

บทที่ 2

ทฤษฎี และ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งประเด็นไปยังอัตลักษณ์ของวัยรุ่นที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อคาราโอเกะ ซึ่งเป็นการหาคำตอบจากพฤติกรรมกลุ่มที่เกิดขึ้นในการใช้สื่อคาราโอเกะที่จะศึกษาถึงประเด็นหลักคือ ลักษณะพฤติกรรม ความคิด ทศนคติ การแสดงออกและพฤติกรรมการสื่อสาร อันจะนำไปสู่การสร้างวัฒนธรรมขึ้นในกลุ่มวัยรุ่นเอง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำแนวความคิดและทฤษฎีในเรื่องดังต่อไปนี้ เพื่อใช้เป็นแนวคำถามและกรอบการวิจัยในการเก็บข้อมูล

1. ลักษณะของสื่อคาราโอเกะ
2. แนวคิดเรื่องวัยรุ่นและอัตลักษณ์
3. ทฤษฎี การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

อนึ่ง การวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการเน้นความสำคัญไปที่ตัวผู้รับสาร เป็นการทำความเข้าใจระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อและการแสดงออกของผู้รับสาร ด้วยทฤษฎีการใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจและลักษณะของสื่อคาราโอเกะซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้รับสาร ซึ่งได้จากการพิจารณาจากแนวคิดเรื่องวัยรุ่นและอัตลักษณ์ ซึ่งประกอบด้วยแนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ทางสังคม แนวคิดเรื่องบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม และแนวคิดเรื่อง การลู่เข้าเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Convergence) ในการกล่าวถึงลักษณะของวัยรุ่นและความสัมพันธ์กับอัตลักษณ์ต่อไป

ลักษณะของสื่อคาราโอเกะ

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงสื่อคาราโอเกะในหัวข้อดังนี้

1. ประวัติของสื่อคาราโอเกะ
2. ลักษณะของสถานบริการคาราโอเกะ
- ✓ 3. ลักษณะของเพลงในสถานบริการคาราโอเกะ
4. การศึกษาเรื่องคาราโอเกะที่มีความเกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้

ประวัติของคาราโอเกะ

คาราโอเกะเข้าสู่ตลาดเมืองไทยเมื่อประมาณปีพ.ศ. 2530 - 2531 โดยในระยะแรก เปิดบริการในผับและบาร์ที่มีลูกค้าชาวญี่ปุ่นมาใช้บริการ โดยในระยะแรกนั้นก็กิจกรรมคาราโอเกะยังเป็นบริการที่มีรูปแบบแปลกใหม่สำหรับลูกค้าคนไทย เนื่องจากยังไม่คุ้นเคยและค่อนข้างขัดกับพฤติกรรมของคนไทยซึ่งไม่กล้าแสดงออกในที่สาธารณะจึงทำให้กลุ่มผู้ใช้บริการคาราโอเกะในยุคแรกเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มนักธุรกิจชาวต่างประเทศที่เข้ามาทำงานอยู่ในประเทศไทย เช่น ชาวฮ่องกง ชาวญี่ปุ่น ชาวไต้หวัน ซึ่งมีจำนวนมากกว่าลูกค้าคนไทย เนื่องจากคนเหล่านี้มีเวลาว่างมากและเกิดความเหงาในเวลาว่างคืนจึงไม่อยากจะอยู่บ้านคนเดียว การได้มาร้องเพลงทำให้เขาคลายเครียด คลายความเหงาลงได้ (สัมภาษณ์สุทิน คติสวัสดิวงษ์ ,คลังสมอง หน้า63)

นอกจากนี้เพลงสำหรับใช้ในกิจกรรมคาราโอเกะในช่วงแรกยังอาศัยการเปิดแผ่นเลเซอร์ดิสก์จากต่างประเทศซึ่งมีราคาแพง ประมาณแผ่นละ 4,000 บาท เพราะวัตถุดิบคือแผ่นเลเซอร์ดิสก์ที่ผลิตได้ในประเทศไทยไม่เชื่ออำนาจในการผลิตเองให้ออกมาสมบูรณ์แบบได้ นอกจากราคาแผ่นดิสก์ที่ใช้ ปัดจะมีราคาแพงแล้วในช่วงแรกที่กิจกรรมคาราโอเกะเริ่มเข้ามาในประเทศไทยนั้น เพลงที่นำมาผลิตเป็นคาราโอเกะนั้นมักเป็นเพลงต่างประเทศ และเป็นเพลงเก่าแทบทั้งสิ้น ส่วนเพลงใหม่ ๆ มีจำนวนน้อยมาก (สัมภาษณ์ สุทิน ,คลังสมอง หน้า63) จากข้อจำกัดในเรื่องของแผ่นเลเซอร์ดิสก์ สำหรับใช้กับเครื่องเล่นคาราโอเกะที่มีราคาแพงนั้น ต่อมาได้มีการผลิตวีดีโอคาราโอเกะซึ่งมีราคาต้นทุนต่ำ คือประมาณ 200-300 บาทต่อหนึ่งม้วนและสามารถผลิตได้ภายในประเทศ รวมทั้งการติดต่อขอซื้อลิขสิทธิ์ การร่วมมือกับบริษัทเทปเพื่อทำการโปรโมท ก็ทำได้ง่ายขึ้น การคัดเลือกเพลงเพื่อทำเพลงสำหรับการคาราโอเกะให้เหมาะกับรสนิยมของคนไทยก็ทำได้ง่ายและรวดเร็ว ทำให้คาราโอเกะกลายเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมเป็นอันมาก

คาราโอเกะในประเทศไทยมีการขยายตัวเป็นอย่างมากภายหลังจากมีการนำวีดีโอคาราโอเกะมาใช้ จากเดิมที่จำกัดอยู่ที่ผับหรือบาร์ที่ชาวญี่ปุ่นนิยมไป เริ่มขยายความนิยมไปในโรงแรมใหญ่ๆ เช่น โรงแรมเมอริเดียน เพรสซิเด็นท์ มีบริเวณสำหรับคาราโอเกะ ชื่อ Cat's Eye ทำให้เข้าถึงคนไทยที่ใช้บริการในโรงแรมเหล่านั้น (คลังสมอง, 2534) ต่อมาจึงเริ่มแพร่กระจายไปในผับและธุรกิจตามห้องอาหารต่างๆที่มีเพลงบรรเลงก็เริ่มมีการนำคาราโอเกะเข้าไปใช้แทนนักดนตรีที่เล่นประจำ เพื่อลดปัญหาจากตัวนักดนตรีเอง เช่น การมาสาย การเล่นตัวของนักดนตรี อีกทั้งคนที่มาใช้ก็ไม่จำกัดอยู่ที่ชาวต่างชาติและนักธุรกิจอีกต่อไป

กฎหมายที่รองรับธุรกิจคาราโอเกะนั้นยังไม่มี ความทันสมัยเท่ากับการแพร่กระจายของสื่อชนิดนี้ ตลอดจนยังไม่มีแบ่งประเภทและกำหนดรายละเอียดของสถานบริการคาราโอเกะให้ชัดเจนลงไป การประกอบธุรกิจคาราโอเกะในประเทศไทยจึงมีการอาศัยช่องโหว่ของกฎหมายนี้ในบางสถานบริการ เช่น การเปิดบริการร่วมกับการจำหน่ายข้าวต้ม ทำให้สามารถเปิดทำการได้จนเข้า

สำหรับรายละเอียดด้านกฎหมายนั้น สามารถสรุปรายละเอียดลักษณะการให้บริการของสถานบริการคาราโอเกะตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ใน พ.ร.บ.สถานบริการ พ.ศ.2521 ซึ่งแก้ไขใหม่แทน พ.ร.บ.สถานบริการ พ.ศ.2509 ในมาตรา 3 บัญญัติไว้ว่า (จกจินต์,2538)

“สถานบริการ” หมายความว่า สถานที่ที่ตั้งขึ้นเพื่อประโยชน์ในการค้า ดังต่อไปนี้

1. สถานเดินรำ รำวง หรือ ร้องเงิง ประเภทที่มี และ ประเภทที่ไม่มีหญิงพาร์ตเนอร์บริการ
2. สถานที่ที่มีอาหาร สุรา น้ำชา หรือ เครื่องดื่มอย่างอื่นจำหน่ายและบริการโดยมีหญิงบำเรอสำหรับปรนนิบัติลูกค้า หรือ โดยมีที่สำหรับพักผ่อนหลับนอนหรือมี บริการนวดให้ลูกค้า
3. สถานที่อาบน้ำ นวด หรือ อบตัว ซึ่งมีผู้บริการให้แก่ลูกค้า
4. สถานที่ที่มีอาหาร สุรา น้ำชา หรือ เครื่องดื่มอย่างอื่นจำหน่ายโดยจัดให้มีการแสดงดนตรี หรือการแสดงอื่นใด เพื่อความบันเทิง

จากกฎหมายฉบับดังกล่าวซึ่งมีขึ้นก่อนการเข้ามาในเมืองไทยของคาราโอเกะทำให้ยังไม่มี การใส่ความหมายของกิจการคาราโอเกะลงในประเภทสถานบริการทั้ง 4 ประเภท อย่างไรก็ตามผู้วิจัยตีความ คาราโอเกะ ได้ว่าเป็นสถานบริการตามความหมายในข้อ 4. ซึ่งมีคำจำกัดความใกล้เคียงที่สุด

การที่กิจกรรมคาราโอเกะเข้ามาในประเทศไทยและได้รับความนิยมจากผู้ใช้คาราโอเกะคนไทยอย่างมากทำให้ลักษณะของคาราโอเกะในเมืองไทยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคคลที่ใช้ในแต่ละกลุ่มแต่ละสังคม โดยลักษณะประการหนึ่งของคาราโอเกะในประเทศไทยที่แตกต่างจากคาราโอเกะในประเทศญี่ปุ่นคือลักษณะของอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อการคาราโอเกะ เนื่องจากผู้ผลิตในประเทศไทยมีความต้องการที่จะลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้มีความเหมาะสมกับความสามารถในการซื้อของคนไทยยิ่งขึ้นจึงมีการผลิตเทปวิดีโอ

คาราโอเกะซึ่งได้รับความนิยมมากกว่าแผ่นเลเซอร์ดิสก์ซึ่งมีราคาแพงกว่าหลายเท่าตัว (คลังสมอง, 2534) เป็นผลให้กลุ่มผู้ใช้มีการแพร่กระจายไปสู่คนในชนชั้นต่างๆมากขึ้น สถานบริการคาราโอเกะจึงเป็นแหล่งบันเทิงแห่งใหม่ที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ไม่เพียงแต่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้นสื่อคาราโอเกะยังแพร่กระจายไปยังจังหวัดต่างๆทั่วประเทศ โดยเฉพาะตามเมืองใหญ่ๆ ล้วนแต่มีสถานบริการคาราโอเกะทั้งสิ้น

ทั้งนี้ผู้วิจัยเชื่อว่าลักษณะปลีกย่อยของสถานบริการคาราโอเกะที่มีความแตกต่างกันนั้นมีผลให้เกิดการแบ่งแยกลักษณะของผู้ที่ใช้บริการด้วย โดยผู้ใช้คาราโอเกะแต่ละกลุ่มจะมีการเลือกให้บริการให้เหมาะสมกับรสนิยมของผู้ใช้บริการเป็นหลัก อันจะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นลักษณะของกลุ่มว่า เป็นกลุ่มที่มีลักษณะอย่างไร ต้องการสิ่งใด และมีรสนิยมอย่างไรหรือแสดงอัตลักษณ์ของเขานั่นเอง

การแบ่งประเภทของสถานบริการคาราโอเกะ

สถานบริการคาราโอเกะในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ความหมายว่า สถานบริการคาราโอเกะเป็นสถานที่ที่เปิดบริการกับลูกค้าเพื่อใช้สื่อคาราโอเกะ และหมายความรวมถึงการใช้สื่อคาราโอเกะที่บ้านโดยขึ้นอยู่กับกรณีที่ผู้ให้ข้อมูลเลือก

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งประเภทของสถานบริการคาราโอเกะเพื่อความสะดวกในการเก็บและจำแนกข้อมูล โดยอาศัยเกณฑ์การแบ่งจากความแตกต่างของสถานที่ การบริการ และราคา เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. สถานบริการคาราโอเกะระดับล่าง
2. สถานบริการคาราโอเกะระดับกลาง
3. สถานบริการคาราโอเกะระดับสูง

สถานบริการคาราโอเกะระดับล่าง ได้แก่สถานบริการคาราโอเกะประเภทที่รวมบริการคาราโอเกะเข้ากับบริการอื่นๆในบริเวณเดียวกัน เช่น ร้านอาหาร ร้านข้าวต้ม ร้านเบียร์ บริการเพื่อนช่วยร้องเพลง สถานบริการประเภทนี้มีขนาดเล็กที่สุด ไม่มีห้องส่วนตัวสำหรับการใช้คาราโอเกะ แต่จะจัดโต๊ะหลายตัวให้ผู้ใช้บริการนั่งรวมอยู่ในบริเวณเดียวกับคนอื่นๆ ภายนอกเหมือนร้านอาหารทั่วไปที่มีโทรทัศน์เพิ่มเข้ามา ซึ่งคนที่มาใช้บริการร้านประเภทนี้บางโต๊ะไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการมาคาราโอเกะ เมื่อลูกค้าต้องการสั่งเพลงจะแจ้งกับบริการซึ่งจะนำ

รายชื่อเพลงเสนอให้ และจัดลงแผ่นกระดาษพร้อมกับเขียนเลขที่ของโต๊ะ โดยจะผลัดเปลี่ยนกันร้องตามคิวของแต่ละโต๊ะ ค่าบริการไม่สูงโดยจะคิดจากจำนวนเพลงที่ร้องไป

สถานบริการคาราโอเกะระดับกลาง ได้แก่สถานบริการคาราโอเกะประเภทที่มีบริเวณสำหรับบริการคาราโอเกะเป็นสัดส่วนมากกว่า มีจำนวนโต๊ะไม่มาก มีห้องส่วนตัว จำนวนน้อยไม่เกิน 5 ห้อง มีราคาค่าห้องแบบคิดเป็นชั่วโมง ราคาตั้งแต่ 150-300 บาท หรือถ้าเป็นห้องรวมจะคิดราคาตามจำนวนผู้นั่ง ได้แก่สถานบริการคาราโอเกะตามห้องอาหารขนาดกลางถึงขนาดใหญ่

สถานบริการคาราโอเกะระดับสูง ได้แก่สถานบริการคาราโอเกะประเภทที่เปิดบริการสำหรับความบันเทิงคาราโอเกะโดยเฉพาะ มีการเปิดรับสมาชิก ได้แก่สถานบริการคาราโอเกะตามโรงแรมระดับ 4-5 ดาวขึ้นไป สถานบริการคาราโอเกะที่มีโต๊ะเพื่อกิจกรรมคาราโอเกะสำหรับห้องรวม 10 โต๊ะขึ้นไป และ หรือ มีห้องส่วนตัวขนาดใหญ่ กลาง เล็ก จำนวนมากกว่า 5 ห้อง มีบริการดีเยี่ยม มีการบวกค่าบริการเพิ่มเติมรวมทั้งคิดค่าบริการคาราโอเกะตามขนาดห้อง หรือคิดค่าร่วมกับเครื่องดื่ม เช่น คิดค่าบริการเป็นดริงก์ (1 ดริงก์เท่ากับเครื่องดื่ม 1 แก้ว) ซึ่งค่าเครื่องดื่มจะมีราคาสูงกว่าราคาทั่วไป สถานบริการคาราโอเกะประเภทนี้มักประกอบด้วยอุปกรณ์และ เครื่องมือที่ทันสมัย เช่น จอภาพขนาดใหญ่ มี ไมโครโฟนไร้สาย ใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการเลือกและเล่นเพลง คิดราคาห้องแบบเหมาทั้งคืนโดยมากต้องมีการจองห้องล่วงหน้าก่อน

ประเด็นที่กล่าวนี้ก็คือองค์ประกอบทั้งหมดที่เกิดในสถานบริการคาราโอเกะซึ่งผู้วิจัยใช้เก็บข้อมูล ตลอดจนศึกษาการมีปฏิสัมพันธ์ต่างๆของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าในการเก็บข้อมูลนั้นต้องอาศัยการพิจารณาลักษณะต่างๆที่ประกอบกันขึ้นมาเป็นสถานบริการคาราโอเกะที่ใช้เก็บข้อมูล ตลอดจนความหมายทางสัญลักษณ์ต่างๆที่แฝงอยู่ในการจัดรูปแบบและสภาพแวดล้อมของสถานที่ เช่น การตกแต่งของห้องสำหรับการคาราโอเกะ ลักษณะของสถานบริการ ผู้ให้บริการคนอื่นๆ เสื้อผ้าการแต่งกายของผู้มาร่วมกิจกรรม อุปกรณ์ที่ใช้ในการร้องเพลงคาราโอเกะ เช่น เครื่องเล่นเลเซอร์ดิสก์ หรือ วีดีโอ ขนาดของจอภาพ ระบบในการเลือกและสั่งเพลง รวมทั้งจำนวนเพลง ประเภทของเพลงที่มีให้เลือก สิ่งเหล่านี้เป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการวิจัยโดยเฉพาะสถานที่ อุปกรณ์ที่ใช้ และเสื้อผ้าที่กลุ่มตัวอย่างสวมใส่นั้น เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าผู้มาร่วมนั้นมีสไตล์ รสนิยม ชนชั้นทางสังคมอย่างไร มีการผสมผสานระหว่างองค์ประกอบเหล่านี้อย่างไร อีกทั้งยังเป็นการบ่งชี้ว่าสถานบริการคาราโอเกะแต่ละที่นั้นอยู่ในระดับใด

นอกจากลักษณะของสถานบริการคาราโอเกะแล้ว องค์ประกอบอื่นที่ประกอบขึ้นเป็นกิจกรรมคาราโอเกะยังประกอบด้วย เพลง อันเป็นหัวใจสำคัญของกิจกรรมนี้ เพลงที่ใช้คาราโอเกะมีความแตกต่างหลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้คาราโอเกะ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งประเภทของเพลงออกเป็น 3 ประเภทเพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล ดังรายละเอียดที่จะกล่าวต่อไป

การแบ่งประเภทของเพลงในสถานบริการคาราโอเกะ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งประเภทของเพลงตามลักษณะที่สถานบริการนิยมใช้แบ่งจากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นผู้วิจัยพบว่าอัลบั้มเพลงของสถานบริการคาราโอเกะ มักแบ่งเพลงเป็นประเภทใหญ่ๆ โดยใช้ภาษาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งก่อนแล้วจึงแบ่งเป็นประเภทย่อยตามชนิดของเพลงในภายหลัง ดังนี้

1. เพลงภาษาไทย
2. เพลงภาษาอังกฤษ
3. เพลงภาษาอื่นๆ

เพลงภาษาไทย ได้แก่ เพลงที่ใช้ภาษาไทยในการถ่ายทอดเรื่องราว ซึ่งจากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นพบว่าเพลงภาษาไทยมีปริมาณมากที่สุดในทุกสถานบริการคาราโอเกะที่เก็บข้อมูลและมีความแตกต่างในลักษณะของเพลงภาษาไทยที่เห็นชัด 2 ประเภท คือ เพลงลูกกรุงและเพลงลูกทุ่ง

เพลงลูกกรุง คือเพลงที่ใช้ภาษาไทยกลางเป็นหลักในการถ่ายทอด เนื้อหาโดยมากกล่าวถึงชีวิตรัก ชีวิตความเป็นอยู่ และการดำเนินชีวิตของคนเมือง ได้แก่เพลงยอดนิยมทั่วไป

เพลงลูกทุ่ง คือเพลงที่ใช้ภาษาท้องถิ่นในการถ่ายทอด เช่นภาษาอีสาน ภาษาเหนือ ภาษาใต้ ภาษาเขมร ฯลฯ นอกเหนือจากการใช้ภาษาไทยกลาง เนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตคนต่างจังหวัด ชนชั้น การย้ายที่อยู่ การสู้ชีวิต และ รวมไปถึงเพลงเพื่อชีวิตด้วย

เพลงภาษาอังกฤษ ได้แก่ เพลงที่ใช้ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาสากลถ่ายทอดเรื่องราวตามสถานบริการคาราโอเกะจะมีเพลงภาษาอังกฤษไม่กี่ประเภท โดยมากมักเป็นเพลงเหมือนกันหมด คือเป็นเพลงยอดนิยมที่ฟังง่าย คำนู๋ ร้องตามง่าย เพลงภาษาอังกฤษประเภทอื่นๆ เช่น

เพลงร็อค หรือเพลงแนววัยรุ่นมากๆไม่ค่อยพบเห็น เนื่องจากไม่มีการทำเผยแพร่ในรูปแบบวีดีโอคาราโอเกะ

เพลงประเภทอื่นๆ ได้แก่ เพลงที่ใช้ภาษาอื่นๆในการถ่ายทอด เช่น ภาษาจีน ภาษาฝรั่งเศส ภาษาญี่ปุ่น ฯลฯ เพลงพิเศษเฉพาะตามเทศกาล เช่น เพลง Happy Birthday เพลงวันปีใหม่และเพลงคู่

การศึกษาก่อนหน้านี้เกี่ยวกับเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและการใช้คาราโอเกะ เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของกำจร สุพจน์ และอลงกรณ์ (2539) ได้ข้อสรุปลักษณะการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากคาราโอเกะของกลุ่มวัยรุ่นที่น่าสนใจดังนี้

การศึกษาที่เกี่ยวข้องในเรื่องการใช้สื่อคาราโอเกะและวัยรุ่น

จากการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและการใช้สื่อคาราโอเกะโดย กำจร และคณะ (2539) พบว่าจากการเก็บข้อมูลในกลุ่มวัยรุ่น 2 กลุ่มโดยอาศัยวิธีสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมนั้นมีการใช้สื่อคาราโอเกะเพื่อวัตถุประสงค์ที่คล้ายคลึงกัน คือเพื่อความบันเทิง โดยเน้นที่เป็นการผ่อนคลายความเครียด เพิ่มความสนุกสนาน และเป็นกิจกรรมที่ใช้ร่วมกันของกลุ่ม แต่ในขณะที่เดียวกันทั้งสองกลุ่มก็มีความแตกต่างกันในการใช้คือ กลุ่มหนึ่งจะมีการใช้บริการในห้องส่วนตัว ในขณะที่อีกกลุ่มหนึ่งจะร้องคาราโอเกะในห้องรวมที่จัดไว้ให้ จึงสังเกตถึงความแตกต่างในด้านวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ คือ กลุ่มแรกนั้นจะมุ่งเน้นไปที่การใช้สื่อเพื่อความบันเทิงมาคาราโอเกะเพื่อการร้องเพลงและสนุกสนานภายในกลุ่ม เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม ในขณะที่ผลวิจัยแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างอีกกลุ่มเน้นไปที่ เหตุผลของการมีส่วนร่วมกับคนอื่น ๆ ที่มีได้อยู่ในกลุ่มของตนเองนอกเหนือไปจากสร้างกิจกรรมภายในกลุ่มแล้วยังไปเพื่อเป็นการได้พบปะผู้คนหรือได้พบเพื่อนใหม่ๆ

ผลจากการศึกษาครั้งนี้พบว่าทั้ง 2 กลุ่มนั้นไม่ได้ใช้คาราโอเกะเพื่อวัตถุประสงค์เพียงแค่ว่าต้องการจะร้องเพลงอย่างเดียว แต่เป็นการใช้สื่อเพื่อวัตถุประสงค์หลากหลาย อันเกิดจากการเลือกองค์ประกอบต่างๆเช่น สถานที่บริการคาราโอเกะ ในห้องหรือนอกห้อง แนวเพลงที่เลือกย่อมมีส่วนที่ทำให้เกิดความแตกต่างกันไป อีกทั้งลักษณะของการใช้สื่อคาราโอเกะนั้นผู้ใช้ต้องมีลักษณะที่เป็นผู้มีความคุ้นเคยต่อเพลง ประกอบกับมีทักษะในด้านการร้องเพลงพอสมควร (กำจรและคณะ,2539)

การศึกษาของกำจรและคณะ (2539) เป็นประเด็นหลักที่ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจเรื่องนี้ด้วยลักษณะที่เกิดจากความรู้สึกและการแสดงออกที่แตกต่างกันของผู้ใช้สื่อคาราโอเกะในแต่ละระดับสถานที่ ระดับวัฒนธรรม โดยเฉพาะเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงกลุ่มและสถานที่ที่วัยรุ่นใช้นั้นจะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในการใช้คาราโอเกะทั้งที่เป็นสื่อชนิดเดียวกัน ผู้วิจัยมีความสนใจถึงเหตุผลของความรู้สึกดังกล่าว โดยคาดว่าสาเหตุน่าจะมาจากความแตกต่างของอัตลักษณ์กลุ่มและอัตลักษณ์บุคคลของผู้ใช้นั้นเอง

ในแนวคิดต่อไปนี้จะอธิบายถึงความหมายของคำว่าอัตลักษณ์และความสำคัญต่อการมีกิจกรรมต่างๆในสังคมของวัยรุ่น

แนวคิดเรื่องวัยรุ่นและอัตลักษณ์

ในส่วนของแนวคิดเรื่องวัยรุ่นนี้ประกอบด้วย

1. แนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ทางสังคมและบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแนวคิดพื้นฐานในการอธิบายลักษณะของวัยรุ่นถึงความต้องการและความสำคัญของกลุ่ม
2. แนวคิดเรื่องการลู่เข้าเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Convergence) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเพื่อนที่วัยรุ่นสังกัดอยู่กับพฤติกรรมที่เขาแสดงออกมา
3. แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ของวัยรุ่น

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยอัตลักษณ์ของวัยรุ่นตอนปลายด้วยวิธีการพิจารณาจากความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้คาราโอเกะและอัตลักษณ์ของวัยรุ่น โดยที่ความสนใจในกลุ่มวัยรุ่นของผู้วิจัยนั้นสืบเนื่องมาจาก วัยรุ่นลักษณะความแตกต่างจากวัยอื่นๆอย่างเห็นได้ชัด อีกทั้งในสังคมยอมรับว่าเป็นวัยที่มีกำลังมีการเติบโตทางร่างกาย ความคิดสติปัญญาและมีการพัฒนา การแสดงออกอย่างเห็นได้ชัดเจนกว่าวัยอื่นๆ

แนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ทางสังคมและบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม

รัชนีกร เศรษฐ (2536) กล่าวถึงช่วงอายุที่เรียกว่าวัยรุ่น ไว้ว่า สำหรับวัยรุ่นในประเทศไทยมีการกำหนดช่วงอายุวัยรุ่นไว้ว่า "นโยบายและแผนพัฒนาเยาวชนระยะยาว" ระบุไว้ว่าวัยรุ่นไทยอยู่ในช่วงอายุประมาณ 15-25 ปี ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วจะมีอยู่ประมาณร้อยละ 17-19 ของประชากรทั้งหมด

ประไพพรรณ (2530) กล่าวว่าในช่วงวัยรุ่นนี้ความสำคัญของกลุ่มเพื่อนกับตัววัยรุ่นจะมีอิทธิพลซึ่งกันและกันมากกว่าสถาบันทางสังคมอื่นๆ ความสัมพันธ์ในกลุ่มจะมีผลต่อความคิดเห็น การยอมรับและการกระทำของคนในกลุ่ม ทำให้วัยรุ่นมีแนวโน้มว่าจะทำอะไรที่เป็นทิศทางเดียวกับกลุ่มหรือเป็นค่านิยมของกลุ่มมากกว่าการทำอะไรอย่างโดดเดี่ยวทั้งนี้เพื่อให้เกิดการยอมรับในกลุ่ม เพื่อการเข้ากับกลุ่มเพื่อน โดยจะปรับแนวความคิดให้มีความเข้าใจในสิ่งเดียวกัน และเพื่อเป็นหัวข้อในการสนทนาทำให้รู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน ตามหลักจิตวิทยาสังคมซึ่งจะทำให้คนรู้สึกว่าคุณชีวิตมีความสุขเพราะได้ในสิ่งที่เขาต้องการ

ลักษณะพฤติกรรมดังกล่าวเห็นได้จากการที่วัยรุ่นกลุ่มเดียวกันมักแต่งกายด้วยเสื้อผ้าแบบเดียวกัน เดินเที่ยวเตร่ตามศูนย์การค้า รับประทานอาหารฝรั่ง ที่เรียกว่า ฟาสต์ฟู้ด นิยมฟังเพลง หรือ เล่นดนตรีที่มีเสียงดัง ทั้งนี้สถานที่ที่วัยรุ่นนิยมไปก็ต้องมีความดึงดูดใจ เช่น มีแสงเสียงเหมือนกัน (ประไพพรรณ, 2530)

แนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ทางสังคม (รัชนีกร, 2536) เป็นการอธิบายว่า ความหมายของพฤติกรรมมนุษย์เป็นสิ่งที่เราต้องเรียนรู้จากสังคม หรือกลุ่มที่เราเป็นสมาชิกอยู่ ไม่ได้เกิดจากการเรียนรู้เองโดยอัตโนมัติ ผู้ที่มาจากต่างสังคมจะไม่สามารถเข้าใจความหมายที่กำหนดไว้จนกว่าจะได้เรียนรู้และรับรู้ถึงความหมายนั้น ซึ่งเป็นเหตุให้ผู้วิจัยต้องทำความเข้าใจกับพฤติกรรมการใช้คาราโอเกะเสียก่อน จึงจะเข้าใจถึงอัตลักษณ์และความหมายต่างๆ ที่มีในกลุ่มวัยรุ่นนั้นๆ ได้ในการวิจัยพฤติกรรมวัยรุ่นนั้น

รัชนีกร เศรษฐรัฐ (2536) ได้กล่าวถึงลักษณะของพฤติกรรมทางสังคม 2 ประเภท เพื่อประโยชน์ในการวิจัย ดังนี้ พฤติกรรมทางสังคมแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ พฤติกรรมภายในและพฤติกรรมภายนอกความแตกต่างของพฤติกรรมทั้ง 2 แบบคือ พฤติกรรมภายนอกหมายถึงความถึงพฤติกรรมในที่ส่วนที่ปรากฏให้เห็นและรู้ความหมายได้ หากผู้สังเกตพฤติกรรมมีความคุ้นเคยกับวัฒนธรรมของเจ้าของพฤติกรรม ส่วนพฤติกรรมภายในหมายถึงความถึงส่วนที่เป็นค่านิยม ความเชื่อ ความรู้สึก เป็นตัวกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมภายนอกอีกที ดังนั้นการทำความเข้าใจต่อพฤติกรรมภายนอกจึงต้องทำความเข้าใจกับพฤติกรรมภายในอีกทีหนึ่ง

นอกจากนี้ รัชนีกร (2536) กล่าวว่า เมื่อปัจเจกบุคคลมีการรวมกลุ่มกันเป็นกลุ่มทางสังคม ซึ่งเชื่อว่าการกลุ่มสังคมประเภทเดียวกันก็มักจะมีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันแล้วยังมีสาเหตุหรือ

ปัจจัยสนับสนุนอีกประการหนึ่งที่ทำให้พฤติกรรมของคนในกลุ่มเดียวกันมีความคล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะพฤติกรรมในการรับสารและการใช้สื่อมวลชน นั่นคือความสัมพันธ์ของคนในกลุ่ม เนื่องจากคนมักทำอะไรที่เป็นแนวโน้มหรือเป็นค่านิยมของกลุ่มมากกว่าที่จะทำอะไรอย่างลำพังโดดเดี่ยว เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มซึ่งแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมอธิบายลักษณะดังกล่าวดังนี้

บรรทัดฐานทางวัฒนธรรม

ฉลองรัฐและคณะ (2527) เสนอแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมกล่าวว่าเด็กวัยรุ่นที่อยู่กลุ่มสังคมเดียวกัน เช่น ศึกษาในสถาบันเดียวกัน มักจะยึดถือวัฒนธรรมเดียวกัน มักจะเอาอย่างต่อกันไป โดยจะรับเอาแบบอย่างที่มีผู้คิดใหม่และเป็นที่ถูกใจมาปฏิบัติเท่านั้น เพื่อนคนอื่นเห็นก็เอาอย่างกันเป็นทอดๆ ทั้งนี้เพราะวัยรุ่นเป็นวัยที่สนใจสิ่งใหม่ๆ ที่เปลี่ยนไปอยู่เสมอ และพอใจที่จะรับวัฒนธรรมใหม่ๆ ด้วยเช่นกัน จิตแพทย์ วิทยา นาควัชระ (2537) กล่าวว่าสื่อมวลชนก็เป็นประตูในการเปิดรับวัฒนธรรมใหม่ๆ ถ่ายทอดเข้ามา ถ่ายทอดออกไปยังผู้รับสารหรือวัยรุ่น ซึ่งสื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพสูงก็จะมีส่วนช่วยให้วัฒนธรรมวัยรุ่นได้เผยแพร่ได้กว้างขวางและรวดเร็วมากขึ้น จึงเป็นที่น่าสังเกตว่าวัฒนธรรมใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นนั้น มักจะผ่านมาจากสารที่เป็นความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ โดยสื่อมวลชนสามารถเสริมสร้างรูปแบบของบรรทัดฐานที่มีอยู่ในสังคมให้มีความสำคัญมากขึ้น และสามารถชักจูงสมาชิกในสังคมให้เปลี่ยนแปลงบรรทัดฐานดั้งเดิม

รูปแบบของบรรทัดฐานวัฒนธรรมที่สามารถบอกเล่าวัฒนธรรมของวัยรุ่นแต่ละกลุ่มนั้นพบเห็นได้จากลักษณะการพักผ่อนและการใช้เวลาว่าง ซึ่งลักษณะการพักผ่อนคือรูปแบบหนึ่งของการดำเนินชีวิตเหมือนกับการที่เราทำงานในแต่ละวัน ผู้วิจัยพบว่าการไปเที่ยวคือรูปแบบหนึ่งของการใช้ชีวิตที่แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ไปเที่ยวเป็นผู้ที่มีรสนิยมในการใช้ชีวิตเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในการใช้ชีวิต

ลักษณะของการเป็นสังคมเมืองใหญ่เช่นในกรุงเทพมหานคร ยังเป็นตัวกำหนดรูปแบบของการใช้เวลาว่างในการพักผ่อนนอกบ้านอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะสังคมเมืองไม่เอื้ออำนวยต่อการใช้เวลาว่างในรูปแบบอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยวชมธรรมชาติ รูปแบบของการพักผ่อนนอกบ้านของวัยรุ่นจึงเป็นกิจกรรมที่อยู่ในที่ร่ม ภายในเมืองนั่นเอง เช่น การชมภาพยนตร์ การเลือกดูสินค้าตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ และการเที่ยวตามสถานที่เรีงรมโยนยามค้าคืน ซึ่งตอบ

สนองต่อลักษณะความต้องการทางร่างกายของวัยรุ่นได้เช่น ดิสโก้เทค ฝับและคาราโอเกะ เพื่อฟังเพลง ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการสร้างเสริมความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อนด้วย (รัชนิกร,2536)

สำหรับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มของวัยรุ่นนั้น วัยรุ่นจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนและแสดงพฤติกรรมบางอย่าง เพื่อให้เกิดการยอมรับในกลุ่มเพื่อนให้เกิดความสอดคล้องกับลักษณะโดยรวมของกลุ่มที่เข้าร่วมซึ่งลักษณะการแสดงออกนั้นมักมีแนวทางที่สอดคล้องกับความพึงพอใจของสมาชิกกลุ่มคนอื่นๆ ทั้งนี้สิ่งที่วัยรุ่นแสดงต่อกลุ่มนั้นมีความสัมพันธ์กับแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์และแนวคิดเรื่องการลู่เข้าเชิงสัญลักษณ์ซึ่งเป็นแนวคิดที่จะอธิบายถึงลักษณะการแสดงออกของวัยรุ่นที่มีต่อกลุ่มเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ ซึ่งในส่วนต่อไปนี้จะอธิบายถึงแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์และเรื่องการลู่เข้าเชิงสัญลักษณ์

แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ของวัยรุ่น

จากการวิจัยก่อนหน้านี้ มีผู้ให้คำจำกัดความของคำว่าอัตลักษณ์ของวัยรุ่นในหลายลักษณะ ผู้วิจัยยกตัวอย่างของ เคลลี (1990) และประไพพรรณ (2530) ซึ่งมีการให้ความหมายของอัตลักษณ์ดังนี้

เคลลี (Kelly, 1990) กล่าวถึง อัตลักษณ์ของวัยรุ่น คือความเป็นตัวตนของวัยรุ่น เป็นการที่วัยรุ่นมองตัวตนของเขาเองอย่างไรและการที่บุคคลอื่นในสังคมมองเขาอย่างไร ในการที่เขาแสดงบทบาทต่อผู้อื่น การแปลความหมายจากพฤติกรรมต่างๆ บางครั้งก็เกิดความพยายามจำกัดตัวตนของตนเองขึ้นมาใหม่ ด้วยลักษณะที่อยากให้ผู้อื่นมองเขา

ในเชิงจิตวิทยากล่าวถึงอัตลักษณ์ ในความหมายเดียวกับเอกลักษณ์ (Identity) โดยประไพพรรณ (2530) กล่าวถึง การวิจัยเรื่องวัยรุ่นของErikson (1963) ว่าระยะวัยรุ่นนั้นเป็นระยะของการพัฒนาความมีเอกลักษณ์แห่งตนหรือเกิดความสับสนในเอกลักษณ์หรือบทบาทแห่งตน (Identity v.s. Identity Confusion) โดยเชื่อว่าวัยรุ่นจะเป็นวัยที่พยายามค้นหาความเป็นตนหรือเอกลักษณ์แห่งตน พยายามค้นหาความต้องการที่แท้จริง บทบาทหน้าที่ ความสามารถแห่งตน เพื่อที่จะวางแผนชีวิตต่อไปในอนาคต ถ้าในระยะนี้ได้ก็ประสบความสำเร็จในการหาเอกลักษณ์แห่งตน เด็กก็จะรับรู้บทบาทหน้าที่ ความต้องการของตน เต็มโตเป็นผู้ใหญ่ที่รู้จักความสามารถของตนรวมทั้งมีการวางแผนชีวิตที่เหมาะสมกับตน ซึ่งทำให้สามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุข ในทางตรงกันข้าม ถ้าวัยรุ่นประสบความสำเร็จในการหาเอกลักษณ์แห่งตน

วัยรุ่นนั้นจะเกิดความสับสนในบทบาท หน้าที่ และ ความต้องการที่แท้จริงของตนทำให้วัยรุ่นนั้นเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีแบบแผนชีวิตไม่แน่นอน เลือกอาชีพไม่เหมาะสมกับความสามารถของตนเอง ตลอดจนไม่รู้ทิศทางที่จะก้าวเดินต่อไปในอนาคต

โดยสรุป อัตลักษณ์ คือการตอบคำถามของคำว่า "Who am I" (Fiske, 1991) ในแต่ละบุคคลก็จะมีอัตลักษณ์ได้หลายอัตลักษณ์ คือ การมองตนเองในแง่มุมต่างๆ ซึ่งอาจมีได้หลายแง่มุมทั้งนี้เพราะในฐานะที่เป็นสมาชิกของแต่ละหน่วย หลายๆหน่วยของสังคม ก็จะมีบทบาทที่ต่างกันไป นอกจากนี้ในระดับบุคคลแล้วในระดับกลุ่มสังคมก็จะมีลักษณะ "อัตลักษณ์ร่วม" (Collective Identity) ซึ่ง Melucci ได้อธิบายว่า หมายถึงกระบวนการสร้างสำนึกร่วมต่างๆของสังคมนั้น อันจะทำให้สมาชิกได้ตระหนักถึงลักษณะร่วมของกลุ่ม เป็นการมองตนเองในอีกลักษณะคือ การตอบคำถามของคำว่า "who are we" และเข้าใจว่า "พวกเรา" ต่างจาก "พวกเขา" อย่างไร ซึ่งสำนึกร่วมดังกล่าวสามารถสร้างและปรับเปลี่ยนได้โดยอาศัยสัญลักษณ์ต่างๆที่ถูกสร้างขึ้นในระบบวัฒนธรรมของกลุ่ม เช่น เพลงพื้นบ้าน

ดังนั้น สังคมและวัฒนธรรมจึงมีบทบาทในการสร้าง การดำรงรักษา การปรับเปลี่ยน อัตลักษณ์โดยตรง (Schlesinger, 1993/ อ้างถึงโดย สกลกานต์, 2535) นั่นคือ เมื่อแต่ละบุคคลได้มีการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมและสังคมใหม่ บุคคลนั้นๆก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ ทั้งของตนและอัตลักษณ์ร่วมด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นและสื่อคาราโอเกะ

ความเป็นตัวตนของวัยรุ่นหรือ "อัตลักษณ์" (Identity) ของวัยรุ่นนั้นเป็นทั้งการที่ตัวเขามองตัวเขาอย่างไร ร่วมกับการที่ผู้อื่นมองเขาอย่างไร การที่เขาแสดงบทบาทต่างๆต่อผู้อื่น การแปลการตอบสนองต่างๆ ซึ่งบางครั้งก็จะเกิดการพยายามจำกัดความตัวตนของเขาเองขึ้นมาใหม่โดยอาศัยลักษณะที่อยากให้อื่นมองเขา ดังนั้นอัตลักษณ์ของวัยรุ่นนั้นจึงไม่ใช่จะมีเพียงแค่มบทบาทเท่านั้น แต่ยังประกอบไปด้วยความเป็นตัววัยรุ่นเองที่ย่อมแตกต่างไปจากบุคคลอื่นๆ แม้ว่า จะอยู่ในบทบาทเดียวกันก็ตาม

อย่างไรก็ตามอัตลักษณ์ก็มีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอด โดยเฉพาะเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงบทบาทในแต่ละครั้ง โดย เคลลี (1990) กล่าวว่า การสร้างอัตลักษณ์ก็ไม่ใช่การเรียนรู้ แบบรับฝ่ายเดียว วัยรุ่นยังมีการแสดงถึงตัวตนของเขาในการแสดงออกของเขา โดยไม่ว่าจะทำอะไรอยู่

หรือจะพูดอะไร กระทำอะไร ก็นับเป็นการแสดงตัวตนของเขาต่อบุคคลอื่น การเลือกกิจกรรมในการใช้เวลาว่างดัง เช่น การทำกิจกรรมคาราโอเกะนั้นก็เป็นทางหนึ่งที่เขาสามารถแสดงให้ผู้อื่นได้รับรู้ถึงความเป็นตัวตนของเขา เนื่องจากคาราโอเกะเป็นกิจกรรมที่เปิดกว้างที่สามารถอธิบายถึงอัตลักษณ์ของตัววัยรุ่นได้และเป็นเหมือนหัวใจสำคัญ ของการค้นหาอัตลักษณ์ของวัยรุ่น

เคลลี (1990) กล่าวว่าเมื่อก้าวเข้าสู่วัยรุ่นตอนปลาย การแสดงถึงความเป็นตัวเองหรืออัตลักษณ์ที่มีต่อสถาบันสังคมนั้นก็เป็นที่วัยนี้จะให้ความสำคัญต่อมันมาก เมื่อประกอบกับลักษณะการเปลี่ยนแปลงของสถานะภาพทางสังคม การออกจากโรงเรียนสู่สังคมที่ใหญ่กว่าจึงมีส่วนให้ในวัยนี้มีการปรับเปลี่ยนตนเพื่อให้ออกห่างจากบทบาทของสังคมนี้ด้วย เขากล่าวว่านักเรียนในมหาวิทยาลัยมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์อยู่กับการค้นหาว่าตัวของเขาคือใครกันแน่ ซึ่งอัตลักษณ์ของตัวเองก็ถูกสถาบันครอบครัวและชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกันสร้างรูปร่างของตัวตนขึ้นมาในเบื้องต้น หลังจากนั้นไม่นานก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงได้อีกเรื่อยๆ รวมถึงความคาดหวังทางสังคมและการพัฒนาทางร่างกาย ในขณะที่เดียวกันความเปลี่ยนแปลงอื่นๆก็เกิดขึ้นด้วย ได้แก่ ความเป็นอิสระจากพ่อและแม่ จากการแยกย้ายมาอยู่ตามสถานที่ต่างๆเช่น หอพัก หรือ อพาร์ทเมนต์ การได้ใช้เงินด้วยตนเองปราศจากพ่อแม่มาควบคุม การหารายได้ด้วยตนเอง สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของวัยรุ่นตอนปลายให้มีการรวมเอาบทบาทของผู้ใหญ่ใส่เข้าไปด้วย แต่ในขณะที่เดียวกันวัยนี้ก็มีความต้องการการยอมรับจากสังคม โดยเฉพาะกับกลุ่มเพื่อนฝูง ในวัยรุ่นที่มีความมั่นใจในตนเองสูงก็จะข้ามผ่านวัยนี้ไปด้วยความราบรื่นในช่วงวัยนี้ เขาก็จะพบกับสิ่งใหม่ๆ ได้ทดลองรูปแบบต่างๆ ของการสร้างอัตลักษณ์ ทั้งต่อตนเองและต่อสังคม พร้อมทั้งจะหาถึงสิ่งที่จะเป็นไปได้สำหรับอนาคตอันใกล้ ช่วงนี้จึงเป็นเวลาที่จะเรียนรู้ ค้นคว้าและทดลองอัตลักษณ์อื่นๆที่แตกต่างไปจากเดิม

ประไพพรรณ (2530) กล่าวถึงความสำคัญต่อกลุ่มเพื่อนที่มีความจำเป็นต่อการค้นหาอัตลักษณ์แห่งตนในระยะวัยรุ่น ว่าการเข้ากลุ่มจะทำให้วัยรุ่นมีความสามารถในการประเมินตนเอง (Self - Evaluation) และมีการเปรียบเทียบกันทางสังคม (Self Comparison) ซึ่งจะช่วยให้วัยรุ่นรู้จักตนเองมากขึ้น และมีประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตต่อไปในอนาคต โดยความผูกพันที่ใกล้ชิดกับกลุ่มเพื่อนจะทำให้วัยรุ่นมีพฤติกรรมบางอย่างที่เหมือนกลุ่ม ถ้ากลุ่มเพื่อนที่เขาสังกัดอยู่ได้รับการยอมรับจากสังคม วัยรุ่นก็มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมที่เป็นที่ยอมรับในสังคมด้วย

นอกจากกลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลต่ออัตลักษณ์ของวัยรุ่นแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีส่วนในการสร้างและการพัฒนาอัตลักษณ์ของวัยรุ่นอีกดังเช่น ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช (2539) กล่าวว่าในสังคมบริโภคนิยม การสร้างนิยามให้กับตัวตนด้วยวัตถุที่เราบริโภคดูจะหลายเป็นเรื่องปกติวิสัยไปเลยก็ว่าได้ เสื้อผ้า อาหาร สิ่งของและบริการต่างๆ ที่เราจับจ่ายซื้อหามา นั้นเป็นมากกว่าเพื่อประโยชน์ใช้สอย หากแต่เพื่อคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ของสินค้านั้นด้วย (อ้างถึง James Clifford " On Collecting Art and Culture in The Cultural Studies Reader", 1993 P.51)

ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องที่น่าแปลกใจหากคนในสังคมบริโภคนิยมเช่นในปัจจุบันนี้ จะมีการใช้ประโยชน์จากการพักผ่อนหย่อนใจของเขา มากไปกว่าเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจแต่เพียงอย่างเดียว ลักษณะของรูปแบบการพักผ่อนหย่อนใจยังเป็นการแสดงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้ เห็นถึงรสนิยมและความเป็นตัวตนของเขา นอกเหนือไปจากภาพลักษณ์ที่ปรากฏภายนอกและประโยชน์ใช้สอยเบื้องต้นของกิจกรรมนั้นๆ

ผู้วิจัยเห็นว่าสำหรับวัยรุ่นแล้วสื่อมวลชน เช่น เพลง โทรทัศน์และคาราโอเกะก็เป็นส่วนหนึ่งที่เชื่อมโยงเอาความเป็นวัยรุ่นไว้ด้วยกัน อีกทั้งทางการตลาดก็เล็งเห็นว่าวัยรุ่นเป็นวัยที่มีกำลังซื้อสูง มีการตัดสินใจที่รวดเร็ว จึงไม่น่าแปลกใจที่กลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่การตลาดให้ความสำคัญมาก เพราะวัยนี้มีการตอบสนองทั้งต่อการตลาดและการโปรโมชันต่างๆ แต่อย่างไรก็ตาม วัยรุ่นก็ยังคงเลือกในสิ่งที่พวกเขาชอบมากที่สุด วัยรุ่นเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีขนาดใหญ่ไม่ว่าจะในวงการภาพยนตร์หรือวงการใดๆ ก็ยังถือเป็นกลุ่มเป้าหมายอันดับต้นๆ ของรายการทางโทรทัศน์และเนื่องจากอัตลักษณ์นั้นมีความสำคัญสำหรับวัยรุ่นจึงมีการรวมตัวกันในสถานที่เฉพาะสวมเสื้อที่แสดงถึงความเป็นพวกเขา ดิมีเครื่องดิมีที่เป็นลักษณะของพวกเขาเอง

ด้วยลักษณะดังกล่าวสรุปได้ว่าวัยรุ่นและสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเขานั้นมีความเป็นวัฒนธรรมประชานิยมอย่างมาก ซึ่งวัฒนธรรมประชานิยมนั้นคือลักษณะของความบันเทิงอย่างหนึ่งที่สามารถใช้แสดงถึงอัตลักษณ์ทางสังคมของแต่ละกลุ่มและแต่ละคนได้ ส่วนประกอบของวัฒนธรรมประชานิยมอันเป็นหลักฐานที่ชี้ให้เห็นถึงความเป็นจริงที่เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมวัยรุ่นอันได้แก่ เพลง ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงปีต่อปี มีลักษณะที่แตกต่างไม่ซ้ำใคร ต่อมาก็ได้แก่ เสื้อผ้าและรูปแบบไม่ว่าจะเป็นสี สัน ล้วนเป็นการแสดงสถานะภาพของผู้สวมใส่

ลักษณะแนวคิดที่มีความเกี่ยวข้องกับวัยรุ่นและกรอบความคิดที่เขามีต่อกลุ่มที่เขาสังกัดที่ผู้วิจัยจะกล่าวต่อไปนี้ คือแนวคิดเรื่องการลู่เข้าเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งแนวคิดนี้เชื่อว่าการ

มีปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มนั้น สมาชิกกลุ่มจะมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของแต่ละบุคคลและมีการใช้แนวคิดเชิงจินตนาการที่เรียกว่า “แก่นเรื่องเชิงจินตนาการ” (Fantasy Theme) ร่วมกัน ได้แก่ การใช้ความหมายร่วมกันจากองค์ประกอบต่างๆในกิจกรรมคาราโอเกะ โดยปรากฏออกมาในลักษณะที่สมาชิกกลุ่มต้องการจะเป็น เช่น พฤติกรรมและความหมายที่แฝงอยู่ในพฤติกรรม ดังที่จะกล่าวต่อไป

แนวคิดเรื่องการลู่เข้าเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Convergence)

Ernest Bormann (1995) ได้ให้คำนิยามของการลู่เข้าเชิงสัญลักษณ์หรือ Symbolic Convergence ว่าหมายความว่า “การที่โลกเชิงสัญลักษณ์ของแต่ละบุคคล ตั้งแต่ 2 โลกขึ้นไป ได้มีการโน้มเอียงเข้าหากัน มีการเข้าใกล้กันมากขึ้น หรือกระทั่งมีการทับซ้อนกันในกระบวนการของการสื่อสาร”

บอร์แมน (1995) กล่าวว่าแนวคิดเรื่องการลู่เข้าเชิงสัญลักษณ์นั้นเกิดจากข้อสรุป 2 ประเด็นคือ ประการแรก มาจากพื้นฐานความเชื่อว่าการสร้างความเป็นจริงของบุคคลนั้นมีลักษณะเชื่อมโยงระหว่างสัญลักษณ์ต่างๆที่เขาใช้และความเป็นจริงที่เขาประสบหรือความรู้ต่างๆที่เขาติดต่อโลกรอบตัว ประการที่สองคือ การที่ความหมายต่างๆของแต่ละบุคคลในการที่สัญลักษณ์ต่างๆมาพบกันในการสร้างความเป็นจริงร่วมกันระหว่างคนในกลุ่ม

นอกจากนี้ บอร์แมน (1995) ยังเสนอแนวคิด เรื่องแก่นเรื่องเชิงจินตนาการ หรือ Fantasy Theme หมายความว่า ลักษณะแนวคิดหลักในการนำเอาเรื่องราวต่างๆจากโลกเชิงสัญลักษณ์ของแต่ละบุคคลที่มีอยู่มาใช้ในกลุ่ม คือลักษณะของสมาชิกในกลุ่มต้องการจะเป็นหรือต้องการให้คนอื่นเห็นว่าเขาเป็นโดยพิจารณาจากการแสดงออกของเขา การใช้ความหมายร่วมกันและความสอดคล้องกันของกลุ่ม

การวิจัยการใช้ความหมายร่วมกันในกลุ่มขนาดเล็กของบอร์แมนพบว่ากลุ่มขนาดเล็กมักมีการพัฒนาความเข้าใจร่วมกันโดยผ่านการเล่าเรื่อง การพูดคุยในกลุ่ม เช่น มุขตลก เรื่องราวต่างๆที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างแต่ละบุคคลและเป็นการสร้างความหมายให้เป็นที่ยอมรับระหว่างกันผู้วิจัยมีความเห็นว่ามีลักษณะเช่นเดียวกับการวิจัยเรื่องการใช้สื่อคาราโอเกะและอัตลักษณ์ของวัยรุ่นในครั้งนี ซึ่งเป็นการศึกษาการมองตนเองและกลุ่มของตนของวัยรุ่นที่ศึกษา 3 กลุ่ม ถึงการรับรู้ตนเองและกลุ่มของตนว่าตนและกลุ่มของตนเป็น

ใครในสังคม โดยการพิจารณาจากการให้ความหมายและสัญลักษณ์ ตลอดจนจากการประเมินความคิดและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่มที่ศึกษาซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องแก่นเรื่องเชิงจินตนาการว่า การกระทำของบุคคลนั้นจะต้องผ่านการให้ความหมายโดยใช้สัญลักษณ์แกสิ่งต่างๆหรือสถานการณ์ต่างๆโดยที่สัญลักษณ์ในการสื่อความหมายของแต่ละกลุ่มสังคมนั้นจะเป็นสิ่งที่มีความหมายร่วมกันในกลุ่มนั้นๆ เช่น ภาษาของกลุ่ม รสนิยมและความพึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ผู้วิจัยพบว่าการใช้แนวคิดเรื่องการลู่เข้าเชิงสัญลักษณ์ในการวิเคราะห์เรื่องนี้ช่วยให้เข้าใจถึงลักษณะของสมาชิกแต่ละคนในกลุ่มในแง่มุมต่างๆ ได้แก่ การทำความเข้าใจว่า (1) พวกเขา มองตนว่าอย่างไร (2) บุคคลอื่นรับรู้พวกเขาอย่างไร และ (3) ความสำเร็จและความล้มเหลวของพวกเขาอยู่ที่ไหน

ในการวิจัยเรื่องคาราโอเกะและอัตลักษณ์ของวัยรุ่นจึงเป็นการพิจารณาผู้ใช้คาราโอเกะในฐานะที่ใช้คาราโอเกะในการเป็นสิ่งเชื่อมโยงโลกแห่งความจริงของเขาเข้ากับโลกความเป็นตัวตนของกลุ่ม นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้นำเอาประสบการณ์รอบตัวที่ผ่านมามานวกับโลกทัศน์และอัตลักษณ์ส่วนตัวของเขามาใช้ร่วมกับบุคคลอื่นๆในกลุ่ม

นอกจากผู้วิจัยจะใช้แนวคิดเรื่องการลู่เข้าเชิงสัญลักษณ์ในฐานะที่เป็นเครื่องเชื่อมโยงระหว่างโลกของผู้ใช้และโลกที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมคาราโอเกะแล้ว แนวคิดเรื่องการลู่เข้าเชิงสัญลักษณ์นี้ยังก่อให้เกิดการสร้าง การให้ความหมายร่วมกันระหว่างบุคคลต่างๆ เช่น ภาษา ความคิด วัฒนธรรม ระเบียบแบบแผนต่างๆ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดเรื่องการลู่เข้าเชิงสัญลักษณ์ ในการมองลักษณะของการใช้สื่อคาราโอเกะของกลุ่มวัยรุ่นว่าเป็นเหมือนการใช้สัญลักษณ์และการให้ความหมายต่างๆร่วมกัน ซึ่งเป็นการก่อให้เกิด การรักษา และ การเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางสังคมนั่นเอง

ในส่วนตัวต่อไปจะเป็นการอธิบายทฤษฎีการใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจซึ่งมีลักษณะดังนี้

ทฤษฎีการใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

(Uses and the Gratification Theory)

ส่วนต่อไปนี้จะกล่าวถึงทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อความพึงพอใจ ในประเด็นดังต่อไปนี้

1. ลักษณะโดยทั่วไปของทฤษฎี
2. มุมมองของนักวิชาการต่างๆ ได้แก่
 - แคทซ์ และ คณะ (1974)
 - แมคเคเวล (1983)
 - บรูเมอร์ และ บราวน์
3. การวิจัยเกี่ยวกับสื่อมวลชนที่อาศัยทฤษฎีนี้
4. ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ทฤษฎีการใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

กับวัยรุ่นในวิจัยเรื่องคาราโอเกะ

ลักษณะโดยทั่วไปของทฤษฎีการใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้กล่าวถึงความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้กระทำการสื่อสาร กล่าวคือทฤษฎีนี้เชื่อว่าตัวผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆโดยจะเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง การวิจัยของ ไคลทิพย์ จารุมณี (2534) กล่าวถึงลักษณะพัฒนาการเลือกรับสื่อของผู้รับสารในระยะแรกๆที่มักจะมุ่งวิจัยและเน้นความสำคัญต่อผู้ส่งสารหรือตัวสื่อต่างๆว่ามีอิทธิพลต่อผู้รับสารอย่างไร โดยถือว่าการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่ผู้ส่งสารเป็นฝ่ายกระทำ เพื่อเป็นการถ่ายทอดและโน้มน้าวใจผู้รับสาร ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้รับสาร โดยมีสาเหตุหนึ่งมาจากบริบททางการสื่อสารในยุคนั้น ซึ่งอยู่ในระหว่างสงครามโลกครั้งที่หนึ่งและสอง (ค.ศ.1930-1950) อันเป็นช่วงที่ผู้มีอำนาจทางสังคม เช่น นักการเมืองและผู้ควบคุมสื่อ ใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการโฆษณาชวนเชื่อ โดยผู้ควบคุมสื่อมองเห็นถึงลักษณะและอำนาจของสื่อที่จะสามารถโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารเกิดพฤติกรรมตามต้องการได้ ดังข้อเสนอทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodemic Theory) ซึ่งเชื่อว่าเมื่อฉีดสารใดๆเข้าไปในผู้รับสาร สารนั้นจะออกฤทธิ์ทันทีและได้ผลตามที่ผู้ฉีดต้องการ ซึ่งเป็นการมองผู้รับสารว่าเป็นฝ่ายถูกกระทำเท่านั้น

ต่อมา ลาร์ซาร์เฟลด์ (Larzarfeld อ้างถึงในไศลทิพย์ 2534) พบว่าอิทธิพลของสื่อที่เคยมีต่อผู้รับสารน้อยลง จากการวิจัยเรื่องการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งซึ่งผลปรากฏว่า การหาเสียงไม่ได้ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงเกิดการเปลี่ยนใจในการเลือกผู้สมัครเลย จากการค้นพบในครั้งนี้ทำให้เกิดแนวคิดที่ว่าผู้รับสารนั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น แต่ผู้รับสารกลับมีบทบาทเป็นฝ่ายกระทำมากขึ้นอันโยงไปสู่แนวความคิดที่ว่าผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ เลือกรับเนื้อหาของสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนในที่สุด

แคทซ์และคณะ (1974) ได้เสนอแนวความคิดเรื่องนี้ว่า ในการรับสื่อหนึ่งๆต้องประกอบ ด้วยกระบวนการอย่างน้อยที่สุด สองขั้นตอนคือ การรับสื่อและการใช้สาร โดยที่การรับสื่อขึ้นอยู่กับฐานะทางเศรษฐกิจของผู้รับสารว่าเอื้ออำนวยให้มีศักยภาพในการรับสื่อได้มากน้อยเพียงไร และในการเลือกที่จะรับสื่ออย่างไรนั้นก็ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่างๆ เช่นการศึกษา อาชีพ ความเชื่อทางการเมืองและรสนิยมส่วนตัวของผู้รับสารแต่ละราย เมื่อมีการเลือกสื่อแล้ว ในขั้นที่สองผู้รับสารจะเปลี่ยนสถานะเป็นผู้ใช้สาร นั่นคือผู้รับสารจะมีการตีความถึงสาระที่ได้รับมา (อาจเห็นด้วย เห็นด้วยบางส่วน ไม่เห็นด้วยบางส่วน หรือ ไม่เห็นด้วย) แล้วจึงนำไปใช้ตามแต่ความต้องการของตน เช่น ใช้เป็นหัวข้อสนทนาประจำวัน เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นในประเด็นต่างๆ หรือเพื่อตอบสนองต่อความต้องการทางจิตใจและอารมณ์ เป็นต้น

มุมมองของนักวิชาการที่ให้ความสำคัญกับสื่อ

ในช่วงต้นปี 1970 แคทซ์และคณะยังได้ตั้งสมมติฐานว่า กลุ่มผู้รับสารมีลักษณะเป็นผู้กระทำ มีความกระตือรือร้นและสนใจในสิ่งที่จะรับมากกว่าเป็นเพียงฝ่ายรับ โดยทำการเลือกสื่อและสารที่ตนเองต้องการภายใต้เงื่อนไขทางเศรษฐกิจและบริบททางการเมือง วัฒนธรรมของตน โดยมีการใช้สารที่ได้รับอย่างมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อ อารมณ์และความคิดของตนเองหรือเกิดปฏิสัมพันธ์ต่อผู้รับสารในส่วนอื่นๆในกลุ่มของตน ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนก็จะมีวัตถุประสงค์และแรงจูงใจหลายประการในการรับสื่อแต่ละประเภท ดังนั้นการรับสื่อและการใช้สารจึงเป็นไปเพื่อตอบสนองต่อความต้องการทั้งด้านจิตวิทยา ด้านสังคมและด้านวัฒนธรรมของแต่ละบุคคล รวมทั้งก่อให้เกิดความพึงพอใจอีกด้วย

โดยสรุปการวิจัยสารและความพึงพอใจอันเกิดจากการใช้สารของแคทซ์และคณะนั้นคือการวิจัยเกี่ยวกับ (1) สภาวะทางสังคมและจิตวิทยาของ (2) ความต้องการส่วนบุคคลที่ก่อให้เกิด

(3) ความคาดหวังใน (4) สื่อมวลชนและแหล่งที่มาของสาร ซึ่งไปสู่ (5) รูปแบบการใช้สื่อ (หรือ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมอื่นๆ) (6) การตอบสนองความต้องการและ (7) ผลสืบเนื่องอื่นๆที่ไม่ได้ คาดคิดไว้

นอกจากนี้แคทซ์และคณะ (1974) ได้ให้คำอธิบายในแบบแผนในเรื่องของการใช้ ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้รับสารดังนี้คือ

“แนวทางการวิจัยการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจก็คือ การวิจัยผู้รับสาร เกี่ยวกับสภาวะทางสังคมและจิตใจที่ก่อให้เกิดความต้องการจำเป็นของบุคคล เกิดมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆแล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆกัน อันก่อให้เกิดผลคือการได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการซึ่งผลอื่นๆที่ตามมาซึ่งอาจไม่ใช่ผลที่ตั้ง เจตนาไว้ก็ได้”

นั่นคือสภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกัน ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกันออกไปด้วยดังนั้น ลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะมีความแตกต่างกันออกไปด้วย

ในการวิจัยของยุบล เบญจรงค์กิจ (2528) ยังได้เสนอแบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อ สสนองความพึงพอใจ ซึ่งอธิบายได้ว่า จากสภาวะของสังคมและจิตใจที่ต่างกัน ทำให้มนุษย์มี ความต้องการแตกต่างกันไป ความต้องการที่ต่างกันเหล่านี้ทำให้แต่ละคนคาดหวังว่าสื่อแต่ละ ประเภทจะสนองความพอใจได้แตกต่างกันด้วย ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความ ต้องการไม่เหมือนกันก็จะแตกต่างกันไปด้วย ผลสุดท้ายก็คือความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อที่ แตกต่างกันไป ซึ่งสามารถเขียนเป็นแบบจำลองได้ดังรูปที่ 1

สภาวะทางสังคม และจิตใจ -----> ความต้องการ----->การคาดคะเนความพึงพอใจที่ได้รับจาก สื่อ----->พฤติกรรมการใช้สื่อ----->ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ

จะเห็นได้ว่า ผู้ที่วิจัยแนวการใช้สารและความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สารได้เปลี่ยน จากแนวการวิจัยผลกระทบของสื่อมวลชนอันเกิดจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร มาเป็นผลที่เกิดขึ้น จากความตั้งใจของผู้รับสาร ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่าการใช้สารและความพึงพอใจที่ได้รับนั้นขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมและกระบวนการทางจิตวิทยาของผู้รับสารที่กระตือรือร้น นอกจากนี้ยัง

เสน่ออีกว่า การวิจัยแนวนี้เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์ ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functional Theory) (Carey and Kreilling, 1986)

Danis McQuail (1983) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชนโดยเฉพาะการวิจัยที่ให้ความสำคัญต่อผู้รับสารอย่างมากเพราะต้องเป็นผู้ที่จะต้องได้รับผลกระทบมากที่สุดก็คือประชาชนผู้รับสารได้ช่วยให้ค้นพบบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มาจากเจตจำนงของผู้รับสารอยู่หลายประการ รวมทั้งความต้องการที่เกี่ยวกับการบันเทิง ซึ่งเขาได้กล่าวว่า การบันเทิงเชิงรมย์ช่วยให้ผู้ใช้สื่อหลบหนี หลีกเลียงจากปัญหาต่างๆ และช่วยในเรื่องของการพักผ่อนหย่อนอารมณ์ฆ่าเวลาได้

แมคควอลกล่าวว่ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนนั้นเป็นไปเพื่อสนองความต้องการส่วนบุคคลของแต่ละบุคคลซึ่งผู้รับสารนั้นมีความสามารถและมีอำนาจในการเลือกเปิดรับใช้สื่อได้ตามความพึงพอใจของตนเอง การวิจัยเรื่องเนื้อหาเพลงไทยยอดนิยมการรับประโยชน์และความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นในประเทศไทย โดยจิรวรรณ กานจนานันท์ (2540) และการวิจัยของ กรพินธุ์ จารูวร (2542) กล่าวถึงลักษณะตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชน โดยสอดคล้องกับแนวคิดของแมคควอล ว่ามีดังนี้

1. ความต้องการข่าวสาร สารสนเทศ (Information)

1.1 เพื่อให้ทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันรอบตัว สภาพปัจจุบันของสังคมและโลก

1.2 เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติหรือความคิดเห็นและในการตัดสินใจ

1.3 เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อสนองความสนใจในเรื่องต่างๆ

1.4 เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เป็นการวิจัยด้วยตนเอง

1.5 เพื่อสร้างความรู้สึที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้จากสื่อมวลชน

2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ หรือ อัตลักษณ์ให้แก่บุคคล (Personal Identity)

2.1 เพื่อค้นหาความเชื่อมั่นในคุณค่าที่ตนยึดถือให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล

2.2 เพื่อเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติ

2.3 เพื่อเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่นได้

2.4 เพื่อให้มองทะลุลึกเข้าไปภายในตนเองได้ชัดเจนขึ้น

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Intergration and Social Interaction)
 - 3.1 เพื่อเข้าใจในความรู้สึกนึกคิดของผู้อื่น มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
 - 3.2 เพื่อสร้างอัตลักษณ์ร่วมและสำนึกเรื่องการมีส่วนร่วมในสังคม
 - 3.3 เพื่อนำไปใช้ในการสนทนาและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - 3.4 เพื่อตอบสนองความต้องการเพื่อน
 - 3.5 เพื่อช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
 - 3.6 เพื่อสร้างสายสัมพันธ์ในครอบครัว เพื่อนและสังคม

4. ความต้องการด้านความบันเทิง (Entertainment)
 - 4.1 เพื่อหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ
 - 4.2 เพื่อเป็นการผ่อนคลายความตึงเครียด
 - 4.3 เพื่อความมีคุณค่าทางวัฒนธรรมและได้รับความสนุกสนานทางสุนทรียะ
 - 4.4 เพื่อเป็นการใช้เวลาว่าง
 - 4.5 เพื่อปลดปล่อยอารมณ์
 - 4.6 เพื่อเป็นการกระตุ้นทางเพศ

ผู้วิจัยใช้แนวคิดของทฤษฎีนี้เป็นประเด็นในการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากสื่อคาราโอเกะในการวิจัยครั้งนี้ โดยอาศัยประเด็นดังกล่าว 4 ประเด็น ในการพิจารณาว่ากลุ่มวัยรุ่นมีการใช้คาราโอเกะเพื่อประโยชน์ในด้านใดบ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นด้านอัตลักษณ์ดังที่กล่าวไว้ในข้อ 2

นอกจากแนวคิดของแคทซ์และคณะ (1974) แนวคิดของแมคเคเวล (1983) แล้วยังมีแนวคิดของนักทฤษฎีสื่อสารมวลชน ที่สนับสนุนความสำคัญของผู้รับสารมีอีกมากมาย เช่น การวิจัยของบลูเมอร์และบราวน์ (Blumer and Brown, อ้างถึงใน Fiske, 1982) ทำการวิจัยกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์ พบว่ามีความน่าสนใจต่อการวิจัยเรื่องการใช้คาราโอเกะและกลุ่มวัยรุ่นครั้งนี้ไม่น้อย

บรูเมอร์และบราวน์ พบว่าผู้ดูโทรทัศน์ได้รับความพึงพอใจจากการชมโทรทัศน์ 4 ประการ คือ

1. เบี่ยงเบนความสนใจออกไปจากสภาพในชีวิตจริง (diversion)

- เพื่อหลีกเลี่ยงจากความอึดอัดคับข้องใจ หรือ ข้อบังคับจากชีวิตประจำวันและจากงาน
- เพื่อหลีกเลี่ยงจากภาวะต่างๆของปัญหา
- เพื่อเป็นการปลดปล่อยทางอารมณ์

บรูเมอร์และบราวน์อธิบายว่าผู้รับสารจะสามารถหลีกเลี่ยงหนีจากปัญหาในชีวิตหรือความจำเจในงานประจำวันไปสู่โลกแห่งจินตนาการในโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ เท่ากับเป็นการหายไปจากปัญหาชั่วคราว และเป็นการผ่อนคลายความตึงเครียด

2. การตอบสนองต่อความต้องการเพื่อน หรือการมีความสัมพันธ์กับสมาชิกคนอื่นๆของสังคม (Personal Relationship)

- เพื่อแสดงความเป็นเพื่อน
- เพื่อการใช้ประโยชน์ทางสังคม

3. การตอบสนองต่อความต้องการด้านแสวงหาอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity)

- เพื่อใช้เป็นการอ้างอิงตัวบุคคล
- เพื่อการสำรวจความเป็นจริง
- เพื่อการสนับสนุนค่านิยม

บรูเมอร์และบราวน์กล่าวว่าในกรณีนี้ผู้ชมโทรทัศน์ มักใช้สารที่ได้รับจากรายการมาเปรียบเทียบโดยตรงกับสถานการณ์ในชีวิตของตนเอง กับบุคคลใกล้เคียง หรือคนที่รู้จัก การสำรวจความเป็นจริงเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้เนื้อหาของรายการเพื่อช่วยผู้รับสารให้เข้าใจถึงชีวิต การสนับสนุนค่านิยม คือ การอธิบายตนเองอย่างหนึ่ง นั่นคือ ผู้รับสารมีการแสวงหาคคุณค่า หามาตราฐานทางศีลธรรม การเมือง และสังคมที่จะมาสนับสนุนค่านิยมที่ตนมีอยู่

เมื่อเปรียบเทียบกับลักษณะของสื่อคาราโอเกะที่ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นสื่อชนิดหนึ่งที่มีลักษณะเฉพาะคือการเปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้มีการแสดงออก ทั้งบทบาทการแสดงและบทบาทการ

เป็นผู้ฟัง อีกทั้งการใช้สื่อคาราโอเกะร่วมกันของกลุ่มวัยรุ่นนั้นยังประกอบด้วยการพูดคุย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในกลุ่ม ทำให้สมาชิกกลุ่มที่ใช้คาราโอเกะร่วมกันได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นร่วมกัน ตลอดจนทราบถึงความเป็นตัวตนของสมาชิกคนอื่นๆมากขึ้นด้วย ยิ่งทำให้เห็นชัดว่าคาราโอเกะสามารถตอบสนองต่อหน้าที่ของสื่อตามที่ บรูเมอร์และบราวน์ได้กล่าวไว้ อย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นของ การตอบสนองต่อการต้องการเพื่อน

ดังนั้นในมุมมองของผู้วิจัย การใช้สื่อคาราโอเกะจึงเป็นการใช้ประโยชน์ทางสังคมรูปแบบหนึ่งเช่นเดียวกัน สามารถตอบสนองความต้องการด้านแสวงหาอัตลักษณ์ส่วนบุคคล โดยเฉพาะในประเด็นของ การสนับสนุนค่านิยมภายในกลุ่มได้อีกด้วย

4. การใช้ประโยชน์ด้านการติดตามเหตุการณ์ต่างๆ (Surveillance) เพื่อให้รู้ทันสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้น นอกจากนั้นบุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิดใช้สื่อเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารในอันที่จะดำรงไว้ซึ่งบทบาททางสังคมของตนเองไว้

บทสรุปของทฤษฎีการใช้สื่อมวลชนเพื่อความพึงพอใจคือ บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์หรือ มีความต้องการในการใช้ข่าวสารในการสนองความต้องการและความพึงพอใจด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน ประเด็นหลักของทฤษฎีนี้คือการวิจัยที่เน้นไปที่ผู้รับสารซึ่งเป็นผู้กำหนดว่าตนเองต้องการอะไร ต้องการจะสื่อหรือต้องการรับสารอะไรจากสื่อมวลชน สารที่ได้เหล่านั้นตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร สารอะไรที่ตอบสนองความต้องการของตนได้ การวิจัยแนวนี้เป็นการมองมนุษย์ในแง่ของจิตวิทยาสังคมโดยเน้นค่านิยม ความเชื่อทัศนคติ และความคิดเห็นส่วนบุคคล

การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อความพึงพอใจ ในประเทศไทย

การวิจัยของ สกลกานต์ อินทรไทร (2539) ไสลทิพย์ จารุภูมิ (2534) และ พรทิพย์ ท่วมเจริญ (2536) อาศัยทฤษฎีการใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการวิจัยมีลักษณะดังนี้

สกลกานต์ อินทรไทร (2539) วิจัยเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ของเด็กป๊อป ได้กล่าวถึงแนวความคิดเรื่องนี้ไว้โดยอ้างถึง “แมคเคवल” ว่าได้วิจัยกลุ่มผู้ดูโทรทัศน์และอ้างข้อสรุปเกี่ยวกับหน้า

ที่ของสื่อไว้ 4 ประการ ซึ่งต่อมาข้อสรุปนี้ได้ถูกประยุกต์ใช้ในการวิจัยลักษณะการใช้สื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสารซึ่งแบ่งได้เป็นสี่ดังต่อไปนี้

1. ด้านข้อมูลข่าวสาร
2. ด้านอัตลักษณ์ส่วนบุคคล
3. ด้านบูรณาการและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
4. ด้านความบันเทิง

ไศลทิพย์ จารุภูมิ (2534) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมละครโทรทัศน์ ลักษณะของการวิจัยการใช้สารและความพึงพอใจที่ได้รับจากสารนั้นเป็นการเน้นไปที่ตัวผู้รับสาร โดยวิธีการเก็บข้อมูลแบบการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กลุ่มตัวอย่างคือผู้หญิงในเขต กทม.ที่มีการติดตามดูละครหลังข่าว 20.00น.เป็นเวลาอย่างต่ำ 5 ปี จำนวน 30 คน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างได้มีการนำเอาสารที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์ไปใช้ประโยชน์ในสังคมหลายๆ ด้าน ได้แก่ การนำไปใช้เป็นประเด็นในการสนทนา เป็นสื่อกลางในการเข้าร่วมกลุ่ม ผู้วิจัยพบว่า ความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมละครโทรทัศน์คือ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การผ่อนคลายความตึงเครียดจากปัญหาในชีวิตประจำวัน การสำรวจความเป็นจริงในสังคม และนำมาเปรียบเทียบกับในละคร รวมไปถึงการได้รับคำแนะนำ นอกเหนือจากนี้ยังได้แนวคิดและประสบการณ์ในเรื่องความเชื่อเรื่องพรหมจรรย์ว่าเป็นเรื่องสำคัญในชีวิตผู้หญิง และความเชื่อเรื่องการทำดีได้ดี การทำชั่วได้ชั่ว

พรทิพย์ ท่วมเจริญมย์ (2536) วิจัยถึงบทบาทของสื่อมวลชนเพื่อความบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม จากการใช้ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อความพึงพอใจ ผนวกกับแนวคิดเรื่อง ความแตกต่างระหว่างบุคคล ความสัมพันธ์ทางสังคม และทฤษฎีการเล่น ความสนุกสนานของสื่อมวลชน ของสติเฟินสัน (The Play Theory of Mass Communication) เป็นกรอบในการวิจัยเรื่องการใช้สื่อมวลชนเพื่อความบันเทิงของนักศึกษา เนื่องจากนักศึกษาเป็นวัยรุ่นย่อมเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและอารมณ์ได้ง่าย อันจะก่อให้เกิดภาวะการตึงเครียดของจิตใจ (The Play Theory of mass Communication : Stephenson อ้างถึงใน พรทิพย์ 2536) ดังนั้นจึงได้มีการหาทางปรับภาวะจิตใจ ลดความเครียด ด้วยการแสวงหาความบันเทิงจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจ (The uses and gratification Theory โดย Katz et al.1974) ของตน

การวิจัยของพรทิพย์ (2536) เป็นการศึกษาถึงบทบาทของสื่อมวลชนโดยเฉพาะในแง่ของการให้ความบันเทิง เพื่อทราบถึงลักษณะของความสนใจ รูปแบบและโอกาสในการใช้สื่อมวลชน ตลอดจนปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ด้วยวิธีการสัมภาษณ์จากกลุ่มนักศึกษาที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 22 คน ในการวิเคราะห์บทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อนักศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แยกลักษณะของการวิเคราะห์หรือออกเป็น สองด้าน คือ ด้านตัวนักศึกษาเองและด้านของสื่อมวลชน สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่านักศึกษามีการเปิดรับสื่อประเภท หนังสือพิมพ์ เทปเพลง วิทยุ และการชมโทรทัศน์ มากที่สุดโดยเนื้อหาหลักที่เปิดรับคือเนื้อหาด้านความบันเทิง โดยมีเทปเพลง และ วิทยุ เป็นสื่อที่ใกล้ชิดกับนักศึกษามากที่สุด

โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าวัตถุประสงค์ในการชมโทรทัศน์ของนักศึกษาแบ่งได้เป็นสองประเด็นหลัก คือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด เป็นสื่อที่ใช้ควบคู่กับสื่ออื่นๆเช่น วิทยุ หรือเทปเพลง รายการที่นิยมคือ รายการเพลง เมื่อถึงวันหยุดและวันว่างกิจกรรมที่นิยมทำนอกบ้านมากที่สุดก็คือการไปชมภาพยนตร์โดยใช้เวลาในวันหยุดหรือเวลาที่ว่างและไปกับเพื่อนๆ

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีส่วนกำหนดเลือกใช้สื่อมวลชนและการเลือกรับเนื้อหาจากสื่อมวลชนของนักศึกษามี 4 ประการคือ ความแตกต่างทางปัจเจกบุคคล การจัดประเภทสังคม ความสัมพันธ์ทางสังคมและบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม

นอกจากนี้ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของสื่อมวลชนที่มีต่อนักศึกษา 6 ประการคือ ให้ความบันเทิง ให้ความเป็นเพื่อน ให้การผ่อนคลาย ให้การสร้างสรรค์ ให้ความสุขและความพอใจ และให้ความรู้

โดยสรุปแล้วจากการวิจัย พบว่า บทบาทของสื่อมวลชนเพื่อความบันเทิงต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม สรุปได้เป็น 2 ประการคือ บทบาทในการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตในสังคม และบทบาทในการสร้างความเป็นปัจเจกบุคคลในการใช้สื่อมวลชนเพื่อความบันเทิง

ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ทฤษฎีการใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และ ความพึงพอใจ กับวัยรุ่น
ในการวิจัยเรื่องสื่อคาราโอเกะ

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ทฤษฎีการใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นกรอบในการวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมการใช้สื่อคาราโอเกะ เนื่องจากผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า

คาราโอเกะเป็นสื่อชนิดหนึ่งที่ตอบสนองความต้องการทั้ง 4 ประการในแนวคิดเรื่องลักษณะการใช้สื่อของ แมคเคเวล (1983) คือ (1) ด้านข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากการใช้สื่อคาราโอเกะเป็นกิจกรรมที่ทำร่วมกันจึงเกิดการรับรู้ความเป็นไปในสังคมที่สมาชิกกลุ่มสังกัดอยู่จากการพูดคุยภายในกลุ่ม การได้เรียนรู้สิ่งต่างๆ เช่นการแสดงออกต่อสาธารณะชน ทำให้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่นจากสิ่งที่ได้เรียนรู้มา (2) ด้านอัตลักษณ์ส่วนบุคคล ผู้วิจัยคาดว่า การใช้สื่อคาราโอเกะนั้นจะทำให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่นในคุณค่าที่ตนนับถือ สามารถเปรียบเทียบตนเองได้กับผู้อื่น ทั้งในกลุ่มผู้ใช้กลุ่มเดียวกันและกลุ่มอื่นๆ ทำให้มีแบบอย่างในการประพฤติปฏิบัติและ ที่สำคัญคือมองตนเองได้ชัดเจนขึ้น ซึ่งเป็นประเด็นหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นอกจากนี้ยังมีอีก 2 ลักษณะของสื่อคาราโอเกะ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้เช่นเดียวกับการใช้สื่ออื่นๆ เช่นโทรทัศน์ คือ (3) ด้านการบูรณาการและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และ (4) ด้านความต้องการด้านความบันเทิง

สรุปบท

ในบทที่ 2 นี้ผู้วิจัยได้อธิบายถึงแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วยแนวคิดและทฤษฎีหลัก 3 ประการ คือ (1) ลักษณะของสื่อคาราโอเกะซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบของกิจกรรมคาราโอเกะได้แก่เพลงและสถานที่ ประวัติของสื่อคาราโอเกะ (2) แนวคิดเรื่องวัยรุ่นและอัตลักษณ์ซึ่งประกอบด้วยแนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ทางสังคมและบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์และลักษณะของการเข้าสู่เชิงสัญลักษณ์และ (3) ทฤษฎีการใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่งผู้วิจัยอาศัยประเด็นหลักของ แมคเคเวล ซึ่งได้กำหนดลักษณะการใช้ประโยชน์จากสื่อใน 4 ด้าน คือ ด้านข่าวสาร ด้านความบันเทิง ด้านอัตลักษณ์ และด้านการบูรณาการและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม