

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการฟังเพลงของวัยรุ่น แบ่งเป็น

1. แนวความคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น
2. แนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสาร
3. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
4. แนวคิดเรื่องเพลงและการสื่อสาร
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น

ปฟาณี รุติวัฒน์นา ( 2535 ) กล่าวถึงคำว่า วัยรุ่น ว่ามาจากภาษาลาตินคือ Adolescere แปลว่า กระบวนการงอกงามพ้นจากความเป็นเด็ก ในขณะที่ Hans Sebald ( 1986 ) กล่าวถึงวัยรุ่นว่าเป็นวัยแห่งการเติบโตเข้าสู่วุฒิภาวะ ( Maturity ) รวมไปถึงการเติบโตทางกายภาพ ร่างกาย ทางจิตวิทยา หรือทางสังคม สำหรับการศึกษารื่องเกี่ยวกับวัยรุ่น นักวิชาการแต่ละท่านได้มีการใช้คำในลักษณะต่างๆ กัน ได้แก่ วัยหนุ่มสาว ( Teenager ) เยาวชน ( Youth ) และ ยูวชน ( Juvenile ) ซึ่ง Hans Sebald ได้ให้ความหมายของคำทั้งสามไว้แตกต่างกัน ดังนี้

ยูวชน ( Juvenile ) เป็นคำที่มักจะใช้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย ความรุนแรง และการใช้อำนาจ เช่น ยูวชนเกเร ( Juvenile Delinquency ) ศาลคดีเด็กและยูวชน ( Juvenile Court )

เยาวชน ( Youth ) เป็นคำที่มีความหมายกว้าง ไม่เจาะจงวัย ซึ่งจะครอบคลุมถึงเด็กวัยรุ่น ( Adolescence ) ผู้ใหญ่ตอนต้น ( Youth Adult ) และเป็นคำที่มีความหมายมีลักษณะเป็นสากล อย่างเช่น Younger Generation

วัยรุ่น ( Adolescence ) เป็นคำที่มีความหมายเฉพาะเจาะจงมากขึ้น ซึ่งนักวิชาการได้ให้ความหมายของคำว่า วัยรุ่นในลักษณะของการเติบโตทางร่างกาย ทางจิตใจและวัยอย่างแตกต่างกัน

### 1. ความหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านอายุและวัย

ปฟาณี จิตติวัฒนา ( 2535 ) ได้ให้ความหมายของวัยรุ่นในทางจิตวิทยาว่า หมายถึงภาวะของบุคคลอายุประมาณ 16 - 25 ปี แต่ เบญจา จิรภัทรพิมล ( 2516 ) ให้ความหมายในแนวที่กว้างขึ้น คือ วัยที่กำลังเรียนหนังสือและที่ไม่ได้เรียนหนังสือ รวมทั้งผู้ที่เรียนสำเร็จแล้วด้วย ถ้าพิจารณาในแง่อายุ ได้แก่ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 11 - 24 ปี ทั้งชายและหญิง ซึ่งคล้ายคลึงกับความหมายที่ สุภาพรพรณ โคตรจรัส ( 2518 ) ได้กล่าวไว้ว่า วัยรุ่น คือ ระหว่างอายุ 13 - 20 ปี เป็นระยะหัวเลี้ยวหัวต่อระหว่างวัยเด็กไปสู่ผู้ใหญ่ เป็นระยะที่มีการเปลี่ยนแปลง และมีความจำเป็นในการปรับตัวใหม่ทั้งร่างกายและทางสังคมเพิ่มขึ้นมากกว่าวัยเด็กที่ผ่านมา

### 2. ความหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายและจิตใจ

ราตรี ธรรมนิยม ( 2524 ) กล่าวถึงวัยรุ่นว่าเป็นเวลาของการเจริญเติบโตทางกาย เป็นช่วงเวลาที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อน เป็นช่วงเวลาที่เด็กจะแสวงหาเอกลักษณ์ของตน เป็นช่วงเวลาแห่งสติปัญญา พัฒนาการ และประสบการณ์ทางวิทยาการต่างๆ และเป็นช่วงเวลาของพัฒนาการประเมินค่านิยมต่างๆ จะเห็นได้ว่าวัยรุ่นนี้เป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ซึ่งตรงกับความหมายของ สุพัตรา สุภาพ ( 2525 ) ที่กล่าวไว้ว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความเจริญทั้งทางร่างกายและจิตใจ ร่างกาย หมายถึง การไม่เป็นเด็กอีกต่อไป จิตใจ หมายถึง การรู้จักใช้เหตุผล รู้จักควบคุมอารมณ์ รวมทั้งสามารถเข้าร่วมกลุ่มหรือทำกิจการในสังคมได้

### 3. ความหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านอารมณ์ สังคม และทัศนคติ

Hurlock ( 1949 ) กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อ เป็นวัยแห่งการปรับตัวทางสังคม เป็นวัยแห่งปัญหา เป็นวัยที่มีความเคร่งเครียดทางอารมณ์ ตัดสินใจรวดเร็วและรุนแรง สาเหตุเพียงเล็กน้อยอาจเป็นเรื่องใหญ่ได้ ทัศนคติในการมองโลกทางสังคมของวัยรุ่นอาจมีความขัดแย้งกับผู้ใหญ่ ผู้ใหญ่อาจจะไม่เข้าใจความรู้สึกของวัยรุ่น ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา ดังที่ George Stanley Hall ( อังโน มลวิภา ทรวงุฒิสีล : 2526 ) ได้เปรียบวัยรุ่นไว้ว่า เป็นวัยแห่ง

พายุและความกดดัน วัยรุ่นเป็นวัยของการกระทำที่เหมือนเด็ก แต่ก็เหมือนผู้ใหญ่ด้วย ระยะเวลาของวัยรุ่นจัดว่าเป็นระยะที่เริ่มตั้งแต่วัยเด็กตอนปลาย จนย่างเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ ในช่วงเวลาดังกล่าว จึงยังอาจมีการแสดงออกถึงการกระทำที่ยังเป็นเด็กอยู่หลายอย่าง แม้ว่าจะเป็นเวลาที่กำลังเจริญเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ก็ตาม วัยรุ่นถูกจัดว่าเป็นช่วงเวลาได้รับการปฏิบัติเยี่ยงเด็ก แต่ก็ยังไม่พร้อมที่จะได้รับการปฏิบัติอย่างเช่นผู้ใหญ่

### ลักษณะทั่วไปและความต้องการของวัยรุ่น

สุโท เจริญสุข ( 2520 ) ได้กล่าวถึงลักษณะของวัยรุ่น ไว้ดังนี้

1. วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงภายในร่างกายมาก เป็นผลทำให้อารมณ์ของวัยรุ่นเปลี่ยนแปลงได้ง่ายไปด้วย
2. วัยรุ่นต้องการบ้านที่มีความรัก ความอบอุ่น ต้องการบิดา - มารดาที่อบรมเขาด้วยความเข้าใจ
3. วัยรุ่นมีความต้องการอิสรภาพมาก ไม่ชอบที่จะให้บิดา - มารดามายุ่งเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของเขา ไม่บังคับเข้มงวดจนเกินไป
4. วัยรุ่นรักความยุติธรรมอย่างรุนแรง ถ้ารู้สึกว่าคุณเองไม่ได้รับความยุติธรรมจะแสดงปฏิกิริยาตอบโต้ทันที
5. วัยรุ่นต้องการจะมีอาชีพที่เป็นหลักฐาน ผู้ใหญ่จึงควรชี้แนวทางให้วัยรุ่นได้ประกอบอาชีพตามถนัด
6. วัยรุ่นมีความรักและต้องการเพื่อนมาก มักจะเจ็บแค้นแทนเพื่อนและอยากมีทุกอย่างเหมือนเพื่อน
7. วัยรุ่นมีความสนใจเพื่อนต่างเพศ บิดามารดาไม่ควรกีดกันเพราะจะทำให้วัยรุ่นหาทางหลีกเลี่ยงหนีผู้ใหญ่ไปพบกันเอง
8. วัยรุ่นชอบที่จะคบเพื่อนเป็นกลุ่ม และแสดงออกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม เช่น มีท่าทาง คำพูดแปลก การแต่งกายที่คล้ายคลึงกัน
9. วัยรุ่นมักคิดว่าตนเองเป็นผู้ใหญ่แล้ว จึงมักเลียนแบบผู้ใหญ่ แสดงความคิดเห็นต่างๆ อย่างรุนแรง และอาจผิดพลาดได้
10. วัยรุ่นไม่ชอบที่จะให้ผู้ใหญ่ปฏิบัติต่อเขาอย่างเด็กๆ

11. วัยรุ่นไม่ต้องการที่จะเปิดเผยเรื่องราวของตนให้บิดามารดาฟังโดยสิ้นเชิง และไม่ชอบให้บิดามารดาเปิดจดหมายส่วนตัวของตนเอง
12. วัยรุ่นไม่ชอบให้บิดามารดาทะเลาะกัน
13. วัยรุ่นไม่ชอบให้บิดามารดานำตนไปเปรียบเทียบกับผู้อื่น
14. วัยรุ่นไม่ชอบให้ผู้ใหญ่ดูต่ำว่า เมื่อเขาสอบไล่ได้คะแนนน้อยกว่า

จากลักษณะของวัยรุ่น ดังที่ สุโท เจริญสุข กล่าวไว้ข้างต้นสามารถนำมาสรุปได้ตรงกับที่ประสาร ทิพย์ธาดา (2521) กล่าวถึงวัยรุ่นว่า เป็นวัยที่อยู่ในระยะหัวเลี้ยวหัวต่อระหว่างวัยเด็กและวัยผู้ใหญ่ นอกจากนี้ยังได้ให้ลักษณะทั่วไปของวัยรุ่น ไว้ดังนี้

1. เป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ เปลี่ยนแปลงทั้งด้านอารมณ์ ความคิดเห็น และความสนใจ
2. เป็นวัยแห่งการเสริมสร้าง จะเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะทางร่างกาย เช่น ด้านสมอง และน้ำหนัก
3. เป็นวัยที่ต้องการความอิสระ ต้องการพึ่งตนเองและมีแนวความคิดต่อต้านผู้ใหญ่ บางครั้งถึงกับมีการโต้เถียงกันอย่างรุนแรง
4. เป็นวัยที่ต้องการแสวงหาความรู้ อยากรู้ อยากเห็น จะทดลองทำในสิ่งแปลกๆ ใหม่ ๆ ที่ตนยังไม่เคยทำ
5. ต้องการปรัชญาชีวิต และแนวทางชีวิตของตน
6. เป็นวัยที่ต้องเผชิญปัญหามาก เพราะเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อที่สำคัญยิ่ง เป็นวัยแห่งความยุ่งยาก สับสน และการปรับตัว
7. เป็นวัยที่ต้องการความเข้าใจ ความเห็นอกเห็นใจจากผู้ใหญ่ ไม่ชอบการลงโทษทั้งทางกายและจิตใจ เช่น การยึดเอาของที่รักที่สุดไป การดูต่ำ เห็นว่าเป็นการทารุณจิตใจเกินไป ไม่ชอบการวิพากษ์วิจารณ์ของผู้ปกครองเกี่ยวกับเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย รูปร่างหน้าตา ไปในทางที่ไม่ดี แต่จะห่วงใยในรูปร่างและสุขภาพของตนมาก ไม่ต้องการพึ่งผู้ใหญ่ กลุ่ม หรือคณะที่มีอิทธิพล เขาต้องการอิสระ เป็นตัวของตัวเอง ในระยะวัยรุ่นต้องการอาหารมากกว่าในวัยที่แล้วมา ควรได้รับการสั่งสอนให้รู้จักเลือกอาหารที่มีคุณค่าและเหมาะสม

เมื่อลักษณะทางกายและอารมณ์เปลี่ยนไป ความต้องการต่างๆ ของวัยรุ่นก็ย่อมจะเปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังที่ สุชา จันทน์เอม (2529) กล่าวถึงความต้องการที่จำเป็นของวัยรุ่น ซึ่งสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ต้องการความรัก หมายถึง ความรักทุกชนิดซึ่งเป็นเครื่องนำความสุข ความอบอุ่นทางใจมาให้ รวมทั้งความรักซึ่งเรามีเพื่อการอยู่ร่วมกันเป็นสังคมด้วย วัยรุ่นต้องการความรักทั้งในฐานะเป็นผู้ให้และผู้รับ คือ ต้องการมีคนอื่นเป็นที่รักและต้องการให้ตนเองเป็นที่รักของคนอื่นด้วย
2. ต้องการตำแหน่งทางสังคม เป็นความต้องการอันสูงสุดของวัยรุ่น เด็กวัยรุ่นต้องการเป็นคนสำคัญ ต้องการเป็นที่นับถือของเพื่อนฝูง ต้องการให้เพื่อนฝูงและคนอื่นรับรู้ว่าคุณค่า วัยรุ่นจะพยายามทำทุกทางที่จะทำตนให้เป็นผู้ใหญ่ หรืออย่างน้อยก็ทำท่าทางให้เหมือนผู้ใหญ่
3. ต้องการอิสรภาพ ความต้องการนี้จะมีมาตั้งแต่ยังเป็นเด็ก แต่เมื่อโตขึ้นเป็นวัยรุ่นแล้วความต้องการนี้ก็ยิ่งทวีขึ้นเรื่อยๆ
4. ต้องการปรัชญาชีวิตที่น่าพอใจ วัยรุ่นจะชอบถามเรื่องที่ตนเองสนใจ อยากรู้อย่างมีเหตุผล ถ้าได้รับคำตอบที่ไม่พึงพอใจ ก็จะเฝ้าถามและค้นหาความจริงโดยไม่ยอมเลิกง่ายๆ คำถามที่มักจะถูกถาม ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับความจริง ความยุติธรรม ศาสนา และอุดมคติของชีวิต
5. ความต้องการทางเพศ สิ่งหนึ่งซึ่งนับได้ว่าเป็นผลมาจากการกระตุ้นด้วยแรงขับทางเพศที่สำคัญ ได้แก่ การแต่งตัว การวางท่าทาง
6. ต้องการให้เป็นที่ยอมรับนับถือ ความต้องการนี้จะส่งไปถึงความนิยมนับถือวีรบุรุษ ( Hero - Worship ) วัยรุ่นมักจะมีวีรบุรุษประจำใจ และจะพยายามยึดถือและปฏิบัติให้ได้เหมือนวีรบุรุษในใจของเขา
7. ต้องการที่จะหาเลี้ยงชีพด้วยตนเอง วัยรุ่นเริ่มจะมีความต้องการที่จะหาเลี้ยงชีพด้วยตนเอง ต้องการที่จะใช้จ่ายไปตามที่ตนประสงค์ และต้องการที่จะพิสูจน์ว่าตนโตพอที่จะเป็นผู้ใหญ่เต็มตัวแล้ว
8. ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับว่าเป็นผู้ใหญ่แล้ว วัยรุ่นไม่ชอบที่จะให้ผู้คนมองและปฏิบัติต่อเขาเสมือนว่าเป็นเด็กอีกต่อไป เขาต้องการดำรงชีวิตอย่างอิสระ ต้องการตัดสินใจด้วยตนเอง ต้องการเป็นผู้ใหญ่และเป็นดาราด้วยตนเอง และต้องการมีปรัชญาชีวิตเป็นของตนเอง

จะเห็นได้ว่า นักวิชาการของไทยได้รวบรวมลักษณะและความต้องการของวัยรุ่นเอาไว้ไม่แตกต่างกันมากนัก และเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับมุมมองของนักวิชาการต่างประเทศ ก็พบว่า มีความคล้ายคลึงกันอยู่ไม่น้อย ดังที่ Mckinney ( 1958 ) ได้กล่าวถึงความต้องการพื้นฐานของวัยรุ่น ดังนี้

1. ต้องการเป็นอิสระ วัยรุ่นส่วนมากปรารถนาการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อเติบโตต้องการสิทธิและความเป็นผู้ใหญ่
2. ต้องการเป็นที่ยอมรับนับถือของสมาชิกในกลุ่ม ( ของเพศตรงข้าม )
3. ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม เป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของบุคคลอื่นๆ
4. ต้องการความมั่นคงในอารมณ์และความรู้สึกปลอดภัย
5. ต้องการความสำเร็จ ความพอใจ และการประสบความสำเร็จในขอบเขต เช่น ด้านกีฬา การละคร การเขียน การได้เป็นที่ ฯลฯ ความสำเร็จเหล่านี้นำมาซึ่งรางวัลและทำให้บุคคลพบความก้าวหน้าและความสำเร็จ

นอกจากนี้ วัยรุ่นยังเป็นวัยที่มีความสนใจแตกต่างไปจากวัยเด็กและวัยผู้ใหญ่ เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายและบทบาททางสังคมที่ได้รับในช่วงนี้ Hurlock ( 1949 ) ได้แบ่งความสนใจของวัยรุ่นออกเป็นด้านต่างๆ ดังนี้

#### 1. ความสนใจทางสังคม ( Social Interests )

ความสนใจทางสังคมมักจะเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์และบุคคลในสังคม เช่น งานเลี้ยง การพบปะสนทนากัน วัยรุ่นจะมีความสนใจในกิจกรรมทางสังคมทั้งที่เป็นกลุ่มใหญ่และในหมู่เพื่อนสนิท ซึ่งขึ้นอยู่กับความพอใจของเขาที่จะเลือกกิจกรรมและการมีโอกาที่จะเข้าร่วมกิจกรรมได้ การพบปะสนทนากันเป็นกลุ่มระหว่างเพื่อนสนิท เป็นกิจกรรมที่วัยรุ่นชอบทำ เรื่องที่คุยกันก็จะขึ้นอยู่กับเพศ

#### 2. ความสนใจส่วนบุคคล ( Personal Interests ) แบ่งออกได้ดังนี้

- 2.1 ความสนใจการแต่งกาย
- 2.2 ความสนใจเรื่องสุขภาพ
- 2.3 ความสนใจเรื่องเพศ
- 2.4 ความสนใจที่จะแสวงหาอิสระ
- 2.5 ความสนใจในอาชีพ

2.6 ความสนใจในการเรียน

2.7 ความสนใจศาสนา

### 3. ความสนใจในการพักผ่อนหย่อนใจ (Recreational Interests) ได้แก่

3.1 ความสนใจในเกมและกีฬา

3.2 ความสนใจในการอ่านหนังสือ

3.3 ความสนใจในการดูภาพยนตร์

3.4 ความสนใจในการฟังวิทยุและดูโทรทัศน์

ลักษณะและความต้องการที่แตกต่างจากวัยอื่นนี้เองที่ทำให้วัยรุ่นมีกลุ่มสังคมและมีวัฒนธรรมของกลุ่ม ดังที่ F. Phillip Rice (1987) ได้อธิบายถึงลักษณะของวัฒนธรรมวัยรุ่นไว้สรุปได้ว่า สังคมวัยรุ่นไม่ได้เป็นโครงสร้างที่รวมคนหนุ่มสาวทั้งหมดไว้เป็นสังคมเดียว แต่สังคมวัยรุ่นยังแบ่งออกไปตามกลุ่มอายุ ระดับทางสังคม เศรษฐกิจ และภูมิหลังทางชาติพันธุ์หรือสัญชาติ และยังเป็นสังคมที่มีโครงสร้างคลุมเครือ ไม่มีความเป็นปึกแผ่นมากนัก วัฒนธรรมวัยรุ่นเป็นหลักของความเชื่อ ค่านิยม และการปฏิบัติที่วัยรุ่นทั่วประเทศพร้อมใจกันสนับสนุนอยู่ และการแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมวัยรุ่นยังมีความแตกต่างกันไป จึงกล่าวได้ว่า สังคมวัยรุ่นหมายถึง เครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างวัยรุ่น และวัฒนธรรมวัยรุ่น ก็คือ วิถีชีวิตทั้งหมดของวัยรุ่น

วัฒนธรรมวัยรุ่นในบางแง่มุมเป็นวัฒนธรรมย่อย (subculture) ที่อยู่เฉพาะในกลุ่มและเป็นการแสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นต่อต้านวัฒนธรรมผู้ใหญ่ ในขณะที่เดียวกัน วัฒนธรรมวัยรุ่นส่วนใหญ่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมผู้ใหญ่ แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับว่าวัยรุ่นจะยึดพ่อแม่หรือเพื่อนเป็นแบบอย่างทางวัฒนธรรม

รูปแบบและสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมวัยรุ่นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่อง “เนื้อหาเพลงไทยยอดนิยม การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น” ซึ่งประมวลได้จากแนวคิดของ F. Phillip Rice (1987) และ Barbara Schneider Fuhrmann (1986) มีดังนี้

### 1. รูปแบบของดนตรี

ดนตรีที่เป็นที่นิยมของวัยรุ่นมีหลากหลายรูปแบบ แต่เนื้อหาหลักของดนตรีส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับความรัก และสะท้อนมุมมองของชีวิตที่แตกต่างกันออกไป ทั้งในแง่ดี และแง่ไม่ดี แต่บทเพลงบางเพลงยังเกี่ยวข้องกับปัญหาของวัยรุ่น และปัญหาของสังคม

### 2. รูปแบบภาษาของกลุ่ม

วัยรุ่นมักจะมีภาษาที่ใช้สื่อสารเป็นที่เข้าใจกันในกลุ่มวัฒนธรรมวัยรุ่นของตน โดยเฉพาะศัพท์แสลง ซึ่งภาษาประเภทนี้ช่วยให้ประหยัดคำอธิบาย เป็นสิ่งที่ช่วยเสริมและดำรงความเป็นปึกแผ่นของกลุ่มด้วย ดังนั้น การพูดภาษาเดียวกันจึงหมายถึงการเป็นสมาชิกของกลุ่ม

### 3. รูปแบบกิจกรรมยามว่าง

Millicent E. Poole ( อ้างใน วิชาวี วิโรจน์พันธุ์ : 2539 ) ได้จัดประเภทกิจกรรมที่กระทำในเวลาว่างของวัยรุ่น ไว้ดังนี้

- อ่านหนังสือ อ่านหนังสือเรียน ทำการบ้าน
- ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ ฟังเพลงจากเทปคาสเซ็ท
- อยู่กับเพื่อน พูดคุยกับเพื่อน ทำกิจกรรมแปลกๆ เพื่อฆ่าเวลา
- ชมภาพยนตร์ คอนเสิร์ต ละครเวที และเต้นรำ

จากลักษณะทั่วไป ความต้องการของวัยรุ่น และวัฒนธรรม ทำให้ทราบว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความแตกต่างไปจากวัยอื่นๆ ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าความสนใจ และการเลือกรับสารของวัยรุ่นก็น่าที่จะมีความแตกต่างจากวัยอื่นๆ ด้วยเช่นกัน

### แนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสาร

วัยรุ่นมักจะเลือกเปิดรับข่าวสาร จัดจำ และนำเนื้อหาสาระไปใช้ประโยชน์ในสิ่งที่มีความสอดคล้อง หรือมีความสมดุลในกลุ่มเพื่อน และตอบสนองความพึงพอใจของตนเอง ตามแนวของทฤษฎีความสอดคล้อง ( Congruity Consistency Theory )



## ทฤษฎีความสอดคล้อง

ตามแนวความคิดของ Orgood ( อ้างใน พัทธี วรรกวิ : 2526 ) กล่าวว่า บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งเดียวกันไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการให้ข่าวสารนั้นว่า เขามีทัศนคติต่อผู้ให้สารเช่นไร ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อผู้ให้ข่าวสารนั้น ก็จะทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อสารนั้นด้วย จึงจะมีผลต่อการยอมรับ โดยการประเมินค่าจากแหล่งสาร

แนวคิดเกี่ยวกับความสอดคล้องนั้น อาจมีชื่อเรียกต่างๆ กันไป ดังที่ Festinger ( อ้างใน พัทธี วรรกวิ : 2526 ) เรียกว่า ทฤษฎีความไม่ลงรอยทางความคิด ( Cognitive Dissonance Theory ) กล่าวว่า เมื่อมีการตัดสินใจในการเลือก เกิดภาวะความไม่ลงรอยที่จะเลือกเอาสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังนั้นจะพยายามลดความไม่ลงรอย โดยพยายามหาข่าวสารสนับสนุนสิ่งที่ตนเองได้ตัดสินใจเอาไว้ และลดความน่าสนใจสิ่งที่ไม่เลือก

จากแนวคิดของ Orgood และ Festinger ชี้ให้เห็นว่า คนที่มีความแตกต่างกันจะมีการเลือกเปิดรับข่าวสาร จดจำ และนำเสนอหาสาระไปใช้ประโยชน์แตกต่างกัน สำหรับองค์ประกอบด้านต่างๆ ในการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารที่แตกต่างกันนั้น Shramm ( 1973 ) ได้กล่าวไว้ดังนี้

1. ประสบการณ์ มีผลทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อ และเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมาย หรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบ

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชนของผู้รับสารแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันและเหตุผลก็ย่อมแตกต่างกัน ซึ่ง Merrill และ Lowenstein ( 1971 ) ได้สรุปแรงผลักดันให้บุคคลเลือกรับสื่อไว้ 4 ประการ ดังนี้

#### 1. ความเหงา

เมื่อบุคคลจะต้องอยู่ตามลำพัง ไม่สามารถที่จะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่นๆ ในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุดก็คือ การอยู่กับสื่อ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ และในบางครั้งบางคนก็พอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคล เนื่องจากสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

#### 2. ความอยากรู้อยากเห็น

ตามธรรมชาติ มนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็น สิ่งต่างๆ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเริ่มจากสิ่งใกล้ตัวไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองออกไป

#### 3 ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง

มนุษย์แสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เป็นการช่วยให้ความคิดของตนบรรลุ เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มาเสริมบารมี ให้ความบันเทิงแก่ตนเอง โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด ( Least Effort ) และประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด ( Promise of Reward )

#### 4. ลักษณะเฉพาะ

ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

Dominick ( 1990 ) ได้จำแนกเหตุผลในการเลือกเปิดรับสื่อเพื่อการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ไว้อย่างชัดเจน ดังนี้

#### 1. เพื่อการรับรู้ ( Cognition )

หมายถึง มนุษย์มีความต้องการพื้นฐานในด้านความรู้ และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น มนุษย์จึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบ

ของสังคม โดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลัก คือ ข่าว ความรู้ และความบันเทิง

## 2. เพื่อความหลากหลาย ( Diversion )

หมายถึง การเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อใช้ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบต่าง ๆ กันออกไป เช่น

- การกระตุ้นทางอารมณ์ ( Stimulation ) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเข้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น เพื่อลดความเบื่อหน่ายในชีวิตจริง
- การพักผ่อน ( Relaxation ) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียดที่เกิดขึ้น หรือลดความเร่งเร้าในชีวิตประจำวัน

## 3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม ( Social Utility )

หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น การเปิดรับสื่ออาจแสดงถึงการยอมรับการสมาคมในสังคม ( Prosocial ) และความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

- การใช้ภาษาร่วมสมัย ( Conversation Currency ) ผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อ เพื่อความต้องการความทันสมัย ด้วยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูดและความเข้าใจต่อค่านิยมใหม่ ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน เป็นพวกเดียวกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นพยานเชื่อมคนกลุ่มเหล่านั้น ลักษณะของการใช้ภาษาร่วมสมัย มักจะปรากฏให้เห็นได้ชัดเจนในกลุ่มวัยรุ่นกับการโฆษณา

- สื่อมวลชนสัมพันธ์ ( Parasocial Relationship ) มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการสังคม แต่ในปัจจุบัน การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้น ถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรมมนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อน หรืออาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหามิตร เช่น สังคมในชุมชนเมืองอย่างเช่นในกรุงเทพ ประชาชนส่วนใหญ่อาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ เป็นเพื่อน มากกว่าการคบกับเพื่อนบ้านด้วยกัน

## 4. การผละจากสังคม ( Withdrawal )

มีลักษณะตรงกันข้ามกับเพื่อประโยชน์ทางสังคม เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงสังคม เช่น การเร่งทำงานให้เสร็จเพื่อจะได้รับชมโทรทัศน์

พิจารณาโดยภาพรวมแล้ว จะเห็นว่า แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลเลือกรับสื่อของ Merrill และ Lowenstein และแนวคิดเกี่ยวกับเหตุผลการเลือกเปิดรับสื่อของ Dominick ชี้ให้เห็นว่า แรงผลักดันและเหตุผลเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความต้องการพื้นฐานของมนุษย์นั่นเอง

### ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications)

การเลือกเปิดรับสื่อของบุคคลขึ้นอยู่กับลักษณะความต้องการ และสภาพแวดล้อมทาง เศรษฐกิจและสังคม ความกดดันของปัญหาต่าง ๆ จะเป็นแรงจูงใจให้เลือกเปิดรับสื่อที่สนอง ความ ต้องการและความพึงพอใจของตน Palmgreen, Wenner และ Rosengren ( 1985 ) ได้สรุปลักษณะที่สำคัญของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ไว้ดังนี้

1. ผู้รับสารเป็นผู้แสวงหาข่าวสาร และมีความกระตือรือร้น
2. ผู้รับสารเลือกใช้สื่ออย่างมีเป้าหมาย
3. สื่อแต่ละชนิดมีการแข่งขันในการตอบสนองความพึงพอใจ
4. สภาพแวดล้อมของผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความต้องการและโอกาสในการเปิดรับสื่อ
5. การเปิดรับสื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจในระดับต่างๆ
6. เนื้อหาของสื่อจะไม่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับสารได้คงที่ หรือถูกต้อง สมบูรณ์เสมอไป
7. ลักษณะโครงสร้างพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมของสื่ออาจจะสนองความต้องการ และความพึงพอใจแตกต่างกันในแต่ละช่วงของเหตุการณ์และเวลา
8. ความพึงพอใจของผู้รับสารจากการเปิดรับสื่อ เนื้อหาของสื่อ ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ และเวลาขณะที่เปิดรับสื่อ

McCombs ( 1979 ) กล่าวถึง ความพึงพอใจ ( Gratifications ) ว่า คนเรามีเหตุผลใน การเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไป และเหตุผลนั้นทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผลในที่นี้ หมายถึง อะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้น ๆ สามารถ ตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งก็เป็นเรื่องเฉพาะบุคคล และนี่คือสิ่งที่เรียกว่า ความพึงพอใจ ( Gratifications )

Rosengren ( 1985 ) ได้กล่าวว่า ประโยชน์ ( Uses ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ( Gratifications ) ในแง่ที่ประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจ และความพึงพอใจก็อาจได้รับประโยชน์ เพราะฉะนั้น ในการวิจัยอาจจะศึกษาเฉพาะตัวหนึ่งตัวใด โดยมีเป้าหมายถึงทั้งสองตัวก็ได้

การใช้สื่อเพื่อความพึงพอใจอาจจะขึ้นอยู่กับการใช้ประโยชน์ในการตอบสนองความต้องการ ซึ่ง Berger ( 1982 ) ได้แบ่งการตอบสนองความต้องการ ไว้ดังนี้

1. เพื่อความสนุกสนาน
2. สื่อจะสอนลักษณะการวางท่าทางและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ซึ่งแสดงถึงอำนาจ
3. สอนประสบการณ์ที่งดงาม
4. สอนถึงการอยู่ร่วมกันของสมาชิกในชุมชน
5. สนองความพึงพอใจในการอยากรู้อยากเห็นในข่าวสารต่าง ๆ
6. ทำให้รู้จักการปฏิบัติตนตามหน้าที่ และมีการวางแผนงาน
7. เพื่อความเพลิดเพลิน
8. ทำให้รู้จักเห็นอกเห็นใจผู้อื่น
9. สร้างอารมณ์ต่าง ๆ
10. ทำให้เกิดการเลียนแบบ
11. สร้างบุคลิกภาพและลีลาของตัวเอง
12. ได้รับข่าวสารทุก ๆ ส่วนของโลก
13. เป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อด้านความยุติธรรม
14. เป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อด้านความรัก
15. ทำให้เกิดการเรียนรู้ความผิดพลาดของผู้อื่น
16. สอนให้เกิดความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์
17. แสดงจินตนาการความสัมพันธ์ทางเพศของหนุ่มสาว
18. เพื่อความตื่นเต้น

การศึกษาเรื่องเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ได้มีผู้ที่ให้แนวความคิดเอาไว้มากมาย ซึ่ง Wenner ( 1982 ) ได้รวบรวมผลงานวิจัยเหล่านั้นออกมา และแบ่งความพึงพอใจออกเป็นกลุ่ม ดังนี้

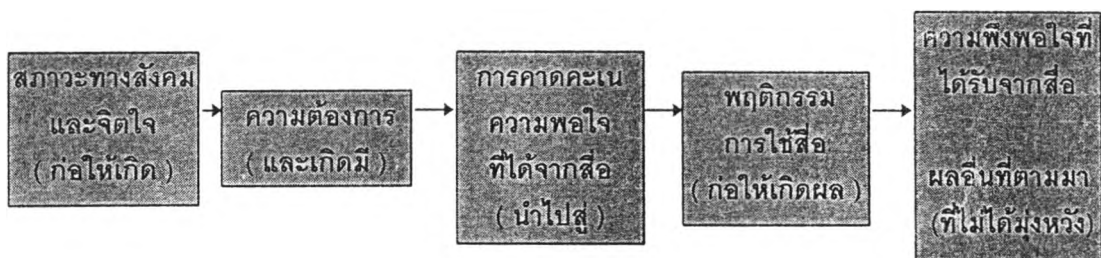
1. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล ( Orientational Gratification )  
 เป็นการใช้ข่าวสารเพื่ออ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้งการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร ( Surveillance ) การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ ( Decisional Utility ) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียง เลือกตั้ง ( Vote Guidance )

2. การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ( Social Gratification )  
 เป็นการนำข่าวสารที่รับรู้ไปเข้าเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นเพื่อการชักจูงใจ เป็นต้น

3. การใช้ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล ( Para - Social Gratifications )  
 เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลเกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือ หรือความชื่นชมผู้อ่านข่าวเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความต้งเครียดทางอารมณ์ ( Para - Orientational Gratifications )  
 เป็นการใช้ ข่าวสารในการปกป้องตนเอง เช่น การใช้เวลาให้หมดไป เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกหนีจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

Katz และคณะ ( 1974 ) ได้อธิบายการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจไว้ว่า สภาวะสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันนั้น ทำให้บุคคลมีความต้องการแตกต่างกันไป และความต้องการที่ต่างกันนี้เอง ก็ส่งผลไปยังความคาดหวังในสื่อเพื่อการตอบสนองความพอใจแตกต่างกัน ดังนั้น ลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน ก็จะมี ความแตกต่างกันด้วย สุดท้ายความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อก็จะต่างกันไป ซึ่งสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความพอใจ

สำหรับในประเทศไทย ศิริชัย ศิริภายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531) ได้ศึกษาชุดตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชนที่ McQuail และคณะได้สร้างไว้ และนำมาปรับปรุงใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้สื่อมวลชนโดยผู้รับสาร 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 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่นๆ (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 หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ

4.2 การผ่อนคลาย

4.3 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้รับความสนุกสนานทางสุนทรีย์

- 4.4 ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- 4.5 ปลดปล่อยอารมณ์
- 4.6 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

### แนวคิดเรื่องเพลงและการสื่อสาร

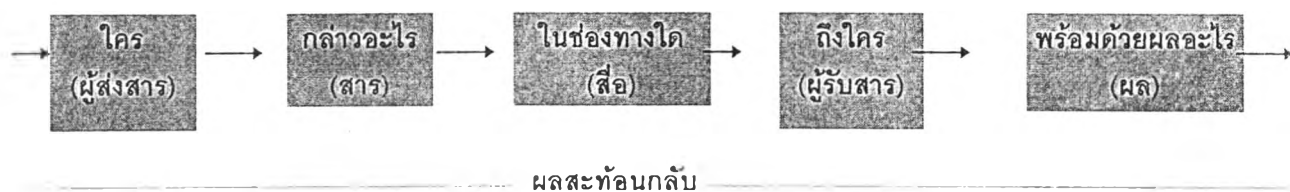
พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบันได้ทรงดำรัสไว้ว่า " เพลงมีอิทธิพลเข้าไปในทุกแห่ง สะท้อนสังคมทุกวันนี้ จึงขอให้นักร้องแต่งเพลงแทรกสิ่งที่ดีงามเข้าไปในเพลง ให้เพลงเกิดประโยชน์ต่อสังคม " จะเห็นได้ว่าเพลงเป็นผลสะท้อนทางความคิด ความรู้สึก ความเชื่อทัศนคติ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนพฤติกรรมของมนุษย์ได้เป็นอย่างดีและยังช่วยโน้มน้าวพฤติกรรมและทัศนคติของสังคมให้ดำเนินไปตามบรรทัดฐานของสังคม ตรงกับแนวความคิดของ J. Chamcion และคณะ ( 1984 ) ที่กล่าวว่า มนุษยชาติได้ใช้เพลงในการแสดงอารมณ์ต่างๆ เช่น ความรัก ความผิดหวัง และเพลงได้สะท้อนถึงพฤติกรรมบางอย่าง เช่น เพลงชาติ เพลงปลุกใจ นอกจากนี้ เพลงยังได้สื่อถึงความเชื่อทางศาสนา ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ค่านิยม ของชุมชนหรือสังคมหนึ่งๆ เช่น เพลงศาสนา มนุษย์ได้ใช้เพลงเป็น เครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงสังคม เช่น เพลงสันติภาพ เพลงเคลื่อนไหวทางสังคมต่างๆ ในปัจจุบัน นักโฆษณาสร้างสรรค์เพลงเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของตน

ด้วยเหตุนี้เอง จึงนับได้ว่าเพลงมีอิทธิพลมากมายต่อมนุษย์ การใช้เพลงในการสื่อสารหรือ ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ก็ย่อมเป็นกระบวนการที่สำคัญ พิจารณาแบบจำลองการสื่อสารพื้นฐานของ Horold D. Lasswell นักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกันที่ได้ตอบคำถามที่เป็นขั้นตอน ดังนี้

- ใคร
- กล่าวอะไร
- ในช่องทางใด
- ถึงใคร
- พร้อมด้วยผลอะไร

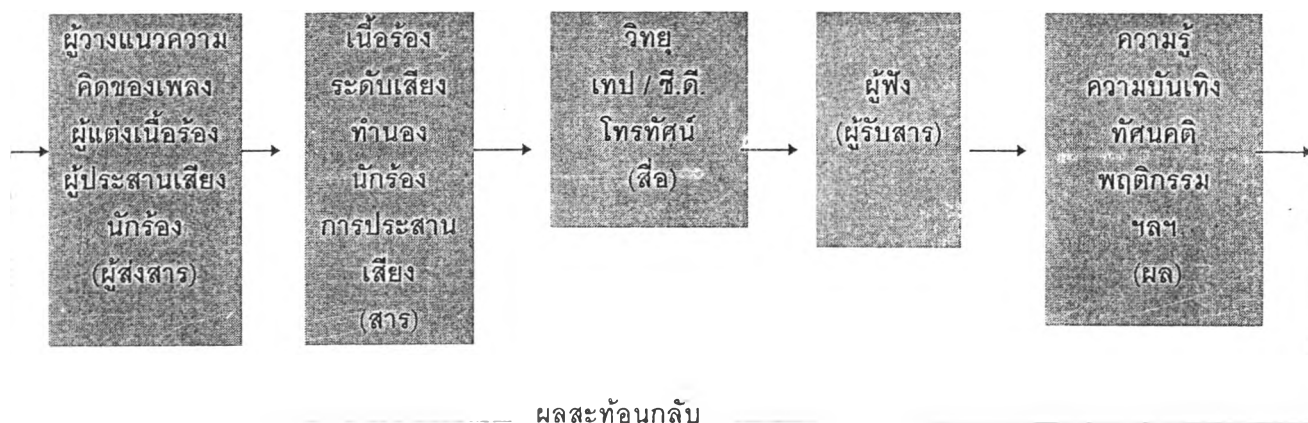


จากคำถามดังกล่าว สามารถแปลงเป็นแบบจำลองเชิงแผนภูมิที่เป็นที่รู้จักและถูกอ้างอิงอย่างกว้างขวางในวงการสื่อสารมวลชน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แบบจำลองสูตรของ Lasswell

จะเห็นได้ว่า แบบจำลองของ Lasswell เป็นเรื่องของการสื่อสารโดยทั่วๆ ไป แต่เมื่อกล่าวถึงเรื่องเพลงกับการสื่อสาร จึงสามารถแบบจำลองข้างต้นมาประยุกต์เป็นแบบจำลองการสื่อสารในรูปของการฟังเพลง ได้ดังนี้



ภาพที่ 3 แบบจำลองการสื่อสารในรูปของการฟังเพลง

เพลงนอกจากจะสะท้อนความคิด ความรู้สึก ตลอดจนพฤติกรรมของมนุษย์และสังคมแล้ว ในปัจจุบัน การสร้างสรรค์ผลงานเพลงยังมีปัจจัยทางเศรษฐกิจเข้ามาเกี่ยวข้องอีกด้วย ดังที่ วราห์ วรเวช (2528) ได้กล่าวถึงสภาพเศรษฐกิจที่บีบรัด ว่ามีอิทธิพลต่อการสร้างสรรค์ผลงานเพลง เวลาของการสร้างสรรค์ผลงานลดน้อยลง และความคิดฝันที่จะประดิษฐ์งานศิลปะก็หย่อนลง ดังนั้น เพลงจึงเปรียบเสมือนสินค้าอย่างหนึ่งที่ศิลปินสร้างสรรค์ขึ้นมาโดยคำนึงถึงความต้องการของตลาดเป็นสำคัญ

เมื่อผลงานเพลงชุดใดได้รับความนิยม ศิลปิน นักร้องก็จะพยายามผลิตผลงานเพลงที่มีลักษณะใกล้เคียงกับผลงานที่เป็นที่นิยมของตลาด เพราะไม่กล้าเสี่ยงต่อการขาดทุน ดังที่ เปิดนักแต่งเพลงอิสระ ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการแต่งเนื้อหาของเพลงไทยยอดนิยม เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2541 ไว้สรุปได้ว่า การแต่งเพลงให้ขายได้นั้น นอกจากดนตรี ทำนอง และนักร้องแล้ว เนื้อหาก็เป็นสิ่งที่สำคัญมาก โดยเฉพาะเพลงสำหรับวัยรุ่น จะต้องหยิบยกเรื่องใกล้ตัวของวัยรุ่น ขึ้นมากล่าวถึง เพราะจะทำให้เข้าใจง่าย คิดตามและสร้างภาพตามได้ง่าย ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของความรัก เพราะว่ามีหลายแง่มุมที่จะนำเสนอได้ ประกอบกับการที่เด็กสมัยนี้โตเป็นหนุ่มสาวรวดเร็ว เรื่องของความรักจึงเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันทำให้เพลงประเภทนี้เข้าถึงวัยรุ่นได้ง่าย ติดหูง่าย ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว และส่งผลไปยังยอดขายที่ดี

รูปแบบของสื่อมวลชนที่ลักษณะซ้ำซากตามแนวคิดของ Frankfurt school ( อ้างใน ศมกมล ลิ้มปิชัย : 2532 ) ซึ่ง Marcuse ได้กล่าวถึงการประพันธ์เพลงประเภทคลาสสิกในอดีตที่ต้องอาศัยความประณีตและระยะเวลาอันยาวนานในการสร้างสรรค์ ดังนั้น การฟังเพลงคลาสสิก ผู้ฟังจึงต้องอาศัยสมาธิและความตั้งใจฟังอย่างดียิ่งจึงจะสามารถเข้าถึงแก่นของเพลงนั้นได้ ปัจจุบัน ถึงแม้ว่าการประพันธ์เพลงคลาสสิกจะยังคงยากลำบาก แต่ผู้ฟังส่วนใหญ่ มักจะฟังเพลงอย่างผิวเผินและไม่ได้สนใจในแก่นของเพลง และยังมีการตัดทอนบางส่วนเพื่อนำมาใช้ในการโฆษณาสินค้า ซึ่งการที่ผู้ฟังมีลักษณะดังกล่าวคล้ายๆ กันจำนวนมาก เรียกได้ว่า เป็นวัฒนธรรมมวลชน ดังที่ Rosenberg ได้กล่าวถึงวัฒนธรรมมวลชนไว้ว่า ไม่เพียงแต่จะทำให้รสนิยมตกต่ำลง แต่ยังเป็นอันตรายต่อความรู้สึกและสามารถนำไปสู่ลักษณะเบ็ดเสร็จนิยม (authoritarian) ซึ่งก็คือการมองชีวิตของมนุษย์ในทุกแง่มุมว่าเป็นการค้า

จากแนวคิดของ Frankfurt school สอดคล้องกับแนวคิดของ ศมกมล ลิ้มปิชัย ( 2532 ) ที่กล่าวว่าถึงผลกระทบทางสังคมของระบบธุรกิจการค้าในการผลิตเทปเพลงว่าทำให้สุนทรียภาพของเพลงไทยสากลลดน้อยลงไป เนื่องจากระบบการผลิตเทปเพลงไทยสากลในปัจจุบันมีลักษณะที่เรียกว่า " สินค้ามวลชน " ( Mass Product ) ซึ่งเป็นการผลิตสินค้ามาตรฐานเดียวกันออกมามากมายดั่งนั้น จึงทำให้ผลงานที่ออกมามีลักษณะไม่แตกต่างกันมากนัก และบางครั้งยังขาดความประณีต ละเอียดอ่อน แต่ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ยังคงทำให้เพลงไทยสากลยังได้รับความนิยม และมียอดขายที่ดี ก็คือ การส่งเสริมการขาย ที่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ รวมไปถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ อีกด้วย

แม้ว่า การสร้างสรรค์ผลงานเพลงจากอดีตถึงปัจจุบันจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ แต่เพลงก็ยังคงนับได้ว่าเป็นวรรณกรรมที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ของสังคมได้อย่างดี ดังที่ พงษ์ชัย ไทยวรรณศรี ( 2529 ) ได้กล่าวถึงเพลงว่าเป็นงานศิลปะที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นสื่อในการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด ตลอดจนอารมณ์ต่างๆ ให้ผู้อื่นได้ทราบ เพลงจึงสามารถบันดาลให้มนุษย์เกิดความรู้สึกต่างๆ กัน เช่น ความรู้สึกที่อ่อนไหว เศร้าสร้อย ร่าเริงแจ่มใส หรือคึกคะนองไปกับเสียงเพลง นอกจากนี้ เพลงยังช่วยให้มนุษย์เกิดพลังในทางสร้างสรรค์ และช่วยผลักดันให้มีมานะที่จะต่อสู้กับอุปสรรคหรือปัญหาต่างๆ ที่เข้ามาในชีวิตได้

สาเหตุที่เพลงมีอิทธิพลมากมายต่อมนุษย์ตามแนวความคิดของ Carl. E. Seashore ( อ้างใน สมกมล ลิ้มปิชัย : 2532 ) ศาสตราจารย์ด้านจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยไอโอวา มีดังนี้

1. ดนตรีช่วยกระตุ้นมนุษย์ได้ทั้งทางร่างกายและจิตใจ พร้อมทั้งก็เปรียบเสมือนกลไกที่ไปกระตุ้นระบบประสาทส่วนกลาง ซึ่งคอยควบคุมกล้ามเนื้อและหน้าที่ต่างๆ ตามอวัยวะภายใน รวมถึงระบบประสาทอัตโนมัติอีกด้วย
2. เสียงของดนตรีทำให้รู้สึกเหมือนว่าได้อยู่ในอีกโลกหนึ่งซึ่งเรียกว่า การปลอมแปลงทางอารมณ์ ( disguise ) เนื่องจากบางครั้งมนุษย์ต้องการที่จะหลีกเลี่ยงปัญหาบางอย่างที่กีดตันอยู่ จึงพยายามหาทางออกด้วยการแสรังทำ ซึ่งดนตรีช่วยได้ทางอ้อม โดยให้โอกาสแสดงถึงความรู้สึก ความต้องการที่สภาพแวดล้อมในชีวิตจริงไม่อำนวยให้ทำเช่นนั้น เป็นการช่วยรักษาสุขภาพจิตของมนุษย์ให้สมดุลย์
3. จังหวะของเพลงเป็นแหล่งที่ทำให้เกิดความน่าสนใจที่จะฟัง ไม่ว่าจะฟังจังหวะช้าเร็ว หรือกระแทกกระทั้น
4. เป็นการแสดงออกอย่างหนึ่งของอารมณ์ ซึ่งนักแต่งเพลงพยายามจะกระตุ้นออกมาทั้งที่ต้องการจูงใจหรือเกิดจากประสบการณ์ของตนเอง เป็นสื่อภาษาทางอารมณ์ให้ผู้ฟังได้รับรู้
5. ระดับสติปัญญาที่สามารถรับรู้ เข้าใจ และเข้าถึงเพลงนั้นๆ ได้ด้วยอารมณ์ของผู้ฟัง

6. การที่มีผู้ใดผู้หนึ่งแนะนำเพลงให้ฟัง ไม่ว่าจะเป็นผู้ใหญ่ เพื่อน หรือสื่อมวลชน ซึ่งกระตุ้นให้สนใจว่าดนตรีหรือเพลงนั้นๆ ดีและไพเราะอย่างไร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยในประเทศไทย

นุชนาฏ รามสมภพ ( 2529 ) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครต่อเทปคาสเซ็ทเพลงไทยสากล พบว่า การที่นิสิตนักศึกษาตัดสินใจซื้อเทปคาสเซ็ทเพลงไทยสากล จะซื้อเฉพาะชุดที่ชื่นชอบเท่านั้น โดยไม่ได้สนใจราคาที่กำหนดไว้หน้าปกเทป สื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทปเพลงไทยสากลมากที่สุด ได้แก่ สื่อวิทยุ และสื่อที่มีอิทธิพลให้นิสิตนักศึกษาตัดสินใจซื้อเทปเพลงไทยสากลมากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์

วรรณภา จุรีรัตน์ศิริกุล ( 2531 ) ได้ทำการศึกษาการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ผู้ที่มีอายุน้อย คือ เด็กหรือเยาวชนจะรับชมรายการบันเทิงมากกว่ารายการที่มีการเสนอข่าวสารความรู้ รายการบันเทิงที่เยาวชนรับชมประกอบด้วยรายการกีฬา ดนตรี และละคร

ล้ำค่า โปธิ์กระจ่าง ( 2534 ) ได้ทำการศึกษาการใช้และความพึงพอใจจากสื่อของเด็กและเยาวชนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบน พบว่า เด็กส่วนใหญ่ใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย โดยคาดว่าสื่อหรือเนื้อหาของสื่อจะทำให้เกิดความพึงพอใจอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งนี้ ความพึงพอใจที่เด็กคาดว่าจะได้รับที่มีความเด่นชัดที่สุด ได้แก่ ความพึงพอใจจากการกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัว ซึ่งหมายถึง การใช้สื่อเนื่องจากความต้องการการกระตุ้นจากสิ่งใหม่ ( sensory stimulation )

ลำอานงค์ ผลไม้ ( 2535 ) ได้ทำการศึกษาการสื่อสารการตลาดและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเทปเพลงไทยสากลของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการซื้อเทปเพลงไทยสากลของเยาวชนในกรุงเทพมหานครไม่สามารถระบุได้อย่างแน่นอนชัดเจน

ภทนิดา พันธุมเสน ( 2536 ) ได้ทำการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากสื่อมวลชน ของนักเรียนโรงเรียนสตรีรัตนบุรี พบว่า นักเรียนโรงเรียนสตรีรัตนบุรี มีการเปิดรับสื่อมวลชนในระดับที่สูง สื่อที่เปิดรับมาก คือ โทรทัศน์ และเป็นการเปิดรับเพื่อตอบสนองความต้องการด้านอารมณ์มากที่สุด

จาระไน แกลโกศล ( 2537 ) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการฟังวิทยุของชาวกรุงเทพมหานคร พบว่า มีผู้ฟังวิทยุเป็นประจำทุกวัน จำนวนร้อยละ 45 ผู้ที่ฟังเกือบทุกวัน ร้อยละ 27 ผู้ที่ฟังเพียงบางครั้งบางคราว ร้อยละ 21 และผู้ที่ฟังเฉพาะวันหยุด มีเพียงร้อยละ 4 และรายการวิทยุที่ผู้ฟังชอบมากที่สุด คือ รายการเพลงไทยสากล รองลงมาตามลำดับ คือ รายการข่าว รายการเพลงลูกทุ่ง และรายการเพลงสากล

ณัฐพร พานิช ( 2539 ) ได้ทำการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า เนื้อหาของเพลงที่วัยรุ่นชื่นชอบ ได้แก่ เพลงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรักที่สนุกสนาน ให้แง่คิดเกี่ยวกับความรัก และการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง

วัลย์ลักษณ์ เศรษฐ์ ( 2539 ) ได้ทำการศึกษารูปแบบและแรงจูงใจในการฟังวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มของผู้รับสารวัยรุ่น พบว่า แรงจูงใจที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นมีพฤติกรรมการฟังเกิดจากความต้อการ ดังต่อไปนี้ ความต้องการที่มีผลตอบสนองทางอารมณ์ ( Affective Need ) เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนานและมีเพื่อนแก้เหงา ความต้องการตระหนักรู้ ( Cognitive Need ) เพื่อรับทราบสาระความรู้และข่าวคราวความเคลื่อนไหวในสังคม และวงการบันเทิง ความต้องการรวมกลุ่ม ( Integrative Need ) เพื่อให้เกิดการยอมรับจากเพื่อนและมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคมได้ ความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหา ( Escape Need ) เพื่อผ่อนคลายความเครียดและลืมปัญหาหรือแรงกดดันที่ตนเผชิญ

อารีพร อำนวยกิจเจริญ ( 2539 ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยบุคลิกภาพและการเลี้ยงดูของครอบครัวของวัยรุ่นที่มีอิทธิพลต่อการชมฟรีคอนเสิร์ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพลงที่วัยรุ่นชื่นชอบเป็นเพลงที่มีเนื้อหาเรื่องความรักของวัยรุ่น

## งานวิจัยต่างประเทศ

Raymond L. Carroll และคณะ ( 1993 ) ได้ทำการศึกษาความสำคัญของสื่อวิทยุที่มีต่อกลุ่มวัยรุ่นในยุครูปแบบรายการเจาะเฉพาะกลุ่ม พบว่า วัยรุ่นจะใช้สื่อวิทยุขณะทำการบ้าน เมื่อพร้อมที่จะออกไปข้างนอก เมื่ออยู่คนเดียวในห้อง เพื่อปลุกให้ตื่น หรือเมื่ออารมณ์ดี และยังใช้วิทยุเป็นเพื่อนแก้เหงา เพราะวิทยุจะช่วยให้เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว สำหรับสื่อโทรทัศน์นั้น วัยรุ่นจะชมรายการโทรทัศน์เมื่อเวลาทำการบ้าน หรือเมื่อไม่มีวิทยุ

James Lull ( 1985 ) ได้ทำการศึกษาการใช้สื่อของวัยรุ่น พบว่า วัยรุ่นมีความต้องการที่จะได้เรียนรู้ประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้น และแตกต่างไปจากวิถีชีวิตแบบเดิม พวกเขาต้องการค้นหาจุดยืนของตัวเอง และสร้างโลกส่วนตัวให้กับตัวเอง แม้ว่า การชมโทรทัศน์จะเป็นกิจกรรมที่น่าคนในครอบครัวมาอยู่ร่วมกันและแบ่งปันประสบการณ์ร่วมกัน ก็ไม่ใช่สิ่งที่น่าสนใจอีกต่อไป วัยรุ่นจะหันไปหาสิ่งอื่นที่น่าสนใจกว่า เช่น กลุ่มเพื่อนและสื่ออื่นๆ อันได้แก่ วิทยุ ภาพยนตร์ รวมทั้งสื่อเกี่ยวกับดนตรีหรือเพลงต่างๆ

Yubol Benjarongkij ( 1985 ) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิต ความต้องการและการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ของผู้ชม พบว่า เหตุการณ์ในชีวิตทั้งหมดที่เพิ่งเกิดขึ้น เป็นผลให้ความต้องการสิ่งแวดล้อมทางสังคมทั้งหลายเปลี่ยนไป และการเปลี่ยนแปลงความต้องการเช่นว่านี้ ยังเป็นผลให้การชมรายการโทรทัศน์เปลี่ยนแปลงไปด้วย ซึ่งหมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดในชีวิตของบุคคล ( Life events ) มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้สื่อโทรทัศน์

Palmgreen, Wenner และ Rayburn (1981) ได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจจากการชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ความคาดหวังจะได้รับการประโยชน์ในด้านความต้องการรู้ข่าวสารทั่วไป มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์