

บทที่ 5

อัตลักษณ์แฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทย

ในยุคแห่งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร วัฒนธรรมย่อยของแต่ละสังคมไม่อาจจะหยุดนิ่งและคงอยู่เฉพาะในสังคมที่กำเนิดมันขึ้นมาเท่านั้น วัฒนธรรมย่อยจากสังคมหนึ่งแพร่กระจายไปสู่สังคมหนึ่งได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และโดยปกติของประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของสังคมที่เจริญกว่าจะแพร่กระจายไปสู่สังคมที่ด้อยกว่า และสังคมที่ด้อยกว่าจะเป็นฝ่ายรับและนำวัฒนธรรมนั้นมาถือปฏิบัติ มีทั้งที่รับเข้ามาใช้เลยโดยไม่มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสังคมท้องถิ่นของผู้รับ เรียกพฤติกรรมเหล่านั้นว่าเป็นการเลียนแบบ และที่รับมาปรับเปลี่ยนให้เข้ากับลักษณะพื้นฐานที่แตกต่างกัน วัฒนธรรมย่อยที่แพร่กระจายและหลั่งไหลข้ามกันระหว่างสังคมมากที่สุด คือ วัฒนธรรมวัยรุ่น ในยุคปัจจุบันนี้ วัฒนธรรมฮิปฮอปนั้นได้ไหลเข้ามาในสังคมไทยเป็นจำนวนมากมายและเข้ามาอย่างรวดเร็ว จนกลายเป็นกระแสแห่งวัฒนธรรมวัยรุ่นในยุคปัจจุบัน

ในยุคปัจจุบันที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม การเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่ที่มีความยุ่งยาก สลับซับซ้อน และรอบด้านมากกว่าความขัดแย้งในแบบเก่า คือ การเคลื่อนไหวเพื่อต้องการชูอัตลักษณ์ของตน พร้อมๆ กับต้องการเปลี่ยนแปลงมากกว่าการผสมกลมกลืนให้เป็นส่วนหนึ่งของระบบ หรือ วัฒนธรรมกระแสหลัก ในรูปของการสร้างค่านิยม ความหมายชุดใหม่กับสิ่งที่เคลื่อนไหวเรียกเรื่อง ขยายขอบเขตวัฒนธรรมของกลุ่มคนให้กว้างขึ้น เป็นขบวนการเคลื่อนไหวด้านอัตลักษณ์ (Identity Movement) (ไชยรัตน์ เจริญสิน โอปาร, 2545)

ลักษณะเฉพาะของวัยรุ่นกลุ่มหนึ่ง หรือหากจะเรียกได้คือวัฒนธรรมย่อยนั้น ถ้าหากเทียบกับจำนวนวัยรุ่นกลุ่มอื่น ๆ ในสังคมไทยแล้วนั้น “กลุ่มแฟนเพลงฮิปฮอป” ถือได้ว่าเป็นวัยรุ่นเพียงกลุ่มน้อยของสังคมไทยก็ว่าได้ ในเมื่อวัยรุ่นกลุ่มนี้ได้อาศัยแบบแผนอย่างหนึ่งในการดำรงชีวิต และการสืบทอดวัฒนธรรมต่าง ๆ จากต่างประเทศส่วนหนึ่งออกมาเป็นค่านิยม เกิดเป็นวัฒนธรรมประจำกลุ่ม จึงเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ปัจเจกที่อาศัยอยู่ในวัฒนธรรมย่อยกับอัตลักษณ์ทางสังคมที่อาศัยอยู่ในวัฒนธรรมกระแสหลัก

เมื่อก้าวถึงอัตลักษณ์โดยทั่วไปเรารู้สึกว่า อัตลักษณ์ของใครหรืออะไรหมายถึงคุณสมบัติเฉพาะของบุคคลหรือสิ่งนั้น แต่ทว่าในแวดวงสังคมศาสตร์ปัจจุบัน ความหมายนี้แปรเปลี่ยนแล้ว (อภิญา เพ็องฟูสกุล, 2543) การเปลี่ยนแปลงความหมายของอัตลักษณ์ (Identity) สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในปัจจุบัน ในโลกโลกาภิวัตน์ มิติเวลาที่เร็วขึ้น มิติพื้นที่ที่หดแคบเข้า เนื่องเพราะการปฏิวัติเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้การเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรม

เป็นไปอย่างหลากหลายซับซ้อนและรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ทั้งกับเวลา พื้นที่และแบบแผนชีวิตประจำวันมีผลอย่างยิ่งต่อความรู้สึกที่เรามีเกี่ยวกับตัวเราเอง

โดยภาพรวมแล้ววัฒนธรรมฮิปฮอปจึงเป็นการแสดงออกถึงรูปแบบ เอกลักษณ์ อุดมการณ์ของการดำเนินชีวิตของปัจเจกชนจำนวนหนึ่งในปัจจุบัน โดยที่ดนตรีแร็ป มีหน้าที่ในมิติด้านดนตรีและเสียงร้อง ขณะที่การเต้นและลีลาท่าทาง เกี่ยวข้องในมิติของจังหวะและการเคลื่อนไหว ส่วนศิลปะกราฟฟิตี (Graffiti) ทำหน้าที่แสดงถึงอัตลักษณ์ นอกจากนี้ลักษณะการแต่งกายก็ยังแสดงถึงสไตล์ของวัฒนธรรมของคนกลุ่มย่อย (Subculture Group)

จากการศึกษาเรื่อง “เนื้อหาเพลงและอัตลักษณ์แฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทย” ในบทนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาลักษณะแฟนเพลง และอัตลักษณ์ของแฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทย โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษา “อัตลักษณ์แฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทย” โดยแบ่งหัวข้อดังต่อไปนี้

- 5.1 อัตลักษณ์ด้านเพศ
- 5.2 อัตลักษณ์ด้านอายุ
- 5.3 อัตลักษณ์ด้านการศึกษา
- 5.4 อัตลักษณ์ด้านการแต่งกาย
- 5.5 อัตลักษณ์ด้านการแสดงออก
- 5.6 อัตลักษณ์ด้านภาษาของกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ 20 คน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In -depth Interview) และการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Conversation) โดยมีแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ดังนี้

ตารางที่ 5.1 กลุ่มแฟนเพลงฮิปฮอปที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 20 คน

กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์	อายุ	การศึกษา/กิจกรรมพิเศษ
1. น.ส.สิริส คงจรรยา	17 ปี	นักเรียน โรงเรียน RIS (Ruamrudee International School)

2. น.ส. โสภณา ตันมานะ ตระกูล	20 ปี	นิติจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชั้นปีที่ 3
3. น.ส.วราภรณ์ แอลคาน	24 ปี	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ปัจจุบันพนักงานบริษัทเอกชน
4. น.ส.โสธยา อลัม	24 ปี	นักเต้น B-Girl, Stylist, เปิดโรงเรียนสอนเต้น
5. น.ส.จิรวรรณ สิริทิส	27 ปี	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปัจจุบัน พนักงานบริษัทเอกชน
6. นายชนวัฒน์ ชื้อตรง	15 ปี	นักเรียน โรงเรียนวัดเบญจมบพิตร มัธยมศึกษาปีที่ 3
7. นายภาณุวัฒน์ ฉันทวรรัตน์	16 ปี	นักเรียน โรงเรียน สามเสนวิทยา มัธยมศึกษาปีที่ 6
8. นายณ ภัทร เกตุสุวงศ์	16 ปี	นักเรียน โรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4
9. นายFederico Vassallo	18 ปี	นักศึกษาปี 1, มหาวิทยาลัย อัสสัมชัญ
10. นายแอนดรูว์ สอนบุตรนาค	20 ปี	นักศึกษา L.A. University สหรัฐอเมริกา
11. นายวสุรัตน์ ประสงค์งาม	20 ปี	Santirat Institute of Business Administration ปวส. ปีที่ 2
12. นายปฐุม ปรัชญ์ วร กิจ พรพรรณ	21 ปี	นักเรียน โรงเรียนวชิรธรรมสาธิต มัธยมศึกษาปีที่ 6
13. นายกฤษฎา บุญมาก	21 ปี	จบการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาจาก LA. California
14. นายปฐวี สรสิริ	22 ปี	นักศึกษา มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ชั้นปีที่ 4
15. นายแอนโทนี่ สอนบุตรนาค	22 ปี	นักศึกษา L.A. Degree College สหรัฐอเมริกา
16. นายเฉลิมพล เหลือทรัพย์สุข	22 ปี	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต พนักงานบริษัท ไทเทเนียม เอนเตอร์เทนเมนท์
17. นายวิกรานต์ สุขมงคล	25 ปี	ปริญญาตรี Central Queensland University Australia
18. นายอัครวัตร กิตติปรีชาศักดิ์	23 ปี	นักศึกษามหาวิทยาลัย รามคำแหง ปี 3
19. นายไรอัน เจทท์	27 ปี	อาชีพ นักแสดง
20. นายยุทธ ทองเจริญ	30 ปี	ปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ นักแสดง ธุรกิจส่วนตัว

ก่อนที่ผู้วิจัยจะได้ลงไปศึกษาถึงอัตลักษณ์ด้านต่างๆ ของแฟนเพลงฮิปฮอป ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสภาพแวดล้อม และกลุ่มแฟนเพลงต่างๆ ก่อนโดยศึกษาจาก อินเทอร์เน็ต นิตยสารบันเทิงด้านดนตรี ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงรายละเอียดเบื้องต้นในการรวมตัวกันของกลุ่มแฟนเพลง

ฮิปฮอป หลังจากนั้นผู้วิจัยได้เดินทางไปยังสถานที่ที่มีการรวมตัวกันระหว่างวัยรุ่นในช่วงเวลา กลางวัน นั่นก็คือ สยามสแควร์ ซึ่งเป็นที่ที่รวมทุก ๆ อย่างที่เป็นเอกลักษณ์ของวัยรุ่น เป็น ประวัติศาสตร์ แห่งการก้าวอย่างใหม่ของกรุงเทพ ฯ เพื่อให้พบเห็นพฤติกรรมของกลุ่มแฟนเพลงฮิป ฮอปที่ได้รวมตัวกันอยู่ตามจุดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เช่นเตอร์พอยต์ สยามสแควร์, ทางเดินเชื่อมต่อ รถไฟฟ้า สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ, หน้าห้างโตคิว- มาบุญครองเซ็นเตอร์ ทุกครั้งที่ผู้วิจัยได้เดินทางไปยังสถานที่จัดแสดงกิจกรรมทางดนตรีและวัฒนธรรมฮิปฮอป ผู้วิจัยจะได้สัมผัสถึงความสดใส คึกคักของกลุ่มวัยรุ่นที่จะได้มีการรวมตัวกัน ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นภาพของกลุ่มแฟนเพลงมากขึ้นและ สามารถเป็นข้อมูลเบื้องต้นในขั้นตอนต่อไปของการสัมภาษณ์กลุ่มแฟนเพลงฮิปฮอปเหล่านี้

การเริ่มต้นในการสัมภาษณ์แฟนเพลงฮิปฮอปไทย หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูล เบื้องต้นตามที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น ผู้วิจัยได้มีการแต่งตัวตามแฟชั่นของแฟนเพลงฮิปฮอปในการเข้า สังกศตการณ์ภาคสนาม ทั้งนี้เพื่อเป็นการแสดงตนว่าผู้วิจัยได้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มแฟนเพลงฮิป ฮอป และเป็นสมาชิกของวัฒนธรรมฮิปฮอปด้วย ทำให้การเข้าไปทักทายกลุ่มแฟนเพลง และการ รวมตัวกันกับกลุ่มแฟนเพลงนั้นเป็นไปอย่างราบรื่น สำหรับเวลาที่ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสังเกตการณ์ ภาคสนามนั้น ผู้วิจัยได้ไปร่วมกิจกรรมก่อนเวลาที่คอนเสิร์ตและกิจกรรมต่างๆ จะเริ่มขึ้นประมาณ ครึ่งชั่วโมงก่อนหมายกำหนดการ เพื่อจะได้เห็นพฤติกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มแฟนเพลง ผู้วิจัยยังได้มี การแต่งกายให้เหมือนกับแฟนเพลงฮิปฮอปที่ได้แต่งตัวกัน โดยผู้วิจัยจะเน้นการใส่เสื้อผ้า และ รองเท้าผ้าใบเพื่อให้เกิดการคล่องตัวในการสัมภาษณ์และเพื่อเป็นการให้กลุ่มแฟนเพลงฮิปฮอปนั้น ยอมรับว่าเราเป็นพวกเดียวกับเขานั่นเอง หลังจากที่กิจกรรมต่างๆ เริ่มไปสักพัก ผู้วิจัยจะสังเกตได้ ว่า มีแค่แฟนเพลงบางกลุ่มจะมารวมตัวกันก่อนเวลานัดหมาย ส่วนมากก็จะเป็นกลุ่มแฟนเพลงที่ รู้จักกัน มีการทักทาย ทั้งภาษาพูด และภาษาท่าทางเฉพาะกลุ่ม เมื่อเวลาที่มีการแสดงหรือกิจกรรม ต่างๆ เริ่มขึ้นสักพัก ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มแฟนเพลงบางส่วนเพิ่งเริ่มทยอยกันมา และพอกิจกรรมหรือ การแสดงต่าง ๆ ผ่านไปเกินครึ่งแล้ว แฟนเพลงถึงเริ่มรวมตัวกันมากขึ้น ผู้วิจัยสามารถพบเห็นได้ อย่างชัดเจน เพราะแฟนเพลงมีการแสดงออกผ่านการแต่งตัว กิริยา ท่าทางเฉพาะกลุ่ม

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้เข้าไปทำความรู้จักกับกลุ่มแฟนเพลง ด้วยการแนะนำตัว ในการ สัมภาษณ์นั้นพบว่าแฟนเพลงฮิปฮอปให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี แต่บางคนก็บ้ายเขียงเนื่องจากยัง ไม่มีความคุ้นเคยกับผู้วิจัยเท่าที่ควร ผู้วิจัยจึงต้องทำความสนิทสนมคุยเรื่อยต่อไประยะหนึ่งจึงทำการ ดิติดต่อขอสัมภาษณ์อีกครั้ง และผลการวิจัยในด้านอัตลักษณ์ของแฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทย พบว่า



5.1 อุตลักษณ์ด้านเพศ

เพศและอายุเป็นองค์ประกอบพื้นฐานในการทำความรู้จักและเข้าใจในตัวแฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทย และสิ่งเหล่านี้ทำให้หลายคนๆ รวมทั้งตัวผู้วิจัยเองได้ตั้งสมมุติฐานเบื้องต้นว่า แฟนเพลงฮิปฮอปนั้นจะต้องมีแต่เพศชายเท่านั้น หรือถ้ามีเพศหญิงก็น่าจะเป็นจำนวนที่น้อยมาก ในการเก็บข้อมูลที่ผู้วิจัยได้เข้าไปทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ในการสังเกตการณ์ภาคสนาม ผู้วิจัยได้เห็นการรวมตัวกันของแฟนเพลงฮิปฮอปว่า ประกอบไปด้วยสมาชิกทั้งเพศหญิงและเพศชาย และมีการรวมตัวทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมฮิปฮอป และให้ความสนใจกับกิจกรรมต่างๆ มากมาย แต่จะสังเกตได้ว่าอัตราส่วนของเพศชายนั้นมีการรวมตัวกันทางดนตรีที่มากกว่าเพศหญิง ตามที่ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสันนิษฐานไว้เบื้องต้น สาเหตุที่ทำให้อัตราส่วนของเพศชายนั้นมีการรวมตัวกันทางดนตรีที่มากกว่าเพศหญิงนั้น เป็นเพราะว่าองค์ประกอบหลักของวัฒนธรรมฮิปฮอปนั้น ประกอบไปด้วย Rapper, MC, DJ, Graffiti นั้นเป็นกิจกรรมที่เพศชายสามารถมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่

ตารางที่ 5.2 ตารางแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างแฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทย
จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน
ชาย	15
หญิง	5
รวม	20

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้พบว่ากรณีที่แฟนเพลงจะเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในวัฒนธรรมฮิปฮอปนั้น เกิดจากการได้ถูกชักชวนและพูดคุยกันปากต่อปาก ในกลุ่มเพื่อนฝูง หรือเครือข่ายพันธมิตรฮิปฮอปด้วยกัน หลังจากที่คุณผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนั้นผู้วิจัยพบว่า การทำกิจกรรมต่างๆ มีทั้งที่เป็นเพศชาย และเพศหญิงก็มีความชอบ และรสนิยมในวัฒนธรรมฮิปฮอปมาร่วมทำกิจกรรมเช่นกัน สาเหตุเริ่มจากการชิมชั้บจากคนรอบข้างและคนใกล้ชิด บางคนก็เกิดจากคนใกล้ชิด เช่น จากครอบครัว เพื่อนชาย แฟนซึ่งเป็นคนใกล้ชิดตัว มีการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม จึงทำให้ตนเองเลยได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม ได้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมฮิปฮอปในที่สุด

5.2 อັคคัษณัด้้านอายุ

จากการเก็บข้อมูลในเรื่องของอายุแฟนเพลงฮิปฮอปนั้น ทั้งการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 20 คน และทำการเก็บข้อมูลในการวิจัย ทำให้ผลการวิจัยพบว่าช่วงอายุของแฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทยพบว่าช่วงอายุของแฟนเพลงฮิปฮอปนั้นแบ่งออกเป็น 3 ช่วงได้ดังต่อไปนี้

ตาราง 5.3 ตารางแสดงช่วงอายุของแฟนเพลงฮิปฮอป จำแนกตามเพศ (คน)

ช่วงอายุ (ปี)	ชาย	หญิง	รวม
15-20	6	1	7
21-26	7	3	10
27-32	2	1	3
รวม	15	5	20

ช่วงวัยรุ่นตอนต้น อายุ 16-20 ปี เป็นวัยที่กำลังศึกษาอยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย พบมากเป็นอันดับสองของกลุ่มแฟนเพลงและการรวมตัวกิจกรรมทางวัฒนธรรมฮิปฮอป

ช่วงวัยรุ่นตอนปลาย อายุ 21-25 ปี เป็นวัยที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษา พบมากเป็นอันดับแรกของกลุ่มแฟนเพลงฮิปฮอป

ช่วงวัยทำงาน อายุ 26-30 ปี เป็นวัยที่เพิ่งเรียนจบจากระดับมหาวิทยาลัยและเป็นแฟนเพลงที่ทำงานอยู่

จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ฟังแนวเพลงเร็ปและฮิปฮอป มีเรื่องของวัยเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยส่วนหนึ่ง ซึ่งกลุ่มผู้ฟังแนวดนตรีฮิปฮอปในปัจจุบัน โดยกลุ่มอายุของคนชอบฟังเพลงแนวฮิปฮอปในสังคมไทยจะเริ่มตั้งแต่อายุ 15 ถึงอายุ 30 กว่า โดยอายุตั้งแต่ 30 ขึ้นไปนั้นจะมีน้อยลง แล้วส่วนใหญ่ก็เป็นกลุ่มที่รู้จักกันที่เป็นรุ่นแรก ๆ แต่สำหรับในตลาดเพลงปัจจุบันส่วนมากจะได้แก่กลุ่มคนอายุตั้งแต่ 15 ถึง 26 ปี เหตุผลหนึ่งที่ช่วงอายุของแฟนเพลงฮิปฮอปนั้น เป็นกลุ่มผู้ฟังที่มีอายุไม่เกิน

35 ปี สืบเนื่องจากเพลงฮิปฮอปได้ถือกำเนิดในประเทศสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ. 1970 ซึ่งประมาณ 30 กว่าปีมาแล้ว และเพลงฮิปฮอปก็ได้แพร่กระจายเข้ามาในประเทศไทยและเป็นที่นิยมได้ไม่นาน

“..โซน่า เข้ามาวงการเพลงฮิปฮอปนานแล้ว ประมาณ 4 ปีที่แล้ว ตั้งแต่ตอนอายุ 16 ปี ตอนนี่ 20 ปีแล้ว เห็นความเปลี่ยนแปลงมากมาย แฟนเพลงก็จะมีหลายแบบนะ บางกลุ่มก็เด็กไปเลย ประมาณ 15-20 ปี กลุ่มที่สองก็ประมาณ 21-25 ปี และ 25-30 ปี กลุ่มแรกก็จะเด็กมากฟังชอบเพราะกระแส หรือว่าเพราะเท่ที่ กลุ่มที่สอง นี่กลุ่มหนุเองที่มันเป็นช่วงรอยต่อของความเปลี่ยนแปลง กลุ่มสาม คือรุ่นบุกเบิกเช่น ฟีนัท ดูจาดะ พีโจ้(โจอี้ บอย), พีซัน (ไทเทเนียม), ดีเจ Spyda Monkey พวกนี้เขา 30 แล้วแต่เขาก็ยังรัก ยังอยู่ในวงการฮิปฮอป...” (สัมภาษณ์ โสภณา ตันมานะตระกูล, 10 สิงหาคม 2549)

5.3 อัตลักษณ์ด้านการศึกษา

กาญจนา แก้วเทพ (2541) ได้เขียนถึงในหนังสือ “การวิเคราะห์สื่อแนวคิดและเทคนิค” ว่า ตัวแปรด้านการศึกษา นั้นจะสามารถศึกษาได้ในสองมิติ คือ ปริมาณการศึกษาที่ได้รับ และประเภทของสาขาวิชาที่เรียน ทั้งนี้เพราะทั้งสองมิตินั้นสามารถที่บ่งบอกลักษณะของผู้รับสาร และพฤติกรรมการรับสื่อได้

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มตัวอย่างนั้น ทำให้ผู้วิจัยได้พบว่าแฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทยนั้น ส่วนใหญ่จะเป็น นักเรียน นักศึกษา เพราะจากตัวแปรทางด้านอายุที่ได้กล่าวไปข้างต้นนั้น อายุของแฟนเพลงส่วนใหญ่ พบว่า อยู่ในช่วงอายุ 15-30 ปี ซึ่งเป็นวัยเรียนหนังสือ แฟนเพลงฮิปฮอปนั้นจะมีการศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษา ถึง ระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ และเป็นที่น่าสังเกตว่า การศึกษาของแฟนเพลงที่ทางผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนั้น สถาบันการศึกษาของผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ จะเป็นสถาบัน โรงเรียนเอกชน หรือไม่กี่โรงเรียนนานาชาติ และกำลังศึกษาอยู่ในต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีแฟนเพลงบางคนที่ได้มีกิจกรรมที่เป็นวัฒนธรรมฮิปฮอปเป็นรายได้เสริมพิเศษ และแฟนเพลงบางคนก็ได้ทำงานแล้วแต่ยังเป็นแฟนเพลงฮิปฮอปอยู่จนกระทั่งปัจจุบัน

การรับวัฒนธรรมฮิปฮอปในสังคมไทยเกิดขึ้นจากกลุ่มวัยรุ่นชนชั้นกลางที่มีฐานะดีในเมืองที่นิยมในกีฬาสเก็ตบอร์ด เป็นผู้รับวัฒนธรรมฮิปฮอปเข้ามาเผยแพร่เป็นกลุ่มแรก โดยการแพร่กระจายในช่วงแรกเป็นการแพร่หลายจำกัดเฉพาะกลุ่มของวัยรุ่นระดับชนชั้นกลางขึ้นไปและกลุ่มนักเรียน โรงเรียนนานาชาติเพียงกลุ่มเล็กๆ (คชาชัย วิชัยดิษฐ์, 2549)

กลุ่มแฟนเพลงกลุ่มนี้สามารถรับสื่อได้หลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นทาง เคเบิลทีวี ในการรับชม วิทยุ ดนตรี มีวีสวีดีโอ จากช่องต่างประเทศต่าง ๆ หรือช่องทางทางด้านอินเทอร์เน็ต ที่แฟนเพลงเหล่านี้ใช้เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการพูดคุย สนทนา การนัดหมาย และการประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมต่าง ๆ นอกจากนี้กลุ่มวัยรุ่นที่นิยมในวัฒนธรรมฮิปฮอปนั้น เป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาที่ใกล้เคียงกันและยังมีแฟนเพลงบางคนที่มีงานอดิเรก และอาชีพอื่นเสริมด้วย อาชีพหรือกิจกรรมเสริมที่ว่่านั้น ล้วนเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมดนตรีฮิปฮอปทั้งสิ้น

ตารางที่ 5.4 การศึกษาและกิจกรรมเสริมของกลุ่มตัวอย่างแฟนเพลงฮิปฮอป

กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์	การศึกษา	กิจกรรมเสริม
1. น.ส.สิริส คงจรรยา	นักเรียน โรงเรียน RIS (Ruamrudee International School)	Rapper/ Crew “B-Gal Crews”
2. น.ส.โสภณา ตันมานะตระกูล	นิสิตจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ชั้นปีที่ 3	Rapper/ Crew
3. น.ส.วราภรณ์ แอลคาน	ปริญญาตรีมหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนดุสิต	พนักงานบริษัทเอกชน
4. น.ส.โสธยา อลัม	-	นักเต้น B-Girl, Stylist, เปิด โรงเรียนสอนเต้น.
5. น.ส.จิรวรรณ สิทธิโส	ปริญญาตรีมหาวิทยาลัย รามคำแหง	พนักงานบริษัทเอกชน
6. นายธนวัฒน์ ชื้อตรง	นักเรียน โรงเรียนวัดเบญจมบพิตร มัธยมศึกษาปีที่ 3	-
7. นายภาณุวัฒน์ ฉันทวรรรัตน์	นักเรียน โรงเรียนสามเสนวิทยา มัธยมศึกษาปีที่ 6	นักเต้น B-Boy
8. นายณภัทร เกตุสุวงศ์	นักเรียน โรงเรียน อัสสัมชัญธนบุรี ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4	-

9. นายFederico Vassallo	นักศึกษามหาวิทยาลัย อีสต์แฮมป์ตัน, ชั้นปีที่ 1	Rapper/ Crew “ SOUTH SIDE CREW”
10. นายแอนดรูว์ สอนบุตรนาค	นักศึกษา L.A.University สหรัฐอเมริกา	Rapper/ Crew “ BAZ BROTHERS CREW”
11. นายวสุรัตน์ ประสงค์งาม	นักเรียน Santirat Institute of Business Administration, ปวส. ปี 2	-
12. นายปรีมปรัชญ์ วรกีพรพรรณ	นักเรียน โรงเรียนวชิร ธรรมสาริต, มัธยมศึกษา ปีที่ 6	-
13. นายกฤษฎา บุญมาก	จบการศึกษาชั้น มัธยมศึกษาจาก LA. California	Rapper/ Crew “ BAZ BROTHERS CREW”
14. นายปฐวี สรสิริ	นักศึกษา มหาวิทยาลัยอีสต์แฮมป์ตัน, ชั้นปีที่ 4	Rapper/ Crew “ BLACK BONE CREW”
15. นายแอนโทนี่ สอนบุตรนาค	นักศึกษา L.A. Degree College สหรัฐอเมริกา	Rapper/ Crew “ BAZ BROTHERS CREW”
16. นายอัครวัฒน์ กิตติปรีชาศักดิ์	นักศึกษา มหาวิทยาลัย รามคำแหง, ชั้นปีที่ 3	-
17. นายเฉลิมพล เหลือทรัพย์สุข	ปริญญาตรี ราชภัฏสวน คูสิต	พนักงานบริษัท ไทเทเนียม เอนเตอร์เทนเมนท์
18. นายวิกรานต์ สุขมงคล	ปริญญาตรี Central Queensland University	ธุรกิจส่วนตัว
19. นายไรอัน เจทท์	การศึกษาไฮสคูลจาก สหรัฐอเมริกา	นักแสดง
20. นายยุทธ ทองเจริญ	ปริญญาโท	นักแสดง, ธุรกิจส่วนตัว

พบว่ากลุ่มแฟนเพลงที่นิยมในวัฒนธรรมฮิปฮอปนั้นเป็นกลุ่มวัยรุ่นชนชั้นกลางที่มี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ตลอดจนระดับมหาวิทยาลัย

เมื่อสังคมของวัยรุ่นทั้งที่โรงเรียน ที่บ้าน คนรอบข้างไม่มีใครที่มีรสนิยมเดียวกัน แต่เพื่อให้ การดำเนินชีวิตเป็นไปอย่างสมดุล วัยรุ่นคนหนึ่งต้องรวมกลุ่มและสมาคมกับคนที่มีรสนิยมเดียวกัน หรือรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน เมื่อมีกลุ่มวัยรุ่นฮิปฮอปเดินทางมาที่สยามสแควร์ เพื่อมาพบปะสังสรรค์ กัน และมาหาซื้อสินค้าและเสื้อผ้าที่ตนปรารถนา ทำให้ สยามเซ็นเตอร์ จึงเป็นศูนย์รวมของกลุ่ม แฟนเพลงได้เป็นอย่างดี ซึ่งทุก ๆ วันเสาร์ ที่ร้าน กบ มานูญครองเซ็นเตอร์ ร้านต่าย มานูญครองเซ็น เตอร์และร้าน Sneaka Villa สยามสแควร์ซอย11 จะเป็นแหล่งรวมตัวของแฟนเพลงฮิปฮอป นอกจากสถานที่ที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น ยังมีแหล่งรวมตัวกันในเวลากลางวันแหล่งอื่นอีก ได้แก่ สวน จตุจักร, ร้าน ดี เจ สยาม เซ็นเตอร์พอยท์ สยามสแควร์ ส่วนสถานที่รวมตัวกันในเวลากลางคืนได้แก่ สวนลุมไนท์ พลาซ่า, ถนนข้าวสาร, สีลมซอย 4, สถานบันเทิงยามค่ำคีน อาร์ ซี เอ ร้าน Route 66, ร้าน Escudo ทองหล่อ.

ภาพที่ 5.1 สถานบันเทิงยามค่ำคีนย่าน อาร์ ซี เอ



นอกจากนี้ การรวมตัวจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมทางดนตรี เช่น คอนเสิร์ตของ ศิลปินฮิปฮอป, การประกวด B-Boy, Graffiti, MC, DJ ก็เป็นสิ่งที่แฟน ๆ ฮิปฮอปเฝ้ารอและต้องการ ให้มีกิจกรรมบ่อย ๆ ซึ่งในระหว่างที่ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยนั้น ผู้วิจัยเองได้เข้าไปมีส่วนร่วม กับ กิจกรรมฮิปฮอปมากมาย โดยเฉลี่ยแล้ว เดือนละประมาณ 1 ครั้ง ซึ่งแต่ละครั้งที่ผู้วิจัยได้ไป จะจัด

ขึ้นบริเวณ มานูญครองเซ็นเตอร์ สยามสแควร์ และสถานบันเทิงยามค่ำคืน และแฟนเพลงที่ได้เข้ามา มีส่วนร่วมในกิจกรรมฮิปฮอปนั้น ยังเป็นแฟนเพลงหน้าเดิมที่ผู้วิจัยได้เคยพูดคุย สัมภาษณ์ และเจอ หน้ากันตามงานกิจกรรมต่าง ๆ

“..เมื่อก่อนผมยอมรับว่าติดเกมส์ วัน ๆ นั่งอยู่แต่หน้าคอมพิวเตอร์ เครียด แต่พอหลังจาก ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมฮิปฮอปแล้ว ทำให้ผมได้สังคม ได้เพื่อนใหม่ ก่อนหน้านี้ผมชอบ เต้น B-Boy อยู่แล้ว เพื่อเป็นการออกกำลังกายและสนุกสนานมากครับ แล้วมีวันหนึ่ง โครงการ ทู บี นัมเบอร์ วัน มาที่โรงเรียน เขาก็เชิญผมมาเดินโชว์ วันนั้นแหละครับเป็นจุดเริ่มต้นในวัฒนธรรมฮิป ฮอป หลังจากนั้นผมก็รู้จักเพื่อน ๆ พี่ ๆ ที่เต้น B-Boy และก็ชวนเข้ากลุ่ม จนตอนนี้ ทุกวันหลังเลิก เรียนผมก็จะมารวมตัวกันที่มานูญครอง เซ็นเตอร์ ชั้น 6 ไม่ได้มาเต้นนะครับ แต่มานัดเจอพูดคุยกัน มานั่งฟังคุณนักเรียนนี้แหละ ผมว่าการรวมตัวกันคือการเข้าสังคม และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน “ไม่ได้ไปกินเหล้า สูบบุหรี่ หรือทำให้ใครเดือดร้อน ผมไม่อยากจะสังคมมองว่าเด็กฮิปฮอปจะต้อง เลวทุกคนเสมอไป...” (สัมภาษณ์ ภาณุวัฒน์ ฉันทวรรธน์, 17 มกราคม 2549)

นอกจากนี้ ในระหว่างการเรียนหนังสือ เวลาว่างแฟนเพลงบางคนยังมีอาชีพเสริมซึ่งล้วน แล้วแต่เป็นกิจกรรมที่เป็นองค์ประกอบของวัฒนธรรมฮิปฮอป แม้ว่าที่โรงเรียน สถานที่ศึกษาจะต้อง ใช้ชีวิตที่แตกต่างกันไปตามสังคมของกลุ่มเพื่อน แต่เมื่อนอกเวลาเรียนหรือการกลับบ้านนั้นทุกคน ก็จะทำกิจกรรมที่ตนเองรัก เช่น บอล ริกกลับบ้านเพื่อมาแต่งเพลง และลงเสียง และลุ้นต่อการมิกซ์ เทป เพราะเป็นสิ่งที่คุณเองรักและชอบ

“..เพื่อนที่อัสสัมชัญ ธนบุรี มีคนที่ชอบฮิปฮอปไม่เยอะเท่าไร แต่พวกที่ชอบก็พูดคุยกัน บ้าง ส่วนมากเลิกเรียนก็กลับบ้าน มาแต่งเนื้อร้อง แต่งเพลง มิกซ์เทป วันเสาร์ก็เข้าสยาม มาเซ็น เตอร์พอยท์ แล้วก็ลาน โบว์ลิ่ง ชั้น เจ็ด มานูญครองเซ็นเตอร์ ที่นั่นจะมีกลุ่มเพื่อน ๆ ที่มารวมตัวกัน ทุกเสาร์ตอนบ่าย ๆ..” (สัมภาษณ์ ณ ภัทร เกตุสูงศักดิ์, 12 มิถุนายน 2549)

“..ชอบการเต้นมานานแล้ว ถ้ามีงานฮิปฮอปที่ไหน ก็จะไปเป็นพิธีกร ผู้จัดงาน ตลอด และ จนเป็นนักเต้นในงานด้วย ตอนนี้ทำงานด้วยโดยการเปิด โรงเรียนสอนเต้น และได้รับการตอบรับ เป็นอย่างดีจากแฟนเพลง เพราะเราจะมารวมตัวกันตลอดไม่ว่าจะไปงานไหน ก็จะเจอเพื่อน มันเป็น อีกสังคมหนึ่งของเรา และเราเองก็เหมือนเป็นศูนย์กลางของสังคมฮิปฮอปเลยก็ว่าได้...” (สัมภาษณ์ สิริลิต คงจรรยา, 17 มิถุนายน 2549)

“...เริ่มชอบมาประมาณ 4-5 ปีที่แล้ว ตอนนั้นก็ประมาณ 15-16 ผมชอบเพราะมันคือตัวตนของผม ตอนนั้นก็ทำวงแล้วนะ มีเพื่อนห้าคน ชื่อวง แบล็กโบน Black Bone Crew เพื่อนก็รุ่นเดียวกัน คุยกันรู้เรื่องดี แต่เรียนกันคนละที่นะ พอเลิกเรียนก็มาเจอกัน เพื่อการแต่งเพลง ทำเพลง...”
(สัมภาษณ์ วสุรัตน์ ประสงค์งาม, 10 มิถุนายน 2549)

ความสามารถพิเศษของแฟนเพลงฮิปฮอป ที่เป็นทราบกันดีว่าแฟนเพลงส่วนใหญ่ในช่วงความสามารถในการทำเพลง การบิ๊ททำนอง มิกซ์เทป มีการตั้งวง มีฉายา หรือที่เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า Crew มีการหาที่แสดงคอนเสิร์ต หรือแสดงความสามารถอยู่เสมอ มีความตั้งใจถึงขั้นออกอัลบั้มเป็นของตัวเอง และออกจำหน่ายอย่างเป็นทางการ แต่แฟนเพลงเหล่านี้จะนำเพลงฮิปฮอปที่ทำฝากวางที่ร้าน DJ SIAM วัตถุประสงค์หลักนั้นเพื่อการโชว์ผลงานและความสามารถมากกว่าเม็ดเงินที่อยากได้ นอกจากนี้เวลาที่มีการรวมตัวกันในงานต่าง ๆ เช่น งาน Fat Festival ก็จะมาวางเพื่อโปรโมทผลงานของตนเอง หรือบางครั้งถ้าเปิดเข้าไปดูในเวปไซด์ฮิปฮอปต่างๆ ก็สามารถดาวน์โหลดเพลงต่าง ๆ ออกมาฟังได้ พร้อมขอข้อเสนอแนะและคำติชมจากผู้ฟัง จากข้อมูลที่ได้กล่าวมานั้นจึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ในวงการฮิปฮอปนั้นจะมีวงที่เกิดขึ้นใหม่เกิดขึ้นอยู่เสมอ

ภาพที่ 5.2 แฟนเพลงที่มีการโปรโมทผลงานของตนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ



“...ผมทำเพลงเพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ ต่าง ๆ ทำเพลงมาประมาณปีกว่าแล้ว สมาชิกใน Crew 6 คน ชื่อ Black Bone Crew ผมก็จะนำผลงานที่ทำเนี่ยไปฝากวางที่ร้านดีเจ สยามครับ แผ่นละ 120 บาท ตอนนี้อยู่ได้ประมาณ 60 แผ่นแล้ว ผลตอบรับถือว่าดีครับ แต่ผมจะต้องปรับปรุงเพลงอีกเยอะเพื่อจะให้ดีที่สุด...” (สัมภาษณ์ ปฐวี สรสิริ, 10 ธันวาคม 2548)

ภาพที่ 5.3 ภาพผลงาน Rapper/B-Gal Crews ของแฟนเพลงฮิปฮอป



ภาพที่ 5.4 ภาพผลงาน Rapper/Bad Brothers Crews ของแฟนเพลงฮิปฮอป



รูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นกลุ่มนิยมนวัฒนธรรมฮิปฮอปนั้นประกอบด้วยการเรียนรู้ซึ่งก็ถือเป็นสิ่งที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ที่นั่นรับผิดชอบ อีกองค์ประกอบหนึ่งที่ควบคู่กับการเรียนก็คือกิจกรรมที่ทำในเวลาว่าง ซึ่งก็จัดเป็นงานอดิเรกอีกรูปแบบหนึ่งของวิถีชีวิต เนื่องจากวัฒนธรรมฮิปฮอปนั้นมีอีกหนึ่งองค์ประกอบซึ่งเป็นสิ่งที่แฟนเพลงและกลุ่มวัฒนธรรมฮิปฮอปนั้นสนใจอย่างยิ่งคือ B-Boy การเต้นก็เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่เปิดกว้างให้ทุกคนที่มีใจรักสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้เป็นอย่างดี แฟนเพลงบางคนนอกจากจะมีหน้าที่ในการเรียนแล้ว เวลาว่างก็จะมารับจ้างเต้นในงานต่างๆ รายได้ที่ได้มาไม่มากนัก แต่ก็ถือว่าเป็นงานที่รักและสุจริต

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนั้น กลุ่มแฟนเพลงที่ถูกสัมภาษณ์ได้กล่าวถึงสาเหตุของความชื่นชอบในแนวเพลงฮิปฮอปของกลุ่มแฟนเพลงว่า ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในการชอบฟังดนตรีแนวนี้ ด้วยเหตุผลที่ชื่นชอบในดนตรีเต้นรำ การชื่นชอบในเนื้อหาและอารมณ์ของดนตรีที่มี

ความหลากหลาย และ บางกลุ่มนั้นชื่นชอบในดนตรีของกลุ่มผิวดำ และบางกลุ่มก็ชื่นชอบเพราะว่าการแต่งกาย

“..ชอบมาประมาณ 3 ปีแล้ว (พ.ศ. 2546) เพื่อน ๆ ก็มีทั้งชายหญิง ไม่ได้จำกัดเพศ และวัย มันเป็นเพลงที่เดินสนุก คนตรีมันส์ และเป็นไลฟ์สไตล์อย่างหนึ่ง...” (สัมภาษณ์ จีวรรณ สติธิโส, 20 กรกฎาคม 2549)

“...มันไม่ใช่แค่ดนตรีที่จะให้คนมาชอบแล้วก็แค่นั้น ๆ แต่สิ่งที่สำคัญสำหรับ ฮิปฮอป มันจะต้องทำอะไรให้ดีที่สุด และต้อง original มันไม่ใช่แค่เหตุผลว่าทำไมถึงชอบ เพราะมันไม่ใช่แค่ชอบ แต่มันฝังลงไปในตัวเราแล้ว กลายเป็นมันครอบงำเราไปโดยที่เราไม่รู้ตัว...” (สัมภาษณ์ Federico Vassallo, 10 ธันวาคม 2548)

“...ผมเริ่มชื่นชอบเพลงฮิปฮอปมาเมื่อประมาณ 4 ปีที่แล้ว (2546) ตอนแรกก็ทำเพลงกับเพื่อนๆ ที่ชอบแนวเบลต (Blur, Suede) แล้วเพื่อนพวกนี้มันเล่นดนตรีเป็นหลายอย่าง ทำไปสักพักรู้สึกว่ามันไม่ใช่ หลังๆ ผมก็เลยลองชวนเพื่อนพวกนี้มาฟังฮิปฮอป จากนั้นก็เริ่มศึกษาและทำออกมาเพลงหนึ่ง โดยแต่งเนื้อกับเพื่อนๆ ช่วยๆ กันทำ ตอนแรกนะ ไม่ได้เรื่องเลย แต่ตอนนี้ดีแล้ว โดยมีไทเทเนียมเป็นแรงบันดาลใจ เพลงเลยออกมาแบบไทยคำอังกฤษคำ เพราะเพลงแนวไทเทเนียม เป็นแนว Nigger คือ สไตล์เมืองนอก คนดำ จริง ๆ แล้วในเมืองไทยศิลปินแต่ละกลุ่มจะมีเอกลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างกันออกไป แต่แบบก้านคอคกลับ จะมีเอกลักษณ์ความเป็นไทย...” (สัมภาษณ์ อัครวัตร กิตติปริชาศักดิ์, 10 มิถุนายน 2549)

5.4 อัตลักษณ์ด้านการแต่งกาย

รูปแบบทำให้เกิดตัวบ่งชี้ (Indicator) ที่สำคัญมีหลายประการ รูปแบบแสดงให้เห็นถึงความยึดถือในวัฒนธรรมย่อย และยังชี้ให้เห็นถึงการเป็นสมาชิกของวัฒนธรรมย่อยหนึ่งๆ ซึ่งมีลักษณะที่ปรากฏออกมาอย่างไม่สนใจหรืออย่างต่อต้านค่านิยมหลักของสังคม ลักษณะที่ปรากฏภายนอกประกอบด้วยเครื่องแต่งกาย ข้าวของเครื่องใช้ เช่น เสื้อผ้า ทรงผม เครื่องประดับ

Brake (อ้างใน ภาวิ วิโรจน์พันธุ์, 2539) ได้อธิบายว่า “ลักษณะโดยทั่วไปของวัฒนธรรมย่อยก็คือรูปแบบ (style) กล่าวคือ กลุ่มที่มีวัฒนธรรมย่อยที่โดดเด่นต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ ก็คือ กลุ่มที่มีการใช้รูปแบบในเชิงสัญลักษณ์รูปแบบหนึ่งๆ”

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

ในนิตยสาร Positioning magazine ฉบับ กุมภาพันธ์ 2548 ได้อธิบายถึงแฟชั่นการแต่งกายของวัยรุ่นแนวฮิปฮอป ได้พัฒนามาจากวัฒนธรรมข้างถนน (Street Culture) เสื้อผ้าจึงพัฒนาเน้นสไตล์สตรีตแวร์ที่พัฒนาขึ้นมาจากเสื้อผ้ากีฬาสุดฮิตสำหรับคนผิวสี อย่างบาสเกตบอล หรือเบสบอล ซึ่งก็แตกต่างกันตามแต่กิจกรรมในแต่ละด้าน ซึ่งแฟชั่นการแต่งกายแบบฮิปฮอป เริ่มต้นจากวัฒนธรรมข้างถนนสำหรับคนผิวสีในนิวยอร์กของ การแต่งกายส่วนใหญ่มักเป็นเสื้อผ้ากีฬาแบบต่าง ๆ โดยฝ่ายชายจะเน้นการใส่เสื้อกีฬาตัวหลวม ในขณะที่ผู้หญิงเสื้อฝ้ายออกจะดูน้อยชิ้น รัดรูป ตัวเล็กแบบทะมัดทะแมง นอกจากนั้น เสื้อผ้าที่เน้นลายพริ้นต์ของแบรนด์ชีย์ห่อตัวใหญ่ มีการใช้เพชร ทอง เครื่องประดับที่มีราคา เป็นสัญลักษณ์ที่สะท้อนลักษณะการแบ่งกลุ่มแบ่งฝ่าย

จากการวิจัยในด้านอัตลักษณ์การแต่งกายของแฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทยนั้น ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มแฟนเพลง มีลักษณะท่าทาง และสไตล์ของแต่ละคน ที่ค่อนข้างแตกต่างกัน แต่สิ่งของเด็กฮิปฮอปมีเหมือนกัน ก็คือ ลักษณะการพูดจา ความมั่นใจในตัวเอง ที่แสดงออกมาชัดเจน และการแต่งตัว โดยเฉพาะผู้ชาย ที่เมื่อเห็น ก็ต้องรู้เลยว่า เป็นเด็กฮิปฮอป เช่น เสื้อ กางเกงตัวใหญ่ โครงเครื่องประดับ รองเท้า ซึ่งผู้วิจัยได้พบรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เสื้อสูดดี, เสื้อกีฬา (Sweat Suits)

เสื้อผ้าเหล่านี้จะเป็นเสื้อที่ตัวใหญ่ หรือแม้แต่เสื้อเชิ้ตก็เป็นเสื้อแนวหลวม และติดกระดุมเม็ดบน ที่มักเป็นเสื้อฝ้ายห่อแบรนด์เนม

ภาพที่ 5.5 ภาพแสดงการแต่งตัว เสื้อสูดค้, เสื้อกีฬา



หมวกแก๊ป รองเท้าผ้าใบ หรือหนังหุ้มข้อ สายรัดข้อมือ สร้อยโลหะอันใหญ่ๆ แหวน
 ฟ้างนหนุฝินขนาดกลาง ซึ่งไว้โพกศีรษะหรือซบเหงื่อระหว่างการทำกิจกรรมต่างๆ ทางวัฒนธรรม
 ทางดนตรีฮิปฮอป สมาชิกในกลุ่มบางคนก็แต่งตัวแนวนี้ครบสูตร ทั้ง เสื้อผ้า หน้าผม เครื่องประดับ
 แต่ละคน ก็มีความเข้มข้น มาก น้อย ต่างกันไป

ภาพที่ 5.6 การแต่งตัวของแฟนเพลงฮิปฮอป



ส่วนใหญ่แต่งตัวตามสบายสมัยนิยม อาจใส่ชุดวอร์มเล่นกีฬา หรือเพิ่มเครื่องประดับ เช่น แหวน สร้อย กำไล ตุ้มหู เข้าไปมากๆ ให้ดูเพรียวบาง บางคนอาจแต่งตัวเปิดเผยหรือค่อนข้างน้อยชิ้น จนผู้ใหญ่บางคนอาจจะมองว่า โป๊ ไม่สุภาพ ไม่ถูกกาลเทศะ

2. เสื้อผ้าและกางเกงตัวใหญ่

เป็นสไตล์การแต่งตัวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มวัฒนธรรมฮิปฮอป โดยเฉพาะผู้ชายที่เมื่อเห็น ก็ต้องรู้เลยว่า เป็นเด็กฮิปฮอป เช่น เสื้อ กางเกงตัวใหญ่โคร่ง สาเหตุเนื่องจาก การใส่เสื้อผ้าแบบนี้ จะสบายที่สุดในการเล่นสเก็ตบอร์ด ซึ่งถือว่าเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่แฟนเพลง ฮิปฮอป บางกลุ่มใช้เป็นวิธีการออกกำลังกาย และยังสะดวกในการเดินรำ การเต้น บี บอย (B-Boy)

ภาพที่ 5.7 เสื้อผ้าตัวใหญ่



3. รองเท้าใบกัฬา

รองเท้ากีฬา เป็นสินค้าที่ขายดีที่สุด และพบว่าสินค้าส่วนมากจะนำเข้ามาจากต่างประเทศ ราคาแต่ละคู่ไม่ต่ำกว่าหลักหลายพันบาท

ภาพที่ 5.8 รองเท้าผ้าใบ กีฬา



4. นิยมสวมหมวกแบบต่างๆ

โดยเฉพาะหมวกแก๊ปกีฬาเบสบอล โดยลักษณะของหมวกนั้น จะเป็นหมวกที่มีสัญลักษณ์ที่บ่งบอกให้เห็นความเป็นฮิปฮอปเช่น หมวกที่มีโลโก้ L.A. (Los Angeles), N.Y. (New York) เพื่อบ่งบอกแหล่งกำเนิดในวัฒนธรรมฮิปฮอปจากสหรัฐอเมริกา

โดยแฟชั่นแบบฮิปฮอปจะประกอบด้วยเสื้อผ้าแบรนด์เนมยี่ห้อ Ecko Unlimited, Shady LTD, Roca Wear, G-Unit Clothing, FUBU, Phat Farm เป็นต้น

ภาพที่ 5.9 หมวกแบบต่าง ๆ



5. เครื่องประดับชิ้นใหญ่

เครื่องประดับชิ้นใหญ่ ตั้งแต่โซ่ยาวแขวนคอ แหวน คู่หู ที่ทำด้วย เงิน, ทองและ เพชร สิ่งของเหล่านี้จะเป็นเครื่องประดับต่าง ๆ ที่ประดับประดาไปด้วยเพชร หรือสัพพัญญูเฉพาะฮิปฮอปนั้น จะเรียกว่า Bling Bling สาเหตุที่ต้องใส่เครื่องประดับชิ้นใหญ่ หรือต้องเป็นเครื่องประดับที่ตกแต่งไปด้วยเพชร พลอย นั้นก็เพราะว่าต้องการสะท้อนให้เห็นถึงจุดกำเนิดในวัฒนธรรมฮิปฮอปในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งในฮิปฮอปมีจุดกำเนิดจากวัฒนธรรมข้างถนน วัฒนธรรมดนตรีของผิวดำ และเป็นที่ถูก และดูหมิ่นอย่างมากในสมัยนั้น หลังจากที่เวลาผ่านไป สามสิบกว่าปีจนมาถึงปัจจุบัน วัฒนธรรมฮิปฮอปได้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น และได้กลายมาเป็นวัฒนธรรมกระแสหลักของโลก โดยไม่มีใครสามารถปฏิเสธได้ จากจุดนี้เอง เครื่องประดับ เพชร Bling Bilng ต่างๆ จึงเป็นสิ่งที่สามารถถ่ายทอดและสะท้อนให้เห็นถึง ความสำเร็จ ของกลุ่มวัฒนธรรมทางดนตรีฮิปฮอป หลังจากที่ต้องดิ้นรน ฝ่าฟันความยากลำบากเพื่อให้เกิดการยอมรับในสังคม จากวัฒนธรรมของคนกลุ่มย่อย จนกลายมาเป็นวัฒนธรรมกระแสตรง และเป็นวัฒนธรรมกระแสหลักระดับโลก

นอกจากนี้ การวิจัยยังได้พบอีกว่า วัยรุ่นที่เป็นแฟนเพลงฮิปฮอปบางคน มีการใส่ที่ครอบฟัน มีการทำฟันให้เป็นให้มีสีเงิน หรือสีทอง หรือเรียกว่า ที่ครอบฟันเพชร (Grillz) ลักษณะของที่ครอบเพชรนั้น จะแตกต่างจากฟันเหล็กในการจัดฟันทั่วไป ก็จะเป็นเครื่องมือคงสภาพฟัน หลังจากการจัดฟัน (Retainer) ที่ใช้ในการจัดฟัน แต่ที่ครอบฟันเพชรนี้ จะมีลักษณะเหมือนกันแต่ทำด้วยโลหะสีทอง หรือเงิน โดยส่วนหน้าจะมีการประดับประดาด้วย เพชร พลอย เพื่อเป็นการเลียนแบบศิลปินต่างประเทศ เช่น Nelly P. Daddy ที่มีการใส่ฟันเงิน ฟันทอง ให้อู่ออกเป็นประกาย และดูหรูหรา ถ้าใครสามารถใส่ที่ครอบฟันเพชรที่ว่ามีค่าใช้จ่ายที่สูงมาก ราคาจะอยู่ประมาณ 100,000 -200,000 บาท และมีแฟนเพลงจำนวนน้อยที่ทำ สาเหตุหนึ่งเกิดจากค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง และอีกเหตุผลหนึ่งเพราะว่า ศิลปินฮิปฮอปไทยนั้นยังไม่ได้มีผู้ใดทำเป็นต้นแบบในเมืองไทยนั่นเอง

ภาพที่ 5.10 ภาพที่ครอบฟันเพชร หรือ Grillz



ภาพที่ 5.11 แผ่นเพลงอิปซอไบต์ที่ครอบฟันเพชร หรือ Grillz



ภาพที่ 5.12 เครื่องประดับอื่นๆ



โดยสไตล์การแต่งกายของวัยรุ่นแนวคนตรีฮิปฮอปในปัจจุบันของไทยนั้นได้รับอิทธิพลถึงขั้น มีการรับเอาสไตล์การแต่งกายของฮิปฮอปจำนวนมากหลากหลายแนว อาทิ เช่น สไตล์ลาติน เม็กซิกัน, สไตล์อีสต์ โคสต์, เวสต์ โคสต์ ฯลฯ หรือวัยรุ่นบางกลุ่มก็มีการตั้งกลุ่มแก๊ง (Crews) ที่นิยมในวัฒนธรรมฮิปฮอป และ ผลิตภัณฑ์เฉพาะของกลุ่ม ขึ้นมา โดยศิลปิน โจอี้ บอย ได้กล่าวถึงเรื่องแฟชั่นการแต่งกายของกลุ่มวัยรุ่นฮิปฮอป ไว้ในนิตยสาร Positioning magazine ฉบับ กุมภาพันธ์ 2548 ดังนี้

“.. สไตล์ที่ชัดเจนกางเกงทรงแบ็กก็ หลวมๆ เป็นสปอร์ตดีดู กระฉับกระเฉง กับเสื้อ มันเปลี่ยนแปลงไปเร็วมาก มาตามที่ศิลปินออก เราเห็นจากเอ็มทีวี นี่เดี๋ยวมาแล้ว...คูก็รู้กันเองว่าเป็น Hip Hop ทรงเสื้อมันดูรู้ใส่ หมวก ใส่ผ้า โปกหัว มองรองเท้า คือเราเดินกันแวนเดียวเรารู้กันเลย รองเท้ามี ยี่ห้อที่ชัดเจน อันดับ 1 เป็นยี่ห้อไนกี้ รุ่นดังทั่วโลกเลย คือรุ่นสีขาว แอร์ พอร์ช มีซิม โบลิกอยู่แค่หมวกกับรองเท้า เสื้อกับกางเกงนี่ฟรีสไตล์ แต่ก็ต้องมี ทรง รอยสักที่เป็นสัญลักษณ์ไม่มี พวกที่ชอบๆ ก็ไปสักลายกราฟฟิตี้ สักแบบ โอลด์ อิงลิช ลายแบบแกงสเตอร์แบบที่เขาชอบๆ กัน เครื่องประดับก็มี เครื่องเงิน เครื่องทอง ก็มีส่วนเข้ามา แม้แต่ที่อเมริกาที่มีแบบสไตล์ไม่รู้จักแบบ Hip Hop แบ่งกันเป็นสไตล์ไม่รู้จักหมุกี่เหล่า มันเยอะมาก ในที่ที่นิยมเริ่มมาจากที่ศิลปินที่อเมริกาเขาใส่ คือเมืองไทยมันยังเวิร์กอยู่ คือสิ่งที่เราเห็นจาก คารามันมีผลค่อนข้างเยอะ ...อย่างเมืองไทยไม่เคยสนับสนุน คือสนับสนุน น้อยมาก มีสินค้าเครื่องแต่งกายมากขึ้น แต่เป็นของที่มันอิมพอร์ตมากขึ้น ไม่มีใครทำ นี่คือสิ่งที่เราอยากให้เราทำ คือเหมือนกับญี่ปุ่นที่มีแบรนด์ของตัวเอง ที่ เขาก็รณรงค์ มีสไตล์ มีเสื้อผ้าของตัวเอง มีแบรนด์ของตัวเอง” (Positioning magazine, กุมภาพันธ์ 2548)

โดยปกติแล้วเสื้อผ้าของแฟนเพลง ที่ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยมา ส่วนใหญ่เป็นเสื้อผ้าที่วัยรุ่น สวมใส่กัน แต่จะเป็นเสื้อผ้าที่มียี่ห้อ ราคาค่อนข้างสูง โดยเฉพาะเครื่องประดับ เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า อายุ และอาชีพของกลุ่มแฟนเพลงนั้น ยังอยู่ในวัยเรียนและวัยศึกษา ยังไม่มีรายได้ในการ ประกอบอาชีพ การซื้อเสื้อผ้า เครื่องประดับ หรือแม้แต่เทป ซีดี เพลง ล้วนแล้วแต่มาจากรายได้ที่ ได้รับจากพ่อแม่ ผู้ปกครอง

“...บางวันเลิกเรียนก็มามานูญครองทั้งชุดนักเรียนเลย เพราะแค่มาทักทายเพื่อนๆ แต่อย่าง เสาร์อาทิตย์ ก็จะมาเรียนพิเศษที่สยามจะแต่งตัวแบบเด็กฮิปฮอปมาเลย แต่จะเอาหนังสือใส่ไว้ในถุง

ครับ ผมแต่งฮิปฮอปมาเลขอย่างวันนี้ก็เพิ่งเรียนพิเศษเสร็จครับ รู้ว่ามีงานประกวด B-Boy ที่มานุญครอง ผมเรียนพิเศษที่สยาม พอเรียนเสร็จก็รีบมาเลข แต่งตัวฮิปฮอปแล้วมันใจครับ ไปไหนก็มีคนมอง ยิ่งพวกเดียวกัน มองแว็บเดียวก็รู้แล้ว ชอบครับกับการแต่งตัวอย่างนี้ วันนี้มีคนเดีวครับ แล้วมาหาเพื่อนใหม่ ๆ ที่งาน วันนี้ก็ตั้งใจแต่งมาเต็มที่ครับ อย่างเสื้อตัวนี้ ราคา 2,500 บาท กางเกง 600 บาท รองเท้ารุ่น Nike Dollar ราคา 2,500 บาท ผมก็ขอตั้งค์แม่เวลาจะซื้อเสื้อผ้า แต่แม่ไม่เคยว่าอยากแต่งก็แต่งไป แต่ว่าต้องตั้งใจเรียน ทำเกรดดี ๆ ปีหน้าผมก็จะเรียนเตรียมทหารแล้ว ไม่รู้ว่าที่โรงเรียนจะแต่งฮิปฮอปได้ไหม...” (สัมภาษณ์ ธนวัฒน์ ชื่อดวง, 17 มกราคม 2549)

“...รองเท้า Bathing Ape คู่นี้ 10,000 นึงคะ เพิ่งซื้ออีกแบบนึงไปเมื่ออาทิตย์ที่แล้ว แฟนซื้อให้ แบบมันมาใหม่ ๆ เรื่อย ๆ เราก็ต้องตามแฟชั่นให้ทัน ส่วนคู่นี้ไม่ไหวแพงไป 40,000 มือสองอีกต่างหาก สีส้นไม่สดใสไม่ชอบ...ส่วนมาก เพิร์ส ชอบแต่งตามแฟชั่นฮิปฮอปคะ จะอย่างไรก็แล้วแต่ขอใส่รองเท้าผ้าใบ กับกระโปรง มันน่ารักดีคะ เก๋ๆ แต่เท่ด้วย” (สัมภาษณ์ สิริส คงจรรยา, 17 มิถุนายน 2549)

“... ผมจะใส่รองเท้าผ้าใบแต่ลู่สักพัก แต่พอหลังจากที่มีรุ่นใหม่ขึ้นมา ผมก็จะเอากู้อ่าไปฝากขายครับ ราคาไม่ตกด้วย แถมยังได้ตั้งค์ไปถอยรองเท้าคู่อื่นออกมาอีก แต่ที่สำคัญจะซื้อเฉพาะรุ่น ลิมิเต็ด อิดิชั่น (Limited Edition) เพราะหายาก และเป็นทีนิยมอีกด้วยครับ...” (สัมภาษณ์ อัครวัตร กิตติปริชาศักดิ์, 17 มิถุนายน 2549)

จากผลการวิจัยที่ได้กล่าวมาในข้างต้น สิ่งของที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนั้น ส่วนใหญ่มีราคาก่อนข้างสูง โดยเฉพาะ รองเท้ากีฬา เป็นสินค้าที่ขายดีที่สุด และพบว่าสินค้าส่วนมากจะนำเข้ามาจากต่างประเทศ ราคาแต่ละคู่ไม่ต่ำกว่าหลักพัน ราคาปกติอยู่ช่วงประมาณ 5,000 – 10,000 บาท ยกเว้นรองเท้าบางคู่เป็นที่นิยมมากและเป็นรุ่นที่ผลิตมาจำนวนน้อย (Limited Edition)

หากเป็นรุ่นที่หายากราคาจะสูงถึง 20,000-40,000 บาท และบางคู่เป็นรองเท้ามือสองแต่ได้รับความนิยมก็จะมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน ที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลมาเป็นรองเท้ากีฬา ไนกี้ (NIKE) ราคาอยู่ที่ 40,000 บาท นอกจากนี้หมวกก็เป็นทีนิยมเช่นกัน โดยเฉพาะยี่ห้อ Bating Ape ราคาอยู่ที่ใบละเกือบ 15,000 บาท

ภาพที่ 5.13 หมวกยี่ห้อ Bating Ape ราคา 14,000 บาท



ภาพที่ 5.14 รองเท้า Nike มือสอง ราคา 40,000 บาท



เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายและสิ่งของบางอย่างนั้นจะต้องหาซื้อที่ร้านจำหน่ายสินค้า เสื้อผ้า ฮิปฮอป โดยเฉพาะเท่านั้น ซึ่งร้านที่เป็นที่นิยมในการซื้อเสื้อผ้าของแฟนเพลงฮิปฮอปนั้น ได้แก่ ร้าน Sneaka Villa Siam Square Soi 11, ร้าน KOB มานูญครองเซ็นเตอร์ ชั้น 7, ร้าน ต่าย สเก็ตบอร์ด ฯลฯ

การจับจ่ายใช้สอยในสินค้าของกลุ่มคนตรีวัฒนธรรมฮิปฮอป นอกจากจะเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายแล้วนั้น ยังครอบคลุมไปถึงอุปกรณ์ในการทำดนตรี ทำเพลง อุปกรณ์ที่ว่านั้นเรียกว่า Turntable เพื่อการสแครตช์ (Scratching) การใช้เทคนิคสแครตช์ถือเป็นลีลาที่สำคัญของคนตรีฮิปฮอป โดยเครื่องเล่นแผ่นเสียงได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างเสียงสแครตช์และจังหวะดนตรีที่ต้องอาศัยฝีมือของดีเจผู้ที่เล่น โดยเครื่องเล่นแผ่นเสียง (Turntables) ที่นิยมใช้ได้แก่ เครื่องเล่นแผ่นเสียง Technics SL-1200 และ Pioneer CDJ 1000 เป็นต้น

ภาพที่ 5.15 อุปกรณ์ Turntable



Technics sl-1200 mk3d

ทั้งหมดที่กล่าวมา นอกจากจะเป็นร้านที่มีจำนวนแผ่นเพลงไปซื้อของเป็นส่วนมากแล้ว ยังเป็นสถานที่รวมตัวกันในวันหยุดอีกด้วย

หนึ่งในแหล่งขายสินค้าแฟชั่นสไตล์ฮิปฮอปของเด็กไทยนั้น สมโภชน์ จินดาอุพาร หรือ “บอล” เจ้าของร้าน สนิกก้า วิลล่า (Sneaka Villa) ย่านสยามสแควร์ เล่าให้ฟังว่า ที่ผ่านมาในไทยมีร้านที่เปิดขึ้นมารับกำลังซื้อของคนกลุ่มนี้ไม่มากนัก คราวๆ แล้วไม่น่าจะเกิน 4 ร้าน ทำให้ บอล ตัดสินใจร่วมหุ้นกับแฟนสาว เปิดร้านสนิกก้าวิลล่า ขึ้นมาเมื่อ 5 เดือนก่อน

สินค้าที่ขายดีที่สุด บอล บอกว่า หนีไม่พ้นรองเท้า และต้องยอมรับว่าสินค้าแฟชั่นฮิปฮอป นั้นราคาค่อนข้างสูง อย่างที่วางขายในร้านนั้น ก็มีตั้งแต่ 2,000 ไปจนถึง 30,000 บาทเลยทีเดียว คำแนะนำที่ให้กับลูกค้าที่เข้ามาในร้านจึงแนะนำเพียงว่าให้ซื้อรองเท้าแบรนด์เนมเพื่อให้คุ้มค่าเงินมากที่สุด ส่วนเสื้อและกางเกงนั้นให้เอาสินค้าทั่วไปมาประยุกต์ใช้ได้

ส่วนแบรนด์ที่กำลังอยู่ในความนิยมของ “ฮิปฮอปไทย” ชอบซื้อหานั้น บอล บอกว่า มีทั้งแบรนด์ ดังจากอเมริกา และ ญี่ปุ่น อาทิ เบพ (Bape) อีวิส (Evisu) สตัสซี่ Stussy และ ซุทรีน (Sutrene) ซึ่งส่วนใหญ่จะดังใน “ทางของตัวเอง” เบพ ดังมากเรื่องเสื้อผ้า อีวิส จะเด่นดังเรื่องยีนส์ ส่วน สตัสซี่ จะทำสินค้าออกมาทุกอย่างตั้งแต่หัวจรดเท้า เป็นต้น ส่วนรองเท้าที่นิยมสุด ก็มีอยู่ไม่กี่แบรนด์ อย่าง ไนกี้ อาคิคาส คอนเวิร์ส เป็นต้น

โดยแบรนด์เสื้อผ้าข้างต้นนิยมร่วมทำโคแบรนด์กับรองเท้ายี่ห้อดังให้ผลิตรองเท้าภายใต้คอนเซปต์ “ลิมิเต็ด อี디션” (Limited Edition) สำหรับเสื้อผ้าแบรนด์นั้นๆ โดยเฉพาะ เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อหาได้ตั้งแต่หัวจรดเท้า นั้นเท่ากับว่าหากใครก็ตามต้องการจะ “ครบเครื่อง” เรื่องแบรนด์เนมตั้งแต่หัวจรดเท้าแล้ว จะต้องหมดเงินไปไม่น้อย คำแนะนำที่ให้กับลูกค้าที่เข้ามาในร้านจึงแนะนำเพียงว่าให้ซื้อรองเท้าแบรนด์เนมเพื่อให้คุ้มค่าเงินมากที่สุด ส่วนเสื้อและกางเกงนั้นให้เอาสินค้าทั่วไปมาประยุกต์ใช้ได้

โดยแบรนด์เสื้อผ้าข้างต้นนิยมร่วมทำโคแบรนด์ (Co-Brand) กับรองเท้ายี่ห้อดังให้ผลิตรองเท้าภายใต้คอนเซปต์ “ลิมิเต็ด อี디션” สำหรับเสื้อผ้าแบรนด์นั้นๆ โดยเฉพาะ เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อหาได้ตั้งแต่หัวจรดเท้า

“ของที่ร้านจะนำเข้าทั้งหมด โดยส่วนใหญ่เอามาจากญี่ปุ่นและอเมริกา และที่ไม่มีวางขายในไทย บางชิ้นก็เป็นลิมิเต็ดอิดิชั่น กว่าจะได้มาก็ยากเย็น บางชิ้นร้านเราไม่ได้มีขายก็รีบสั่งซื้อหามาให้ได้ โดยจะซาร์จค่าจัดซื้อ 10% ของราคาจริง ซึ่งลูกค้าก็มีทั้งมาซื้อที่ร้านและซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ แต่ส่วนใหญ่เข้ามาที่ร้านเลย เพื่อที่จะเห็นของจริง และตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น” (สัมภาษณ์ สมโภชน์ จินดาอุฬาร, 11 สิงหาคม 2549)

ระยะเวลา 5 เดือนที่เปิดร้านมา ทำให้ “บอล” พอมองตลาดออกว่า ความนิยมในแฟชั่นของฮิปฮอปไทยนั้นเริ่มเปลี่ยนไป จากฮิปฮอปแบบดั้งเดิมที่ใส่เสื้อตัวโคร่ง กางเกงหลวมโพรก ก็เริ่มเปลี่ยนมาในแบบที่เป็นแคชชวล (Casual) มากขึ้น

จากเสื้อที่เคยใหญ่จนชายแขนเสื้ออยู่ที่ข้อศอก ก็ลดขนาดลงมา โดย บอล บอกว่า ฮิปฮอปเดี๋ยวนี้ จะใส่เสื้อใหญ่กว่าขนาดของตัวเองประมาณหนึ่งไซส์ ให้อู่อหลวมๆ แต่ไม่ได้ใหญ่มากจน

โคร่ง ส่วนทางเก่งก็เอาแค่หลุคกันเล็กน้อย นี่เป็นภาพความเปลี่ยนแปลงทางด้านแฟชั่นของฮิปฮอปไทยที่ “บอล” เห็น และด้วยความที่แฟชั่นฮิปฮอปมีความเป็นแฟชั่นมากขิ้นนี้เอง ก็ทำให้ตลาดนี้ขยายตัวขิ้น โดยปรยาย

“..ตอนนี้ คนที่หันมานิยมแฟชั่นฮิปฮอป มีทั้งฮิปฮอปแท้และไม่แท้ โดยบางคนที่ไม่ได้สนใจในกิจกรรมของฮิปฮอป แต่สนใจแฟชั่นเครื่องแต่งกายแบบฮิปฮอปก็หันมานิยมใส่กัน เพราะเดีวนี้ แฟชั่นฮิปฮอปใ้ถ้งขิ้น..” (สัมภาษณ์ สมโภชน์ จินดาอุพาร, 11สิงหาคม 2549)

ภาพที่ 5.16 นายสมโภชน์ จินดาอุพาร (บอล) เจ้าของร้าน Sneaka Villa



โดยร้าน Sneaka Villa นั้นมีเวปไซ้ดที่ชื่อว่ www.siamhiphop.com เป็นเวปไซ้ดที่ใ้รับความนิยมอย่างมากในหมู่แฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทย เพราะเวปไซ้ดแห่งนี้เป็นแหล่งศูนย์รวมในเรื่องราว ข้อมูลต่าง ๆ ของฮิปฮอป ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ มีข้อมูลเกี่ยวกับ

ประวัติ ความเป็นมา และการออกอัลบั้มเพลง แพนเพลงใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลักในการแสวงหา ข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีฮิปฮอป และสร้างชุมชนของตัวเองขึ้นมาเพื่อเป็นการรวบรวมกลุ่มคนที่มีความชอบเหมือนกันให้มาอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ทำให้กลุ่มมีความแข็งแรง และมั่นคงยิ่งขึ้น เพราะเป็นสื่อที่สามารถเสนอเนื้อหาได้มากที่สุดอีกทั้งยังมีพื้นที่ให้แฟนเพลงพบปะกัน นอกจากนี้ www.siamhiphop.com ยังเป็นศูนย์กลางของแฟนเพลงฮิปฮอปในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- ใช้เพื่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับดนตรีฮิปฮอป
- ใช้เพื่อดาวน์โหลดเพลงในแนวฮิปฮอป
- ใช้เพื่อแนะนำและแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีฮิปฮอปกับกลุ่มแฟนเพลง

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมา ทำให้แฟนเพลงที่เข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์นี้ และอดไม่ได้ที่จะต้องคลิกเข้าไปดูเสื้อผ้า รองเท้า เครื่องประดับ หรือเทรนด์แฟชั่น ต่างๆ เรียกได้ว่าเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านไปในตัว

ภาพที่ 5.17 ภาพ เว็บไซต์ www.siamhiphop.com

Siamhiphop.com - - Thai Hiphop Revolution ** V.2 - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Address <http://www.siamhiphop.com>

Siam Square Soi 11

ยินดีต้อนรับสู่ Siamhiphop.com

จับไปแล้วกับ party "Underground In Bang' Town" นานาชาติไป คงไม่ผิดหรือครับ งานนี้แบบว่าจัดมาทีเดียว ทั้งการ Battle MC ซึ่งผู้ชนะจากที่สุดของความสามาถลึกลับ รวมถึงในแง่ของการ Perform ทุกวงก็แสดงได้เต็มที่ ทีเดีย โดยเพิ่มจาก IFlow, Black Bone, Lil' Sista, Q'ty, OC Crew, Ize Maide, Banker, Silk Sound, Raw Uncut และ Ballistic & BSM ต้องขออภัยในเพลง It's Like That ที่ผม Beat in Skip ฟังทีไรไม่ได้ในเพลง แต่ก็ต้องเขียนเสียงมาจากคนได้โดยเฉพาะที่วงสุดท้าย ในเพลง Thailand Stand Up ที่ทุกคนเข้าร่วมก็จัดด้วย Thailand Stand Up ได้อาจอันนี้ ใจดีทำไมได้ไปงานนี้ นำเสียงมาจัด งานหน้ามีเรื่องอีกทีเมื่อไร ค่อยเอามาให้ฟัง

Siamhiphop Forum

กระทู้ข่าว Siamhiphop.com - - Thai Hiphop Revolution ** V.2

กระทู้ข่าว

- General Topic ::
 - Member Area
 - Newbie Holla
 - Buy Sell Trade
 - New Release
 - Cool stuff
- Hiphop Elements ::
 - Emcee
 - Deejaying
 - Graffiti
 - B-boying
 - Producer
- Track & Beat ::
 - Audio Room
- Webmaster Zone ::
 - Feedback
 - Advertising

กระทู้ใหม่	กวน	โหม	เข้าชม	ล่าสุด
1 โดบคือ KIKO คับ	24	=VE ZIPPER=	261	BlackDeK D
2 ยะจะเข้าขง โหม่หนแพ้นอกใจคน	11	DeloAno3L	53	BlackDeK D

ภาพที่ 5.18 ร้าน sneaka villa สยามสแควร์ซอย 11



“บอล” กล่าวในอีกหนึ่งฐานะนามเจ้าของเว็บไซต์ siamhiphop.com แหล่งรวมชาวฮิปฮอปแห่งใหญ่ในโลกไซเบอร์ของเมืองไทย ประเมินคร่าวๆ ว่า

“...จำนวนคนรักฮิปฮอป (พันธุ์แท้) น่าจะมีอยู่ราว 500 คนในเมืองไทย โดยบอลวัดจากจำนวนคนที่มาร่วมปาร์ตี้ Siamhiphop & MBK Party 2006 ซึ่งเพิ่งจัดขึ้นเมื่อเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา นอกจากดนตรี และสไตล์การแต่งตัวที่ “สุดๆ” สำหรับฮิปฮอปไทยแล้ว การใช้ชีวิตก็เป็นอีก “นิยาม” ที่เปลี่ยนแปลงไป...” (สัมภาษณ์ สมโภชน์ จินดาอุพาร, 11 สิงหาคม 2549)

ภาพที่ 5.19 กิจกรรมปาร์ตี้ Siamhiphop & MBK Party 2006



ภาพที่ 5.20 กิจกรรมปาร์ตี้ Siamhiphop & MBK Party 2006



ผับ และ สถานที่ที่พยายามค้าคืนที่โฟกัสเฉพาะลูกค้ากลุ่มนี้ก็มีไม่น้อยในปัจจุบัน และกำลังจะขยายตัวมากขึ้นตามกระแสที่ “รูดหน้า” ไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะย่านสุขุมวิท และอาร์ซีเอ ไม่ว่าจะเป็น Root 66 , Bed Supper Club

“...ไลฟ์สไตล์ดังกล่าวทั้งดนตรี คอนเสิร์ต และนิคมบริโภคแบรนด์ดังที่ดองทั้ง “แปลก โคนใจ และไม่ซ้ำใคร” ล้วนเป็นมูลค่า (ขาย) ที่สินค้าจะทำราคาได้เต็มที่ และไม่มีวันที่ฮิปฮอปกลุ่มนี้จะเบือนหน้าหนี หากยินยอมพร้อมใจที่จะเป็น “สาวกพันธุ์แท้” แล้ว ข้อดีที่กล่าวอ้างทั้ง “กำลังซื้อ” และ พฤติกรรม “เหนียวแน่น” ต่อแบรนด์ รวมถึงปริมาณประชากร “ฮิปฮอป” ที่ขยายตัวต่อเนื่องทุกปีนั้น เป็นสิ่งที่นักการตลาดสินค้าและบริการทั้งหลายก็เล็งเห็น และไม่นิ่งเฉยเช่นกัน...” (สัมภาษณ์สม โภชน์ จินดาอุพาร, 11 สิงหาคม 2549)

จากการรับสารจากสื่อต่างๆ รวมทั้งการได้เห็นศิลปินเป็นต้นแบบในด้านการแต่งกาย การรวมตัวกันของกลุ่มวัฒนธรรมฮิปฮอปในโอกาสต่างๆ ทำให้เกิดอัตลักษณ์ในด้านการแต่งกายขึ้นมา สำหรับแฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทยนั่นเอง

“เสื้อผ้าสไตล์ hip hop ในตลาดโลกมีอัตราขยายตัว 10-15% ต่อปี โดยเฉพาะในอเมริกา เป็นอีกปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดการขยายตัวของตลาดเสื้อผ้า hip hop ของไทย” พงษ์ศักดิ์ จินตนา ประธานบริษัท Rocky Trading Group กล่าว สำหรับกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มวัยรุ่นอายุ 17-25 ปี โดยขณะนี้เปิดตัวกลยุทธ์การตลาดหลักที่ FUBU นำมาใช้กับตลาดเมืองไทยเป็นแนวทางเดียวกับการทำตลาดในอเมริกา คือ การสร้าง brand image ควบคู่กับการเป็นสปอนเซอร์เสื้อผ้าให้กับนักร้องแนว hip hop และสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม hip hop แล้ว 3 สาขา ที่โอเช็ดัน เซ็นทรัล ซิดลม และดิเอ็มโพเรียม กลยุทธ์การตลาดหลักที่ FUBU นำมาใช้กับตลาดเมืองไทยเป็นแนวทางเดียวกับการทำตลาดในอเมริกา คือ การสร้าง brand image ควบคู่กับการเป็นสปอนเซอร์เสื้อผ้าให้กับนักร้องแนว hip hop และสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม hip hop” (Positioning Magazine, กุมภาพันธ์ 2548)

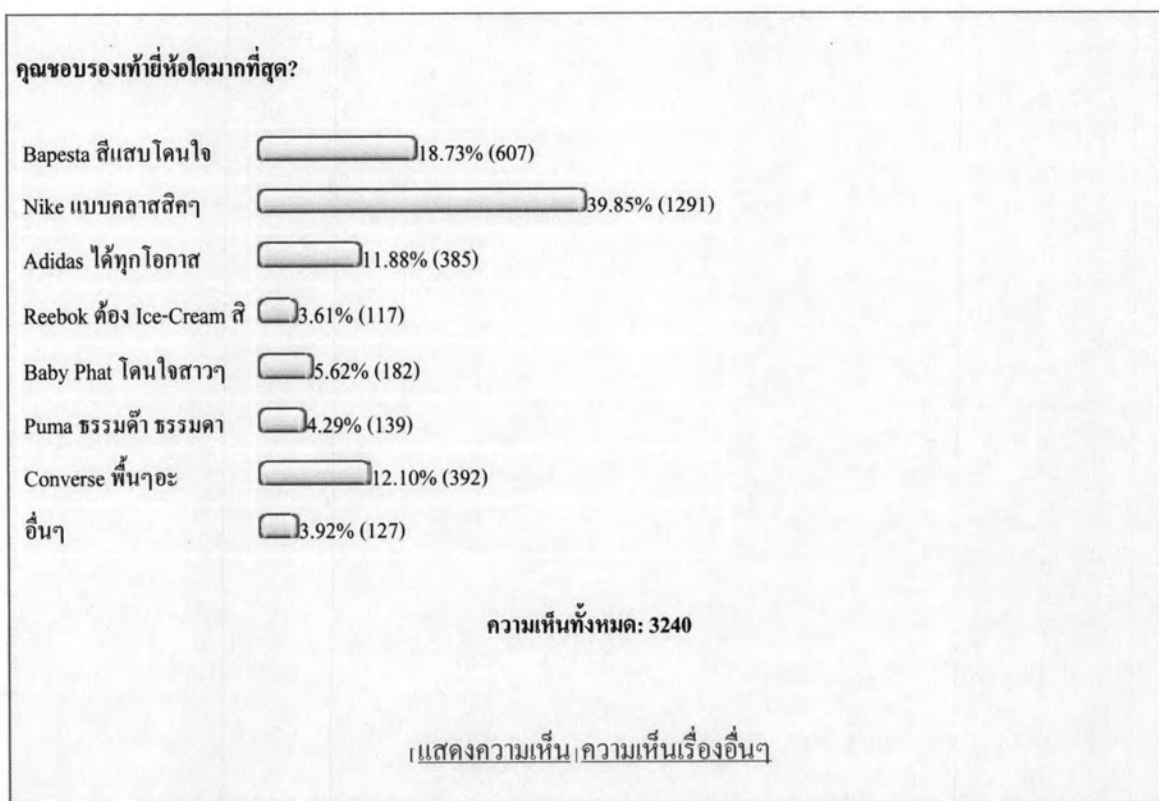
“...ฮิปฮอปเป็นดนตรีที่น่าหลงใหล มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ในด้านแนวเพลง การร้อง ผمก็แต่งตัวแนวฮิปฮอปตั้งแต่ก่อนกระแส สมัยก่อนอาจจะดูตลก กลุ่มล้าม ผู้ใหญ่บางคนมองว่าบ้า ร้อนจะตายใส่ไปได้ไง แต่ปัจจุบันมันเป็นเทรนด์ แฟชั่นไปแล้ว ผมชอบเสื้อผ้าแนว Bape BBC Ice cream เพราะว่าเป็นสีสันทันทีใส่...” (สัมภาษณ์ อัครวัตร กิตติปริชาศักดิ์, 10 มิถุนายน 2549)

“..ชอบแต่งตัวแนว Street Wear หรือ แนว กลุ่ม Sneaka เท่หึดี เวลาแต่งแล้วเจอเพื่อนที่แต่งเหมือนกัน ก็รู้สึกดี บางทีรองเท้าใส่แล้วก็เอาไปลงเวปขายได้ราคานะ อย่าง Nike, Bapesta เป็๋อขายชื่อใหม่...” (สัมภาษณ์ ปุริมปรัชญ์ วรกิจพรพรรณ, 25 สิงหาคม 2549)

นอกจากการแต่งกายจะเป็นสิ่งที่แสดงออกทางลักษณะที่ปรากฏของวัยรุ่นแล้ว วัยรุ่นยังนำเครื่องใช้หรือประดิษฐ์กรรมต่างๆ มาเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงออกในกลุ่มวัฒนธรรมของตนเองด้วย เช่น รองเท้า หมวก เครื่องประดับต่าง ๆ

“เราต้องรับความเป็นจริงว่าประเทศไทยมันได้แค่นี้ก็แค่นี้ ผมว่าเงินที่เด็กฮิปฮอปหมดไปกับแฟชั่น หมวก รองเท้า เสื้อ สร้อย รองเท้าแพงนะ 3 พัน 4 พันมันก็ซื้อกันได้ กางเกง เป็นหมิ่นมันก็ซื้อกันได้ หมวกอิมพอร์ตมันก็ซื้อกันได้ สร้อยแพงๆมันก็ซื้อกันได้ แต่การบริโภคของฮิปฮอปจริงๆ 20-30 แผ่นจะเลือกจริงๆ ชักแผ่น ไม่ก็ไม่รักจริง ไม่อยากฟังเท่าไรหรอก แห่กันซื้อแต่ชุดๆเดียว มันไม่ได้สนับสนุนเท่าไรแล้วก็ โดยวิทย์โดยสื่อมันก็ลำบากมาก แนวฮิปฮอปที่จะเปิดในประเทศไทย ฮิปฮอปที่เราเห็นจริงๆ นั้นเราเห็นการแต่งตัวมากกว่า ที่เราดูเราเห็นฮิปฮอปเยอะก็แค่แต่งตัว ที่บอกมันเป็นแฟชั่นมากกว่า เราเห็นแต่เด็กฮิปฮอปแต่ตัวฮิปฮอป สไตลส์ฮิปฮอปเยอะมาก คือแฟชั่น 60 เปอร์เซ็นคือเรื่องเสื้อผ้าการแต่งกายเลยคือ 60 เปอร์เซ็น การบริโภคซีดี 30-40 ถือน่า่น้อยมาก นี่ยังไม่เกี่ยวกับ burn เกี่ยวกับแผ่นcopy อีกระยะ 40 เปอร์เซ็นถือน่า่น้อยมาก” (อ้างถึงโดย คชาชัย วิชัยดิษฐ์ บทสัมภาษณ์ ธนโชติ เพียรเสมา, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2548

ภาพที่ 5.21 การจัดอันดับรองเท้าคู่โปรด www.siamhiphop.com



ภาพที่ 5.22 รองเท้ายี่ห้อ Nike แขนรงค์ที่ได้รับความนิยมที่สุด



ภาพที่ 5.23 รองเท้านำเข้าจากต่างประเทศ แนว Bape Ice Cream



ภาพที่ 5.24 รองเท้านำเข้าจากต่างประเทศ แนว Bapesta



กระแสความนิยมของวัฒนธรรมดนตรีฮิปฮอปจากต่างประเทศที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบันส่งผลให้ในสังคมไทยเริ่มเกิดการตลาดสำหรับกลุ่มวัยรุ่นที่ขยายตัวและปรากฏในรูปแบบต่างๆ ตั้งแต่การนำเข้าสินค้า ประเภทเสื้อผ้า, รองเท้า, อุปกรณ์ดนตรี ฯลฯ เข้ามาจำหน่ายมากขึ้น การจัดกิจกรรมของกลุ่มวัยรุ่นที่มีสินค้าเป็นผู้ที่สนับสนุน นอกจากนี้ยังเกิดโรงเรียน ที่จัดการเรียน การสอนในด้านคลับดีเจ หรือ การเต้นแบบเบรกแดนซ์ เกิดขึ้น และพื้นที่อย่างสถาน

บันทึกของกลุ่มวัยรุ่นที่เปิดดนตรีเต้นรำสมัยใหม่ก็นิยมที่จะนำดนตรีฮิปฮอปเข้าไป ที่ทำให้การแพร่กระจายของวัฒนธรรมดนตรีฮิปฮอปกลายเป็นสิ่งที่แพร่หลาย

ถึงแม้การแต่งกายจะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของแฟนเพลงฮิปฮอปได้เป็นอย่างดี แต่สิ่งที่จะต้องอยู่ในใจของวัฒนธรรมฮิปฮอปตลอดนั่นคือความเชื่อ ความเชื่อในการเป็นตัวของตัวเอง ไม่ได้คิดลอกที่จะเลียนแบบใคร ทุกคนต้องมีแบบฉบับเป็นของตนเอง จึงจะเชื่อได้ว่าเป็นแฟนเพลงฮิปฮอปตัวจริง ไม่ใช่แค่แฟชั่นการแต่งกาย ไม่จำเป็นต้องใช้เสื้อผ้าราคาแพงเสมอไป ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของตัวเองที่แท้จริง มากกว่าการมองที่วัตถุภายนอก

“..พี่จะแต่งแบบที่เราชอบ คือหมายถึงว่า แต่งได้แต่ไม่ลำบาก เช่น อากาศร้อนแต่ใส่เสื้อตัวใหญ่ ๆ หนา ๆ มันก็จะลำบากไปไหม ปกติพี่ทำงานประจำก็จะแต่งตัวปกติ แต่เสาร์ อาทิตย์วันหยุด เราจะไปเจอเพื่อน ๆ หรือว่าถ้าไปรวมตัวกันชมคอนเสิร์ต ก็จะมีบ้างเช่น รองเท้าผ้าใบ เสื้อ Bling Bling แต่ไม่เยอะเหมือนกับบางคน เพราะพี่ไม่คิดว่าการเป็นเด็กฮิปฮอปจะต้องแต่งตัวตามศิลปินเสมอไป ศิลปินเขาทำได้เพราะมันมี Idol ประกอบกับเม็ดเงินที่ได้จากการโฆษณา สปอนเซอร์ ของพี่แค่นี้รักก็พอแล้ว ...” (สัมภาษณ์ วราภรณ์ แอลคาน, 1 กรกฎาคม 2549)

“...เอกลักษณ์ของการแต่งตัวสำหรับผม อะไรก็ได้ครับ คุณจะใส่เสื้อกล้ามรองเท้าแตะก็ได้ ถ้าคุณมั่นใจ ขอแค่ฝีมือคุณเก๋ก็พอ Hip - Hop ไม่ใช่เกมออนไลน์ครับ เสื้อผ้าไม่ได้ทำให้คุณเก๋ขึ้น ...” (สัมภาษณ์ วิกรานต์ สุขมงคล, 9 สิงหาคม 2549)

“..ผมว่าการแต่งการก็เป็นส่วนหนึ่งในการบ่งบอกว่าตัวเราชอบอะไร โอเค เราแต่งแบบเด็กฮิปฮอปก็จริง แต่ผมไม่ได้ยึดติดกับเสื้อผ้าราคาแพง แบรินด์เนม อย่างรองเท้าผมคู่นี้ ก็สองร้อยบาทไม่ได้แพงมากเพราะไม่อยากจะจ่ายเงินพ่อแม่ สิ่งที่สำคัญที่สุด ผมรักในดนตรี เสียงเพลง การเต้น บ๊อบบี้ อยากจะฝากถึงรุ่นน้อง ๆ ที่เข้ามา อย่าคิดว่าจะมาแต่งตัวให้เหมือนเด็กฮิปฮอป แต่งเสื้อผ้าแพง ๆ รั้ว แร็ป เป็นปะ เดินเก่งแค่ไหน มีคน Respect แค่นั้น สิ่งเหล่านี้ต่างหากที่จะทำให้เราภูมิใจมากกว่า...” (สัมภาษณ์ ภาณุวัฒน์ ฉันทวรรรัตน์, 17 มกราคม 2549)

“...ฮิปฮอป เทรอครับ สำหรับผมนะครับ ฮิปฮอป มันเป็นอะไรมากกว่าแค่แนวดนตรีครับ มันคือ Culture คือสังคม คือชีวิต ถ้าเรามองในมุมมองของคนอเมริกันเนี่ย ฮิปฮอป คือสิ่งที่รวมชุมชนของเค้า หรือ สังคมของเค้าขึ้นมา รวมขึ้นมาเป็น Community เป็น Hood เป็น Ghetto ... แต่สังคมไทยจะต่างจากสังคมคนผิวดำ เพราะว่าวิถีชีวิตมันต่างกัน การดิ้นรนหาเงิน และความต้องการความนับหน้าถือตาในสังคมก็ต่างกันด้วย สำหรับผมแล้ว ฮิปฮอปจะเป็นไลฟ์สไตล์มากกว่า มันเป็น

สิ่งที่เราเป็น สิ่งที่เราคิด สิ่งที่เราพูด เมื่อ ฮิปฮอปมันคือสิ่งที่อยู่ในสายเลือดเราแล้วเนี่ย ไม่ว่าจะทำอะไรยังไง มันก็คือ ฮิปฮอปซึ่งคนมักจะเข้าใจผิดว่า แค่ว่าการทักกันว่า ชับเหมบนๆ ใส่เสื้อตัวโตๆ พูดสำเนียงเด็กนอก ชูมือชูไม้ นั่นก็คือ ฮิปฮอปแล้วจริงๆ แล้วมันไม่ใช่ นั่นมันเป็นแค่การอยากจะเป็น เป็นแค่การเล่นแบบเฉยๆ อย่าง Pharrell Williams หรือ Kanye West โปรดิวเซอร์ ฮิปฮอปเก่งๆ เค้ายังแต่งตัวธรรมดาด้วยซ้ำ ฮิปฮอปมันเริ่มต้นจากข้างในครับ เพราะฉะนั้นเป็นตัวของตัวเองดีที่สุด..” (สัมภาษณ์ สุวิชา สุภาวีระ, 27 กรกฎาคม 2549)

จะว่าไปแล้ว การแต่งกายของวัยรุ่นในปัจจุบัน มีแนวโน้มไปในทางเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายที่เป็นฮิปฮอปมาก กับคำพูดที่ว่า เด็กวัยรุ่น สมัยนี้ทำตัวเป็นเด็กฮิปฮอปมากไป โดยที่ไม่รู้ด้วยซ้ำว่า คนตรีชนิดนี้มีประวัติความเป็นมาอย่างไร” เสนีย์ จิตสุวรรณวัฒน์ บรรณาธิการบริหารนิตยสาร สารกระตุ้น ได้ให้ความคิดเห็นกับเรื่องนี้ไว้ใน Ulife Magazine ว่า

“..พี่ว่าถ้าเค้าไม่ได้สอบเข้ามหาวิทยาลัยเบิร์คคลีย์ เอกดนตรี พี่ว่าเค้าก็ไม่เห็นจะต้องรู้แก่นอะไรขนาดนั้น พี่ว่าถึงเค้าฟังลูกทุ่ง แต่แต่งฮิปฮอป มันก็เรื่องของเค้า หรือถ้าเขาแต่งฮิปฮอปแต่ไปดูคอนเสิร์ตลูกทุ่ง ถ้าเขาไม่เงินก็แต่งไปสิ..” (บทสัมภาษณ์ เสนีย์ จิตสุวรรณวัฒน์, จากนิตยสาร ULife, พฤษภาคม 2549)

จะเห็นได้ว่าการนำเนื้อหาหรือลักษณะของวัฒนธรรมฮิปฮอปเข้าไปสอดแทรกอยู่ในสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางโทรทัศน์ในรูปแบบของโฆษณา ในละคร มีวีสวีดีโอ ฯลฯ ทางสื่อวิทยุ ภาพยนตร์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ได้ส่งผลให้ในปัจจุบัน วัฒนธรรมฮิปฮอปได้เข้ามามีบทบาทในเรื่องของเนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในสื่อสารมวลชนของไทยมากขึ้น ดังนั้นผู้รับสาร สำหรับการวิจัยครั้งนี้คือแฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทย จึงมีการรับรู้และปฏิบัติตามอย่างไม่เป็นที่น่าสงสัย

5.5 อัตลักษณ์ด้านการแสดงออก

จากการวิจัยในอัตลักษณ์ด้านการแสดงออกและภาษาของกลุ่ม พบบุคลิกลักษณะการแสดงออกของแฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทยดังต่อไปนี้

5.5.1 มีรูปแบบที่ค่อนข้างเป็นแบบเดียวกัน

วัยรุ่นที่ได้ร่วมเข้าเป็นกลุ่มเดียวกัน มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดติดต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน กลุ่มเพื่อนวัยรุ่นที่ถือว่าเป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของคนในกลุ่มนั้น ๆ คนที่

อยู่ในกลุ่มเดียวกันย่อมมีค่านิยมที่คล้ายกัน วัยรุ่นเน้นการทำอะไรเหมือนๆ กัน ทำด้วยกันเป็นทีม หมายถึง ภายในกลุ่มจะมีความเป็นหนึ่งเดียวกันในรูปแบบวิถีชีวิต

เมื่อความนิยมที่มีต่อสไคล์ดนตรีฮิปฮอปมากขึ้นในช่วงไม่กี่ปีนั้นทำให้เกิดธุรกิจที่มีสินค้าที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมดนตรีฮิปฮอปมากขึ้น จะเห็นได้จากการขยายตัวของสถานบันเทิงยามค่ำ คินตามแหล่งต่างๆ ของกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมเปิดเพลงเดินรำ มีการนำเข้าเสื้อผ้าสไคล์ฮิปฮอป มีกิจกรรมต่างๆ ที่ถูกจัดขึ้นสำหรับกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบวัฒนธรรมฮิปฮอปที่มีการสนับสนุนจากภาคธุรกิจต่างๆ ขณะเดียวกันธุรกิจประเภทโรงเรียนสอนดีเจ และตัวแทนจำหน่ายเครื่องเล่นแผ่นเสียงก็เพิ่มขึ้น การเติบโตที่วุ่นวายนี้จึงมีผลถึงการแพร่กระจายของวัฒนธรรมฮิปฮอปในสังคมไทยมากขึ้น และเมื่อแฟนเพลงได้มีการรับสารจากกระบวนการสื่อสาร ทำให้แฟนเพลง มีรูปแบบการประพฤติปฏิบัติตัวที่วุ่นวายไปในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ การแสดงออก ทั้งที่เป็นรูปแบบการประพฤติปฏิบัติตัวในกิจกรรมส่วนตัว และต่อสังคมที่เป็นสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อความหมายการเป็นสมาชิกของวัฒนธรรมวัยรุ่นฮิปฮอปได้

“...ถ้าถามว่ามองคนอื่นที่ไม่ใช่ฮิปฮอปแล้วรู้สึกแปลกๆ ไหม ผมว่าคงไม่รู้สึกละไร แต่ถ้าจะรู้สึกก็แค่ว่า แตกต่างกันที่รสนิยม มันเป็นเรื่องของรสนิยม แต่คนเรามีสิทธิ์ที่จะเป็นอะไรก็ได้ที่อยากเป็น ชอบอะไรก็ได้ที่อยากจะทำ เหมือนเราเป็นฮิปแต่อีกคนเป็นลูกทุ่ง แต่เราก็ไม่ได้มองว่าใครต้อง เสี่ยว คนเรามีความชอบที่แตกต่างกัน ชอบไม่เหมือนกัน การที่เราอยู่ด้วยกันในสังคมจึงไม่ได้มองเห็นถึงความแตกต่าง...” (สัมภาษณ์ อัครวัตร กิตติปริชาศักดิ์, 10 มิถุนายน 2549)

“...หากพูดสไคล์การใช้ชีวิตของคนบางกลุ่ม ที่บางครั้งเรียกตัวเองว่า “Hip Hop” จะครอบคลุมทั้งวิถีทางสังคม ศิลปะ แฟชั่น กีฬา และวัฒนธรรม มากกว่าที่หลายๆ คนเข้าใจว่าเป็นแค่แนวเพลงอย่างหนึ่ง ถ้าพูดตามตรงฮิปฮอป ก็เป็นการรับเอาวัฒนธรรมอย่างหนึ่งจากคนด้าอเมริกาของผู้คนที่ส่วนมากอยู่ในวัยปัจจุบันทั่วโลก ไม่ว่าญี่ปุ่น เกาหลี ฟิลิปปีนส์ ได้วันเอง มันเป็นที่ความนิยมของบางคนและเป็นเสมือนวิถีชีวิตของบางคน ที่จะเลือกรับเอาขนาดไหนตามความหลงใหล...” (Positioning magazine, กุมภาพันธ์ 2548)

“...ผมเข้ามาในวงการฮิปฮอป เพราะ ตอนนั้นเพื่อน ๆ ในห้องต่างก็มีสไคล์ต่าง ๆ ตัวผมก็ไม่มี ก็เลยคิดที่จะหา ก็มาลงตัวกับ ฮิปฮอป ครับ ก็เริ่มรัก ฮิปฮอปจริง ๆ ก็ ตั้งแต่ 1 มกราคม 2546 ครับ! อืมเริ่มฟังเลขก็มีใจอื้อ บอย New school ตอนแรกชอบเพราะแปลกดี แต่ถ้าชอบฮิปฮอปจริงก็ตอนที่เริ่มมี Cable TV นะ สมัยนั้นจำได้ P.Diddy โครตเท่หัลเลข...” (สัมภาษณ์ ณ ภัทร เกตุสุวรรณ, 12 มิถุนายน 2549)

“...ฮิปฮอปในปัจจุบัน มันไม่ใช่กระแส แต่มันคือวิถีชีวิตของวัยรุ่นในสมัยนี้ ปัจจุบันคนตรีแนวฮิปฮอป กำลังจะตาย และคนตรีแนวฮิปฮอปจะเข้ามาแทนที่ จะสังเกตเห็นได้ว่าปัจจุบันฮิปฮอปนั้นเป็นคอนเท้นท์ (Content) ไม่ว่าจะมองไปทางไหน สื่อ เสื้อผ้า การแต่งกาย การแสดงออกของวัยรุ่น มีแต่กลิ่นไอของความเป็นฮิปฮอป ถ้าสุดเก๋สุดชิคหนึ่ง ก็ต้องการให้มันเป็นไอคอน ตัวการ์ตูนในเกมส่นั้น ๆ เพราะเรามีความเป็น Idol และเป็นผู้นำเทรนด์ในคนตรีฮิปฮอป ...” (สัมภาษณ์ สุระ ธีระกล, 18 สิงหาคม 2549)

5.5.2 มีการรับเอารูปแบบวัฒนธรรมที่มาจากอเมริกา

เนื่องจากจุดกำเนิดในวัฒนธรรมฮิปฮอปนั้น เริ่มต้นจากประเทศสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ การที่สมาชิกในกลุ่มบางคนได้เดินทางไปรับวัฒนธรรมฮิปฮอปในต่างประเทศ แล้วนำกลับมาเผยแพร่สู่สมาชิกคนอื่น ๆ ภายในกลุ่ม ส่งผลให้มีการประพฤติปฏิบัติแบบเฉพาะกลุ่มที่นำไปสู่กิจกรรมใหม่ทางด้านดนตรี การรับเอามาทั้งรูปแบบ และวัฒนธรรมต่างๆ จึงมีส่วนที่เหมือนและคล้ายกับวัฒนธรรมตะวันตกเป็นส่วนมาก ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย ภาษา ท่าทาง การแสดงออก รูปแบบวิถีชีวิต

“...ผมเกิดและโตที่อเมริกา ผมเห็นแนวเพลงนี้ตั้งแต่แรกเริ่ม มันเริ่มประมาณ 30 กว่าปีแล้ว ผมได้เห็นวิวัฒนาการของมันตั้งแต่ผมเด็ก พวกไอ้มีดที่โน่นก็มีวิถีชีวิตแบบเขา เราคนไทยก็รู้สึกทึ่งกับความสามารถทางดนตรี การเต้น ว่าเขาต้องดิ้นรน ต่อสู้แค่ไหนกว่าจะให้สังคมเห็นความสำคัญ และยอมรับให้พวกเขาอยู่ในสังคมได้ ทั้งเพลง เนื้อหา มันสะท้อนให้เห็นถึงชีวิตพวกเขาได้เป็นอย่างดี สำหรับผมที่ชอบเพลงแนวนี้เพราะว่าจังหวะ คนตรี ชอบมาตั้งแต่ ผมย้ายมาอยู่เมืองไทย ตอนอายุ 18 ตอนนั้นเมืองไทยยังนิยมเพลงป๊อป ร็อค อยู่เลย จนมา สองสามปีนี่แหละที่เมืองไทยรับเอากระแสเพลง และวัฒนธรรมฮิปฮอป มาจากพวกไอ้มีด หรือทางอเมริกาเต็ม ๆ ก็เห็นว่าบางคนก็ชอบเพราะเป็นแฟชั่น บางคนเขาก็ชอบมานานแล้วนะ อันนี้ก็แล้วแต่ใครชอบแบบไหนครับ...” (สัมภาษณ์ ไรอัน เจทท์, 20 กรกฎาคม 2549)

“...ศิลปินไทเทเนียมครับ ผมชอบมาก โดยเฉพาะที่เวทย์ ไทเทเนียมเขาเท่ๆ และเป็นต้นแบบในการดำรงชีวิต เป็นต้นแบบในด้านการประสบความสำเร็จ เพราะเขาลำบากมากขณะตอนอยู่เมกา ต้องหาเงิน ไม่ได้สบายเหมือนอยู่เมืองไทย กว่าจะทำเพลงมาให้พวกผมฟังได้ นับถือครับ ฟังเพลงแล้วมีแรงบันดาลใจดี ประทับใจครับ...” (สัมภาษณ์ ธนวัฒน์ ชี้อตรง, 17 มกราคม 2549)

สังคมไทยในช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา ข่าวสารทางด้านดนตรีฮิปฮอปนั้นปรากฏอยู่เพียงจำนวนน้อยมาก เนื่องจากเป็นช่วงที่ดนตรีฮิปฮอปจากสหรัฐฯ เพิ่งได้รับการแนะนำสู่สังคมอื่นๆ ดังนั้นปริมาณข่าวสารด้านดนตรีจากต่างประเทศที่ได้รับการเสนอเป็นส่วนใหญ่มักยังคงเป็นข่าวสารของวงการเพลงร็อกจากต่างประเทศ ที่สามารถติดตามได้จากรูปแบบนิตยสารด้านดนตรี อาทิ บันเทิงคดี, สตาร์พิคส์, สีสัน เป็นต้น ขณะเดียวกันช่องทางอื่นๆ สำหรับการรับข่าวสารทางดนตรีจากต่างประเทศในสื่ออื่นๆ นั้นพบน้อยมาก โดยเทปเพลงฮิปฮอปที่ทันสมัย ณ เวลานั้น จะถูกนำมาจำหน่ายในรูปแบบของผลงานเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ดังนั้น การรับวัฒนธรรมดนตรีฮิปฮอปที่เกิดขึ้นในยุคแรกนี้จึงมีช่องทางของการรับวัฒนธรรมฮิปฮอปน้อยมาก ที่ได้รับความนิยมอยู่ภายในกลุ่มวัยรุ่นจำนวนจำกัดเท่านั้น

ข่าวสารด้านวัฒนธรรมดนตรีฮิปฮอปที่มีการรับ โดยกลุ่มวัยรุ่นที่เล่นสเก็ตบอร์ดนั้น มีลักษณะของการรับข่าวสารของวัฒนธรรมดนตรีฮิปฮอปในเชิงพาณิชย์ ซึ่งในสหรัฐฯ ขณะนั้นเรียกแนวดนตรีชนิดนี้ว่า “ดนตรีแร็ป” จึงทำให้การรับแนวดนตรีใหม่ที่เกิดขึ้น ณ ขณะนั้นเป็นกระแสของ “ดนตรีแร็ป”

กลุ่มวัยรุ่นที่เล่นกีฬาสเก็ตบอร์ดในยุคนี้นิยมรับข่าวสารจากสังคมอเมริกันในปริมาณที่สูงกว่าวัยรุ่นกลุ่มอื่นๆ โดยรับอิทธิพลในด้านการแต่งกาย, เกมสกีฬา และดนตรี แล้วเกิดการสร้างตัวตน (Identity) ผ่านการบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมในด้านแฟชั่นการแต่งกาย และอุปกรณ์กีฬา ซึ่งในยุคนี้มีจำหน่ายเพียงไม่กี่ร้าน ส่วนใหญ่อยู่ในห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง ที่มีการนำเขาสินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องกีฬาแบบวัยรุ่นอเมริกันมาจำหน่ายแก่กลุ่มวัยรุ่นในประเทศไทย โดยมีร้านค้าที่สำคัญ ได้แก่ ร้านต่าย สเก็ตบอร์ด และร้านกบ สเก็ตบอร์ด

“...การชอบสเก็ตบอร์ด ทำให้ชอบอเมริกันคัลเจอร์ (American Culture) ทำให้เกิดกระแสของกีฬา ที่มาทั้งเรื่องของการแต่งกาย ซึ่งจริงๆ แล้วฮิปฮอปแร็ปกับสเก็ตก็ไม่ค่อยเกี่ยวกันนักหรอก แต่คนที่นี่เขาก็มีการหุบขมกัน ส่วนเราก็ดูมาจากสเก็ตอีกที ซึ่งเพลงตอนนั้นเราก็ฟังเมทัลลิกา กันแอนด์โรส เป็นกีฬาที่มีเทรนค์ ของผู้ใหญ่มีกอล์ฟ เด็กมีสเก็ตบอร์ดที่เข้ามาทั้งแฟชั่นเครื่องแต่งตัว พอดูวิดีโอ สเก็ตบ่อยๆ ก็ทำให้ซึมซับเพลงเข้ามาด้วย ฟังค์สมัยก่อนก็เข้ามาดังกันแล้ว ฟังค์ญี่ปุ่นดังมากมีมิซึเทปของแมงป่อง ที่ชื่อ Harajuku dance โดยสมัยนั้นเป็นวัยรุ่นที่ยังต้องค้นหา และสนุกกับชีวิตอยู่ ไม่แน่นอน แต่วันหนึ่งเราชอบสเก็ตมาก แต่พออยู่นานๆ กับสเก็ตก็ทำให้ซึมวัฒนธรรมอเมริกันเข้ามาเยอะ รับภาพและเสียงเข้ามาจากวิดีโอสเก็ต ต่อมาก็เริ่มชอบฮิปฮอป เพราะคิดว่ามันฟรีสไตล์ดี ไม่ต้องรอร้อง ทำเพลงคนเดียวได้...” (สัมภาษณ์ สีวากร มุตตามะระ, 8 ธันวาคม 2548)

นอกจากนี้ศิลปินที่ได้รับความนิยมจากแฟนเพลงฮิปฮอปส่วนหนึ่งเป็นศิลปินที่ได้มีโอกาสใช้ชีวิตอยู่ในสหรัฐอเมริกา นั่นคือศิลปิน ไทเทเนียม ซึ่งถือว่าเป็นศิลปินฮิปฮอปที่ได้รับความนิยมสูง สุดกลุ่มหนึ่งของเมืองไทย จากการที่ได้มีชีวิตอยู่ในต่างประเทศ ศิลปินจึงสามารถถ่ายทอดเรื่องราว ชีวิต อุดมการณ์ ความฝัน ต่าง ๆ ให้แฟนเพลงได้เป็นอย่างดี ทำให้แฟนเพลงหรือผู้ที่ได้ฟังเพลงนั้น สามารถ รับรู้ เข้าใจ ถึงชีวิตความเป็นอยู่บางอย่างได้เป็นอย่างดี และได้รับรู้ถึงกลิ่นไอของความเป็นฮิปฮอปผ่านบทเพลงนั่นเอง

“.....วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ ได้รับอิทธิพลทางด้านวัฒนธรรมฮิปฮอปจากศิลปินแร็ปของไทย จาก *Thaitanium* เต็มๆเลยนะ น้อยมากที่มีแรงบันดาลใจจากโจอี้บอย ทั้งนี้คิดว่า เด็กไทยมันหัวสูง หัวนอก บ้าเมืองนอก มันเลยค่อนข้างไปทางไทเทเนียมที่กลิ่นอายของอเมริกามากกว่าโจอี้บอย...”

ฮิปฮอปของนอก คิดว่า กระแสที่วัยรุ่นรับมา คงเป็นอิทธิพลจาก *Eminem* กับ *50Cent* วัยรุ่นไทยได้รับอิทธิพลของไทยจาก ไทเทเนียมมาหลายๆ ยิ่งกว่าโจอี้บอย อีก และ ของนอก น่าจะได้รับอิทธิพลและชอบในสไตล์แบบ *Eminem*, *50 Cent*, *Nelly* ไร้งั้นมากกว่า ส่วนสไตล์ต่างๆ ไม่ว่าจะฮีสต์โคสต์ เวสต์โคสต์ หรือลาติโน หรือเม็กซิกัน เราว่าเด็กมันแยกกันไม่ค่อยออกหรอก แค่ศึกษาว่าฟังไหน แต่งตัวแบบไหนแล้วชอบแบบไหน ก็แต่งตาม แค่นั้นพอมั้ง....” (GSG9, สัมภาษณ์ 27 ธันวาคม 2548)

ภาพที่ 5.25 ศิลปินไทเทเนียม (Thaitanium)



มีการถ่ายทอดเรื่องราวของชีวิตวัยรุ่นที่ได้รับเอารูปแบบวัฒนธรรมตะวันตกผ่านรูปแบบสื่อภาพยนตร์ โดยภาพยนตร์เรื่องจังหวัดที่ 77 นั้นเป็นเรื่องราวของชีวิตวัยรุ่นไทยที่ใช้ชีวิตในเมืองลอสแอนเจลิส รัฐแคลิฟอร์เนีย โดยเนื้อเรื่องเน้นถึงวัฒนธรรมวัยรุ่นที่รับอิทธิพลวัฒนธรรมฮิปฮอปที่หาเลี้ยงชีพด้วยการทำธุรกิจนอกกฎหมาย ซึ่งผลงานภาพยนตร์เรื่องนี้ได้มีการเอาศิลปินวง Thaitanium เข้ามารับผิดชอบในด้านผลงานเพลงประกอบภาพยนตร์ และมีสมาชิกในวงอย่าง ชันเงิน นีออนวล เข้าร่วมแสดงในภาพยนตร์เรื่องนี้ด้วย ภาพยนตร์เรื่องนี้จึงเป็นภาพสะท้อนของสังคมคนไทยในต่างแดน อัตลักษณ์วัยรุ่นไทยในต่างแดน และ การรับวัฒนธรรมฮิปฮอปได้เป็นอย่างดี

“ผมตัดสินใจเปิดบริษัท ไททานเนียม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ที่นิวยอร์กเมื่อปีก่อน เพราะอยากจะลองทำงานเพลงของตัวเองนำเสนอออกไปสู่ตลาดเพลงเมืองนอก แรกๆ นึกว่าง่าย แต่พอทำไปแล้วถึงรู้ว่าที่เมืองนอกกว่าจะคนจะยอมรับผลงานของเรา ต้องแข่งขันกับคนเยอะมาก มันมีความหมายกับผมมาก ผมได้ประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างโดยสิ้นเชิงกับการทำงานเพลงที่นี่ เราโตขึ้นมาจากอดีตที่ผ่านมา ที่นิวยอร์กสอนให้ผมรู้จักที่ลุกขึ้นมาทำงานเพลงที่จริงจังเสียที ผมมีความฝันอยากจะทำให้ตลาดเพลงอเมริกา รู้จักฝีมือของคนไทยซึ่งผมก็นำมาเผยแพร่ที่เมืองไทย ให้คนไทยได้รู้ว่าดนตรีฮิปฮอปที่เมืองนอกตอนนี้ไปถึงไหนแล้ว ผมไม่ได้ทำแค่แนวเดียว มีทั้งอาร์แอนด์บี, ฮิปฮอป, อันเดกราวน์ ด้วยวัฒนธรรมของไทย-อเมริกาไม่มีความเหมือนกันอยู่แล้ว แต่ผมไม่เคยลืมความ

เป็นไทยของเรา ซึ่งทุกวันนี้ผมก็นำแนวคิดในแบบเราไปใช้ที่โน่น ชีวิตไม่มีวันหยุดมาเกือบ 2 ปีเต็ม ที่โน่นผมเริ่มจาก 0 แล้วค่อยๆ ก้าวเดิน ผมไม่รีบร้อนค่อยๆ ทำไปที่โน่นผมมีทำเทปให้กับศิลปินด้วย เราทำซิงเกิ้ลออกมาได้ 5-6 เพลง ผมก็หวังว่างานของเราจะเป็นที่ยอมรับในอนาคต แต่อย่างไรผมก็ไม่ลืมเมืองไทยแน่นอน ยังคงบินกลับมาอยู่เสมอ ล่าสุดผมก็ได้ทำเพลงประกอบหนังไทยครั้งแรก เรื่องจังหวัดที่ 77 เป็นงานใหม่ที่ท้าทายผมอีกชิ้นหนึ่งครับ..” (สัมภาษณ์ ชันเงิน เนื้อนวล 3 กุมภาพันธ์ 2546, หนังสือพิมพ์สยามรัฐ)

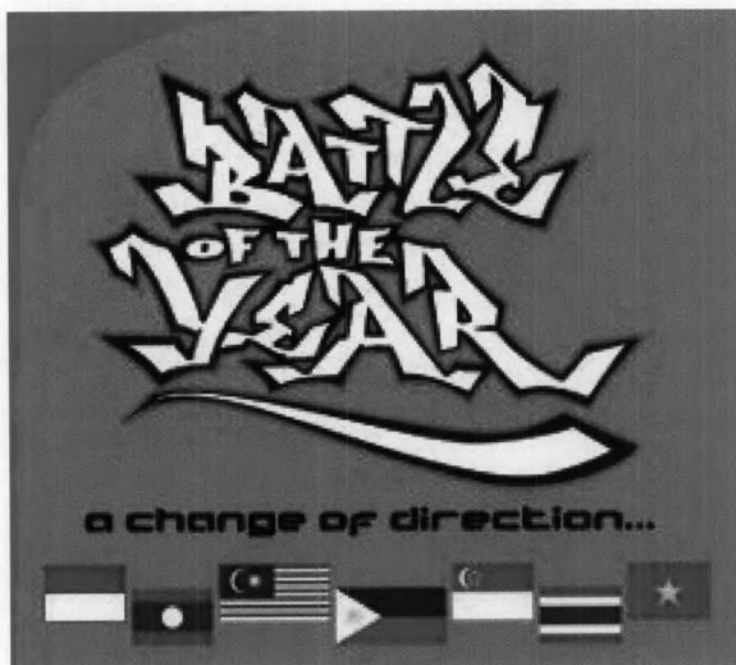
ภาพที่ 5.26 โปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่องจังหวัดที่ 77



5.5.3 การแสดงออกในกิจกรรมต่างๆ

การเปิดกว้างทางด้านกิจกรรมการเต้น B-Boy ในปัจจุบัน มีตั้งแต่ระดับในประเทศ และระดับสากล โดยในปัจจุบันบางบริษัท ยังได้เห็นถึงความสำคัญการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของวัยรุ่น โดยเฉพาะปัจจุบันที่กระแส และแนวเพลงฮิปฮอปกำลังเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นไทยนั่นเอง จึงเป็นการให้วัยรุ่นนั้นได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ยกตัวอย่างกิจกรรม **Singha Soda Battle Of The Year Thailand 2006** ที่บริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์คุณภาพตราสิงห์ ได้จัดกิจกรรมขึ้น ส่งผลให้วัยรุ่นไทยแสดงออกในสไตล์ฮิปฮอปกันแบบเต็มที่ ในการแข่งขันนี้ได้รวบรวมเอา ฮิปฮอป 4 แขนง คือ **MC Rapper, DJ Mixing and Scratching, Graffiti และ B-Boy** โดยในปีนี้ได้มีการเพิ่มโอกาสพิเศษสำหรับผู้หญิงที่มีความสามารถในการเต้น ให้เข้ามาแข่งขันในประเภท B-Girl อีกด้วย โดยงานนี้จัดขึ้นเป็นครั้งที่ 2 ภายใต้แนวคิด “เด็กไทยซ่าส์อย่างมีหัวใจ” เพื่อเปิดโอกาสให้วัยรุ่นได้มีเวทีในการแสดงออก ได้ใช้พลังและความคิดสร้างสรรค์กันอย่างเต็มที่ ด้วยกิจกรรมแข่งขันแนว ฮิปฮอป ซึ่งเป็นแนวดนตรีที่มาแรงมากในกลุ่มวัยรุ่นทั่วโลกในขณะนี้ ในการแข่งขัน Singha Soda Battle Of The Year Thailand 2005 ที่จัดขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อปีที่แล้ว พ.ศ. 2548 ประสบความสำเร็จเกินคาด โดยเฉพาะทีม B-Boy แชมป์ประเทศไทย “**Singha Ground Scatter Breaker**” ที่สามารถคว้าแชมป์ระดับ South East Asia ในการแข่งขัน Singha Soda Battle Of The Year South East Asia 2005 มาครอง และยังได้อันดับที่ 11 จากการแข่งขัน B-Boy ชิงแชมป์โลกที่ประเทศเยอรมัน การแข่งขันในปีพ.ศ. 2549จึงได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก มีผู้เข้าแข่งขันจากทั่วประเทศกว่า 500 คน มีการจับคู่แข่งขันมาระดับภูมิภาค 4 ครั้ง ที่หาดใหญ่ โคราช เชียงใหม่ ละครุงเทพฯ ทำให้ได้กลุ่มวัฒนธรรมฮิปฮอป ที่มีความสามารถผ่านเข้ามาในรอบชิงแชมป์ประเทศไทยซึ่งบรรยากาศภายในงานลึกลับไปด้วยหนุ่มสาวชาว ฮิปฮอป ที่มาร่วมงานเป็นจำนวนมาก ทั้งที่มาประกวด มาเชียร์เพื่อน มาดูการแข่งขันเพื่อซุ่มฝึกซ้อมลงประกวดในปีต่อไป รวมทั้งผู้ปกครองที่มาให้กำลังใจและให้การสนับสนุนกิจกรรมของแบบมีหัวใจในงานนี้

ภาพที่ 5.27 โปสเตอร์งาน Singha Battle of the Year 2006



ภาพที่ 5.28 ภาพการสนับสนุนกิจกรรม ของ สสส.



ภาพที่ 5.29 การเต้น บีบอย (B-Boy)



ภาพที่ 5.30 การเต้น บี เกิร์ล B-girls และกิจกรรมในงาน Singha Battle of the Year 2006



“..ทุกวันนี้เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ผมไม่เคยขอตั้งค์พ่อแม่เลยนะ จะเก็บตั้งค์จากค่าขนมที่ทางบ้านให้ และโดยส่วนตัวแล้วผมรักการเต้น B-Boy มาก แต่ยอมรับว่าเต้นยังไม่เก่งเท่าไร เพราะเพิ่งเริ่ม แต่บางครั้งผมสามารถเต้นโชว์แล้วได้ค่าจ้างนิดหน่อย ที่ผมเคยได้มากที่สุดก็ตกวันละ 1,500 บาท ครับ เต้น 3 รอบ รอบละประมาณ 5-10 นาที ตกรอบละ 500 บาท เต้นฟรีก็มี แต่เราถือว่าเป็นการฝึกซ้อมความสามารถของเราไปในตัว และดีใจที่มีคนอื่นอีกกลุ่มนึงเห็นความสามารถของเรา

และเปิดโอกาสให้พวกผมแสดงออกในความสามารถ...” (ภาณุวัฒน์ ฉันทวรรัตน์, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2549)

เนื่องจากพื้นที่ในการแสดงออกของกลุ่มวัยรุ่นฮิปฮอปในปัจจุบันจึงมีเพิ่มขึ้น ตั้งแต่พื้นที่สาธารณะที่มีการแสดงออกด้วยศิลปะแบบกราฟฟิตี้ การรวมกลุ่มเต้นเบรกแดนซ์ตามพื้นที่สาธารณะ เช่น ในห้างซีคอนสแควร์, ป้อมพระสุเมรุ, ทางเชื่อมสถานีรถไฟฟ้าสถานีสนามกีฬาแห่งชาติ เป็นต้น นอกจากนี้ก็ยังมีภาครัฐกิจที่สนับสนุนการจัดแข่งขันกิจกรรมที่เป็นองค์ประกอบต่างๆ ของวัฒนธรรมฮิปฮอป ตั้งแต่การแร็ป, การเต้นเบรกแดนซ์, การประชันดีเจ

นอกจากนี้ยังมีอีกช่องทางในการติดต่อสื่อสารของกลุ่มต่างๆ ในเครือข่าย เป็นช่องทางแบบไม่เป็นทางการ คือ การพบปะสังสรรค์กันตามงานปาร์ตี้ต่างๆ ที่ส่วนใหญ่ กลุ่มเครือข่ายที่เป็นกลุ่มเพลง จะเป็นผู้จัดขึ้นและตามงานเปิดตัวสินค้า หรือคอนเสิร์ตต่างๆ ที่เรียกใช้บริการกลุ่มฮิปฮอปแบบเป็นแพ็คเกจ ทั้งองค์ประกอบ ซึ่งการที่กลุ่มฮิปฮอปมีการจัดปาร์ตี้กันบ่อย จึงถูกผู้ใหญ่และคนในกลุ่มอื่นๆ มองว่าเป็นการมั่วสุม เด็กเที่ยว และเป็นพวกใช้ยาเสพติด

กิจกรรม Graffiti

ภาพที่ 5.31 ภาพกิจกรรม Graffiti (1)



ภาพที่ 5.32 ภาพกิจกรรม Graffiti (2)



ภาพที่ 5.33 ภาพกิจกรรม การประกวด MC



ภาพโปสเตอร์เชิญชวนในการทกิจกรรมฮิปฮอปแบบเป็นทางการ

ภาพที่ 5.34 โปสเตอร์งาน MBK HIP HOP PARTY 2006



ภาพที่ 5.35 โปสเตอร์งานปาร์ตี้ฮิปฮอปที่จัดขึ้นตามสถานที่ที่เกี่ยวกลางคืน



ภาพที่ 5.36 โปสเตอร์งาน Revolution's in da club 2005



ภาพที่ 5.37 การณรงค์ให้แฟนเพลงฮิปฮอปนั้นมีส่วนร่วมในประชาธิปไตย



ภาพที่ 5.38 ภาพการรวมตัวในสถานบันเทิงยามค่ำคืนของแฟนเพลงฮิปฮอป



จะเห็นได้ว่าการรวมกลุ่มของแฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทยนั้น เกิดจากการรับรู้ข่าวสาร จากสื่อ และสื่อหลักในการกระจายข้อมูลข่าวสารของกลุ่มแฟนเพลงฮิปฮอปนั้นจะมาจากสื่อ บุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นหลัก บรรดาแฟนเพลงทั้งหลายสามารถหาข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม ต่างๆ ได้จากสื่อดังกล่าว จึงมีเหล่าบรรดาแฟนเพลงที่ได้รับทราบข่าวคราวแล้ว มารวมตัวกันอย่าง คับคั่ง และมีการสื่อสารระหว่างกลุ่มเพื่อนๆ ด้วยกัน ถึงข้อมูลและกิจกรรมต่างๆ

5.6 อัตลักษณ์ด้านภาษาของกลุ่ม

สัญลักษณ์ที่สำคัญของรูปแบบประเภนี้ คือ ภาษาที่สื่อสารเป็นที่เข้าใจกันในกลุ่ม วัฒนธรรม วัยรุ่นของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาพิเศษของกลุ่มที่เรียกว่าแสลง ภาษาประเภนี้ ช่วยให้ประหยัคำอธิบายที่ยืดยาวให้สามารถพูดถึงสิ่งที่สังเกตเห็น หรือมีประสบการณ์ได้อย่าง กระชับและยังเสริมความปึกแผ่นให้กับกลุ่มอีกด้วย การที่จะเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มได้จึงต้องสามารถที่ จะสื่อสารด้วยภาษาเดียวกัน

“ภาษาของกลุ่ม” ได้แก่คำศัพท์พิเศษและวิธีการพูดนอกจากนี้รูปแบบในวัฒนธรรมย่อยยัง รวมถึงรูปแบบในการดำเนินชีวิต (Lifestyle) อีกด้วย รูปแบบของวัยรุ่นฮิปฮอปในสังคมไทยใน ปัจจุบันจะปรากฏตั้งแต่การมีฉายา เป็นภาษาอังกฤษ การมีกลุ่ม (Crew) เป็นของตัวเอง มีการรับ วัฒนธรรมการแต่งกาย และมีความเข้าใจในเรื่องขององค์ประกอบหลักของวัฒนธรรมฮิปฮอปที่ มากขึ้น

Nelson (1975, อ้างใน Barbara) แสดงความเห็นต่อความสำคัญของภาษาในกระบวนการ ขัดเกลาทางสังคมของวัยรุ่นว่า ภาษาช่วยให้วัยรุ่นมองตัวเองโดดเด่นและแตกต่างจากผู้ใหญ่ แต่ละ กลุ่มจะมีภาษาเฉพาะที่โดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม Nelson สอบถามวัยรุ่นประมาณ 2000 คนใน เรื่องภาษาแสลง พบว่ามีความต่างกันระหว่างเพศหญิงกับเพศชาย ผู้ชายใช้ภาษาแสลงเกี่ยวกับรถ และเงิน ขณะที่ผู้หญิงจะใช้ภาษาแสลงเกี่ยวกับเสื้อผ้า สไตล์ การแสดงออก คนดัง และเด็กผู้ชาย (1975, อ้างใน Barbara)

นอกจากนี้ยังสามารถวิเคราะห์การสื่อสารภายในกลุ่มแฟนเพลงฮิปฮอปโดยแบ่งตามลักษณะ การใช้ภาษาพูด และภาษาท่าทาง ดังนี้

5.6.1 ภาษาพูด

ภาษาที่กลุ่มแฟนเพลงใช้ในการสื่อสารและสื่อความสัมพันธ์กันระหว่างสมาชิกในกลุ่มนั้น โดยปกติวัยรุ่นกลุ่มแฟนเพลงฮิปฮอปก็จะมีการพูดจาสื่อสารกันด้วยภาษาและคำศัพท์ที่วัยรุ่นใช้กันทั่วไป แต่จะมีคำศัพท์บางคำที่เป็นศัพท์เฉพาะประจำกลุ่ม โดยปกติแฟนเพลงกลุ่มนี้จะใช้ภาษาไทยปนภาษาอังกฤษ ขึ้นอยู่กับความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของสมาชิกกลุ่มแต่ละคน ซึ่งคำภาษาอังกฤษที่ใช้ส่วนใหญ่ เป็นคำที่กลุ่มคนในวัฒนธรรมฮิปฮอปทั่วโลกใช้กัน รวมถึงคำสแลงต่างๆ และคำไม่สุภาพในภาษาอังกฤษด้วย เช่น YO! YO! What's up man? What da (F) up? “Hey Man! Hey Girls” “Cool” “Cheel” คำเหล่านี้เป็นคำพูดสแลงต่างประเทศ และเป็นคำพูดที่ผู้ฟังสามารถบ่งบอกได้ว่าคนที่พูดนั้นเป็นเด็กฮิปฮอป และทำให้ทราบว่าเป็นกลุ่มเดียวกัน คือกลุ่มที่นิยมวัฒนธรรมดนตรีฮิปฮอปนั่นเอง

5.6.1.1 มีการตั้งชื่อของตัวเองใหม่ เป็นชื่อที่เรียกกันในกลุ่ม และเป็นชื่อที่ต้องการให้คนนอกกลุ่ม รวมถึงคนฟังเพลงกลุ่มเป้าหมายเรียกได้แก่

Earth Black Bone	ปฐวี สรสิริ
South Side Crew	Freddy
Baz Brother	แอนดรูว์ สอนบุตรนาค, แอนโทนี่ สอนบุตรนาค
Dajim	สุวิชา ศุภวีระ
Joey Boy	อภิสิทธิ์ โอภาสเอี่ยมลิขิต
Nicky Pimp	สุระ ธีระกล
Thaitanium	จันเงิน เนื่อนวล หรือ KHAN
	จรัส ทศนละวาด หรือ เคย์
	ปริญญา อินทชัย หรือ เวย์
Dujada	สิวากร มุตตามะระ (นัท คูจาคะ)

ซึ่งการตั้งชื่อ หรือ ฉายา เป็นเหมือน “ธรรมเนียม” อย่างหนึ่งในวัฒนธรรมฮิปฮอป เมื่อเวลาที่ทำกิจกรรมต่างๆ หรือมีการรวมตัวกัน ก็จะมีการเรียกฉายา ต่างๆ ที่ว่านี้

5.6.1.2 มีศัพท์เฉพาะในกลุ่ม ซึ่งกลุ่มอื่นๆในวัฒนธรรมนี้ก็ใช้ด้วย เช่น

B BOY BATTLE	คือ	การแข่งกันเต้นบีบอย โดยแบ่งเป็นสองฝ่าย
BOMB	คือ	การพ่นกราฟฟิตี้ทับของคนอื่นที่มีอยู่แล้วMC
BATTLE	คือ	การแข่งกันร้องแร็ป
CREW	คือ	สมาชิกในกลุ่ม และแฟนเพลงฮิปฮอป
TAG	คือ	การเขียนชื่อของตัวเอง ในกราฟฟิตี้

ตารางที่ 5.5 ตัวอย่างคำศัพท์สแลงที่เป็นที่นิยมในกลุ่มแฟนเพลงฮิปฮอป

battle	การแข่งขัน .. ปกติใช้กับการ freestyle rap battle และ break dancing หรือ graffiti
bling bling	เพชร สร้อย ทั้งหมด
boo	คำเรียกแสดงความรัก เหมือนกับ baby
chronic	กัญชาอย่างดี , กัญชาผสมเฮโรอีน
cool	โอเค , เยี่ยม , ดี
crew	แก๊ง , กลุ่ม
b-boy	มาจาก break boy หมายถึง คนที่เต้น เบรกแดนซ์
dig out	การมี Sex แบบต่อเนื่อง "By 2 am. I was diggin' her out" -- Ice Cube (Ghetto bird [1993]).
dig	เข้าใจ "Can you dig it?"
dukey rope	สร้อยทอง เส้นหนาๆ ที่เมื่อก่อน rapper ชอบใส่
DPG	Dogg pound gangsta.
fag	เกย์ พวกกรักร่วมเพศ
hood	แถว ๆ บ้าน (มาจากคำว่า neighborhood)
kick ass	เจ๋ง เหมือนกับ cool

pimp	แมงดา หรือ คนที่ไม่ทำอะไร ให้ผู้หญิง ทำงานหาเงินให้
------	---

*อ้างอิงข้อมูลจาก www.siamhiphop.com

*สามารถดูคำศัพท์สแลงทั้งหมดได้ในภาคผนวก หน้า 246

5.6.2 ภาษาท่าทาง

“การประพฤติปฏิบัติตัว” ซึ่งรวมถึงการแสดงออก กิริยา และท่าทาง สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นการแสดงอัตลักษณ์ตามวัฒนธรรมวัยรุ่น โดยปกติคนไทยจะใช้การไหว้เป็นการทักทาย สวัสดี ซึ่งเป็นแบบอย่างที่ยึดถือและปฏิบัติมานาน แต่สำหรับการประพฤติปฏิบัติตัวในรูปแบบของกลุ่มวัฒนธรรมฮิปฮอปแล้ว จะมีการทักทายด้วยท่าทาง เฉพาะกลุ่ม มีการจับมือกันในลักษณะต่างๆ

“..ผมว่า นอกจากการแต่งตัวแล้ว ภาษาคำพูด จะเป็นอะไรที่บ่งบอกได้ดีที่สุดว่าเราเป็นฮิปฮอป นอกจากนั้น การทักทายด้วยการจับมือหรือ Hand sigh อย่างผมเวลาเจอเพื่อนก็จับมือ แยกหูสองนิ้ว และเพื่อนก็จะทำกลับมาเช่นเดียวกัน ถือว่าเป็นอันเข้าใจกัน...” (สัมภาษณ์ อัครวัตร กิตติปริชาศักดิ์, 10 มิถุนายน 2549)

“..แต่แต่ละกลุ่ม ก็จะมีการทักทายที่แตกต่างกันออกไป มันก็คือนะเจอกันทักทายกันแบบนี้ อย่างของผมก็ จะมีสัญลักษณ์ภาษามือประจำกลุ่มตรงที่ เราจะกำมือข้างใดข้างหนึ่ง แล้วชนกับเพื่อนอีกคนหนึ่งแล้วค่อยมาจับมือ แต่ไม่ได้หมายความว่าเราจะไปทักจับมืออย่างนี้กับผู้ใหญ่ เราก็ต้องดูให้มันถูกกาลเทศะ...” (สัมภาษณ์ ปฐวี สรสิริ, 10 ธันวาคม 2549)

“....การใช้กิริยาท่าทางเช่น การจับไม้ จับมือ เซกแฮนด์ ในกลุ่มแฟนเพลง ก็เพื่อต้องการให้เห็นว่ากลุ่มของตัวเองมีเอกลักษณ์อย่างไร แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมฮิปฮอป หรือแยก Stereo Type แต่ละกลุ่มก็จะมีท่าทางที่แตกต่างกัน บางครั้งวัยรุ่นสมัยนี้ ะไรก็ hand sigh มันก็เยอะมากไปจนทำให้ซัดหูซัดตา...” (สัมภาษณ์ โสภณา ตันมานะตระกูล, 10 สิงหาคม 2549)

“...เมื่อก่อนตอน ม.4 ม.5 (พ.ศ. 2526) แล้จับมือทักทายกันกันก็เท่แล้ว บางคนที่ไม่เข้าใจง โคนแอนตีมากเพราะไม่ค่อยมีใครทำ หาวว่าไม่มีมารยาท ไม่ยอมไหว้ แต่เหมือนเราเป็นผู้บุกเบิก

แต่ในความรู้สึกผมมันคือสัญลักษณ์ของกลุ่ม และไม่มีกลุ่มไหนเหมือนเรา ไม่ซ้ำใคร...” (สัมภาษณ์
สิวกร มุตตามะระ, 8 ธันวาคม 2548)

ภาพที่ 5.39 การแสดงออกทางภาษามือ สัญลักษณ์ L.A.



จากภาษามือในรูปด้านบนนี้ แฟนเพลงฮิปฮอปได้ถ่ายทอดสัญลักษณ์ โดยแสดงให้เห็นถึง
ความหมายของตัวอักษรภาษาอังกฤษ L.A. โดยแฟนเพลงมีการแสดงออกทางสัญลักษณ์ผ่านนิ้วชี้และ
นิ้วโป้งทางด้านมือขวา และได้ทำการตัดขวาง กับนิ้วชี้และนิ้วกลางในมือข้างซ้าย ดังตัวอย่างใน
ภาพด้านบนนี้ ซึ่งความหมายในที่นี้คือ ตัวอักษร L.A. ซึ่งตัว อักษร L.A. นั้นมีความหมายถึง Los
Angeles เมืองในประเทศสหรัฐอเมริกา หรือวัฒนธรรมฮิปฮอปในประเทศสหรัฐอเมริกาฝั่ง
ตะวันตก (West Coast Side)

ภาพที่ 5.40 การแสดงออกทางภาษามือ สัญลักษณ์ W.



ภาพที่อยู่ด้านบนนี้แสดงให้เห็นว่า นิ้วชี้ นิ้วก้อย นิ้วกลางกับนิ้วนางที่ติดกัน หรือต้องการแสดงสัญลักษณ์ ผ่านภาษามือดังกล่าว เพื่อที่จะต้องการแสดงให้เห็นความหมายของตัว อักษร W ตัวอักษร W ในที่นี้มีความหมายถึง วัฒนธรรมฮิปฮอปในประเทศสหรัฐอเมริกาในฝั่งตะวันตก หรือ West Coast Side ซึ่งเป็นความหมายเดียวกันกับวัฒนธรรมฮิปฮอปในฝั่ง L.A. (Los Angeles)

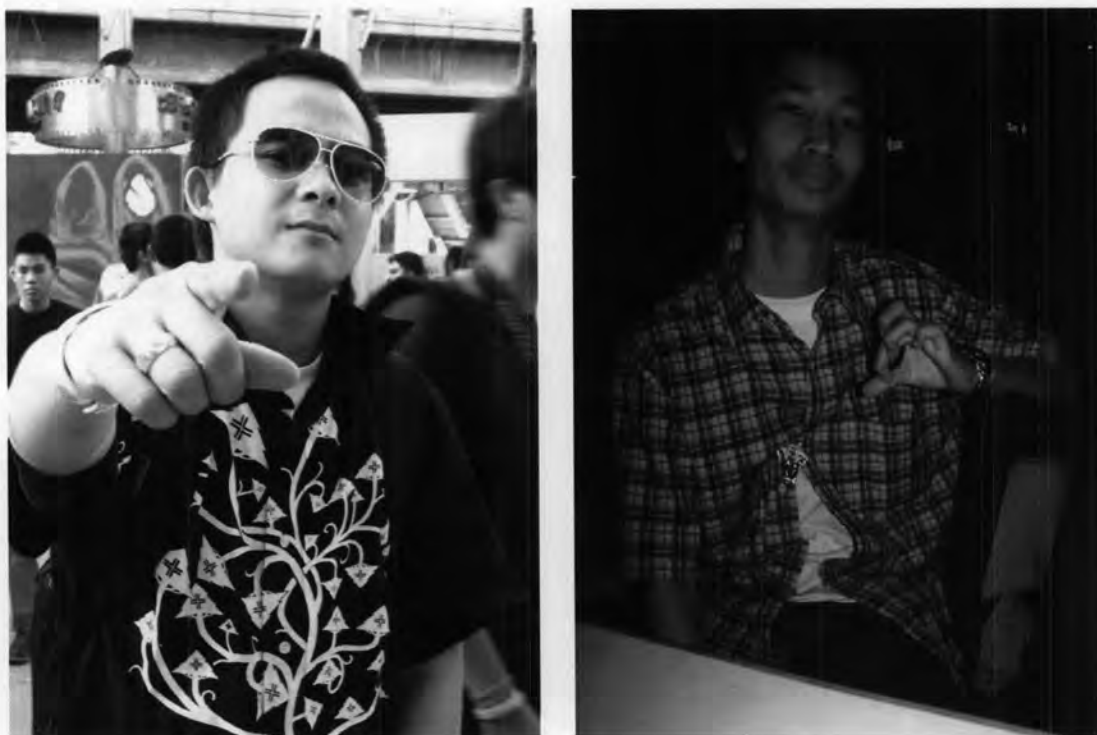
ภาพที่ 5.41 การแสดงออกทางภาษามือ สัญลักษณ์ E.



นอกจากนี้แล้ว ภาพที่แฟนเพลงใช้นี้แสดงสัญลักษณ์แทนตัวอักษร E. ในภาพที่ปรากฏด้านบนนี้ คือสัญลักษณ์ที่ต้องการแสดงให้เห็นถึงความหมายของวัฒนธรรมฮิปฮอปในฝั่งตะวันออกหรือ East Coast ซึ่งหมายถึง นิวยอร์ก ถิ่นกำเนิดของวัฒนธรรมฮิปฮอปนั่นเอง

การแสดงออกของสัญลักษณ์ผ่านทางภาษามือ นอกจากสัญลักษณ์ที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้นแล้ว แฟนเพลงฮิปฮอปยังได้มีการทักทายด้วยภาษามือต่างๆ ในกลุ่มกันอีกด้วย

ภาพที่ 5.42 ภาพการแสดงออกผ่านภาษามือในรูปแบบเฉพาะกลุ่ม



ทั้งภาษาพูดและภาษาท่าทาง ดังกล่าว ล้วนแล้วแต่เป็นสาร (Message) ที่นำเสนอตัวตน ส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่ม เป็นการสื่อสารที่มีนัยสำคัญคือ “ความต้องการแตกต่าง” และนำไปสู่การสร้างขอบเขต (Boundary) ของกลุ่มตนให้เห็นชัดเจน ว่าเป็นกลุ่มที่ต้องการแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ ในสังคม

สรุปอัตลักษณ์แฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทย

อัตลักษณ์ของแฟนเพลงฮิปฮอปที่แสดงออกมานั้น ตามทฤษฎีอัตลักษณ์ของ Brake (อ้างใน วิชาวิ วิโรจน์พันธุ์, 2539) ซึ่งอธิบายว่า ลักษณะโดยทั่วไปของวัฒนธรรมย่อยอีกแบบหนึ่งก็คือ รูปแบบ (style) กล่าวคือ กลุ่มที่มีวัฒนธรรมย่อยที่โดดเด่นแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ ก็คือกลุ่มที่มีการใช้รูปแบบในเชิงสัญลักษณ์รูปแบบหนึ่ง ๆ รูปแบบของวัฒนธรรมย่อยมีองค์ประกอบ สามารถสรุปอัตลักษณ์แฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทยดังนี้

- (1) อัตลักษณ์ด้านเพศ พบว่าเพศชาย มีอัตราส่วนในการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมฮิปฮอปมากกว่าเพศหญิง

- (2) อัตลักษณ์ด้านอายุ อายุเฉลี่ยของแฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทย พบว่าอยู่ระหว่างวัยรุ่นที่มีอายุ 15-32 ปี
- (3) อัตลักษณ์ด้านการศึกษาศึกษาของกลุ่มแฟนเพลงฮิปฮอปในประเทศไทย จะเป็นนักเรียน นักศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจนถึงระดับอุดมศึกษา แฟนเพลงส่วนใหญ่จะศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาเอกชน โรงเรียนนานาชาติ และบางคนก็ได้ศึกษาอยู่ในต่างประเทศ นอกจากนี้ แฟนเพลงบางคนได้มีอาชีพเสริมระหว่างการศึกษา และอาชีพเสริมได้แก่ อาชีพที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้เกิดรายได้ เช่น นักเต้น B-Boy B-Girl เปิดร้านเสื้อผ้าแนวฮิปฮอป
- (4) อัตลักษณ์ด้านการแต่งกาย เป็นอัตลักษณ์ที่แสดงออกผ่านทางลักษณะที่ปรากฏหมายถึงรูปลักษณ์ภายนอกที่แสดงออกในการรวมกลุ่มชมคอนเสิร์ต แต่งกายรวมไปถึงเครื่องประดับ ที่ในปัจจุบันกลายเป็นแฟชั่นกระแสหลักของกลุ่มวัยรุ่นไปแล้ว เนื่องจากสื่อเป็นตัวกลางในการนำเสนอ
- (5) อัตลักษณ์ด้านการแสดงออก แฟนเพลงฮิปฮอปส่วนใหญ่จะมีการรวมตัวในด้านกิจกรรมที่จัดขึ้นของกลุ่มวัฒนธรรมฮิปฮอป ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น การจัดกิจกรรมจากหน่วยงานหนึ่งเพื่อสนับสนุนให้วัยรุ่นได้กล้าแสดงออก หรือกิจกรรมคอนเสิร์ต จากศิลปินฮิปฮอปต่างๆ แต่การแสดงออกในด้านการทำกิจกรรมของ แฟนเพลงส่วนใหญ่ นั้นให้ความสำคัญกับการเต้น B-Boy หรือ B-Girl มีการแสดงออกด้านกิจกรรมไปในทิศทางเดียวกัน และการแสดงออกที่รับเอาวัฒนธรรมมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นต้นกำเนิดวัฒนธรรมทางดนตรีฮิปฮอป
- (6) อัตลักษณ์ด้านภาษาของกลุ่ม มีการสื่อสารในกลุ่มของตนเอง มีทั้งภาษาพูดและภาษาท่าทางเป็นอัตลักษณ์ทางภาษาที่ใช้สื่อสารกันระหว่างกลุ่มแฟนเพลงเดียวกัน และสามารถเข้าใจได้ในกลุ่มเดียวกัน