

สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ



การศึกษาเรื่อง “ เนื้อหาเพลงไทยยอดนิยม การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น ” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาที่มีการนำเสนอในเพลงไทยยอดนิยมของวัยรุ่น
2. เพื่อศึกษาความบ่อยครั้งในการฟังเพลง การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นกับความบ่อยครั้งในการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นกับความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์กับความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น

ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แยกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. ศึกษาเนื้อหาที่มีการนำเสนอในเพลงไทยยอดนิยมของวัยรุ่น เป็นการแยกประเภทของเนื้อหา จังหวะ และแนวดนตรี ที่มีการนำเสนอ โดยการคัดเลือกเพลงที่ติดอันดับเพลงยอดนิยมของสถานีวิทยุฮอตเวฟ 91.5 เมกกะเฮิร์ต สถานีวิทยุแซด 88.5 เมกกะเฮิร์ต และสถานีวิทยุเอ็นเนอร์จีเอฟ.เอ็ม. 98 เมกกะเฮิร์ต เฉพาะเพลงที่มีจำนวนสัปดาห์อยู่ในอันดับเพลงยอดนิยมนานที่สุด จำนวน 20 เพลง ในระหว่างเดือนสิงหาคม - เดือนตุลาคม 2540

2. ศึกษาการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

2.1 วัยรุ่นที่กำลังศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่สังกัดกรมสามัญศึกษา สังกัดการศึกษาเอกชนและสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.2 วัยรุ่นที่กำลังศึกษาระดับอุดมศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มจำนวน 430 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย สำหรับอธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเพื่อวิเคราะห์สมมติฐาน ข้อ 1, 2 และ 3 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS / PC+

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์เนื้อหาของเพลงและแนวเพลงยอดนิยม

เพลงยอดนิยมที่ติดอันดับทั้งหมดมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความรัก แต่นำเสนอแตกต่างกันไป ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. ต้องการความรัก ความเข้าใจ และการยอมรับ
2. แสดงความรัก ความเห็นใจ
3. ผิดหวัง ตัดพ้อต่อว่า หรืออนง้อคนรัก
4. สะท้อนลักษณะเฉพาะ และนิสัยใจคอของวัยรุ่น

อย่างไรก็ตาม เนื้อหาของเพลง 1 เพลงอาจจะสะท้อนให้เห็นลักษณะต่างๆ ข้างต้น ออกมามากกว่า 1 ประการ และบางเพลงยังมีการสอดแทรกอารมณ์ขัน ศัพท์แสลง หรือ คำทับศัพท์จากภาษาอังกฤษเข้าไปอีกด้วย

ในด้านของจังหวะของเพลงยอดนิยม นั้น มีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย คือ จังหวะเร็ว มีจำนวนร้อยละ 45 และจังหวะช้า มีจำนวนร้อยละ 55 ส่วนแนวดนตรีมักจะขึ้นอยู่กับยุคสมัย และความนิยมในขณะนั้น ซึ่งความนิยมของวัยรุ่นจะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายและรวดเร็ว จากการวิเคราะห์ครั้งนี้สามารถแบ่งแนวดนตรีของเพลงยอดนิยมได้ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ แนวป๊อป มีจำนวนร้อยละ 75 แนวร็อค มีจำนวนร้อยละ 20 และแนวแดนซ์ มีจำนวนร้อยละ 5

2. การวิจัยเชิงสำรวจ

ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15 - 17 ปี และ 18 - 20 ปี แบ่งออกเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 270 คน และนิสิตนักศึกษา จำนวน 160 คน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบิดาประกอบกิจการส่วนตัว รองลงมา คือ รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีมารดาประกอบกิจการส่วนตัว รองลงมา คือ เป็นแม่บ้าน

สถานภาพทางครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บิดามารดาอยู่ด้วยกัน และมีรายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับเพลงไทยสากล

กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่งฟังเพลงไทยสากลจากวิทยุเฉลี่ยต่อสัปดาห์ คือ 5 ชั่วโมงขึ้นไป และฟังในช่วงเวลา 21.00 - 24.00 น. ในขณะที่เดียวกัน มีกลุ่มที่ไม่เคยฟังเลยอยู่เพียงแค่ร้อยละ 1.6 รายการเพลงไทยสากล และสถานีวิทยุที่กลุ่มตัวอย่างฟังมากที่สุดในอันดับที่ 1 ได้แก่ RADIO VOTE ทางสถานีวิทยุ 93.5 เมกกะเฮิร์ต มากที่สุดในอันดับที่ 2 ได้แก่ HOT WAVE ทางสถานีวิทยุ 91.5 เมกกะเฮิร์ต และมากที่สุดในอันดับที่ 3 ได้แก่ RADIO NO PROBLEM ทางสถานีวิทยุ 88.0 เมกกะเฮิร์ต กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ฟังรายการเพลงไทยสากลจากวิทยุในช่วงวันจันทร์ - วันศุกร์ โดยไม่เฉพาะเจาะจงว่าจะต้องเป็นนักจัดรายการวิทยุคนใด

สำหรับความบ่อยครั้งในการชมรายการเพลงไทยสากลจากโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความบ่อยครั้งในการชมรายการดังกล่าวเฉลี่ย 1 - 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ในช่วงเวลา 21.00 - 24.00 น. และมีผู้ที่ไม่เคยชมเลยมีเพียงแค่ร้อยละ 2.3 รายการเพลงไทยสากลที่กลุ่มเป้าหมายชมมาก ที่สุดในอันดับที่ 1 ได้แก่ รายการแบง แบง แบง มากที่สุดในอันดับที่ 2 มีอยู่ 2 รายการ ได้แก่ รายการ แบง แบง แบง และรายการ โย โย โย และมากที่สุดใน

อันดับที่ 3 ได้แก่ รายการเกมฮอตเพลงฮิต และสถานีโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างชมมากที่สุดมีอยู่ 2 สถานีเท่ากัน คือ ช่อง 7 และ ช่อง 9 โดยมีมักจะชมในช่วงวันจันทร์ - วันศุกร์

กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งหนึ่งมีความบ่อยครั้งในการซื้อเทป / ซี.ดี. เฉลี่ยแล้วน้อยกว่า 1 ตลับ ต่อสัปดาห์

การรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากล

ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากลของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ระดับสูงจากการฟังเพลงไทยสากล ในด้านต่างๆ ดังนี้ เพลงจะทำให้เกิดความสุขสนุกสนาน / เพลิดเพลิน เป็นเพื่อนยามเหงาได้ การฟังเพลงเป็นการปลดปล่อยอารมณ์ การฟังเพลงจะทำให้เป็นคนทันสมัยและทราบเรื่องราวในวงการบินเหิง การฟังเพลงจะช่วยสร้างกำลังใจให้ตนเอง เนื้อหาของเพลงจะนำมาเปรียบเทียบับชีวิตของตนได้ เพลงทำให้เข้ากลุ่มกับเพื่อนได้ เพลงใช้เป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นได้ เพลงสามารถใช้เป็นสื่อแทนการกระทำและคำพูดได้ เพลงจะช่วยสร้างจินตนาการ และการฟังเพลงเป็นการฆ่าเวลาได้

2. กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ระดับปานกลางจากการฟังเพลงไทยสากล ในด้านต่างๆ ดังนี้ การฟังเพลงจะทำให้มีความมั่นใจ เพลงสามารถใช้เป็นแบบอย่างในการปฏิบัติ และการฟังเพลงจะช่วยให้ลืมความจริงหรือปัญหาในชีวิต

เมื่อพิจารณาโดยรวมจะพบว่า วิทยุรุ่นมีการรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากล ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

ด้านข่าวสาร วิทยุรุ่นมีการรับรู้ประโยชน์ในระดับสูงว่าการฟังเพลงทำให้เป็นคนทันสมัย และทำให้ทราบเรื่องราวในวงการบินเหิง

ด้านเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัว วิทยุรุ่นรับรู้ประโยชน์ในระดับสูงว่า เพลงสามารถใช้เป็นสื่อแทนการกระทำหรือคำพูดได้ การฟังเพลงจะช่วยสร้างกำลังใจให้ตนเอง และเนื้อหาของเพลง

จะนำมาเปรียบเทียบกับชีวิตของตนได้ ในขณะที่มีรับรู้ประโยชน์ในระดับปานกลางว่าการฟังเพลงจะทำให้มีความมั่นใจในตนเอง และเพลงสามารถใช้เป็นแบบอย่างในการปฏิบัติ

ด้านสังคม วัยรุ่นมีการรับรู้ประโยชน์ในระดับสูงว่า เพลงเป็นเพื่อนยามเหงาได้ เพลงทำให้เข้ากลุ่มกับเพื่อนได้ และเพลงใช้เป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นได้

ด้านบันเทิง วัยรุ่นรับรู้ประโยชน์ในระดับสูงว่าเพลงจะทำให้เกิดความสุขสนาน เพลิดเพลิน ช่วยปลดปล่อยอารมณ์ ช่วยสร้างจินตนาการ และช่วยฆ่าเวลา และรับรู้ประโยชน์ในระดับปานกลางว่าเพลงจะช่วยให้ลืมความจริงหรือปัญหาในชีวิต

ความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากล

ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับสูงจากการฟังเพลงไทยสากล ในด้านต่างๆ ดังนี้ ทำให้ตนเองทันสมัย ทำให้ทราบเรื่องราวในวงการบันเทิง เป็นสื่อแทนการกระทำ เป็นสื่อแทนคำพูด สร้างกำลังใจให้ตนเอง เป็นเพื่อนยามเหงา ใช้เข้ากลุ่มกับเพื่อนได้ ใช้เป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่น ทำให้เกิดความสุขสนาน / เพลิดเพลิน เพื่อปลดปล่อยอารมณ์ ช่วยสร้างจินตนาการ และใช้ฆ่าเวลา
2. กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับปานกลางจากการฟังเพลงไทยสากล ในด้านต่างๆ ดังนี้ สร้างความเชื่อมั่นให้ตนเองได้ ใช้เป็นแบบอย่างในการปฏิบัติได้ นำเนื้อหาของเพลงมาเปรียบเทียบกับชีวิตของตนเองได้ และช่วยให้ลืมความจริงหรือปัญหาในชีวิต

ความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นที่ได้รับการตอบสนองตามการรับรู้ประโยชน์ในประเด็นต่างๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านข่าวสาร วัยรุ่นมีความพึงพอใจในระดับสูงที่ฟังเพลงแล้วทำให้ตนเองทันสมัย และทำให้ทราบเรื่องราวในวงการบันเทิง

ด้านเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัว วัยรุ่นมีความพึงพอใจในระดับสูงที่ได้ฟังเพลงแล้วใช้เป็นสื่อแทนการกระทำ หรือคำพูด และฟังเพลงแล้วสามารถสร้างกำลังใจให้ตนเองได้ ในขณะที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางที่ฟังเพลงแล้วได้สร้างความเชื่อมั่นให้ตนเองได้ ใช้เป็นแบบอย่างในการปฏิบัติ และนำเนื้อหาของเพลงมาเปรียบเทียบกับชีวิตตนเอง

ด้านสังคม วัยรุ่นมีความพึงพอใจในระดับสูงที่ฟังเพลงแล้วใช้เป็นเพื่อนยามเหงาได้ ฟังเพลงแล้วช่วยให้เข้ากลุ่มกับเพื่อนได้ และใช้เป็นหัวข้อในการสนทนากับผู้อื่น

ด้านบันเทิง วัยรุ่นมีความพึงพอใจในระดับสูงที่ฟังเพลงแล้วทำให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ได้ปลดปล่อยอารมณ์ ช่วยสร้างจินตนาการ ใช้ฆ่าเวลา และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางที่ฟังเพลงแล้วสามารถหลีกเลี่ยงหนีความจริงหรือปัญหาในชีวิตได้

สำหรับความพึงพอใจในการเลือกฟังเพลงของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากที่สุดในอันดับที่ 1 ได้แก่ เนื้อหาของเพลง มากที่สุดในอันดับที่ 2 ได้แก่ จังหวะและทำนอง มากที่สุดในอันดับที่ 3 ได้แก่ การใช้ภาษาของเพลง และมากที่สุดในอันดับที่ 4 ได้แก่ เลือกที่ตัวนักร้อง

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 การรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งในการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น

ผลการทดสอบ พบว่า ความบ่อยครั้งในการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นจากวิทยุมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 และความบ่อยครั้งในการรับชมรายการเพลงไทยสากลจากโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ในขณะที่ความบ่อยครั้งในการซื้อเทป / ซี.ดี. เพลงไทยสากลไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ จึงไม่ยืนยันสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 2 ความบ่อยครั้งในการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น

ผลการทดสอบ พบว่า ความบ่อยครั้งในการฟังเพลงไทยสากลจากวิทยุมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ส่วนความบ่อยครั้งในการรับชมรายการเพลง ไทยสากลจากโทรทัศน์ และความบ่อยครั้งในการซื้อเทป / ซี.ดี. เพลงไทยสากล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ จึงไม่ยืนยันสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 3 การรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น

ผลการทดสอบ พบว่า การรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ซึ่งยืนยันสมมติฐาน

อภิปรายผล

เนื้อหาเพลงไทยยอดนิยมของวัยรุ่น

เมื่อนำทฤษฎีความสอดคล้อง (Congruity Consistency Theory) มาประยุกต์ใช้กับการเปิดรับข่าวสารและเลือกจดจำสารของวัยรุ่น จะพบว่า วัยรุ่นมักจะเลือกเปิดรับข่าวสารจดจำ และนำเนื้อหาสาระไปใช้ประโยชน์ในสิ่งที่มีความสอดคล้อง หรือมีความสมมูลย์กับกลุ่มเพื่อนและตอบสนองความพึงพอใจของตนเอง

จากผลการวิจัยเชิงสำรวจในบทที่ 4 ที่พบว่า สิ่งที่วัยรุ่นพอใจในการเลือกฟังเพลงมากที่สุดในระดับที่ 1 ได้แก่ เนื้อหาของเพลง ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า เนื้อหาของเพลงเป็นสิ่งที่สอดคล้องและตอบสนองความต้องการของวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี และยังเป็นตัวสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของวัฒนธรรมวัยรุ่น ซึ่ง F. Phillip Rice (1987) และ Barbara Schneider Fuhrmann (1986) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบวัฒนธรรมวัยรุ่นในด้านดนตรีไว้ว่า เนื้อหาหลักของดนตรีส่วนใหญ่ที่วัยรุ่นชื่นชอบจะเกี่ยวกับความรัก ซึ่งสะท้อนมุมมองที่แตกต่างกันออกไป

ทั้งในแง่ดีและแง่ไม่ดี และจากงานวิจัยของณัฐพร พานิช (2539) ยังพบว่า วัยรุ่นชื่นชอบเพลงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรักที่สนุกสนาน ให้แง่คิดเกี่ยวกับความรัก

ด้วยเหตุนี้เอง การสร้างสรรค์เพลงไทยสากลสำหรับวัยรุ่นจึงมีเนื้อหากล่าวถึงความรักในแง่มุมต่างๆ เพราะนอกจากจะทำให้เป็นที่ชื่นชอบของวัยรุ่นแล้ว ยังเป็นการเพิ่มยอดขายเทปเพลงในชุดนั้น ดังที่ วรภา วรรณ (2528) ได้กล่าวถึงสภาพเศรษฐกิจที่บีบรัด ว่ามีผลทำให้การสร้างสรรค์ผลงานเพลงต้องคำนึงถึงความต้องการของตลาดเป็นสำคัญ

จากการสัมภาษณ์นักแต่งเพลงอิสระที่ใช้นามปากกาว่าเปิด (31 มีนาคม 2541) พบว่าสาเหตุอีกประการหนึ่งที่เนื้อหาเพลงไทยยอดนิยมของวัยรุ่นส่วนใหญ่มักจะเกี่ยวข้องกับความรักก็เพราะว่ามีหลากหลายแง่มุมที่สามารถนำมาเสนอได้ และเป็นเรื่องที่ใกล้ตัววัยรุ่น ทำให้เข้าถึงได้ง่าย ติดหูง่าย ได้รับความนิยมนอย่างรวดเร็ว และส่งผลไปยังยอดขายที่ดี

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยหลักในการสร้างสรรค์ผลงานเพลงในปัจจุบัน ก็คือ ความต้องการผลกำไรจากยอดขายเทป ดังนั้น เมื่อผลงานเพลงชุดใดได้รับความนิยมแล้ว ก็มักจะกลายเป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์ผลงานในชุดต่อไป จึงทำให้การผลิตเทปเพลงไทยสากลในปัจจุบันมีลักษณะที่เรียกว่า “ สินค้ามวลชน ” (Mass Product) ตามแนวความคิดของ Frankfurt school (อ้างใน สมกมล ลิ้มพิชัย : 2532)

อย่างไรก็ตาม บทเพลงก็ยังนับได้ว่าเป็นตัวสะท้อนภาพของสังคม ดังที่ J. Champion และคณะ (1984) ได้กล่าวว่า มนุษยชาติได้ใช้เพลงในการแสดงอารมณ์ต่างๆ และสะท้อนถึงพฤติกรรม ความเชื่อ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ค่านิยมของสังคมหนึ่งๆ ดังนั้น เนื้อหาเพลงไทยยอดนิยมของวัยรุ่นก็ย่อมจะเป็นเงาสะท้อนความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมของวัยรุ่นด้วยเช่นกัน

การที่วัยรุ่นชื่นชอบเพลงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรัก ทั้งในด้านผิดหวัง สมหวัง ต้องการความรักหรือการยอมรับ จึงเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมวัยรุ่นที่สามารถนำไปตอบสนองความต้องการและสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของวัยรุ่น ดังที่ สุโท เจริญสุข (2520) ได้กล่าวถึงวัยรุ่นไว้ว่า ต้องการความรัก ต้องการเพื่อน และมีความสนใจเพื่อนต่างเพศ ซึ่งตรงกับที่ สุชา จันทน์เอม (2529) กล่าวถึงความต้องการที่จำเป็นของวัยรุ่นไว้ตอนหนึ่งว่า วัยรุ่นต้อง

การความรักทั้งในฐานะเป็นผู้ให้และผู้รับ คือ ต้องการมีคนอื่นเป็นที่รัก และต้องการให้ ตนเองเป็นที่รักของคนอื่น รวมไปถึงความต้องการให้เป็นที่ยอมรับนับถือด้วย

นอกจากนี้ บทเพลงยังสะท้อนลักษณะนิสัยที่กล่าวได้ว่าเป็นแบบฉบับของวัยรุ่น อันได้แก่ การมีจินตนาการอันกว้างไกล ความช่างคิดช่างฝัน ดังที่ ราศรี ธรรมนิยม (2524) ได้กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นวัยแห่งสติปัญญา

การสอดแทรกอารมณ์ขัน การใช้คำที่เป็นศัพท์แสลงให้หนุ่มวัยรุ่น รวมไปถึงการใช้คำทับศัพท์จากภาษาอังกฤษ เหล่านี้ล้วนแต่แสดงให้เห็นว่า วัยรุ่นต้องการแสวงหาเอกลักษณ์ของตน เพื่อที่จะสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับที่ Mckinney (1958) ได้กล่าวไว้ว่า วัยรุ่นต้องการเป็นที่ยอมรับนับถือของสมาชิกในกลุ่ม ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม และยิ่งสะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบการใช้ภาษาที่เป็นวัฒนธรรมของวัยรุ่น ในการสร้างความเป็นปึกแผ่นในกลุ่มอีกด้วย

จากแนวความคิดเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้หนุ่มชอบฟังเพลงของ Carl. E. Seashore (อ้างใน สมกมล ลิ้มพิชัย : 2532) เมื่อนำมาพิจารณาร่วมกับแนวความคิดเกี่ยวกับวัยรุ่นของ Hurlock (1949) สุโท เจริญสุข (2520) สุชา จันทน์เอม (2529) Mckinney (1958) และแนวความคิดเกี่ยวกับรูปแบบวัฒนธรรมวัยรุ่นของ F. Phillip rice (1987) และ Barbara Schneider Fuhrmann (1986) จะพบว่าสาเหตุที่ทำให้เพลงเป็นที่ต้องการของวัยรุ่นนั้นก็เนื่องมาจาก วัยรุ่นเป็นวัยแห่งปัญหา เป็นวัยที่มีความเคร่งเครียดทางอารมณ์ ทัศนคติในการมองโลกจะแตกต่างจากผู้ใหญ่ ซึ่งบางครั้งอาจจะเกิดความขัดแย้งกันขึ้นได้ วัยรุ่นจึงหันไปใช้เสียงเพลงช่วยในการปลอมแปลงทางอารมณ์ (disguise) เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาบางอย่างที่กอดตันอยู่ หรือใช้ในการแสดงถึงความรู้สึก ความต้องการที่สภาพแวดล้อมในชีวิตจริงไม่อำนวยให้ทำเช่นนั้น เพื่อรักษาสุขภาพจิตให้เกิดความสมดุลย์ และยังเป็นการแสดงออกทางอารมณ์โดยใช้เพลงเป็นสื่อภาษาทางอารมณ์ เช่นเดียวกับผลการวิจัยในครั้งใหม่ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับสูงจากการฟังเพลงไทยสากลเพื่อใช้เป็นเพื่อนยามเหงา ทำให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ปลดปล่อยอารมณ์ และใช้เป็นสื่อแทนคำพูด หรือการกระทำ

อิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนก็มีผลต่อการฟังเพลงของวัยรุ่นเช่นเดียวกัน เพราะ วัยรุ่นต้องการเป็นที่ยอมรับและชอบแสดงออกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเพื่อน ดังนั้น จึงพยายามสร้างเอกลักษณ์ภายในกลุ่มสังคมขึ้น ไม่ว่าจะเป็นภาษาพูด ลักษณะท่าทาง พฤติกรรมต่างๆ

ตลอดไปจนถึงการฟังเพลง ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกันภายในสังคมวัยรุ่นและก่อให้เกิดวัฒนธรรมวัยรุ่นขึ้นในที่สุด

อิทธิพลจากสื่อมวลชนหรือบุคคลที่วัยรุ่นชื่นชอบ และมองเห็นว่าเป็นวีรบุรุษประจำใจ (Hero - Worship) พยายามจะยึดถือเป็นแบบอย่าง เช่น นักจัดรายการวิทยุ ดารา นักร้อง ก็มีส่วนผลักดันให้วัยรุ่นชื่นชอบเพลงที่บุคคลเหล่านั้นชื่นชอบ หรือแนะนำให้ฟัง

จะเห็นได้ว่า เมื่อเนื้อหาของเพลงไทยยอดนิยมของวัยรุ่นมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิต และสามารถตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ ของวัยรุ่นได้แล้ว เนื้อหาเพลงไทยยอดนิยมของวัยรุ่นก็ย่อมจะสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต ความต้องการ มุมมอง ทัศนคติ พฤติกรรมของวัยรุ่นและสังคมได้เป็นอย่างดีเช่นเดียวกัน

ความบ่อยครั้งในการฟังเพลงไทยสากล

วัยรุ่นส่วนใหญ่มีความบ่อยครั้งในการฟังเพลงไทยสากลจากทางวิทยุมากกว่าสื่อชนิดอื่นๆ ดังที่งานวิจัยของจาร์เนน แกลโกส (2537) พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครที่ฟังวิทยุเป็นประจำทุกวันมีจำนวนถึงร้อยละ 45 และรายการวิทยุที่ชอบมากที่สุด คือ รายการเพลงไทยสากล ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่า อาจจะเนื่องมาจากรายการหลักที่นำเสนอทางวิทยุ นั้น คือ รายการเพลง ในขณะที่โทรทัศน์มีรายการต่างๆ ที่น่าสนใจไม่ว่าจะเป็น ข่าว กีฬา ละคร เกมโชว์ และอีกมากมาย จึงทำให้รายการเพลงเป็นเพียงส่วนหนึ่งของรายการทางโทรทัศน์เท่านั้น สาเหตุอีกประการก็คือ รายการเพลงส่วนใหญ่ที่นำเสนอทางโทรทัศน์มักจะอยู่ในช่วงเวลาที่ดีเกินไปสำหรับวัยรุ่น อีกทั้งยังเป็นรายการของบริษัทขนาดใหญ่เพียงไม่กี่บริษัทที่ใช้รายการประเภทนี้ในการเผยแพร่ผลงานของนักร้องในสังกัด ดังนั้น เพลง หรือ มิวสิควิดีโอที่นำมาออกอากาศในแต่ละรายการจึงซ้ำๆ กัน ทำให้วัยรุ่นเกิดความเบื่อหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ James Lull (1985) ที่พบว่า วัยรุ่นต้องการที่จะได้เรียนรู้ประสบการณ์ที่นำตื่นเต้นและแตกต่างไปจากวิถีแบบเดิม และจะหันไปหาสิ่งอื่นที่น่าสนใจกว่าโทรทัศน์ เช่น กลุ่มเพื่อน และสื่ออื่นๆ ได้แก่ วิทยุ ภาพยนตร์ รวมทั้งดนตรีและเพลงต่างๆ

จากแนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่ายของสมาคม ลิขสิทธิ์ (2532) ทำให้ทราบว่าการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลงานเพลงผ่านทางสื่อวิทยุก็นับว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อการกระตุ้นให้วัยรุ่นฟังเพลงที่ผู้ผลิตต้องการให้กลายเป็นเพลงยอดนิยม เนื่องจากมีราคาถูกกว่าสื่อโทรทัศน์

จึงสามารถเพิ่มความบ่อยครั้งในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้มากขึ้น ทั้งในด้านการทำ สปอตโฆษณาทางวิทยุที่สามารถซื้อช่วงเวลาของสถานีวิทยุในการลงโฆษณาได้ และสำหรับ บริษัทขนาดใหญ่ก็มักจะมีรายการเพลงทางสถานีวิทยุเป็นของตนเอง ซึ่งทำให้สามารถ กำหนดเพลงที่ต้องการจะเปิดและสร้างกระแสความนิยมได้อย่างง่ายดาย

รายการวิทยุในปัจจุบันมีกิจกรรมต่างๆ ที่จัดให้กลุ่มผู้ฟัง โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นได้มีโอกาส เข้าร่วมกิจกรรมกับนักจัดรายการวิทยุ และนักร้อง ซึ่งกิจกรรมส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับความสนใจ ของวัยรุ่น เช่น การจัดแสดงคอนเสิร์ต การทัศนศึกษา การเข้าค่าย เป็นต้น เพราะวัยรุ่นเป็น วัยที่มีความสนใจในด้านสังคม แสวงหาอิสระ สนใจเรื่องการแต่งกาย การฟังวิทยุ ชมคอนเสิร์ต ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ Hurlock (1949) นอกจากการจัดกิจกรรมเพื่อความบันเทิงสำหรับ วัยรุ่นแล้ว สิ่งที่สำคัญที่จะต้องสร้างให้เกิดขึ้นก็คือการสร้างภาพให้นักจัดรายการวิทยุ หรือนักร้อง กลายเป็นวีรบุรุษประจำใจของวัยรุ่น ซึ่งสุชา จันทน์เอม (2529) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า วัยรุ่นจะมี วีรบุรุษประจำใจ และพยายามยึดถือปฏิบัติตาม ทั้งนี้เนื่องจาก วัยรุ่นต้องการจะเป็นที่ยอมรับ นับถือเหมือนกับวีรบุรุษของตน ดังนั้น เมื่อวีรบุรุษประจำใจของวัยรุ่น คือ นักจัดรายการวิทยุ นักร้องในสังกัดของบริษัทเทปแล้ว วัยรุ่นก็จะติดตามฟังรายการเพลงและข่าวสารของ นักจัดรายการวิทยุ และนักร้องที่ตนชื่นชอบ จึงเป็นการสร้างความนิยมและเพิ่มจำนวนยอดขายให้ กับรายการเพลงและเทปเพลงอีกทางหนึ่ง

ด้วยเหตุผลดังกล่าวสามารถยืนยันได้จากผลการวิจัยเชิงสำรวจที่เกี่ยวข้องรายการเพลงที่ วัยรุ่นนิยมฟังส่วนใหญ่ จะเป็นรายการเพลงของบริษัทที่อยู่ในเครือของบริษัทแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ที่เป็นบริษัทที่ผลิตเทปเพลงไทยสากลขนาดใหญ่ ทั้ง รายการ RADIO NO PROBLEM รายการ RADIO VOTE รายการ HOT WAVE และ รายการ GREEN WAVE และยังทำให้นักจัดรายการวิทยุในสังกัดเป็นที่ชื่นชอบของวัยรุ่นอีกด้วย เช่น วิศวะ ดันกิจขจร, สมพล ปิยะพงษ์ศิริ, วินัย สุขแสวง และเอก กฤษณาวารินทร์ เป็นต้น

สำหรับความบ่อยครั้งในการซื้อเทป / ซี.ดี.เพลงไทยสากลของวัยรุ่นมีน้อยที่สุด คือ เฉลี่ย แล้วน้อยกว่า 1 ตลับต่อสัปดาห์ เนื่องจาก วัยรุ่นไม่ได้ซื้อเทปเพลงไทยสากลทุกชุดที่ฟัง แต่จะ เลือกซื้อเทป / ซี.ดี. เพลงไทยสากลเฉพาะที่ตนเองชื่นชอบเท่านั้น ดังที่งานวิจัยของ นุชนาฎ ราม สมภพ (2529) พบว่า การที่นิสิตนักศึกษาตัดสินใจซื้อเทปคาสเซ็ทเพลงไทยสากล จะซื้อ เฉพาะชุดที่ชื่นชอบเท่านั้น โดยไม่ได้สนใจราคาที่กำหนดไว้หน้าปกเทป และยังสรุปได้ว่า สื่อที่มีอิทธิพลให้นิสิตนักศึกษาตัดสินใจซื้อเทปเพลงไทยสากลมากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ ดังนั้นจึง

เป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่อวัยรุ่นมีความบ่อยครั้งในการชมรายการเพลงไทยสากลจากโทรทัศน์น้อย ก็จะมีผลให้ความบ่อยครั้งในการซื้อเทป / ซี.ดี.เพลงไทยสากลน้อยตามลงไปด้วยเช่นกัน

การรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากล

วัยรุ่นมีการรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากล ในด้านที่เพลงจะทำให้เกิดความสุขสนาน / เพลิดเพลิน เพลงเป็นเพื่อนยามเหงาได้ การฟังเพลงเป็นการปลดปล่อยอารมณ์ การฟังเพลงจะทำให้เป็นคนทันสมัย และทราบเรื่องราวในวงการบินอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hurlock (1949) และ ประสาร ทิพย์ธารา (2521) ที่ว่า วัยรุ่นเป็นวัยหัวเลี้ยวหัวต่อ มีความเคร่งเครียดทางอารมณ์ เป็นวัยแห่งความยุ่งยาก สับสน และการปรับตัว ผ่านในด้านสังคม วัยรุ่นมีความอยากรู้อยากเห็นสนใจเหตุการณ์ และบุคคลในสังคม ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ก็เปรียบเทียบกับวงการบินนั่นเอง

นอกจากนี้ ยังพบว่าวัยรุ่นมีการรับรู้ประโยชน์ระดับสูง ในด้านที่เพลงสามารถใช้เป็นสื่อแทนการกระทำ และคำพูดได้ เพลงช่วยสร้างจินตนาการได้ และการฟังเพลงเป็นการฆ่าเวลาได้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะทั่วไปของวัยรุ่น ดังที่ สุโท เจริญสุข (2520) ได้กล่าวไว้ว่า วัยรุ่นเป็นวัยแห่งสติปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ เป็นวัยที่มีความสนใจเพื่อนต่างเพศ มักคิดว่าตนเองเป็นผู้ใหญ่ จึงทำให้มีพฤติกรรมเลียนแบบผู้ใหญ่ ในขณะที่เดียวกัน งานวิจัยของ Raymond L. Carroll และคณะ (1993) ยังพบว่า วัยรุ่นจะใช้วิทยุเป็นเพื่อนแก้เหงา เพราะวิทยุช่วยให้เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว

จากคำกล่าวของ George Stanley Hall (อ้างใน มลวิภา ทรงวุฒิสีล : 2526) ที่ว่า วัยรุ่นเป็นช่วงเวลาได้รับการปฏิบัติเยี่ยงเด็ก แต่ก็ยังไม่พร้อมที่จะได้รับการปฏิบัติอย่างเช่นผู้ใหญ่ แสดงให้เห็นว่า วัยรุ่นเป็นวัยแห่งการแสวงหา และยังไม่แน่ใจในบทบาทของตนเอง เมื่อนำมาประกอบกับแนวคิดของ Mckinney (1958) ที่กล่าวถึงความต้องการพื้นฐานของวัยรุ่นไว้ว่า วัยรุ่นต้องการความมั่นคงในอารมณ์และความรู้สึกปลอดภัย และ พงษ์ชัย ไทยวรรณศรี (2529) ได้กล่าวถึงเพลงในฐานะงานศิลปะที่สามารถบันดาลให้เกิดความรู้สึกต่างๆ กัน และยังช่วยผลักดันให้มีมานะที่จะต่อสู้กับอุปสรรคหรือปัญหาต่างๆ ที่เข้ามาในชีวิตได้ เหล่านี้จึงเป็นเหตุผลของการที่วัยรุ่นมีการรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากลในระดับสูง ด้านที่การฟังเพลงจะสร้างกำลังใจให้ตนเอง เนื้อหาของเพลงจะนำมาเปรียบเทียบกับชีวิตของตนได้ มีการรับรู้

ประโยชน์ในระดับปานกลางว่า เพลงจะสามารถใช้เป็นแบบอย่างในการปฏิบัติ การฟังเพลงจะทำให้มีความมั่นใจในตนเอง และการฟังเพลงจะช่วยให้เชื่อมั่นความจริงหรือปัญหาในชีวิต

สำหรับการรับรู้ประโยชน์ในด้านที่เพลงทำให้เข้ากลุ่มกับเพื่อนได้ และเพลงใช้เป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นได้นั้น วิทยุรุ่นมีการรับรู้ในระดับสูงซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ สุโท เจริญสุข (2520) สุชา จันทน์เอม (2529) Mckinney (1958) และ Hurlock (1949) ที่กล่าวถึงความต้องการของวิทยุรุ่นไว้ตรงกัน สรุปได้ว่า วิทยุรุ่นชอบคบเพื่อนเป็นกลุ่ม และแสดงออกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ต้องการเป็นที่ยอมรับนับถือ ต้องการเป็นที่รู้จัก และให้ผู้อื่นรับรู้ว่าคุณค่า ดังนั้น เราจะเห็นได้ว่า การที่วิทยุรุ่นได้ฟังเพลงหรือรายการเพลงเหมือนกับเพื่อนในกลุ่มก็จะทำให้สามารถนำมาเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อน และทำให้เข้ากลุ่มกับเพื่อนได้อย่างง่ายดาย ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการทางสังคมของตนนั่นเอง

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของการรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากลของวิทยุรุ่นแล้วจะพบว่า การรับรู้ประโยชน์ในด้านที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เพลงจะทำให้เกิดความสุขสนาน / เพลิดเพลิน การฟังเพลงเป็นเพื่อนยามเหงาได้ การฟังเพลงเป็นการปลดปล่อยอารมณ์ และเพลงช่วยสร้างจินตนาการได้ ในขณะที่การรับรู้ประโยชน์ในด้านที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมจะมีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ เพลงสามารถใช้เป็นสื่อแทนการกระทำและคำพูดได้ เพลงทำให้เข้ากลุ่มกับเพื่อนได้ เพลงใช้เป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นได้ และสำหรับการรับรู้ประโยชน์ว่าเพลงสามารถใช้เป็นแบบอย่างในการปฏิบัติ นั้น มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด จึงกล่าวได้ว่า เพลงนับเป็นตัวแทนในด้านอารมณ์ของวิทยุรุ่นมากกว่าที่จะนำไปใช้ในเชิงรูปธรรม คือ การประพฤติ ปฏิบัติ

ความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากล

วิทยุรุ่นมีความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลด้านต่างๆ ในระดับที่ใกล้เคียงกัน มีความแตกต่างกันไม่มากนัก ซึ่งความพึงพอใจอาจจะขึ้นอยู่กับการใช้ประโยชน์ในการตอบสนองความต้องการ เมื่อพิจารณาประกอบกับแนวคิดของ Berger (1982) เกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการ จะพบว่า การที่วิทยุรุ่นพึงพอใจที่จะใช้เพลงเป็นสื่อแทนการกระทำหรือคำพูดช่วยสร้างจินตนาการ เพื่อปลดปล่อยอารมณ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและกำลังใจให้ตนเองนั้นก็เพื่อตอบสนองความต้องการสร้างอารมณ์ต่างๆ และการแสดงจินตนาการความสัมพันธ์ทางเพศ

ของหนุ่มสาว เมื่อวัยรุ่นเริ่มที่จะนำเอาเนื้อหาของเพลงมาเปรียบเทียบกับชีวิตของตนเอง ก็จะส่งผลไปถึงการก่อให้เกิดการเลียนแบบ และการใช้เพลงเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติในที่สุด

ความต้องการสารสนเทศ และความบันเทิงจากสื่อ ตามชุดตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชนของ ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531) ได้ดัดแปลงจาก McQuail และคณะสร้างไว้ เห็นได้จากการที่วัยรุ่นมีความพึงพอใจในด้านที่เพลงทำให้รู้สึกว่าเป็นคนทันสมัย และได้รู้เรื่องราวในวงการบันเทิง เนื่องจาก วัยรุ่นมีความอยากรู้อยากเห็น ต้องการทราบสภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และยังอาศัยความบันเทิงจากการฟังเพลงเป็นเพื่อนในยามเหงา ช่วยให้ลืมความจริงหรือปัญหาในชีวิต และใช้เพื่อฆ่าเวลาดังลักษณะที่เรียกว่า สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship)

ลักษณะเด่นประการหนึ่งของวัยรุ่น ก็คือ ความต้องการให้เป็นที่ยอมรับนับถือในกลุ่มเพื่อน นับได้ว่าเป็นเหตุผลประการหนึ่งในการเลือกเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการและก่อให้เกิดความพึงพอใจ ตามที่ Dominick (1990) ได้จำแนกเอาไว้ว่าเป็นประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ก็คือ การที่วัยรุ่นรับรู้ประโยชน์ของการฟังเพลงและพึงพอใจที่ใช้เพลงเพื่อทำให้ตนเองได้รับการยอมรับในสังคม ในกลุ่มเพื่อน ทั้งในเรื่องของการใช้เป็นหัวข้อสนทนา และการใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversation Currency) ที่แสดงให้เห็นถึงความ เป็นกลุ่มเดียวกัน พวกเดียวกันนั่นเอง

สมมติฐานข้อที่ 1

การรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งในการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความบ่อยครั้งในการฟังเพลงไทยสากลจากวิทยุ และการรับชมรายการเพลงไทยสากลจากโทรทัศน์ กล่าวคือ ถ้าหากวัยรุ่นมีการรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับสูง ความบ่อยครั้งในการฟังเพลงจากวิทยุ และชมรายการเพลงจากโทรทัศน์ก็จะสูง แต่ถ้าวัยรุ่นมีการรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับต่ำ ความบ่อยครั้งในการฟังเพลงจากวิทยุ และชมรายการเพลงจากโทรทัศน์ก็จะต่ำตามไปด้วย

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพร พานิช (2539) เรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง เช่น ความบ่อยครั้งในการฟังเพลงจากวิทยุ โทรทัศน์ การอ่านนิตยสารเกี่ยวกับนักร้อง การชมคอนเสิร์ต ล้วนแล้วแต่ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง

แม้ว่า การรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากลจะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความบ่อยครั้งในการฟังเพลงไทยสากลจากวิทยุ และการรับชมรายการเพลงไทยสากลจากโทรทัศน์ แต่ในงานวิจัยชิ้นนี้ กลับพบว่า การรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากลไม่มีความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งในการซื้อเทป / ซี.ดี.เพลงไทยสากลของวัยรุ่น สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ก็เนื่องมาจากปัญหาทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันที่ส่งผลให้อำนาจในการซื้อของวัยรุ่นลดน้อยลงจากที่งานวิจัยของ นุชนาฏ รามสมภพ (2529) พบว่า วัยรุ่นจะซื้อเทปคาสเซ็ทเฉพาะชุดที่ตนชื่นชอบเท่านั้น แสดงให้เห็นว่า วัยรุ่นตัดสินใจจ่ายเงินเพื่อการฟังเพลงเป็นจำนวนที่ไม่มากอยู่แล้ว เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับสภาพในปัจจุบันจึงกล่าวได้ว่า วัยรุ่นจะยิ่งลดปริมาณการซื้อเทป/ซี.ดี. ลงไปอีก แต่จะหันไปให้ความสนใจ และเพิ่มความบ่อยครั้งในการฟังเพลงจากสื่อที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายโดยตรง นั่นก็คือ วิทยุและโทรทัศน์

สมมติฐานข้อที่ 2

ความบ่อยครั้งในการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความบ่อยครั้งในการฟังเพลงไทยสากลจากวิทยุมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจ กล่าวคือ ถ้าหากวัยรุ่นมีความบ่อยครั้งในการฟังเพลงจากวิทยุมาก ก็จะมี ความพึงพอใจมาก แต่ถ้าวัยรุ่นมีความบ่อยครั้งในการฟังเพลงจากวิทยุต่ำ ความพึงพอใจก็จะต่ำตามไปด้วย

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพร พานิช (2539) เรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้วิจัยเกี่ยวกับความบ่อยครั้งในการฟังเพลงจากวิทยุ

และการชมรายการเพลงจากโทรทัศน์พบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องมีความสัมพันธ์ทางกับความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง

ในงานวิจัยชิ้นนี้ พบว่า ความบ่อยครั้งในการรับชมรายการเพลงไทยสากลจากโทรทัศน์ และความบ่อยครั้งในการซื้อเทป / ซี.ดี. เพลงไทยสากลไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจสาเหตุที่ทำให้ความบ่อยครั้งในการชมรายการเพลงไทยสากลจากโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจนั้น มาจากความเบื่อหน่ายในการชมรายการเพลงไทยสากลทางโทรทัศน์ที่มักจะเป็นรายการที่ นำเพลงหรือมิวสิกวิดีโอมาออกอากาศซ้ำกัน ซึ่งขัดแย้งกับลักษณะความต้องการของวัยรุ่น ดังงานวิจัยของ James Lull (1985) ที่สรุปได้ว่า วัยรุ่นจะลดความสนใจโทรทัศน์ลง แต่จะหันไปหาสิ่งอื่นที่น่าสนใจกว่า และหนึ่งในสื่อที่น่าสนใจกว่าโทรทัศน์ ก็คือวิทยุนั่นเอง

สำหรับในด้านความบ่อยครั้งในการซื้อเทป / ซี.ดี. เพลงไทยสากลอยู่ในระดับต่ำนั้น ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้วว่า อำนาจในการซื้อของวัยรุ่นลดลงตามสภาพเศรษฐกิจของประเทศไทย วัยรุ่นจึงหันไปหาสื่อที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายโดยตรง เมื่อพิจารณาจากงานวิจัยของ สำอางค์ ผลไม้ (2535) เรื่องการสื่อสารการตลาดและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเทป เพลงไทยสากลของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า พฤติกรรมการซื้อเทปเพลงไทยสากลของเยาวชนในกรุงเทพมหานครไม่สามารถระบุได้อย่างแน่นอนชัดเจน ทำให้ทราบว่า พฤติกรรมหรือความบ่อยครั้งในการซื้อเทป / ซี.ดี. ของวัยรุ่นเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามสภาวะสังคมและจิตใจที่เปลี่ยนไป

ผลการวิเคราะห์ที่แสดงให้เห็นว่า ความบ่อยครั้งในการรับชมรายการเพลงไทยสากลจากโทรทัศน์ และความบ่อยครั้งในการซื้อเทป / ซี.ดี. เพลงไทยสากลไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นนั้น มีความสอดคล้องกับแนวความคิดของ Katz และคณะ (1974) ที่อธิบายการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจไว้ว่า เมื่อสภาพทางสังคมและจิตใจเปลี่ยนไป ทำให้ให้บุคคลมีความต้องการแตกต่างกัน ซึ่งจะส่งผลไปยังความคาดหวังในสื่อเพื่อการตอบสนองความพอใจแตกต่างกัน ดังนั้น เมื่อความต้องการต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อก็必将มีความแตกต่างกันด้วย สุดท้ายความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจึงแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3

การรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น กล่าวคือ ถ้าหากวัยรุ่นมีการรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับสูง ความพึงพอใจก็จะสูง แต่ถ้าวัยรุ่นมีการรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับต่ำ ความพึงพอใจก็จะต่ำตามไปด้วย

ผลการวิเคราะห์ข้างต้น เป็นยืนยันแนวความคิดของ Rosengren (1985) ที่กล่าวว่า การใช้ประโยชน์ (Uses) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ (Gratifications) ในแง่ที่การใช้ประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจ และความพึงพอใจก็อาจได้รับประโยชน์

ข้อเสนอแนะทั่วไป

ข้อเสนอแนะสำหรับกลุ่มผู้ผลิตผลงานเพลง

จากงานวิจัยชิ้นนี้ พบว่า เนื้อหาเพลงไทยสากลยอดนิยมของวัยรุ่นทั้งหมดเกี่ยวข้องกับความรัก และวัยรุ่นมีการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในระดับสูงที่จะฟังเพลงเพื่อความบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นความสนุกสนาน / เพลิดเพลิน ปลดปล่อยอารมณ์ หรือช่วยสร้างจินตนาการ ในขณะที่รับรู้ประโยชน์และพึงพอใจในระดับปานกลางที่จะใช้เพลงเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติ แสดงให้เห็นว่า วัยรุ่นจะใช้เนื้อหาของเพลงเพื่อระบายอารมณ์ ความรู้สึก ทั้งความสุข ความสนุกสนาน และความทุกข์มากกว่าที่จะยึดถือและปฏิบัติตาม ดังนั้น เพื่อให้งานเพลงเป็นไปในลักษณะที่เอื้อประโยชน์ทั้งผู้ฟังที่เป็นวัยรุ่น และกลุ่มผู้ผลิต กล่าวคือ เนื้อเพลงเป็นประโยชน์และตอบสนองความต้องการของวัยรุ่นได้ และส่งผลไปยังยอดขายเทปที่ดี จึงมีข้อเสนอแนะสำหรับกลุ่มผู้ผลิตผลงานเพลง ดังนี้

1. จากผลการวิจัยเชิงสำรวจเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น ที่พบว่า วัยรุ่นมีการรับรู้ประโยชน์และพึงพอใจในระดับสูง ในด้านที่การฟังเพลงจะช่วยสร้างกำลังใจให้ตนเอง เพลงเป็นเพื่อนยามเหงาได้ เพลงจะทำให้เกิดความสุขสนุกสนาน /

ผลิตเพลง การฟังเพลงเป็นการปลดปล่อยอารมณ์ และช่วยสร้างจินตนาการ จะเห็นได้ว่า วิทยุจะใช้เพลงเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านอารมณ์เป็นส่วนใหญ่ และเมื่อนำมาพิจารณาประกอบกับผลการวิจัยที่พบว่า วิทยุพอใจที่จะเลือกฟังเนื้อหาของเพลงมากที่สุดเป็นอันดับ 1 จึงกล่าวได้ว่า เนื้อหาของเพลงจึงเป็นสิ่งสำคัญที่วิทยุนำมาใช้ในการตอบสนองความต้องการของตน ดังนั้น ผู้ผลิตควรหันมาให้ความสำคัญกับเนื้อหาของเพลงที่เป็นประโยชน์ต่อวิทยุ เช่น เพลงให้กำลังใจในการต่อสู้กับปัญหาทั้งในด้านการเรียน และปัญหาชีวิต เพลงที่ช่วยให้วิทยุได้ปลดปล่อย และระบายอารมณ์ ก็ย่อมจะทำให้เพลงนั้นเป็นประโยชน์ต่อวิทยุ และสังคม

2. เพลงที่จะเป็นที่ชื่นชอบของวิทยุ นั้นยังต้องอาศัยการส่งเสริมการขายในด้านต่างๆ เข้ามาช่วยเสริมอีกด้วย จึงกล่าวได้ว่า วิทยุไม่ได้มีอิสระในการเลือกฟังเพลงและกำหนดเพลงให้เป็นเพลงยอดนิยมได้โดยเด็ดขาด แต่มีปัจจัยอื่นๆ เป็นตัวกำหนดแฝงอยู่ โดยที่วิทยุไม่ทันรู้ตัว ดังนั้น ถ้าหากนำการส่งเสริมการขาย ทั้งในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม และการสร้างวีรบุรุษประจำใจของวิทยุ มาช่วยในการสนับสนุนเพลงที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อวิทยุและสังคม ก็จะทำให้การผลิตผลงานเพลงนั้นมีทั้งคุณค่า และผลทางธุรกิจควบคู่กันไป ด้วยตัวอย่างของเพลงที่มีแนวคิดสร้างสรรค์สังคมและเป็นแนวทางในการปฏิบัติสำหรับวิทยุในยุคที่ประเทศไทยกำลังประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ ได้แก่ " เพลงรักเมืองไทย ไม่ตายหรอกครับ " ของอ่ำ อัมรินทร์ นิติพน ในอัลบั้มชุด " ประเทศไทย I LOVE YOU " ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการประหยัดเพื่อช่วยเศรษฐกิจของชาติ ให้ทุกคนอดทนกับสภาพความเดือดร้อนและยังปลุกฝังให้รักประเทศไทยอีกด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิทยุ

ในการวิจัยยังพบอีกว่า วิทยุมีการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจระดับสูงในด้านความบันเทิงจากการฟังเพลง ดังนั้น ถ้าต้องการใช้ประโยชน์จากเพลงในการพัฒนา หรือปลุกฝังความคิด ค่านิยมต่างๆ ให้แก่วิทยุอย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะต้องทำให้วิทยุได้รับความพึงพอใจจากเพลงนั้นด้วย ซึ่งมีข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิทยุ ดังนี้

ในการประพันธ์เนื้อหาและทำนองของเพลงเพื่อการพัฒนา หรือปลุกฝังสิ่งที่ตั้งถามให้แก่วิทยุ ไม่ควรเน้นที่สาระแต่เพียงอย่างเดียว แต่ควรจะทำให้เกิดความบันเทิง และตรงกับความชื่นชอบของวิทยุด้วย ไม่ว่าจะเป็นการใช้ภาษาเฉพาะกลุ่มวิทยุ การแฝงมุขตลก หรือการใช้

ผู้แสดง (Presenter) นักร้องที่เป็นขวัญใจวัยรุ่น ซึ่งในประเด็นนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวัยรุ่นสามารถขอความร่วมมือจากบริษัทผู้ผลิตผลงานเพลงสำหรับวัยรุ่นในการรณรงค์หรือจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของวัยรุ่นได้ เช่น โครงการป้องกัน และแก้ไขปัญหายาเสพติดภายในโรงเรียนที่มีชื่อโครงการว่า " โรงเรียนสีขาว " ซึ่งกระทรวงศึกษาธิการเป็นเจ้าของโครงการ และได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท อาร์. เอส. โปรโมชัน 1992 จำกัด โดยมีการแบ่งหน้าที่ในการปฏิบัติตามความถนัดของแต่ละฝ่าย คือ ภาครัฐบาลเป็นฝ่ายประสานงานและวางนโยบาย ส่วนภาคเอกชนดำเนินการในด้านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ และจัดสรรศิลปิน นักร้องภายในสังกัดเข้ามาร่วมเป็นผู้แสดงของโครงการ ซึ่งรวมไปถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในโรงเรียน และการแสดงคอนเสิร์ตที่วัยรุ่นชื่นชอบด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาพบว่า เพลงไทยสากลยอดนิยมของวัยรุ่นมีเนื้อหาเกี่ยวกับความรักทั้งหมด ดังนั้น จึงน่าจะมีการศึกษาว่าเนื้อหาของเพลงที่ถูกกำหนดโดยผู้ผลิตผลงานเพลงมีอิทธิพลต่อวัยรุ่นในเชิงจิตวิทยาอย่างไรบ้าง

2. จากการศึกษาพบว่า วัยรุ่นมีการรับรู้ประโยชน์และมีความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลระดับสูงในด้านบันเทิงมากที่สุด ดังนั้น จึงควรจะมีการศึกษาว่าการใช้เพลงเพื่อประโยชน์ด้านอื่นๆ ในปัจจุบัน เช่น เป็นสื่อในการเรียน ใช้ในการรณรงค์ หรือปลุกใจ จะมีผลอย่างไรต่อกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น