

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์เนื้อหาเรื่องโทรศัพท์ในเพลงไทยสากล" ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้ มาใช้เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย

1. ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theory) หรือการสื่อความหมาย
2. ทฤษฎีวิัจจนกรรม (Speech Action Theory)
3. ทฤษฎีความโน้มแน่วใจของสารโดยใช้อารมณ์และจิตวิทยา
4. แนวคิดด้านการสร้างอารมณ์
5. แนวคิดเรื่องสัญญวิทยาและการสร้างควมหมาย (Semiotic & Signification)
6. ทฤษฎีแรงจูงใจในการสื่อสารระหว่างบุคคล (The Theory Interpersonal Communication Motive)

ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theory) หรือการสื่อความหมาย

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเป็นแนวคิดที่มีการใช้กันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากการสื่อสารเป็นพื้นฐานของกระบวนการของสังคมทุกระดับ ดังนั้นจึงมีผู้ให้นิยามหรือควมหมายของการสื่อสารไว้อย่างมากมายดังนี้

George Gerbner (1966: 102) กล่าวว่า การสื่อสารคือการแสดงปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ด้วยการใช้สัญลักษณ์และระบบสาร (Symbol and Message System) หรือ Barelson และ Steiner (1964: 527) นิยามการสื่อสารว่าเป็นพฤติกรรม หรือกระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก ทักษะ ฯลฯ โดยการใช้สัญลักษณ์ ซึ่งอาจเป็นคำพูด ตัวหนังสือ ตัวเลข ภาพ กราฟ ฯลฯ

สวณิต ยมาภัย (2526: 6) ได้ให้นิยามของการสื่อสารไว้ว่า เป็นการติดต่อกันระหว่างมนุษย์ เพื่อทำให้รับรู้เรื่องราวอันมีความหมายร่วมกัน และเกิดการตอบสนองต่อกัน

Aristotle (Sited in Lane Cooper, 1932:7) บิดาแห่งศาสตร์ทางวาทวิทยาได้ให้ความหมายของการศึกษาวิชาวาทศิลป์ (Rhetoric) หรือการสื่อสารว่าเป็น การแสวงหาวิธีการชักจูงใจที่มีอยู่ทุกรูปแบบ ดังนั้น ในการอธิบายคำดังกล่าวนี้จึงมีความหมายครอบคลุมถึงกระบวนการทุกอย่างที่อยู่ในจิตใจของมนุษย์ (Search for All Available Means of Persuasion) ดังนั้น ในการอธิบายคำดังกล่าวนี้ จึงมีความหมายครอบคลุมถึงกระบวนการทุกอย่างที่อยู่ในจิตใจของมนุษย์ซึ่ง วอเรน ดับเบิลยู วีเวอร์ (Warren W. Weaver, 1949: 94) ได้แสดงความคิดเห็นว่า ไม่ได้หมายความเฉพาะเพียงแต่การเขียนและการพูดเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงดนตรี ภาพ การแสดง บัลเลต์ และทุกพฤติกรรมของมนุษย์อีกด้วย

เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo) อธิบายไว้ใน The Process of Communication (1960) ถึงแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร SMCR Model ที่กล่าวว่า การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 4 ประการ ดังนี้ (ยุพา สุภากุล, 2540: 16-17)

1) ผู้ส่งสาร ประกอบด้วย

- ก. ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) คือ ความสามารถในการคิด ฟัง อ่าน เขียน พูด เป็นต้น
- ข. ทักษะคติ (Attitudes) เช่น ผู้ส่งสารมีทัศนคติต่อผู้ฟัง ต่อเรื่องที่ต้องการสื่อสาร และต่อตนเอง
- ค. ความรู้ (Knowledge) คือ ผู้ส่งสารมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ มีความรู้เกี่ยวกับผู้ฟัง
- ง. ระบบสังคม (Social System) คือ ทัศนคติทางสังคม
- จ. วัฒนธรรม (Culture) คือ ผู้ส่งสารทราบถึงลักษณะทางวัฒนธรรม

2) สาร ประกอบด้วย

- ก. รหัส (Code) หมายถึง สารนั้นใช้ภาษาใดเป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้ผู้ฟังเข้าใจ อาจเป็นภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาท่าทาง ดนตรี ศิลปะ
- ข. เนื้อหา (Content) หมายถึง สารมีสาระเกี่ยวกับเรื่องใด
- ค. การจัดเสนอ (Treatment) สารนั้นนำเรื่องราวมาเสนอในรูปแบบใด โดยใช้รหัสที่เลือกไว้แล้ว ทั้งรหัส เนื้อหา และการจัดเสนอสารนั้น ประกอบด้วยส่วนย่อย (Elements) และโครงสร้าง (Structure)

3) สื่อ มีความหมาย 3 ประการ คือ

1. หมายถึง การเข้ารหัสและการถอดรหัส (Mode of Encoding and Decoding)
2. หมายถึง สิ่งที่น่าสาร (Message-Vehicle) เช่น คลื่นเสียง, วิทยู, โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

3. หมายถึง พาหนะของสิ่งที้นำสาร (Vehicle-Carrier) เช่น อากาศ

สื่อในความหมายที่ 2 และ 3 นั้น เป็นเรื่องทางเทคนิค เป็นเรื่องทางวิศวกรรมและวิทยาศาสตร์ ส่วนในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ สื่อตามความหมายของเบอร์โล (David K. Berlo) คือ ช่องทางที่จะนำสารไปสู่ประสาทในการรู้สึก (Sense Mechanisms) หรือ การถอดรหัสของผู้รับสาร ได้แก่ การเห็น (Seeing), การได้ยิน (Hearing), การสัมผัส (Touching), การได้กลิ่น (Smelling) และการลิ้มรส (Testing)

4) ผู้รับสาร ประกอบด้วย

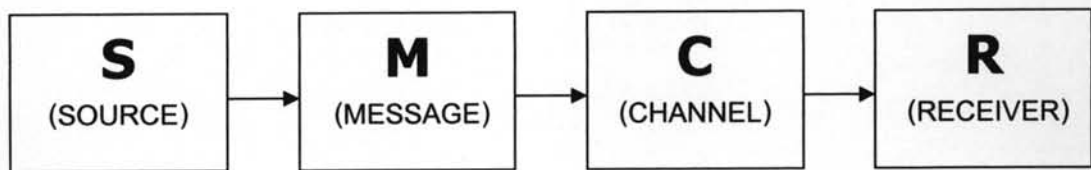
ก. ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) หมายถึง ผู้รับสารมีความสามารถในการ ฟัง อ่าน และใช้ประสาทต่างๆ ได้ดีเพียงใด

ข. ทศนคติ (Attitudes) หมายถึง ทศนคติต่อผู้ส่งสาร ตนเอง สาร

ค. ความรู้ (Knowledge) หมายถึง ความรู้ของผู้รับสาร อาจมากหรือน้อยกว่าผู้ส่งสาร

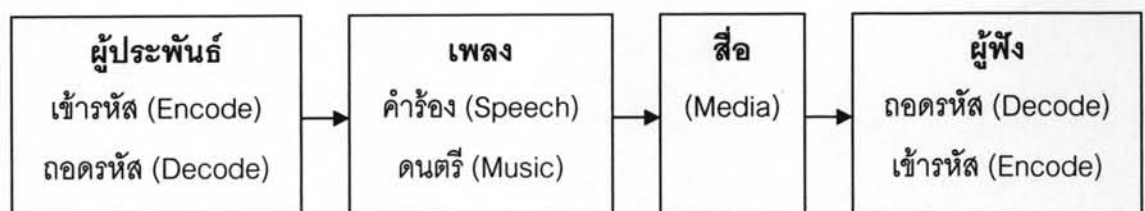
ง. ระบบสังคม (Social System) ซึ่งอาจเหมือนหรือแตกต่างจากผู้ส่งสาร

จ. วัฒนธรรม (Culture) ซึ่งอาจเหมือนหรือแตกต่างจากผู้ส่งสาร



แบบจำลองที่ 1: Model of the Ingredients in Communication

ดังนั้น ในการศึกษาเรื่องเพลงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโทรศัพท์นี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอรูปแบบของกระบวนการสื่อสารแบบทางเดียว ซึ่งเป็นการอธิบายกระบวนการสื่อสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเท่านั้น โดยไม่กล่าวถึงการสื่อสารกลับ (Feedback) ซึ่งนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษากระบวนการสื่อสารในเพลงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโทรศัพท์ ได้ดังนี้



แบบจำลองที่ 2: แบบจำลองกระบวนการสื่อความหมายในเพลงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโทรศัพท์

แบบจำลองกระบวนการสื่อความหมายในเพลงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโทรศัพท์ สามารถอธิบายได้ว่าการสื่อสารนั้น เมื่อผู้ส่งสารหรือผู้ประพันธ์ ต้องการจะสื่อสารความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร หรือวัตถุประสงค์ของตน ผู้ส่งสารจะต้องเข้ารหัส (Encode) เพื่อนำเอาสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอดหรือสื่อความหมายไปใส่ไว้ในรหัส (Code) คือ คำร้อง ทำนอง ดนตรี และจังหวะ จากนั้นจึงส่งสารนั้นผ่านสื่อ (Media) ไปยังผู้รับสาร (ผู้ฟัง) จากนั้น ผู้รับสารจะถอดรหัส (Decode) เพื่อทำความเข้าใจสารหรือความหมายของเพลงที่ตนได้รับ

ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำแบบจำลองดังกล่าวนี้ มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ (Analytical Framework) เพื่ออธิบายว่า ผู้ประพันธ์นำประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมรอบๆตัว มาสร้างเป็นแนวคิดและภาษาในการประพันธ์เพลง จากนั้นจึงนำบทเพลงส่งผ่านไปโดยสื่อ (Channel) ต่างๆ เพื่อสามารถเข้าถึงผู้ฟัง เช่น สื่อบุคคล สื่อวิทยุกระจายเสียง แผ่นเสียง เทปคาสเซ็ท หรือหนังสือเพลง เป็นต้น

เมื่อทราบถึงความหมายและรูปแบบของการสื่อสารที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์แล้ว ผู้วิจัยได้นำ "ทฤษฎีวิัจจนกรรม" มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์การสื่อความหมายในเพลงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโทรศัพท์ เพื่อศึกษาถึงเจตนาหรือวัตถุประสงค์ของผู้ประพันธ์เพลงอีกด้วย

ทฤษฎีวิัจจนกรรม (Speech Action Theory)

จอห์น อาร์ เซอร์ (John R. Searle, 1969: 16) กล่าวถึงความสำคัญของวิัจจนกรรม (Speech Acts) ที่จำเป็นต้องเรียนรู้ว่า ภาษาในการสื่อสารทั้งหมดนั้นจะมีการกระทำทางภาษา (Linguistic Acts) โดยจอห์นให้เหตุผลว่าประเด็นหลักของการสื่อสารด้วยภาษาไม่ใช่เรื่องของสัญลักษณ์ คำ หรือ ประโยค แต่เป็นผลผลิตของการใช้สัญลักษณ์ คำ หรือ ประโยคในการแสดงถึงวิัจจนกรรม นั่นคือ วิัจจนกรรม (Speech Acts) อันเป็นหน่วยย่อยที่เล็กที่สุดของการสื่อสารด้วยภาษา ถือเป็นหน่วยพื้นฐานของการสื่อสารของมนุษย์

จอห์น ลีออนส์ (John Lyons, 1981: 175) ได้สรุปถึงทฤษฎีวิัจจนกรรมว่าเป็นทฤษฎีของการใช้ภาษาในสังคม กล่าวคือ เป็นการใช้อำนาจเพื่อสื่อถึงการกระทำ ภายใต้กรอบของรูปแบบและชนบประเพณีทางสังคม

แซนดรา เจ ซาวิยอง (Sandra J. Savignon, 1983: 13) กล่าวว่า "ภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ที่ถูกใช้เพื่อแสดงจุดมุ่งหมายอย่างไม่จำกัด เช่น การสั่ง การอธิบาย การขอร้อง ฯลฯ ซึ่งจุดประสงค์ในถ้อยคำที่กล่าวนั้นจะสามารถเข้าใจได้ เมื่อถ้อยคำนั้นอยู่ในบริบทของสถานการณ์ จึงทำให้ทฤษฎีวิัจจนกรรม (Speech Action Theory) ได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อการใช้ภาษาเพื่อการสื่อความหมาย ทั้งนี้เป็นเพราะทฤษฎีวิัจจนกรรมนี้มีความสำคัญในการบ่งบอกถึงจุดประสงค์ของการใช้ภาษา และช่วยให้เข้าใจเจตนาที่แฝงอยู่ได้ชัดเจน

สรุปได้ว่า ในทัศนะของนักวิชาการต่างๆ ได้ให้ความหมายของ "วิัจจนกรรม" ไว้คล้ายคลึงกัน คือ การใช้ภาษาที่แสดงถึงวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ซึ่งมีรูปแบบทางภาษาที่หลากหลายตามแต่สถานการณ์และทัศนคติของผู้ส่งสารที่มีต่อเรื่องราวนั้นๆ ซึ่งลักษณะของ "วิัจจนกรรม" คือเจตนาของผู้พูดซึ่งแสดงออกมาในรูปของคำพูด เช่น การขอร้อง การออกคำสั่ง และการขอโทษ เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถที่จะช่วยให้ผู้ฟังได้รับทราบความหมายและเจตนา หรือวัตถุประสงค์ของผู้พูดได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ทฤษฎีวิัจจนกรรมนี้เริ่มต้นจากที่ เจ แอล ออสติน (J. L. Austin, 1962: 1-6) ได้ตั้งข้อสังเกตถึงลักษณะการใช้ถ้อยคำ (Statement) ว่าโดยทั่วไปนั้นเราใช้ถ้อยคำเมื่อต้องการที่จะบอกเล่าเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ หรืออธิบายข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ซึ่งออสตินมองว่าการใช้ถ้อยคำ หรือการพูดนั้นไม่ได้ทำหน้าที่เพียงเท่านั้น แต่หน้าที่อีกประการหนึ่งที่สำคัญก็คือ "เป็นการกระทำ" ด้วย

จากความเชื่อที่ว่า การพูดเป็นการบ่งบอกการกระทำนี้เอง เจ แอล ออสติน (J. L. Austin, 1962: 99-101) จึงสรุปว่า ในการกล่าวถ้อยคำหนึ่งๆนั้น ผู้พูดได้กระทำพฤติกรรม 3 อย่างพร้อมๆ กันคือ

- 1) การกล่าวถ้อยคำ (Locutionary Acts) เป็นพฤติกรรมการกล่าวถ้อยคำ หรือ ประโยคในการสื่อสาร
- 2) การแสดงเจตนา (Illocutionary Acts) เป็นพฤติกรรมที่แสดงเจตนาของการกล่าวถ้อยคำนั้นๆ ซึ่งออสตินถือว่าพฤติกรรมในส่วนนี้เป็นส่วนที่สำคัญที่สุด
- 3) ผลของวาทะ (Perlocutionary Acts) เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการกล่าวถ้อยคำ หรือ ผลของถ้อยคำที่มีต่อผู้ฟัง ซึ่งอาจเป็นผลในด้านความรู้สึก ความคิด หรือ การกระทำทางด้านพฤติกรรมของผู้ฟัง ผู้พูด หรือคนอื่นๆ

ออสตินได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ถ้อยคำที่มีความหมายและรูปแบบที่ถูกต้อง (Well - Formed) ทั้งหมด จะถือว่าเป็นการกล่าวถ้อยคำ แต่หากถ้อยคำจะเป็นการแสดงเจตนาด้วยนั้น จะต้องหมายถึงการกระทำด้วย ส่วนผลของวาทะจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อการกระทำตามถ้อยคำดังกล่าวนั้นสัมฤทธิ์ผล

ซึ่งต่อมา เจ อาร์ เซอร์ล (J.R. Searle, 1969: 23-24) ได้นำแนวคิดของออสตินมาศึกษาต่อ แต่เขาไม่ได้ให้ความสำคัญแก่ผลของวาทะ (Perlocutionary Acts) เท่าที่ควร แต่กลับมุ่งสนใจที่การกล่าวถ้อยคำและการแสดงเจตนา โดยเรียกปรากฏการณ์ในการสื่อความด้วยถ้อยคำนี้ว่า "วัจนกรรม" (Speech Acts) ประกอบด้วยการกระทำ 3 อย่างคือ

- 1) การกล่าวถ้อยคำ (Utterance Acts) ซึ่งจะมีความหมายเดียวกันกับการกล่าวถ้อยคำของออสติน
- 2) การสื่อข้อความ (Propositional Acts) หมายถึงการกล่าวถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และกล่าวข้อความต่อไปเกี่ยวกับสิ่งนั้น (Referring and Prediction) ซึ่งการที่ผู้พูดใช้ถ้อยคำที่เหมาะสมกับเหตุการณ์และบุคคลที่เกี่ยวข้อง ก็จะทำให้ผู้ฟังเกิดความสำนึกหรือเชื่อถือได้
- 3) การแสดงเจตนา (Illocutionary Acts) หมายถึง เจตนาหรือวัตถุประสงค์ในการกล่าวถ้อยคำด้วยข้อความที่สื่อออกไป เช่น การสั่ง การขอร้อง การให้สัญญา ฯลฯ

เจ อาร์ เซอร์ล (J.R. Searle) ต้องการสื่อให้เห็นว่าการกล่าวถ้อยคำนั้นอาจไม่จำเป็นต้องมีเนื้อหาของข้อความก็ได้ เช่น จำนวนต่างๆ เป็นต้น แต่ในการแสดงเจตนาจะต้องมีทั้งการกล่าวถ้อยคำและการสื่อข้อความ นอกจากนี้การสื่อข้อความในรูปแบบที่ต่างกัน สามารถใช้แสดงเจตนาเดียวกันได้

ประเภทของวัจนกรรม

เจ อาร์ เซอร์ล (J.R. Searle, 1969 : 29) ได้จัดแบ่งประเภทวัจนกรรม โดยวางเกณฑ์ในการจัดไว้ 12 ข้อ ซึ่งเกณฑ์ที่เขาถือว่าสำคัญมากมี 3 ข้อดังนี้

- 1) เจตนาที่ต้องการ (Illocutionary Point)

- 2) ความสัมพันธ์ของคำพูด กับสภาวะแวดล้อม (Direction of Fit) ซึ่งตัดสินจากความสอดคล้องของสภาวะโลก
- 3) สภาพทางจิตวิทยา (Psychological State) การกล่าวโดยมีความเชื่อในคำกล่าวนั้น เช่น การสัญญาที่เกิดจากความตั้งใจ การขอร้องอันเกิดจากความต้องการ ด้วยเกณฑ์เหล่านี้ เจ อาร์ เซอร์ล (J.R. Searle, 1975 : 354 - 361) ที่นำแนวคิดของ เจ แอล ออสติน มาศึกษาต่อ ได้แบ่งวัจนกรรมออกเป็น 5 ประเภทดังนี้

1) การบรรยายข้อมูล (Representatives) คือ วัจนกรรมที่ทำให้บรรยายสภาพการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น โดยผู้พูดเป็นผู้แสดงพฤติกรรมนี้ เช่น การตั้งสมมุติฐาน (Hypothesis) การทำนาย (Predict) การเรียกร้อง (Claim) ฯลฯ วัจนกรรมประเภทนี้ จะทำให้ผู้พูดได้เข้าถึงความจริงของข้อความที่เขาพูดออกมา

2) การออกคำสั่ง (Directives) คือ วัจนกรรมที่พูดออกเพื่อให้ผู้ฟังทำหรือปฏิบัติในบางสิ่งบางอย่าง เช่น การขอร้อง (Request) การเชิญเชิญ (Invite) การให้คำแนะนำ (Suggest) ฯลฯ

3) การให้สัญญา (Commissives) คือ วัจนกรรมที่กล่าวออกมาแล้วเกิดการผูกมัดให้ผู้พูดและผู้ฟังกระทำบางอย่างในเวลาต่อมา เช่น การสัญญา (Promise) การข่มขู่ (Threaten) การสาบาน (Vow) ฯลฯ

4) การแสดงความรู้สึก (Expressives) คือ วัจนกรรมที่แสดงให้เห็นถึงสถานภาพทางจิตวิทยาหรือความคิดเห็นของผู้พูด เช่น การขอบคุณ (Thank) การแสดงความยินดี (Congratulation) การต้อนรับ (Welcome) ฯลฯ

5) การประกาศ (Declarations) คือ วัจนกรรมที่ส่งผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสถานภาพหรือเรื่องราวบางอย่าง เช่น การประกาศ (Declarations) การตั้งชื่อ (Naming) การไล่ออกจากงาน (Firing) เป็นต้น

ดังนั้น ในการวิเคราะห์การสื่อความหมายในเพลงที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับโทรศัพท์ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีวัจนกรรม (Speech Action Theory) มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ (Analytical Framework) เพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์หรือเจตนาของผู้ประพันธ์เพลง โดยใช้เกณฑ์เจตนาของผู้ส่งสาร (Illocutionary Point) เป็นหลัก ซึ่งแบ่งลักษณะของเจตนาออกเป็น 5 ประเภทคือ การ

บอกกล่าวหรือการบรรยาย (Representatives) การออกคำสั่ง (Directives) การให้สัญญา (Commissives) การแสดงความรู้สึกนึกคิด (Expressives) และการประกาศ (Declarations)

นอกจากนี้ ในการศึกษาวิเคราะห์การสื่อความหมายในเพลงที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับโทรศัพท์ ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาลักษณะแรงจูงใจที่ผู้ประพันธ์ได้นำมาใช้ในการโน้มน้าวใจผู้ฟัง จึงได้นำแนวคิดการสร้างสารโน้มน้าวใจโดยใช้อารมณ์และจิตวิทยา มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ร่วมด้วย ดังนี้

ทฤษฎีความโน้มน้าวใจของสารโดยใช้อารมณ์และจิตวิทยา

อรวรรณ ปิลันท์ไธวาท (2542: 9) กล่าวว่า การใช้หลักจิตวิทยาในการกล่าววาทะนั้นๆ คือ การตรวจสอบดูว่าผู้ส่งสารได้ใช้แรงจูงใจประเภทไหนในการเหนี่ยวนำผู้รับสารให้เกิดความสนใจ ความเข้าใจ การคล้อยตาม และการยอมกระทำ แรงจูงใจเช่นที่ว่านี้อาจจะได้แก่ ความรักในศักดิ์ศรี ความภูมิใจในชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ การพอใจที่ได้ทำประโยชน์ให้แก่ผู้อื่น การแสวงหาความรื่นรมย์ การรู้จักบาปบุญคุณโทษ ความรักตัวกลัวตาย การได้มาหรือสูญเสียทรัพย์สินสมบัติ ความคิดในการสร้างสรรค์ ความคิดในการทำลาย และความอยากรู้ อยากเห็น

ดังนั้นในการวิเคราะห์การโน้มน้าวใจของผู้ฟัง จึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจในจิตวิทยาขั้นพื้นฐานในเรื่องความต้องการของผู้ฟัง นั่นคือเข้าใจว่า มนุษย์มีแรงจูงใจหรือแรงผลักดันอะไรบ้าง ในการจะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เอ. เอช. มาสโลว์ (Maslow 1954: 120-145) ได้จำแนกความต้องการที่ได้จากการเข้าร่วมสังคมกับมนุษย์คนอื่นๆ ไว้ดังนี้

- 1) ความต้องการด้านสรีระ (Physiological Needs) คือ การที่มนุษย์จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด เพราะต้องการอาหาร น้ำ การสืบพันธุ์ การสร้างสภาวะสมดุลให้เกิดขึ้นกับสิ่งรอบข้าง ความต้องการนี้เป็นความต้องการขั้นแรก และมนุษย์ต้องพอใจกับความต้องการนี้ ก่อนจึงจะสนใจในความต้องการขั้นสูงขึ้นไป
- 2) ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) มนุษย์ต้องการโลกที่มีระเบียบ ทุกสิ่งดำเนินไปตามระบบ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทันทีทันใดโดยมิได้คาดฝัน เหตุการณ์ซึ่งคุกคามก่ออันตรายเป็นสิ่งที่มนุษย์หลีกเลี่ยง
- 3) ความต้องการที่จะผูกพันกับสถาบันและเป็นที่รักของสังคม (Belongingness and Love Needs) เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นหลังจากที่มนุษย์ได้เข้าร่วมสังคมกับ

- มนุษย์คนอื่นๆ มนุษย์ต้องการเป็นที่รักของครอบครัว ของญาติ และของมิตรสหาย ต้องการมีความรู้สึกว่าเป็นสมาชิกคนหนึ่งในองค์การหรือสถาบันที่ตนสังกัดอยู่
- 4) ความต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับยกย่องในวงสังคม (Esteem Needs) มนุษย์ที่จะมีความเคารพในตนเอง ให้เกียรติตนเอง และในขณะเดียวกันเขาต้องการได้รับเกียรติและความยกย่องในตัวเขาจากบุคคลอื่นด้วย มนุษย์ต้องการสถานภาพและต้องการให้คนอื่นตระหนักในความสำคัญของเขา
- 5) ความต้องการสัมฤทธิ์ผลในอุดมคติที่ตนเองตั้งไว้ (Self – Actualization) มนุษย์แม้เมื่อมีความประสงค์ในความต้องการทั้งหลายแล้ว ก็ยังมีความปรารถนาที่จะเป็นอย่างที่ตนเองได้ใฝ่ฝันไว้

นอกเหนือจากแรงจูงใจทั้งห้าชั้นของ Maslow แล้วนั้น ยังมีนักวิชาการที่ได้จำแนกประเภทของแรงจูงใจไว้ค่อนข้างละเอียดคือ Raymond S. Ross (1980: 271-272) ศาสตราจารย์ทางวาทวิทยาชาวอเมริกัน ได้อธิบายการใช้หลักจิตวิทยาเพื่อโน้มน้าวใจมนุษย์ ซึ่งเขาได้รวบรวมคำศัพท์ที่เรียกว่า Motive Terms ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่ปรากฏบ่อยๆ ในการอธิบายพฤติกรรมมนุษย์ ดังต่อไปนี้

1)	Cleanliness	ความสะอาด
2)	Sanitary	ความถูกสุขลักษณะ
3)	Hunger	ความหิว
4)	Pleasure	ความรื่นรมย์
5)	Rest	ความผ่อนคลายการหย่อนอารมณ์
6)	Health	ความมีสุขภาพ
7)	Protection	ความคุ้มครองอย่างปลอดภัย
8)	Group Spirit	การแสดงน้ำใจต่อหมู่คณะ
9)	Fear	ความกลัว
10)	Cooperation	ความร่วมมือ
11)	Conflict	ความขัดแย้ง
12)	Value	ค่านิยม
13)	Mothering	ความรู้สึกฉันท์แม่
14)	Approval	ความเห็นชอบจากสังคม
15)	Domesticity	ความรู้สึกรักและผูกพันต่อชาติบ้านเมือง
16)	Power	การมีอำนาจ

17)	Appetizing	ความยากในรสและกลิ่น
18)	Activity	การชอบกิจกรรม
19)	Mating	การดึงดูดใจเพศตรงข้าม
20)	Comfort	ความสุขสบาย
21)	Fighting	การชอบต่อสู้
22)	Safety	ความปลอดภัย
23)	Conformity	ความสอดคล้องต้องกันกับสังคม
24)	Anger	ความโกรธ
25)	Gregariousness	ความชอบหมู่เหล่า
26)	Acquisition	การได้มาซึ่งทรัพย์สินของและอื่นๆ ที่มีใช้ทรัพย์สิน
27)	Companionship	การชอบมีเพื่อน
28)	Sympathy	ความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น
29)	Sex	ความต้องการด้านกามารมณ์
30)	Deity	ความเชื่อถือในพระเจ้า
31)	Quality	ความมีคุณภาพ
32)	Reputation	ความมีชื่อเสียง
33)	Competition	การแข่งขัน
34)	Ambition	ความทะเยอทะยาน
35)	Curiosity	ความอยากรู้อยากเห็น
36)	Creating	ความชอบสร้างสรรค์
37)	Enjoyment	ความบันเทิงใจ
38)	Devotion	การอุทิศตัว
39)	Social Distinction	ความมีชื่อเสียงในสังคม
40)	Wealth	ความมั่งคั่ง
41)	Adventure	การชอบผจญภัย
42)	Independence	ความมีอิสระภาพไม่ต้องพึ่งพาใครไม่ต้องอยู่ได้อำนาจใคร
43)	Property	การชอบทรัพย์สินสมบัติ
44)	Achievement	การไฝ่สัมฤทธิ์

คำศัพท์ทั้ง 44 คำที่แสดงให้เห็นถึงแรงจูงใจของรอสส์นี้ มีหลายคำที่มีความหมายใกล้เคียงกับลำดับความต้องการทั้งห้าของมาสโลว์ แต่ศัพท์ของรอสส์ให้รายละเอียดมากกว่า

อย่างไรก็ตาม รอสส์กล่าวว่า ศัพท์ทั้ง 44 คำนี้ ยังไม่สามารถบรรยายแรงจูงใจของมนุษย์ได้ทั้งหมด (Prentice Hal, 1980 อ้างถึงใน อรรถรณ ปิรันธน์โอวาท, 2542: 12) ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวความคิดทั้งของมาสโลว์และรอสส์ มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ (Analytical Framework) เนื่องจากมีความละเอียดเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ว่าผู้ประพันธ์ได้ใช้แรงจูงใจใดในการโน้มน้าวใจผู้ให้เกิดอารมณ์คล้อยตาม

แนวคิดด้านการสร้างอารมณ์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525: 943) กล่าวถึงความหมายของ "อารมณ์" ไว้ว่า คือ ความคิด ความรู้สึกที่เปลี่ยนแปลงอยู่เรื่อยๆ

ดาร์วิน (Darwin, 1872) กล่าวว่า อารมณ์เป็นสิ่งปกติที่พบได้ทั่วไปในมนุษย์ และสัตว์ซึ่งเป็นผลมาจากสัญชาตญาณจากการได้รับสิ่งเร้าทางกายภาพ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับพลังขับเคลื่อนจากสัญชาตญาณดั้งเดิมของมนุษย์ เช่น การหลีกเลี่ยงความเจ็บปวด (อ้างถึงใน ดวงรัตน์ กมโลบล, 2535: 13)

วอลเตอร์ แคนนอน (Walter cannon) และ บาร์ด (Bard) 1934 กล่าวว่า "อารมณ์" เป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นตลอดช่วงเวลาหนึ่งของบุคคล ทั้งนี้ประสบการณ์ของอารมณ์จะถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าภายนอกไปสู่ระบบความรู้สึก (Sensory System) และขณะเดียวกันนั้นระบบประสาทอัตโนมัติก็จะถูกกระตุ้นอย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน ทำให้เกิดการตอบสนองทางร่างกายขึ้น (อ้างถึงใน วิภาดา แซ่ตั้ง, 2528: 2)

มาร์ค (Mark, 1976: 486) กล่าวว่า "การเกิดอารมณ์นั้นเริ่มจากการที่บุคคลรับรู้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นอันดับแรก จากนั้นจะมีปฏิกิริยาตอบสนองทางร่างกาย และในขั้นสุดท้ายก็คือเกิดอารมณ์หรือความรู้สึกต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น"

ดังนั้นอารมณ์จึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการตอบสนองของร่างกายกับประสบการณ์ของอารมณ์ในเวลาเดียวกัน หรือเป็นการรวมกันระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสรีระของร่างกาย และข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ที่กระตุ้นอารมณ์นั้น ข้อมูลทั้งสองที่ประกอบขึ้นมาจะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและยังเป็นตัวกำหนดธรรมชาติ และระดับความเข้มข้นของอารมณ์ที่เกิดขึ้นด้วย เช่น เมื่อเราฟังเพลงปลุกใจ เรารับรู้ถึงการสื่อความหมายของคำร้อง เราจึงเกิดอารมณ์อีกเหมือนกันแสดงว่า

อารมณ์เกิดขึ้นก็ต่อเมื่อเราได้รับรู้เรื่องราว หรือสถานการณ์ในบทเพลงที่ผู้ประพันธ์ต้องการสื่อความหมายเพื่อสร้างอารมณ์ให้เกิดขึ้นตัวของผู้ฟัง

โดยสรุปแล้วจะเห็นได้ว่าอารมณ์เป็นภาวะที่เกิดจากองค์ประกอบ 3 ประการ คือ องค์ประกอบด้านสิ่งเร้าภายนอก (Stimulus Factors) ที่ส่งผลต่อระบบความรู้สึกของบุคคล องค์ประกอบด้านสรีระ (Physiological Factors) ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายของบุคคลและองค์ประกอบด้านการรับรู้ และความเข้าใจ (Cognitive and Perception Factors) เกี่ยวข้องกับการรับรู้ และประสบการณ์ในอดีตของบุคคลซึ่งมีผลต่อการประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

จากผลการศึกษา และสรุปแนวคิดด้านอารมณ์ที่ผ่านมา เลเวนทัล (Leventhal, 1980) ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบ 3 ประการในการใช้คำต่างๆ เกี่ยวกับอารมณ์ ดังนี้ (อ้างถึงใน ดวงรัตน์ กมลโบล, 2535: 14)

1) แรงกระตุ้นที่ปรากฏออกมาทางร่างกาย ไม่อาจนำมาใช้เรียกกับคำที่เกี่ยวกับอารมณ์ได้ เนื่องจากแรงกระตุ้นทางร่างกายที่แสดงออกในลักษณะเดียวกันนั้น อาจเป็นการสื่อหรือแสดงออกถึงอารมณ์ที่แตกต่างกันก็ได้ และการที่อารมณ์หลายๆ ประเภทที่มีการแสดงออกในรูปแบบพฤติกรรมเฉพาะอย่าง ก็เนื่องมาจากการได้รับอิทธิพลอย่างมาจากขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม

2) อารมณ์ที่แสดงออกทั้งหมดล้วนแต่เป็นไปด้วยความตั้งใจทั้งสิ้น นั่นคือ อารมณ์จะต้องเป็นสิ่งที่เกี่ยวกับอะไรบางอย่าง เช่น เราจะเห็นได้ว่าในการใช้คำพูดแสดงอารมณ์นั้นจะต้องอ้างถึงสิ่งที่ทำให้เกิดอารมณ์เช่นนั้นทั้งสิ้น เช่น เขาจะบอกว่า เขากลับ (อะไรบางอย่าง) เขาโกรธ (ใครหรืออะไร) เขาอิจฉา (ใคร) เขาเสียใจ (เรื่องอะไร) เหล่านี้เป็นต้น

3) การใช้คำทางอารมณ์ เกี่ยวข้องกับกฎเกณฑ์ทางคุณธรรมและจริยธรรมท้องถิ่น เช่น ระบบของท้องถิ่นเกี่ยวกับสิทธิ หน้าที่ ข้อผูกมัด และแบบแผนในการประเมินคุณค่าของสิ่งต่างๆ

นอกจากนั้น เคมพ์เพอร์ (Kemper, 1978: 23) ยังได้เสนอรูปแบบของอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากมิติของอำนาจ (Power) และมิติของสถานภาพ (Status) ในโครงสร้างของอารมณ์ว่าบุคคลจะไม่เพียงแต่มีการตอบสนองทางอารมณ์ต่อทั้งอำนาจและสถานภาพของตัวเองเท่านั้น แต่ยังมีการ

ตอบสนองหรือแสดงออกทางอารมณ์ต่ออำนาจและสถานภาพของบุคคลอื่นที่เรามีปฏิสัมพันธ์ด้วย เช่นกัน ซึ่งรูปแบบความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับอำนาจและสถานภาพนั้นอาจวัดออกมาได้ 3 ระดับ ได้แก่ เพียงพอ เกินพอดี และไม่เพียงพอ ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1) อำนาจของตนเอง

1.1 เมื่ออยู่ในระดับเพียงพอ (Adequacy) บุคคลจะเกิดความรู้สึกที่มีความมั่นคงสบายใจ เนื่องจากมีความมั่นใจในชัยชนะหรือความมีอำนาจเหนืออีกบุคคลหนึ่งเมื่อมีการเผชิญหน้าหรือมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

1.2 เมื่ออำนาจอยู่ในระดับเกินพอดี เมื่อบุคคลรู้สึกว่าตนใช้อำนาจกับบุคคลอื่นมากเกินไป ก็เกิดความรู้สึกผิด (Guilty) ไม่สบายใจ อย่างไรก็ตามในเรื่องการใช้อำนาจอย่างเกินขอบเขตนี้ มีแนวคิดอยู่ 2 ข้อที่พึงนำมาประกอบการพิจารณา คือ การที่บุคคลมีความเข้าใจว่าตนเอง หรือบุคคลอื่นควรเป็นผู้มีความรับผิดชอบต่ออำนาจที่มากมายของตนนี้เพราะผลที่เกิดขึ้นมีความแตกต่างกัน คือ

1.2.1 หากบุคคลคิดว่าตนเองเป็นผู้ต้องแสดงความรับผิดชอบ ดังนั้นพฤติกรรมที่จะติดตามมากับอำนาจที่มากเกินพอดี ก็จะเป็นรูปแบบของการไถ่โทษ (Expiation) หรือการตำหนิตนเอง

1.2.2 หากบุคคลคิดว่า บุคคลอื่นต้องเป็นที่รองรับอำนาจของตน ดังนั้นแทนที่บุคคลจะรู้สึกเศร้าใจ บุคคลก็จะกลับมีอารมณ์โกรธ และก้าวร้าว

1.3 เมื่ออำนาจไม่เพียงพอ (Insufficiency) อารมณ์ที่จะเกิดในสภาวะเช่นนี้ คือ ความหวาดกลัว และความรู้สึกไม่มั่นคง นั่นคือ ความรู้สึกต่ำต้อย และจำต้องยอมศิโรราบต่ออำนาจของผู้อื่น จำต้องทำตามคำสั่ง หรือความต้องการของบุคคลอื่น

2) สถานภาพของตนเอง

สถานภาพหมายถึง การที่บุคคลหนึ่งยินดีที่จะมอบรางวัล คำชมเชย หรือความชื่นชมให้กับบุคคลอื่นด้วยความเต็มใจ

2.1 เมื่อบุคคลได้รับสถานภาพเพียงพอ (Adequacy) บุคคลจะเกิดความรู้สึกที่ดีมีความสุข ยินดี มีความภาคภูมิใจ รู้สึกว่าตนเป็นที่ยอมรับและเป็นที่รักและชื่นชมของบุคคลในสังคมนั้น

2.2 เมื่อบุคคลได้รับสถานภาพมากเกินไป (Excess) บุคคลจะรู้สึกละอายหากเกิดความรู้สึกว่าตนไม่มีความสามารถ หรือไม่คู่ควรกับสถานภาพที่ได้รับ

2.3 เมื่อบุคคลได้รับสถานภาพไม่เพียงพอ (Insufficiency) จะทำให้เกิดอารมณ์หดหู่ เศร้าหมอง เช่น การที่บุคคลถูกปฏิเสธ ไม่ได้รับการยอมรับจากกลุ่ม

อย่างไรก็ตามการจัดแบ่งประเภทของอารมณ์ก็ยังคงมีความหลากหลาย ทั้งนี้เพราะประเภทของอารมณ์แต่ละชนิดขึ้นอยู่กับความรู้ของแต่ละบุคคล ประสบการณ์ที่ได้รับตลอดไปจนถึงวัฒนธรรมของแต่ละสังคม ซึ่งได้มีการแบ่งประเภทอารมณ์ไว้ได้อย่างน่าสนใจดังนี้คือ

โคล (L. Cole 1984: 120 – 139) เสนอแนะวิธีแบ่งประเภทของอารมณ์โดยพิจารณาจากพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกเมื่อเกิดอารมณ์ต่างๆ สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ

1. อารมณ์ที่นำไปสู่พฤติกรรมก้าวร้าว (Aggressive Behavior)
ได้แก่ โกรธ (Angry) ริษยา (Envy) เกลียดหรือเคียดแค้น
2. อารมณ์ที่นำไปสู่พฤติกรรมยับยั้งหรือปกป้อง (Inhibitory or Defensive Behavior)
ได้แก่ กลัว (Afraid) กังวลใจ (Anxiety) เสียใจ (Sorry)
3. อารมณ์ที่นำไปสู่พฤติกรรมสนุกสนานร่าเริง (Joyous Behavior)
ได้แก่ ดีใจ ตื่นเต้น (Excite) อารมณ์รักพอใจ

ทอมคินส์ (Tomkins 1970: 8) อธิบายว่าอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ มี 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ อารมณ์ทางบวก และอารมณ์ทางลบ ซึ่งสามารถแบ่งแยกย่อยได้อีก 8 ประเภท

- 1) อารมณ์ทางบวก ได้แก่ ความสนใจ (Interest) ประหลาดใจ (Surprise) สนุกสนาน (Joy)
- 2) อารมณ์ทางลบ ได้แก่ ปวดร้าว (Anguish) กลัว (Fear) ละอาย (Shame) ขยะแขยง (Disgust) ขุ่นเคือง (Rag)

พลูทซิค (R. Plutchik 1980: 70 – 78) แบ่งอารมณ์พื้นฐานออกเป็น 8 ประเภท โดยอาศัยการรวบรวมจากการศึกษาเกี่ยวกับอารมณ์ของตนเอง ดังนี้ กลัว ประหลาดใจ เศร้า ขยะแขยง โกรธ สนุกสนาน ยอมรับ คาดหวัง

นอกจากนั้นดวงรัตน์ กมลโบล (2535 : 157) ได้แบ่งอารมณ์ออกเป็น 6 ประเภทดังนี้

1. อารมณ์มีความสุข

- เกิดจากการได้รับความสำเร็จสมหวังในสิ่งที่ต้องการ หรือ พึงพอใจทางด้านวัตถุ และจิตใจ
- เกิดความยินดี และมีความสุขที่ตนเองมีความรู้สึกว่าเป็นดีกว่าผู้อื่น
- เกิดความพอใจจากการที่บุคคลอื่นเห็นความสำคัญของตนเอง
- เกิดความพอใจ และพึงพอใจจากความสมหวัง แต่ถูกปิดบังไว้ด้วยอารมณ์อื่น

2. อารมณ์โกรธ

- โกรธเนื่องจากถูกขัดใจ เป็นลักษณะของความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนอง
- โกรธเมื่อถูกบังคับให้ทำในสิ่งซึ่งตนไม่ต้องการกระทำ
- โกรธเมื่อได้รับการตอบสนองทางอารมณ์ด้วยพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม
- โกรธเมื่อเจ็บใจเนื่องจากถูกเยาะเย้ย
- โกรธเนื่องจากถูกทำร้ายร่างกาย
- โกรธเฉพาะหน้าเพราะได้รับความอับอาย
- โกรธเนื่องจากบุคคลหรือสิ่งของอันเป็นที่รักถูกทำร้ายร่างกาย หรือ จิตใจ

3. อารมณ์รัก

- อารมณ์รักในเด็ก อยู่ในรูปแบบของการแบ่งปันของเล่นกัน
- อารมณ์รักในผู้ใหญ่ มีลักษณะของการยึดติดกับระเบียบกฎเกณฑ์ของสังคม

4. อารมณ์เศร้า

- การพลัดพราก
- การไม่เป็นที่ยอมรับของกลุ่มคน

5. อารมณ์กลัว

- กลัวถูกทำร้าย
- กลัวความผิดถูกเปิดเผย
- กลัวเพราะวิตกกังวล

6. อารมณ์ริษยา

- ต้องการทัดเทียมกับผู้อื่น (เกิดการเปรียบเทียบ)
- ต้องการวัตถุ (โลภ)
- ต้องการเป็นที่รักของบุคคลอื่น

จากการศึกษาประเภทของอารมณ์ข้างต้น พบว่า อารมณ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 23 ประเภท ดังนี้ ประหลาดใจ เศร้า ขยะแขยง โกรธ คาดหวัง (Anticipation) กลียดหรือเคียดแค้น ริษยา (Envy) ยอมรับ กังวลใจ (Anxiety) เสียใจ ดีใจ ตื่นเต้น (Excite) อารมณ์รักพอใจความสนใจ (Interest) ประหลาดใจ (Surprise) สนุกสนาน (Joy) ปวดร้าว (Anguish) กลัว (Fear) ละอาย (Shame) ขยะแขยง (Disgust) ขุนเคือง (Rage)

กล่าวโดยสรุปคือ อารมณ์ต่างๆ ทั้งรูปแบบและการแสดงออกนั้นเป็นสิ่งที่เกิดจากอิทธิพลปัจจัยภายนอกที่เป็นตัวควบคุมกำหนด อันเป็นการรับรู้สิ่งเร้าภายนอกจากตัวบุคคล ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดด้านการสร้างอารมณ์มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ (Analytical Framework) เพื่อพิจารณาว่าผู้ประพันธ์สร้างอารมณ์ให้เกิดขึ้นในตัวผู้ฟัง ด้วยการใช้คำ (สิ่งเร้าภายนอก) อย่างไรในบทเพลง ซึ่งในการใช้คำนั้นถือว่าการนำเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อความหมายมาใช้ หากยกตัวอย่างง่ายที่สุดจะพบว่า คำร้อง และดนตรี สามารถเข้ามาช่วยทำให้คนฟังเกิดความตื่นเต้น ความเศร้าโศก ความร่าเริง ความฮึกเหิม ความสนุกสนาน ซึ่งเป็นความรู้สึกที่เรารับรู้ได้โดยง่าย แต่ในขณะที่เดียวกันลักษณะของดนตรีอาจให้ความหมายที่ยากกว่านั้น เช่น ความเคียดแค้น ความหึงหวง ความเจ็บช้ำ หรือแม้แต่จะแสดงอาการประชดประชัน

ดังนั้น ในส่วนของการวิเคราะห์อารมณ์ที่เกิดจากการใช้คำในบทเพลงนี้ จึงควรที่จะต้องทำความเข้าใจในเรื่องความสัมพันธ์ของคำร้อง และดนตรี ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างอารมณ์ให้เกิดขึ้นในบทเพลงดังนี้

1. คำร้อง ในการพิจารณาการเลือกใช้คำในเพลงนั้น จะพบว่าผู้ประพันธ์แต่ละคนต้องการจะถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดของตนผ่านคำร้องในบทเพลงเพื่อให้ผู้ฟังได้เข้าใจถึงความหมาย และอารมณ์ของตน ขณะเดียวกันก็เพื่อเร่งเร้าจิตใจของผู้ฟังให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกนึกคิด ไปในแนวทางเดียวกันกับผู้ประพันธ์ด้วย

2. ทำนอง ในการพิจารณาทำนองนั้น นาวาอากาศโท บุญเสริม ช้างใหญ่ ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะของทำนอง "เป็นการนำเสียง สูง-ต่ำ ลั้น-ยาว ดัง-เบา มาปะติดปะต่อกัน แนวทำนองจึงเป็นการเคลื่อนไปของเสียงที่อาศัยระดับความสูงต่ำ ความสั้นยาว ความดังเบาของเสียง เป็นองค์ประกอบในเนื้อหาของดนตรี ทำนองจึงเปรียบเสมือนเค้าโครงของเรื่องราวเรื่องนั้น ๆ จะดำเนินไปอย่างไร ดังนั้นอารมณ์ที่เกิดจากการฟังดนตรีครั้งแรกจึงจำเป็นต้องอาศัยทำนองเพื่อสร้างความประทับใจ ก่อนที่จะจำองค์ประกอบอื่น ๆ ของดนตรีได้นั้นเราจะต้องจำทำนองให้ได้ก่อนที่จะจำองค์ประกอบอื่นๆ ของดนตรีได้นั้นเราจะต้องจำทำนองให้ได้ก่อน (อ้างถึงใน วรรณลดา พิรุณสาร, 2543)

3. จังหวะ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกมาก โดยเฉพาะทางร่างกาย เนื่องจากจังหวะที่ได้ยินนั้นจะก่อให้เกิดความตื่นเต้น ความเร้าใจ เป็นลักษณะของการนำกลุ่มเสียงมาจัดระบบระเบียบให้คล้องจองกัน เพื่อให้ความรู้สึกในเรื่องของความซ้ำ-เร็ว ทำให้เกิดอารมณ์ครึกครื้น อับเฉา ชุ่มฉ่ำ เป็นต้น (อ้างถึงใน วรรณลดา พิรุณสาร, 2543)

ดังนั้นคำร้อง ทำนอง และจังหวะจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการสร้างอารมณ์ในบทเพลง เนื่องจากคำร้องจะทำให้เข้าใจความหมายที่ผู้ประพันธ์ต้องการสื่อ ส่วนทำนองจะทำให้การสร้างอารมณ์มีความชัดเจนยิ่งขึ้น และจังหวะนั้นจะเป็นตัวตอกย้ำความรู้สึกของอารมณ์ให้ลึกลงไปถึงจิตใจมากที่สุด

แนวคิดสัญญวิทยาและการสร้างความหมาย (Semiology and Signification)

สัญญวิทยาเป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับระบบสัญญาณ (Signs) ที่ปรากฏอยู่ในความคิดของมนุษย์ อันถือเป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัวเรา สัญญลักษณะนี้อาจจะได้แก่ ภาษา รหัส สัญญาณ เครื่องหมาย ฯลฯ หรือหมายถึงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้มีความหมาย (Meaning) แทนของจริง หรือตัวจริง (Object) ในตัวบท (Text) และบริบท (Context) หนึ่งๆ

แนวคิดในเรื่องสัญญวิทยากับการสื่อสาร ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ (2531) อธิบายไว้คือ วิชาที่นำการสำรวจธรรมชาติของระบบสัญญาณ ในส่วนที่อยู่นอกเหนือไปจากกฎของไวยากรณ์ และกฎของความสัมพันธ์ระหว่างถ้อยคำในประโยค (วากยสัมพันธ์ หรือ Syntax) ระบบสัญญาณทำการควบคุมการสร้างความหมายของตัวบทให้เป็นไปอย่างมีความสลับซับซ้อนอย่างแผ่เร้น และต้องขึ้นอยู่กัลักษณะของแต่ละวัฒนธรรม

Saussure แบ่งสัญญาณออกเป็น 2 ส่วน (Turner, 1990: 17-18) ส่วนแรกคือ ตัวหมาย (Signifier) เป็นรูปแบบทางกายภาพของสัญลักษณ์ เช่น คำที่ถูกเขียน เส้นต่างๆ ในหน้ากระดาษที่ก่อให้เกิดภาพวาด รูปภาพ หรือเสียง ส่วนที่สองคือ ตัวหมายถึง (Signified) คือ บริบทภายในใจที่ถูกหมายถึงโดยตัวหมาย ดังนั้น คำว่า "ต้นไม้" ไม่จำเป็นต้องเป็นต้นไม้ที่เฉพาะเจาะจงแต่หมายถึงบริบทที่ถูกสร้างขึ้นทางวัฒนธรรมว่าเป็นความเป็นต้นไม้ กระบวนการทั้งหมดนี้เราเรียกมันว่าเป็น "การสร้างความหมาย" (Signification) การศึกษาในเชิงสัญญวิทยาให้ความสัมพันธ์กับการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง เพื่อดูว่าความหมายถูกสร้างขึ้นและถูกถ่ายทอดออกมาอย่างไร โดยนำเอาตัว (Text) มาวิเคราะห์เพื่อดูว่าตัวหมายนั้นสร้างความหมายอย่างไร ในการสื่อสารของคนเรานั้นจะมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงตลอดเวลา การ

วิเคราะห์ในเชิงสัญลักษณ์จะไม่คำนึงถึงเนื้อหา เพราะเนื้อหาไม่ได้สร้างความหมายของตัวบท แต่ความสัมพันธ์ของตัวหมายและตัวหมายถึงเป็นตัวสร้างความหมาย

Roland Barthes (Fiske 1990: 85-92) ให้แนวคิดในการวิเคราะห์ความหมายที่อยู่ในการติดต่อสื่อสารซึ่งหัวใจสำคัญในกระบวนการสร้างความหมายของ Barthes คือขั้นตอนในการแสดง ความหมาย 2 ระดับ คือ

ระดับแรก คือ การตีความตามความหมายตรง (Denotation)

การตีความตามความหมายตรงนี้ เป็นระดับที่เกี่ยวข้องกับความจริงตามธรรมชาติ เป็นการอ้างถึงสามัญสำนึกหรือความหมายที่ปรากฏแจ่มแจ้งอยู่แล้วของสัญลักษณ์ (Sign) เหมือนกับที่ Saussure ได้ศึกษาอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมาย (Signifier) กับตัวหมายถึง (Signified) ในขณะนั้น และความสัมพันธ์ของสัญลักษณ์กับสิ่งที่กล่าวถึงในความหมายที่ชัดเจนของสัญลักษณ์ เช่น ภาพของอาคารในอาคารหนึ่งก็แสดงว่าเป็นอาคารนั้น

ระดับที่สอง คือ การตีความหมายโดยนัยแฝง (Connotation)

การตีความหมายในขั้นนี้จะเป็นการตีความหมายในระดับที่มีปัจจัยทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งไม่ได้เกิดจากตัวของสัญลักษณ์เอง เป็นการอธิบายถึงปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อสัญลักษณ์กระทบกับความรู้สึกหรืออารมณ์ของผู้ใช้และคุณค่าทางวัฒนธรรมของเขา Roland Barthes กล่าวว่าสัญลักษณ์ในขั้นนี้จะทำหน้าที่ 2 ประการ คือ ถ่ายทอดความหมายโดยนัยแฝง (Connotation) และถ่ายทอดความหมายในลักษณะมายาคติ (Myths)

ปัจจัยสำคัญในการตีความหมายโดยนัยแฝง (Connotation) คือ สัญลักษณ์มีปฏิสัมพันธ์กับอารมณ์ ความรู้สึก ค่านิยมของผู้รับสาร เช่น ในการถ่ายภาพที่ปรากฏก็เป็นตัวหมาย (Signifier) แต่หากการถ่ายทำให้เทคนิคเรื่องของการกำหนดระยะทางมุมกล้อง แสงสีของภาพหรืออุปกรณ์พิเศษอื่นๆ และนำความรู้ของคนเข้าไปมีส่วนร่วม ก็จะทำให้เกิดการตีความหมายอีกระดับหนึ่ง คือ การตีความหมายโดยนัยแฝง การที่จะเข้าใจความหมายได้ตรงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทั้งคู่ควรจะต้องอยู่ในสังคมหรือวัฒนธรรมเดียวกัน มาจนกลายเป็นตำนานหรือเรื่องราวที่อธิบายได้ด้วยวัฒนธรรมหรือความเข้าใจบางอย่างเกี่ยวกับความเป็นจริง (Reality) หรือ ธรรมชาติ (Nature) Barthes ใช้คำนี้แสดงให้เห็นถึง การที่สมาชิกของสังคมมีความเข้าใจต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือต่อ

ประสบการณ์ทางสังคมบางอย่าง การทำความเข้าใจความหมายของสัญลักษณ์ในสังคมมาใช้เนื้อหา (Text) ดังนั้น จึงต้องนำระบบของความคิดที่มีสัญลักษณ์ในสังคมมาใช้ในการตีความหมาย หมายความว่า หากเราไม่เคยมีภาพของมายาคตินี้มาก่อน การตีความก็จะแตกต่างกันออกไป

หากความหมายโดยนัยแฝง (Connotation) เป็นความหมายระดับที่สองของตัวหมาย (Signifier) มายาคติ (Myths) ก็ควรจะเป็นความหมายขั้นที่สองของตัวหมายถึง (Signified) ในการแสดงความหมายโดยนัยแฝงหรือวาทกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ร่วมทำการสื่อสาร มายาคติไม่ได้เป็นสากลในวัฒนธรรมหนึ่งๆ เนื่องจากยังมีวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ลงไปอีกในสังคมของเรา อีกลักษณะหนึ่งของมายาคติก็คือ ความเปลี่ยนแปลงที่ไม่หยุดนิ่ง (Dynamism) บางครั้งก็เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเพื่อที่จะสนองความต้องการและคุณค่าที่เปลี่ยนแปลงไปของวัฒนธรรม

John Fisk (1982) เสนอแนวทางการศึกษาในเชิงสัญลักษณ์วิทยาซึ่งแบ่งออกเป็นส่วนสำคัญ 3 ส่วนคือ

1. ศึกษาในเรื่องของสัญลักษณ์ (Sign) ซึ่งจะต้องมีลักษณะทางกายภาพ มีความหมายถึงบางอย่างถึงที่นอกเหนือจากตัวของมันเองและสัญลักษณ์นี้จะต้องถูกนำมาใช้ และรับรู้โดยผู้ที่เกี่ยวข้องว่าเป็นสัญลักษณ์

Peirce (กาญจนา แก้วเทพ, 2541) ให้คำนิยามสัญลักษณ์ด้วยความหมายและสามารถเข้าใจได้ง่ายที่สุดก็คือ "สัญลักษณ์คือสิ่งที่มีความหมายมากกว่าตัวของมันเอง" (Sign is Something Which Stands to Somebody for Something in Some Respect) Peirce อธิบายแนวคิดในเรื่องของสัญลักษณ์ว่า คือบางสิ่งบางอย่างที่แสดงแก่บุคคลในบางสิ่งบางแง่มุมหรือบางความสัมพันธ์ด้วยการสร้างขึ้นในใจของบุคคล สัญลักษณ์ที่เท่ากันหรือบางครั้งเป็นสัญลักษณ์ที่ถูกพัฒนาขึ้นไปอีกระดับหนึ่งที่เรียก ตัวที่ถูกตีความ Interpretant ของสัญลักษณ์แรก ดังนั้นสัญลักษณ์จึงหมายถึงการแทนที่บางสิ่งเข้าไปในวัตถุของมัน

จากความแตกต่างของความสัมพันธ์ระหว่าง Sign กับวัตถุหรืออะไรที่มันอ้างถึง Peirce จึงแบ่ง Sign ออกเป็น 3 รูปแบบคือ

1. Icon (ภาพลักษณ์) หมายถึงสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นภาพหรือเป็นวัตถุที่มองเห็นได้ชัดเจน มันอาจจะเป็นหรือคือเสียงที่เหมือนกันก็ได้ รูปแบบของ Icon ถูกกำหนดขึ้นมาโดยภาพปรากฏของวัตถุนั่นเอง เช่น ภาพถ่าย ภาพเหมือน แผนที่ เป็นต้น
2. Index (ดัชนี) หมายถึงสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นตัวชี้ให้เห็นอีกสิ่งหนึ่ง เช่น เครื่องหมายแสดงยศ ตำแหน่ง จะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงอำนาจ หรือ ควัน เป็น Index ของไฟ
3. Symbol (สัญลักษณ์) หมายถึงสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ปรากฏหรือระเบียบหรือสิ่งที่ทุกคนเห็นพ้องต้องกัน เข้าใจเหมือนๆ กัน เช่น ภาษาตัวเลข หรือกฎระเบียบที่ใช้ในท้องถนน เป็นลักษณะของสัญลักษณ์ที่ไม่มีความสัมพันธ์หรือความคล้ายกันระหว่างสัญลักษณ์กับวัตถุ แต่เกิดขึ้นจากการตกลงร่วมกันของผู้ใช้สัญลักษณ์นั้นๆ จากการเชื่อมกันของวัตถุกับส่วนของประเพณีนิยม

ลักษณะของสัญลักษณ์ทั้ง 3 รูปแบบนี้ ไม่ได้แยกออกจากกันโดยเด็ดขาด สัญลักษณ์หนึ่งๆ อาจจะประกอบด้วยรูปแบบต่างๆ กัน ซึ่งอาจจะเป็นภาพลักษณ์ ดัชนี และสัญลักษณ์รวมกันอยู่ก็ได้ เช่น ภาพของผู้หญิงเปลือยกาย สามารถเป็นได้ทั้งภาพลักษณ์ (Icon) คือภาพของผู้หญิงคนนั้นจริงๆ ขณะเดียวกันก็เป็นดัชนี (Index) ที่ให้เห็นว่าเป็นตัวแทนของเพศหญิงที่มีอาชีพถ่ายแบบเปลือย และก็เป็นสัญลักษณ์ (Symbol) ในแง่ที่ว่าคนในแต่ละสังคมมองอาชีพลักษณะนี้ด้วยมุมมองอย่างไร

2. ศึกษาในเรื่องของรหัส (Code) เป็นรหัสพฤติกรรม (Code of Behavior) และรหัสการให้ความหมาย (Signifying Code) ซึ่งอยู่ในลักษณะของสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในสังคมและวัฒนธรรมต่างๆ

รหัสเป็นแบบแผนขั้นสูงที่ซับซ้อนของความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์ต่างๆ หลักการก็คือเราจะนำสัญลักษณ์ย่อยๆ เหล่านั้นมาสัมพันธ์กันอย่างไร แบบแผนนี้จะทำหน้าที่เป็นโครงสร้างที่อยู่ในหัวสมองของเราและจะทำงานในการรับรู้และตีความเมื่อเราเปิดรับสัญลักษณ์ต่างๆ เช่น รหัสเรื่องการนับญาติของคนไทย และเป็นตัวกำหนดว่าเมื่อพบญาติสายพ่อที่เป็นผู้หญิง เราจะขานสรรพนามของญาติว่าอย่างไร

ในกระบวนการเข้ารหัส (Encoding) และกระบวนการถอดรหัส (Decoding) นั้นผู้รับสารและผู้ส่งสารนั้นไม่จำเป็นต้องถือรหัสเล่มเดียวกัน ดังนั้นการถอดรหัสเพี้ยนไปเป็นกฎของการสื่อสารมิใช่เป็นข้อยกเว้น เนื่องจากฝ่ายผู้รับสารเองก็มีกรอบอ้างอิง (Reference) ที่นำมาสร้างรหัส

ต่างๆ มากมาย เพราะฉะนั้นจึงไม่มีการถอดรหัสที่ผิดพลาด มีเพียงการถอดรหัสที่แตกต่างไปจากฝ่ายผู้ส่งเท่านั้น

3. วัฒนธรรม (Culture) สัญญาและรหัสต่างๆ จะเกี่ยวพันกันอยู่ในแต่ละวันวัฒนธรรมและที่สำคัญก็คือมันมีความหมายเฉพาะเมื่ออยู่ในวัฒนธรรมนั้นๆ สัญญาแต่ละชนิดจะมีธรรมชาติเป็นของตนเอง การเข้าใจธรรมชาติของมันจะช่วยให้เราสามารถเลือกใช้และตีความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

หลักของสัญญาวิทยาและการสร้างความหมายนี้จะเป็นกรอบและเครื่องมือในการวิเคราะห์เพลงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโทรศัพท์ ในเรื่องการสื่อความหมายเชิงสัญญา ซึ่งจะทำให้เข้าใจถึงการสื่อความหมายของผู้ประพันธ์เพลงมากยิ่งขึ้น

ทฤษฎีแรงจูงใจในการสื่อสารระหว่างบุคคล (The Theory Interpersonal Communication Motives)

Graham, Barbato and Perse (Cited in Infante, Rancer and Womack, 2003b : 202-203) กล่าวถึงทฤษฎีนี้ว่า บุคคลมีเป้าหมายที่แน่นอนหรือมีจุดหมายที่ตั้งไว้ในใจ เมื่อจะทำการสื่อสารระหว่างบุคคล แรงจูงใจ (Motive) เป็นระดับความพร้อมภายในที่จะแสดงออกมาเพื่อผลักดันให้เราทำการสื่อสารนั้นให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และข้อสันนิษฐานหลักอีกประการหนึ่งของทฤษฎีนี้คือ คนเราจะรู้และยอมรับทางเลือก (Choices) ของพวกเขา ว่าทางเลือกนั้นมันมีจุดประสงค์หรือจุดมุ่งหมายที่สำคัญแฝงอยู่ และนั่นจะทำให้คนเราใส่ใจต่อกระบวนการสื่อสารที่จะนำไปสู่ทางเลือกนั้น และนี่คือแรงจูงใจ 6 ประการที่ดึงดูดให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลคือ

1. Affection คือ การใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อแสดงความห่วงใย, ความเห็นอกเห็นใจ และความซาบซึ้งต่อผู้อื่น
2. Control คือ การใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อให้เกิดการยอมทำตามผู้อื่น หรือให้ผู้อื่นทำอะไรก็ได้ตามที่เราร้องการ
3. Escape คือ การใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อหลีกเลี่ยงการเข้าร่วมกิจกรรมกับผู้อื่น และใช้เพิ่มเติมเวลาส่วนตัว
4. Inclusion คือ การใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อแบ่งปันความรู้สึก หลีกหนีจากความเจียมเหงา และความต้องการเพื่อน

5. Pleasure คือ การใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อผลประโยชน์ทางสังคม ความสนุกสนาน ความเข้าใจ ความบันเทิงใจ
6. Relaxation คือ การใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อช่วยให้ผ่อนคลายหรือคลี่คลาย

สำหรับบริบทของการสื่อสารภายในกลุ่ม (Small Group Communication) นั้นแรงจูงใจระหว่างบุคคลในเรื่อง Escape, Control, Inclusion, Pleasure และ Affection ภายใต้เงื่อนไขการมีปฏิริยาตอบสนอง (Feedback) ที่เหมาะสม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของสมาชิกภายในกลุ่มนั้น (Anderson and Martin Cited in Infante, Rancer and Womack, 2003b : 205)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมกมล ลิ้มพิชัย (2532) ศึกษาเรื่อง "บทบาทของธุรกิจเทปเพลงไทยสากลต่อการสร้างสรรค์ผลงานเพลง" พบว่า การสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินนั้น จะต้องเป็นไปตามแนวทางที่ผู้ผลิตวางไว้และตามทิศทางของตลาด ทั้งนี้ เป็นเพราะธุรกิจเทปเพลงไทยสากลที่ได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนศิลปินให้มีความพร้อมในการสร้างสรรคงานมากขึ้น ขณะเดียวกันก็บั่นทอนจินตนาการของศิลปินที่อาจสร้างงานตามความต้องการของตนได้ นอกจากนี้ การที่ศิลปินพยายามสร้างสรรค์ผลงานที่คาดว่าจะได้รับความนิยมและขายได้นั้น ทำให้ศิลปินต้องศึกษาด้วยว่าในขณะนั้นผู้ฟังนิยมฟังเพลงแนวใด เพื่อสร้างงานในลักษณะเดียวกัน จึงทำให้เทปเพลงที่ออกมาจำนวนมากมีลักษณะที่ไม่แตกต่างกันนัก

พรเพ็ญ ตันประเสริฐ (2533) ศึกษาเพลงไทยสากลระหว่างปี พ.ศ. 2529 -2531 โดยศึกษาในด้านลักษณะภาษาและการสะท้อนวัฒนธรรมไทย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า เนื้อเพลงไทยสากลที่แต่งขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2529 -2531 มีการใช้ถ้อยคำซึ่งมีลักษณะน่าสนใจ 4 ลักษณะคือ การสร้างคำ การใช้คำ การเล่นคำ และการใช้สำนวน ซึ่งในด้านการสร้างคำ มีการรวมคำ การเชื่อมเสียงของคำ และการประสมคำ ในด้านการใช้คำ มีการใช้ภาษาพูด การใช้คำแสลง การยืมคำจากภาษาอังกฤษ และ การใช้คำเสริมสร้อย ในด้านการเล่นคำ มีการใช้คำซ้ำ การสลับตำแหน่งคำ การเล่นความหมายของคำ การผวนคำ และการใช้คำกริยาเรียงกันหลายๆ คำ ส่วนในด้านสำนวนในเพลงไทยสากล มีการดัดแปลงสำนวนเดิมและสำนวนใหม่

จิรวรรณ กาญจนานันท์ (2540) ศึกษาเรื่อง "การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น" ซึ่งการวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ การวิเคราะห์เนื้อหาเพลง

และการสำรวจความสัมพันธ์ระหว่าง ความบ่อยครั้งในการฟังเพลง การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการฟังเพลง ซึ่งในส่วนของวิเคราะห์เนื้อหาเพลง ได้คัดเลือกเพลงที่ติดอันดับเพลงยอดนิยมจำนวน 20 เพลง มาจำแนกเนื้อหาเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) ต้องการความรักความเข้าใจ และการยอมรับ, 2) แสดงความรักความเห็นใจ, 3) ผิดหวังตัดพ้อต่อว่าคนรัก หรือร้องอนคนรัก, 4) สะท้อนลักษณะเฉพาะและนิสัยใจคอของวัยรุ่น เช่น ความเป็นตัวของตัวเอง โดยสรุปได้ว่า เนื้อหาเพลงไทยยอดนิยมของวัยรุ่นเกือบทั้งหมดเกี่ยวข้องกับเรื่องความรัก

อภิรดี ภูภิรมย์ (2543) ศึกษาเรื่อง "วาทศิลป์ในเพลงไทยสมัยนิยม" โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์ 5 ประการของวาทศาสตร์ (5 Canons) เป็นกรอบในการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1. การคิดค้นเนื้อหา เช่น แนวคิดการสร้างเนื้อหาเพลง 2. การจัดเรียบเรียงสาร เช่น รูปแบบการเล่าเรื่อง การลำดับ 3. ลีลาการใช้ภาษา เช่น การซ้ำคำ การเปรียบเทียบ การใช้สัญลักษณ์ และ 4. การส่งสาร เช่น การเน้นเสียงร้อง การเลือกใช้เครื่องดนตรีเพื่อสร้างอารมณ์ที่ต้องการสื่อออกไป

วรรณลดา พิรุณสาร (2543) ศึกษาเรื่อง "การสื่อความหมายในเพลงปลุกใจสี่เหล่าทัพ" พบว่าในเพลงปลุกใจสี่เหล่าทัพมีการสื่อความหมายโดยใช้ถ้อยคำสร้างจินตภาพถึงร้อยละ 97 นอกจากนั้นยังมีการใช้คำเพื่อสร้างอารมณ์ภาคภูมิใจ อึกเหิม และสร้างความรู้สึกเป็นพวกพ้องเดียวกัน และทุกเพลงใช้จังหวะเพลงมาร์ชแบบเร็วประกอบกับท่วงทำนองที่หนักแน่น ทำให้เกิดความคึกคัก สนุกสนาน โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการสื่อความหมายคือ เพื่อปลุกใจให้เกิดความเสียสละ เพื่อปลุกใจให้เกิดความกล้าหาญ และเพื่อสร้างสำนึกของหน้าที่และความรับผิดชอบ

สมศักดิ์ เจียมธีรสกุล (2544) ได้วิเคราะห์เพลงพระราชนิพนธ์การเมืองเราสู้ กับการเมืองในช่วงปี 2518-2519 พบว่าเพลงพระราชนิพนธ์เราสู้มีความหมายมากกว่าเพลงปลุกใจทั่วไป เพราะเป็นเพลงที่สอดคล้องกับพระราชประสงค์โดยตรงจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พิจารณาได้จากพระราชดำรัสที่พระองค์พระราชทาน อันแสดงถึงความคิดภายในใจบางอย่างของพระองค์กับสภาพเหตุการณ์บ้านเมืองในขณะนั้น

ชัยวัฒน์ หอวรรณภากร (2544) ศึกษาเรื่องการสื่อความหมายและอุดมการณ์ในเพลงมหาวิทยาลัย พบว่าเนื้อหาและความหมายของเพลงมหาวิทยาลัยมีส่วนแปรผันไปตามบริบททางการเมืองน้อยมาก ส่วนใหญ่จะแปรผันไปตามบริบทแวดล้อมของผู้ประพันธ์ สำหรับการสื่อความหมายในเพลงมหาวิทยาลัยนั้น มีการใช้ถ้อยคำสร้างภาพพจน์ประเภทอนุนามนัยมากที่สุดตามด้วยนามนัย และอติพจน์ นอกจากนี้ยังพบว่ามีการใช้คำเพื่อสร้างอารมณ์รักในสถาบันมาก

ที่สุด รองลงมาเป็น อารมณ์ภาคภูมิใจ และอารมณ์สนุกสนาน จากการศึกษายังพบว่ามีการใช้วัจนกรรมประเภทการบรรยายข้อมูลและการแสดงความรู้สึกมากที่สุด เพื่อสร้างความรู้สึกรักและผูกพันในมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ แรงจูงใจที่ผู้ประพันธ์นำมาใช้มากที่สุดคือ ความต้องการผูกพันกับสถาบันและเป็นที่ยอมรับของสังคม รองลงมาคือด้านความมีคุณภาพและความมีชื่อเสียงตามลำดับ