

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยในเรื่อง "อิทธิพลของอวัจนภาษาของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ต่อเยาวชน" เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี จำนวน 408 คน

วัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตุภาษาของวัยรุ่น
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต กับการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตุภาษาของวัยรุ่น
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตุภาษา กับการจดจำได้ของวัยรุ่น
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจดจำสารด้านอาการภาษาและวัตุภาษา กับการพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 408 คน เป็นเพศชายและเพศหญิงในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือเพศชาย 205 คน และเพศหญิง 203 คน มีอายุเฉลี่ย 18.73 ปี มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มากที่สุด มีรายได้ส่วนตัวระหว่าง 3,001 - 6,000 บาท มีรายได้รวมของครอบครัว มากกว่า 30,000 บาท กิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุดคือ ดูภาพยนตร์ ฟังวิทยุ และดูโทรทัศน์ ส่วนใหญ่จะมีความสนใจในครอบครัว และมีความคิดเห็นต่อตนเองในลักษณะมีความนับถือตนเองเป็นส่วนใหญ่

พฤติกรรมกาารเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมเปิดรับมิวสิควิดีโอของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.33 ส่วนการเปิดรับคอนเสิร์ตของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ทั้งทางโทรทัศน์และสถานที่เล่นจริงมีค่าเฉลี่ยรวม 3.00

มิวสิควิดีโอ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 395 คน คิดเป็นร้อยละ 96.8 ตอบว่า เคยชมมิวสิควิดีโอของนักร้องไทย ส่วนใหญ่เปิดรับในระดับต่ำ จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 69.6 เหตุผลในการชมมิวสิควิดีโอคือ ต้องการฟังเพลงที่ชอบ จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 80.6 สำหรับการชมมิวสิควิดีโอของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ กลุ่มตัวอย่างชมมิวสิควิดีโอของโบ สุนิตา ลีติกุลบ่อยที่สุด โดยมีปริมาณเฉลี่ย 3.73

คอนเสิร์ต กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยชมทั้งคอนเสิร์ตของนักร้องไทยที่ต้องเสียค่าเข้าชมและฟรีคอนเสิร์ต เป็นจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ส่วนใหญ่เปิดรับในระดับต่ำ จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 โดยต้องการฟังเพลงที่ชอบ จำนวน 190 คน หรือร้อยละ 46.6 สำหรับการชมคอนเสิร์ตของนักร้องไทยทางโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยชมทั้งรายการถ่ายทอดสดคอนเสิร์ต และเทปบันทึกการแสดงสดคอนเสิร์ต จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 76.7 ซึ่งเปิดรับในระดับต่ำ มีจำนวน 217 คน หรือร้อยละ 53.3 ให้เหตุผลคือ ต้องการฟังเพลงที่ชอบ 336 คน หรือร้อยละ 82.4 ส่วนการชมคอนเสิร์ตของนักร้องแกรมมี่ทั้งทางโทรทัศน์และสถานที่เล่นจริงนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมคอนเสิร์ตของโบ สุนิตา ลีติกุลบ่อยที่สุด มีปริมาณเฉลี่ย 3.32

การจดจำสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จดจำสารด้านอาการภาษาของอำพล ลำพูนได้มากที่สุด มีปริมาณเฉลี่ย .84 นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำสารด้านวัตถุภาษาของฟลายได้มากที่สุด มีปริมาณเฉลี่ย .93

พฤติกรรมเลียนแบบอาการภาษาและวัตถุภาษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเลียนแบบอาการภาษาของอำพล ลำพูนมากที่สุด มีจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 เหตุผลส่วนใหญ่คือ "เพราะชอบและสนใจนักร้อง" มีจำนวน 109 คน หรือร้อยละ 26.7 และ

เหตุผลที่ไม่เลียนแบบคือ "เป็นท่าทางที่ยากเกินไป ทำตามไม่ได้" มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4

สำหรับพฤติกรรมเลียนแบบวัตถุประสงค์ภาษา ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเลียนแบบวัตถุประสงค์ภาษาของทาทา ยังมากที่สุด จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.1 เหตุผลส่วนใหญ่คือ "เป็นเสื้อผ้าที่หาซื้อง่าย หรือเป็นทรงผมที่ทำตามได้ง่าย" และ "เพราะชอบและสนใจนักร้อง" มีจำนวนเท่ากันคือ 65 คน หรือร้อยละ 15.9 เหตุผลที่ไม่เลียนแบบคือ "เป็นเสื้อผ้าที่หาซื้อยาก เป็นทรงผมที่ทำตามได้ยาก หรือไม่เหมาะที่จะใช้ในชีวิตประจำวัน" จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 1 วัยรุ่นที่มีเพศ อายุ การศึกษา รายได้ส่วนตัว รายได้รวมของครอบครัวต่างกัน มีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุประสงค์ภาษาต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุประสงค์ภาษาทางมิวสิควิดีโอและทางคอนเสิร์ตต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุประสงค์ภาษามากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุประสงค์ภาษาทางมิวสิควิดีโอและทางคอนเสิร์ตต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.001 ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยกลุ่มที่มีอายุ 15 - 16 ปี มีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุประสงค์ภาษามากกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 17 - 25 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน มีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุประสงค์ภาษาทางมิวสิควิดีโอไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ส่วนการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุประสงค์ภาษาทางคอนเสิร์ตของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันนั้น ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาน้อยกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 3 จะมีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุประสงค์ภาษาทางคอนเสิร์ตมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 3 ขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวต่างกัน มีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอและทางคอนเสิร์ตไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้รวมของครอบครัวต่างกัน มีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยกลุ่มที่มีรายได้รวมของครอบครัวต่ำกว่า 10,000 บาท จะเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอสูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้รวมของครอบครัว 10,000 บาทขึ้นไป ส่วนการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางคอนเสิร์ตของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้รวมของครอบครัวต่างกัมนั้นไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิต (กิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น) ของวัยรุ่น มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษา

จากการวิจัยพบว่า กิจกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอและทางคอนเสิร์ต ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ส่วนความสนใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางคอนเสิร์ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

ความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอและทางคอนเสิร์ต ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 3 การเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษา มีความสัมพันธ์กับการจดจำสารด้านอาการภาษา

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอ และทางคอนเสิร์ต มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจดจำสารด้านอาการภาษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 4 การเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษา มีความสัมพันธ์กับการจดจำสารด้านวัตถุภาษา

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอ และทางคอนเสิร์ต มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจดจำสารด้านวัตถุภาษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 5 การจดจำสารด้านอาการภาษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเลียนแบบ

จากผลการวิจัยพบว่า การจดจำสารด้านอาการภาษา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเลียนแบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 6 การจดจำสารด้านวัตถุภาษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเลียนแบบ

จากผลการวิจัยพบว่า การจดจำสารด้านวัตถุภาษา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเลียนแบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

การอภิปรายผล

การเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษา

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอมากกว่าทางคอนเสิร์ต ซึ่งอาจเป็นเพราะรายการโทรทัศน์ที่ถ่ายทอดมิวสิกวิดีโอของแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ มีมากกว่ารายการโทรทัศน์ที่ถ่ายทอดคอนเสิร์ต และคอนเสิร์ตที่จัดแสดง ณ สถานที่เล่นจริง โดยใน 1 สัปดาห์ จะมีรายการโทรทัศน์ที่ถ่ายทอดมิวสิกวิดีโอ 8 รายการ ได้แก่ ยิ้มหน้าตั้ง , แบบว่าโลกเบี้ยว , เกมยอดเพลงฮิต , อาทิตย์ติดดาว , สนุกจันทร์ , เพลงติดดาว , แบน แบน แบน และ จี แก๊งค์ ในขณะที่รายการโทรทัศน์ที่ถ่ายทอดคอนเสิร์ตนั้น มี 3 รายการ ได้แก่ แสบปี เบิร์ด เดย์ , คอนเสิร์ตวันศุกร์ และ โชว์โหม่

สำหรับปริมาณคอนเสิร์ตที่จัดแสดง ณ ที่เล่นจริง ทั้งที่เก็บค่าเข้าชม และฟรีคอนเสิร์ต รวมถึงรายการคอนเสิร์ตทางโทรทัศน์ที่ไม่ใช่ของแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จะขึ้นอยู่กับการประสบความสำเร็จของนักร้องและผลงานเพลง หากผลงานเพลงของนักร้องผู้นั้นโด่งดัง ได้รับความนิยมสูง จะทำให้มีคอนเสิร์ตมากตามไปด้วย จากข้อเท็จจริงดังกล่าว จึงน่าจะทำให้การเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิกวิดีโอมากกว่าทางคอนเสิร์ต

กลุ่มตัวอย่างชมมิวสิกวิดีโอ และคอนเสิร์ตของโบ สุนิตา ลีติกุล บ่อยที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะช่วงเวลาที่เก็บแบบสอบถามนั้น โบ สุนิตา ลีติกุล เป็นนักร้องที่ได้รับความนิยมสูง งานเพลงมียอดขายเกิน 1,000,000 ตลับ มีมิวสิกวิดีโอ และคอนเสิร์ตเป็นจำนวนมาก รวมทั้งมีทัวร์คอนเสิร์ตตามสถาบันการศึกษาต่างๆ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจ ชื่นชอบ โบ สุนิตา ลีติกุลมากที่สุดอีกด้วย ซึ่งน่าจะส่งผลให้มีการเปิดรับมิวสิกวิดีโอ และคอนเสิร์ตของ โบ สุนิตา ลีติกุลมากตามไปด้วย

การจดจำสารด้านอาการภาษา

จากการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างจดจำอาการภาษาของอำพล ลำพูนได้มากที่สุด คือ ทำกำมือขวาแล้วชูขึ้น ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากเป็นท่าที่มีความชัดเจน ไม่ซับซ้อน และอำพล ลำพูน เป็นนักร้องเพลงหรือคที่ไม่มีท่าทาง ท่าเด่นในการแสดงคอนเสิร์ต หรือมิวสิกวิดีโอมากนัก ที่เห็นเป็นเอกลักษณ์คือ การชูมือขวาตามจังหวะเพลง จนทำให้อำพล ลำพูนได้รับฉายาว่า " ร็อคมือขวา "

การจดจำสารด้านวัตถุภาษา

กลุ่มตัวอย่างจดจำวัตถุภาษาของฟลายได้มากที่สุด คือ นักร้องนำของวงฟลายจะโกนหัว และใส่แว่นตาดำ ซึ่งเป็นความแตกต่างจากนักร้องทั่วไปอย่างชัดเจน จึงน่าจะเป็นสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างจดจำได้ง่าย เป็นไปตามการวางแผนคิดหลักเพื่อกำหนดเอกลักษณ์ของฝ่ายสร้างสรรค์ที่ต้องการให้ฟลายเป็นวงดนตรีร็อคที่มีความแปลกใหม่ ไม่เหมือนใคร และเกิดการจดจำได้ แม้แต่รายการยุทธการขยับเหงือก หรือตลกคณะต่างๆ มักนำเอกลักษณ์ด้านวัตถุภาษาของฟลายไปใช้แสดงอยู่เป็นประจำ

พฤติกรรมเลียนแบบอาการภาษา

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเลียนแบบอาการภาษาของอำพล ลำพูนมากที่สุดคือ ทำกำมือขวาแล้วชูขึ้น ซึ่งอาจเป็นเพราะเป็นท่าทางที่ชัดเจน สามารถจดจำ และเลียนแบบได้ง่าย นอกจากนี้ ท่าทางดังกล่าวจะกลายเป็นวัฒนธรรมของผู้เข้าชมคอนเสิร์ต เห็นได้จากในคอนเสิร์ตที่เก็บค่าเข้าชม หรือฟรีคอนเสิร์ต มักจะมีผู้เข้าชมแสดงท่ากำมือขวาแล้วชูขึ้นพร้อมกันเป็นจำนวนมาก

เหตุผลส่วนใหญ่ที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเลียนแบบอาการภาษาของนักร้องคือ "เพราะชอบและสนใจนักร้องผู้นั้น" ส่วนเหตุผลที่ไม่เลียนแบบคือ "เป็นท่าทางที่ยากเกินไป ทำตามไม่ได้" สอดคล้องกับแนวคิดของประดินันท์ อุปรมัย (2528) ที่ว่า ถ้าผู้เลียนแบบให้ความสนใจขึ้นชอบต่อพฤติกรรมของตัวแบบมาก ผู้เลียนแบบก็จะเลียนแบบตัวแบบได้มาก และถ้า

พฤติกรรมของตัวแบบมีความซับซ้อนมาก ในขณะที่ผู้เลียนแบบมีความสามารถจำกัดในการเลียนแบบ ผู้เลียนแบบก็ไม่สามารถเลียนแบบตัวแบบได้

พฤติกรรมเลียนแบบวัตถุภาษา

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเลียนแบบวัตถุภาษาของ ทาทา ยัง มากที่สุด คือ เสื้อยืดตัวเล็กลายการ์ตูน กางเกงขาใหญ่ยาวลากพื้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพร พานิช (2539) ที่กล่าวว่า "วัยรุ่นใช้ประโยชน์จากสื่อเกี่ยวกับนักร้องในการเป็นตัวอย่งในการแต่งกาย การพูดจา และการวางตัว จะเห็นได้ชัดเมื่อมีนักร้องยอดนิยมเกิดขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดกระแสการแต่งตัว การใช้คำศัพท์ และบุคลิกท่าทางของวัยรุ่นไปในทางเดียวกัน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดในช่วงกลางปี พ.ศ. 2538 วัยรุ่นทั่วไปจะแต่งกายในลักษณะที่คล้ายกับนักร้องที่เป็นที่นิยม คือ สาวน้อยมหัศจรรย์ หรือ ทาทา ยัง"

เหตุผลส่วนใหญ่ที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเลียนแบบวัตถุภาษาของนักร้องคือ "เป็นเสื้อผ้าที่หาซื้อได้ง่าย หรือเป็นทรงผมที่ทำตามได้ง่าย" และ "เพราะชอบและสนใจนักร้องผู้นั้น" ส่วนเหตุผลที่ไม่เลียนแบบคือ "เป็นเสื้อผ้าที่หาซื้อยาก เป็นทรงผมทำตามได้ยาก หรือไม่เหมาะที่จะใช้ในชีวิตประจำวัน" สอดคล้องกับแนวคิดของประดินันท์ อุปรมัย (2528) ที่ว่า ถ้าพฤติกรรมของตัวแบบไม่มีความซับซ้อนมากนัก จะทำให้ผู้เลียนแบบสามารถเลียนแบบตัวแบบได้ หากพฤติกรรมของตัวแบบมีความซับซ้อนมาก ในขณะที่ผู้เลียนแบบมีความสามารถจำกัดในการเลียนแบบ ผู้เลียนแบบก็ไม่สามารถเลียนแบบตัวแบบได้

จากการทดสอบสมมติฐานทั้ง 6 ข้อ ของการวิจัยคือ

1. การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปรด้านเพศ อายุ การศึกษา รายได้ส่วนตัว รายได้รวมของครอบครัว กับการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษา

เพศ จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิควิดีโอและทางคอนเสิร์ตต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจะมีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและ

วัตถุประสงค์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพร พานิช (2539) ที่พบว่า วัยรุ่นเพศชายและเพศหญิงมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องทางโทรทัศน์ วิทย์ หนังสือพิมพ์ และการไปชมคอนเสิร์ตต่างกัน โดยวัยรุ่นหญิงจะเปิดรับสื่อเหล่านี้มากกว่าวัยรุ่นชาย นอกจากนี้ ยังเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร (Demographics) ที่ว่า บุคคลที่มีเพศต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสารต่างกัน

อายุ จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุประสงค์วิดีโอและทางคอนเสิร์ตต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยกลุ่มที่มีอายุ 15 - 16 ปี จะเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุประสงค์มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 17 - 25 ปี สอดคล้องกับงานวิจัยของนักศึกษาคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2524) ที่ศึกษาพฤติกรรมการชมคอนเสิร์ตของวัยรุ่นต่อรายการของไนท์สไปด พบว่า อายุของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการชมคอนเสิร์ต โดยผู้ที่อายุ 26 ปีขึ้นไป จะมีความสนใจน้อย และเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร (Demographics) ที่ว่า บุคคลอายุต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสารต่างกัน

การศึกษา จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน มีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุประสงค์วิดีโอไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพร พานิช (2539) การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องทางโทรทัศน์ของวัยรุ่นระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และวัยรุ่นระดับมัธยมศึกษาตอนปลายนั้นไม่ต่างกัน

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันจะมีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุประสงค์ทางคอนเสิร์ตต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร (Demographics) ที่ว่า บุคคลที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมต่างกัน โดยกลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 3 จะมีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุประสงค์ทางคอนเสิร์ตมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 3 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาในการเรียนพิเศษ เพื่อเตรียมตัวในการสอบเข้ามหาวิทยาลัย หรือผู้ที่เรียนในระดับมหาวิทยาลัยก็

ต้องปรับตัวให้เข้ากับการเรียนในระบบใหม่ อีกทั้งมีกิจกรรมอื่นๆในมหาวิทยาลัย ทำให้เวลาไปชมคอนเสิร์ตน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาดำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 3 ลงไป

รายได้ส่วนตัว จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวต่างกัน มีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิควิดีโอและทางคอนเสิร์ตไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อาจเป็นเพราะส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนตัวไม่ต่างกันมากนัก และงานวิจัยของนักศึกษาคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2524) พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการชมคอนเสิร์ต เนื่องจากขึ้นอยู่กับรสนิยมและความต้องการเป็นสำคัญ

รายได้รวมของครอบครัว จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้รวมของครอบครัวต่างกัน มีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิควิดีโอต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้รวมของครอบครัวต่ำกว่า 10,000 บาท จะเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิควิดีโอมากที่สุด ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้รวมของครอบครัวต่างกัน มีการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางคอนเสิร์ตไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพร พานิช (2539) ที่พบว่า การชมคอนเสิร์ตของวัยรุ่นที่มีรายได้รวมของครอบครัวต่างกัน นั้น ไม่แตกต่างกัน

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น กับการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษา

กิจกรรม จากการวิจัยพบว่า กิจกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิควิดีโอและทางคอนเสิร์ต ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ความสนใจ จากการวิจัยพบว่า ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางมิวสิควิดีโอ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ส่วนความสนใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุภาษาทางคอนเสิร์ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

ความคิดเห็น ความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารด้านอาการภาษา และวัตถุประสงค์ทางมิวสิควิดีโอและทางคอนเสิร์ต ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้ อาจมีสาเหตุมาจากคำถามที่ใช้วัดตัวแปรความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เป็นคำถามในเชิงจิตวิทยาที่ จะต้องอาศัยสมาธิในการตอบคำถาม แต่สถานที่เก็บข้อมูลเป็นศูนย์การค้า สถาบันกวดวิชา หรือสถาบันการศึกษา ซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างอาจจะเร่งรีบตอบแบบสอบถาม อันอาจมีผลต่อ คำตอบได้

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุประสงค์ทาง มิ
ความสัมพันธ์กับการจดจำสารด้านอาการภาษา

จากการวิจัยพบว่า การเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัตถุประสงค์ทางมิวสิควิดีโอและ ทางคอนเสิร์ต มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจดจำสารด้านอาการภาษา อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากการ วางแผนในการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมการขาย คือ เมื่อนักร้องมีผลงานเพลงออกจำหน่าย จะมีการ ถ่ายทอดมิวสิควิดีโอทางโทรทัศน์ มีการจัดแสดงคอนเสิร์ต และถ่ายทอดคอนเสิร์ตทางโทรทัศน์ อย่างสม่ำเสมอ ในทุกรายการของแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ทำให้วัยรุ่นมีโอกาสที่จะเปิดรับสาร ด้านอาการภาษาและวัตถุประสงค์ทางมิวสิควิดีโอ และทางคอนเสิร์ตได้มาก

ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดของ Owen and others (1981) ที่ว่าการรับรู้ และการจดจำเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ดังนี้

1. โครงสร้างทางสติปัญญา ความรู้ ความจำจะมีผลต่อการรับรู้
2. การรับรู้จะมีอิทธิพลต่อข้อมูลที่จะถูกเก็บเข้าไปในระบบความจำและการดึงข้อมูลนั้น กลับมาใช้

นอกจากนี้ แนวคิดของโสภา ชูพิกุลชัย (2521) กล่าวถึงส่วนย่อยที่นำมาใช้ช่วยในการ รับรู้และจดจำดังนี้

1. สิ่งนั้นจะต้องเป็นสิ่งที่ผู้นั้นใช้ หรือพูดอยู่บ่อยๆ หรือได้ใช้ทบทวนอยู่บ่อยๆ
2. สิ่งนั้นจะต้องเป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญต่อบุคคลนั้นๆ เพราะสิ่งใดก็ตาม ที่มีค่าและมีความหมายต่อเขา มักจะจำได้เป็นอย่างดี

3. สิ่งนั้นจะต้องเป็นสิ่งที่คุณสร้างความสุขให้คุณคนนั้นๆ เพราะมนุษย์เราพอใจที่จะจำเหตุการณ์ต่างๆ หรือสิ่งต่างๆที่ได้ให้ความสุขแก่เรา

เมื่อนักร้องมีผลงานเพลงออกจำหน่าย มิวสิควิดีโอของนักร้องจะออกอากาศในรายการโทรทัศน์เกือบทุกวัน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการจดจำ การทบทวน ตอกย้ำ เพื่อให้เพลงติดหูนำไปสู่การตัดสินใจซื้อเทปเพลง จากความถี่ในการเปิดรับมิวสิควิดีโอดังกล่าว จึงมีแนวโน้มที่จะทำให้กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสารทางมิวสิควิดีโอ สามารถจดจำอาการภาษาของนักร้อง เนื่องจากการทบทวนอยู่เป็นประจำ

ในระยะเวลาที่มิวสิควิดีโอออกอากาศทางโทรทัศน์ ขณะเดียวกันคอนเสิร์ตของนักร้องก็จะถูกจัดขึ้นทั้งในลักษณะฟรีคอนเสิร์ต และคอนเสิร์ตที่เก็บค่าเข้าชม วิทยุสามารถเลือกเปิดรับได้จากสถานที่แสดงคอนเสิร์ตนั้น หรือเปิดรับทางโทรทัศน์ในรายการที่ถ่ายทอดสดคอนเสิร์ต หรือรายการที่บันทึกการแสดงคอนเสิร์ตที่ออกอากาศในทุกสัปดาห์ สัปดาห์ละไม่ต่ำกว่า 3 ครั้ง ซึ่งจะช่วยให้วิทยุเกิดการจดจำอาการภาษาของนักร้องได้ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้ มิวสิควิดีโอ และคอนเสิร์ตเป็นสิ่งที่ให้ความบันเทิง ตามทฤษฎีการเล่นของ Stephenson (1967) กล่าวว่า มนุษย์ต้องการสื่อสารเพื่อความบันเทิงและเพลิดเพลิน ดังนั้นเมื่อมิวสิควิดีโอและคอนเสิร์ตให้ความบันเทิง และสร้างความสุข ก็จะช่วยในการรับรู้และจดจำอีกด้วย

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับการจดจำสารด้านวัฒนธรรม

จากการวิจัยพบว่า การเปิดรับสารด้านอาการภาษาและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจดจำสารด้านวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง ซึ่งอาจเป็นเพราะการวางแผนในการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมการขาย คือ มีการจัดแสดงคอนเสิร์ต การถ่ายทอดมิวสิควิดีโอ และคอนเสิร์ต ในทุกรายการโทรทัศน์ของแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ วิทยุจึงมีแนวโน้มที่จะเปิดรับสารทางมิวสิควิดีโอและคอนเสิร์ตเป็นประจำ ซึ่งนอกจากจะเป็นการเปิดรับสารด้านอาการภาษาของนักร้องแล้ว วิทยุยังอมจะเปิดรับ

สารด้านวัตถุประสงค์ของนักเรียน กล่าวคือ เห็นการแต่งกายและทรงผมของนักเรียน ทำให้มีแนวโน้มที่จะจดจำวัตถุประสงค์ของนักเรียนได้มากตามไปด้วย

ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดของ Owen and others (1981) ที่ว่า การรับรู้มีอิทธิพลต่อข้อมูลที่ถูกเก็บเข้าไปในระบบความจำ และการดึงข้อมูลนั้นกลับมาใช้ นอกจากนี้แนวคิดของโสภา ชูพิกุลชัย กล่าวว่า สิ่งใดที่บุคคลใช้บ่อยๆ ทบทวนบ่อยๆ หรือเป็นสิ่งที่สร้างความสุขให้กับบุคคลนั้น จะช่วยในการรับรู้และจดจำ

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจดจำสารด้านอาการภาษา กับพฤติกรรมเลียนแบบ

จากการวิจัยพบว่า การจดจำสารด้านอาการภาษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเลียนแบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน สอดคล้องกับแนวคิดของอัลเบิร์ต แบนดูรา (Albert Bandura) ที่ว่า ขั้นตอนของการเลียนแบบ แบ่งออกเป็น 4 ระยะ คือ ระยะของการเรียนรู้โดยสร้างความสนใจ ระยะของการจดจำ ระยะของการสร้างพฤติกรรม และระยะของการจูงใจ กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารสนใจต่อสิ่งเร้าหรือตัวแบบ แล้วจึงแปลงตัวแทนทางสัญลักษณ์ในความทรงจำออกมาเป็นการกระทำ

นอกจากนี้ งานวิจัยของมนต์ชัย นิมนาพนนท์ (2526) พบว่าส่วนใหญ่เด็กนักเรียนมักจะเคยเลียนแบบจากรายการโทรทัศน์ โดยนักเรียนชายเลียนแบบท่าทางมากที่สุด ส่วนนักเรียนหญิงเลียนแบบคำพูดมากที่สุด

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจดจำสารด้านวัตถุประสงค์กับพฤติกรรมเลียนแบบ

จากการวิจัยพบว่า การจดจำสารด้านวัตถุประสงค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเลียนแบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอัลเบิร์ต แบนดูรา (Albert Bandura) ที่ว่า เมื่อผู้รับสารสนใจต่อสิ่งเร้าหรือตัวแบบ แล้วจึงแปลงตัวแทนทางสัญลักษณ์ในความทรงจำออกมาเป็นการกระทำ นอกจากนี้ Berger (1982) ได้ให้

แนวคิดไว้ว่า การเลียนแบบจากสื่อ เพื่อสร้างบุคลิกและลีลาของตัวเอง เป็นการตอบสนองความต้องการอย่างหนึ่งของมนุษย์

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาอิทธิพลของอวัจนภาษาของนักร้องที่หลากหลาย จากบริษัทธุรกิจ เทปเพลงต่างๆ เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลของอวัจนภาษาในมุมที่กว้างขึ้นและครอบคลุมยิ่งขึ้น เพราะการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยอิทธิพลของอวัจนภาษาของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ เท่านั้น

2. การศึกษาอิทธิพลของอวัจนภาษาของนักร้องแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ไม่ได้นำลักษณะรูปแบบเฉพาะของนักร้องแต่ละคน รวมทั้งแรงจูงใจด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับจดจำและพฤติกรรมเลียนแบบของวัยรุ่นเข้ามาร่วมศึกษาด้วย จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยว่า ตัวแปรดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับการจดจำและพฤติกรรมเลียนแบบของวัยรุ่นหรือไม่ และมากน้อยเพียงใด อันจะเป็นประโยชน์ต่อการนำผลการวิจัยไปใช้ในการสื่อสารด้านอวัจนภาษาได้กว้างขวางยิ่งขึ้น

3. ควรมีการศึกษาในรายละเอียดเกี่ยวกับอวัจนภาษาของนักร้อง ว่ามีอิทธิพลต่อวัยรุ่นในด้านอื่นๆอีกหรือไม่ นอกเหนือไปจากการจดจำได้ และมีพฤติกรรมเลียนแบบ

4. นักร้องถือได้ว่าเป็นแบบอย่าง หรือกลุ่มอ้างอิงของวัยรุ่น วัยรุ่นมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมเลียนแบบนักร้อง ทั้งทางด้านเสื้อผ้า ทรงผม หรือท่าทาง บุคลิกภาพ แม้เมื่อก้าวสู่วัยทำงาน พฤติกรรมที่ชื่นชอบนักร้องจะลดน้อยลง แต่ในช่วงที่เป็นวัยรุ่นนั้น สามารถซึมซับแบบอย่างจากนักร้องได้ ดังนั้น บริษัทธุรกิจเทปเพลงควรตระหนักในการออกแบบท่าทาง ท่าเต้น และการแต่งกายของนักร้องให้เหมาะสม โดยหลีกเลี่ยงท่าเต้น และการแต่งกายที่อาจเป็นการกระตุ้นทางเพศ ปลุกฝังค่านิยมที่ไม่ดีให้กับวัยรุ่น หรือขัดกับวัฒนธรรมไทย นอกจากนี้ ควรกำหนดบทบาทของนักร้องให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาเยาวชน อันเป็นกำลังสำคัญของชาติในอนาคต

5. จากผลการวิจัย ทำให้ทราบว่า อัจฉริยะ เป็นการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อวัยรุ่น ไม่น้อย ดังนั้น หน่วยงานของรัฐและเอกชนที่ต้องการออกแบบสารที่จะส่งไปยังวัยรุ่น จึงน่าจะนำอัจฉริยะเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร ซึ่งจะเป็นการพัฒนาการศึกษา และช่วยให้เกิดการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังที่ผลิตภัณฑ์คอลเลกชันการศึกษารายของทาทา ยัง มาใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ภายใต้แคมเปญ "คนรุ่นใหม่ พันไม่ผุอยู่แล้ว" โดยมีภาพทาทา ยังทำนิ้วชี้และนิ้วหัวแม่มือให้เป็นวงกลม หรือทำไอเค. ทั้งในสื่อทางโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และพิมพ์ลงบนเสื้อยืดเพื่อใช้แจ็ก (ภาพอยู่ในภาคผนวก ค)



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย