป็นลักษณะการติดต่อเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันในระดับกลุ่มบุคคลกับบุคคล นั่นคือ เมื่อนักเต้นบีบอยคนหนึ่งไปช้อปปิ้งกับเพื่อนต่างกลุ่มที่ช้อปปิ้งที่หนึ่ง ก็ทำให้ได้รู้จักเพื่อนนักเต้นบีบอยต่างกลุ่ม มีการสื่อสารระหว่างกันจนรู้จักกันที่สุดในที่สุด และมีการแนะนำเพื่อนคนอื่นๆ ให้มาเต้นด้วย หรือการสื่อสารเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มบุคคลกับกลุ่มบุคคลของกลุ่มนักเต้นบีบอย ในกรณีที่กลุ่มนักเต้นบีบอยกลุ่มหนึ่งจัดงานแข่งขันแบทเทิลแล้วเชิญกลุ่มนักเต้นกลุ่มอื่นๆ มาร่วมสนุกในการแข่งขัน สื่อกิจกรรมดังกล่าวก็ทำให้มีการสื่อสารรู้จักกัน และมีการติดต่อปฏิสัมพันธ์กลายเป็นเครือข่ายของกลุ่มนักเต้นบีบอยจนทุกคนในเครือข่ายรู้จักต่อๆ กันไปเรื่อยๆ การไหลของการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงกลายเป็นรูปแบบที่เรียกว่าเครือข่ายกลุ่มนักเต้นบีบอย

นักเต้นบีบอยเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มวัฒนธรรมหลักฮิปฮอป จากแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อย (subculture) จำเป็นต้องมีข้อตกลงพื้นฐานร่วมกันประการหนึ่งคือ ในสังคมหนึ่งๆ ไม่ได้ประกอบด้วย “วัฒนธรรมเพียงวัฒนธรรมเดียว” (Culture-C ตัวใหญ่) หากประกอบด้วยวัฒนธรรมที่มากกว่าหนึ่งวัฒนธรรมขึ้นไป (Cultures - มี c ตัวเล็กหลายตัว) กลุ่มนักเต้นบีบอย เป็นกลุ่มย่อยๆ ของวัฒนธรรมหลักอย่างวัฒนธรรมฮิปฮอปที่จะประกอบไปด้วย กราฟฟิตี ดีเจ บีบอย เอ็มซี และความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับวัฒนธรรมหลัก (Dominant culture) นั้นเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมหลักฮิปฮอปกับวัฒนธรรมย่อยการนักเต้นบีบอยคือ การรับวัฒนธรรมหลักฮิปฮอปมาทางด้านใช้เพลงฮิปฮอปในการเต้น และการเต้นบีบอยเป็นการสื่อสารที่วัยรุ่นใช้กระบวนการตัดปะ (cut-and-mix process) ดังที่กล่าวมาข้างต้น อันจะนำไปสู่การสร้างควาหมายเฉพาะของกลุ่มตนเอง อย่างการเต้นรำลีลาที่เป็นการเล่นรำของผู้ใหญ่ กลุ่มนักเต้นบีบอยก็เอารื้อสร้างแล้วนำมาสร้างควาหมายใหม่โดยการผสมผสานกับการเต้นของยิมนาสติก การต่อสู้ของจีนอย่างกังฟู

หรือผสมผสานกับศิลปะอื่นๆ กลายเป็นการเล่นในสไตล์ของนักเต้นบีบอยที่ต้องใช้แรงและพลังกำลังในการเต้น ซึ่งผู้ใหญ่ที่เป็นวัฒนธรรมหลักของสังคมไม่สามารถเต้นบีบอยได้ จึงมองว่าการรวมกลุ่มของกลุ่มวัยรุ่นนักเต้นบีบอยเป็นการมั่วสุม ถูกมองภาพในแง่ลบ นักเต้นบีบอยจึงใช้การต่อสู้ทางพื้นที่เพื่อนำเสนออัตลักษณ์ให้กับตัวเองให้คนภายนอกรับรู้ การรื้อสร้างความหมายของวัยรุ่นที่เป็นปัญหา เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่รักการเต้นที่สร้างสรรค์ การประกวดเต้นเป็นการออกกำลังกายอย่างหนึ่ง หรือการรับวัฒนธรรมหลักฮิปฮอป เรื่องของเสื้อผ้าที่เป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมา แต่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัฒนธรรมฮิปฮอปจะเป็นเสื้อตัวใหญ่หลวมโครง กางเกงตัวใหญ่ ซึ่งไม่เหมาะกับการเต้นที่ต้องมีการเคลื่อนไหวมาก ก็รื้อสร้างปรับเปลี่ยนให้รูปแบบเสื้อผ้าพอดีตัวขึ้นทำให้มีลักษณะการแต่งกายที่เป็นของสไตล์ของตัวเอง

ส่วน แนวคิดอัตลักษณ์ในทัศนะของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองซึ่งมองว่าอัตลักษณ์ไม่ใช่เรื่องธรรมชาติ แต่เป็นการประกอบสร้างขึ้นผ่านโครงสร้างสังคมเป็นตัวกำหนด และผ่านการทำงานของสถาบันต่างๆ ของสังคม เช่น โรงเรียน ครอบครัว ศาสนา รวมทั้งสถาบันสื่อสารมวลชนด้วย และเมื่อความหมายที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมาได้ ความหมายนั้นก็สามารึรื้อสร้างและสร้างใหม่ได้เช่นกัน ซึ่งกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่เป็น c ตัวเล็กในสังคม (cultures) โดยทั่วไปจะมีวัฒนธรรมตัวใหญ่ หรือ C ตัวใหญ่บางตัว (Culture) พยายามจะครอบงำวัฒนธรรมย่อยต่างๆ และวัฒนธรรมย่อยเหล่านั้นก็จะมีกระบวนการดิ้นรนต่อสู้เชิงอำนาจกับวัฒนธรรมหลัก อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยบีบอยจะไม่ปะทะในรูปแบบการต่อสู้แบบเผชิญหน้าแบบตรงๆ แต่จะเป็นการพยายามผนวกรวม (Accommodation) C ตัวใหญ่มาเป็นพวกของตัวเอง และสร้างความชอบธรรมทางวัฒนธรรมให้กับกลุ่มวัฒนธรรมย่อยบีบอยในการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่ม เช่น ขอรับการสนับสนุนโดยร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ อย่าง บริษัทสิงห์คอร์ปอเรชั่น เป็นต้น เพื่อจัดประกวดการเต้นบีบอยในระดับประเทศ (Boty) ทำให้กลายเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ จนกลายเป็นตัวกลางเพื่อให้เป็นเวทีแสดงออกของความสามารถของกลุ่มบีบอย

หรือการร่วมมือกับหน่วยงานของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) หรือโครงการ to be number one เป็นการดึงหน่วยงานต่างๆ มาเพิ่มอำนาจให้กับกลุ่ม และเป็นการขยายพื้นที่ในการแสดงออกของกลุ่มนักเต้นบิ๊บอย เมื่อ C ตัวใหญ่ในสังคมเล็งเห็นความสำคัญในการแก้ไขปัญหาเสพติดกับวัยรุ่น โดยใช้การเต้นบิ๊บอยเป็นกิจกรรมรูปแบบหนึ่ง เพราะถ้าติดยาเสพติดจะไม่มีแรงในการเต้นบิ๊บอยที่ต้องใช้พลังกำลังในการเต้นมาก นักเต้นบิ๊บอยจึงเป็นกลุ่มที่ไม่ยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด และสร้างความชอบธรรมให้กับกลุ่มนักเต้นบิ๊บอย

ส่วนความสัมพันธ์ภายในกลุ่มนักเต้นบิ๊บอยตัวอย่างทั้ง 4 พื้นที่ ได้แก่ ป้อมพระสุเมรุ สะพานรถไฟฟ้ามหานครong แฟชั่นไอส์แลนด์ และฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ที่นับว่าเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยหรือ c ตัวเล็กด้วยกัน ก็เป็นความสัมพันธ์ที่เป็นเครือข่ายกลุ่มเดียวกันที่มารวมตัวกัน เป็นครอบครัวเดียวกัน ครอบครัวที่รักการเต้นบิ๊บอย จะไม่มีการปะทะเพื่อแย่งชิงความโดดเด่นกว่า เป็นการอยู่ร่วมกันแบบถ้อยทีถ้อยอาศัย อยู่กันแบบเคารพรุ่นพี่รุ่นน้อง มีความปรองดองในการอยู่ร่วมกัน แม้จะมีความแตกต่างด้านฐานะทางเศรษฐกิจไม่เท่าเทียมกันก็ได้ไม่ให้เป็นปัญหาในการอยู่ร่วมกัน นักเต้นบิ๊บอยทุกกลุ่มจะรู้จักเพื่อนนักเต้นบิ๊บอยต่างกลุ่ม จากเวทีการแข่งขันและในพื้นที่ปกติ ในการฝึกซ้อมก็จะมีการแวะเวียนไปร่วมฝึกซ้อมตามสถานที่ฝึกซ้อมต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล แต่เมื่ออยู่ในพื้นที่กิจกรรมการแข่งขันก็จะใช้รูปแบบการปะทะทางด้านการเต้นเพื่อแสดงความสามารถของตัวเอง แต่เมื่อลงจากเวทีการแข่งขันทุกคนก็จะกลายเป็นพี่น้องกันเหมือนเดิม ทั้งนี้ อาจจะเนื่องมาจากกลุ่มนักเต้นบิ๊บอยยังมีพลังอำนาจน้อย การอยู่รวมกันเพื่อสร้างพลังอำนาจในการต่อสู้/ต่อรองกับสังคมน่าจะให้มีประสิทธิภาพมากกว่า

2. แรงบันดาลใจและผลของการเข้ามาเต้นบิ๊บอย

การเต้นบิ๊บอยมีจุดกำเนิดมาจากการต่อสู้ทางด้านชนชั้นของกลุ่มคนชนชั้นล่างในสังคมต่างประเทศ เพื่อสร้างตัวตนในสังคม เป็นการต่อรองอำนาจต่อสังคมกระแสหลัก McQuail ได้นำเสนอว่า การทำหน้าที่สื่อ

ในปัจจุบันจึงอาจจะมีเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม เช่น หน้าที่ในการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ อันได้แก่ หน้าที่ที่จะบอกคนอื่นในสังคมใหม่นี้ว่า “เขาคือใคร” การเต้นบิ๊บอยจึงเป็นการสร้างตัวตนหรืออัตลักษณ์ว่า “พวกเขา คือใคร” กลุ่มนักเต้นบิ๊บอยแสดงอัตลักษณ์ว่าเป็นกลุ่มที่รักการเต้น และเป็นการเต้นที่มีความโดดเด่น เป็นวัฒนธรรมของเด็กผู้ชายที่ชอบการใช้แรง ชอบการแข่งขัน ต้องใช้พลังกำลังในการเต้น ใช้เวลาในการฝึกซ้อมและฝึกฝน ความคิดสร้างสรรค์ มีสไตล์ของตัวเอง ไม่ลอกเลียนแบบใคร

ส่วนการเข้ามาเต้นบิ๊บอยในประเทศไทย แม้ไม่ได้เป็นการต่อสู้ทางด้านชนชั้นเหมือนในต่างประเทศ แต่ต้นกำเนิดก็มาจากกลุ่มคนชนชั้นล่างของสังคมที่ต้องการสร้างความโดดเด่นด้วยการเต้น เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการต่อรองอำนาจทางสังคม เป็นการบอกว่าเราคือใคร มีความแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร นั่นคือกลุ่มนักเต้นบิ๊บอยมีอัตลักษณ์ที่เห็นได้ชัดเรื่องการเต้น เป็นกลุ่มที่รักการเต้น และการเต้นบิ๊บอยไม่ต้องใช้ค่าใช้จ่ายมาก เหมือนกิจกรรมอย่างอื่นไม่ว่าจะเป็นการเล่นดนตรี เล่นกีฬา หรือการอ่านหนังสือ จึงทำให้กลุ่มคนชนชั้นล่างเลือกเต้นบิ๊บอย เป็นการเต้นที่ต้องใช้การฝึกฝน และสร้างสรรค์ท่าเต้นจากแรงบันดาลใจจากศิลปะต่างๆ หลายแขนงเข้าด้วยกัน แล้วเกิดการรวมกลุ่มของกลุ่มที่รักการเต้นบิ๊บอยเหมือนๆ กัน เพื่อสื่อสารกันภายในกลุ่มแล้วสร้างอัตลักษณ์ของตัวเองขึ้นมา

การเต้นบิ๊บอยอาจสร้างผลกระทบทางจิตใจให้กับคนที่ได้เห็นจนกลายเป็นแรงบันดาลใจในการเข้ามาเต้นบิ๊บอย นักเต้นบิ๊บอยรุ่นพี่ หรือศิลปินอย่างต๊าก ชีโร่ที่นำนักเต้นบิ๊บอยเข้ามาเต้นในคอนเสิร์ตหรือโมเคิล แจ็กสัน ได้กลายเป็น “ต้นแบบ” (role model) ในการก้าวเข้ามาเต้นบิ๊บอย นักเต้นบิ๊บอยรุ่นพี่ที่ประสบความสำเร็จก็กลายเป็นต้นแบบที่นักเต้นบิ๊บอยรุ่นน้องยึดเอาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต ทั้งด้านการฝึกฝนที่ต้องคิดสร้างสรรค์การเต้นให้เป็นท่าเต้นในสไตล์ของตัวเอง การวางตัวในกลุ่มนักเต้นบิ๊บอยที่ต้องเคารพรุ่นพี่รุ่นน้อง จุดมุ่งหมายในการเต้นเมื่อมีรุ่นพี่ที่ประสบความสำเร็จในการแข่งขันเต้นบิ๊บอยในเวทีการแข่งขันระดับประเทศ

หรือเวทีการแข่งขันระดับโลก ก็เป็นแรงใจให้นักเต้นรุ่นต่อมามีจุดมุ่งหมายเพื่อจะก้าวไปได้เหมือนต้นแบบหรือดีกว่าต้นแบบ ฝึกฝนและพัฒนาการเต้น เป็นการเอาชนะตัวเองด้วยการเต้นให้ดีที่สุด ทำให้นักเต้นบิ๊บบอยรู้จักการหาข้อมูล และเรียนรู้การเต้นบิ๊บบอยด้วยตัวเอง รวมทั้งมีการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน หรือจากคำแนะนำของรุ่นพี่ การเต้นบิ๊บบอยจึงไม่ใช่แค่การเต้น แต่เหมือนเป็นวัฒนธรรมที่เมื่อนักเต้นบิ๊บบอยก้าวเข้ามาแล้ว การเต้นบิ๊บบอยจะกลายเป็นวิถีชีวิต เป็นไลฟ์สไตล์ที่ทำในชีวิตประจำวัน

นอกจากนี้ก็จะมีการสืบทอดการเต้นต่อไปให้กับรุ่นน้องต่อไปเรื่อยๆ จนกลายเป็นเครือข่ายการเต้นของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอย การเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับกลุ่มบุคคล การเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มบุคคลกับกลุ่มบุคคล หรือแม้กระทั่งการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายกับเครือข่าย กลายเป็นเครือข่ายย่อยภายใต้เครือข่ายใหญ่ เพราะกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยยังมีอายุน้อย การรวมตัวกันจึงเป็นกลุ่มเล็กกลุ่มน้อยในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ แล้วมีการติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มจนกลายเป็นเครือข่ายทั้งกลุ่มบิ๊บบอยขนาดเล็ก กลุ่มบิ๊บบอยในโรงเรียน กลุ่มบิ๊บบอยบนพื้นที่โลกเสมือนจริง กลุ่มบิ๊บบอยบนพื้นที่สาธารณะ กลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยจึงรู้จักกันแทบทั้งหมด การรวมตัวเป็นเครือข่ายขนาดนี้ก็เพื่อเป็นการเพิ่มอำนาจในการต่อรองของ c ตัวเล็กในสังคม นั่นคือ กลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยที่เป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยในการต่อสู้เพื่อพื้นที่ในการแสดงอัตลักษณ์ของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยบนพื้นที่สาธารณะกับสังคมคือ C ตัวใหญ่ของสังคม และทำให้การแสดงตัวตนต่อสังคมจึงทำได้อย่างมีศักยภาพมากขึ้น ทำให้กลุ่มวัฒนธรรมย่อยการเต้นบิ๊บบอยได้สร้างความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยให้คงอยู่และพัฒนาต่อไปเรื่อยๆ นับว่าเป็นลักษณะสำคัญอย่างหนึ่งที่สื่อจะมีบทบาทในการส่งเสริมความเป็นปึกแผ่นของวัฒนธรรมย่อย เพื่อรักษาและสืบทอดวัฒนธรรมย่อยให้ดำรงอยู่ได้ท่ามกลางวงล้อมของวัฒนธรรมหลักและวัฒนธรรมย่อยอื่นๆ

เมื่อก่อนนักเต้นบิ๊บบอยรวมตัวกันเป็นปึกแผ่นและมีการสร้างอัตลักษณ์ของตัวเองแล้วกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยก็พยายามสื่อสารกับคนภายนอกให้รู้จักตัวตนของกลุ่ม

นักเต้นบิ๊บบอย โดยสื่อบุคคลมีอิทธิพลในการนำเสนออัตลักษณ์การเต้นบิ๊บบอยให้คนภายนอกได้รู้จัก สามารถกระตุ้นให้คนภายนอกที่ไม่เคยสนใจ หรือมีกิจกรรมยามว่างที่ไม่มีประโยชน์ อย่างเช่นการติดเกม ชักชวนให้หันมาสนใจการเต้นบิ๊บบอยได้ หรือการเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ดีเกี่ยวกับการเต้นบิ๊บบอยที่คนภายนอกเคยมองว่าเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มั่วสุม ทำตัวไม่ดี ติดยาเสพติด โดยนักเต้นบิ๊บบอยยังใช้สื่อหลายชนิดไม่ว่าจะเป็นสมัยใหม่ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน และนำเสนอภาพการเต้นบิ๊บบอยในแง่มุมที่นักเต้นบิ๊บบอยต้องการนำเสนอความน่าสนใจของการเต้นบิ๊บบอย ความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางด้านการเต้น หรือการนำเสนอของสื่อมวลชนในเวลาที่มีนักเต้นบิ๊บบอยแข่งขันเต้นซึ่งเป็นสื่อกิจกรรมจนได้รับรางวัลบนเวทีในระดับประเทศหรือในต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม น่าสังเกตว่าสื่อมวลชนยังสนใจแต่แง่มุมเชิงเทคนิคในเรื่องการเต้น แต่ไม่ได้มองเห็นคุณค่าเชิงสังคม เช่น การเต้นบิ๊บบอยเป็นทางเลือกในการใช้เวลาว่างในทางที่ดีของเด็กผู้ชาย ไม่ใช่การใช้ความรุนแรงอย่างการตีต่อยในการแสดงความเป็นลูกผู้ชาย แต่เลือกนำเสนอความเป็นลูกผู้ชายด้วยการเต้นบิ๊บบอย การนำเสนออัตลักษณ์ของนักเต้นบิ๊บบอยในช่องทางสื่อมวลชนจึงยังไม่ชัดเจน นักเต้นบิ๊บบอยจึงพยายามใช้สื่อหลายๆ สื่อเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ทางการเต้นของนักเต้นบิ๊บบอยให้คนภายนอกได้รู้จักการเต้นบิ๊บบอยมากขึ้น แม้ว่าสังคมจะสร้างกรอบและกำหนดภาพลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นไว้ แต่กลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยก็พยายามใช้สื่อเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ของตัวเองให้สังคมรับรู้และเข้าใจตัวตนที่แท้จริงของกลุ่มของตน

3. “สื่อพิธีกรรม” สมัยใหม่ : การต่อสู้ทางอัตลักษณ์

ในสังคมหนึ่งๆ มิได้ประกอบด้วย “วัฒนธรรมเพียงวัฒนธรรมเดียว” (Culture-C ตัวใหญ่) หากประกอบด้วยวัฒนธรรมที่มากกว่าหนึ่งวัฒนธรรมขึ้นไป (Cultures - มี c ตัวเล็กหลายตัว) บางรูปแบบของวัฒนธรรมเหล่านี้เป็นการอยู่ร่วมกันเฉยๆ แต่บางรูปแบบอาจพยายามต่อรองเพื่อให้ได้มี “พื้นที่สาธารณะ” ให้ตนเองได้แสดงออก เหมือนกับกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยที่พยายามต่อสู้ต่อรองอำนาจทางสังคมเพื่อต้องการพื้นที่สาธารณะให้กลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยได้ใช้ในการนำรวมตัวเพื่อสร้าง

อัตลักษณ์ของตนเอง นอกจากนี้การต่อสู้ของอัตลักษณ์ทางพื้นที่อีกอย่างคือการต่อสู้ทางพื้นที่เพื่อต้องการพื้นที่ในการฝึกซ้อม ฝึกเดิน ซึ่งการใช้พื้นที่ในการเดินของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยนั้นไม่ได้ใช้พื้นที่กว้างขวางมากนัก แต่ทว่าจะต้องเป็นพื้นที่สว่าง คนมองเห็นได้ง่ายว่ากลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยกำลังทำอะไรอยู่ ไม่ได้มั่วสุม แต่เป็นการรวมกลุ่มกันเพื่อฝึกซ้อมการเต้นเท่านั้น

การใช้พื้นที่กิจกรรมของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยทั้งในพื้นที่กิจกรรมการแข่งขันประกวดเต้นบิ๊บบอย หรือพื้นที่การฝึกซ้อมเต้นบิ๊บบอยในชีวิตประจำวัน เป็นการใช้พื้นที่สาธารณะของปัจเจกบุคคลในการตอบสนองความต้องการพื้นฐาน คือ ความต้องการมีส่วนร่วม ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือสังคมที่ตัวเองสังกัด แต่ชีวิตของคนในเมืองถูกตัดขาดด้านสายสัมพันธ์จากกัน แต่กิจกรรมการเต้นบิ๊บบอยได้สร้างพื้นที่ในการสร้างสายสัมพันธ์ในระดับเพื่อน/พี่น้อง ในพื้นที่พิเศษที่ไม่ใช่พื้นที่แค่นะโรงเรียนหรือที่ทำงาน ซึ่งบริบทพื้นที่และเวลาในการใช้พื้นที่ในชีวิตประจำวันนี้นักเต้นบิ๊บบอยใช้พื้นที่สาธารณะและเวลาในช่วงเย็นในการฝึกซ้อม ฝึกฝน เปรียบเหมือนสื่อพิธีกรรมที่เราทำอยู่เป็นประจำ อย่างการสวดมนต์ก่อนนอน แต่สื่อพิธีกรรมจะมีบริบทที่มีความเข้มข้นขึ้นในการใช้พื้นที่และเวลาที่แยกตัวจากสื่อในชีวิตประจำวัน ในวาระโอกาสของการแข่งขันสาธารณะร่วมกันของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยหลายกลุ่มจะเป็นเสมือนกิจกรรมของวันสำคัญทางศาสนาที่สมาชิกจะมารวมตัวกันเพื่อประกอบพิธีกรรม เป็นระดับความเข้มข้นในการนำเสนออัตลักษณ์ของตัวเองในระดับที่กว้างขึ้นกว่าการนำเสนออัตลักษณ์ของเวลาในชีวิตประจำวัน ได้แสดงออกพฤติกรรมที่ผิดแปลกไปจากปกติ การแสดงความสามารถที่ใช้การฝึกฝนที่ผ่านมาเป็นพื้นที่ที่จะพลิกหรือเปลี่ยนค่านิยมเกี่ยวกับตนเอง จากที่สังคมกำหนดว่าเป็นนักเรียน นักศึกษา คนทำงาน ฯลฯ เป็นการถูกเรียกเร้าตัวตน (interpellation) จากสังคมมาสู่การนิยามจากตัวเองว่า เราคือ “บิ๊บบอย” เป็นการเรียกเร้าตัวตนโดยสร้างตัวตนขึ้นมาเอง จึงมีความรู้สึกภาคภูมิใจ

การต่อสู้เรื่องอัตลักษณ์ทางพื้นที่ในการเต้นบิ๊บบอยเหมือนการต่อสู้ทางพื้นที่ของกลุ่มวัยรุ่นบนพื้นที่เช่นเตอร์ฟอยท์ จากงานของกุลภา วัจนสาระ (2544) ที่มองปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เช่นเตอร์ฟอยท์ที่มีลักษณะบางอย่างคล้ายกับการประกอบพิธีกรรมเปลี่ยนผ่านในสังคมดั้งเดิม มีบางสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายคล้ายกับสัญลักษณ์ในพิธีกรรม แต่ด้วยความซับซ้อนของสังคมสมัยใหม่ สิ่งที่เกิดขึ้น ณ เช่นเตอร์ฟอยท์จึงเป็นเพียงส่วนเลี้ยวหนึ่งของพิธีกรรมประจำวันที่ตอกย้ำสถานะที่ไร้สถานะของ preteen เหมือนกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยที่ต่อสู้เพื่อยกระดับพื้นที่ในสื่อกิจกรรมเป็นการใช้พื้นที่ในเวทีการแข่งขันกลายเป็นการประกอบพิธีกรรมบางอย่างของกลุ่มวัยรุ่นที่ออกมาแสดงความแตกต่างทางด้านการเต้นรำ เป็นการเต้นของกลุ่มวัยรุ่นที่มีความเป็นตัวของตัวเอง เป็นท่าเต้นที่คิดค้นขึ้นมาเป็นสไตล์ของตัวเอง ใช้พลังกำลังใจการเต้น เหมาะกับการแสดงความเป็นลูกผู้ชาย ตามแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ที่ว่าอัตลักษณ์หรือตัวตนจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่าง “เรา” กับ “คนอื่นในสังคม” พื้นที่กิจกรรมการแข่งขันก็เป็นการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอย “เรา” กับ คนดู “คนอื่นในสังคม” นั่นเอง เป็นการนำเสนออัตลักษณ์การเต้นบิ๊บบอย ผ่านสื่อบุคคลหรือก็คือกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยที่รักในการเต้น ให้คนภายนอกได้รับรู้ และเข้าใจในตัวกลุ่มนักเต้นบิ๊บบอยได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการสื่อสารของสื่อมวลชนที่นำเสนอภาพของนักเต้นบิ๊บบอยออกสู่สายตาของสาธารณชนวงกว้าง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง “บทบาทของการสื่อสารในการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนักเต้นบิ๊บบอยในประเทศไทย” ทำให้ผู้วิจัยเห็นว่ายังมีประเด็นในการวิจัยที่น่าสนใจจะศึกษา หรือทำการต่อยอดต่อไปได้ คือ

1. ศึกษาถึงกลุ่มวัฒนธรรมย่อยอื่นๆ ของวัฒนธรรมฮิปปอบไม่ว่าจะเป็นกราฟฟิติ ดีเจ หรือเอ็มซี เพราะกลุ่มวัฒนธรรมย่อยเหล่านี้ก็มีความน่าสนใจ และยังไม่ได้รับการยอมรับในวงกว้างเหมือนแร็ปเปอร์หรือนักร้องที่มี

พื้นที่ในการนำเสนอความเป็นตัวตนมากกว่าวัฒนธรรม
ย่อยอื่นๆ ทั้งที่วัฒนธรรมย่อยเหล่านี้ต่างก็มีความโดดเด่น
น่าสนใจ และมีอัตลักษณ์ของตัวเองเป็นอย่างไร

2. ศึกษากลุ่มวัฒนธรรมย่อยอื่นๆ ของกลุ่มวัยรุ่น
ที่เกี่ยวข้องกับการเต้น เช่น การเต้น cover dance ซึ่ง
กระแสวัฒนธรรมข้ามชาติของวัฒนธรรมเกาหลีก็ยังมี
การไหลบ่าที่รุนแรงและยังคงดำรงอยู่ได้ แม้จะมีการรับ

วัฒนธรรมของเกาหลีมานานับ 10 ปีแล้ว แต่ทำไมยังมีกลุ่ม
ที่คลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีที่ยังคงดำรงอยู่ได้ การรวม
กลุ่มของกลุ่มนักเต้น cover dance มีการรวมตัวกัน
ได้อย่างไร และทำอะไรถึงดำรงอยู่ได้ในปัจจุบัน มีการ
ติดต่อสื่อสารกันเป็นเครือข่ายเหมือนกลุ่มแฟนคลับ
นักร้องเกาหลี หรือกลุ่มนักเต้นบ๊อบบี้หรือไม่ แตกต่างกัน
อย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน. **สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา**. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, 2551.
- กาญจนา แก้วเทพ. **ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา**. กรุงเทพฯ : เอดิสัน เพรส โปรดักส์, 2549.
- กัจจกร หลุยยะพงศ์. **การสื่อสารกับวาทกรรมอัตลักษณ์ผู้สูงอายุในสังคมไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- กุลภา วจนสาระ. **เซ็นเตอร์พ้อยท์ กับ “Preteen” : การก่อตัวของวัฒนธรรมวัยรุ่น**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ชนิษฐา อุดมวิทยาไกร. **กระบวนการสื่อสารทางวัฒนธรรมของกลุ่มวัยรุ่นฮิปฮอปในสังคมไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.
- ศุภชัย วิชัยดิษฐ์. **จุดกำเนิดและการแพร่กระจายของวัฒนธรรมดนตรีฮิปฮอปในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- จริยวดี ดีภัก. **บัลเลต์**. กรุงเทพฯ : ยูไนเต็ทบุ๊คส์, 2531.
- จารุณี สุวรรณศรี. **กราฟฟิตี (Graffiti) การสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- เจษฎา รัตนเชมกร. **ศิลปินเพลงไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ฉลอม ภิรมย์รัตน์. **กระบวนการกลุ่ม**. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยครูภูเก็ต, 2521.
- จิตติมา ธารรัตน์กุล. **กระบวนการสื่อสารกลุ่มและอัตลักษณ์ของศิลปิน “เพลงอินดี้”**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- ณัฐสุพงศ์ สุขโสด. **บทบาทของการสื่อสารกับกระบวนการสร้างและสืบทอดวัฒนธรรม “แฟนบอล” ในสังคมไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

ตติยา เลหาดีรานนท์. **เครือข่ายการสื่อสารกลุ่มและบทบาทในการอนุรักษ์เพลงสุนทราภรณ์ของกลุ่มอนุรักษ์เพลงและลีลาสุนทราภรณ์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ธนา วงศ์ญาณนาเวช. ดนตรี : การเต้นรำ การมอญ การฟ้ง และการเป็นปัจเจกชน. **สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์**. 20-26 สิงหาคม 2543 : 71.

นิธิ เอียวศรีวงศ์. “ถนากิริมย์.” **มติชนสุดสัปดาห์** (1-7 กรกฎาคม 2545): 31.

ปรีดา เฉลิมเผ่า กอนันต์กุล. **เจ้าแม่ คุณปู่ ช่างชอ ช่างฟ้อน และเรื่องอื่นๆ ว่าด้วยพิธีกรรมและนาฏกรรม**. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). 2546.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. **ปริบทการสื่อสาร: ระดับบุคคล กลุ่ม องค์กรและสื่อกับมวลชน**. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

รังสฤษฎ์ บุญชลอ. **ประวัติและการลีลาศ**. กรุงเทพฯ : สกายบุ๊กส์, 2545.

วนิดา ขำเขียว. **ศาสนาเปรียบเทียบ**. กรุงเทพฯ : พรวนการพิมพ์, 2543.

วินิจ เกตุขำ. **กระบวนการกลุ่ม (ศึกษา 325)**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2522.

วิภาวดี พันธุ์ฤทธิ์ดำ. **อิทธิพลของวัฒนธรรมต่างประเทศที่มีต่ออัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

สุริย์รัตน์ โกสุมสุมาลา. **บทบาทของการสื่อสารต่อการธำรงรักษาเครือข่ายแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อก** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550