

การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแฟชั่น : กรณีศึกษา สยามสแควร์



นางสาวอุสุมา สุขสม

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสังคมศึกษามหาบัณฑิต

สาขาวิชาสังคมวิทยา ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

IDENTITY FORMATION OF YOUTH THROUGH FASHIONABLE CLOTHINGS :  
A CASE STUDY OF SIAM SQUARE

Miss Usuma Suksom

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

Department of Sociology and Anthropology

Faculty of Political Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2007

Copyright of Chulalongkorn University

**502147**

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแฟชั่น : กรณีศึกษา สยามสแควร์

โดย

นางสาวอุสุมา สุขสม

สาขาวิชา

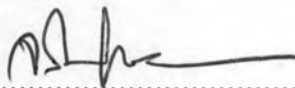
สังคมวิทยา

อาจารย์ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร.อมรา พงศาพิชญ์

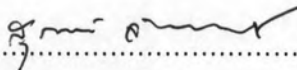
---

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

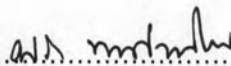


..... คณบดีคณะรัฐศาสตร์  
(ศาสตราจารย์ ดร.จรัส สุวรรณมาลา)

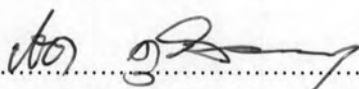
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



..... ประธานกรรมการ  
(ศาสตราจารย์ ดร. สุภาวดี จันทร์วานิช)



..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(ศาสตราจารย์ ดร.อมรา พงศาพิชญ์)



..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา คุณินทร์พันธุ์)

อุสุมา สุขสม: การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแฟชั่น : กรณีศึกษา สยามสแควร์

(IDENTITY FORMATION OF YOUTH THROUGH FASHIONABLE CLOTHINGS : A CASE STUDY OF SIAM SQUARE) อ. ที่ปรึกษา : ศาสตราจารย์ ดร. อมรา พงศาพิชญ์, 385 หน้า.

การศึกษาเรื่อง "การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแฟชั่น : กรณีศึกษา สยามสแควร์" เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่น โดยหาเงื่อนไขที่มีอิทธิพลสร้างแรงจูงใจ วิถีทางในการแสดงออก ตลอดจนวิเคราะห์การนิยามและตีความหมายจากการแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่น ศึกษาและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแต่งกายแฟชั่นที่มีต่อการสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่น ตลอดจนศึกษาอัตลักษณ์ใหม่ของวัยรุ่นที่ถูกสร้างขึ้นจากการแต่งกายแฟชั่น ผ่านการศึกษาเชิงเปรียบเทียบแนวแฟชั่นสามรูปแบบ ได้แก่ แฟชั่นฮิพฮอป แฟชั่นเด็กแนว (อินดี้) และแฟชั่นแบรนต์เนม โดยดำเนินการเก็บข้อมูลผ่านเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เจาะลึกวัยรุ่นจำนวน 23 คน

ผลการศึกษาพบว่า การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากแฟชั่นเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในเชิงกระบวนการ เริ่มต้นจากเงื่อนไขสร้างแรงจูงใจแก่วัยรุ่นให้แต่งกายแฟชั่น คือ แรงขับตามธรรมชาติของวัยและบริบททางเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรมที่แวดล้อม ได้แก่ ครอบครัว กลุ่มเพื่อน สื่อมวลชน ตลอดจนการใช้เวลายามว่างในชีวิตประจำวัน จากนั้น วัยรุ่นมีการแสดงออกโดยการซื้อสินค้าแฟชั่นและบริโภคแฟชั่นผ่านกระบวนการสร้างความแตกต่างและกระบวนการลอกเลียนแบบ ภายใต้การแสดงออกวัยรุ่นได้นิยามความหมายแฟชั่นในเชิงสัญลักษณ์ที่สื่อถึงรสนิยม รูปแบบการดำเนินชีวิต ชนชั้น ความสัมพันธ์เชิงอำนาจต่อสังคมรอบตัว เป็นเทคนิคของการสร้างความทันสมัยให้แก่ร่างกายอย่างหนึ่ง ตลอดจนสื่อความสัมพันธ์ที่มีร่วมกับกลุ่ม ดังนั้น ความหมายเชิงสัญลักษณ์จากแฟชั่นจึงเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสำนึกอัตลักษณ์บุคคลและอัตลักษณ์ร่วมทางสังคมตามการเลือกบริโภคแฟชั่นของวัยรุ่น (ได้แก่ อัตลักษณ์แฟชั่นฮิพฮอป อัตลักษณ์แฟชั่นเด็กแนว (อินดี้) และอัตลักษณ์แฟชั่นแบรนต์เนม) นอกจากนี้ อัตลักษณ์แฟชั่นยังนำมาซึ่งการสร้างอัตลักษณ์ด้านกิริยาท่าทาง และคำศัพท์เทคนิคเฉพาะเกี่ยวกับแฟชั่นอันเป็นคุณลักษณะร่วมอย่างหนึ่งของการแสดงอัตลักษณ์แฟชั่นที่ปรากฏด้วย

การพิจารณาความหมายของแฟชั่นภายใต้วัฒนธรรมการบริโภค ซึ่งถูกสร้างในฐานะเป็นวาทกรรมอย่างต่อเนื่อง กอปรกับเมื่อถูกบริโภคจากวัยรุ่นซึ่งกำลังอยู่ในช่วงแห่งการเปลี่ยนผ่านของวัย ทำให้กระบวนการสร้างอัตลักษณ์แฟชั่นวัยรุ่นมีความยืดหยุ่น และลื่นไหลตามปฏิสัมพันธ์ภายใต้มิติพื้นที่และเวลา อัตลักษณ์แฟชั่นของวัยรุ่นจึงมีทั้งที่อยู่ระหว่างกระบวนการสร้าง ขณะที่บางคนสร้างได้และอัตลักษณ์มีแนวโน้มจะดำรงอยู่ตลอดช่วงการเป็นวัยรุ่นหรืออาจติดตัวไปเรื่อยๆ อย่างไรก็ตาม การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นบนพื้นฐานการบริโภคแฟชั่นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างจากกระบวนการทางสังคมที่ไม่ตายตัว ให้ภาพอัตลักษณ์ที่มีลักษณะชั่วคราว บ่งบอกความเป็นตัวตนของวัยรุ่นได้ส่วนหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น อัตลักษณ์แฟชั่นของวัยรุ่นที่สร้างและปรากฏในปัจจุบันจึงเป็นสิ่งไม่แน่นอน และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต

ภาควิชา สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

ลายมือชื่อนิสิต..... อ. สุวิมล .....

สาขาวิชา สังคมวิทยา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... อ. น. น. น. น. น. .....

ปีการศึกษา 2550

# # 4781167224: MAJOR SOCIOLOGY

KEY WORD: IDENTITY FORMATION / FASHIONABLE CLOTHINGS / SIAM SQUARE

USUMA SUKSOM : IDENTITY FORMATION OF YOUTH THROUGH  
 FASHIONABLE CLOTHINGS : A CASE STUDY OF SIAM SQUARE.

THESIS ADVISOR: PROF. AMARA PONGSAPICH, Ph. D., 385 pp.

This qualitative research is concerned with identity formation of youth through fashionable clothings in Siam Square. The objectives are to study youth clothing fashions by putting emphasis on motivations and expressions as well as to explore how youth define and give meaning of their dressing style. The relationship between fashionable clothing and its effect on the youth's identity formation was also analyzed. In addition, the study also investigates trendy youth construction of identity through the comparative study of three fashions, i.e., hip hop, dek-neaw (indy) and brand name. The data was collected by means of reviewing related literature, participant observation and in-depth interviews of 23 teenagers.

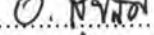
The research shows that the youth identity formation begins with the conditions which motivate youth to dress fashionably. These conditions are teenage natural drive , family economic and social contexts, peer groups, mass media as well leisure activities. After that, they go through "distinction" and "imitation" processes. In fact, these fashion expressions represent their tastes, lifes-styles, social classes, and authoritative relationships within their social and cultural milieu. The process also connote the modernization of individual youth and their relationship with a particular group. In other words, these fashionable clothings are in fact parts of self-identity and shared collective identity. It was found that the fashionable identity also brings about particular characteristics and personality identity through gestures and use of slang words related to fashion.

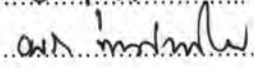
Since discourse on fashion constructed in consumer culture among the youth who are in the transitional period is a continuous process , the process of formation identity is consequently flexible and fluid depending on social interaction in the context of place and time. Therefore, it was found that while some youth are just forming their identity, others already complete theirs. Nevertheless, the identity formation based on the consumer culture is considered the product of impermanent social process. In other words, this identity is temporary, representing youth identity at a particular time and is subject to change in the future.

Department Sociology and Anthropology

Field of Study Sociology

Academic year 2007

Student's signature.....  .....

Advisor's signature.....  .....

## กิตติกรรมประกาศ

จากจุดเริ่มต้นที่มีดมมองไม่เห็นฝั่ง ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา ศ.ดร.อมรา พงศาพิชญ์ ที่มีเมตตาและให้กำลังใจยามที่ผู้วิจัยรู้สึกท้อแท้ถึงจุดต่ำสุด ด้วยคำพูดเพียงสั้นๆว่า “งานชิ้นนี้ทำได้ซิ ทำไมจะทำได้” คำพูดครั้งนั้นได้สร้างแรงผลักดันแก่ผู้ศึกษาให้เชื่อมั่นในตัวเองและพยายามสู้กับอุปสรรคทุกอย่างมาจนสำเร็จลุล่วง ตลอดเวลาอาจารย์ไม่เคยทอดทิ้งศิษย์คนนี้ พยายามคลายปมปัญหาที่ดูเป็นเรื่องยากให้ง่ายขึ้น ชี้แนะตั้งประเด็นสำคัญออกมาจากข้อมูลที่มีอยู่มากมาย และอดทนเสียดำพริ้งพำพันที่หลากหลายอารมณ์ตลอดช่วงที่เข้าไปขอคำปรึกษา อาจารย์อมราจึงเป็นบุคคลสำคัญอยู่เบื้องหลังความสำเร็จของงานชิ้นนี้

ขอบพระคุณศ.ดร.สุภาวศ์ จันทวานิช ผู้จุดประกายความรักในองค์ความรู้ทางสังคมวิทยาแก่ผู้ศึกษา เมตตาให้คำชี้แนะและเติมแต่งประเด็นงานวิจัยให้มีความชัดเจนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รศ.ดร. ปรีชา คุณินทร์พันธุ์ อาจารย์ผู้มีรอยยิ้ม คอยถามและให้กำลังใจ ช่วยอธิบายแนวคิดที่เกี่ยวข้องให้เพิ่มเติม และมีเวลาว่างให้กับศิษย์คนนี้เสมอมา ความเมตตาเอื้ออาทรที่ได้รับอาจารย์จะอยู่ในใจศิษย์ตลอดไป

ขอบคุณครอบครัวที่อยู่เคียงข้าง พ่อ แม่ พี่แอด พี่กฤษ ออฟ ป้าดา ป้าสิทธิ์ พี่ดาว จ้อย ที่เป็นกำลังใจและเชื่อมั่นในตัวผู้ศึกษาว่าจะต้องทำได้ ขอขอบคุณเพื่อนทางวิชาการที่แสนดี อ.มิ่งค์ (ประไพพิศ โอฟารวัฒน์) อ.รุ่ง (วรเมธ ยอดปุ่น) และพี่มีมี (รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข) ที่คอยให้คำแนะนำเสมือนเป็นที่ปรึกษามีอวางอันดับสอง สาม และสี่ตามลำดับ พี่ก้องอ้อ พี่นัท พี่ไธ พี่เกด ที่ช่วยเหลือเพิ่มเติมความคิดทางวิชาการให้กว้างขึ้น กิฟ ผึ้ง ใหม่ จิน้อย ปุก ไนต์ จีบ เล็ก โห่ง บอล พี่ปู เต็ด เพื่อนและพี่ที่คอยโทรมาถามข่าวคราวอยู่เป็นระยะช่วยเหลือเรื่องข้อมูลที่ติดขัดและแนะนำเทคนิคต่างๆในการทำวิจัย

ขอบคุณน้องๆกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องทุกคน สำหรับความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อให้ข้อมูลและบอกเล่าที่ทิศทางจุดเริ่มต้นในงานชิ้นนี้ ขอขอบคุณความอดทนของตัวเองที่ฝ่าฟันอุปสรรคทุกอย่างจนสามารถเอาชนะความกลัว ความสับสน รวมทั้งความเกียจคร้านที่เกิดขึ้นเมื่อต้องจมอยู่กับข้อมูลที่มีจำนวนมากเป็นระยะเวลานาน ประสบการณ์ต่างๆที่ได้รับทำให้ผู้ศึกษาเรียนรู้ว่าปัญหาทุกอย่างมีทางแก้ไข อยู่ที่ว่าจะมองปัญหาอย่างไร ขอขอบคุณจิตใจที่เข้มแข็ง และความเชื่อมั่นที่มีต่อตัวเองว่า “เราต้องทำได้” จึงทำให้การเดินทางของวิทยานิพนธ์เล่มนี้สามารถมาถึงจุดหมายปลายทางได้สำเร็จ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ

### บทที่

1 บทนำและระเบียบวิธีวิจัย.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 โจทย์การวิจัย.....	4
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	5
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	5
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	6
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย.....	7
1.8 ระเบียบวิธีวิจัย.....	8
1.8.1 การเลือกสนามวิจัย.....	8
1.8.2 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	8
1.8.3 วิธีการเก็บข้อมูล.....	9
1.8.4 ระยะเวลาการเก็บข้อมูล.....	12
1.8.5 การนำเสนอข้อมูล.....	13
1.8.6 การวิเคราะห์และตีความข้อมูล.....	13
2 แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.1 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมการบริโภค.....	14
2.2 แนวคิดเรื่องการแต่งกายแฟชั่น.....	22
2.3 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์และการสร้างอัตลักษณ์จากการบริโภค.....	29

2.4 หนังสือ เอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37
2.5 กรอบแนวความคิด.....	49
<b>3 พัฒนาการการแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่นและสภาพพื้นที่สยามสแควร์.....</b>	<b>53</b>
3.1 พัฒนาการการแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่นไทย.....	53
3.1.1 เปิดโลกแห่งแฟชั่นการแต่งกาย.....	53
3.1.2 การแต่งกายแฟชั่นในบริบทสังคมไทย.....	55
3.1.3 การแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่นไทย.....	57
3.2 สภาพพื้นที่สยามสแควร์.....	77
3.2.1 จาก“สิบสามห้างบางลำพู-หลังวัง-ราชดำริ”ก่อนถึง“สยามสแควร์”.....	77
3.2.2 รู้จักสยามสแควร์.....	81
3.2.3 พัฒนาการของพื้นที่สยามสแควร์.....	86
3.3 การแต่งกายแฟชั่นของวัยรุ่นในพื้นที่สยามสแควร์.....	94
<b>4 การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแฟชั่น</b>	
<b>กรณีศึกษา แฟชั่นฮิปฮอป.....</b>	<b>100</b>
4.1 แฟชั่นฮิปฮอป : ความเป็นมาและการแต่งกายแฟชั่นที่ปรากฏ.....	100
4.2 การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแฟชั่นฮิปฮอป.....	110
4.2.1 มूलเหตุจูงใจ.....	110
4.2.2 วิธีทางในการแสดงออก.....	124
4.2.3 การนิยามความหมายและการตีความหมายแฟชั่นฮิปฮอป.....	146
4.2.4 อัตลักษณ์ใหม่ที่ปรากฏ.....	161
4.2.5 ความคาดหวัง ผลที่ได้รับและการมองตนเองในปัจจุบัน.....	171
<b>5 การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแฟชั่น</b>	
<b>กรณีศึกษา แฟชั่นเด็กแนว (อินดี้).....</b>	<b>180</b>
5.1 แฟชั่นเด็กแนว : ความเป็นมาและการแต่งกายแฟชั่นที่ปรากฏ.....	180
5.2 การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแฟชั่นเด็กแนว(อินดี้) .....	184
5.2.1 มूलเหตุจูงใจ.....	185
5.2.2 วิธีทางในการแสดงออก.....	193
5.2.3 การนิยามความหมายและการตีความหมายแฟชั่นเด็กแนว(อินดี้).....	214



5.2.4	อตัลัษณัใหม่ที่ปรากฏ.....	231
5.2.5	ความคาคหวัง ผลที่ไ้รับ และการมองตนเองในปัจัจุบัน.....	241
<b>6</b>	<b>การสร้งอตัลัษณัวัยร่นจากการแต่งกายแพ้งััน</b>	
	<b>กรณัศึษา แพ้งัันแบรณด์เนม.....</b>	<b>249</b>
6.1	แพ้งัันแบรณด์เนม : ความเป็นมาและการแต่งกายแพ้งัันที่ปรากฏ.....	249
6.2	การสร้งอตัลัษณัวัยร่นจากการแต่งกายแพ้งัันแบรณด์เนม.....	253
6.2.1	มูลเหตุจูงใจ.....	254
6.2.2	วถัทางในการแสดงออก.....	263
6.2.3	นัยามความหมายและการตีความหมายแพ้งัันแบรณด์เนม.....	277
6.2.4	อตัลัษณัใหม่ที่ปรากฏ.....	289
6.2.5	ความคาคหวัง ผลที่ไ้รับและการมองตนเองในปัจัจุบัน.....	297
<b>7</b>	<b>บทวเคราะห์ผลการศึษา.....</b>	<b>305</b>
7.1	จุดเร่มนัต้นกระบวนการสร้งอตัลัษณั : การก่อตั้วของการแต่งกายแพ้งััน.....	305
7.2	วถัทางในการแสดงออก.....	321
7.3	การนัยามและตีความหมายเช้งัสัญลักษณ์จากแพ้งัันสู่การสร้งอตัลัษณั.....	326
7.4	แพ้งัันกับความหลากหลายและระดับของอตัลัษณัวัยร่น.....	343
7.5	เจาะลึกรื่องแพ้งััน : บทบาท "วาทกรรม" และอถัพลต่อการสร้งอตัลัษณัวัยร่น.....	345
7.6	วัยร่นกับการบรโศคแพ้งััน : การสร้งอตัลัษณัที่ไม่จบลััน.....	360
<b>8</b>	<b>บทสรรูปและข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>365</b>
8.1	บทสรรูป.....	365
8.2	ปัญหาลและอุปสรรคการวถั.....	371
8.3	ข้อเสนอแนะในการวถัครั้งต่อไป.....	374
	รายการอ้างอิง.....	376
	ภาคผนวก.....	382
	ร้งคำถามที่ใช้ในการสัภาษณ์.....	383
	ประวถัผู้เช่ยนวถัยานัพนธ์.....	385

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 แสดงลำดับพัฒนาการแต่งกายแพ้น้ของวัยรุ่นไทย นับตั้งแต่ยุคหลังสงครามโลกครั้งที่สองจนถึงปัจจุบัน.....	76
ตารางที่ 3.2 สรุปพัฒนาการพื้นที่สยามสแควร์ตั้งแต่ทศวรรษแรกจนถึงปัจจุบัน.....	92
ตารางที่ 4.1 สรุปข้อมูลลักษณะทางประชากรกลุ่มตัวอย่างที่นิยมแพ้น้ฮิปฮอป.....	111
ตารางที่ 4.2 สรุปความต่อเนื่องในการแสดงออกด้านการแต่งกายแพ้น้ฮิปฮอป.....	145
ตารางที่ 4.3 สรุปการสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแพ้น้ฮิปฮอป.....	178-179
ตารางที่ 5.1 สรุปข้อมูลลักษณะทางประชากรกลุ่มตัวอย่างที่นิยมแพ้น้เด็กแนว (อินดี้) .....	184
ตารางที่ 5.2 สรุปการสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแพ้น้เด็กแนว (อินดี้).....	247-248
ตารางที่ 6.1 สรุปข้อมูลลักษณะทางประชากรกลุ่มตัวอย่างที่นิยมแพ้น้แบรนต์เนม.....	253
ตารางที่ 6.2 สรุปการสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแพ้น้แบรนต์เนม.....	303-304
ตารางที่ 7.1 สรุปเปรียบเทียบความหมายเชิงสัญลักษณ์ผ่านค่านิยมของแต่ละกลุ่ม.....	328

## สารบัญภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 2.1 แสดงกระบวนการสร้างอัตลักษณ์และปัจเจกภาพ / ในแนวคิดหลังสมัยใหม่.....	32
แผนภาพที่ 2.2 แสดงกรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษาการสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่น จากการแต่งกายแฟชั่น.....	52
แผนภาพที่ 3.1 แผนที่แสดงที่ตั้งของพื้นที่สยามสแควร์.....	93
แผนภาพที่ 4.1 แฟชั่นฮิปฮอปสไตล์นิวยอร์กที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่น.....	105
แผนภาพที่ 4.2 แฟชั่นฮิปฮอปสไตล์เม็กซิกันที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่น.....	106
แผนภาพที่ 4.3 แฟชั่นฮิปฮอปสไตล์คริปที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่น.....	108
แผนภาพที่ 4.4 แฟชั่นฮิปฮอปสไตล์บลิทที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่น.....	108
แผนภาพที่ 4.5 แฟชั่นฮิปฮอปสไตล์สตรีทที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่น.....	109
แผนภาพที่ 5.1 แฟชั่นเด็กแนว (อินดี้) ที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่น.....	183
แผนภาพที่ 6.1 แฟชั่นแบรנדเนมที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่น.....	250
แผนภาพที่ 7.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการทำงานของการโฆษณาและ ระบบแฟชั่นผ่านสื่อมวลชน.....	316
แผนภาพที่ 7.2 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างนิยามความหมายเชิงสัญลักษณ์จากแฟชั่นที่นำไปสู่ การสร้างอัตลักษณ์บุคคลและอัตลักษณ์ร่วมทางสังคมของวัยรุ่น.....	343
แผนภาพที่ 7.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความหมายเชิงสัญลักษณ์ของแฟชั่น ในฐานะเป็น "วาทกรรม" ชุดหนึ่งนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่น.....	351
แผนภาพที่ 8.1 แผนผังแสดงการสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแฟชั่น.....	367