

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง : กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 5 หัวข้อใหญ่ ๆ คือ

1. ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
2. ทฤษฎีอิทธิพลอันจำกัดของสื่อสารมวลชน
- ✓ 3. แนวความคิดทางวิชาการเกี่ยวกับวัยรุ่น
 - 3.1 ความหมายของวัยรุ่น
 - 3.2 ลักษณะทั่วไปและความต้องการของวัยรุ่น
4. แนวความคิดทางวิชาการเกี่ยวกับเพลง
 - 4.1 ความหมายและองค์ประกอบของเพลง
 - 4.2 การประกอบธุรกิจเทปเพลง
 - 4.3 ผลกระทบจากธุรกิจเทปเพลงต่อผู้ฟัง
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
 - 5.2 งานวิจัยเกี่ยวกับเพลง
 - 5.3 งานวิจัยเกี่ยวกับวัยรุ่น

1. ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratification) เป็นทฤษฎีที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อสารมวลชน (Functional Model) ในการให้บริการแก่ผู้ใช้สื่อ โดยเปลี่ยนความสนใจจากความตั้งใจของผู้สร้างสาร เป็นความตั้งใจของผู้ใช้สื่อ Katz (1974) เป็นคนแรกที่ได้อธิบายถึงวิธีการนี้ เขาได้ชี้ให้เห็นว่า การวิจัยเพื่อตอบคำถามว่า สื่อมวลชนทำอะไรกับประชาชน (What do the media do to people ?) กำลังเสื่อมความนิยม ควรจะหันไปศึกษาเพื่อตอบคำถามว่า ประชาชนทำอะไรกับสื่อมวลชนได้ (What do the people do with the media ?) ทั้งนี้เพื่อศึกษาถึงผลของสื่อสารมวลชนในแง่ของผู้ใช้สื่อมากกว่า หรือศึกษาว่าทำไมคนเราจึงมีพฤติกรรมทางการสื่อสาร มากกว่าที่จะศึกษาว่าข้อความในการสื่อสารเป็นอย่างไร และจะก่อให้เกิดอะไรในตัวเรา

Katz ได้สรุปว่า ในการศึกษาตามแนวทฤษฎีนี้ มีข้อตกลงเบื้องต้นว่า

1. มนุษย์จึงใจเสาะแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้การสื่อสารของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจ หรือแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ
5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

แนวทางศึกษาในเรื่องการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่า ตนต้องการอะไร สื่ออะไร และสารอะไร จึงจะสนองความพอใจของตนได้ เป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร ผู้รับสารนั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการและความพอใจของตน แนวคิดนี้เป็นแนวคิดหนึ่งทางด้านการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสารคือตัวจักรที่จะตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก (ยุกต เบ็ญจรงค์กิจ : 2528)

Katz และคณะ (ยุกพล เบญจรงค์กิจ : 2528) ได้สร้างแบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจซึ่งอธิบายได้ว่า สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดหวังว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกันด้วย ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันก็จะแตกต่างกันไปด้วย ผลสุดท้ายก็คือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะต่างกันไป ซึ่งสามารถเขียนเป็นภาพจำลองได้ ดังนี้

แบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจ



นอกจาก Katz แล้ว Blumler และ Brown (1972) ได้ทำการศึกษากลุ่มผู้ดูโทรทัศน์พบว่า ผู้ดูได้รับความพึงพอใจจากการดูโทรทัศน์ 4 ประการ คือ

1. การเบนความสนใจออกไปจากสภาพการณ์ในชีวิตจริง (Diversion) ผู้รับสารจะสามารถหลีกเลี่ยงปัญหาในชีวิต หรือความจำเจในงานประจำวันไปสู่โลกแห่งจินตนาการในโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ เท่ากับเป็นการหายไประหว่างปัญหาชั่วคราวและเป็นการผ่อนคลายความตึงเครียด

2. การตอบสนองความต้องการเพื่อน หรือการมีความสัมพันธ์กับสมาชิกคนอื่น ๆ ของสังคม (Personal Relationship) “ความเป็นเพื่อน” เป็นการใช้สื่อเพื่อชดเชย เป็นรูปแบบที่เห็นได้ชัดมาก เช่น แม่บ้านเปิดวิทยุทิ้งไว้เป็นเพื่อนยามที่ต้องอยู่บ้านคนเดียวในตอนกลางวัน ผู้รับสารบางคนก็พบว่า เป็นการยากที่จะมีความสัมพันธ์ทางสังคมอย่างแท้จริงกับคนอื่น จึงหันมาใช้สื่อเป็นเพื่อน นอกจากนั้น สื่อยังตอบสนองต่อการใช้ประโยชน์ทางสังคมอีก เช่น การดูโทรทัศน์ช่วยสร้างประเด็นการสนทนา การถ่ายทอดประสบการณ์ หรือการถกเถียงเกี่ยวกับเรื่องราวในชีวิตประจำวัน ซึ่งทำให้การมีความสัมพันธ์กับสมาชิกคนอื่น ๆ ในสังคมเป็นไปง่ายขึ้น

3. การตอบสนองความต้องการด้านการแสวงหาเอกลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) ผู้ชมรายการโทรทัศน์มักจะใช้สารที่ได้รับจากรายการมาเปรียบเทียบโดยตรงกับชีวิตของตนเองหรือคนที่รู้จัก การสำรวจความเป็นจริงเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้เนื้อหาของรายการเพื่อช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจชีวิต การสนับสนุนค่านิยม คือ การอธิบายตัวเอง (Self - Explanatory) อย่างหนึ่ง นั่นคือ ผู้รับสารได้พยายามแสวงหาคุณค่าหรือมาตรฐานทางศีลธรรม สังคม และการเมืองที่จะมาสสนับสนุนค่านิยมที่ตนมีอยู่

4. การใช้ประโยชน์ด้านการติดตามเหตุการณ์ต่าง (Surveillance) ให้รู้ทันสิ่งที่กำลังเกิดขึ้น นอกจากนั้นบุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิด (Opinion Leaders) ใช้สื่อเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารในอันที่จะดำรงไว้ซึ่งบทบาททางสังคมของตนไว้

สำหรับประเทศไทย ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531) ได้ศึกษาชุดตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชนที่ McQuail และคณะสร้างไว้ และได้ปรับปรุงขึ้นใหม่เพื่อสอดคล้องกับการใช้สื่อมวลชนโดยผู้รับสาร ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ

1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคมและโลก

1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ หรือความคิดเห็นและในการตัดสินใจ

1.3 สนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ

1.4 ให้การเรียนรู้ เป็นการศึกษาด้วยตนเอง

1.5 สร้างความรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล

2.2 ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม

2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)

2.4 มองทะลุลึกเข้าไปภายในตนเอง

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- 3.1 มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
- 3.3 นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- 3.4 ใช้แทนเพื่อน
- 3.5 ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- 3.6 สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

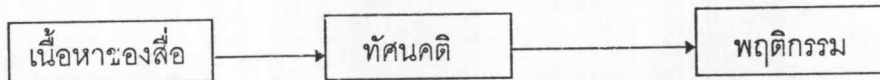
4. ความต้องการความบันเทิง

- 4.1 การหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
- 4.2 การผ่อนคลาย
- 4.3 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้รับความสนุกสนานทางสุนทรียะ
- 4.4 ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- 4.5 ปลอดภัยอารมณ์
- 4.6 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

จากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น สามารถนำมาโยงเข้ากับงานวิจัยเรื่อง “ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง : กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ” ได้ว่า วัยรุ่นซึ่งเป็นผู้รับสารจากสื่อเกี่ยวกับนักร้องนั้น เป็นผู้ที่เลือกใช้ประโยชน์จากสื่อเกี่ยวกับนักร้องเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองในด้านต่างๆ เน้นความสำคัญของวัยรุ่นซึ่งเป็นผู้รับสาร และมองว่าสื่อเกี่ยวกับนักร้องซึ่งเป็นสื่อมวลชนอย่างหนึ่งนั้นจะมีอิทธิพลอย่างจำกัดกับผู้รับสาร ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีอิทธิพลอันจำกัดของสื่อมวลชนที่จะกล่าวถึงในหัวข้อต่อไป

2. ทฤษฎีอิทธิพลอันจำกัดของสื่อสารมวลชน

ในช่วงปี 1940 การวิจัยทางสื่อสารมวลชนมักจะใช้แนวทางของอิทธิพลโดยตรง หรือ ทฤษฎีเข็มฉีดยา ที่มองว่าสิ่งเร้าก่อให้เกิดทัศนคติที่จะนำไปสู่พฤติกรรม



จากรูปแบบข้างต้น เป็นการเลียนแบบของทฤษฎีการเรียนรู้ ซึ่งมองมนุษย์เป็นผู้รับข่าวสารที่ไม่มีทางเลือกใดๆเลย การศึกษาสื่อสารมวลชนในแนวทางนี้มักจะสนใจวิธีการของผู้สื่อสารที่จะหลอกล่อให้ผู้รับข่าวสารยอมรับข้อความของการสื่อสาร ความคิดเห็นความเชื่อ และพฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกถูกมองว่าเป็นผลโดยตรงมาจากการสื่อสาร

พอมาถึงช่วงปี 1950 แนวความคิดเกี่ยวกับมนุษย์เริ่มเปลี่ยนแปลงไป จนก่อให้เกิดแนวทางของการศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารแบบใหม่ที่เรียกว่า อิทธิพลอันจำกัด (Limited Effect)

ทฤษฎีสื่อสารมวลชนแบบอิทธิพลอันจำกัดมิได้มองมนุษย์ว่าเป็นผู้รับข่าวสารที่ไร้ความคิดหรือไร้ทางเลือก แนวความคิดอันนี้และการศึกษาในช่วงนี้ได้แสดงให้เห็นว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อมนุษย์ได้ยากมาก อิทธิพลของสื่อสารมวลชนถูกมองว่ามีขอบเขตที่จำกัด มีการศึกษาทดลองเกี่ยวกับอิทธิพลของโฆษณาในห้องปฏิบัติการเป็นจำนวนมาก เพื่อศึกษาจิตวิทยาของมนุษย์เกี่ยวกับอิทธิพลของเนื้อหาของการสื่อสาร แหล่งข่าว การเลือกใช้สื่อและวิธีการสร้างเนื้อหาในสื่อที่มีผลต่อทัศนคติของผู้รับข่าวสาร

แนวทางของการศึกษาก็คือ

ตัวแปรเกี่ยวกับ.....กิจกรรมการจูงใจ.....ทัศนคติพฤติกรรมสื่อสาร

การศึกษาในรูปแบบนี้จะเขียนเป็นจุดประ เพื่อสะท้อนแนวความคิดที่ว่า ปรัชญาการณ แต่ละขั้นตอนอาจจะเกิดหรือไม่เกิดขึ้นก็ได้ ดังนั้น การสื่อสารอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของมนุษย์ได้ การสื่อสารจะก่อให้เกิดผลกระทบใดๆขึ้นในตัวมนุษย์ได้นั้นจะต้องอาศัยตัวแปรอื่นๆเสริม ตัวแปรเหล่านี้ได้แก่ ความคิดความเชื่อดั้งเดิมของมนุษย์เอง ปทัสถานของกลุ่ม การสื่อสารระหว่างบุคคล และลักษณะของการสื่อสารนั้น โดยที่อิทธิพลของการสื่อสารจะมาในรูปของการเสริมความคิดความเชื่อดั้งเดิมที่มีอยู่แล้ว มากกว่าที่จะเปลี่ยนความคิด มนุษย์เรารับข่าวสารอย่างมีความคิดและมีทางเลือก สามารถที่จะเลือกรับ เลือกสนใจ และ เลือกจดจำ

Klapper (1960) ได้สรุปแนวความคิดของทฤษฎีนี้จากการวิจัยหลายๆชิ้นภายใต้แนวทาง ดังนี้

1. การสื่อสารอย่างเดียวไม่ใช่สาเหตุที่จำเป็นหรือเพียงพอสำหรับการสร้างอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค
2. มีตัวแปรอื่นๆที่จะส่งเสริมหรือขัดขวางการมีอิทธิพลของการสื่อสาร
3. กรณีที่การสื่อสารจะมีอิทธิพลได้อย่างแท้จริงก็ต้องมีเงื่อนไข คือ การผูกขาดการสื่อสาร และผู้คนจะต้องไม่มีการสื่อสารระหว่างบุคคล
4. ประสิทธิภาพของการสื่อสารขึ้นอยู่กับลักษณะต่างๆของการสื่อสาร และบรรยากาศของการสื่อสารในแต่ละสังคม

Klapper ได้ให้กลุ่มของตัวแปร 5 กลุ่ม ที่จะมีผลส่งเสริมหรือขัดขวางอิทธิพลของการสื่อสาร คือ

1. ความรู้ ความคิด ความเชื่อ และความคิดดั้งเดิมของผู้บริโภค จะมีผลกระทบต่อกระบวนการเลือกรับสาร การสนใจสาร การยอมรับสาร และการจดจำสารของมนุษย์
2. กลุ่ม และปทัสถานของกลุ่มที่คนเรายึดถือเป็นกลุ่มอ้างอิง
3. การสื่อสารระหว่างบุคคล ที่วิเคราะห์แจกแจงเนื้อหาของข่าวสารในสื่อสารมวลชน
4. การใช้อิทธิพลของความเป็นผู้นำของกลุ่มผู้นำ
5. ลักษณะของระบบสื่อสารมวลชนในสังคมที่มีประชาธิปไตย

แนวความคิดที่ Klapper อธิบายไว้ และตัวแปรที่ Klapper สรุปเอาไว้เป็นหลักฐานยืนยันว่าพลังอำนาจของการสื่อสารมวลชนซึ่งรวมทั้งโฆษณาด้วย จะมีผลต่อผู้บริโภคได้หรือไม่นั้น ก็ขึ้นอยู่กับตัวแปรทั้งที่เป็นการสื่อสาร และที่ไม่เป็นการสื่อสาร แต่อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีนี้มิได้ปฏิเสธอิทธิพลของการสื่อสารเลยทีเดียว แต่เพียงต้องการย้ำว่าการสื่อสารอย่างเดียวไม่ใช่สาเหตุที่จำเป็นหรือเพียงพอที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมในตัวมนุษย์

ดังนั้น การศึกษาวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อเข้าใจความต้องการ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ค่านิยม ทักษะคติ โลกทัศน์ ประสบการณ์ อิทธิพลกลุ่ม อิทธิพลของครอบครัว และสภาพวัฒนธรรมต่างๆของผู้รับสารก่อน จึงจะมาจัดวางยุทธวิธีของการสื่อสาร คือ การเลือกผู้ส่งสาร สร้างสาร และการเลือกสื่อในการกระจายสาร เพราะถ้าหากข่าวสารใดไม่สอดคล้องกับความรู้อ ความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม ทักษะคติ หรือปทัสถานของกลุ่มแล้ว ข่าวสารนี้จะไม่ได้รับความสนใจ ผู้รับสารจะปิดรับข่าวสารดังกล่าว หรือถ้าเปิดรับก็จะไม่สนใจอย่างแท้จริง และสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อการตีความข่าวสารที่ได้รับด้วย ดังนั้น การสร้างสารจะต้องกระทำกันอย่างพิถีพิถัน เพื่อไม่ให้เนื้อหาของข่าวสารขัดต่อความเชื่อความรู้สึก ค่านิยม และตัวแปรอื่นๆที่มีอยู่ในตัวผู้รับสาร ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ องค์ประกอบด้านจิตใจและองค์ประกอบด้านสังคม

องค์ประกอบด้านจิตใจ สภาพจิตใจจะเป็นองค์ประกอบที่มีอยู่ในตัวผู้รับสาร และจะมีผลกระทบโดยตรงต่อการรับสารหรือการโน้มน้าวจิตใจ องค์ประกอบทางจิตใจนับว่ามีความสำคัญเป็นอันดับแรก เพราะไม่ว่าปริมาณข่าวสารจะมีอยู่อย่างมากเพียงใด ถ้าผู้รับสารไม่มีความสนใจและไม่รับรู้ในข่าวสารนั้น สัมฤทธิผลทางการสื่อสารก็คงไม่เกิด กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นกระบวนการที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะเลือกรับข่าวสารที่มีอยู่ เพื่อนำมาพิจารณาไตร่ตรอง อันเป็นผลจากสิ่งเร้าบางประการ และเพื่อแปลความหมายของข่าวสารนั้นออกมาเป็นความรู้ ความเข้าใจ หรือพฤติกรรมต่างๆ นักทฤษฎีและนักวิจัยทางการสื่อสารเรียกว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสาร อันประกอบด้วยพฤติกรรม 3 แบบ (ชวรัตน์ เชิดชัย : 2527) คือ

1.การเลือกสนใจ (Selective Attention) ได้แก่ แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เพราะโดยปกติแล้วคนเรามักจะเปิดตัวเองให้สื่อสารตามความคิดเห็นและความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกรู้สึกนึกคิดและความคิดเห็นเดิมของตน ทั้งนี้เนื่องจากการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว จะทำให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลย์ หรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ฉะนั้น การที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสาร หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของตน

2.การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) หลังจากทีเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว คนเรายังเลือกรับรู้ และเลือกตีความสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น เป็นต้น ฉะนั้นบางครั้งคนเราอาจจะบิดเบือนสารเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนเองด้วย

3.การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ เรื่องที่ขัดแย้ง หรือเรื่องที่ค้านกับความคิดเห็นของตนได้โดยง่าย ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับ จึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของคนเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

นอกจากพฤติกรรมการเลือกรับข่าวสารดังกล่าวแล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ (Wilbur Schramm : 1973)

1.ประสบการณ์ เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุ สิ่งของ ฯลฯ แตกต่างกันไป ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่เคยเห็นแตกต่างกัน

2.การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร เนื่องจากผู้รับสารอาจจะแสวงหาข่าวสารที่ต้องการเพื่อสนองจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารจึงจะช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่า ข่าวสารอย่างหนึ่งมีประโยชน์แตกต่างกับข่าวสารอีกอัน จึงก่อให้เกิดพัฒนาการและปรับปรุงอุปนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร

3.ภูมิหลังแตกต่างกัน เนื่องจากเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะสนใจสิ่งที่ไม่เคยพบมาก่อน รวมทั้งสนใจในความแตกต่างหรือการเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่เป็นอยู่ขณะนั้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุสิ่งของหรือเรื่องราวต่างๆ

4.การศึกษาและสภาพทางสังคม นับเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคล และเป็นตัวชี้พฤติกรรมการสื่อสารของผู้นั้น ทั้งพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อ และเลือกเนื้อหาของข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษามีส่วนช่วยให้บุคคลมีความสามารถในการอ่าน (โดยการรับสื่อสิ่งพิมพ์) และกระหายที่จะสะสมเพิ่มพูนด้วยการแสวงหาความรู้ให้กว้างขวางขึ้น

5.ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจของคนจะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล โดยสภาพร่างกายในที่นี้หมายถึง สภาพร่างกายที่สมบูรณ์ ผู้รับข่าวสารที่มีอวัยวะของร่างกายที่ครบถ้วน ประสาทสัมผัสทุกอย่างทำงานได้อย่างเป็นปกติ ย่อมอยู่ในสภาพที่จะรับข่าวสารได้ดีกว่าผู้ที่บกพร่องทางร่างกายและประสาทสัมผัส นอกจากนั้น สภาพทางร่างกายยังมีส่วนสัมพันธ์กับสติปัญญาของคนทั่วไปด้วย การเปลี่ยนแปลงทางอายุที่สูงขึ้น ระยะเวลาที่ได้รับการศึกษา รวมทั้งการเจริญเติบโตทางความคิด ย่อมมีความสัมพันธ์ทั้งทางบวกและทางลบต่อการโน้มน้าวจิตใจ

6.บุคลิกภาพ บุคลิกภาพของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจ และพฤติกรรมของผู้รับสารอีกต่อหนึ่ง ทำนองเดียวกับองค์ประกอบในเรื่องความสามารถของบุคคล มีหลักฐานทางการวิจัยที่แสดงว่า ความนับถือตนเอง (Self Esteem) และความวิตกกังวล (Anxiety) ของบุคคลล้วนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับอิทธิพลทางสังคม กล่าวคือ ผู้ที่มีความวิตกกังวลหรือตื่นเต้นมักได้รับอิทธิพลจากสังคมได้ง่าย และมีความโน้มเอียงที่จะไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับค้นหาเพื่อที่ว่าจะได้หลีกเลี่ยงอิทธิพลจากสังคมนั้นเอง

7.อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายในข่าวสารของผู้รับ ถ้าผู้รับข่าวสารมีอารมณ์ปกติ มีความพร้อม มุ่งมั่น และสมารถต่อข่าวสารนั้น สมฤทธิ์ผลของการสื่อสารจะมีมากกว่าผู้รับที่ไม่มีอารมณ์กับข่าวสารนั้น นอกจากนี้ เราควรสังเกตด้วยอีกว่าอารมณ์ของผู้รับข่าวสารนั้นสามารถพิจารณาได้ ทั้งความรู้สึกที่เกิดจากตัวผู้รับสารในขณะนั้นเอง และความรู้สึกหรือท่าทีที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Predisposition) เกี่ยวกับข่าวสารนั้นด้วย

8.ทัศนคติ ถือเป็นตัวแปรที่มีอยู่ระหว่างการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่างๆ ด้วยการแสดงออกมาทางพฤติกรรมของผู้รับที่มีต่อข่าวสารแต่ละประเภทที่พบ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นคุณสมบัติหรือท่าทีที่ผู้รับสารแต่ละคนมีอยู่ก่อนที่จะรับข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยปกติทัศนคติของผู้รับข่าวสารเป็นสิ่งเปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงไป การรับข่าวสารหรือการโน้มน้าวจิตใจของผู้รับข่าวสารจะแตกต่างกันไป ในทำนองเดียวกันการตอบสนองของผู้รับจะเปลี่ยนไปตามสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

องค์ประกอบทางด้านสังคม นับเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อม ทั้งสามารถสร้างประสบการณ์ กล่อมเกลา และปลูกฝังทัศนคติ ความคิด รวมทั้งพฤติกรรมทั่วไปของผู้รับข่าวสารโดยตรง องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ (ชวรัตน์ เชิดชัย : 2527)

1.สภาพแวดล้อม จะเป็นตัวสำคัญอีกตัวหนึ่งในการกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพแวดล้อมทางครอบครัว ซึ่งเป็นสถาบันทางสังคมที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกในการสร้างทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องต่างๆตั้งแต่คนเราเกิดมา นอกจากนี้ สถาบันการศึกษาก็เป็นแหล่งที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสติปัญญา ความคิด ความเชื่อ อันเป็นพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงทางความรู้สึกและพฤติกรรมที่แสดงออก โดยทั่วไปสภาพแวดล้อมจึงเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นตัวกำหนดสิ่งเร้าหรือตัวข่าวสารที่บุคคลควรจะได้รับหรือสนองตอบต่างๆ รวมทั้งการคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้นจากพฤติกรรมที่แสดงออกในสถาบันเหล่านั้นด้วย

2.บทบาทของผู้รับข่าวสาร บทบาทเป็นโครงสร้างเกี่ยวกับพฤติกรรมต่างๆที่สังคมกำหนดขึ้น บทบาทแต่ละบทบาทจะมีรูปแบบของพฤติกรรมเป็นส่วนควบอยู่ด้วยเสมอ สำหรับในระบบการสื่อสารแล้ว บทบาทจะเป็นปัจจัยซึ่งแหล่งข่าวสารกับผู้รับข่าวสารสามารถที่จะคาดคะเนพฤติกรรมของกันและกันในสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งเป็นปัจจัยทางสังคมที่ทำให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผลได้ตามต้องการ กล่าวคือ หากผู้รับข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางสถานภาพและบทบาทอย่างไรกับผู้ส่งข่าวสารหรือแหล่งสาร ความคล้ายคลึงกันหรือความแตกต่างกันในบทบาท รวมทั้งพฤติกรรมต่างๆย่อมจะมีอิทธิพลต่อความคิด ความรู้สึก ค่านิยม และเป้าหมายของกันและกัน

3.กลุ่มอ้างอิง เนื่องจากบุคคลแต่ละคนในสังคมมีบทบาทอย่างหนึ่งอย่างใดหรือหลายอย่างในเวลาเดียวกัน ในสังคมที่ซับซ้อนมากๆ บุคคลอาจมีบทบาทต่างๆอยู่ในกลุ่มสังคมมีตำแหน่งหน้าที่ มีพฤติกรรมต่างๆในกลุ่มของตน กลุ่มเหล่านี้จึงเป็นเสมือนแหล่งอ้างอิงของบุคคลที่สังกัด กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ปทัสถาน (Norm) บทบาท และพฤติกรรมของกลุ่มที่บุคคลสังกัดอยู่ จะเป็นสิ่งที่พฤติกรรมและความเชื่อของบุคคลที่เป็นสมาชิก ฉะนั้นเราจึงอาจคาดคะเนพฤติกรรมของผู้รับข่าวสารได้จากบทบาทและพฤติกรรมของกลุ่มที่ผู้รับสารสังกัดอยู่

4. วัฒนธรรมและประเพณี การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสภาพวัฒนธรรมและประเพณีของสังคม วัฒนธรรมอย่างหนึ่งคือ สภาพที่บุคคลมีความเชื่อ มีค่านิยม มีการรักษา วัตถุประสงค์ของ รวมทั้งการแสดงออกร่วมกัน วัฒนธรรมอาจจะแสดงออกมาทางการกีฬา การร้องรำ ทำเพลง โครงสร้างการดำเนินชีวิตของครอบครัว การปกครอง การศึกษา ฯลฯ ระบบสังคมและวัฒนธรรมที่ผู้รับข่าวสารสังกัดอยู่ย่อมมีส่วนในการหล่อหลอมพฤติกรรม และมีผลกระทบต่อ การรับข่าวสารของผู้รับ

5. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะพื้นฐานที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ เป็นต้น ย่อมมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร เป็นอันมาก

6. การศึกษาและสถานภาพทางสังคม ทั้งสองสิ่งนี้ล้วนมีส่วนช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดความสนใจในการแสวงหาข่าวสารของผู้รับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาจะมี ส่วนช่วยให้เกิดทักษะในการอ่าน และความกระหายในการเพิ่มพูนข่าวสาร โดยการแสวงหา ความรู้ให้กว้างขวางขึ้น

3. แนวความคิดทางวิชาการเกี่ยวกับวัยรุ่น

3.1 ความหมายของคำว่า “วัยรุ่น”

คำว่า “วัยรุ่น” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Adolescence” มาจากภาษาลาตินว่า “Adolescence” หมายถึง การเติบโตเข้าสู่วุฒิภาวะ (Maturity) การเติบโตนี้รวมถึง การเติบโต ทางกายภาพร่างกาย ทางจิตวิทยา หรือทางสังคม (Hans Sebald : 1986) ในการศึกษาเรื่อง วัยรุ่น นักวิชาการได้ใช้คำในลักษณะต่าง ๆ กัน ได้แก่ วัยหนุ่มสาว (Teenager) เยาวชน (Youth) และยุวชน (Juvenile) ซึ่ง Hans ได้ให้ความหมายของคำทั้งสามแตกต่างกันดังนี้

ยุวชน (Juvenile) ส่วนใหญ่ใช้ในเรื่องเกี่ยวกับกฎหมาย ความรุนแรง และการใช้อำนาจ เช่น ยุวชนเกเร (Juvenile Delinquency) ศาลคดีเด็กและยุวชน (Juvenile Court)

เยาวชน (Youth) มีความหมายกว้างและไม่เจาะจงวัย จะรวมเด็กวัยรุ่น (Adolescence) ผู้ใหญ่ตอนต้น (Youth Adult) ความหมายจะมีลักษณะสากล เช่น Younger Generation

วัยรุ่น (Adolescence) จะมีความหมายเจาะจงมากกว่า โดยนักวิชาการได้ให้ความหมายของวัยรุ่น ในลักษณะการเติบโตทางร่างกาย จิตใจ และวัยแตกต่างกัน ดังนี้

เบ็ญจา จิรภัทรพิมล (2516) กล่าวว่า วัยรุ่น คือ วัยที่กำลังเรียนหนังสือและที่ไม่ได้เรียนหนังสือ รวมทั้งผู้ที่เรียนสำเร็จแล้วด้วย ถ้าพิจารณาในแง่ของอายุ คือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 11-24 ปี ทั้งชายและหญิง

สุภาพรณ โคตรจรัส (2518) กล่าวว่า วัยรุ่น คือ ระหว่างอายุ 13-20 ปี เป็นระยะหัวเลี้ยวหัวต่อระหว่างวัยเด็กไปสู่ผู้ใหญ่ เป็นระยะที่มีการเปลี่ยนแปลง และความจำเป็นในการปรับตัวใหม่ทั้งทางร่างกายและทางสังคมเพิ่มขึ้นมากกว่าวัยเด็กที่ผ่านมา

Hurlock (1949) กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อ เป็นวัยแห่งการปรับตัวทางสังคม เป็นวัยแห่งปัญหา เป็นวัยที่มีความเคร่งเครียดทางอารมณ์ ตัดสินใจรวดเร็วและรุนแรง สาเหตุเพียงเล็กน้อยอาจเป็นเรื่องใหญ่ได้ ทศนคติในการมองโลกและสังคมของวัยรุ่นอาจมีความขัดแย้งกับผู้ใหญ่ ผู้ใหญ่อาจจะไม่เข้าใจความรู้สึกของวัยรุ่น ซึ่งมักทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา

สุชา จันทรเอม (2529) ได้กล่าวว่า วัยรุ่น เป็นวัยที่สิ้นสุดความเป็นเด็ก เป็นวัยที่เป็นสะพานไปหาผู้ใหญ่ ไม่มีเส้นขีดคั่นที่แน่นอนว่าเริ่มเมื่อใด แต่กำหนดเอาความเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและรูปร่างเป็นสำคัญ และถ้าจะกำหนดลงไปว่าเริ่มเมื่อใด ก็ถือเอาตอนที่เด็กหญิงเริ่มมีประจำเดือน (Menstruation) ส่วนเด็กชายถือเอาตอนที่มือสุจิ (Sperm)

ราศรี ธรรมนิยม (2524) ได้กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นเวลาของการเจริญเติบโตทางกาย เป็นช่วงเวลาที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อน เป็นช่วงเวลาที่เด็กจะแสวงหาเอกลักษณ์ของตน เป็นช่วงเวลาแห่งสติปัญญา พัฒนาการ และประสบการณ์ทางวิทยาการต่างๆ และเป็นช่วงเวลาของพัฒนาการประเมินค่านิยมต่างๆ จะเห็นได้ว่าวัยรุ่นนี้เป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่

George Stanley Hall (อ้างใน นลวิภา ทรงวุฒิสีล : 2526) ได้เปรียบวัยรุ่นว่า เป็นวัยแห่ง พายุและความกดดัน วัยรุ่นเป็นวัยของการกระทำที่เหมือนเด็ก แต่ก็เหมือนผู้ใหญ่ด้วย ระยะเวลา ของวัยรุ่นจัดว่าเป็นระยะที่เริ่มตั้งแต่วัยเด็กตอนปลายจนย่างเข้าสู่ผู้ใหญ่ ในช่วงเวลาดังกล่าว ยังอาจมีการแสดงออกถึงการกระทำยังเป็นเด็กอยู่หลายอย่าง แม้ว่าจะเป็นเวลาที่กำลังเจริญ เติบโตขึ้นเรื่อยๆก็ตาม วัยรุ่นถูกจัดว่าเป็นช่วงเวลาที่ได้รับการปฏิบัติเยี่ยงเด็ก แต่ก็ยังไม่พร้อมที่จะ ได้รับการปฏิบัติอย่างเช่นผู้ใหญ่

สุพัตรา สุภาพ (2525) กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความเจริญทั้งทางร่างกายและจิตใจ ร่างกายหมายถึง การไม่เป็นเด็กอีกต่อไป จิตใจหมายถึง การรู้จักใช้เหตุผล รู้จักควบคุมอารมณ์ รวมทั้งสามารถเข้าร่วมกลุ่มหรือทำกิจการในสังคมได้ ช่วงอายุของวัยรุ่นอยู่ระหว่าง 12 - 21 ปี

สำหรับการแบ่งช่วงอายุของวัยรุ่นนั้น มีลักษณะการแบ่งแตกต่างกันดังต่อไปนี้ คือ

1.บริษัทโฆษณาจะแบ่งช่วงอายุของวัยรุ่นเป็น 3 กลุ่ม (โฆษณากับวัยรุ่น : 2527) คือ 11 - 14 ปี เป็นวัยรุ่นวัยเด็ก 15 - 19 ปี เป็นวัยรุ่นหนุ่มสาว และ 20 - 25 ปี เป็นวัยรุ่นผู้ใหญ่

2.สุพล บุญทรง (2523) ได้แบ่งอายุของวัยรุ่นออกเป็น 3 ระยะ คือ วัยรุ่นตอนต้น วัยรุ่นหญิงจะอยู่ในช่วง 13 - 15 ปี ส่วนวัยรุ่นชายจะอยู่ในช่วง 15 - 17 ปี วัยรุ่นตอนกลาง วัยรุ่นหญิงจะ อยู่ในช่วง 15 - 18 ปี ส่วนวัยรุ่นชายจะอยู่ในช่วง 17 - 19 ปี และวัยรุ่นตอนปลาย วัยรุ่นหญิงจะอยู่ใน ช่วง 18 - 21 ปี ส่วนวัยรุ่นชายจะอยู่ในช่วง 19 - 21 ปี

3.Milner และ Valadian (อ้างใน Powell Marvin : 1963) ได้แบ่งช่วงอายุของวัยรุ่น ดังนี้ คือ วัยรุ่นตอนต้น (Pre Adolescence) อายุ 10 - 14 ปี และวัยรุ่นตอนปลาย (Late Adolescence) อายุ 15 - 19 ปี

4.Hurlock (1965) ได้แบ่งช่วงอายุวัยรุ่นดังนี้ คือ วัยก่อนวัยรุ่น (Pre Adolescence) อายุ 10 - 12 ปี วัยรุ่นตอนต้น (Early Adolescence) อายุ 13 - 16 ปี และวัยรุ่นตอนปลาย (Late Adolescence) อายุ 17 - 20 ปี

3.2 ลักษณะทั่วไปและความต้องการของวัยรุ่น

เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่อยู่ในระยะหัวเลี้ยวหัวต่อที่อยู่ระหว่างวัยเด็กและวัยผู้ใหญ่ จึงมีลักษณะทั่วไป สามารถสรุปได้ดังนี้ (ประสาร ทิพย์ธารา : 2521)

1. เป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ เปลี่ยนแปลงทั้งด้านอารมณ์ ความคิดเห็นและความสนใจ
2. เป็นวัยแห่งการเสริมสร้าง จะเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะทางร่างกาย เช่น ด้านสมองและน้ำหนัก
3. เป็นวัยที่ต้องการความอิสระ ต้องการพึ่งตนเองและมีแนวความคิดต่อต้านผู้ใหญ่ บางครั้งถึงกับมีการโต้เถียงกันอย่างรุนแรง
4. เป็นวัยที่ต้องการแสวงหาความรู้ อยากรู้ อยากเห็น จะทดลองทำในสิ่งแปลกๆใหม่ๆที่ตนยังไม่เคยทำ
5. ต้องการปรัชญาชีวิต และแนวทางชีวิตของตน
6. เป็นวัยที่ต้องเผชิญกับปัญหามาก เพราะเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อที่สำคัญยิ่ง เป็นวัยแห่งความยุ่งยาก สับสน และการปรับตัว
7. เป็นวัยที่ต้องการความเข้าใจ ความเห็นอกเห็นใจจากผู้ใหญ่ ไม่ชอบการลงโทษทั้งทางกายและจิตใจ เช่นการยึดเอาของที่รักที่สุดไป การดูต่ำ เห็นว่าเป็นการทารุณจิตใจเกินไป ไม่ชอบการวิพากษ์วิจารณ์ของผู้ปกครองเกี่ยวกับเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย รูปร่างหน้าตาไปในทางที่ไม่ดี แต่จะห่วงใยในรูปร่างและสุขภาพของตนมาก ไม่ต้องการพึ่งผู้ใหญ่ กลุ่มหรือคณะมีอิทธิพลต่อเขา เขาต้องการอิสระ เป็นตัวของตัวเอง ในระยะวัยรุ่นต้องการอาหารมากกว่าในระยะที่แล้วมา ควรได้รับการสั่งสอนให้รู้จักเลือกอาหารที่มีคุณค่าและเหมาะสม

นอกจากนี้แล้ว สุโท เจริญสุข (2520) ยังได้กล่าวถึงลักษณะของวัยรุ่นดังนี้

1. วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นภายในร่างกายมาก เป็นผลให้อารมณ์ของวัยรุ่นเปลี่ยนแปลงไปด้วย
2. วัยรุ่นต้องการบ้านที่มีความรักความอบอุ่น ต้องการบิดามารดาที่อบรมเขาด้วยความเข้าใจ
3. วัยรุ่นมีความต้องการอิสระภาพมาก ไม่ชอบที่จะให้บิดามารดายุ่งเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของเขา ไม่บังคับเข้มงวดจนเกินไป

4. วัยรุ่นรักความยุติธรรมอย่างรุนแรง ถ้ารู้สึกว่าคุณไม่ได้รับความยุติธรรมจะแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบทันที

5. วัยรุ่นต้องการจะมีอาชีพที่เป็นหลักเป็นฐาน ผู้ใหญ่จึงควรชี้แนวทางให้วัยรุ่นได้ประกอบอาชีพตามความถนัด

6. วัยรุ่นมีความรักและต้องการเพื่อนมาก มักจะเจ็บใจแทนเพื่อนและอยากมีทุกอย่างเหมือนเพื่อน

7. วัยรุ่นมีความสนใจในเพื่อนต่างเพศ บิดามารดาไม่ควรกีดกัน เพราะจะทำให้วัยรุ่นหาทางหลีกเลี่ยง หนีผู้ใหญ่ไปพบกันเอง

8. วัยรุ่นชอบที่จะคบเพื่อนเป็นกลุ่ม และแสดงออกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม เช่น มีท่าทาง คำพูดแปลกๆ การแต่งกายที่คล้ายคลึงกัน

9. วัยรุ่นมักคิดว่าตนเองเป็นผู้ใหญ่แล้ว จึงมักเลียนแบบผู้ใหญ่ แสดงความคิดเห็นต่างๆ อย่างรุนแรง และอาจผิดพลาดได้

10. วัยรุ่นไม่ชอบที่จะให้ผู้ใหญ่ปฏิบัติต่อเขาอย่างเด็ก ๆ

11. วัยรุ่นไม่ต้องการที่จะเปิดเผยเรื่องราวของตนให้บิดามารดาฟังโดยสิ้นเชิง และไม่ชอบให้บิดามารดาเปิดจดหมายส่วนตัวของตนเอง

12. วัยรุ่นไม่ชอบให้บิดามารดาทะเลาะกัน

13. วัยรุ่นไม่ชอบให้บิดามารดานำตนไปเปรียบเทียบกับผู้อื่น

14. วัยรุ่นไม่ชอบให้ผู้ใหญ่ดูต่ำว่าเมื่อเขาสอบไล่ได้คะแนนน้อย

สำหรับความต้องการของวัยรุ่น McKinney (1958) ได้กล่าวถึงความต้องการพื้นฐานของวัยรุ่น ดังนี้

1. ต้องการเป็นอิสระ วัยรุ่นส่วนมากปรารถนาการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อเติบโตต้องการสิทธิและความเป็นผู้ใหญ่

2. ต้องการเป็นที่ยอมรับนับถือของสมาชิกในกลุ่ม (ของเพศตรงข้าม)

3. ต้องการเป็นส่วนหนึ่งในกลุ่ม เป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของบุคคลอื่นๆ

4. ต้องการความมั่นคงในอารมณ์ รวมทั้งความรู้สึกปลอดภัย

5. ต้องการความสำเร็จ ความพอใจ และการประสบความสำเร็จในของเขต เช่น ด้านกีฬา การละคร การเขียน การได้วาที เป็นต้น ความสำเร็จเหล่านี้นำมาซึ่งรางวัลและทำให้บุคคลพบความก้าวหน้าและความสำเร็จ

นาฏเจลีว สุมาวงศ์ (อ่างโน สุพล บุญทรง : 2523) ได้กล่าวไว้ในหนังสือจิตวิทยาพัฒนาการ ถึงความต้องการของวัยรุ่นไทยว่า วัยรุ่นไทยนั้นมีความต้องการดังนี้คือ อยากรเด่น อยากรดัง อยากรดี้อ อยากรดู และอยากรดี ส่วนสุภา มาลากุล และประมวญ ดิกคินสัน ได้สรุปความต้องการของวัยรุ่นไทยไว้ในหนังสือเล่มเดียวกันนี้ว่า วัยรุ่นไทยมีความต้องการจำแนกได้ 4 ประการ คือ อยากรู้ อยากริขร อยากริโต อยากริช่วย

สุพัตรา สุภาพ (2525) กล่าวว่า เมื่อลักษณะทางกายและอารมณ์เปลี่ยนแปลง ความต้องการต่างๆของวัยรุ่นย่อมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เพราะเป็นวัยที่ไม่ได้ยึดความต้องการของกลุ่มครอบครัวเป็นหลักเหมือนสมัยเด็กๆ ที่พ่อแม่มีอิทธิพลอย่างมากในการสร้างทัศนคติและความประพฤติต่างๆ ความต้องการของวัยนี้มักเกิดจากค่านิยมของกลุ่มที่ตนเป็นสมาชิก โดยเฉพาะกลุ่มเพื่อนฝูง กลุ่มเพื่อนเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบัน เพราะบุคคลจะยึดเอากลุ่มเพื่อนเป็นแนวทางในการปฏิบัติ คุณค่าของคนสมัยใหม่ชอบทำอะไรที่เป็นที่ยอมรับของผู้อื่น และคุณค่าที่สำคัญที่สุดก็คือ คุณค่าของกลุ่มเพื่อน เช่น เป็นสมาชิกของชมรมว่ายน้ำ ชมรมดนตรีไทย ชมรมฟุตบอล เป็นต้น ความต้องการแบบนี้จึงเป็นความต้องการของตนเองบวกกับความต้องการของกลุ่ม (ที่ตนเข้าร่วมด้วย) ความต้องการเหล่านี้ อาจจะแยกเป็น

1.ความต้องการทางกาย เป็นความต้องการของปัจจัยสี่ คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย เนื่องจากเป็นวัยที่เลี้ยงตัวเองไม่ได้ ต้องพึ่งพาผู้ใหญ่ตลอดเวลา เด็กจึงอยากได้รับความมั่นใจว่า เขาจะได้รับการเลี้ยงดูคุ้มครองป้องกันจนสามารถจะช่วยตัวเองได้ต่อไป

2.ความต้องการด้านจิตใจ เป็นความต้องการที่มองเห็นไม่ได้ จับต้องไม่ได้ แต่ความต้องการแบบนี้มีส่วนสำคัญเช่นเดียวกัน เช่น

2.1ต้องการความรัก คือ อยากรักและอยากถูกรัก เช่น รักพ่อแม่ รักพี่น้องเพื่อนฝูง รักเพื่อนต่างเพศ เป็นต้น

2.2ต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน ส่วนมากจะออกมาในรูปกิจกรรมกีฬา หรือ การบันเทิงต่างๆ

2.3 ต้องการความเป็นอิสระ ความต้องการอิสระนี้อาจจะแสดงออกมาในรูปแบบของการต่อต้านระเบียบกฎเกณฑ์ข้อบังคับต่างๆ ชัดขึ้นต่อคำสั่งสอนของพ่อแม่หรือครูอาจารย์ เป็นต้น

2.4 ต้องการได้รับการยกย่อง ต้องการมีชื่อเสียง คืออยากให้สังคมชมเชย อยากรเด่น อยากรดัง เช่น อยากรเป็นนักกีฬาที่เก่ง อยากรเป็นขวัญใจโรงเรียน ความต้องการนี้บางครั้งอาจจะออกมาในรูปแบบระเบียบของสังคม หากการพยายามทำดีแล้วไม่เป็นผล เช่น อยากรสอบไล่ได้เกรดสูงๆ แม้พยายามท่องอ่านเท่าไรก็ไม่ได้ผล ในที่สุดอาจจะแอบลอกหนังสือเข้าไป หรือ ลอกจากเพื่อน เป็นต้น

2.5 ต้องการมีอนาคต คือ อยากรจะให้ผู้ใหญ่เห็นว่าเขาควรจะมีอาชีพอะไรในอนาคต ที่เหมาะสมกับความถนัดและความสามารถของเขา

2.6 มีอุดมคติสูง เป็นวัยแห่งการเรียนรู้ทฤษฎี และยังไม่เคยออกไปประสบกับสภาพความเป็นจริง จึงอาจจะละเลยมองข้ามความเป็นจริงไปบ้าง จัดเป็นพวกอุดมคตินิยม (Idealist) มากกว่ามุ่งไปในทางปฏิบัติได้จริงๆ (Pragmatist) ซึ่งบางครั้งก็ตกเป็นเครื่องมือของผู้ที่มีอำนาจ การมีอุดมคติแบบแรงกล้า จึงทำให้กล้าเสี่ยง และมีพลังผลักดันสูง ประกอบกับมีแนวโน้มจะเชื่อคนง่าย โดยไม่คิดว่ามนุษย์ในโลกนี้อาจจะมีวิธีการที่ลึกซึ้ง มีลักษณะไปในทางที่ไม่สุจริต และ อาจแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวได้ จุดอ่อนของวัยนี้คือ หากเชื่อแล้วจะเชื่ออย่างจริงจัง ในขณะที่เดียวกันก็มีความระแวงไม่เชื่ออะไรง่ายๆ นอกจากมีหลักฐานมาอ้างอิงให้เชื่อถือ ถ้าเชื่อแล้วเกิดไม่เป็นจริงอย่างที่เชื่อ จะเปลี่ยนความเชื่ออย่างรวดเร็ว เพราะเป็นวัยที่ชอบวีรบุรุษ (Hero - Warship)

2.7 ต้องการประสบการณ์ใหม่ๆ ความต้องการนี้อาจจะรุนแรง และหาความพอใจโดยทางใดทางหนึ่ง เช่น อยากรแต่งกายแปลกๆ ตามสมัยนิยม อยากรมีเพื่อนต่างเพศ เป็นต้น พอผู้ใหญ่ คัดค้าน ก็จะเกิดการซ่อนเร้นปิดบังหลอกลวง และในที่สุดจะเกิดความเสื่อมเสีย เพราะเป็นวัยที่ความรักกับความเกลียดใกล้กันมาก แต่ก็มีข้อนำสังเกตว่า วัยนี้จะมีความรู้สึกรุนแรงผิดธรรมดา เช่น พลาดหวัง หรือเพียงถูกคัดค้าน หรือดูดำไม่ทำสิ่งที่ผู้ใหญ่ไม่เห็นด้วย ก็อาจจะทำร้ายตัวเองได้เหมือนกันเพื่อเป็นการประท้วงก็ได้

จากแนวความคิดเกี่ยวกับวัยรุ่นที่กล่าวมาแล้วนั้น ทำให้ทราบว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างมาก อีกทั้งมีความต้องการต่างๆก็มากตามไปด้วย สิ่งที่วัยรุ่นจะหามาสนองความต้องการของตนนั้นมีหลากหลาย หนึ่งในนั้นก็คือ สื่อเกี่ยวกับนักร้อง ซึ่งในปัจจุบันนี้ (ในช่วงระยะเวลาที่ทำการวิจัย) มีให้เห็นปรากฏในสื่อมวลชนต่างๆมากมาย ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และการชมคอนเสิร์ต สิ่งที่สำคัญและต้องติดตามความเป็นไปอย่างเนื่องก็คือ ลักษณะของสื่อเกี่ยวกับนักร้องที่บริษัทเพลงต่างๆทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้น มีความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับวัยรุ่นได้อย่างไร และวัยรุ่นมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับสื่อเหล่านี้ในปัจจุบันนี้

4. แนวความคิดทางวิชาการเกี่ยวกับเพลง

4.1 ความหมายและองค์ประกอบของเพลง

4.1.1 ความหมายของเพลง

เพลงเป็นผลสะท้อนทางความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ทศนคติ และพฤติกรรมของมนุษย์ เพลงช่วยโน้มน้าวพฤติกรรมและทัศนคติของสมาชิกในสังคมให้ดำเนินไปตามปทัสถานของสังคม ดังเช่นพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวองค์ปัจจุบันที่ทรงดำรัสว่า “ เพลงมีอิทธิพลเข้าไปในทุกๆแห่ง สะท้อนสังคมทุกวันนี้ จึงขอให้นักร้อง นักแต่งเพลง แทรกสิ่งที่ดีงามเข้าไปในเพลง ให้เพลงเกิดประโยชน์ต่อสังคม ” (สุกัญญา บำรุงสุข : 2517)

ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 “เพลง” หมายถึง สำเนียงขับร้อง ทำนองดนตรี และ “ดนตรี” หมายถึง เสียงที่ประกอบกันเป็นทำนองเพลง เครื่องบรรเลงที่มีเสียงดัง ทำให้รู้สึกเพลิดเพลินหรือเกิดอารมณ์รัก โศก หรือรื่นรมย์ เป็นต้น ได้ตามทำนองเพลง

สำหรับ วันชัย ธนะวงน้อย (2524) ให้นิยามว่า “ดนตรี” คือ วิทยาศาสตร์และศิลปะของการรวมเสียงเข้าด้วยกันอย่างมีจังหวะจะโคน เสียงในที่นี้คือเสียงของมนุษย์และเครื่องดนตรี ด้วยการสอดแทรกท่วงทำนองและการประสานเสียง เพื่อแสดงออกถึงอารมณ์

Carl E. Seashore (อ้างใน สมโภช รอดบุญ : 2518) ศาสตราจารย์ด้านจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยไอโอวา ได้กล่าวถึงสาเหตุที่มนุษย์ชอบฟังดนตรีไว้ในหนังสือ “ WHY WE LOVE MUSIC ” ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1.ดนตรีช่วยกระตุ้นมนุษย์ได้ทั้งทางร่างกายและจิตใจ พร้อมกันก็เปรียบเสมือนกลไกที่ไปกระตุ้นระบบประสาทส่วนกลาง ซึ่งคอยควบคุมกล้ามเนื้อและหน้าที่ต่างๆตามอวัยวะภายใน รวมถึงระบบประสาทอัตโนมัติอีกด้วย

2.เสียงดนตรีทำให้รู้สึกเหมือนว่าได้อยู่ในอีกโลกหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า การปลอมแปลงทางอารมณ์ (Disguise) เนื่องจากบางครั้งมนุษย์ต้องการที่จะหลีกเลี่ยงปัญหาบางอย่างที่กีดตันอยู่ จึงพยายามหาทางออกด้วยการแสวงหา ซึ่งดนตรีช่วยได้ทางอ้อม โดยให้โอกาสแสดงถึงความรู้สึก ความต้องการที่สภาพแวดล้อมในชีวิตจริงไม่อำนวยให้ทำเช่นนั้น เป็นการช่วยรักษาสุขภาพจิตของมนุษย์ให้สมดุลย์

3.จังหวะของเพลงเป็นแหล่งที่ทำให้เกิดความน่าสนใจที่จะฟัง ไม่ว่าจะฟังจังหวะช้า เร็ว หรือกระทั่งแตกกระเทือน

4.เป็นการแสดงออกอย่างหนึ่งของอารมณ์ ซึ่งนักแต่งเพลงพยายามจะกระตุ้นออกมา ทั้งที่ต้องการจูงใจหรือเกิดจากประสบการณ์ของตนเอง เป็นสื่อภาษาทางอารมณ์ให้ผู้ฟังได้รับรู้

5.ระดับสติปัญญาที่สามารถรับรู้ เข้าใจ และเข้าถึงเพลงนั้นๆได้ด้วยอารมณ์ของผู้ฟัง

6.การที่มีผู้ใดผู้หนึ่งแนะนำเพลงให้ ไม่ว่าจะเป็นผู้ใหญ่ เพื่อน หรือสื่อมวลชน ซึ่งกระตุ้นให้สนใจว่าดนตรีหรือเพลงนั้นๆดีและไพเราะอย่างไร

วิทยา นาควัชระ (2528) ได้กล่าวถึงเพลงและดนตรีว่า “...อันที่จริงแล้ว เพลงหรือดนตรี นั้นเป็นสื่อทางศิลปะชนิดหนึ่งที่จะแสดงถึงความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ออกมาได้อย่างเหมาะสม ไพเราะ ไม่ว่าจะเห็นความงาม ความสุข ความทุกข์ ความระทมใจ หรือความประทับใจ มนุษย์จึงใช้ดนตรีและเพลงเป็นสื่อระบายความรู้สึกทางจิตใจที่ไม่สามารถจะพูดได้ตรงๆออกมา เป็นเสียงเพลง ซึ่งคนสามารถจะฟังและเข้าใจ พร้อมทั้งยอมรับได้...”

พูนพิศ อมาตยกุล (2529) ได้กล่าวถึงการฟังเพลงว่า “...การฟังเพลงก็เช่นเดียวกับ การฟังภาษาพูด ผู้ฟังเพลงแต่ละคนจะรับรู้ รับความรู้สึก เข้าใจ เกิดอารมณ์มากน้อย ดิ้นหรือลืก ไม่เท่ากันทุกคนไป ประสบการณ์ของผู้ฟังแต่ละคนจะพาให้เกิดความแตกต่างระหว่างบุคคลได้ อย่างมากมาย...”

พงษ์ชัย ไทยวรรณศรี (2529) ได้กล่าวถึงเพลงไว้ว่า “ เพลงเป็นงานทางศิลปะที่มนุษย์ได้ สร้างขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นสื่อในการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด ตลอดจนอารมณ์ต่างๆ ให้ผู้อื่นได้ทราบ เพลงจึงสามารถบันดาลให้มนุษย์เกิดความรู้สึกต่างๆกัน เช่น ความรู้สึกที่อ่อนไหว เศร้าสร้อย ร่าเริงแจ่มใส หรือคึกคะนองไปกับเสียงเพลง นอกจากนี้ เพลงยังช่วยให้มนุษย์เกิดพลัง ในทางสร้างสรรค์และช่วยผลักดันให้มีมานะที่จะต่อสู้กับอุปสรรคหรือปัญหาต่างๆที่เข้ามาแผ้วพาน ในชีวิตได้ ”

โดยสรุปแล้ว อาจกล่าวได้ว่า เพลงเป็นภาษาอย่างหนึ่งที่สามารถสื่อความคิด จินตนาการ และความรู้สึก ออกมาในรูปของถ้อยคำและเสียง ซึ่งผู้ฟังแต่ละคนสามารถจะรับรู้ได้ด้วย ความนึกคิดแตกต่างกันออกไป

4.1.2 องค์ประกอบของเพลง

เพลงเป็นงานศิลปะที่มีความละเอียดอ่อน ซึ่งถูกสร้างขึ้นโดยอาศัยองค์ประกอบ ต่างๆดังนี้คือ (พูนพิศ อมาตยกุล : 2529)

1. ผู้ประพันธ์เพลง หรือคีตกวี (Composer) เป็นผู้ที่จะถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ และจินตนาการต่างๆ ออกมาเป็นเนื้อร้องและทำนองเพลง ซึ่งผู้ประพันธ์เพลงมีความสำคัญ อย่างยิ่งในการถ่ายทอดรสนิยามให้แก่ผู้ฟัง
2. ผู้เผยแพร่ (Publisher) เป็นผู้ที่ทำหน้าที่เผยแพร่บทเพลงให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย
3. นักร้อง นักดนตรี (Performer)

4. สื่อ (Medium) ได้แก่ สื่อกลางระหว่างนักร้อง นักดนตรี และผู้ฟัง สื่ออาจได้แก่ เสียงร้องหรือเสียงดนตรี และรวมไปถึงสื่อสารมวลชนประเภทต่างๆ อาทิเช่น วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ แผ่นเสียง เครื่องบันทึกเสียง เทปคาสเซ็ท ฯลฯ ซึ่งจะช่วยในการถ่ายทอดบทเพลงไปสู่ผู้ฟัง

5. ผู้ฟัง (Listener) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง เนื่องจากถ้าไม่มีผู้ฟังก็จะมีผู้รับถ่ายทอดผลงานเพลงจากศิลปิน

องค์ประกอบที่กล่าวมาข้างต้นเป็นองค์ประกอบโดยทั่วไปของเพลง แต่ถ้าพิจารณาถึงองค์ประกอบของเพลงที่ดีจำต้องมีคุณลักษณะดังนี้คือ

1. ท่วงทำนองต้องไพเราะเสนาะหู หมายความว่า จะต้องเป็นเพลงที่แต่งมาดี มีการบรรเลงประสานเสียงที่ดี จังหวะเนื้อร้องเหมาะสมดี

2. มีความหมายดีและเป็นความหมายที่ต้องใจผู้ฟัง

3. มีนักร้อง นักดนตรีที่ดี สามารถถ่ายทอดความไพเราะของเพลงนั้นออกมาสู่โสตประสาทของผู้ฟังได้ดีและครบครัน หมายถึง การได้นักร้องเสียงดี ได้นักดนตรีที่มีฝีมือดี

4. เพลงนั้นเมื่อบรรเลงออกมาสู่ประชาชนจะต้องได้รับการฝึกซ้อม ปรับวง ปรับเสียง ต้องใช้ความสามัคคีร่วมแรงร่วมใจกันบรรเลง ต้องมีระเบียบในตัวของมันเอง กล่าวได้ว่าต้องเป็นผลงานที่เกิดจากความสามัคคีร่วมใจกันก่อให้เกิดขึ้น

5. เพลงนั้นจะต้องให้อารมณ์ สามารถรับใช้สังคมหรือบุคคลได้ เช่น เพลงปลุกใจมีพลัง สำคัญทำให้คนฟังรู้สึกคึกคัก ให้รู้สึกรักชาติบ้านเมือง หรือเพลงรัก เพลงนั้นๆให้อารมณ์รักที่ละเมียดละไม ฟังแล้วเกิดอารมณ์คล้อยตามได้

4.2 การประกอบธุรกิจเทปเพลง

ธุรกิจเทปเพลงเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อสนองความต้องการของสมาชิกของสังคมให้ได้รับความเพลิดเพลินและช่วยในการผ่อนคลายความตึงเครียดจากชีวิตประจำวัน ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเทปเพลงขึ้นอยู่กับความสามารถและความชำนาญของผู้ประกอบธุรกิจนั้นว่าสามารถที่จะวางรากฐานนโยบาย และหลักการต่างๆ ตลอดจนคำนึงงานตามแผนงานที่วางไว้ได้มากน้อยเพียงใด การประกอบธุรกิจเทปเพลงนั้นเป็นการผลิตสินค้า ซึ่งได้แก่ เทปเพลง และนำสินค้านั้นมาจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค โดยอาศัยการทำโปรโมชั่นเพื่อช่วยในการจำหน่ายดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ จะเห็นได้ว่า โดยทั่วไปแล้วผู้ประกอบธุรกิจเทปเพลงไทยสากลต่างก็มีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกันออกไปในการดำเนินงาน หากวัตถุประสงค์สำคัญในการประกอบธุรกิจเทปเพลงก็คือ (สมกมล ลิ้มปิชัย : 2532) 1. เพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุด 2. เพื่อให้ได้ส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด 3. เพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพลงใหม่ๆ ออกสู่วงการเทป วัตถุประสงค์ทั้งสามประการที่กล่าวมานี้เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้บริหารของบริษัทเทปเพลงส่วนใหญ่ได้ตั้งขึ้น และพยายามที่จะบรรลุเป้าหมายให้เป็นผลสำเร็จ จะเห็นได้ว่าในทางปฏิบัติแล้ว การแข่งขันกันภายในวงการเทปเพลงเท่าที่เป็นอยู่ในทุกวันนี้ก็เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวนั่นเอง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าบริษัทเทปเพลงใดจะเน้นวัตถุประสงค์อันใดเป็นหลัก แต่โดยส่วนใหญ่แล้วมักจะเน้นที่การให้ได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุด

การประกอบธุรกิจเทปเพลงมีลักษณะเป็นธุรกิจการค้า (Commercial Business) ที่ดำเนินกิจการโดยเอกชน ซึ่งมีทั้งลักษณะบุคคลคนเดียวเป็นเจ้าของ บริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด โดยทั่วไปแล้ว ปัจจัยที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ทุน ที่ดิน แรงงาน และผู้ประกอบการ ซึ่งในการประกอบธุรกิจเทปเพลงก็จำต้องอาศัยปัจจัยที่กล่าวมาคือ

- ทุน ได้แก่ เงินทุนที่จะช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น
- ที่ดินและทรัพยากร ได้แก่ ที่ตั้งของบริษัท และศิลปิน ซึ่งจะเป็นผู้สร้างสรรค์ผลงานเพลง
- แรงงาน ได้แก่ บุคคลที่มีความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ผลงานเพลง เช่น นักประพันธ์ทำนอง-คำร้อง นักเรียบเรียงเสียงประสาน นักดนตรี เป็นต้น
- ผู้ประกอบการ ได้แก่ กรรมการบริษัท ผู้บริหารฝ่ายต่างๆภายในบริษัท

4.3 ผลกระทบจากธุรกิจเทปเพลงต่อผู้ฟัง

เทปเพลงไทยสากล นับเป็นสินค้าอย่างหนึ่งในระบบธุรกิจการตลาดที่มีขึ้นเพื่อสนองความต้องการของสมาชิกในสังคมให้ได้รับความเพลิดเพลินใจ จะเห็นได้ว่าเพลงสามารถช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดของมนุษย์ ทั้งยังเป็นเครื่องแสดงออกถึงความรู้สึกต่างๆภายในจิตใจของมนุษย์ได้เป็นอย่างดี ในด้านผลกระทบที่มีต่อผู้ฟังเพลง อาจสรุปได้ดังนี้ (สมกมล ลิ้มปิชัย : 2536)

1. ทำให้สมาชิกในสังคมได้มีโอกาสพักผ่อนหย่อนใจและผ่อนคลายความตึงเครียดในเวลาที่ต้องการ ดังจะเห็นได้ว่า ก่อนหน้าที่จะมีธุรกิจเทปเกิดขึ้นนั้น ผู้ฟังไม่มีโอกาสที่จะฟังเพลงในเวลาที่ต้องการ เนื่องจากในสมัยนั้น การขับร้องหรือบรรเลงเพลงจะเป็นการขับร้องประกอบการเล่นละครหรือการแสดงภาพยนตร์ เมื่อผู้ฟังต้องการฟังเพลงเพื่อความเพลิดเพลินหรือผ่อนคลายอารมณ์ก็ต้องออกไปฟังตามโรงละครหรือโรงภาพยนตร์ในเวลาที่มีการแสดง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการบริโภคเพลงในสมัยนั้นผู้ฟังต้องออกไปฟังนอกบ้านร่วมกับผู้ฟังจำนวนมาก และขณะที่ฟังเพลงอยู่นั้นก็ต้องฟังด้วยความตั้งใจโดยไม่สามารถทำกิจกรรมอย่างอื่นไปด้วย

ภายหลังจากที่มีสื่อวิทยุและโทรทัศน์เกิดขึ้น การฟังเพลงของผู้ฟังก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ ผู้ฟังไม่จำเป็นต้องออกไปฟังเพลงนอกบ้านและสามารถที่จะทำกิจกรรมอื่นไปพร้อมกับฟังเพลงได้ ทว่าผู้ฟังก็ไม่สามารถเลือกฟังเพลงที่ชอบได้มากนัก เนื่องจากสถานีวิทยุกระจายเสียงยังมีไม่กี่แห่งและการฟังเพลงก็เป็นไปตามการเจตนาของนักจัดรายการวิทยุ จากจุดนี้ จะเห็นได้ว่า การฟังเพลง ไม่ว่าจะเป็นการฟังจากละคร ภาพยนตร์ หรือวิทยุ โทรทัศน์ก็ตาม ล้วนมีขีดจำกัดในเรื่องเวลาอยู่มาก ต่อมาภายหลังจากที่ได้มีการผลิตเทปคาสเซ็ทและเครื่องเล่นเทปที่มีราคาไม่แพงนัก ทำให้ผู้ฟังสามารถเลือกฟังเพลงที่ชอบได้ทุกเมื่อที่ต้องการ และสามารถทำกิจกรรมอื่นไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่าการบริโภคเพลงได้เปลี่ยนไปอีกครั้ง เนื่องจากลักษณะของการฟังเพลงจากเทปนั้น ผู้ฟังสามารถฟังในบ้านได้ทุกเวลาและมีโอกาสที่จะเลือกฟังเพลงตามความพึงพอใจ

2.ทำให้สมาชิกในสังคมมีลักษณะเป็นปัจเจกบุคคล (Individual) มากขึ้น ดังจะเห็นได้ว่าในอดีตที่ยังไม่มีเทปเพลงไทยสากลนั้น การฟังเพลงจะฟังกันเป็นกลุ่ม แต่ในปัจจุบันนับจากมีเทปเพลงเกิดขึ้น ผู้ฟังแต่ละคนจะฟังเพลงที่ตนชื่นชอบและอาจมีผลทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ด้วยกันลดน้อยลงทุกที

3.เทปเพลงไทยสากลได้ถูกผลิตออกมามากเกินไปเกินกว่าความต้องการของผู้บริโภค จะเห็นได้ว่าผู้ซื้อกลุ่มใหญ่คือกลุ่มวัยรุ่นซึ่งมักมีกำลังในการซื้อไม่มากนัก ดังนั้น เมื่อเทปเพลงได้ถูกผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก ผู้ฟังจะเลือกซื้อเฉพาะผลงานที่ชอบจริงๆเท่านั้น กำลังทางเศรษฐกิจของผู้ฟังจึงมีส่วนอย่างมากในการกำหนดปริมาณและคุณภาพของการบริโภคเทปเพลง

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

Sears และ Freedman (1967) ศึกษาเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล และพบว่ากลุ่มตัวแปรทางด้านบุคคลที่เป็นตัวทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนได้ดีที่สุด คือ ระดับการศึกษาและระดับชั้นทางสังคม ซึ่งตัวแปรหลังนี้ใช้อาชีพเป็นเครื่องชี้ได้

Robinson (1972) พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีการใช้สื่อและมีระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย กล่าวคือ กลุ่มคนที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ด้านข้อมูลสารคดี และจะเพิ่มพูนความรู้ทางด้านนี้ของตนให้มากขึ้นโดยการใช้สื่อมวลชน

Wright (1975) ได้วิเคราะห์ถึงธรรมชาติและหน้าที่บางประการของสื่อสารมวลชนว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลเหนือมนุษย์โดยสิ้นเชิง การวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารในอนาคตน่าจะต้องมีการศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวกับพันธะหน้าที่อันสำคัญของสื่อมวลชน (Functional Issue) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิจัยที่ให้ความกระจ่างเกี่ยวกับประโยชน์ และความพึงพอใจต่างๆจากการใช้สื่อมวลชน และรวมทั้งสิ่งที่น่ารำคาญของประชาชนขณะได้รับข่าวนั้นด้วย

Palmgreen และ Rayburn (1979) ได้วิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการชมโทรทัศน์ ด้านการศึกษาในรัฐเคนตักกี ด้วยการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์จากกลุ่มตัวอย่างชายหญิงรวม 526 คน โดยวัดค่าความคาดหวังจากการดูโทรทัศน์ว่า รายการโทรทัศน์จะให้การผ่อนคลายความเครียด การเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ การใช้ประโยชน์ในการเป็นสื่อสัมพันธ์ การช่วยให้ลืมปัญหาต่าง ๆ การฆ่าเวลา เป็นเพื่อนแก้เหงา และเพื่อความบันเทิง ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมมีความแตกต่างกันสูงและมีความสัมพันธ์กันในเชิงลบ คือ ความคาดหวังสูง - ความพึงพอใจต่ำ หรือความคาดหวังต่ำ - ความพึงพอใจสูง

Ronald J. Compesi (1980) ศึกษาถึงผู้ชมรายการโทรทัศน์ภาคกลางวัน โดยใช้วิธีการจัดกลุ่มของความพึงพอใจที่ได้รับเป็น 7 กลุ่มใหญ่ๆ คือ ผู้ชมที่ชมเพื่อ 1. ได้รับความบันเทิง 2. ชมเพราะเป็นนิสัย เป็นกิจวัตรอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวัน 3. ดูเพราะอยู่ในช่วงเวลาที่สะดวกจะดู 4. ดูเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางสังคม ในการติดต่อกับคนอื่น รวมทั้งการดูกับเพื่อนและการนำไปพูดคุยกับเพื่อนด้วย 5. ดูเพื่อเป็นการพักผ่อน หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหา หรือเพื่อลดความตึงเครียด 6. เพื่อหลีกเลี่ยงความเบื่อหน่าย ดูเพราะเบื่อหรือไม่มีอะไรทำ หรือไม่มีรายการที่มีค่าพอจะดูในเวลาเดียวกันนั้น 7. ดูเพื่อสำรวจความเป็นจริงหรือเพื่อหาคำแนะนำเพื่อช่วยแก้ปัญหาในชีวิตของผู้ดู หรือให้เป็นแหล่งอ้างอิงที่เป็นบุคคล ช่วยให้ผู้ดูเข้าใจชีวิตของตนเองและชีวิตคนอื่น ๆ หรือใช้สะท้อนความเป็นจริงในสังคม กลุ่มของความพึงพอใจต่าง ๆ เหล่านี้ จะช่วยเป็นตัวอย่งที่ชี้ให้เห็นว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นรายการชุดนั้น ชมรายการเหล่านั้นเพื่อตอบสนองของความพึงพอใจด้านใดบ้าง

Palmgreen , Wenner และ Rayburn (1981) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจจากการชมรายการข่าวโทรทัศน์ โดยการสุ่มตัวอย่างจากผู้ชมในเมืองเล็กซิงตัน รัฐเคนตักกี มาจำนวน 327 คน ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังจะได้รับประโยชน์ในด้านความต้องการรู้ข่าวสารทั่วไป เพื่อประกอบการตัดสินใจที่เป็นประโยชน์ เพื่อความบันเทิงเพื่อการติดต่อระหว่างบุคคลและปฏิภรียาจากสังคม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์ดังกล่าว

Galloway และ Meek (1981) ให้ความสนใจต่อคำถามว่า “ ทำไมประชาชนจึงให้ความสนใจต่อสื่อมวลชน ” ทำการวิจัยเกี่ยวกับแบบจำลองที่คาดหวังการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของผู้รับสาร (Audience Uses and Gratification : an Expectancy Model) โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักศึกษาสาขาวิชาการสื่อสารแห่งมหาวิทยาลัยแมคเคอร์ จำนวน 30 คน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ชมโทรทัศน์เพราะมีความหวังว่าจะได้รับความพึงพอใจ ซึ่งผลจากการศึกษานี้สอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ

Rubin (1981) ทำการวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อโทรทัศน์ของผู้ชมซึ่งเป็นผู้สูงอายุ พบว่าการดูรายการโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์ในทางบวก กับความตั้งใจที่จะได้รับประโยชน์ในแง่ต่างๆ จากโทรทัศน์ เช่น ผู้ที่มีความตั้งใจจะติดตามข่าวสารการเมือง จะเลือกดูรายการที่เสนอสาระมากกว่ากลุ่มอื่นๆ และยังพบความสัมพันธ์ในทางลบระหว่างผู้ที่มีความตั้งใจจะใช้สื่อฆ่าเวลากับการดูรายการข่าวทางโทรทัศน์ด้วย Rubin ยังได้สรุปไว้ในงานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งของเขาในเวลาต่อมาว่า ผลการวิเคราะห์ทางสถิติสนับสนุนสมมติฐานที่ว่า การใช้สื่อของปัจเจกชนได้รับอิทธิพลจากแรงจูงใจและความคาดหวังของเขา

Wenner (1982) ทำการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจที่แสวงหารายการโทรทัศน์ โดยทำการสุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์จากเมืองไอโอวา รัฐไอโอวา จำนวน 306 คน พบว่า ความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังจากการชมโทรทัศน์ โดยความพึงพอใจในด้านต่างๆ เช่น ได้ความรู้ ความบันเทิง ความสัมพันธ์กับครอบครัว เป็นต้น จะมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องเดียวกัน และไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องต่างกัน

Yubon Benjarongkij (1985) ได้วิจัยเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิต ความต้องการและการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ของผู้ชม เพื่อศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์จากเหตุการณ์ในชีวิต และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางจิตวิทยา ความเคยชินในการชมรายการโทรทัศน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ พบว่าเหตุการณ์ในชีวิตทั้งหมดที่เพิ่งเกิดขึ้น เป็นผลให้ความต้องการสิ่งแวดล้อมทางสังคมทั้งหลายเปลี่ยนแปลงไป และการเปลี่ยนแปลงความต้องการเช่นนี้ ยังเป็นผลให้การชมรายการโทรทัศน์ของเขาเหล่านั้นเปลี่ยนแปลงไปด้วย นั่นคือเป็นการช่วยอธิบายให้เห็นว่าเหตุการณ์ที่เกิดในชีวิตของบุคคล (Life Events) มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของการใช้สื่อโทรทัศน์ด้วย

Janet Wallacott (1986) ได้เสนอแนวคิดเรื่องการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อความบันเทิงว่าเป็นการหนี (Escape) ออกจากโลกแห่งความเป็นจริงอันเต็มไปด้วยปัญหา การแสดงเรื่องตลก (Comics) สามารถจับยึดความสนใจของผู้ชมได้

Choi และ Becker (1987) กล่าวไว้ในรายงานผลการศึกษากลับกับการใช้สื่อของ เขาว่า มี การศึกษาหลายชิ้นที่ผ่านมา ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การศึกษามีผลในทางบวกต่อการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ และมีผลทางลบต่อการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ นั่นคือ คนยิ่งมีการศึกษาสูงจะยิ่งอ่านหนังสือมาก และ ยิ่งมีการศึกษาดำก็จะยิ่งดูโทรทัศน์หรือฟังวิทยุมาก

Ruotolo (1988) ศึกษาเกี่ยวกับผู้อ่านหนังสือพิมพ์ โดยวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มุ่งใจใน การอ่านหนังสือพิมพ์จากทฤษฎีจิตวิทยา โดยได้แบ่งแรงจูงใจในการอ่านออกเป็น 15 ชนิด ได้แก่

1. เพื่อความสนุกสนาน (Enjoyment)
2. เพื่อฆ่าเวลา (Pastime)
3. เพื่อมีส่วนร่วมและควบคุม สิ่งแวดล้อมรอบตัวเรา (Participation in and control of the environment)
4. เพื่อหลีกเลี่ยง (Escape)
5. ต้องการเพื่อน (Companionship)
6. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement)
7. เพื่อพักผ่อน (Relaxation)
8. ศึกษาพฤติกรรมใหม่ๆ (Learning of new behaviors)
9. เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับตนเอง และสิ่งแวดล้อม (Learning about self and the environment)
10. เพื่อได้รับคำแนะนำ (Guidance)
11. เพื่อปฏิสัมพันธ์ในสังคม (Social Interaction)
12. เพื่อเปรียบเทียบทางสังคม (Social comparison)
13. ติดต่อกับสังคม (Social connections)
14. ยืนยันทัศนคติ (Attitudinal confirmation)
15. เป็นอุปนิสัยหรือความเคยชิน (Habit)

Austin S. Babrow (1989) วิเคราะห์พฤติกรรมนักเรียนที่ติดตามดูละครโทรทัศน์โดยอิง ทฤษฎีความคาดหวังทัศนคติ (Expectancy - Value) เนื่องจากละครเป็นรายการที่ได้รับความนิยม สูงสุดในช่วงเวลาออกอากาศตอนกลางวัน และดูเหมือนว่านักเรียนจะเป็นกลุ่มผู้ชมที่สำคัญ เหตุผลที่อธิบายว่าความต้องการเรียนรู้และการนำเอาละครโทรทัศน์มาตอบสนองความเพ้อฝันนั้น เป็นทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ของนักเรียนน้อยมาก ในขณะที่ความ สนุกสนานบันเทิงที่ผู้ชมมีส่วนร่วมและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เป็นความคาดหวังที่มีอิทธิพล ต่อระดับการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยในเรื่องการรับรู้ และปัจจัยด้านอารมณ์ ความรู้สึก เป็นตัวการที่แทรกแซงผลของทัศนคติที่ผู้วิจัยคาดหวังไว้ ผลพลอยได้จากการวิเคราะห์ ตามทฤษฎีความคาดหวังทัศนคติพบว่า แนวความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Self - concept) เป็นปัจจัย สำคัญอีกประการหนึ่งที่กำหนดระดับการชมละครโทรทัศน์ของนักเรียน

Levey (อ้างใน กมลวรรณ โลหีสิวานนท์ : 2534) ได้ทำการศึกษาถึงสาเหตุของการชมข่าวโทรทัศน์พบว่า 75 % ของผู้ตอบคำถามให้เหตุผลในการชมข่าวโทรทัศน์ว่า ต้องการติดตามเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน เพื่อเป็นข้อมูลในการสนับสนุนความคิดของตน เพื่อความตื่นตัว และเพื่อความบันเทิงผ่อนคลาย เนื้อหาของข่าวที่ผู้ชมให้ความสนใจ คือ ข่าวเศรษฐกิจ และวิธีการของผู้บริโภคที่ชาญฉลาด เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด เช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวอุบัติเหตุ

มนต์ชัย นินนาทนนท์ (2526) ศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเยาวชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เยาวชนชายหญิงจะชมโทรทัศน์ทุกวัน วันละ 1 - 2 ชั่วโมง เยาวชนชายชอบดูภาพยนตร์การ์ตูนมากที่สุด ในขณะที่เยาวชนหญิงชอบดูรายการละครสำหรับเด็กมากที่สุด ส่วนมากเยาวชนจะเลียนแบบจากละครโทรทัศน์ในเรื่องคำพูดและท่าทาง

ชนิดา พลศรี (2530) ทำการวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ซึ่งเป็นการศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อพิเศษ โดยศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของเยาวชนที่ได้รับจากการเข้าชมนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ใช้กลุ่มตัวอย่าง 440 คน โดยการใช้แบบสอบถาม สุ่มเก็บจากเยาวชนที่เข้าชม วัดค่าความคาดหวังประโยชน์ พฤติกรรมการชมนิทรรศการ และความพึงพอใจที่ได้รับ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ในด้านความคาดหวังประโยชน์โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ คือ ต้องการมีความรู้รอบตัวกว้างขวางขึ้น ต้องการเป็นคนรู้จักใช้ความคิดอย่างมีเหตุผล ต้องการดูความแปลกใหม่และสิ่งที่น่าสนใจ และต้องการได้รับความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ ซึ่งอาจนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันได้ ส่วนทางด้านความพึงพอใจที่ได้รับ เยาวชนส่วนมากได้รับความพึงพอใจตามลำดับดังนี้ คือ มีความรู้กว้างขวางขึ้น ได้ดูความแปลกใหม่และสิ่งที่น่าสนใจ เข้าใจวิชาที่เรียนในห้องเรียนได้ดีขึ้น เป็นคนรู้จักใช้ความคิดอย่างมีเหตุผล และได้รับความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ ซึ่งอาจนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันได้

จรัสศรี หาญสมวงศ์ (2533) ทำการศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสาร ที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ คลื่นพิเศษ F.M. SCA โดยมีการจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา สุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่ใช้บริการรถประจำทางของ ขสมก. เป็นประจำ

จำนวน 200 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารชายและหญิง มีความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งเหมือนกับอาชีพ รายได้ และอายุที่แตกต่างกัน ก็มีความคาดหวังและความพึงพอใจไม่แตกต่างกันด้วย สำหรับในกลุ่มผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับที่ต่างกัน

วันทนีย์ แสนภักดี (2533) ศึกษาความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน และความต้องการทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา โดยศึกษาความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการรับรู้ทางการเมืองจากสื่อมวลชน ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของนักศึกษา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา จำนวน 601 คน ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรต่อไปนี้มีความสัมพันธ์กัน

- 1.เพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนในด้านความสนใจขณะเปิดรับสื่อ
- 2.ความต้องการรับรู้ทางการเมืองกับความคาดหวัง
- 3.ความต้องการรับรู้ทางการเมืองกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ
- 4.ความต้องการรับรู้ทางการเมืองกับความพึงพอใจ
- 5.พฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับความพึงพอใจ

วัชรียา อานามวัฒน์ (2533) ทำการวิจัยถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความต้องการ โดยศึกษาเฉพาะรายการธรรมะพระพยอม กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 545 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครชมรายการธรรมะพระพยอมเพื่อประโยชน์และเพื่อตอบสนองความต้องการดังต่อไปนี้ คือ เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication) เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) เพื่อความบันเทิง (Entertainment) และการผ่อนคลายอารมณ์ (Emotional Release) โดยผู้วิจัยได้ให้ข้อคิดเห็นว่า รายการธรรมะพระพยอม สามารถตอบสนองความต้องการในเรื่องของความบันเทิงและการผ่อนคลายอารมณ์ได้ ซึ่งหน้าที่นี้เป็นจุดที่สำคัญมากในแง่ของผู้รับสาร โดยเฉพาะผู้รับสารที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นและวัยเด็ก เพราะในช่วงวัยทั้งสองนี้ การเปิดรับข่าวสารจะมุ่งประเด็นในเรื่องของความบันเทิงเป็นหลัก

นฤมล มั่งคณกุล (2533) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และ ประชากร กับความต้องการและความพึงพอใจในข่าวสารการเมือง ของประชาชนในเขตอำเภอ ดำเนินสะดวก ผลการวิจัยปรากฏว่า อาชีพและความต้องการข่าวสารทางการเมืองมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจในข่าวสารการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ชิป จิตนิยม (2534) ได้ทำการศึกษาความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และ ความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของ บริษัทอินเตอร์เนชั่นแนลบรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (IBC) โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษา พฤติกรรมการรับชมรายการของสมาชิก IBC ที่มีต่อรายการต่างๆ ความสัมพันธ์ระหว่างการ คาดหวังผลตอบแทน ความพึงพอใจที่ได้รับจากการรับชม กับพฤติกรรมการรับชมรายการของ IBC รวมทั้งศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรที่มีความสำคัญ และการจัดลำดับของตัวแปรต่างๆที่มีผลต่อ การรับชมรายการ ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 213 คน ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลสำคัญในการตัดสินใจ เป็นสมาชิกหรือติดตามรับชมรายการคือ เห็นว่ามีรายการที่น่าสนใจให้เลือกชมมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เสริมโอกาสรับข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ และเพื่อโทรทัศน์ปกติ และจากการทดสอบ สมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษาเป็นคุณลักษณะทางประชากรและสังคมเพียงตัวแปรเดียวที่มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการ นั่นคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง มีแนวโน้มที่จะ รับชมรายการของ IBC มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่า และยังพบอีกว่าการคาดหวัง ผลตอบแทน และความพึงพอใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการของ IBC เมื่อ ทำการวิเคราะห์การจัดลำดับของปัจจัยทางด้านคุณลักษณะทางประชากรและสังคมแล้วพบว่า ระดับการศึกษาเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด ส่วนปัจจัยทางด้านองค์ประกอบของการคาดหวัง ผลตอบแทนความพึงพอใจนั้นพบว่าความพึงพอใจเพื่อการนำข่าวสารไปสนทนากับบุคคลอื่น เป็น ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการทำนายพฤติกรรมการรับชมรายการของ IBC

อุษา จันทรประภาศ (2534) ได้ทำการศึกษา การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟัง รายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี โดยมี จุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟัง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ใน การวิจัยมีจำนวน 301 คน ผลการวิจัยพบว่าผู้ฟังมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในระดับมาก เฉพาะเรื่องที่เป็นเนื้อหาสาระของรายการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

1. หลักการที่เป็นรายการของประชาชน
2. ความรู้
3. ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานอาชีพและ

การดำเนินชีวิตประจำวัน 4. รายการที่เป็นกระบอกเสียงแทนประชาชน 5. วิธีการแก้ปัญหาต่างๆ 6. ข่าวสาร และ 7. ข้อมูลเพื่อใช้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น

ไสลทิพย์ จารุภูมิ (2535) ศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ของกลุ่มแม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานครที่ติดตามดูละครหลังข่าวภาค 20.00 น. เป็นเวลาอย่างต่ำ 5 ปีขึ้นไป จำนวน 30 คน ผลวิจัยสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจมากที่จะดูละครโทรทัศน์มีการวิพากษ์วิจารณ์บทบาทการแสดงของตัวละคร หรือเนื้อเรื่องในขณะที่อยู่และได้นำละครไปใช้อรรถประโยชน์ทางสังคม โดยนำไปเป็นประเด็นสนทนา และเป็นสื่อกลางในการเข้าร่วมกลุ่มความพึงพอใจหลักที่ได้รับจากละครโทรทัศน์คือ ความสนุกสนานเพลิดเพลินจากเนื้อเรื่อง ดาราฉาก และเครื่องแต่งกาย การผ่อนคลาย หรือหลีกเลี่ยงจากความเครียดในปัญหาชีวิตประจำวัน การสำรวจความเป็นจริง การได้รับคำแนะนำ

สุภาพงศ์ ระววยทรง (2535) ทำการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ และทัศนคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีการอ่านข่าวต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์ต่างกัน โดยเพศชายมีแนวโน้มอ่านข่าวต่างประเทศมากกว่าเพศหญิง และทำการวิเคราะห์ว่าเพศมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเปิดรับสื่อมวลชน

ชนิษฐา เบญจาทิกุล (2535) งานวิจัยเรื่อง ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสารคดี "หนึ่งในร้อย" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะทางประชากร ทัศนคติต่อรายการ และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสิ่งที่ได้รับชม สาเหตุของการไม่ชมรายการ ตลอดจนศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรและทัศนคติ กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่งทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่ชมรายการส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อรายการ และเห็นด้วยในการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่ได้รับชม และจากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสิ่งที่ได้รับชม

ภทณิดา พันธุมเสน (2536) ได้ทำการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของนักเรียนในโรงเรียนสตรีรัตนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาลักษณะพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชน ที่สนองต่อความต้องการจำเป็นของนักเรียนโรงเรียนสตรีรัตนบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนโรงเรียนสตรีรัตนบุรีที่มีการเปิดรับสื่อมวลชนในปริมาณที่สูง มีการเปิดรับสื่อมวลชนจำนวน 10 สื่อ สื่อที่เปิดรับมากคือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือการ์ตูน เทปเพลง เป็นต้น เนื้อหาที่เปิดรับ อันดับ 1 ประเภทบันเทิง อันดับ 2 ประเภทข่าว และอันดับสุดท้ายคือประเภทความรู้ และในการเปิดรับสื่อมวลชนของนักเรียนได้สนองต่อความจำเป็น 4 ประการ โดยสนองความต้องการด้านอารมณ์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ความต้องการสร้างความมั่นใจ และสถานภาพของนักเรียน อันดับ 3 คือ ความต้องการข่าวสารความรู้ อันดับ 4 คือ ความต้องการหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ ซึ่งความต้องการทั้ง 4 ข้อนี้ เกิดจากความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของนักเรียน

สิริพร จิตรภักษ์ธรรม (2536) ทำการศึกษาการเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารด้านธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก พบว่า ระดับอายุที่แตกต่างกันทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์ด้านธุรกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ชูศักดิ์ รongสวัสดิ์ (2537) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและเนื้อหาของรายการมองต่างมุม กับทัศนคติ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการมองต่างมุม ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมชมรายการมองต่างมุม จะมีพฤติกรรมเจาะจงในการแสวงหาข่าวสาร และการใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการในการรับรู้เหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวของข่าวสารต่างๆ รวมทั้งต้องการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ในการเสริมความคิด และตัดสินใจในข้อมูลข่าวสารที่สนใจนั้นๆ สำหรับทัศนคติต่อรายการมองต่างมุม พบว่า คุณลักษณะของประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรายการมองต่างมุม ยกเว้นเพศและอาชีพ

อรพินท์ ศักดิ์เอี่ยม (2537) ได้ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่เด็กได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่เด็กได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก รวมทั้งสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่เด็กต้องการ

ผลการวิจัยพบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่เปิดรับชมมาก 3 อันดับแรก คือ รายการประเภท การ์ตูน เหตุผลที่ทำให้เด็กเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมากที่สุดคือ ทำให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน ส่วนด้านการใช้ประโยชน์พบว่า เด็กนำสิ่งที่ได้จากการชมรายการโทรทัศน์ ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ในระดับปานกลาง โดยนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการพัฒนาสติปัญญา และความสามารถพื้นฐานมากที่สุด

พิมลพรรณ สุทธิวงศ์ (2537) ศึกษาวิจัยถึงการรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชน การรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน จิตสำนึก และการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการรับทราบข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน

5.2 งานวิจัยเกี่ยวกับเพลง

นุชนาฏ งามสมภพ (2529) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาความคิดเห็นของนิสิตนักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานครต่อเพลงไทยสากล” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคเพลงไทยสากล ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อเพลงไทยสากล ผลการศึกษา ผู้วิจัยพบว่าเพลงไทยสากลชุดที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้ผลิตจะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลงานเป็นอันดับแรก ด้วยการสร้างผลงานเพลงที่ให้แนวความคิดสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ฟังเพลงในปัจจุบันให้ความสนใจกับแนวดนตรีและความสามารถของนักดนตรีมากขึ้น จนกระทั่งแนวดนตรีได้กลายมาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่นิสิตนักศึกษาได้ใช้ในการพิจารณาเพื่อเลือกซื้อ และการส่งเสริมการจำหน่ายยังคงเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งปัจจัยหนึ่งในการจำหน่ายเพลงไทยสากล

พัชรिता วัฒนา (2535) ได้ศึกษาถึงวิวัฒนาการของศิลปินเพลงไทยสากลและวิถีทางในการสร้างความมีชื่อเสียงของศิลปินเพลงไทยสากล รวมถึงบทบาทของสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความมีชื่อเสียงให้แก่ศิลปินเพลงไทยสากลจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบของเพลงและแนวทางในการนำเสนอของตัวศิลปินเพลงไทยสากลนั้น มีวิวัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปตามอิทธิพลทางดนตรีของชาติตะวันตก นอกจากนี้ยังถูกกำหนดโดยตลาดผู้บริโภค

เทพเพลง ที่ในอดีตเป็นกลุ่มผู้ใหญ่มากเป็นกลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบัน ส่วนการสร้างควมมีชื่อเสียงนั้น ในอดีตศิลปินเพลงไทยสากลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับ ยังคงอยู่ในวงแคบ เนื่องจากช่องทางในการเผยแพร่ยังมีอยู่ค่อนข้างจำกัด เพราะสื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญคงมีอยู่เพียงแค่อำนาจกระจายเสียง ที่ควบคุมโดยหน่วยงานของรัฐเท่านั้น ส่วนตัวศิลปินเองจะมีชื่อเสียงได้ก็ด้วยคุณภาพของผลงานเพลงและเสียงร้องเป็นสำคัญ จนกระทั่งมีระบบธุรกิจเทพเพลงไทยสากลเกิดขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา มีผลทำให้ลักษณะการสร้างควมมีชื่อเสียงของศิลปินเพลงไทยสากลเปลี่ยนไป โดยค่ายเทพได้นำเอาระบบการส่งเสริมการจำหน่ายมาเป็นกลยุทธ์สำคัญ เน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากภาพลักษณ์และผลงานเพลง โดยมีสื่อมวลชนทุกประเภทเป็นช่องทางในการเผยแพร่ สร้างความสนใจ และกระตุ้นเร้าความรู้สึกของผู้ฟัง ให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อดวงศิลปินเพลง อันจะส่งผลให้ศิลปินเพลงไทยสากลได้เป็นที่รู้จัก ได้รับความนิยมน้อย่างแพร่หลาย และกลายเป็นผู้มีชื่อเสียงขึ้นมาได้

สุทธาสินี เกียรติไพบูลย์ (2533) ได้ศึกษาถึงประวัติความเป็นมา วิวัฒนาการ และความเปลี่ยนแปลงของบทเพลงเพื่อชีวิต จากการเป็นบทเพลงเฉพาะกลุ่มของนิสิตนักศึกษา ปัญญาชน หัวก้าวหน้า มาสู่การเป็นบทเพลงสมัยนิยมของคนจำนวนมากที่เรียกว่า “มวลชน” ทั้งนี้ โดยมีสมมติฐาน 2 ข้อ คือ 1. การปรับเปลี่ยนทางด้านเนื้อหา รูปแบบ ภาพพจน์ และกลุ่มผู้ฟังของบทเพลงเพื่อชีวิต มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงสู่การเป็นบทเพลงสมัยนิยม 2. ปัจจัยทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม มีส่วนสัมพันธ์กับการที่ทำให้บทเพลงเพื่อชีวิตปรับเปลี่ยนสู่การเป็นบทเพลงสมัยนิยม ผลการวิจัยพบว่า การที่บทเพลงเพื่อชีวิตของไทยเปลี่ยนแปลงจากการเป็นบทเพลงเฉพาะกลุ่มมาสู่การเป็นบทเพลงที่ได้รับความนิยมจากมวลชนนั้น ปัจจัยที่สำคัญที่สุดก็คือการปรับเปลี่ยนตนเองของบทเพลงเพื่อชีวิตในด้านของเนื้อหา รูปแบบ ภาพพจน์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดหรือกลุ่มผู้ฟังที่ได้เปลี่ยนแปลงไปในยุคสมัยที่วงการเพลงไทยได้เข้าสู่ระบบธุรกิจเทพเพลง ซึ่งส่งผลให้บทเพลงกลายเป็นสินค้าอย่างหนึ่งในท้องตลาดที่ต้องมีการแข่งขันกันในการขาย นอกจากนี้ ปัจจัยทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ก็มีผลสำคัญเช่นกัน ที่ทำให้บทเพลงเพื่อชีวิตต้องปรับและเปลี่ยนตามเหตุการณ์และสภาพแวดล้อม ด้วยเหตุทั้ง 2 ประการนี้ บทเพลงเพื่อชีวิตจึงได้เปลี่ยนแปลงตนเองจนกลายเป็นบทเพลงสมัยนิยมที่ได้รับความนิยมจากคนจำนวนมากในที่สุด

← สำอางค์ ผลไม้ (2533) ได้ศึกษาถึงการสื่อสารการตลาด และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการซื้อเทปเพลงไทยสากลของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สภาพการดำเนินการสื่อสารการตลาดเทปเพลงไทยสากลในปัจจุบัน เน้นที่การสร้างสรรคส์สารเพื่อการสื่อสารการตลาดของ “สินค้า” โดยเน้นที่ความแปลกใหม่ของแนวความคิดรูปแบบของศิลปินเป็นหลักสำหรับแนวโน้มในอนาคต เนื้อหาสาระของเพลง ภาพที่นำเสนอยังคงเหมือนกับที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน แต่จะเน้นที่การพัฒนาความสามารถในการร้องเพลงของศิลปินมากยิ่งขึ้น และจะมีการแข่งขันกันนำเทคนิคพิเศษใหม่ๆเข้ามาใช้ในการผลิตสารเพื่อการสื่อสารการตลาดของ “การส่งเสริมการจำหน่าย” นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดของเทปเพลงไทยสากล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการซื้อเทปเพลงไทยสากลของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร และการสื่อสารการตลาดของ “สินค้า” สามารถอธิบายพฤติกรรมการซื้อเทปเพลงไทยสากลของเยาวชนในกรุงเทพมหานครได้ดีที่สุด

5.3 งานวิจัยเกี่ยวกับวัยรุ่น

James Lull (1985) ได้ศึกษาการใช้สื่อของเด็กวัยรุ่น พบว่า ในช่วงของการผ่านเข้าสู่วัยรุ่น เด็กหนุ่มสาวจำนวนมากเริ่มรู้สึกว่า สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่พวกเขาเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์อยู่นั้นเป็นสิ่งที่ซ้ำซากจำเจ และเต็มไปด้วยการคาดหวังที่ไร้เหตุผล เด็กวัยรุ่นมีความต้องการที่จะได้เรียนรู้ประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้นและแตกต่างไปจากวิถีชีวิตแบบเดิม พวกเขาต้องการค้นหาจุดยืนของตัวเอง และสร้างโลกส่วนตัวให้กับตัวเอง การเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการใช้สื่อของเด็กวัยรุ่นเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงสิ่งเหล่านี้อย่างชัดเจน เมื่อเข้าสู่วัยรุ่นเด็กหนุ่มสาวจะเริ่มลดการติดต่อสื่อสารกับพ่อแม่ลง ในขณะที่เพิ่มความสัมพันธ์กับเพื่อนฝูง หรือใช้เวลากับสังคมภายนอกบ้านมากขึ้น บทบาทการสังคมประภิตของครอบครัวจะลดน้อยลงกว่าวัยเด็ก เด็กหนุ่มสาวซึ่งต้องการความเป็นอิสระจากครอบครัวจะเปลี่ยนแปลงกิจวัตรประจำวันที่เคยทำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจวัตรที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว การชมโทรทัศน์ซึ่งถือเป็นกิจกรรมที่นำคนในครอบครัวมาอยู่ร่วมกัน และแบ่งปันประสบการณ์การณ์ร่วมกัน ก็จะไม่ใช่อะไรที่น่าสนใจอีกต่อไป แต่เด็กจะหันไปหาสิ่งอื่นที่น่าสนใจกว่า เช่น กลุ่มเพื่อนและสื่ออื่นๆ อันได้แก่ วิทยุ ภาพยนตร์ รวมทั้งสื่อเกี่ยวกับดนตรีหรือเพลงต่างๆ นอกจากนั้น แทนที่เด็กวัยรุ่นจะใช้เวลาในการชมรายการโทรทัศน์ร่วมกับพ่อแม่ผู้ปกครอง เด็กจะใช้เวลาชมโทรทัศน์กับพี่น้องหรือชมเพียงคนเดียวมากกว่า

M.W. Riley และ J.W. Riley พบว่า กลุ่มเพื่อนมีผลต่อการใช้สื่อของเด็ก เด็กที่เข้ากับกลุ่มเพื่อนไม่ได้จะนิยมเปิดรับเนื้อหาที่มีความรุนแรง ในขณะที่เด็กวัยเดียวกันเลิกสนใจเนื้อหาประเภทนี้ไปแล้ว การเปิดรับเนื้อหาดังกล่าวทำให้เด็กสามารถสร้างโลกแห่งความฝันซึ่งแตกต่างไปจากความเป็นจริง ซึ่งมีมาตรฐานในการวางตัวสูงเกินไป และกลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อการใช้สื่อในด้านดนตรีและภาพยนตร์เท่านั้น ไม่รวมไปถึงการชมโทรทัศน์ นอกจากนี้ Johnstone (1974) ได้พบว่า เด็กวัยรุ่นที่มีความถนัดในการชมโทรทัศน์สูงสุดในกลุ่มตัวอย่างของเขา เป็นเด็กที่เข้ากับเพื่อนฝูงคนอื่น ๆ ไม่ใคร่จะได้

งานวิจัยของ Himmelweit , Oppenheim และ Vince (1958) กับงานของ Schramm , Lyle และ Parker (1961) ซึ่งศึกษาเปรียบเทียบการใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ของเด็กกับการใช้สื่ออื่นๆ และกิจกรรมอื่นๆ พบว่าจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อย่างคงที่ จนกระทั่งเด็กอายุถึงระดับหนึ่ง การรับชมจะลดลง พร้อมกับการเข้ามาแทนที่ของสิ่งพิมพ์และวิทยุ Himmelweit พบว่า เด็กจะต้องการรับชมในสิ่งที่ตนสามารถจะเข้าใจได้ ซึ่งได้แก่ เรื่องที่ตรงไปตรงมาไม่สลับซับซ้อน เช่น การ์ตูน เรื่องเกี่ยวกับสัตว์ หนังสือการ์ตูน ในขณะที่วัยรุ่นต้องการจะเรียนรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และชีวิตแบบผู้ใหญ่ โดยวัยรุ่นจะนิยมเนื้อหาที่มีความหลากหลาย เนื้อหาที่ค่อนข้างซับซ้อน เช่น เรื่องอาชญากรรม รายการเพลง วัยรุ่นจะให้ความสนใจต่อการรับชมโทรทัศน์ค่อนข้างน้อย เพราะไม่ตรงกับความต้องการทางสังคมที่ผันแปรไป อย่างไรก็ตาม อายุก็ไม่ใช่ว่าตัวแปรอันเดียวที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้สื่อ ตัวแปรอื่นๆ เช่น สังคม ครอบครัว ตัวบุคคล รวมทั้งความต้องการส่วนตัวที่จะได้รับความพึงพอใจก็มีความสำคัญไม่น้อย Himmelweit ยังได้กล่าวไว้อีกด้วยว่า โทรทัศน์เป็นเครื่องช่วยเวลาอย่างดีสำหรับเด็ก จากการดูโทรทัศน์เด็กจะได้รับความรู้สึกตื่นเต้น ความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย ความสงสัยใคร่รู้ ความรู้สึกหลุดพ้นจากโลกภายนอก และบุคลิกภาพบางอย่างจากโทรทัศน์ ซึ่งคล้ายกับข้อสรุปของ Schramm ซึ่งกล่าวว่า เด็กวัยรุ่นใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อลดความเบื่อหน่ายในชีวิต เพื่อความบันเทิง และบางส่วนใช้เพื่อความรู้ตลอดจนใช้เป็นเครื่องมือทางสังคม

ในการวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อทางด้านดนตรีของเด็กวัยรุ่นของ (Rosengren , Wenner และ Palmgreen : 1985) ที่ใช้กลุ่มเด็กสาววัยรุ่นในสวีเดนเป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เด็กสาวที่มีผลการเรียนอยู่ในระดับต่ำจะติดเพื่อนและติดเพลงป๊อปมาก ซึ่งผู้วิจัยกล่าวว่าสิ่งเหล่านี้ทำให้เด็กรู้สึกหลุดพ้นจากโลกของการเรียนและพ่อแม่ผู้ปกครอง Larson และ Kubey (1983) พบว่า เมื่อ

เปรียบเทียบการฟังดนตรี กับการชมโทรทัศน์ การฟังดนตรีจะทำให้เด็กวัยรุ่นรู้สึกว่าได้ปลดปล่อยอารมณ์ มีอิสระตลอดจนรู้สึกตื่นเต้นมากกว่า และวัยรุ่นส่วนใหญ่จะชอบความรู้สึก “หลุดพ้นจากการควบคุม” นี้มาก Gantz (1978) กล่าวว่า ความพึงพอใจที่เด็กวัยรุ่นหวังว่าจะได้รับจากการใช้สื่อในด้านดนตรีหรือการฟังเพลง ก็คือ ความรู้สึกว่าได้พักผ่อน ความสุข และความตื่นเต้น นอกจากนี้ยังพบว่า เด็กวัยรุ่นใช้สื่อเกี่ยวกับดนตรีเพื่อวัตถุประสงค์หลายประการ ซึ่งได้แก่ สร้างความตื่นเต้นสนุกสนาน ใช้เป็นเพื่อน สร้างภาพพจน์ของตนเองต่อคนอื่น ๆ เรียกร้องความสนใจ แยกตัวออกจากพ่อแม่ ให้ความรู้สึกปลอดภัยในสภาพแวดล้อมที่แปลกถิ่น หนีจากความจริง สร้างอารมณ์บางอย่าง กลบเสียงคลื่น สร้างมโนภาพ หนีจากสังคมภายนอกที่ไม่พึงปรารถนา ชั่วเวลา พักผ่อน เพื่อการเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อนและใช้เป็นหัวข้อสนทนา

ประมะ สตะเวทิน (2531) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้าน สังคม และเศรษฐกิจการดูโทรทัศน์และทัศนคติของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร พบว่าวัยรุ่นทุกคนมีโอกาสดูโทรทัศน์ รายการที่วัยรุ่นชอบดูมากที่สุดได้แก่ ข่าว ภาพยนตร์เกมส์ต่าง ๆ ดนตรีและเพลง กีฬา ตามลำดับ ส่วนใหญ่ดูกับสมาชิกในครอบครัว

จากการศึกษาของ วรณา จุรีรัตน์สิริกุล (2531) ที่ให้เห็นว่าลักษณะการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์นั้น ผู้ที่มีอายุน้อยคือเด็กหรือเยาวชนจะรับชมรายการบันเทิงมากกว่ารายการที่มีการเสนอข่าวสารความรู้ รายการบันเทิงที่เยาวชนรับชมประกอบด้วยรายการ กีฬา ดนตรี และละคร

นิสิตคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (อ่างโน นิสิตนักศึกษา : 2530) ได้ศึกษาเรื่องนิสิตจุฬายา 1 กับดีสโก้ พบว่า นิสิตเสียค่าใช้จ่ายในการเที่ยวดีสโก้ ดังนี้ ร้อยละ 42.6 ของนิสิตจะเสียค่าใช้จ่ายครั้งละ 100-200 บาท และร้อยละ 25.2 ของนิสิตจะเสียค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท และร้อยละ 14.7 ของนิสิตจะเสียค่าใช้จ่ายไม่เกิน 100 บาทต่อ 1 ครั้ง ที่เหลือเสียค่าใช้จ่ายมากกว่า 300 บาท เหตุผลที่ไปเที่ยวดีสโก้ ได้แก่ ร้อยละ 35.6 ตามเพื่อนไป ร้อยละ 34.8 ไปเพื่อหาประสบการณ์ ร้อยละ 30.4 ไปพักผ่อน นอกนั้นตอบว่าไปเพื่อออกกำลังกาย ไปชมรายการพิเศษที่จัดขึ้น และตั้งใจไปเดินราโดยเฉพาะ

◀ มนต์ชัย นินนาทนนท์ (2529) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของสถานเริงรมย์ที่มีต่อเยาวชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า

1.นักเรียนชาย / หญิงที่มาจากครอบครัวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจแตกต่างกัน มีความสนใจในการใช้บริการสถานเริงรมย์อยู่ในระดับปานกลาง

2.ความถี่ของการใช้บริการสถานเริงรมย์ของนักเรียนชาย / หญิงที่มาจากครอบครัวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจแตกต่างกัน จะไปเที่ยวสถานเริงรมย์นานๆครั้ง และมักไปกับเพื่อนเพศเดียวกัน จะไปเที่ยววันหยุดราชการและวันเสาร์-อาทิตย์

3.นักเรียนชายชอบไปเที่ยวดิสโก้เทคมากที่สุด ส่วนนักเรียนหญิงชอบไปดูภาพยนตร์มากที่สุด สำหรับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวสถานเริงรมย์ พบว่านักเรียนชาย / หญิงในโรงเรียนอาชีวศึกษาที่มีฐานะแตกต่างกัน จะใช้เงินเพียงครั้งละ 100 บาท ส่วนนักเรียนชาย / หญิงในโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายใช้ครั้งละ 50 บาท

4.เหตุผลที่นักเรียนสนใจไปเที่ยวสถานเริงรมย์ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า ไปเพราะต้องการคลายความตึงเครียด เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อศึกษาหาความรู้ไปในตัว ไปเพราะเพื่อนชวน และเหตุผลอื่นๆ ได้แก่ เพื่อสร้างจินตนาการ สร้างความคิดสร้างสรรค์ ไปเพราะชอบและตรงกับรสนิยมของตน ต้องการปรับตัวให้ทันสมัย และเป็นการเลียนแบบแฟชั่น

5.ประโยชน์และโทษของการไปใช้บริการสถานเริงรมย์ นักเรียนทั้งชายหญิงมีความเห็นว่ามีประโยชน์มากกว่าโทษ เพราะทำให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน คลายความเครียด มีอิทธิพลในด้านการเลียนแบบต่างๆ การแต่งกาย ทรงผม ท่าทาง เป็นการช่วยปรับบุคลิกภาพให้ดีขึ้น และยังทำให้ตนมีรสนิยมดีขึ้น ทันสมัยมากขึ้น

◀ นักศึกษาคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2524) ได้ศึกษาพฤติกรรมการชมคอนเสิร์ตของวัยรุ่นต่อรายการของไนท์สปอต พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการชมคอนเสิร์ต ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรสนิยมและความต้องการ และอายุของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับการชมคอนเสิร์ตโดยผู้ที่มีอายุ 26 ปีขึ้นไปจะมีความสนใจน้อย

น้อยนภา สีนรูปดี (2512) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของดิสโก้เทคที่มีต่อเยาวชนวัยรุ่น โดยศึกษาในตัวอย่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในโรงเรียนสังกัดกองการมัธยม กรมสามัญศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่ผลักดันให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นสนใจและใช้บริการของสถานบริการดิสโก้เทค ได้แก่ปัจจัยทางด้านครอบครัว กล่าวคือการที่บิดามารดาหรือ

ผู้ปกครองขาดความเอาใจใส่ มีภารกิจมากเกินไป มีความขัดแย้งต่อกัน หรือรักลูกไม่เท่ากัน ไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของบุตรหลาน เป็นเหตุหนึ่งที่ทำให้เด็กวัยรุ่น หาทงออกไปเที่ยวเตร่ นอกบ้าน มีการคบเพื่อนและชักจูงไปเที่ยวสถานดีสโก้เรค นอกจากนี้ยังมีปัจจัยทางด้านสถาน ดีสโก้เรค ได้แก่ ระบบแสงสีเสียง การโฆษณา การจัดกิจกรรมต่างๆ สภาพแวดล้อม ตลอดจน บรรยากาศและการตกแต่งภายในของสถานดีสโก้เรค มีส่วนผลักดันให้สนใจหรือใช้บริการของ สถานดีสโก้เรค