

การเรียนรู้วัฒนธรรมสมัยนิยมของญี่ปุ่น ผ่านอนิเมชันและมังงะของนักศึกษาுகเจเนอเรชัน Z คณะศิลปศาสตร์ หลักสูตรสาขาภาษาญี่ปุ่นธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

สุริรัตน์ เรืองประยูร
ปริญญ์ ธันวานนท์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์วิจัยเพื่อ (1) ศึกษาการเรียนรู้วัฒนธรรมสมัยนิยมของญี่ปุ่นผ่านสื่อประเภทอนิเมชันและมังงะ และ (2) ศึกษาประเภทของสื่อที่วัยรุ่นไทยในยุคเจเนอเรชัน Z ให้ความสนใจ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ หลักสูตรภาษาญี่ปุ่นธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ชั้นปีที่ 1-4 จำนวน 104 คน เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่น 0.95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า (1) วัฒนธรรมสมัยนิยมด้านต่างๆ ของประเทศญี่ปุ่นที่นักศึกษาுகเจเนอเรชัน Z ได้เรียนรู้ผ่านสื่ออนิเมชันและมังงะโดยมากเป็นวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Non-material Culture) เช่น ค่านิยม ความเชื่อ แนวคิด แบบแผนการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมทางสังคมต่างๆ ที่ปรากฏผ่านตัวละครหลากหลายรูปแบบ (2) นักศึกษาส่วนใหญ่มีความสนใจอนิเมชันและมังงะแนววัยรุ่นชาย (少年) มากที่สุด และรองลงมาคือแนวสำหรับเด็ก (子ども向け) ซึ่งอนิเมชันและมังงะเหล่านั้นถือกำเนิดตั้งแต่ยุคเจเนอเรชัน Y (ปี พ.ศ. 2523-2540) และยังคงได้รับความนิยมต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน

คำ

สำคัญ

เจเนอเรชัน Z, วัฒนธรรมสมัยนิยม, อนิเมชัน, มังงะ

Learning Japanese popular cultures from animation and Manga of Generation Z: the university students of Japanese Business Course, Dhurakij Pundit University

Sureerat Ruangprayoon
Patiyoot Thunwanont

Abstract

The objectives of studying popular Japanese cultures regarding animation, manga and types of communication which Thai teenagers who grow up in generation Z is interested. There are 104 students who study in year 1-4 of a Japanese Business course at Dhurakij Pandit University in Thailand were used to be population for the studying. The studying's tool is 5 rating scale questionnaire and 0.95 of validity. There is using statistics such as mean and standard deviation (SD). Regarding to the studying, The Z generation students learn the Japanese cultures from animation and manga, which is a non-material culture such as value, belief, concept, lifestyle and behavior that showed on main characters. The most of student who interested in animation and manga usually pay attention on boy teenager and child style. They have created in Y generation since 1980 and paid attention until now.

Key words

Z generation,
Culture, Animation,
Manga

1. บทนำ

ปี พ.ศ. 2550 บริษัท APPLE ของสตีฟ จ๊อบ ได้สรรสร้างสมาร์ตโฟนนามว่า iPhone ออกมาให้โลกได้รู้จัก นับแต่นั้นเป็นต้นมานวัตกรรมที่เรียกว่าโทรศัพท์ก็เปลี่ยนถูกเพิ่มบทบาทจากเดิมแค่เครื่องมือสื่อสารไปเป็นเครื่องมือในการสืบค้นหาข้อมูลที่ถูกติดกับชีวิตประจำวันของคนในสังคมอย่างขาดเสียไม่ได้ ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกันกับเหล่าผู้คนที่ถูกเรียกว่าเจเนอเรชัน Z ที่เกิดและเติบโตขึ้นมาในช่วงปี พ.ศ. 2540 ได้เริ่มดำเนินชีวิตเข้าสู่ช่วงวัยรุ่นพอดี พฤติกรรมการเรียนรู้ของเหล่าวัยรุ่นหรือนักศึกษาก็ได้กระโดดเข้าสู่ยุคที่ท่วมทับไปด้วยปริมาณข้อมูลและสิ่งเร้าต่างๆ แบบเท่าทวีคูณ

วัฒนธรรมสมัยนิยม (Popular Culture) หรือวัฒนธรรมประชานิยม หมายถึงวัฒนธรรมที่อยู่ได้รับความสนใจจากคนจำนวนมากและอยู่ล้อมรอบตัวเราตลอดเวลานั้นก็ถูกกระแสแห่งการเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากการวิวัฒน์ของโทรศัพท์มือถือถือเอาเข้ามาใส่จนมีเอกลักษณ์แปรเปลี่ยนตามไปด้วยโดยปริยาย จากเดิมที่วัฒนธรรมสมัยนิยมจะคงอยู่ในรูปแบบเดิมและค่อยๆ ปรับเปลี่ยนไปสู่รูปแบบอื่นโดยใช้เวลามากพอสมควร กลายเป็นว่าระยะเวลาในการเปลี่ยนแปลงนั้นหดสั้นลงอย่างมาก ลักษณะเด่นของวัฒนธรรมสมัยนิยมในปัจจุบันจึงมีความยืดหยุ่นสูงเกิดขึ้นและเปลี่ยนผ่านอย่างรวดเร็ว

การเข้าถึงการ์ตูนอนิเมชันและหนังสือการ์ตูนหรือมังงะซึ่งเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมของญี่ปุ่นที่ยังรากลึกอยู่ในบริบทสังคมไทยมาอย่างยาวนานของนักศึกษาไทยในยุคเจเนอเรชัน Z นั้นก็ได้เปลี่ยนจากการเข้าถึงด้วยสื่อโทรทัศน์ไปสู่ระบบออนไลน์ด้วยโทรศัพท์และแท็บเล็ตมาก

อย่างก้าวกระโดดจนแทบเรียกได้ว่าปัจจุบันวัยรุ่นที่นิยมการอ่านมังงะน้อยคนนักที่จะยอมเสียเงินซื้อในรูปแบบของสิ่งพิมพ์หรือผู้ที่ชอบดูอนิเมชันก็แทบไม่ได้เปิดโทรทัศน์อีกต่อไป เนื่องจากสามารถเข้าถึงแทบทุกเรื่องด้วยการออนไลน์นั่นเอง คณะผู้วิจัยจึงเห็นว่าเป็นประเด็นที่น่าหยาบยกมาทำการศึกษานักศึกษาไทยในยุคที่มีปริมาณแหล่งข้อมูลอันมหาศาลและมีวัฒนธรรมสมัยนิยมเกิดใหม่อยู่ตลอดเวลาเช่นนี้นอกจากจะเสพสื่ออย่างอนิเมชันและมังงะเพื่อความบันเทิงแล้วนั้นยังเกิดการเรียนรู้วัฒนธรรมต่างๆ ไปในทิศทางใดบ้าง

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 Generation Z (คนยุคดิจิทัล)

วิทยา ชีวรุโณทัย (2555) คนยุคดิจิทัลเป็นกลุ่มคนที่เกิดในปี พ.ศ. 2537 - 2554 คนยุคนี้เกิดมาพร้อมกับการมีเทคโนโลยีที่ได้รับการพัฒนาแล้วอย่างจริงจัง โดยการเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อก (Analog) ไปสู่ระบบดิจิทัล (Digital) ทำให้สิ่งต่างๆ นั้นเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การพัฒนาของเทคโนโลยีนั้นส่งผลทำให้คนยุคดิจิทัลมีช่องทางในการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปจากยุคก่อน นั่นคือการสื่อสารกันผ่านโลกออนไลน์ และนอกจากการสื่อสารแล้ว วิธีการเรียนรู้ก็ได้เปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน โดยการเรียนรู้เป็นแบบเปิดกว้างที่มีการแบ่งปันข้อมูล ความรู้ การให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำ เนื่องจากการสื่อสารโดยผ่านระบบเครือข่ายซึ่งไม่จำเป็นที่จะต้องเห็นหน้ากัน

วรรณพงษ์ เตรียมโพธิ์ และอาทร นกแก้ว (2557) สาเหตุที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในคนยุคดิจิทัลนอกจากเรื่องเทคโนโลยีแล้ว ครอบครัวก็เป็นอีกส่วนที่เป็นปัจจัยสำคัญเพราะครอบครัว

ได้รับผลกระทบมาจากการพัฒนาของเทคโนโลยี ทำให้พ่อแม่ ที่เกิดยุคเทคโนโลยีแบบอนาล็อก (Generation X) และยุคเทคโนโลยี (Generation Y) นั้นต้องออกไปทำงานนอกบ้านเป็นส่วน ใหญ่ทำให้ไม่มีเวลาให้กับลูกที่เป็นคนยุคดิจิทัล (Generation Z)

2.2 แนวคิดวัฒนธรรมสมัยนิยม (Popular Culture)

คำว่า “Popular Culture” มีการใช้คำ เรียกในภาษาไทยหลายแบบ เช่น วัฒนธรรมสมัย นิยม วัฒนธรรมประชานิยม ซึ่งไม่ว่าจะใช้คำใด ก็ตาม การพิจารณาว่าสิ่งๆ นั้นเป็นความนิยมของ ผู้คนในยุคสมัยหรือเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมหรือไม่ นั้น อาจพิจารณาได้จากเกณฑ์ทั้ง 4 ประการ ได้แก่

- (1) เป็นสิ่งที่ชื่นชอบหรือยอมรับโดยผู้คน จำนวนมาก
- (2) เป็นสิ่งที่ถูกมองว่าต่ำชั้นและไร้คุณค่า หรือรสนิยมทางศิลปะ
- (3) เป็นสิ่งที่ออกมาหรือสร้างขึ้นเพื่อ ใคนจำนวนมากชื่นชอบ เพื่อประโยชน์ทางการค้า และบริโภคนิยม
- (4) เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นโดยผู้คนเพื่อพวกเขาเอง

Storey John (2006) ได้จัดหมวดหมู่ ความหมายของวัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นกลุ่มๆ หลายกลุ่ม แต่เมื่อกล่าวโดยสรุปแล้วจะหมายถึง วัฒนธรรมอะไรก็ตามที่เป็นที่ยอมรับและชื่นชอบของคนจำนวนมาก ที่มีแหล่งกำเนิดมาจาก ประชาชน เป็นวัฒนธรรมขนานแท้และดั้งเดิมของ ประชาชนหรือชาวบ้านร้านตลาดทั่วไป นั่นก็คือ วัฒนธรรมประชาชน เช่น ละครโทรทัศน์น้ำเน่า รวมไปถึงเป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากการต่อสู้ต่อรอง

ช่วงชิงทางอุดมการณ์และผลประโยชน์ของคน ส่วนใหญ่ในสังคม เช่น การเรียกร้องสิทธิของกลุ่ม “หญิงรักหญิง และ ชายรักชาย” โดยได้รับอิทธิพล ของสื่อมวลชนและการคมนาคมสื่อสารของโลก สมัยใหม่ที่มีบทบาทสำคัญในการก่อรูปส่งเสริมให้ วัฒนธรรมแข็งแกร่งขึ้น และเป็นเสมือนกระแส ที่ไม่มีรูปแต่สัมผัสได้ บริโภคได้ และใช้อยู่ในชีวิต ประจำวัน

วัฒนธรรมสมัยนิยมจะปรากฏอยู่ทั่วไป ในหลายรูปแบบ ได้แก่ วัตถุสิ่งของ เช่น เสื้อสาย เตี่ยว กล้องดิจิทัล เคสโทรศัพท์ เครื่องเล่นเกม รายการโทรทัศน์ เพลง นิยายที่ได้รับความนิยม พฤติกรรม เช่น การเดินโคเวอร์ การสัก การเจาะ เล่นเกมออนไลน์ กระแสความนิยม เช่น แอโรบิก อินดี้ นวัตกรรมเทคโนโลยี เหตุการณ์ เช่น การ ก่อการร้าย ส่วยตำรวจ บุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น นักการเมือง นักกีฬา นักแสดง

2.3 ลักษณะสำคัญหรือเนื้อหาของ วัฒนธรรมสมัยนิยม

(1) เป็นวัฒนธรรมแห่งความเป็นไปได้ (anything goes) มีการเกิดขึ้นเปลี่ยนแปลง และ เสื่อมสูญไปตามกระแสนิยมของคนในสังคมและ กาลเวลา

(2) เป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับชีวิต ประจำวัน (ordinary/common culture in the realm of everyday life) เป็นเรื่องธรรมดาใน การดำรงชีวิตของมนุษย์ เป็นที่น่าสังเกตว่าชีวิต ประจำวัน เป็นคำที่เต็มไปด้วยความขัดแย้งในตัวเอง เพราะเป็นคำที่เข้าใจง่ายเหมือนสิ่งต่างๆ ที่อยู่ ครอบรอบตัวเองของแต่ละคน ชีวิตประจำวันเป็นสิ่งที่ เคลื่อนไหวไปมา

(3) เป็นวัฒนธรรมแห่งวัยรุ่น (culture of the youth) วัฒนธรรมสมัยนิยมอาจมีผลกระทบหรือเป็นที่ชื่นชอบโดยผู้คนทุกเพศทุกวัยทุกชนชั้นในสังคม แต่วัฒนธรรมสมัยนิยมส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของคนหนุ่มสาว โดยเฉพาะวัยรุ่นและวัยทำงานคนกลุ่มนี้มีกำลังผลิต กำลังซื้อ กำลังบริโภค และกำลังในการติดตามแสวงหาความสนุกสนานรื่นรมย์ของชีวิตที่ได้จากกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมรูปแบบต่างๆ (sucheep.kar ,2552)

(4) เป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางโลก (culture of the mundane) เป็นเป้าหมายและเป็นเครื่องมือในการผลิตและการบริโภคสื่อ วัฒนธรรมสมัยนิยมทุกรูปแบบ จึงเกี่ยวข้องกับการกำไรของธุรกิจการค้า เงินตรา อำนาจและค่านิยมทางสังคม เพราะเป็นความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตมนุษย์

(5) เป็นวัฒนธรรมพันธุ์ผสม (hybrid culture) วัฒนธรรมสมัยนิยมเกิดขึ้นจากหลายแหล่งที่มา และเกิดจากการดัดแปลงหรือรวมเอาองค์ประกอบปลีกย่อยจากทั้งในและนอกวัฒนธรรมขึ้นมาแล้วนำเสนอเพื่อสร้างกระแสการยอมรับและตอบสนองรูปแบบต่างๆ จากสังคมโดยการผสมผสาน ดัดแปลง หรือผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในลักษณะที่อยู่นอกเหนือความคาดหมาย

(6) เป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากรวมกันเข้าของการแยกส่วนและแตกตัว (fragmented culture) ไม่อาจมองโดยการเน้นการทำความเข้าใจภาพรวม เนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์ในขอบเขตที่ชัดเจนได้

(7) วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมแห่งการบริโภค (consumers' culture) หรือเป็นวัฒนธรรมตลาดซึ่งถูกผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรมในปริมาณมากและกระจายผลผลิตออกไปสู่กลุ่มผู้บริโภคในวงกว้าง เพื่อที่จะสร้างกระแสในการบริโภคให้เกิดขึ้นในสังคม

(8) เป็นผลผลิตของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร หรือวัฒนธรรมที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชน (mass media-saturated culture) วัฒนธรรมสมัยนิยมจำนวนมากจึงเป็นความจริงที่เกิดจากการนำเสนอโดยสื่อมวลชน (สุมน อยู่สิน ,2555).

(9) วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นเรื่องของแฟชั่นและกระแสความนิยม (culture of fashion and popular trend) วัฒนธรรมสมัยนิยมจึงเกิดเร็ว ได้รับความนิยมเร็ว รวมทั้งหายไปเร็ว เพราะถูกแทนที่ด้วยกระแสอื่นที่ใหม่กว่า และเร้าความสนใจของผู้คนได้มากกว่า

(10) วัฒนธรรมนิยมเป็นเรื่องของการสร้าง ค้นหา ต่อรอง และผลิตซ้ำตัวตนหรืออัตลักษณ์ (battles of cultural identities/selves) ผู้คนในกระแสนิยมอยู่เพื่อค้นหา เลือก ต่อรอง และหรือปฏิเสธสังกัดของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นสไตล์ชีวิตกลุ่มเพื่อน ครอบครัว ที่ทำงาน ชุมชน

ธารา จันทรอนุ (2551) ให้ความหมายคำว่า มังงะ (Manga) แปลตรงตัวว่า “ภาพตามอารมณ์” ถูกใช้อย่างกว้างขวางเป็นครั้งแรกหลังจากจิตรกรอูกิโยเอะชื่อ โฮกุไซ ตีพิมพ์หนังสือชื่อ “โฮคุไซมังงะ” ในคริสต์ศตวรรษที่ 19 อย่างไรก็ตามนักประวัติศาสตร์บางกลุ่มเห็นว่า “มังงะ” อาจมีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่านั้น โดยมีหลักฐานคือภาพกิกะ (แปลตรงตัวว่า ภาพตลก) ซึ่งเป็นที่นิยมในศตวรรษที่ 12 มีลักษณะคล้ายคลึงกับมังงะในปัจจุบันหลายประการ อาทิ การเน้นที่เนื้อเรื่อง และการใช้เส้นที่เรียบง่าย แต่สวยงาม เป็นต้น

ปัทมา จันทรเจริญสุข (2552) วัฒนธรรมประชานิยมของญี่ปุ่นเป็นที่รู้จักและนิยมไปทั่วโลกติดต่อกันเป็นเวลากว่า 20 ปี อันเนื่องมาจากมีวัฒนธรรมพื้นฐานที่ประณีต เน้นรูปแบบที่สวยงาม

อ่อนหวานแต่แฝงความจริงจ้องอยู่ด้วย (กล่าวไว้ใน ขุนทอง อินทร์ไทย, 2532) ทว่า ในช่วงคริสต์ทศวรรษที่ 2000 เป็นต้นมา กระแสวัฒนธรรมประชานิยมญี่ปุ่นที่เคยครองใจคนทั่วโลกถูกเบียดขับด้วยกระแสวัฒนธรรมประชานิยมจากประเทศเกาหลี ที่ดำเนินนโยบายส่งออกสินค้าวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว อีกทั้งได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง (ณัฐพล แสงทอง, 2550) จนส่งผลกระทบต่อสินค้าวัฒนธรรมของญี่ปุ่น ประกอบกับการดำเนินนโยบายชาตินิยมของอดีตนายกรัฐมนตรีจุนอิชิโร โคอิสุมิ ได้สร้างความไม่พอใจให้แก่ประเทศที่เคยถูกญี่ปุ่นรุกราน อันนำไปสู่เกิดการประท้วงอย่างรุนแรงทั้งในประเทศจีน เกาหลี และฟิลิปปินส์ ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของญี่ปุ่นในเวทีโลก

ดังนั้น เพื่อเป็นการสร้างกระแสความนิยมให้กลับคืนมา นายทาโร อาโสะ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ จึงประกาศนโยบาย ‘เปิดแนวรบด้านวัฒนธรรม’ เมื่อปลายปี 2006 โดยกล่าวว่า “ในยุคที่สินค้าทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่น ได้แก่ หนังสือการ์ตูน (Manga) และภาพยนตร์การ์ตูน (Anime) รวมทั้งสินค้าอื่นๆ อีกมากมาย เริ่มได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางจากต่างชาติตลอดช่วงหลายปีที่ผ่านมา กระทรวงการต่างประเทศของญี่ปุ่นจึงต้องการใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าในฐานะเครื่องมือดึงดูดความสนใจจากนานาชาติต่อดินแดนอาทิตย์อุทัย ซึ่งมีนัยสำคัญว่าจะประสบความสำเร็จอีกครั้ง

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

(1) เพื่อศึกษาลักษณะการเรียนรู้วัฒนธรรมสมัยนิยมผ่านสื่อทั้งสองแบบของนักศึกษายุคเจนเอเรชั่น Z

(2) เพื่อศึกษาประเภทของอนิเมชันและมังงะที่ได้รับความนิยม

4. วิธีดำเนินงานวิจัย

4.1 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ วิทยาลัยนานาชาติญี่ปุ่นธุรกิจ 4 ชั้นปี ช่วงอายุตั้งแต่ 17 – 25 ปี จำนวน 104 คน ประกอบด้วย นักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 32 คน ชั้นปีที่ 2 จำนวน 30 คน ชั้นปีที่ 3 จำนวน 22 คน และชั้นปีที่ 4 จำนวน 20 คน

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ (1) แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(2) แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการเรียนรู้วัฒนธรรมสมัยนิยมด้านต่างๆ ของประเทศญี่ปุ่นผ่านสื่ออนิเมชันและมังงะ โดยทำการวิเคราะห์ลักษณะของวัฒนธรรมสมัยนิยมตามแนวคิดของ Storey John มาใช้ในการสร้างชุดคำถามรวมทั้งสิ้น 8 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านภาษาศาสตร์ (2) ด้านภูมิศาสตร์ (3) ด้านค่านิยมและความเชื่อ (4) ด้านพฤติกรรมและความสัมพันธ์ทางสังคม (5) ด้านการบริโภค (6) ด้านกีฬา แฟชั่น และสุนันทนาการ (7) ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี และ (8) ด้านศิลปะและสถาปัตยกรรม รวมทั้งหมด 33 ข้อ เพื่อวัดเจตคติของนักศึกษาถึงระดับการเรียนรู้ โดยแบ่งเป็น 5 ดับ ได้แก่ 5 ระดับการเรียนรู้มากที่สุด 4 ระดับการเรียนรู้มาก 3 ระดับการเรียนรู้ปานกลาง 2 ระดับการเรียนรู้น้อย และ 1 ระดับการเรียนรู้น้อยที่สุด โดยมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ .95

ตารางที่ 1 ตัวอย่าง แบบสอบถามการเรียนรู้วัฒนธรรมสมัยนิยมของญี่ปุ่นผ่านอนิเมชันหรือมังงะ (5 มากที่สุด 4 มาก 3 ปานกลาง 2 น้อย 1 น้อยที่สุด)

ประเด็นคำถาม		5	4	3	2	1
ด้าน ภาษาศาสตร์	1. คุณได้เรียนรู้คำศัพท์ ประเภทต่างๆ ในภาษาญี่ปุ่น เช่น คำนาม คำกริยา คำวิเศษณ์ ศัพท์แสลงผ่านอนิเมชันหรือมังงะ					
	2. คุณได้เรียนรู้หลักไวยากรณ์ภาษาญี่ปุ่นผ่านอนิเมชันหรือมังงะ					
	3. คุณได้เรียนรู้สำเนียงภาษาญี่ปุ่นผ่านอนิเมชันหรือมังงะ					
	4. คุณได้เรียนรู้ระดับของการใช้คำ อย่างภาษาพูดและภาษาสุภาพ ผ่านอนิเมชันหรือมังงะ					
	5. คุณได้เรียนรู้การใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมาย เช่น รูปภาพหรือป้ายประกาศต่างๆ ผ่านอนิเมชันหรือมังงะ					

ประเด็นคำถาม		5	4	3	2	1
ด้านพฤติกรรม และ ความสัมพันธ์ ทางสังคม	1. คุณได้เรียนรู้พฤติกรรมการแยกตัวออกจากสังคม (ひきこもり) ผ่านอนิเมชันหรือมังงะ					
	2. คุณได้เรียนรู้พฤติกรรมการใช้ชีวิตโดยไม่ทำงานหรือเรียนหนังสือ (ニート) ผ่านอนิเมชันหรือมังงะ					
	3. คุณได้เรียนรู้พฤติกรรมการกลั่นแกล้งกันของนักเรียน ผ่านอนิเมชันหรือมังงะ					
ด้านการ บริโภค	1. คุณได้เรียนรู้วัฒนธรรมการกินอาหารเป็นร่วมกันของคนในครอบครัวญี่ปุ่น ผ่านอนิเมชันหรือมังงะ					
	2. คุณได้เรียนรู้ประเภทของอาหารหรือขนมที่ได้รับค่านิยมในปัจจุบันผ่านอนิเมชันหรือมังงะ					
	3. คุณได้เรียนรู้วิธีการการชดบะหมี่ที่ยิ่งเสียงดังยิ่งหมายถึงการชื่นชมคนทำอาหาร					

4.3 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

- (1) ศึกษาข้อมูลและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- (2) สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
- (3) ทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 104 คน
- (4) วิเคราะห์ข้อมูลโดย ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความแปรปรวนทางเดียว (F-test)

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

- (1) แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์หาค่าการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ
- (2) การหาความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร อย่างเช่น ประเภทของอนิเมะและมังงะกับระยะเวลาที่ใช้ในการเสฟสื่อทั้งสองชนิด ด้วยโปรแกรม SPSS
- (3) เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของอนิเมะและมังงะกับโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way Anova) ทดสอบความมีนัยสำคัญความแตกต่างระหว่างตัวแปรที่มากกว่าสองกลุ่ม ด้วยค่าสถิติทดสอบ F-test

5. ผลการวิจัย

5.1 ความถี่ในการอ่านมังงะหรืออนิเมะผ่านสื่อออนไลน์

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการอ่านมังงะหรืออนิเมะขึ้นนานๆ ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.28 รองลงมาคืออ่านทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 31.94 ถัดมา คือ 2-4 วันครั้ง และ 5-7 วันครั้ง มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 13.89 ตามลำดับ

5.2 ประเภทของอนิเมะและมังงะที่ได้รับความนิยมจากนักศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้ได้แบ่งประเภทของอนิเมะและมังงะตามประเภทที่ครอบคลุมช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นวัยรุ่นยุคเจนเอเรชั่น Z มากที่สุด ได้แก่

- (1) กลุ่มเป้าหมายเด็กผู้ชายหรือโซเน็น少年 ที่เน้นกลุ่มเด็กผู้ชายช่วงอายุ 17-24 ปี ซึ่งครอบคลุมแนวเนื้อเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการต่อสู้ การผจญภัย กีฬา รวมไปถึงการ์ตูนตลก เช่น วันพีซ นารูโตะ โทริโกะ บาคุมัง บลิส เด็ทโน้ด ดราก้อนบอล ฯลฯ (ปิยวรรณ สมบูรณ์ดี. 2550) จากตารางพบว่ามังงะและอนิเมะประเภทนี้ได้รับ

ตารางที่ 2 แสดงความถี่ในการอ่านมังงะหรืออนิเมะผ่านสื่อออนไลน์

ความถี่ในการอ่านมังงะหรืออนิเมะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกวัน	31	31.94
2-4 วันครั้ง	18	13.89
5-7 วันครั้ง	18	13.89
มากกว่า 7 วันครั้ง	37	40.28
รวม	104	100.00

ความนิยมจากนักศึกษากลุ่มประชากรมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 51.39 ซึ่งสาเหตุน่าจะมาจากการที่รุ่นประเภทนี้ได้รับความนิยมมาจากประเทศแม่อย่างญี่ปุ่นและกลายเป็นส่วนหนึ่งของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมที่แพร่หลายเข้าสู่ประเทศไทยในหลายๆ สื่อ และมีการโอนย้ายไปยังวัฒนธรรมการบริโภคในหลากหลายรูปแบบ อย่างเกม ของเล่นหรือการคอสเพลย์แต่งตัวเลียนแบบตัวละคร ซึ่งช่วยกระตุ้นให้ความนิยมแพร่กระจายสู่วัยรุ่นยุคเจนเอเรชั่น Z ได้ง่ายมากขึ้น

(2) กลุ่มเป้าหมายเด็กหรือโคะโคะโมะมุเคะ 子供向け ที่เน้นกลุ่มเด็กทั้งสองเพศในช่วงอายุ 3-17 ปี ที่เน้นเนื้อหาที่ให้ความบันเทิงมีคติสอนใจและมีแง่คิด เช่น เซเลอร์มูน เบย์เบลต โปเกมอน โดราเอมอน มารูโกะ เคโรโระ โทะโทะโระ เป็นต้น จากตารางที่ชี้ให้เห็นว่าแม้กลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถามจะเป็นวัยรุ่นที่อยู่ในช่วงอายุ 17-24 ก็ตาม แต่กลับได้รับความนิยมเป็นอันดับสอง เมื่อวิเคราะห์จากคำตอบรายชื่อของมังงะและอนิเมชันที่นักศึกษาตอบมาพบว่า มีถึงร้อยละ 30 ที่เป็นมังงะหรืออนิเมชันที่ถือกำเนิดขึ้นมาตั้งแต่ยุคสมัยเจนเอเรชั่น Y หรือช่วง พ.ศ. 2523 – 2540

เช่น โดราเอมอน โปเกมอนหรือ โทะโทะโระ ซึ่งเป็นยุคสมัยที่กระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมจากประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทยได้รับความนิยมสูงไม่เฉพาะแต่กับมังงะหรืออนิเมชันเท่านั้น แสดงให้เห็นว่าตัวตนของวัฒนธรรมนี้ ยังคงฝังรากหยั่งลึกอยู่ในสังคมไทยมาอย่างเข้มแข็งแม้ว่า เทคโนโลยีจะพลวัตไปอย่างก้าวกระโดดในช่วง 10 ปีมานี้ก็ตาม

นอกจากนี้ การดูที่มีเนื้อหาให้คิดสอนใจ และไม่มีพิษภัยซึ่งถึงแม้ว่าผ่านไปแล้วก็ยังเป็นเครื่องมือที่สังคมใช้เรียนรู้แง่มุมต่างๆ ทางด้านวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี (ชวรินทร์ ศิลปะสุวรรณ, 2558)

(3) กลุ่มเป้าหมายเด็กผู้หญิงหรือโซโจะ 少女 ที่เน้นกลุ่มเด็กผู้หญิงช่วงอายุ 17-24 ปี แนวเนื้อเรื่องโดยมากจะเกี่ยวกับชีวิตในวัยเรียนและตัวเอกเป็นเด็กสาว และบางเรื่องจะสอดแทรกตัวละครชายรักชาย หรือหญิงรักหญิงเข้าไปด้วย เช่น แวมไพร์ไนท์ ซึบาสะ โครนิเคิล คะระสุ โนะคะเม็ง ถึงแม้ว่าจะเป็นกลุ่มที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 18.06 แต่ก็แสดงให้เห็นว่าการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมสมัยนิยมในแบบของวัยรุ่น (culture of the youth) จากญี่ปุ่นเข้าสู่วัยรุ่นไทยในยุคเจนเอเรชั่น Z อย่างชัดเจน

ตารางที่ 3 แสดงความนิยมของนักศึกษาที่มีต่อมังงะและอนิเมชันประเภทต่างๆ

ประเภทของอนิเมชันและมังงะที่ได้รับความนิยมจากนักศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เด็กผู้ชาย (少年)	48	51.39
สำหรับเด็ก (子供向け)	33	30.56
เด็กผู้หญิง (少女)	23	18.06
รวม	104	100.00

เนื่องจากเมื่อทำการวิเคราะห์เนื้อเรื่องจากคำตอบ
ของนักศึกษาที่เลือกเสพการ์ตูนแนวนี้นพบว่าเกิน
กว่าครึ่งนั้นมีฉากตัวละครเพศเดียวกันชอบพอกัน
อยู่ด้วย ซึ่งปรากฏให้เห็นได้จากสื่อสองรูปแบบนี้
มากที่สุดกว่าสื่อชนิดอื่นๆ

จากตาราง 4 พบว่า เพศหญิงมีความถี่ใน
การอ่านมังงะหรือดูอนิเมะชัน มากที่สุด รองลงมา
เป็นเพศชาย และเพศหญิงมีระยะเวลาในการอ่าน
มังงะหรือดูอนิเมะชัน มากที่สุด และรองลงมาคือ
เพศชาย

จากตาราง 5 พบว่า ระยะเวลาในการอ่าน
มังงะหรือดูอนิเมะชันเมื่อจำแนกตามสถานภาพทาง
เพศ ปรากฏผลดังนี้

เวลาในการอ่านน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ผู้ที่
ชอบอ่านมากที่สุดได้แก่ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ
75.00 ที่เหลือเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 25.00

เวลาในการอ่าน 1-2 ชั่วโมง ผู้ที่ชอบอ่าน
มากที่สุดได้แก่ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.67 ที่
เหลือเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 33.33

เวลาในการอ่าน 2-3 ชั่วโมง ผู้ที่ชอบอ่าน
มากที่สุดได้แก่ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.67 ที่
เหลือเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 33.33

เวลาในการอ่านมากกว่า 3 ชั่วโมง ผู้ที่ชอบ
อ่านมากที่สุดได้แก่ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.00
ที่เหลือเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบเพศกับความถี่และระยะเวลาในการเสพมังงะและอนิเมะชัน

	เพศ	Mean	Std. Deviation
ความถี่ในการอ่านมังงะหรือดูอนิเมะชัน	ชาย	1.60	0.99
	หญิง	3.02	1.20
ความยาวนานในการอ่านมังงะหรือดูอนิเมะชัน	ชาย	2.45	1.05
	หญิง	2.58	1.16

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ และระยะเวลาในการอ่านมังงะหรือดูอนิเมะชัน

เพศ	น้อยกว่า 1 ชม.		1-2 ชม.		2-3 ชม.		มากกว่า 3 ชม.	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	4	25.00	7	33.33	5	33.33	4	20.00
หญิง	12	75.00	14	66.67	10	66.67	16	80.00
รวม	16	100.00	21	100.00	15	100.00	20	100.00

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยการเรียนรู้วัฒนธรรมสมัยนิยมจำแนกตามประเภทของอนิเมชันและมังงะ

การเรียนรู้วัฒนธรรมสมัยนิยม	ประเภทของอนิเมชันและมังงะ	Mean	S.D.	F	P
(1) ด้านภาษาศาสตร์	โคะโคะโมะมุเคะ	3.42	0.72	1.21	0.42
(2) ด้านภูมิศาสตร์	โคะโคะโมะมุเคะ	3.95	1.05	0.37	0.69
(3) ด้านค่านิยมและความเชื่อ	โคะโคะโมะมุเคะ	4.12	1.09	1.10	0.60
(4) ด้านพฤติกรรมและความสัมพันธ์ทางสังคม	โคะโคะโมะมุเคะ	4.01	1.11	0.55	0.63
(5) ด้านการบริโภค	โคะโคะโมะมุเคะ	3.87	1.14	2.32	0.48
(6) ด้านกีฬา แฟชั่นและสุนทนาการ	โซเนน	3.71	1.12	0.56	0.60
(7) ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี	โคะโคะโมะมุเคะ	3.91	1.11	1.53	1.05
(8) ด้านศิลปะและสถาปัตยกรรม	โซโจะ	3.66	0.85	0.24	0.79

หมายเหตุ: แสดงเฉพาะประเภทที่มีค่าเฉลี่ยการเรียนรู้สูงสุด

5.3 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเรียนรู้วัฒนธรรมด้านต่างๆ ทั้ง 8 ด้าน

เมื่อทำการเรียงลำดับ การเรียนรู้วัฒนธรรมสมัยนิยมญี่ปุ่นที่นักศึกษาไทยในปัจจุบันได้เรียนรู้ผ่านอนิเมชันและมังงะ ตามด้านต่างๆ จากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดจะได้ผลลัพธ์ออกมาดังนี้ ด้านค่านิยมและความเชื่อ > ด้านพฤติกรรมและความสัมพันธ์ทางสังคม > ด้านภูมิศาสตร์ > ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี > ด้านการบริโภค > ด้านกีฬา แฟชั่นและสุนทนาการ > ด้านศิลปะและสถาปัตยกรรม > ด้านภาษาศาสตร์

วัฒนธรรมด้านค่านิยมและความเชื่อเกิดการเรียนรู้อยู่ในระดับค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (3.97) รองลงมาคือ ด้านพฤติกรรมและความสัมพันธ์ทางสังคม (3.84) โดยประเภทของอนิเมชันและมังงะที่นักศึกษาเห็นว่าทำให้เกิดการเรียนรู้มากที่สุดก็คือ ประเภท โคะโคะโมะมุเคะ (子供向け) ซึ่งมี

ค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งถึง 6 ด้านจากทั้งหมด 8 ด้าน อย่างไรก็ตาม จากตารางที่ 3 บ่งชี้ว่าแนวอนิเมชันและมังงะที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากนักศึกษาคือแนวเด็กผู้ชายหรือโซเนน แต่เมื่อถ้ามองถึงการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมสมัยนิยมกลับกลายเป็นแนวสำหรับเด็กที่ผู้ตอบเห็นว่าได้ประโยชน์และเกิดการซึมซับวัฒนธรรมมากที่สุด ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจากข้อมูลที่ถามนักศึกษาว่าชื่นชอบอนิเมชันและมังงะเรื่องใดมากที่สุดซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดในแบบสอบถามส่วนที่หนึ่งจะพบว่า นักศึกษาที่ชื่นชอบอนิเมชันและมังงะประเภทสำหรับเด็กนั้นส่วนใหญ่หิบบกชื่อของการ์ตูนที่มีอายุมากกว่า 20 ปีขึ้นไปมาตอบ เช่นเรื่อง โดราเอมอน โทะโทะโระะมารูโกะจัง เป็นต้น

เมื่อวิเคราะห์ตามหลักการด้านวัฒนธรรมสมัยนิยมของ Storey John ที่กล่าวว่าลักษณะที่เห็นได้ชัดอีกอย่างหนึ่งของวัฒนธรรมสมัยนิมนั้นคือการเป็นวัฒนธรรมที่หลงเหลือมาจากการตีความหรือชั้นนำของกลุ่มชนชั้นนำในสังคม ในแง่

คณะผู้วิจัยเห็นว่า สาเหตุหลักที่อนิเมชันและมังงะแนวสำหรับเด็กยังคงมีอิทธิพลต่อวัยรุ่นสมัยใหม่ มากเช่นนี้ ทั้งๆ ที่การ์ตูนประเภทนี้แพร่กระจายเข้ามาสู่สังคมไทยมาตั้งแต่สมัยคนยุคเจนเอเรชั่น Y หรือช่วง พ.ศ. 2523-2540 นอกจากจะเป็นเพราะความโด่งดังในประเทศญี่ปุ่นเองแล้ว น่าจะเกิดจากการที่กลุ่มชนชั้นนำรุ่นเจนเอเรชั่น Y ซึ่งได้กลายเป็นผู้ใหญ่ในยุคสมัยนี้แล้ว ยังให้ความสำคัญและสนับสนุนให้การตูนประเภทนี้ยังคงอยู่ได้ในสังคมไทย อันจะเห็นได้จากการ์ตูนอนิเมชันและมังงะแนวสำหรับเด็กหลายๆ เรื่องอย่าง โปเกมอน โดราเอมอน มารูโกะจัง หรือดราคอนบอล (ยุคแรก) ยังคงถูกนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ มาตลอดเป็นระยะๆ แม้ว่าจะผ่านไปหลายสิบปีแล้วก็ตาม

อีกด้านหนึ่ง วัฒนธรรมด้านที่มีค่าเฉลี่ยการเรียนรู้ต่ำที่สุดคือ ด้านภาษาศาสตร์ (ค่าเฉลี่ย = 3.21) และเมื่อวิเคราะห์ระดับการเรียนรู้ลงไป ในรายละเอียด พบว่า การเรียนรู้เกี่ยวกับคำศัพท์ภาษาญี่ปุ่น อย่างเช่น คำนาม คำกริยา คำศัพท์แสดง มีค่าทางสถิติสูงสุดในชุดคำถามด้านนี้ (ค่าเฉลี่ย = 3.56) ส่วนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นน้อยที่สุดคือ ด้านไวยากรณ์ภาษาญี่ปุ่น (ค่าเฉลี่ย = 2.89) คณะผู้วิจัยมองว่าสำหรับคนยุคเจนเอเรชั่น Z และคนในยุคสมัยต่อไปที่เติบโตมาท่ามกลางปริมาณของมัลติมีเดียมหาศาลทางสื่อออนไลน์ การเรียนรู้ด้านภาษาญี่ปุ่นด้วยสื่ออย่างอนิเมชันและมังงะนั้นไม่น่าจะทำให้เกิดผลที่ดีเท่าที่ควร เนื่องจากพฤติกรรมที่ไม่สามารถจดจ่อกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้นานๆ ของผู้คน จะส่งผลให้การเรียนรู้คำศัพท์จะเป็นเรื่องยากต่อการจดจำ

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจากลำดับผลการเรียนรู้มากที่สุดสองอันดับแรก สื่อทั้งสองยัง

คงมีประสิทธิภาพต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมสมัยนิยมที่ไม่ใช่วัตถุ (non-material culture) อย่างด้านค่านิยม ความเชื่อ หรือความสัมพันธ์ทางสังคมของชาวญี่ปุ่น เนื่องด้วยวัฒนธรรมด้านนี้เป็นสิ่งที่ เป็นของมวลชน ได้รับการยอมรับจากคนจำนวนมาก ไม่ว่าจะ เป็นอนิเมชันหรือมังงะประเภทใดก็ยังคงอยู่ภายใต้กรอบวัฒนธรรมด้านนี้เหมือนกันหมด

การเรียนรู้วัฒนธรรมสมัยนิยมด้านต่างๆ ของนักศึกษาผ่านอนิเมชันและมังงะแนวเด็กผู้หญิงหรือโชโจ 少女 มีค่าสถิติต่ำที่สุด คือค่าเฉลี่ย 3.52 โดยมีค่าทางสถิติสูงสุดในด้านเดียวคือศิลปะและสถาปัตยกรรม ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าการตูนแนวนี้เน้นการเล่าเรื่องด้วยภาพเป็นหลัก บทพูดน้อย และเน้นเรื่องราวเสมือนจริง จึงโดดเด่นด้วยศิลปะแขนงต่างๆ ที่สื่อออกมา ซึ่งถึงแม้ว่าจะก่อให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยมของญี่ปุ่นน้อยที่สุดในเชิงสถิติสำหรับนักศึกษา แต่คณะผู้วิจัยกลับเห็นว่า เมื่อมองด้วยบริบททางสังคมศาสตร์และแนวคิดทางลักษณะสำคัญด้านวัฒนธรรมสมัยนิยมแล้วนั้น พบว่าอนิเมชันและมังงะประเภทนี้เต็มไปด้วยสาระสำคัญที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมสมัยนิยมมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็น วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน (ordinary/common culture in the realm of everyday life) เป็นวัฒนธรรมแห่งวัยรุ่น (culture of the youth) เป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางโลก (culture of the mundane) เป็นวัฒนธรรมพันธุ์ผสม (hybrid culture) เน้นเรื่องของแฟชั่นและกระแสความนิยม (culture of fashion and popular trend) วัฒนธรรมที่นิยมการสร้าง ตัวตนหรืออัตลักษณ์ (battles of cultural identities/selves)

ตารางที่ 7 การเรียนรู้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเมื่อแจกแจงตามประเด็นคำถาม

ด้านการเรียนรู้	ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยการเรียนรู้มากที่สุด
(1) ภาษาศาสตร์	คำศัพท์
(2) ภูมิศาสตร์	จังหวัดที่มีชื่อเสียง
(3) ค่านิยมและความเชื่อ	การตรงต่อเวลา
(4) พฤติกรรมและความสัมพันธ์ทางสังคม	การทำความเคารพ
(5) ด้านการบริโภค	อาหารที่ได้รับความนิยม
(6) กีฬา แฟชั่นและสันทนาการ	อุปกรณ์เกมเครื่องต่างๆ
(7) นวัตกรรมและเทคโนโลยี	อุปกรณ์ไอที
(8) ศิลปะและสถาปัตยกรรม	สิ่งปลูกสร้างที่เป็นแลนด์มาร์คสำคัญ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยการเรียนรู้เมื่อแยกตามเพศ

ด้านการเรียนรู้	เพศชาย	เพศหญิง
(1) ภาษาศาสตร์	3.72	3.51
(2) ภูมิศาสตร์	3.80	3.40
(3) ค่านิยมและความเชื่อ	3.56	3.08
(4) พฤติกรรมและความสัมพันธ์ทางสังคม	3.48	3.07
(5) ด้านการบริโภค	4.18	3.32
(6) กีฬา แฟชั่นและสันทนาการ	3.58	3.43
(7) นวัตกรรมและเทคโนโลยี	3.90	3.51
(8) ศิลปะและสถาปัตยกรรม	3.70	2.93
เฉลี่ย	3.74	3.26

จากผลการวิจัยพบว่า แม้เพศหญิงจะมีระยะเวลาและความถี่ในการเสพสื่อทั้งสองชนิดอย่าง มังงะและอนิเมชันโดยเฉลี่ยมากกว่าเพศชายก็ตาม แต่ทว่า ผลการเรียนรู้ที่ปรากฏกลับกลายเป็นเพศชายที่มีค่าเฉลี่ยในการเรียนรู้วัฒนธรรมต่างๆ ที่ สอดแทรกอยู่ในสื่อดังกล่าว โดยรวมมากกว่า เพศหญิง ซึ่งถ้ามองในแง่พฤติกรรมผู้วิจัยมีความ เห็นว่าเพศหญิงนั้นอาจจะใส่ใจในเรื่องและมี

ความคล้อยตามกับตัวละครหรือมีอารมณ์ร่วมกับ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในมังงะและอนิเมชันทำให้วัตถุประสงค์หลักในการเสพจึงมีแนวโน้มด้านเนื้อหา และอารมณ์ร่วมเป็นหลัก ในขณะที่เพศชายในยุค เจเนอเรชั่น Z กลับเลือกที่จะมองภาพกว้างๆ ที่ ปรากฏออกมาว่าจะในด้านสังคมหรือวัฒนธรรม และซึมซับสิ่งเหล่านั้นเก็บไว้ได้ชัดเป็นรูปธรรม มากกว่าเพศหญิงนั่นเอง

6. สรุป

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วของรูปแบบการดำเนินชีวิตและการศึกษาเรียนรู้ของผู้คนในยุคเจนเอเรชั่น Z เครื่องมือที่เรียกว่าอนิเมชันและมังงะก็ได้ถูกปรับเปลี่ยนวิธีการเข้าถึงไปสู่สื่อออนไลน์แบบเต็มรูปแบบ มองผิวเผินสังคมทั่วไปอาจจะเห็นว่าสื่อทั้งสองเป็นเพียงสิ่งตอบสนองความบันเทิงของวัยรุ่นยุคนี้เท่านั้น แต่หากวิเคราะห์ลงไปแล้วอนิเมชันและมังงะกลับมีบทบาทหน้าที่มากกว่านั้นในแง่การเป็นแหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมที่สำคัญและเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสูงที่จะช่วยให้ผู้เสพได้เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยมด้านต่างๆ ของประเทศญี่ปุ่นไปพร้อมกับความบันเทิงไม่ว่าจะเป็น อนิเมชันหรือมังงะแนวใดก็ตามเพราะนอกจากจะเป็นวัฒนธรรมหลักของชาวญี่ปุ่นมาช้านานแล้ว ทั้งสองสื่อก็ได้กลายเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมสมัยนิยมของประเทศไทยด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้เมื่อเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตพัฒนาจนทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงสื่อเหล่านี้ได้ตลอดเวลาด้วยแล้ว อนิเมชันและมังงะจำนวนมากก็ได้หลังไหลเข้าสู่สังคมไทยได้ง่ายดายยิ่งขึ้นพร้อมกันกับกลุ่มผู้คนที่คลั่งไคล้ในการดูทั้งสองรูปแบบต่างก็นำอนิเมชันและมังงะที่ตนชื่นชอบมาแปลเป็นภาษาไทยหรือใส่บทพากย์เป็นภาษาไทย ทำให้อนิเมชันและมังงะถูกหล่อหลอมเข้ากับวิถีของการดำเนินชีวิตของผู้คนในยุค เจนเอเรชั่น Z ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น ถึงแม้ประเภทของอนิเมชันและมังงะที่ได้รับความนิยมจะสะท้อนให้เห็นถึงระดับการเรียนรู้วัฒนธรรมสมัยนิยมของญี่ปุ่นในระดับที่แตกต่างกันออกไปก็ตาม แต่หากเปรียบเทียบกับสื่อด้านอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น เพลง ภาพยนตร์ หรือเกมจากประเทศญี่ปุ่นแล้ว อาจกล่าวได้ว่าอนิเมชันและมังงะเป็นแหล่งเรียนรู้และใช้เข้าถึงตัวตนของชาวญี่ปุ่นได้ง่ายและเหมาะสมกับพฤติกรรมของวัยรุ่นทุกยุคทุกสมัยมากที่สุด



เอกสารอ้างอิง (References)

- [1] ชุนทอง อินทร์ไทย. (2532). กะเทาะสังคมญี่ปุ่น, 89 พิมพ์ครั้งแรก, กรุงเทพฯ : สมาพันธ์, 2532.
- [2] John, Storey. in “Popular culture and Popular culture as other” Cultural Theory and Popular Culture An introduction, 5-13 (2006). [Online] Available: https://uniteyouthdublin.files.wordpress.com/2015/01/john_storey_cultural_theory_and_popular_culturebookzz-org.pdf Retrieved August 10, 2016.
- [3] ขวรินทร์ ศิลปะสุวรรณ. (2558). *การเรียนรู้ของเยาวชนไทยเกี่ยวกับวัฒนธรรมญี่ปุ่นผ่านสื่อการ์ตูนญี่ปุ่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- [4] ธารา จันทร์อนุ. (2551). *การวิเคราะห์หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นภาษาไทย ในช่วงปี พ.ศ.2544 – 2550*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [5] ณัฐพล แสงทอง. (2550). “จุมง มหาบุรุษส่งเสริมการท่องเที่ยว” ใน “เนชั่นสุดสัปดาห์” (4 พฤษภาคม).
- [6] ปัทมา จันทร์เจริญสุข. (2552) “การ์ตูนญี่ปุ่น: Soft Power ของนโยบายด้านวัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่น. เอกสารการประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 6. วันที่ 8-9 ธันวาคม 2552. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน นครปฐม.
- [7] ปิยวรรณ สมบูรณ์ดี. (2550). *พฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นในกลุ่มวัยรุ่นไทย: กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษา โรงเรียนราชวินิตมัธยม กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาไทยศึกษา, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- [8] วรณพงษ์ เตรียมโพธิ์ และอาทร นกแก้ว. (30 กรกฎาคม -1 สิงหาคม 2557). “ผู้เรียน Gen Z เรียนรู้ได้อย่างไร”. เอกสารประกอบการอบรมเชิงปฏิบัติการการเรียนการสอนสำหรับนักศึกษา Generation Z รุ่น 1 สถาบันนวัตกรรมการเรียนรู้, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [9] สุมณ อยู่สิน. (2555). *ทฤษฎีสื่อสารมวลชนตามแนวคิดสังคมมวลชนและวัฒนธรรมมวลชน*. สืบค้นเมื่อ 6 สิงหาคม พ.ศ.2559 เข้าถึงได้จาก <http://www2.feu.ac.th/admin/pr/newscontrol/atts/D20120502190040.pdf>
- [10] sucheep.kar ที่ ๐๗:๒๒. (2552). *แนวคิดวัฒนธรรมประชานิยม Popular Culture*. สืบค้นเมื่อ 6 สิงหาคม พ.ศ.2559, เข้าถึงได้จาก <http://sucheepost.blogspot.com/2009/05/popular-culture.html>
- [11] 麻生太郎. เข้าถึงได้จาก http://www.aso-taro.jp/lecture/kama/2006_6.html. สืบค้นเมื่อ 6 สิงหาคม พ.ศ.2559

อาจารย์สุรรัตน์ เรืองประยูร

หน่วยงานผู้แต่ง : หลักสูตรภาษาญี่ปุ่นธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Sureerat Ruangprayoon

Affiliation : Business Japanese, Faculty of Art, Dhurakij Pundit University

Corresponding e-mail : chompoopantip@hotmail.com

อาจารย์ปัทมัทธ์ ธันวานนท์

หน่วยงานผู้แต่ง : หลักสูตรภาษาญี่ปุ่นธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Patiyoot Thunwanont

Affiliation : Business Japanese, Faculty of Art, Dhurakij Pundit University

Corresponding e-mail : patiyoot.pato@gmail.com