

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง "อิทธิพลของมิวสิกวิดีโอในฐานะโฆษณาแฝงที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของวัยรุ่น" ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของมิวสิกวิดีโอเพลงไทยสากลที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของวัยรุ่น โดยอาศัยกลุ่มแนวคิดเกี่ยวกับเพลงและมิวสิกวิดีโอ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะ รูปแบบและบทบาทของมิวสิกวิดีโอ แนวคิดเรื่องบทบาทของเพลงในการสร้างสังคมประภคิต (Socialization) และกลุ่มแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของมิวสิกวิดีโอและสื่อมวลชน ได้แก่ ทฤษฎีการปลูกฝังความเป็นจริง (Cultivation Theory) แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลและผลกระทบของมิวสิกวิดีโอ แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน ทฤษฎีการเลือกเปิดรับสารจากสื่อมวลชน (Media Exposure) แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่น แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบในการศึกษาวิจัย

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยโดยอาศัยแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ นักวิชาการด้านจิตวิทยาและผู้สร้างสรรคมิวสิกวิดีโอโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เพื่อนำความคิดเห็นที่มีต่อมิวสิกวิดีโอในด้านผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับวัยรุ่นในมุมมองแห่งมิติด้านการสื่อสารมวลชน ด้านจิตวิทยาและด้านฐานะของการเป็นผู้ผลิตมิวสิกวิดีโอเป็นกรอบในการวิเคราะห์ศึกษาถึงผลกระทบที่วัยรุ่นจะได้รับจากการรับชมมิวสิกวิดีโอโดยผู้วิจัยอาศัยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ตลอดจนแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร บทความ สิ่งพิมพ์และชิ้นงานมิวสิกวิดีโอเป็นแหล่งข้อมูลหลักในการศึกษา

ผู้วิจัยเลือกศึกษาวัยรุ่นชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 18-21 ปีเป็นประชากรที่ศึกษา โดยเลือกวัยรุ่นดังกล่าวจำนวน 32 คนเป็นกลุ่มตัวอย่างและใช้มิวสิกวิดีโอจำนวน 5 เรื่องซึ่งเป็นเพลงไทยสากลที่ได้รับความนิยมสูงสุดในครั้งปีหลังของปี 2542 ที่ได้รับการจัดอันดับความนิยมโดย 104.5 Channel VFM ซึ่งเป็นสถานีอิสระจากค่ายเพลงเป็นเครื่องมือในการศึกษาโดยเป็นเพลงที่บริษัทค่ายเพลงผลิตขึ้นเพื่อกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นซึ่งตรงกับประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะศึกษา

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาทั้งหมด ผู้วิจัยสามารถสรุปผลได้เป็น 2 ส่วนดังนี้

1. สรุปผลการศึกษากារวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอจากผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ
2. สรุปผลการศึกษามิวสิกวิดีโอจากกลุ่มตัวอย่าง

แต่แต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

1. สรุปผลการศึกษาการวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอจากผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) กับผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญอันได้แก่นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์จำนวน 2 ท่าน นักวิชาการด้านจิตวิทยาจำนวน 2 ท่านและผู้สร้างสรรค์หรือผู้ที่รับผิดชอบในการสร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอทั้ง 5 เรื่องจากบริษัท แกรมมีเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท อาร์เอส โปรโมชั่น 1992 จำกัด จำนวน 3 ท่าน ซึ่งให้ผลการศึกษามิวสิกวิดีโอเป็นดังนี้

1. ลักษณะโดยทั่วไปของมิวสิกวิดีโอ
2. เนื้อหาสาระในมิวสิกวิดีโอ
3. อิทธิพลและผลกระทบของมิวสิกวิดีโอโดยทั่วไป
4. วัตถุประสงค์และแนวคิดของมิวสิกวิดีโอ
5. การสร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอ
6. สारในมิวสิกวิดีโอ
7. อิทธิพลและผลกระทบของมิวสิกวิดีโอต่อสังคมและวัฒนธรรม

รายละเอียดแต่ละส่วนมีดังต่อไปนี้คือ

1) ลักษณะโดยทั่วไปของมิวสิกวิดีโอ

มิวสิกวิดีโอเป็นรูปแบบหนึ่งของสื่อบันเทิงที่น่าเสนอทั้งเสียงและภาพที่ถ่ายทอดเรื่องราวเนื้อหา อารมณ์ของบทเพลง ทั้งนี้มิวสิกวิดีโอจะได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อจับความสนใจของผู้ชมให้ติดตามเนื้อหาเรื่องราวและก่อให้เกิดการจดจำถึงชื่อศิลปินและเพลงๆ นั้น

นอกจากนั้นมิวสิกวิดีโอยังทำหน้าที่เป็นชิ้นงานโฆษณาเพื่อการขายเพลง ซึ่งเป็นรูปแบบการ ขายที่ให้กลุ่มเป้าหมายสามารถสัมผัสตัวอย่างสินค้าได้ตรงๆ คือลองฟังตัวอย่างสินค้าซึ่งก็คือเพลง พร้อมกับนั้นมิวสิกวิดีโอก็เป็นเสมือนเครื่องมือในการแนะนำสินค้าสู่กลุ่มเป้าหมาย

2) เนื้อหาสาระในมิวสิกวิดีโอ

มิวสิกวิดีโอได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นด้วยการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบที่แตกต่างกัน ซึ่ง สามารถสรุปลักษณะเนื้อหาสาระของมิวสิกวิดีโอได้ดังนี้คือ

1. เรื่องความสนุกสนาน เช่น การท่องเที่ยว การเดินรำ
2. เรื่องเกี่ยวกับชีวิต เช่น ความผูกพันระหว่างเพื่อน ชีวิตคู่ของหนุ่มสาว ความสัมพันธ์ ภายใต้อุปกรณ์
3. การนำเพลงเก่ามาทำใหม่ โดยจะทำการเน้นตัวผู้ร้องให้เป็นตัวแสดงนำในมิวสิกวิดีโอ
4. เนื้อหาเกี่ยวกับความรัก
5. เนื้อหาที่สะท้อนถึงสภาพสังคมและเศรษฐกิจในขณะนั้น
6. เนื้อหาที่เกี่ยวกับความก้าวร้าวและความรุนแรง
7. เนื้อหาที่สะท้อนอารมณ์เพลง ซึ่งถ่ายทอดโดยอาศัยความสนใจของสังคม วัฒนธรรม ความนิยมของสังคมในขณะนั้นๆ

3) อิทธิพลและผลกระทบของมิวสิกวิดีโอโดยทั่วไป

ด้วยสภาวะในช่วงพัฒนาการทั้งด้านร่างกายและจิตใจของวัยรุ่นประกอบกับรูปแบบการ นำเสนอที่มีทั้งแสง สี เสียงที่ยิ่งนำเสนอได้น่าสนใจเท่าไรมิวสิกวิดีโอก็ยิ่งจับความสนใจและมี อิทธิพลต่อผู้ชมวัยรุ่นมากยิ่งขึ้นโดยการมีทั้งอิทธิพลเชิงบวกหรือการสร้างสรรค์และอิทธิพลเชิงลบ หรือทำลายในการสร้างการเลียนแบบแก่ผู้รับชมทั้งเชิงรูปธรรมและนามธรรมจากเนื้อหาของมิวสิ กวิดีโอ ทั้งนี้ผู้ชมวัยรุ่นจะได้รับอิทธิพลจากมิวสิกวิดีโอแตกต่างกันเนื่องจากภูมิหลังทางจิตวิทยา ครอบครัวยุคและสังคมต่างกัน ซึ่งมิวสิกวิดีโอจะมีอิทธิพลครอบคลุมต่อวัยรุ่นดังนี้

1. อิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงความคิด ทำให้วัยรุ่นอาจคิดเห็นคล้อยตามศิลปินนักร้อง เกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบตามเนื้อหาหรือประเด็นที่มิวสิกวิดีโอนำเสนอ เช่น การให้คุณค่าแก่ ความรักแท้ หรือ การส่งเสริมการรักรัจริยธรรม

2. อิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม วัยรุ่นที่รับชมอาจเกิดพฤติกรรมเลียนแบบตามมิวสิกวิดีโอหรือศิลปินนักร้อง เช่น การช่วยเหลือสังคมหรือผู้เดือดร้อน หรือ การแต่งตัวและการเลียนแบบบุคลิกท่าทางที่ดูไม่สุภาพของศิลปินในมิวสิกวิดีโอ

3. มิวสิกวิดีโอได้รับการใช้เป็นเครื่องมือทางธุรกิจหรือการค้า

4) วัตถุประสงค์และแนวคิดของมิวสิกวิดีโอ

จากมิวสิกวิดีโอที่ศึกษาทั้ง 5 เรื่องพบว่าการสร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอจะต้องมีการกำหนดบุคลิกของศิลปินก่อนตั้งแต่เริ่มคิดอัลบั้มเพลง กำหนดลักษณะการแสดงออกของศิลปินตลอดจนการตั้งวัตถุประสงค์ของมิวสิกวิดีโอเรื่องนั้นๆ แล้วจึงสร้างแนวคิดของมิวสิกวิดีโอ ซึ่งการตั้งวัตถุประสงค์ของการสร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอได้แก่

1. เพื่อแนะนำศิลปิน อันเป็นกรณีของการเปิดตัวศิลปินใหม่ เช่น ศิลปินวง Mr. Team
2. เพื่อตอกย้ำชื่อศิลปิน ชื่อเพลงหรือชื่ออัลบั้ม เช่น อุ-ธรรพัตถ์ที่ใช้มิวสิกวิดีโอเพลงคนเดินดินตอกย้ำชื่อของศิลปินให้นักแน่นขึ้น
3. เพื่อตอกย้ำความมีชื่อเสียงหรือความดัง เช่น ศิลปิน LOSO ที่เคยมีผลงานเพลงมาแล้วหลายชุด

ส่วนการกำหนดแนวคิดของมิวสิกวิดีโอั้นไม่มีหลักเกณฑ์ตายตัว ซึ่งมิวสิกวิดีโอแต่ละเรื่องมีรูปแบบแนวคิดที่แตกต่างกันกันไป เช่น มิวสิกวิดีโอเพลงคืนจันทร์มาจากต้นกำเนิดของการแต่งเพลงที่ศิลปินแต่งขึ้นระหว่างทัวร์คอนเสิร์ตในบรรยากาศธรรมชาติดยามกลางคืน

5) การสร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอ

จากมิวสิกวิดีโอที่ศึกษาทั้ง 5 เรื่องพบว่ากระบวนการสร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอเพื่อที่จะถ่ายทอดบทเพลงเป็นเรื่องราวสามารถแบ่งวิธีการในการสร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอเป็น 2 แนวทางคือ

1. การวิเคราะห์เนื้อหาเพลง เพื่อให้ทราบว่าเป็นเพลงกล่าวถึงอะไร ต้องการจะสื่ออะไร แล้วจึงถ่ายทอดเป็นเรื่องราวของ เช่น มิวสิกวิดีโอเพลงคนเดินดินกล่าวถึงความรักของคนต่างฐานะ
2. การวิเคราะห์ทำนองและอารมณ์เพลง เพื่อให้ทราบว่าเป็นอารมณ์ความรู้สึกที่เพลงถ่ายทอดนั้นเป็นอย่างไร เช่น เพลงคืนจันทร์ให้อารมณ์ถึงความคิดถึง ดนตรีดูเศร้าๆ

หลังจากนั้นคือขั้นการนำความหมาย แนวคิดของเพลงมาแตกเป็นสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อสื่อความหมายตามที่กำหนดไว้ในขั้นตอนก่อนหน้า โดยจะทำการจัดเตรียมนักแสดง เครื่องแต่งกายของนักแสดง ฉากหรือสถานที่ถ่ายทำ อุปกรณ์ประกอบฉากและการแต่งหน้าทำผมนักแสดงให้สอดคล้องและสามารถสื่อความหมายตามแนวคิดที่กำหนดไว้

6) สารในมิวสิกวิดีโอ

จากมิวสิกวิดีโอที่ศึกษาทั้ง 5 เรื่องพบว่ามิวสิกวิดีโอมีทั้งสารเชิงบวกและเชิงลบนำเสนอสอดแทรกในมิวสิกวิดีโอเรื่องต่างๆ ซึ่งสารดังกล่าวได้แก่

1. สารเชิงบวก ได้แก่ การให้มุมมองด้านดีในเรื่องความรักเป็นส่วนใหญ่ การให้แนวคิดช่วยเหลือผู้ที่เดือดร้อน การตักเตือนการเที่ยวกลางคืน การสร้างหรือให้ภาพของผู้หญิงสมัยใหม่ และการให้ความบันเทิง

2. สารเชิงลบ ได้แก่ การนำเสนอความรุนแรง การส่งเสริมความรักในทางในทางที่ผิด การถากถางผู้หญิง การนำเสนอการไร้ความเมตตาจริยธรรม การกระตุ้นให้คนอยากเที่ยวกลางคืน การสร้างวีรบุรุษแบบผิดๆ การแบ่งแยกชนชั้นหรือการดูถูกคนที่มีฐานะต่ำกว่า การเสนอเนื้อร้องที่ไม่เหมาะสม การส่งเสริมแนวคิดวัตถุนิยม การเป็นคนไม่จริงใจและการเสนอบุคลิกที่ไม่สุภาพของศิลปิน

ทั้งนี้สามารถสรุปสารในมิวสิกวิดีโอซึ่งวิเคราะห์โดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญได้ดังนี้คือ

ตารางที่ 6.1 สารในมิวสิกวิดีโอซึ่งวิเคราะห์โดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ

มิวสิกวิดีโอ	สารเชิงบวก	สารเชิงลบ
1. เพลงคนเดินดิน	<ul style="list-style-type: none"> ● ให้แง่คิดว่าฐานะไม่ใช่อุปสรรคของความรัก ● สังคมเปิดโอกาสให้คนรู้จักกันมากขึ้น ● การให้ความช่วยเหลือผู้อื่น ● เสนอความบันเทิง 	<ul style="list-style-type: none"> ● แฝงความรุนแรงเล็กน้อย ● บุคลิกศิลปินสื่อถึงความไม่สุภาพ ● ส่งเสริมความรักของหนุ่มสาวมากกว่าความรักของพ่อแม่ ● ให้ค่านิยมผิดๆ ในการใช้ชีวิตคู่

ตารางที่ 6.1 (ต่อ) สารในมิวสิกวิดีโอซึ่งวิเคราะห์โดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ

มิวสิกวิดีโอ	สารเชิงบวก	สารเชิงลบ
2. เพลงคืนจันทร์	<ul style="list-style-type: none"> • คนรักยังเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน • มิวสิกวิดีโอเป็นงานศิลปะซึ่งสร้างทัศนคติและอารมณ์ที่ดีแก่ผู้ชม • เสนอความบันเทิง 	<p>ก่อนแต่งงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> • มีการแบ่งแยกชนชั้นและการดูถูกคนที่ฐานะต่ำกว่า • เนื้อร้องเพลงไม่เหมาะสมที่กล่าวว่าหากรักกันก็ให้หนีตามกัน • ให้แง่คิดเกี่ยวกับความรักมากเกินไปหรือการหมกมุ่นในความรัก
3. เพลงเจ้าช่อมาลี	<ul style="list-style-type: none"> • เตือนว่าอย่าเที่ยวดึก มีคนเป็นห่วงรออยู่ 	<ul style="list-style-type: none"> • ถากถางผู้หญิงไปเที่ยวกลางคืนว่าดูไม่ดี • กระตุ้นให้คนเที่ยวกลางคืน • บุคลิกของศิลปินสื่อถึงความไม่สุภาพ
4. เพลงสาหัส	<ul style="list-style-type: none"> • เสนอความบันเทิง 	<ul style="list-style-type: none"> • เสนอความเป็นวีรบุรุษแบบผิดๆ • เสนอการแก้แค้นเพื่อประชดรัก • เสนอความรุนแรงให้ดูสนุกและไม่เป็นอันตราย • เสนอแนวความคิดเอาชนะอีกฝ่ายหนึ่งโดยไม่สนใจผลที่ตามมา • เสนอความไร้จริยธรรมให้ดูเป็นเรื่องปกติ

ตารางที่ 6.1 (ต่อ) สารในมิวสิกวิดีโอซึ่งวิเคราะห์โดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ

มิวสิกวิดีโอ	สารเชิงบวก	สารเชิงลบ
5. เพลงหัวใจกระดาษ	<ul style="list-style-type: none"> ● ให้แง่คิดว่าอย่าทุ่มเทความรักแก่คนที่ไม่รักจริง ● ให้แง่คิดว่าอย่าหลงเชื่ออะไรแต่เพียงฝ่ายเดียว ● ให้แง่คิดว่าความรักอย่างไรสติจะมีแต่ผลเสีย ● ให้ภาพผู้หญิงสมัยใหม่ ● เสนอความบันเทิง 	<ul style="list-style-type: none"> ● เสนอความรุนแรงในการแก้ปัญหา ● เสนอความไร้จริยธรรมให้เป็นเรื่องปกติ ● เสนอแนวความคิดวัตถุนิยม ● เสนอแนวความคิดการเป็นคนไม่จริงใจ ● การตีค่าของคนที่มีบุญคุณต่ำ ● การก้าวไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นโดยการเอาตัวเข้าแลก ● การแสดงบทรักอย่างเปิดเผย

7) อิทธิพลและผลกระทบของมิวสิกวิดีโอต่อสังคมและวัฒนธรรม

จากมิวสิกวิดีโอที่ศึกษาทั้ง 5 เรื่องพบว่ามิวสิกวิดีโออาจส่งผลต่อสังคมและวัฒนธรรมทั้งเชิงบวกหรือการสร้างสรรค์และเชิงลบหรือการทำลาย ในรูปแบบของการปลูกฝังหรือการชักจูง ซึ่งนำความคิดความเชื่อและการเลียนแบบทางพฤติกรรมแก้วยุ่น โดยปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อระดับอิทธิพลของมิวสิกวิดีโอได้แก่

1. รูปแบบการนำเสนอ ถ้านำเสนอได้น่าสนใจมากขึ้นเท่าใด ก็ย่อมมีอิทธิพลต่อผู้รับชมมากขึ้นเท่านั้น
2. การเลือกเปิดรับสาร (Media Exposure) โดยผู้รับชมแต่ละคนจะมีภูมิหลังที่ต่างกััน อาทิ การศึกษา สภาพครอบครัว สภาพแวดล้อม ซึ่งความแตกต่างของตัวแปรต่างๆ เหล่านี้จะส่งผลให้ผู้รับชมเลือกสาร ดีความสารและจดจำสารได้แตกต่างกันออกไป
3. การเข้าถึงและความถี่ของการเผยแพร่มิวสิกวิดีโอ ถ้ามิวสิกวิดีโอเข้าถึงผู้รับชมและมีความถี่ในการเปิดรับมิวสิกวิดีโอมาก ก็จะมีผลมาก

ทั้งนี้อิทธิพลเชิงบวกและลบจากมิวสิกวิดีโอทั้ง 5 เรื่องได้แก่

1. อิทธิพลเชิงบวก คือ เป็นการสร้างความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจแก่ผู้รับชม เสริมสร้างแนวคิดการประกอบธุรกิจขนาดเล็กหรือกลาง (SMEs) ส่งเสริมเปิดโอกาสให้และยอมรับคนที่มีความสามารถ ส่งเสริมการแสดงความสามารถของผู้หญิง เตือนวัยรุ่นหรือผู้ปกครองเกี่ยวกับการเที่ยวกลางคืน สร้างสรรค์คำใหม่ๆ เสริมแนวคิดลักษณะผู้หญิงสมัยใหม่ ให้การเรียนรู้แก่สังคมและเร่งกระตุ้นการซื้อขายสินค้าเพป

2. อิทธิพลเชิงลบ คือ ทำให้วัยรุ่นเลียนแบบการใช้ชีวิตคู่ เลียนแบบบุคลิกของศิลปิน วัยรุ่นเลียนแบบการเป็นวีรบุรุษแบบผิดๆ หรือการแสดงออกทางความรักที่ไม่เหมาะสม สร้างค่านิยมแบบตาต่อตา ฟันต่อฟัน วัยรุ่นมองข้ามความห่วงใยของพ่อแม่ ส่งเสริมให้มีการเที่ยวกลางคืนและการมั่วสุมของวัยรุ่น สร้างค่านิยมของความไร้จริยธรรม ส่งเสริมค่านิยมการถูกเนื้อต้องตัวระหว่างชายหญิงให้เป็นเรื่องธรรมดาของสังคม

ทั้งนี้สามารถสรุปอิทธิพลและผลกระทบของมิวสิกวิดีโอต่อสังคมและวัฒนธรรมในความคิดของผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญได้ดังนี้คือ

ตารางที่ 6.2 อิทธิพลและผลกระทบของมิวสิกวิดีโอต่อสังคมและวัฒนธรรมในความคิดของผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ

มิวสิกวิดีโอ	อิทธิพลเชิงบวก	อิทธิพลเชิงลบ
1. เพลงคนเดินดิน	<ul style="list-style-type: none"> ● สร้างและส่งเสริมการประกอบธุรกิจขนาดเล็กหรือกลาง ● สร้างความบันเทิง ● ทำให้เกิดการซื้อสินค้าเพปเพลง 	<ul style="list-style-type: none"> ● วัยรุ่นเลียนแบบการใช้ชีวิตคู่ ● วัยรุ่นมองข้ามความสำคัญของความรักของพ่อแม่ ● วัยรุ่นเลียนแบบบุคลิกและการแสดงออกที่ไม่สุภาพของศิลปิน
2. เพลงคืนจันทร์	<ul style="list-style-type: none"> ● ส่งเสริมเปิดโอกาสแก่คนที่มีความสามารถทางด้านดนตรี ● สร้างความบันเทิง ● ทำให้เกิดการซื้อสินค้าเพปเพลง 	

ตารางที่ 6.2 (ต่อ) อิทธิพลและผลกระทบของมิวสิกวิดีโอต่อสังคมและวัฒนธรรมในความคิดของผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ

มิวสิกวิดีโอ	อิทธิพลเชิงบวก	อิทธิพลเชิงลบ
3. เพลงเจ้าช่อมาลี	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างและส่งเสริมการแสดงความสามารถของผู้หญิง • สร้างความบันเทิง • ทำให้เกิดการซื้อสินค้าเทปเพลง 	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างและส่งเสริมวัยรุ่นให้เที่ยวกลางคืน • สร้างและส่งเสริมการมั่วสุมของวัยรุ่น • สร้างและส่งเสริมค่านิยมการเที่ยวกลางคืนของผู้หญิงว่าเป็นเรื่องธรรมดา • วัยรุ่นเลียนแบบบุคลิกและการแสดงออกที่ไม่สุภาพของศิลปิน
4. เพลงลาหัส	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างความบันเทิง • ทำให้เกิดการซื้อสินค้าเทปเพลง 	<ul style="list-style-type: none"> • วัยรุ่นเลียนแบบการเป็นวีรบุรุษแบบผิดๆ • สร้างและส่งเสริมค่านิยมตาต่อตา ฟันต่อฟัน • สร้างและส่งเสริมค่านิยมการตอบกลับแก่ความรักที่ไม่สมหวัง • วัยรุ่นเลียนแบบการปิ่นรด เนื่องจากดูสนุกและดูไม่เป็นอันตราย • สร้างและส่งเสริมค่านิยมความไร้จริยธรรม
5. หัวใจกระดาก	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างคำศัพท์แสดงใหม่ • ทำให้ผู้หญิงแข็งแกร่ง เด็ดเดี่ยว มั่นใจในตัวเองมากขึ้น • ให้การเรียนรู้ชีวิตในสังคมปัจจุบัน 	<ul style="list-style-type: none"> • ทำให้เกิดการแสดงออกทางความรักที่ไม่เหมาะสม • สร้างและส่งเสริมค่านิยมความไร้จริยธรรม • สร้างและส่งเสริมค่านิยมการคบหาระหว่างคนรักที่ไม่จำเป็นต้อง

ตารางที่ 6.2 (ต่อ) อิทธิพลและผลกระทบของมิวสิกวิดีโอต่อสังคมและวัฒนธรรมในความคิดของผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ

มิวสิกวิดีโอ	อิทธิพลเชิงบวก	อิทธิพลเชิงลบ
	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างความบันเทิง • ทำให้เกิดการซื้อสินค้าเทปเพลง 	รักษาวลสงวนตัว

2. สรุปผลการศึกษามิวสิกวิดีโอจากกลุ่มตัวอย่าง

จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นจำนวน 32 คนที่มีอายุระหว่าง 18-21 ปีทั้งเพศชายและหญิง สามารถสรุปผลการศึกษาเป็นส่วนต่างๆ ได้ดังนี้

1. ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่มีต่อทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง
2. ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่มีต่อพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง
3. ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอต่อสังคมและวัฒนธรรมไทย
4. มิวสิกวิดีโอและารจดจำชื่อเพลง อัลบั้ม ศิลปิน ค่ายเทปและพฤติกรรมการซื้อเทปเพลง

ซึ่งแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่มีต่อทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง

จากมิวสิกวิดีโอที่ศึกษาทั้ง 5 เรื่องพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้สึกชอบมิวสิกวิดีโอเพลงหัวใจกระต่ายและไม่ชอบมิวสิกวิดีโอเพลงสาหัสมากที่สุด ทั้งนี้เหตุผลของความชอบ เฉยๆ และไม่ชอบมิวสิกวิดีโอทั้งหมดเป็นดังนี้

- ทัศนคติที่ชอบมิวสิกวิดีโอ คือ มิวสิกวิดีโอดูสนุก สร้างสรรค์ ให้ความบันเทิงได้เป็นอย่างดี เพลงเพราะทั้งเนื้อร้องและทำนอง นุ่มล่องเคลือนไหวได้น่าสนใจ เข้าถึงอารมณ์ของผู้ฟัง รู้สึกถึงอารมณ์เพลง และก็นำแนวคิดต่างๆ

- ทักษะที่รู้สึกเฉยๆ กับมิวสิกวิดีโอ คือ มิวสิกวิดีโอสามารถเดาเนื้อเรื่องได้ มิวสิกวิดีโอไม่ได้สื่ออะไรที่เป็นเรื่องราว เนื้อเรื่องดูไม่สมจริง ไม่น่าสนใจ ดูธรรมดา ภาพไม่สอดคล้องกับเนื้อเพลง ภาพดูเศร้าเหงา ไม่ชอบจังหวะเพลงซ้ำๆ และเนื้อหามิวสิกวิดีโอมีแต่ภาพศิลปินและสมาชิกของวง

- ทักษะที่ไม่ชอบมิวสิกวิดีโอ คือ มิวสิกวิดีโอไม่มีเนื้อหาอะไร ไม่มีจุดดึงดูดใจ เนื้อหาไม่มี ความหมาย เนื้อหาเข้าใจยาก เนื้อหาดูอันตราย ไม่สมจริง ภาพไม่สอดคล้องกับเนื้อเพลง ภาพแสดงความวุ่นวาย ตัดสลับไปมาดูสับสน บรรยากาศดูวังเวง ไม่ชอบศิลปิน ไม่ชอบจังหวะเพลงเร็ว และสร้างวิบุณย์แบบผิดๆ ตลอดจนนางเอกมิวสิกวิดีโอหญิงเกินไป

นอกจากนั้นแล้วผลการศึกษาก็จะสะท้อนถึงผลกระทบด้านทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างโดยสามารถสังเกตได้จากประเด็นต่างๆ ที่มิวสิกวิดีโอทั้ง 5 เรื่องได้นำเสนอได้ดังนี้คือ

ตารางที่ 6.3 ด้านทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อประเด็นต่างๆ ที่มีวลีกวีโอเฝ้าเรือนอ

ประเด็น	ความคิดที่สนับสนุนประเด็นในมิวสิกวิดีโอ	ความคิดที่ขัดแย้งประเด็นในมิวสิกวิดีโอ
<p>1. ความรักต่างฐานะจากมิวสิกวิดีโอเพลงคนเดินดิน</p> <p>2. การใช้ชีวิตคู่ของชายหญิงที่เพิ่งรู้จักกันเช่นตัวอย่างจากการที่พระเอกมิวสิกวิดีโอเพลงคนเดินดินได้ช่วยเหลือนางเอกและให้อาศัยในบ้าน</p> <p>3. การประชดรักด้วยวิธีที่รุนแรงจากพระเอกมิวสิกวิดีโอเพลงลาหัลได้พยายามที่จะขึ้นไปบนหลังคารถของนางเอก โดยที่นางเอกไม่สนใจใยดีต่อการกระทำของพระเอกเลยว่าจะเกิดอันตรายขึ้นหรือไม่</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● เป็นการสร้างเสริมประหลาดการณ์ชีวิตแก่ผู้ชม ● ไม่ใช่เรื่องเสียหายแต่อย่างใด สังคมปัจจุบันก็เปิดกว้างสำหรับเรื่องดังกล่าวแล้วคล้ายๆ กับสังคมตะวันตก ● นางเอกได้ทำถูกต้องแล้วที่ได้ตอบพระเอกกลับไปด้วยการกระทำที่ดูรุนแรงเหมือนกันเพราะถ้ารู้สึกไม่ชอบก็ไม่จำเป็นต้องที่จะต้องทำดีด้วย ● ให้ภาพผู้หญิงยุคใหม่ที่ดูกล้าแกร่งมากขึ้น ซึ่งผู้หญิงปัจจุบันไม่จำเป็นต้องยอมลอบผู้ชาย 	<ul style="list-style-type: none"> ● ไม่น่าจะเกิดขึ้นได้จริง ● มีความไม่เหมาะสม ผู้หญิงไว้ใจผู้ชายมากเกินไป การทำแบบนี้จะทำให้ผู้หญิงดูเสียหาย ● ไม่แน่ใจว่าถ้าตัวเองเป็นนางเอกจะไปอาศัยที่บ้านของพระเอกหรือไม่ ● เป็นไปไม่ได้ในชีวิตจริง ● นางเอกดูใจร้ายเกินไปเหมือนไม่ใช่บุคลิกของผู้หญิงไทยแต่เป็นแบบผู้หญิงตะวันตก ซึ่งผู้หญิงไทยจะต้องมีความอ่อนโยน ● ละท่อนให้เห็นถึงอารมณ์ของวัยรุ่นในปัจจุบันที่ไม่แคร์กัน

ตารางที่ 6.3 (ต่อ) ด้านที่ละเมิดของกลุ่มตัวอย่างต่อประเด็นต่างๆ ที่มีวิถีชีวิตโอน่าเสนอ

ประเด็น	ความคิดที่สนับสนุนประเด็นในวิถีชีวิตโอน่า	ความคิดที่ขัดแย้งประเด็นในวิถีชีวิตโอน่า
<p>4. การใช้ความรุนแรงในการแก้ปัญหาชีวิตรักจากพระเอกมีวิถีชีวิตโอน่าเพลงหัวใจกระดาษ</p> <p>5. การนำเสนองานที่ยาวกลางคืนของวัยรุ่นจากมีวิถีชีวิตโอน่าเพลงเจ้าช่อม่าลี</p>	<p>เหมือนสมัยโบราณ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● เป็นภาพธรรมดาที่สามารถหาได้ในที่ที่ยาวกลางคืนทั่วไป ไม่ได้ดูเป็นการมั่วซุ่มแต่อย่างใด ● ไม่ใช่เรื่องเสียหายเพราะการที่ผู้หญิงไปเที่ยวกลางคืนนั้นก็เป็นเรื่องธรรมดาในชีวิตจริงของสังคม ที่อาจจะมีการผ่อนคลายบ้างในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ 	<ul style="list-style-type: none"> ● การกระทำของพระเอกดูไม่สมศักดิ์ศรีของความเป็นผู้ชายที่ดูเหมือนเป็นการตามตื้อผู้หญิงมากเกินไป ● ทั้งพระเอกและนางเอกน่าจะตกลงแก้ปัญหาไปด้วยสันติวิธี ● พระเอกไม่ควรแก้ปัญหาด้วยอารมณ์ที่รุนแรงเกินไป ควรใช้สติพิจารณาด้วยเหตุผล ● ดูเหมือนเป็นการมั่วซุ่มของวัยรุ่นในสถานที่ที่ยาวกลางคืนมากกว่าการเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน ● การที่ผู้หญิงโดยเฉพาที่เป็นวัยรุ่นไปเที่ยวกลางคืนนั้นดูไม่เหมาะสม และดูไม่ดี



ตารางที่ 6.3 (ต่อ) ด้านทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อประเด็นต่างๆ ที่มีวลีวิดีโอในาเรอ

ประเด็น	ความคิดที่สนับสนุนประเด็นในมิวสิกวิดีโอ	ความคิดที่ขัดแย้งประเด็นในมิวสิกวิดีโอ
6. ฉากรัก (Love Scene) จากมิวสิกวิดีโอเพลงหัวใจกระดาศ	<ul style="list-style-type: none"> ● ไม่มีอะไรที่เลี้ยวหาย เป็นเพียงเรื่องธรรมดาๆ ในสังคม ● ทั้งคู่ก็ไม่ใช่นักเรียนนักศึกษาแล้ว ดังนั้นหากมีอะไรกันก็ไม่ใช่เรื่องเลี้ยวหาย 	<ul style="list-style-type: none"> ● เป็นการกระทำที่ไม่เหมาะสม ● นางเอกไม่รักนวลสงวนตัว ทำให้ดูด้อยคุณค่าลง
7. ภาพการนำเสนอศิลปินจากวง Mr. Team	<ul style="list-style-type: none"> ● รูปแบบการแสดงออกของศิลปินตลอดจนการแต่งตัว แต่งหน้าของนักแสดงเป็นเรื่องธรรมดาของสังคมปัจจุบัน ไม่น่าจะมีเรื่องที่ทำให้เสื่อมเสียแต่อย่างใด ● การร้องเพลงบนสะพานพุทธฯ เป็นเรื่องธรรมดา ไม่มีอะไรเลี้ยวหาย แต่เป็นการเรียกร้องและเพิ่มความน่าสนใจจากผู้ชม 	<ul style="list-style-type: none"> ● ศิลปินและนักแสดงหญิงในมิวสิกวิดีโอแต่งตัวค่อนข้างไม่เรียบร้อย ไม่ดูภาพ ● ศิลปินนักร้องมีการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม อาทิ ทำการนั่งรถเปิดประทุนที่แล่นไปตามถนนในยามกลางคืนที่ดูไม่ดูภาพ ตลอดจนการไปร้องเพลงบนสะพานพุทธฯ ซึ่งเป็นสถานที่ประวัตินาคลตร้าคัญของไทย

ตารางที่ 6.3 (ต่อ) ด้านทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อประเด็นต่างๆ ที่มีวิถีชีวิตโอนำเสนอ

ประเด็น	ความคิดที่สนับสนุนประเด็นในวิถีชีวิตโอ	ความคิดที่ขัดแย้งประเด็นในวิถีชีวิตโอ
8. บุคลิกของตัวละครในวิถีชีวิตโอจากวิถีชีวิตโอเพลงหัวใจกระดาษ		<ul style="list-style-type: none"> ● นางเอกทำตัวไม่เหมาะสม เช่น การโบกผ้าในรถที่กำลังแล่นบนท้องถนน ซึ่งอาจทำให้เกิดอันตรายได้ ● นางเอกดูทะเยอทะยานมากเกินไปจนทำให้ดูไร้คุณค่าของความเป็นผู้หญิง ● นางเอกซึ่งมีอาชีพนางแบบแต่งตัวค่อนข้างวาทวิวไม่ถูกกาลเทศะและวัฒนธรรมไทย ● เนื้อหาของวิถีชีวิตโอขัดกับวัฒนธรรมไทยเช่นกันที่ให้บทบาทของผู้หญิงที่เข้าหาผู้ชายก่อนจริงๆ แล้วผู้หญิงไทยจะได้รับการอบรมในการวางตัวสงวนตัวต่อผู้ชาย ● พระเอกดูเหมือนคนใจทิ้งมลายไร้สาระกับความรักรักที่หลอกลวง

ตารางที่ 6.3 (ต่อ) ด้านทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อประเด็นต่างๆ ที่มีวลีกวีตีโอนำเสนอ

ประเด็น	ความคิดที่สนับสนุนประเด็นในมีวลีกวีตีโอ	ความคิดที่ขัดแย้งประเด็นในมีวลีกวีตีโอ
<p>9. ทัศนคติในการคบกับคนหลายคนพร้อมกันจากมีวลีกวีตีโอเพลงหัวใจกระดาษ</p> <p>10. เนื้อร้องเพลงที่ดูไม่ธรรมดาจากมีวลีกวีตีโอคนเดินดินและเจ้าช่อมาลี</p>	<ul style="list-style-type: none"> • คนมีสิทธิที่จะทำอย่างนางเอกในมีวลีกวีตีโอได้ หากยังไม่ตกลงกับใคร 	<ul style="list-style-type: none"> • ไม่เหมาะสมที่จะถ่ายทอดเป็นเนื้อร้องเพลงที่วาทะรักกันก็ลามารธนีตามกันได้ • เนื้อร้องเพลงเจ้าช่อมาลีที่ว่า 'เจ้าช่อมาลี ยิ่งดึก ยิ่งแหม ยิ่งบานกันใหญ่' ให้ความหมาย 2 แห่งซึ่งเปรียบเทียบธรรมดาและเชิงลามกได้

2) ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่มีต่อพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง

จากมิวสิกวิดีโอที่ศึกษาทั้ง 5 เรื่องพบว่ามีกลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งเกิดความสนใจที่จะเลียนแบบทำตามสิ่งที่มิวสิกวิดีโอนำเสนอหรือสนใจจะทำตามหรือได้แรงบันดาลใจจากมิวสิกวิดีโอซึ่งมีผลกระทบหลากหลายรูปแบบโดยสามารถแบ่งเป็นกลุ่มได้ดังนี้ คือ

1. ความสนใจเกี่ยวกับกิจกรรม เช่น อยากท่องเที่ยวธรรมชาติ อยากทำงานบ้าน
2. ความรักหรือรสนิยมในความรัก เช่น อยากมีคนรักที่เข้าใจในคุณค่าของความรัก ชอบผู้ชายที่ทำงานคร่ำและหาเลี้ยงตัวเอง
3. แฟชั่น เช่น ความอยากแต่งตัวเรียบง่าย คือ ใส่เสื้อยืด กางเกงยีนส์ หรือ การเลียนแบบการแต่งหน้าทำผม
4. บทบาททางเพศ เช่น อยากเป็นผู้หญิงที่มีความเข้มแข็งเด็ดเดี่ยว
5. อาชีพ เช่น อยากเป็นช่างภาพ นักดนตรี นางแบบ
6. ด้านวัตถุนิยม เช่น อยากมีบ้านหลังใหญ่ อยากมีรถยนต์

3) ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอต่อสังคมและวัฒนธรรมไทย

จากมิวสิกวิดีโอที่ศึกษาทั้ง 5 เรื่องพบว่ามิวสิกวิดีโออาจจะมีผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรมไทยในการปรับเปลี่ยนทัศนคติ ค่านิยมหรือพฤติกรรม โดยอาจเกิดการเลียนแบบหรือการยอมรับในสิ่งหรือประเด็นที่มิวสิกวิดีโอนำเสนอทั้งเชิงรูปธรรมและนามธรรม โดยสามารถแบ่งเป็นอิทธิพลเชิงบวกและอิทธิพลเชิงลบคือ

- อิทธิพลเชิงบวก ได้แก่ ส่งเสริมการประกอบอาชีพ ส่งเสริมให้คนรู้จักและเรียนรู้คุณค่าของรักแท้ ส่งเสริมให้คนรู้จักช่วยเหลือกัน ทำให้วัยรุ่นเข้าใจแฟนมากขึ้น ส่งเสริมการดนตรี ส่งเสริมให้ผู้หญิงมีความเข้มแข็งแกร่งเด็ดเดี่ยว ให้แนวคิดในการไม่ดูถูกคนที่ฐานะ กระตุ้นให้คนไปท่องเที่ยวธรรมชาติ สอนคนให้เกิดความตระหนักว่ามีคนเป็นห่วงเมื่อเที่ยวกลางคืน

- อิทธิพลเชิงลบ ได้แก่ กระตุ้นให้วัยรุ่นมีแฟนเร็วขึ้น ให้แนวคิดที่ความรักเป็นเรื่องง่าย ๆ ให้แนวคิดในการแสวงหาความก้าวหน้าผ่านคนรัก ให้แนวคิดการหนีออกจากบ้านเพื่อแก้ปัญหา กระตุ้นให้วัยรุ่นไปเที่ยวกลางคืนและการมั่วสุมของวัยรุ่น ให้แนวคิดเชิงวัตถุนิยม ส่งเสริมการใช้ความรุนแรงในการแก้ปัญหา ส่งเสริมให้คนแต่งตัวหรือแต่งหน้าเลียนแบบศิลปินและส่งเสริมภาพลักษณ์ของผู้หญิงให้ดูก้าวร้าวและทะเยอทะยาน

ทั้งนี้สามารถสรุปอิทธิพลและผลกระทบของมิวสิกวิดีโอต่อสังคมและวัฒนธรรมในความคิดของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้คือ

ตารางที่ 6.4 อิทธิพลและผลกระทบของมิวสิกวิดีโอต่อสังคมและวัฒนธรรมในความคิดของกลุ่มตัวอย่าง

มิวสิกวิดีโอ	อิทธิพลเชิงบวก	อิทธิพลเชิงลบ
1. เพลงคนเดินดิน	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างและส่งเสริมแนวคิดการประกอบธุรกิจขนาดเล็กหรือกลางแก่วัยรุ่น • สร้างและส่งเสริมการให้แง่คิดในการไม่ดูถูกคนที่ฐานะ • สร้างและส่งเสริมให้คนเรียนรู้คุณค่าของความรักแท้ • สร้างและส่งเสริมให้คนช่วยเหลือกัน • ทำให้วัยรุ่นเปลี่ยนแปลงการแต่งตัวที่เรียบง่ายแบบตัวละคร 	<ul style="list-style-type: none"> • กระตุ้นและทำให้วัยรุ่นมีแฟนเร็วขึ้น • ส่งเสริมและสร้างค่านิยมว่าความรักเป็นเรื่องง่ายๆ • สร้างและส่งเสริมค่านิยมผิดๆในการใช้ชีวิตคู่ • วัยรุ่นเลียนแบบการหนีออกจากบ้านเมื่อมีปัญหา • สร้างและส่งเสริมแนวคิดเชิงวัตถุนิยม
2. เพลงคืนจันทร์	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างและส่งเสริมให้วัยรุ่นสนใจการดนตรี • สร้างและส่งเสริมให้วัยรุ่นท่องเที่ยวธรรมชาติ • ทำให้วัยรุ่นคิดถึงและตระหนักในคุณค่าความสัมพันธ์กับแฟน • ทำให้วัยรุ่นเปลี่ยนแปลงการแต่งตัวที่เรียบง่ายแบบศิลปิน 	
3. เพลงเจ้าช่อมาลี	<ul style="list-style-type: none"> • ทำให้คนที่ยังวกลางคืนตระหนักว่ามีคนเป็นห่วงอยู่ 	<ul style="list-style-type: none"> • วัยรุ่นเลียนแบบการแต่งตัวและการแสดงออกที่ไม่สุภาพของศิลปินและตัวละคร • วัยรุ่นไปเที่ยวกลางคืนมากขึ้น

ตารางที่ 6.4 (ต่อ) อิทธิพลและผลกระทบของมิวสิกวิดีโอต่อสังคมและวัฒนธรรมในความคิดของกลุ่มตัวอย่าง

มิวสิกวิดีโอ	อิทธิพลเชิงบวก	อิทธิพลเชิงลบ
4. เพลงสาหัส	<ul style="list-style-type: none"> ● สร้างและส่งเสริมให้ผู้หญิงมีความแข็งแกร่ง เด็ดเดี่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> ● สร้างและส่งเสริมค่านิยมว่าการเที่ยวกลางคืนผู้หญิงต้องแต่งตัวโป๊ ● สร้างและส่งเสริมการมั่วสุมของวัยรุ่น ● สร้างและส่งเสริมการใช้ความรุนแรงและทำให้วัยรุ่นเกิดการเลียนแบบการกระทำที่อันตราย ● วัยรุ่นเรียกร้องความสนใจแบบผิดๆ ● สร้างและส่งเสริมค่านิยมของผู้หญิงให้ดูก้าวร้าว
5. เพลงหัวใจกระต๊อ	<ul style="list-style-type: none"> ● สร้างและส่งเสริมให้วัยรุ่นประกอบอาชีพช่างภาพ นางแบบ ● ทำให้วัยรุ่นเลียนแบบการแต่งตัวที่เรียบง่ายแบบตัวละคร 	<ul style="list-style-type: none"> ● กระตุ้นและทำให้วัยรุ่นมีแฟนเร็วขึ้น ● ส่งเสริมและสร้างค่านิยมว่าความรักเป็นเรื่องง่ายๆ ● สร้างและส่งเสริมแนวคิดเชิงวัตถุนิยม ● สร้างและส่งเสริมการใช้ความรุนแรงและทำให้วัยรุ่นเกิดการเลียนแบบการกระทำที่อันตราย ● สร้างและส่งเสริมค่านิยมของผู้หญิงให้ดูก้าวร้าว ● สร้างและส่งเสริมค่านิยมการแสวงหาความก้าวหน้าแบบผิดๆ

4) มิวสิกวิดีโอและการจดจำชื่อเพลง อัลบั้ม ศิลปิน ค่ายเทปและพฤติกรรมการซื้อเทปเพลง

จากการที่มิวสิกวิดีโอมีรายละเอียดเนื้อหาเกี่ยวกับชื่อเพลง ชื่ออัลบั้ม ศิลปินนักร้องและสังกัดค่ายเพลงแสดงในเนื้อหาช่วงท้ายเรื่องนั้น ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดสามารถจดจำรายละเอียดดังกล่าวได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในส่วนของชื่อศิลปินและสังกัดค่ายเพราะได้รับการประชาสัมพันธ์เพลงผ่านสื่อต่างๆ โฆษณาสื่อหลักได้แก่วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และโฆษณาตามร้านขายเทป

ทั้งนี้วิทยุจะให้ความรวดเร็วในการเสนอเพลงโดยเฉพาะเพลงใหม่ๆ แต่รายการโทรทัศน์ อาทิ สกู๊ปเปิดอัลบั้มหรือเปิดตัวศิลปินหรือมิวสิกวิดีโอจะช่วยให้เกิดการจดจำบุคลิกและภาพลักษณ์ของศิลปิน ตลอดจนเข้าถึงอารมณ์เพลงได้มากขึ้น ส่วนหนังสือพิมพ์ ได้แก่ ข่าวความเคลื่อนไหวของศิลปิน การถ่ายทำมิวสิกวิดีโอ ตลอดจนโฆษณาจากโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์และชิ้นงานโฆษณาตามร้านขายเทป ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ เป็นต้น นอกจากนี้การปรากฏตัวของศิลปินในละครโทรทัศน์ เกมโชว์และโฆษณาสินค้าอื่นๆ ล้วนแล้วแต่เป็นกลวิธีที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างจดจำรายละเอียดดังกล่าวได้

สำหรับปัจจัยที่ทำให้มิวสิกวิดีโอตัดสินใจซื้อเทปเพลงนั้น ได้แก่ ความไพเราะของเพลง ความเอื้ออำนวยของเงิน ความชื่นชอบศิลปินนักร้อง ความชอบในแนวเพลง การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพลง ตลอดจนมิวสิกวิดีโอก็มีส่วนช่วยที่ทำให้เกิดการซื้อเทป ซึ่งการได้ดูมิวสิกวิดีโอเหมือนกับที่ได้ลองฟังตัวอย่างสินค้าก่อน

นอกจากนั้นกลุ่มตัวอย่างเห็นถึงบทบาทของมิวสิกวิดีโอในการส่งเสริมการขายสินค้าเทปคือมิวสิกวิดีโอสามารถเสริมอารมณ์ของบทเพลงให้มีความหมายมากยิ่งขึ้นกว่าเสียงร้องหรือดนตรีเพียงอย่างเดียว และเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการตอกย้ำถึงความคุ้มค่าต่อผู้ซื้อเทปเมื่อเพลงในเทปหรืออัลบั้มนั้นได้รับการถ่ายทอดเป็นมิวสิกวิดีโอ

อภิปรายผลการวิจัย

มิวสิกวิดีโอนอกจากเป็นงานโฆษณาที่ใช้ในการโฆษณาสินค้าเพลงแล้ว ยังเป็นรูปแบบความบันเทิงที่ถ่ายทอดการผสมผสานระหว่างภาพและเสียงเพลงเข้าไว้ด้วยกันอันเป็นผลผลิตรูปแบบหนึ่งจากระบบการสื่อสารมวลชน

ดังนั้นจากกรอบแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยได้ใช้อ้างอิงในการศึกษา ทั้งหมดรวมทั้งบทสัมภาษณ์จากผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขา เอกสาร บทความ สิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่ได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณชน ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ประกอบในการอภิปรายถึงผลการวิจัยนี้

การอภิปรายมุ่งที่จะเทียบผลการศึกษาระหว่างผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอจากผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญและกรอบแนวคิดและทฤษฎี โดยแสดงถึงประเด็นด้านผลกระทบต่อทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในฐานะตัวแทนของวัยรุ่นที่ผู้วิจัยศึกษารวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมและวัฒนธรรมตลอดจนประสิทธิภาพของมิวสิกวิดีโอในการเป็นเครื่องมือโฆษณาสินค้าเพลง โดยสามารถจำแนกผลกระทบต่อประเด็นดังกล่าวออกเป็น การอภิปรายดังนี้

1. ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรม
2. ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรม
3. มิวสิกวิดีโอและการจดจำชื่อเพลง อัลบั้ม ศิลปิน ค่ายเพลงและพฤติกรรมการซื้อเพลง

แต่ละส่วนมีรายละเอียดเป็นดังนี้คือ

1. ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรม

จากการวิเคราะห์และมุมมองของผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญจากนักวิชาการด้าน นิเทศศาสตร์และจิตวิทยาตลอดจนผู้สร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอได้ให้ผลการวิเคราะห์โดยสามารถนำ เปรียบเทียบกับกรอบแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ถึงอิทธิพลของมิวสิกวิดีโอที่มีต่อวัยรุ่นเป็นดังนี้

ทั้งอาจารย์พจนา และ อาจารย์วงหทัย ได้ให้ความเห็นตรงกันว่าด้วยรูปแบบการนำเสนอ ของมิวสิกวิดีโอที่มีทั้งแสง สี เสียงจะมีอิทธิพลครอบคลุมต่อวัยรุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากนำเสนอ ได้น่าสนใจมากเท่าไรก็ยิ่งจับความสนใจของวัยรุ่นมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ พรพิมล เจียมนาครินทร์ (2539: 211-221) ที่ว่าวัยรุ่นมักชื่นชมความแปลกใหม่ในการนำเสนอของ มิวสิกวิดีโอและจะได้รับอิทธิพลจากสื่อดังกล่าว ซึ่งใกล้เคียงกับแนวคิดของ Rich และคณะ (1998: 669-674) ที่ว่าในประเทศสหรัฐอเมริกาตั้งแต่ปี 1981 มิวสิกวิดีโอเป็นสิ่งสำคัญกับวัยรุ่นเป็นอย่างมาก

มากในการรับชมรายการโทรทัศน์ มีผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ารายการโทรทัศน์ต่างๆ และเพลงลามกอบ
จับความสนใจจากวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี แต่เพลงเป็นสิ่งที่มีความพลังและมีผลกระทบต่ออารมณ์ของ
วัยรุ่นมากกว่าโทรทัศน์

ส่วน รศ. ประไพพรรณ และ อาจารย์เรวดี ได้มีความเห็นตรงกันถึงอิทธิพลจากมิวสิกวิดีโอ
โดยอิงลักษณะทางจิตวิทยาของวัยรุ่นเป็นกรอบในการวิเคราะห์ว่าวัยรุ่นจะอยู่ในช่วงภาวะอารมณ์
รุนแรงและอยู่ในช่วงของการปรับตัวหลายๆ ด้าน จึงส่งผลต่ออิทธิพลในการครอบงำด้วยจาก
มิวสิกวิดีโอหรือสื่อต่างๆ ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พรพิมล เจียมนาครินทร์ (2539: 211-
221) ที่ว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลในรูปแบบต่างๆ ที่มีผลกระทบในวงกว้างต่อสังคม ซึ่งวัยรุ่นจะมี
ความผูกพันกับสื่อมวลชนมาก

ซึ่งผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรมนั้น นักวิชาการทั้งหมดมีความเห็น
ร่วมกันว่าระดับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากมิวสิกวิดีโอหนึ่งจะขึ้นอยู่กับทางเลือกเปิดรับสารของผู้รับชม
มิวสิกวิดีโอ (Media Exposure) ซึ่งผู้รับชมแต่ละคนจะมีภูมิหลังที่แตกต่างกัน อาทิ การศึกษา
สภาพครอบครัว สภาพแวดล้อม ความสัมพันธ์ระหว่างวัยรุ่นและพ่อแม่ เพื่อน เป็นต้น ซึ่งความ
แตกต่างของตัวแปรต่างๆ เหล่านี้จะส่งผลให้ผู้รับสารเลือกสาร ที่ความสารและจดจำสารหรือตัว
แบบและผลลัพธ์ของการกระทำจากมิวสิกวิดีโอได้แตกต่างกันออกไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ
Klapper (1960, 19-25) ที่ว่าในการรับข่าวสารต่างๆ ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร
(Selective Process) ที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความ
รู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคล ซึ่งจะส่งผลต่อความรู้ อารมณ์ ความรู้สึกและ
พฤติกรรมแตกต่างกันออกไป

นอกจากนั้นอาจารย์วงหทัยให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าระดับอิทธิพลของมิวสิกวิดีโอยังขึ้น
อยู่กับระดับการเข้าถึงผู้รับชมและความถี่ในการเผยแพร่ กล่าวคือ หากมิวสิกวิดีโอสามารถเข้าถึง
กลุ่มผู้ชมได้ในระดับกว้างและมีการเผยแพร่ด้วยความถี่ที่เหมาะสมก็จะมีอิทธิพลมากกว่า
มิวสิกวิดีโอที่เข้าถึงผู้ชมได้น้อยกว่าและมีความถี่ในการเผยแพร่น้อยกว่า

ทั้งนี้สามารถประมวลถึงมุมมองร่วมของนักวิชาการและผู้สร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอที่มีต่อ
อิทธิพลของมิวสิกวิดีโอได้คือมิวสิกวิดีโอทำให้ผู้ชมเกิดการเลียนแบบจากสารหรือเนื้อหาไม่ว่าจะ
เป็นจากตัวศิลปินหรือเนื้อหาเรื่องราว ประเด็นต่างๆ ที่มิวสิกวิดีโอนำเสนอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด
ของ Rice (1981: 65 อ้างถึงใน Englis, Solomon และ Olofsson, 1993: 21-33) ว่าวีรบุรุษ (Hero)
ในยุคนิยมวัฒนธรรมชาวบ้าน (Popular Culture) มักจะเป็นศิลปินนักร้อง นักแสดงที่ปรากฏตัวอยู่ใน

ภาพยนตร์ โทรทัศน์หรือเวทีคอนเสิร์ตอาจกลายเป็นรูปแบบสัญลักษณ์ที่เกิดการเลียนแบบได้ ทั้งนี้ วิจารณ์บุษดั่งกล่าวนี้จะมีอิทธิพลต่อวัยรุ่นในด้านกริยาการแสดงออก (Verbal Expression) รสนิยมใน ทรงผม เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย แฟชั่น เพลง การบริโภคอาหารรวมถึงค่านิยมพื้นฐานของวัยรุ่น

และสอดคล้องกับแนวคิดของพิศมัย วิบูลย์สวัสดิ์ (2510: บทคัดย่อ) ที่ว่าเนื่องจากวัยรุ่น อยู่ในช่วงของการไม่แน่ชัดในบทบาทระหว่างเด็กและผู้ใหญ่จึงทำให้วัยรุ่นพยายามลดการพึ่งพิง จากครอบครัว ต้องการมีอิสระมากขึ้น เริ่มมีการขัดแย้งกับครอบครัว จึงต้องการหากลุ่มที่สร้าง ความมั่นใจในบทบาทและสถานะภาพของตนเองโดยการมีกลุ่มอ้างอิงเพื่อที่วัยรุ่นจะได้ถือเอาเป็น แบบอย่าง (Identification) ในทิศทางที่ตนเองได้รับการยอมรับจากผู้อื่นที่มองตนเอง (Self-Concept) ซึ่งวัยรุ่นส่วนใหญ่ถือเอาแบบอย่างศิลปินนักร้องนักแสดงที่ตนชื่นชอบเป็นอันดับแรก รองลงมาคือบิดามารดา

ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งหมดให้ความเห็นในทำนองเดียวกันว่าอิทธิพลของ มิวสิกวิดีโอที่จะส่งผลกระทบต่อผู้รับสารก็คือการทำให้เกิดการเลียนแบบใน 2 ลักษณะคือ

1. การเลียนแบบเชิงนามธรรม คือ การเลียนแบบในสิ่งซึ่งสังเกตจากภายนอกไม่ได้หรือ เรียกว่าเป็นการเลียนแบบภายใน ได้แก่ การคล้อยตามแนวคิดต่างๆ ที่มีวลีวิดีโอนำเสนอ เนื่องจาก เนื้อหาสาระของมิวสิกวิดีโอแฝงไว้ด้วยประเด็นต่างๆ จึงสามารถส่งผลต่อการชี้นำและปลูกฝัง ความคิด ตลอดจนค่านิยมและความเชื่อของผู้รับชมได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rice (1981: 65 อ้างถึงใน Englis, Solomon และ Olofsson, 1993: 21-33) และ Wald (1998: 585-586) ที่ว่า ศิลปินนักร้องมีอิทธิพลในการกระตุ้นผู้รับชมให้เกิดความคิด ค่านิยมและอารมณ์ร่วมไปกับสิ่งที่ ศิลปินเสนอ

2. การเลียนแบบเชิงรูปธรรม คือ การเลียนแบบในสิ่งซึ่งสามารถสังเกตจากภายนอกได้ หรือเรียกว่าการเลียนแบบภายนอก ได้แก่ การเกิดพฤติกรรมเลียนแบบตามมิวสิกวิดีโอหรือศิลปิน นักร้อง เช่น การแต่งตัวและการเลียนแบบบุคลิกท่าทางของศิลปินในมิวสิกวิดีโอ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ Rice (1981: 65 อ้างถึงใน Englis, Solomon และ Olofsson, 1993: 21-33) และ Griffin (1985: 61) ที่ว่าศิลปินมีอิทธิพลในการทำให้ผู้ชมเลียนแบบการแต่งกาย การแสดงกริยาท่า ทาง

ทั้งนี้ นักวิชาการทั้งหมดพบว่ามิวสิกวิดีโอมีการสอดใส่เนื้อหาทั้งด้านบวกหรือเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์และเนื้อหาด้านลบหรือเนื้อหาเชิงทำลาย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทัศนคติและพฤติกรรมของวัยรุ่น

เนื้อหาด้านบวกจากมิวสิกวิดีโอได้แก่การให้มุมมองด้านความรักในแง่มุมต่างๆ อาทิ การไม่มีอุปสรรคสำหรับความรักแท้แม่จะต่างฐานะ หรือ การให้คุณค่ากับความรัก ตลอดจนการให้แง่คิดในการช่วยเหลือสังคม การให้แง่คิดในการประกอบอาชีพ การสร้างบทบาททางเพศและให้ความบันเทิง

จากเนื่อหาดังกล่าว ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิคิดว่าจะทำให้วัยรุ่นมีค่านิยมที่ดีแก่ความรักที่มีคุณค่าหรือความรักแท้ วัยรุ่นมีค่านิยมในการช่วยเหลือสังคม มีความตระหนักและเกิดแนวคิดในการเลือกอาชีพ เกิดแนวคิดเรื่องบทบาททางเพศและเกิดความบันเทิงผ่อนคลายจากมิวสิกวิดีโอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดอิทธิพลหนึ่งของสื่อมวลชนคือการให้การเรียนรู้แก่สังคมและการให้ความบันเทิงของ ปรมะ สตะเวทิน (2541: 171-178) หรือแนวคิดของ Wald (1998: 585) ที่ว่าศิลปินนักร้องหญิงนอกจากจะเป็นผู้ให้ความบันเทิงทางด้านดนตรี (Entertainer) แล้วยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์ (Identity) ให้แก่ผู้รับชมหญิง

ในขณะที่เนื้อหาด้านลบจากมิวสิกวิดีโอได้แก่ การนำเสนอความรุนแรง การสร้างค่านิยมผิดๆ ในความรัก การกระตุ้นให้วัยรุ่นเที่ยวกลางคืนโดยเฉพาะวัยรุ่นหญิง การสร้างค่านิยมการประพฤติปฏิบัติตัวของผู้หญิงที่ขัดกับวัฒนธรรมไทย ความไร้จริยธรรมของผู้หญิงและแนวคิดด้านวัตถุนิยม

และจากเนื่อหาดังกล่าว ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิคิดว่าจะทำให้วัยรุ่นเลียนแบบการใช้ความรุนแรง กระตุ้นให้วัยรุ่นมีแฟนเร็วขึ้น สร้างค่านิยมผิดๆ ในการใช้ชีวิตโดยไม่ต้องแต่งงาน วัยรุ่นอยากลองเที่ยวกลางคืน วัยรุ่นหญิงมีใจที่แข่งกร้าว แต่งตัวที่ล่อแหลมและเกิดแนวคิดเชิงวัตถุนิยม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2541: 171-178) ที่ว่าความรุนแรงทางโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความรุนแรงหรือความก้าวร้าวของผู้ชม และแนวคิดของ สมบัติ จันทรวงศ์ (2525: 51-52 อ้างถึงใน ปริชญ์ ปราชญานุพร, 90-91) ที่ว่าอิทธิพลของโทรทัศน์ก่อให้เกิดการเพาะนิสัยนิยมความรุนแรงและยึดการใช้ความรุนแรงในการแก้ปัญหา ตลอดจนแนวคิดการเลียนแบบศิลปินของ Rice (1981: 65 อ้างถึงใน Englis, Solomon และ Olofsson, 1993: 21-33) และแนวคิดด้านการเอาเป็นแบบอย่างของ เบญจมา จิรภัทรพิมล (2516: 23-24) ตลอดจนตอกย้ำแนว

คิดของ Wald (1998: 585) และ Griffin (1985: 61) ที่ว่าผู้ชมวัยรุ่นหญิงอาจจะเลียนแบบการ แสดงออกของศิลปินนักร้องหญิง

เมื่อเทียบผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างไม่ได้เป็น เพียงผู้รับสารที่ชมหรือเสพความบันเทิงจากมิวสิกวิดีโอแต่เพียงอย่างเดียว (ปรมะ สตะเวทิน, 2524: 171-178; วงหทัย ต้นชีวะวงศ์, สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2543; ประไพพรรณ ภูมิวุฒิสาร, สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2543; มานพ ชาญยุทธกร, สัมภาษณ์, 31 มีนาคม 2543; บริภรณ์ โพธิ์แดง, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2543; อภิชาติ โกวานิชย์, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2543) หากแต่มีการ คิดและวิเคราะห์ถึงความเป็นมาเป็นไปของมิวสิกวิดีโอเข้าข่ายลักษณะของผู้ชมเชิงรุก (Active Audience) อันเห็นได้จากกรณีที่กลุ่มตัวอย่างสามารถวิเคราะห์ได้ว่ามิวสิกวิดีโอเพลงคีนจันทร์และ เพลงเจ้าช่อมาลีได้รับการสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังสามารถวิเคราะห์ถึงตรรกะแห่งความเป็นจริงดังตัวอย่างจาก มิวสิกวิดีโอเพลงสาหัสที่ว่าคนที่กำลังขับรถอยู่แล้วป็นข้ามรถจะไม่สามารถป็นข้ามไปได้เพราะถ้า ขาไม่เหยียบคันเร่งแล้วรถจะไม่สามารถวิ่งได้

ในประเด็นผลกระทบด้านทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างจากมิวสิกวิดีโอ นั้น พบว่ามิวสิกวิดีโอ ไม่สามารถชี้้นำให้กลุ่มตัวอย่างคล้อยตามสาร ประเด็น หรือค่านิยมต่างๆ ที่แฝงผ่านเนื้อหาของมิ วสิกวิดีโอ ทั้งนี้เนื่องจากทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนล้วนแล้วแต่ได้รับการ สั่งสมมาเป็นระยะเวลาพอสมควร เนื้อหาของมิวสิกวิดีโอจึงสามารถทำได้ในระดับสะท้อนและ อาจช่วยตอกย้ำถึงทัศนคติหรือค่านิยมของกลุ่มตัวอย่าง เช่น กลุ่มตัวอย่างบางคนรู้สึกสนุก ชอบมิ วสิกวิดีโอเพลงเจ้าช่อมาลีซึ่งส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้อยากลองไปเที่ยวกลางคืนต่างๆ ที่ยังไม่ เคยไปมาก่อน

ทัศนคติที่สะท้อนจากมิวสิกวิดีโอแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญ และอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย เห็นได้จากการปฏิเสธความรุนแรงของกลุ่มตัวอย่างและเสนอให้ ใช้สติปัญญาและเหตุผลมากกว่าการใช้อารมณ์แก้ปัญหา (คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, สำนักงาน: 2523 อ้างถึงใน เอมจันทร์ สุรินทวงศ์, 2526: 142) การไม่นิยมการใช้ชีวิตคู่แบบอยู่ก่อน แต่ง การมองว่าผู้หญิงไทยควรมีการมีส่วนร่วมในกริยามารยาท มีความสุภาพอ่อนโยน การรักษาวล สงวนตัวของผู้หญิงหรือผู้ชายไทยจะต้องเป็นผู้นำที่ดี (จรัล พรหมอยู่, 2523: 54-62)

สิ่งที่น่าสังเกตคือกลุ่มตัวอย่างอีกส่วนซึ่งเป็นส่วนน้อยมีความคิดเห็นในมุมมองที่ต่างออกไป ไม่ว่าจะเป็นการยอมรับการแต่งตัวที่ล่อแหลมของผู้หญิง การเที่ยวกลางคืนของผู้หญิงและการยอมรับการมีเพศสัมพันธ์ก่อนการแต่งงานว่าเป็นเรื่องปกติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มตัวอย่างหญิงสาวใหญ่ยอมรับการโต้ตอบกับผู้ชายด้วยความรุนแรงว่าเป็นเรื่องที่เหมาะสมเพราะทำเนื่องจากปัจจุบันชายหญิงมีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน

ข้อมูลดังกล่าวเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงการยอมรับวัฒนธรรมตะวันตก โดยเฉพาะวัฒนธรรมอเมริกันที่แบ่งออกเป็น 4 มิติได้แก่ 1. ความรักในอิสระภาพ 2. การแสวงหาความเท่าเทียมกัน 3. การแสวงหาความสุขตามความพึงพอใจส่วนบุคคล และ 4. การเปิดเผยในเรื่องเพศ ได้เป็นอย่างดี (ฉันทนา ไชยศิริ, 2525)

สำหรับผลกระทบด้านพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มและแบ่งรูปแบบของผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็น 7 รูปแบบดังนี้คือความสนใจเกี่ยวกับกิจกรรม ความรักหรือรสนิยมในความรัก แฟชั่น บทบาททางเพศ อาชีพและด้านวัตถุนิยม ทั้งนี้ผลกระทบด้านพฤติกรรมที่เกิดขึ้นกับกลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นลักษณะของแนวโน้มที่กลุ่มตัวอย่างจะทำตามประเด็นที่มิวสิกวิดีโอนำเสนอ

ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่มีต่อพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างสามารถเห็นผลง่ายกว่าผลกระทบทางด้านทัศนคติ เช่น กลุ่มตัวอย่างอยากจะประกอบอาชีพด้านการดนตรี ได้แก่ การเป็นศิลปินนักร้องชายคุณภาพ การเป็นนักดนตรี (อมรม สนิทบาล, ม.ป.ป: 121-122; บริกัณฑ์ โพธิ์แดง, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2543) หรือการอยากแต่งตัวเลียนแบบนักร้อง (Wald, 1998: 585; Grossberg, 1993: 189; Rice, 1981: 65 อ้างถึงใน Englis, Solomon และ Olofsson, 1993: 21-33; Griffin, 1985: 61; พจนา ฐูปแก้ว, สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2543) การอยากลองไปเที่ยวกลางคืน (พจนา ฐูปแก้ว, สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2543; ประไพพรรณ ภูมิวุฒิสาร, สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2543; เรวดี วัฒนทกโกศล, สัมภาษณ์, 12 เมษายน 2543)

การอยากแต่งตัวที่วาบหวิว หรือการแต่งหน้า ทำผมที่ล้ำสมัย การแสดงออกถึงความเสมอภาคโดยเฉพาะความเสมอภาคทางเพศ ตลอดจนการอยากลองไปเที่ยวกลางคืนของกลุ่มตัวอย่างหญิงเป็นการเสริมให้เห็นถึงอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมอเมริกันที่ปรากฏสะท้อนในผลกระทบด้านทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างให้เด่นชัดขึ้น รวมไปถึงแนวคิดในการเลียนแบบศิลปินของ Wald (1998: 585) และ Grossberg (1993: 189) เป็นต้น

นอกจากนั้นแล้วกลุ่มตัวอย่างยังเกิดแนวคิดด้านวัตถุนิยมซึ่งเห็นได้ชัดจากการที่กลุ่มตัวอย่างอยากมีบ้านหลังใหญ่ อยากมีรถยนต์ส่วนตัว เป็นต้น สิ่งดังกล่าวสะท้อนมาจากมิวสิกวิดีโอที่ศึกษา ทั้งนี้มิวสิกวิดีโอโดยทั่วไปมักนำเสนอภาพศิลปะและอุปกรณ์ประกอบตลอดจนฉากต่างๆ ให้ดูสวยงาม ไม่เว้นแม้แต่ตัวแสดงที่มักมีรูปร่างหน้าตาดี แต่งตัวด้วยเครื่องแต่งตัวและเครื่องประดับที่หรูหราสวยงาม (พิศมัย วิบูลย์สวัสดิ์, 2510: บทคัดย่อ) อาจเป็นเพราะเนื่องจากบริษัทค่ายเทปต้องการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ของสินค้าหรือตัวศิลปินนักร้องให้ดูดีแม้แนวคิด (Concept) ของศิลปินบางคนที่บริษัทค่ายเทปกำหนดให้เป็นแบบที่ดูเรียบง่ายแต่สุดท้ายก็ยังนำเสนอความเรียบง่ายที่ดูดี โดยการแอบแฝงความหรูหราผ่านองค์ประกอบต่างๆ ของมิวสิกวิดีโอที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของศิลปินผ่านมิวสิกวิดีโอก็เหมือนกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สินค้าผ่านรูปแบบของการโฆษณา (Belch และ Belch, 1998: 6) ในแนวคิดเชิงธุรกิจสินค้าที่มีภาพลักษณ์ที่ดีย่อมขายได้ง่ายกว่าสินค้าที่มีภาพลักษณ์ด้อยกว่า ดังนั้นการสร้างภาพความหรูหราทันสมัยในมิวสิกวิดีโอ (พิศมัย วิบูลย์สวัสดิ์, 2510: บทคัดย่อ) จึงน่าจะเป็นคำตอบหลายๆ ว่าทำไมบริษัทค่ายเทปจึงมีเหตุผลที่จะเลือกทำเช่นนั้น

ประเด็นที่น่าสังเกตคือกลุ่มตัวอย่างไม่ให้การยอมรับความรุนแรงที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเหมือนที่คุณมานพ ชาญยุทธกร (สัมภาษณ์, 31 มีนาคม 2543) และ คุณบริกัณฑ์ โพธิ์แดง (สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2543) ให้ความเห็นว่ามิวสิกวิดีโอเพลงหัวใจกระดากและสาหัสแม้จะมีการนำเสนอความรุนแรงในเนื้อหา แต่ผู้สร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอทั้ง 2 ท่านเสริมความคิดเห็นว่าความรุนแรงดังกล่าวจะไม่มีผลต่อผู้รับชม เนื่องจากผู้รับชมสามารถแยกแยะได้ว่าสิ่งใดเป็นเรื่องจริง สิ่งใดเป็นเรื่องสมมติ สิ่งใดควรทำ หรือสิ่งใดไม่ควรทำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมิวสิกวิดีโอเพลงสาหัสจะมีการนำเสนอความรุนแรง ผาดโผน อันตรายนั้น กลุ่มผู้ฟังของ LOSO ซึ่งเป็นเจ้าของงานเพลงสาหัสเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่มีความสามารถในการคิดแยกแยะความถูกต้องได้

ผู้วิจัยไม่อาจสรุปได้ว่าข้อคิดเห็นของผู้สร้างสรรค์มิวสิกวิดีโออิงบนพื้นฐานของการรักษาผลประโยชน์เชิงธุรกิจ แต่ข้อคิดเห็นดังกล่าวไม่ครอบคลุมข้อเท็จจริงที่ว่าผู้รับชมมิวสิกวิดีโออาจจะไม่ใช่กลุ่มที่มีความสามารถในการแยกแยะความถูกต้องเหมาะสมได้ทุกคน ผู้รับชมอาจจะมีเด็กเล็กๆ ด้วย นอกจากนี้ อาจารย์เรวดี (สัมภาษณ์, 12 เมษายน 2543) ยังให้ข้อคิดเห็นในเรื่องความรุนแรงจากมิวสิกวิดีโอว่าจะส่งผลกระทบต่อวัยรุ่น ถึงแม้วัยรุ่นตอนปลายจะมีวุฒิภาวะและความคิดที่ค่อนข้างสมบูรณ์แบบ แต่อย่างไรก็ตามวัยรุ่นก็ยังมึนงงที่ยากลอง ดังนั้นเมื่อวัยรุ่นเห็นมิวสิกวิดีโอที่เสนอวิธีการแก้ปัญหาที่รุนแรงแล้วสัมผัสผลลัพธ์ วัยรุ่นก็มีแนวโน้มที่จะทำตามแบบเช่น

กัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่ออยู่ในภาวะของการขาดสติไตร่ตรองอย่างรอบคอบแล้ว วัยรุ่นจะเลียนแบบได้ง่าย

จากผลการศึกษาผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดผู้วิจัยสามารถที่จะสรุปได้ถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความแตกต่างด้านเพศ อายุ และผลกระทบต่อทัศนคติ และพฤติกรรมได้เป็นดังนี้

1. ความแตกต่างของอายุไม่มีความแตกต่างต่อผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง

2. ความแตกต่างของเพศมีความแตกต่างต่อผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง เช่น การให้ความคิดเห็นต่อบทบาททางเพศของผู้หญิงที่สามารถสังเกตได้ชัดจากการที่มีกลุ่มตัวอย่างหญิงเท่านั้นที่มองว่าคนมีสิทธิที่จะคบหาคนหลายคนพร้อมกันอย่างนางเอกในมิวสิกวิดีโอมิวสิกวิดีโอหัวใจกระดาศได้หากยังไม่ตกลงกับใคร ตลอดจนพฤติกรรมการเลียนแบบมิวสิกวิดีโอของกลุ่มตัวอย่างหญิงที่สนใจงานด้านการเรอ ในขณะที่ยังกลุ่มตัวอย่างชายสนใจดนตรีมากกว่า

จากแนวคิดของ พิศมัย วิบูลย์สวัสดิ์ (2510: บทคัดย่อ) ให้ความคิดเห็นว่าวัยรุ่นส่วนใหญ่จะรักเอาแบบอย่างศิลปินนักร้องนักแสดงที่ตนชื่นชอบเป็นอันดับแรก รองลงมาคือบิดามารดา ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวสามารถกล่าวได้ว่ามิวสิกวิดีโอสามารถส่งผลกระทบต่อผู้รับชมเป็นอย่างมากเนื่องจากมิวสิกวิดีโอบางเรื่องมีการนำเสนอเนื้อหาที่ดูรุนแรง อันตราย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนำเสนอที่บิดเบือนจากความเป็นจริงโดยไม่มี การนำเสนอถึงผลลัพธ์จากการกระทำที่อันตรายแต่กลับนำเสนอความสนุกสนานแทน หรือ การเลียนแบบค่านิยมในการแสดงบทบาททางเพศที่ดูไร้จริยธรรมให้กลายเป็นเรื่องปกติ

แต่ทั้งนี้จากผลการศึกษาเรื่อง 'วัยรุ่นไทย คิดอะไรอยู่' ของนิตยสารวีดีโอ 'โดเจสท์ ฉบับเดือนตุลาคม ปี 2543 ที่ทำการวิจัยสำรวจวัยรุ่นชายหญิง อายุ 16-18 ปี จำนวน 1,055 คน ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลในเรื่องค่านิยมของวัยรุ่นไทยที่มีต่อสังคมและอนาคตซึ่งพบว่าวัยรุ่นส่วนใหญ่เห็นว่าวีรบุรุษในดวงใจที่สามารถยึดถือเป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิตคือพ่อแม่ โดยคิดเป็นร้อยละ 63 รองลงมาได้แก่ เพื่อน ดารา นักร้อง นักการเมือง นักกีฬาที่มีชื่อเสียงและวีรบุรุษในสังคม (สุวิษา เพียรราษฎร์, บรรณาธิการ, 2540: 18) ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าผลกระทบของมิวสิกวิดีโอหรือจากสื่อมวลชนต่างๆ อาจไม่รุนแรงเท่าที่ พิศมัย วิบูลย์สวัสดิ์ (2510: บทคัดย่อ) ให้แนวคิด แต่

อย่างไรก็ตาม ดาราและนักร้องก็ยังคงติดอันดับบุคคลที่วัยรุ่นให้ความนิยม ซึ่งแสดงให้เห็นว่า อิทธิพลจากมิวสิกวิดีโอหรือสื่อมวลชนต่างๆ ก็ยังคงมีบทบาทเหนือวัยรุ่นอยู่

ดังนั้นเมื่อก้าวโดยสรุปจะเห็นได้ว่าสังคม ค่านิยมและวัฒนธรรมของไทยซึ่งได้เปลี่ยนรูปแบบไปสู่วัฒนธรรมสากลมาแต่ครั้งอดีตกำลังเปลี่ยนแปลงในอัตราที่เร็วยิ่งขึ้นเมื่อได้รับสื่อสมัยใหม่ ในยุคโลกาภิวัตน์ที่สามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมต่างชาติอย่างง่ายดาย ซึ่งวัฒนธรรมต่างชาติที่รับเข้ามามีทั้งประโยชน์และโทษ มีทั้งที่ส่งเสริมแนวคิดการสร้างคุณค่าให้กับชีวิตและขัดกับวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของไทย ดังนั้นคนไทยจึงควรที่จะตระหนักถึงการเลือกรับแต่สิ่งที่มีประโยชน์และปรับใช้กับวิถีแบบไทยเพื่อทำให้ประเทศชาติยังคงมีเอกลักษณ์แบบไทยและมีความเจริญทางวัตถุและจิตใจควบคู่กันไป

2. ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรม

จากผลการศึกษาทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์อิทธิพลของมิวสิกวิดีโอจากผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ จากผลการศึกษาทั้งกลุ่มตัวอย่างและจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ตลอดจนบทความ เอกสาร สิ่งตีพิมพ์ที่เกี่ยวข้องในประเด็นผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรม ผู้วิจัยสามารถอภิปรายสรุปภาพรวมของผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรมเป็นดังนี้

มิวสิกวิดีโอมีใช้เป็นเพียงแค่สื่อโฆษณาเพลงหรือสื่อบันเทิงธรรมดาเท่านั้น หากแต่แฝงอิทธิพลบางอย่างแก่ผู้รับชม (พจนาน์ ฐูปแก้ว, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2543; วงษ์ชัย ดันชีวะวงศ์, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2543) ยิ่งมิวสิกวิดีโอมีความน่าสนใจ ก็จะมีอิทธิพลต่อผู้รับชมนั้นๆ มากยิ่งขึ้น (Rich และ คณะ, 1998: 669-674)

ระดับของการได้รับอิทธิพลหรือผลกระทบของมิวสิกวิดีโอจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล โดยสามารถอิงได้จากกระบวนการเลือกเปิดรับสาร (Media Exposure) ที่แต่ละบุคคลจะเลือกสนใจ เปิดรับ ตีความหมายและเลือกที่จะจดจำแตกต่างกันออกไป (Klapper: 1960, 19-25) อันจะส่งผลต่อการสนับสนุนความเชื่อพื้นฐานหรือทัศนคติของแต่ละบุคคลโดยจะแสดงออกซึ่งทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป นอกจากนี้ระดับการเข้าถึงและความถี่หรือความบ่อยครั้งที่มิวสิกวิดีโอได้เผยแพร่ก็จะส่งผลต่อความแตกต่างของระดับผลกระทบด้วยเช่นกัน (วงษ์ชัย ดันชีวะวงศ์, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2543)

สิ่งที่ผู้วิจัยสังเกตคือในปัจจุบันมิวสิกวิดีโอไม่ได้ผูกขาดโทรทัศน์เพื่อเป็นสื่อในการเผยแพร่เพียงอย่างเดียว มิวสิกวิดีโอมีการนำเสนอผ่านทางสื่อในรูปแบบของคาราโอเกะ (Karaoke) สถานที่โทรทัศน์ในระบบบอกรับสมาชิก (Cable TV) หรือการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ตลอดจนการได้รับการสนับสนุนจากบรรดาหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างๆ ที่ร่วมเผยแพร่ข้อมูลมิวสิกวิดีโอซึ่งจะช่วยให้ผู้รับชมเข้าถึงและรับชมมิวสิกวิดีโอมากยิ่งขึ้น

อิทธิพลหรือผลกระทบของมิวสิกวิดีโอที่ชัดเจนคือก่อให้เกิดการเลียนแบบ (Rice, 1981: 65 อ้างถึงใน Englis, Solomon และ Olofsson, 1993: 21-33) ซึ่งผู้รับชมจะเกิดการเลียนแบบใน 2 รูปแบบคือการเลียนแบบเชิงนามธรรมหรือผลกระทบภายใน (Internal Impact) เช่น การคล้อยตามค่านิยมต่างๆ ที่มีมิวสิกวิดีโอนำเสนอ และการเลียนแบบเชิงรูปธรรมหรือผลกระทบภายนอก (External Impact) เช่น การเลียนแบบการแต่งกาย แต่งหน้า เป็นต้น ดังนั้นผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสังคมและวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้นจากเนื้อหาของมิวสิกวิดีโอที่ถ่ายทอดไปยังผู้รับชมอันเป็นสมาชิกของสังคมและเป็นผู้จรรโลงวัฒนธรรมโดยผ่าน 2 ปัจจัยหลักที่ได้รับผลกระทบคือทัศนคติและพฤติกรรม

ดังนั้นมิวสิกวิดีโอจึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในรูปแบบของการหลอหลอมความเชื่อความคิดและผลักดันให้สังคมเคลื่อนไปในทิศทางที่มิวสิกวิดีโอกำหนด ทั้งนี้ผลกระทบของมิวสิกวิดีโอต่อสังคมและวัฒนธรรมจะมีทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบขึ้นอยู่กับภาพรวมของการที่แต่ละสมาชิกของสังคมจะรับหรือตีความมิวสิกวิดีโอเรื่องหนึ่งๆ ว่าเป็นอย่างไร

อิทธิพลเชิงบวกของมิวสิกวิดีโอที่มีผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรมคือการให้ความบันเทิง (วงหทัย ดันชีวะวงศ์, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2543; บริรักษ์ โพธิ์แดง, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2543) ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่าคนในสังคมทุกวันนี้มีความเครียดที่เกิดจากการทำงาน การเรียนหรือจากปัญหาต่างๆ นานา การได้รับชมมิวสิกวิดีโอที่มีเนื้อเพลงที่ไพเราะและมีความสวยงามย่อมช่วยคลายเครียดแก่ผู้รับชม (ปรมะ สตะเวทิน, 2541: 171-178)

นอกจากนั้นมิวสิกวิดีโอสามารถสอดแทรกสาระแง่คิดให้แก่ผู้รับชมไม่ว่าจะเป็นการสอนเรื่องคุณค่าของความรัก (วงหทัย ดันชีวะวงศ์, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2543) การสอนให้คนรู้จักการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน (มานพ ชาญยุทธกร, สัมภาษณ์, 31 มีนาคม 2543) หรือการแสดงออกซึ่งความสามารถ เช่น ความสามารถด้านดนตรี (บริรักษ์ โพธิ์แดง, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2543) เป็นต้น

แต่ในขณะเดียวกันมิวสิกวิดีโอก็มีเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบ ทั้งนี้ มิวสิกวิดีโอของไทยมักเลียนแบบหรือได้รับอิทธิพลในการนำเสนอจากมิวสิกวิดีโอเพลงสากล ซึ่งสามารถสังเกตได้ชัดจากมิวสิกวิดีโอเพลงไทยสากล (พจนานุกรม, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2543) ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอความรุนแรง ความก้าวร้าว (ประไพพรรณ ภูมิวุฒิสาร, สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2543) การแสดงออกทางเพศอย่างเปิดเผย (วงหทัย ต้นชีวะวงศ์, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2543; ประไพพรรณ ภูมิวุฒิสาร, อ้างแล้ว) การแต่งกายที่ล่อแหลมตามแบบวัฒนธรรมต่างชาติ (พจนานุกรม, สัมภาษณ์, อ้างแล้ว) เป็นต้น

ผลกระทบดังกล่าวสามารถที่จะสะท้อนถึงลักษณะความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมอเมริกันที่แบ่งออกเป็น 4 มิติได้แก่ 1. ความรักในอิสระภาพ 2. การแสวงหาความเท่าเทียมกัน 3. การแสวงหาความสุขตามความพึงพอใจส่วนบุคคล และ 4. การเปิดเผยในเรื่องเพศ ได้เป็นอย่างดี (ฉันทนา ไชยชิต, 2525)

เมื่อขยายความถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมตะวันตกหรือวัฒนธรรมอเมริกันจะพบว่าคนไทยมีการยอมรับและเกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรมมาตั้งแต่ครั้งอดีตจนถึงปัจจุบันซึ่งจะเห็นอย่างชัดเจนในเรื่องของวัฒนธรรมการแต่งกาย โดยปัจจุบันจะเป็นเสื้อผ้าที่ดูวาทวิพ เช่น เสื้อรัดรูป แฟชั่นโชว์สะดือและกางเกงรัดรูปที่ครั้งหนึ่งเป็นที่นิยมในวัยรุ่นไทยมาก ทั้งนี้ศิลปินนักร้องเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการแพร่กระจายของแฟชั่น (สุนทร กุลวัฒน์พงศ์, บรรณาธิการ, 2542: 12) ซึ่งนักร้องวัยรุ่นหญิงที่ชื่อ "โบว์-ไทรอัมพ์ คิงดอมส์" เผยว่าตนเองอาจจะเป็แม่แบบในการแต่งตัวที่วาทวิพของวัยรุ่นซึ่งตนจะระมัดระวังในการแต่งตัวให้มากขึ้นเพื่อป้องกันการแต่งเลียนแบบ (สุพพงศ์ จันผิงเพชร, บรรณาธิการ, 2543: 14)

นอกจากนี้นักเต้นรำประกอบการแสดงหรือที่เรียกว่า "หางเครื่อง" ก็ส่งผลให้เกิดการแต่งตัวที่ล่อแหลมของวัยรุ่นเช่นกัน ทั้งนี้ "กลุ่มพิราบขาว" ซึ่งเป็นการรวมตัวของนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิตก็ได้รณรงค์ในเรื่องของการแต่งตัวที่ดูโป๊ของหางเครื่องเพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้ชมซึ่งจะทำให้วัฒนธรรมไทยสูญเสียและส่งผลต่อค่านิยมที่จะทำให้วัยรุ่นแต่งตัวล่อแหลม (สุวิษา เพียรราษฎร์, บรรณาธิการ, 2543: 15)

นอกจากวัฒนธรรมการแต่งกายแล้ว วัฒนธรรมตะวันตกบางอย่างซึ่งขัดแย้งกับวัฒนธรรมไทย อาทิ วัฒนธรรมเซ็กส์แบบเสรี (Free Sex) ก็ได้แพร่กระจายผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่ประกอบด้วยมิวสิกวิดีโอ โฆษณาสินค้า รายการโทรทัศน์ ตลอดจนภาพยนตร์และนิตยสารต่างๆ ล้วนแล้วแต่เสนอภาพความทันสมัยของการใช้ชีวิตแบบเสรี บริโภคแบบเสรีและมี

เช็กส์แบบเสรี (สุภาวดี หาญเมธี, 2543: 11) ซึ่งล้วนทำให้วัยรุ่นเคยชินกับวัฒนธรรมตะวันตกมากขึ้นและก่อให้เกิดพฤติกรรมฟรีเช็กส์ของวัยรุ่นไทย โดยพบว่าเด็กผู้หญิงบางคนเสียตัวตั้งแต่อายุ 14-15 ปีด้วยความเต็มใจให้คนรัก นอกจากนี้วัฒนธรรมดังกล่าวก็ยังส่งผลให้เกิดค่านิยมในการใช้ชีวิตคู่ก่อนถึงวัยอันสมควรโดยปราศจากการแต่งงาน (สุวิชชา เพียรราษฎร์, บรรณารักร, 2543: 7)

นอกจากวัฒนธรรมอเมริกันหรือวัฒนธรรมตะวันตก แล้วแม้แต่ในเอเชียด้วยกันก็มีการแพร่กระจายวัฒนธรรมข้ามชาติสู่ประเทศไทย ซึ่งประเทศที่มีอิทธิพลสูงในการเผยแพร่วัฒนธรรมของตัวเองได้แก่ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเด็กไทยจะซึมซับวัฒนธรรมญี่ปุ่นตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงเข้านอนทั้งจากสื่อโทรทัศน์ การ์ตูน ภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือการ์ตูน นิตยสารและสื่อสันทนาการ เช่น เครื่องเล่นเกม ตู้อายุสติ๊กเกอร์และเพลงโดยผ่านศิลปินนักร้อง (สุวิชชา เพียรราษฎร์, บรรณารักร, 2542: 21)

ทั้งนี้วัยรุ่นไทยจะรับวัฒนธรรมของญี่ปุ่นได้ง่ายเนื่องจากวัยรุ่นไทยมักชอบรูปแบบน่ารักแบบญี่ปุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการเห็นแม่แบบจากศิลปินนักร้องของไทยที่เลียนแบบแฟชั่นการแต่งกายเหมือนญี่ปุ่น (สุวงค์ จันทน์เพชร, บรรณารักร, 2542: 12) ซึ่งมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนคือมีสีสดใส กระโปรงสั้นเต๋อหรือยาวรุ่มร่ามหรือรองเท้านานา (ทิพย์พิมล เกียรติวาทีรัตนะ, 2543: 1, 2)

นอกจากมิวสิกวิดีโอจะมีอิทธิพลในการเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยให้วัฒนธรรมต่างชาติเข้าสู่ประเทศไทยและก่อให้เกิดค่านิยมบางอย่างแก่คนไทยแล้ว ตัวของศิลปินนักร้องเองก็เป็นส่วนสำคัญที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรม ทั้งนี้ อรการ กาคำ (2543: 1) เผยรายงานว่าวัยรุ่นไทยบางส่วนมีความคลั่งไคล้ศิลปินนักร้องมาก เช่น การรอปบ้นักร้อง อยากพูดคุยโทรศัพท์ด้วย ทำอาหารให้รับประทาน ขับรถตามและแม้กระทั่งยอมเสียตัวให้แก่ศิลปินนักร้องชายที่ชื่นชอบ นอกจากนั้นในต้นปี 2543 มีข่าวปรากฏว่านักเรียนหญิงอายุ 15 ปีได้กระโดดตึกตายโดยไม่ทราบสาเหตุ แต่มูลเหตุที่น่าคิดว่าน่าจะมาจากความชอบศิลปินวง "X-Japan" ของผู้ตายเป็นอย่างมาก ซึ่ง "ฮิเดะ" นักร้องนำของวงได้ฆ่าตัวตายไปเมื่อ 2 ปีก่อน ทำให้ผู้คลั่งไคล้ "ฮิเดะ" ในญี่ปุ่นโดยเฉพาะผู้หญิงสาวฆ่าตัวตายตามหลายราย ในขณะเดียวกัน พอล เฮง (2543: 16) นักเขียนประจำ (Columnist) หนังสือพิมพ์มติรายวันแย้งว่าสาเหตุการฆ่าตัวตายของนักเรียนดังกล่าวไม่น่าจะเกี่ยวข้องกับสาเหตุที่อ้างถึง โดยให้เหตุผลว่าดนตรีไม่เคยทำร้ายและฆ่าใคร เพลงมีแต่ความดีงามของรสสุนทรีย์ที่ให้ผู้ฟังได้ซึมซาบอารมณ์ สอดคล้องกับความคิดเห็นของจิตแพทย์ที่ว่าสาเหตุการตาย

ดังกล่าวน่าจะมาจากแรงกดดันมากกว่าเลียนแบบพฤติกรรมของศิลปินนักร้องดังกล่าว (สุวพงศ์ จันฝังเพชร, บรรณานุกรม, 2543: 1, 20)

และเมื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของวัยรุ่นไทยซึ่งบริษัท สตาร์คอมได้สำรวจพฤติกรรมการบริโภคสื่อพบว่า กลุ่มผู้ชมอายุ 18-30 ปีชอบสื่อโทรทัศน์มากที่สุดและอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่กำลังมาแรง (สุวิษา เพียรราษฎร์, บรรณานุกรม, 2543: 21-22) โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาของบริษัท โอทิลวี แอนด์ เมเธอร์ (ประเทศไทย) ที่ได้ร่วมมือกับคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ศึกษาเรื่อง "โลกของวัยรุ่นไทย" (The World of Thai Teens) กับกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นจำนวน 1,100 คน ทั่วประเทศ พบว่าวัยรุ่นตอนปลายที่มีอายุ 18-19 ปีมีการใช้เวลากับการใช้คอมพิวเตอร์มากถึง 2-3 ชั่วโมงต่อวันรองจากการใช้เวลาไปกับการเรียนหนังสือซึ่งใช้เวลา 4-6 ชั่วโมงต่อวัน (อดิศักดิ์ ลิ้มปทุมพัฒน์กิจ, บรรณานุกรม, 2543: 1, 20) แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับสื่อของวัยรุ่นยังคงให้ความสำคัญต่อสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ในขณะที่เดียวกันอินเทอร์เน็ตก็เป็นสื่อสำคัญที่วัยรุ่นให้ความสนใจ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าผู้รับสารหรือวัยรุ่นมีความพร้อมที่จะเปิดรับสื่อต่างๆ ที่มีวิดิทัศน์ได้ผ่านไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์หรือคอมพิวเตอร์

จากเนื้อหาทั้งหมดผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าประเทศไทยมีการผสมผสานของวัฒนธรรมข้ามชาติที่ค่อนข้างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนเร็วขึ้นทุกขณะนับแต่ครั้งอดีต เนื่องจากความทันสมัยของสื่อไฮเทคโนโลยีประกอบกับพฤติกรรม ความสนใจในการเปิดรับสื่อของวัยรุ่นและการเผยแพร่วัฒนธรรมจากต่างชาติอย่างเข้มข้นโดยเฉพาะวัฒนธรรมอเมริกันที่ส่งผ่านมากับภาพยนตร์ Hollywood และ มิวสิควิดีโอ (ประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธิ์, บรรณานุกรม, 2543: 11) โดยมี MTV ที่เป็นเสมือนเครื่องมือที่มีบทบาทในการกำหนดวัฒนธรรม ทิศทางการเสพและสร้างพฤติกรรมเฉพาะให้กับวัยรุ่นยุคใหม่ไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก ในอนาคตข้างหน้าจึงอาจก่อให้เกิด "Global Culture" ขึ้นทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ดังนั้นคนไทยจึงควรมีความตระหนักและความพร้อมที่จะเลือกรับถึงคุณประโยชน์จากวัฒนธรรมต่างชาติเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับวัฒนธรรมไทยในการสร้างสรรค์จรรโลงสังคมต่อไป

4. มิวสิควิดีโอและการจดจำชื่อเพลง อัลบั้ม ศิลปิน ค่ายเทปและพฤติกรรมการศึกษาชื่อเพลง

จากข้อมูลการศึกษาถึงการจดจำรายละเอียดเสริมในมิวสิควิดีโอ ได้แก่ ชื่อเพลง ชื่ออัลบั้ม ชื่อศิลปินและสังกัดค่ายเทปที่กลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำรายละเอียดดังกล่าวได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในส่วนของชื่อค่ายสังกัดเทปนั้น กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดสามารถระบุได้อย่างถูกต้อง ซึ่งผู้

วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าสาเหตุดังกล่าวน่าจะเกิดจากการที่ค่ายสังกัดเทปทำการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบของการสื่อสารการตลาด (Integrated Marketing Communication) ที่สมบูรณ์แบบ

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดังกล่าวประกอบด้วยกิจกรรมโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเหตุการณ์พิเศษต่างๆ อาทิ การปรากฏตัวของศิลปินในรายการเกมส์โชว์หรือละคร ตลอดจนโครงการรณรงค์ทางสังคม อาทิ โครงการต่อต้านยาเสพติด "Just Say No" และ "โรงเรียนสีขาว" ของทั้ง 2 สังกัดค่ายเทปที่ใช้ศิลปินในค่ายเป็นสื่อกลางในการรณรงค์ ล้วนแล้วแต่สร้างความตระหนักรู้ (Awareness) และภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตัวศิลปินเองและสังกัดค่ายเทปด้วย (Belch และ Belch, 1995: 11)

ทั้งนี้เทคนิคการตลาดดังกล่าวเป็นการอาศัยจุดเด่นหรือคุณประโยชน์ของการผสมผสานสื่อ อาทิ สกู๊ป (Scoop) เปิดตัวศิลปินหรืออัลบั้ม มิวสิกวิดีโอ รายการเพลง การจัดอันดับความนิยม เพลง ชิงงานโฆษณาเพลง ละครหรือรายการเกมส์โชว์ที่ศิลปินมีส่วนร่วม ตลอดจนข่าวความเคลื่อนไหวในหน้าหนังสือพิมพ์และการถ่ายแบบของศิลปินในนิตยสารล้วนแล้วแต่ส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกัน ทำให้ชื่อและภาพของศิลปินนักร้องปรากฏผ่านสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง และต่อกันภาพลักษณ์ของศิลปินจนทำให้ผู้รับชมเกิดความคุ้นเคยและจดจำรายละเอียดดังกล่าวได้อย่างง่ายดาย

นอกจากการใช้การสื่อสารการตลาดจะเป็นผลประโยชน์ทางตรงในการสร้างศิลปินนักร้องให้เป็นที่รู้จักและสร้างรายได้จากการขายสินค้าเพลงแล้ว เทคนิคดังกล่าวยังเอื้ออำนวยประโยชน์ให้แก่ค่ายสังกัดเทปในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image) ตลอดจนสร้างชื่อเสียงความนิยม (Goodwill) และสร้างมูลค่าเพิ่ม (Added Value) ให้แก่สังกัดค่ายเทปด้วย เมื่อสังกัดค่ายเทปมีการปล่อยสินค้าใหม่หรือเปิดตัวศิลปิน อัลบั้มใหม่จึงเป็นการวางที่จะอาศัยชื่อเสียงที่ดีของสังกัดเทปเป็นเครื่องหมายรับประกันคุณภาพของสินค้าให้กลุ่มเป้าหมายเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าได้ในระดับหนึ่ง

แต่เมื่อสร้างความตระหนักในชื่อของศิลปินหรืออัลบั้มเพลงได้แล้ว สิ่งสำคัญที่จะทำให้เกิดการซื้อสินค้าเพลงกลับเป็นคุณภาพของสินค้าล้วนๆ และความเอื้ออำนวยของเงินของผู้ชม มิวสิกวิดีโอตั้งความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำนวนครั้งหนึ่งที่ว่ามิวสิกวิดีโอมีส่วนช่วยที่ทำให้เกิดการซื้อเทป เพราะการได้ดูมิวสิกวิดีโอเหมือนกับได้ลองฟังตัวอย่างสินค้าก่อน แต่ปัจจัยสำคัญคือความไพเราะของเพลง ซึ่งถ้าเพลงเพราะถึงไม่มีมิวสิกวิดีโอกลุ่มตัวอย่างก็ยังคงซื้อเทป

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าเมื่อกลุ่มตัวอย่างชื่นชอบมิวสิกวิดีโอแล้วก็อาจส่งผลให้เกิดการซื้อเทปและอาจรวมไปถึงสินค้าหรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น เครื่องแต่งกายแบบที่ศิลปินนักร้องแต่ง (Abt, 1987) และหากภายหลังที่กลุ่มตัวอย่างพบความพึงพอใจที่ได้จากสินค้าเทปเพลงดังกล่าว อาจส่งผลให้เกิดความภักดี (Loyalty) ต่อศิลปินนักร้องและจะเป็นการง่ายในการตัดสินใจซื้อเมื่อศิลปินผู้นั้นมีอัลบั้มใหม่ ดังจะเห็นได้จากการที่กลุ่มตัวอย่างเผยถึงปัจจัยรองในการซื้อสินค้าเทปเพลงนอกจากความไพเราะของเพลง ความเอื้ออำนวยของเงิน การได้รับชมมิวสิกวิดีโอ ก็คือ ความชื่นชอบศิลปิน ความชอบในแนวเพลงและการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เพลงตามลำดับ

สุดท้ายผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่านอกจากมิวสิกวิดีโอมีประโยชน์ทางตรงในการโฆษณาสินค้าแล้วยังมีประโยชน์ในทางอ้อมคือช่วยต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า (Farbey, 1998: 6) โดยที่เพลงที่ได้รับการจัดทำเป็นมิวสิกวิดีโอจะส่งผลให้เพลงและอัลบั้มเพลงนั้นๆ คุ้มค่าและเป็นที่ยอมรับว่าได้ตัดสินใจซื้อที่ถูกต้องแล้วซึ่งใกล้เคียงกับแนวคิดของ Knopper (1997: 71-72) ที่ว่าเพลงที่ได้รับการออกอากาศตามคลื่นวิทยุจะได้รับความนิยมมากขึ้นหากเพลงๆ นั้นเป็นมิวสิกวิดีโอด้วย

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับมิวสิกวิดีโอ

จากผลการศึกษาทั้งหมดจะเห็นได้ว่ามิวสิกวิดีโอมีอิทธิพลต่อผู้รับชมทั้งด้านทัศนคติและพฤติกรรมในระดับหนึ่งซึ่งอาจส่งผลต่อเนื่องถึงสังคมและวัฒนธรรม ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันมากกว่าการแก้ปัญหาผู้วิจัยจึงเสนอข้อเสนอแนะเพื่อการจัดทำและป้องกันผลกระทบจากมิวสิกวิดีโอ ดังนี้

1. ผู้สร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอ บริษัทเพลง อุตสาหกรรมเพลง สถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์ต่างๆ ควรที่จะตระหนักถึงความรับผิดชอบและรู้จักควบคุมตนเองถึงสิ่งที่ผลิต ทำตลาดและเผยแพร่ออกอากาศว่ามีผลกระทบต่อผู้รับชม สังคมหรือวัฒนธรรมในเชิงที่จะสร้างความเสียหายหรือไม่ โดยควรมองเห็นผลกระทบข้างหน้าของมิวสิกวิดีโอ

2. ผู้สร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอหรือบริษัทค่ายเทปควรที่จะผลิตมิวสิกวิดีโอที่มีเนื้อหาเพื่อประโยชน์สังคม ภายใต้แนวคิดเชิงสร้างสรรค์ (Positive Theme) อาทิ ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน ความปรองดองสามัคคี การเลี้ยงและต่อต้านยาเสพติด ไม่เสนอความรุนแรง การแก้ปัญหาคความขัดแย้งและการละเว้นการปลุกฝังเรื่องทางเพศในเชิงขี้ขลาดหรือสร้างค่านิยมผิดๆ รวมถึงการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรมไทยที่ดั่งงามผ่านเนื้อหาของมิวสิกวิดีโอ

3. ผู้ปกครองควรสร้างความอบอุ่นแก่ครอบครัว เนื่องจากหากครอบครัวมีความอบอุ่นมาก เด็กก็จะมีโอกาสเสียนแบบมิวสิกวิดีโอได้น้อย

4. ผู้ปกครองควรที่จะตระหนักรู้และเห็นสิ่งที่ป็นอันตรายต่อเด็กวัยรุ่นถึงเนื้อหาที่อยู่ในเพลงหรือมิวสิกวิดีโอ ไม่ว่าจะป็นเรื่องการเปิดเผยการแสดงออกทางเพศ ความรุนแรงในเพลงและมิวสิกวิดีโอเพื่อแนะนำแก่เด็กได้ ในขณะที่เดียวกันบริษัทค่ายเพลงต่างๆ ควรที่จะพัฒนาและประยุกต์ใช้ระบบการใส่ฉลากเตือนถึงเนื้อหาเพลงว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรุนแรง เรื่องทางเพศ และเนื้อหาเกี่ยวกับความก้าวร้าว เช่น ในสหรัฐอเมริกาจะมีฉลากแจ้งในอัลบั้มเพลงเช่นอัลบั้ม "The Marshall Mathers LP" ของ "Eminem" ที่ระบุว่า "Parental Advisory; Explicit Content" เพื่อเตือนว่าเพลงในอัลบั้มมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสำหรับผู้ฟังที่เป็นเด็กผู้ปกครองควรพิจารณา เป็นต้น

5. ศิลปินนักร้องควรที่จะตระหนักถึงการแสดงออกในเชิงสร้างสรรค์เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เด็กและเยาวชน

6. ผู้ปกครองควรชมรายการโทรทัศน์พร้อมๆ กับลูกๆ หรือสมาชิกในครอบครัวโดยเปิดโอกาสให้มีการโต้เถียงถึงเนื้อหาของรายการโทรทัศน์กับลูกๆ และสอนให้ลูกๆ รู้จักเลือกรับชมรายการโทรทัศน์อย่างเหมาะสม

ข้อจำกัดของการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ไม่สามารถที่จะสรุปผลการศึกษาไปยังกลุ่มวัยรุ่นทั่วประเทศ เนื่องจากผู้วิจัยได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเพียงจำนวน 32 คนที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ อีกทั้งมิวสิกวิดีโอที่ศึกษาก็ได้รับการคัดเลือกมาจากเพียงช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้นและเป็นหนึ่งในประเภทของมิวสิกวิดีโอที่มีอย่างหลากหลายในสังคมปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาวิจัยถึงผลกระทบของมิวสิกวิดีโอต่อกลุ่มผู้ชมระดับอายุอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงที่ครอบคลุมความเป็นจริงมากขึ้น

2. ควรมีการศึกษามิวสิกวิดีโอประเภทต่างๆ เพื่อสะท้อนถึงความเป็นจริงในปัจจุบันที่มีการนำเสนอมิวสิกวิดีโอด้วยความหลากหลายและมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งมิวสิกวิดีโอจากต่างประเทศที่เป็นผลผลิตจากวัฒนธรรมจากต่างชาติว่าจะมีผลต่อกลุ่มผู้ชมไทยอย่างไร

3. ควรมีการศึกษาสื่อต่างๆ ที่มีส่วนในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศิลปินนักร้องและอัลบั้มเพลงว่าจะมีผลกระทบที่เชื่อมต่อกันหรือไม่ อย่างไร