

การเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทยจากสื่อมวลชน
และแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่น

นางสาว ณัฐธิชา วัฒนพานิช

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต


สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

TEENAGERS' EXPOSURE TO JAPANESE POPULAR CULTURE IN MASS MEDIA
AND THE MOTIVATION TO STUDY JAPANESE LANGUAGE



Miss Natnicha Vadhanapanich

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2009

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทยจาก
สื่อมวลชนและแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่น

โดย

นางสาว ณัฐนิชา วัฒนพานิช


สาขาวิชา

การสื่อสารมวลชน

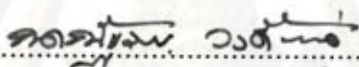
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

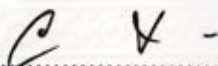
รองศาสตราจารย์ ดร. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

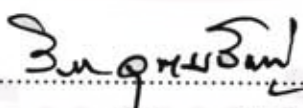

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. อุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณาถนัฏฐ์ธัญ วงศ์บ้านดู)


..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา)


..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ รีกา อุดมจันท์)

ศูนย์วิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ณัฐนิชา วัฒนพานิช : การเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทยจากสื่อมวลชน และแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่น. (TEENAGERS' EXPOSURE TO JAPANESE POPULAR CULTURE IN MASS MEDIA AND THE MOTIVATION TO STUDY JAPANESE LANGUAGE) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รองศาสตราจารย์ ดร. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 243 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับและติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นผ่านสื่อมวลชน และลักษณะของแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นซึ่งเกิดจากวัฒนธรรมป๊อป 6 ประเภทคือ หนังสือการ์ตูน ภาพยนตร์การ์ตูน ดนตรี ละคร นิยาย และเกมคอมพิวเตอร์ ของวัยรุ่นไทย อายุระหว่าง 18 ถึง 25 ปีในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative methodology) ประกอบด้วยการวิจัยเอกสาร (Documentary research) และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มรู้จักวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นจากภาพยนตร์แอนิเมชันทางสื่อโทรทัศน์ โดยเพื่อนมีอิทธิพลต่อเนื้อหาและรูปแบบของวัฒนธรรมป๊อปที่วัยรุ่นติดตามมากที่สุด สื่อหลักที่กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดใช้ในการติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นคือสื่ออินเทอร์เน็ต โดยการเข้ามาของอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ในปี 2546 ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสในการบริโภคเนื้อหาของวัฒนธรรมป๊อปด้วยค่าใช้จ่ายที่จำกัด

สำหรับแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 40 คน เริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นจากแรงจูงใจสองทางคือ วัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น และประสบการณ์ส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งก็คือแรงจูงใจเชิงเครื่องมือ (Instrumentality) จากกลุ่มตัวอย่าง 40 คนมีกลุ่มตัวอย่าง 4 คน ที่มีโอกาสเรียนภาษาญี่ปุ่นอยู่ก่อนจากประสบการณ์ส่วนบุคคล

หลังจากกลุ่มตัวอย่างเริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นมีตัวแปร 4 ตัวซึ่งส่งผลให้แรงจูงใจเชิงเครื่องมือของกลุ่มตัวอย่างพัฒนาไปสู่แรงจูงใจเชิงบูรณาการ (integrativeness) และก่อให้เกิดความรู้สึกรักและสนใจในประเทศญี่ปุ่น ตัวแปรทั้ง 4 ตัวประกอบไปด้วย เพื่อน พ่อแม่ โรงเรียน และความถนัดของกลุ่มตัวอย่าง

หลังจากเกิดแรงจูงใจเชิงบูรณาการขึ้นกลุ่มตัวอย่างแสดงออก 2 ทางคือ การเข้าสังคม และความสนใจด้านอาชีพ กรณีตัวอย่างจำนวน 39 คนมีการแสดงออกทางสังคมในขณะที่ 23 คนมีการแสดงออกทั้งด้านสังคมและความสนใจด้านอาชีพ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน มีกลุ่มตัวอย่างเพียงคนเดียวที่ไม่เกิดแรงจูงใจเชิงบูรณาการขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ภาควิชา.....การสื่อสารมวลชน..... ลายมือชื่อนิสิต.....
สาขาวิชา.....การสื่อสารมวลชน..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....
ปีการศึกษา...2552.....

4985079628 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEYWORDS : POP PULAR CULTURE / J-POP / MOTIVATION / JAPANESE LANGUAGE / INSTRUMENTALITY / INTEGRATIVENESS

NATNICH VADHANAPANICH : TEENAGERS' EXPOSURE TO JAPANESE POPULAR CULTURE IN MASS MEDIA AND THE MOTIVATION TO STUDY JAPANESE LANGUAGE. THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF. UBONRAT SIRIYUVASAK, Ph.D. 243 pp.

The purpose of this research is to study the consumption behavior of Japanese pop culture and the relationship between exposure to six Japanese popular culture, which are comic book, animation, pop music, drama, novel, and computer games and motivation to study Japanese language of 18 to 25 years old Thai teenagers who live in Bangkok and suburbs. In conducting this research, I employ qualitative methodology, i.e., document research and in-depth interview 40 samples of the teenager.

The results show that an animation on television is the first type of Japanese popular culture that most of teenagers encountered, and their peers play role in influencing them in having the interest in Japanese popular culture. The main media that the teenagers use for access to the Japanese popular culture is an internet, and after 2003, the new internet technology in Thailand, broadband internet, helps them have opportunities to consume Japanese popular culture in limited budget.

All of them, 40 samples, starting to learn Japanese language, which is cause by Japanese pop culture, to overcome obstacles to understanding Japanese pop culture, and their own experiences. These can be called as instrumentality. The results also show that most of them starting to learn Japanese language under the influence of Japanese music, especially, Johnny's Junior and four of them tend to study Japanese language from the beginning without being influenced by popular culture. Then, after learning Japanese Language, there are 4 variables, which are peers, parents, school, and dexterousness made their instrumentality develop to integrativeness and have the feeling of loving Japan. Their integrativeness can be shown in two ways, which are their social behavior and career. Thirty nine samples show in their social behavior, and 23 of them show both in their social behavior and career. In 40 samples, only one of them does not have integrativeness.

Department : Mass Communication

Student's Signature

Field of Study : Mass Communication

Advisor's Signature

Academic Year : 2009

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะไม่มีความสำเร็จลุล่วงได้เลยหากขาดความเมตตาจากรองศาสตราจารย์ ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาทั้งวิทยานิพนธ์และชีวิตจริงของข้าพเจ้าซึ่งได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขและให้ข้อคิดเห็นต่างๆ ด้วยความเมตตา อุตทต และเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณาถนัฏฐิธัญ วงศ์บ้านดู่ ที่กรุณามาเป็น ประธานสอบวิทยานิพนธ์และเป็นที่ปรึกษาในเรื่องต่างๆ แก่ผู้วิจัยเรื่อยมา ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ วิชา อุตมฉันท และรองศาสตราจารย์ พชณี เขยจรรยา ให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ในการปรับปรุงวิทยานิพนธ์อย่างมาก อีกทั้งยังสละเวลามาเป็นคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ และอาจารย์ทุกๆ ท่านที่ผู้วิจัยอาจไม่ได้เอ่ยนามเอาไว้ในที่นี้ที่ให้ความเมตตาช่วยเหลือแนะนำและเป็นกำลังใจให้ข้าพเจ้ามาโดยตลอด

ขอบคุณน้องๆ กลุ่มตัวอย่างทุกคนทั้งผู้ช่วยตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตและน้องๆ ทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์อย่างดี จนงานวิจัยชิ้นนี้เสร็จสิ้นลุล่วงลงได้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณสมาชิกครอบครัวเหลืองธนะโชคสำหรับสำหรับความช่วยเหลือในทุกๆ ด้าน อีกทั้งกำลังใจและความอบอุ่นที่มีให้เสมอมา

ขอขอบพระพลตำรวจตรี เสมา สติระนา วิน รองผู้บัญชาการสำนักงานงบประมาณ ที่เมตตาให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ และกำลังใจหลานคนนีมาโดยตลอด

และสุดท้ายนี้ขอขอบคุณครอบครัว ของข้าพเจ้า คุณยาย คุณพ่อ คุณแม่ คุณน้า และน้องชายในทุกๆ ความสำคัญที่ข้าพเจ้าได้รับ

ความดีใดๆ อันเกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ขอมอบให้แก่บุคคล ที่ข้าพเจ้ากล่าวมาข้างต้นนี้ สำหรับความผิดพลาดที่เกิดขึ้นนั้นข้าพเจ้าขออภัยไว้แต่เพียงผู้เดียว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหาที่วิจัย.....	6
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	7
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	7
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	8
1.6 ประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัย.....	9
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 แนวคิดและทฤษฎี.....	10
2.1.1 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture).....	10
2.1.2 แนวคิดเรื่องการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural Communication).....	15
2.1.3 แนวคิดเรื่องแรงจูงใจ (Motivation).....	22
2.1.4 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity).....	29
2.1.5 ทฤษฎีช่องว่างทางข่าวสารและความรู้ (Information and Knowledge Gap).....	32

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
2.2.1 ความแพร่หลายของวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น.....	36
2.2.2 การเปิดรับสื่อของวัยรุ่นไทย.....	41
2.2.3 การศึกษาภาษาญี่ปุ่น.....	47
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	51
3.1 วิธีวิจัย.....	51
3.2 แหล่งข้อมูลในการวิจัย.....	52
3.3 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	53
3.4 การดำเนินงาน.....	57
3.5 การวิเคราะห์และตีความข้อมูล.....	63
3.6 การนำเสนอข้อมูล.....	63
3.7 ข้อจำกัดและอุปสรรคในการวิจัย.....	65
4. วัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น และความ.....	67
4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น.....	67
4.2 วัฒนธรรมป๊อปและความแพร่หลายในประเทศไทย.....	71
4.2.1 มังงะและความนิยมในประเทศไทย.....	71
4.2.2 ภาพยนตร์แอนิเมชันและความนิยมในประเทศไทย.....	72
4.2.3 ดนตรีญี่ปุ่นและความนิยมในประเทศไทย.....	75
4.2.4 ละครจากประเทศญี่ปุ่นและความนิยมในประเทศไทย.....	76
4.2.5 ประวัติของเกมคอมพิวเตอร์และความนิยมในประเทศไทย.....	82

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5. การเปิดรับและติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่น.....	93
5.1 คุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง.....	93
5.2 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	96
5.5 ช่วงอายุที่กลุ่มตัวอย่างติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นอย่างจริงจัง.....	110
5.6 อิทธิพลจากสื่อและคนใกล้ชิดต่อการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น.....	110
5.7 แรงสนับสนุนและอุปสรรคในการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปของกลุ่มตัวอย่าง..	112
5.7.1 เพื่อน.....	112
5.7.2 ผู้ปกครอง.....	112
5.8 วิธีติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง.....	113
5.9 ค่าใช้จ่ายในการติดตามวัฒนธรรมป๊อปของกลุ่มตัวอย่าง.....	117
5.10 เนื้อหาวัฒนธรรมป๊อปแต่ละประเภทที่กลุ่มตัวอย่างโดยการซื้อ และเปิดรับ	
จากสื่อมวลชนรูปแบบต่างๆ ที่ถูกกล่าวถึงระหว่างการสัมภาษณ์.....	124
5.10.1 ดนตรี.....	124
5.10.2 หนังสือการ์ตูน.....	124
5.10.3 ภาพยนตร์แอนิเมชั่น.....	124
5.10.4 เกมคอมพิวเตอร์.....	125
5.10.5 ละคร.....	125
5.10.6 หนังสือนิยาย.....	126
6. แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง.....	128
6.1 ที่มาของแรงจูงใจ.....	128
6.1.1 แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นจากการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อป.....	128
6.1.2 แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นที่เกิดจากประสบการณ์ส่วนบุคคล....	134

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
6.2 ประเภทของแรงจูงใจ.....	135
6.2.1 แรงจูงใจเชิงเครื่องมือ (Instrumentality).....	136
6.2.2 แรงจูงใจเชิงบูรณาการ (Integrativeness).....	140
6.3 แรงสนับสนุนต่อแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่น.....	144
6.4 การเรียนภาษาญี่ปุ่น.....	149
6.4.1 สถาบันการศึกษาภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง.....	149
6.4.2 หลักสูตรภาษาญี่ปุ่น.....	150
6.4.3 รูปแบบการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง.....	154
6.5 ผลสัมฤทธิ์ของแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง.....	160
6.5.1 ความต่อเนื่องในการเรียน.....	160
6.5.2 ความรู้ด้านภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง.....	165
6.5.3 การก้าวไปสู่อาชีพ.....	167
6.6 สรุปกระบวนการเกิดแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง.....	168
7. สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	170
7.1 สรุปผลการวิจัย.....	170
7.1.1 การเปิดรับและติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่น.....	170
7.1.2 แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง.....	172
7.1.3 การเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง.....	174
7.2 อภิปรายผล.....	176
7.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	179
7.4 ข้อเสนอแนะสำหรับต่อยอดงานวิจัย.....	180

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
รายการอ้างอิง.....	181
ภาคผนวก.....	189
ภาคผนวก ก. เนื้อหาวัฒนธรรมป๊อปที่มีการอ้างอิงถึงในการศึกษา.....	190
ภาคผนวก ข. ตัวอย่างของสะสมจากบ้านของกลุ่มตัวอย่าง.....	199
ภาคผนวก ค. รายละเอียดเกี่ยวกับการสอบวัดระดับภาษาญี่ปุ่น.....	206
ภาคผนวก ง. แบบสอบถาม และคำถามที่ใช้ในการวิจัย.....	211
ภาคผนวก จ. รายชื่อละครโทรทัศน์ที่แพร่ภาพในประเทศไทย พ.ศ. 2543-2550.....	221
ประวัติผู้เขียน.....	227

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ตารางการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพศชาย.....	59
3.2 ตารางการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง.....	60
5.1 ตารางแสดงคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย.....	93
5.2 ตารางแสดงสมบัติของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง.....	94
5.3 ตารางแสดงรูปแบบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับ วัฒนธรรมป๊อปรูปแบบดนตรีเป็นหลัก.....	104
5.4 ตารางแสดงรูปแบบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่ เปิดรับวัฒนธรรมป๊อปรูปแบบดนตรี และหนังสือการ์ตูนเป็นหลัก.....	107
5.6 ตารางแสดงรายละเอียดของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับ วัฒนธรรมป๊อปรูปแบบดนตรีและเกมคอมพิวเตอร์เป็นหลัก.....	107
5.7 รูปแบบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับ วัฒนธรรมป๊อปรูปแบบเกมส์คอมพิวเตอร์และแอนิเมชันเป็นหลัก.....	107
5.8 รูปแบบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับวัฒนธรรมป๊อป รูปแบบหนังสือการ์ตูน แอนิเมชัน และเกมคอมพิวเตอร์เป็นหลัก.....	108
5.9 รูปแบบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับวัฒนธรรมป๊อป รูปแบบหนังสือการ์ตูน แอนิเมชัน และเกมคอมพิวเตอร์เป็นหลัก.....	108
5.10 ตารางแสดงรูปแบบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับ วัฒนธรรมป๊อปรูปแบบหนังสือการ์ตูน แอนิเมชัน และละครเป็นหลัก.....	109
5.11 ตารางแสดงรายจ่ายของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ของครอบครัว 30,000 ถึง 50,000 บาท จำนวน 6 คน.....	118
5.12 ตารางแสดงรายจ่ายของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ของครอบครัว 50,000 ถึง 70,001 บาท จำนวน 8 คน.....	119
5.13 ตารางแสดงรายจ่ายของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ของครอบครัว..... 70,000 ถึง 90,001 บาท จำนวน 10 คน.....	119

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5.14 ตารางแสดงรายจ่ายของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ของครอบครัว 90,000 ถึง 110,001 บาท จำนวน 8 คน.....	120
5.15 ตารางแสดงรายจ่ายของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ของครอบครัว 110,000 ถึง 130,001 บาท จำนวน 8 คน.....	120
5.16 ตารางแสดงรายจ่ายของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ของครอบครัว 90,000 ถึง 110,001 บาท จำนวน 4 คน.....	121
6.1 แรงจูงใจเชิงเครื่องมือจากความต้องการติดตามศิลปิน 138.....	137
6.2 แรงจูงใจเชิงเครื่องมือจากความต้องการเข้าใจเนื้อหา ของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น.....	138
6.3 แรงจูงใจเชิงเครื่องมือจากความต้องการติดตามศิลปิน และเข้าใจเนื้อหาของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น 140.....	139
6.4 กรณีตัวอย่างระดับมัธยมศึกษาที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นในโรงเรียน.....	154
6.5 กรณีตัวอย่างระดับมัธยมศึกษาที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นในโรงเรียนควบคู่กับการ ศึกษาภาษาญี่ปุ่นในสถาบันสอนภาษา.....	155
6.6 กรณีตัวอย่างที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นในสถาบันสอนภาษา.....	156
6.7 กรณีตัวอย่างที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาโทในมหาวิทยาลัย.....	157
6.8 กรณีตัวอย่างที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาโทในมหาวิทยาลัย..... ควบคู่กับการศึกษาภาษาญี่ปุ่นในสถาบันสอนภาษา.....	158
6.9 กรณีตัวอย่างที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกในมหาวิทยาลัย.....	159
6.10 กรณีตัวอย่างที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกควบคู่กับ การศึกษภาษาญี่ปุ่นในสถาบันสอนภาษา.....	159
6.11 กลุ่มตัวอย่างเพศชายที่ยังคงเรียนภาษาญี่ปุ่น.....	162
6.12 กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่ยังคงเรียนภาษาญี่ปุ่น.....	162
6.13 กลุ่มตัวอย่างเพศชายที่เลิกเรียนภาษาญี่ปุ่นแล้ว.....	163
6.14 กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่เลิกเรียนภาษาญี่ปุ่นแล้ว.....	164

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
6.15 ตารางแสดงสถานที่เรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่น เป็นวิชาเอกและวิชาโทในระดับมหาวิทยาลัย.....	166
6.16 ตารางแสดงสถานที่เรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ศึกษาภาษาญี่ปุ่น เป็นวิชาเอกหรือวิชาโทในมหาวิทยาลัย.....	167

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ภาพแสดงลักษณะร่วมและลักษณะที่แตกต่างของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม...	16
2.2 แผนภาพแสดงองค์ประกอบของแรงจูงใจ.....	23
2.3 The Circuit of Culture.....	31
2.4 แผนภาพแสดงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.....	44
2.5 แผนภาพแสดงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.....	44
2.6 การเยี่ยมชมเว็บไซต์แต่ละประเภทของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.....	45
2.7 จำนวนผู้เรียนภาษาญี่ปุ่น.....	48
2.8 เหตุผลในการศึกษาภาษาญี่ปุ่นของนักศึกษาทั่วโลก.....	49
3.1 แบบสอบถามออนไลน์บนเว็บไซต์ eSurveysPro.....	55
3.2 สัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง.....	57
4.1 เปรียบเทียบการแพร่ภาพละครญี่ปุ่นของแต่ละสถานี.....	79
4.2 จำนวนละครญี่ปุ่นที่ถูกนำเข้ามาแพร่ภาพในช่วงปี 2543 ถึง ปี 2550	79
4.3 รูปแบบละครญี่ปุ่นที่ปรากฏทางสถานีโทรทัศน์ช่องTITV.....	80
4.4 ละครจากประเทศญี่ปุ่นที่แพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7.....	81
4.5 Oscilloscope อุปกรณ์ในห้องวิจัยที่ถูกนำมาใช้เล่นเกมเทนนิส.....	83
4.6 Magnavox Odyssey.....	84
4.7 Fairchild VES.....	84
4.8 Famicom.....	85
4.9 SEGA Mega Drive.....	86
4.10 Sony's Play station.....	87
4.11 Nintendo's Wii.....	88
4.12 Atari.....	89
4.13 Play Station 2.....	90
4.14 Game boy.....	91
5.1 ภาพแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงอายุ.....	96

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
5.2 ภาพแสดงรายได้ครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 40 คน.....	97
5.3 ภาพแสดงสถานะในปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง.....	98
5.4 ภาพแสดงรูปแบบแรกของวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ.....	99
5.5 ภาพเปรียบเทียบจำนวนผู้เริ่มรู้จักวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นผ่านสื่อและการแนะนำ จากบุคคลใกล้ชิด.....	101
5.6 ภาพแสดงสัดส่วนผู้เริ่มติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นในระดับการศึกษา ต่างๆ.....	110
5.7 ภาพเปรียบเทียบอิทธิพลจากสื่อและบุคคลใกล้ชิด.....	111
5.8 ภาพแสดงค่าใช้จ่ายในการติดตามวัฒนธรรมป๊อป.....	117
5.9 ภาพแสดงค่าใช้จ่ายในการติดตามวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นจำแนกตามรายได้ ครอบครัว.....	118
5.10 ภาพแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น.....	123
6.1 ภาพเปรียบเทียบศิลปินในกลุ่ม J-Rock และ J-Pop.....	130
6.2 ภาพแสดงขบวนการเกิดแรงจูงใจและการเคลื่อนตัวจาก แรงจูงใจเชิงเครื่องมือไปสู่แรงจูงใจเชิงบูรณาการ.....	169

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

โลกาภิวัตน์ เป็นกระแสโลกหลังยุคสงครามเย็นที่แผ่อิทธิพลครอบงำโลกทั้งระบบ โดยเฉพาะในช่วงปลายทศวรรษที่ 1980 เป็นต้นมา กระแสดังกล่าวได้ชี้้นำโลกทั้งใบด้วยเป้าหมายการพัฒนาในระดับมหภาคแบบทุนนิยมอุตสาหกรรม ลัทธิเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม ลัทธิบริโภคนิยม และอุดมการณ์ทางการเมืองแบบเสรีประชาธิปไตย การติดต่อสัมพันธ์กันของคนทั่วโลกเป็นไปอย่างเข้มข้น ทำให้เกิดการเชื่อมโยงท้องถิ่นต่างๆ ที่อยู่ห่างไกลเข้าด้วยกัน “กระแสโลกาภิวัตน์ได้พัดพาให้คนต่างชาติพันธุ์ ต่างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และต่างสถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยีรูปแบบต่างๆ ข่าวดสารข้อมูล เงินทุน แนวคิด และอุดมการณ์ข้ามพรมแดนรัฐชาติด้วยอัตราความเร็วในปริมาณ และทิศทางที่อำนาจรัฐไม่อาจควบคุมได้อีกต่อไป โลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดวัฒนธรรมมวลชนในระดับโลก การค้นหา การต่อสู้ และการใช้ความรุนแรงรูปแบบต่างๆ เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ในขณะเดียวกันโลกาภิวัตน์ก็เป็นกระแสที่ทำให้ประชากรโลกที่ต่างชาติพันธุ์ ภาษา ศาสนา ผิวพรรณ และวัฒนธรรมได้มีโอกาสติดต่อเชื่อมโยงถึงกันมากขึ้น” Arjun Appadurai (1990, อ้างถึงใน วัฒนา สุกัณศีล, 2548)

โลกาภิวัตน์ เปิดโอกาสให้คนต่างชาติพันธุ์ได้ มีโอกาส เรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรม ของกันและกัน ผ่านสื่อต่างๆ (mediated culture) และโลกาภิวัตน์ อีกเช่นกันที่บีบบังคับ ให้ทุกคนต้อง เรียนรู้ภาษา และวัฒนธรรมที่เป็นสากล ซึ่งหากมอง อย่างผิวเผินการที่ผู้คน ทั่วโลกเรียนรู้และทำความเข้าใจภาษาใดภาษาหนึ่งหรือ วัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่ง ร่วมกันถือเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ในต่อสัมฤทธิ์ผลของการสื่อสาร แต่ปัญหาที่อยู่ลึกลงไปกว่านั้น ก็คือ มีผู้ได้ประโยชน์ก็ต้องมีผู้เสียประโยชน์ หรือเสียเปรียบอยู่เสมอ โลกาภิวัตน์ สร้างความได้เปรียบอย่างมากให้กับภาษาที่ถูกเรียกว่า “สากล” ซึ่งหนีไม่พ้นภาษาและวัฒนธรรมของชาติมหาอำนาจซึ่งมีอยู่เพียงไม่กี่ประเทศในโลก โลกาภิวัตน์ผลักดันส่งเสริมภาษาและวัฒนธรรมท้องถิ่นของชาติมหาอำนาจเหล่านี้ให้เปลี่ยนรูปเป็น “ทุนวัฒนธรรมข้ามชาติ” และก่อให้เกิดอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าวัฒนธรรม (Cultural Product) ขึ้น คุณสมบัติสำคัญที่ทำให้สินค้าวัฒนธรรมมีความพิเศษกว่าสินค้าทั่วไปก็คือผู้บริโภคเลือกบริโภคสินค้าเหล่านี้ด้วยความรู้สึกมากกว่าเหตุผลทำให้สินค้าวัฒนธรรมมีความสามารถที่จะเพิ่มคุณค่าและราคาของตัวเองเป็น เท่าทวีคูณ ได้อย่างน่าอัศจรรย์ อีกทั้งสินค้านี้ยัง เกี่ยวข้อง

เชื่อมโยงอย่างลึกซึ้งกับความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค จึงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ ส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านสังคม วัฒนธรรม ไปจนถึงวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมอีกด้วย

รังสรรค์ ณะพรพันธุ์ (2539) เคยอธิบายเอาไว้ว่าสินค้าวัฒนธรรมหมายถึง สินค้าที่มี วัฒนธรรมฝังตัวในสินค้าหรือบริการ ดังนั้นเหตุผลที่ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้นๆ ก็ความแตกต่างของ นัยทางวัฒนธรรมที่ฝังตัวอยู่ในสินค้า

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศหนึ่งซึ่ง มองเห็น และให้ความสำคัญ กับสินค้าวัฒนธรรมหรือ วัฒนธรรมป๊อปเป็นอย่างมาก ในปี 2550 รัฐบาลญี่ปุ่นได้วางนโยบายสนับสนุน วัฒนธรรมป๊อป 3 แนวทางคือ

1. ให้รางวัลแก่ศิลปินผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมและส่งเสริมผู้ผลิตสินค้าวัฒนธรรมโดยไม่ เข้าแทรกแซงเนื้อหา
2. หานทางในก ารเจรจาเพื่อ ลดอุปสรรค ในการ เผยแพร่ วัฒนธรรม ป๊อป อาทิเช่น กฎระเบียบที่เข้มงวดเกี่ยวกับการเผยแพร่สินค้าวัฒนธรรมในบางประเทศ โดยรัฐบาลญี่ปุ่น จะ เจรจาดูรอกกับรัฐบาลของประเทศเหล่านั้น เพื่อขอผ่อนผันกฎระเบียบที่เข้มงวด
3. ปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาให้หลุด พ้นการละเมิดลิขสิทธิ์ที่แพร่หลายอย่างรุนแรงอยู่ ในปัจจุบัน ซึ่งประเด็นนี้เป็นประเด็นที่รัฐบาลญี่ปุ่นให้ความสำคัญมากที่สุด (กรุงเทพฯจุดประกาย , 2550 : 7)

ล่าสุดรัฐบาลญี่ปุ่นได้หาช่องทางในการทำข้อตกลงทางการค้าในระดับนานาชาติใหม่เพื่อ แก้ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ ทั้งสินค้าและซอฟต์แวร์ วันที่ 23 ตุลาคม ปี 2550 เจ้าหน้าที่กระทรวง ต่างประเทศของญี่ปุ่นได้ออกมาชี้แจงในประเด็นนี้ว่า กฎระเบียบที่ใช้อยู่ในขณะนี้ไม่สอดคล้องกับ ความเป็นจริงในปัจจุบัน ที่มีการทำการค้าและเผยแพร่สินค้าวัฒนธรรมไปทั่วโลกผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต โดยญี่ปุ่นอาจต้องทำข้อตกลง กับประเทศคู่ค้าใหม่ เพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ (Financial News, 2550 : ออนไลน์)

ในบทความ Pop culture take center stage in Japanese diplomacy โดย May Masankay สำนักข่าว Kyodo News เมื่อวันที่ 22 เดือนธันวาคม 2549 ได้กล่าวถึงวัฒนธรรมป๊อปว่า ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาสินค้าวัฒนธรรมของญี่ปุ่นได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก ไม่เพียงแต่นำรายได้เข้าประเทศ จำนวนมหาศาล สินค้าวัฒนธรรมเหล่านี้ยังทำหน้าที่เป็นเสมือนทูตทางวัฒนธรรมในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเป็นประโยชน์ให้กับประเทศญี่ปุ่นอีกด้วย ดังเช่นเหตุการณ์ การประท้วงต่อต้านญี่ปุ่น อย่างรุนแรงทั่วประเทศจีน ในเดือนเมษายน ปี ค.ศ. 2005 ระหว่างการประท้วงได้ มีผู้ชื่นชอบวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น ทั้งชาวจีน และประเทศอื่นๆ ร่วมกันแต่งประกวด Cos's Play (การแต่งตัวเลียนแบบตัวการ์ตูน หรือศิลปินที่ชื่นชอบ) ขึ้นกลางที่ชุมนุมประท้วงทำให้ความตึงเครียดของการชุมนุม ในครั้งนั้นลดน้อยลง นอกจากนี้วัฒนธรรมป๊อปยังมีส่วนทำให้ความต้องการในการเรียนภาษาญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นซึ่งส่งผลดีต่อญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ต้องเสียดุลย์ให้กับการแลกเปลี่ยนสารสนเทศมาโดยตลอด ในอดีตญี่ปุ่นเคยใช้นโยบายไตรภาค (Torika system) ในช่วงปี 2411-2455 โดยส่งเสริมให้ชาวญี่ปุ่นศึกษาภาษาอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศส เพื่อให้ญี่ปุ่นสามารถเรียนรู้สารสนเทศจากประเทศเหล่านี้ ปัจจุบันญี่ปุ่นยังคงเสียดุลย์ให้กับการแลกเปลี่ยนทางสารสนเทศ อย่างมาก เพราะนอกจากญี่ปุ่นจะต้อง “จ่าย” เพื่อให้ได้สารสนเทศจากประเทศอื่นแล้ว ญี่ปุ่นยังต้อง “จ่าย” เพื่อให้ประเทศอื่นได้สารสนเทศจาก ตนเองด้วย ดังเช่นกรณีการจดสิทธิบัตรซึ่งญี่ปุ่นต้องเสียค่าแปลรายละเอียดของสิทธิบัตรเหล่านี้เป็นภาษาอังกฤษกว่าปีละ 1,000 ล้านเยน (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, 2546)

นอกจากนี้ภาษา ยังมีนัยสำคัญที่แสดงถึงอำนาจ ทำให้ภาษากลาย เป็นส่วนหนึ่งของการต่อสู้ในเวทีการเมืองระหว่างประเทศ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ มาตลอดระยะเวลาอันยาวนาน ทุกประเทศต่างพยายาม ผลักดันให้ภาษาของตนก้าวขึ้นเป็นภาษาสากล จาก ตัวอย่างทางประวัติศาสตร์ ประเทศเจ้าอาณานิคมต่าง พยายาม บีบบังคับให้ประเทศ ภายใต้อาณานิคมเรียนรู้ภาษาของตนทันทีที่ตกเป็นเมืองขึ้นเพราะ การทำลายภาษาคือ ด้านแรกในการ ทำลายเอกลักษณ์ของชาติที่ตกเป็นอาณานิคม ในทางกลับกันหากต้องการรื้อฟื้นและธำรงรักษาวัฒนธรรมของชาติเอาไว้ก็จำเป็นต้องรื้อฟื้น และรักษาภาษาประจำชาตินั้นด้วย (กาญจนา แก้วเทพ, 2544)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้รัฐบาลญี่ปุ่นให้การส่งเสริมและสนับสนุนชาวต่างชาติในการศึกษา ภาษา ญี่ปุ่น มาโดยตลอด ทั้งในด้านบุคลากร ตำราเรียน และเงินทุน การศึกษา แต่

เนื่องจากภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาที่มีความซับซ้อน อย่างมากทั้งในด้านไวยากรณ์ และตัวอักษร อีกทั้งยังต้องอาศัยความเข้าใจในบริบททางวัฒนธรรมอย่างสูง Edward T. Hall (1976, อ้างใน กาญจนากวาท, 2544) ได้นำแนวคิดเรื่อง Low/High context มาเปรียบเทียบสังคมแต่ละสังคมที่มีระดับ Low/High context ไม่เท่ากัน และได้ทำตารางเปรียบเทียบเอาไว้ โดย ประเทศญี่ปุ่นถูกจัดให้เป็นประเทศที่มีระดับ High context สูงที่สุดในโลก ตามมาด้วยประเทศจีนและอาหรับ ทำให้การสื่อสารด้วยภาษาญี่ปุ่น ไม่เพียงแต่ต้องทำความเข้าใจในตัวภาษาเท่านั้น แต่ยังจำเป็นต้องเข้าใจบริบททางสังคมและวัฒนธรรมอีกด้วย ทำให้ผู้ที่เริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นจำนวนมากเกิดความท้อถอยและเลิกเรียนในเวลาไม่นาน แต่ในทางกลับกันความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้วัฒนธรรมไปพร้อมกับการเรียนภาษานี้เองที่ให้อาจารย์ญี่ปุ่นเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

แม้ว่าภาษาญี่ปุ่นจะเป็นภาษาที่ยู่งยาก และมีความสลับซับซ้อนแต่ภาษาญี่ปุ่นกลับเป็นหนึ่งในภาษา ที่ได้รับความนิยมอย่างสูง จากการจัดอันดับของ geographic.org ในปี 2007 จำนวนผู้ใช้ภาษาญี่ปุ่นทั้งสิ้น 126 ล้านคน จัดอยู่ในอันดับที่ 9 ของโลกโดยภาษาจีนเป็นภาษาที่มีผู้ใช้มากที่สุด 1,112 ล้านคนตามมาด้วยภาษาอังกฤษ 480 ล้านคน สเปน 332 ล้านคน อาหรับ 235 ล้านคน เบงกาลี 189 ล้านคน ฮินดี 182 ล้านคน รัสเซีย 180 ล้านคน และโปรตุเกส 170 ล้านคน (The 50 Most Widely Spoken Languages, 2550 : ออนไลน์) การที่ภาษาญี่ปุ่นเป็นที่ได้รับความนิยมนั้นส่วนหนึ่งเนื่องมาจากความแข็งแกร่งทางด้านเศรษฐกิจของญี่ปุ่น และอีกส่วนหนึ่งมาจากเสน่ห์และเอกลักษณ์เฉพาะตัวของวัฒนธรรมญี่ปุ่น (รังสรรค์ ธีระพรพันธุ์, 2546)

นอกจากนี้ วัฒนธรรม ป๊อปยังช่วยกระตุ้นให้เกิดความสนใจใน ประเทศญี่ปุ่นและความต้องการศึกษาภาษาญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย จากรายงานข่าวของสำนักข่าว Kyodo News วัฒนธรรมป๊อปได้ส่งผลให้ความต้องการเรียนภาษาญี่ปุ่นของชาวต่างชาติเพิ่มจาก 980,000 คน ในปี 1990 มาเป็น 2.35 ล้านคนในปี 2003 (กรุงเทพจุดประกาย, 9 มกราคม 2550, น. 7) และจากการสำรวจของ Japan Foundation ในช่วงเดือน พฤศจิกายน 2006 ถึงเดือน มีนาคม 2007 จำนวนผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นทั่วโลกเพิ่มจำนวนเป็น 2.98 ล้านคน (จำนวนของผู้เรียนในสถานศึกษาเท่านั้น ไม่นับรวมถึงผู้ศึกษาด้วยตัวเอง)

จากบทสัมภาษณ์ของคุณ ไซโต้ ฮิโร ฟูมิ ในเว็บไซต์ Japankiku (2550 : ออนไลน์) ชาวญี่ปุ่นซึ่งอาศัยอยู่เมืองไทยนานกว่า 15 ปี และเคยเป็นครูสอนภาษาญี่ปุ่นในโรงเรียนมัธยม เจ้าของ

เว็บไซต์สอนภาษาญี่ปุ่น Japanese Lesson by Hirofumi Saito (2550 : ออนไลน์) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความนิยมวัฒนธรรมญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทยที่เพิ่มขึ้นว่า “ดีใจก็ดีใจ แต่อยากให้วัยรุ่นไทยสนใจวัฒนธรรมญี่ปุ่นด้วย ทุกครั้งที่นักเรียนมาสมัครเรียน ผมถามเขาว่า ทำไมอยากเรียนภาษาญี่ปุ่น วัยรุ่นเกือบทุกคนตอบว่า สนใจนักร้องหรือดาราญี่ปุ่น หรืออยากอ่านการ์ตูนหรือคู่มือของเกมเป็น” จุดนี้ผู้วิจัยกลับมองว่าเป็นหนึ่งในความสำเร็จของ วัฒนธรรมป๊อปปี้ญี่ปุ่นในฐานะแรงจูงใจซึ่งทำให้ความต้องการเรียนภาษาญี่ปุ่นของชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นอย่างมากในรอบสิบกว่าปีที่ผ่านมา

สำหรับแรงจูงใจในการเรียน ภาษานั้น สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ (R.C.Gardner, 1985 อ้างถึงในสุพัฒน์ สุขมลสันต์, 2534)

1. แรงจูงใจเชิงบูรณาการ (Integrativeness) หมายถึง ความต้องการที่จะมีปฏิสัมพันธ์ และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับสมาชิกภายในกลุ่ม หรือความต้องการที่จะให้ตนเองเหมือนหรือเป็นเช่นเดียวกับสมาชิกของชุมชนเจ้าของภาษา เพื่อใช้ประโยชน์ในการสมาคมติดต่อกับเจ้าของ และสังคมของภาษานั้นๆ

2. แรงจูงใจเชิงเครื่องมือ (Instrumentality) หมายถึง ความต้องการที่จะนำภาษาไปใช้ในทางปฏิบัติ เช่น เพื่อให้ได้งานที่ดีขึ้น หรือเงินเดือนสูงขึ้น เป็นต้น

จากการศึกษาของ (Klansmeir อ้างถึงในสุพัฒน์ สุขมลสันต์, 2534) พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญที่เป็นตัวกำหนดผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรู้ของผู้เรียนได้แก่ คุณลักษณะของผู้เรียน คุณลักษณะของครูผู้สอนและสภาพทางกายภาพของห้องเรียน พฤติกรรมระหว่างครูกับนักเรียน คุณลักษณะของกลุ่ม และแรงผลักดันภายนอก แต่คุณลักษณะที่มีความสำคัญมากที่สุดสำหรับการเรียนการสอนภาษา

Jacobowitz (1971) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการศึกษาการสอนภาษาต่างประเทศซึ่งมีชื่อเสียงมากคนหนึ่งกล่าวว่า องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษแบ่งเป็น 3 องค์ประกอบใหญ่คือ

1. องค์ประกอบด้านการเรียนการสอน ได้แก่ คุณภาพการสอน ครู โอกาส และเวลาที่นักเรียนจะได้เรียนรู้ และระบบวัดประเมินผล เป็นต้น

2. องค์ประกอบด้านตัวผู้เรียน ได้แก่ สติปัญญา ความถนัดในการเรียน แรงจูงใจ เจตคติ และกลวิธีในการเรียน เป็นต้น

3. องค์ประกอบด้านสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ ความรู้สึกผูกพันกับภาษา (Language loyalty) การยอมรับสภาพของสองวัฒนธรรมที่ตนเกี่ยว ข้อง (biculturalism) และการเข้าใจโครงสร้าง (schemata) ของสิ่งที่เกี่ยวข้องกับภาษาต่างประเทศนั้น เป็นต้น

Jacobovitz ได้ทำการสรุปผลการวิจัย ของนักวิจัยหลายท่าน พบว่าองค์ประกอบด้านผู้เรียนมีอิทธิพลต่อสัมฤทธิ์ผลในการเรียนมากที่สุดคือประมาณร้อยละ 86 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Klausmeir โดยองค์ประกอบด้านตัวผู้เรียนนี้ แยกเป็นอิทธิพลของความถนัดร้อยละ 33 สติปัญญาร้อยละ 20 และแรงจูงใจร้อยละ 33 ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับผลในระยะยาว (Long-term Effect) จากการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปผ่านสื่อ 6 ชนิดคือ หนังสือการ์ตูน (Comic Book), ภาพยนตร์การ์ตูน (Animation), ดนตรีป๊อป (Pop Music), ละครชุดทางโทรทัศน์ (Television Drama), หนังสือนวนิยาย, นิยาย (Novel), เกมคอมพิวเตอร์ (Computer Game) ซึ่งมีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของ ผู้รับสารอายุระหว่าง 18 ถึง 25 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเน้น การศึกษาเกี่ยวกับผลที่เกิดขึ้นในทางบวก ด้วยผู้วิจัยเชื่อว่าการศึกษาประเด็นดังกล่าวจะทำให้ เกิดความเข้าใจ และสามารถนำมาปรับเป็นแนวทางในการใช้วัฒนธรรมป๊อปเพื่อสร้างแรงจูงใจในการศึกษาด้านอื่นๆ ต่อไป

1.2 ปัญหาคำการวิจัย

1. วัยรุ่นไทยอายุระหว่าง 18 – 25 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑลมีการเปิดรับและติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นอย่างไร

2. วัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นก่อให้เกิดแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการเปิดรับและติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทยอายุระหว่าง 18 – 25 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบของแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นจากการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่น

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

เพื่อให้ การวิจัยครั้งนี้ มีความเที่ยงตรงและตรงประเด็นที่สุดผู้วิจัยจึงจำกัดขอบเขตการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวัดความเหลื่อมล้ำของโอกาส ในการ เข้าถึงสื่อ ของกลุ่ม ตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือก ทำการศึกษาคือกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุระหว่าง 18 ถึง 25 ปี ซึ่งอยู่ในช่วงมัธยมศึกษาตอนปลาย ก่อนสอบเข้ามหาวิทยาลัยจนถึงวัยเริ่มทำงาน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่าง ในช่วง นี้มีอิสระในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ ด้วยตัวเองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างในระดับ มัธยม ต้น และผู้วิจัย ยังสามารถ สอบถาม ข้อมูล ในช่วง ย้อนหลัง ได้อีกด้วย สำหรับวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อ สัมภาษณ์ เจาะลึก (In-depth interview) นั้น ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต (Questionnaires) เพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างซึ่งคุณสมบัติตามที่ผู้วิจัยต้องการจำนวน 40 คน

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์นั้นมีการเปิดรับ และติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่น รูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง หรือมากกว่า 1 รูปแบบอย่างจริงจัง เกินกว่า 5 ปีขึ้นไป และยังคงติดตามอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอจนถึงปัจจุบัน ต้องเคยเรียน หรือกำลังเรียนภาษาญี่ปุ่น และสามารถใช้ภาษาญี่ปุ่นได้ในระดับดี

ในการสัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัยนัดพบกลุ่มตัวอย่าง บ้านที่กเทพ และการจดประเด็นสำคัญ สำหรับการสัมภาษณ์ ครั้งแรก หลังจากนั้นผู้วิจัย ได้ทำการติดต่อพูดคุยกับกลุ่มตัวอย่างผ่าน โปรแกรม MSN เพื่อสอบถามเพิ่มเติม ในประเด็นที่ขาดหายไป หรือไม่ชัดเจน และเข้าร่วมใน กิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นที่กลุ่มตัวอย่างจัดขึ้น เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้วิจัยและกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้เกิดความสนิทสนมและไว้วางใจซึ่งกันและกัน

1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

วัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น

หมายถึง วัฒนธรรมที่ถูกผลิต เผยแพร่ และ
โฆษณาใน ตลาดสินค้า ของระบบทุนนิยม
สมัยใหม่ผ่านสื่อมวลชนประเภท ต่างๆ และ
ได้รับความนิยมทั้งสิ้น 6 ประเภทคือ

- 1.1 หนังสือการ์ตูน (Comic Book)
- 1.2 ภาพยนตร์การ์ตูน (Animation)
- 1.3 ดนตรีป๊อป (Pop Music)
- 1.4 ละครโทรทัศน์ (Television Drama)
- 1.5 นวนิยาย (Novel)
- 1.6 เกมคอมพิวเตอร์ (Computer Game)

ผู้เปิดรับวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น

หมายถึงผู้ชื่นชอบและติดตาม วัฒนธรรม
ป๊อปจากญี่ปุ่นอายุระหว่าง 18 ถึง 25 ปี ซึ่ง
อยู่ในช่วงมัธยมศึกษาตอนปลายก่อนสอบ
เข้ามหาวิทยาลัยจนถึงวัยเริ่มทำงาน และ
อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร หรือ ปริมณฑล

แรงจูงใจ (motivation)

หมายถึง ความต้องการรู้และเข้าใจเนื้อหา
ของวัฒนธรรม ป๊อปจากญี่ปุ่น รวมถึง ความ
ต้องการเป็นที่ยอมรับในกลุ่ม ความต้องการ
ความสำเร็จในหน้าที่การงาน ซึ่งผลักดันให้
ผู้เรียนมีความต้องการที่จะเรียนรู้ภาษาญี่ปุ่น

แรงจูงใจเชิงบูรณาการ
(Integrativeness)

หมายถึง ความต้องการที่จะให้ตนเองเหมือน
หรือเป็นเช่นเดียวกับสมาชิกของชุมชน
เจ้าของภาษา เพื่อใช้ประโยชน์ในการ
สมาคมติดต่อกับเจ้าของ และสังคมของ
ภาษานั้น

แรงจูงใจเชิงเครื่องมือ (Instrumentality) หมายถึง ความต้องการที่จะนำ ภาษาไปใช้ ในทางปฏิบัติ เช่น เพื่อดูละครชุด ฟังเพลง อ่านหนังสือการ์ตูน หรือเล่นเกม เป็นต้น

การเรียนภาษาญี่ปุ่น

หมายถึง ผู้ที่เคยเรียนภาษาญี่ปุ่นหรือกำลัง เรียนในปัจจุบัน แบ่งเป็นสองกลุ่ม ดังนี้

1. ผู้ที่ศึกษา ภาษาญี่ปุ่นในโรงเรียน หรือในมหาวิทยาลัย
2. ผู้ที่ผ่านการสอบวัดระดับตั้งแต่ ระดับ 4 ขึ้นไป

การสอบวัดระดับภาษาญี่ปุ่น

การสอบวัดระดับภาษาญี่ปุ่นนั้น จัดขึ้นโดยมี วัตถุประสงค์เพื่อวัดความสามารถทาง ภาษาญี่ปุ่นของ ชาวต่างชาติโดยใช้มาตรฐาน เดียวกันทั่วโลก แบ่งเป็น 4 ระดับ เริ่ม จาก ระดับ 4 ไปจนถึงระดับ 1 ซึ่งเป็น ระดับที่ยาก ที่สุด ตั้งแต่ปี พ .ศ.2553 เป็นต้นไปการสอบ วัดระดับภาษาญี่ปุ่นจะเปลี่ยนเป็น 5 ระดับโดยมีตัว N นำหน้าแต่ละระดับ

1.6 ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

1. เข้าใจ ถึงธรรมชาติของผู้รับสารวัยรุ่นในการ เลือกรับเนื้อหาและการ ใช้สื่อติดตาม วัฒนธรรมป๊อปจากต่างประเทศ เพื่อประโยชน์ ในการวางแผนการใช้สื่อและออกแบบเนื้อหาใน อนาคตหากมีผู้ต้องการเผยแพร่วัฒนธรรมป๊อปของไทยไปยังประเทศอื่น

2. เข้าใจถึงการทำงานของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นในกร ะบวนการสร้างแรงจูงใจใน การศึกษาภาษาญี่ปุ่นที่มีต่อวัยรุ่น เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ ใช้ในการสร้างแรงจูงใจเชิงบวกใน การศึกษาภาษาอื่นๆ หรือด้านอื่นๆ ต่อไป

บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎี ที่ผู้วิจัยนำมาใช้ เป็นกรอบในการวิจัย ครั้งนี้มีทั้งสิ้น 5 แนวคิดทฤษฎี ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture)
2. แนวคิดเรื่องการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural Communication)
3. แนวคิดเรื่องแรงจูงใจ (Motivation)
4. แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity)
5. ทฤษฎีช่องว่างทางข่าวสารและความรู้ (Information and Knowledge Gap)

2.1.1 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture)

“หากแม้การขโมยความฝันของเราไปและนำกลับมาขายคืนให้เรา ในหีบห่อที่งดงามคือ อาชญากรรมของวัฒนธรรมป๊อป วัฒนธรรมป๊อปก็ยังคงความชอบด้วย นำพา ความฝันอัน หลากหลายมากมายมาให้เราได้รู้จัก” (Richard Maltby อ้างถึงใน Storey, 1993)

คำว่า "Popular Culture" มีการใช้ภาษาไทยในหลายคำ เช่น คำว่า วัฒนธรรมสมัยนิยม (วิริยะ สว่างโชติ, 2542) ป๊อป คัลเจอร์ (นันทขว้าง สิริสุนทร, 2545) วัฒนธรรมสมัยนิยม หรือ กระแสป๊อป (พัฒนา กิตติอาสา, 2547) วัฒนธรรมป๊อป, วัฒนธรรมกระแสนิยม (ฐิรุฒิ เสนาคำ, 2549) วัฒนธรรมประชานิยม (เปรม สอนสมุท, 2547) สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยใช้คำว่า วัฒนธรรมป๊อปในการสื่อความหมายถึง Popular Culture

ความหมายของวัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture) นั้นได้ถูกถกเถียงตีความ รวมทั้งนิยาม ไว้อย่างหลากหลาย แต่กระนั้น การที่จะสรุปความหมายที่แท้จริง หรือนิยามที่ถูกตรงครบถ้วนของ วัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture) ก็ยังคงเป็นเรื่องยากดังที่ Tony Bennett (1980) กล่าวไว้ว่า

“นิยามของวัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture) ที่มีอยู่ในปัจจุบัน นั้นไร้ประโยชน์โดยสิ้นเชิง เหมือนเตาหลอมที่หลอมรวมเอาความหมายที่บิดเบือนและสับสนจากการตีความผิดๆ ของทฤษฎีจำนวน มากที่มาถึงทางตันเอาไว้” การจะระบุถึงความหมาย หรือนิยามที่ครบถ้วน ชัดเจนนั้นเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก สิ่งที่ได้ก็คือการ วาดภาพและทำความเข้าใจถึง โครงสร้าง ของวัฒนธรรม ป๊อป (Popular Culture) (Storey, 1993)

นิยามของวัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture) เกิดจากการผสมกันอย่างซับซ้อน ของความหมายในบริบทต่างๆ กัน ระหว่างคำว่า วัฒนธรรม (Culture) และคำว่า ป๊อปปูล่า (Popular) (John Storey, 1993) ดังนั้นเพื่อให้เกิดภาพรวมที่ชัดเจน ก่อนที่จะพูดถึงวัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture) เราจำเป็นต้องทำความเข้าใจ ถึงความหมายของ คำว่า ป๊อป หรือ ป๊อปปูล่า (Popular) และคำว่าวัฒนธรรม (Culture) เสียก่อน

คำว่า ป๊อป หรือ ป๊อปปูล่า (Popular) นั้น John Hartley (2002) ได้อธิบายเอาไว้ใน Communication, Cultural and Media Studies The Key concepts ว่า โดยทั่วไปคำว่า ป๊อป หรือป๊อปปูล่านั้น หมายถึงสิ่งที่ได้รับความนิยม หรือมีผู้คนชื่นชอบเป็นจำนวนมาก ซึ่งโดยปกติมักมีความหมายในเชิงบวก หากแต่โดยเนื้อแท้คำว่า ป๊อป หรือ ป๊อปปูล่า (Popular) ได้เริ่มต้นถูกใช้เพื่อแยกความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนจำนวนมาก (the mass of the people) ออกจากชนชั้นสูงผู้มีการศึกษาและร่ำรวย ในช่วงเวลานั้นบทความและข้อเขียนส่วนใหญ่มักถูกเขียนโดย กลุ่มบุคคลที่มีฐานะ และมีการศึกษา จึงไม่น่าแปลกใจที่ความหมายของ คำว่าป๊อป หรือ ป๊อปปูล่า (Popular) จะถูกใช้ในแง่ลบโดยมีความหมายพ้องกับคำว่า ธรรมดา ไม่ดี ถูก เสื่อมถอย ต่ำทราม เป็นต้น แม้กระทั่ง คำว่าป๊อป หรือ ป๊อปปูล่า (Popular) ในแง่ของ วัฒนธรรมศึกษาก็ ไม่สามารถหลีกเลี่ยงอิทธิพลจากด้านการเมือง ทำให้ความหมายของคำว่า ป๊อป หรือ ป๊อปปูล่า (Popular) มีทั้งในแง่บวกและแง่ลบ ส่วนการจะตีความคำว่า วัฒนธรรมป๊อป หรือ ป๊อปปูล่า (Popular) ว่าเป็นบวกหรือลบนั้น ก็ขึ้นอยู่กับมุมมองและการจัดเรียงความหมายของคำในกลุ่มคน หรือประชาชนของตัวผู้ให้คำนิยามเอง

สำหรับคำว่า วัฒนธรรม (Culture) นั้น หมายถึง สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ วิถีชีวิตของหมู่คณะ ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติและศีลธรรมอันดีของประชาชน พฤติกรรมและสิ่งที่คนในหมู่ผลิตสร้างขึ้น

ด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้อยู่ในหมู่พวกของตน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525)

ในส่วนของการศึกษาวัฒนธรรม ตามหลักวิชาการทั่วไปสามารถระบุความหมาย ประเภท และลักษณะความเจริญทางวัฒนธรรม ได้ดังนี้ (พระยาอนุมานราชธน 2532)

วัฒนธรรม คือ "สิ่งที่มนุษย์เปลี่ยนแปลง ปรับปรุง หรือผลิตสร้างขึ้น เพื่อความเจริญอกงามในวิถีแห่งชีวิตของส่วนรวม ถ้ายทอดกันได้ เอาอย่างกันได้"

วัฒนธรรม คือ ผลิตผลของส่วนรวมที่มนุษย์ได้เรียนรู้มาจากคนแต่ก่อนสืบต่อเป็นประเพณีกันมา

วัฒนธรรม คือ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความประพฤติ และกิริยาอาการ หรือการกระทำใดๆ ของมนุษย์ในส่วนรวมลงรูปเป็นพิมพ์เดียวกัน และสำแดงออกมาให้ปรากฏเป็นภาษา ศิลปะ ความเชื่อถือ ระเบียบประเพณี เป็นต้น

วัฒนธรรม คือ มรดกแห่งสังคม ซึ่งสังคมรับและรักษาไว้ให้เจริญอกงาม เป็นผลิตผลของส่วนรวมที่มนุษย์ได้เรียนรู้มาจากคนแต่ก่อนสืบต่อเป็นประเพณีกันมา

ประเภทของวัฒนธรรม

1. วัฒนธรรมทางวัตถุ เป็นเรื่องเกี่ยวกับสขกายเพื่อให้ได้อยู่ดีกินดีมีความสะดวกสบายในการครองชีพ ได้แก่ สิ่งความจำเป็นเบื้องต้นในชีวิต 4 อย่างและสิ่งอื่นๆ เช่น เครื่องมือ เครื่องใช้ ยานพาหนะ ตลอดจนเครื่องอาวุธยุทโธปกรณ์เครื่องป้องกันตัว

2. วัฒนธรรมทางจิตใจ เป็นสิ่งที่ทำให้ปัญญาและจิตใจมีความเจริญอกงาม ได้แก่ การศึกษา วิชาความรู้อันบำรุงความคิดทางปัญญา ศาสนา จรรยา ศิลปะ และวรรณคดี กฎหมาย และระเบียบประเพณี ซึ่งส่งเสริมความรู้สึกทางจิตใจให้งอกงามหรือสบายใจ

นักมานุษยวิทยาส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า วัฒนธรรมหมายถึงระบบที่รวบรวมเอา ความเชื่อ พิธีกรรม การแสดงออก ศิลปะ รูปแบบการดำเนินชีวิต สัญลักษณ์ ภาษา การแต่งกาย ดนตรี การเต้นรำ รวมถึงสิ่งอื่นๆ ที่เกิดขึ้นจากการแสดงออก การสื่อสาร สติปัญญา และพฤติกรรมของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับสังคมในยุคสมัยที่ชัดเจนเอาไว้ (Marcel Danesi, 2008)

Raymond Williams กล่าวว่า วัฒนธรรม (Culture) เป็นหนึ่งในสามของคำที่มีความหมายซับซ้อนมากที่สุดในภาษาอังกฤษ ขณะเดียวกันเขาก็ได้เสนอนิยาม กว้างๆ ของคำว่าวัฒนธรรมเอาไว้ดังนี้ (William, 1983 อ้างถึงใน Storey, 1993)

1. วัฒนธรรม (Culture) ในฐานะกระบวนการพัฒนาทางสติปัญญา จิตวิญญาณ และสุนทรียศาสตร์
2. วัฒนธรรม (Culture) ในฐานะระเบียบแบบแผนในการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง
3. วัฒนธรรม (Culture) ในฐานะผลผลิต ที่เกิดจาก กระบวนการฝึกฝนทางปัญญา โดยเฉพาะในด้านสุนทรียะ

สำหรับความหมายของวัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture) นั้น Raymond Williams (1983) ได้เสนอเอาไว้ 4 ประการคือ

1. วัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับและชื่นชอบโดยคนจำนวนมาก
2. เป็นผลงานหรือวัฒนธรรมชั้นล่าง
3. เป็นสิ่งที่ถูกวางแผนอย่างแยบยลเพื่อเอาชนะใจคนหมู่มาก
4. เป็นวัฒนธรรมที่ถูกผลิตโดยประชาชนเพื่อประชาชน

John Storey (1993) ได้ยกตัวอย่างเพิ่มเติมเกี่ยวกับ นิยามความหมายของคำว่า วัฒนธรรมที่ Raymond Williams ได้นิยามเอาไว้โดยเปรียบเทียบเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาทางวัฒนธรรมของยุโรปตะวันตกว่า หากพูดถึงการพัฒนาทางสติปัญญา ปรัชญา และสุนทรียะ ของยุโรปตะวันตก นั่นคือวัฒนธรรมในความหมายที่หนึ่ง ของ Williams แต่เมื่อเราพูดถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตไม่เพียงแต่ในแง่ปรัชญาหรือศิลปะ แต่หมายรวมถึง วรรณกรรม การพักผ่อนหย่อนใจ กีฬา ศาสนา และเทศกาล เรากำลังพูดถึงวัฒนธรรมในความหมายที่สอง สำหรับความหมายสุดท้ายนั้น Williams หมายถึงตัวผลงานหรือเนื้อหาของวัฒนธรรม ซึ่งเป็นผลจากการพัฒนาและ

ฝึกฝนทางปัญญาซึ่งก่อให้เกิดผลผลิตที่มี นัยทางความหมาย เช่น บทกวี นิยาย บัลเล่ต์ โอเปร่า หรือศิลปะชั้นสูง

เมื่อพูดถึง วัฒนธรรมป๊อป (Popular culture) โดยส่วนใหญ่แล้วมักมาจากการรวมความหมายที่สองและสามเข้าด้วยกัน โดยความหมายที่สองใช้สื่อถึงวัฒนธรรมในรูปแบบของการดำเนินชีวิต เช่น การท่องเที่ยวในวันหยุด การฉลองเทศกาลคริสต์มาส หรือวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มวัยรุ่น แต่เมื่อพูดถึงผลผลิตที่เกิดจากวัฒนธรรมเหล่านี้เช่น ละครโทรทัศน์ เพลงป๊อป การ์ตูน จะถือเป็นวัฒนธรรมในความหมายที่สามของ Raymond Williams เมื่อพูดถึงวัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture) มีคนเพียงเล็กน้อยที่จะนึกถึงความหมายของคำว่าวัฒนธรรมในความหมายที่หนึ่งของ Williams (Storey, 1993)

John Storey (1993) ได้นิยามความหมายของวัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture) จากการผสมผสานของแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ไว้ 6 นิยามดังนี้

1. วัฒนธรรมอันเรียบง่ายที่ได้รับความนิยมและชื่นชอบจากคนจำนวนมาก ดูราวกับว่าคำว่าป๊อป (Popular) ของวัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture) จะทำให้นิยามของวัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture) ทั้งหมด ถูกผูกติดอยู่กับมิติด้านปริมาณ ในกรณีนี้คำว่าวัฒนธรรมป๊อปอาจหมายถึง หนังสือขายดี เพลงที่มียอดขายสูง รายการโทรทัศน์ที่มีจำนวนผู้ชมมาก เป็นต้น

2. วัฒนธรรมที่อยู่นอกเหนือจากค่านิยมของวัฒนธรรมชั้นสูง คำว่าวัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture) ในความหมายนี้จึงอยู่ตรงข้ามกับวัฒนธรรมชั้นสูง เช่นละครโทรทัศน์ หนังสือการ์ตูน เพลงป๊อป เป็นต้น

3. วัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมและถูกผลิตขึ้นจำนวนมาก (Mass culture) ผ่านการโฆษณาเผยแพร่โดยกลไกตลาดตามแนวทางของระบบทุนนิยมสมัยใหม่ เป็นการบริโภคโดยปราศจากการแบ่งแยก กล่าวคือแทนที่การผลิตสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภครายบุคคล ผู้ผลิตใช้การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เพื่อชักจูงให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะบริโภคสินค้าในลักษณะเดียวกัน เช่น กลุ่มผู้มีฐานะอาจสั่งตัดเสื้อผ้า หรือสั่งทำสินค้าที่ตนเองต้องการ ในขณะที่ชนชั้นกลางและชนชั้นล่างเลือกซื้อสินค้าที่มีวางขายอยู่ในท้องตลาด เป็นต้น

4. วัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture) ในฐานะวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นโดยประชาชน เป็นวัฒนธรรมที่มาจากวัฒนธรรมดั้งเดิมของประชาชน เช่น เพลงลูกทุ่ง ละครโทรทัศน์ ตลาดนัด ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

5. พื้นที่แห่งการดิ้นรนและต่อต้านจาก การครอบงำของวัฒนธรรมกระแสหลัก ไม่ใช่ทั้งวัฒนธรรมของชนชั้นปกครองและชนชั้นล่าง แต่เป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากการต่อสู้ช่วงชิงทางอุดมการณ์ เช่น ชายรักชาย หญิงรักหญิง แซ่บ สก๊อย และการแต่งคอสเพลย์ (การแต่งตัวเลียนแบบตัวละครในการ์ตูน ภาพยนตร์การ์ตูนหรือเกมส์) เป็นต้น

6. วัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture) ในฐานะวัฒนธรรมยุคหลังสมัยใหม่ซึ่งหลุดพ้นจากกรอบของวัฒนธรรมชั้นสูงและวัฒนธรรมชั้นล่าง เป็นจุดจบของการแบ่งแยกทางวัฒนธรรมตามวิถีของชนชั้นสูง เป็นยุคที่การค้ามีชัยชนะเหนือวัฒนธรรม ตัวอย่างความเชื่อมโยงระหว่างการค้าและวัฒนธรรมซึ่งถูกแนวคิดหลังสมัยใหม่ (Post Modern) ลบเลือนเส้นกั้นระหว่างวัฒนธรรมที่แท้จริงกับวัฒนธรรมเพื่อการค้าเช่น เมื่อศิลปินได้รับความนิยม หรือมียอดขายอยู่ในอันดับต้นๆ เพลงของศิลปินเหล่านี้มักจะถูกนำมาใช้ในการค้า เช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์ ทั้งเพลงและสินค้าที่ปรากฏในโฆษณาล้วนถูกขายในฐานะของสินค้าทั้งสิ้น

ในขณะที่ Marcel Danesi (2008) ให้ความหมายของคำว่า วัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture) อย่างรวบรัดได้ใจความ ว่า ในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาตินั้น วัฒนธรรมป๊อป ได้สื่อความหมายถึงความผิดรูปผิดร่าง เนื้อแท้แล้ววัฒนธรรมป๊อปเป็นวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจากประชาชน และเกิดเพื่อประชาชน ปฏิเสธทั้งอำนาจและแบบแผน เกิดขึ้นในชั่วขณะไม่ยั่งยืน มีเสน่ห์ และเป็นวัฒนธรรมสำหรับทุกชนชั้น โดยไม่ถูกตัดสินและกำหนดรูปแบบโดยชนชั้นสูง

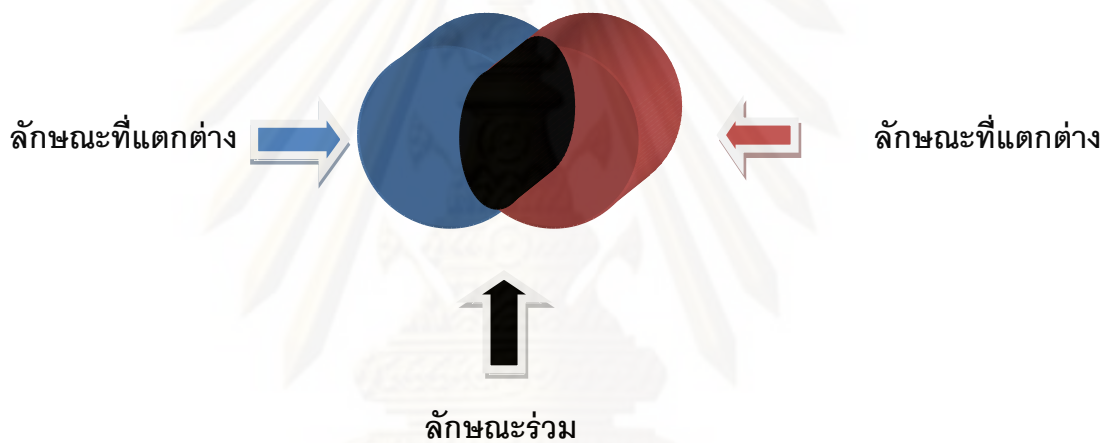
2.1.2 แนวคิดเรื่องการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural Communication)

Alfred L. Kroeber (อ้างถึงในศิริลักษณ์ คชนิล, 2007) อธิบายว่าลักษณะทางวัฒนธรรมประการหนึ่งคือ ยอมรับสิ่งใหม่ๆ มีการแลกเปลี่ยนโดยผ่านวัตถุทางวัฒนธรรมจากที่อื่นๆ วัฒนธรรมหนึ่งๆ จึงประกอบด้วยเค้าโครงของตัวเอง และเค้าโครงของวัฒนธรรมอื่น โครเบอร์เชื่อว่าโลกเต็มไปด้วยการติดต่อสัมพันธ์ และเชื่อมโยงหากัน มีการแลกเปลี่ยนไปมา คล้ายกับพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่มีการปะทะสังสรรค์กันถาวร

กาญจนา แก้วเทพ (2544) ได้อธิบายถึงสมมติฐานเบื้องต้น (basic assumption) ของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural Communication) ไว้ 4 ประการดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ยอมรับว่า ในโลกนี้มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย แต่ละวัฒนธรรมมีวัฒนธรรมเฉพาะตัวที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมอื่นแต่ในขณะเดียวกันก็เชื่อว่ามีลักษณะร่วมหรือจุดร่วม (Commonality) ที่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงประสานกันได้

ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงลักษณะร่วมและลักษณะที่แตกต่างของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม



ที่มา: ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา (กาญจนา แก้วเทพ, 2544)

โดยในแง่ของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม Samovar (1998) ใช้เกณฑ์ในการวัดจุดร่วมและจุดต่างระหว่างวัฒนธรรม 4 มิติคือ

1.1 การรับรู้ (perception) ประตูด่านแรกที่น่าไปสู่ค่านิยมความเชื่อและโลกทัศน์

1.2 การสื่อสารโดยวัจนภาษา (Verbal Communication) เป็นลักษณะที่เห็นได้ง่ายที่สุดในเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เพราะหากเริ่มตั้งแต่ “พูดกันคนละภาษา” แล้วล่ะก็ คงเป็นไปได้ยากที่จะสื่อสารกันเข้าใจ

1.3 การสื่อสาร โดยอวัจนภาษา (Non-Verbal Communication) แม้ว่าการสื่อสารแบบ อวัจนภาษา ทั้งภาษาพูด และภาษาเขียน จะเป็น ตัวแปรที่มองเห็นได้ง่ายในเรื่อง การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม แต่ก็มีผลการวิจัยพบว่า ในการสื่อสารมีเพียง 20% ที่เป็นอวัจนภาษา อีก 80 เปอร์เซ็นต์ที่เหลือเป็นการสื่อสารแบบอวัจนภาษา

1.4 บริบทของการสื่อสาร (Contextual Communication) อันได้แก่ บริบททางวัฒนธรรมนั่นเอง เช่น การสื่อสารนั้นเกิดขึ้นในบริบทของเรื่องอะไร การสาธารณสุข สุข การท่องเที่ยว การกีฬา การทูต เป็นต้น

2. กลุ่มการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม นับสนุนให้มีการพบปะแลกเปลี่ยนระหว่างวัฒนธรรม ทั้งนี้เนื่องจากเชื่อว่าธรรมชาติของวัฒนธรรมทุกวัฒนธรรมนั้นจำเป็นต้องมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลง (adaptation) อยู่ตลอดเวลา การปรับตัวนั้นเกิดขึ้นได้โดยง่ายที่สุดจากการพบปะกับวัฒนธรรมอื่นๆ และหลังจากพบปะแลกเปลี่ยนกันแล้ว ทั้งสองวัฒนธรรมก็จะร่วมนั่งคั่งทางวัฒนธรรมด้วยกันทั้งคู่ (Cultural Enrichment)

3. แม้การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจะเชื่อว่าวัฒนธรรมมีจุดร่วมที่ทำให้เข้าใจกันได้ แต่ในอีกด้านหนึ่ง การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมก็ไม่มีจุดต่างระหว่างวัฒนธรรมที่นอกจากจะทำให้เริ่มต้นด้วยความไม่เข้าใจกันแล้ว ยังสามารถขยายต่อออกไปเป็นความขัดแย้งทางวัฒนธรรมด้วย และดูเหมือนว่าจุดต่างทางวัฒนธรรมจะมีสัดส่วนมากกว่าจุดร่วม

4. ในโลกปัจจุบันการศึกษาค้นคว้าการสื่อสาร ข้ามวัฒนธรรมมีมากขึ้น ทั้งในแง่ความจำเป็นและในแง่ของโอกาสที่เป็นไปได้มากกว่าในอดีต ทั้งนี้เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม เช่น

4.1 การพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร และระบบข้อมูลข่าวสาร ในกรณีของประเทศไทยการมีระบบอินเทอร์เน็ตได้เพิ่มโอกาสให้ คนไทยได้ค้นหาข้อมูลข่าวสาร และติดต่อสื่อสารได้กว้างขึ้น แต่คนไทยก็ต้องเรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมของหลักของโลก เช่น ภาษาอังกฤษ

4.2 การเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจซึ่งได้พัฒนามาเป็นระบบอุตสาหกรรมข้ามชาติธุรกิจระดับโลกทำให้เกิดโอกาสการทำงานร่วมกันระหว่างคนหลายๆ ชาติในบริษัท เดียวกัน และต้องมีระบบการสื่อสารในองค์กรที่มีมิติการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

4.3 การเคลื่อนย้ายของประชากรในโลก สมัยใหม่เนื่องจากความก้าวหน้าของวิธีการเดินทางทำให้มีผู้อพยพโยกย้ายจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งในกิจกรรมต่างๆ อย่างมากมาย เช่น การอพยพไปทำงานชั่วคราวหรือถาวร การไปศึกษาหรือฝึกอบรม การท่องเที่ยว รวมถึงการแต่งงานข้ามชาติ ซึ่งกลุ่มผู้อพยพใหม่แม้จะต้องปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมของประเทศเจ้าของบ้าน แต่ในขณะที่เดียวกันพวกเขาก็พกพาเอาวัฒนธรรมดั้งเดิมติดตัวไปด้วย และยังคงติดต่อทางวัฒนธรรมกับสังคมดั้งเดิม ตัวอย่างเช่นกลุ่มคนไทยในอเมริกาที่เรียนว่า co-culture (คนสองวัฒนธรรม)

เป็นที่ยอมรับกันว่า การสื่อสารและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ เพราะการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดภาษา ประเพณี ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนปรัชญาและแนวคิดต่างๆ อันเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมจากชนรุ่นหนึ่งไปยังอีกชนรุ่นหนึ่ง หรือจากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่ง นับว่าเป็นหน้าที่ของการสื่อสารดังที่ลาสเวลล์ (Lasswell 1960) “กล่าวไว้ว่าการสื่อสารมีหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การถ่ายทอดวัฒนธรรมอันเป็นมรดกของสังคมจากชนรุ่นหนึ่งไปยังอีกชนรุ่นหนึ่ง หรือจากชนกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง”

กระบวนการที่วัฒนธรรมถูกเผยแพร่จากแหล่งกำเนิดไปยังสมาชิกในสังคมนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ 2 ทาง (อิदारตันน์ รักประยูร, 2544)

1. โดยทางตรง ได้แก่ การติดต่อแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคล ระหว่างชาติ ซึ่งอาจเป็นการแลกเปลี่ยนโดยสันติวิธี หรือแลกเปลี่ยนโดยการสงคราม หรือการอพยพเข้าไปตั้งถิ่นฐานอยู่ในประเทศใหม่

2. โดยทางอ้อม ได้แก่ การที่วัฒนธรรมถูกเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ เป็นต้น

สื่อมวลชน จึงมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดหรือเผยแพร่วัฒนธรรมไปยังสมาชิกของสังคมทั้งในระดับบุคคลและระดับมวลชน

ดังที่ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) อธิบายว่าคนเราได้เรียนรู้และและเปลี่ยนวัฒนธรรม กันได้โดยอาศัยการสื่อสารเป็นสื่อกลาง ทั้งโดยทางตรง ได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคลต่อบุคคล และโดยทางอ้อม ได้แก่ ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านสื่อมวลชนต่างๆ เนื้อหาสารที่ถูกส่งผ่านสื่อ มวลชนย่อมเป็นเครื่องสะท้อนถึงวัฒนธรรม หรือวิถีทางแห่งการดำรงชีวิตของคนในสังคมนั้น ในปัจจุบันประเด็นของการพึ่งพากันระหว่างการสื่อสารและวัฒนธรรมนั้นได้รับความสนใจจากนักวิชาการอย่างกว้างขวาง

สุพัตรา สุภาพ (2529) กล่าวถึงการเผยแพร่หรือการ แพร่กระจายทางวัฒนธรรม (cultural diffusion) ว่า “วัฒนธรรมไม่ใช่ของอยู่กับที่หรือใช้เฉพาะสังคมใดสังคมหนึ่งเท่านั้น มันจะคงอยู่ในที่หนึ่งๆ ตราบเท่าที่มนุษย์ยังไม่ได้อพยพเคลื่อนย้ายไปยังที่ใด ถ้าหากมีการอพยพ เคลื่อนย้ายไปยังอีกสังคมหนึ่ง เช่น นักท่องเที่ยว พ่อค้า ทหาร ผู้ที่อาศัยยังต่างถิ่นได้นำวัฒนธรรมไปเผยแพร่เป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมไปยังสังคมที่ไม่เคยรับวัฒนธรรมนั้นมาก่อน นอกจากนี้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการคมนาคมและขนส่งเป็นสิ่งซึ่งช่วยทำให้การเผยแพร่วัฒนธรรมรวดเร็ว ยิ่งขึ้น เช่น การใช้โทรศัพท์ ดาวเทียมรถยนต์ เครื่องบิน โทรศัพท์ การเผยแพร่วัฒนธรรมไม่ได้ หมายถึงการเผยแพร่แต่ด้านวัตถุอย่างเดียว ความคิดและมโนคติต่างๆ ก็ได้เผยแพร่ออกไปในทำนองเดียวกัน กล่าวได้ว่าทุกสังคมล้วนนำวัฒนธรรมของสังคมอื่นมาใช้ ไม่ว่าจะโดยตรงหรือปรับเปลี่ยนดัดแปลงด้วยกันทั้งสิ้น”

ปัจจุบัน โลกมีกลวิ ธีใหม่ๆ ในการสร้างความสัมพันธ์ เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 20 โดยเฉพาะการขนส่งและการสื่อสาร เช่น เครื่องบิน โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ และวิดีโอ ทำให้โลกติดต่อสัมพันธ์กันอย่างเข้มข้น โลกจึงเต็มไปด้วยการหลั่งไหลของผู้คน ภาพลักษณ์ และวัตถุ สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อข้ามพรมแดน และทำให้ กิดข้อถกเถียงใหม่เกี่ยวกับผลกระทบของสินค้า สื่อ และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของโลก ซึ่งมีการอพยพย้ายเข้าและออกของผู้คนภายในรัฐชาติ ความสัมพันธ์แบบเชื่อมโยง ร้อยรัดเข้าด้วยกันที่เกิดขึ้นกับโลก คือการหลั่งไหลทางวัฒนธรรมข้ามพรมแดน ซึ่งการศึกษาทางมานุษยวิทยาเรียก ปรากฏการณ์ในลักษณะนี้ว่า การข้ามพรมแดนรัฐชาติ (transnationalism)

Arjun Appadurai (1990 อ้างถึงใน วัฒนา สุภัทธีล , 2548) เสนอว่า กระแส โลกาภิวัตน์ ได้พัดพาให้คนต่างชาติพันธุ์ ต่างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ต่างสถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยีรูปแบบต่างๆ ข่าวสารข้อมูล เงินทุน แนวคิด และอุดมการณ์ ข้ามพรมแดนรัฐชาติด้วยอัตราความเร็ว ปริมาณและทิศทางที่อำนาจรัฐไม่อาจ ควบคุมได้อีกต่อไป โลกาภิวัตน์ก่อให้เกิด วัฒนธรรมมวลชนในระดับโลก การค้นหา ต่อสู้ และการใช้ความรุนแรงรูปแบบต่างๆ เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ในขณะที่เดียวกัน โลกาภิวัตน์ ก็เป็นกระแสที่ทำให้ ประชากรโลกที่ต่างชาติพันธุ์ ภาษา ศาสนา ผิวพรรณ และวัฒนธรรม ได้มีโอกาสติดต่อเชื่อมโยงถึงกันและกันมากขึ้น และได้แบ่งกระแสการไหลเวียนของวัฒนธรรมโลก (Global Cultural Flows) ออกเป็น 5 มิติด้วยกัน ได้แก่

1. Ethnoscapes เป็นกระแสความเคลื่อนไหวของผู้คน เช่น นักท่องเที่ยว กลุ่มคนย้ายถิ่น ผู้ลี้ภัย ผู้หนีภัยการเมือง แรงงานข้ามประเทศ เป็นต้น

2. Technoscapes หมายถึง การเคลื่อนย้ายและการไหลเวียนข้ามพรมแดนประเทศและขอบเขตอื่นๆ ของเทคโนโลยีต่างๆ ทั้งที่เป็นเทคโนโลยีขั้นสูงและขั้นต่ำ เทคโนโลยีการผลิตและเทคโนโลยีการสื่อสาร

3. Finanscapes เป็นเรื่องของการไหลเวียนเงินจำนวนมากด้วยเวลาอันรวดเร็ว ผ่านตลาดแลกเปลี่ยนเงินตรา ตลาดหุ้นในประเทศและตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้า

4. Mediascapes เป็นมิติของการกระจายและขยายตัวของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการผลิต สร้างและแพร่ข่าวสาร สัญลักษณ์ต่างๆ ไปทั่วทุกมุมโลก

5. Ideoscapes เป็นการเคลื่อนย้าย การกระจายตัวและการไหลเวียนของความคิด ความเข้าใจและอุดมการณ์ความเชื่อต่างๆ ผ่านภาพและสัญลักษณ์หลากหลายที่แพร่กระจายโดยสื่อออกไปทั่วโลก

กระบวนการข้ามพรมแดนเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของกระแส โลกาภิวัตน์ที่มากับการสื่อสาร และได้มีการถกเถียงอภิปรายกันอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะเมื่อกระบวนการ โลกาภิวัตน์มุ่งเปลี่ยนแปลง

โลกทั้งหมดให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งในด้าน ข่าวสารข้อมูล เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม ทำให้วัฒนธรรมที่มีอยู่มากมายในโลกใบนี้ไหลมาบรรจบพบกัน และต่อสู้ช่วงชิงความเป็นใหญ่ใน กระแสธารของโลกในยุคโลกาภิวัตน์

เกษียร เตชะพีระ (2537) ได้อภิปรายเรื่อง “ความเป็นไทยที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแส โลกาภิวัตน์” ในแง่ของผลกระทบของกระแสโลกาภิวัตน์ต่อสังคมวัฒนธรรมไทยไว้ดังนี้

1. ผลกระทบในแง่ลบที่มีโอกาสเกิดขึ้นจาก กระแสโลกาภิวัตน์เช่น เกิดความเปลี่ยนแปลง ทางวัฒนธรรมไปในทางเสื่อมสลาย เสียหาย กระทั่งสาบสูญไปในบางส่วนบางด้าน โดยเฉพาะใน ส่วนของวัฒนธรรมของคนกลุ่มเล็กๆ วัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น

2. ผลกระทบในแง่บวกที่มีโอกาสเกิดขึ้นจาก กระแสโลกาภิวัตน์ เช่น เกิดการเปิดเสรีทาง วัฒนธรรม ทำให้วัฒนธรรมหลุดพ้นนิยามและการควบคุมผูกขาดของภาครัฐ มาเป็นสินค้าเปิดขาย ในตลาดเสรี (เสรีในที่นี้ หมายถึง ไม่มีใครยึดกุมเป็นเจ้าของได้ เพียงแต่มี เหลือเพียงอำนาจทาง เศรษฐกิจที่จะ ซื้อสินค้านี้มาเสพเท่านั้น และโดยตรรกะของระบบตลาดก็ทำให้ผู้ผลิตสินค้า วัฒนธรรมหันมาเอาใจ “ตลาด” หรือ “ผู้บริโภค” แทนที่จะฟังคำสั่งของรัฐ)

3. เครื่องมือ อุปกรณ์ ขีดความสามารถ และทุนทางวัฒนธรรมที่จำเป็นสำหรับการเข้าถึง และฉวยโอกาสจากกระแสโลกาภิวัตน์เพื่อใช้ประโยชน์จากวัฒนธรรม ของคนกระจายไปไม่เท่ากัน คนชั้นกลางในสังคมเมืองจึงได้ประโยชน์จากกระแสโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมมากกว่าคนชนบท

นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ (2539) ให้ความเห็นว่า จากผลกระทบของกระแส โลกาภิวัตน์ ต่อ วัฒนธรรมของเป็นการแสดงให้เห็นถึงการพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างการค้าเสรี และวัฒนธรรม สังคมสมัยใหม่ สื่อมวลชนทุปรูปแบบล้วนเป็นเครื่องมือสำคัญในการแพร่กระจายวัฒนธรรม

จะเห็นได้ว่าการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมนั้นมีตั้งแต่ระดับ การข้ามเพศ ข้ามวัย ข้ามศาสนา ไปจนถึง การข้ามประเทศ แล้วแต่ที่เราจะใช้เกณฑ์ใดในการกำหนดสำหรับ วัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น นั้นเป็นสื่อและการ ข้ามวัฒนธรรมในระดับชาติ ซึ่งในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมตะวันตก หรือตะวันออก วัฒนธรรมอเมริกา วัฒนธรรมญี่ปุ่น หรือแม้แต่วัฒนธรรมเกาหลี ต่างกำลังไหลบ่า

และข้ามรั้วตัดกันไปมา และ ส่งผลกระทบ แก่กันและกันในเชิงวัฒนธรรมและสังคมอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ และรุนแรงยิ่งกว่ายุคสมัยใดๆ

ผลของการแลกเปลี่ยนกันอย่างรวดเร็วในยุคข้อมูลข่าวสารและการขนส่งที่ทันสมัยนี้ ย่อมส่งอิทธิพลต่อคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้วยกันทั้งสิ้น รวมทั้งคนไทยบางกลุ่มที่ปรับเปลี่ยนตนเองไปตามกระแส หรือที่เรียกว่า อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะกลุ่มที่เข้าถึงข่าวสารข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว จะเป็นคนกลุ่มแรกๆ ที่พลิกผันตัวเองไปสู่อิทธิพลที่ไหลข้ามพรมแดน และยอมรับนับถือวัฒนธรรมนำเป็นค่านิยม (ศิริลักษณ์ คชนิล, 2007)

2.1.3 แนวคิดเรื่องแรงจูงใจ (Motivation)

ก. ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (Motivation) มาจากคำว่า movere (to move) ในภาษาละตินซึ่งหมายถึงเคลื่อนไหว (Kidd, 1973)

Walters (1978) ได้ให้ความหมายของคำว่าแรงจูงใจเอาไว้ว่า แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง "บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำหรือเคลื่อนไหว หรือมีพฤติกรรมในลักษณะที่มีเป้าหมาย

ในขณะที่ Loundon and Bitta (1988) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจ (Motivation) ว่า หมายถึง สภาวะที่อยู่ภายในตัวของผู้นับถือที่เป็นพลังทำให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่กำหนดเป้าหมายเอาไว้

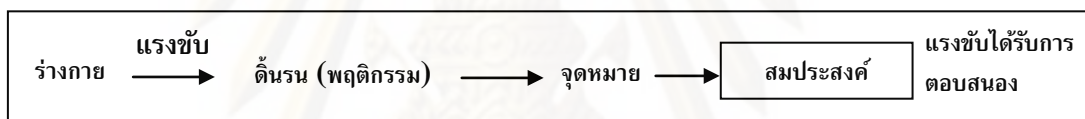
ดารณี พานทอง และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธประการ (2542) สรุปความหมายของคำว่าแรงจูงใจ (Motivation) ว่า หมายถึงปัจจัยต่างๆ ที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างมีทิศทาง เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมายที่ตนเองต้องการ โดยมีองค์ประกอบ 3 ประการคือ

1. **ความต้องการ (Needs)** คือ ภาวะการขาดบางสิ่งบางอย่างของอินทรีย์อาจจะเป็นการขาดทางด้านร่างกายหรือการขาดทางด้านจิตใจก็ได้

2. **แรงขับ (Drive)** เมื่อมนุษย์มีความขาดบางสิ่งบางอย่างตามข้อ 1 ที่กล่าวมาแล้วก็จะเกิดภาวะตึงเครียดขึ้นภายในร่างกาย ภาวะตึงเครียดนี้จะกลายเป็นแรงขับหรือตัวกำหนดทิศทาง (Action Oriented) เพื่อไปสู่เป้าหมายอันจะเป็นการลดภาวะความตึงเครียดนั้น

3. **เป้าหมาย (Goal)** จะเป็นตัวกระตุ้นหรือเป็นตัวล่อให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมตามที่คาดหวังหรือที่ต้องการ ซึ่งอาจจะมีได้หลายระดับตั้งแต่สิ่งล่อใจในเรื่องพื้นฐานคือปัจจัย 4 ไปจนถึงความต้องการทางใจในด้านต่างๆ

ภาพที่ 2.2 ภาพแสดงองค์ประกอบของแรงจูงใจ



ที่มา : ดารณี พานทอง และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธประการ (2542)

ข. ประเภทของแรงจูงใจ

นักจิตวิทยาได้แบ่งการจูงใจออกเป็น 2 ประเภท (Robert White, 1959) คือ

- **การจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation)** หมายถึง สภาวะของบุคคลที่มีความต้องการในการทำ การเรียนรู้ หรือ แสวงหาบางอย่างด้วยตนเอง โดยมีต้องให้มีบุคคลอื่นมาเกี่ยวข้อง เช่น นักเรียนสนใจเล่าเรียนด้วยความรู้สึกใฝ่ดีในตัวของเขาเอง ไม่ใช่เพราะถูกบิดามารดาบังคับ หรือเพราะมีสิ่งล่อใจใดๆ การจูงใจประเภทนี้ได้แก่

ความต้องการ (Need) เนื่องจากคนเราทุกคนมีความต้องการอยู่ภายในทำให้เกิดแรงขับ และแรงขับนี้เองที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและความพอใจ

เจตคติ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่ดีที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งจะช่วยเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลทำในพฤติกรรมที่เหมาะสม เช่น เด็กนักเรียนรักครูผู้สอน และพอใจวิธีการสอน ทำให้เด็กมีความสนใจตั้งใจเรียนเป็นพิเศษ

ความสนใจพิเศษ (Special Interest) การที่เรามีความสนใจในเรื่องใดเป็นพิเศษก็จัดว่าเป็นแรงจูงใจให้เกิดความเอาใจใส่ในสิ่งนั้น ๆ มากกว่าปกติ

- **การจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation)** หมายถึง สภาวะของบุคคลที่ได้รับแรงกระตุ้นมาจากภายนอกให้มองเห็นจุดหมายปลายทาง และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงหรือการแสดงพฤติกรรมของบุคคล แรงจูงใจเหล่านี้ได้แก่

เป้าหมายหรือความคาดหวังของบุคคล คนที่มีเป้าหมายในการกระทำใดๆ ย่อมกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจทำให้มีพฤติกรรมที่ดีและเหมาะสม เช่น พนักงานทดลองงาน มีเป้าหมายที่จะได้รับการบรรจุเข้าทำงาน จึงพยายามตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถ

ความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้า คนที่มีโอกาสทราบว่าตนจะได้รับ ความก้าวหน้าอย่างไรจากการกระทำนั้น ย่อมจะเป็นแรงจูงใจให้ตั้งใจและเกิดพฤติกรรมขึ้นได้

บุคลิกภาพ ความประทับใจอันเกิดจากบุคลิกภาพ จะก่อให้เกิดแรงจูงใจให้เกิด พฤติกรรมขึ้นได้ เช่น ครู อาจารย์ ก็ต้องมีบุคลิกภาพทางวิชาการที่น่าเชื่อถือ นักปกครอง ผู้จัดการ จะต้องมีความบุคลิกภาพของผู้นำที่ดี เป็นต้น

เครื่องล่อใจอื่นๆ มีสิ่งล่อใจหลายอย่างที่ทำให้เกิดแรงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมขึ้น เช่น การให้รางวัล (Rewards) อันเป็นเครื่องกระตุ้นให้อยากกระทำ หรือการลงโทษ (Punishment) ซึ่งจะกระตุ้นมิให้กระทำในสิ่งที่ไม่ถูกต้อง นอกจากนี้การชมเชย การติเตียน การประกวด การแข่งขัน หรือการทดสอบก็จัดว่าเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดพฤติกรรมได้ทั้งสิ้น

ค. แรงจูงใจในการเรียนภาษา

- ความหมายของแรงจูงใจในการเรียนภาษา

จาร์ณิ จันท์ศรี (2543) ได้รวบรวมความหมายของแรงจูงใจในการเรียนภาษานั้น ที่มีนักการศึกษาได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

อาร์ ซี การ์ดเนอร์ (R.C. Gardner, 1985) “ความพยายาม ความต้องการที่จะเรียนภาษาให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้”

รีเบคคา ออกซ์ฟอร์ด และ จิลล์ เชียร์นิน (Rebecca Oxford and Jill Shearin, 1994) แรงจูงใจในการเรียนภาษา คือพลังในการเรียนรู้ภาษา เพื่อให้ก้าวไปถึงเป้าหมายที่ผู้เรียนตั้งไว้ โดยพลังนี้มีแหล่งกำเนิดมาจาก ความ ต้องการที่จะบรรลุเป้าหมายในการเรียนรู้ ซึ่งเป็นทัศนคติทางบวกต่อการเรียนรู้ภาษา และความพยายามที่จะเรียนรู้ ภาษาอาจสรุปความหมายของแรงจูงใจได้ว่า หมายถึง ความต้องการซึ่งเป็นกระบวนการภายในที่กระตุ้นให้บุคคลกระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง ตามเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งยังอาจหมายถึง ความต้องการ หรือ ความปรารถนาซึ่งเป็นพลังที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ในส่วนแรงจูงใจในการเรียนก็เช่นกัน อาจกล่าวได้ว่า แรงจูงใจในการเรียน หมายถึง กระบวนการซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมในการเรียนรู้ และยังอาจหมายถึงความต้องการของผู้เรียนที่จะเข้าร่วมกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งความต้องการดังกล่าวเป็นตัวกระตุ้นและควบคุมพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้เรียนให้เป็นไปตามเป้าหมาย สำหรับแรงจูงใจในการเรียนภาษานั้น หมายถึง ความต้องการ ความพยายาม และทัศนคติทางบวกที่มีต่อการเรียนภาษา ซึ่งกระตุ้นให้ผู้เรียน เรียนรู้ภาษาตามเป้าหมายที่ตนเองตั้งไว้

● ประเภทของแรงจูงใจในการเรียนภาษา

อาร์ ซี การ์ดเนอร์ (R.C.Gardner, 1985) ได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจในการเรียนภาษาเอาไว้เป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. แรงจูงใจเชิงบูรณาการ (Integrativeness) หมายถึงแรงจูงใจที่มากจากความต้องการที่จะมีปฏิสัมพันธ์ และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับสมาชิกภายในกลุ่ม หรือ ความต้องการที่จะให้ตนเอง เหมือน หรือเป็นเช่นเดียวกับสมาชิกของชุมชนเจ้าของภาษา เพื่อใช้ประโยชน์ในการสมาคมติดต่อกับเจ้าของและสังคมของภาษานั้น ๆ

2. แรงจูงใจเชิงเครื่องมือ (Instrumentality) หมายถึงแรงจูงใจที่มาจากความต้องการที่จะนำภาษาไปใช้ในทางปฏิบัติ เช่น เพื่อให้ได้งานที่ ดีขึ้น หรือเงินเดือนสูงขึ้น เป็นต้น

- **ความสำคัญของแรงจูงใจในการเรียนภาษา**

ดักลาส เอช บราวน์ (Douglas H. Brown, 1980: 112) “แรงจูงใจเป็นตัวแปรที่อธิบายความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการทำงานปฏิบัติ กล่าวคือ ผู้เรียนภาษาจะประสบความสำเร็จเมื่อมีแรงจูงใจที่เหมาะสม”

แกรห์ม ครูคส์ และริชาร์ด ดับบลิว ชมิทท์ (Graham Crookes and Richard W. Schmidt, 1991: 470) กล่าวว่า “แรงจูงใจได้รับการกล่าวถึงว่าเป็นพื้นฐานเบื้องต้นที่มีอิทธิพลต่อการตั้งเป้าหมายในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง”

โซลตัน ดอร์นเย (Zoltán Dörnyei, 1994: 273) กล่าวว่า “แรงจูงใจเป็นตัวแปรหลักที่กำหนดความสำเร็จในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง และการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ”

โซลตัน ดอร์นเย และกาตา ซิสเซอร์ (Zoltán Dörnyei and Kata Csizér, 1998 : 203) “แรงจูงใจเป็นตัวกระตุ้นการเรียนรู้ภาษาและเป็นพลังขับเคลื่อนให้กระบวนการเรียนรู้นั้นคงอยู่ แรงจูงใจในการเรียนภาษาจึงเป็นตัวแปรที่กำหนดความสำเร็จในการเรียนรู้ของผู้เรียนภาษา เนื่องจากเป็นตัวกระตุ้นกระบวนการเรียนรู้ภาษาทำให้กระบวนการดังกล่าวคงอยู่”

อาจสรุปความสำคัญของแรงจูงใจได้ว่า แรงจูงใจเป็นตัวแปรที่สำคัญยิ่งต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้เรียนก้าวไปสู่ความเป็นเลิศทางการศึกษาโดยผู้ที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อแรงจูงใจในชั้นเรียนก็คือครูผู้สอน และแรงจูงใจในการเรียนก็มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเรียนรู้ภาษาของผู้เรียนเช่นกัน เนื่องจากเป็นตัวกระตุ้นการเรียนรู้ภาษาของผู้เรียน ซึ่งมีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม (จาริณี จันทศิริ, 2543)

- **แรงจูงใจกับความสามารถทางภาษา**

จากการศึกษาของ Gardner (1968) พบว่าแรงจูงใจเชิงบูรณาการมีความสำคัญสำหรับการเรียนรู้ภาษาที่สอง ผู้เรียนที่ประสบความสำเร็จมักได้แก่ผู้ที่ต้องการจะ

เรียนรู้เกี่ยวกับชุมชนของเจ้าของภาษาที่ตนกำลังเรียน แรงจูงใจทั้ง 2 ชนิดมีความสำคัญเท่าเทียมกับความถนัดทางภาษา และสามารถทำนายผลสัมฤทธิ์ในการศึกษาภาษาที่ 2 ได้มากกว่าร้อยละ 25 และต่อมาในปี 1984 Gardner และคณะได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของแรงจูงใจต่อสัมฤทธิ์ผลในการเรียนภาษาฝรั่งเศส ของนักเรียนแค นาดาและได้รับข้อค้นพบที่ยืนยันข้อค้นพบเดิมคือ พบว่านักเรียนที่มีแรงจูงใจเชิงบูรณาการมีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนสูงกว่านักเรียนที่มีแรงจูงใจในเชิงเครื่องมือเท่านั้น (Gardner, 1975 อ้างใน สุพัฒน์ สุขมลสันต์, 2534)

ในปีเดียวกันนั้น Lukmani (1984) และ England (1984) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของแรงจูงใจเชิงเครื่องมือของนักเรียนในอินเดียและนักศึกษาระดับปริญญาโทของมหาวิทยาลัยอิลลินอยส์ ในการเรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่ 2 ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจเชิงเครื่องมือมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถทางภาษาอังกฤษของนักเรียน และนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ Lukmani อธิบายว่าในสังคมที่เพิ่งเป็นอิสระจากการอยู่ใต้อณานิคม แรงจูงใจเชิงเครื่องมือมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ภาษาที่ 2 มากกว่าแรงจูงใจเชิงบูรณาการ

ในปี 2532 ธีรพงษ์ แก่นอินทร์ (2532) ได้ศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของตัวแปรจำนวน นหนึ่งกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและพบว่าแรงจูงใจเชิง บูรณาการ นั้นมีผลกระทบต่อนิสัยการเรียน ในขณะที่แรงจูงใจเครื่องมือมีผลกระทบโดยตรงต่อสัมฤทธิ์ผลในการเรียน

อย่างไรก็ตามมีงานวิจัยบางเรื่อง que พบว่าแรงจูงใจไม่มีผลต่อสัมฤทธิ์ผลในการเรียนภาษาอังกฤษ เช่น Wang (1982, อ้างถึงใน สุพัฒน์ สุขมลสันต์, 2534) พบว่าแรงจูงใจในการเรียนภาษาของนักเรียนจีนในโรงเรียนมัธยมศึกษาในอเมริกาไม่สัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ในการเรียนภาษาอังกฤษ และนักเรียนที่มีแรงจูงใจทั้งในเชิงเครื่องมือและเชิงบูรณาการมีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนภาษาอังกฤษไม่ต่างกัน

จะเห็นได้ว่าโดยทั่วไปแล้ว ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจมีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อความสามารถในการเรียนภาษาอย่างกฤษทั้งในระดับมัธยมศึกษาและอุดมศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการเรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศนั้น แรงจูงใจเชิงบูรณาการมีแนวโน้มว่าจะมีอิทธิพลต่อความสามารถทางการเรียนภาษาอังกฤษมากกว่าแรงจูงใจในเชิง

เครื่องมือโดยแรงจูงใจเชิงเครื่องมือส่งผลโดยตรงต่อสัมฤทธิ์ผลทางการเรียนภาษา แต่แรงจูงใจเชิงบูรณาการมีผลทางอ้อมผ่านนิสัยในการเรียน แต่สำหรับประเทศที่เคยเป็นอาณานิคมนั้น อิทธิพลของแรงจูงใจทั้งสองชนิด มีแนวโน้มกลับกัน แต่อย่างไรก็ตามมีงานวิจัยบางเรื่องพบว่า แรงจูงใจไม่มีผลต่อสัมฤทธิ์ผลในการเรียนภาษาอังกฤษ

นอกจากนี้ ไชลตัน ดอร์นเย และ กาทาซิสเซอร์ (Zoltán Dörnyei and Kata Csizér, 1998) ได้เสนอกลวิธีสำหรับสร้างแรงจูงใจในการเรียนภาษา จากแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ ของ อาร์ ซี การ์ดเนอร์ (R.C. Gardner) ซึ่งแบ่งประเภทของแรงจูงใจทางภาษาออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจเชิงบูรณาการ และแรงจูงใจเชิงเครื่องมือ และจากแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจของ จอห์น เอ็ม เคลเลอร์ (John M. Keller) ซึ่งแบ่งองค์ประกอบของแรงจูงใจออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ความสนใจ ความเกี่ยวข้อง ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ซึ่งกลวิธีสร้างแรงจูงใจของ ไชลตัน ดอร์นเย และ กาทาซิสเซอร์ (Zoltán Dörnyei and Kata Csizér) มีดังต่อไปนี้

1. กลวิธีในการเป็นแบบอย่างที่ดีในชั้นเรียน
2. กลวิธีในการสร้างบรรยากาศในชั้นเรียน
3. กลวิธีในการใช้งานปฏิบัติ
4. กลวิธีในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้เรียน
5. กลวิธีในการสร้างความมั่นใจในตนเองให้แก่ผู้เรียน
6. กลวิธีในการสร้างความสนใจ
7. กลวิธีในการส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง
8. กลวิธีในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างบทเรียนกับผู้เรียน
9. กลวิธีในการส่งเสริมให้ผู้เรียนตั้งเป้าหมาย
10. กลวิธีในการกระตุ้นให้ผู้เรียนเรียนรู้วัฒนธรรมของเจ้าของภาษา

เจ้าของภาษาเป็นกลวิธีที่เพิ่มเติมเข้ามาเป็นพิเศษ เป็นลักษณะเฉพาะของการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศ (จาริณี จันทร์ศรี, 2543) ซึ่งจากจุดนี้ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจเกี่ยวกับการเปิดรับวัฒนธรรมไปจากญี่ปุ่นก่อให้เกิดองค์ประกอบของแรงจูงใจทั้งภายนอกภายใน เชิงเครื่องมือ และเชิงบูรณาการ รวมถึงมีส่วนร่วมสร้างองค์ประกอบของแรงจูงใจทั้งสี่ด้าน ทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ และเรียนรู้วัฒนธรรมจากประเทศญี่ปุ่นซึ่งส่งผลต่อเนื่องไปถึงการเรียนภาษาญี่ปุ่นอีกด้วย

2.1.4 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity)

ก. แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity Concept)

คำว่า อัตลักษณ์ มีความหมายที่ครอบคลุม ตั้งแต่เรื่องของเชื้อชาติ เพศ สีผิว โดยที่ปัจจุบันเราจะพบความเปลี่ยนแปลงและความไม่ชัดเจนของการแสดงอัตลักษณ์ในหลายๆ กลุ่มชน เนื่องจากอิทธิพลของการพัฒนาและการเปิดรับอารยธรรมของกลุ่มที่มองว่าตนเองเป็นผู้มีอารยธรรมเหนือกว่า ดังนั้นการพยายามเปลี่ยนแปลงโดยไม่เข้าใจที่มาของรูปแบบวัฒนธรรมนั้นย่อมทำให้ผู้รับวัฒนธรรมมาตีความหมาย ของวัฒนธรรมผิดแปลกออกไป การดูถูกทางวัฒนธรรม หรือการเหยียดสีผิว การเหยียดชนชั้นจึงเป็นสิ่งที่ตามมา

แคทรีน วูดเวิร์ด (1997 อ้างถึงในอภิญา เฟื่องฟูสกุล , 2546) กล่าวว่า ประเภทของอัตลักษณ์ มี 2 ระดับ คือ อัตลักษณ์บุคคล (Personnel Identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) เพื่อศึกษาความคาบเกี่ยวและปฏิสัมพันธ์ของทั้งสองระดับนี้ บุคลิกภาพ ไม่ได้หมายถึง การตอบสนอง (Response) ต่อสิ่งเร้าข้างนอกแต่เป็น “ความพร้อม ” หรือ “แนวโน้ม” ที่จะตอบสนอง ในขณะที่ อีริก อีริกสัน (Erick Erickson) นักจิตวิทยาของว่า การก่อรูปของอัตลักษณ์เป็นกระบวนการตลอดทั้งชีวิต (A life – long process) และคนเราสามารถเปลี่ยนแปลงลักษณะสำคัญของตนเอง ได้ อีริกสัน เลือกใช้คำว่า อัตลักษณ์ (Identity) แทนคำว่า บุคลิกภาพ และแม้จะได้อิทธิพลจาก فروยด์ เขาเลือกที่จะเน้นที่บทบาทของ Ego มากกว่าบทบาทของจิตสำนึก และมีนัยของการเน้นเสรีภาพในการเลือกของปัจเจก ปัจเจกแต่ละคนจึงต้องรับผิดชอบต่อทางเลือกในชีวิตและรูปแบบอัตลักษณ์ที่ตนเลือกจะเป็น ปัจเจกสามารถจะบูรณาการที่หลากหลายให้เข้ามาอยู่ภายใต้อัตลักษณ์เพียงหนึ่งเดียวได้ หากล้มเหลวจะเกิดภาวะ “วิกฤตของอัตลักษณ์ (Identity crisis)” คือ อาการที่ค้นหาตนเองไม่พบ ไม่รู้ว่าตนเองคืออะไร ไม่มั่นใจในความสามารถของตน และไม่รู้จักวางตนในความสัมพันธ์กับผู้อื่น ผลในขั้นต่อมาคือ ทางเลือกระหว่างบุคลิกภาพที่ชอบโดดเด่นด้วยตนเอง ประสบผลในการพัฒนาอัตลักษณ์ที่มีคุณภาพจะมีบุคลิกภาพที่มีการบูรณาการ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับอดีตของตน ส่วนคนที่หาอัตลักษณ์ตนเองไม่พบ หรือมีอัตลักษณ์ที่แตกสลายก็จะรู้สึกว่างเปล่า คือ ความสิ้นหวัง และไม่อาจแก้ไขให้ดีขึ้น

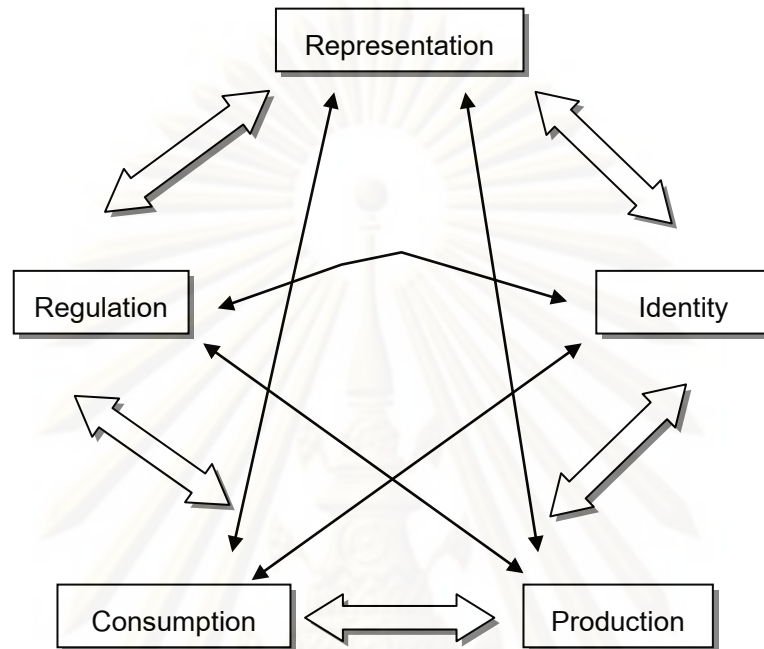
ข. อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity)

จากการศึกษาความหมายของ คำว่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity) เว็บไซต์สารานุกรม (http://encyclopedia.laborlawtalk.com/Cultural_identity) ได้ให้ความหมาย อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity) คือความรู้สึกของกลุ่มหรือวัฒนธรรมร่วมของกลุ่ม หรือการที่ปัจเจกชนมีอิทธิพล หรือได้รับการยอมรับจากวัฒนธรรมของกลุ่มนั้นๆ นอกจากนี้การยอมรับวัฒนธรรมของกลุ่มคนยังมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของบรรทัดฐานทางสังคม (Norms) ซึ่งบุคคลต้องสามารถยอมรับความเป็นเอกลักษณ์ หรืออัตลักษณ์เฉพาะของกลุ่มนั้นให้ได้

ความสำคัญของการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จะทำให้เห็นความแตกต่างและความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ทั้งนี้ความแตกต่างดังกล่าวนี้ควรได้รับการยอมรับมากกว่าทำการตำหนิหรือเกิดความขัดแย้งระหว่างกลุ่มคน เพราะเกิดจากความแตกต่างและการไม่ยอมรับในวัฒนธรรมเฉพาะของกลุ่มนั้นๆ นอกจากนี้การยอมรับ ในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มจะทำให้บุคคลได้รับการยอมรับเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มได้ง่ายมากขึ้นด้วย

ฮอลล์ (Hall, S., 1997, อ้างถึงใน ฉลาดชาย รมิตานนท์, 2550: ออนไลน์) กล่าวถึงอัตลักษณ์ หรือ identity ว่าไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตาม “ธรรมชาติ” หรือ เกิดขึ้นลอยๆ แต่ก่อรูปขึ้นมาภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งโดยที่วัฒนธรรมก็เป็นสิ่ง ก่อสร้างทางสังคม (social construct) และไม่ใช่อะไรที่หยุดนิ่งตายตัว หากแต่เป็นวงจรซึ่งมีผู้เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (circuit of culture) ดังนั้นอัตลักษณ์ทั้งหลายทั้งปวงจึงถูกผลิต (produced) ขึ้นมา ถูกบริโภค (consumed) และถูกควบคุมจัดการ (regulated) อยู่ในวัฒนธรรม พร้อมกันนั้นก็มีการสร้างความหมายต่างๆ (creating meanings) ผ่านทางระบบต่างๆ ของการสร้างภาพตัวแทน (symbolic systems of representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่างๆ ทางอัตลักษณ์อันหลากหลายที่เราอาจนำมา สร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา

ภาพที่ 2.3 The Circuit of Culture



ที่มา: Hall, S., 1997. p.1 (อ้างถึงใน ฉลาดชาย รมิตานนท์, 2550: ออนไลน์)

การสร้างภาพตัวแทนทางวัฒนธรรม (cultural representation) หมายถึงการศึกษาระบบของการสร้างความหมายที่รวบรวมเอาระบบสัญลักษณ์ต่างๆ ของภาษา รวมถึงภาพลักษณ์ที่สามารถมองเห็นได้เอาไว้ เช่น สัญลักษณ์ หรือภาพต่าง ๆ ที่ปรากฏในงานโฆษณาสินค้า รวมถึงเสียงที่ใช้ประกอบ ในงานโฆษณา ที่ผลิตสร้างความหมายว่าคนที่ใช้สินค้าชนิดนี้ จะมีบุคคลิกอย่างไร ยกตัวอย่างเช่น ผู้ที่ใช้โน้ตบุค Mac ของ Apple หรือ Vaio ของ Sony ถือเป็นคนทันสมัย เป็นต้น

ภาพตัวแทนกับวัฒนธรรม ภาษาและปฏิบัติการ การทำความเข้าใจเรื่องอัตลักษณ์กับภาพตัวแทนจำเป็นต้องทำร่วมกันไปกับการทำความเข้าใจ “วัฒนธรรม” ซึ่งทำให้เกิดประเด็นคำถามว่า ภาพตัวแทนเกี่ยวข้องกับอะไรกับ “วัฒนธรรม” คำตอบง่ายๆ ที่ไม่ซับซ้อนคือ “วัฒนธรรม” เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ “ความหมายร่วมกัน” หรือ “shared meanings” เมื่อเป็นเช่นนั้นแล้วจึงหนีไม่พ้นที่จะต้องพูดถึงภาษา ทั้งนี้เพราะภาษาเป็นสื่อหรือตัวกลางที่ดูเหมือนจะมีอภิสิทธิ์ (privileged medium) ที่มนุษย์เราสามารถนำไป “สร้างความหมาย” หรือ “make sense” ของสิ่งต่างๆ ที่

ความหมายถูกสร้างขึ้นและนำมาแลกเปลี่ยนกัน ฉะนั้นความหมายจึงสามารถถูกนำมาใช้ร่วมกัน หรือแบ่งปันกันได้โดยผ่านทางที่เราเข้าถึงได้ร่วมกันนั่นเอง ด้วยเหตุนี้จึงตอบได้ว่า ภาษาเป็น ศูนย์กลางของความหมายและวัฒนธรรม ภาษาจึงมักถูกมองว่าเป็นที่รองรับสำคัญหรือกุญแจหลักของคุณค่าทางวัฒนธรรมและความหมายต่างๆ (Hall, 1997, อ้างถึงใน ฉลาดชาย รมิตานนท์, 2550: ออนไลน์)

การเรียนภาษาญี่ปุ่น ถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการแสดงตัวตน หรือ อัตลักษณ์ (Identity) ของผู้ที่ชื่นชอบในวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นเช่นกัน เป็นการแสดงให้เห็นที่ผู้อื่นทราบว่าตนเอง ไม่ได้เป็นเพียงคนที่ชื่นชอบวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นเพียงผิวเผิน หรือชื่นชอบตามกระแสเท่านั้น แต่ยังสามารถพูดภาษาญี่ปุ่นได้ และ เป็นส่วนหนึ่งของ ความเป็น ญี่ปุ่นซึ่งมีความโดดเด่น และพิเศษแตกต่างจากผู้ที่ชื่นชอบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นคนอื่นๆ โดยสิ่งเหล่านี้เป็นการ เชื่อมโยง ตนเองและกลุ่ม โดยความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับมิติความสัมพันธ์เชิงอำนาจหรือสิทธิ กล่าวคือได้รับการยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มสังคมที่เกี่ยวข้องกับญี่ปุ่น มีความสามารถด้านภาษาที่คนอื่นๆ ในกลุ่มยอมรับ และมีอำนาจในการต่อรองกับคนที่ไม่รู้ภาษาญี่ปุ่น ที่จำเป็นต้องพึ่งพาตนเองอีกด้วย

2.1.5 ทฤษฎีช่องว่างทางข่าวสารและความรู้ (Information and Knowledge Gap)

มีการใช้ถ้อยคำในสมมติฐานด้านข้อมูลและการสื่อสารกลุ่มหนึ่งที่มีความหมายใกล้เคียงกัน ได้แก่ “ช่องว่างทางความรู้” (Knowledge gap) “ช่องว่างทางข่าวสาร” (information gap) “ความไม่สมดุลงานข้อมูล” (information inequity) “การขาดข้อมูล” (information poor) และ “ช่องว่างทางการสื่อสาร” (communication gap) (พีระ จิรโสภณ, 2548)

แนวคิดดั้งเดิมนั้นเชื่อว่า การเพิ่มของสารสนเทศซึ่งมีสื่อมวลชนเป็นตัวแปรหลักนั้น ทำให้ปัจเจกบุคคลทุกคนมีโอกาสที่จะปฏิสัมพันธ์กับสิ่งรอบตัว และสามารถขยายขอบเขตความรู้ความเข้าใจของตนให้กว้างขวางออกไป ได้โดยง่าย แต่ในระยะต่อมานักวิจัยเป็นจำนวนมากได้ชี้ให้เห็นว่า ข่าวสารซึ่งไหลบ่าออกมามากมายนั้นบ่อยครั้งได้ทำให้เกิดผลทางลบขึ้น กล่าวคือ จะมีกลุ่มคนเพียงบางกลุ่มที่ได้รับประโยชน์และ มีความรู้และความสามารถมากขึ้นห่างไกลไปจากบุคคลกลุ่มอื่น เราเรียกปรากฏการณ์นี้ว่า ช่องว่างทางสารสนเทศ (Information gap) ยิ่งช่องว่างเหล่านี้เกิดและ

ทวีขึ้นเท่าใด ความห่างระหว่างความรู้ความสามารถของกลุ่มคนกลุ่มต่างๆ ในสังคมก็จะมากขึ้นตามไปด้วย (รัชดาพร เสียงเสนาะ, 2542)

ศิริพร ศรีเชลียง (2545) ได้ให้ความเห็นว่า การดำเนินชีวิตของมนุษย์ในยุคนี้ จวบจนมีลักษณะและรูปแบบที่เปลี่ยนไปจากเดิมมากเพราะมี การพึ่งพาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เพิ่มมากขึ้น เทคโนโลยีเหล่านี้ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิต ในขณะเดียวกันก็ทำให้ช่องว่างทางสังคมกว้างขึ้น โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาช่องว่างทางสังคม จะห่างกัน นออกไปมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศของประชาชนที่แตกต่างก็ นจนทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำที่เรียกว่า ช่องว่างทางดิจิทัล (Digital Divide) ซึ่งทั่วโลกกำลังให้ความสนใจอยู่ในขณะนี้ เพราะจะเป็นช่องว่างที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาคนในประเทศ และระบบเศรษฐกิจในยุคไร้พรมแดน

ตัวแปรที่เป็นตัวแบ่งแยกกลุ่มการมีหรือเข้าถึงดิจิทัล หรือ digital divide นี้ นอกจากโอกาสในการเข้าถึงและเป็นเจ้าของแล้วยังเกี่ยวข้องกับตัวแปรทาง สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น หนุ่มสาว มีรายได้ คนมีการศึกษา (รวมทั้งคนใช้คอมพิวเตอร์เป็นและผู้รู้ภาษาอังกฤษ) มักมีโอกาสเข้าถึงสื่อดิจิทัลโดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ดังนั้น digital divide จึงเป็นปรากฏการณ์ของช่องว่างทางข่าวสารและความรู้ของการสื่อสารในยุคดิจิทัล ซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับการแพร่กระจายข่าวสารความรู้ผ่านสื่อดั้งเดิม เช่น สิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้มีโอกาสเข้าถึงมากกว่าก็ตักตวงข่าวสารได้มากกว่า (พีระ จิรโสภณ, 2548)

คำว่าความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศ หรือ ช่องว่างทางดิจิทัล (Digital Divide) หมายถึง การเกิดช่องว่างระหว่างผู้ที่มีข่าวสาร และไม่มีข่าวสาร ความไม่เท่าเทียมกันของความรู้ และโอกาสในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสารระหว่างชุมชนภายในประเทศและระหว่างประเทศ ทั้งยังเป็นประตูไปสู่แหล่งความรู้ และข้อมูล รวมถึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดช่องว่างในการเข้าถึงและรับรู้สารสนเทศ อีกด้วย (ทวีศักดิ์ กอนนันทกุล, 2545)

โนวัคและ ฮอฟฟ์แมน (Novak and Hoffman, 1998) กล่าวถึงช่องว่างในยุคการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตที่เฟื่องฟูในปัจจุบัน ซึ่งเกิดขึ้นจากการที่สังคมทั้งในระบบประเทศ และนานาชาติ

ประเทศมีความเหลื่อมล้ำในการมีและไม่มี มีมากและมีน้อยของเทคโนโลยีข่าวสารทำให้กลุ่มที่มีหรือเป็นเจ้าของเทคโนโลยี และกลุ่มที่มีความสามารถ และทักษะในการเข้าถึงเทคโนโลยีข่าวสารต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต จา นรับสัญญาณดาวเทียม เคเบิลทีวี มากกว่าได้เปรียบในการรับรู้ข่าวสารผ่านช่องทางดิจิทัลเหล่านี้

ช่องว่างทางดิจิทัล (Digital Divide) ที่เกิดขึ้นในสังคมนั้นมีสาเหตุมาจากปัจจัย 4 ประการดังต่อไปนี้ (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ, 2545)

1. ปัจจัยเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ (Information Infrastructure) หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวกับความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ ที่ต่างกันในแต่ละพื้นที่ จะก่อให้เกิดโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศ และความรู้ต่างกัน โดยพิจารณาจากตัวชี้วัด (Indicators) เกี่ยวกับโครงสร้าง พื้นฐานสารสนเทศที่ได้ถูกนำมาใช้วัดระดับ ช่องว่างทางดิจิทัล (Digital Divide) ได้แก่ โอกาสในการใช้ไฟฟ้า, การใช้โทรศัพท์และโทรศัพท์มือถือ, การแพร่กระจายของการใช้คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริการ้อยละ 58.5 มีเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้ ประเทศในทวีป เอเชียมีคอมพิวเตอร์ เพียงร้อยละ 2.9 และทวีปแอฟริกาประชากรเพียง 0.9 เท่านั้นที่มีการใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และดาวเทียม

2. ปัจจัยเกี่ยวกับความแตกต่าง ด้านลักษณะของประชากร ความแตกต่างของประชากรเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดความไม่เสมอภาค ในการเข้าถึงสารสนเทศผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะความไม่เสมอภาคที่เกิดขึ้นภายในประเทศ ตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะของประชากรที่ใช้เป็นเครื่องชี้วัด มีหลายตัวแปรได้แก่ รายได้ (Income), ระดับการศึกษา (Education), ลักษณะของเชื้อชาติ และวัฒนธรรม (Racial and cultural), เพศ /อายุ (Gender /Age), ที่อยู่อาศัย (Location), โครงสร้างครอบครัว (Family structure), ความรู้พื้นฐานทางด้านภาษา (Linguistic background)

3. ปัจจัยด้านนโยบาย จะพบว่านโยบายของรัฐบาล ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการเพิ่ม หรือลดระดับความเหลื่อมล้ำ ในการเข้าถึงสารสนเทศ และความรู้ ตัวอย่างเช่น นโยบายด้านการเปิดเสรีเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้มีการแข่งขันมากขึ้น ราคาสินค้า และบริการต่างๆ

ด้านสารสนเทศ จะมีราคาตลาดต่ำลง ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนในประเทศมีโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศได้มากขึ้น

4. ปัจจัยอื่นๆ นอกจากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น แล้วยังมีปัจจัย ที่มีผลต่อการเข้าถึงสารสนเทศคือ ขนาดขององค์กร ประเภทขององค์กร ที่ตั้งขององค์กรล้วนแต่มีผลในการเข้าถึงสารสนเทศ และเทคโนโลยีสารสนเทศ เพราะแต่ละองค์กรจะมีเงินในการลงทุนเกี่ยวกับปัจจัยดังกล่าวที่แตกต่างกัน นอกจากนั้นองค์กรต่าง ๆ อาจมีการใช้สารสนเทศและข้อมูลที่แตกต่างกันออกไป บางองค์กรอาจจำเป็นต้องใช้สารสนเทศมาก เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ การตัดสินใจ ในการดำเนินการ เช่น องค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การเงิน การธนาคาร เป็นต้น

การลดช่องว่างทางดิจิทัล (Digital Divide) เป็นเรื่องที่ยากมาก แนวทางที่จะทำให้ช่องว่างทางดิจิทัล (Digital Divide) ลดลงจะต้องพัฒนาสังคมให้กลายเป็นสังคมความรู้ โดยเปิดโอกาสให้ทุกคนได้รับการศึกษาอย่างเท่าเทียมกัน มีเสรีภาพ ในการแสดงความคิดเห็น เปิดโอกาสให้ทุกคนได้รับข้อมูลข่าวสารซึ่งเปิดกว้าง สำหรับสาธารณชน การสงวนรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และทางภาษา (ศรีน้อย โปวาทอง, 2003)

กล่าวโดยสรุป ทฤษฎีช่องว่างทางข่าวสารและ ความรู้ (Information and Knowledge Gap) มองว่าข่าวสารหรือความรู้เหมือนกับทรัพย์สินเงินทองที่มีในทุกสังคม บางคนจน (information-poor) บางคนรวย (information-rich) เช่นเดียวกับบางคนที่ยุ้น้อย บางคน ที่รู้มาก บางคนมี (haves) บางคนไม่มี (have-nots) และเนื่องจากความรู้เป็นสิ่งจำเป็นในสังคม ทำให้คนในสังคมมีคุณภาพ ศักยภาพ สื่อมวลชนจึงควรเข้ามา มีบทบาทในการแพร่กระจายข่าวสาร ความรู้ เพื่อให้ทุกคนในสังคมร่ำรวยข่าวสาร ความรู้โดยทั่วหน้ากัน เพื่อลดสิ่งที่เรียกว่าช่องว่างทางข่าวสาร ความรู้ (Information and Knowledge Gap) ให้แคบลงมากที่สุด (พีระ จิระโสภณ, 2548)

ในส่วนของทฤษฎีช่องว่างทางข่าวสารและควา มรู้ (Information and Knowledge Gap) ผู้วิจัยนำมาประกอบ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำในโอกาสที่จะเข้าถึงสื่อชนิดต่างๆ ให้น้อยที่สุด โดยกำหนดคุณสมบัติของประชากรในการศึกษาครั้งนี้จำกัดไว้ในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเท่านั้น

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 ความแพร่หลายของวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น

Ichiya Nakamura ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบอุตสาหกรรม วัฒนธรรมป๊อปของญี่ปุ่น ในบทความเรื่อง Japanese Pop Industry (2003) โดยอ้างอิงจากรายงานของ Megumi Ououchi (2003) เกี่ยวกับมูลค่าตลาดเนื้อหาสื่อ ญี่ปุ่นในปี 2001 ว่ามีมูลค่าประมาณ 13 ล้านล้านเยน (3.9 ล้านล้านบาท) โดยเป็นมูลค่าตลาดของสินค้าวัฒนธรรมประเภท การ์ตูน ภาพยนตร์แอนิเมชัน เกมส์ และสินค้าเกี่ยว เกี่ยวข้องประเภทต่างๆ คิดเป็น 10% ของมูลค่ารวม ทั้งหมดซึ่งยังไม่รวมถึง ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เช่น เพลง รวมถึงธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกิดจากความสนใจใน วัฒนธรรมป๊อปซึ่งจะทำให้ตัวเลขของตลาดสูงถึง 1 ล้านล้านเยน หรือ 3 แสนล้านบาท (Ichiya Nakamura, 2007) โดยมูลค่าเฉลี่ยของสินค้าวัฒนธรรมในแต่ละประเภทมีดังต่อไปนี้

1. การ์ตูนและสินค้าเกี่ยวเนื่องมีมูลค่า 530,000 ล้านเยน (159,999 ล้านบาท)
2. ภาพยนตร์แอนิเมชัน ทางโทรทัศน์และโรงภาพยนตร์ มีมูลค่า 250,000 ล้านเยน (75,000 ล้านบาท)
3. เกมส์ รวมถึง software มีมูลค่า 410,000 ล้านเยน (123,000 ล้านบาท)

หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นได้ถูกพัฒนาขึ้นตั้งแต่ช่วง ทศวรรษที่ 60 โดยพัฒนาตัวเองเข้าสู่รูปแบบธุรกิจและบริษัท ในช่วงทศวรรษที่ 70 ขณะที่ภาพยนตร์แอนิเมชัน ซึ่งสร้างจากเนื้อหาการ์ตูนได้ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาพร้อมกับการพัฒนาสื่อโทรทัศน์และเริ่มก้าวเข้าสู่ตลาดโลก โดยรูปแบบของภาพยนตร์แอนิเมชัน ที่ผลิตในญี่ปุ่นนั้นมีความแตกต่างจากรูปแบบของภาพยนตร์แอนิเมชัน ที่ผลิตในอเมริกาเนื่องจาก ภาพยนตร์แอนิเมชัน ที่ผลิตในอเมริกาส่วนใหญ่สร้างโดย ฮอลลีวูด ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อฉายในโรงภาพยนตร์ ในขณะที่ ภาพยนตร์แอนิเมชันของญี่ปุ่นนั้นสร้างขึ้นเพื่อฉายทางโทรทัศน์

สำหรับเกมนั้น ญี่ปุ่นเริ่มส่งตัวเองเข้าสู่ตลาดเกมในช่วงทศวรรษที่ 80 และมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วในช่วงทศวรรษที่ 90 ด้วยการนำเทคนิคทางคอมพิวเตอร์มาใช้ แม้อเมริกาเป็นประเทศแรกที่เริ่มผลิตเกม ขึ้นในปี 1962 โดยยึดตำแหน่งผู้นำการผลิตสินค้าเกี่ยวกับเกม ในช่วงทศวรรษที่ 70 แต่เมื่อ บริษัท Nintendo บริษัทเกมยักษ์ใหญ่ของญี่ปุ่นเปิดตัว Family Computer

ในปี 1982 ญี่ปุ่นได้กลายเป็นผู้นำ ด้านเกมคอมพิวเตอร์ ในตลาด โลกอย่างสมบูรณ์ ทั้งในด้าน Software และ Hardware ทั้งนี้

ในด้าน เนื้อหาของเกม การ์ตูน และ ภาพยนตร์แอนิเมชัน นั้นมีความเชื่อมโยงและมีอิทธิพลต่อบรรยากาศของกันและกันอย่างแนบแน่น ภาพยนตร์แอนิเมชันมักสร้างจากหนังสือการ์ตูน และเกมส์ที่ได้รับความนิยม ในขณะที่เดียวกันเกมส์ที่ได้รับความนิยมก็จะถูกนำมาทำเป็นภาพยนตร์แอนิเมชัน และถูกเขียนเป็นหนังสือการ์ตูน และภาพยนตร์แอนิเมชัน ที่ได้รับความนิยม ก็จะถูกนำมาเขียนเป็นหนังสือการ์ตูน และเกมส์ ดังเนื้อหาที่ได้รับความนิยมจึงมักถูกผลิตผ่านสื่อครบทั้งสามประเภท เช่น Dragonball Z, Pokemon, Death note, Gundam, Yu Yu Hakushou, Saiyuki, Nana เป็นต้น

ปัจจุบันตลาดการ์ตูนและ ภาพยนตร์แอนิเมชัน ในญี่ปุ่นยังคงขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยในปี 2001 มีรายการการ์ตูนและรายการที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูนแพร่ภาพทางโทรทัศน์ทั้งสิ้น กว่า 75 รายการ นอกจากนี้ มูลค่าตลาดในกลุ่มหนังสือ การ์ตูนยังเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยนิตยสาร การ์ตูนรายสัปดาห์มีประมาณ 31% ของจำนวนนิตยสารที่ถูกตีพิมพ์ทั้งหมดจำนวน 3,286 ล้านฉบับ และหนังสือการ์ตูนมีสัดส่วนคิดเป็น 69% ของจำนวนหนังสือที่ตีพิมพ์ทั้งหมด 748,700 ล้านฉบับ โดยในปี 2001 มีจำนวนหัวนิตยสารเกี่ยวกับการ์ตูนทั้งสิ้น 277 หัว และ นิตยสาร 2 ฉบับที่มียอดจำหน่ายสูงที่สุดในญี่ปุ่นคือ Shonen Magazine และ Shonen Jump มียอดจำหน่ายรวมกันถึง 3.5 ล้านฉบับต่อสัปดาห์

ความสำคัญของวัฒนธรรมป๊อปต่อญี่ปุ่นนั้นไม่ได้แสดงออกเพียงแค่ตัวเลข แต่ยังส่งผลให้ญี่ปุ่นกลายเป็นประเทศผู้ทรงอิทธิพลในด้านวัฒนธรรม Douglas Mcgray (2002) ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ในหนังสือ “Japan’s Gross National Cool” ว่า “ญี่ปุ่นได้กลับมาเป็นประเทศผู้ทรงอิทธิพลอีกครั้งและยิ่งกว่าเดิม หลังจากสภาวะชะงักทางเศรษฐกิจ อิทธิพลของ วัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นขยายตัวอย่างรวดเร็ว จากดนตรีป๊อปสู่การบริโภคสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ จากสถาปัตยกรรมสู่แฟชั่น จากภาพยนตร์แอนิเมชัน สู่วัฒนธรรมด้านอาหาร ดูเหมือนว่าวันนี้ ญี่ปุ่นได้กลายเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางด้านวัฒนธรรมยิ่งกว่าที่เคยทำได้จากการเป็นเจ้าของเศรษฐกิจในทศวรรษที่ 80”

ปัจจุบันหากถามถึงเด็ก ๆ ในประเทศอเมริกาและยุโรปว่า “พวกเราคิดถึงอะไรเมื่อพูดถึงญี่ปุ่น” คำตอบของพวกเขาบ่อยไม่พ้น พิกากาจู , ดรากรอนบอล Z, เซเลอร์มูน หรือซูป เปรอร์มاریโอ บราเทอร์ ในตลาดโลก โป เกม่อน หรือ พิกากาจู สามารถสร้างมูลค่าได้ถึง 3 ล้านล้าน เยน (9 แสน ล้านบาท) และคำที่ถูก Search ในเว็บไซต์ต่างๆมากที่สุดในปี 2002 คือ Dragonball Z จะเห็นได้ว่าในปัจจุบัน วัฒนธรรม ป๊อปไม่ว่าจะเป็น การ์ตูน ภาพยนตร์แอนิเมชัน เกมส์ ได้กลายมาเป็น ภาพลักษณ์ของประเทศญี่ปุ่น ไม่เพียงแต่ในเอเชียเท่านั้น แต่ในอเมริกา และยุโรป ญี่ปุ่นคือประเทศที่น่าสมัย หรือที่ Douglas Mcgray (2002) ให้คำจำกัดความว่า “Cool Country” ซึ่งเป็นมุมมองต่อ ประเทศญี่ปุ่นในช่วงทศวรรษที่ 90 เมื่อวัฒนธรรม ป๊อปของประเทศ ญี่ปุ่นเติบโตและได้รับความนิยมถึงขีดสุด

วิภา อุดมพันธ์ (2541) ได้กล่าวถึง “มังงะ” (Manga) หรือการ์ตูนญี่ปุ่น ไว้ในหนังสือ “สื่อมวลชนในญี่ปุ่น” ว่า “เป็นลักษณะพิเศษของวัฒนธรรมสิ่งพิมพ์ของญี่ปุ่นที่ไม่มีใครในโลกนี้ เทียบเคียงได้” มีอัตราส่วนแบ่งการตลาดมากกว่า 1 ใน 3 ของสิ่งพิมพ์รายสัปดาห์และรายเดือน ทั้งหมดรวมกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Iciya Nakamura ประมาณการตัวเลขได้ว่าประชากรหนึ่งคนจะอ่านหนังสือการ์ตูนเท่ากับ 10 เล่มหรือมากกว่าต่อปี (Tasker, 1987 อ้างถึงใน วิภา อุดมพันธ์, 2541) และแต่ละสัปดาห์มี มังงะ ตีพิมพ์จำนวนกว่า 500 เรื่อง ในปี 1993 มีมังงะที่ขายได้เกิน 1 ล้านเล่ม จำนวนถึง 13 เรื่อง ในปัจจุบันยังคงมีการ์ตูนญี่ปุ่นจำนวนมากที่ได้รับความนิยมและมียอดขายสูงในทุกประเทศ เช่น มังงะเรื่อง Death Note (11 เล่ม) และ Nana (16 เล่ม ปัจจุบันยังไม่จบ) ซึ่งมียอดขายสูงเกินกว่า 20 ล้านฉบับ

มังงะเริ่มได้รับความนิยมตั้งแต่ช่วงทศวรรษที่ 1960 โดยมีกลุ่มผู้อ่านเป็นกลุ่มเด็กและเยาวชนก่อน จากนั้นจึงขยายฐานมายังกลุ่มผู้อ่านแทบทุกวัย โดยมีการนำเสนอเนื้อเรื่องที่มีความหลากหลาย เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเลือกซื้อหาได้ตามความชอบ จนในปี ค.ศ. 1992 ปรากฏว่า ยอดรวมของสิ่งพิมพ์ที่วางจำหน่ายตลอดทั้งปีเป็นมังงะถึง 40 เปอร์เซ็นต์ ภาพวาดในมังงะนั้นสามารถสื่อให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย นอกจากนั้นมังงะยัง ถือเป็นหนทางหลีกเลี่ยงจากความจริงที่กดดันในชีวิตประจำวันของคนญี่ปุ่น (Tesker, 1987 อ้างถึงใน วิภา อุดมพันธ์, 2541)

มังงะช่วยสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นประเทศแห่งความต่างของญี่ปุ่นได้อย่างชัดเจน กล่าวคือ ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นมีสถิติอุบัติเหตุและอาชญากรรมต่ำที่สุดในโลกประเทศหนึ่งแต่

เนื้อหาที่ปรากฏในมังงะ กลับสะท้อนให้เห็นการทำร้ายร่างกาย และการดิ้นรนต่อสู้อย่าง สดุดสยง ไม่นับรวมถึงเนื้อหาที่ลามกอนาจารซึ่งเป็นสิ่งที่ขัดแย้งกับประเพณีอันชด้อยและ อนุรักษ์ของผู้หญิงญี่ปุ่นอย่างไม่น่าเชื่อ มังงะจำนวนมากทำขึ้นมาอย่างไรคุณภาพ “จำนวนไม่ น้อยเหมือนเศษขยะ แต่ทั้งหมดเมื่อรวมกันกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมประชานิยม ซึ่งเผยให้ เห็นมรดกที่สืบทอดมาแต่อดีตของผู้ญี่ปุ่น นั่นก็คือความรักเป็นอุดมคติสูงสุด และเรื่องราวเพ้อฝัน (Fantasy) คือรากฐานความพอใจของคนญี่ปุ่น” (Shodt, 1986 อ้างถึงใน วิภา อุดมฉันท, 2541)

มังงะ นั้นมีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า คอมิกส์ (Comics) ของอเมริกัน แต่ มังงะ นั้นมีความสำคัญกับวัฒนธรรมญี่ปุ่นมากกว่าที่ คอมิกส์มีความสำคัญกับวัฒนธรรมอเมริกัน ใน ญี่ปุ่นนั้นมังงะได้รับการยกย่องให้เป็นทั้งศิลปะ และวรรณกรรมสมัยใหม่ ในขณะที่คอมิกส์ไม่ใช่ ในประเทศไทยหนังสือการ์ตูน มีที่มาจากการ์ตูนที่นักเขียนท่านหนึ่งบังเอิญไปพบหนังสือการ์ตูนเล่ม หนาที่ร้านหนังสือเก่า โดยในเล่มมีการ์ตูนเรื่อง หุ่นอภินิหาร ซึ่งกำลัง เป็นที่นิยมทางโทรทัศน์ใน ขณะนั้นอยู่ด้วยกันหลายหน้า แต่เนื่องจากมีจำนวนไม่มากพอ สำหรับตีพิมพ์เป็นเล่มการ์ตูน ไทย นักเขียนท่านนั้นจึงจัดการแต่งเรื่องขึ้นมาใหม่โดยที่ยังคงลักษณะของตัวละครตามหนังสือที่ซื้อ มา เมื่อวางตลาดแล้วแล้วปรากฏว่ามียอดขายดีมาก จึงทำให้มีนักเขียนคนอื่นๆพากันทำตาม (จุล ศักดิ์ อมรเวช, 2544)

นอกจากนี้ระบบอุตสาหกรรมของ วัฒนธรรมญี่ปุ่นยังมียังมีลักษณะครบวงจร โดยมีการ เตรียมพร้อมสำหรับการผลิตสินค้า เกี่ยวเนื่องในด้านอื่นๆ เป็นอย่างดี เมื่อมังงะได้รับการ ถ่ายทอดเป็น ภาพยนตร์แอนิเมชัน และแพร่ภาพไปทั้ ทั่วโลก ปรากฏการณ์การสะสมสินค้า เกี่ยวเนื่องที่มีลวดลายหรือสัญลักษณ์ของภาพยนตร์แอนิเมชัน ที่ได้รับความนิยม ก็เกิดขึ้นเป็นเงา ตามตัว ปัจจุบันความนิยมและความสนใจประเทศญี่ปุ่นรวมทั้งการศึกษาภาษาญี่ปุ่นมีเพิ่ม มากขึ้นโดยมีปัจจัยทั้งจากเศรษฐกิจและจากสินค้าวัฒนธรรมซึ่งมีมังงะเป็นทัพหน้านั้นเอง (วิภา อุดม ฉันท, 2541)

วันดีพร ปฏิมากร (2534) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การไหลของภาพยนตร์ต่างประเทศทาง โทรทัศน์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงปริมาณของ ภาพยนตร์ต่างประเทศทางโทรทัศน์ และ สัดส่วนของภาพยนตร์ต่างประเทศทางโทรทัศน์จากประเทศต่างๆ และวิเคราะห์กระบวนการไหล ของภาพยนตร์ต่างประเทศทางโทรทัศน์ งานวิจัยชิ้นนี้ใช้กลุ่มตัวอย่าง เป็นภาพยนตร์ต่างประเทศ

ประเภทบันเทิงที่อยู่ในผังรายการ ของสถานีโทรทัศน์ 4 สถานี คือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 และสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 กำหนดช่วงเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2531 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2533 ผลการเปรียบเทียบ สัดส่วนภาพยนตร์ต่างประเทศของสถานีโทรทัศน์ 4 สถานีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 ถึง พ.ศ. 2533 (หน้า 110) พบว่า ภาพยนตร์จีนมีสัดส่วนที่สูงที่สุดเป็นอันดับหนึ่งตลอดทั้ง 3 ปี อันดับสองคือภาพยนตร์ ฝรั่ง และอันดับสามคือภาพยนตร์ญี่ปุ่น

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้กล่าวถึงพัฒนาการของภาพยนตร์ญี่ปุ่นไว้ว่า “ในอดีตภาพยนตร์ชุด ของญี่ปุ่นเคยได้รับความนิยมอยู่ในวงการธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศอย่างมาก ก่อนหน้าที่ ภาพยนตร์จีนจะเข้ามาแทนที่ เช่น ภาพยนตร์ประเภทซามูไรหรือภาพยนตร์ประเภทสัตว์ประหลาด มดแดง มดเอ๊กซ์ (ชาญ มหาสวรรค์, สัมภาษณ์) แต่ภายหลังภาพยนตร์แอนิเมชัน ญี่ปุ่นกลับมี บทบาทสำคัญในวงการโทรทัศน์ไทยมากกว่า โดยเฉพาะปัจจุบันนี้ เช่น ช่อง 9 การ์ตูน หรือการ์ตูน ช่วงเช้าวันเสาร์-อาทิตย์ของสถานีโทรทัศน์ต่างๆ ส่วนภาพยนตร์ชุดต่างๆ มีปริมาณน้อย” งานวิจัย ดังกล่าวช่วยแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการของภาพยนตร์ญี่ปุ่นที่เข้ามาสู่ประเทศไทยว่ามีมาเป็น เวลานานแล้ว แต่มีในสัดส่วนที่น้อยเมื่อเปรียบเทียบกับภาพยนตร์จีนและภาพยนตร์ฝรั่ง

จากการศึกษาของธิดารัตน์ รักประยูร (2544) พบว่า แม้ปริมาณของละครญี่ปุ่นที่แพร่ ภาพทางโทรทัศน์ในประเทศไทย จะมีไม่มากนัก โดยมีเพียงสถานีโทรทัศน์ ITV เท่านั้น แต่สื่อด้าน อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น เช่น รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ รวมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

รายงานของยูเนสโก (1990 อ้างในจรรยา เหลียวตระกูล, 2540) ในปี ค.ศ.1990 เกี่ยวกับการ นำเข้า-การส่งออกของรายการบันเทิงระหว่างประเทศซึ่งได้ทำการสำรวจประเทศ บังคลาเทศ มาเลเซีย และประเทศไทยพบว่า การนำเข้าภาพยนตร์แอนิเมชัน ในปี ค.ศ.1980 ไทยสั่งนำ การ์ตูนจากญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกาเป็นหลักและในปี ค.ศ. 1984 ไทยได้สั่งนำเข้าภาพยนตร์แอนนิ เมชันจากประเทศญี่ปุ่นเป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ จากประเทศฮ่องกง และสหรัฐอเมริกา และในรายงานของยูเนสโก (1982 อ้างในจรรยา เหลียวตระกูล, 2540) ในปี ค.ศ.1982 เกี่ยวกับการ สื่อสารระหว่างประเทศและการข้ามธุรกิจทางวัฒนธรรมซึ่งได้ทำการสำรวจประเทศไทยพบว่า ระบบการสื่อสารของประเทศไทยเกือบทั้งหมดต้องพึ่งพาอุปกรณ์ เครื่องมือและเทคโนโลยีจาก

ประเทศที่พัฒนาแล้ว ทำให้เกิดความไม่สมดุลในการสื่อสารระหว่างประเทศซึ่งเป็นการรับเอาวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาโดยปริยาย นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้รับเอาสินค้านำทางวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาในตลาดของไทยอีกด้วย และหากทางสถานี สามารถซื้อรายการโทรทัศน์จากประเทศใดได้ในราคาถูก ก็จะมีการซื้อผูกขาดกับประเทศนั้น

2.2.2 การเปิดรับสื่อของวัยรุ่นไทย

Berry (1951 อ้างในกรรช ว่องวิศว์, 2531) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการยอมรับวัฒนธรรมของสังคมอื่นๆ มาใช้และพบว่า อายุและเพศมีผลต่อการยอมรับวัฒนธรรมจากต่างสังคมของบุคคลแตกต่างกันออกไป ผู้ที่มีอายุน้อยกว่าจะสามารถยอมรับและซึมซับค่านิยมใหม่ๆ ได้รวดเร็วกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า ผู้ชายจะมีการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรมได้รวดเร็วกว่าและมีความพร้อมกว่าเพศหญิง

ณัฐวุฒิ ศรีรัตัญญ (2540) ได้ทำวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของเจนเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร” ได้แก่ กลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 12-18 ปี ณ พ.ศ. 2540 (เกิดในช่วง พ.ศ. 2522 ถึง 2528) ซึ่งมีลักษณะพิเศษเฉพาะที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อนๆ คือเป็นกลุ่มที่มีอำนาจการซื้อสูง และมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ได้รับอิทธิพลจากต่างชาติค่อนข้างมาก ทั้งนี้เพราะได้รับอิทธิพลจากกระแสโลกาภิวัตน์ อีกทั้งยังมีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่นซึ่งถือเป็นวัยที่มีความอ่อนไหว ชักจูงได้ง่าย เพราะอยู่ในช่วงของการแสวงหาความเป็นตัวเองงานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจซึ่งทำการศึกษาเฉพาะนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 481 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกคน (ร้อยละ 100) เปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยประเภทรายการที่มีกลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุดคือรายการการ์ตูน รองลงมาเป็นละคร เกมโชว์ และข่าว ตามลำดับ สำหรับสื่อวิทยุมีการเปิดรับถึงร้อยละ 94.6 โดยประเภทของรายการวิทยุที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุดคือรายการเพลงนั่นเอง ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งจำแนกเฉพาะนิตยสารนั้นพบว่าเปิดรับถึงร้อยละ 70.5 โดยกลุ่มตัวอย่างเปิดรับการ์ตูนมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องวัยรุ่น และบันเทิง เป็นต้น

จุฑามาศ กิรติกสิกร (2542) ได้ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตของเด็กวัยรุ่นกับการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า เด็กวัยรุ่นมีการใช้สื่อใน

ปริมาณที่สูง มีการเปิดรับสื่อทั้งสิ้น 11 สื่อ ดังนี้ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โรงภาพยนตร์ สื่อกลางแจ้ง การ์ตูน เทปเพลง/CD วีดิทัศน์ อินเทอร์เน็ต และสื่อเพื่อการศึกษา โดยมีการใช้เพื่อตอบสนองความต้องการความบันเทิงเป็นหลัก รองลงมาคือความต้องการข้อมูลข่าวสาร

จุฬามาศพบว่านิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่นญี่ปุ่นได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้อ่านวัยรุ่นเช่นกัน อาทิ นิตยสารไอ สพาย (I Spy) นิตยสารไอดอล (Idol) และนิตยสารโกลด์สตาร์ (Goldstar) เป็นต้น นอกจากนี้เมื่อทำการสำรวจเกี่ยวกับการอ่านหนังสือการ์ตูน พบว่าร้อยละ 93.5 ของกลุ่มตัวอย่างเคยอ่านการ์ตูน กลุ่มที่จะอ่านการ์ตูนทุก 2-3 วัน (ร้อยละ 19.5) รองลงมาคือนานกว่า 1 เดือนครั้งถึงอ่าน (ร้อยละ 19) และอ่านการ์ตูนทุกวัน (ร้อยละ 18.3) ตามลำดับ

ธรรมจักร อยู่โพธิ์ (2539) ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาระดับความชอบและพฤติกรรมการบริโภคหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นของเด็กและเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าเด็กเยาวชนทั้งชายและหญิง ส่วนใหญ่เลือกหนังสือการ์ตูนด้วยตัวเอง โดยเด็กชายส่วนใหญ่อ่านหนังสือการ์ตูนเกือบทุกวัน ส่วนเด็กหญิงจะอ่านนานๆ ครั้ง นอกจากนี้ยังพบว่า เด็กนักเรียนระดับชั้นมัธยมปลายทั้งชายและหญิง อ่านหนังสือการ์ตูนเกือบทุกวัน มากกว่าเด็กนักเรียนในระดับอื่นๆ สำหรับปัจจัยที่มีบทบาทต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือการ์ตูนได้แก่ ภาพลายเส้นการ์ตูน ราคา และลิขสิทธิ์ รวมไปถึงอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนที่มีต่อการตัดสินใจ

สุวรรณ สันคติประภา (2532) ได้ทำวิจัยเรื่อง “การอ่านและการเลือกอ่านหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น ของเด็กไทยในกรุงเทพมหานคร” พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับสื่อจากหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น แต่มีผลต่อความพึงใจและความถี่ในการเปิดรับ โดยเพศชายมีความพอใจและความถี่ในการเปิดรับมากกว่าเพศหญิง ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับและพฤติกรรมการอ่านหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น อีกประการ คือ ความพึงพอใจในสื่อ แรงจูงใจจากการดู ภาพยนตร์แอนิเมชัน โทรทัศน์ นอกจากนี้ปัจจัยทางด้านบุคคลก็มีส่วนในการอธิบายการเปิดรับและพฤติกรรมการอ่านหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นอีกด้วย สุวรรณพบว่า เด็กที่มีเพื่อนและพี่น้องสนับสนุนให้อ่านจะมีปริมาณการอ่านที่สูงอย่างมีนัยสำคัญ

ลลิตา ยุวนากร (2532) ได้ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือการ์ตูนสำหรับวัยรุ่นที่แปลมาจากภาษาญี่ปุ่น” เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อการ์ตูนของวัยรุ่นไทยพบว่า ร้อยละ 90 รู้จักและเคย

อ่านหนังสือการ์ตูนโดยการชักนำของเพื่อนๆ ซึ่งส่วนใหญ่ยังคงติดตามอ่านอยู่จนปัจจุบัน พฤติกรรมในการอ่านของวัยรุ่นส่วนใหญ่มักชอบอ่านหนังสือเล่มเดียวจบโดยนิยมซื้อและเลือกเอาจากเรื่องย่อ ราคาของหนังสือและชื่อเรื่องเป็นหลัก องค์ประกอบของหนังสือการ์ตูนที่วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ชอบคือภาพปกเนื้อเรื่อง แกนของเรื่อง ภาพประกอบเรื่อง ขนาดรูปเล่ม จำนวนหน้า และตัวอักษรที่ใช้

จากผลการสำรวจ RADAR ของบริษัทอินทิเอทีพี (2550, อ้างในฐานเศรษฐกิจ ฉ . 2272, 22 พ.ย. - 24 พ.ย. 2550) พบว่าสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ ก็ยังคงเป็นสื่อที่วัยรุ่นนิยมบริโภคเหมือนเดิม แต่ที่น่าสนใจคือความนิยมที่มีต่อสื่อออนไลน์ต่างๆ โดยเฉพาะสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต

โดยวัยรุ่นเปิดรับ สื่อโทรทัศน์ ถึง 91%, สื่อวิทยุ 21% สำหรับรายการโทรทัศน์ที่วัยรุ่นชื่นชอบ พบว่าประเภทรายการดนตรี เป็นรายการที่วัยรุ่นสนใจมากที่สุด (82%) และรองลงมาคือรายการตลก (64%) ละครไม่ว่าจะทั้งของไทยหรือต่างชาติอาจไม่สามารถเข้าถึงวัยรุ่นได้ดีเท่าเมื่อก่อน ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะการขยายวงกว้างของตลาดวีซีดีและดีวีดี ที่ทำให้สามารถเลือกดูได้ทุกเวลา และดูซ้ำได้เท่าที่ ต้องการ นอกจากนี้ยังมีสื่ออินเทอร์เน็ตที่สามารถดาวน์โหลดรายการมาดูได้ หรือว่าจะดูละครผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ

กลุ่มวัยรุ่นอายุ 15-19 ในเขตกรุงเทพมหานครชอบเว็บไซต์ sanook มาเป็นอันดับหนึ่ง 33% Google 32%, Kapook 29% ตามลำดับ

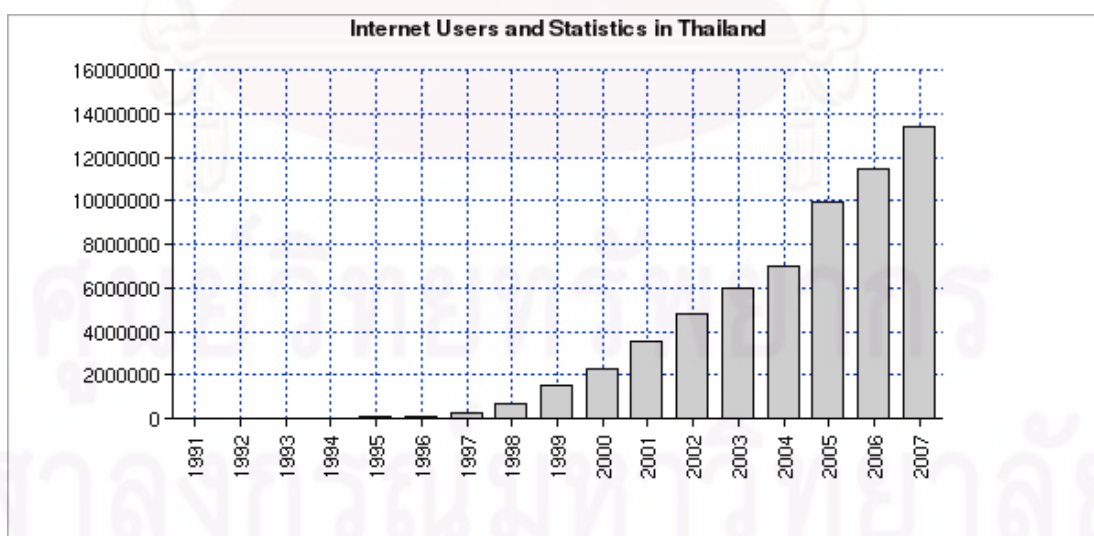
จากรายงานของ NECTEC (2007) เกี่ยวกับจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตพบว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยจะเห็นได้จากภาพ 2.4 และ 2.5

ภาพที่ 2.4 ภาพแสดงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

Internet Users and Statistics in Thailand		
Year	Total	Source
2007	13,416,000	NECTEC
2006	11,413,000	NECTEC
2005	9,909,000	NECTEC
2004	6,970,000	NECTEC
2003	6,000,000	NECTEC
2002	4,800,000	NECTEC
2001	3,500,000	NSO/NECTEC
2000	2,300,000	ISP Club/NECTEC
1999	1,500,000	ISP Club/NECTEC
1998	670,000	NECTEC/Internet Thailand
1997	220,000	NECTEC/Internet Thailand
1996	70,000	NECTEC
1995	45,000	NECTEC
1994	23,000	NECTEC
1993	8,000	NECTEC
1992	200	NECTEC
1991	30	NECTEC

ที่มา : Nectec (2007)

ภาพที่ 2.5 ภาพแสดงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

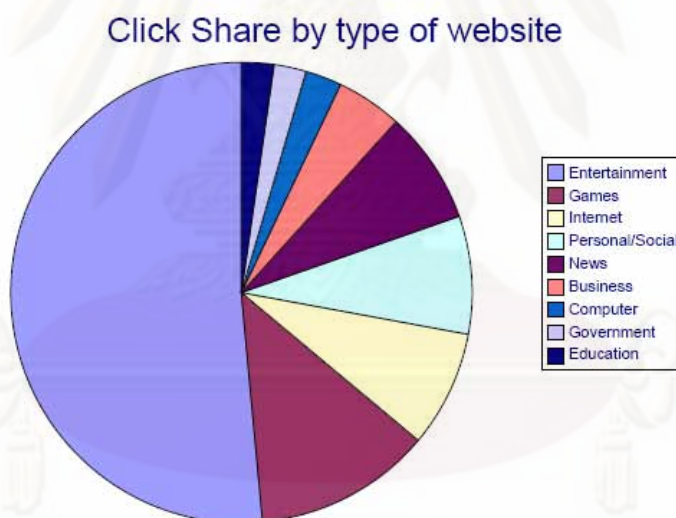


ที่มา : Nectec (2007)

ปัจจุบันจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีทั้งสิ้น 13,416,000 คน โดยจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตนั้นมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระยะเวลาเพียง 5 ปีที่ จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นถึงราว 8,500,000 คน และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากการวิจัยของ Thaweesak Koanantakool (2007) พบว่าประเทศไทยมีการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์แต่ละประเภทดังต่อไปนี้ Entertainment 40.48%, Games 9.85%, Internet 6.50%, Personal/Social 6.34%, News 6.33%, Business 3.72%, Computer 2.01%, Government 1.75%, Education 1.71%

ภาพที่ 2.6 ภาพแสดงการเยี่ยมชมเว็บไซต์แต่ละประเภทของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย



ที่มา: Thaweesak Koanantakool (2007)

จะเห็นได้ว่าโดยส่วนใหญ่แล้วสื่ออินเทอร์เน็ตได้ถูกใช้เพื่อความบันเทิง หากรวม Game และ Entertainment เข้าด้วยกันจะมีสัดส่วนสูงถึง 50.33%

วิภารัตน์ พันธุ์ฤทธิ์ดำ (2544) ได้ทำการวิจัย “อิทธิพลของวัฒนธรรมต่างประเทศที่มีต่ออัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีดนตรีญี่ปุ่น ในการวิจัยครั้งนี้วิภารัตน์ใช้วิธีการสัมภาษณ์

แบบเจาะลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยการเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ จำนวน 4 กลุ่ม ทั้งสิ้น 17 คน จากตารางข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างในบทที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 17 คน อ่านและชื่นชอบการ์ตูนญี่ปุ่นมาก่อนแล้ว และหลังจากติดตามคนตรีญี่ปุ่นที่ชื่นชอบที่มีต่อการตูนก็ยังคงอยู่และไม่ได้ลดน้อยลง น้อยลง โดยสื่อสารสนเทศที่วัยรุ่นกลุ่มนี้เปิดรับนั้นมีลักษณะใกล้เคียงกันคือ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ หนังสือนิตยสารคนตรีญี่ปุ่น และ อินเทอร์เน็ต โดยการเปิดรับคนตรีญี่ปุ่นนั้นได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่มอ้างอิง 3 กลุ่มคือ

1. กลุ่มอ้างอิงเชิงบรรทัดฐาน ได้แก่ เพื่อน พี่น้อง และญาติพี่น้องที่ใกล้ชิด บุคคลเหล่านี้ก่อให้เกิดการเลียนแบบพฤติกรรมกรรมการฟังดนตรีญี่ปุ่นที่พวกเขาเห็นเป็นประจำ
2. กลุ่มอ้างอิงเชิงสถานภาพ ได้แก่ นักร้อง และเพื่อนที่วัยรุ่น อยากเข้ากลุ่มด้วย บุคคลเหล่านี้ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบเช่นเดียวกับกลุ่มอ้างอิงบรรทัดฐาน
3. กลุ่มอ้างอิงเชิงเปรียบเทียบ ได้แก่ เพื่อนที่โรงเรียน และเด็กวัยรุ่นทั่วไปโดยเฉพาะที่สยาม วัยรุ่นจะพยายามแสดงออกถึงความโดดเด่นจากการบริโภค คนตรีญี่ปุ่นให้ต่างออกไปจากบุคคลเหล่านี้

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังมีการนำคำศัพท์ภาษาญี่ปุ่นที่ตนเองรู้มาใช้ในชีวิตประจำวัน และมีการตั้งชื่อภาษาญี่ปุ่นใช้ในกลุ่มอีกด้วย กลุ่มตัวอย่างของวิทยานิพนธ์จำนวนถึง 15 จากทั้งสิ้น 17 คนนั้น มีความต้องการที่จะเรียนภาษาญี่ปุ่น ด้วยเหตุผลเดียวกันคือต้องการรู้ความหมายของเพลงที่ตนเองชื่นชอบ นอกจากนั้นยังกล่าวต่อไปด้วยว่า การรู้และเข้าใจภาษาญี่ปุ่นจะเป็นประโยชน์ต่อพวกตนในอนาคตได้ด้วย ภาษาญี่ปุ่นสามารถ เบิกทางไปสู่อาชีพที่พวกเขาใฝ่ฝันหลายอาชีพได้ พวกเขามีความต้องการไปเรียนรู้ชีวิตในประเทศญี่ปุ่นสักระยะเวลาหนึ่ง อยากรู้ว่า จริงๆ แล้วประเทศญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

ในช่วงที่ วิทยานิพนธ์ทำการวิจัยนั้น มีกรณีศึกษา 2 คน กำลังศึกษาอยู่ในระดับมหาวิทยาลัย และเลือกเรียนวิชา ภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเลือก นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างซึ่งศึกษาอยู่ในระดับมหาวิทยาลัย ชั้นปีที่ 2 มีความตั้งใจว่าจะเอ็นทรานซ์ใหม่ในปีหน้าโดยเลือกคณะที่มีภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอก นอกจากนี้กรณีศึกษาอีก 3 คน ซึ่งตั้งใจเลือกเรียนต่อสายศิลป์ ภาษา โดยเลือกวิชา

ภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอก สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เลือกเรียนในโรงเรียน หรือมหาวิทยาลัยต่างก็ ตั้งใจว่าจะหาโอกาสเรียนภาษาญี่ปุ่นตามสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นต่างๆอีกด้วย

2.2.3 การศึกษาภาษาญี่ปุ่น

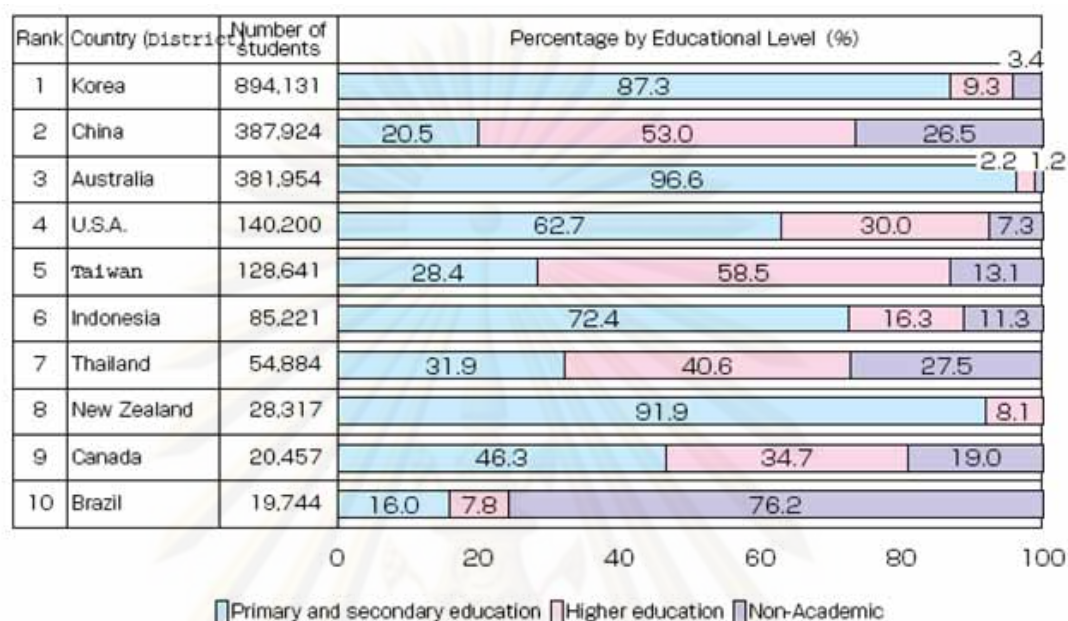
ในการสอบวัดระดับทักษะการใช้ภาษาญี่ปุ่นเชิงธุรกิจ เจโทร เทสต์ (Jetro Test) ครั้งที่ 10 ปี พ.ศ. 2547 วรลักษณ์ ธรรมมาภิธานนท์ ผู้เข้าสอบจากประเทศไทยทำคะแนนได้เป็น อันดับหนึ่ง จากผู้เข้าสอบทั่วโลก ไม่นับรวมผู้เข้าสอบจาก ประเทศญี่ปุ่น โดยทำคะแนนได้ 738 คะแนนจาก คะแนนเต็ม 800 คะแนน และอยู่ในอันดับแปดหากนับรวมผู้เข้าสอบจากประเทศญี่ปุ่น

จากรายงานของ Japan Foundation ในปี 2006 เกี่ยวกับจำนวนผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นทั่วโลก ปัจจุบันมีผู้กำลังศึกษาภาษาญี่ปุ่นทั้งสิ้น 2,979,820 คน เพิ่มจากปี 2003 รวบรวม 600,000 คน มีจำนวนครูผู้สอน 44,321 คน และจำนวนสถาบันทั้งสิ้น 13,639 สถาบัน ประเทศไทย มีจำนวน ผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นอันดับ 2 ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองจาก อินโดนีเซีย โดยมี ผู้เรียนทั้งสิ้น 71,083 คน ตั้งแต่ระดับประถมจนถึงระดับอุดมศึกษามีจำนวนผู้เรียนทั้งสิ้น 53,313 คน และเรียนในสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นโดยตรงจำนวน 17,770 คน มีผู้สอนทั้งสิ้น 1,153 คน และสถาบันที่เปิดสอน 385 แห่ง

ในรายงานของ Japan Foundation ในปี 2003 ประเทศไทยมีจำนวนผู้เรียนภาษาญี่ปุ่น มากเป็นอันดับ 7 ของโลก รองจาก ประเทศเกาหลี จีน ออสเตรเลีย ไต้หวัน และ อินโดนีเซีย โดยมี จำนวนผู้เรียนทั้งสิ้นรวม 54,884 คน จำนวนผู้เรียนมากที่สุดอยู่ในระดับมหาวิทยาลัย ทั้งสิ้น 40.06 เปอร์เซ็นต์ หรือคิดเป็น 21,987 คน ตามมาด้วยนักเรียนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา 31.9 เปอร์เซ็นต์ หรือคิดเป็น 17,508 คน และผู้เรียน ซึ่งไม่ได้อยู่ในสถานะของนักเรียน นักศึกษา (Non-Academic) จำนวน 27.5 เปอร์เซ็นต์ หรือคิดเป็น 15,093 คน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 2.7 จำนวนผู้เรียนภาษาญี่ปุ่น



ที่มา : รายงานประจำปีของ Japan Foundation ปี 2003

รายงานของ Japan Foundation ยังแสดงข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลในการ ตัดสินใจ เรียนภาษาญี่ปุ่นของนักศึกษาในแต่ละระดับเอาไว้ดังนี้

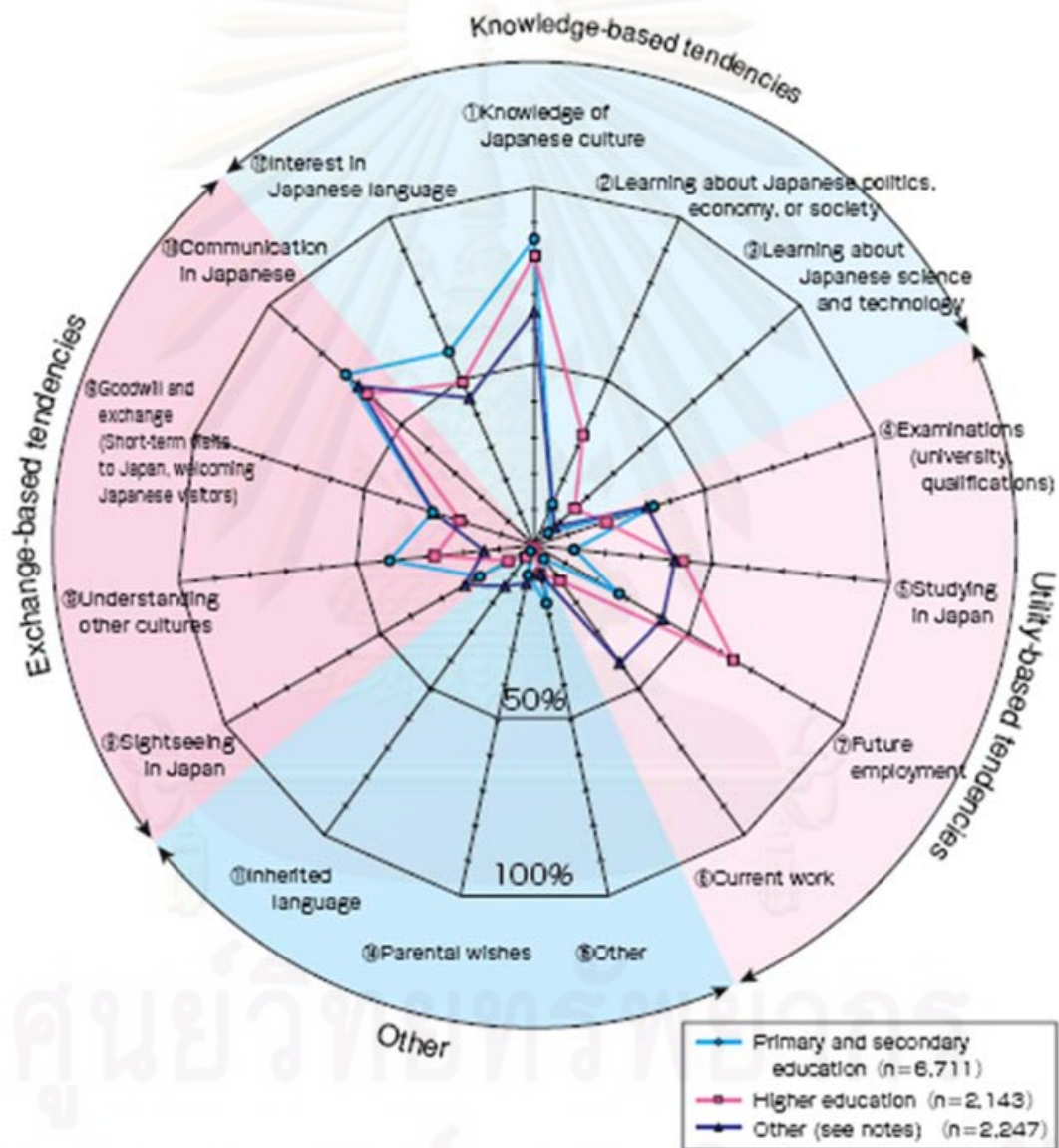
นักเรียนในระดับประถมและมัธยมนั้นให้ความสนใจที่สุดในด้านของวัฒนธรรมราว 85 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาคือความต้องการสื่อสารด้วยภาษาญี่ปุ่น 70 เปอร์เซ็นต์ และอันดับที่สามคือความสนใจในภาษาญี่ปุ่น 60 เปอร์เซ็นต์

ในขณะที่ระดับอุดมศึกษาขึ้นไปแม้ว่าความสนใจในด้านอาชีพในอนาคตจะสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดคือราว 65 เปอร์เซ็นต์ แต่ยังคงต่ำกว่าความสนใจในด้านวัฒนธรรมซึ่ง สูงถึง 80 เปอร์เซ็นต์อย่างเห็นได้ชัด สำหรับความต้องการสื่อสารด้วยภาษาญี่ปุ่นนั้นอยู่ที่ 60 เปอร์เซ็นต์

สำหรับนักศึกษาภายนอก (Non-academic) นั้น ความสนใจด้านวัฒนธรรม และความ ต้องการสื่อสารด้วยภาษาญี่ปุ่นนั้นมีน้ำหนักใกล้เคียงกันคือราว 65 เปอร์เซ็นต์ อันดับที่สองคือความสนใจในภาษาญี่ปุ่น 45 เปอร์เซ็นต์ ส่วนที่เหลือคือ ต้องการศึกษาต่อในประเทศญี่ปุ่น เพื่อหน้าที่การ

งานในอนาคต และเพื่อหน้าที่การงานในปัจจุบันซึ่งผู้เรียน กลุ่มนี้ให้ค่าน้ำหนักเท่ากันคือ 40 เปอร์เซ็นต์

ภาพที่ 2.8 ภาพแสดงเหตุผลในการศึกษาภาษาญี่ปุ่นของนักศึกษาภาษาญี่ปุ่นทั่วโลก



*หมายเหตุ คำว่าอื่นๆ (Other) ในที่นี้หมายถึงผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นซึ่งไม่ได้อยู่ในสถานะของนักเรียนนักศึกษา (Non-Academic)

ที่มา: Japan Foundation ปี 2003

อะทลีโอะ คูโร (มติชนรายวัน, 2548 : 31) ประธานองค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (เจโทร กรุงเทพฯ มหานคร) ระบุว่า มีบริษัท จากประเทศ ญี่ปุ่นที่ดำเนินกิจการในประเทศไทยราว 7,000 บริษัท และยังมีบริษัทไทยและต่างชาติที่มีความต้องการบุคลากรที่สามารถร่วมงานและติดต่อสื่อสารกับผู้เชี่ยวชาญหรือนักธุรกิจญี่ปุ่นในปัจจุบันและในอนาคตหากเมื่อข้อตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างไทยและญี่ปุ่นมีผลบังคับใช้ ทั้งนี้ ข้อมูลจากกระทรวงการต่างประเทศ ระบุว่า มูลค่าการค้าระหว่างประเทศและญี่ปุ่นนั้นมีจำนวนถึง 20 เปอร์เซ็นต์ของปริมาณการค้าต่างประเทศทั้งหมดของประเทศไทย นอกจากนี้ ปริมาณการลงทุนจากประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทย ก็มีปริมาณสูงสุดเมื่อเทียบกับการลงทุนจากประเทศอื่น โดยคิดเป็น 40% ของการลงทุนจากต่างชาติทั้งหมด ปัจจุบัน นักธุรกิจจำนวนมากให้ความสนใจเรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาที่สองหรือสาม โดยเห็นได้จากจำนวนผู้เข้าสอบ เจโทร ทেসต์ เพื่อวัดระดับทักษะการใช้ภาษาญี่ปุ่นธุรกิจที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ตลอดระยะเวลา 8 ปีที่ผ่านมา

บทความและงานวิจัยเหล่านี้ได้แสดงถึงความแพร่หลายของ วัฒนธรรมญี่ปุ่น การใช้สื่อของวัยรุ่นไทยและการศึกษาภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นจากทั่วโลก

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 วิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทยจากสื่อมวลชนและแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่น” เป็นการวิจัยผู้รับสาร (Audience Analysis) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

3.1.1 การวิจัยเอกสาร (Documentary research) โดยมุ่งเน้นเพื่อรวบรวม ข้อมูลของเส้นทางและรูปแบบของวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่น ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย โดยดูจากบริบททางประวัติศาสตร์ และเพื่อให้เข้าใจถึงบริบททางสังคมและค่านิยมละครญี่ปุ่นในประเทศไทยให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนของละครญี่ปุ่น โดยการรวบรวมรายชื่อละครญี่ปุ่นที่แพร่ภาพในประเทศไทยในช่วงปีพ.ศ. 2543 ถึงปี พ.ศ. 2550 รวมทั้งสิ้น 7 ปี เพื่อวิเคราะห์จำนวนและรูปแบบ ของละครญี่ปุ่นที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย และรวบรวมข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ความคิดเห็นของนักเล่นเกมและเจ้าของเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกมคอมพิวเตอร์ (computer game) ที่เข้ามาและได้รับความนิยมในประเทศไทย

3.1.3 สัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) โดยแบ่งเป็นสองขั้นตอนคือ ขั้นตอนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยเกณฑ์ที่กำหนดโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยผู้วิจัยได้ทำการฟากลิงค์ แบบสอบถามเอาไว้บนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่น จำนวน 35 เว็บไซต์ เมื่อได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามที่ผู้วิจัยต้องการ ครบ 40 คน ผู้วิจัยจึงทำการติดต่อกลุ่มตัวอย่างทาง อีเมล จากนั้นจึงนัดกลุ่มตัวอย่างเพื่อ ทำการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) และบันทึกเทป ในประเด็นเกี่ยวกับการรับรู้รูปแบบและการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นรวมถึงแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้กลุ่มตัวอย่างเล่าประสบการณ์ของตนตั้งแต่เริ่มเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นจนถึงปัจจุบัน และผู้วิจัยคอยสอบถามในประเด็นที่สงสัย นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ สัมภาษณ์คุณกฤษฎา ตฤณานนท์ หัวหน้าฝ่ายต่างประเทศฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เพื่อนำข้อมูลที่ได้อามาเพิ่มเติมในส่วนเนื้อหาในบทที่ 4 ซึ่งเกี่ยวกับละครจากประเทศญี่ปุ่นถูกนำมาแพร่ภาพในประเทศไทยอีกด้วย

3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary sources)

ข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมินั้นปรากฏในส่วนของ ความสัมพันธ์และการเข้ามาของวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นในประเทศไทย การเปิดรับและติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง และแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นจากการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อป โดยมีผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้ และส่วนของการสรุป และอภิปรายผล

1. ข้อมูลจากคุณกฤษฎา ตฤชณานนท์ หัวหน้าฝ่ายต่างประเทศฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7 (สัมภาษณ์: 7 กันยายน 2550 เวลา 14.00 น.)
2. Ren และ Hitzuja นักเล่นเกม และสะสมเกมคอมพิวเตอร์ (Computer Game) จากเว็บไซต์ <http://www.thaigaming.com> (สอบถามข้อมูลผ่านเว็บไซต์)
3. ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จากการ คัดเลือกผ่านแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต (Questionnaires) จำนวน 40 คน (สัมภาษณ์: 28 มิถุนายน ถึง 13 กันยายน 2551)

3.2.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary sources)

ข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมินั้นปรากฏในส่วนที่มาและความสำคัญของปัญหา ทฤษฎี บทความที่เกี่ยวข้อง และความสัมพันธ์และการเข้ามาของวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นในประเทศไทย และส่วนของการสรุปและอภิปรายผล โดยมีแหล่งข้อมูลดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูล ในรูปแบบ สิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย งานวิจัย หนังสือ บทความ นิตยสาร และหนังสือพิมพ์
2. แหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตประกอบด้วย เว็บไซต์ต่างๆ ไฟล์มัลติมีเดียผ่านอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ และบทความทั้งในรูปแบบเอกสาร และไฟล์ PDF

3.3 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยเกณฑ์ที่กำหนด ผ่านแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต (Questionnaires) โดยกำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยดังต่อไปนี้

3.3.1 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็น วัยรุ่นชายและหญิงอายุระหว่าง 18 ถึง 25 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล เหตุผลที่ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุระหว่าง 18 ถึง 25 ปีนั้น เนื่องจาก ช่วงอายุ 18 ถึง 25 ปี นั้นเป็นช่วงอายุที่คาบเกี่ยวระหว่างชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มหาวิทยาลัย และวัยเริ่มต้นทำงาน ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย อีกทั้ง ผู้วิจัยเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างในช่วงนี้มีอิสระในการตัดสินใจและสามารถกำหนดแนวทางในอนาคตของตนเองได้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างในช่วงมัธยมต้น สำหรับการจำกัดขอบเขตการศึกษาในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑลนั้น เพื่อจำกัดความแตกต่างของโอกาสในการเข้าถึงสื่อโดยพิจารณาจาก อายุ ความรู้ ฐานะทางเศรษฐกิจ รวมถึงโอกาสในการเป็นเจ้าของสื่อตามทฤษฎีช่องว่างทางการสื่อสาร

3.3.2 กลุ่มตัวอย่างต้องเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นผ่านสื่อมวลชน และมีการติดตามอย่างจริงจังมากกว่า 5 ปีขึ้นไป

3.3.3 กลุ่มตัวอย่างต้อง เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาญี่ปุ่น ในปัจจุบัน โดยต้องเป็นผู้ที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นในโรงเรียน ศึกษาเป็นวิชาเอกหรือ วิชาโทในระดับมหาวิทยาลัย หรือเป็นผู้ที่ผ่านการสอบวัดระดับตั้งแต่ระดับ 4 ขึ้นไป การสอบวัดระดับภาษาญี่ปุ่นนั้น จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวัดความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นชาวต่างชาติโดยใช้มาตรฐานเดียวกันทั่วโลก การเข้าศึกษาและทำงานในประเทศญี่ปุ่นจำเป็นต้องใช้ผลสอบวัดระดับ แม้จะเรียนจบด้านภาษาญี่ปุ่นโดยตรงก็ตาม การสอบภายในประเทศญี่ปุ่นจัดโดย สมาคมสนับสนุนการศึกษา นานาชาติแห่งประเทศไทย (JEES) สำหรับการสอบนอกประเทศญี่ปุ่นนั้น มูลนิธิญี่ปุ่น (Japan Foundation) เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดสอบ การสอบจะจัดขึ้นปีละ 1 ครั้ง ในวันอาทิตย์แรกของเดือนธันวาคมพร้อมกันทั้งในประเทศญี่ปุ่นและนอกประเทศญี่ปุ่น โดยแบ่งเป็น 4 ระดับ เริ่มจากระดับ 4 ไปจนถึงระดับ 1 ซึ่งเป็นระดับที่ยากที่สุด ตั้งแต่ปี พ.ศ.2553 เป็นต้นไป การสอบวัดระดับภาษาญี่ปุ่นจะเปลี่ยนเป็น 5 ระดับโดยมีตัว N นำหน้าแต่ละระดับ และจัดสอบเพิ่มเป็น 2 ครั้งต่อปี

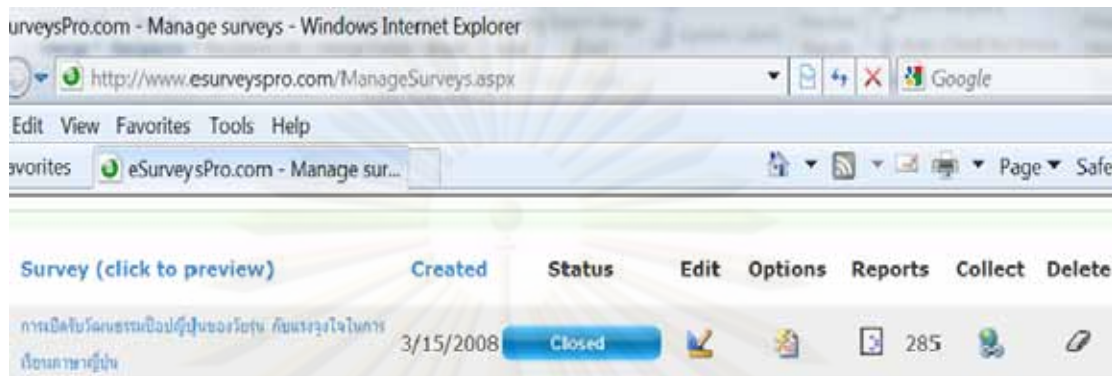
คือในเดือนกรกฎาคม และเดือนธันวาคม (รายละเอียดเกี่ยวกับการสอบวัดระดับสามารถดูได้จาก ภาพผนวก ข.)

สำหรับแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตนั้นผู้วิจัยใช้เวลาช่วงสองอาทิตย์แรกของเดือน มีนาคม พ.ศ. 2551 สำหรับการกำหนดคำถามที่ใช้ในการคัดกลุ่มตัวอย่างภายใต้การแนะนำของ อาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นจึงสร้างแบบสอบถามออนไลน์บนเว็บไซต์แบบสอบถามสำหรับการวิจัย <http://www.esurveyspro.com> โดยแบ่งคำถามออกเป็นสามส่วนคือ

1. คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร (Demography) ของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ครอบครัว และรายได้ของครอบครัว และวิธีติดต่อกับกลุ่มตัวอย่าง
2. คำถามเกี่ยวกับความสนใจใน วัฒนธรรม ป๊อปจากประเทศ ญี่ปุ่น ประเภท ของสื่อที่ เปิดรับ ระดับการติดตาม การใช้เวลาในการติดตามป๊อปญี่ปุ่นผ่านสื่อแต่ละประเภท
3. คำถามเกี่ยวกับการศึกษาภาษาญี่ปุ่น สถานที่เรียนภาษาญี่ปุ่น ระยะเวลาและความ ต่อเนื่องในการศึกษาภาษาญี่ปุ่น ระดับความสามารถในการใช้ภาษาญี่ปุ่นโดยวัดจากมาตรฐาน การสอบวัดระดับ (Japanese Language Proficiency Test) ซึ่งจัดสอบโดยรัฐบาลญี่ปุ่นปีละ 1 ครั้ง ทุกวันอาทิตย์แรกของเดือนธันวาคม เคยไปประเทศญี่ปุ่นหรือไม่ และการใช้ภาษาญี่ปุ่น ใน ชีวิตประจำวัน

โดยคำถามทั้งสาม ส่วนมีวัตถุประสงค์เพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ตรงกับคุณสมบัติที่กำหนดเอาไว้ กล่าวคือ เป็น วัยรุ่นชายและหญิงอายุระหว่าง 18 ถึง 25 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล เปิดรับวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศ ญี่ปุ่นผ่านสื่อมวลชนและมีการติดตามอย่างจริงจังมากกว่า 5 ปีขึ้นไป เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาญี่ปุ่น ในปัจจุบัน โดยต้องเป็น ผู้ที่ศึกษา ภาษาญี่ปุ่นในโรงเรียน ศึกษาเป็นวิชาเอกหรือวิชาโท ในระดับมหาวิทยาลัย หรือเป็นผู้ที่ผ่านการ สอบวัดระดับตั้งแต่ระดับ 4 ขึ้นไป

ภาพที่ 3.1 แบบสอบถามออนไลน์บนเว็บไซต์ eSurveysPro



สำหรับการค้นหา เว็บไซต์เกี่ยวกับวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นเพื่อฝากลิงค์แบบสอบถามนั้นผู้วิจัยแบ่งการค้นหาออกเป็น 2 วิธีคือ

1. สุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Technique) โดยทำการเชื่อมโยงจากหน้า Links ของเว็บไซต์ที่ผู้วิจัยรู้จักและจากคำแนะนำของเว็บมาสเตอร์ของแต่ละเว็บไซต์
2. ค้นหาจาก www.google.com ผู้วิจัยได้ทำการค้นหาโดยใช้ คำที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นเช่น ชื่อเรื่องของการ์ตูน เกม ละคร ภาพยนตร์ หรือชื่อศิลปินญี่ปุ่น เป็นต้น

ผู้วิจัยฝาก Links ไว้ในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นทั้งสิ้นจำนวน 35 เว็บไซต์ ดังต่อไปนี้

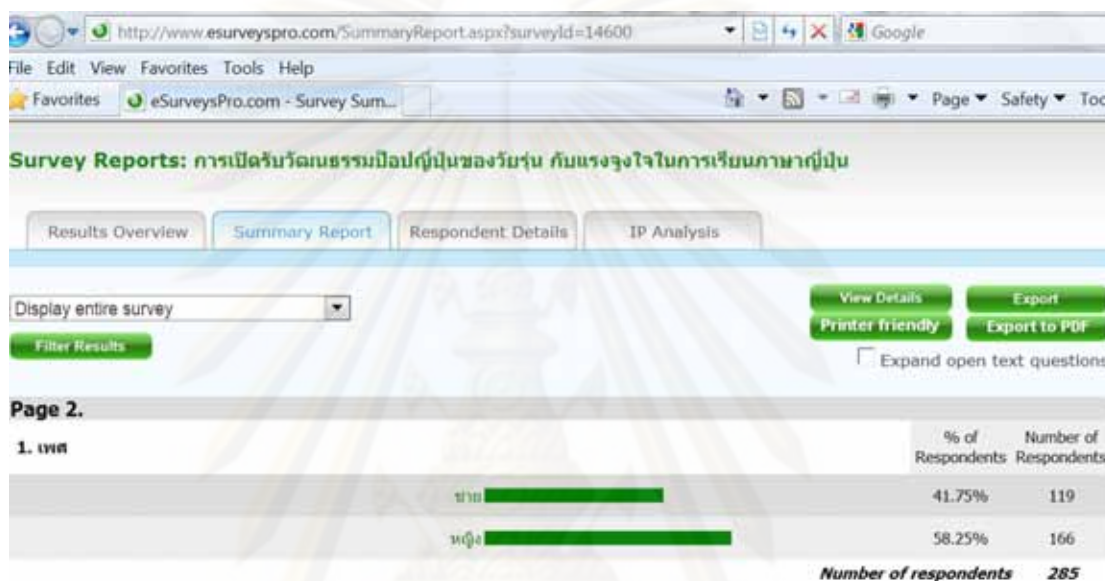
1. <http://lingbahh.proboards39.com/>
2. <http://main.tirx.com/main/>
3. <http://cz.podzone.net:88/>
4. <http://www.x-japanclub.com/>
5. <http://www.loveberryz.net/>
6. <http://www.ic-team.net/>
7. <http://www.online-station.net/>
8. <http://www.thaicybergames.com/>
9. <http://www.prontera.in.th/>
10. <http://www.ea.co.th/>

11. <http://www.dvdgameonline.com/>
12. <http://www.thaimog.com/>
13. <http://www.thaigaming.com/>
14. <http://www.vr-pcgames.com/>
15. <http://www.compgamer.com/>
16. <http://www.thaidrama.net/>
17. <http://www.baanseries.com/thai/>
18. <http://www.series.in.th/>
19. <http://drama.zubzip.com/>
20. <http://webboard.hunsa.com/>
21. <http://entertain.teenee.com/series/>
22. <http://www.popcornfor2.com/dramas/index.php>
23. <http://movie.sanook.com/drama/index.php>
24. <http://drama.kapook.com/>
25. <http://www.comtoon.com/>
26. <http://www.cartoon.co.th/>
27. <http://www.kizeki.com/>
28. <http://www.animagonline.com/>
29. <http://www.siamcomic.com>
30. <http://www.poripuri.com/>
31. <http://www.kartoon-discovery.com/>
32. <http://www.suansanook.com/cartoon/>
33. <http://cartoon.mthai.com/>
34. <http://www.thaigaming.com/anime-and-manga/>
35. <http://www.wondermay.com/homet.htm>

ในส่วนของการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตนั้นใช้เวลาทั้งสิ้น 45 วัน โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 15 มีนาคมจนถึงวันที่ 30 เดือนเมษายน พ.ศ. 2551 จึงได้กลุ่ม

ตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามที่ กำหนดไว้จำนวน 48 คน จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 285 คน เป็นชาย 119 คนคิดเป็น 41.75 เปอร์เซ็นต์ เป็นหญิง 166 คนคิดเป็น 58.25 เปอร์เซ็นต์

ภาพที่ 3.2 สัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง



มีผู้ติดตามวัฒนธรรมป๊อปนานกว่า 5 ปีจำนวน 167 คนคิดเป็น 58.60 เปอร์เซ็นต์ และมีผู้เคยหรือกำลังเรียนภาษาญี่ปุ่นอยู่จำนวน 173 คน หรือ 60.70 เปอร์เซ็นต์ แต่เมื่อรวมเกณฑ์ในการคัดกลุ่มตัวอย่างข้ออื่นๆ ที่ผู้วิจัยตั้งเอาไว้เข้าด้วยกัน มีตัวอย่างที่มีคุณสมบัติครบตามที่ผู้วิจัยต้องการทั้งสิ้นเพียง 48 คน มีผู้ไม่ประสงค์จะให้ข้อมูลในการวิจัย 6 คน ทำการสัมภาษณ์ 40 คน

3.4 การดำเนินงาน

สำหรับการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth-interview) นั้นผู้วิจัยใช้เวลาประมาณ 5 เดือนครึ่ง โดยเริ่ม ตั้งแต่ต้น เดือนเมษายน จนถึงกลางเดือนกันยายน พ.ศ. 2551 แบ่งเป็นช่วงทำความเข้าใจกับกลุ่มตัวอย่าง 3 เดือน และเริ่มทำการสัมภาษณ์กรณี ตัวอย่างคนแรกในวันเสาร์ที่ 28 มิถุนายน พ.ศ. 2551 สิ้นสุดในวันเสาร์ที่ 13 กันยายน 2551 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 2 เดือน 15 วัน

หลังจากฝากลิงค์แบบสอบถามครบทั้ง 35 เว็บไซต์ ผู้วิจัยจึง เริ่มเช็คข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามจากฐานข้อมูล บนอินเทอร์เน็ต และติดต่อกลุ่มตัวอย่าง ที่มีคุณสมบัติครบตามที่ต้องการ ทางอีเมล โดยเริ่มจากการขอเป็นเพื่อนกับกลุ่มตัวอย่าง ผ่านโปรแกรม MSN เมื่อกลุ่มตัวอย่างตอบรับเป็นเพื่อน และออนไลน์ผ่านโปรแกรมผู้วิจัยจะเริ่มแนะนำ ตัวเองกับกลุ่มตัวอย่าง และอธิบาย รวมทั้งขอความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ เริ่มแรกกลุ่มตัวอย่างทุกคนแสดงออกไปในทางเดียวกันคือ ไม่ต้องการออกมาพบและให้สัมภาษณ์กับผู้วิจัยด้วยเหตุผล 3 ข้อคือ

1. ไม่อยากออกจากบ้านเพื่อมาพบผู้วิจัยเนื่องจากต้องเสียค่าใช้จ่าย
2. ไม่ไว้ใจในตัวผู้วิจัยเนื่องจากการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต
3. กลัวเสียชื่อเสียงหากผู้วิจัยนำข้อมูลไปวิเคราะห์ตีความในเชิงลบ

ผู้วิจัยได้แก้ปัญหาทั้ง 3 ข้อด้วยโดยเริ่มจากการสร้างความคุ้นเคยกับกลุ่มตัวอย่างก่อนเป็นอันดับแรก โดยการชวนกลุ่มตัวอย่างพูดคุยถึง ในเรื่อง วัฒนธรรมป๊อป ที่กลุ่มตัวอย่างติดตาม และชื่นชอบอยู่ในขณะนั้น ด้วยการสังเกตจากรูปแทนตัวเอง หรือชื่อที่กลุ่มตัวอย่างใช้บนโปรแกรม MSN และชื่ออีเมลของกลุ่มตัวเองเองที่มักจะแสดงให้เห็นถึงสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างชอบ และเมื่อกลุ่มตัวอย่างรู้ว่าผู้วิจัยชอบและ มีความสนใจวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นเช่นกัน ก็ เริ่มคุยกับผู้วิจัยอย่างเป็นกันเองมากขึ้น

หลายคนเล่าให้ผู้วิจัยฟังว่ารู้สึกกลัว เพราะผลงานวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมป๊อปของญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็น ดนตรี นิยาย หรือการ์ตูน ที่พวกตนเคยเห็นมักจะออกมาในเชิงลบ โดยเฉพาะการวิจัยเกี่ยวกับการ์ตูนแนว Boy's Love หรือชายรักชาย แม้ว่าผู้วิจัยจะพยายามอธิบายว่างานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยในเชิงบวกกลุ่มตัวอย่างก็ยังคงกังวลอยู่เช่นเดิม กลุ่มตัวอย่างบอกผู้วิจัยว่าเวลาที่นักวิจัยมาขอข้อมูลมักจะพูดจาดีแสดงความเข้าใจคล้อยตามแต่เมื่อนำไปเขียนจริงๆ มักจะเขียนออกมาในเชิงลบ ในจุดนี้ผู้วิจัยแก้ไขด้วยการแสดงให้กลุ่มตัวอย่างเห็นอย่างชัดเจนว่าตัวผู้วิจัยไม่มีเจตนาที่จะสร้างความเสียหายให้กับกลุ่มตัวอย่าง และตัวผู้วิจัยเองก็ เป็นผู้ที่มีความสนใจในวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นเช่นกัน

ผู้วิจัยได้ทิ้งระยะโดยเปลี่ยนไปพูดคุยเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมป๊อปที่กลุ่มตัวอย่างชอบโดยไม่พูดถึงการสัมภาษณ์หรือการทำวิจัยอีก เมื่อกลุ่มตัวอย่างเริ่มคุ้นเคยกับผู้วิจัยก็เริ่มสอบถามเรื่องของผู้วิจัยบ้าง ทั้งเรื่องการเรียน และเรื่องความชอบ เมื่อรู้ว่าผู้วิจัยทำงานเกี่ยวข้องกับภาษาญี่ปุ่น

รวมถึงเคยเรียนที่ประเทศญี่ปุ่นมาก่อน กลุ่มตัวอย่างบางคนก็เริ่มพูดคุยซักถามในเรื่องภาษา การใช้ชีวิตในญี่ปุ่น ค่าใช้จ่าย และบางครั้งก็สอบถามข้อมูลในการทำรายงาน บ่อยครั้งที่กลุ่มตัวอย่างขอให้ผู้วิจัยช่วยแปลข่าวสารที่ตนเองยังไม่สามารถอ่านได้ โดยผู้วิจัยใช้ระยะเวลา ในการทำความเข้าใจความคุ้นเคยกับกลุ่มตัวอย่างประมาณ 3 เดือน

เมื่อผู้วิจัยและกลุ่มตัวอย่างเกิดความไว้วางใจ เชื่อใจ และสนิทกันในระดับหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นฝ่ายชวนผู้วิจัยมาพบเมื่อมีการจัดกิจกรรมกลุ่ม หรือมีการนัดพบกันระหว่างเพื่อนในกลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยก็ได้ใช้โอกาสนี้ขอสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างและนัดวันเวลาที่นัด ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างก็จะให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 48 คน มีตัวอย่างที่ไม่ประสงค์ให้ข้อมูลในการวิจัยจำนวน 6 คน ผู้วิจัยเริ่มสัมภาษณ์ตัวอย่างคนแรกในวัน เสาร์ที่ 28 มิถุนายน พ.ศ. 2551 และสิ้นสุดในวันเสาร์ที่ 13 กันยายน 2551 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 2 เดือน 15 วัน

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงอายุสถานศึกษาและวันเวลาในการสัมภาษณ์ของตัวอย่างเพศชาย

ลำดับ ที่	ชื่อ(นาม สมมติ)	อายุ	การศึกษา	วันเวลาในการสัมภาษณ์
1	ต่อ	18	นวมินทรราชินูทิศ สตรีวิทยา 2 , ศิลป์/ญี่ปุ่น	23 สิงหาคม 2551 (เสาร์)
2	บอล	19	ABAC, บริหารธุรกิจ/ญี่ปุ่น	8 กรกฎาคม 2551 (อังคาร)
3	ไก่	21	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, วิศวกรรมศาสตร์/มัลติมีเดีย	2 สิงหาคม 2551 (เสาร์)
4	เต้	23	ราชมนถณ์บุรี, สื่อสารมวลชน	25 สิงหาคม 2551 (จันทร์)

ตารางที่ 3.2 ตารางแสดงอายุสถานศึกษาและวันเวลาในการสัมภาษณ์ของตัวอย่างเพศหญิง

ลำดับ ที่	ชื่อ(นาม สมมติ)	อายุ	การศึกษาภาษา	เขต/จังหวัด
1	ตาล	18	ธรรมศาสตร์, ภาษาและวรรณคดี อังกฤษ	5 กรกฎาคม 2551 (เสาร์)
2	อัยจิน	18	ฤทธิยะวรรณาลัย, ศิลป์/คำนวณ	12 กรกฎาคม 2551 (เสาร์)
3	ม่อน	18	ธรรมศาสตร์, บริหารวิศวกรรม	19 กรกฎาคม 2551 (เสาร์)
4	ขวัญ	18	สตรีวัดอัมพรสวรรค์, ศิลป์/ญี่ปุ่น	20 กรกฎาคม 2551 (อาทิตย์)
5	มิล	18	สาธิตประทุมวัน, วิทยุ/คณิตฯ	26 กรกฎาคม 2551 (เสาร์)
6	น้ำแข็ง	18	ลาดกระบัง, เอกญี่ปุ่น	26 กรกฎาคม 2551 (เสาร์)
7	ริน	18	สตรีวิทยา 2, วิทยุ/คณิตฯ	27 กรกฎาคม 2551 (อาทิตย์)
8	ไม้	18	โรงเรียนศรีอยุธยา, วิทยุ/คณิตฯ	9 สิงหาคม 2551 (เสาร์)
9	นันท์	18	สายน้ำผึ้ง/ ศิลป์/จีน	16 สิงหาคม 2551 (เสาร์)
10	ใจ	18	เตรียมอุดม พัฒนาการ	23 สิงหาคม 2551 (เสาร์)
11	เอ็ม	18	สถาบันเทคโนโลยี ไทย- ธุรกิจญี่ปุ่น / ญี่ปุ่น	6 กันยายน 2551 (เสาร์)
12	เชอรี่	19	เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ / เอกญี่ปุ่น	29 มิถุนายน 2551 (อาทิตย์)
13	นุ่น	19	หอการค้า/ เอกญี่ปุ่น	5 กรกฎาคม 2551 (เสาร์)
14	แมว	19	เกษตรศาสตร์, อุตสาหกรรมสิ่งทอ	26 กรกฎาคม 2551 (เสาร์)
15	อร	20	ABAC, บริหารธุรกิจ	12 กรกฎาคม 2551 (เสาร์)
16	นก	20	จุฬาลงกรณ์, วิศวกรรมศาสตร์	15 กรกฎาคม 2551 (อังคาร)
17	ภัทร์	20	เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์/ เอกญี่ปุ่น	20 กรกฎาคม 2551 (อาทิตย์)
18	จูน	20	ศรีนครินทรวิโรฒ/ เอกญี่ปุ่น	17 สิงหาคม 2551 (อาทิตย์)
19	จิน	21	หอการค้า/ เอกญี่ปุ่น	3 กรกฎาคม 2551 (พฤหัสบดี)
20	กิ๊ก	21	จุฬาลงกรณ์, จิตวิทยา	19 กรกฎาคม 2551 (เสาร์)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) ตารางแสดงอายุสถานศึกษาและวันเวลาในการสัมภาษณ์ของตัวอย่างเพศหญิง

ลำดับ ที่	ชื่อ(นาม สมมติ)	อายุ	การศึกษาภาษา	เขต/จังหวัด
21	นน	21	มหิดล, แพทยศาสตร์ศิริราช พยาบาล	31 กรกฎาคม 2551 (พฤษภาคม)
22	นัท	21	กรุงเทพ /การออกแบบนิเทศศิลป์	12 สิงหาคม 2551 (อังคาร)
23	น้ำ	22	จบจาก เกษตรศาสตร์,เอกญี่ปุ่น * ล่ามภาษาญี่ปุ่น	28 มิถุนายน 2551 (เสาร์)
24	คาเมะ	22	ตรี หอการค้า, บริหารธุรกิจ โท หอการค้า, MBA	30 สิงหาคม 2551 (เสาร์)
25	แตง	23	มหิดล/ วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์	6 กรกฎาคม 2551 (อาทิตย์)
26	อิง	23	รามคำแหง, เอกรัฐศาสตร์ โทญี่ปุ่น ล่ามภาษาญี่ปุ่น	16 สิงหาคม 2551 (เสาร์)
27	มิน	23	ศิลปากร, เอกญี่ปุ่น ล่าม Jap	19 สิงหาคม 2551 (อังคาร)
28	แก้ว	23	จบจาก Abac, บริหาร/โทญี่ปุ่น *ล่ามภาษาญี่ปุ่น	28 สิงหาคม 2551 (พฤษภาคม)
29	ปี	23	จบจากศิลปากร/ เอกญี่ปุ่น ฝ่ายบุคคลบริษัทญี่ปุ่น	6 กันยายน 2551 (เสาร์)
30	มิกะ	24	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, รัฐประศาสนศาสตร์ * ประชาสัมพันธ์สำนักงาน ทนายความ	29 มิถุนายน 2551 (อาทิตย์)
31	นุช	24	จบจาก หอการค้า, เอกญี่ปุ่น * ฝ่ายจัดซื้อบริษัทญี่ปุ่น	9 สิงหาคม 2551 (เสาร์)
32	กุ่ม	24	จบจาก ธรรมศาสตร์/ เอกญี่ปุ่น * เลขานุการบริษัทญี่ปุ่น	30 สิงหาคม 2551 (เสาร์)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) ตารางแสดงอายุสถานศึกษาและวันเวลาในการสัมภาษณ์ของตัวอย่างเพศหญิง

ลำดับ ที่	ชื่อ(นาม สมมติ)	อายุ	การศึกษา	เขต/จังหวัด
33	ก้อย	24	จบจาก เกษตรศาสตร์/ เอกญี่ปุ่น *นักแปล ญี่ปุ่น-ไทย	13 กันยายน 2551 (เสาร์)
34	ฟ้า	25	รามคำแหง, นิติศาสตร์ปี 7	5 สิงหาคม 2551 (อังคาร)
35	เก้	25	จบจาก มหาลัยเทคโนโลยีราชมงคล/บริหารการจัดการ * บริษัทโฆษณา	18 สิงหาคม 2551 (จันทร์)
36	แป้ม	25	จบจาก มหาวิทยาลัยสงขลลา, เอก ญี่ปุ่น *โท ธรรมศาสตร์ /เอเชียศึกษา	13 กันยายน 2551 (เสาร์)

ในการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) กลุ่มตัวอย่างทั้ง 40 คนนั้น การสัมภาษณ์เป็นไปโดยง่ายเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างและผู้วิจัยมีความคุ้นเคยกันอยู่แล้วในระดับหนึ่ง โดยคำถามหลักๆ ที่ผู้วิจัยใช้ในการสัมภาษณ์มีทั้งหมด 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับตัวของผู้ถูกสัมภาษณ์โดย เป็นการสอบถามเพิ่มเติมจากคำถามที่ผู้วิจัยตั้งไว้ในแบบสอบถาม เช่น ชื่อ นามสกุล สถานศึกษา และอีกส่วนหนึ่ง เป็นการถาม ข้ำถึงคำถามต่างๆ ที่กลุ่มตัวอย่างได้ตอบไว้ในแบบสอบถามเพื่อเป็นการเช็คซ้ำข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างเคยตอบเอาไว้

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับ วัฒนธรรมป๊อปโดยผู้วิจัยได้ถามลึกไปถึง ชื่อ รวมทั้งเนื้อหาของการ์ตูน เกม ดารา หรือวงดนตรี ที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบ จากนั้นจึงขอให้กลุ่มตัวอย่างเล่าให้ฟังถึงพัฒนาการในการเปิดรับและติดตาม วัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นของตนเอง ไปจนถึงจุดที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเรียนภาษาญี่ปุ่น

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการเรียนภาษาญี่ปุ่นโดย ผู้วิจัยได้ สอบถามถึงรูปแบบการเรียน โดยละเอียด รวมไปถึงการใช้ภาษาญี่ปุ่นในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปีอบที่กลุ่มตัวอย่าง ย่างขึ้น ชอบ นอกจากนั้นผู้วิจัยได้ชวนกลุ่มตัวอย่างพูดคุยเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่นและภาษาญี่ปุ่นโดยจะนำ หนังสือการ์ตูนหรือนิตยสารญี่ปุ่นขึ้นมาแล้วลองสอบถามกลุ่มตัวอย่างเพื่อทดสอบความรู้เกี่ยวกับ ภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้ง ชวนกลุ่มตัวอย่างพูดคุยเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีหรือ สถานที่ท่องเที่ยวในญี่ปุ่นเป็นต้น

หลังจากได้ข้อมูลทั้งหมดแล้วผู้วิจัยได้นำมาถอดเทป และจัดเรียงให้เป็นระบบจนครบทุก คน แล้วจึงเริ่มเข้าสู่ช่วงของการวิเคราะห์ ข้อมูล โดยมีการติดต่อสอบถามกลุ่มตัวอย่างผ่าน โทรศัพท์ อีเมล และโปรแกรม MSN อยู่เรื่อยๆ แม้จะจบช่วงเก็บข้อมูลแล้วแต่ผู้วิจัยยังคงติดต่อ พูดคุยกับกลุ่มตัวอย่างเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

3.5 วิเคราะห์และตีความข้อมูล

3.6.1 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและ ประเทศญี่ปุ่น รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมปีอบจากประเทศญี่ปุ่นที่ผ่านสื่อมวลชนเข้ามา แพร่หลาย และได้รับความนิยมในประเทศไทยทั้งจากหนังสือ อินเทอร์เน็ต และบุคคล มาวิเคราะห์ และเรียบเรียงเพื่อให้ได้ภาพความสัมพันธ์ระหว่างประเทศญี่ปุ่นและประเทศไทย รวมถึงลักษณะ ความนิยมวัฒนธรรมปีอบจากประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทยในบริบททางประวัติศาสตร์ที่ชัดเจนซึ่ง ปรากฏในบทที่ 1 บทที่ 2 และ บทที่ 4

3.6.2 นำข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มตัวอย่าง (In-depth interview) จำนวน 40 คน มาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามถึงรูปแบบวัฒนธรรมปีอบจากประเทศญี่ปุ่นที่กลุ่ม ตัวอย่างเปิดรับ รวมถึงวิธีการ และความเชื่อมโยงที่นำสู่ความต้องการศึกษาภาษาญี่ปุ่นของกลุ่ม ตัวอย่าง ซึ่งจะปรากฏในบทที่ 5 บทที่ 6 และบทที่ 7

3.6 การนำเสนอข้อมูล

งานวิจัยครั้งนี้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 7 บท และนำเสนอด้วย ข้อมูล ด้วยวิธีวิธีพรรณนา โดย เนื้อหาในแต่ละบทแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้

3.6.1 การนำเสนอข้อมูลในบทที่ 1 เป็นการกล่าวถึงที่มาและความสำคัญของปัญหาในการวิจัยครั้งนี้ ปัญหาวิจัย วัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตกา วิจัย นิยามที่ใช้ในการวิจัย รวมถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

3.6.2 การนำเสนอข้อมูลในบทที่ 2 เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้เป็นกรอบในการวิจัยครั้งนี้ โดยประกอบไปด้วย แนวคิดเรื่อง วัฒนธรรมป๊อป (Popular Culture) ซึ่งผู้วิจัยใช้ในการนิยามคำว่า วัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่น แนวคิดเรื่องการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural Communication) ใช้ในการอธิบาย กระบวนการแพร่กระจายของวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นผ่านสื่อมวลชน สำหรับแนวคิดเรื่องแรงจูงใจ (Motivation) นั้นผู้วิจัยใช้ในการอธิบายความเชื่อมโยงและหว่างความชื่นชอบในวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างและรูปแบบแรงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่น ที่เกิดขึ้น ในส่วนของแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity) ผู้วิจัยนำมาใช้อธิบายการเรียนภาษาญี่ปุ่นในฐานะอัตลักษณ์ของผู้ชื่นชอบวัฒนธรรมญี่ปุ่น และทฤษฎีสุดท้ายคือทฤษฎีช่องว่างทางข่าวสารและความรู้ (Information and Knowledge Gap) ผู้วิจัยนำมาใช้ประกอบเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังนำเสนอแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเอาไว้ในบทนี้อีกด้วย

3.6.3 การนำเสนอข้อมูลในบทที่ 3 นั้น เป็นการนำเสนอข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับงานวิจัยชิ้นนี้ โดยเป็นรายละเอียดในส่วนของ วิธีวิจัย แหล่งข้อมูล ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ขั้นตอนการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์และอภิปรายผล การนำเสนอ รวมถึงข้อจำกัดในการวิจัย

3.6.4 การนำเสนอข้อมูลในบทที่ 4 เป็นการนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น รวมถึงความเป็นมาในการแพร่หลายของวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นที่ได้รับ ความสำเร็จในประเทศไทยในเชิงประวัติศาสตร์

3.6.5 การนำเสนอข้อมูลในบทที่ 5 เป็นการนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับ ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง รูปแบบ การเปิดรับ สื่อที่ใช้ และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

3.6.6 การนำเสนอข้อมูลในบทที่ 6 เป็นการนำเสนอข้อมูลเชิงสถิติและเชิงพรรณนาเกี่ยวกับแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น การสนับสนุนจากผู้ปกครอง การเรียนภาษาญี่ปุ่น ลักษณะงานที่กลุ่มตัวอย่างทำหลังเรียนจบ

3.6.7 การนำเสนอข้อมูลในบทที่ 7 เป็นการสรุป และอภิปรายผล ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ รวมถึงข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับต่อยอดการวิจัย

3.7 ข้อจำกัดและอุปสรรคในการวิจัย

3.7.1 ปัญหาด้านความเชื่อใจระหว่างผู้วิจัยและกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ใช้การคัดกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้กระจายกันออกไป ซึ่งผู้วิจัยได้กลุ่มตัวอย่างที่อยู่กระจายกันไปในแต่ละเขตตามที่ต้องการ แต่ผู้วิจัยต้องประสบปัญหาด้านความเชื่อใจในการติดต่อดังกล่าว ษณ์กลุ่มตัวอย่างเป็นอย่างยิ่ง เพราะปัจจุบัน มีข่าวอาชญากรรมที่เกิดขึ้นจากการล่อลวงทางอินเทอร์เน็ต บ่อยครั้งทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความระแวง อีกรื่องานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ วัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นที่ออกมาส่วนใหญ่ มักเป็นแง่ลบทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่ยอมให้สัมภาษณ์และแสดงออกอย่างชัดเจนว่าไม่ต้องการยุ่งเกี่ยวกับการทำงานวิจัยใดๆ บางครั้งกลุ่มตัวอย่างยอมให้ผู้วิจัยสัมภาษณ์แต่ไม่ยอมให้ชื่อและนามสกุลจริง ทำให้ผู้วิจัยต้องใช้เวลาเพิ่มขึ้นอย่างมาก ในการสร้างความไว้วางใจใจ จนกระทั่งกลุ่มตัวอย่างยอมบอกชื่อจริงและนามสกุลกับผู้วิจัย

3.7.2 ปัญหาเรื่องความสมดุลของเพศหญิงและเพศชายในการวิจัยเนื่องจากผู้วิจัยได้ ใช้การคัดกลุ่มตัวอย่างแบบ 2 ชั้นตอน ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถควบคุมตัวแปรในด้านเพศของกลุ่มตัวอย่างได้ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์ทั้งสิ้น 285 คน กลุ่มตัวอย่างชายมีจำนวน 119 คนคิดเป็น 41.90 เปอร์เซ็นต์ และกลุ่มตัวอย่างหญิง 166 คนคิดเป็น 58.25 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งมีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก แต่เมื่อรวมข้อกำหนดในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดของผู้วิจัยเข้าด้วยกัน กลุ่มตัวอย่างชายกลับเหลือเพียง 4 คน ซึ่งทำให้การวิจัยครั้งนี้ไม่สามารถวิเคราะห์ตัวแปรด้านเพศที่มีผลต่อการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นและแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นให้ชัดเจนได้

3.7.3 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีสถานะทางการศึกษา ระยะเวลา และวิธีการศึกษาที่แตกต่างกัน ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จึงไม่สามารถวัดไปถึงผลสัมฤทธิ์ในการเรียนภาษาที่เกิดโดยแรงจูงใจจากวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นให้ชัดเจนลงไปได้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

วัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นและความนิยมในประเทศไทย

4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น

ประเทศไทย และ ประเทศญี่ปุ่นได้ สถาปนาความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ โดยมีการติดต่อแลกเปลี่ยนทางการทูตยาวนานถึง 120 ปี แต่จากหลักฐานทางเอกสารพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศญี่ปุ่นและประเทศไทย สามารถนับย้อนกลับไปได้ถึง 600 ปี ระหว่างปี ค.ศ.1609 ถึง 1630 (พ.ศ. 2152 ถึง 2173) ซึ่งตรงกับสมัยเคichoถึงสมัยคังเอ ทั้งสองประเทศมีการติดต่อกัน มีการส่งเรือ "โกะซุอิน" เดินทางมาประเทศไทย และมีการก่อตั้ง หมู่บ้านชาวญี่ปุ่นที่อยุธยา ซึ่งเป็นเมืองหลวงในขณะนั้น ทั้งยังที่ชาวญี่ปุ่นหลายคนได้เข้ามามีบทบาทในประเทศไทย เช่น อะคุอิ สึมิอิโร, ชิโรอิ คิวเอมอน และยามาดะ นางามาสะ สันนิษฐานว่าในสมัยดังกล่าว มีชาวญี่ปุ่นอาศัยอยู่ในเมืองไทยประมาณ 3,000 คน

นอกจากการติดต่อแลกเปลี่ยนกันและกันในระดับประชาชนต่อประชาชนแล้ว ยังมีการแลกเปลี่ยนเครื่องบรรณาการและสาส์นระหว่างพระมหากษัตริย์ไทย และ รัฐบาลโชกุนแห่งตระกูลโตกุกาวะ แต่ยังไม่มีการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตอย่างเป็นทางการ และผลจากการปิดประเทศในสมัยโชกุนเอะมิตสึ ทำให้การติดต่อกับต่างประเทศรวมถึงการติดต่อกับประเทศไทยได้หยุดชะงักลง แต่มีหลักฐานบันทึกไว้ว่า มีเรือสินค้าจากสยามเข้าเทียบท่าที่นางาซากิจนถึงปี ค.ศ. 1756 (พ.ศ. 2299 ตรงกับปี โสเรซึที่ 6) (เว็บไซต์สถานเอกอัครราชทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทย <http://www.th.emb-japan.go.jp/th/relation/index100.htm>)

ถึงแม้ประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นจะมีความสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการเรื่อยมา แต่สำหรับประเทศญี่ปุ่นแล้วประเทศไทยไม่ใช่ประเทศที่เป็นที่รู้จักหรือคุ้นหูมากนัก จนกระทั่งปี พ .ศ. 2483 ปีเดียวกันกับที่ประเทศญี่ปุ่นได้เฉลิมฉลองการก่อตั้งประเทศครบ 2600 ปี ญี่ปุ่นได้เริ่มให้ความสำคัญแก่ประเทศไทยในฐานะประเทศที่มันที่นำไปสู่การโจมตีพ มาและมาลาญ ประเทศไทยจึงเปลี่ยนสถานะจากประเทศที่ไม่ได้รับความสนใจ เป็นประเทศที่มีความสำคัญอย่างมากในทันที

ผลจากการที่ประเทศญี่ปุ่นเริ่มส่ง นัสนุนระเบียบใหม่ในเอเชียบูรพา และวงไพบูลย์แห่งมหาเอเชียบูรพา ทำให้ชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในเมืองไทยเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว และเป็นเหตุให้ประเทศไทยต้องเข้าร่วมในสงครามมหาเอเชียบูรพาในเวลาต่อมา (โยชิคาว่า โทชิฮารุ, 2550)

ส. คลองหลวง ได้กล่าวถึงการเข้ามาบุกประเทศไทยของประเทศญี่ปุ่นไว้ในหนังสือ “2484 ญี่ปุ่นบุกไทย” ว่าวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2484 ตั้งแต่เวลาประมาณ 02.00 นาฬิกากองทัพญี่ปุ่นได้ยกพลขึ้นบกที่ประจวบคีรีขันธ์และอีกหลายจังหวัดในภาคกลางที่ติดอ่าวไทย มีการต่อสู้ด้านทานอย่างเข้มแข็งของทหารไทย ประชาชนทั่วไปและอาสาสมัครที่เป็นเยาวชน ที่เรียกว่า ยุวชนทหาร เช่นการรบที่สะพานท่านางสังข์จังหวัดชุมพร

กลุ่มยุวชนทหารและกองกำลังผสมทหารตำรวจต่อสู้ปะทะกันอยู่ที่สะพานท่านางสังข์ โดยกลุ่มยุวชนทหารนั้นมีร้อยเอกถวิล นิยมเสนเป็นผู้บังคับการ แม้อ้อยเอกถวิลจะถูกทหารญี่ปุ่นยิงเสียชีวิตระหว่างนำกำลังยุวชนทหารออกมาปะทะกองทัพญี่ปุ่น แต่ยุวชนทหารยังคงสู้ต่อไป

การต่อสู้ทำท่าว่าจะยืดเยื้อต่อไปจนกระทั่งจักรวรรดิญี่ปุ่นเดินทางมาพบนายกรัฐมนตรียและประกาศว่าไม่ต้องการยึดครองประเทศไทยแต่จะขอใช้ไทยเป็นทางผ่านไปยังพม่าและอินเดียพร้อมกันนั้นยังข่มขู่ว่าญี่ปุ่นได้เตรียมเครื่องบินทิ้งระเบิด บิดไว้ที่ไซ่ง่อนจำนวน 250 ลำ และจะทิ้งระเบิดที่กรุงเทพฯหากประเทศไทยไม่ยอมให้ผ่าน รัฐบาลไทยเห็นว่า ไม่ สามารถต้านทานกองกำลังญี่ปุ่นได้นานจึงยอมยุติการต่อสู้และประกาศทางวิทยุให้ทุกฝ่ายหยุดยิง ในวันที่ 11 ธันวาคม จากนั้นทำพิธีลงนามร่วมเป็นพันธมิตรกับญี่ปุ่นในวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2484 ที่พระอุโบสถวัดพระศรีรัตนศาสดาราม

หลังจากการลงนามร่วมกันเมื่อรัฐบาลญี่ปุ่นทราบว่าการกลุ่มยุวชนทหารหลายคนเป็นเพียงนักเรียนมัธยม จึงส่งหนังสือเชิดชูความกล้าหาญมายังกระทรวงกลาโหม และร้อยเอกถวิล นิยมเสน ได้รับแต่งตั้งขึ้นเป็นพันโท ส่วนการเชิดชูเกียรติของยุวชนทหารผู้เสียชีวิตและผู้ร่วมต่อสู้ในครั้งนี้ มีอนุสาวรีย์อยู่ที่ริมสะพานท่านางสังข์ จังหวัดชุมพร เป็นรูปยุวชนทหารพ ร่วมกับอาวุธปืนยาวติดดาบปลายปืนในท่าเฉียดอาวุธ

หลังจากการลงนามร่วมกันเมื่อรัฐบาลญี่ปุ่นทราบว่าการกลุ่มยุทธชนทหารหลายคนเป็น น.พ.เพียงนักเรียนมัธยม จึงส่งหนังสือเชิญความกล้าหาญมาอ้างกระทรวงกลาโหม และร้อยเอกถวิล นิยมเสน ได้รับแต่งตั้งขึ้นเป็นพันโท ส่วนการเชิญเกียรติของยุทธชนทหารผู้เสียชีวิตและผู้ร่วมต่อสู้ในครั้งนั้น มีอนุสาวรีย์อยู่ที่ริมสะพานท่านางสังข์ จังหวัดชุมพร เป็นรูปยุทธชน ทหารพร้อมกับอาวุธปืนยาวติดดาบปลายปืน ในท่าเคียงอาวุธ เมื่อไทยทำพิธีลงนามร่วมเป็นพันธมิตรกับญี่ปุ่น ย่อมหมายถึงการประกาศสงครามอย่างเต็มตัวกับฝ่ายสัมพันธมิตร ทางสหรัฐอเมริกาได้ส่งเครื่องบิน ปี 24 และปี 29 อันเป็นเครื่องบินขนาดใหญ่มาทิ้งระเบิดอาคารบ้านเรือนต่าง ๆ ที่ กรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเวลากลางคืน เมื่อมาถึงทางการจะเปิดเสียงสัญญาณเตือนให้ประชาชนหลบในหลุมพรางที่ขุดขึ้นเอง หรือทำการพรางไฟ เป็นต้น แต่ประชาชนบางส่วนได้อพยพย้ายไปอยู่ตามชานเมืองหรือต่างจังหวัดตลอดจนลงไปอยู่ในหลุมที่ทางการจัดสร้างไว้ ซึ่งการอพยพนั้นมักจะเดินกันเป็นขบวนกลุ่มใหญ่เหมือน ขบวนคาราวาน โดยชานเมืองที่ผู้คนนิยมไปกันเป็นจำนวนมากคือ บริเวณถนนสุขุมวิท ซึ่งในเวลานั้นเรียกว่า บางกะปิ

ขณะเดียวกัน ม.ร.ว.เสนีย์ ปราโมช เอกอัครราชทูตไทยประจำสหรัฐอเมริกา ได้ประกาศก่อตั้งขบวนการเสรีไทยขึ้นที่ประเทศสหรัฐอเมริกาในวันที่ 12 ธันวาคม ส่งผลให้เสถียรภาพความมั่นคงของรัฐบาลไทยสั่นคลอน เมื่อคณะราษฎรฝ่ายพลเรือนหลายคน อาทิเช่น ปรีดี พนมยงค์ ทวี บุณยเกตุ ดวง อภัยวงศ์ ได้แยกตัวออกมา และเข้าร่วมในขบวนการเสรีไทยในประเทศ มีผลให้การประกาศสงครามของไทยกับฝ่ายสัมพันธมิตรเป็นโมฆะโดยอ้างเหตุว่าขณะที่ประกาศสงครามนั้นหนึ่งในผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์คือ นายปรีดี พนมยงค์ ไม่ได้ลงนามด้วย ซึ่งนับว่าเป็นประเทศเดียวที่ เป็นผู้แพ้สงครามแต่สามารถพลิกกลับมาเป็นฝ่ายสัมพันธมิตรได้ (ส. คลองหลวง, 2543)

หลังจากพ่ายแพ้ในสงครามโลกครั้งที่ 2 ประเทศญี่ปุ่นต้องแบกรับค่าเสียหายจากสงครามรวมทั้งตกอยู่ในสภาพบอบช้ำยับเยินจากการทิ้งระเบิดปรมาณูที่ฮิโรชิมาและนางาซากิ ของสหรัฐอเมริกา แต่เพียงไม่นานญี่ปุ่นก็กลับมา มีอิทธิพลต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจในประเทศไทยอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน ในช่วงปี พ.ศ. 2509 ถึง 2518 การลงทุนโดยตรง สถิติของญี่ปุ่นในประเทศไทยมีถึง 26.96 เปอร์เซ็นต์ เป็นที่สองรองจากประเทศสหรัฐอเมริกาเท่านั้น โดย 50 เปอร์เซ็นต์เป็นการลงทุนด้านอุตสาหกรรม และอีก 20 เปอร์เซ็นต์เป็นการลงทุนด้านการค้า โดยมีบริษัทญี่ปุ่นประมาณ 75 บริษัทประกอบกิจการ อยู่ในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2520 การนำเข้าและส่งออกของไทย 64 เปอร์เซ็นต์ต้องผ่านบริษัทญี่ปุ่น นอกจากนี้ญี่ปุ่นยังเข้าถือหุ้นในอุตสาหกรรมหลักของ

ประเทศไทยในอัตราสูง เช่น อุตสาหกรรมอาหาร 88 เปอร์เซ็นต์ อุตสาหกรรมรถยนต์ 70 เปอร์เซ็นต์ อุตสาหกรรมทอผ้า 68 เปอร์เซ็นต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า 66 เปอร์เซ็นต์ เหมืองแร่ 50 เปอร์เซ็นต์ อุตสาหกรรมเคมี 49 เปอร์เซ็นต์ อุตสาหกรรมเหล็ก 33 เปอร์เซ็นต์

การลงทุนของญี่ปุ่นมีการส่งวัตถุดิบ เครื่องจักร และอุปกรณ์จากญี่ปุ่นเป็นเปอร์เซ็นต์ที่สูง ซึ่งทำให้ประเทศไทยขาดดุลการค้าให้กับประเทศญี่ปุ่นเป็นจำนวนมาก เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นส่งสินค้ากลับไปขายในประเทศน้อยลง โดยเปอร์เซ็นต์การส่งออกของบริษัทญี่ปุ่นลดลงจาก 40.1 เปอร์เซ็นต์ในปี พ.ศ. 2514 มาเป็น 15.3 เปอร์เซ็นต์ ในปี 2520 ทำให้การขาดดุลเพิ่มขึ้นจาก 1,569 ล้านบาท มาเป็น 5,795 ล้านบาท นอกจากนี้ประเทศญี่ปุ่นยังผูกขาดเทคโนโลยี และการจัดการ เนื่องจาก มีการถ่ายทอดความรู้ให้กับคนไทยน้อยมาก โดยคน ญี่ปุ่น จะเป็นผู้ผูกขาดตำแหน่งสำคัญๆ ไว้ทั้งหมด

จนกระทั่งปี 2515 ศูนย์นิสิตนักศึกษาแห่งประเทศไทย ได้ชักชวนประชาชน ให้ร่วมต่อต้านสินค้าจากประเทศญี่ปุ่น ภาพพจน์ของญี่ปุ่นในขณะนั้นเป็นภาพพจน์ที่เลวร้าย ญี่ปุ่นถูกขนานนามว่าสัตว์เศรษฐกิจ เป็นภัยเหลืองที่คุกคามประเทศ และเมื่อนายกรัฐมนตรีทานากะเดินทางมาเยือนประเทศไทยอย่างเป็นทางการก็ได้มีการเดินขบวนต่อต้านอย่างรุนแรง (ชัยวุฒิ ชัยพันธ์, 2526)

ปฏิกริยาจากประเทศไทยและประเทศในเอเชียหลายประเทศทำให้ญี่ปุ่นประจักษ์ในความจริงจังนี้ และได้มีการตื่นตัวพอสมควรในการแก้ปัญหาความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ โดยอาศัยการปรับปรุงภาพลักษณ์และบทบาทของตนมิให้มีเฉพาะด้านเศรษฐกิจเท่านั้น มีการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านวัฒนธรรม การศึกษา และการฝึกอบรมแต่หลายฝ่ายลงความเห็นว่า สิ่งเหล่านี้เป็นการทำเพื่อผลประโยชน์มากกว่าการทำด้วยความจริงใจ ทั้งนี้เพราะในสายตาของคนไทยญี่ปุ่นก็ยังคงเป็นชาติที่มีความเป็นจักรวรรดินิยมอยู่ดี โดยเฉพาะเมื่อโลกได้เข้าสู่ยุค โลกาภิวัตน์ ญี่ปุ่นก็ได้พัฒนาตัวเองมาเป็นเจ้าแห่งผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม เพื่อนำเสนอสินค้าทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นไปยัง "หมู่บ้านโลก (global village) ที่มีโลกทั้งโลกเป็นเสมือนหมู่บ้านโลกขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง" (วิภา อุตมฉัตร, 2541)

4.2 วัฒนธรรมญี่ปุ่นและความแพร่หลายในประเทศไทย

4.2.1 มังหะ (หนังสือการ์ตูน) และความนิยมในประเทศไทย

ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ญี่ปุ่นได้เข้ายึดครองประเทศไทยเพื่อใช้เป็นฐานในการนำทัพเข้าตีประเทศพม่า และมาลาญ ประเทศญี่ปุ่น ตั้งฐานบัญชาการอยู่ในประเทศไทยนานถึง 3 ปีครึ่ง จากคำบอกเล่าของ จุลศักดิ์ อมรเวช หรือ จุก เบี้ยวสกุล (2526) นักเขียนการ์ตูนรุ่นบุกเบิกของเมืองไทยเกี่ยวกับการเข้ามาของการ์ตูนญี่ปุ่นนั้นคาดว่า ช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง สมัยญี่ปุ่นบุกไทยที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คิดว่าทหารญี่ปุ่น น่าจะหยิบเอาการ์ตูนติดมาด้วย พอกลับไปก็ทิ้งการ์ตูนเหล่านี้ไว้ที่เมืองไทย

จากงานวิจัยเรื่องกระบวนการ “JAPANIZATION” ในสังคมไทย : การบริโภคสินค้าวัฒนธรรมญี่ปุ่นและผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคชาวไทย ของ ศาสตราจารย์ ดร. โนริยูกิ ซูซูกิ และพีรียา หวังโกลกาลกุล พบว่าการ์ตูนเป็นจุดเริ่มต้นการรู้จักและชื่นชอบวัฒนธรรมญี่ปุ่นของผู้บริโภคในสังคมไทย (อ้างถึงใน รัตนวัฒน์ จันทร์จาววงศ์, 2550)

หนังสือการ์ตูน หรือ มังหะในประเทศญี่ปุ่นนั้น เริ่มพัฒนาให้ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับมากขึ้นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 มังหะคือการนำเอาการเขียนภาพแบบ อุกิโยเอะ (ภาพเขียนแบบญี่ปุ่น) มาผสมผสานเข้ากับการเขียนภาพแบบตะวันตก ญี่ปุ่นในขณะนั้นต้องการที่จะพัฒนาประเทศไปสู่สังคมสมัยใหม่ จึงมีการจ้างศิลปินชาวตะวันตกให้เข้ามาสอนศิลปะ แบบตะวันตกทั้งด้านลายเส้น สี และ รูปร่าง ซึ่งคนญี่ปุ่นได้นำเอาศิลปะการวาดภาพแบบตะวันตกใน ส่วนที่ภาพอุกิโยเอะไม่มีมาประยุกต์ร่วมกันจนกลายเป็นมังหะ หรือการ์ตูนญี่ปุ่นในปัจจุบัน

หนังสือสองเล่มที่เรียกได้ว่าใกล้เคียงกับ คำว่ามังหะในปัจจุบันมากที่สุดคือ โฮคุไซ มังหะ และ หิงหะ ซึ่งเป็นภาพล้อเลียนซึ่งวาดโดยศิลปิน 12 ท่าน ในยุคแรกมังหะมีลักษณะใกล้เคียงกับภาพประกอบนิยาย หลังจากนั้น เท็ตซึกะ โอซามุ ได้ริเริ่มพัฒนารูปแบบของมังหะ หรือการ์ตูนแบบญี่ปุ่นให้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากยิ่งขึ้น จนมีรูปแบบเหมือนเช่นทุกวันนี้ เท็ตซึกะ โอซามุ ได้รับการขนานนามว่า ปราชญ์แห่งการ์ตูนญี่ปุ่น มังหะ ในยุคหลังๆ ได้พัฒนาทั้งรูปแบบแนวคิดของ เนื้อหา และภาพอย่างไม่หยุดยั้ง จนทำให้ความนิยมของการ์ตูนญี่ปุ่นแพร่กระจายไปทั่วเอเชีย รวมถึงยุโรปและอเมริกาอีกด้วย (Kartoon Discovery, 2552 : ออนไลน์)

สำหรับในประเทศไทยนั้น จุดกำเนิดของหนังสือการ์ตูน แปลจากภาษาญี่ปุ่นเริ่มขึ้นราว พ.ศ. 2504–2505 ผู้ผลิตหนังสือการ์ตูนหลายรายนำมาแปลและตีพิมพ์เป็นฉบับภาษาไทย โดยลบตัวหนังสือญี่ปุ่นออกแล้วเขียนตัวหนังสือภาษาไทยลงไปแทน และผู้ผลิตบางราย ใช้วิธีการวาดเลียนแบบต้นฉบับเดิม โดยส่วนมากมักตีพิมพ์การ์ตูนเรื่องเดียวกับที่ฉายอยู่ทางโทรทัศน์ขณะนั้น จึงได้รับการต้อนรับจากผู้อ่านเป็นอย่างดี ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ชมทางโทรทัศน์ไม่จู้จี้กับการรอยขีดข่วน 1 ครั้ง แม้ภาพในหนังสือการ์ตูนจะไม่สามารถเคลื่อนไหวได้ แต่ยังให้อรรถรสด้านความบันเทิงอย่างครบครัน (จุลศักดิ์ อมรเวช, 2526)

เมื่อเริ่มมี ผู้ผลิตการ์ตูนแปล จากภาษาญี่ปุ่นหน้าใหม่เกิดขึ้น มีการใช้ระบบการพิมพ์ที่ทันสมัย รูปแบบการจัดทำเริ่มเปลี่ยนไปจากการวาดเลียนแบบต้นฉบับเดิม เป็นการแปลข้อความเพียงอย่างเดียว และถ่ายฟิล์มกลับซ้ายไปขวาเพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจของคนไทยเพราะคนญี่ปุ่นอ่านหนังสือจากขวามาซ้าย กลุ่มผู้อ่านเป้าหมายระยะแรกของหนังสือการ์ตูนเป็นเด็กเท่านั้น ต่อมาจึงมีการริเริ่มเสนอกาการ์ตูนสำหรับนักอ่านระดับวัยรุ่นขึ้นประเภทโรแมนติคเพื่อฝัน โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเด็กผู้หญิง ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมากจนกระทั่งถึงยุคของหนังสือการ์ตูนที่สามารถปิดช่องว่างระหว่างวัย วัยเด็กเล็กกับวัยรุ่นได้ นั่นคือหนังสือการ์ตูนเรื่อง “โดราเอมอน” จากความนิยมของคนไทยที่มีต่อการ์ตูนญี่ปุ่นนี้เองจึงทำให้กล่าวได้ว่า การ์ตูนญี่ปุ่น ถือเป็นรากฐานสำคัญที่ช่วยให้วัฒนธรรมวัยรุ่น จากญี่ปุ่นได้รับความนิยมในกลุ่มวัยรุ่นชาวไทยในสมัยต่อมาและถือเป็นใบเบิกทางสำหรับวัฒนธรรมวัยรุ่นญี่ปุ่นในอันที่จะเข้ามาเผยแพร่สู่วัยรุ่นไทยโดยผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์ ดังที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในสภาพการณ์ปัจจุบัน (ธิดารัตน์ รักประยูร, 2544)

ปัจจุบันอัตราการเจริญเติบโตของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นในประเทศไทยนั้น นับได้ว่า สูงมาก โดยมีสำนักพิมพ์ใหญ่ อาทิ เช่น วิบูลย์กิจ คอมมิคส์ , สยามอินเตอร์ คอมมิคส์ , และบงกชคอมมิคส์ เป็นผู้จัดจำหน่าย โดยในแต่ละเดือนมียอดรวมกันกว่า 1 พัน รายการ (เพชรรัตน์ ภัคดี, 2547)

4.2.2 ภาพยนตร์แอนิเมชันและความนิยมในประเทศไทย

ภาพยนตร์แอนิเมชัน เป็นหนึ่งในวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่ได้รับความนิยมต่อเนื่องยาวนานในประเทศไทย ในประเทศ ญี่ปุ่นเองนั้นการ์ตูน แอนิเมชัน มีประวัติศาสตร์ ยาวนานถึง 110 ปี สันนิษฐานว่าภาพยนตร์แอนิเมชันในประเทศญี่ปุ่นจะถือกำเนิดขึ้น ประมาณปี คศ. 1900 หรือ

พ.ศ.2443 บนแผ่นฟิล์มขนาด 35 มิลลิเมตร เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันสั้นๆ เกี่ยวกับทหารเรือหนุ่ม กำลังแสดงความเคารพ และใช้ จำนวนฟิล์มทั้งหมด 50 เฟรม ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องแรกของ ญี่ปุ่นคือ เจ้าหญิงหิมะขาว สร้าง ขึ้นในปี ค.ศ.1917 จากนั้นในปี ค.ศ.1958 ภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง นางพญางูขาว (Hakujaden) ก็ได้รับการเข้าฉายในโรงภาพยนตร์

ภาพยนตร์ แอนิเมชัน ในประเทศ ญี่ปุ่นมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลา ยาวนาน โดยเริ่มจากปี 1962 ได้มีการแพร่ภาพ Manga Calender ซึ่งเป็นพรภาพภาพยนตร์แอนนิ เมชันทางทีวีครั้งแรกในประเทศ ญี่ปุ่น ปี ค.ศ. 1963 ภาพยนตร์แอนิเมชันสี่สีเรื่องแรกในชื่อ เจ้า หนูปรมาณู (Astro Boy) ได้ถือกำเนิดขึ้น อีกทั้งยังเป็นภาพยนตร์ แอนิเมชัน เรื่องแรกที่ ถูก ดัดแปลงมาจาก มังงะ หรือหนังสือการ์ตูน อีกด้วย ต่อมา ในปี ค.ศ.1966 แม่มดน้อยแซลลี่ (Mahoutsukai Sally) ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องแรกสำหรับเด็กผู้หญิง ได้ถูกสร้างขึ้นตามมา และ ในปี ค.ศ.1967 Ribon no Kishi ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องแรกที่ถูกดัดแปลงมาจาก โชโจมังงะ หรือหนังสือการ์ตูนสำหรับเด็กผู้หญิงได้ถูกสร้างขึ้นเป็นครั้งแรก ปี ค.ศ. 1969 ภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง 1001 Night เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องแรกที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเจาะฐานคนดูที่เป็นผู้ใหญ่ และในปี ค.ศ. 1972 Mazinga ถูกผลิตและถือเป็นภาพยนตร์แอนิเมชันต้นแบบสำหรับภาพยนตร์ แอนิเมชันแนว Super Robot จากนั้นในปี ค.ศ.1975 Uchuu Senkan Yamato และ Mobile Suit Gundam ได้กลายเป็นจุดเริ่มต้นความนิยมของ แอนิเมชัน เกี่ยวกับสงครามอวกาศ , และในปี ค.ศ. 1988 ภาพยนตร์แอนิเมชันชื่อ อากิระ ได้สร้างปรากฏการณ์ให้กับวงการ แอนิเมชันทั่วโลก และกลายเป็นแรงแ บัลดาดใจให้กับผู้สร้างภาพยนตร์ แอนิเมชัน จำนวนมาก จนกระทั่ง ปี ค.ศ. 2003 สตูดิโอจิบลิ นำโดยฮายาโอะ มิยาซากิ สามารถคว้ารางวัลออสการ์ครั้งที่ 75 สาขาแอนนิ เมชันยอดเยี่ยมจากเรื่อง Spirited Away

สำหรับการเข้ามาของภาพยนตร์แอนิเมชันจากประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทยนั้น เริ่มจาก สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 4 บางขุนพรหม ได้พิจารณาจัดซื้อ ภาพยนตร์แอนิเมชัน จาก ต่างประเทศทั้งของฝรั่งและญี่ปุ่นเข้ามาแพร่ภาพทางโทรทัศน์ ในปี พ.ศ. 2500 โดยในยุคแรกจะ เป็นภาพยนตร์แอนิเมชัน ฝรั่งเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากประเทศในแถบอเมริกาและยุโรปเป็นกลุ่ม ผู้นำทางด้านเทคโนโลยี และอุตสาหกรรมการผลิต (ธนาคารกรุงเทพจำกัด 2538: 250, ลลิตา ยุ วนากร, 2533 และสินิทธิ สิริวัทธิ, 2535)

ธิดารัตน์ รักประยูร ได้ทำการศึกษาถึงการเผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่นผ่านสื่อมวลชนไทย จากการศึกษาของธิดารัตน์ จากข้อมูลด้านเอกสารพบว่า หลังจากที่สถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย ได้พัฒนาการแพร่ภาพมาเป็นระบบสีเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน พ.ศ.2510 ภาพยนตร์แอนิเมชันญี่ปุ่นก็เริ่มเข้ามาแพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ไทยมากขึ้น (นิพนธ์ คุณารักษ์, 2539) ทั้งนี้เพราะการสั่งซื้อภาพยนตร์แอนิเมชันญี่ปุ่นมีราคาถูกกว่าภาพยนตร์แอนิเมชันฝรั่ง (พรชัย เสงวนเดช, 2532) หลังจากนั้นในยุคที่สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 4 บางขุนพรหมได้เปลี่ยนมาดำเนินการเป็น “สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท.” ภาพยนตร์แอนิเมชันญี่ปุ่นกลับได้รับความนิยม และแพร่ภาพทางโทรทัศน์เป็นจำนวนมากกว่าภาพยนตร์แอนิเมชันฝรั่ง (พรชัย เสงวนชัยเดช, 2532)

ในปี พ.ศ. 2533 ได้เกิดรายการช่อง 9 การ์ตูนขึ้น โดยที่การสั่งซื้อภาพยนตร์แอนิเมชันจากต่างประเทศเข้ามาแพร่ภาพ โดยเน้นภาพยนตร์แอนิเมชัน จากประเทศญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ เหตุปัจจัยที่ทำให้ ภาพยนตร์แอนิเมชัน ญี่ปุ่นเติบโตอย่างรวดเร็วและได้รับความนิยมเป็นจำนวนมากนั้นได้มีผู้ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า เกิดจากระบบการผลิต ภาพยนตร์แอนิเมชัน ญี่ปุ่นที่เป็นธุรกิจอุตสาหกรรมครบวงจรและขยายไปในธุรกิจต่างๆ สื่อ เช่น หนังสือการ์ตูน (cartoon books or comic books) หนังสือการ์ตูน (cartoon films) วิดีโอ วิดีโอเกม เกมคอมพิวเตอร์ เพลงการ์ตูน ตลอดจนบริษัทสิ่งพิมพ์ ผู้ผลิตของเล่น และบริษัทเสื้อผ้า ต่างได้นำตัวละครการ์ตูนญี่ปุ่นต่างๆ เข้าสู่การพาณิชย์ โดยผลิตออกเป็นสินค้า รวมทั้งของที่ระลึก เป็นต้นนอกจากนี้ในระบบการผลิต ภาพยนตร์แอนิเมชัน ญี่ปุ่นยังได้พัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการผลิต (ศิลปวัฒนธรรม, ก.ค. 38: 53-54)

ประเทศญี่ปุ่นยังได้พยายามลดต้นทุนการผลิตให้น้อยลงเพื่อให้ภาพยนตร์แอนิเมชันของตนมีราคาถูก สำหรับในด้านเนื้อหา ญี่ปุ่นได้ซื้อลิขสิทธิ์เรื่องๆ ที่ได้รับความนิยมจากหนังสือการ์ตูน มาผลิตเป็นภาพยนตร์แอนิเมชัน ทางโทรทัศน์เพื่อลดความเสี่ยงและดึงดูดใจจากผู้ที่อ่านหนังสือการ์ตูนมาก่อนได้เป็นอย่างดี เนื้อหากการ์ตูนญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะเป็นเนื้อหาที่สามารถเสริมสร้างจินตนาการและความ ผันอันยิ่งใหญ่ได้ตรงตามความต้องการของเด็กหรือไม่ก็ใกล้ชิดกับชีวิตของเด็กวัยรุ่น มีความทันสมัย มีจินตนาการอิงวิทยาศาสตร์ และเนื้อหาที่หลากหลายเป็นสากลชวนให้น่าติดตาม มีบทสนทนาที่ใช้ในชีวิตประจำวันโดยสอดแทรกอารมณ์ขัน (ภาพยนตร์บันเทิง, 25-31 มี.ค. 2538)

4.2.3 ดนตรีญี่ปุ่นและความนิยมในประเทศไทย

ในช่วงปี พ.ศ. 2514 เป็นช่วงที่สถานีโทรทัศน์แต่ละช่องได้มีการแพร่ภาพละครชุดจากประเทศญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่อง (มนต์ชัย วงศาโรจน์, 2544) รวมถึงภาพยนตร์แอนิเมชันได้รับความนิยมอย่างมาก อาทิ เรื่อง เจ้าหนูปรมาณู และเจ้าหนูลมกรด (จุลศักดิ์ อมรเวช, 2526) ทำให้เพลงประกอบภาพยนตร์ แอนิเมชัน และเพลงประกอบละครจากประเทศญี่ปุ่นเริ่มคึกคักในประเทศไทย แต่ยังไม่ได้รับความนิยมสนใจเท่าใดนักจนกระทั่งปี 2528

สำหรับการเข้ามาของดนตรีญี่ปุ่นสู่วัยรุ่นไทยวิภาวดี พันธ์ฤทธิธิดา (2544) ได้แบ่งออกเป็น 3 ยุค คือ

1. ยุคแห่งการเริ่มต้น ยุคเริ่มต้นแห่งความนิยมเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2528 ยุคนี้เป็นช่วงเวลาเดียวกับที่ญี่ปุ่นเริ่มส่งสินค้าวัฒนธรรมด้านดนตรีไปยังประเทศต่างๆ ในเอเชียหลากหลายประเทศที่เด่นๆ ได้แก่ ฮองกง ไต้หวัน รวมถึงประเทศไทยด้วย นักร้องที่มีชื่อเสียงในเวลานั้นได้แก่ ไชเนนไท , โยโกะ มินามิโนะ , มิโฮ นากายามะ , ฮิคารุ เก็นจิ โดยกลุ่มที่นิยมดนตรีญี่ปุ่นในยุคนี้เป็นกลุ่มน้อยและอยู่ในวงแคบมากเป็นกลุ่มที่สนใจดนตรีญี่ปุ่นจริงๆ คือ ต้องเดินเข้าไปหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนักร้อง และข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีเอง เนื่องจากยังไม่มีอินเทอร์เน็ตให้ค้นหาข้อมูล เหมือนในปัจจุบัน สถานีวิทยุที่เปิดเพลงญี่ปุ่นมีน้อย ร้านที่จำหน่ายดนตรีญี่ปุ่นเองก็ให้ข้อมูลได้ไม่มาก

ลักษณะของผู้ชื่นชอบดนตรีญี่ปุ่น ในยุคนี้ได้ว่าเป็นคนที่ เดินเข้าไปหาดนตรีญี่ปุ่นด้วยใจรัก เป็นคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจค่อนข้างดี เพราะยุคนั้นเทป ซีดี ดนตรีญี่ปุ่นไม่มีการจัดลิขสิทธิ์ในเมืองไทย ถ้าจะซื้อของจริงจากญี่ปุ่นต้องสั่งนำเข้าโดยตรงในราคาที่สูง ร้านจำหน่ายเทป ดนตรีที่วัยรุ่นในยุคนี้จะสามารถซื้อดนตรีญี่ปุ่นได้ มีเพียงร้านเดียวคือ Solar House ชั้น 3 ศูนย์การค้ามาบุญครอง โดยจ่ายมัดจำไว้ก่อนและมารับสินค้าที่หลัง ส่วนวีดีโอนั้นสั่งซื้อได้จากร้านลูกแมว ชั้น 3 ศูนย์การค้ามาบุญครอง เช่นกัน สำหรับข่าวสารนั้น ในยุคนั้นสถานีวิทยุที่นำเสนอรายการเพลงญี่ปุ่นมีเพียง Tokyo Calling โดย ดีเจ Eddy สำหรับนิยายสารนั้นติดตามได้จาก ทีวีวิว กระแสดนตรีญี่ปุ่นในยุคค่อยๆ ซาลงและสิ้นสุดลงอย่างเงียบๆ ในปี 2536

ยุคที่ 2 ช่วง พ.ศ. 2536 กระแสนิยมดนตรีญี่ปุ่นได้เลือนหายไปจนเกือบไม่เหลือร่องรอย กลุ่มที่ยังติดตามอยู่มีจำนวนน้อยมากและมีฐานะค่อนข้างดี เนื่องจากการปิด ตัวของสื่อที่นำเสนอ

ดนตรีญี่ปุ่น ทำให้ผู้ที่ชื่นชอบต้องสั่งซื้อนิตยสารจากประเทศญี่ปุ่นโดยตรงซึ่งมีราคาประมาณเล่มละ 300 ถึง 400 บาท สำหรับรายการ TV นั้นสามารถเช่าจากร้านเช่ารายการสำหรับคนญี่ปุ่นได้ในราคาจำนวนละ 60 บาท ต่อวัน ยุคเจียบของดนตรีญี่ปุ่นต่อเนื่องประมาณ 3 ปี จากนั้นความนิยมดนตรีญี่ปุ่นก็กลับมาอีกครั้ง

ยุคที่ 3 ช่วง พ.ศ. 2539 โดยกระแสเริ่มชัดขึ้น เมื่อ โจ มนทาคิ ต้นตีสุซุ นำเพลงของวง X-Japan มาเปิดทางสถานีวิทยุ 96 Shobiz “International Radio” ซึ่งเพียง 1 ปี วิทยุคลื่นนี้ก็ปิดตัวลง ในขณะที่วิทยุรุ่นไทยนิยมวง X-Japan นั้น เป็นช่วงที่วง X-Japan เข้าสู่ขาลงในประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากการขาดความต่อเนื่องในการออกผลงาน รวมถึง การแยกตัวไปทำงานเดี่ยวของสมาชิกแต่ละคน แต่ถึงกระนั้นการมาเมืองไทยของ Yoshiki หัวหน้าวง X-Japan ก็ทำให้กระแสความนิยมญี่ปุ่นเริ่มก่อรูปมากขึ้น ซึ่งช่วงนี้ได้มีการออกหนังสือเฉพาะกิจ หนังสือที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับดาราดนตรีญี่ปุ่นทั้งเล่ม รวมถึง มีรายการเพลงญี่ปุ่นเกิดขึ้นอย่างมากมาย จากความนิยมที่มีต่อวง X-Japan ไม่นานวิทยุรุ่นไทยก็เริ่มรู้จักวงอื่นๆ อาทิ L'arc en ciel, Lunasea, Glay และ Penicillin เป็นต้น

หลังจากสถานีวิทยุ 96 Shobiz ได้ปิดตัวลง มนทาคิ ต้นตีสุซุ ได้ตัดสินใจเปิดค่ายเพลงของตัวเองในชื่อ Channel X โดยศิลปินสองกลุ่มแรกที่ทำกรโปรโมทภายใต้สังกัดของตนเองคือวง Penicillin จากประเทศญี่ปุ่น และวง enue ซึ่งเป็นวงหญิงล้วนจากประเทศเกาหลีใต้ ด้วยแรงส่งจากกระแสของ X-Japan ทำให้ Penicillin เป็นที่นิยมอย่างรวดเร็ว ความนิยมของวง Penicillin ถึงขีดสุดเมื่อสมาชิก ทั้ง 4 คนได้มาเล่นคอนเสิร์ต Asian Eye ในปี 2540 ร่วมกับศิลปินวงอื่นๆ ที่ห้างสรรพสินค้า The Mall สาขาจามวงศ์วาน กระแสความโด่งดังของดนตรีญี่ปุ่นทำให้มี นิตยสารรายการวิทยุ และรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับดนตรีญี่ปุ่นและกระแสแฟชั่นญี่ปุ่นเกิดขึ้นมากมาย อาทิ นิตยสาร i-spy, j-spy, idol, goldstar สถานีวิทยุเช่น FM 88 MHz. รายการโทรทัศน์ อาทิ Asian Max, So Many Music, Oxygen เป็นต้น

4.2.4 ละครจากประเทศญี่ปุ่นและความนิยมในประเทศไทย

กระแสนิยมวัฒนธรรม ป๊อปจาก ญี่ปุ่นที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้กระแสของละครญี่ปุ่นได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นตามไปด้วย การดำเนินเรื่องของละครญี่ปุ่น นับว่า รวดเร็วมาก โดยปกติจะมีจำนวนตอนทั้งสิ้น 11 ตอน ที่เป็นเช่นนั้นเพราะประเทศญี่ปุ่นเป็นเกาะที่มีลักษณะ

ยาวจึงทำให้ชีวิตของผู้คนอิงอยู่กับธรรมชาติและลักษณะนิสัยที่อิงธรรมชาติของคนญี่ปุ่นนี่เองที่ทำให้แม้แต่ละครก็ยังเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล แต่ละครฤดูกาลจะมี 3 เดือนหรือประมาณ 12 อาทิตย์ เท่ากับว่าละครแต่ละเรื่องจะฉายสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ครั้งละ 1 ชั่วโมง เป็นเวลา 3 เดือนหรือ 1 ฤดูกาลนั่นเอง แนวเรื่องของละครญี่ปุ่นส่วนใหญ่มักมองเห็นอุดมการณ์ที่ผ่านเข้ามาได้อย่างเด่นชัด โครงเรื่องแม้จะมีความรักเข้ามา เกี่ยวข้องแต่ก็ไม่ใช่ประเด็นหลัก

ละครญี่ปุ่นมักจะเน้นการตามหาและทำความเข้าใจกับตัวเอง แต่เนื่องจากลักษณะนิสัยวัฒนธรรม และการดำเนินชีวิตของชาวญี่ปุ่นเป็นสิ่งที่ค่อนข้างซับซ้อน ซึ่งหากไม่ใช่คนญี่ปุ่นการจะทำความเข้าใจกับบริบทสังคมบางอย่างนั้นเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยาก กอปรกับลักษณะการ แสดงออกของตัวละครที่ค่อนข้างสงบนิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับละครของประเทศอื่น การแสดง ความรู้สึกผ่านทางกริยาท่าทางที่เป็นลักษณะเฉพาะของคนญี่ปุ่นที่มักต้องให้คนดูตีความเอาเอง ทำให้คนจำนวนมากไม่สามารถเข้าใจความคิดที่ตัวละครต้องการสื่อออกมา แต่ในทางกลับกัน กลับกันการปล่อยให้คนดูตีความความรู้สึกนึกคิดของตัวละครเองนั้นก็กลับเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของ ละครจากประเทศญี่ปุ่น

จากการศึกษาของธิดารัตน์ รักประยูร (2544) พบว่าละครชุดจากประเทศญี่ปุ่นได้มีการ แพร่ภาพในประเทศไทยเป็นระยะเวลายาวนานสามารถนับย้อนไปได้ถึงช่วงปี พ.ศ.2500 ซึ่ง ประเทศไทยได้มีสถานีโทรทัศน์ขึ้นเป็นครั้งแรก ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 4 บางขุนพรหม ในช่วงระยะแรกๆ ของการแพร่ภาพนั้นทางสถานีโทรทัศน์ยังขาดความพร้อมด้านบุคลากร เทคนิค การผลิตรายการ อุปกรณ์และงบประมาณ ด้วยเหตุนี้จึงมีการนำภาพยนตร์ต่างประเทศมา ออกอากาศ เช่น ภาพยนตร์สารคดี ภาพยนตร์เพลงดนตรี นอกจากนี้ยังมีภาพยนตร์ประเภทอื่นอีก เช่น ภาพยนตร์แอนิเมชัน ภาพยนตร์ตลก และภาพยนตร์เรื่องยาวที่ฉายตามโรงภาพยนตร์ มาแล้ว ซึ่งมีทั้งภาพยนตร์ฝรั่ง ภาพยนตร์จีน ภาพยนตร์อินเดีย และภาพยนตร์ญี่ปุ่น เป็นต้น ด้วย เหตุนี้จึงกล่าวได้ว่า ภาพยนตร์ต่างประเทศเป็นหัวใจสำคัญของสถานีโทรทัศน์ในยุคแรกๆ เพราะ ทางสถานีไม่สามารถผลิตรายการหรือดำเนินรายการใดๆ ได้ดีกว่าต่อมามีการแพร่ภาพการ์ตูน ญี่ปุ่นและละครญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

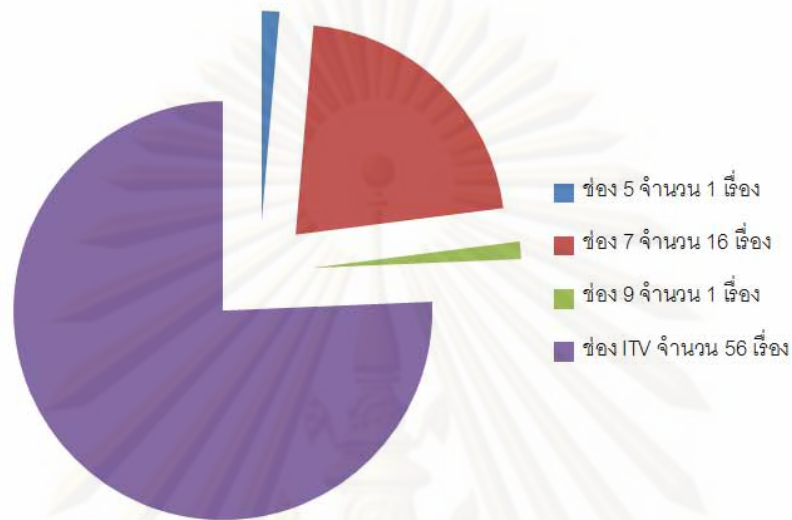
เมื่อสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 (ขาวดำ) เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2501 ได้มีการสั่งซื้อสาร คดีและภาพยนตร์เรื่องยาวซึ่งเป็นภาพยนตร์ฝรั่งมาแพร่ภาพเป็นครั้งแรก ด้วยเหตุนี้

สถานีโทรทัศน์ทั้งสองแห่งจึงต้องเป็นคู่แข่งกันในการสั่งซื้อภาพยนตร์ชุดต่างประเทศ ส่งผลให้ตัวแทนญี่ปุ่นเริ่มเข้ามาติดต่อขายภาพยนตร์ญี่ปุ่นให้กับทางสถานีโทรทัศน์ของไทย โดยภาพยนตร์ญี่ปุ่นในยุคแรกๆ มีเนื้อหาเกี่ยวกับสัตว์ประหลาดลึกลับ ต่อมาก็คือเป็น “ซามูไร” และชีวิตสมัยใหม่ แต่ภายหลังภาพยนตร์แอนิเมชัน ญี่ปุ่นได้เข้ามามีบทบาทสำคัญมากกว่า และได้รับความนิยมมากจนกระทั่งปัจจุบันปี พ.ศ. 2526 รายการละครของไทยที่เสนอในช่วงเวลาหลังข่าวก็ได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้นจนแทนที่ภาพยนตร์ต่างประเทศในที่สุด จากการสำรวจของวันดี พรปฎิมากร พบว่าในปี พ.ศ. 2531 ได้มีการออกอากาศภาพยนตร์ญี่ปุ่นเรื่องยาวที่เป็นแนวชีวิต รวมทั้งภาพยนตร์ชุดจบในตอน เช่น สิงห์สาวนักสู้ มือปราบอวกาศ จัสเปียน อัศวินอวกาศสปีดบัน ขบวนการแฟลชแมนและหน่วยพิฆาตแมส ปี พ.ศ. 2532 ออกอากาศเรื่องสิงห์สาวนักสู้ พ่อจอมซ่า พยัคฆ์สาวผู้พิทักษ์ ปี พ.ศ. 2533 ออกอากาศภาพยนตร์เรื่องพ่อจอมซ่า ยอดรัก นักสู้ คุณครูคนใหม่สามสาว เสี่ยงรัก คู่หูคู่ซ่า และนินจาจิรายะ หลังจากนั้นภาพยนตร์ญี่ปุ่นก็ได้รับการออกอากาศน้อยลง คงเหลือแต่ความนิยมในภาพยนตร์แอนิเมชันที่ยังคงเหนียวแน่นเช่นเดิม

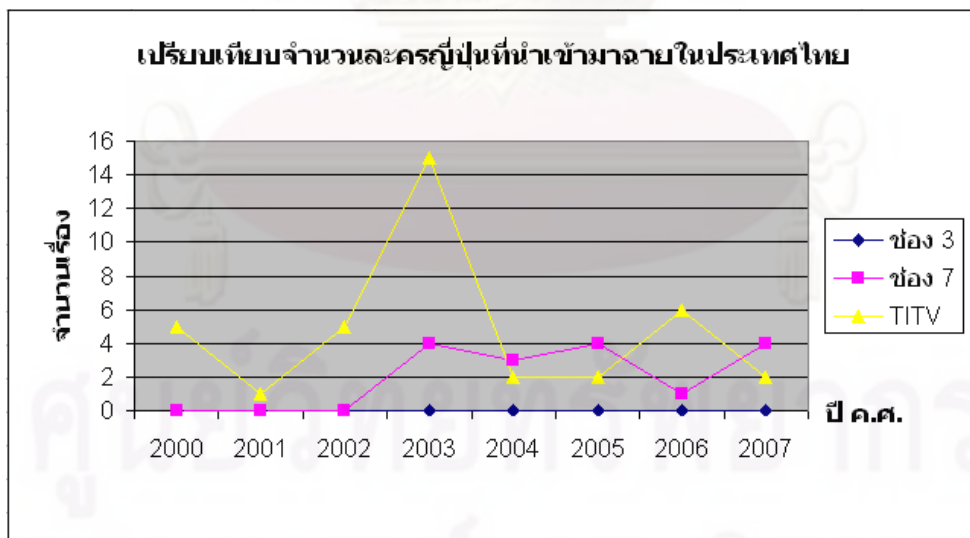
ละครญี่ปุ่นได้กลับเข้ามาได้รับความนิยมอีกครั้งในปี พ.ศ. 2542 ทั้งนี้เพราะนโยบายของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่ได้ตัดสินใจนำละครญี่ปุ่นมาแพร่ภาพ และได้รับกระแสตอบรับจากผู้ชมทางบ้านเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นละครเรื่องสี่รักออนไลน์ ร้อนนักต้องพักร้อนต่อเวลารัก ปฏิบัติการรักปี 2000 อยู่เพื่อรัก ครูซ่าปราบซาโจ ปมปริศนา นักข่าวสาวเหล็ก ย้อนรอยรัก รวมพลังสาวซ่า คุณพ่อที่รัก รวมพลังสาวซ่า 2 รักนี้เพื่อเธอ วุ่นนักรักซะเลย เพราะเราเข้าใจกันตะวันไม่ลับฟ้า สายลับสองหน้า เป็นต้น

จากการรวบรวมข้อมูลการออกอากาศของละครชุดจากประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2543 ถึง 2550 นั้นผู้วิจัยพบว่า มีละครญี่ปุ่นได้รับการแพร่ภาพทางโทรทัศน์ทั้งสิ้น 74 เรื่อง (ดูรายละเอียดละครทั้งหมดได้จากตารางที่ 1 ใน ภาคผนวก) สถานีโทรทัศน์ ITV (56 เรื่อง) และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 (16 เรื่อง) เป็นสถานีที่มีจำนวนการแพร่ภาพละครจาก ประเทศญี่ปุ่นมาเป็นที่ 1 และ 2 สำหรับสถานีโทรทัศน์ ITV นั้น มีการแพร่ภาพละครญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 และมีการแพร่ภาพละครญี่ปุ่นในช่วงเวลาหลังข่าว ทำให้มีสัดส่วนในการแพร่ภาพละครญี่ปุ่นเป็นจำนวนมาก ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 นั้นไม่มีเลย

ภาพที่ 4.1 ภาพแสดงอัตราส่วนเปรียบเทียบการแพร่ภาพละครญี่ปุ่นของแต่ละสถานี



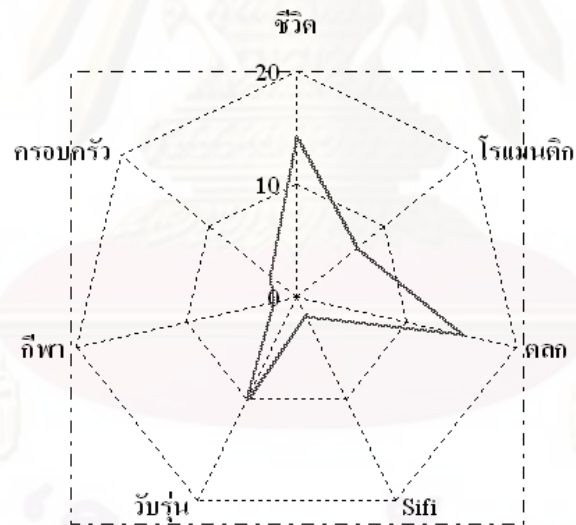
ภาพที่ 4.2 ตารางเปรียบเทียบจำนวนละครญี่ปุ่นที่ถูกนำเข้ามาแพร่ภาพในช่วงปี 2543 ถึงปี 2550 ในแต่ละสถานี



จากปี 2543 เป็นต้นมา สถานีโทรทัศน์ TITV เริ่มทำการแพร่ภาพละครชุดจากประเทศญี่ปุ่นต่อเนื่องยาวนานและมีจำนวนมากถึง 56 เรื่อง

แม้ละครสถานี ITV จะเคยแพร่ภาพละครจากประเทศญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็น uly ขยายของสถานีในระยะหลัง แต่เมื่อละครเกาหลีได้รับความนิยมสูงขึ้น ITV ก็ได้ลดจำนวนละคร ญี่ปุ่นลงพร้อมกับเพิ่มจำนวนละครเกาหลี ขึ้น แต่เมื่อเข้าสู่ปี 2549 ละครเกาหลีได้รับความนิยม อย่างสูงในประเทศไทย ช่อง 7 และ ช่อง 3 ได้จัดช่วงเวลาสำหรับฉายละครเกาหลีอย่างต่อเนื่องทำ ให้ราคาต่อตอนของละครเกาหลีสูงขึ้น ตามไปด้วย ITV จึงลดจำนวนละครเกาหลีลงและเพิ่มละคร ญี่ปุ่นทดแทน แต่เนื่องจากปัญหาเรตติ้งของละครญี่ปุ่นที่ ลดลงอย่างมากทำให้ ITV ตัดสินใจหยุด ออกอากาศละครญี่ปุ่น โดยออกอากาศเฉพาะละครเกาหลีซึ่งมีฐานผู้ชมกว้าง โดยลดเวลาในการ ออกอากาศเหลือเพียงช่วงเวลาเดียวคือ 17.04 ถึง 18.00 วันเสาร์และอาทิตย์ (สโรบล วิบูลยเสข, 2547)

ภาพที่ 4.3 ภาพแสดงรูปแบบละครญี่ปุ่นที่ปรากฏทางสถานีโทรทัศน์ช่อง TITV (จากการ รวบรวมและจำแนกประเภทของละครญี่ปุ่นที่แพร่ภาพในประเทศไทยระหว่างปี พ .ศ. 2543 ถึง 2550)



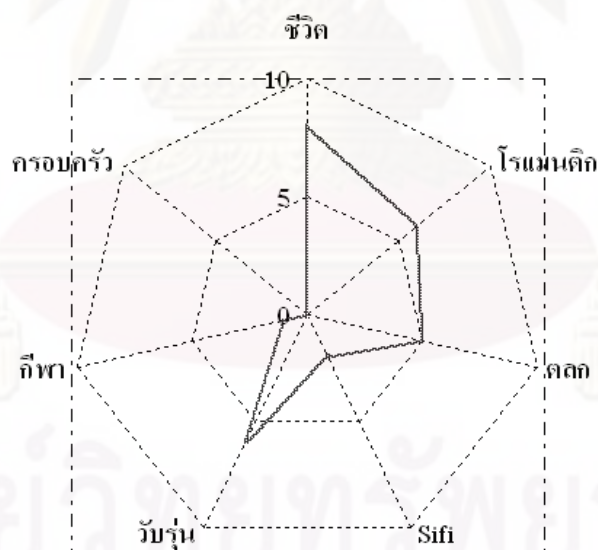
เนื่องจากสถานี TITV ได้ทำการแพร่ภาพละครญี่ปุ่นมาเป็นเวลานานจึงทำให้มีค วาม หลากหลาย และสมดุลระหว่างละครชีวิต ้วยรุ่น ตลก และโรแมนติก อีกทั้งยังสามารถพบละคร แนววิทยาศาสตร์ หรือไซไฟ แนวครอบครัวและแนวกีฬาได้อีกด้วย ละครที่ไม่ปรากฏทาง ITV เลย คือละครรูปแบบย้อนยุคหรือพีเรียต

สำหรับสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 นั้นได้เริ่มแพร่ภาพละครจาก ประเทศญี่ปุ่นอีกครั้ง ใน ปี 2003 โดยมีการฉายละครจากเกาหลี และญี่ปุ่นในปริมาณที่ใกล้เคียงกันจนกระทั่งปี 2006

ปริมาณละครญี่ปุ่นที่สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 นำมาฉายจึงเริ่มมีจำนวนน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด ในขณะที่ปริมาณของละครเกาหลีเพิ่มขึ้นอย่างมาก แต่ในปี 2007 ปริมาณละครเกาหลีที่แพร่ภาพกลับมีจำนวนน้อยลงในขณะที่ละครญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเล็กน้อย

คุณคุณกฤษฏา ตฤณานนท์ หัวหน้าฝ่ายต่างประเทศฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้ขยายความว่าการนำละครญี่ปุ่นมาฉายสลับกับละครเกาหลีนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเบรครสชาติของละครเกาหลีเนื่องจากละครเกาหลีค้ ่อนข้างมีเนื้อเรื่องไปในแนวเดียวกันซึ่งจะทำให้ ผู้ชมเบื่อได้ง่าย (สัมภาษณ์: ศุกร์ที่ 7 กันยายน 2550 เวลา 14.00 น.) ตั้งแต่ปี 2003 เป็นต้นมาโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้แพร่ภาพละครละครญี่ปุ่นไปแล้วทั้งสิ้น 16 เรื่อง

ภาพที่ 4.4 ภาพแสดงรูปแบบของละครจากประเทศญี่ปุ่นที่แพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 (จากการ รวบรวมและจำแนกประเภท ของละครญี่ปุ่นที่แพร่ภาพในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ.2543 ถึง 2550)



สำหรับรูปแบบละครญี่ปุ่นทางช่อง 7 ส่วนใหญ่จะมีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรัก และการฝ่าฟันอุปสรรคในชีวิต นอกจากนี้ยังพบเนื้อหาเกี่ยวกับวัยรุ่น ตลกขบขัน วิทยาศาสตร์ และกีฬาอีกด้วย แต่ไม่พบละครย้อนยุค หรือละครที่มีเนื้อหาเน้นหนักไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวทางช่อง 7

ในปัจจุบันละครญี่ปุ่นได้รับความนิยม ในสื่อกระแสหลักอย่างโทรทัศน์มี น้อยลงมาก เนื่องจากกระแสของ ละคร และดนตรี จากประเทศเกาหลีได้กำลังได้รับความนิยม อีกทั้งลักษณะของละครเกาหลีมี ความ คล้ายคลึงและกลมกลืนกับวัฒนธรรมของไทยมา กกว่า ทำให้สถานีโทรทัศน์หลายๆ สถานีหันไปแพร่ภาพละครชุดจากประเทศเกาหลีแทน

4.2.5 เกมคอมพิวเตอร์ (Console Games) และความนิยมในประเทศไทย

นอกจากวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่ผ่านมาทางสื่อกระแสหลักอย่าง สิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ แล้ว ยังมีวัฒนธรรมจากญี่ปุ่นอย่างเกมคอมพิวเตอร์ หรือ Console Games ที่อยู่คู่กับเด็กไทยมา อย่างยาวนานอีกด้วย เกมคอมพิวเตอร์ (Console Game) ที่นักเล่นเกมมักเรียกกันติดปากว่า Video Game นั้นเป็นเกมที่แสดงภาพผ่านทางจอโทรทัศน์ โดยในยุคหลังได้มีการพัฒนาให้สามารถพกพาออกไปนอกบ้านได้ เนื่องจากการนำเข้า และจัดจำหน่ายเครื่อง เกมคอมพิวเตอร์ หรือ Console Games นั้นไม่ใช่การนำเข้าและจัดจำหน่ายโดยตัวแทนอย่าง เป็นทางการ อีกทั้งยังไม่มีผู้ศึกษาหรือทำวิจัยเกี่ยวกับประวัติของการเข้ามาของเกมคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยอย่างจริงจังเท่าใดนักทำให้ยากที่จะทราบถึงรายละเอียดและข้อมูลทางสถิติที่ชัดเจน เกี่ยวกับความนิยม เกมคอมพิวเตอร์ หรือ Console Games ในประเทศได้ สิ่งที่ผู้วิจัยสามารถทำได้ คือการค้นคว้า ประวัติของเครื่อง เกมคอมพิวเตอร์ (Console Games) รูปแบบต่างๆ รวมถึงลักษณะของเกมส์ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยผ่านทางเว็บไซต์ เว็บบอร์ด รวมถึงสอบถามไปยัง Key - informant ซึ่งเป็นเจ้าของเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับเกมส์ และนักเล่นเกมทางอีเมลล์ และโปรแกรม MSN

ก. ประวัติของเกมคอมพิวเตอร์ (Console Games)

Hitzuja, (2009) ได้อธิบายถึงการกำเนิดและลักษณะของคอมพิวเตอร์ (Console Game) ในแต่ละยุค โดยได้แบ่งออกเป็น 7 ยุค สำหรับเครื่อง เกมคอมพิวเตอร์ เครื่องแรกนั้นเกิดขึ้นอย่าง ไม่ได้ตั้งใจใน วันที่ 18 ตุลาคม ค .ศ. 1958 เมื่อ นักวิทยาศาสตร์ฟิสิกส์ในโครงการ Manhattan Project ชื่อว่า William Higinbotham ได้นำออสซิลโลสโคป (Oscilloscope) ซึ่งเป็นอุปกรณ์ในห้องวิจัยมาใช้เล่นเทนนิส

ภาพที่ 4.5 Oscilloscope อุปกรณ์ในห้องวิจัยที่ถูกนำมาใช้เล่นเกมเทนนิส



ที่มา: <http://www.thaigaming.com/articles/57005.htm>

Hitzuja, (2009) ได้เรียบเรียงเกี่ยวกับพัฒนาการของเครื่องเกมคอมพิวเตอร์ (Console Game) แต่ละยุคไว้ในเว็บไซต์ Thai Gamer ดังต่อไปนี้ (Hitzuja, 2009: ออนไลน์)

เกมคอมพิวเตอร์ (Console Game) ในยุคแรกประกอบไปด้วย Magnavox Odyssey, Pong และ Coleco Telstar ในช่วงทศวรรษ 50 เกมคอมพิวเตอร์เริ่มวางขายเป็นครั้งแรก ในสมัยนั้นจอภาพยังเป็นแบบ Vector Display เหมือนกับเกม Tennis ที่ William ใช้เครื่องออสซิลโลสโคป (Oscilloscope) เล่น จนกระทั่งปี ค.ศ. 1972 บริษัท MAGNAVOX ออกเครื่องเกมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ชื่อว่า Magnavox Odyssey ซึ่งคิดค้นโดย Ralph Baer และเพื่อนรวมทีม

Magnavox Odyssey ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง จนกระทั่ง Atari สร้างเกม Pong ขึ้นมา Pong เป็นเกมที่ได้รับนิยมนิยมมากที่สุดในช่วงเวลานั้น ต่อมาไม่นานนัก MAGNAVOX ได้ออก Odyssey 100 และตามด้วย Odyssey 200 ซึ่งพัฒนาในด้านจำนวนผู้เล่นที่เล่นได้ถึง 4 คน

ภาพที่ 4.6 Magnavox Odyssey



ที่มา: <http://www.thaigaming.com/articles/57005.htm>

เกมคอมพิวเตอร์ (Console Game) ในยุคที่สองประกอบด้วย Fairchild Channel F, RCA Studio II, Atari 2600, Odyssey, Intellivision, Arcadia 2001, Atari 5200, Coleco Vision, Vectrex และ Bally Astrocade บริษัท Fairchild ได้เริ่มวางขาย Fairchild Video Entertainment System (VES) ในตลาดปี ค.ศ. 1976 ไม่นานนักทั้ง RCA และ Atari ก็ลงแข่งขันในตลาด โดนเริ่มวางขายเครื่องเกมคอมพิวเตอร์ของตน Fairchild และ RCA ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ใน ค.ศ. 1977 ทั้ง 2 พบกับความล้มเหลว ทำให้โอกาสเป็นของบริษัท Atari และ MAGNAVOX ต่อมาในปี ค.ศ. 1980 Atari ประสบความสำเร็จ อย่างมากกับ Space Invaders จนกระทั่งปี ค.ศ. 1983 ตลาดเกมคอมพิวเตอร์ ก็ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง จากคอมพิวเตอร์ ที่เริ่มเข้ามาแทนที่ ทำวงการเกมคอมพิวเตอร์เกิดการชะงักงัน

ภาพที่ 4.7 Fairchild VES



ที่มา: <http://www.thaigaming.com/articles/57005.htm>

เกมคอมพิวเตอร์ (Console Game) ในยุคที่สามประกอบด้วย Nintendo Entertainment System, Sega Master System และ Atari 7800 เป็นยุคถือกำเนิดของบริษัทเกมที่กลายเป็นเจ้าแห่งวงการเกมคอมพิวเตอร์ (Console Game) ในอนาคตอย่าง Nintendo ซึ่งอยู่ๆ ก็ปล่อยเกมคอมพิวเตอร์ (Console Game) ในนาม Famicom ออกมาพร้อมเทคโนโลยีใหม่ รองรับระบบภาพที่มีความละเอียดสูง อีกทั้ง การพัฒนาการเป็นไปอย่างต่อเนื่องจนเข้าสู่ ช่วง ค.ศ. 1985 Famicom ได้เริ่มบุกตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา ในชื่อว่า NES (Nintendo Entertainment System) พร้อมเกม Super Mario Brothers ตามด้วยของเล่นที่ไม่เหมือนใคร นั่นคือ ปืน (Light-gun หรือ Zapper) และหุ่นยนต์ Robotic Operating Buddy (R.O.B.)

ภาพที่ 4.8 Famicom



ที่มา: <http://www.thaigaming.com/articles/57005.htm>

เกมคอมพิวเตอร์ (Console Game) ในยุคที่สี่ประกอบด้วย TurboGrafx-16 (PC Engine), Sega Genesis/Mega Drive, Neo Geo, Super Nintendo Entertainment System , และ CD-i ยุคนี้ถือเป็นผู้เริ่มต้นของเกมคอมพิวเตอร์ในระบบ CD-ROM เมื่อ Sega ค่ายเกมในญี่ปุ่นได้เปิดตัว Mega Drive ลงแข่งขันในตลาด ในตุลาคม ค.ศ. 1988 และส่งไปขายยังประเทศสหรัฐอเมริกา ในเดือนสิงหาคม ค.ศ. 1989 โดยเปลี่ยนชื่อเป็น Genesis ตามด้วยทวีปยุโรปในปี ค.ศ. 1990 หลังจากนั้นไม่นานบริษัท Nintendo ได้ออกเครื่อง Super Nintendo Entertainment System (SNES) ลงแข่งขันในตลาดและยังคงใช้ระบบเกมแบบตลับอยู่

ภาพที่ 4.9 SEGA Mega Drive



ที่มา: <http://www.thaigaming.com/articles/57005.htm>

เกมคอมพิวเตอร์ (Console Game) ในยุคที่ห้า 3DO, Atari Jaguar, Sega Saturn, PlayStation และ Nintendo 64 ในช่วงแรกนั้น Atari Jaguar และ 3DO ได้รับความนิยมมากกว่า Nintendo และ SEGA อย่างมาก เมื่อประสบความสำเร็จในการแสดงผลแบบ 3 มิติเต็มรูปแบบแทบทุกค่ายต่างพากันเปลี่ยนไปใช้แผ่น CD-ROM บรรจุตัวเกมแทน ด้วยเหตุผลว่า CD-ROM มีพื้นที่สำหรับข้อมูลมากกว่า แต่ Nintendo และ SEGA ก็ยังไม่ยอมแพ้ Nintendo ออกเครื่องรุ่นใหม่ที่มีชื่อว่า Nintendo 64 พร้อมกับเกม Donkey Kong Country และ Star Fox ส่วน SEGA เปิดตัวเครื่องเกมคอมพิวเตอร์ที่ชื่อว่า Saturn พร้อมกับระบบ Virtual Processor เกมที่ออกส่วนมากจึงใช้ชื่อว่า Virtual ขึ้นต้นเสมอ เช่น Virtual ON, Virtual Cop, Virtual Fighter และ Virtual Racing เป็นต้น แต่ค่ายที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดในยุคนี้กลับกลายเป็นค่ายที่ไม่เคยสร้างเกมมาก่อนเลยอย่างค่าย Sony ที่สร้างปรากฏการสะเทือนวงการเกมคอมพิวเตอร์ด้วย เครื่อง PlayStation ที่เรียกได้ว่าไม่เคยมีเครื่องเกมของบริษัทใดที่ครองตลาดได้สมบูรณ์เบ็ดเสร็จและยาวนานเช่นนี้มาก่อน

ภาพที่ 4.10 Sony's Play station



ที่มา: <http://www.thaigaming.com/articles/57005.htm>

เกมคอมพิวเตอร์ (Console Game) ในยุคที่หก ประกอบด้วย Dreamcast, Play Station 2, Nintendo GameCube และ Xbox เป็นยุคที่มีการแข่งขันระหว่างบริษัทเกม อย่างรุนแรง บริษัทใหญ่ๆ ที่แข่งขันกันอยู่ในตลาดช่วงเวลานั้นประกอบไปด้วย SEGA, Sony, Nintendo และบริษัทใหม่อย่าง Microsoft เพียง 4 บริษัทเท่านั้น และสามในสี่เป็นบริษัทจากประเทศญี่ปุ่น

เริ่มด้วย SEGA วางขายเครื่อง Dreamcast ในเดือนกันยายน ค.ศ. 1999 และในเดือนตุลาคม ค.ศ. 2000 Sony ได้วางขาย Play Station 2 ทั้งในญี่ปุ่นและอเมริกาเหนือ ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างสูง ทำให้ Sony กลายเป็นผู้ครองตลาดในทั้งสองยุค จากนั้น ในเดือนกันยายน 2001 Nintendo ได้วางขาย Nintendo Game Cube แต่ไม่สามารถเอาชนะกระแส Play Station 2 ของ Sony ได้ จากนั้นในเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 2001 บริษัท Microsoft ได้ส่ง Microsoft's Xbox ลงแข่งขันในตลาด แต่ยอดขายของ Xbox ในปัจจุบันยังไม่สามารถไล่ตาม Play Station 2 ของ Sony ได้ทัน

เกมคอมพิวเตอร์ (Console Game) ในยุคที่เจ็ด ประกอบด้วย PlayStation 3, Nintendo Wii, Microsoft's Xbox 360 ในยุคที่เจ็ดนี้ถือเป็นยุคของการพัฒนากาฟิกแบบ HD หรือ High-Definition และเป็นยุคที่เหลือบริษัทเกมแข่งขันในตลาดเพียง 3 บริษัทเท่านั้นคือ Sony, Microsoft และ Nintendo ส่วนบริษัท SEGA นั้นได้เปลี่ยนไปพัฒนาด้านเกมตู้แทน

ยุคที่เจ็ดเริ่มต้นโดย บริษัท Microsoft วางขาย Xbox 360 ในเดือนพฤศจิกายน ปี 2005 สำหรับเครื่องเกมคอมพิวเตอร์ ในยุคนี้เริ่มมีการเพิ่มเติมระบบ Wireless ลงไปในตัวเครื่องทำให้ผู้เล่นสามารถเล่นเกมออนไลน์ได้อย่างเสรี ส่วนตัวเกมนั้นใช้แผ่น DVD เป็นหลัก แต่สามารถรองรับ HDDVD ได้ ช่วงเวลานั้นบริษัท Toshiba และบริษัท Sony แข่งกันอย่างรุนแรง เพื่อเป็นผู้นำในด้าน High-Definition บริษัท Microsoft เลือกสนับสนุน HDDVD ของฝ่าย Toshiba แต่เทคโนโลยี Blu-ray ของ Sony กลับได้รับชัยชนะ พร้อมกับการวางขาย Sony Play Station 3 ในเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 2006 ผลจากสงคราม High-Definition ทำให้ Play Station 3 ได้เปรียบมากกว่า Xbox 360 เพราะรองรับ Blu-ray และมีความพร้อมสำหรับภาพ HD ความละเอียดที่ 1080p

ขณะที่ Microsoft และ Sony กำลังสู้กันในเรื่อง High-Definition บริษัท Nintendo กลับไม่สนใจเรื่องความสวยงามเท่าใดนัก โดยเน้นด้านการพัฒนารูปแบบการเล่นแทน และผลผลิตที่ออกมาก็คือเครื่อง Nintendo Wii นั่นเอง โดยวางจำหน่ายครั้งแรก ในเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 2006 Nintendo Wii ประสบความสำเร็จอย่าง โดยดึงดูดทั้งผู้เล่นเก่าและผู้เล่นใหม่ เนื่องจากการเปลี่ยนระบบการเล่นจากจอยสติค (Gamepad) ไปเป็น รีโมท (Wii Remote) แทน Wii Remote สามารถใช้แทนไม้เทนนิส ปืน หรืออะไรก็ตามแต่ที่จำเป็นในแต่ละเกม หลังจากที่ Sony ครองตลาดอย่างยาวนานกับความสำคัญของ Play Station 1 และ 2 นับว่า Nintendo ประสบความสำเร็จมาก

ภาพที่ 4.11 Nintendo's Wii



ที่มา: <http://www.thaigaming.com/articles/57005.htm>

ข . เกมคอมพิวเตอร์ (Console Games) และความนิยมในประเทศไทย

Ren (2008) เจ้าของเว็บบล็อก It's renny day! Get your umbella and come on in! ผู้นิยมการเล่นเกมน และสะสมเครื่อง เกมคอมพิวเตอร์ ส์จากยุคต่างๆ เล่า ว่า นอกจากคุณแม่แล้ว ทุกคนในบ้านล้วนชอบเล่นเกมหมด ไม่เว้นแม้แต่คุณพ่อ Ren เล่าถึงเครื่องเกมส์ หรือ Console Games ที่เข้าแพร่หลายในประเทศไทยในแต่ละยุคว่า

เครื่องเกมที่เข้ามาในไทยรุ่นแรกที่ Ren จำได้คือ ATARI เป็นเครื่องเล่นที่ดูคล้ายๆ เครื่องพิมพ์ดีด ไม่มีกราฟิกพิสดาร เกมส์ที่นิยมก็อย่าง เกมส์ตีปิงปอง เกมส์วาดรูป จุดเด่น คือ เป็นเครื่องเกม console ยุคแรก Controller เป็น Joystick คันโยก ด้านล่างมีตัวจับไว้ติดกับโต๊ะกันไม่ให้คั่นบังคับเลื่อน

ภาพที่ 4.12 Atari



ที่มาของภาพ: <http://rennyday.exteen.com/20080324/console>

ต่อมาคือเครื่อง Famicom ของบริษัท Nintendo Ren เล่าให้ฟังว่า เป็นเกมส์ 2 มิติยุคแรก ที่ได้รับความนิยมมาก การจะหาซื้อเกมนั้นจะต้องไปหาที่สะพานเหล็ก เกมส์ที่นิยมขณะนั้นได้แก่ Mario และ Terts เป็นต้น ต่อมาก็ต้องเป็น เครื่อง SUPER หรือ Super Famicom นั่นเอง ซึ่งเป็นเครื่องรุ่นใหม่ในตระกูล Famicom จุดเด่นคือมีเครื่องแปลงเกม ส์ใช้เสียบด้านบนแล้วโหลดเกมส์ จากแผ่น Disket มาเล่นได้เลย Ren เล่าว่า “จำได้ว่าซื้อแผ่น Disket ที่ห้างน้อมจิตต (ตั้งอยู่ตรงข้าม The Mall บางกะปิในปัจจุบัน) แผ่นละ 50 บาท เป็นครั้งแรกที่ตัวเองได้สัมผัสกับคำว่าแผ่นก๊อบบี้”

หลังจากนั้นก็ กลายเป็นยุคของ Sony ซึ่งเข้ามา ล้มยักษ์ใหญ่ ของ วงการเกม อย่าง Nintendo ด้วยเครื่อง Sony Play station 1 Ren บอกว่า “อันนี้ก็จำได้ว่า มีกันแทบทุกบ้าน เพราะสามารถซื้อแผ่น COPY มาเล่นได้ ประหยัดกันไปเยอะทีเดียว เกมส์เด่นๆ ก็เช่น TEKKEN, Super Mario, Final Fantasy ตั้งแต่ภาค 7 ขึ้นมา และเกมส์ในตระกูล Tale ทั้งหมด เครื่องนี้ก็จำได้ว่า เล่นจนพังเปลี่ยนใหม่ไป 2 เครื่องเลย”

หมดยุคของ Play station 1 ค่าย Sony ก็ยังคงยึดครองตลาดเกมส์อย่างต่อเนื่อง ในยุคต่อมาด้วยเครื่อง Play Station 2 ซึ่งมีการเปลี่ยนรูปลักษณะมาวางเครื่องในแนวตั้ง อีกทั้งยังสามารถแสดงรายละเอียดของภาพได้สวยงามกว่า Play station รุ่นแรก แต่สิ่งที่ทำให้ Play Station 2 สามารถครองตลาดอยู่ได้นานหลายปีนั้น Ren บอกว่าเป็นเพราะ สามารถเล่นแผ่น ก๊อปปี้ได้ และที่สำคัญคือหาแผ่นง่ายและมีเกมใหม่ๆ ออกมาอยู่เรื่อยๆ

ภาพที่ 4.13 Play Station 2



ที่มาของภาพ : <http://rennyday.exteen.com/20080324/console>

จากนั้น Panasonic คู่แข่งสำคัญของ Sony ก็เข้ามาชิมลางตลาดเกมบ้างด้วยการผลิตเครื่อง เกมคอมพิวเตอร์ ตัวแรกของบริษัทในชื่อ 3DO ออกมา Ren เล่าว่ากราฟิกเกมส์ดีกว่า Playstation แต่ไม่มีค่ายเกมส์รองรับ เกมมีน้อย และไม่สามารถเล่นแผ่นก็อบบี้ได้ ทำให้ 3DO ในประเทศไทยมีอายุสั้นมาก คืออยู่ได้เพียงแคปีกว่าๆ เกมส์เด่นๆ ได้แก่ GEX

จากนั้นก็มาถึงยุคของ Xbox 360, Nintendo wii และ PlayStation 3 ถึงแม้ว่า PlayStation 1 และ 2 จะครอบครองตลาดเกมในประเทศไทย และตลาดเกมทั่วโลก มาเป็นระยะเวลา ยาวนาน แต่ PlayStation 3 ในประเทศไทย กลับได้รับความนิยมน้อยกว่า PlayStation 1 และ 2 อย่างไม่น่าเชื่อ เนื่องจากการพัฒนาระบบเกมมาเป็น Blu-Ray ทำให้ยากต่อการก็อบบี้ (ในปัจจุบัน ยังไม่มีประเทศใดสามารถก็อบบี้เกมของเครื่อง PlayStation 3) การจะซื้อแผ่นเกมลิขสิทธิ์มาเล่น ทุกแผ่นนั้นแทบจะเป็นไปไม่ได้เพราะบางเกมมีราคาถึง 3 หรือ 4 พันบาทเลยทีเดียว

นอกจากนั้น ผู้เล่นในประเทศไทยยัง นิยมเครื่องเล่นเกมมือถือ (Handheld) หรือเครื่อง เกมแบบพกพา โดยเครื่องเกมรูปแบบแรกๆ ที่ได้รับความนิยมคือ Game boy ซึ่งหน้าจอยังคงเป็น ภาพขาวดำ

ภาพที่ 4.14 Game boy



ที่มาของภาพ: <http://rennyday.exteen.com/20080324/console>

หลังจาก Gameboy แบบขาวดำรุ่นแรกก็ มีการพัฒนาเกมแบบพกพาอย่างต่อเนื่องโดย
หลายๆ ค่าย ในด้านเนื้อหาของเกมนั้นยังคงไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลง แต่ที่ได้รับความนิยมเนื่องจาก
สามารถพกพาออกไปเล่นได้ทุกที่ เครื่องเกมแบบพกพาที่ได้รับ ความนิยม ในประเทศไทย ได้แก่
Game Gear, Game boy Advance, PSP, NDS เป็นต้น

Ren และ Hitzuja เห็นตรงกันว่า เครื่องเกมในประเทศไทยนั้นจะได้รับความนิยมหรือไม่
ขึ้นอยู่กับปัจจัยเรื่องตัวเกมเป็นหลัก ถ้าแผ่นเกมไม่สามารถก็อปปี้ได้แล้วละก็ ถึงเครื่อง จะมีระบบที่
ดีขนาดไหน ก็ ไม่มีทางได้รับความนิยม มหรือมีอายุยืนยาวในประเทศไทยอย่างแน่นอน เหมือนกับ
เครื่อง Dreamcast ของ Sega และ เครื่อง PlayStation 3 ของ Sony ที่ไม่ได้รับความนิยมมากนัก
ในประเทศไทย

ทั้งหมดนี้เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ อันยาวนาน ระหว่างประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น
รวมถึงการเข้ามาของวัฒนธรรม และวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่น ทั้งทางตรงจากเข้ามาตั้ง
รกรากในประเทศไทยของคนญี่ปุ่น และทางอ้อมโดยผ่านสื่อมวลชน จนกระทั่งวัฒนธรรมป๊อปจาก
ญี่ปุ่นได้รับความนิยมและกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตวัยรุ่นไทยในปัจจุบัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

การเปิดรับและติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่น

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับและการติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างโดย เริ่มจาก คุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ จุดเริ่มในการ รู้จักวัฒนธรรมป๊อป จาก ญี่ปุ่น ระยะการชื่นชอบและติดตาม วัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น ช่วงอายุที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบและติดตาม วัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น อย่างจริงจัง อิทธิพลจากสื่อและคนใกล้ชิดต่อการความชื่นชอบและการติดตามวัฒนธรรมป๊อป จากญี่ปุ่น แรงสนับสนุนและอุปสรรคต่อการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง วิธีการติดตาม ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น และเนื้อหาของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ ด้วยวิธีการต่างๆ ที่มีการกล่าวอ้างถึงในการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 คุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง

จากการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบเฉพาะเจาะจง โดยใช้แบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยได้กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18 ถึง 25 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และมีการติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นเกินกว่า 5 ปีขึ้นไป โดยทั้งหมดศึกษาภาษาญี่ปุ่นในโรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือสอบผ่านการสอบวัดระดับภาษาญี่ปุ่นตั้งแต่ระดับ 4 (สามารถดูรายละเอียดได้ในภาคผนวก ข.) เพื่อทำการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) จำนวน 40 คน โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างชาย 4 คน คิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ และหญิง 36 คน คิดเป็น 90 เปอร์เซ็นต์ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 ตารางแสดงคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	อายุ	เวลาในการติดตาม (ปี)	การศึกษาภาษาญี่ปุ่น	เขต/จังหวัด
1	ต่อ	18	6	ม.ปลาย ศิลป์/ ญี่ปุ่น	มีนบุรี/ กทม
2	บอล	19	6	มหาวิทยาลัย/ไทยญี่ปุ่น	ปทุมวัน/ กทม
3	ไก่อ	21	11	สอบผ่านระดับ 4	คลองเตย/ กทม
4	เต้	23	15	สอบผ่านระดับ 4	ห้วยขวาง/ กทม

ตารางที่ 5.2 ตารางแสดงคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

ลำดับ ที่	ชื่อ(นาม สมมติ)	อายุ	เวลาในการ ติดตาม (ปี)	การศึกษาภาษาญี่ปุ่น	เขต/จังหวัด
1	ตาล	18	6	ม.ปลาย ศิลป์/ ญี่ปุ่น, สอบ ผ่านระดับ 4	ท่าพระ/ กทม
2	อัยจิน	18	5	สอบผ่านระดับ 4	สายไหม/ กทม
3	ม่อน	18	6	สอบผ่านระดับ 4, 3	บางพลี/สมุทรปราการ
6	น้ำแข็ง	18	5	ม.ปลาย ศิลป์/ ญี่ปุ่น, มหาวิทยาลัย/วิชาเอก, สอบ ผ่านระดับ 4	ธนบุรี/ กทม
7	ริน	18	9	สอบผ่านระดับ 4, 3	บางใหญ่/ กทม
8	ไม้	18	6	สอบผ่านระดับ 4	หนองแขม/ กทม
9	นันท์	18	7	สอบผ่านระดับ 4, 3	คลองเตย/ กทม
10	ใจ	18	5	สอบผ่านระดับ 4	สะพานสูง/ กทม
11	เอ็ม	18	6	มหาวิทยาลัย /วิชาเอก , สอบ ผ่านระดับ 4, 3	จตุจักร/กทม
12	เชอรี่	19	7	มหาวิทยาลัย/เอกญี่ปุ่น, สอบผ่านระดับ 4, 3	พระนคร/กทม
13	นุ่น	19	5	มหาวิทยาลัย/เอกญี่ปุ่น	จตุจักร/ กทม
14	แมว	19	6	สอบผ่านระดับ 4	ภาษีเจริญ/ กทม
15	อร	20	7	สอบผ่านระดับ 4	ราชเทวี/ กทม
16	นก	20	6	สอบผ่านระดับ 4	จอมทอง/ กทม
17	ภัทร์	20	10	มหาวิทยาลัย/เอกญี่ปุ่น	คลองเตย/ กทม
18	จูน	20	7	มหาวิทยาลัย/วิชาเอก,สอบ ผ่านระดับ 4	ภาษีเจริญ/ กทม
19	จิน	21	10	มหาวิทยาลัย/วิชาโท	ตลิ่งชัน/ กทม
20	กิ๊ก	21	8	สอบผ่านระดับ 4	พญาไท/ กทม
21	นน	21	5	สอบผ่านระดับ 4	ราชเทวี/ กทม

ตารางที่ 5.2 (ต่อ) ตารางแสดงคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

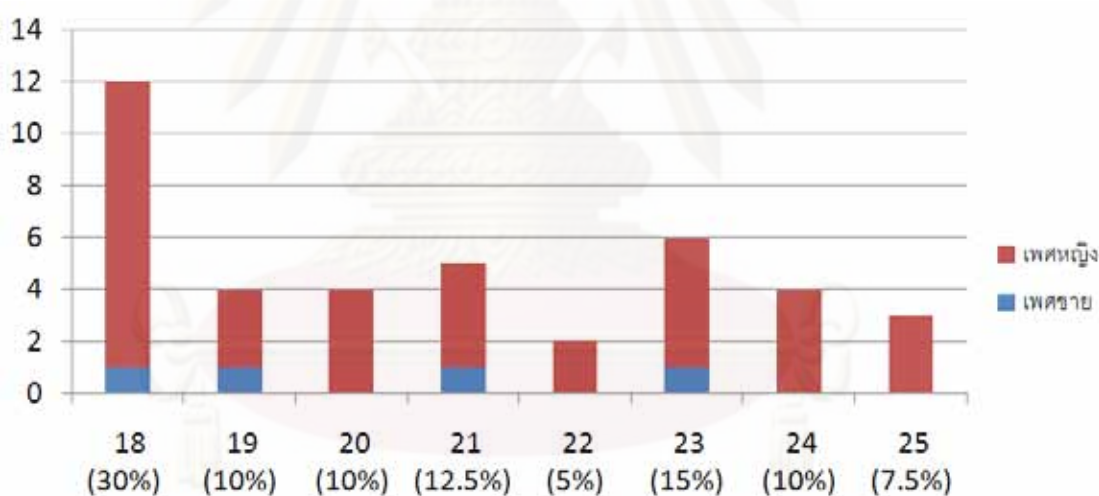
ลำดับ ที่	ชื่อ(นาม สมมติ)	อายุ	เวลาในการ ติดตาม (ปี)	การศึกษาภาษาญี่ปุ่น	เขต/จังหวัด
22	นัท	21	10	สอบผ่านระดับ 4	ยานนาวา/ กทม
23	น้ำ	22	10	มหาวิทยาลัย/วิชาเอก, สอบ ผ่านระดับ 4, 3, 2	คลองสามวา/ กทม
24	คาเมะ	22	11	สอบผ่านระดับ 4, 3	ลาดพร้าว/ กทม
25	แดง	23	5	สอบผ่านระดับ 4	ดินแดง/ กทม
26	อิง	23	9	มหาวิทยาลัย/วิชาโท, สอบ ผ่านระดับ 4	ลาดพร้าว/ กทม
27	มิน	23	9	มหาวิทยาลัย/วิชาเอก, สอบ ผ่านระดับ 4	อำเภอเมือง/นนทบุรี
28	แก้ว	23	11	มหาวิทยาลัย/วิชาโท	ห้วยขวาง/ กทม
29	ปี่	23	10	มหาวิทยาลัย/วิชาเอก, สอบ ผ่านระดับ 4, 3	ราษฎร์บูรณะ/ กทม
30	มิกะ	24	14	สอบผ่านระดับ 4	ภาษีเจริญ/ กทม
31	นุช	24	15	มหาวิทยาลัย/วิชาเอก, สอบ ผ่านระดับ 4, 3, 2	ดอนเมือง/ กทม
32	กุง	24	7	มหาวิทยาลัย/วิชาเอก, สอบ ผ่านระดับ 4	ดุสิต/ กทม
33	ก้อย	24	9	มหาวิทยาลัย/วิชาเอก, สอบ ผ่านระดับ 4, 3, 2	บางพลัด/ กทม
34	ฟ้า	25	10	สอบผ่านระดับ 4	บางกะปิ/ กทม
35	เก้	25	11	สอบผ่านระดับ 4, 3	บางบ่อ/ กทม
36	แป้ม	25	19	มหาวิทยาลัย/วิชาเอก, สอบ ผ่านระดับ 4, 3, 2	สวนหลวง/ กทม

5.2 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

5.2.1 อายุ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีอายุระหว่าง 18 ถึง 25 ปี โดยกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนมากที่สุดในช่วง 18 ปี จำนวนทั้งสิ้น 12 คน คิดเป็น 30 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาคือช่วงอายุ 23 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็น 15 เปอร์เซ็นต์ ตามมาด้วยช่วงอายุ 21 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็น 12.5 เปอร์เซ็นต์ สำหรับช่วงอายุ 19 และ 20 ปี นั้นมีจำนวนเท่ากันคือ 4 คน โดยคิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ ช่วงอายุ 25 ปี มีจำนวน 3 คน คิดเป็น 7.5 เปอร์เซ็นต์ และน้อยที่สุดคือช่วงอายุ 22 และ 24 ปี โดยมีจำนวนช่วงอายุละ 2 คน คิดเป็น 5 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ภาพที่ 5.1 ภาพแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงอายุ



5.2.2 รายได้ของครอบครัว

ผู้วิจัยได้แบ่งรายรับต่อครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 7 ระดับ โดยเริ่มตั้งแต่ 30,000 บาท จนถึงมากกว่า 150,000 บาท ห่างกันระดับละ 20,000 บาท และพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ของครอบครัวอยู่ในช่วงต่างๆ กระจายกันออกไป ตั้งแต่ 30,000 บาทถึง 110,000 และเริ่มมีจำนวนน้อยลงในช่วง 110,000 บาทขึ้นไป โดยมีเพียง 8 คน ที่มีรายได้ต่อครอบครัวเกิน 110,000 บาท หรือคิดเป็น 20 เปอร์เซ็นต์ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ครอบครัวมีรายรับเกินกว่า 150,000 บาทนั้นมีเพียง 4 คน หรือคิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์

ภาพที่ 5.2 ภาพแสดงรายได้ครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 40 คน



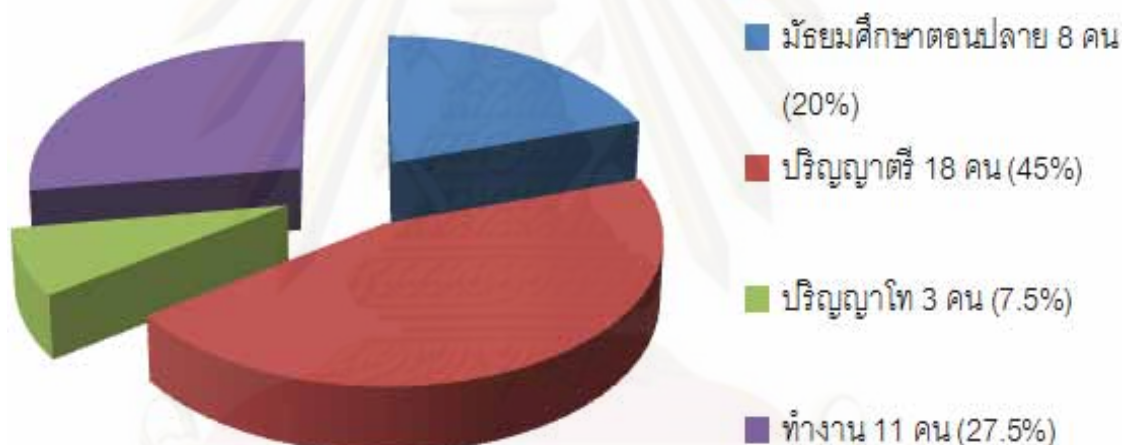
ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.2.3 การศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ในช่วงเวลาที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลนั้นมีกลุ่มตัวอย่างซึ่งกำลังเรียนอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุดคือ 18 คน หรือคิดเป็น 45 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างในช่วงเริ่มต้นทำงาน มีจำนวนทั้งสิ้น 11 คน คิดเป็น 27.5 เปอร์เซ็นต์ สำหรับมัธยมศึกษาตอนปลายนั้นมี 8 คน คิดเป็น 20 เปอร์เซ็นต์ สำหรับกลุ่มที่มีน้อยที่สุดคือกลุ่มนักศึกษาในระดับปริญญาโท จำนวน 3 คน หรือคิดเป็น 7.5 เปอร์เซ็นต์

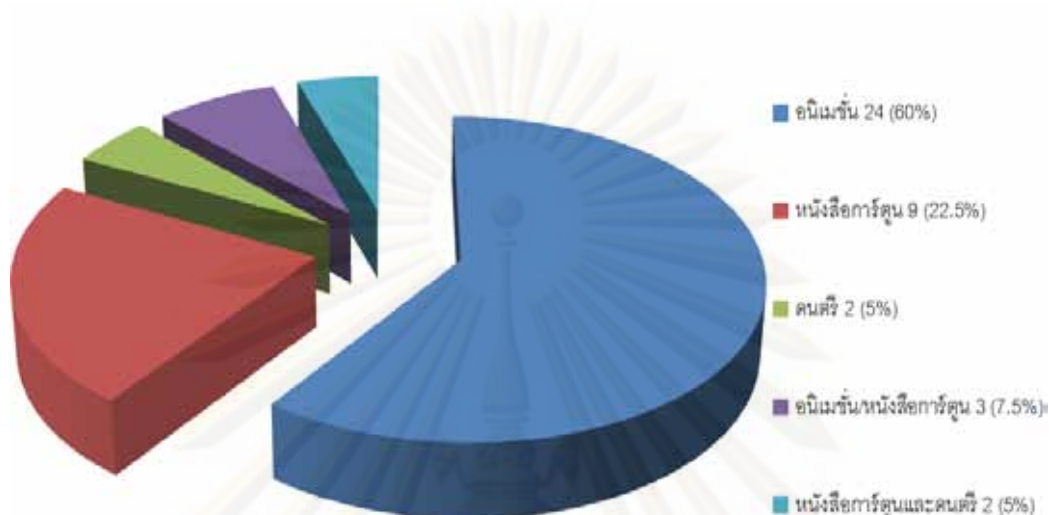
ภาพที่ 5.3 ภาพแสดงการศึกษาในปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง



5.3 รู้จักวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มรู้จักวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นครั้งแรก ผ่านภาพยนตร์แอนิเมชันมากที่สุดโดยมีจำนวน 24 คน หรือ 60 เปอร์เซ็นต์ จากการอ่านหนังสือการ์ตูนจำนวน 9 คน คิดเป็น 22.5 เปอร์เซ็นต์ และจากดนตรีจำนวน 2 คน หรือเท่ากับ 5 เปอร์เซ็นต์ นอกจากนั้นผู้วิจัยยังพบว่ามีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนเริ่มรู้จักวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นมากกว่าหนึ่งรูปแบบในเวลาใกล้เคียงกัน โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่เริ่มรู้จักวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นจากภาพยนตร์แอนิเมชัน และหนังสือการ์ตูนในเวลาใกล้เคียงกันจำนวน 3 คน คิดเป็น 7.5 เปอร์เซ็นต์ และรู้จักหนังสือการ์ตูน กับดนตรีพร้อมๆ กันจำนวน 2 คน หรือคิดเป็น 5 เปอร์เซ็นต์

ภาพที่ 5.4 ภาพแสดงวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นรูปแบบแรกที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ



จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่เริ่มรู้จักวัฒนธรรมป๊อปจากภาพยนตร์แอนิเมชัน หนังสือการ์ตูน และภาพยนตร์แอนิเมชันพร้อมกับหนังสือการ์ตูน เมื่อรวมกันแล้วมีจำนวนมากถึง 36 คน (90%) โดยทั้ง 36 คน เริ่มรู้จักสื่อทั้งสองรูปแบบในช่วงประถมศึกษา ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากธรรมชาติของ ภาพยนตร์แอนิเมชันและหนังสือการ์ตูน เป็นนั้นมีความ ใกล้ชิดและเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับผู้รับสาร ในกลุ่มเด็กและเยาวชนอย่างมาก เนื่องจากภาพที่ดึงดูดใจ เนื้อเรื่องที่เต็มไปด้วยจินตนาการซึ่ง กระตุ้นความสนใจ และง่ายต่อการเข้าใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพยนตร์แอนิเมชันซึ่งถ่ายทอดเรื่องราวด้วยภาพและเสียงอีกทั้งยังผ่านสื่อที่ไม่ต้องซื้อหาอย่างโทรทัศน์ซึ่ง เป็นสื่อที่มีติดบ้านอยู่แล้วเพียงแค่เปิดก็สามารถรับชมได้ทันที สำหรับการแพร่ภาพภาพยนตร์แอนิเมชันในประเทศไทยนั้น

จากการศึกษาของธิดารัตน์ รักประยูร (2545) พบว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2510 หลังจากประเทศไทยเริ่มเปลี่ยนมาแพร่ภาพในระบบเป็นต้นมา ภาพยนตร์แอนิเมชันจากประเทศญี่ปุ่นได้รับความนิยมในประเทศไทย เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในปี 2533 ได้เกิดรายการช่อง 9 การ์ตูนซึ่งส่งชื่อการ์ตูน จากประเทศญี่ปุ่น มาแพร่ภาพ เป็นหลัก จนกระทั่ง ถึงปัจจุบัน จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่กลุ่มตัวอย่างจะมีโอกาสได้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันผ่านสื่อโทรทัศน์ช่องต่างๆ

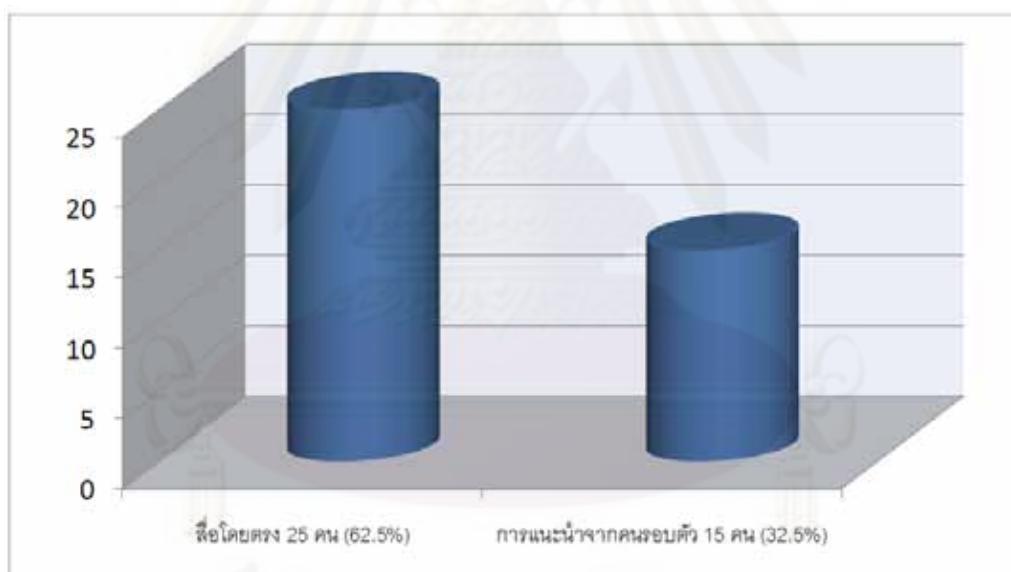
สำหรับหนังสือการ์ตูนนั้นมีข้อจำกัดมากกว่าภาพยนตร์แอนิเมชัน กล่าวคือ แม้หนังสือการ์ตูนจะสื่อสารด้วยภาพเป็นหลัก ทำให้สามารถเข้าใจง่าย แต่ยังคงอาศัยทักษะทางด้านการอ่าน นอกจากนี้หนังสือการ์ตูนไม่ใช่สื่อสามัญประจำบ้านที่ทุกบ้านต้องมีดังเช่นโทรทัศน์ ทำให้กลุ่มตัวอย่างจำเป็นต้องออกไปซื้อหาข้างนอกซึ่งมีอุปสรรคจากเงื่อนไขของอายุคือไม่สามารถเดินทางไปไหนมาไหนได้โดยลำพัง และถูกจำกัดในเรื่องค่าใช้จ่ายจากค่าขนมที่ได้รับ ในกลุ่มตัวอย่างที่เริ่มรู้จักวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นจากหนังสือการ์ตูนเป็นรูปแบบแรกนั้น แทบทั้งหมดมีพี่ ญาติ หรือเพื่อนบ้านที่อายุมากกว่าเป็นผู้แนะนำให้รู้จักกับหนังสือการ์ตูน โดยในช่วงแรกกลุ่มตัวอย่างจะเริ่มจากการอ่านหนังสือการ์ตูนที่พี่ ญาติ หรือเพื่อนบ้านที่อายุมากกว่าซื้อ และจากนั้นเมื่อมีความพร้อม เช่น เข้าเรียนในชั้นมัธยมศึกษา สามารถไปไหนมาไหนเองได้และได้รับเงินค่าขนมมากขึ้นในกลุ่มตัวอย่างจึงเริ่มเลือกซื้อการ์ตูนด้วยตนเอง เช่นกรณีของแป้ม แป้มเล่าว่า “ทั้งพี่ชายพี่สาวชอบอ่านการ์ตูนมาก เรื่องที่ชอบช่วงนั้นก็พวกเจ้าสาวซาตาน หน้ากากแก้ว แต่ตอนนั้นได้ค่าขนมน้อย เลยต้องอาศัยอ่านจากที่พี่ซื้อมา” (สัมภาษณ์, วันที่ 13 กันยายน 2551) ซึ่งคล้ายคลึงกับกรณีของก้อย ก้อยเล่าว่า “ก้อยมีพี่สาวอายุห่างกันมาก พี่ชอบอ่านการ์ตูนก้อยเลยพลอยอ่านไปด้วย แต่ตอนนั้นการ์ตูนหายากมากที่โรงเรียนก้อยก็ไม่ค่อยมีคนอ่าน ส่วนใหญ่จะได้จากที่พี่ซื้อกับพี่จะเอการ์ตูนที่มีไปแลกกับเพื่อนที่โรงเรียนมาอ่าน พอขึ้น ป . 4 ก็ไปอ่านที่บ้านรุ่นพี่ที่อยู่ใกล้ๆ แทนเพราะเขามีหนังสือการ์ตูนเยอะมาก ” (สัมภาษณ์, วันที่ 13 กันยายน 2551) ผู้วิจัยพบกลุ่มตัวอย่างเพียงคนเดียวที่มีผู้ปกครองซื้อหนังสือการ์ตูนให้คือเต้ เต้เล่าว่า “ตอนนั้นพ่อซื้อหนังสือการ์ตูนให้อ่านจะได้ไม่กวนเวลาพ่อกับแม่ทำงาน แรกๆ ที่พ่อซื้อให้ก็พวกโดเรม่อน พ่อโตขึ้นเต้ก็เริ่มเลือกเอง ” (สัมภาษณ์, วันที่ 25 สิงหาคม 2551)

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เริ่ม รู้จัก วัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นจาก ดนตรี และดนตรี พร้อมๆ กับหนังสือการ์ตูนนั้น เกือบทั้งหมดเริ่มรู้จัก ในช่วงมัธยมศึกษาโดย การแนะนำจากเพื่อนที่โรงเรียน เนื่องจากเด็กวัยรุ่นในช่วงมัธยมศึกษาเป็นช่วงที่ใช้เวลากับเพื่อนค่อนข้างมากและค่อนข้างอ่อนไหวกับกลุ่มเพื่อนเมื่อเพื่อนอ่านการ์ตูนหรือฟังเพลงอะไร ก็จะอ่านและฟังด้วย เช่นในกรณีของน้ำ น้ำเล่าว่า “ช่วงขึ้นมัธยมใหม่ๆ รุ่นพี่ที่สนิทด้วยชอบ X-Japan มาก มาคุยให้ฟังบ่อยๆ บางทีก็เอาเพลงมาให้ฟัง สุดท้ายเลยชอบด้วยเลย” (สัมภาษณ์, วันที่ 28 มิถุนายน 2551) เช่นเดียวกับไม้ ไม้เล่าว่า “ช่วง ม . 1 เพื่อนที่ห้องชอบจอนนี่ จูเนียร์มาก เอามาให้ฟังบ่อยๆ ไม้เลยชอบตาม ” (สัมภาษณ์, วันที่ 9 สิงหาคม 2551) โดยมีภัทรเพียงคนเดียวที่เริ่มรู้จักด้วยตัวเองภัทรเล่าว่า “พอขึ้นมัธยมก็ไปกลับเอง ตอนนั้นชอบดาราจีนมากไปซื้อหนังสือเกี่ยวกับดาราจีน จำไม่ได้แล้วหนังสืออะไร แล้วมัน

มีบทความเกี่ยวกับดาราศาสตร์ที่อ่านง่ายประมาณ 10 หน้าอ่านไปอ่านมาก็เลยสนใจ การดูนั้นก็เริ่มช่วงๆ นั้นเหมือนกัน มันมีร้านเช่าการ์ตูนติดโรงเรียนเดินผ่านเห็นหนังสือเยอะดี เลยเข้าไปดู เลยเริ่มอ่านมาตั้งแต่นั้น” (สัมภาษณ์, วันที่ 20 กรกฎาคม 2551)

สำหรับในช่วงเริ่มต้นเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มรู้จักและติดตามจากการเผยแพร่ของสื่อมวลชน มีกลุ่มตัวอย่างที่รู้จักวัฒนธรรมป๊อปผ่านสื่อด้วยตนเองจำนวน 25 คน หรือคิดเป็น 62.5 เปอร์เซ็นต์ รู้จักโดยการชักนำจากบุคคลรอบตัวเช่น เพื่อน ที่โรงเรียน พี่ เพื่อนบ้าน ญาติ และผู้ปกครอง จำนวน 15 คน คิดเป็น 37.5 เปอร์เซ็นต์

ภาพที่ 5.5 กราฟแสดงอัตราส่วนเปรียบเทียบจำนวนผู้เริ่มรู้จักวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นผ่านสื่อและผ่านการแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด



5.4 ระยะเวลาที่ชื่นชอบและติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่หยุดนิ่งกับ วัฒนธรรมรูปแบบแรกที่ตนเองรู้จักหรือเปิดรับ มีเพียง 4 คน ที่วัฒนธรรมรูปแบบแรกที่เปิดรับ และวัฒนธรรมรูปแบบที่ติดตามอย่างจริงจังเป็นวัฒนธรรมรูปแบบเดียวกัน ที่เหลือจำนวน 36 คน มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบวัฒนธรรมป๊อปที่ตนเองเปิดรับจนกระทั่งพบรูปแบบที่ตนเองชื่นชอบมากที่สุด หลังจากนั้นกลุ่มตัวอย่างจะหยุดนิ่งอยู่เป็นระยะเวลายาวนาน แม้จะมีการเปลี่ยนเนื้อหาบ้าง แต่ผู้วิจัยไม่พบว่ากลุ่มตัวอย่าง

เปลี่ยนแปลงรูปแบบวัฒนธรรม กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่ชื่นชอบดนตรี อาจจะเปลี่ยนแปลงศิลปินหรือกลุ่มศิลปินที่ชอบ แต่จะไม่เปลี่ยนแปลงไปสู่รูปแบบวัฒนธรรมใหม่ เช่น กลุ่มตัวอย่างจะไม่เปลี่ยนจากดนตรีไปสู่ เกมคอมพิวเตอร์ หรือเปลี่ยนจากดนตรีเป็นภาพยนตร์ แอนิเมชัน โดยสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 8 กลุ่มตามรูปแบบของวัฒนธรรมป๊อป ที่กลุ่มตัวอย่างติดตามอย่างจริงจังประกอบไปด้วย กลุ่มที่ติดตามดนตรีเป็นหลัก กลุ่มที่ติดตามดนตรีและละครเป็นหลัก กลุ่มที่ติดตามหนังสือการ์ตูนและดนตรีเป็นหลัก กลุ่มที่ติดตามดนตรีและเกมคอมพิวเตอร์เป็นหลัก กลุ่มที่ติดตามเกมคอมพิวเตอร์และแอนิเมชันเป็นหลัก กลุ่ม ที่ติดตามหนังสือการ์ตูนและแอนิเมชันเป็นหลัก กลุ่มที่ติดตามหนังสือการ์ตูน แอนิเมชัน และเกมคอมพิวเตอร์เป็นหลัก กลุ่มที่ติดตามหนังสือการ์ตูน แอนิเมชันและละครเป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 40 คน เปิดรับวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นมากกว่าหนึ่งรูปแบบ โดยมีตั้งแต่ 2 รูปแบบจนถึงครบทั้ง 6 รูปแบบ แต่จะติดตามจริงจังเพียง 1 ถึง 3 รูปแบบเท่านั้น ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นมีเนื้อหาเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกันแทบทั้งสิ้น เช่น ภาพยนตร์แอนิเมชันส่วนใหญ่มักจะสร้างจากหนังสือการ์ตูน หนังสือนิยาย หรือเกมส์ที่ได้รับความนิยม ในทางกลับกันหากมีแอนิเมชันที่ได้รับความนิยมเกิดขึ้น ก็จะมีการออกหนังสือการ์ตูน หนังสือนิยาย และเกม ตามมา นอกจากนี้ก็ยังมีผลงานละครควบคู่กับงานเพลง และยังมี ความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกับสื่อละคร และภาพยนตร์แอนิเมชันผ่านทาง เพลงประกอบอีกด้วย ความเชื่อมโยงของเนื้อหาวัฒนธรรมนี้เองทำให้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 40 คน เปิดรับวัฒนธรรมป๊อปหลากหลายรูปแบบควบคู่กันไป

ตัวอย่างความเชื่อมโยงระหว่างเนื้อหาของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น

ตัวอย่างที่ 1 ตัวอย่างความเชื่อมโยงระหว่าง ภาพยนตร์แอนิเมชัน และหนังสือการ์ตูน “บางเรื่องก็เห็นจากในโทรทัศน์ อย่าง ชินจัง ดูแล้วชอบก็ซื้อมาอ่าน” (กุง, สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2551)

ตัวอย่างที่ 2 ตัวอย่างความเชื่อมโยงระหว่างดนตรี และละคร “สำหรับละครแต่งฟังเริ่มดูช่วง 2-3 ปีมานี้เอง เรื่องแรกที่แต่งดูคือ Gokusen ที่ฉายช่อง 7 ดูเพราะมีศิลปินกลุ่มจอนนี่ จูเนียร์ แสดงด้วย” (แดง, สัมภาษณ์, วันที่ 6 กรกฎาคม 2551)

ตัวอย่างที่ 3 ตัวอย่างความเชื่อมโยงระหว่างละคร และนิยาย “นิยายเรื่องแรกที่อ่านก็เรื่อง The Ring เพราะเคยดูจาก ITV” (อัยจิน, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กรกฎาคม 2551)

ตัวอย่างที่ 4 ตัวอย่างความเชื่อมโยงระหว่างแอนิเมชัน และดนตรี “ดูการ์ตูนบ่อยๆ เข้าก็เริ่มชอบเพลงญี่ปุ่น เพลง opening (เพลงเปิด) ending (เพลงปิด) เพราะมากเลยพี” (นก, สัมภาษณ์, วันที่ 15 กรกฎาคม 2551)

จากคำตอบของกลุ่มตัวอย่างจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีการติดตามศิลปิน รวมถึงเนื้อหาของวัฒนธรรมป๊อปที่ตนเองชื่นชอบไปสู่วัฒนธรรมป๊อปรูปแบบอื่นๆ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ชื่นชอบและติดตามวัฒนธรรมป๊อปในรูปแบบดนตรีมักติดตามวัฒนธรรมในรูปแบบละครด้วย นอกจากนี้ความเชื่อมโยงในแง่ของเนื้อหาแล้วทั้งละครและดนตรีล้วนแล้วแต่มีจังหวะของการเล่าเรื่องหรือเมโลดี้ที่คล้ายคลึงกัน มีการผูกเรื่องและดำเนินเรื่องซึ่งส่วนใหญ่ถูกเชื่อมโยงกับเรื่องราวของความรัก สำหรับกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มของหนังสือการ์ตูน แอนิเมชัน และเกมคอมพิวเตอร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการติดตามสื่อเหล่านี้ร่วมกัน โดยเนื้อแท้แล้วภาพยนตร์แอนิเมชันก็คือหนังสือการ์ตูนที่เคลื่อนไหวและส่งเสียงได้ ในขณะที่เกมคอมพิวเตอร์ก็คือหนึ่งช่องทางที่ทำให้สามารถปฏิสัมพันธ์กับตัวละครที่ชื่นชอบ แต่นอกจากความเชื่อมโยงของเนื้อเรื่องจุดเชื่อมโยงของสื่อทั้งสามชนิดคือ สื่อเหล่านี้เป็นภาพลายเส้นที่ถูกวาดขึ้นจากจินตนาการ ในขณะที่กลุ่มหนึ่งก็เลือกที่จะผลิตเพลย์ในโลกรของจินตนาการที่หลุดพ้นไปจากความเป็นจริงอย่างสิ้นเชิง อีกกลุ่มหนึ่งเลือกอยู่กับจินตนาการที่อิงความเป็นจริงแม้จะมีบางส่วนที่ถูกขีดเขียน กำกับแต่ก็ยังเหลือส่วนที่เป็นจริง เหมือนศิลปินเมื่ออยู่บนเวทีย่อมไม่สามารถแสดงตัวตนที่แท้จริงออกมาได้เพราะมีภาพพจน์ที่ต้องรักษาแต่ศิลปินเหล่านั้นก็ยังมีชีวิต แต่สิ่งที่ทั้งสองกลุ่มตามหาก็คือคนในอุดมคติ คนที่ตรงกับอุดมคติของตัวเอง สำหรับรายละเอียดของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นรูปแบบแรกที่กลุ่มตัวอย่างรู้จัก วัฒนธรรมป๊อปทุกรูปแบบที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ วัฒนธรรมป๊อปรูปแบบที่กลุ่มตัวอย่างติดตามอย่างจริงจังโดยวัดจากการซื้อสินค้าและการใช้เวลากับวัฒนธรรมป๊อปแต่ละรูปแบบ ไปจนถึงวัฒนธรรมป๊อปรูปแบบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาญี่ปุ่น สามารถดูได้จากตารางที่ 5.3 ถึง ตารางที่ 5.10

ตารางที่ 5.3 ตารางแสดงรูปแบบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับวัฒนธรรมป๊อปรูปแบบดนตรีเป็นหลัก

ลำดับ ที่	ชื่อ(นาม สมมติ)	รูปแบบแรกที่ เปิดรับ	รูปแบบที่เปิดรับทั้งหมด	รูปแบบที่ติดตามอย่าง จริงจัง
1	บอล	หนังสือการ์ตูน	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน, ดนตรี, เกมคอมพิวเตอร์, ละคร, นิยาย	ดนตรี Morning Musume
2	น้ำ	ดนตรี	ดนตรี, ละคร	ดนตรี X-Japan
3	คาเมะ	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน, ดนตรี, เกมคอมพิวเตอร์, ละคร, นิยาย	ดนตรี Lunasea
4	มีน	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร, นิยาย	ดนตรี L'arc en ciel
5	กุ่ม	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร, นิยาย	ดนตรี L'arc en ciel
1	ตาล	แอนิเมชัน	แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร,	ดนตรี Yamapi, ละคร
2	อัยจิน	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน ,แอนิเมชัน , ดนตรี, ละคร, นิยาย	ดนตรี Tackey & Tsubasa, ละคร
3	ม่อน	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน ,แอนิเมชัน , ดนตรี, ละคร, นิยาย	ดนตรี Yamapi, ละคร
4	ขวัญ	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร, นิยาย	ดนตรี Kat-Tun, ละคร
5	มิล	แอนิเมชัน	แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร, นิยาย	ดนตรี Kat-Tun, ละคร

ตารางที่ 5.3 (ต่อ) ตารางแสดงรูปแบบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น ของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับวัฒนธรรมปี
 อปรูปแบบดนตรี และละครเป็นหลัก

ลำดับ ที่	ชื่อ(นาม สมมติ)	รูปแบบแรกที่ เปิดรับ	รูปแบบที่เปิดรับทั้งหมด	รูปแบบที่ติดตามอย่าง จริงจัง
6	น้ำแข็ง	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร	ดนตรี Winds, ละคร
7	ไม้	ดนตรี	หนังสือการ์ตูน, ดนตรี, ละคร, นิยาย	ดนตรี Kat-Tun, ละคร
8	นันท	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร	ดนตรี Kat-Tun, ละคร
9	เอ็ม	หนังสือการ์ตูน	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร,นิยาย	ดนตรี Kat-Tun, ละคร
10	เซอริ	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร,นิยาย	ดนตรี Kat-Tun, ละคร
11	นุ่น	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, เกมคอมพิวเตอร์, ละคร, นิยาย	ดนตรี Winds, ละคร
12	แมว	แอนิเมชัน	แอนิเมชัน,ดนตรี, เกม คอมพิวเตอร์, ละคร	ดนตรี Kat-Tun, ละคร
13	อร	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร	ดนตรี Kat-Tun, ละคร
14	ภัทร์	หนังสือการ์ตูน, ดนตรี	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, เกมคอมพิวเตอร์, ละคร,นิยาย	ดนตรี JR, ละคร
15	จูน	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, เกมคอมพิวเตอร์, ละคร,นิยาย	ดนตรี(JR), ละคร

ตารางที่ 5.3 (ต่อ) ตารางแสดงรูปแบบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับวัฒนธรรมป๊อปรูปแบบดนตรี และละครเป็นหลัก

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	รูปแบบแรกที่เปิดรับ	รูปแบบที่เปิดรับทั้งหมด	รูปแบบที่ติดตามอย่างจริงจัง
16	จิน	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร	ดนตรี Kat-Tun, ละคร
17	กิกิ	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร,นิยาย	ดนตรี Aucifer, ละคร
18	แดง	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร	ดนตรี JR, ละคร
19	อิง	หนังสือการ์ตูน	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, เกมคอมพิวเตอร์, ละคร,นิยาย	ดนตรี Kat-Tun, ละคร
20	แก้ว	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร,นิยาย	ดนตรี Arashi, ละคร
21	ปี	หนังสือการ์ตูน	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร,นิยาย	ดนตรี Yamapi, ละคร
22	มิกะ	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร	ดนตรี Kat-Tun, ละคร
23	ฟ้า	หนังสือการ์ตูน, ดนตรี	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, เกมคอมพิวเตอร์, นิยาย	ดนตรี Kat-Tun, ละคร
24	เก้	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, เกม, นิยาย	ดนตรี winds, ละคร
25	นน	หนังสือการ์ตูน	หนังสือการ์ตูน,แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร,นิยาย	ดนตรี, ละคร (เพลง pop)

ตารางที่ 5.4 ตารางแสดงรูปแบบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ารับวัฒนธรรมป๊อปรูปแบบดนตรี และหนังสือการ์ตูนเป็นหลัก

ลำดับ ที่	ชื่อ(นาม สมมติ)	รูปแบบแรกที่ เปิดรับ	รูปแบบที่เปิดรับทั้งหมด	รูปแบบที่ติดตามอย่าง จริงจัง
1	ริน	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน, ดนตรี, ละคร, นิยาย	หนังสือการ์ตูน, ดนตรี Kat-Tun
2	ใจ	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน, ดนตรี, เกมคอมพิวเตอร์, ละคร, นิยาย	หนังสือการ์ตูน, ดนตรี Kat-Tun

ตารางที่ 5.6 ตารางแสดงรูปแบบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ารับวัฒนธรรมป๊อปรูปแบบดนตรี และเกมคอมพิวเตอร์เป็นหลัก

ลำดับ ที่	ชื่อ(นาม สมมติ)	รูปแบบแรกที่ เปิดรับ	รูปแบบที่เปิดรับทั้งหมด	รูปแบบที่ติดตามอย่าง จริงจัง
1	นัท	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน, ดนตรี, เกมคอมพิวเตอร์, ละคร, นิยาย	ดนตรี (เพลง pop), เกม คอมพิวเตอร์

ตารางที่ 5.7 ตารางแสดงรูปแบบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ารับวัฒนธรรมป๊อปรูปแบบเกมส์คอมพิวเตอร์และแอนิเมชันเป็นหลัก

ลำดับ ที่	ชื่อ(นาม สมมติ)	รูปแบบ แรกที่ เปิดรับ	รูปแบบที่เปิดรับทั้งหมด	รูปแบบที่ติดตามอย่าง จริงจัง
1	เต้	แอนิเม ชัน	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน, ดนตรี, เกมคอมพิวเตอร์, ละคร, นิยาย	เกมคอมพิวเตอร์, แอนิเม ชัน

ตารางที่ 5.8 ตารางแสดงรูปแบบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับวัฒนธรรมป๊อป
รูปแบบหนังสือการ์ตูน แอนิเมชัน และเกมคอมพิวเตอร์เป็นหลัก

ลำดับ ที่	ชื่อ(นาม สมมติ)	รูปแบบ แรกที่ เปิดรับ	รูปแบบที่เปิดรับทั้งหมด	รูปแบบที่ติดตามอย่าง จริงจัง
1	แป้ม	หนังสือ การ์ตูน	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน, ดนตรี, นิยาย	หนังสือการ์ตูน, แอนนิ เมชัน

ตารางที่ 5.9 ตารางแสดงรูปแบบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับวัฒนธรรมป๊อป
รูปแบบหนังสือการ์ตูน แอนิเมชัน และเกมคอมพิวเตอร์เป็นหลัก

ลำดับ ที่	ชื่อ(นาม สมมติ)	รูปแบบ แรกที่ เปิดรับ	รูปแบบที่เปิดรับทั้งหมด	รูปแบบที่ติดตามอย่าง จริงจัง
1	นก	หนังสือ การ์ตูน	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน, ดนตรี, เกมคอมพิวเตอร์	หนังสือการ์ตูน, แอนนิ เมชัน, เกมคอมพิวเตอร์
2	นุช	แอนนิ เมชัน	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน, ดนตรี, เกมคอมพิวเตอร์, นิยาย	หนังสือการ์ตูน, แอนนิ เมชัน, เกมคอมพิวเตอร์
3	ก้อย	หนังสือ การ์ตูน	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน, ดนตรี, เกมคอมพิวเตอร์, นิยาย	หนังสือการ์ตูน, แอนนิ เมชัน, เกมคอมพิวเตอร์
4	แป้ม	หนังสือ การ์ตูน	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน, ดนตรี, นิยาย	หนังสือการ์ตูน, แอนนิ เมชัน

ตารางที่ 5.10 ตารางแสดงรูปแบบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับวัฒนธรรมป๊อป รูปแบบหนังสือการ์ตูน แอนิเมชัน และละครเป็นหลัก

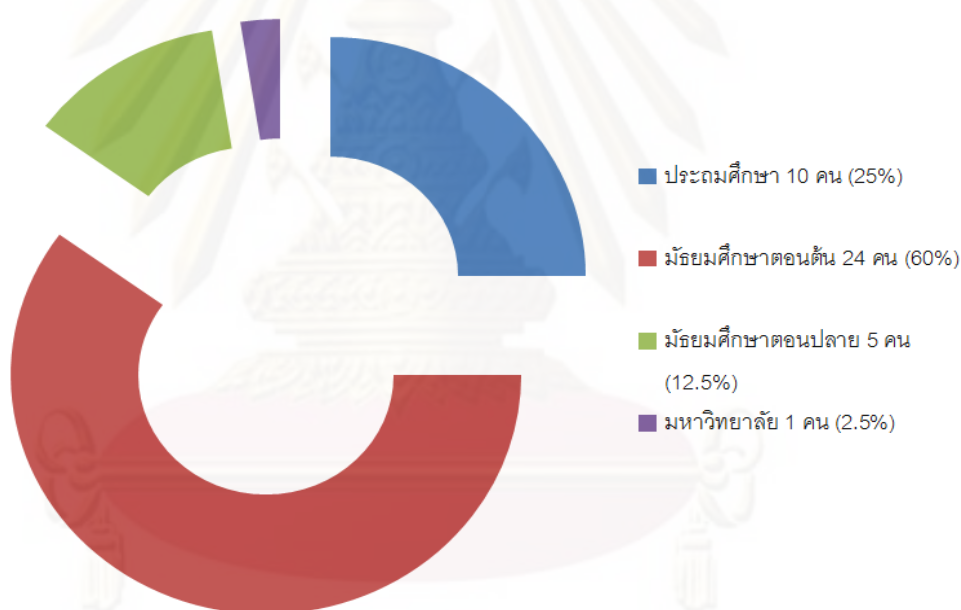
ลำดับ ที่	ชื่อ (นาม สมมติ)	รูปแบบแรก ที่เปิดรับ	รูปแบบที่เปิดรับทั้งหมด	รูปแบบที่ติดตามอย่างจริงจัง
1	ไก่	แอนิเมชัน	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน, ดนตรี, เกมคอมพิวเตอร์, ละคร, นิยาย	หนังสือการ์ตูน, แอนิเมชัน, ละคร

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.5 ช่วงอายุที่กลุ่มตัวอย่างติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นอย่างจริงจัง

ในช่วงที่กลุ่มตัวอย่าง เริ่มติดตามวัฒนธรรมป๊อปจาก ญี่ปุ่นอย่างจริงจังนั้นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 24 คน และมีกลุ่ม ตัวอย่างที่เริ่มติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นอย่างจริงจังในช่วงประถมศึกษาจำนวน 10 คน รองลงมาคือช่วงมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 5 คน สำหรับผู้ที่เริ่มติดตามในระดับมหาวิทยาลัย ยาลัย พบว่ามีเพียงคนเดียว

ภาพที่ 5.6 ภาพภาพแสดงสัดส่วนผู้เริ่มติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นอย่างจริงจังใน ระดับการศึกษาต่างๆ

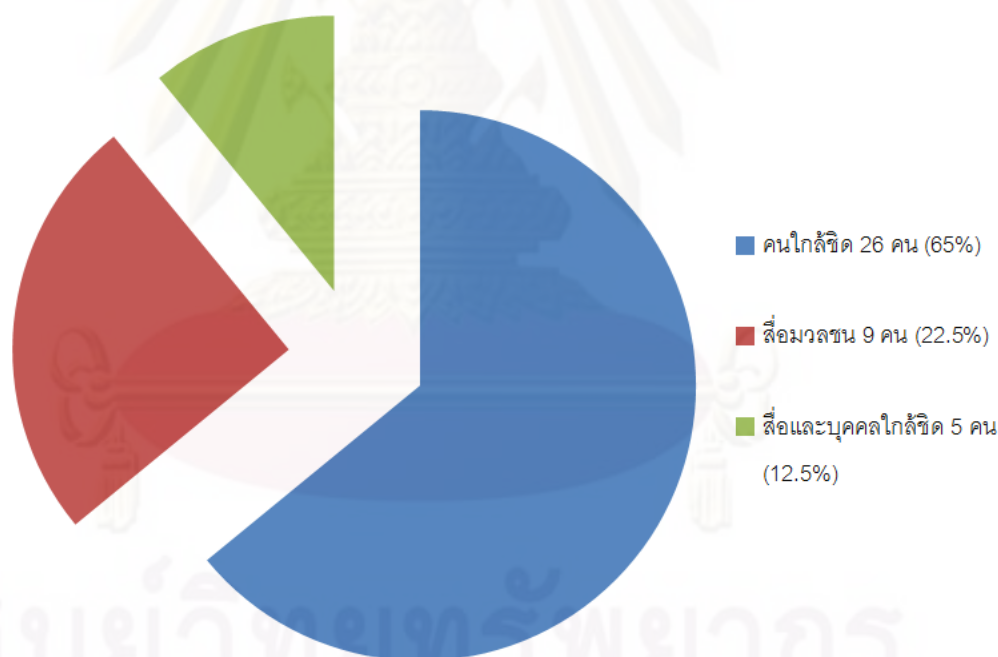


5.6 อิทธิพลจากสื่อและคนใกล้ชิดต่อการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มติดตามวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นในช่วงมัธยมศึกษาตอนต้นมากที่สุด จึงไม่น่าแปลกใจที่การก้าวไปสู่การติดตามวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นอย่างจริงจังของกลุ่มตัวอย่าง จะได้รับอิทธิพลจากการชักนำของบุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อน พี่น้อง และญาติอย่างมาก เพราะวัยรุ่น ในช่วงมัธยมนั้นใช้เวลาอยู่กับกลุ่มเพื่อนและคนในครอบครัวที่อายุรุ่นราวเดียวกันมากที่สุด โดยมี กลุ่มตัวอย่างซึ่งเริ่มติดตามวัฒนธรรมป๊อป จากญี่ปุ่นอย่างจริงจังโดยการชัก นำของบุคคลใกล้ชิด

จำนวนทั้งสิ้น 26 คน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามวัฒนธรรมป๊อปอย่างจริงจังจากการนำเสนอของสื่อโดยตรงมีเพียง 9 คน ซึ่งต่างจากในช่วงของการเริ่มเปิดรับที่สื่อมีอิทธิพลต่อการรู้จักวัฒนธรรมป๊อปของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างบางส่วนเริ่มติดตามวัฒนธรรมป๊อปอย่างจริงจัง โดยมีแรงหนุนทั้งจากคน ใกล้ตัว และจากสื่อมวลชน อีกด้วย กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มนี้ เคยเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นรูปแบบต่างๆ ผ่านสื่อมวลชนมาแล้ว จากนั้นได้รับแรงหนุนจากคน ใกล้ชิด เช่น ญาติพี่น้อง หรือเพื่อน ทำให้กลุ่มตัวอย่างเริ่มเกิดความสนใจวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นอย่างจริงจัง โดยในกลุ่มนี้มีจำนวน 5 คน โดยเพื่อนถือเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นอย่างจริงจังมากที่สุด

ภาพที่ 5.7 ภาพแสดงอัตราส่วนเปรียบเทียบอิทธิพลจากสื่อ และบุคคลใกล้ชิด



5.7 แรงสนับสนุนและอุปสรรคในการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปของกลุ่มตัวอย่าง

5.7.1 เพื่อน

จากการมาเมืองไทยของโยชิโกะ มือกลองและหัวหน้าวง X-Japan ทำให้กระแสของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นด้านดนตรีในประเทศไทยได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น เป็นอย่างมาก มีการนำเสนอเกี่ยวกับเพลงญี่ปุ่นในรายการต่างๆ และปรากฏเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปินญี่ปุ่นในหนังสือ นิตยสาร ส่งผลให้กระแสเพลงญี่ปุ่นกลายเป็นกระแสอินเทรนด์ในหมู่วัยรุ่นชนชั้นกลางในเขต กรุงเทพมหานครอย่างรวดเร็ว และเนื่องจาก วัยรุ่นส่วนใหญ่ใช้เวลา อยู่กับเพื่อนและค่อนข้าง อ่อนไหวกับกลุ่มเพื่อนเมื่อเพื่อนฟังเพลงอะไรกลุ่มตัวอย่างก็จะฟังด้วย เพราะหากไม่ฟังก็จะ ไม่สามารถเข้ากลุ่มได้ เพื่อนจึงกลายเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการ ชื่นชอบและติดตามวัฒนธรรมป๊อป ญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด เช่นกรณีของฟ้า ฟ้าเล่าว่า “ตอนแรกเพื่อนเอาคอนเสิร์ตมาให้ ดูก่อน เพื่อนชอบ จอห์นนี่ จูเนียร์มาก ฟ้าเลยพลอยชอบไปด้วย จากนั้นก็เลยหาข้อมูลจากเน็ต ” (สัมภาษณ์, วันที่ 5 สิงหาคม 2551) ซึ่งคล้ายกับกรณีของน้ำ และไม้ที่ได้ยกตัวอย่างไปก่อนหน้านี้

5.7.2 ผู้ปกครอง

ผู้ปกครองส่วนใหญ่ไม่มีปฏิกิริยาต่อต้านภาพยนตร์ แอนิเมชันในช่วงที่กลุ่มตัวอย่างเป็น เด็ก เพราะเมื่อกลุ่มตัวอย่างดูภาพยนตร์แอนิเมชันทางทีวีก็ดูและไม่ดูและไม่สนใจ เช่นกรณีของเต้ เต้ เล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า “ตอนเด็กๆ เวลาพ่อกับแม่ทำงานเปิดการ์ตูนให้ดูตลอดเลยที่ หนังสือการ์ตูน เกม อะไรก็ซื้อให้หมด จะได้ไม่กวนตอนเขาทำงาน ” (สัมภาษณ์, วันที่ 25 สิงหาคม 2551) แต่เมื่อ กลุ่มตัวอย่างเข้าสู่วัยรุ่นผู้วิจัยกลับพบว่า ผู้ปกครองบางส่วนมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อหนังสือการ์ตูน เกม คอมพิวเตอร์ และ ภาพยนตร์แอนิเมชัน (กลุ่มวัฒนธรรมป๊อปที่เกิดจากภาพลายเส้น) เมื่อพบว่า กลุ่มตัวอย่างยังคงติดอย่างต่อเนื่องแม้จะก้าวเข้าสู่ช่วงวัยรุ่นแล้ว ผู้ปกครองกลุ่มนี้มี ความรู้สึกต่อ หนังสือการ์ตูน และ ภาพยนตร์แอนิเมชัน ว่าเป็นสิ่งไร้สาระสำหรับเด็กๆ เท่านั้น และจะทำให้ผล การเรียนของกลุ่มตัวอย่างตกลง กรณีตัวอย่างบางคนต้องหลบสายตาผู้ปกครองในขณะที่อ่าน หนังสือการ์ตูน หรือชมภาพยนตร์แอนิเมชัน เช่น แป้ม และ ก้อย แป้มเล่าว่า “ตอนเด็กๆ พ่อกับแม่ ไม่ชอบเอามากๆ ถ้าเจอหนังสือการ์ตูนละก็ไม่ฉีกทิ้งก็จะเผาทิ้ง แป้มเลยต้องซ่อนไว้ตลอด ” (สัมภาษณ์, วันที่ 13 กันยายน 2551) ส่วนกรณีของก้อยนั้นก้อยเล่าว่า “แม่ก้อยนะ สอนอยู่ที่ โรงเรียนที่ก้อยเรียน โดนคุมแจ จะแอบไปซื้อหนังสือการ์ตูนหน้าโรงเรียนได้ก็ แค่นั้นที่แม่ประหลาด

ตอนเย็น ที่บ้านก็ต้องเอาไปซ่อนในห้องพี่สาว เพราะแม่ชอบเข้ามาค้นห้องบ่อย ” (สัมภาษณ์, วันที่ 13 กันยายน 2551) สำหรับวัฒนธรรมในรูปแบบดนตรีนั้น ผู้วิจัยไม่พบการต่อต้านรุนแรงจากผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ผู้ปกครองมักไม่ว่ากล่าวหากกลุ้มตัวอย่างรับผิดชอบในหน้าที่เช่นรักษาผลการเรียนให้ดี และซื้อสินค้าต่างๆ ด้วยเงินค่าขนมของตัวเอง เช่นในกรณีของ บอล บอลเล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า “พ่อกับแม่ก็รู้ว่าบอลซื้อ แต่ก็เงินเก็บบอลเขาเลยไม่ว่า แล้วบอลก็ไม่ได้บอกราคา ก็ไม่รู้เหมือนกันว่าเขารู้หรือเปล่า” (สัมภาษณ์, วันที่ 8 กรกฎาคม 2551)

5.8 วิธีการติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง

ในช่วงก่อนปี 2546 หรือก่อนประเทศไทยจะเริ่มใช้ระบบอินเทอร์เน็ต บรอดแบนด์ (อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง) กลุ่มตัวอย่างติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และการซื้อสินค้าลิขสิทธิ์ทั้งในประเทศไทย และนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น สินค้าที่กลุ่มตัวอย่างสั่งซื้อจากประเทศญี่ปุ่น เช่น CD, DVD, หนังสือ และนิตยสารภาษาญี่ปุ่น โมเดล เกม เป็นต้น แต่เนื่องจากสินค้าของประเทศญี่ปุ่นมีราคาสูง ทำให้บ่อยครั้งกลุ่มตัวอย่างนำมาแลกเปลี่ยนหยาบๆ ในกลุ่มเพื่อน เช่น นำ CD หรือ DVD หรือก็อปปี้แล้วนำมาแลกกัน สำหรับนิตยสารนั้นผู้วิจัยพบว่ามีการตัดแยกออกเป็นแผ่น และนำมาซื้อขายแลกเปลี่ยนกันในอัตราหน้าละ 15 -20 บาท ไปจนถึง 100 บาท โดยราคาขึ้นอยู่กับความต้องการ และความยาก ง่ายในการหา สำหรับการเช่านั้นกลุ่มตัวอย่างนิยมเช่าหนังสือการ์ตูน และวีดีโอเทปจากร้านซึ่งอัตรารายการโทรทัศน์จากประเทศญี่ปุ่นมาให้เช่า โดยอัตราค่าเช่าอยู่ที่วันละ 60 บาท สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการติดตามข้อมูลข่าวสารของวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นมากที่สุดในทุกรูปแบบ แต่สำหรับการ ดาวน์โหลดไฟล์ทางอินเทอร์เน็ตยังมีข้อจำกัดด้านความเร็วทำให้ไม่สามารถ ดาวน์โหลดไฟล์ใหญ่ๆ เช่น ละคร หรือคอนเสิร์ตยาวๆ ได้ ในช่วงนี้กลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งยังคงพึ่งพาสื่อโทรทัศน์ในการรับชมละคร และภาพยนตร์แอนิเมชันจากประเทศญี่ปุ่น โดยที่อีกกลุ่มหนึ่งนิยมซื้อ CD หรือ DVD ที่มีขายทางอินเทอร์เน็ตมากกว่า ด้วยเหตุผลที่ว่ามีราคาถูกกว่าลิขสิทธิ์ หลากหลายกว่า ไม่ต้องรอนาน และมีเสียงเป็นภาษา ญี่ปุ่น ในช่วงนี้การติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นจำเป็นต้องใช้ค่าใช้จ่ายในการติดตามค่อนข้างสูง

หลังจากปี 2546 บริษัท True ได้เปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ ไร้สายเป็นครั้งแรก (ที่มา, <http://www.truecorp.co.th/order/index.php?name=about&file=history>) พบว่ารูปแบบการติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก โดยสื่ออินเทอร์เน็ตกลายเป็น

สื่อแบบครบวงจรในการติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อกลุ่มตัวอย่างเริ่มค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตแท่นการรอตติดตามข่าวสารผ่านโทรทัศน์ และวิทยุ พูดคุยกับผู้ที่สนใจสิ่งเดียวกันผ่านเว็บบอร์ด และโปรแกรม MSN สำหรับไฟล์มัลติมีเดียต่างๆ เริ่มมีผู้อัพโหลดและการดาวน์โหลดอย่างกว้างขวาง เข้าสู่ยุคสมัยของการแบ่งปันในสังคมขนาดใหญ่แทนการแบ่งปันระหว่างเพื่อน

ยิ่งสื่ออินเทอร์เน็ตมีราคาถูกลงมากขึ้นเท่าไรความสามารถในการเปิดรับของกลุ่มตัวอย่างก็เพิ่มขึ้น พร้อมกับการลดลงของการพึ่งพาสื่อในรูปแบบอื่น เพียงแค่มีคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และเวลา กลุ่มตัวอย่างก็สามารถติดตามวัฒนธรรมป๊อป จากญี่ปุ่นได้ทุกรูปแบบโดยไม่ต้องอาศัยสื่อใดๆ อีก แม้แต่เกมคอมพิวเตอร์ ก็มีการดัดแปลงให้สามารถเล่นผ่านคอมพิวเตอร์ และสามารถ ดาวน์โหลด ตัวเกมจากอินเทอร์เน็ตได้ ในช่วงนี้ปัจจัยด้านทุนทรัพย์เริ่มมีบทบาทน้อยลง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างสามารถติดตามเนื้อหาทุกรูปแบบได้โดยไม่จำเป็นต้องเสียเงินซื้อ แต่ยังมีกลุ่มตัวอย่างอีกส่วนหนึ่งซึ่งนอกจากจะ ดาวน์โหลด ไฟล์มัลติมีเดียจากอินเทอร์เน็ตแล้วยังคงซื้อสินค้าลิขสิทธิ์ในรูปแบบต่างๆ เช่นเดิม โดยบางคนอาจซื้อทั้งหมด และบางคนอาจซื้อเฉพาะชิ้นที่ชอบจริงๆ หรือพิเศษจริงๆ ปัญหาที่เกิดขึ้นในช่วงนี้จึงเป็นปัญหาด้านภาษา เนื้อหาจากเนื้อหาต่างๆ ถูกอัปโหลดขึ้นบนอินเทอร์เน็ตจากทั่วทุกมุมโลก ทำให้ภาษาที่ใช้ในนั้นหลากหลาย ดังนั้นแม้กลุ่มตัวอย่างจะสามารถหาข้อมูลหรือไฟล์มัลติมีเดียจากอินเทอร์เน็ตได้ก็ตาม แต่ก็ยังต้องเผชิญปัญหาด้านภาษาอยู่ดี ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 40 ตอบว่าใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดในการติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น

ตัวอย่างวิธีการติดตามวัฒนธรรมป๊อปของกลุ่มตัวอย่าง

กรณีตัวอย่างที่ 1 เซอริ (อายุ 19 ปี) เซอริเล่าว่าพอมือคอมพิวเตอร์ของตัวเองในห้องนอนก็เริ่มดาวน์โหลดจากอินเทอร์เน็ตช่วงแรกๆ ยังใช้คอมพิวเตอร์ไม่คล่อง พอเริ่มใช้คล่องก็เริ่มสนุก เริ่มเข้าเว็บบอร์ดที่เกี่ยวข้องกับศิลปินญี่ปุ่น เซอริมักจะสั่งซื้อ แผ่น CD ที่มีคนไรท์ขายขายทางอินเทอร์เน็ต นัดเจอกันทานข้าวด้วยกัน คู่กันจนเป็นเพื่อนสนิท แต่ผ่านมาซักรั้วๆ ที่บ้านเปลี่ยนมาใช้อินเทอร์เน็ตรายเดือน เซอริจึงหันมาดาวน์โหลดด้วยตัวเอง (สัมภาษณ์, วันที่ 29 มิถุนายน 2551)

กรณีตัวอย่างที่ 2 มิกะ (อายุ 24 ปี) มิกะเล่าว่าหลังจากเริ่มเล่นอินเทอร์เน็ตบ่อยขึ้น ก็เริ่มสั่งซื้อละครซีรี่ย์ทางอินเทอร์เน็ตซึ่งมีราคาถูก บางครั้งก็ใช้วิธียืมแลกเปลี่ยนกับเพื่อน แต่ถ้าเป็นศิลปินที่ชอบก็จะซื้อเองทั้งหมด (สัมภาษณ์, วันที่ 29 มิถุนายน 2551)

กรณีตัวอย่างที่ 3 ไม้ (อายุ 18 ปี) ไม้เล่าว่า ส่วนใหญ่จะดาวน์โหลดมาจากอินเทอร์เน็ตหรือแลกเปลี่ยนกับเพื่อนมากกว่าเพราะไม่ชอบดูพากย์ ไทย และดูทางโทรทัศน์ซ้ำไม่ทันใจ (สัมภาษณ์, วันที่ 9 สิงหาคม 2551)

กรณีตัวอย่างที่ 4 อิง (อายุ 23 ปี) อิงบอกผู้วิจัยว่าอิงมักจะสั่งแผ่นละครญี่ปุ่นที่ขายทางอินเทอร์เน็ตเนื่องจากเร็วกว่าที่ขายทางทีวี และเป็นเสียงญี่ปุ่นโดยตรง อิงบอกว่าละคร พากย์ไทยดูแล้วไม่ค่อยได้อารมณ์เหมือนเสียงญี่ปุ่น (สัมภาษณ์, วันที่ 16 สิงหาคม 2551)

กรณีตัวอย่างที่ 5 ฟ้า (อายุ 25 ปี) ฟ้าเข้ามหาวิทยาลัยฟ้าก็มีคอมพิวเตอร์เป็นของตัวเองและมีโอกาสได้เล่นอินเทอร์เน็ตทุกวัน เริ่มเล่นอินเทอร์เน็ตก็เริ่มหาข้อมูลข่าวสารด้วยตนเองมีเว็บบอร์ดที่เข้าเป็นประจำ (สัมภาษณ์, วันที่ 5 สิงหาคม 2551)

กรณีตัวอย่างที่ 6 โจ (อายุ 18 ปี) โจเล่าว่า ปรกติโจจะโหลดเพลง และรายการโทรทัศน์รวมถึงละครชุดจากอินเทอร์เน็ตแต่ถ้าเพลงไหนชอบมากๆ หรือมีของแถมพิเศษก็จะสั่ง CD จากประเทศญี่ปุ่นปรกติจะซื้อที่ร้าน Ishimaru (ร้านขาย CD และสินค้าเกี่ยวกับศิลปินญี่ปุ่นที่สยามแควร์) โจบอกว่าบางครั้งก็ซื้อจากอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะเป็นละครชุดเห็นคนประกาศขายก็จะลองติดต่อไปเพราะราคาถูกและสะดวกกว่าดาวน์โหลดเอง (สัมภาษณ์, วันที่ 23 สิงหาคม 2551)

กรณีตัวอย่างที่ 7 นุ่น อายุ (อายุ 19 ปี) นุ่นบอกผู้วิจัยว่าถ้าเป็นของเกี่ยวกับวง winds ตัวเองจะซื้อเก็บทั้งหมดเท่าที่จะหาได้ นิติสารที่ไปขึ้นปก CD ล็อตแรกที่มีของแถม นอกนั้นก็ดาวน์โหลดจากอินเทอร์เน็ต (สัมภาษณ์, วันที่ 5 กรกฎาคม 2551)

กรณีตัวอย่างที่ 8 ตาล (อายุ 18 ปี) ตาลบอกว่า “ปรกติดาวน์โหลดจากอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ แต่ตาลจะซื้อ CD หรือของเกี่ยวกับยามะพี ก็ไปสยามสแควร์ ส่วนนิติสารตาลจะเลือ ก

จากปก บางครั้งอาจารย์ที่สอนภาษาญี่ปุ่นเอามาใช้สอนเล่มไหนสนใจก็จะไปซื้อบ้าง ” (สัมภาษณ์, วันที่ 5 กรกฎาคม 2551)

กรณีตัวอย่างที่ 9 มิด (อายุ 18 ปี) มิดเล่าว่าเวลาซื้อแผ่นของ Kat-Tun ต้องเป็นแผ่นที่ผลิตล็อตแรกเพราะมีของแถมเป็นพิเศษหรือมีกล่องสวยกว่าล็อตหลัง มิดยังสะสมของหน้าคอนเสิร์ตด้วย ส่วนใหญ่จะซื้อจากคนรู้จักทางอินเทอร์เน็ตที่ไปดูคอนเสิร์ตที่ประเทศญี่ปุ่นด้วยตนเองและซื้อมาขาย เวลารับของก็จะนัดเจอกันที่สยามแคแควร์ บ่อยเข้าก็กลายเป็น เพื่อนสนิทกันไปสำหรับ CD ลิขสิทธิ์นั้นมิดจะสั่งนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นทุกแผ่น ส่วนนิตยสารจะซื้อบางเล่มโดยดูจากปกว่าเป็นศิลปินที่ชอบหรือไม่ นอกจากนิตยสารแล้วมิดยังเก็บสะสมคลิป (นิตยสารที่นำมาแยกขายเป็นแผ่น) อีกด้วย โดยจะไปเลือกซื้อที่สยามสแควร์ทุกอาทิตย์ มิด เล่าให้ผู้วิจัยฟังว่าบางแผ่นที่หายากมากๆ ราคาถึง 100 บาท สำหรับวงอื่นๆ มิดมักจะ ดาวน์โหลด จากอินเทอร์เน็ต (สัมภาษณ์, วันที่ 26 กรกฎาคม 2551)

กรณีตัวอย่างที่ 10 ไม้ อายุ 18 ปี ไม้เล่าว่าส่วนใหญ่ไม้จะดาวน์โหลดผ่านอินเทอร์เน็ต สำหรับนิตยสารและสินค้าลิขสิทธิ์นั้นไม้บอกว่าแทบไม่เคยซื้อเลย ถ้าจะซื้อก็จะซื้อเฉพาะโอกาสพิเศษจริงๆ เช่น Box Set ที่มีของแถม หรือมีแพ็คเกจพิเศษกว่าปรกติมากๆ (สัมภาษณ์, วันที่ 9 สิงหาคม 2551)

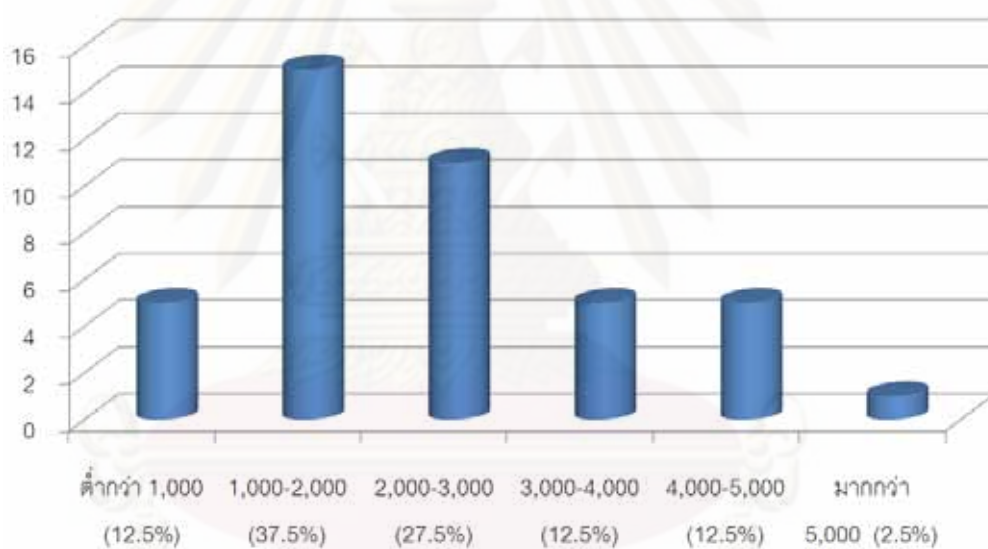
ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.9 ค่าใช้จ่ายในการติดตามวัฒนธรรมป๊อป

กลุ่มตัวอย่างมีการใช้จ่ายในการติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นอยู่ในช่วงระหว่าง 1,000-2,000 บาท มากที่สุดโดยมีจำนวนทั้งสิ้น 15 คน หรือคิดเป็น 37.5 เปอร์เซ็นต์ ตามมาด้วย 2,000-3,000 บาท จำนวน 11 คน หรือเท่ากับ 27.5 เปอร์เซ็นต์ ในช่วง ต่ำกว่า 1,000 บาท และ 4,000-5,000 บาท มีจำนวนเท่ากันคือ 5 คน หรือเท่ากับ 12.5 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาคือช่วงระหว่าง 3,000-4,000 บาท ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 3 คน คิดเป็น 7.5 เปอร์เซ็นต์ และกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายในการติดตามวัฒนธรรมป๊อปมากกว่า 5 พันบาทมีเพียง 1 คน คิดเป็น 2.5 เปอร์เซ็นต์

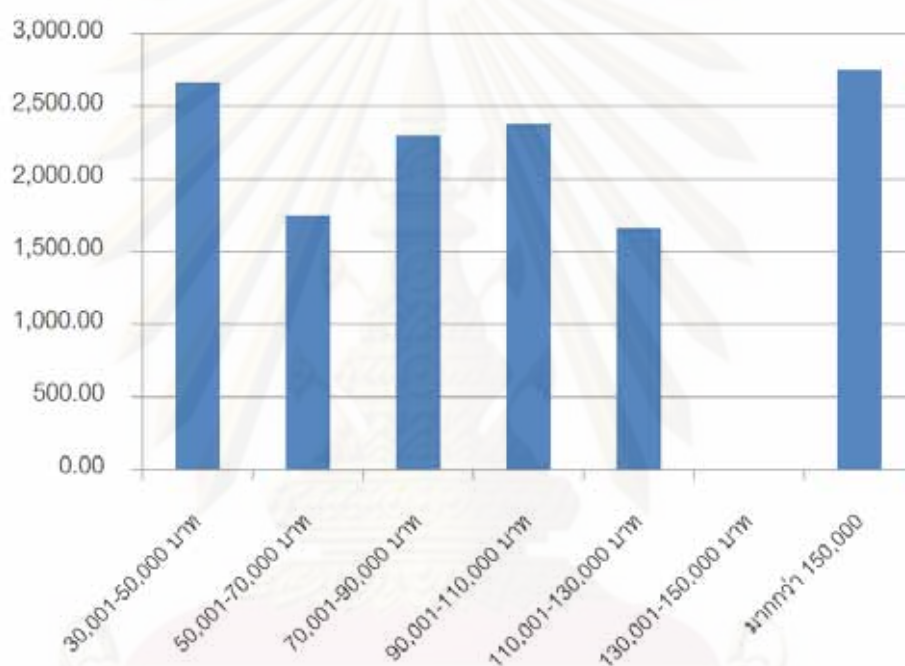
ภาพที่ 5.8 ภาพแสดงค่าใช้จ่ายในการติดตามวัฒนธรรมป๊อป



กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายในการติดตามวัฒนธรรมป๊อปอยู่ที่ 1,000 - 3,000 บาท โดยคิดเป็น 65 เปอร์เซ็นต์ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ของครอบครัวเกินกว่า 150,000 บาท มีการใช้จ่ายมากที่สุดเฉลี่ย อยู่ที่ 2,750 บาทต่อเดือน รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้ของครอบครัวอยู่ระหว่าง 30,001 ถึง 50,000 บาท โดยใช้จ่ายเฉลี่ย อยู่ที่ 2,666.66 บาท ตามมาด้วยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครอบครัวในช่วง 90,001 ถึง 110,000 บาท โดยมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 2,375 บาท ลำดับต่อมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ของครอบครัวอยู่ที่ 70,000 ถึง 90,001 บาท กลุ่มนี้มีการใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 2,300 บาทต่อเดือน สำหรับกลุ่มที่มารายได้ครอบครัวเฉลี่ย 50,001 ถึง 70,000 ต่อเดือนเสียค่าใช้จ่ายในการติดตามวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น เฉลี่ยเดือนละ

1,750 บาท กลุ่มที่มีการใช้จ่ายในการติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น น้อยที่สุดคือกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวอยู่ที่ 110,001 ถึง 130,000 คือเสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเพียง 1662.5 บาทต่อเดือน ในส่วนของรายละเอียดสามารถดูได้จากตารางที่ 2.10 ถึงตารางที่ 2.16

ภาพที่ 5.9 ภาพแสดงค่าใช้จ่ายในการติดตามวัฒนธรรมป๊อปเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัว



ตารางที่ 5.11 ตารางแสดงรายจ่าย ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ของครอบครัว 30,000 ถึง 50,000 บาท จำนวน 6 คน

ลำดับที่	ชื่อ (นามสมมติ)	รายได้ของครอบครัว	ค่าใช้จ่ายในการติดตาม (บาท)
1	ต๋อ	30,001-50,000	ต่ำกว่า 1,000
2	แก้ว	30,001-50,000	1,000 – 2,000
3	ขวัญ	30,001-50,000	1,000 – 2,000
4	ก้อย	30,001-50,000	3,000 -4,000
5	เอ็ม	30,001-50,000	4,000 -5,000
6	มิกะ	30,001-50,000	4,000 -5,000

ตารางที่ 5.12 ตารางแสดงรายจ่ายของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ของครอบครัว 50,001 ถึง 70,000 บาท จำนวน 8 คน

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	รายได้ของครอบครัว	ค่าใช้จ่ายในการติดตาม (บาท)
1	เต้	50,001-70,000	ต่ำกว่า 1,000
2	นุ่น	50,001-70,000	1,000 – 2,000
3	กิ๊ก	50,001-70,000	1,000 – 2,000
4	ป๊อ	50,001.-70,000	1,000 – 2,000
5	เก๋	50,001-70,000	1,000 – 2,000
6	จูน	50,001-70,000	2,000 – 3,000
7	ก๊วย	50,001-70,000	2,000 – 3,000
8	แป้ม	50,001-70,000	2,000 – 3,000

ตารางที่ 5.13 ตารางแสดงรายจ่ายของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ของครอบครัว 70,001 ถึง 90,000 บาท จำนวน 10 คน

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	รายได้ของครอบครัว	ค่าใช้จ่ายในการติดตาม (บาท)
1	นันท์	70,001-90,000	1,000 – 2,000
2	ภัทร์	70,001-90,000	1,000 – 2,000
3	จิน	70,001-90,000	1,000 – 2,000
4	อัยจิน	70,001-90,000	2,000 – 3,000
5	ม่อน	70,001-90,000	2,000 – 3,000
6	มิล	70,001-90,000	2,000 – 3,000
7	แมว	70,001-90,000	2,000 – 3,000
8	ฟ้า	70,001-90,000	2,000 – 3,000
9	นน	70,001-90,000	2,000 – 3,000
10	นุช	70,001-90,000	3,000 -4,000

ตารางที่ 5.14 ตารางแสดงรายจ่ายของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ของครอบครัว 90,001 ถึง 110,000 บาท จำนวน 8 คน

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	รายได้ของครอบครัว	ค่าใช้จ่ายในการติดตาม (บาท)
1	น้ำแข็ง	90,001-110,000	ต่ำกว่า 1,000
2	นก	90,001-110,000	1,000 – 2,000
3	ตาล	90,001-110,000	1,000 – 2,000
4	น้ำ	90,001-110,000	1,000 – 2,000
5	อิง	90,001-110,000	1,000 – 2,000
6	นัท	90,001-110,000	2,000 – 3,000
7	แดง	90,001-110,000	4,000 -5,000
8	ไก่	90,001-110,000	มากกว่า 5,000

ตารางที่ 5.15 ตารางแสดงรายจ่ายของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ของครอบครัว 110,001 ถึง 130,000 บาท จำนวน 4 คน

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	รายได้ของครอบครัว	ค่าใช้จ่ายในการติดตาม (บาท)
1	อร	110,001-130,000	ต่ำกว่า 1,000
2	มีน	110,001-130,000	1,000 – 2,000
3	โจ	110,001-130,000	1,000 – 2,000
4	เชอริ	110,001-130,000	4,000 -5,000

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5.16 ตารางแสดงรายจ่ายของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ของครอบครัว มากกว่า 150,000 บาท จำนวน 4 คน

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	รายได้ของครอบครัว	ค่าใช้จ่ายในการติดตาม (บาท)
1	ไม้	มากกว่า 150,000	ต่ำกว่า 1,000
2	ริน	มากกว่า 150,000	2,000 – 3,000
3	บอล	มากกว่า 150,000	3,000 – 4,000
4	คาเมะ	มากกว่า 150,000	4,000 -5,000

จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายในการติดตามวัฒนธรรมป๊อปของกลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ย และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวในปัจจุบันนั้นมีความสัมพันธ์กันน้อย ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากการเข้ามาของอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ในประเทศไทย ตัวแปรด้านเศรษฐกิจที่เคยมีผลต่อการบริโภคเนื้อหาของวัฒนธรรม ป๊อปแปรเปลี่ยนเป็นตัวแปรด้านเทคโนโลยีแทน กลุ่มที่มีความสามารถในด้านการใช้คอมพิวเตอร์ การสืบค้นข้อมูลข่าวสาร การเข้าถึงเว็บไซต์และมีความสามารถในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับดาวน์โหลดนั้น สามารถบริโภคเนื้อหาของวัฒนธรรมป๊อปผ่านไฟล์มัลติมีเดียในทุกรูปแบบได้โดยไม่จำเป็นต้องซื้อสินค้าลิขสิทธิ์ที่จับต้องได้อย่าง CD หรือ DVD เลย โดยกลุ่มที่ใช้เงินน้อยที่สุดกลับเป็นกลุ่มที่มีรายได้ของครอบครัวอยู่ที่ 110,001 ถึง 130,000 บาท ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ของครอบครัว 30,001 ถึง 50,000 กลับมีค่าใช้จ่ายในการติดตามโดยเฉลี่ยมากเป็นอันดับ 2 คือ 2,666.66 บาท

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการติดตามวัฒนธรรมป๊อป ฎีปนแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ สามารถแบ่งได้ 2 ส่วน กลุ่มตัวอย่างได้รับการ สนับสนุนจากผู้ปกครอง เช่น คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ค่าไฟ และส่วนตัว กลุ่มตัวอย่างซื้อเอง เช่น แผ่น CD เปล่า แผ่น DVD เปล่า ฮาร์ดดิสก์แยกสำหรับเก็บข้อมูลที่ดาวน์โหลด เช่นกรณีของไก่ “เน็ตที่บ้านก็ติดอยู่แล้ว ส่วนคอมพิวเตอร์ซื้อให้ จาราคาไม่ได้แล้วน่าจะ 5

หมื่นได้จริงๆ ถูกกว่านั้นก็มีแต่ดูนิเมะ (ภาพยนตร์แอนิเมชัน) แล้วกระตุก“ (สัมภาษณ์, วันที่ 2 สิงหาคม 2551)

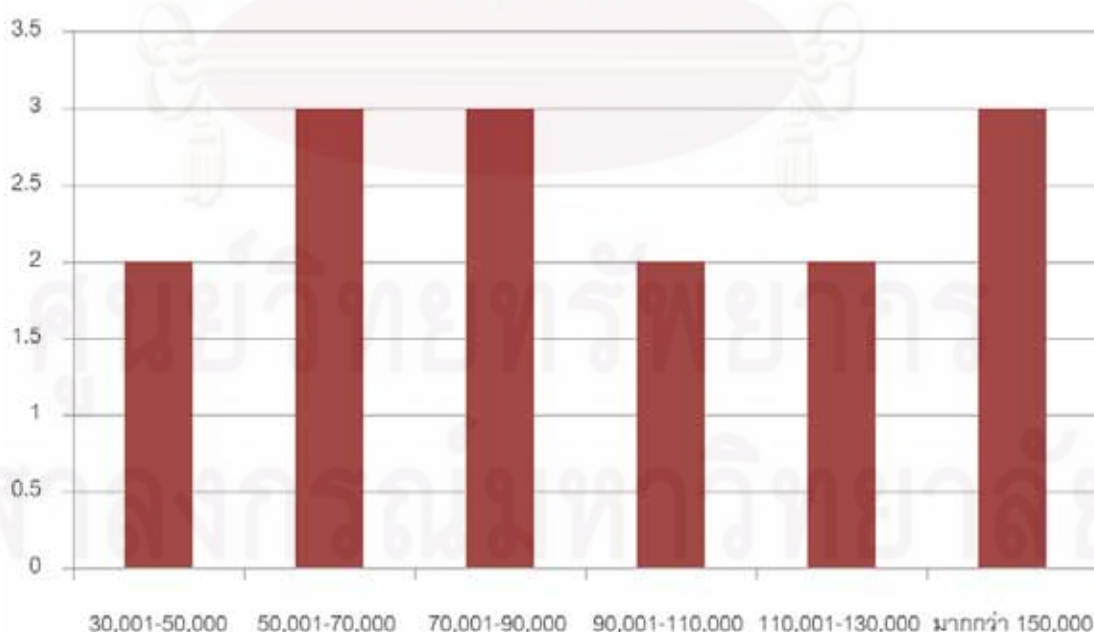
2. ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการซื้อสินค้าวัฒนธรรมในรูปแบบลิขสิทธิ์ เช่น CD DVD สินค้าที่ระลึกหน้าคอนเสิร์ต ตุ๊กตา แผ่นโปสเตอร์ เป็นต้น โดยค่าใช้จ่ายในกลุ่มนี้กลุ่มตัวอย่างใช้เงินเก็บของตนเอง โดยความมากน้อยของการใช้จ่ายจะเป็นไปตามลักษณะนิสัยส่วนบุคคลสามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะคือ

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอุปนิสัยประหยัดเมื่อสามารถดาวน์โหลดได้แล้วก็ไม่ต้องการที่จะซื้อ CD หรือ DVD ลิขสิทธิ์อีก
- กลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อเฉพาะสินค้าที่อยากได้จริงๆ เพื่อเก็บสะสม เช่น Box set ในโอกาสพิเศษที่มีของที่ระลึกแถมมากกว่าปกติ กรณีของ ไม้ อายุ 18 ปี ไม้เล่าว่าส่วนใหญ่ไม้จะดาวน์โหลดผ่านอินเทอร์เน็ต สำหรับนิตยสารและสินค้าลิขสิทธิ์นั้นไม้บอกว่าแทบไม่เคยซื้อเลย ถ้าจะซื้อก็จะซื้อเฉพาะโอกาสพิเศษจริงๆ เช่น Box Set ที่มีของแถม หรือมีแพ็คเกจพิเศษกว่าปรกติมากๆ (สัมภาษณ์, วันที่ 9 สิงหาคม 2551)
- กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการซื้อทั้งหมด กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างจะซื้อสินค้าลิขสิทธิ์เพื่อสะสม การสะสมถึงแม้จะดาวน์โหลดจากอินเทอร์เน็ต ตมาแล้วก็ตามกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ก็จะยังคงซื้อสินค้าลิขสิทธิ์ โดยไม่ได้นำออกมาใช้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างจะโหลดเนื้อหาที่ตนต้องการจากอินเทอร์เน็ตและเก็บสินค้าที่ซื้อเอาไว้ในสภาพเดียวกับตอนที่ซื้อมาโดยบางคนไม่แม้แต่จะแกะออกจากห่อพลาสติก เช่น มิล (อายุ 18 ปี) มิลเล่าว่าเวลาซื้อแผ่นของ Kat-Tun ต้องเป็นแผ่นที่ผลิตล็อตแรกเพราะมีของแถมเป็นพิเศษหรือมีกล่องสวยกว่าล็อตหลัง มิลยังสะสมของหน้าคอนเสิร์ตด้วย ส่วนใหญ่จะซื้อจากคนรู้จักทางอินเทอร์เน็ตที่ไปดูคอนเสิร์ตที่ประเทศญี่ปุ่นด้วยตนเองและซื้อมาขาย เวลาจับของก็จะนัดเจอกันที่สยามแควร์ ปอยเข้าก็กลายเป็นเพื่อนสนิทกันไป สำหรับ CD ลิขสิทธิ์นั้นมิลจะสั่งนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นทุกแผ่น ส่วนนิตยสารจะซื้อบางเล่มโดยดูจากปกว่าเป็นศิลปินที่ชอบหรือไม่ นอกจากนิตยสารแล้วมิลยังเก็บสะสมคลิบ (นิตยสารที่นำมาแยกขายเป็นแผ่น) อีกด้วย โดยจะไปเลือกซื้อที่สยามสแควร์ทุกอาทิตย์ มิลเล่าให้

ผู้วิจัยพบว่าบางแผ่นที่หายากมากๆ ราคาถึง 100 บาท สำหรับวงอื่นๆ มีลิมักจะดาวน์โหลดจาก อินเทอร์เน็ต (สัมภาษณ์, วันที่ 26 กรกฎาคม 2551)

สำหรับการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นนั้นแม้จะมีความแตกต่างกันในด้านความ สะดวกสบายและระยะเวลา แต่กลุ่มตัวอย่างในทุกกลุ่มรายได้มีความสามารถในการเดินทางไป เที่ยวประเทศญี่ปุ่นทั้งนี้เนื่องจากความนิยมในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของคนไทยทำให้ แพคเกจทัวร์รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีราคาถูกลงจากเดิมในช่วงปี พ.ศ. 2542 การเดินทางไป ญี่ปุ่น 5 วัน 4 คืนนั้นจะเสียค่าใช้จ่ายประมาณ 7-8 หมื่นบาท แต่ปัจจุบันค่าใช้จ่ายอยู่ในราว 4-5 หมื่นบาท (ข้อมูลจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ที่มา <http://www.yokosojapan.org/>) ทำให้กลุ่มผู้ที่มีรายได้ครอบครัวไม่สูงมากมีโอกาสเดินทางไป เที่ยวประเทศญี่ปุ่นได้เช่นกัน โดยพบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 15 คน หรือคิดเป็น 37.5 เปอร์เซ็นต์ซึ่ง มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวแตกต่างกันเคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น โดยกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยของ ครอบครัวระหว่าง 50,001-70,000, 70,001-90,000 และมากกว่า 150,000 เคยเดินทางไปญี่ปุ่น จำนวนกลุ่มละ 3 คน ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวอยู่ระหว่าง 30,001 ถึง 50,000, 90,001 ถึง 110,000 และ 110,001 ถึง 130,000 เคยเดินทางไปญี่ปุ่นกลุ่มละ 2 คน

ภาพที่ 5.10 ภาพแสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น



5.10 เนื้อหาวัฒนธรรมป๊อปแต่ละ ประเภท ที่กลุ่มตัวอย่าง โดยการซื้อ และ เปิดรับ จาก สื่อมวลชนรูปแบบต่างๆ ที่ถูกกล่าวถึงระหว่างการสัมภาษณ์

รูปแบบเนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างติดตามและเปิดรับที่มีการกล่าวถึงในการสัมภาษณ์มีดังต่อไปนี้ (สามารถดูรายละเอียดเนื้อหาเพิ่มเติมได้ในภาคผนวก ก.)

5.10.1 ดนตรี ประกอบไปด้วย 2 ประเภทคือ

1. กลุ่ม J-Rock ประกอบไปด้วย X- Japan, Alice Nine, Malice Mizer, Gackt, La Reine, Baiser, Dir en gray, Lunasea, GLAY B'z, L'arc en ciel, Penicillin, T.M Revolution
2. กลุ่ม J-Pop ประกอบด้วย Ya Ya Ya, Ken Hirai, Hay! Say! Jump, Hukaru Utada, Takkey & Tsubasa, Mika Nakajima, News, Hello Project, SMAP, Tomoya Nagase, Takuya Kimura, Speed, Tokio, winds, Kat-Tun, Namie Amuro, Ayumi Hamasaki, Zard

5.10.2 หนังสือการ์ตูน ประกอบไปด้วย 7 ประเภทคือ

1. สำหรับเด็กผู้หญิง ได้แก่ Marry go round, Peach Girl, Card Captor Sakura, Nana, Life, Hanasakeru seishounen, Vampire Knight
2. แฟนตาซี ได้แก่ Death Note, Tsubasa, XXX Holic, Full Metal Alchemist
3. แนวต่อสู้แฟนตาซี ได้แก่ Rurouni Kenshin, Hunter x Hunter, Shaman King, One- Peach, Yu Yu Hakushou, Hitman Reborn, X
4. แนวหุ่นยนต์ ได้แก่ Magic Knight Rayearth, Full Metal Panic
5. แนวกีฬา ได้แก่ Slam Dunk, Prince of Tennis, กัปตันซึบาสะ
6. แนวชายรักชาย ได้แก่ Loveless, Yami no matsuei
7. แนวสืบสวนสอบสวน ได้แก่ Konan, คินดะอิจิ

5.10.3. ภาพยนตร์แอนิเมชัน แบ่งเป็น 10 ประเภทคือ

1. สำหรับเด็กผู้หญิง ได้แก่ Hanasakeru seishounen
2. แนวแฟนตาซีสำหรับเด็กผู้หญิง ได้แก่ Vampire Knight, Card Captor Sakura, อสูรน้อยกระซิบรัก, และเซเลอร์มูน
3. สำหรับเด็ก โดราเอมอน, อาราระ , Card Captor, Pokemon, Dijimon
4. แฟนตาซี Death Note, Tsubasa, XXX Holic, Full Metal Alchemist

5. แนวต่อสู้แฟนตาซี Slayer, ดรากอนบอล Z, Hitman Reborn, One- Peach, Huter x Hunter, Shaman King, Rurouni Kenshin, Yu Yu Hakushou, Bleach, Runma ½, X, Gensomaden Saiyuki

6. แนวฆาตกรรมแฟนตาซี ได้แก่ Higurashi no naku goroni, Umineko no naku goroni

7. แนวหุ่นยนต์ Wataru, Ramune, Gundam, Full Metal Panic, Code Geass, Macross, Megic Knight Rayearth, Pokemon,

8. แนวกีฬา ทัช, Slam Dunk, Prince of Tennis, กัปตันซึบาสะ

9. Boy's Love (แนวชายรักชาย) Kyou Kara Maou, Loveless, Yami No Matsuei, คิลล่า มายาชีวิต

10. แนวสืบสวนสอบสวน ได้แก่ Konan, คินไดอิจิ

5.10. 4 เกมคอมพิวเตอร์ (Computer Game) แบ่งเป็น 3 ประเภทคือ

1. เกมตะลุยด่านเกมส์ที่ต่อสู้กับศัตรูไปตามด่านต่างๆ Mario, Chocobo
2. เกม RPG (Role playing game) Final Fantasy, Legend of Dragoon, Code Geass, Tales Of Destiny, Tales of Phantasia, Tales of Etenia, Kingdom Heart, Legend of Dragoon, Resident Evil, Star Ocean, Harvest Moon, Devil may cry
3. เกมแนวชายรักชาย Sukinamono Sukidakara Shouganai, Escape

5.10.5 ละคร แบ่งเป็น 9 ประเภทคือ

1. แนวรักและการค้นหาตัวเอง ได้แก่ Tokyo Love story, Love Generation
2. แนวรักตลก Super Star ค้นหาความรัก
3. แนวชีวิต ได้แก่ One litre of tear
4. แนวรักผสมวิทยาศาสตร์ ได้แก่ Long Love Letter
5. แนวอาชีพและการค้นหาตัวเอง ได้แก่ Gokusen, Good Luck, Hero,
6. แนวตลก อาชีพ และการค้นหาตัวเอง ได้แก่ Attention please
7. แนวตลกและการค้นหาตัวเอง ได้แก่ Antiques, , Artificial Beauty
8. แนวตลกดนตรี ได้แก่ Nodame cantabile
9. แนวครอบครัว ได้แก่ Bara no nai hanaya

5.10.6. หนังสือนิยาย ประกอบด้วย 3 ประเภทคือ

1. แนวสืบสวนสอบสวนฆาตรกรรม ได้แก่ คดีตัดข้อมือ, คินดะอิจิ
2. แนวแฟนตาซี ได้แก่ Kingdom Heart, โลกใหม่หมายเลข 6, Juunikokki, Shana, Slayer
3. แนวหุ่นยนต์ ได้แก่ Full Metal Panic

สำหรับเนื้อหาที่ กลุ่มตัวอย่าง เปิดรับ ในกลุ่มของดนตรีนั้น กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มจะชอบ บุคคลิกของตัวศิลปิน เท่ากับ ผลงาน เพลง หรืออาจจะมากกว่าเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นอกจากจะติดตามงานเพลงแล้วยังมีการติดตาม ศิลปินในทุกสื่อที่ศิลปินไปออก และยึดติดกับตัว ศิลปินอย่างมากเช่นกรณีของแดง แดงเล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า “ตอนปี 2 แดงมีปัญหามาก นะพี ทั้งที่ บ้านทั้งทีมหาลัยเกือบจะลาออกแล้วด้วยซ้ำแต่แดงเห็นจิ้นยิม ตอนนั้นแดงคิดเลยว่าแดงต้องไม่แพ้ แดงต้องประสบความสำเร็จให้ได้ สุดท้ายแดงก็ผ่านมาได้ ” (สัมภาษณ์, วันที่ 6 กรกฎาคม 2551) จะเห็นได้ว่านอกจากผลงานเพลงแล้วกลุ่มตัวอย่าง บางคนยังยึด ศิลปินเป็นแบบอย่างและเป็น กำลังใจในการดำเนินชีวิตอีกด้วย

สำหรับจุดเด่นของละครญี่ปุ่นที่ดึงดูดกลุ่มตัวอย่าง คือความหลากหลายและความสมจริง สมจิง มีกะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับละคร ว่าละครของเอเชียเน้นแต่เรื่องความรักหญิงชาย กับ ความแค้น โดยเฉพาะละครไทยที่พระเอกนางและเอกออกฉากด้วยกันทุก 10 นาที และไม่ทำงาน อะไรเป็นจริงเป็นจัง ละครของอเมริกาก็เช่นกันส่วนใหญ่เน้นแต่เรื่องรักหรือเรื่องแค้นดูแล้วรู้สึกเบื่อ แต่ละครญี่ปุ่น แตกต่างเพราะละครญี่ปุ่น จะสื่อเรื่องอะไรก็เน้นไปที่เรื่องนั้น คนเขียนบทมีการทำ การบ้านและหาข้อมูลอย่างจริงจัง โดยมีกะยกตัวอย่างว่า “ อย่างเรื่อง Good Luck ที่มีพระเอก เป็นนักบิน เนื้อเรื่องส่วนใหญ่ก็จะ เกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนเครื่องบิน Attention please ก็ เป็นเรื่องเกี่ยวกับแอร์ ตั้งแต่ต้นจนจบ ก็ดูนางเอกฝึกอบรมแอร์จนกระทั่งได้ปี นจริงๆ 11 ตอนนี่ดูจบ แทบจะไปเป็นแอร์ด้วยเลย เรื่อง Bara no nai hanaya ก็เป็นเรื่องความผูกพันของพ่อกับลูก ละคร ญี่ปุ่นเยอะมากที่ไม่มีนางเอกหรือไม่มีพระเอกแต่จำชื่อเรื่องไม่ค่อยได้แล้ว บางเรื่องแทบไม่มีฉากคู่ พระนางด้วยซ้ำ แต่เขาก็ยัง ทำออกมาได้ สนุกมากเลย เบื่อตบจูบ เบื่อเซ็กซ์ เบื่อข่มขืน เต็มที่แล้ว ” (สัมภาษณ์, วันที่ 29 มิถุนายน 2551)

กลุ่มของหนังสือการ์ตูน ภาพยนตร์แอนิเมชัน และเกมคอมพิวเตอร์นั้นประเทศญี่ปุ่นถือเป็นผู้นำในตลาดโลกที่มีความหลากหลายในด้านเนื้อหาและเทคนิค ทั้งยังครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดในโลก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบสื่อเหล่านี้เนื่องจากความลึกซึ้งของเนื้อหา โดยกลุ่มตัวอย่างยกตัวอย่างถึงมิติของตัวละคร เช่น แป้มเล่าว่า “ตัวละครแต่ละตัวมีทั้งดีและไม่ดี ไม่ได้ดีทั้งหมดไม่ได้ร้ายทั้งหมด เหมือนโลทโทในเดทไนต์โงฟีซ่าอาชญากรที่กฎหมายลงโทษไม่ได้ บางเรื่องพระเอกก็เป็นคนที่เลวร้ายมาก ซ่าคน หลอกหลวง แต่กลับเป็นตัวละครที่ถูกคนรักมากอย่างคิลล่าที่ซ่าทั้งคนที่เลี้ยงดูตัวเอง ซ่าทั้งพ่อแท้ๆ แต่คิลล่าก็มีปมน่าสงสารเยอะมาก ถ้าเป็นประเทศอื่นคิลล่าคงตายไม่ก็ เป็นบ้า แต่ญี่ปุ่นนี่ไม่ะพี ไม่ได้ถูกรรรมตามสนอง แถมยังได้ครองอาณาจักรคำอาวุธของพ่อด้วยแต่เขาก็เสนอมุมที่คิลล่าต้องอยู่อย่างโดดเดี่ยวให้เห็นนะ เนี่ยละคือความเป็นจริงคนเลวไม่ได้โดนลงโทษเสมอไป ชีวิตจริงไม่ใช่” (สัมภาษณ์, วันที่ 13 กันยายน 2551) สำหรับหนังสืออนิเมชัน ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะติดตามแนวสืบสวนสอบสวน เมื่อสอบถามถึงความน่าสนใจที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างติดตามพบว่า ส่วนใหญ่ติดตามเพราะเคยดูละคร หรืออ่านจากหนังสือการ์ตูนมาก่อน

จึงอาจสรุปได้ว่า สาเหตุที่กลุ่มวัยรุ่น ชื่นชอบ และติดตาม วัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น แบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลักคือ

1. เนื้อหา ในด้านเนื้อหานี้วัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นถือเป็นวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายของมาก หนังสือการ์ตูน ภาพยนตร์แอนิเมชัน และละคร สามารถแบ่งประเภทได้มากมาย ในขณะที่ศิลปินญี่ปุ่นก็มีความหลากหลายในด้านงานดนตรีและบุคลิกของตัวศิลปิน ซึ่งเปรียบได้กับความหลากหลายในเนื้อหาของหนังสือการ์ตูน ภาพยนตร์แอนิเมชัน และละคร นั้นเอง และความหลากหลายเหล่านี้เองที่สามารถตอบสนองและดึงดูดต่อความสนใจของกลุ่มวัยรุ่นกลุ่มนี้ได้
2. ความสามารถ กรณีตัวอย่างทุกคนยอมรับว่าชื่นชอบและภูมิใจในความสามารถที่โดดเด่นของผู้ผลิตผลงานที่ถือได้ว่าเป็นอัน ดับต้นๆ ของโลก ไม่ว่าจะเป็นนักวาดการ์ตูน บริษัทผู้ผลิต ภาพยนตร์แอนิเมชัน บริษัทผู้ผลิตเกม หรือแม้แต่มุมนักพากย์ สำหรับศิลปินนั้นกลุ่มตัวอย่างมองว่าความสามารถของ ศิลปินญี่ปุ่นนั้นโดดเด่นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในกลุ่มเอเชียด้วยกัน และยังมี ความหลากหลายมากกว่าเพลงป๊อปของฝั่งตะวันตกโดยมองว่าเนื้อเพลงตะวันตกไม่ลึกซึ้งเท่าประเทศญี่ปุ่น และดนตรีตะวันตกมีทำนองวกไปวนมาไม่สวยงามเท่าดนตรีญี่ปุ่น

บทที่ 6

แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง

ในบทนี้จะเป็นการกล่าวถึงแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่น โดยเริ่มจากที่มาของแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่น ประเภทของแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่น การเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง ผลสัมฤทธิ์ในการเรียนภาษาญี่ปุ่น และผลจากแรงจูงใจต่อการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

6.1 ที่มาของแรงจูงใจ

แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 40 คน นั้น มีทั้งส่วนที่เป็นแรงจูงใจจากวัฒนธรรมป๊อปกล่าวคือ ความรู้สึกที่อยากติดตามดาราที่ชื่นชอบและความต้องการเข้าใจเนื้อหาของวัฒนธรรมป๊อป และแรงจูงใจที่เกิดจากประสบ การณ์ส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างเอง สำหรับแรงจูงใจจากวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นนั้น แรงจูงใจจากการติดตามศิลปินนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด โดยมีจำนวนผู้ตัดสินใจเรียนภาษาญี่ปุ่นเพื่อติดตามศิลปินจำนวน 30 คน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 4 คนมีแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นอยู่แล้วจากประสบการณ์ส่วนตัว เช่น อาชีพในอนาคต ความสนใจด้านการท่องเที่ยว และวัฒนธรรม หรือมีเพื่อนเป็นลูกครึ่งญี่ปุ่น เป็นต้น

6.1.1 แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นจากการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อป

แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นที่เกิดจากการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปนั้น เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากความต้องการขจัดอุปสรรคทางด้านภาษาในการติดตามศิลปินที่ชื่นชอบ ความต้องการเข้าใจในเนื้อหา

1. แรงจูงใจจากศิลปิน

แรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เป็นแรงจูงใจที่ เกิดจากตัวศิลปินโดยตรง กลุ่มตัวอย่างจะติดตามผลงานของศิลปินที่ชื่นชอบอย่างเหนียวแน่น อยากเข้าใจสิ่งที่ศิลปินพูดในรายการโทรทัศน์ อยากดูละครที่ศิลปินที่ชอบแสดงเข้าใจโดยไม่ต้องพึ่งพาคนอื่น อยากเข้าใจ

เนื้อหาต่างๆ ให้ลึกซึ้ง อยากส่งจดหมายไปหาด้วยภาษาญี่ปุ่นหรือ อยากไปเจอตัวจริงของศิลปินที่ชื่นชอบ เป็นต้น

ตัวอย่างแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นที่เกิดจากติดตามศิลปิน

ตัวอย่างที่ 1 มิกะ “บางครั้งรายการไม่ดังก็ไม่มีคนแปล ทั้งๆ ที่เราอยากดูมาก บางครั้งมีคำแปลเราก็เข้าไม่ถึงมุขตลกของเขา บางทีก็นั่งเอ๋อ เขาก็ขำด้วย เห็นเขายิ้มก็มีความสุขแล้ว ทั้งที่ไม่รู้เรื่องเห็นหน้าก็พอ ก็เลยอยากฟังรู้เรื่องอยากเข้าใจ อยากพูดได้ วันหนึ่งถ้าหากเราเจอกับเขาก็อยาก让他รู้ว่าเราจริงจังใส่ใจเขาขนาดไปเรียนมาเลยนะ ” (สัมภาษณ์, วันที่ 29 มิถุนายน 2551)

ตัวอย่างที่ 2 อรเล่าว่า “อยากฟังออก เวลาเขาคุยกัน ชอบ Kat-Tun ดูรายการทีวี เขาหัวเราะ คนในห้องส่งก็หัวเราะ เราไม่เข้าใจ เราก็ได้แต่ดูมเอาเดา เอาถูกบ้างผิดบ้าง แล้วเวลาดูรายการตอนร้องเพลงเห็นอักษรคาราโอเกะขึ้นด้านล่าง บางครั้งก็เห็นตัวหนังสืออิมชันขึ้นเวลาสัมภาษณ์ รู้สึกว่ามันน่ารัก น่าสนใจ ต่างกับเมืองไทย” (สัมภาษณ์, วันที่ 12 กรกฎาคม 2551)

ตัวอย่างที่ 3 ฟ้าบอกว่า “อยากฟังคนที่ชอบรู้เรื่องอยากฟังด้วยตัวเอง ” โดยเฉพาะรายการที่ วิทีศิลปินที่ ชอบไปออก ฟ้ายังบอกอีกว่า ชับไตเติ้ล ก็ไม่ได้มีทุกรายการบางรายการไม่ดังหรือไม่เป็นที่นิยม ก็จะไม่มีคนทำซับไตเติ้ล แต่ถึงมีซับไตเติ้ลครบทุกรายการฟ้าบอกว่าตัวเองก็ยังคิดจะไปเรียนอยู่ดี เพราะซับไตเติ้ลภาษาอังกฤษมักจะเกิดความคลาดเคลื่อน ตนเองเคยทำซับไตเติ้ลจากภาษาอังกฤษบางที่ ซับไตเติ้ลภาษาอังกฤษสองเจ้าแปลไม่เหมือนกันก็ทำให้ฟ้าสงสัย สุดท้ายฟ้ายิ่งตัดสินใจเรียนภาษาญี่ปุ่น (สัมภาษณ์, วันที่ 5 สิงหาคม 2551)

จุดที่น่าสนใจก็คือกลุ่มตัวอย่าง ที่ติดตามดนตรี ในงานวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่ มีแนวโน้ม จะเริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นเพื่อ ติดตามศิลปินที่ชื่นชอบ เช่น เพื่อเข้าใจ รายการโทรทัศน์ ที่ศิลปินไปออกมากกว่าเพื่อเข้าใจเนื้อหาของเพลง ที่ศิลปินร้อง โดยกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่าเนื้อเพลงส่วนใหญ่มีคนแปลให้อยู่แล้ว และสาเหตุที่ฟังเพลงก็เพราะทำนองที่ไพเราะ เนื้อหาของเพลงนั้นเป็นเพียงส่วนประกอบ ที่เป็นเช่นนี้เพราะ ดนตรีเป็นสื่อสากลที่ผู้รับสารสามารถเพลิดเพลินไป

กับทำนองเสียงสูงต่ำและจังหวะซ้ำเร็วที่ปรากฏอยู่ในดนตรี โดยทำนองเหล่านี้สามารถ สื่อสารอารมณ์ไปถึงผู้รับสารได้โดยตรงแม้จะไม่เข้าใจถึงความหมายของภาษาที่ใช้ในเนื้อเพลงก็ตาม

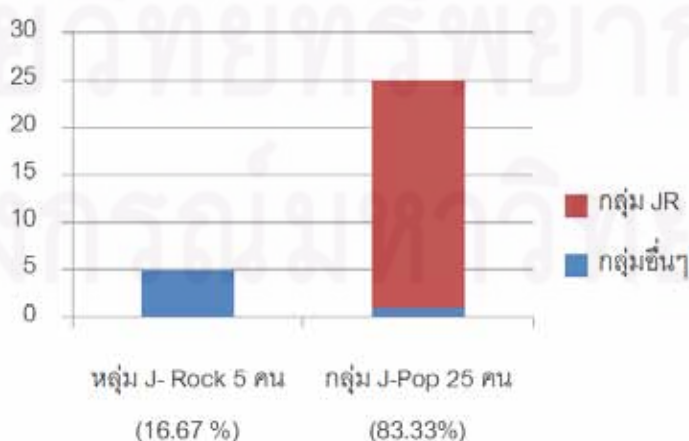
สำหรับศิลปินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนของกลุ่มตัวอย่างนั้นมีทั้งสิ้น 11 กลุ่มศิลปินโดยแบ่งเป็น J-Rock และ J-Pop ดังต่อไปนี้

1. กลุ่ม J-Rock มีจำนวนทั้งสิ้น 5 คน 4 กลุ่มศิลปิน ได้แก่ X-Japan จำนวน 1 คน, L' arc en ciel จำนวน 2 คน, Aucifer จำนวน 1 คน และ Lunasea จำนวน 1 คน

2. กลุ่ม J-Pop ทั้งรูปแบบกลุ่มและรายบุคคลมีจำนวนทั้งสิ้น 25 คน 7 กลุ่มศิลปิน ได้แก่ Kat-Tun (Jr) จำนวน 13 คน, winds (Jr) จำนวน 3 คน, Tackey & Tsubasa (Jr) จำนวน 1 คน, Arashi (Jr) จำนวน 1 คน, Yamashita Tomahisa (Jr) จำนวน 3 คน, ศิลปินในกลุ่ม Johnny's Juniors ทั้งกลุ่ม (JR) จำนวน 3 คน และ Morning Musume จำนวน 1 คน

ศิลปินในกลุ่ม Johnny's Juniors ซึ่งผู้วิจัยได้ไต่ถามได้ว่า Jr ต่อท้ายชื่อนั้น เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง ที่ติดตามศิลปินมากที่สุด โดยมีจำนวน 24 คน และยังคงมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วน กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดสำหรับศิลปินที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือวง Kat-tun ในกลุ่ม Johnny's Juniors โดยมีจำนวนถึง 13 คน จากผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นจากอิทธิพลจากศิลปินจำนวน 30 คน

ภาพที่ 6.1 ภาพเปรียบเทียบอิทธิพลจากศิลปินในกลุ่ม J-Rock และ J-Pop



2. แรงจูงใจจากผลงาน

กลุ่มที่ได้รับแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นจากผลงานนั้น มีจำนวน 10 คน กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มนี้ไม่สนใจในตัวตนของผู้ผลิตผลงานแต่สนใจลักษณะการเล่าเรื่อง และเทคนิคในการผลิตภาพของ สตูดิโอ ค่ายเกมส์ ผู้กำกับ นักเขียน และนักวาด ที่ผลิตผลงานแทน โดยกลุ่มตัวอย่างอาจติดตามผลงานจากผู้ผลิตรายเดิมจากความชื่นชอบในการเขียนเรื่อง หรือเทคนิคการผลิตภาพ แต่จะไม่สนใจเรื่องส่วนตัวหรือข่าวคราวของผู้ผลิตที่ไม่ มีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานเท่าใดนักเช่น กลุ่มตัวอย่างไม่สนใจว่านักเขียนหรือผู้ผลิตชอบรักประทานอะไร หรือชอบสีอะไร แต่กลุ่มตัวอย่างจะสนใจว่าผู้ผลิตไม่สบาย หรือเสียชีวิตทำให้ผลิตผลงานไม่ได้ เป็นต้น แรงจูงใจที่เกิดขึ้นกับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้คือความรู้สึกที่อยากจะทำใน เนื้อหาอย่างลึกซึ้ง เพื่อให้สามารถเพลิดเพลินไปกับวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นที่ชื่นชอบได้อย่างเต็มที่

ตัวอย่างแรง จูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นจากความต้องการ เข้าใจเนื้อหา วัฒนธรรมป๊อปอย่างลึกซึ้ง

ตัวอย่างที่ 1 นัทเล่าว่า เวลาเล่นเกมที่เป็นภาษาญี่ปุ่นได้เห็นตัวอักษรของเขาแล้ว รู้สึกว่าน่ารัก ตอนแรกนัทก็ได้แต่ดู และกดตามหนังสือบทสรุปที่ซื้อมา นัทบอกว่าตนเองสงสัยมาตลอดว่า “เกมพูดอะไรเนี่ย” อยากรู้ว่าตัวละครที่ชอบพูดอะไร (สัมภาษณ์, วันที่ 12 สิงหาคม 2551)

ตัวอย่างที่ 2 นกเล่าว่าในช่วงมัธยมศึกษาปีที่ 3 ตนเองเริ่มเล่นเกมแนว Boy's Love ถึงจะมีบทสรุปแต่ก็ไม่ได้ทำให้เข้าใจเรื่องราวที่เกิดขึ้นในเกม บทสรุปในอินเทอร์เน็ตจะบอกแต่เพียงว่าจะต้องเลือกข้อไหนถึงจะได้ฉากจบแบบที่ต้องการ แต่ตนเองอยากรู้เรื่องราวของเกมด้วย ทำให้ตัดสินใจเรียนภาษาญี่ปุ่น (สัมภาษณ์, วันที่ 15 กรกฎาคม 2551)

ตัวอย่างที่ 3 ก้อยเล่าว่า “ตอนนั้นก้อยชอบเล่นเกมแนวชายรักชาย มก และเกมแบบนี้มักไม่มีทั้งพากย์อังกฤษแล้วก็บทสรุปในไทย ส่วนใหญ่ต้องใช้ทักษะทางด้านภาษาเยอะมาก ทำให้อยากเข้าใจภาษาญี่ปุ่น” ก้อยยังบอกอีกว่า ช่วงแรกๆ ก้อยจะไปยืมมอหนังสือภาษาญี่ปุ่นที่ร้านหนังสือเป็นประจำ ใช้คำว่ายืมมอ เพราะอ่านไม่ออก (สัมภาษณ์, วันที่ 13 กันยายน 2551)

ตัวอย่างที่ 4 แม่มาแล้วว่าตนเองติดหนังสือการ์ตูนมากและหนังสือการ์ตูนที่พิมพ์ในประเทศไทยก็ออกช้า จึงเริ่มไปนั่ง เปิดหนังสือดูที่ร้าน Kinokuniya (ร้านหนังสือที่ขายหนังสือ นำเข้าจากต่างประเทศทั้งภาษาอังกฤษ ญี่ปุ่น และภาษาจีน) เพราะทางร้านอนุญาต ให้เปิดหนังสือดูได้ช่วงนั้น แม่ก็จะขอเปิดนิตยสาร nakayoshi เพราะลงเรื่อง Magic Knight Rayearth (เด็กสาวสามคนที่หลุดไปยังอีกมิติหนึ่งและกลาย เป็นนักรบในตำนาน) ของ CLAMP (กลุ่มนักเขียนหญิง 4 คนมีผลงานที่ได้รับความนิยมต่อเนื่องนานกว่า 10 ปี) แต่อ่านไม่ออกจึงอยากเรียนภาษาญี่ปุ่น (สัมภาษณ์, วันที่ 13 กันยายน 2551)

ตัวอย่างที่ 5 นนแล้วว่า นนดาวนิโหลดละครจากอินเทอร์เน็ตมาดูบ่อย ๆ เพราะไม่ชอบเสียงพากย์ แล้วเมืองไทยก็เข้าช้ามาก มีซับไตเติ้ลบ้างไม่มีบ้าง บางครั้งดูแล้วก็ เกิดความรู้สึกอยากรู้ว่าตอนนี่เขากำลังพูดอะไรกัน แล้วพวกบรรยายย่อยๆ ที่ไม่ค่อยมีคนสนใจก็จะมีคนแปลพอเห็นเพื่อนในบอร์ดที่เก่งภาษาญี่ปุ่นฟังออกก็อยากฟังออกบ้าง (สัมภาษณ์, วันที่ 31 กรกฎาคม 2551)

ตัวอย่างที่ 6 ไก่แล้วว่า “ผมชอบอะนิเมะ (แอนิเมชัน) มาก โหลดมาดูตลอดแต่ละซีซั่นดูไม่ต่ำกว่า 5 เรื่อง บางซีซั่นดูเป็นสิบเลย โหลดเอาเร็วกว่าเมืองไทยเยอะ กว่าฉายในไทย ญี่ปุ่นเลิกฮิตไปเป็นชาติแล้ว (สัมภาษณ์, วันที่ 2 สิงหาคม 2551) แถมเสียงพากย์ก็สุดทน มีแต่นักพากย์เก่าๆ เกาะตัวละครดัง” (สัมภาษณ์, วันที่ 2 สิงหาคม 2551)

นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม ไม่ต้องการรับชมในรูปแบบ พากย์ เนื่องจากการเข้ามาของอินเทอร์เน็ตส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสได้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันหรือละครจากเสียงภาษาญี่ปุ่นโดยตรงทำและเกิดการเปรียบเทียบ โดยเฉพาะกลุ่มที่ติดตามศิลปิน จะมีความอ่อนไหวกับเสียงของนักพากย์ที่พากษ์ศิลปินที่ชื่นชอบเป็นพิเศษ ในขณะที่กลุ่มที่ติดตามเนื้อหาที่รู้สึกว่าคุณสามารถของนักพากย์ชาวไทยไม่สามารถถ่ายทอดทางอารมณ์ได้เหมือน นักพากย์ชาวญี่ปุ่น และ สิ่งทั้งสอง กลุ่มทนได้ คือการเพิ่มเติมหรือแก้ไขบท หรือการด้นสดของนักพากย์ที่ทำให้เนื้อหาหรือบุคลิกของตัวละครเปลี่ยนแปลงไป

ตัวอย่างความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างต่อเสียงพากย์ภาษาไทย

กรณีตัวอย่างที่ 1 ฟ้า (อายุ 25 ปี) ไม่อยากดูละครญี่ปุ่น พากย์ไทย เพราะเคยดูจาก ภาษาญี่ปุ่นมาก่อน รู้สึกว่าได้อารมณ์กว่านี้มากบางครั้งนักพากย์ไทยชอบพูดตามใจตัวเองทำให้อารมณ์ของเรื่องเสียไป (สัมภาษณ์, วันที่ 5 สิงหาคม 2551)

กรณีตัวอย่างที่ 2 จิน (อายุ 21 ปี) จินบอกผู้วิจัยว่า รู้สึกว่าละครที่มีการแปลหรือพากย์ไทยบางครั้งอารมณ์ของตัวละครในเรื่องเปลี่ยนไป จากต้นฉบับ จินยังเล่าอีกว่าบางครั้งเราเคยดูมาก่อนแล้วเขาอารมณ์นี่นะ แต่พอช่อง 7 เอามาพากย์แล้วรู้สึกแปลกๆ ทำไม่มันไม่เหมือนที่เราเคยดู ถ้าเลือกได้จินจะเลือกดูเฉพาะละครที่เป็นเสียงญี่ปุ่นเท่านั้น (สัมภาษณ์ , วันที่ 3 กรกฎาคม 2551)

กรณีตัวอย่างที่ 3 อร (อายุ 20 ปี) “ไม่ชอบดูละครพากย์ไทย ไม่สมจริง ชอบแต่งคำพูดจนเพี้ยนไปหมด” (สัมภาษณ์, วันที่ 12 กรกฎาคม 2551)

กรณีตัวอย่างที่ 4 นก (อายุ 20 ปี) นกบอกว่า “ถ้าต้องเลือกระหว่างพากย์ไทยกับ Raw (ไฟล์มัลติมีเดียที่เป็นเสียงต้นฉบับและไม่มีซับไตเติ้ล) นกยอมดู Raw ดีกว่า ถึงจะไม่รู้เรื่องทั้งหมดก็เถอะ ถ้าเป็นเรื่องที่ไม่ได้ชอบมากก็พอจะทนดูพากย์ ไทยได้ แต่ถ้ามีทางเลือกขอไม่เอาดีกว่า นักพากย์ไทยพากย์ไม่เก่งเลย ไม่ได้อารมณ์ซัก กนิด ทำให้ความสนุกหายไปครึ่งหนึ่ง เลย” (สัมภาษณ์, วันที่ 15 กรกฎาคม 2551)

ตัวอย่างที่ 5 ไก่ “เสียงพากย์สุดทน มีแต่นักพากย์เก่าๆ เกาะตัวละครดัง ” (สัมภาษณ์, วันที่ 2 สิงหาคม 2551)

จากคำตอบของกลุ่มตัวอย่างจะเห็นได้ว่า สาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกไม่ชอบชมภาพยนตร์แอนิเมชัน หรือละครพากย์ไทยนั้นมีสาเหตุมาจากความสามารถด้านการพากย์ของนักพากย์ซึ่งยังไม่สามารถแสดงอารมณ์ของตัวละครได้อย่างเต็มที่ การนิยมดัดแปลงคำพูดและใส่มุขตลกซึ่งแตกต่างไปจากต้นฉบับ และความเหมาะสมของเสียงที่นำมาใช้เนื่องจากบุคคลากรด้านการพากย์ของประเทศไทยมีจำกัด โดยเฉพาะผู้ชื่นชอบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นในกลุ่มดนตรีซึ่ง

ติดตามชมภาพยนตร์ที่นักดนตรีที่ชื่นชอบร่วมแสดงจะอ่อนไหวในด้านเสียงของตัวแสดงเป็นพิเศษ กรณีตัวอย่างกลุ่มนี้มักจะดาวน์โหลดจากเสียงต้นฉบับมาดูก่อนแล้ว เมื่อสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยนำมาฉายกลุ่มตัวอย่างจะติดตามดูเพียงตอนแรกเพื่อทำการเปรียบเทียบเสียงเมื่อพบว่าเสียงไม่เป็นไปตามที่ตนเองหวังไว้ก็จะเลิก ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นคือเหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกรับชมจากภาพยนตร์แอนิเมชันและละครจากเสียงภาษาญี่ปุ่นโดยตรง แม้ต้องอ่านจากซับไตเติ้ลหรือไม่สามารถเข้าใจความหมายได้ทั้งหมดก็ตาม

6.1.2 แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นที่เกิดจากประสบการณ์ส่วนบุคคล

ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คน ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเรียนภาษาญี่ปุ่นอยู่แล้วแม้ว่าจะไม่เปิดรับวัฒนธรรมป๊อปก็ตาม โดยแรงจูงใจดังกล่าวเกิดจากประสบการณ์ส่วนบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างมี เช่น ความสนใจในด้านอาชีพ ความสนใจด้านการท่องเที่ยว หรือมีเพื่อนเป็นคนญี่ปุ่น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความสนใจด้านอาชีพ พบสองคนคือ อิง และ เก่ กรณีของอิงนั้นแฟนพี่ชายเรียนเอกภาษาญี่ปุ่นและทำงานในบริษัทญี่ปุ่นและได้รับเงินเดือนสูงมากทำให้อิงมีความสนใจที่จะเรียนภาษาญี่ปุ่น (สัมภาษณ์, วันที่ 16 สิงหาคม 2551) ในขณะที่เก่บอกว่าตนเองตั้งใจเรียนสายภาษาอยู่แล้วยังไงก็ต้องเรียนภาษาที่สาม ตอนแรกลังเลระหว่างภาษาจีนและภาษาญี่ปุ่น แต่ได้ยินจากหลายๆ คนว่าบริษัทญี่ปุ่นให้เงินเดือนสูงมากเมื่อเทียบกับบริษัทจีนยังไงก็คงเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นอยู่ดี (สัมภาษณ์, วันที่ 18 สิงหาคม 2551)

2. ความสนใจด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว พบ 1 คนคือ กุ้ง โดย กุ้งเล่าว่าตนเองชอบอ่านหนังสือท่องเที่ยวมาก เพราะปรกติที่บ้านไม่ค่อยได้ไปไหนแต่จะชอบซื้อหนังสือท่องเที่ยวมาอ่าน ที่บ้านมีเชื้อจีนไม่ชอบญี่ปุ่นเลยมักจะว่าให้ฟังบ่อยๆ แต่ กุ้งรู้สึกว่าการที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่สวยงาม สะอาด ไม่เหมือนประเทศจีน แล้วยังอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเอาไว้ได้ กุ้งเลยสนใจประเทศญี่ปุ่นมาตั้งแต่เด็กๆ อยากเรียนภาษาญี่ปุ่นแต่ที่บ้านไม่ชอบ ตอนนั้นก็เลยยังไม่ได้เรียน จนชอบ L'arc en ciel กุ้งเลยต้องเรียนจนได้

3. ความสนใจที่เกิดจากเพื่อน พบ 1 คนคือ มิกะกรณีของมิกะนั้นมีเพื่อนสนิทเป็นลูกครึ่งญี่ปุ่น เนื่องจากบ้านอยู่ติดกันทำให้มิกะไปเที่ยวบ้านเพื่อนบ่อยๆ และมีโอกาสได้ฟังเวลา

เพื่อนคุยกับคุณแม่ด้วยภาษาญี่ปุ่น มิกระู้สึกว่าภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาที่เท่และน่ารัก ทำให้มีความสนใจในภาษาและประเทศญี่ปุ่น (สัมภาษณ์, วันที่ 29 มิถุนายน 2551)

6.2 ประเภทของแรงจูงใจ

อาร์ ซี การ์ดเนอร์ (R.C.Gardner, 1985) ได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจไว้ 2 ประเภทคือ

แรงจูงใจเชิงเครื่องมือ (Instrumentality) หมายถึงแรงจูงใจที่มาจากความต้องการที่จะนำภาษาไปใช้ในทางปฏิบัติโดยแบ่งเป็น

ความต้องการที่จะจัดอุปสรรคในการติดตามศิลปินที่ชื่นชอบ ความต้องการที่จะเข้าใจเนื้อหา เช่น ต้องการอ่านบทสัมภาษณ์ในนิตยสาร ต้องการอ่านหนังสือการ์ตูน ต้องการ ฟังบทสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ ต้องการชมภาพยนตร์แอนิเมชันและละครจากเสียงต้นฉบับภาษาญี่ปุ่น หรืออยากปฏิสัมพันธ์กับตัวศิลปิน

ความต้องการที่นำภาษาญี่ปุ่นไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต เช่น ต้องการทำงานในบริษัทญี่ปุ่น เป็นต้น

แรงจูงใจเชิงบูรณาการ (Integrativeness) หมายถึงแรงจูงใจที่มากจากความต้องการที่จะมีปฏิสัมพันธ์และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับสมาชิกภายในกลุ่ม หรือความต้องการที่จะให้ตนเอง เหมือน หรือเป็นเช่นเดียวกับสมาชิกของชุมชนเจ้าของภาษา ในที่นี้หมายถึงความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและวัฒนธรรมญี่ปุ่น โดยแรงจูงใจเชิงบูรณาการจะก่อให้เกิดความรู้สึกรักในประเทศญี่ปุ่นโดยไม่จำกัดเพียงวัฒนธรรมป๊อปเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึง ตัวประเทศคน สังคม และวัฒนธรรม อีกด้วย

ทฤษฎีแรงจูงใจของการ์ดเนอร์นั้นเริ่มต้นจากแรงจูงใจเชิงบูรณาการแต่ในงานวิจัยครั้งนี้ลำดับการเกิดของแรงจูงใจ มีความแตกต่างจากลำดับในทางทฤษฎี ผู้วิจัยจึงเรียงลำดับใหม่ตามผลของการวิจัยที่เกิดขึ้น แต่ยังคงใช้ความหมายของแรงจูงใจทั้งสองประเภทที่การ์ดเนอร์ได้แบ่งเอาไว้ สำหรับการเกิดแรงจูงใจและการเคลื่อนตัวจากแรงจูงใจเชิงเครื่องมือไปสู่แรงจูงใจเชิงบูรณาการของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีดังต่อไปนี้

6.2.1 แรงจูงใจเชิงเครื่องมือ (Instrumentality)

แรงจูงใจเชิงเครื่องมือที่เกิดขึ้นกับกลุ่มตัวอย่างมีสองจังหวะโดยเริ่มจากแรงจูงใจเชิงเครื่องมือซึ่งเกิดจากการต้องการที่จะ ติดตามศิลปิน และการความต้องการที่จะติดตาม และเข้าใจเนื้อหาของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นอย่างลึกซึ้ง ไปสู่แรงจูงใจเชิงเครื่องมือเพื่อประกอบอาชีพในอนาคต

ระยะแรกเป็นระยะที่กลุ่มตัวอย่างเรียนภาษาญี่ปุ่นจากอิทธิพลของแรงจูงใจเชิงเครื่องมือซึ่งมาจากความต้องการที่จะ ติดตามศิลปิน และการความต้องการที่จะเข้าใจเนื้อหาของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นอย่างลึกซึ้ง โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นเพื่อ ขจัดอุปสรรคทางด้านภาษา ซึ่งเป็นอุปสรรคที่ใหญ่ที่สุดของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน ไม่เคยคิดที่จะเรียนภาษาญี่ปุ่นก่อน เริ่มติดตามวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นอย่างจริงจัง มีเพียง 4 คน ที่มีแนวโน้มจะเรียนภาษาญี่ปุ่นอยู่แล้วแม้จะไม่ติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น

อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างทั้ง 40 คนเริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นเพื่อ ขจัดอุปสรรคด้านภาษาซึ่งเป็นอุปสรรคที่ใหญ่ที่สุดของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม โดยกลุ่มตัวอย่างเริ่มจากการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง หรือหลายรูปแบบ ทั้งในส่วนของ วัจนภาษาที่สามารถเข้าใจความหมาย ได้เช่น การยิ้ม การหัวเราะ การปรบมือ น้ำเสียงที่ศิลปินใช้ในรายการโทรทัศน์ เสียงสูงต่ำและจังหวะ ซ้ำเร็วของคนตรีในเพลง สีหน้าและการเคลื่อนไหว ของตัวละครรูปภาพในภาพยนตร์แอนิเมชัน และในหนังสือการ์ตูนเป็นต้น และในส่วนของ วัจนภาษาที่ไม่สามารถเข้าใจความหมาย ได้ เช่น บทสนทนา จากนั้นค่อยๆ สะสมความชอบและความสนใจจนกระทั่ง มีความต้องการที่จะเข้าใจวัฒนธรรมป๊อปในรูปแบบที่ ชื่นชอบจนถึงที่สุด และรู้สึกว่ภาษาเป็นกลายเป็นอุปสรรค โดยอุปสรรคที่กลุ่มตัวอย่างพบล้วนเป็นอุปสรรคด้านภาษาทั้งสิ้น

สำหรับ กลุ่มของหนังสือการ์ตูนนั้น แม้จะมีการแปลและจัดพิมพ์จำหน่ายในประเทศไทยแทบทุกเรื่อง แต่หนังสือมักจะออกช้าเนื่องจากต้องผ่านขั้นตอนมากมาย และจำนวนเรื่องในแต่ละสำนักพิมพ์ตีพิมพ์ก็มีจำนวนมาก บางครั้งตามหลังประเทศญี่ปุ่นหลายสิบเล่ม ทำให้กลุ่มตัวอย่าง เริ่มติดตามหนังสือการ์ตูนจากต้นฉบับภาษาญี่ปุ่นแม้จะสามารถเดาเนื้อเรื่องจากรูปภาพที่ปรากฏได้ แต่ก็ไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาทั้งหมด

ในส่วนของละครและ ภาพยนตร์แอนิเมชัน พบปัญหาที่ใกล้เคียงกันคือเรื่องที่น่ามาฉายตามหลังประเทศญี่ปุ่นมากและมีข้อจำกัดเรื่องรูปแบบเนื้อหา ที่นำมาออกอากาศ และการเซ็นเซอร์ อีกทั้งเมื่อกลุ่มตัวอย่างได้ฟังเสียงภาษาญี่ปุ่นแล้วก็ไม่อยากกลับมาฟังเสียงภาษาไทยอีก แต่เนื่องจากไม่สามารถเข้าใจได้ทั้งหมด หรือบางครั้งกลุ่มตัวอย่างไม่สามารถหาซับไตเติ้ลได้ ทำให้รู้สึกหงุดหงิดและเกิดความต้องการที่จะเรียนภาษาญี่ปุ่น

ตารางที่ 6.1 แรงจูงใจเชิงเครื่องมือจากความต้องการติดตามศิลปิน

ลำดับที่	ชื่อ (นามสมมติ)	เพศ	เหตุผลในการเรียนภาษาญี่ปุ่น
1	บอล	ชาย	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Morning Musume
2	น้ำ	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม X-Japan
3	กิ๊ก	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Aucifer
4	คาเมะ	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Lunasea
5	มีน	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม L'arc en ciel
6	กุ่ม	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม L'arc en ciel
36	ตาล	หญิง	เพื่อติดตาม Tomohisa Yamashita
14	ม่อน	หญิง	เพื่อติดตาม Yamashita Tomohisa
29	ปี่	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม News
40	แก้ว	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Arashi
11	อัยจิน	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Tackey& Tsubasa
8	นุ่น	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Winds
18	น้ำแข็ง	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Winds
39	เก้	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Winds
6	เซอร์	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Kat-Tun
7	จิน	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Kat-Tun
9	แดง	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Kat-Tun
10	อร	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Kat-Tun
16	ขวัญ	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Kat-Tun
17	มิล	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Kat-Tun

ตารางที่ 6.1 (ต่อ) แรงจูงใจเชิงเครื่องมือจากความต้องการติดตามศิลปิน

ลำดับที่	ชื่อ (นามสมมติ)	เพศ	เหตุผลในการเรียนภาษาญี่ปุ่น
21	ฟ้า	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Kat-Tun
23	ไม้	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Kat-Tun
25	นันท	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Kat-Tun
27	ใจ	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม วง Kat-Tun
30	เอ็ม	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Kat-Tun
35	มิกะ	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Kat-tun
37	แมว	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Kat-Tun
38	อิง	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินกลุ่ม Kat-Tun
15	ภัทร์	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินในค่าย จอนนี่ จูเนียร์
26	จูน	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินค่ายจอนนี่ จูเนียร์

ตารางที่ 6.2 แรงจูงใจเชิงเครื่องมือจากความต้องการเข้าใจเนื้อหาของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น

ลำดับที่	ชื่อ (นามสมมติ)	เพศ	เหตุผลในการเรียนภาษาญี่ปุ่น
1	แป้ม	หญิง	เพื่อเข้าใจเนื้อหาของหนังสือการ์ตูน
2	นก	หญิง	เพื่อเข้าใจเนื้อหาของเกมส์
3	นัท	หญิง	เพื่อเข้าใจเนื้อหาของเกมส์
4	ก้อย	หญิง	เพื่อเข้าใจเนื้อหาของเกมส์
5	นน	หญิง	เพื่อเข้าใจเนื้อหาของละครจากประเทศญี่ปุ่น
6	นุช	หญิง	เพื่อเข้าใจเนื้อหาของการ์ตูน , แอนิเมชัน และเกมส์
7	ต๋อ	ชาย	เพื่อเข้าใจเนื้อหาของการ์ตูน , แอนิเมชัน และเกมส์
8	เต้	ชาย	เพื่อเข้าใจเนื้อหาของแอนิเมชัน และเกมส์
9	ไก่อ	ชาย	เพื่อเข้าใจเนื้อหาของ ละคร, แอนิเมชัน, และการ์ตูน

ตารางที่ 6.3 แรงจูงใจเชิงเครื่องมือจากความต้องการติดตามศิลปินและเข้าใจเนื้อหาของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น

ลำดับที่	ชื่อ (นามสมมติ)	เพศ	เหตุผลในการเรียนภาษาญี่ปุ่น
1	ริน	หญิง	เพื่อติดตามศิลปินค่าย จอนนี่ และเข้าใจเนื้อหาของหนังสือการ์ตูน

แม้จะมีกลุ่มตัวอย่าง 4 คนที่มีแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นอยู่ก่อนแล้วจากประสบการณ์ส่วนตัว แต่เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 40 คน ตัดสินใจเรียนภาษาญี่ปุ่นนี้ นั้นล้วนมีอิทธิพลจากแรงจูงใจเชิงเครื่องมือเพื่อขจัดอุปสรรคในการติดตามวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นที่ตนเองชื่นชอบทั้งสิ้น

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างเริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นทันทีหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับ การสนับสนุนที่แต่ละคนได้รับโดยมีทั้ง กรณีตัวอย่างที่เริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่น เกือบจะทันทีหลังจากตัดสินใจจนถึงกลุ่มที่ทิ้งระยะเวลานานกว่า 10 ปี ซึ่งจะอธิบายโดยละเอียดในข้อ 6.3 แรงสนับสนุนต่อแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่น

นอกจากนี้ เมื่อกลุ่มตัวอย่างเติบโตขึ้นกลุ่มตัวอย่างบางส่วนได้เกิดแรงจูงใจเชิงเครื่องมือที่จะพัฒนาภาษาญี่ปุ่นเพื่อใช้ในหน้าที่การงานของตนอีกด้วย ซึ่งในระยะที่กลุ่มตัวอย่างเกิดแรงจูงใจเชิงเครื่องมือที่เกิดจากความต้องการนำภาษาญี่ปุ่นไปใช้ในการประกอบอาชีพ นั้นถือเป็นระยะการเกิดแรงจูงใจเชิงเครื่องมือในระยะที่สอง จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมี กลุ่มตัวอย่าง 2 คน ที่มีความสนใจที่จะใช้ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการประกอบอาชีพในอนาคตอยู่ก่อนแล้ว นอกจากนั้นพบว่า กรณีตัวอย่าง ที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่น เพิ่มเติม โดยมีแรงจูงใจจากอาชีพการงานมักเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ทำงาน แล้ว และทำงานด้านภาษาญี่ปุ่น หรือเกี่ยวข้องกับภาษาญี่ปุ่น ส่วนใหญ่ พบอุปสรรคในการใช้ภาษาญี่ปุ่นในหน้าที่การงาน ทำให้ตัดสินใจ หรือตั้งใจ ที่จะเรียนภาษาญี่ปุ่นเพิ่มเติม เช่นกรณีของก้อยและนุช ก้อยเล่าว่า "ก็ทำงานแปลนะพี่ มันไม่จบไม่สิ้น บางทีเจออะไรที่ไม่เข้าใจ ถามคนรอบๆ ตัวก็ไม่มีใครรู้ ศัพท์แสงก็เยอะในการ์ตูน ในนิยายบางทีแปลไม่เสร็จ เพราะติดอยู่สองสามประโยคเนี่ย เลยรู้สึกว่ามันโหดแล้ว ไปเรียนต่อ อดีกว่าแต่ก็ลำบากนะ เพราะระดับที่อยากเรียนเรียนได้แค่ที่ Japan Foundation เลือกไม่ได้เลย ไกลบ้านก็เยอะมาก" (สัมภาษณ์,

วันที่ 13 กันยายน 2551) ส่วนกรณีของนุชนั้นนุชเล่าว่า “จริงๆ นุชก็มั่นใจภาษาญี่ปุ่นตัวเองนะ อ่านการ์ตูนได้ ดูอนิเมะ (แอนิเมชัน) ส่วนใหญ่ก็ไม่ใช้ซับไตเติ้ลแล้ว แต่พอมาทำงานภาษาทางการนะยาก ภาษาญี่ปุ่นมีระดับแล้วที่สำคัญต้องผันตลอดเวลา บางทีนึกคำสุภาพไม่ ออก ก็พูดรูปธรรมดาไปแล้วก็รู้สึกแย่งเพราะเหมือนพูดไม่เพราะกับเจ้านาย เลยคิดจะไปเรียนอยู่แต่งงานยุ่งมากเวลาไม่ตรงกับคอร์สที่ต้องการเรียนเลย” (สัมภาษณ์, วันที่ 9 สิงหาคม 2551)

6.2.2 แรงจูงใจเชิงบูรณาการ (Integrativeness)

หลังจากเริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นกลุ่มตัวอย่าง 39 คน เกิด แรงจูงใจเชิงบูรณาการ (Integrativeness) ขึ้น กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างเริ่มเกิดความสนใจใน ตัวประเทศ คน รวมไปถึง วัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่น และมีความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งในสังคมนั้น และถึงแม้ ความชอบในวัฒนธรรมป๊อป จะจบลง แต่ แรงจูงใจเชิงบูรณาการ (Integrativeness) ทำให้กลุ่ม ตัวอย่างยังคงสนใจในประเทศ วัฒนธรรม และภาษาญี่ปุ่นเสมือนว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นส่วนหนึ่งใน สังคมญี่ปุ่น กลุ่มตัวอย่างทั้ง 39 คน ยืนยันว่า ถึงแม้จะเลิกชอบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น ตนเองก็ไม่ คิดจะทิ้งภาษาญี่ปุ่น เพราะนอกจากวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นแล้ว พวกตนยังชอบประเทศญี่ปุ่น รวมถึงวัฒนธรรมดั้งเดิม ของญี่ปุ่นด้วย สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เกิด แรงจูงใจเชิงบูรณาการ (Integrativeness) มีเพียง 1 คน

หลังจากที่กลุ่มตัวอย่างเริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่น ภาษาญี่ปุ่น ส่งผลให้อัตลักษณ์ (identity) ของกลุ่มตัวอย่าง ในฐานะผู้ชื่นชอบ “ญี่ปุ่น” เหนียว แน่นยิ่งขึ้น และช ะลดความสนใจของกลุ่ม ตัวอย่างจากการสนใจวัฒนธรรมรูปแบบอื่นๆ ด้วยเหตุผลที่ว่าฟังไม่เข้าใจ ซึ่งอันที่จริงแล้วใน ช่วงแรกที่กลุ่มตัวอย่างเริ่มสนใจในวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นนั้น กลุ่มตัวอย่างทั้ง 34 คนไม่ มีพื้นความรู้ภาษาญี่ปุ่นมาก่อนเลย แต่การเรียนภาษาญี่ปุ่นได้ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความรู้สึก ไม่ ยอยากเคลื่อนย้ายไปจากสิ่งที่ตนเองคุ้นเคย การลงทุนลงแรงศึกษาภาษาญี่ปุ่นทำให้กลุ่มตัวอย่าง เกิดความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น รวมถึงประเทศญี่ปุ่น และไม่ยอมเริ่มต้นกับ วัฒนธรรมป๊อปจากประเทศอื่น เพราะนั่นหมายถึงการต้องลงทุนลงแรงกับภาษาอื่นด้วยเช่นกัน

ภาษาญี่ปุ่นยัง ขยายความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง ต่อรูปแบบ และเนื้อหาวัฒนธรรมป๊อป ญี่ปุ่นให้อีกด้วย ซึ่งเกิดจากความสัมพันธ์สองทางคือ อ เรียนภาษาญี่ปุ่นเพื่อเข้าใจวัฒนธรรมป๊อป

และติดตามวัฒนธรรมไปเพื่อเสริมการเรียนรู้ภาษาญี่ปุ่น นอกจากนี้ความสนใจของกลุ่มตัวอย่างยังขยายไปสู่ด้านอื่นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับ คำว่าญี่ปุ่น และเกิดความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียว หรือเป็นส่วนหนึ่งของสังคมญี่ปุ่น ส่วนนี้ถือเป็นแรงจูงใจเชิงบูรณาการ (Integrativeness)

กรณีตัวอย่าง ที่ 1 นันท์ นันท์บอกว่า “สำหรับนันท์ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ใฝ่ฝันอยากไปทำงานที่ญี่ปุ่นมาก” (สัมภาษณ์, วันที่ 16 สิงหาคม 2551)

กรณีตัวอย่าง ที่ 2 จูน จูนเล่าว่าการเรียนภาษาญี่ปุ่นทำให้จูนเข้าใจถึงวัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่นมากขึ้น ปีหน้าหลังจากเรียนจบปริญญาตรี จูนตั้งใจจะไปเรียนต่อที่ญี่ปุ่น อยากลองไปใช้ชีวิตที่ญี่ปุ่นดูว่าจะเหมือนกันที่ใฝ่ฝันเอาไว้หรือไม่ เป้าหมายอยากรู้จักญี่ปุ่นทั้งด้านลบด้านบวกด้วยตัวเอง (สัมภาษณ์, วันที่ 17 สิงหาคม 2551)

กรณีตัวอย่าง ที่ 3 โจ โจเล่าว่า ถึงจะเลิกชอบวัฒนธรรมป๊อปแล้วใจ ก็คงไม่เลิกเรียนภาษาญี่ปุ่นเพราะเรียนมาเยอะแล้วแล้วตอนนี้ใจก็ชอบประเทศญี่ปุ่นมาก ชอบคน ชอบแฟชั่น ชอบวัฒนธรรมของเขา (สัมภาษณ์, วันที่ 23 สิงหาคม 2551)

กรณีตัวอย่าง ที่ 4 คาเมะ คาเมะเล่าว่าตนเองมีโครงการจะไปเรียนต่อที่ประเทศญี่ปุ่น หลังจากจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และหลังจากเรียนจบแล้วก็ตั้งใจจะทำงานและอาศัยอยู่ที่ญี่ปุ่นเลย คาเมะยังบอกอีกว่าบอกว่าตนเองคิดมาตั้งแต่ชั้นมัธยมต้นแล้วว่าอยากไปอยู่ที่ญี่ปุ่น อยากแต่งงานกับคนญี่ปุ่นจะได้อยู่ที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นการถาวร เวลาเจอคนญี่ปุ่นคาเมะจะสนใจมากเป็นพิเศษ (สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2551)

กรณีตัวอย่าง ที่ 5 บี บีเล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า “ตอนนั้นถ้าไม่ได้ชอบยามะพี (ศิลปินในค่ายจอนนี่ จูเนียร์) ก็คงไม่คิดจะเรียนภาษาญี่ปุ่นเพราะเรียนมาทางสายวิทยาศาสตร์ตอนแรกตั้งใจจะสอบเข้าคณะสถาปัตยกรรมด้วยซ้ำ แต่ตอนนี้ถึงจะเลิกชอบบีก็ยังไม่เลิกเรียนภาษาญี่ปุ่น บีมาไกลแล้วไม่ได้ชอบแค่ดาราก็แล้ว ตอนนี้ที่ปีสนใจคือภาษา คือวัฒนธรรมหลังจากเรียนภาษาญี่ปุ่นปัฐกว้างขึ้น บีมองถึงเรื่องศิลปะ วัฒนธรรมอย่างละครโน ละครคาบูกิ บีชอบมาก” (สัมภาษณ์, วันที่ 6 กันยายน 2551)

แรงจูงใจเชิงบูรณาการของกลุ่มตัวอย่างปรากฏเป็น 2 รูปแบบคือ

1. การเข้าสังคม กลุ่มตัวอย่าง 39 คน ทั้งกลุ่มที่เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกหรือวิชาโทในมหาวิทยาลัย และกลุ่มที่เรียนสาขาวิชาอื่นๆ ล้วนมีความสนใจในประเทศญี่ปุ่นและความต้องการที่จะปฏิสัมพันธ์กับคนญี่ปุ่น อย่างเห็นได้ชัด โดยกลุ่มตัวอย่างจะคบหาและไปเที่ยวกับเพื่อนชาวญี่ปุ่นเช่น ซึ่ของ ทานข้าว ร้องคาราโอเกะ อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างบางคนยังมีความต้องการที่จะคบหากับคนญี่ปุ่น แต่งานและย้ายไปอยู่ประเทศญี่ปุ่นเป็นการถาวร

2. อาชีพ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 17 จาก 32 คนที่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป เลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกหรือวิชาโทในมหาวิทยาลัย และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 คนที่เรียนจบในสาขาวิชาเอกหรือวิชาโทภาษาญี่ปุ่นในระดับปริญญาตรีล้วนทำงานในบริษัทญี่ปุ่น หรืองานที่เกี่ยวข้องกับภาษาญี่ปุ่นโดยตรงทั้งสิ้น

จะเห็นว่าแรงจูงใจเชิงบูรณาการ (Integrativeness) ส่งผลถึงพฤติกรรมในการเรียนภาษาของกลุ่มตัวอย่างพร้อมๆ กับเป้าหมายในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่ม ตัวอย่างที่ค่อยๆ เปลี่ยนไป กลุ่มตัวอย่างจะเริ่มหลอมรวมความชื่นชอบ และเส้นทางของชีวิตในอนาคตไว้ด้วยกัน จากจุดเริ่มต้นที่ต้องการ เข้าใจเนื้อหาวัฒนธรรมป๊อป ขยายไปสู่การใช้ เพื่อหน้าที่การงาน หรือเพื่ออนาคตของตัวเองด้วย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มนี้จะค่อยๆ ดึงประเทศญี่ปุ่นเข้ามาผูกพันกับอนาคตของตนเอง หรือนำพาตัวเองเข้าไปเกี่ยวข้องกับประเทศญี่ปุ่น และจะเริ่มเปิดรับสิ่งที่เกี่ยวข้อง กับประเทศญี่ปุ่นมากขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรม การเมือง ข่าวสาร เศรษฐกิจ สังคม จนกระทั่งถึงระดับที่แม้จะเลิกชอบ วัฒนธรรมป๊อป แล้วความสนใจในภาษา และวัฒนธรรม รวมถึงตัวประเทศญี่ปุ่นก็จะยังคงอยู่ กลุ่มตัวอย่าง 38 คนมีความต้องการที่จะใช้ชีวิตในประเทศญี่ปุ่นทั้งในระยะสั้นและระยะยาว กลุ่มตัวอย่างบางคนมีความต้องการที่จะแต่งงานกับคนญี่ปุ่นหรือย้ายไปอยู่ญี่ปุ่นเป็นการถาวร และแม้จะอยู่เมืองไ ทยกกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ก็มีความตั้งใจที่จะทำงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับญี่ปุ่น มีโอกาสเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น หรือใช้ความสามารถด้านภาษาญี่ปุ่นในการทำงาน

อย่างไรก็ดี จากกรณีตัวอย่างทั้งหมด 40 คน มีกรณีตัวอย่างเพียง 1 คน ที่ไม่เกิดแรงจูงใจเชิงเครื่องมือขึ้นเลย โดยไม่มีการแสดงออกทั้งในด้านการเข้าสังคมและอาชีพการงาน โดย

กรณีตัวอย่าง กรณีนี้มีความต้องการที่จะติดตามศิลปินที่ชื่นชอบหรือแรงจูงใจเชิงเครื่องมือเป็นตัวจุดประกายให้เกิดความต้องการที่จะศึกษาภาษาญี่ปุ่นเหมือนกรณีตัวอย่างอื่นๆ แต่จุดที่ต่างกันคือกรณีตัวอย่างมองภาษาญี่ปุ่นเป็นเพียงเครื่องมือ ในการติดตามศิลปินที่ชื่นชอบ และถึงแม้จะเรียนภาษาญี่ปุ่นแต่กรณีตัวอย่างไม่เกิดแรงจูงใจเชิงบูรณาการ (Integrativeness) ขึ้นเลย กล่าวคือไม่มีความสนใจในประเทศญี่ปุ่นและไม่มีการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปปูล่าญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นหลังจากเรียนภาษา ญี่ปุ่น และ กรณีตัวอย่างมีแนวโน้มจะที่เลิกสนใจภาษาญี่ปุ่นและประเทศญี่ปุ่น เมื่อความชอบในวัฒนธรรมป๊อปปูล่าแบบที่ตนเองติดตามอยู่ลดน้อยลง

กรณีตัวอย่าง ตาล (อายุ 18 ปี) ตาลเริ่มเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปปูล่า จาก การดูภาพยนตร์แอนิเมชันทางโทรทัศน์ในช่วงประถมศึกษาปีที่ 5 แต่ไม่ใช้การติดตามอย่างจริงจัง ตาลบอกผู้วิจัยว่าถ้าอยู่บ้านเปิดเจอก็ดูไปเรื่อยๆ ตาลเริ่มติดตามวัฒนธรรมป๊อปปูล่าจากประเทศญี่ปุ่นอย่างจริงจังในช่วงมัธยมศึกษาปีที่ 1 เนื่องจากเพื่อนที่โรงเรียนนิยมฟังเพลงญี่ปุ่น ตาลเริ่มจากการฟังตามเพื่อนจนกระทั่งตนเองเริ่มชอบ Yamapi (Yamashita Tomohita ศิลปินกลุ่ม News ในค่ายจอนนี่ จูเนียร์) ตาลก็เริ่มอยากเรียนภาษาญี่ปุ่นเพราะอยากเข้าใจเนื้อหาของเพลงและสิ่งที่ศิลปินพูด พอขึ้นชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนที่ตาลเรียนอยู่ (สตรีวัดอัสสัมชัญ) เปิดสอนวิชาเอกภาษาญี่ปุ่น ตาลจึงเลือกเรียนสายศิลป์ภาษาญี่ปุ่น แต่แม้จะเรียนภาษาญี่ปุ่นแต่ตาลไม่มีความสนใจในประเทศญี่ปุ่นหรือวัฒนธรรมป๊อปปูล่าด้านอื่นๆ เลย ตาลดูการ์ตูน แอนิเมชันทางโทรทัศน์บ้างแต่ไม่ได้ติดตามสำหรับละครญี่ปุ่นจะดูเฉพาะเรื่องที่ Yamapi แสดงเท่านั้น หลังจากจบชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ตาลตัดสินใจเลือกเรียน วิชาเอก ภาษาและวรรณคดีอังกฤษแทน แม้ว่า คณะ ศิลปศาสตรมหาวิทยาลัทธิธรรมศาสตร์จะเปิดสอนวิชาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกด้วยก็ตาม โดยตาลให้เหตุผลว่าภาษาอังกฤษสำคัญกว่า ภาษาญี่ปุ่นตาลใช้เกี่ยวกับความบันเทิงเท่านั้น ถ้าตาลเลิกชอบ Yamapi เมื่อไหร่ตาลก็คงไม่ได้ใช้อีก (สัมภาษณ์, วันที่ 5 กรกฎาคม 2551)

ความแตกต่าง ระหว่างกลุ่มตัวอย่างกลุ่ม ที่มีแรงจูงใจเชิงบูรณาการ (Integrativeness) กับตัวอย่างกลุ่มที่ไม่มีแรงจูงใจเชิงบูรณาการ (Integrativeness) คือขอบเขตของความสนใจ ในตัววัฒนธรรมป๊อปปูล่า และความผูกพันที่มีต่อประเทศเจ้าของภาษา ในขณะที่กรณีตัวอย่างที่มีแรงจูงใจเชิงบูรณาการ (Integrativeness) มีความสนใจในด้านต่างๆ ของประเทศญี่ปุ่น เช่น ผู้คน การเมือง และวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีความหลากหลายในการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปปูล่าจากประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น มีการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์เข้ากับชุมชนของเจ้าของภาษาในที่นี้คือคนญี่ปุ่น โดยแสดงออกจาก

การเข้าสังคมและการเลือกทำงาน ที่เกี่ยวข้องกับประเทศญี่ปุ่นหรือสังคมญี่ปุ่น แต่กรณีตัวอย่างที่ไม่มีแรงจูงใจเชิงบูรณาการ (Integrativeness) ไม่เกิดความผูกพัน หรือต้องการเป็นสมาชิกของชุมชนเจ้าของภาษา และไม่พบการ ขยายขอบเขตความสนใจไปยัง วัฒนธรรมรอบๆ ประเพณีอื่น ๆ และการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์เป็น การปรับเปลี่ยนให้เข้ากับกลุ่มผู้นิยมวัฒนธรรมรอบๆ จากประเทศญี่ปุ่นโดยไม่ปรับเข้ากับสมาชิกของชุมชนเจ้าของภาษาแต่อย่างใด โดยไม่มีความต้องการที่จะเข้าสังคมหรือปฏิสัมพันธ์กับคนญี่ปุ่นดังเช่นกรณีตัวอย่างคนอื่นๆ อีกทั้งยังมีลักษณะการเรียนภาษาญี่ปุ่นในรูปแบบของ งานอดิเรกไม่ได้มุ่งหวังที่จะเรียนภาษาญี่ปุ่นจนถึงระดับสูง หรือเรียนเพื่อใช้เป็นอาชีพในอนาคต ดังจะเห็นได้จากกรณีตัวอย่างที่แม้จะเรียนสายศิลป์ภาษาญี่ปุ่นในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย แต่กลับเลือกที่จะเรียนวิชาเอกภาษาอังกฤษในระดับมหาวิทยาลัย แทนโดยให้เหตุผลว่าภาษาญี่ปุ่นนั้นใช้เพื่อความบันเทิง แต่ภาษาอังกฤษมีความสำคัญและมีประโยชน์ในสำหรับตนเองในอนาคตมากกว่าภาษาญี่ปุ่น

6.3 แรงสนับสนุนต่อแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่น

หลังจากแรงจูงใจเชิงเครื่องมือของกลุ่มตัวอย่างเกิดขึ้นแล้ว ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเรียนภาษาญี่ปุ่นจนกระทั่งแรงจูงใจที่เกิดขึ้นเคลื่อนย้ายไปสู่ แรงจูงใจเชิงบูรณาการก็คือ เพื่อน ครอบครัว โรงเรียน และความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง

ก. เพื่อน

เพื่อนเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นเป็นอย่างมาก มีกลุ่มตัวอย่างหลายคนที่ตั้งใจจะเรียนภาษาญี่ปุ่นแต่ก็ยังไม่เริ่มเรียนจนกระทั่งมีเพื่อนชวน โดยกลุ่มตัวอย่างในช่วงมัศึกษามีแนวโน้มที่จะตัดสินใจไปเรียนภาษาญี่ปุ่นในสถาบันสอนภาษาภายนอกจากการชักชวนของเพื่อนเช่นในกรณีของคาเมะเอม และนันท์ คาเมะเอมให้ผู้วิจัยฟังว่า “เพื่อนในกลุ่มก็ชอบญี่ปุ่น สุดท้ายก็เลยไปหาที่เรียนพิเศษด้วยกัน” (สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2551) ส่วนเอมเล่าว่า “เพื่อนในกลุ่มที่ชอบญี่ปุ่นด้วยกันไปเรียนญี่ปุ่นกันหมด เอ็มอยากเรียนอยู่แล้วเลยลองขอแม่ไปเรียนด้วย แม่ให้ก็เลยได้เรียน ” (สัมภาษณ์, วันที่ 6 กันยายน 2551) ในกรณีของนันท์นันท์ นันท์เล่าว่า “ตอนนั้นอยากเรียนภาษาญี่ปุ่นแล้วแต่ยังไม่ได้ตัดสินใจ พอเพื่อนมาชวนไป ตัดสินใจได้เลย (หัวเราะ)” (สัมภาษณ์, วันที่ 16 สิงหาคม 2551) นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างบางคนเริ่มจริงจังกับการเรียน

ภาษาญี่ปุ่นมากขึ้นเมื่อพบว่าเพื่อนหรือคนรู้จักในกลุ่มที่ชื่นชอบวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นด้วยกันมีความสามารถด้านภาษาญี่ปุ่นและสามารถใช้ได้ดี เช่นกรณีของแม่ม แม่มเล่าว่า “ตอนนั้นมีเพื่อนที่รู้จักผ่านเว็บบอร์ดเก็งภาษาญี่ปุ่นมากๆ ดูนิเมะ (แอนิเมชัน) ยากๆ ได้ไม่ต้องใช้ซับเลย เขาชอบดูทีวีญี่ปุ่นผ่านออนไลน์จริงๆ แม่มก็ดูเหมือนกันแต่เข้าใจไม่หมด พอเขาดูจบเขาก็มาสปอย (เขียนเล่าเรื่อง) ในบอร์ด เห็นแล้วอิจฉามาก” (สัมภาษณ์, วันที่ 13 กันยายน 2551) สำหรับการเรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยนั้นพบว่าการสนับสนุนและการยอมรับจากผู้ปกครองมีอิทธิพลมากกว่าเพื่อน เนื่องจากเป็นการตัดสินใจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอนาคตของกลุ่มตัวอย่างทำให้ผู้ปกครองเข้ามามีบทบาทในการช่วยกลุ่มตัวอย่างในการตัดสินใจ

ข. ผู้ปกครอง

ส่วนใหญ่ผู้ปกครองไม่คัดค้านเมื่อกลุ่มตัวอย่างตั้งใจจะเรียนภาษาญี่ปุ่น เป็นวิชาเสริม หรือเป็นวิชาหลักในมหาวิทยาลัยเนื่องจากกระแสภาษาที่ 3 ในสังคมไทยค่อนข้างรุนแรง ผู้ปกครองส่วนใหญ่เชื่อว่าการที่กลุ่มตัวอย่างมีภาษาที่สามติดตัวจะช่วยเพิ่มโอกาสในการทำงานในอนาคต กลุ่มตัวอย่างหลายคนจึงใช้เหตุผลในเรื่องภาษาที่สามนี้ มโนว่าผู้ปกครอง เช่นกรณีตัวอย่างนกเล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า “พ่อกับแม่ก็รู้ อยู่แล้วว่ามันสนใจการ์ตูนกับเกม ญี่ปุ่น แต่นกบอกว่ายากมีภาษาที่ 3 เอาไว้ติดตัว ก็เลยได้เรียนภาษาญี่ปุ่น แต่จริงๆ เปล่าหรอก แค่อยากเล่นเกมเท่านั้นเอง” (สัมภาษณ์, วันที่ 15 กรกฎาคม 2551)

กรณีที่เริ่มเรียนจากการสนับสนุนของผู้ปกครองเช่นนี้ นกเล่าว่า “ตอนนั้นแม่อยากให้เรียนพิเศษเพิ่มภาษาหรือดนตรีก็ได้ชอบญี่ปุ่นอยู่แล้วเลยเลือกเรียนญี่ปุ่นเลย” (สัมภาษณ์ 12 สิงหาคม 2551)

แต่ในบางกรณีของพบว่าผู้ปกครองไม่อนุญาตเนื่องจากคิดว่ากรณีตัวอย่างจะใช้ภาษาญี่ปุ่นเพื่อความบันเทิงเพียงอย่างเดียวเช่นกรณีของมินที่เล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า “ตอนขอไปเรียนตอนแรก พ่อ กับแม่ไม่ให้เพราะคิดว่าจะเอาไปฟังเพลงตามดารา แต่พอมินเลือกเรียนเอกญี่ปุ่นที่ราชวมงคลเขาก็เห็นว่าจริงจังเลยไม่ว่าอะไรอีก ปีต่อมาพอมินเอ็นท์ติดศิลปากรเอกญี่ปุ่น เขาเลยปล่อยเลย” (สัมภาษณ์, วันที่ 19 สิงหาคม 2551) นอกจากนี้หลังจากที่กลุ่มตัวอย่างเริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นแล้ว ผู้ปกครองมักมีท่าทีผ่อนคลายลงเมื่อเห็นกลุ่มตัวอย่างใช้เวลาไปกับวัฒนธรรมป๊อป

ญี่ปุ่น ในจำนวนกลุ่ม ตัวอย่างทั้งหมดมีกลุ่มตัวอย่าง 5 คนที่ผู้ปกครองไม่ต้องการให้เรียน ภาษาญี่ปุ่นเลย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1 แก้ว (อายุ 23 ปี) แก้วเล่าว่า คุณแม่ไม่ชอบญี่ปุ่น ที่บ้านมักจะว่า ตนเองเสมอ สาเหตุที่คุณแม่ไม่ชอบประเทศญี่ปุ่นเพราะคุณลุงทำงานอยู่ในประเทศญี่ปุ่นเกือบ 10 ปี แต่ไม่ชอบประเทศญี่ปุ่นเลย คุณลุงมักจะมาเล่าข้อเสียให้คุณแม่ฟังทำให้คุณแม่พลอยไม่ชอบไปด้วย ในช่วงมัธยมปลายแก้วเรียนสายวิทยาศาสตร์- คณิตศาสตร์ แต่คุณแม่อยากให้ แก้วเรียน ภาษาที่สามเพิ่มเติม แก้วจึงถือโอกาสต่อรองกับคุณแม่ว่าถ้าไม่ได้เรียนภาษาญี่ปุ่น แก้วก็ไม่เรียน คุณแม่ไม่ชอบประเทศญี่ปุ่น แต่เห็นว่าดีก็ไม่เรียนอะไรเลย หลังจากจบชั้นมัธยมคือ ศึกษาดอน ปลาย แก้วเข้าเรียนต่อในมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ คณะบริหารวิชาโทภาษาญี่ปุ่น ปัจจุบันทำงานใน ตำแหน่งฝ่ายบุคคลในบริษัทญี่ปุ่น (สัมภาษณ์, วันที่ 28 สิงหาคม 2551)

ตัวอย่างที่ 2 ก้อย (อายุ 23 ปี) ก้อยเล่าว่า “ตอนนั้นแม่ไม่ชอบอะไรที่เกี่ยวกับ ญี่ปุ่นเลยเพราะแม่เป็นอาจารย์แม่เลยมองว่าคนชอบญี่ปุ่นรุนแรง ” ตอนขึ้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ก้อยเรียนที่สตรีวิทยา 2 ตอนนั้นที่โรงเรียนเปิดวิชาเลือกภาษาญี่ปุ่นอาทิตย์ละ 2 ชั่วโมง ก้อยจึง แอบไปเปลี่ยนจากวิชาภาษาอังกฤษมาลงวิชาภาษาญี่ปุ่นแทนโดยที่ไม่บอกคุณแม่ ก้อยบอกว่า คุณแม่เป็นอาจารย์สอนวิชาวิทยาศาสตร์อยู่ที่โรงเรียนเดียวกันไม่นานความก็แตก เพราะคุณแม่ได้ คุยกับอาจารย์ที่สอนภาษาญี่ปุ่น แต่สุดท้ายคุณแม่ก็ไม่ได้ว่าอะไรจึงเป็นจุดเริ่มต้นการเรียน ภาษาญี่ปุ่นครั้งแรกของก้อย จากนั้นก้อยก็สอบเข้ามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สาขามนุษยศาสตร์ เอกภาษาญี่ปุ่นได้ คุณแม่เลยเริ่มมองญี่ปุ่นใหม่ และเลิกดูเวลาก้อยอ่านการ์ตูน เล่นเกม หรือดู แอนิเมชัน ปัจจุบันก้อยทำงานแปลอยู่ที่สำนักพิมพ์สยามอินเตอร์คอมมิค โดยแปลทั้งหนังสือ การ์ตูน และหนังสือนิยาย (สัมภาษณ์, วันที่ 13 กันยายน 2551)

ตัวอย่างที่ 3 จูน (อายุ 20 ปี) เล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า ตอนนั้นคุณพ่อคุณแม่คิดว่าจูน เรียนตามแพชั่นจึงไม่ยอมให้เรียน แต่จูนไม่เชื่อ จูนบอกผู้วิจัยว่าจูนอยากเรียนมากและตัดสินใจ แล้วว่าจะไม่ยอมให้คุณพ่อคุณแม่ห้าม ถึงห้ามก็จะไม่เชื่อฟัง จูนบอกว่าตอนนั้นตนเองใช้อินเตอร์ เน็ตมาลอบบอกคุณพ่อคุณแม่ว่าตั้งใจจะใช้ภาษาญี่ปุ่นในการสอบเข้ามหาวิทยาลัย อยากเรียนเอก ภาษาญี่ปุ่นในระดับปริญญาตรีคุณแม่จึงอนุญาต เมื่อจบชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจูนก็

สามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ คณะมนุษยศาสตร์ เอกภาษาญี่ปุ่น ได้อย่างที่ตั้งใจ ปัจจุบันจุนเรียนอยู่ชั้นปี 3 (สัมภาษณ์, วันที่ 17 สิงหาคม 2551)

ตัวอย่างที่ 4 นุช (อายุ 24) นุชเล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า ตอนแรก ขอคุณพ่อ แต่คุณพ่อไม่ให้เพราะคิดว่าเรียนไปก็เอามาเล่นเกม ไม่ก็อ่านการ์ตูน พ่อไม่สนับสนุนและไม่ยอมรับเลย ตอนสอบเข้ามหาวิทยาลัยนุชสอบไม่ติดจึงไปเรียนด้านการออกแบบที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ แต่นุชรู้สึกไม่มีความสุขเลยจึงมาคุยกับคุณแม่ว่าตนเองอยากเรียนวิชาเอกภาษาญี่ปุ่น คุณแม่ก็สนับสนุนนุชจึงมีมติขอคุณพ่อด้วยการลาออกจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และไปสมัครเรียนวิชาเอกภาษาญี่ปุ่นที่มหาวิทยาลัยหอการค้า ตอนนั้นคุณพ่อโกรธมาก แต่ทำอะไรไม่ได้ นุชบอกว่าพ่อได้เรียนวิชาเอกภาษาญี่ปุ่นสมใจนุชจึงตั้งใจเรียนอย่างเต็มที่เพราะอยากให้คุณพ่อภูมิใจและหายโกรธเร็วๆ นุชยังบอกอีกว่า “หลังจากจบมาและได้ทำงานในบริษัทญี่ปุ่นคุณพ่อก็เปลี่ยนไปมากจากเมื่อก่อนที่ไม่ยอมรับเพราะคิดว่าเราเรียนไปแค่เพื่อเล่นเกมและอ่านการ์ตูน แต่ตอนนี้คุณพ่อก็มองเกมและการ์ตูนดีขึ้นมากเพราะมีส่วนทำให้เราสนใจภาษาญี่ปุ่นและมีงานทำอย่างทุกวันนี้ ” (สัมภาษณ์, วันที่ 9 สิงหาคม 2551)

ตัวอย่างที่ 5 กุ้ง (อายุ 24ปี) กุ้งเล่าว่าช่วงแรก ที่บ้านไม่สนับสนุนเลย แต่กุ้งก็ไม่สนใจคือเรียนเอกภาษาญี่ปุ่นจนได้ คุณพ่อคุณแม่ไม่พอใจมาก สาเหตุที่ไม่ชอบให้เรียนภาษาญี่ปุ่นเพราะที่บ้านมีเชื้อจีน เลยมีความรู้สึกไม่ดีต่อประเทศญี่ปุ่นมาก พี่สาวเองก็เรียนภาษาจีนแต่หลังจากไปเรียนที่ประเทศจีนกลับมาบริษัทที่ ที่อยากเข้าทำงาน กลับต้องการแต่ภาษาญี่ปุ่นกันหมด คุณพ่อคุณแม่ก็เลยเริ่มเปลี่ยนทัศนคติ และสนับสนุนให้กุ้งเรียนพิเศษเพิ่มเติม ตอนนี้พี่สาวก็เริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นแล้วเช่นกัน ปัจจุบันกุ้งจบจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ เอกภาษาญี่ปุ่น และทำงานเป็นเลขานใน บริษัทญี่ปุ่น (สัมภาษณ์, วันที่ 30 สิงหาคม 2551)

จะเห็นได้ว่ากรณีตัวอย่างแต่ละคนใช้วิธีต่างกันในการต่อสู้เพื่อให้ตนเองได้เรียนภาษาญี่ปุ่น ในกรณีของ แก้ว และจุน ต่อรองโดยใช้โอกาสและอนาคต ในขณะที่ ก้อย นุช และกุ้ง ใช้วิธีต่อต้านโดยตรง ด้วยการเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นและไม่สนใจคำคัดค้านของผู้ปกครอง จากนั้นจึงพิสูจน์ให้ผู้ปกครองยอมรับในภายหลัง

ค. โรงเรียน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นอย่างจริงจังในช่วงมัธยมศึกษาตอนต้น หากโรงเรียนที่กำลังเรียนอยู่มีการเปิดสอนวิชาเอกภาษาญี่ปุ่นกลุ่มตัวอย่างก็จะมีโอกาสในการเรียนภาษาญี่ปุ่นได้ง่ายขึ้น เช่นกรณีของต่อ ต่อเล่าว่า “ตอนนั้นโรงเรียนเปิดสอนภาษาฝรั่งเศส กับญี่ปุ่นเลยรอเรียนตอน ม. ปลายเลย” (สัมภาษณ์, วันที่ 23 สิงหาคม 2551) อย่างไรก็ตามมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งที่ต้องการ ศึกษาวิชาเอกภาษาญี่ปุ่นในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย แต่ติดปัญหาที่โรงเรียนที่เรียนอยู่นั้นไม่มีการเปิดสอนวิชาเอกภาษาญี่ปุ่น เช่นกรณีของน้ำ และเชอริ น้ำเล่าว่า “หลังจากเริ่มชอบ X- Japan ช่วง ม.1 ก็อยากเรียนภาษาญี่ปุ่นมาตลอด ตอนแรกก็ซื้อหนังสือมาอ่านเอง เริ่มจากท่องตัวคาตาคานะกับฮิรางานะก่อนเพราะ ม . ปลายไม่มีเอกภาษาญี่ปุ่นกว่าจะได้เรียนจริงๆ ก็ตอนเข้ามหาลัย (มานุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิชาเอกภาษาญี่ปุ่น)” (สัมภาษณ์, วันที่ 28 มิถุนายน 2551) สำหรับในกรณีของเชอริ นั้น เชอริเล่าว่า “ตอนนั้นอยากเรียนภาษาญี่ปุ่นมาก แต่ไม่มีทางเลือกเพราะโรงเรียนสอนแต่ภาษาฝรั่งเศส สุดท้ายตอน ม.5 เทอม 2 ก็เลยไปหาเรียนพิเศษข้างนอกเอา เราชอบภาษาญี่ปุ่นอยู่แล้วยังไงก็มีชัยไปกว่าครึ่ง” (สัมภาษณ์, วันที่ 29 มิถุนายน 2551) ดังนั้นหลักสูตรของโรงเรียนที่กลุ่มตัวอย่างเรียนอยู่จึงถือเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นเร็วขึ้นหรือช้าลง

ง ความสนใจและความถนัดของกลุ่มตัวอย่าง

ความถนัดของกลุ่มตัวอย่างเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนภาษาญี่ปุ่นอย่างจริงจังจนถึงต่อเนื่องไปสู่อาชีพ ของกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงเริ่มแรกนั้นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ต้องการสอบเข้าคณะที่เปิดสอนวิชาเอกภาษาญี่ปุ่นหรือทำงานที่เกี่ยวข้องกับภาษาญี่ปุ่น หลังจากเริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นในช่วงมัธยมศึกษาตอนปลายหรือในสถาบัน สอนภาษาแล้วกลุ่มตัวอย่างที่พบว่าตัวเองมีความถนัดในด้านภาษาญี่ปุ่นจะพัฒนาไปสู่การเรียนภาษาญี่ปุ่นอย่างจริงจังและก้าวไปสู่อาชีพในอนาคตได้ง่ายกว่า เช่นกรณีตัวอย่างของก้อย “ตอนที่ก้อยแอบเปลี่ยนวิชาเลือกที่โรงเรียนจากอังกฤษเป็นญี่ปุ่น ก้อยได้เรียนแค่อาทิตย์ละสองชั่วโมงเองนะแต่รู้สึกว่าได้เร็วมากเลย ก้อยเลยลองใช้ภาษาญี่ปุ่นสอบเอ็นทรานซ์ดูได้มา 68 ตอนนั้นคิดว่าเรียนอาทิตย์ละสองชั่วโมงเทอมเดียวยังได้ 68 ถ้าเรียนจริงๆ ก้อยน่าจะได้เกรดดีเลยคุยกับแม่ แม่ก็เลยจ้างรู้ นที่โรงเรียนเก่งภาษาญี่ปุ่นมาสอนตัวต่อตัวให้ ตอนเอ็นทรานซ์รอบสองได้มา 86 เลยเลยเลือกเอกญี่ปุ่นที่เกษตร” (สัมภาษณ์, วันที่ 13 กันยายน 2551)

อย่างไรก็ตามมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งที่ เริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นแล้วพบว่าตัวเองมีไม่มีความถนัดหรือรู้สึกที่ภาษาญี่ปุ่นยากเกินไปทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่อยากจะเลือกเรียนวิชาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาหลัก เช่นกรณีตัวอย่างแดง “แดงไม่อยากจะขอของที่ชอบมาพัวพันกับอนาคตเท่าไรพี่ยันจะพลอยไม่สนุกไปทั้งสองอย่างขอเรียนสนุกๆ แบบที่ชอบ อีกอย่างแดงเป็น เด็กวิทย์ เรียนภาษาไม่ค่อยรุ่งหรือภาษาอังกฤษก็เต็มกลืนแล้ว” (สัมภาษณ์, วันที่ 30 กรกฎาคม 2551)

สำหรับกลุ่มตัวอย่างบาง แม้จะมีความตั้งใจที่จะเรียนภาษาญี่ปุ่นในมหาวิทยาลัยแต่เมื่อถึงเวลาจริงก็มีความจำเป็นต้องเปลี่ยนเป้าหมาย เนื่องจากมหาวิทยาลัยของรัฐที่มีชื่อเสียงมีการแข่งขันค่อนข้างสูงกลุ่มตัวอย่างบางคนไม่สามารถสอบเข้าได้ เช่นกรณีของมิกะ มิกะเล่าว่า “จริงๆ อยากเรียนเอกญี่ปุ่นแต่สอบเข้าไม่ไหว คนที่มีภาษาญี่ปุ่นคะแนนสูงๆ ทั้งนั้น สุดท้ายเลยไปเรียนตัวต่อตัวกับคุณแม่เพื่อนเขา ” (สัมภาษณ์, วันที่ 29 มิถุนายน 2551) กลุ่มตัวอย่างบางคนปรับเปลี่ยนเป้าหมายเพื่อให้สามารถเข้ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงได้เช่นในกรณีของกี้ กี้ก็เล่าว่า “ที่บ้านอยากให้เข้าจุฬา เพราะในครอบครัวส่วนใหญ่จบจากจุฬาจริงๆ ก็อยากเรียนเอกญี่ปุ่นแต่ดูแล้วยังเข้าไม่ไหวเพราะอักษรจุฬาคะแนนเกือบสูงที่สุดในคณะสายศิลป์เลย เลยมา คิดว่าตัวเองอยากเรียนอะไรอีกนอกจากญี่ปุ่น สุดท้ายเลยเอาคณะนี้ (คณะจิตวิทยา)” (สัมภาษณ์, วันที่ 19 กรกฎาคม 2551)

จะเห็นได้ว่าแม้กลุ่มตัวอย่าง เกิดแรงจูงใจเชิงเครื่องมือ (Instrumentality) จากการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น แต่ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ทำให้กลุ่มตัวอย่าง อย่างตัดสินใจเรียนภาษาญี่ปุ่นช้าหรือเร็ว เช่นเพื่อน ผู้ปกครอง โรงเรียน และจากความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง

6.4 การเรียนภาษาญี่ปุ่น

6.4.1 สถาบันการศึกษาภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาภาษาญี่ปุ่นทั้งในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มหาวิทยาลัย สถาบันสอนภาษา รวมถึงการศึกษาภาษาญี่ปุ่นแบบตัวต่อตัว โดย สถาบันการศึกษา ที่กลุ่มตัวอย่างศึกษาภาษาญี่ปุ่นมีดังต่อไปนี้

ก. ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนที่กลุ่มตัวอย่างศึกษาภาษาญี่ปุ่น ในช่วงมัธยมศึกษาตอนปลายมี 2 โรงเรียน ดังนี้ สตรีวัดอัมพรสวรรค์ (เปิดสอนสายศิลป์-ภาษาญี่ปุ่น), นวมินทราชินูทิศ สตรีวิทยา 2 (เปิดสอนสายศิลป์- ภาษาญี่ปุ่น), สตรีวิทยา 2 (เปิดสอนเป็นวิชาเลือกเสรีจำนวน 2 ชั่วโมงต่ออาทิตย์)

ข. ระดับมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยที่กลุ่มตัวอย่างศึกษาภาษาญี่ปุ่นมี 11 สถาบันดังต่อไปนี้ มหาวิทยาลัยรามคำแหง (เปิดสอนวิชาโท), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (เปิดสอนวิชาเอก), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (เปิดสอนวิชาเอก), มหาวิทยาลัยศิลปากร (เปิดสอนวิชาเอก), มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (เปิดสอนวิชาเอก), มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (เปิดสอนวิชาเอก), มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (ธุรกิจญี่ปุ่น), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ (เปิดสอนวิชาเอก), มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ (เปิดสอนวิชาเอก), สถาบันเทคโนโลยี ไทย - ญี่ปุ่น (บริหารธุรกิจญี่ปุ่น), มหาวิทยาลัยลาดกระบัง (เปิดสอนวิชาเอก)

ค. สถาบันสอนภาษา สถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นมีทั้งสิ้น 11 สถาบันโดยแบ่งเป็น สถาบันสอนภาษา และหลักสูตรภาษาญี่ปุ่นสำหรับบุคคลภายนอกในมหาวิทยาลัย

1. สถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นที่กลุ่มตัวอย่างศึกษาภาษาญี่ปุ่นมี 9 สถาบัน ดังนี้ สถาบันส่งเสริมเทคโนโลยีไทย- ญี่ปุ่น (สสท.), Mainichi, JAT, สมาคมนักเรียนเก่าญี่ปุ่น ในพระบรมราชูปถัมภ์ (สนญ), OKLS, ECC, Mori, JLS, Japan Foundation, Yen Center

2. มหาวิทยาลัย ของรัฐ ที่มีหลักสูตรสำหรับ บุคคลภายนอก 2 แห่งดังนี้ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

6.4.2 หลักสูตรภาษาญี่ปุ่น

ก. ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สตรีวัดอัมพรสวรรค์ และ นวมินทราชินูทิศ สตรีวิทยา 2 ใช้หนังสือ Akiko to tomodachi ซึ่งจะเป็นการสอนภาษาผ่านตัวละครสมมติที่มีอาชีพต่างๆ กัน หนังสือ Akiko to tomodachi เป็นหนังสือที่นิยมใช้ในระดั บมัธยมศึกษาตอนปลาย เนื่องจากมีระดับคำศัพท์ที่ง่าย กว่าหนังสือ Minna no nihango ซึ่งนิยมใช้ในสถาบันสอนภาษาทั้ง

ในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น จุดเด่นของหนังสือ Akiko to tomodachi คือ สามารถเข้าใจ ไวยากรณ์ได้ง่ายเพราะเขียนขึ้นโดยชาวไทยและมีตัวหนังสือคันจิ (ตัวหนังสือที่ประเทศญี่ปุ่นรับมาจากประเทศจีน) น้อยกว่า Minna no Nihongo สำหรับโรงเรียนสตรีวิทยา 2 นั้นไม่มีบุคคลากรพอที่จะเปิดหลักสูตรศิลปภาษาญี่ปุ่น เนื่องจากมีอาจารย์สอนภาษาญี่ปุ่นเพียงท่านเดียว จึงเปิดเป็นวิชาเลือกอาทิตย์ละ 2 คาบการเรียน เนื้อหาที่นำมาสอน อาจารย์ผู้สอน ถ่ายเอกสารโดยคัดลอกจากหนังสือหลายๆ เล่ม ในช่วงมัธยมศึกษาตอนปลายผู้เรียนจะมีโอกาสเรียนเกี่ยวกับ สังคมวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ หรือวรรณคดีญี่ปุ่นน้อยมาก ส่วนใหญ่จะเป็นการรับรู้ เล็กน้อยผ่านหัวข้อในบทเรียน หรืออาจารย์ผู้สอนเล่าประสบการณ์ของตนให้ฟัง ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความรู้ของผู้สอน

ข. ระดับมหาวิทยาลัย

- มหาวิทยาลัยที่เปิดสอนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกมี 8 สถาบันประกอบด้วย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ , มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , มหาวิทยาลัยศิลปากร , มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย , มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ , มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ , มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และ มหาวิทยาลัยลาดกระบัง พบว่าทุกมหาวิทยาลัย มีวิชาบังคับในด้านสังคมวัฒนธรรม วรรณคดี และประวัติศาสตร์ญี่ปุ่นร่วมด้วย โดยบางมหาวิทยาลัย แยกสอนโดยใช้ภาษาไทย เช่น มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สำหรับบางมหาวิทยาลัยจะสอนโดยใช้บทความภาษาญี่ปุ่นโดยตรง เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สำหรับวิชาภาษาญี่ปุ่นสำหรับธุรกิจ และมีคณะ พบว่าทุกมหาวิทยาลัยมีการเปิดสอน

- มหาวิทยาลัยที่เปิดสอนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาโทนั้นมีเพียงสถาบันเดียวคือ มหาวิทยาลัยรามคำแหงนั้นวิชาบังคับ ทั้งหมดเป็นวิชาที่เกี่ยวข้องกับภาษาโดยตรง อาทิ เช่น ไวยากรณ์ การอ่าน การฟัง การพูด และการเขียน โดยไม่มีวิชาบังคับใน เกี่ยวกับสังคมวัฒนธรรม วรรณคดี หรือประวัติศาสตร์ แต่สามารถลงทะเบียนเป็นวิชาเลือกได้โดยอาจเป็นวิชาคาบเกี่ยวของคณะอื่นๆ เช่นประวัติศาสตร์ญี่ปุ่น ในภาควิชาประวัติศาสตร์ เป็นต้น

- กลุ่มมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนภาษาญี่ปุ่นคู่กับธุรกิจนั้นมี 2 สถาบันคือ สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

สถาบันเทคโนโลยี ไทย – ญี่ปุ่นจะเน้นการสอนภาษาญี่ปุ่นเพื่อการบริการธุรกิจโดยตรง โดยเริ่มจากภาษาญี่ปุ่นเพื่อการบริหารธุรกิจระดับที่ 1-8 ในช่วงปี 1 และ ปี 2 สำหรับในปี 3 มีวิชาภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร 1-2 และภาษาญี่ปุ่นบริหารจัดการ 1-2 สำหรับวิชาในกลุ่มสังคมวัฒนธรรมจะเริ่มเรียน ในช่วงปี 3 และ ปี 4 ได้แก่วิชาวัฒนธรรมองค์กรแบบญี่ปุ่น ญี่ปุ่นศึกษา 1-2 การบัญชีรูปแบบญี่ปุ่น และการโต้ตอบทางธุรกิจแบบญี่ปุ่น โดยไม่พบวิชาในกลุ่มวรรณคดี

มหาวิทยาลัย อัสสัมชัญ นั้นเปิดสอนวิชาภาษาญี่ปุ่นควบคู่กับ วิชาด้านธุรกิจ และการเงิน โดย ปูพื้นฐานด้าน ด้านไวยากรณ์ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน 5 ระดับ จากนั้นจึงเน้นไปที่ภาษาญี่ปุ่นสำหรับธุรกิจโดยตรง 2 ระดับ นอกจากนี้ยังพบวิชาเลือกในด้านธุรกิจเช่น ภาษาญี่ปุ่นสำหรับการโรงแรม ภาษาญี่ปุ่นสำหรับสายการบิน สำหรับภาคฤดู และ ภาษาญี่ปุ่นสำหรับงานเลขานุการ สำหรับรายวิชา สังคมวัฒนธรรม วรรณคดี หรือประวัติศาสตร์ ไม่พบในวิชาบังคับ ในกลุ่มวิชาเลือกมีเพียงวิชาวรรณคดีญี่ปุ่นเบื้องต้นเท่านั้น

ค. สถาบันสอนภาษา ในกลุ่มสถาบันสอนภาษานั้น สถาบันเด่นๆ ได้แก่ Japan Foundation สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น และสมาคมศิษย์เก่าญี่ปุ่น เป็นสถาบันที่มีวิชาที่เปิดสอนค่อนข้างหลากหลาย

สำหรับสถาบันเทคโนโลยีไทย- ญี่ปุ่นนอกจากหลักสูตรปรกติซึ่งใช้หนังสือ Minna no Nihongo จุดเด่นของสมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทยญี่ปุ่นคือการสอนโดย อาจารย์ชาวไทยใน ส่วนของไวยากรณ์ และอาจารย์ชาวญี่ปุ่นในส่วนของ การ สนทนา แต่ข้อเสียคือการเรียนการสอน เป็นไปค่อนข้างช้า นอกจากนี้ยังมีหลักสูตรสำหรับธุรกิจ ล่ามญี่ปุ่นและการแปลธุรกิจ รวมถึง การแปลการ์ตูนซึ่งเน้นด้านศัพท์แสงและคำพูดที่ใช้จริงในชีวิตประจำวันอีกด้วย

ในส่วนของสมาคมศิษย์เก่าญี่ปุ่น จะใช้หนังสือ Nihongo Shoho ซึ่งจัดพิมพ์เอง และใช้หนังสือ Mina no Nihongo สำหรับหลักสูตรการ สนทนา จากเดิมใช้ Nihobgo no Kiso หลักสูตรขั้นสูงที่ได้ทำการเปิดสอนคือ หลักสูตรการอ่านภาษาญี่ปุ่น หลักสูตรพัฒนาเชิงทักษะการใช้ภาษาญี่ปุ่น หลักสูตร สนทนา เชิงธุรกิจ คอร์สเตรียมสอบวัดระดับความสามารถภาษาญี่ปุ่น ระดับ 1 (ผู้เรียนวิชาเอกภาษาญี่ปุ่นในมหาวิทยาลัย 4 ปีจะมีความรู้ในราระดับ 2 หรือ N2)

นอกจากนี้ยังมีการเปิดสอนเกี่ยวกับ วัฒนธรรมญี่ปุ่น สำหรับผู้ที่ มีความ สนใจไม่จำเป็นต้องรู้ ภาษาญี่ปุ่น เช่น การทำอาหารญี่ปุ่น การพับกระดาษ ORIGAMI และการเขียนคำอวยพรแบบ ญี่ปุ่น เป็นต้น อาจารย์ส่วนใหญ่ของสมาคมศิษย์เก่าญี่ปุ่นจะเป็นผู้ที่สำเร็จการศึกษาในประเทศ ญี่ปุ่นโดยมีชาวญี่ปุ่นเพียงเล็กน้อย

สำหรับ Japan Foundation นั้น ผู้เรียนต้องมีความรู้ทางภาษาญี่ปุ่นในระดับดี เนื่องจากเป็นการเรียนต่อยอดในชั้นสูงโดยจะมีการสอบวัดระดับผู้เรียนก่อนเข้าเรียนโดยส่วนใหญ่ จะเป็นผู้เรียนที่เรียนจบด้านเอกภาษาญี่ปุ่นโดยตรง ข้อดีของ Japan Foundation คือเปิดสอนในระดับสูงและมีค่าเรียนถูกเพียงครึ่งสละพันกว่าบาท เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลญี่ปุ่น

สำหรับ สถาบันสอนภาษาอื่นๆ เกือบทั้งหมด พบว่าเป็นการสอนในขั้นต้นถึงขั้น กลาง โดยใช้หนังสือ Minna no Nihongo (หากเรียนจบทั้ง 4 เล่มจะมีความรู้อยู่ในช่วงระดับ 3 หรือระดับ N4 ในระบบใหม่) ยกเว้นสถาบัน ECC ซึ่งใช้หนังสือของตนเอง และไม่มี ความ หลากหลายในด้านหลักสูตรเนื่องจากเน้นในด้านคอมพิวเตอร์และภาษาอังกฤษ สำหรับสถาบัน เด่นๆ นอกจากนี้สถาบัน JAT เป็นสถาบันที่เน้นด้านการสอนด้านฟัง และการพูด มากกว่าการอ่าน และเขียน แม้จะใช้หนังสือ Minna no Nihongo เช่นเดียวกับสถาบันอื่นๆ แต่ JAT ใช้อาจารย์ชาว ญี่ปุ่นที่มีความรู้ภาษาไทยในการสอนทั้งหมด และเน้นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์และนักเรียน เพื่อเพิ่มโอกาสให้นักเรียนฝึกพูดมากขึ้น สำหรับ JLS เป็นโรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่นที่เปิดให้ นักเรียนเรียนซ้ำในคอร์สที่เคยเรียนก็ครั้งก็ได้ จนกว่าผู้เรียนจะพอใจ และมีอ อาจารย์ทั้งชาวไทยและ ชาวญี่ปุ่น

กลุ่มสถาบัน สอนภาษาญี่ปุ่น ที่เปิดสอนโดยตัวแทนให้คำปรึกษาการเรียนต่อ อในประเทศ ญี่ปุ่นได้แก่ Jeducation และ Mainichi สถาบันทั้งสองแห่ง มีหลักสูตรของ เป็นของตนเอง และมี หลักสูตรแบบเร่งรัดหลายหลักสูตรสำหรับนักเรียนที่ต้องการศึกษาต่อใน ประเทศญี่ปุ่น โดยทั้งสอง สถาบันเป็นตัวแทนกลุ่มมหาวิทยาลัยในประเทศญี่ปุ่นที่ให้คำปรึกษาด้านการเรียนต่อและให้ความ ช่วยเหลือในการกรอกใบสมัคร ยื่นเอกสาร รวมถึงจองที่พักอีกด้วย

สำหรับค่าเล่าเรียนนั้นในสถาบันสอนภาษา เฉลี่ยอยู่ที่ 120 ถึง 180 บาทต่อชั่วโมง ยกเว้น Japan Foundation ซึ่งเฉลี่ยอยู่ที่ 25 -30 บาทต่อชั่วโมง โดยส่วนใหญ่จะมี 30 ชั่วโมงต่อ 1

คอร์ส สำหรับหลักสูตรเร่งรัดซึ่งเพิ่มจำนวนชั่วโมงเรียนต่อสัปดาห์ ราคาค่าเรียนต่อคอร์สจะอยู่ที่ 9 พันถึง 1 หมื่นบาท ในส่วนของ การเรียนตัวต่อตัว นั้นค่าเรียนจะ อยู่ที่ชั่วโมงละ 250-500 บาท ระยะเวลาในการเรียนขึ้นอยู่กับแต่ละสถาบัน โดยส่วนใหญ่ถ้า ผู้เรียนต้องการเรียนให้จบ Minna no Nihongo โดเนลเรียนคอร์สปรกตินั้นต้องใช้เวลาประมาณ 3-4 ปี (ผู้เรียนที่เรียนจบ Minna no Nihongo สามารถสอบผ่านระดับ 3 ในการสอบวัดแบบเก่าหรือ N4 ในการสอบแบบใหม่)

6.4.3 รูปแบบการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง

การเรียนภาษาญี่ปุ่นนั้น กลุ่มตัวอย่าง ที่เรียนภาษาญี่ปุ่น ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา เรียนเป็นวิชาเอกและวิชาโท ในมหาวิทยาลัย และ ศึกษาในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาหรือศึกษาเป็นวิชาเอกหรือวิชาโทในมหาวิทยาลัยควบคู่ไปกับสถาบันสอนภาษา โดยแต่ละหลักสูตรส่งผลต่อความสามารถทางด้านภาษาและความเข้าใจที่มีต่อประเทศ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และ ประวัติศาสตร์ของประเทศญี่ปุ่นแตกต่างกันดังต่อไปนี้

1. กลุ่มที่เรียนภาษาญี่ปุ่นในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา (2 คน) (ตารางที่ 6.1) และกลุ่มตัวอย่างที่เรียนภาษาญี่ปุ่น ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา ความคู่กับการเรียนในสถาบันสอนภาษา (1 คน) (ตารางที่ 6.2) เมื่อเรียนจบหลักสูตรแล้วกลุ่มตัวอย่างที่เรียนในโรงเรียนมัธยมปลายจะมีความรู้ภาษาญี่ปุ่นประมาณระดับ 4 ช่วงปลายเกือบเข้าระดับ 3 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เรียนภาษาญี่ปุ่นในสถาบันสอนภาษาร่วมด้วยนั้นเมื่อเรียนจบหลักสูตรความรู้ทางด้านภาษาญี่ปุ่นจะอยู่ในระดับ 3 ตอนต้นสูงกว่ากลุ่มที่เรียนในโรงเรียนเพียงอย่างเดียวเล็กน้อย แต่กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มนี้แทบไม่มีโอกาสได้เรียนเกี่ยวกับตัวประเทศ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และ ประวัติศาสตร์ของประเทศญี่ปุ่นเลย ส่วนใหญ่จะเป็นการรับรู้เล็กน้อยผ่านบทเรียน หรือการบอกเล่าของอาจารย์ผู้สอน

ตารางที่ 6.4 กรณีตัวอย่างระดับมัธยมศึกษาที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นในโรงเรียน

ลำดับที่	ชื่อ (นามสมมติ)	โรงเรียน/มหาวิทยาลัย
1	ต่อ	นวมินทราชินูทิศ สตริวิทยา 2 , ศิลป์/ญี่ปุ่น
2	ตาล	สตริวิธอัสสรสวรรค์ ศิลป์/ ภาษาญี่ปุ่น ธรรมศาสตร์, ภาษาและวรรณคดีอังกฤษ

ตารางที่ 6.5 กรณีตัวอย่างระดับมัธยมศึกษาที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นในโรงเรียนควบคู่กับการศึกษาภาษาญี่ปุ่นในสถาบันสอนภาษา

ลำดับ ที่	ชื่อ(นาม สมมติ)	อายุ	โรงเรียน/ มหาวิทยาลัย	สถาบันสอนภาษา
1	ขวัญ	18	สตรีวัดอัมพรสวรรค์, ศิลป์/ญี่ปุ่น	สนญ. 3 ปี

2. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นในสถาบันสอนภาษา (20 คน) (ตารางที่ 6.3) หลังจากเรียนจบหลักสูตรกลุ่มตัวอย่างจะมีความรู้ภาษาญี่ปุ่นในช่วงระดับ 3 ตอนต้น (ระยะเวลาเรียนประมาณ 4 ปี) โดยโรงเรียนสอนภาษาเกือบทั้งหมดใช้หนังสือ Minna no nihongo สำหรับระยะเวลาในการเรียนประมาณ 3-4 ปี และประมาณ 5 ปีสำหรับ สสท. สำหรับคอร์สปกติ ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้แทบทั้งหมดจะเป็นการเรียนด้านภาษาโดยไม่มีหลักสูตรเกี่ยวกับวัฒนธรรมมาเกี่ยวข้องแต่กรณีตัวอย่างที่เรียนที่ สสท. และ Jat จะมีความได้เปรียบเนื่องจาก สสท. ใช้อาจารย์ชาวญี่ปุ่นสอนในส่วนของบทสนทนา และ Jat ใช้อาจารย์ชาวญี่ปุ่นที่มีความรู้ภาษาไทยสอน ผู้สอนจึงมีความเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างภาษาญี่ปุ่นและภาษาไทยเป็นอย่างดี

หากพิจารณาจากหลักสูตรและระยะเวลาการเรียนของกลุ่มตัวอย่าง กรณีตัวอย่างที่มีฐานความรู้เกินกว่าระดับ 3 มีเพียงคนเดียวคือริน รินเรียนภาษาญี่ปุ่น แบบตัวต่อตัวกับอาจารย์ชาวญี่ปุ่น 5 ปี และในสถาบันสอนภาษา Jes 3 ปี ควบคู่กัน ทั้งยังเคย ศึกษาระยะสั้นช่วงปิดเทอมที่ประเทศญี่ปุ่น จากการสอบถามในช่วงแรกนั้นรินใช้หนังสือ Minna no nihongo เช่นกัน แต่เนื่องจากเป็นการเรียนตัวต่อตัวรินจึงสามารถเรียนจบได้ในเวลาประมาณ 2 ปี จากนั้นอาจารย์ชาวญี่ปุ่นเลือกที่จะถ่ายเอกสารหนังสือแบบเรียนหลายๆ เล่มโดยยืม จากห้องสมุดภาษาญี่ปุ่นที่ตีพิมพ์เสริมมิตรมาสอน แทนการใช้หนังสือเล่มเดียว จากเนื้อหาที่รินนำมาให้ผู้วิจัยดูพบว่าเป็นเนื้อหาที่อยู่ในระดับ 2

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6.6 กรณีตัวอย่างที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นในสถาบันสอนภาษา

ลำดับที่	ชื่อ (นามสมมติ)	สถาบันสอนภาษา
1	อัยจิน	สสท.1 ปี, เรียนตัวต่อตัว 8 เดือน
2	ม่อน	Yen Center 3 ปี
3	มิล	สนญ. 4 ปี
4	ริน	ตัวต่อตัว 5 ปี, ประเทศญี่ปุ่น 1 เดือน, Jes 3 ปี
5	ไม้	สสท.3 ปี
6	นันท์	สนญ. 4 ปี
7	ใจ	OKLS 1 ปี, ตัวต่อตัว 2 ปี
8	แมว	สนญ. 4 ปี
9	อร	Mainichi 2 ปี
10	นก	สนญ. 1.6 ปี, ตัวต่อตัว 6 เดือน
11	กีกี้	สสท 4 ปี
12	นน	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์นุคคณภายนอก 1 ปี
13	นัท	Mainichi 1 ปี
14	ไก่อ	OKLS 1 ปี 6 เดือน
15	คาเมะ	สนญ. 4 ปี, Mainichi 2 ปี
16	แดง	ตัวต่อตัว 2 ปี
17	เต้	Mainichi 1 ปีครึ่ง
18	ฟ้า	Jat 2 ปี
19	มิกะ	ตัวต่อตัว 2 ปี
20	เก้	สสท 5 ปี

3. กลุ่มตัวอย่าง ที่เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาโทใน มหาวิทยาลัย (1 คน) (ตารางที่ 6.4) กลุ่มตัวอย่างที่เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาโทควบคู่กับการเรียนภาษาญี่ปุ่นในสถาบันสอนภาษา (3 คน) (ตารางที่ 6.5) สำหรับมหาวิทยาลัยรวมค่าแห่งนี้นักศึกษาบังคับทั้งหมดเป็นวิชาที่เกี่ยวข้องกับภาษาโดยตรง ไม่มีวิชาบังคับในเกี่ยวกับสังคมวัฒนธรรม วรรณคดี หรือประวัติศาสตร์ แต่สามารถลงเรียนเป็นวิชาเลือกจากภาควิชาอื่นได้

สำหรับมหาวิทยาลัย อัสสัมชัญ นั้นเปิดสอนวิชาภาษาญี่ปุ่นควบคู่กับวิชาด้านธุรกิจ และการเงิน โดยปูพื้นฐาน ด้านไวยากรณ์ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน 5 ระดับ จากนั้นจึงเน้นไปที่ภาษาญี่ปุ่น สำหรับธุรกิจโดยตรง 2 ระดับ นอกจากนี้ยังพบวิชาเลือกในด้านธุรกิจเช่น ภาษาญี่ปุ่นสำหรับการโรงแรม ภาษาญี่ปุ่นสำหรับสายการบิน สำหรับภาคธุรกิจ และภาษาญี่ปุ่นสำหรับงานเลขานุการ สำหรับรายวิชาสังคมวัฒนธรรม วรรณคดี หรือประวัติศาสตร์ ไม่พบในวิชาบังคับ ในกลุ่มวิชาเลือกมีเพียงวิชาวรรณคดีญี่ปุ่นเบื้องต้นเท่านั้น

สำหรับสถาบันเทคโนโลยี ไทย - ญี่ปุ่น และมหาวิทยาลัย อัสสัมชัญ นั้นเป็นกลุ่มที่เปิดสอนภาษาญี่ปุ่นควบคู่กับ โดยสถาบันเทคโนโลยี ไทย - ญี่ปุ่นจะเน้นการสอนภาษาญี่ปุ่นเพื่อการบริการธุรกิจโดยตรง โดยเริ่มจากภาษาญี่ปุ่น เพื่อการบริหารธุรกิจระดับที่ 1-8 ในช่วงปี 1 และปี 2 สำหรับในปี 3 มีวิชาภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร 1-2 และภาษาญี่ปุ่นบริหารจัดการ 1-2 สำหรับวิชาในกลุ่มสังคมวัฒนธรรมจะเริ่มเรียนในช่วงปี 3 และ ปี 4 ได้แก่วิชาวัฒนธรรมองค์กรแบบญี่ปุ่น ญี่ปุ่นศึกษา 1-2 การบัญชีรูปแบบญี่ปุ่น และการโต้ตอบทางธุรกิจแบบญี่ปุ่น โดยไม่พบวิชาในกลุ่มวรรณคดี

สำหรับการเรียนภาษาญี่ปุ่นในสถาบันสอนภาษานั้นกลุ่มตัวอย่างจะไม่ได้เนื้อหาเกินกว่าที่เรียนในมหาวิทยาลัย แต่จะเป็นการย้ำเตือนและช่วยให้กลุ่มตัวอย่างได้ทบทวนสิ่งที่เรียนมาจากมหาวิทยาลัยอีกครั้งซึ่งแสดงออกถึงระดับความสนใจและแรงจูงใจต่อการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 6.7 กรณีตัวอย่างที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาโทในมหาวิทยาลัย

ลำดับที่	ชื่อ (นามสมมติ)	โรงเรียน/มหาวิทยาลัย
1	แก้ว	จบจากมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, บริหาร/โทญี่ปุ่น*ล่ามภาษาญี่ปุ่น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6.8 กรณีตัวอย่างที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาโทควบคู่กับการศึกษาภาษาญี่ปุ่นในสถาบันสอนภาษา

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	โรงเรียน/ มหาวิทยาลัย	สถาบันสอนภาษา
1	เอ็ม	สถาบันเทคโนโลยี ไทย- ญี่ปุ่น/ ธุรกิจญี่ปุ่น	Jat 1 ปี, Mori 1 ปี, JLS 3 ปี
2	บอล	มหาวิทยาลัยอีสต์ซัมซัน, บริหารธุรกิจ/โทญี่ปุ่น	สสท 2.6 ปี
3	อิง	รามคำแหง, เอกรัฐศาสตร์ โท ญี่ปุ่น * ล่ามภาษาญี่ปุ่น	ตัวต่อตัว 2 ปี

4. กลุ่มที่เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกในมหาวิทยาลัย (4) (ตารางที่ 6.6) และกลุ่มที่เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกในมหาวิทยาลัยควบคู่กับการเรียนภาษาญี่ปุ่นในสถาบันสอนภาษา (9) (ตารางที่ 7) พบว่ามหาวิทยาลัยที่เปิดสอนเป็นวิชาเอก ทุกมหาวิทยาลัยมีวิชาบังคับในด้านสังคมวัฒนธรรม วรรณคดี และประวัติศาสตร์ญี่ปุ่นร่วมด้วย โดยบางมหาวิทยาลัยแยกสอนโดยใช้ภาษาไทยเช่น มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สำหรับบางมหาวิทยาลัยจะสอนโดยใช้บทความภาษาญี่ปุ่นโดยตรง เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สำหรับวิชาภาษาญี่ปุ่นสำหรับธุรกิจและภาคพิเศษ พบว่าทุกมหาวิทยาลัยมีการเปิดสอน สำหรับความแตกต่างของกลุ่มที่เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกในมหาวิทยาลัยอย่างเดี่ยวและกลุ่มที่เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกในมหาวิทยาลัยและเรียนใน โรงเรียนสอนภาษาควบคู่ไปด้วยนั้นมีผล คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาโทในมหาวิทยาลัยและกลุ่มตัวอย่างที่เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาโทควบคู่กับการเรียนภาษาญี่ปุ่นในสถาบันสอนภาษา กล่าวคือการเรียนภาษาญี่ปุ่นในสถาบันสอนภาษานั้นกลุ่มตัวอย่างจะไม่ได้เนื้อหาเกินกว่าที่เรียนในมหาวิทยาลัยแต่จะเป็นการย้ำเตือนและช่วยให้กลุ่มตัวอย่างได้ทบทวนสิ่งที่เรียนมาจากมหาวิทยาลัยอีกครั้งซึ่งแสดงออกถึงระดับความสนใจและแรงจูงใจต่อการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่มีการเรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกจะมีความแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เนื่องจากมีโอกาสได้เรียนเกี่ยวกับตัวประเทศญี่ปุ่น สังคม วัฒนธรรม วรรณคดี และประวัติร่วมด้วย ในกลุ่มที่เรียนจบเอกภาษาญี่ปุ่นโดยตรงนั้นมีเพียงแปดคนเดียวที่ยังคงเรียนภาษาญี่ปุ่นอยู่ โดยกลุ่มตัวอย่างที่เหลือตั้งใจจะกลับไปเรียน

อีกครั้งแต่ยังคงติดภาระเรื่องหน้าที่การงาน โดยแป้มเรียนทั้งด้านภาษาที่ Japan Foundation และ ด้านวัฒนธรรมจากการเรียนปริญญาโทด้านเอเชียศึกษาที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ตารางที่ 6.9 กรณีตัวอย่างที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกในมหาวิทยาลัย

ลำดับที่	ชื่อ (นามสมมติ)	โรงเรียน/มหาวิทยาลัย
1	ภัทร์	เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์/เอกญี่ปุ่น
2	น้ำ	จบจาก เกษตรศาสตร์,เอกญี่ปุ่น * ล่ามภาษาญี่ปุ่น
3	มีน	ศิลปากร, เอกญี่ปุ่น * ล่าม Jap
4	นุช	จบจาก หอการค้า, เอกญี่ปุ่น * ฝ่ายจัดซื้อบริษัทญี่ปุ่น

ตารางที่ 6.10 กรณีตัวอย่างที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอก ควบคู่กับการศึกษาในสถาบันสอนภาษา

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	อายุ	โรงเรียน/ มหาวิทยาลัย	สถาบันสอนภาษา
1	น้ำแข็ง	18	ลาดกระบัง, เอกญี่ปุ่น	สนญ. 1 ปี
2	เชอรี	19	เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ /เอกญี่ปุ่น	Mainichi 1.6 ปี
3	นุ่น	19	หอการค้า/ เอกญี่ปุ่น	ตัวต่อตัว
4	จูน	20	ศรีนครินทร์วิโรฒ/ เอกญี่ปุ่น	Jat 2 ปี
5	จิน	21	หอการค้า/ เอกญี่ปุ่น	Jat 2 ปี
6	ปี่	23	จบจากศิลปากร/ เอกญี่ปุ่น	ตัวต่อตัว 1 ปี

ตารางที่ 6.10 (ต่อ) กรณีตัวอย่างที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอก ควบคู่กับการศึกษาในสถาบันสอนภาษา

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	อายุ	โรงเรียน/ มหาวิทยาลัย	สถาบันสอนภาษา
7	ก้อย	24	วิชาเลือกระดับมัธยมปลาย 2 ปี, จบจากเกษตรศาสตร์/ เอกญี่ปุ่น	ตัวต่อตัวเตรียมสอบเข้ามหาวิทยาลัย 1 เทอม
8	กุ่ม	24	จบจาก ธรรมศาสตร์/ เอกญี่ปุ่น	สสท. 2 ปี
9	แป่ม	25	จบจาก มหาวิทยาลัยสงขลลา, เอกญี่ปุ่น * โท ธรรมศาสตร์/เอเชียศึกษา	ECC 1 ปี, สนถ. 3 ปี, Japan Foundation 1.3 ปี

6.5 ผลสัมฤทธิ์ของแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง

การวัดผลสัมฤทธิ์ในการศึกษาภาษาญี่ปุ่นในการวิจัยครั้งนี้ใช้เกณฑ์ 3 ข้อคือ ความต่อเนื่องในการเรียน ความรู้ภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างโดยดูจากหลักสูตรที่กลุ่มตัวอย่างศึกษา และการก้าวไปสู่อาชีพ

6.5.1 ความต่อเนื่องในการเรียน

ปัจจุบันมีกลุ่มตัวอย่างที่ยังคงเรียนภาษาญี่ปุ่นอยู่ทั้งสิ้น 22 คน และมีจำนวน 18 คนที่ไม่ได้เรียนภาษาญี่ปุ่นแล้ว โดยในจำนวนนั้นมีผู้จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีแล้ว 11 คน เรียนในสาขาวิชาเอกและโทภาษาญี่ปุ่นจำนวน 8 คน และทั้ง 8 คนทำงานในบริษัทญี่ปุ่นหรือเกี่ยวข้องกับภาษาญี่ปุ่น ในกลุ่มตัวอย่างที่หยุดเรียนภาษาญี่ปุ่นแล้วจำนวน 18 คน พบว่า จำนวน 17 คน มีความตั้งใจที่จะกลับไปเรียนภาษาญี่ปุ่นอีกครั้ง มีเพียงกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีแรงจูงใจเชิงบูรณาการเท่านั้นที่ไม่มีความตั้งใจที่จะกลับไปเรียนภาษาญี่ปุ่นอีกเนื่องจากเลือกศึกษาวิชาภาษาและวรรณคดีอังกฤษแทน

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอก ในมหาวิทยาลัย จะไม่มีปัญหาเรื่องความต่อเนื่องในการศึกษาภาษาญี่ปุ่น ระหว่างเรียน เนื่องจากเรียนเป็นวิชาหลัก และหลังจากจบแล้วทั้งหมดยังทำงานในบริษัทญี่ปุ่นหรือเกี่ยวข้องกับภาษาญี่ปุ่นทำให้ คิดที่จะกลับไปเรียน

ภาษาญี่ปุ่นเพิ่มเติม ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกมีการหยุดพัก ในช่วงสำคัญของการเรียนหลัก เช่นการสอบเข้ามหาวิทยาลัย การเรียนหลักในมหาวิทยาลัย หนักขึ้น หรือช่วงเริ่มต้นทำงานที่กลุ่มตัวอย่างไม่มีเวลาพอ แต่หลังเข้าสู่สภาวะปรกติ กลุ่มตัวอย่างตั้งใจ จะกลับมาเรียนภาษาญี่ปุ่นอีกครั้งหนึ่ง

กรณีตัวอย่างที่ 1 นนสอบติดคณะแพทยศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล ทำให้ ننตัดสินใจหยุดเรียนภาษาญี่ปุ่นชั่วคราวเนื่องจากการเรียนในคณะแพทยศาสตร์ยากและหนักมากทำให้ไม่มีเวลาพอที่จะไปเรียนภาษาญี่ปุ่นแต่ ننบอกว่ ننตั้งใจจะกลับไปเรียนภาษาญี่ปุ่นอีกครั้งหลังจากที่ทุกอย่างลงตัว (สัมภาษณ์, วันที่ 31 กรกฎาคม 2551)

กรณีตัวอย่างที่ 2 นกหยุดเรียนภาษาญี่ปุ่นเนื่องจากสอบติดคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ และมีปัญหาในด้านการปรับตัวรู้สึกว่กิจกรรมในมหาวิทยาลัยเยอะมากทำให้ตนเองอ่านหนังสือไม่ทัน แต่ ننตั้งใจจะกลับไปเรียนภาษาญี่ปุ่นอีกครั้งถ้ามีเวลา (สัมภาษณ์, วันที่ 15 กรกฎาคม 2551)

กรณีตัวอย่างที่ 3 กีกี้หยุดเรียนภาษาญี่ปุ่นในช่วงที่กำลังจะสอบเข้ามหาวิทยาลัย เนื่องจากตั้งใจจะเข้าเรียนในคณะจิตวิทยา มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ซึ่งมีการแข่งขันค่อนข้างสูง แต่ก้หลังจากสอบติดและปรับตัวได้แล้วกี้กี้ จะกลับไปเรียนภาษาญี่ปุ่นที่ สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทยญี่ปุ่นหรือ สสท. อีกครั้ง (สัมภาษณ์, วันที่ 19 กรกฎาคม 2551)

กรณีตัวอย่างที่ 4 นุซ เล่าว่ หลังจากเรียนจบมหาวิทยาลัย (หอการค้า วิชาเอกภาษาญี่ปุ่น) นุซเริ่มทำงานในตำแหน่งฝ่ายจัดซื้อในบริษัทญี่ปุ่น เนื่องจาก งานยุ่งมากทำให้หยุดเรียนภาษาญี่ปุ่น แต่จริงๆ ตนเองตั้งใจจะกลับไปเรียนภาษาญี่ปุ่นอีกครั้งเนื่องจากู้สึกว่ ำยงใช้ภาษาญี่ปุ่นได้ไม่ดีเท่าที่ต้งการ (สัมภาษณ์, วันที่ 9 สิงหาคม 2551)

กรณีตัวอย่างที่ 5 ไก่เล่าว่ หลังจากเริ่มเรียนคณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาแม่ ลติมีเดียที่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตนเองยุ่งมากเพราะมีปัญหาบ่กับภาษาอังกฤษตลอด อีกทั้งวิชาที่เรียนก็ค่อนข้างยาก จึงต้งหยุดเรียนภาษาญี่ปุ่นเพื่อเรียนภาษาอังกฤษเพิ่มเติมและให้เวลากับวิชาเรียน

ที่มหาวิทยาลัย แต่หลังจากเรียนจบไปตั้งใจจะกลับไปเรียนภาษาญี่ปุ่น ทันที (สัมภาษณ์, วันที่ 2 สิงหาคม 2551)

โดยตารางที่ 6.3 และ ตารางที่ 6.4 จะแสดงถึงรายละเอียดของสถาบันของกลุ่มตัวอย่างชายและหญิงที่ยังคงศึกษาภาษาญี่ปุ่นอยู่โดยเรียงตามอายุ สำหรับตารางที่ 6.5 และตารางที่ 6.6 จะแสดงถึงสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลิกเรียนภาษาญี่ปุ่น และ ระยะเวลาโดยประมาณที่จะกลับมาเรียนภาษาญี่ปุ่นอีกครั้ง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.11 กลุ่มตัวอย่างเพศชายที่ยังคงเรียนภาษาญี่ปุ่น

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	อายุ	ยังเรียนอยู่/สถาบัน
1	ต่อ	18	นวมินทราชินูทิศ สตวิวิทยา 2 , ศิลป์/ญี่ปุ่น
2	บอล	19	ABAC, บริหารธุรกิจ/ญี่ปุ่น
3	เต้	23	Mainichi

กลุ่มตัวอย่างเพศชายที่ยังคงศึกษาภาษาญี่ปุ่นมีทั้งสิ้น 3 คน โดยศึกษา ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 1 คน ระดับมหาวิทยาลัย 1 คน และในสถาบันสอนภาษา 1 คน

ตารางที่ 6.12 กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่ยังคงเรียนภาษาญี่ปุ่น

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	อายุ	ยังเรียนอยู่/สถาบัน
1	อัยจิน	18	ตัวต่อตัว
2	ม่อน	18	Yen Center
3	ขวัญ	18	สตรีวัดอัมพรสวรรค์, ศิลป์/ญี่ปุ่น
4	มิล	18	สนญ.
5	น้ำแข็ง	18	ลาดกระบัง, เอกญี่ปุ่น

ตารางที่ 6.12 (ต่อ) กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่ยังคงเรียนภาษาญี่ปุ่น

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	อายุ	ยังเรียนอยู่/สถาบัน
6	ไม้	18	สสท.
7	เอ็ม	18	สถาบันเทคโนโลยี ไทย- ญี่ปุ่น/ ธุรกิจญี่ปุ่น
8	เชอริ	19	เทคโนโลยีราชมงคลรัตันโกสินทร์ /เอกญี่ปุ่น
9	นุ่น	19	หอการค้า/ เอกญี่ปุ่น
10	แมว	19	สนญ.
11	อร	20	Mainichi
12	ภัทร์	20	เทคโนโลยีราชมงคลรัตันโกสินทร์/เอกญี่ปุ่น
13	จูน	20	ศรีนครินทร์วิโรฒ/ เอกญี่ปุ่น
14	จิน	21	หอการค้า/ เอกญี่ปุ่น
15	คาเมะ	22	Mainichi
16	แดง	23	ตัวต่อตัว
17	มิกะ	24	ตัวต่อตัว/แม่เพื่อน
18	เก้	25	สสท
19	แป้ม	25	Japan Foundation

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่ยังคงศึกษาภาษาญี่ปุ่นในปัจจุบันมีทั้งสิ้น 19 คน โดยศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 1 คน ระดับมหาวิทยาลัย 7 คน และในสถาบันสอนภาษา 11 คน

ตารางที่ 6.13 กลุ่มตัวอย่างเพศชายที่เลิกเรียนภาษาญี่ปุ่นแล้ว

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	เลิกเรียนแล้ว/สาเหตุที่เลิก	ตั้งใจกลับมาเรียนอีก
1	ไก่อ	เรียนหนัก	หลังเรียนจบ

กลุ่มตัวอย่างเพศชายที่ไม่ได้ศึกษาภาษาญี่ปุ่นในปัจจุบันมี 1 คน กำลังศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยให้เหตุผลว่าเรียนหนัก และตั้งใจจะกลับไปเรียนอีกครั้งหลังเรียนจบ

ตารางที่ 6.14 กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเลิกเรียนภาษาแล้ว

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	เลิกเรียนแล้ว/สาเหตุที่เลิก	ตั้งใจกลับมาเรียนอีก
1	ตาล	ภาษาอังกฤษสำคัญกว่า	-
2	ริน	สอบเข้ามหาวิทยาลัย	หลังสอบเข้าได้
3	นันท์	สอบเข้ามหาวิทยาลัย	ปีหน้า
4	โจ	ผู้สอนกลับประเทศ	อีก 2 เดือน
5	นก	เรียนหนัก	ทันทีที่มีเวลา
6	กิ๊ก	เรียนหนัก	หลังปรับตัวได้
7	นน	เรียนหนัก	หลังเรียนจบ
8	นัท	เรียนหนัก	ไปเรียนโทที่ญี่ปุ่น
9	คาเมะ	-	-
10	อิง	-	ทำงานเก็บเงินเพื่อไปเรียนภาษาที่ประเทศญี่ปุ่น
11	มีน	-	ทำงานก่อน 1-2 ปี
12	แก้ว	งานยุ่ง	งานลงตัว
13	บี	งานยุ่ง	ตั้งใจไปเรียนที่ญี่ปุ่น
14	นุช	งานยุ่ง	หลังงานลงตัว
15	ก๊วง	เรียนจบ	ปีหน้า
16	ก้อย	เรียนจบ	ทำงานเก็บเงินก่อน * กำลังจะสอบเรียนที่ Japan Foundation
17	ฟ้า	เรียนหนัก	หลังเรียนจบ/เรียนต่อญี่ปุ่น

กลุ่มตัวอย่างเพศชายที่ไม่ได้ศึกษาภาษาญี่ปุ่นในปัจจุบันมี 17 คน โดย เป็นนักศึกษา ในช่วงสอบเข้ามหาวิทยาลัยจนถึงช่วงเริ่มทำงาน เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างหยุดเรียนภาษาญี่ปุ่นคือ เตรียมตัวสอบเข้ามหาวิทยาลัย การเรียนในมหาวิทยาลัยหนัก และกำลังเริ่มต้นทำงาน มีกลุ่มตัวอย่างที่หยุดเรียนในระยะสั้นเนื่องจากอาจารย์กลับประเทศ 1 คน และมีกลุ่มตัวอย่าง 1 คนที่ไม่

มีความตั้งใจที่จะกลับมาเรียนภาษาญี่ปุ่นอีกโดยเลือกศึกษาวิชาภาษาอังกฤษเป็นวิชาเอกในมหาวิทยาลัยแทน

6.5.2 ความรู้ด้านภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง

การวัดความรู้ด้าน ภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนให้ชัดเจนลงไปนั้นเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยากเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพการศึกษาภาษาญี่ปุ่นแตกต่างกันไม่เคยสอบวัดความรู้ด้วยข้อสอบที่มีมาตรฐานเดียวกัน และไม่ได้ผ่านการสอบวัดระดับเหมือนกันทุกคน แต่ถึงแม้กลุ่มตัวอย่างจะผ่านการสอบ วัดระดับก็ยังคงเป็นการยากที่จะรู้ถึงความสามารถที่แท้จริง เนื่องจากช่องว่างระหว่างข้อสอบระดับ 2 และระดับ 3 นั้นกว้างเกินไป (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 เป็นต้นไป การสอบวัดระดับจะเปลี่ยนจาก 4 ระดับเป็น 5 ระดับโดยเพิ่มระดับ N3 ขึ้นระหว่างระดับ 2 และระดับ 3 ในปัจจุบัน) แต่จากการศึกษาหลักสูตรการเรียนภาษาญี่ปุ่น พบว่าในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายนั้นเมื่อเรียนจบกลุ่มตัวอย่างจะมีความรู้อยู่ในเพียงปลายระดับสี่ เกือบถึงระดับ 3 เท่านั้น ขณะที่หลักสูตรของโรงเรียนสอนภาษา เกือบทั้งหมดที่ใช้หนังสือ Minna no nihongo (ใช้เวลาเรียนประมาณ 3-4 ปี ในคอร์สปรกติ) จะมีความรู้อยู่ที่ต้นระดับ 3 ซึ่งยังไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงานได้ ดังนั้นจึงเป็นการยากที่ผู้เรียนที่ไม่ได้เรียนวิชาเอก หรือวิชาโท ภาษาญี่ปุ่นในมหาวิทยาลัยจะสามารถใช้ภาษาญี่ปุ่นในการทำงานได้

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เรียนต่ำกว่าระดับปริญญาตรีนั้นผู้วิจัยยังไม่สามารถสรุปได้เพราะถึงแม้กลุ่มตัวอย่างจะมีความต้องการศึกษาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกในมหาวิทยาลัยแต่เมื่อถึงเวลาจริงๆ แล้วกลุ่มตัวอย่างอาจไม่สามารถเรียนได้อย่างที่ตั้งใจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอ แยกกลุ่มตัวอย่างในช่วงมัธยมปลายไว้เป็นกลุ่มที่ ไม่สามารถวัดผลได้ สำหรับกลุ่มตัวอย่างในช่วงมหาวิทยาลัยมีจำนวนทั้งสิ้น 18 คน กลุ่มตัวอย่างในระดับปริญญาโท 3 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานแล้ว 11 คน รวมทั้งสิ้น 32 คน ในจำนวนนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่เรียนวิชาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอก และวิชาโทในระดับมหาวิทยาลัยทั้งสิ้น 17 คน คิดเป็น 53 เปอร์เซ็นต์ของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาตั้งแต่ระดับมหาวิทยาลัยขึ้นไป มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.15 ตารางแสดงสถานที่เรียนของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกและวิชาโทในระดับมหาวิทยาลัย

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	การศึกษา
1	บอล	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, บริหารธุรกิจ/ญี่ปุ่น
2	น้ำแข็ง	มหาวิทยาลัยลาดกระบัง, เอกญี่ปุ่น
3	เอ็ม	สถาบันเทคโนโลยี ไทย- ญี่ปุ่น/ ธุรกิจญี่ปุ่น
4	เซอวี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ /เอกญี่ปุ่น
5	นุ่น	มหาวิทยาลัยหอการค้า/ เอกญี่ปุ่น
6	ภัทร์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์/เอกญี่ปุ่น
7	จูน	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ/ เอกญี่ปุ่น
8	จิน	มหาวิทยาลัยหอการค้า/ เอกญี่ปุ่น
9	น้ำ	จบจาก มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,เอกญี่ปุ่น * ล่าม ภาษาญี่ปุ่น
10	อิง	มหาวิทยาลัยรามคำแหง, เอกรัฐศาสตร์ ไทยญี่ปุ่น * ล่าม ภาษาญี่ปุ่น
11	มิน	จบจาก มหาวิทยาลัยศิลปากร, เอกญี่ปุ่น *ล่าม Jap
12	แก้ว	จบจาก มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, บริหาร/ไทยญี่ปุ่น *ล่าม ภาษาญี่ปุ่น
13	บี	จบจากมหาวิทยาลัยศิลปากร/ เอกญี่ปุ่น * ฝ่ายบุคคลบริษัท ญี่ปุ่น
14	นุช	จบจาก มหาวิทยาลัยหอการค้า, เอกญี่ปุ่น* ฝ่ายจัดซื้อบริษัท ญี่ปุ่น
15	กุ่ม	จบจาก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์/ เอกญี่ปุ่น * เลขานุการบริษัท ญี่ปุ่น
16	ก้อย	จบจาก มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์/ เอกญี่ปุ่น *นักแปลนิยาย และหนังสือการ์ตูน
17	แป้ม	จบจาก มหาวิทยาลัยมหวิทยาลัยสงขลา, เอกญี่ปุ่น *โท ธรรมศาสตร์ /เอเชียศึกษา

ตารางที่ 6.16 ตารางแสดงสถานที่เรียนของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ศึกษาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกและวิชาโทในระดับมหาวิทยาลัย

ลำดับที่	ชื่อ(นามสมมติ)	การศึกษาระดับปริญญาตรี
1	บอล	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, บริหารธุรกิจ/ญี่ปุ่น
2	ไก่	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, วิศวกรรมศาสตร์/มัลติมีเดีย
3	เต้	มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรญาณบุรีรัมย์, สื่อสารมวลชน
4	ม่อน	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, บริหารวิศวกรรม
5	แมว	มหาวิทยาลัย
6	อร	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, บริหารธุรกิจ
7	นก	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, วิศวกรรมศาสตร์
8	กี้กี้	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, จิตวิทยา
9	นน	มหาวิทยาลัยมหิดล, แพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
10	นัท	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ /การออกแบบนิเทศศิลป์
11	คาเมะ	จบจาก มหาวิทยาลัยหอการค้า, บริหารธุรกิจ *ปริญญาโท มหาวิทยาลัยหอการค้า, MBA
12	แตง	มหาวิทยาลัยมหิดล/ วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์
13	มิกะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, รัฐประศาสนศาสตร์
14	ฟ้า	มหาวิทยาลัยรามคำแหง, นิติศาสตร์ปี 7
15	เก้	จบจาก มหาลัยเทคโนโลยีราชมนังคละ/บริหารการจัดการ * บริษัทโฆษณา

6.4.3 การก้าวไปสู่อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างในช่วงตั้งแต่ช่วงมหาวิทยาลัยขึ้นไปมีจำนวน 32 คน โดยมีคนที่เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาโท และวิชาเอกในมหาวิทยาลัยจำนวน 17 คน สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานแล้วจำนวน 11 คน พบว่ามีผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอก และวิชาโทในมหาวิทยาลัยทั้งสิ้น 8 คน และทั้ง 8 คน ทำงานในบริษัทญี่ปุ่น หรือทำงานเกี่ยวข้องกับภาษาญี่ปุ่นโดยตรงทั้งสิ้น อาชีพที่พบ

มากที่สุดคือล่ามภาษาญี่ปุ่นซึ่งมีจำนวนถึง 4 คนคิดเป็น 50 เปอร์เซ็นต์ และอาชีพอื่นๆ อย่างละ 1 คน ดังต่อไปนี้

1. ล่ามภาษาญี่ปุ่น (interpreter) จำนวน 4 คน โดยจบจากคณะต่างๆ ดังนี้
 - 1.1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิชาเอกภาษาญี่ปุ่น
 - 1.2 มหาวิทยาลัยรามคำแหงวิชาเอกรัฐศาสตร์ วิชาโทภาษาญี่ปุ่น
 - 1.3 มหาวิทยาลัยศิลปากรวิชาเอกภาษาญี่ปุ่น
 - 1.4 มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญวิชาเอกบริหาร วิชาโทภาษาญี่ปุ่น
2. ฝ่ายจัดซื้อในบริษัทญี่ปุ่น 1 คน จากมหาวิทยาลัยหอการค้าเอกญี่ปุ่น
3. ฝ่ายบุคคลในบริษัทญี่ปุ่น 1 คน จากมหาวิทยาลัยศิลปากรเอกภาษาญี่ปุ่น
4. เลขาในบริษัทญี่ปุ่น 1 คน จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิชาเอกญี่ปุ่น
5. นักแปล 1 คน จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิชาเอกภาษาญี่ปุ่น

6.6 สรุปกระบวนการเกิดแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง

แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นมีกระบวนการดังนี้

6.5.1 กลุ่มตัวอย่างเริ่มเรียน ภาษาญี่ปุ่นโดยมีแรงจูงใจเชิงเครื่องมือ โดยเกิดจากแรงจูงใจ 2 กลุ่มคือ

1. แรงจูงใจจากวัฒนธรรมป๊อปซึ่งเป็นแรงจูงใจจากความต้องการที่จะติดตาม ศิลปิน และความต้องการที่ติดตามเนื้อหาที่ตนเองชื่นชอบ

2. แรงจูงใจที่เกิดจากประสบการณ์ส่วนตัว โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คนมีแรงจูงใจจากความสนใจด้านอาชีพ (2 คน) ความสนใจด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว (1 คน) และความสนใจจากเพื่อน (1 คน) อยู่ก่อนแล้ว

6.5.2 แรงสนับสนุนและอุปสรรคที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากเพื่อน ครอบครัว โรงเรียน และตัวของกลุ่มตัวอย่างเองเป็นปัจจัยที่มีผลให้กลุ่มตัวอย่างเริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นและก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวตัวของแรงจูงใจเชิงเครื่องมือไปสู่แรงจูงใจเชิงบูรณาการ โดยแรงจูงใจเชิงบูรณาการที่เกิดขึ้นถูกแสดงออกใน 2 รูปแบบ คือ

1. เซิงสังคม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 39 คนมีการคบหาและติดต่อกับกลุ่มเพื่อนชาวญี่ปุ่น มีการขยายของเขตความสนใจทั้งต่อ ประเภทและเนื้อหาของวัฒนธรรมป๊อป และตัวประเทศญี่ปุ่นเอง กลุ่มตัวอย่างบางคนมีความตั้งใจที่จะแต่งงานกับคนญี่ปุ่นและย้ายไปอยู่ประเทศญี่ปุ่นเป็นการถาวร

2. หน้าที่การงาน กลุ่มตัวอย่างในระดับมหาวิทยาลัยขึ้นไป จำนวน 32 คน เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกและวิชาโทในมหาวิทยาลัยจำนวน 17 คน และกลุ่มที่ทำงานแล้วจำนวน 11 คน มีผู้เรียนวิชาเอกและวิชาโทภาษาญี่ปุ่นในมหาวิทยาลัยทั้งสิ้น 8 คน และทั้ง 8 คนทำงานในบริษัทญี่ปุ่น หรือเกี่ยวข้องกับภาษาญี่ปุ่นโดยตรง

ภาพที่ 6.2 ภาพแสดงขบวนการเกิดแรงจูงใจและการเคลื่อนไหวตัวจากแรงจูงใจเชิงเครื่องมือไปสู่แรงจูงใจเชิงบูรณาการ



บทที่ 7

สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทยจากสื่อมวลชนและแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่น” เป็นการวิจัยผู้รับสาร (Audience Analysis) โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเป็นวัยรุ่นเพศชาย และหญิง อายุระหว่าง 18 ถึง 25 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีการติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นเกินกว่า 5 ปี โดยที่ทั้งหมดศึกษาภาษาญี่ปุ่นในโรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือสอบผ่านการสอบวัดระดับภาษาญี่ปุ่น ตั้งแต่ระดับ 4 ขึ้นไป มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการเปิดรับและติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทยอายุระหว่าง 18 – 25 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล และรูปแบบของแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นจากการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่น ด้วยวิธีวิจัยเอกสาร (documentary research) วิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต (Questionnaires)

7.1 สรุปผลการวิจัย

7.1.1 การเปิดรับและติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่น

1. กลุ่มตัวอย่างที่เริ่มรู้จักวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นจากภาพยนตร์แอนิเมชัน ผ่านสื่อโทรทัศน์มีจำนวนมากที่สุด โดยมีจำนวน 24 คน หรือ 60 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอยู่แทบทุกครัวเรือนไม่จำเป็นต้องซื้อหา อีกทั้งธรรมชาติของภาพยนตร์แอนิเมชัน มีความใกล้ชิดกับเด็กและเยาวชนเนื่องจากมีทั้งภาพ และเสียงทำให้สามารถเข้าใจได้ง่าย ภาพและสีสันทที่สวยงาม และจินตนาการเหนือจริงที่กระตุ้นให้เด็กๆ ติดตาม

2. กลุ่มตัวอย่างเริ่มชื่นชอบและติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นอย่างจริงจังโดยอิทธิพลจากบุคคลรอบตัวเช่น เพื่อน พี่น้องที่อายุใกล้เคียงกัน และผู้ปกครอง โดยเพื่อนมีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด และประเภทของวัฒนธรรมป๊อปที่ดึงดูดกลุ่มตัวอย่างให้ชื่นชอบและติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นอย่างจริงจังมากที่สุดคือดนตรี โดยมีจำนวน 30 คน หรือคิดเป็น

75 เปอร์เซ็นต์ โดยแบ่งเป็นกลุ่ม J-Rock 5 คน (16.67%) และกลุ่ม J-Pop จำนวนทั้งสิ้น 25 คน (83.33%) ในจำนวนนั้นมีกลุ่มศิลปินจากค่าย Johnny's Juniors จำนวน 24 คน คิดเป็น 80 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่ชื่นชอบดนตรี หรือ 60 เปอร์เซ็นต์เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยวงกลุ่มตัวอย่างสนใจมากที่สุดในกลุ่ม Johnny's Juniors คือ Kat-tun โดยมีจำนวนถึง 13 คน หรือคิดเป็น 43.33 เปอร์เซ็นต์ของกลุ่มตัวอย่างที่ชื่นชอบดนตรีทั้งหมด

3. ช่วงอายุที่กลุ่มตัวอย่างเริ่มชื่นชอบและติดตามวัฒนธรรมป๊อปมากที่สุดคือช่วงมัธยมศึกษาตอนต้นซึ่งสอดคล้องกับผลสรุปในข้อสองที่พบว่าเพื่อนมีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด เพราะในช่วงมัศึกษานั้นเป็นช่วงที่อัตลักษณ์ของวัยรุ่นยังไม่มั่นคงและกำลังหาความเป็นตัวของตัวเองจากอิสระที่ได้รับมากขึ้นกว่าช่วงประถมศึกษา ทำให้วัยรุ่นมีความอ่อนไหวต่อกลุ่มเพื่อนที่ตนเองต้องการสังกัด และเป็นช่วงที่วัยรุ่นใช้เวลาอยู่กับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด ดังนั้นเมื่อเพื่อนสนใจหรือชอบอะไรกลุ่มตัวอย่างก็มักจะสนใจและติดตามบ้างเพื่อที่จะได้นำมาคุยกันในกลุ่ม

4. สำหรับท่าทีของผู้ปกครองนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นห่วงว่าการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปโดยเฉพาะอย่างยิ่ง หนังสือการ์ตูน เกมคอมพิวเตอร์ และภาพยนตร์แอนิเมชัน จะทำให้การเรียนของกลุ่มตัวอย่างตกลงและส่งผลกระทบต่ออาชีพการงานในอนาคตของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับดนตรี ผู้ปกครองส่วนใหญ่ไม่ต่อต้านหากกลุ่มเก็บเงินซื้อสินค้าที่ชอบด้วยตัวเอง และไม่แสดงออกมากเกินไปเช่น ฟังเพลงเสียงดัง

5. สำหรับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการติดตามวัฒนธรรมป๊อปที่ป็นนั้น สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ

- ค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ สามารถแบ่งได้ 2 ส่วน

คือส่วนที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ปกครอง เช่น คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ค่าไฟ และส่วนตัวกลุ่มตัวอย่างซื้อเอง เช่น แผ่น CD เปล่า แผ่น DVD เปล่า ฮาร์ดดิสก์แยกสำหรับเก็บข้อมูลที่ดาวส์โหลด

- ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการซื้อสินค้าวัฒนธรรมในรูปแบบลิขสิทธิ์ เช่น CD DVD สินค้าที่ระลึกหน้าคอนเสิร์ต ตุ๊กตา แผ่นโปสเตอร์ เป็นต้น

6. ในด้านค่าใช้จ่ายนั้นหลังการเข้ามาของสื่ออินเทอร์เน็ตปัจจัยด้านเศรษฐกิจมีผลน้อยลงมาก กลุ่มตัวอย่างสามารถบริโภควัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นผ่านการดาวน์โหลดไฟล์มัลติมีเดียโดยไม่ต้องซื้อหรือจับต้องสินค้าลิขสิทธิ์เช่น CD หรือ DVD โดยตรง ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครบครัว 30,000 บาท สามารถบริโภคเนื้อหาวัฒนธรรมป๊อปได้เท่ากับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครบครัวมากกว่า 150,000 บาทผ่านการดาวน์โหลดไฟล์ทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้นการใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างจึงไม่แปรผันกับปริมาณของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นที่เปิดรับแต่แปรผันกับลักษณะนิสัยของกลุ่มตัวอย่างโดยสามารถแยกได้เป็น 3 กลุ่มคือ

- กลุ่มที่พอใจกับการรับชมและติดตามจากไฟล์มัลติมีเดียโดยไม่ต้องซื้อสินค้าวัฒนธรรมเพื่อการสะสม
- กลุ่มตัวอย่างที่เลือกสะสมเฉพาะสินค้าที่ตนเองชอบจริงๆ เช่น box set ที่ออกในโอกาสพิเศษและมีของแถมมากกว่าปรกติ
- กลุ่มตัวอย่างที่แม้จะมีหรือชมจากไฟล์มัลติมีเดียแล้วก็ยังคงต้องการซื้อสินค้าลิขสิทธิ์ของทั้งหมด โดยกลุ่มตัวอย่างบางคนซื้อมาเพียงเพื่อการสะสมโดยไม่มีการแกะออกจากถุงพลาสติก และรับชมจากไฟล์มัลติมีเดียที่ตนเองดาวน์โหลดมาจากอินเทอร์เน็ต

7.1.2 แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง

1. แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างมาจาก 2 ทางคือ แรงจูงใจจากการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปและแรงจูงใจที่เกิดจากประสบการณ์ส่วนบุคคล โดยแรงจูงใจที่เกิดจากวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นประกอบด้วย แรงจูงใจจากความต้องการติดตามศิลปินที่ชื่นชอบและแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการติดตามเนื้อหา สำหรับแรงจูงใจจากประสบการณ์ส่วนบุคคลนั้นพบในกลุ่มตัว 4 คน แบ่งเป็น ความสนใจด้านอาชีพ 2 คน ความสนใจด้านการท่องเที่ยว 1 คน ความสนใจเนื่องจากมีเพื่อนสนิทเป็นลูกครึ่งญี่ปุ่น 1 คน โดยโดยกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะเรียนภาษาญี่ปุ่นอยู่ก่อนแล้ว

2. ประเภทของแรงจูงใจที่พบ แรงจูงใจที่พบแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ แรงจูงใจเชิงเครื่องมือ และแรงจูงใจเชิงบูรณาการ

- แรงจูงใจเชิงเครื่องมือเกิดจากความต้องการขจัดอุปสรรคด้านภาษาจาก

การติดตามวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นทั้งจากการติดตามศิลปินและความเข้าใจในเนื้อหา ซึ่งแรงจูงใจเชิงเครื่องมือนี้จะส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเรียนภาษาญี่ปุ่น

- 2.2 แรงจูงใจเชิงบูรณาการ เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นหลังจากที่กลุ่มตัวอย่างเริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นไปแล้วระยะหนึ่งส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างแสดงออกใน 2 ด้านคือ ด้านสังคม และด้านอาชีพ

- 2.2.1 ด้านสังคม กลุ่มตัวอย่างมีปฏิสัมพันธ์กับคนญี่ปุ่นและสังคมญี่ปุ่น กลุ่มตัวอย่างนิยมคบเพื่อนชาวญี่ปุ่นมีการไปเที่ยว หรือทำกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอเช่น ชมภาพยนตร์ ทานข้าว ร้องคาราโอเกะ เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งมีความต้องการที่แต่งงานกับคนญี่ปุ่นและย้ายไปอยู่ประเทศญี่ปุ่นเป็นการถาวร

- ด้านอาชีพ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 23 คนเรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกและวิชาโทในมหาวิทยาลัยซึ่งแสดงออกถึงการต่อยอดไปถึงความสนใจในด้านอาชีพในอนาคต

3. แรงสนับสนุนที่ส่งผลให้แรงจูงใจเชิงเครื่องมือของกลุ่มตัวอย่างเคลื่อนไปสู่แรงจูงใจเชิงบูรณาการมี 4 ปัจจัยคือ เพื่อน พ่อแม่ โรงเรียน และความสนใจของกลุ่มตัวอย่างเอง โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 17 คน จากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยขึ้นไปทั้งหมด 32 คน กำลังศึกษาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกหรือวิชาโทในมหาวิทยาลัย สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาในสาขาเอกและโทภาษาญี่ปุ่นมีจำนวนทั้งสิ้น 8 คน และทั้ง 8 คนทำงานในบริษัทญี่ปุ่นหรือทำงานเกี่ยวข้องกับภาษาญี่ปุ่นโดยตรง เช่น ล่ามในบริษัทญี่ปุ่น เลขานุการ และนักแปล เป็นต้น

4. ผลของแรงจูงใจเชิงบูรณาการต่อการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ ผลของแรงจูงใจเชิงบูรณาการต่อด้านสังคมไม่เพียงทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความต้องการติดต่อกับคนญี่ปุ่นแต่ยังส่งผลต่อเนื่อง ให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของตนเองเพื่อให้สามารถเข้ากลุ่มกับเพื่อนชาวญี่ปุ่นได้ เช่น มีความสนใจในประเทศญี่ปุ่นในด้านอื่น เช่น การเมือง วัฒนธรรมดั้งเดิม รวมไปถึงวัฒนธรรมป๊อปในรูปแบบอื่นมากขึ้น เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ตนเองได้รับการยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มสังคมญี่ปุ่นนั่นเอง

7.1.3 การเรียนภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง

1. การเรียนภาษาญี่ปุ่นในสถานศึกษาของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 40 คน ประกอบด้วย การเรียนในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา การเรียนเป็นวิชาเอกหรือวิชาโทในมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งเรียนภาษาญี่ปุ่น ทั้งในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยและในสถาบันสอนภาษา

2. ในแง่ของหลักสูตรภาษาญี่ปุ่น จากการศึกษาหลักสูตรภาษาญี่ปุ่นที่กลุ่มศึกษา หลักสูตรภาษาญี่ปุ่นในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและหลักสูตรภาษาญี่ปุ่นในโรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่นแทบทั้งหมดไม่นับรวม Japan Foundation สมาคมศิษย์เก่าญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทยญี่ปุ่น และการเรียนตัวต่อตัว ไม่ลึกซึ่งจนถึงระดับที่นำไปใช้ประกอบอาชีพได้ และหลักสูตรเหล่านี้ไม่มีการสอนเกี่ยวกับตัวประเทศญี่ปุ่น เช่น สังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ หรือวรรณคดีร่วมด้วย ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกในมหาวิทยาลัยที่พบว่าทุกมหาวิทยาลัยมีการสอนด้านสังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวรรณคดี จะแตกต่างกันเพียงบางมหาวิทยาลัยเปิดสอนด้วยภาษาญี่ปุ่นโดยตรง และในบางมหาวิทยาลัย เปิดสอนด้วยภาษาไทย

3. ผลสัมฤทธิ์ในการเรียนภาษาญี่ปุ่นนั้นผู้วิจัยวัดจากสามส่วนคือ

- ความต่อเนื่องในการเรียน แรงจูงใจที่เกิดขึ้นประสบความสำเร็จต่อการสร้างความต้องการศึกษาภาษาญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่องของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างยังคงเปิดรับวัฒนธรรม ภูมิปัญญาจากประเทศญี่ปุ่นทำให้อุปสรรคด้านภาษาที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ กระตุ้นแรงจูงใจเชิงเครื่องมือ นอกจากนี้ผลต่อความสนใจเชิงสังคมซึ่งเกิดจากแรงจูงใจเชิงบูรณาการของกลุ่มตัวอย่างทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการพัฒนาภาษาญี่ปุ่นเพื่อใช้ในการปฏิสัมพันธ์กับชาวญี่ปุ่น ดังนั้นแม้จะเลิกเรียนภาษาญี่ปุ่นในบางช่วง กลุ่มตัวอย่างก็กลับมาเรียนหรือมีแนวโน้มที่จะกลับมาเรียนภาษาญี่ปุ่นอีกเมื่อมีโอกาส โดยมีกลุ่มตัวอย่างเพียงคนเดียวซึ่งไม่เกิดการเคลื่อนย้ายจากแรงจูงใจเชิงเครื่องมือไปสู่แรงจูงใจเชิงบูรณาการและหยุดเรียนภาษาญี่ปุ่น โดยไม่มีความตั้งใจที่จะกลับมาเรียนอีก

- 3.2 ความสามารถทางภาษา ในส่วนของความสามารถทางภาษา แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีความต่อเนื่องในการเรียนภาษาญี่ปุ่น แต่จากการศึกษาหลักสูตรภาษาญี่ปุ่นที่กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสน้อยมากที่จะมีความรู้ด้านภาษาญี่ปุ่นดีพอที่จะใช้ในการประกอบอาชีพหากไม่ศึกษาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอก หรือวิชาโท ในระดับอุดมศึกษา

- การประกอบอาชีพ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 11 คนที่จบการศึกษาแล้วพบว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่เรียนวิชาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอก หรือวิชาโทในมหาวิทยาลัยเท่านั้นที่ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับภาษาญี่ปุ่น ไม่พบกลุ่มตัวอย่างที่เรียนภาษาญี่ปุ่นในโรงเรียนระดับมัธยม หรือในสถาบันกวดวิชาประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับภาษาญี่ปุ่น

จากข้อค้นพบข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเริ่มรู้จักวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นครั้งแรกจากภาพยนตร์ แอนิเมชันผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด แต่ประเภทของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุดคือดนตรีป๊อปในกลุ่มศิลปิน Johnny's Junior โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลักในการติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่น จากนั้นวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดแรงจูงใจเชิงเครื่องมือในการศึกษาภาษาญี่ปุ่น แต่แรงจูงใจเชิงเครื่องมือของกลุ่มตัวอย่างจะเคลื่อนไปสู่แรงจูงใจเชิงบูรณาการได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับเพื่อน ผู้ปกครอง โรงเรียน และความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง หลังจากแรงจูงใจเชิงบูรณาการเกิดขึ้น กลุ่มตัวอย่างจะแสดงออก 2 ด้านคือ ด้านสังคม และด้านอาชีพ โอกาสที่จะก้าวไปถึงระดับที่จะนำไปประกอบอาชีพนั้นจากการศึกษาหลักสูตรพบว่ามีโอกาสน้อยมากหากไม่ผ่านการศึกษาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอก หรือวิชาโทในระดับอุดมศึกษา นอกจากนี้การแสดงผลด้านสังคมจากแรงจูงใจเชิงบูรณาการยังส่งผลต่อเนื่องไปถึงการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้เข้ากับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่น เพื่อให้ได้รับการยอมรับให้เป็นส่วนหนึ่งของสังคมญี่ปุ่น และผลจากการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ทำให้กลุ่มตัวอย่าง มีความสนใจในประเทศ ญี่ปุ่นในด้านอื่น เช่น การเมือง วัฒนธรรมดั้งเดิม รวมไปถึงวัฒนธรรมป๊อปในรูปแบบอื่นมากขึ้น

7.2 อภิปรายผล

7.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นมีลักษณะที่น่าสนใจ 5 ประการดังต่อไปนี้

- กลุ่มตัวอย่างที่เกิดแรงจูงใจจากวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นนั้นมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้รับสารที่มีพฤติกรรมเชิงรุก (Active) โดยกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะเลือกรับเนื้อหาที่ตนเองสนใจมากกว่าติดตามจากสื่อกระแสหลักเช่น โทรทัศน์และวิทยุ โดยไม่รอให้สถานีโทรทัศน์ หรือสถานีวิทยุนำมาแพร่ภาพหรือเปิดออกอากาศกลุ่มตัวอย่างจะติดตามและเลือกเปิดรับเนื้อหาที่ตนเองสนใจผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังมีความละเอียดอ่อนต่อการถ่ายทอดเนื้อเรื่องจากต้นฉบับ เช่น คำแปลตรงตามความหมายจริงหรือไม่ การพากย์สามารถสื่อสารอารมณ์และบุคลิกของตัวละครได้หรือเปล่า เป็นต้น

- เพื่อน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มชื่นชอบวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นอย่างจริงจังโดยได้รับอิทธิพลจากเพื่อนมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาวรัตน์ (2544) ว่ากลุ่มเพื่อน พี่น้อง และญาติสนิท เป็นกลุ่มอ้างอิงเชิงบรรทัดฐานที่ส่งผลต่อการก้าวร้าวเป็นผู้นิยมดนตรีญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณมา สันคติประภา (2532) ที่พบว่าเด็กที่มีเพื่อนและพี่น้องสนับสนุนให้อ่านหนังสือการ์ตูนจะมีปริมาณการอ่านการ์ตูนเยอะอย่างมีนัยสำคัญ

- ฐานะของครอบครัว แม้ว่าอินเทอร์เน็ตจะช่วยให้กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครอบครัวต่างกันมากมีความเท่าเทียมในการเปิดรับเนื้อหา แต่ฐานะของครอบครัวก็ยังเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งกล่าวคือ แมื่กลุ่มตัวอย่างจะไม่ต้องใช้เงินในการซื้อสินค้าลิขสิทธิ์เช่น CD หรือ DVD ในการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมแต่ก็ยังจำเป็นที่จะต้องใช้จ่ายในด้านอุปกรณ์เช่น คอมพิวเตอร์ ค่าอินเทอร์เน็ต และค่าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในส่วนนี้กลุ่มตัวอย่างจะได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว หากครอบครัวมีฐานะยากจนแล้วกลุ่มตัวอย่างคงไม่สามารถซื้อคอมพิวเตอร์ราคาสูงที่สามารถเล่นไฟล์ต่างๆ หรือติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้

- ความสามารถในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เป็นกลุ่มที่เข้าถึงและมีความสามารถในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในระดับดี โดยมีความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมในการดูรายการสดจากประเทศญี่ปุ่น โปรแกรมสำหรับการดาวน์โหลด เช่น Bit Torrent (การดาวน์โหลดไฟล์ระบบ peer to peer เป็นการรับส่งระหว่าง user โดยตรงซึ่งไม่จำเป็นต้องอัปไฟล์ขึ้นไปไว้บนเซิร์ฟเวอร์ดังเช่นในอดีต) โปรแกรมสำหรับตัดต่อหรือแปลงไฟล์

ให้เป็นไฟล์ที่ต้องการ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการเข้ารหัสไฟล์ต่างๆ และนามสกุลของไฟล์เพื่อเลือกโปรแกรมที่ใช้ในการแสดงผล เป็นต้น

- เพศของกลุ่มตัวอย่างถึงแม้ว่าการวิจัยครั้งนี้จะไม่สามารถสรุปผลจากตัวแปรด้านเพศอย่างชัดเจนได้เนื่องจากมีกลุ่มตัวอย่างเพศชายเพียง 4 คน แต่มีข้อสังเกตที่ปรากฏในช่วงการคัดกลุ่มตัวอย่างคือ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 285 คน มีกลุ่มตัวอย่างเพศชายที่เรียนภาษาญี่ปุ่นทั้งสิ้นเพียง 21 คน (12.14%) จากจำนวนผู้เรียนภาษาญี่ปุ่น 173 คน และเรียนถึงเกณฑ์ที่ผู้วิจัยตั้งไว้เพียง 5 คน ซึ่งมี 1 คนไม่เข้าเกณฑ์ในด้านอายุ คือมีอายุ 47 ปี สูงกว่าที่ผู้วิจัยกำหนดไว้คือ 18-25 ปี นอกจากนี้ยังพบจุดน่าสังเกตว่าวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นประเภทดนตรีมีมีแรงดึงดูดต่อกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงชื่นชอบวัฒนธรรมประเภทดนตรีมากที่สุดจำนวน 30 คน จาก 36 คน หรือ (83.33%) ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายมีเพียง 1 คนจาก 4 คน หรือ (25%) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภารัตน์ พันธุ์ฤทธิ์ดำ (2544) ที่ระบุว่าเพศหญิงมีการแสดงออกถึงความสนใจในดนตรีญี่ปุ่นมากกว่าเพศชาย โดยกลุ่มตัวอย่าง 17 คน ที่วิภารัตน์ทำการวิจัยล้วนเป็นกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งสิ้น

7.2.2 บทบาทของสื่ออินเทอร์เน็ต ในสมัยก่อนกลุ่มที่มีฐานะจะได้รับการยอมรับอย่างมากเนื่องจากมีกำลังที่จะซื้อสินค้าลิขสิทธิ์จึงเป็นที่อาศัยพึ่งพาของครอบครัวข้าง แต่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ลดบทบาทของอิทธิพลด้านเศรษฐกิจต่อความแตกต่างด้านจำนวนในการเปิดรับเนื้อหาหลง ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยของวิภารัตน์ พันธุ์ฤทธิ์ดำ (2544) ในช่วงปี 2543-2544 ที่ระบุว่ากลุ่มผู้ชื่นชอบดนตรีญี่ปุ่นต้องพึ่งพาสถานะเศรษฐกิจของครอบครัวอย่างมากเนื่องจากสินค้าวัฒนธรรมนั้นมีราคาแพง แม้ว่าอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะลดปัญหาด้านเศรษฐกิจต่อการติดตามลง แต่ ก็สร้างปัญหาเรื่องความแตกต่างทางภาษาขึ้นแทน ยิ่งสื่ออินเทอร์เน็ต ช่วยให้กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นได้ง่ายขึ้นเท่าไร สื่ออินเทอร์เน็ตก็ กระตุ้นให้ กลุ่มตัวอย่างเกิดความต้องการที่จะศึกษาภาษาญี่ปุ่นมากขึ้น เพราะสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้เกิดภาวะ “มีสิ่งที่ชอบอยู่กับตัวแต่ไม่สามารถเข้าใจได้ ” ซึ่งภาวะนี้เองที่เพิ่มความกระวนกระวายและก่อให้เกิดแรง ผลักดันให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเรียนภาษาญี่ปุ่น

แม้ในปัจจุบันจะมีการทำซับไตเติ้ลทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทยที่เรียกกันว่า Fan-Sub (บทบรรยายที่จัดทำโดยผู้ ชื่นชอบ โดยไม่มีการ แสวงหากำไรหรือผลประโยชน์ทางการค้า) อย่างแพร่หลายก็ตาม แต่ซับไตเติ้ ลมักจะถูกออกช้า หรือบางครั้งถ้าเป็นเรื่องที่ไม่เป็นที่นิยมก็อาจไม่มีการ

ทำออกมา ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างซึ่งติดดนตรีญี่ปุ่นเล่าให้ผู้วิจัยฟังก็คือรายการสัมภาษณ์ดารารหรือ นักร้องที่ตนเองชื่นชอบมักไม่สามารถหาซัปไตเติ้ลได้เนื่องจากไม่ค่อยมีผู้นิยมแปล แต่บางครั้งก็จะมี การพิมพ์รายละเอียดคร่าวๆ ของรายการนั้นๆ เอาไว้ในเว็บบอร์ดโดยผู้ที่ชื่นชอบและมีความรู้ ด้านภาษาญี่ปุ่น เมื่อกลุ่มตัวอย่างเห็นเพื่อนหรือ user คนอื่นๆ ที่รู้ภาษาญี่ปุ่นมาแล้ว หรืออธิบาย ให้ฟังก็ยิ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความต้องการที่จะศึกษา หรือพัฒนาภาษาญี่ปุ่น ของตัวเองมาก ขึ้นไปอีก เพราะรู้สึกว่ถ้าตัวเองสามารถใช้ภาษาญี่ปุ่นได้ในระดับดีก็จะเป็นต้องพึ่งพาคนอื่น อีกต่อไป ได้ดูในสิ่งที่อยากดู ได้รู้ในสิ่งที่อยากรู้ อีกทั้งยังเร็วเท่าที่ต้องการ

7.2.3 การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (cross cultural communication) มีตั้งแต่ระดับการข้าม เขต ข้ามวัย ข้ามศาสนาไปจนถึงการข้ามประเทศ แล้วแต่ที่เราจะใช้เกณฑ์ใดในการกำหนด สำหรับวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นนั้นเป็นสื่อสารและการข้ามวัฒนธรรมในระดับชาติ ซึ่งในปัจจุบันไม่ว่า จะเป็นวัฒนธรรมตะวันตกหรือตะวันออก วัฒนธรรมอเมริกา วัฒนธรรมญี่ปุ่น หรือแม้แต่ วัฒนธรรมเกาหลี ต่างกำลังไหลบ่าและข้ามรัศมีตัดกันไปมารุนแรงยิ่งกว่ายุคสมัยใดๆ

การเปิดรับวัฒนธรรมจากญี่ปุ่นผ่านสื่อทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมจาก ประเทศญี่ปุ่น การเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมเป็นก้าวแรกสู่ความเข้าใจ และเป็นประโยชน์ในการ ติดต่อสื่อสาร สماعคมกับคนญี่ปุ่นในระยะยาว กลุ่มตัวอย่างหลายคนนำความรู้ด้านวัฒนธรรมที่ได้ จากการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปไปใช้ในชีวิตจริง เช่น คนญี่ปุ่นมีวัฒนธรรมผู้ใหญ่เลี้ยงผู้น้อยการที่ ผู้น้อยแย่งจ่ายเงินเป็นเรื่องที่เสียมารยาท เรื่องการตรงต่อเวลา และเรื่องการมีของฝากติดมือเมื่อ ต้องไปพบหรือไปเยี่ยมบ้านคนญี่ปุ่น และห้ามไปบ้านคนญี่ปุ่นโดยไม่ได้นัดหมายล่วงหน้า เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างได้นำความรู้เหล่านี้ไป ประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง เช่นกลุ่มที่ทำงานร่วมกับคน ญี่ปุ่น กลุ่มตัวอย่างเล่าด้วยความภูมิใจว่พวกเขาเรียนรู้สิ่งเหล่านี้มาจากวัฒนธรรมป๊อปที่พวกเขา ชื่นชอบ ทั้งยังบอกอีกว่วัฒนธรรมป๊อปที่บางคนมองว่ไร้สาระก็สอนสิ่งทีบางครั้งพวกเขาไม่มีทาง ได้รู้ในห้องเรียน

7.2.4 ภาษาญี่ปุ่นกับการแสดงตัวตนและอำนาจ การเรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นรูปแบบหนึ่ง ของการแสดงตัวตนหรือ อัตลักษณ์ (Identity) ของผู้ที่ชื่นชอบในวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น โดย แสดงนัยว่ตนเองไม่ได้ชื่นชอบวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นเพียงผิวเผินหรือชื่นชอบตามกระแส แต่ยัง เรียนภาษาญี่ปุ่น และเข้าใจภาษาญี่ปุ่น มีความโดดเด่น และพิเศษแตกต่างจากผู้ที่ ชื่นชอบ

วัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นคนอื่น โดยสิ่งเหล่านี้เป็นการเชื่อมโยงตนเองและกลุ่ม โดยความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับมิติความสัมพันธ์เชิงอำนาจหรือสิทธิ กล่าวคือผู้ที่รู้ภาษาญี่ปุ่นจะเป็นที่พึงพาของคนที่ไม่รู้ คนที่มีความสามารถด้านภาษาญี่ปุ่นจึงมีอำนาจในการต่อรองกับคนที่ไม่รู้ภาษาญี่ปุ่นที่จำเป็นต้องพึ่งพาตนเอง นอกจากนี้ยังพบการแบ่งระดับชั้นด้านภาษา (Hierarchy) ในกลุ่มผู้ติดตามวัฒนธรรมญี่ปุ่นอีกด้วย แม้ภาษาอังกฤษจะถูกยอมรับในสังคมว่าเป็น ภาษาที่มีความสำคัญมากที่สุดรองจากภาษาแม่ในที่นี้คือภาษาไทย แต่ในกลุ่มผู้ชื่นชอบวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นนั้นให้ความสำคัญกับภาษาญี่ปุ่นมากกว่าภาษาอังกฤษ โดยมีคำพูดเชิงเปรียบเทียบเปรยว่า “เก่งอังกฤษเล็กทาส เก่งญี่ปุ่นเล็กไพร่ ” นอกจากนี้ยังมีการแบ่งแยกระดับของ ชับไตเดิ้ลที่แปลกจากภาษาญี่ปุ่น และชับไตเดิ้ลที่แปลกจากภาษาอังกฤษ โดยกลุ่มแฟนชับที่แปลกจากภาษาญี่ปุ่นได้รับความชื่นชมและถูกยกเอาไว้นเหนือกว่ากลุ่มที่แปลกจากภาษาอังกฤษ ดังนั้นนอกจากการเรียนภาษาญี่ปุ่นจะทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถจัดอุปสรรคในการติดตามสิ่งที่ชอบ ทำใ้สามารถเข้าใจในสิ่งที่ชอบได้อย่างลึกซึ้งแล้ว ยังทำให้ผู้เรียนได้รับการยอมรับจากกลุ่มที่ตนเองสังกัดซึ่งในที่นี้ก็คือผู้ที่ชื่นชอบวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นอีกด้วย

7.2.5 อัตลักษณ์และความแปลกแยก อัตลักษณ์ของกลุ่มผู้นิยมวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่น ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกแปลกแยกจากสังคมโดยรอบ และขณะเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างก็ไม่สามารถเป็นสมาชิกของชุมชนเจ้าของภาษาหรือคนญี่ปุ่นอย่างเต็มตัวได้ ถึงแม้จะเข้าใจภาษาญี่ปุ่นในระดับหนึ่งแต่ก็ไม่สามารถเข้าใจวัฒนธรรม ประเพณี และมีความรู้สึกนึกคิดเช่นเดียวกับคนญี่ปุ่นได้เนื่องจากเกิด และเติบโตมากับวัฒนธรรมไทย ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะที่แปลกแยกออกไปจากทั้งสองฝ่าย โดยมีการหลอมรวมของอัตลักษณ์ของทั้งสองวัฒนธรรม (Co-culture) ที่ไม่ใช่ทั้งคนไทยเต็มร้อยหรือคนญี่ปุ่นเต็มร้อย

7.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

7.3.1 วิทยุเป็นวิทยุที่กำลังตามหาอัตลักษณ์ของตนเองดังนั้นสายตาของวิทยุจะมองหาต้นแบบที่ตนเองสนใจหรือชื่นชอบจากสื่อที่ตนเองเปิดรับไม่ว่าจะเป็น ดนตรี ภาพยนตร์แอนิเมชัน หรือแม้กระทั่งเกมคอมพิวเตอร์ การดึงดูใจ หรือสร้างสรรค์สื่อเฉพาะสำหรับ วิทยุ จึงควรให้ความสำคัญกับการสร้างบุคลิกของตัวละคร หรือตัวศิลปินเป็นอันดับแรก

7.3.2 การสร้างแรงจูงใจในการเรียนภาษาจากวัฒนธรรมป๊อปนั้น นอกจากการตั้งรางวัล ซึ่งเป็นแรงจูงใจภายนอกแล้ว การสร้างแรงจูงใจภายในจากวัฒนธรรมป๊อปอาจทำได้ในสองทาง คือ ผู้ปกครองอาจสร้างความสนใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับภาษา ที่อยากให้นักเรียนทำเอง หรืออาจสังเกตจากสิ่งที่บุตรหลาน สนใจอยู่ในเวลานั้นว่ามาจากประเทศใด และฉวยโอกาสที่วัยรุ่นกำลังสนใจสนับสนุนให้เรียนภาษานั้นๆ แทนการ ดูว่ารุนแรงหรือแบ่งแยกระหว่างความบันเทิงกับวิชาความรู้ อย่างเด็ดขาด เช่นหาก อยากรู้วัยรุ่น เรียนภาษาญี่ปุ่น อาจจะเริ่มจากการ แนะนำให้ดูแอนิเมชัน อ่านการ์ตูน หรือฟังเพลงญี่ปุ่น หรือหาก บุตรหลาน ชอบวัฒนธรรมป๊อป จากญี่ปุ่นอยู่แล้วก็ควร ฉวยใช้โอกาสในจุดนี้ด้วยการ สนับสนุนให้เรียนภาษาญี่ปุ่น แทนการบังคับ ให้เรียนภาษาที่บุตรหลานไม่ได้มีความสนใจเป็นต้น

7.4 ข้อเสนอแนะสำหรับต่อยอดงานวิจัย

7.4.1 ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยจากมุมมองของผู้ชื่นชอบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น โดยไม่ได้ทำการศึกษาในมุมมองของนักศึกษาที่กำลังศึกษาวิชาภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกใน มหาวิทยาลัยว่ามีผู้ที่เรียนภาษาญี่ปุ่นจากการชื่นชอบวัฒนธรรมป๊อปมากเพียงไรและแรงจูงใจ เกิดขึ้นในลักษณะใด ทั้งยังสามารถกำหนดกลุ่มตัวอย่างชายและหญิงให้มีจำนวนเท่ากันเพื่อ วิเคราะห์ตัวแปรด้านเพศให้ชัดเจนได้อีกด้วย

7.4.2 งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยศึกษาเพียงรูปแบบของแรงจูงใจจากการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อป ญี่ปุ่นเท่านั้น ยังไม่ได้ศึกษาถึงผลสัมฤทธิ์ของแรงจูงใจที่เกิดขึ้น จึงเป็นการดีหากมีผู้สนใจ ศึกษานำไปศึกษาต่อในอนาคต

7.4.3 ศึกษาโดยใช้กลุ่มผู้ติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากประเทศญี่ปุ่นอย่างจริงจังเป็น ประชากรเพื่อหาว่ามีจำนวนผู้ติดตามวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นอย่างจริงจังแต่ไม่ศึกษาภาษาญี่ปุ่น จำนวนกี่เปอร์เซ็นต์ และมีตัวแปรใดบ้างที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ไม่ศึกษาภาษาญี่ปุ่น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กรภข ว่องวิศว์. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมกิจการฟาสต์ฟู้ดของชาว กรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

กาญจนา แก้วเทพ. การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพมหานคร: เอดิสันเพรส โปรดักส์
จำกัด, 2542.

กาญจนา แก้วเทพ. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพมหานคร : เอดิสันเพรสโปรดักส์,
2544.

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสองวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง,
2539.

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์, 2541.

ขุนทอง อินทร์ไทย. เกาะแห่งสังคมญี่ปุ่น. กรุงเทพมหานคร : สมาพันธ์, 2532.

จรรยา เหลียวตระกูล. พัฒนาการของภาพยนตร์การ์ตูนนำเข้าจากต่างประเทศ ที่ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

จาริณี จันทร์ศรี. การศึกษาพฤติกรรมการสร้างแรงจูงใจในชั้นเรียนของครูภาษาอังกฤษ ระดับ มัธยมศึกษาตอนต้นในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชามัธยมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

จุฑามาส กิรติกลีกร. รูปแบบการดำเนินชีวิตของเด็กวัยรุ่นกับการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

จุลศักดิ์ อมรเวช. ตำนานการ์ตูน. กรุงเทพมหานคร : แสงดาว, 2544.

ฉลาดชาย รมิตานนท์. อัตลักษณ์ วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลง. [ออนไลน์]. Available from : http://www.soc.cmu.ac.th/~wsc/article_wsc.html. [มีนาคม 2550]

ชุตินา ธนธรรมทัศน์. วัฒนธรรมญี่ปุ่นในการ์ตูน. ศิลปะศาสตร์บัณฑิต. สาขาวิชาญี่ปุ่นศึกษา. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

ณัฐวดี ศรีรัตตัญญู. รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ทวีศักดิ์ กอนันตกุล และคนอื่นๆ. รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2544. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ. เลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ, 2544.

ธรรมจักร อยู่โพธิ์. การศึกษาระดับความชอบ และพฤติกรรมการบริโภคหนังสือการ์ตูนของเด็กและเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ธิดารัตน์ รักประยูร. การเผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่นผ่านสื่อในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ธีรพงศ์ แก่นอินทร์. รูปแบบของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและตัวแปรบางตัวกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตร์ศึกษาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอนบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

ดารณี พานทอง และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ. ทฤษฎีการจูงใจ. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2542.

นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ. บ้านเว็อน และที่อยู่อาศัยในประวัติศาสตร์สังคมของชาวนา. วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

นิพนธ์ คุณารักษ์. การศึกษาสถานภาพ ปัญหาอุปสรรค และความเป็นไปได้ของการผลิตรายการภาพยนตร์การ์ตูนชุดทางโทรทัศน์ ของผู้ผลิตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

นียบพรรณ วรณศิริ. มานุษยวิทยาสังคมวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร :

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2540.

โนริยุกิ ชูชิกิ และพีรียา หวังโกศลกุล. กระบวนการ "JAPANIZATION" ในสังคมไทย: การบริโภคนิยมสินค้าวัฒนธรรมญี่ปุ่นและผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคชาวไทย. งานวิจัย. Graduate School of the Humanities and Social Sciences, University of the Ryukyus, 2008.

แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารของประเทศไทย พ.ศ. 2545-2549. กรุงเทพฯ :

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ.

พรชัย เสงวนเดช. การวิเคราะห์เนื้อหาด้านจริยธรรมของภาพยนตร์การ์ตูนสำหรับเด็ก ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

พรพนิต พ่วงภิญโญ. บทบาทของหนังสือการ์ตูนเรื่องแปลจากภาษาญี่ปุ่นต่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

พีระ จิรโสภณ. ปรัชญา นิเทศศาสตร์ และทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548.

เพชรรัตน์ ภัคดี. ยอดจำหน่ายการ์ตูนไทย. [ออนไลน์]. Available from : <http://www.comtoon.net>, 2547. [ค้นวาคม 2547].

มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช. ปรัชญา นิเทศศาสตร์ และทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548.

มานี. "ญี่ปุ่นเปิดตลาดแนวรบวัฒนธรรมป๊อปปรับศึกกราฟใหม่". กรุงเทพธุรกิจ, 9 มกราคม 2550, น. 6-7.

ยศ สันตสมบัติ. มนุษย์กับวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

รังสรรค์ ธาระพรพันธุ์ . ทุนวัฒนธรรม: วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก. เล่ม 2. กรุงเทพมหานคร: มติชน, 2546.

ลลิตา ยวนากร. การวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือการ์ตูนสำหรับเด็กวัยรุ่นที่แปลมาจากภาษาญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

วิภา อุดมจันทร์. สื่อมวลชนในญี่ปุ่น. กรุงเทพมหานคร : ที. พี. พริน, 2541.

- จิภารัตน์ พันธุ์ฤทธิ์คำ. อิทธิพลของวัฒนธรรมต่างประเทศที่มีต่ออัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีดนตรีญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- จิภาวี วิโรจน์พันธ์. การสร้างความหมายวัฒนธรรมวัยรุ่นในรายการปกิณกะบันเทิงทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ศิริพร ศรีเชลียง. ช่องว่างทางดิจิทัล. [ออนไลน์]. Available from : <http://human.vru.ac.th/huso/journal/2547/005.pdf>. [มกราคม 2553].
- ศิริลักษณ์ คชนิล. บทบรรยายเชิงทดสอบเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีร่างกาย ตอน 2. [ออนไลน์]. Available from : <http://midnightuniv.org/midnight2544/0009999601.html>. [ตุลาคม 2550].
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. กรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศระยะ พ.ศ. 2544-2553 ของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ, 2545.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. กรอบแนวคิด และความเป็นมาของความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศ และความรู้. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ, 2545.
- ส. คลองหลวง. 2484 ญี่ปุ่นบุกไทย. กรุงเทพฯ : วัชรินทร์การพิมพ์, 2543.
- สมคิด ปลอดโปร่ง. การศึกษาคุณค่าทางการศึกษาของภาพยนตร์ญี่ปุ่นที่ฉายทางภาพยนตร์โทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประถมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
- สมใจ ตะเกาพงษ์. ญี่ปุ่นกับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ : การขยายบทบาททาง การเมืองเพื่อรักษาผลประโยชน์ทางความมั่นคงในทศวรรษ 1970-1990. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการระหว่างประเทศและการทูต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.
- สินธุ์ สิทธิรักษ์. กำเนิดโทรทัศน์ไทย (2493-2500). กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.
- สุชา จันทร์เอม. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2542.

- สุพัฒน์ สุกมลสันต์. อิทธิพลของนิสัยในการเรียนและเจตคติต่อสัมฤทธิ์ผลในการเรียนภาษาอังกฤษ. รายงานการวิจัยประกอบการศึกษารายวิชาทฤษฎีมาตรวัด. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาวิจัยการศึกษา คุรุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534
- สโรบล วิบูลยเสข. นโยบายการบริหารราชการ และหลักการคัดเลือกคณะกรรมการเอเชียนซีรีส์ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และปฏิกิริยาตอบสนองของผู้ชมแฟนคลับ. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. วิทยาเขตชลบุรี. 2547.
- สุรพงษ์ ไตรณะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533
- สุรียา สมุทคุปต์ และพัฒนา กิติอาษา มานุษยวิทยากับโลกาภิวัตน์: รวมบทความ. นครราชสีมา: สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม, เทคโนโลยีสุรนารี, 2542
- สุวรรณมา สันคิปประภา. พฤติกรรมกรรมการอ่านและการเลือกอ่านการ์ตูนญี่ปุ่นของเด็กไทยในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ สาขาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิถียุคใหม่. กรุงเทพมหานคร. 2531.
- เสน่ห์ จามริก. จักรวรรดินิยมญี่ปุ่นปัจจุบัน. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2518.
- อภิญา เพ็ญฟูสกุล. อัตลักษณ์ (Identity): การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2543.
- อะซีโอ คุโร. "คนไทยได้ทีหนึ่งเจอเทสต์ในภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก." มติชนรายวัน, 8 มีนาคม 2548. น. 31
- อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. สื่อทัศน์กับโลกาภิวัตน์ Mediascapes and Globalization. [ออนไลน์] Available from : http://www.dpu.ac.th/ises/news/viewarticles_02.asp?id=175. [มกราคม 2553].
- อำนาจ แสงสว่าง. จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร : อักษราพิพัฒน์, 2536.
- อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2544. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ. เลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ, 2544.
- อิโรฟุมิ ไชโต้. Japankiku. [ออนไลน์] Available from : http://www.japankiku.com/inter-view/inv_saito.html. [กันยายน 2550]

- Brake, M. Comparative youth culture. Routledge : London, 1990.
- Brown, D. H. Principles of language learning and teaching, 3rd edition. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall Regents, 1994.
- Dörnyei, Z. "Motivation and motivating in the foreign language classroom." Modern Language Journal , 78,3 (1994) 273-284.
- Dörnyei, Z. and Csizér, K.: "Ten commandments for motivating language learners." Language Teaching Research 2 : (1998) : 203-229.
- Gardner, R.C. Social psychology and second language learning: The role of attitudes and motivations. London: Edward Arnold, 1985.
- Geographic.org. The 50 most widely spoken languages. [Online] Available from: <http://www.photius.com/rankings/languages2.html>. [September 2550]
- Jakobavitz, L.A. Foreign language learning: A psycholinguistic analysis of the Issues. Mass.: Newbury House, 1971.
- Klausmier, H.J. Learning and huma. abilities: Educational psychology. New York: Harper and Brothers, 1961.
- Koanantakool, T. Important internet statistics of Thailand. Bangkok: Nectec, 2007.
- Lukmani, Y. motivation to learn and language proficiency. Language Learning. 22 November, 1984 : 261-273.
- Masankay, M. "Pop culture take center stage in Japanese diplomacy". Kyodo News, 2007.
- Nakamura, I. Japanese pop industry. Stanford Japan Center, 2003 .
- Novak, T.P. and Hoffman D.L.. Bridging and digital divide: The impact of reace on computer access and internet use. project 2000, Vanderbilt University, <http://www.2000.ogsm.Vanderbilt.Edu/papers/rarc/science.html>, 1998.
- Rebecca L.O. and Shearin J. Where are we regarding language learning motivation?. The Modern Language Journal, 78, 4. 1994.
- Storey, J. "What is popular culture?" in cultural theory and popular culture: an introduction. 3rd Edition. New York : Prentice Hall, 2001.

The Japanese Foundation. Present condition of overseas Japanese language education. Tokyo: The Japanese Foundation, 2006.

Wong, S.L. and Sandra M.K. .. "The role of attitude and motivation in second language acquisition among adolescent native chinese speakers in the United States." Harvard Educational Review 66. (February, 2010) : 577-609.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก:
เนื้อหาวัฒนธรรมป๊อปที่มีการอ้างอิงในการศึกษา

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1. โดราเอมอน เรื่องของตุ๊กตาแมวที่มาจากอนาคตโดยมีกระเป๋าหน้าท้องที่บรรจุของวิเศษมากมาย



ที่มา: <http://pirun.ku.ac.th/~b5111409/cartoon.html-doraemon>

2. Berserk การ์ตูนเกี่ยวกับการต่อสู้แก้แค้นของพระเอกที่โดนหักหลังโดยคนที่เป็นทั้งเพื่อนสนิทและเจ้านายที่ตนเองรักดี



ที่มา: <http://hotfictionalguys.blogspot.com/2009/06/berserk.html>

3. เจ้าสาวซาตาน เรื่องของหญิงสาวที่มีวิญญาณของเทพธิดาวิโนัส คนรักของจอมปิศาจเดมอสที่ถูกสาปเพราะความรักต้องห้าม ทำให้เดมอสเข้ามาพัวพันกับชีวิตของเธอ



ที่มาของรูป <http://writer.dek-d.com/maiyai/blog/>

4. เซนต์เซย์ย่า เรื่องราวของเหล่านักสู้ที่ต่อสู้ในนามของเทพธิดาอาเธน่าเพื่อปกป้องโลกมนุษย์จากเหล่าเทพ



ที่มา: <http://www.nungonline.com/detail.asp?id=394>

5. นินจา นารูโตะ เด็กหนุ่มซึ่งมีวิญญาณของปีศาจ
 เก้าหางผ่นึกอยู่ในร่างและเส้นทางการต่อสู้เพื่อก้าว
 สู่อการเป็นนินจาเต็มตัว



ที่มา: http://www.thaiadpoint.com/SB/common/main.php?blog_id=2354

6. โคนัน เรื่องราวของนักสืบฮิโรริยะซึ่งต้อง
 กลายร่างเป็นเด็กเพราะเข้าไปพัวพันกับยา
 บริศนา และการหาทางเพื่อกลับสู่ร่างเดิม



ที่มา: <http://geng1603.exteen.com/20070419/entry>

7. จอมคนแดนฝัน เด็กสาวที่มาจากต่างโลกพร้อม
 คำทำนายว่าจะเป็นผู้ควบคุมโลกจากการตื่นของ
 ปีศาจแห่งท้องฟ้า



ที่มา: <http://www.sakulthai.com/webboard/Questionv.asp?GID=1097>

8. เมื่อคุณหญิงเป็นขุนนาง เรื่องราวเกี่ยวกับ
 นางเอกจอมแก่นที่สลับตัวกับน้องชายฝาแฝดเข้าไป
 ไปเป็นขุนนางในวัง



ที่มา: <http://poko.exteen.com/20070712/entry/detail.asp?id=394>

9. Magic Knight Rayearth เรื่องราวของเด็กสาว 3 คนที่ถูกเรียกตัวไปยังต่างโลกในฐานะอัศวินในตำนาน ด้วยพลังของเจ้าหญิงเอสเมลิอิตเพื่อต่อสู้กับจอมเวทย์ซากาท



ที่มา: <http://www.freewebs.com/lynnshaven/animecostumes.htm>

10. ดราก้อนบอล Z เรื่องราวของ โงกุน นักรบชาวไซย่า กับการตามหากราก้อนบอล 7 ลูก ซึ่งทำให้สามารถขอพรจากจอมเทพได้ และการต่อสู้กับเหล่าปีศาจจากนอกโลก



ที่มา: <http://autis-mann.exteen.com/20070614/entry-6>

11. คำสาปฟาโรห์ เรื่องราวของนักโบราณคดีสาวชาวอเมริกันซึ่งผลัดหลงไปยังอียิปต์โบราณด้วยคำสาปจากการไปบุกรุกสุสานของฟาโรห์ จนได้พบรักกับฟาโรห์แมมฟิต



ที่มา: <http://readyz.net/archives/cartoon>

12. หน้ากากแก้ว เรื่องราวของ คิตาจิมา มายะ นักแสดงละครเวลาสู่เส้นทางของบทนางฟ้าสีแดง



ที่มาของภาพ <http://www.tarad.com/anime-shop/>

13. กุหลาบแวร์ซายส์ เรื่องราวอิงประวัติศาสตร์
ของพระนางมารีองตัวเน็ต และออสก้าองศ์ริกษ์
หญิงผู้ถูกเลี้ยงดูอย่างบุรุษเพศ



ที่มา: <http://www.siam-shop.com/630>

14. Gensoumaden Saiyuki ตำนานบทใหม่ของ
การเดินทางเพื่อช้ญเชิญพระไตรปิฎกของพระถัง
และลูกศิษย์



ที่มา: <http://soukutsu.org/images/Manga/Saiyuki%20Gaiden%20Manga.jpg>

15. เซเลอร์มูน เรื่องราวของนักรบสาวในชุดกะลาสี
และการต่อสู้กับเหล่าร้าย



ที่มา: <http://www.2-teen.com/community/viewthread.php?tid=43304>

16. Code Geass เรื่องราวการแก้แค้นประเทศ
บ้านเกิดขององค์ชายแห่งจักรวรรดิบริทาเนียผู้
ได้รับพลังก็อัสจากแม่มดอมตะ



ที่มา: http://aoikunotaku.files.wordpress.com/2009/04/code_geass_lelouch_of_the_rebellion_r2_ost_2.jpg

17. ซีรีส์ Gundam แอนิเมชันแนวหุ่นยนต์ของบริษัทซันไรท์ ที่เริ่มต้นมาตั้งแต่ คศ . 1979 และถูกสร้างต่อเนื่องมากถึงปัจจุบันโดยแต่ละภาคมีเนื้อหาเชื่อมโยงกันเพียงเล็กน้อย



ที่มา: <http://videogames.techfresh.net/wp-content/uploads/2007/10/gundam.jpg>

19. Death Note เรื่องราวการประชันกันของเด็กหนุ่มอัจฉริยะที่ได้สมุดโน้ตของยมทูตซึ่งเขียนชื่อใครลงไปคนนั้นจะต้องตายมาไว้ในครอบครองและนักสืบอัจฉริยะผู้เติบโตมาจากบ้านพักเด็กพว้า



ที่มา: <http://stu004749.files.wordpress.com/>

18. ซีรีส์ Macross แอนิเมชันแนวหุ่นยนต์ของ studio Nue โดยเริ่มมาตั้งแต่ปี คศ . 1982 ทุกภาคจะเป็นต่อสู้อยู่ในอวกาศระหว่างเผ่าพันธุ์และการค้นพบสันติภาพโดยมีดนตรีเป็นสื่อกลาง จะมีพระนางเป็นนักร้องและนักบินขับหุ่นรบ



ที่มา: http://xklibur.cristalab.com/dibujos/anime_macross_frontier.png

20. Final Fantasy เกม RPG ของ Square Enix ที่นักเล่นเกมทุกคนรู้จักปัจจุบันมีทั้งสิ้น 13 ภาค โดยเนื้อหาของแต่ละภาคจะแตกต่างกันไปและไม่มีความเกี่ยวข้องกัน



ที่มา: http://www.freewebs.com/abda/laanime/Final_Fantasy_8_ntsc-front_us.jpg

1. X- Japan



ที่มา: <http://aspirecreation.com/th/wallpaper/w9.html>

2. L' arc en ciel



ที่มา: <http://hyde-my-love.skyrock.com/>

3. Lunasea



ที่มา: <http://thaimisc.pukpik.com/>

4. Glay



ที่มา: <http://miyajo.exteen.com/20071218/update-12012-alice-nine-an-cafe-ayabie-glay-kannivalism-kra->

19. Penicillin



ที่มา: <http://jujang.exteen.com/>

20. Alice Nine



ที่มา: <http://writer.dek-d.com/gobaba123/writer/view.php?id=5144>

21. Dir en grey



ที่มาของภาพ <http://forum.myspace.com/>

27. Tackey & Tsubasa



ที่มา: <http://takisakura.storythai.com/>

200701/

22 . Smap



ที่มา: <http://www.nangseries.com/catalog.php?idp=1293&page=6>

23. Tokio



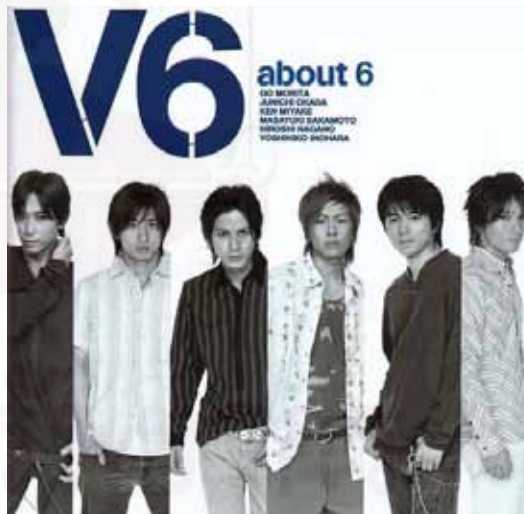
ที่มา http://minemodel.4.forumer.com/a/tokio_post332.html

24. Winds



ที่มา: http://minemodel.4.forumer.com/a/winds_post331.html

25. V6



ที่มา: <http://www.pingbook.com/dvd/view.php?id=37>

26. Kat-Tun



ที่มา: <http://www.ilovemysshopping.com/>

28. Ken Hirai



ที่มา: <http://my.opera.com/dpaint4/archive/monthly/?month=200609>

29. Hikaru Utada



ที่มา: <http://miso-korean.exteen.com/category/Japanese/page/2>

30. Mika Nakashima



ที่มา: <http://www.pingbook.com/music/album.php?id=861>



ภาคผนวก ข.

ตัวอย่างของสะสมจากบ้านของกลุ่มตัวอย่าง

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1. ชั้นหนังสือการ์ตูนฉบับภาษาไทย



2. หนังสือการ์ตูนฉบับภาษาไทย



3. หนังสือการ์ตูนฉบับภาษาไทย



4. หนังสือนิยายและหนังสือการ์ตูนฉบับภาษาญี่ปุ่น



5. หนังสือนิตยสาร และ CD นำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น



6. หนังสือนิตยสารภาษาญี่ปุ่น



7. หนังสือนิตยสารภาษาไทยญี่ปุ่น



8. หนังสือนิตยสารภาษาไทยญี่ปุ่น และหนังสือรวมภาพของศิลปิน



9. Box sets และ DVD ของศิลปินญี่ปุ่น



10. สินค้าชำร่วยเกี่ยวกับศิลปินญี่ปุ่น



11. หุ่นจำลองตัวละครในภาพยนตร์แอนิเมชัน



12. หุ่นจำลองตัวละครในภาพยนตร์แอนิเมชัน





ภาคผนวก ค.

รายละเอียดเกี่ยวกับการสอบวัดระดับภาษาญี่ปุ่น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การสอบวัดระดับความสามารถทางภาษาญี่ปุ่น (Japanese Language Proficiency Test: JLPT) (ข้อมูลจาก <http://www.jeic-bangkok.org/>)

จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวัดความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นของชาวต่างชาติผู้เรียนภาษาญี่ปุ่น การสอบภายในประเทศญี่ปุ่นจัดโดย สมาคมสนับสนุนการศึกษานานาชาติแห่งประเทศไทย (JEES) โดยจัดสอบในหลายจังหวัดที่ประเทศญี่ปุ่น ส่วนนอกประเทศญี่ปุ่นนั้น มูลนิธิญี่ปุ่น (Japan Foundation) เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดสอบ และตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นไป จะเริ่มจัดสอบในรูปแบบใหม่ โดยเปลี่ยนจาก 4 ระดับมาเป็น 5 ระดับ และจัดสอบปีละ 2 ครั้ง ในวันอาทิตย์แรกของเดือนกรกฎาคม (เฉพาะระดับ 1, 2 และ 3) และเดือนธันวาคม(ทุกระดับ)

**สถานศึกษาบางแห่งรับสมัครนักศึกษาต่างชาติในระดับปริญญาตรี และบัณฑิตวิทยาลัย โดยพิจารณาจากผลสอบวัดระดับความสามารถทางภาษาญี่ปุ่น แทนผลสอบเพื่อศึกษาต่อ ประเทศญี่ปุ่น (EJU)

การสอบรูปแบบใหม่

เป็นการวัดความสามารถทางทักษะแต่ละด้านและความสามารถด้านการสื่อสาร การสอบนี้จะวัดความสามารถในการใช้ภาษาของผู้เรียนในสถานการณ์จริง

ระดับการสอบ

เนื่องจากมีผู้กล่าวว่า ความยากของข้อสอบระดับ 3 และระดับ 2 ต่างกันมาก เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สอบ จึงได้ปรับเปลี่ยนระบบการสอบจากปัจจุบันที่มี 4 ระดับ เป็น 5 ระดับ ทั้งนี้ เพื่อไม่ให้เกิดความสับสน จึงกำหนดวิธีการเรียกระดับการสอบในรูปแบบใหม่ดังนี้ คือ N1 – N2 – N3 – N4 – N5 โดยเพิ่มตัวอักษร “N” ไว้ข้างหน้า ซึ่งมาจากคำว่า Nihongo (ภาษาญี่ปุ่น) และ New (ใหม่)

N1 ระดับที่ใกล้เคียงกับระดับ 1 ในปัจจุบัน แต่ยากกว่าเล็กน้อย

N2 ระดับที่ใกล้เคียงกับระดับ 2 ในปัจจุบัน

N3 ระดับที่อยู่ระหว่างระดับ 2 และ 3 ในปัจจุบัน

N4 ระดับที่ใกล้เคียงกับระดับ 3 ในปัจจุบัน

N5 ระดับที่ใกล้เคียงกับระดับ 4 ในปัจจุบัน

ระดับ	รายละเอียด			ความสามารถทางภาษา
	ข้อสอบ	เวลา (นาที)	คะแนน	
N1	คำศัพท์ และ ไวยากรณ์	110	60	สามารถเข้าใจภาษาญี่ปุ่นที่ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ในวงกว้างได้ (การอ่าน) – อ่านบทความ บทวิจารณ์ในหนังสือพิมพ์ที่เขียนเกี่ยวกับหัวเรื่องต่าง ๆ ในวงกว้างหรือข้อความที่เป็นแนวตลกขบขัน มีความซับซ้อน มีความเป็นนามธรรมสูง แล้วสามารถเข้าใจโครงสร้างและเนื้อหาได้ - อ่านเรื่องที่มีหัวข้อหลากหลายและมีเนื้อหาลึกซึ้งแล้วสามารถเข้าใจลำดับเนื้อเรื่องและรายละเอียดของสิ่งที่ต้องการสื่อในสำนวน (การฟัง) – ฟังบทสนทนา ข่าว การบรรยายที่มีเรื่องราวในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยมีระดับความเร็วในการพูดที่เป็นธรรมชาติ แล้วสามารถเข้าใจลำดับเนื้อเรื่อง เนื้อหา ความสัมพันธ์ของบุคคล และโครงสร้างความเป็นมาของเนื้อหาอย่างละเอียดและจับประเด็นได้
	การอ่าน		60	
	การฟัง	60	60	
	รวม	170	180	
N2	คำศัพท์ และ ไวยากรณ์	105	60	สามารถเข้าใจภาษาญี่ปุ่นที่ใช้ในสถานการณ์ชีวิตประจำวันได้ และสามารถเข้าใจภาษาญี่ปุ่นที่ใช้ในสถานการณ์ในวงกว้างได้ในระดับหนึ่ง (การอ่าน) – อ่านบทความที่มีประเด็นชัดเจนอย่างเช่น บทความในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารที่เขียนเกี่ยวกับหัวเรื่องต่าง ๆ ในวงกว้าง หรือคำอธิบายหรือบทวิจารณ์ง่าย ๆ และสามารถเข้าใจเนื้อหาของ
	การอ่าน		60	
	การฟัง	50	60	

	รวม	155	180	บทความได้ (การฟัง) – ฟังบทสนทนา ข่าว ที่มีเรื่องราวในสถานการณ์ต่าง ๆ รวมทั้งสถานการณ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันโดยมีระดับความเร็วในการพูดที่เป็น ธรรมชาติ แล้วสามารถเข้าใจลำดับเนื้อเรื่อง เนื้อหา ความสัมพันธ์ของบุคคลและจับประเด็นได้	
N3	คำศัพท์	30	60	สามารถเข้าใจภาษาญี่ปุ่นที่ใช้ในชีวิตประจำวันได้ในระดับหนึ่ง (การอ่าน) – อ่านบทความที่มีเนื้อหาเป็นรูปธรรมที่เป็นหัวเรื่องเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน แล้วสามารถเข้าใจได้ - สามารถจับใจความคร่าว ๆ ของข้อมูลที่มาจากหัวข้อข่าว เป็นต้น - หากให้ข้อความที่ใช้สำนวนอีกแบบหนึ่ง จะสามารถเข้าใจความสำคัญของข้อความที่พบเห็นในชีวิตประจำวันที่ค่อนข้างมีความยากได้ (การฟัง) - ฟังบทสนทนาที่เป็นเรื่องราวในชีวิตประจำวัน โดยมีระดับความเร็วในการพูดใกล้เคียงกับระดับธรรมชาติ แล้วสามารถพอจะเข้าใจเนื้อหาพร้อมทั้งความสัมพันธ์ของบุคคลได้	
	การอ่านและ ไวยากรณ์	70	60		
	การฟัง	40	60		
	รวม	140	180		
N4	คำศัพท์	30	120	สามารถเข้าใจพื้นฐานภาษาญี่ปุ่น	
	การอ่านและ ไวยากรณ์	60			
	การฟัง	35			60
	รวม	125			180
N5	คำศัพท์	25	120	สามารถเข้าใจพื้นฐานภาษาญี่ปุ่นได้ในระดับหนึ่ง	
	การอ่านและ ไวยากรณ์	50			
	การฟัง	30			60
	รวม	105			180

การเปลี่ยนแปลงอื่นๆ

- เพิ่มข้อสอบในส่วนของกรังฟังมากขึ้น เป็น 1 ใน 3 ของข้อสอบทั้งหมด (จากเดิม 1 ใน 4)

- จะต้องสอบผ่านทุกส่วนจึงจะถือว่าสอบผ่าน แม้ว่าได้คะแนนรวมทุกส่วนถึงเกณฑ์แต่มีส่วนใดส่วนหนึ่งได้คะแนนไม่ถึงก็ถือว่าไม่ผ่าน
- การสอบในรูปแบบใหม่จะไม่มี การนำข้อสอบมาเผยแพร่ดังที่เคยปฏิบัติมา เพื่อเป็นการรักษา ระดับมาตรฐานการทดสอบ

อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมและดาวน์โหลดตัวอย่างข้อสอบวัดระดับภาษาญี่ปุ่นระบบใหม่ได้ที่ <http://www.jlpt.jp/e/about/new-jlpt.html>

การสมัครสอบในประเทศไทย

สมัครได้ที่ สมาคมนักเรียนเก่าญี่ปุ่นฯ ประมาณช่วงเดือนเมษายน (รอบแรก) และสิงหาคม (รอบสอง) ของทุกปี <http://www.ojsat.or.th>

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ง.

แบบสอบถาม และคำถามที่ใช้ในการวิจัย

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามเรื่อง “การเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นและแรงจูงใจในการเรียน ภาษาญี่ปุ่น”

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและใช้ประโยชน์เพื่อการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น

**** อนึ่งผู้วิจัยจำเป็นต้องติดต่อไปหาท่านเพื่อขอสัมภาษณ์เพิ่มเติมหากข้อมูลของท่านเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยและทำให้การวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วน จึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านโปรดตอบคำถามให้ครบทุกข้อ แต่หากท่านไม่สะดวกที่จะให้สัมภาษณ์ท่านสามารถปิดหน้าต่างแบบสอบถามนี้ได้ทันที

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาอันมีค่าในการตอบคำถามครั้งนี้

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ หญิง ชาย
2. อายุ ปี
3. การศึกษาขั้นสูงสุด (*สำหรับผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ ให้ถือเอาระดับการศึกษาในปัจจุบัน)

<input type="checkbox"/> ประถมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	<input type="checkbox"/> มัธยมต้น	<input type="checkbox"/> มัธยมปลาย หรือ ปวช.
กว่า		
<input type="checkbox"/> อนุปริญญา หรือ ปวส.	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาโท หรือ สูงกว่า
4. ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่กับครอบครัวหรือไม่ ใช่ ไม่ใช่
5. รายได้ของครอบครัว/เดือน

<input type="checkbox"/> 30,001-50,000 บาท	<input type="checkbox"/> 90,001-110,000 บาท
<input type="checkbox"/> 50,001-70,000 บาท	<input type="checkbox"/> 110,001-130,000 บาท
<input type="checkbox"/> 70,001-90,000 บาท	<input type="checkbox"/> 130,001-150,000 บาท
<input type="checkbox"/> มากกว่า 150,000 บาท	
6. เขต/อำเภอที่ท่านอาศัยอยู่ปัจจุบัน จังหวัด.....
7. ช่องทางที่สะดวกในการติดต่อ (โปรดเลือกช่องทางที่ท่านสะดวกอย่างน้อย 1 ช่องทาง)

() E-mail

() โทรศัพท์.....

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความสนใจในวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น

8. มีความสนใจในวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นประเภทใดบ้าง (โปรดให้คะแนนตามความสนใจ)

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สนใจเลย
1. หนังสือการ์ตูน (Comic Book)					
2. ภาพยนตร์การ์ตูน (Animation)					
3. ดนตรีป๊อป (Pop Music) (ในที่นี้รวมถึงดนตรีร็อก)					
4. ละครชุดทางโทรทัศน์ (Television Drama)					
5. หนังสือนวนิยาย(Novel), รวมถึงนวนิยายทางอินเทอร์เน็ต					
6. เกมคอมพิวเตอร์ (Computer Game) (ไม่นับรวมเกมออนไลน์)					
7. อื่นๆ โปรดระบุ					

9. คุณติดตามวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นมาเป็นเวลานานเท่าใด

() น้อยกว่า 1 ปี

() 1 ปี

() 2 ปี

() 3 ปี

() 4 ปี

() 5 ปี

() มากกว่า 5 ปี

10. คุณเปิดรับเนื้อหาวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นผ่านสื่อประเภทใดบ้าง (โปรดให้คะแนนตามความมากน้อย)

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. โทรทัศน์					
2. วิทยุ					
3. หนังสือ, นิตยสาร, สิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ					
4. อินเทอร์เน็ต					
5. ผ่านสินค้าลิขสิทธิ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น VCD, DVD					
6. อื่นๆ โปรดระบุ					

11. คุณติดตามสินค้าเกี่ยวกับวัฒนธรรมป๊อปด้วยวิธีใดบ้าง (กรุณาให้คะแนนตามความมากน้อย)

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีเลย
1. ซีดี					
2. เซ้า					
3. ยืม/แลกเปลี่ยนกับเพื่อน					
4. ดาวโหลดผ่านอินเทอร์เน็ต					
5. แลกเปลี่ยนทางอินเทอร์เน็ต					
6. อื่นๆ โปรดระบุ					

12. ใน 1 เดือน คุณเสียค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการติดตาม วัฒนธรรมป๊อป เป็นจำนวนเงินประมาณเท่าใด (รวมถึงค่าใช้จ่ายในการติดตั้งอินเทอร์เน็ต ค่าแผ่น VCD DVD เปล่าในการเก็บข้อมูลสินค้า วัฒนธรรมเหล่านั้น)

- () ต่ำกว่า 1,000 บาท () 1,001-2,000 บาท
 () 2,001-3,000 บาท () 3,001-4,000 บาท
 () 4,001-5,000 บาท () มากกว่า 5,000 บาท
 () มากกว่า 10,000 บาท

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการศึกษาภาษาญี่ปุ่น

12. คุณเคยเรียนภาษาญี่ปุ่นหรือไม่

- () เคย สถานที่เรียน..... ระยะเวลา

- () ไม่เคย

13. คุณเคยสอบวัดระดับหรือไม่

- () เคย () ผ่านระดับ..... () ยังไม่ผ่านระดับ

- () ไม่เคย

14. คุณคิดว่าความสามารถในด้านภาษาญี่ปุ่นของคุณอยู่ในระดับใด (โปรดให้คะแนนตามความมากมาย)

	ดีมาก ที่สุด	ดีมาก	ปาน กลาง	ต้อง เรียน เพิ่ม	ต้อง เรียน เพิ่มอีก มาก
1. ฟัง					
2. พูด					
3. อ่าน					
4. เขียน					

15. เหตุผลใดมีส่วนทำให้คุณตัดสินใจเรียนภาษาญี่ปุ่น (โปรดให้คะแนนตามลำดับความมากน้อย)

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีเลย
1. ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนชาวญี่ปุ่น เพื่อเข้าสังคม					
2. ชอบและต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่น					
3. ต้องการทำงานในประเทศญี่ปุ่น หรืองานที่ต้องใช้ภาษาญี่ปุ่น					
4. เพื่อสามารถเข้าใจเนื้อหาของวัฒนธรรมป๊อป เช่น การ์ตูน เพลง เกมส์ จากประเทศญี่ปุ่น หรือเพื่อใช้ในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมป๊อป					
5. ต้องการใช้ชีวิตในประเทศญี่ปุ่น					
6. ครอบครัวมีความเกี่ยวข้องกับประเทศญี่ปุ่น					
7. อื่นๆ โปรดระบุ					

16. คุณใช้ภาษาญี่ปุ่นในกิจกรรมใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

17. คุณเคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นหรือไม่

() เคย จำนวนครั้ง.....

ระยะเวลาและวัตถุประสงค์

ครั้งที่

1.....

ครั้งที่

2.....

ครั้งที่

3.....

ครั้งที่

4.....

ครั้งที่

5.....

() ไม่เคย - คุณมีโครงการที่จะไปประเทศญี่ปุ่นหรือไม่

() มี โปรดระบุวัตถุประสงค์.....

() ไม่มี

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อจริง.....ชื่อเล่น.....

E-mailเบอร์โทรศัพท์.....

**** ก่อนเริ่มสัมภาษณ์อธิบายเกี่ยวกับความหมายของวัฒนธรรมป๊อปให้กลุ่มตัวอย่างฟัง**

1. คำถามเกี่ยวกับการเริ่มต้นการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อป

1.1 เปิดรับวัฒนธรรมป๊อปได้อย่างไร/ ตั้งแต่อายุเท่าไร/ วัฒนธรรมป๊อปชิ้นแรกที่เปิดรับและชอบประทับใจคืออะไรยังจำได้มั๊ย / ขอให้อธิบายเกี่ยวกับวัฒนธรรมป๊อปชิ้นนั้นๆ /บริบทสังคมของกลุ่มตัวอย่างในตอนนั้นมีความเชื่อให้กลุ่มตัวอย่างเปิดรับและรู้จักมากแค่ไหน [ยกตัวอย่างเช่น มีกลุ่มเพื่อน สังคม ครอบครัวรอบตัวยอมรับหรือเปล่า หากสินค้าบริโภคง่ายหรือเปล่า]

2. คำถามเกี่ยวกับการพัฒนาความประทับใจในวัฒนธรรมป๊อป

2.1 จากวัฒนธรรมป๊อปชิ้นแรกมาสู่วัฒนธรรมป๊อปชิ้นที่ 2 มีกระบวนการอย่างไร/ พอก้าวมาถึงชิ้นที่ 2 ทั้งชิ้นแรกหรือเปล่า/ ระหว่างชิ้นแรกกับชิ้นที่ 2 ห่างกันกี่ปี /ตอนนั้นอายุประมาณเท่าไร/ บริบทสังคมของกลุ่มตัวอย่างในตอนนั้นมีความเชื่อให้กลุ่มตัวอย่างเปิดรับและรู้จักมากแค่ไหน [ยกตัวอย่างเช่น มีกลุ่มเพื่อน สังคม ครอบครัวรอบตัวยอมรับ หรือเปล่า หากสินค้าบริโภคง่ายหรือเปล่า]

ชิ้นที่ 3 จากวัฒนธรรมป๊อปชิ้นที่ 2 มาสู่วัฒนธรรมป๊อปชิ้นที่ 3 มีกระบวนการอย่างไร/ พอก้าวมาถึงชิ้นที่ 3 ทั้งชิ้นที่ 2, 1 หรือเปล่า/ ระหว่างชิ้นที่ 2 กับชิ้นที่ 3 ห่างกันกี่ปี /ตอนนั้นอายุประมาณเท่าไร/ บริบทสังคมของกลุ่มตัวอย่างในตอนนั้นมีความเชื่อให้กลุ่มตัวอย่างเปิดรับและรู้จักมากแค่ไหน [ยกตัวอย่างเช่น มีกลุ่มเพื่อน สังคม ครอบครัวรอบตัวยอมรับ หรือเปล่า หากสินค้าบริโภคง่ายหรือเปล่า]

ชิ้นที่ 4 จากวัฒนธรรมป๊อปชิ้นที่ 3 มาสู่วัฒนธรรมป๊อปชิ้นที่ 4 มีกระบวนการอย่างไร/ พอก้าวมาถึงชิ้นที่ 4 ทั้งชิ้นที่ 3, 2, 1 หรือเปล่า/ ระหว่างชิ้นที่ 3 กับชิ้นที่ 4 ห่างกันกี่ปี /ตอนนั้นอายุประมาณเท่าไร/ บริบทสังคมของกลุ่มตัวอย่างในตอนนั้นมีความเชื่อให้กลุ่มตัวอย่างเปิดรับและรู้จักมากแค่ไหน [ยกตัวอย่างเช่น มีกลุ่มเพื่อน สังคม ครอบครัวรอบตัวยอมรับ หรือเปล่า หากสินค้าบริโภคง่ายหรือเปล่า]

ชั้นที่ 5 จากวัฒนธรรมป๊อปชั้นที่ 4 มาสู่วัฒนธรรมป๊อปชั้นที่ 5 มีกระบวนการอย่างไร / พอก้าวมาถึงชั้นที่ 5 ทิ้งชั้นที่ 4, 3, 2, 1 หรือเปล่า/ ระหว่างชั้นที่ 4 กับชั้นที่ 5 ห่างกันกี่ปี / ตอนนั้นอายุประมาณเท่าไร/ บริบทสังคมของกลุ่มตัวอย่างในตอนนั้นมีความเชื่อให้กลุ่มตัวอย่างเปิดรับและรู้จักมากแค่ไหน [ยกตัวอย่างเช่น มีกลุ่มเพื่อน สังคม ครอบครัวรอบตัวยอมรับ หรือเปล่า หากสินค้าบริโภคง่ายหรือเปล่า]

ชั้นที่ 6 จากวัฒนธรรมป๊อปชั้นที่ 5 มาสู่วัฒนธรรมป๊อปชั้นที่ 6 มีกระบวนการอย่างไร / พอก้าวมาถึงชั้นที่ 6 ทิ้งชั้นที่ 5, 4, 3, 2, 1 หรือเปล่า/ ระหว่างชั้นที่ 5 กับชั้นที่ 6 ห่างกันกี่ปี / ตอนนั้นอายุประมาณเท่าไร / บริบทสังคมของกลุ่มตัวอย่างในตอนนั้นมีความเชื่อให้กลุ่มตัวอย่างเปิดรับและรู้จักมากแค่ไหน [ยกตัวอย่างเช่น มีกลุ่มเพื่อน สังคม ครอบครัวรอบตัวยอมรับ หรือเปล่า หากสินค้าบริโภคง่ายหรือเปล่า]

4. คำถามเกี่ยวกับผลจากการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นต่อ “ญี่ปุ่น”

4.1 จากการเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปมากๆ มีผลต่อความรู้สึกกับคำว่าญี่ปุ่น ยังไงบ้าง/ มองประเทศญี่ปุ่นแตกต่างจากคนรอบตัวหรือเปล่า?

4.2 ความรู้สึกต่อคำว่า “ญี่ปุ่น” เปลี่ยนไปแค่ไหน ถ้าเทียบกับตอนที่ ยังไม่ได้ชอบวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น

5. คำถามเกี่ยวกับแรงบันดาลใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่น

5.1 เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ตัดสินใจไปเรียนภาษาญี่ปุ่น / เหตุผลอื่นๆ / ขอให้เล่าลึกลับเกี่ยวกับลำดับการเรียนภาษาญี่ปุ่น / เลือกที่เรียนอย่างไร / ไปเรียนคนเดียวหรือไปเรียนกับกลุ่มเพื่อน / การสนับสนุนของครอบครัว

5.2 พอเรียนภาษาญี่ปุ่นแล้วเข้าใจ วัฒนธรรมป๊อปมากขึ้นด้วยมั๊ย/ แตกต่างจากคนที่ไม่รู้ภาษาญี่ปุ่นหรือเปล่าเพราะสื่อเหล่านี้ก็มีแปลเป็นภาษาไทย

5.3 คุณใช้ภาษาญี่ปุ่นกับกิจกรรมอะไรในชีวิตประจำวันบ้าง

5.4 การรู้ภาษาญี่ปุ่นมีส่วนช่วยเสริมให้เปิดรับและทำกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับวัฒนธรรมป๊อปมากขึ้นด้วย หรือเปล่า [อ่านหนังสือการ์ตูนต้นฉบับภาษาญี่ปุ่น แปลเพลง แปลซับไตเติ้ล ดูการ์ตูนเสียงญี่ปุ่น]

6. คำถามเกี่ยวกับความต่อเนื่องในการเรียนภาษาญี่ปุ่น

6.1 ยังเรียนภาษาญี่ปุ่นอยู่หรือไม่/ ถ้าไม่เลิกเพราะ/ ถ้าเรียนอยู่จะเรียนถึงจุดไหน/ พอใจกับความรู้ภาษาญี่ปุ่นของตัวเองตอนนี้หรือไม่ / แล้วคิดจะกลับมาเรียนอีกหรือเปล่า

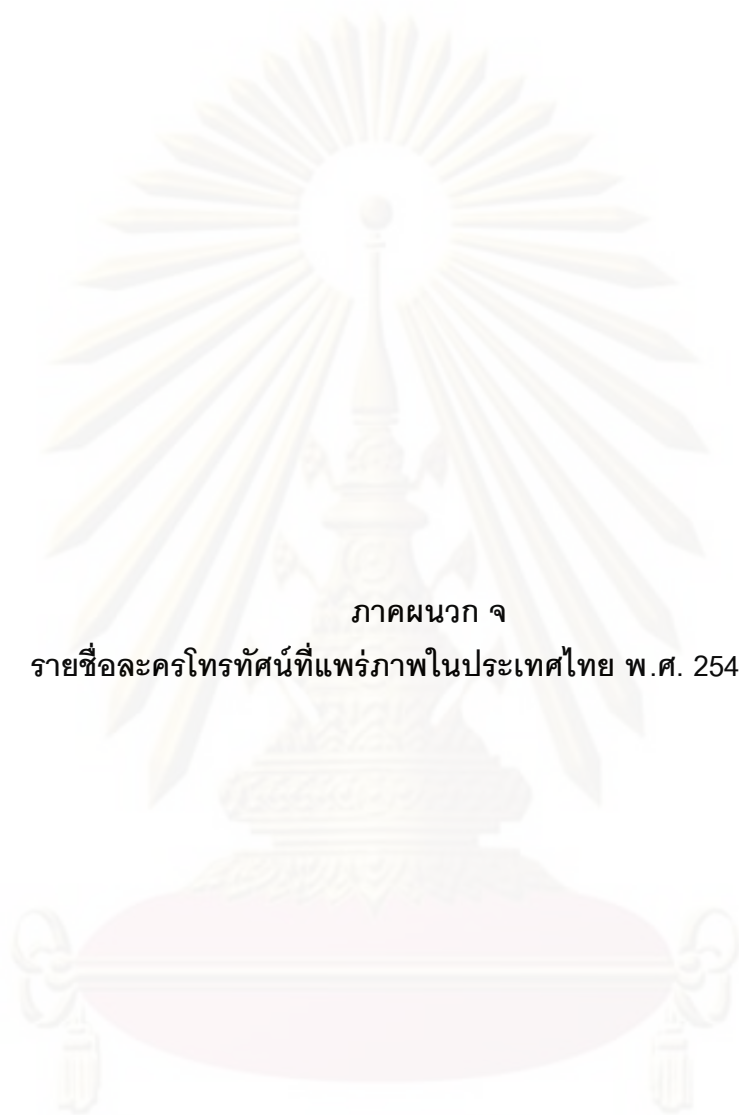
7. คำถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง

7.1 คุณคิดว่านอกจากความสามารถในด้านภาษาคือ อ่านออก สื่อสารเข้าใจแล้ว แล้วการเรียนภาษาญี่ปุ่นให้อะไรกับชีวิตของคุณบ้าง

7.2 คิดบ้างหรือเปล่าว่าซักวันจะไปอาศัยอยู่ในญี่ปุ่น ทำงาน เรียน หรือแต่งงานกับคนญี่ปุ่น



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก จ

รายชื่อละครโทรทัศน์ที่แพร่ภาพในประเทศไทย พ.ศ. 2543-2550

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางแสดงรายชื่อละครชุดจากประเทศญี่ปุ่นที่แพร่ภาพในประเทศไทยระหว่างปี 2543 ถึง 2550

ลำดับ	ชื่อเรื่องต้นฉบับ	ชื่อเรื่องไทยที่ฉายในประเทศไทย	ช่องที่ฉาย	นักแสดงนำฝ่ายชาย	นักแสดงนำฝ่ายหญิง
1	To Heart	พลังรัก	CH 5	Tsuyoshi Domoto	Kyoko Fukada
2	Attack No.1	ยอดหญิงสิงห์วอลเลย์	CH 7	Shyunsuke Nakamura	Aya Ueto
3	Bewitched in Tokyo	แม่มดเจ้าเสน่ห์	CH 7	Taizo Harada	Ryoko Yonekura
4	Big Wing	ได้ปีกฝัน	CH 7	Takashi Kashiwabara	Yuki Uchida
5	First Love	รักแรก	CH 7	Atsuro Watabe	Kyoko Fukada
6	Gokusen	ลูกสาวเจ้าพ่อขอเป็นครู	CH 7	n/a	Yukie Nakama
7	Gokusen 2	ลูกสาวเจ้าพ่อขอเป็นครู 2 คูมิโกะ ขอรืเทิร์น	CH 7	n/a	Yukie Nakama
8	Haru and Natsu	ฮารุกับนัตสึ...ความทรงจำสองหัวใจ	CH 7	n/a	Ryoko Yonekura , Yukie Nakama
9	Happy Prince (The)	เพลงรัก เพลงชีวิต	CH 7	Masahiro Motoki	Miho Kanno
10	HOTMAN	สุภาพบุรุษสุดฮอต	CH 7	Takeshi Sorimachi	Akiko Yada
11	Marriage at Twenty	ล้นรัก...ให้หลังลือค	CH 7	Oshio Manabu	Yuka
12	Meny Christmas in Summer	อุ่นหัวใจด้วยไอรัก	CH 7	Yutaka Takenouchi	Miki Nakatani
13	Minami's Girlfriend	รักหมดใจ..ทรมานวัยตัวจิ๋ว	CH 7	Kazunari Ninomiya	Kyoko Fukada
14	My Darling Little Witch	คุณนักรักลับอำง	CH 7	Hideaki Ito	Ryoko Shinohara
15	S.O.S. Strawberry on the Shortcake	รหัสรักรสตรอเบอร์รี่	CH 7	Hideaki Takizawa	Kyoko Fukada

ตารางแสดงรายชื่อละครชุดจากประเทศญี่ปุ่นที่แพร่ภาพในประเทศไทยระหว่างปี 2543 ถึง 2550 (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อเรื่องต้นฉบับ	ชื่อเรื่องไทยที่ฉายในไทย	ช่องที่ฉาย	นักแสดงนำฝ่ายชาย	นักแสดงนำฝ่ายหญิง
16	Old Boyfriend [An]	กลับมารักฉันอีกสักครั้ง	CH 7	Takao Osawa	Norika Fujiwara
17	With the Light	ดวงใจแม่	CH 7	n/a	Ryoko Shinohara
18	China's Last Princess	พลังรักสองแผ่นดิน	CH 9	Yutaka Takenouchi	Takako Tokiwa
19	Always the Two of Us	รักล้นใจ	TITV	Kenji Sakaguchi	Takako Matsu
20	Anchor Woman	นักข่าวสาวเหล็ก	TITV	Hideaki Takizawa	Honami Suzuki
21	Animal Doctor	ยุ่งชะมัด...เป็นสัตวแพทย์	TITV	Yu Yoshizawa	Emi Wakui
22	Antique	สามหนุ่ม...ขนมหวานกับร้านเก่า	TITV	Takizawa Hideaki	Koyuki
23	Artificial Beauty	ขอสวย สักครั้ง	TITV	Kippeishiina	Ryoko Yonekura
24	Be Nice to People	ไม่ได้ล้อเล่น...เป็นพ่อแล้วนะ	TITV	Shingo Katori	Mitsuru Matsuoka
25	Beach Boys	ร้อนนักต้องพักร้อน	TITV	Takahashi Sorimachi	Yutaka Takenouchi
26	Beauty or the Beast	เก่งนัก รักชะเลย	TITV	Fukuyama Masaharu	Matsushima Nanako
27	Brand	กว่าจะถึงวันนั้น	TITV	Somegorou Ichikawa	Miki Imai
28	Brother Beat	สามหนุ่มใส่ใจเดียวกัน	TITV	Tetsuji Tamayama	Ryoko Kuninaka
29	Crying out Love, at the Center of the World	อยากถูกรัก บอกรัก...ให้ทั้งโลก	TITV	Yamada Takayuki	Ayase Haruka
30	Daddy	สี่สาววุ่น...จูนใจพ่อ	TITV	Masakazu Tamura	n/a
31	Double Score	มือปราบป่วนยกกำลังสอง	TITV	Takashi Sorimachi	n/a
32	Dragon Sakura	นายซ่า ทำเด็กแนว	TITV	Hiroshi Abe	Kyoko Hasegawa

ตารางแสดงรายชื่อละครชุดจากประเทศญี่ปุ่นที่แพร่ภาพในประเทศไทยระหว่างปี 2543 ถึง 2550 (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อเรื่องต้นฉบับ	ชื่อเรื่องไทยที่ฉายในไทย	ช่องที่ฉาย	นักแสดงนำฝ่ายชาย	นักแสดงนำฝ่ายหญิง
33	Engine	ชิงสุกใจเดิมไฟฝัน	TITV	Takuya Kimura	Tomomi Mizukoshi
34	Fighting Girl	สาวสู้คู่สาวเฮี้ยว	TITV	n/a	Kyoko Fukada
35	Give Me Your Love	ขอเพียงรัก	TITV	Hideaki Ito	Miho Kanno
36	Golden Bowl	รักนี้มีสไตรค์	TITV	Takeshi Kaneshiro	Hitomi Kuroki
37	Good Luck!!	ก๊วนลัด	TITV	Takuya Kimura	Kou Shibasaki
38	Great Teacher Onizuka (GTO)	ครูซ่าส์ ปราบขบใจ	TITV	Takashi Sorimachi	Nanako Matsushima
39	Hero	ผมฮีโร่ในละคร	TITV	Takuya Kimura	Takako Matsu
40	Imagine	เพราะเราเข้าใจกัน	TITV	Shunsuke Nakamura	Kyoko Fukada
41	Inanimate World / Ice World	ย้อนรอยรัก	TITV	Yutaka Takenouchi	Nanako Matsushima
42	Long Love Letter	มหัศจรรย์ (รัก) ทะลุมิติ	TITV	Yosuke Kubozuka	Takako Tokiwa
43	Long Vacation	คู่รักชชะเลย	TITV	Takuya Kimura	Tomoko Yamaguchi
44	Love 2000	ปฏิบัตการรัก ปี 2000	TITV	Takeshi Kaneshiro	Miho Nakayama
45	Love Complex	สายลับสองหน้า	TITV	Toshiaki Karasawa	Yoshino Kimura
46	Love Generation	รักนี้เพื่อเธอ	TITV	Takuya Kimura	Takako Matsu
47	Love Revolution	พลิกโลก...ลิขิตรัก	TITV	Fujiki Naohito	Esumi Makiko
48	My Husband II / Mukodono 2003	ซูเปอร์สตาร์ถามหารัก(อีกครั้ง)	TITV	Tomoya Nagase	Noriko Sakai

ตารางแสดงรายชื่อละครชุดจากประเทศญี่ปุ่นที่แพร่ภาพในประเทศไทยระหว่างปี 2543 ถึง 2550 (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อเรื่องต้นฉบับ	ชื่อเรื่องไทยที่ฉายในไทย	ช่องที่ฉาย	นักแสดงนำฝ่ายชาย	นักแสดงนำฝ่ายหญิง
49	My Husband	ซูเปอร์สตาร์ ทามหารัก	TITV	Tomoya Nagase	Yuko Takeuchi
50	My Madonna	สวดย เขี้ยว ซ่า นางฟ้าของผม	TITV	Hideaki Takizawa	Kyoko Hasegawa
51	Nobuta wo Produce	ปฏิบัติการ...โนบุดะ (เปลี่ยนเธอให้สวยปัง)	TITV	Tomohisa Yamashita	Maki Horikita
52	Nurseman	เป็น..สุดๆ บุรุษพยาบาล	TITV	Matsuoka Masahiro	Abe Natsumia
53	Nurseman 2	เป็น..สุดๆ บุรุษพยาบาล ภาค 2	TITV	Masahiro Matsuoka	Karina
54	Orange Days	เธอฉัน กับ วันฟ้าใส	TITV	Satoshi Tsumabuki	Kou Shibasaki
55	Power of Love	คลิกรัก นักโฆษณา	TITV	Shinichi Tsutsumi	Eri Fukatsu
56	Precious Time	อยู่เพื่อรัก	TITV	Takeshi Kaneshiro	Kyoko Fukada
57	Pride	เกม รัก และศักดิ์ศรี	TITV	Takuya Kimura	Yuko Takeuchi
58	Queen of Lunchtime Cuisine [The]	สูตรรัก ข้าวห่อไข่	TITV	Yosuke Eguchi	Yuko Takeuchi
59	Remote	จู่ๆ หนูก็เป็นสายลับ	TITV	Koichi Domoto	เคียวโกะ ฟูกาดะ
60	Ring	ปมปริศนา	TITV	Toshiro Yanagiba	Tomoya Nagase
61	Searchin' for My Polestar	ร้อยฝัน พันดาว ชาวธนู	TITV	Hideaki Ito	Koyuki
62	Shomuni / Power Office Ladies	รวมพลังสาวซ่าส์	TITV	n/a	Makiko Esumi
63	Shomuni Final	รวมพลังสาวซ่าส์ ภาคสุดท้าย	TITV	n/a	Makiko Esumi
64	Shotgun Marriage	แต่งงานกันเถอะ...นะ	TITV	Yutaka Takenouchi	Ryoko Hirose
65	Slow Dance	รักจังหวะสโลว์	TITV	Satoshi Tsumabushi	เอริ ฟูกาซึ

ตารางแสดงรายชื่อละครชุดจากประเทศญี่ปุ่นที่แพร่ภาพในประเทศไทยระหว่างปี 2543 ถึง 2550 (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อเรื่องต้นฉบับ	ชื่อเรื่องไทยที่ฉายในไทย	ช่องที่ฉาย	นักแสดงนำฝ่ายชาย	นักแสดงนำฝ่ายหญิง
66	Sunday Best	จุดนัดฝัน	TITV	Mitsuhiro Oikawa	Asaka Seto
67	Sun Shines Forever	ตะวันไม่ลับฟ้า	TITV	Hideaki Takizawa	Yasuko Matsuyuki
68	Sweet Daddy	คุณพ่อที่รัก	TITV	Sanma Akashiya	n/a
69	Trainman	เขตรักหนุ่มรถไฟ	TITV	Atsushi Ito	Misaki Ito
70	Twist of Fate	อุบัติรัก	TITV	Fukuyama Masaharu	Tokiwa Takako
71	Water Boys 2	แก๊งใสหัวใจ H2O	TITV	Hayato Ichihara	Satomi Ishihara
72	With Love	สี่รักออนไลน์	TITV	Yutaka Takenouchi	Misato Tanaka
73	Yamato Nadeshiko	รอย...เท่ เก๋กว่านี้มีอีกมัย	TITV	Shinichi Tsutsumi	Nanako Matsushima
74	You're My Pet	โมไม่ที่รัก	TITV	Matsumoto Jun	Koyuki

ประวัติผู้เขียน

นางสาวณัฐธิดา วัฒนพานิช เกิดวันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2525 ที่กรุงเทพมหานคร เริ่มงานแปลหนังสือการ์ตูนภาษาญี่ปุ่นครั้งแรกระหว่างเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่บริษัทสยามอินเตอร์คอมิกส์ สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี มานุษยศาสตรบัณฑิต วิชาเอกสื่อมวลชน วิชาโทภาษาญี่ปุ่น คณะมานุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เมื่อปีการศึกษา 2546 หลังจากนั้นจึงไปศึกษาด้านสังคมวัฒนธรรมญี่ปุ่น (Bunka Shakai) ที่มหาวิทยาลัย Aoyama Gakuin โตเกียว ประเทศญี่ปุ่น เป็นเวลา 2 ปี และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญา นิเทศศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2549 ระหว่างเรียนปริญญาโทได้ทำงาน แปลหนังสือการ์ตูนและหนังสือนิยายจากประเทศญี่ปุ่นควบคู่กับงานด้านการติดต่อนำเข้าลิขสิทธิ์หนังสือการ์ตูนและภาพยนตร์แอนิเมชันให้กับหลายบริษัทในฐานะ ฟรีแลนซ์ หลังจากปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นมาได้ไปศึกษาภาษาอังกฤษเพิ่มเติมที่ The University of Washington เมือง Seattle รัฐวอชิงตัน ประเทศสหรัฐอเมริกา

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย