บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ความเปลี่ยนแปลงจากอดีตสู่ปัจจุบันมีมากมายหลายด้าน โดยเฉพาะด้านของสื่อสารมวลชน ซึ่งในปัจจุบันนับได้ว่าสื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทและมีผลกระทบต่อมนุษย์มาก ทั้งในด้านของการดำเนินชีวิต เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ฯลฯ อีกแหล่งหนึ่ง เห็นได้จากการนำเสนอข่าวในทุกวันนี้ ที่ผู้คนยอมทำตามอย่างสิ่งที่เสนอผ่านสื่อมวลชน ยิ่งเป็นสื่อโทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ เกม เป็นต้น เนื่องมาจากคุณสมบัติของสื่อเหล่านี้ที่สร้างความเหมือนจริงให้แก่ผู้ชมได้รับรู้อย่างไม่ต้องใช้จินตนาการ ตัวอย่างข่าวที่เห็นได้ชัดถึงความมีอิทธิพลของสื่อที่มีต่อวัยรุ่นคือ ข่าวที่เด็ก ม.6 ฆ่าคนขับรถแท็กซี่เป็นผลมาจากการลอกเลียนแบบการกระทำในเกม GTA (Grand Theft Auto) โดยเด็กชายที่กระทำความผิดได้ยอมรับว่าที่ตัดสินใจก่อเหตุเป็นเพราะต้องการเลียนแบบเกมออนไลน์ที่เล่นเป็นประจำมาเป็นเวลา 3 ปี (ม.6 ฆ่าโหดโชเฟอร์แท็กซี่เลียนแบบเกมออนไลน์ GTA , 3 สิงหาคม 2551) ซึ่งเรื่องราวในเกมนั้นการประกอบอาชญากรรมเป็นเรื่องง่าย จึงอยากลองทำดู ส่งผลให้เด็กคนนั้นต้องหมดอนาคต ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการเรียน สังคม เพราะต้องติดคุก อีกทั้งผู้ปกครองไม่มีเงินที่จะมาประกันตัว นอกจากนี้ กรมสุขภาพจิตยังออกมาชี้ให้เห็นหลังการสัมมนาเรื่อง “เท่าทันละคร ลดทอนความรุนแรงเด็กและผู้หญิง” ว่า หนึ่งในผลของละครที่มีต่อพฤติกรรมของคนดูคือ การเลียนแบบ เช่น ในละครมีภาพความรุนแรง ฉากตบตีอาจทำให้ผู้ชมนำวิธีการเหล่านั้นมาใช้แก้ปัญหาในชีวิตจริงได้ เป็นต้น (กรมสุขภาพจิต ชี้ละครไทยก่อพฤติกรรมลบ 3 ด้าน, 14 สิงหาคม 2551)

สำหรับวัยที่ถูกชักจูงใจจากสื่อมวลชนได้ง่ายคือ วัยรุ่น ซึ่งแบ่งได้เป็นวัยรุ่นตอนต้นกับวัยรุ่นตอนปลาย โดยวัยรุ่นตอนต้นนั้นจะถูกโน้มน้าวใจได้ง่ายกว่า เนื่องจากเป็นวัยที่ยังมีความสามารถในการคิดริเริ่ม/การตัดสินใจในสิ่งต่าง ๆ ได้น้อยกว่าคนวัยอื่น เห็นได้จากกลุ่มวัยรุ่นตามเซ็นเตอร์พ้อยท์ ที่ต้องการต้นแบบในการแต่งตัว ซึ่งก็ได้ยึดเอาดารา ศิลปินเป็นแบบ เพราะคิดว่าสิ่งใดที่ดาราทำแล้วย่อมเป็นสิ่งที่เหมาะสม เป็นต้น กลุ่มวัยรุ่นเหล่านี้เองที่เราควรให้การดูแลและให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด

ในปัจจุบันพบว่า ปัญหาสังคมที่เป็นปัญหาใหญ่ประการหนึ่งคือ ปัญหาวัยรุ่น อันเนื่องมาจากวัยรุ่นเป็นวัยที่มีความอ่อนไหวทางอารมณ์สูง อีกทั้งเป็นวัยที่ต้องการหาความแปลก

ใหม่ให้ชีวิตตลอดเวลา พยายามออกนอกกรอบที่ผู้ใหญ่และสังคมวางไว้ มีความคิดและการกระทำเป็นของตนเอง รวมถึงการมีวัฒนธรรมของตน ที่เรียกว่า “วัฒนธรรมวัยรุ่น” (Youth Culture) (ธีรยุทธ บุญมี, อ้างถึงใน กุลภา วจนะสาระ, 2544, น. 65) โดยวัฒนธรรมของวัยรุ่นจะมีความชัดเจน และมีลักษณะเฉพาะที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดคือ “กระบวนการปะติดปะต่อ” (Cut and Mix Process) ซึ่งหมายความว่า ในการประกอบสร้างความหมายใหม่ขึ้นมานั้น วัยรุ่นมักจะใช้วิธีผสมผสานองค์ประกอบของวัฒนธรรมเดิม ๆ แต่นำมาสร้างความสัมพันธ์แบบใหม่ขึ้นมา อันจะนำไปสู่การสร้างความหมายเฉพาะของกลุ่มตนเอง เช่น การนำวัฒนธรรมการสักหรือเจาะร่างกายแบบดั้งเดิม (ซึ่งมีความหมายเรื่องความเชื่อ หรือคงกระพันชาตรี) แต่มาประกอบสร้างความสัมพันธ์ใหม่ (อาทิ การเจาะลิ้น การใส่ห่วงสะดือหรือหัวนม หรือ การสักเป็นลวดลายที่ตนคิดค้นขึ้นใหม่เอง) เพื่อให้เกิดความหมายเฉพาะกลุ่มของวัยรุ่น และเป็นรูปแบบของการปฏิเสธโครงสร้างอำนาจของผู้ใหญ่นั่นเอง (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551, น. 694)

วัฒนธรรม Cut n’ Mix ของวัยรุ่นในลักษณะดังกล่าวจะเห็นได้จากการ “เล่น” กับ “สาร” เช่น การเล่นคำ หรือดัดแปลงสิ่งต่าง ๆ รอบตัวของวัยรุ่นเอง และการใช้คำพูดของกลุ่มวัยรุ่นที่ในปัจจุบันนิยมตัดทอนจำนวนคำลง หรือพยายามสร้างคำขึ้นมาใหม่ตามยุคสมัย เช่น “ไม่ใจ” มาจากคำว่า “ไม่ได้ดั่งใจ” ฯลฯ

อีกทั้งวัยรุ่นเป็นวัยที่มีความต้องการทางด้านบันเทิงเป็นหลัก สังเกตได้จากการใช้เวลาว่างของวัยรุ่นมักหมดไปกับการเล่นเกม ดูโทรทัศน์ ฟังเพลง ดูคอนเสิร์ต ดูหนัง ดังนั้นสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ จึงผลิตสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของวัยรุ่นในด้านนี้ออกมาจำนวนมาก เช่น เกมคอมพิวเตอร์ รายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่วัยรุ่นให้ความสนใจและสามารถเข้าไปมีส่วนร่วม ทั้งนี้ เมื่อมีการผลิตสื่อออกมารองรับความต้องการและความสนใจของวัยรุ่น ทำให้วัยรุ่นสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อสนองตอบความต้องการได้อย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของวัยรุ่น การใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อสร้างความทันสมัยให้แก่ตนเองหรือกลุ่มของตน หรือแม้แต่การใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อสร้างเครือข่ายคนที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน เป็นต้น และเมื่อวัยรุ่นได้ใช้ประโยชน์จากสื่อเหล่านี้เต็มที่ผลที่ตามมาก็คือ วัยรุ่นจะมีความพึงพอใจในสื่อเหล่านี้มากขึ้นด้วย ทำให้การใช้สื่อเกี่ยวกับความบันเทิงของวัยรุ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ พฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้ชัดในช่วงวัยรุ่นอีกสิ่งหนึ่งคือ พฤติกรรมการเลียนแบบ เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่กำลังค้นหาตัวเองว่าจะอยากเป็นอะไร จะชอบอะไร รวมไปถึงเป็นวัยที่ยึดกลุ่มเพื่อนหรือยึดกลุ่มอ้างอิงเป็นแนวทางปฏิบัติ (สุพัตรา สุภาพ, อ้างถึงใน ณัฐพร

พานิช, 2539, น. 25) ดังนั้นเมื่อเห็นคนรอบข้างหรือสิ่งที่ตนมีความผูกพันด้วยก็จะมีพฤติกรรมตามสิ่งแวดล้อมไปแบบไม่รู้ตัวหรือในบางครั้งรู้ตัว แต่ทำไปเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่ม เป็นต้น ซึ่งการเลียนแบบในปัจจุบันนั้นเป็นผลมาจากการเปิดรับสื่อมวลชนที่เพิ่มมากขึ้นของบุคคล ดังที่ Bandura (1997) กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมแปลก ๆ ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในบุคคลซึ่งไม่เคยปฏิบัติเช่นนั้นมาก่อนเลย บางครั้งเราไม่สามารถอธิบายได้โดยทฤษฎีการเรียนรู้ แต่สามารถอธิบายได้ว่าพฤติกรรมดังกล่าวเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดจากการได้เห็นแบบอย่างหรือสังเกตจากสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว และสื่อมวลชนก็เป็นสิ่งแวดล้อมที่สำคัญอย่างยิ่งในการให้แบบการเรียนรู้อย่างนับไม่ถ้วน

ปัจจุบันคนไทยส่วนใหญ่ทั้งที่เป็นผู้ใหญ่และเด็กได้รับความรู้ในเรื่องต่าง ๆ จากสื่อมวลชน ในฐานะแหล่งความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมที่สำคัญ โดยเฉพาะจากสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเราเรียกประสบการณ์เหล่านี้ว่า “ประสบการณ์ผ่านสื่อ” (Mediated experience) เช่น การที่คนไทยได้รู้จัก ได้เห็นหิมะ รู้สึกคล้อยตามถึงความหนาวเย็นในประเทศที่หิมะตก หรือการได้รู้ถึงวิถีชีวิตของสัตว์บนขั้วโลกเหนือ ถึงแม้จะไม่เคยไปสัมผัสเองมาก่อน เป็นต้น ทำให้บทบาทของโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้นในแง่ของความน่าเชื่อถือในด้านแหล่งข้อมูล (กาญจนา แก้วเทพ, 2549, น. 39-40)

อีกทั้ง รูปแบบการสื่อสารในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป ประชาชนผู้รับสารสามารถเลือกรับสาร (Selective Perception) ที่อยู่ในความสนใจของตน ตามแนวคิดที่ประยุกต์มาจากหลักของจิตวิทยาที่ว่าด้วยความแตกต่างระหว่างบุคคล อีกทั้งผู้รับสารในแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันทางสังคม เนื่องจากเชื่อว่ากลุ่มผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับบุคคลแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลต่อการเลือกรับสารที่แตกต่างกัน ดังนั้นเรื่องปฏิสัมพันธ์ทางสังคมจึงเข้ามามีส่วนในการเปิดรับสาร ในขณะเดียวกันเราจะสนใจต่อไปถึงเรื่องเหตุผลในการใช้สื่อและหลังจากการเปิดรับสื่อแล้ว ผู้รับสารได้นำเอาเนื้อหาสารไปใช้ทำอะไรซึ่งในยุคนี้ผู้รับสารจะมีลักษณะที่เรียกว่า Active Audience ปัจจัยเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีอย่างจำกัด (Limited Effect) (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, น. 366-369) อีกทั้งในยุคนี้เองที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในขั้นตอนของกิจกรรมการสื่อสารมวลชนขั้นตอนต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น (Participation)

จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้สถาบันสื่อสารมวลชนเข้ามามีบทบาทหน้าที่ในการเป็นผู้ผลิตและผู้ถ่ายทอดวัฒนธรรมอันทรงประสิทธิภาพ และมีอิทธิพลต่อวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยในวงกว้าง ยิ่งเทคโนโลยีการสื่อสารได้รับการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นเท่าไหร่

สถาบันสื่อสารมวลชนก็ยิ่งทวีความสำคัญในการผลิตและถ่ายทอดวัฒนธรรมได้อย่างกว้างขวางมากขึ้นเท่านั้น (วิภาวี วิโรจน์พันธุ์, 2539, น. 1)

โดยรายการโทรทัศน์ที่เน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่นมากที่สุดคือ รายการเพลง ซึ่งรายการเพลงทางโทรทัศน์ในปัจจุบันมีความแตกต่างจากรายการเพลงฯ ในอดีตอย่างมากกล่าวคือ รายการเพลงฯในปัจจุบันเน้นการเข้าไปมีส่วนร่วมในรายการ การเปิดโอกาสและให้พื้นที่ในรายการแก่วัยรุ่น และการเป็นตัวแทนของวัยรุ่นให้ได้มากที่สุด มีตัวอย่างหลายรายการที่เสนอภาพได้ชัดเจน ได้แก่ รายการ 2 nite live Channel V เมนูวันหยุด และ Five Live ฯลฯ ซึ่งรายการแต่ละรายการต่างก็มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้วยกันทั้งสิ้น แต่รายการที่ผู้วิจัยให้ความสนใจนำมาศึกษาในการทำวิจัยครั้งนี้คือ รายการเพลงร่วมสมัย “Five Live”

สื่อโทรทัศน์มีความผูกพันอย่างมากกับวัฒนธรรมวัยรุ่น สมาชิกของวัฒนธรรมวัยรุ่นจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยโทรทัศน์ในการสร้างเสริมและรักษาลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ดังนั้นโทรทัศน์จึงเป็นที่มาและเป็นผู้ที่กำหนดสัญลักษณ์ และการรวมกลุ่มเป็นสังคมของบุคคลที่สนใจในสิ่งเดียวกัน Robert Snow

รายการ “Five Live” เป็นรายการเพลงร่วมสมัย ออกอากาศทุกวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 00.15-01.15 น. อยู่ภายใต้การดูแลและการผลิตของบริษัทแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ จำกัด มหาชน รูปแบบรายการเป็นรายการประเภทบันเทิง เน้นการเปิดมิวสิควิดีโอ และการโปรโมทศิลปินในสังกัดของแกรมมี่ฯ เนื้อหาของรายการแบ่งได้เป็นหลายช่วง เช่น หนีแม่มาหน้าไมค์ PLUS 0110 เป่ายิ้งฉุบ เป็นต้น โดยแต่ละช่วงก็ได้เปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เข้าไปมีส่วนร่วมในรายการไม่ว่าจะเป็นการโทรศัพท์เข้าไปร่วมสนุก การส่งข้อความสั้น (sms) ฯลฯ วันที่ออกอากาศวันแรกคือ คืนวันที่ 30 กันยายน 2545 (วันที่ 1 ตุลาคม 2545) ถึงตอนนี้รายการออกอากาศมาเป็นเวลา 6 ปีกว่า โดยไม่มีการเปลี่ยนวันและเวลาออกอากาศเหมือนที่รายการอื่น ๆ โดน อีกทั้งรายการเพลงฯ “Five Live” ยังเป็นรายการเพลงที่ออกอากาศสดรายการแรก ๆ โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นช่วงอายุระหว่าง 13-25 ปี

ช่วง 3 ปีแรกของรายการ พิธีกรจะเป็นกลุ่มดีเจรุ่นเก่า อายุมากกว่ากลุ่มเป้าหมายของรายการ โดยพิธีกรเหล่านั้นจะนำข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาเล่าสู่กันฟังแก่ผู้ชมรายการ หรือแม้แต่การเป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำต่าง ๆ ซึ่งคนดูจะรู้สึกอบอุ่นและเปรียบเสมือนมีเพื่อนที่คอยรับฟังและช่วยทำให้สบายใจขึ้น

หลังจากนั้นรายการฯ ก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงตัวพิธีกรให้ดูมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น แต่ยังยึดหลักที่พิธีกรเหล่านั้นเป็นดีเจของคลื่นวิทยุแกรมมี่ด้วย เพื่อให้พิธีกรสามารถสื่อสารพูดคุย

กับกลุ่มเป้าหมายหลักของรายการได้ชัดเจนมากขึ้น อีกทั้งการแต่งตัวและการใช้คำพูดของพิธีกรก็ยังแสดงออกถึงความเป็นวัยรุ่นอย่างมาก ทำให้กลุ่มวัยรุ่นเข้าถึงรายการได้ง่ายกว่าเมื่อก่อน รูปแบบของรายการก็ปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย แต่ยังคงเอกลักษณ์ที่เป็นรายการสดอยู่ โดยรูปแบบรายการนั้นเน้นการเปิดโอกาสให้วัยรุ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น ทั้งการโทรศัพท์เข้ามาในรายการ หรือแม้แต่การที่รายการฯ จัดกิจกรรมนอกสถานที่เพื่อเปิดโอกาสให้วัยรุ่นได้ใกล้ชิดกับศิลปิน และพิธีกรที่ตนชื่นชอบ ฯลฯ

เอกลักษณ์ของรายการฯ “Five Live” ที่น่าสนใจอีกสิ่งหนึ่งคือ การคงความเป็นรายการที่ออกอากาศสดมาได้เป็นเวลา 6 ปี ซึ่งสังเกตได้จากชื่อรายการที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของรายการได้เป็นอย่างดี นั่นคือ เป็นรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และเป็นรายการที่ออกอากาศสด ที่สำคัญคือ ช่วงเวลาที่ออกอากาศก็ยังคงเป็นเวลาช่วงเดิม (00.15 -01.15 น.) ทั้ง ๆ ที่กลุ่มเป้าหมายหลักของรายการเป็นกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งในช่วงเวลานั้นต้องนอนหลับแล้ว แต่รายการยังได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ทำให้เห็นว่าวัยรุ่นก็มีอำนาจต่อรอง และสามารถหาพื้นที่ที่จะแสดงออกซึ่งความคิดและการกระทำ ถึงแม้ว่าผู้ใหญ่ซึ่งมีอำนาจในการจัดผังรายการจะนำรายการสำหรับวัยรุ่นไปไว้ในเวลาที่ดึกมากก็ตาม แต่วัยรุ่นก็ยังอยู่รอดูเพื่อที่จะได้ใช้พื้นที่ในรายการให้เป็นประโยชน์

กลุ่มเป้าหมายหลักของรายการฯ “Five Live” คือ กลุ่มวัยรุ่นในระหว่างชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นถึงระดับมหาวิทยาลัย โดยมีคนวัยอื่นเป็นกลุ่มเป้าหมายรองลงมา กลุ่มวัยรุ่นจัดว่าเป็นกลุ่มคนชายขอบประเภทหนึ่ง ซึ่งมีวัฒนธรรมเป็นของตัวเอง โดยวัยรุ่นจะมีความใกล้ชิดกับสื่อมวลชน ประเภทโทรทัศน์ เพราะรายการโทรทัศน์เป็นตัวกลางในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมวัยรุ่น ซึ่งสัญลักษณ์ในตัวบทของสื่อโทรทัศน์ที่ผู้ผลิตใช้ในการสื่อความหมายของวัฒนธรรมวัยรุ่นนั้นจะต้องผ่านขั้นตอนการเลือกสรร การตกแต่งและการนำเสนอทางเทคนิคการถ่ายทำของผู้ผลิตรายการ นอกจากนี้ยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยอื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านธุรกิจโฆษณา เพราะเป็นที่มาของเงินทุน เพื่อให้รายการผลิตเนื้อหารายการที่เข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้มากที่สุด จึงอาจกล่าวได้ว่า วัฒนธรรมวัยรุ่นที่รายการโทรทัศน์สร้างความหมายขึ้นมานั้นเป็นวัฒนธรรมวัยรุ่นในอีกมิติหนึ่งที่เกิดขึ้นภายใต้บริบทการผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน (วิภาวี วิโรจน์พันธุ์, 2539, น. 8-17)

ด้วยเหตุที่รายการฯ “Five Live” ออกอากาศสดมาเป็นเวลา 6 ปี มีวัยรุ่นดูเป็นจำนวนมาก (มากกว่า 10,000 คน) เนื้อหาที่นำเสนอในรายการจึงเน้นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของวัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของรายการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษารายการฯ “Five

Live” ในฐานะที่เป็นรายการเพลงทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม และคงเอกลักษณ์ของรายการมาได้ตลอดระยะเวลา 6 ปี โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเน้นการศึกษาไปที่ตัวผู้รับสารโดยเฉพาะ เนื่องจากปัจจุบันผู้รับสารมีโอกาสเลือกเปิดรับสารตามความต้องการ และความสามารถของผู้รับสารที่แตกต่างกัน อีกทั้งวัยรุ่นที่เป็นผู้รับสารหลักของรายการเป็นวัยที่ต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อที่จะได้แสดงออกทางความคิดและการกระทำต่าง ๆ รวมไปถึงจะได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการว่ามีผลกระทบอย่างไรต่อวัยรุ่น

ปัญหานำวิจัย

1. ลักษณะของวัยรุ่นผู้ชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” เป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ของวัยรุ่นเป็นอย่างไร
3. พฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นที่ได้รับจากรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” เป็นอย่างไร
4. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยรุ่นจากรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” เป็นอย่างไร
5. ลักษณะของวัยรุ่นผู้ชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ของวัยรุ่นเป็นอย่างไร
6. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์อย่างไรกับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น
7. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์อย่างไรกับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะของวัยรุ่นผู้ชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live”
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ของวัยรุ่น
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นที่ได้รับจากรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live”

4. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยรุ่นจากรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live”

5. เพื่อศึกษาลักษณะของวัยรุ่นผู้ชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ของวัยรุ่น

6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” กับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น

7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” กับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะของวัยรุ่นที่ชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ต่างกัน

2. ลักษณะของวัยรุ่นที่ชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ที่ต่างกัน มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ต่างกัน

3. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น

4. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่ติดตามดูรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” เท่านั้น ดังนั้นผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จึงไม่สามารถนำไปอ้างอิงใช้กับรายการโทรทัศน์หรือรายการเพลงอื่น ๆ ได้ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยในรูปแบบการสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประเด็นในการศึกษาจะเน้นไปที่องค์ประกอบทางการสื่อสารในส่วนของผู้รับสาร (Receiver) ในที่นี้คือกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่ติดตามชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ซึ่งการวิจัยใช้ระยะเวลา 7 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2551-เมษายน 2552

ข้อจำกัดในการวิจัย

เนื่องจากประชากรในการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มวัยรุ่นตั้งแต่วัยรุ่นตอนต้นไปจนถึงวัยรุ่นตอนปลาย (อายุ 13-25 ปี) ที่มีความแตกต่างกันในเรื่องของรายได้ที่ได้รับ กล่าวคือ วัยรุ่นตอนต้นอยู่ในวัยที่กำลังศึกษา ยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง ในขณะที่วัยรุ่นตอนปลายเป็นวัยที่เริ่มทำงานสามารถหารายได้ได้ด้วยตนเอง ดังนั้นความหลากหลายของวัยรุ่นที่กล่าวมาจึงส่งผลกระทบต่อผลการศึกษาเรื่องรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

ผลกระทบของสื่อมวลชน หมายถึง ผลกระทบจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ที่มีต่อพฤติกรรมการเลียนแบบและการใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ของวัยรุ่น ซึ่งผลกระทบที่วัยรุ่นได้รับจากการรับชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” นั้นเกิดขึ้นในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเปิดโอกาสให้วัยรุ่นมีการกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสม การที่วัยรุ่นใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์ทำให้เห็นว่าสื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของวัยรุ่น หรือแม้แต่ผลกระทบที่เกิดจากการเลียนแบบเรื่องการแต่งกาย การใช้คำพูดจากรายการของวัยรุ่นที่อาจมีมากเกินไปในบางกลุ่ม เป็นต้น

พฤติกรรมการเปิดรับ หมายถึง การเปิดรับชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ของวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 13-25 ปี โดยดูจากระยะเวลาตั้งแต่เริ่มติดตามรับชมรายการ ความถี่ต่อสัปดาห์ในการรับชมรายการ (รายการมีตั้งแต่วันจันทร์-วันศุกร์) ระยะเวลาในการรับชมรายการในแต่ละครั้ง เริ่มตั้งแต่ 15-60 นาที และลักษณะการรับชมรายการว่าเป็นอย่างไร ได้แก่ ตั้งใจดูตลอดรายการ เปิดสลับไปมากับรายการอื่น เปิดทิ้งไว้ ดูบ้าง ไม่ดูบ้าง

พฤติกรรมการเลียนแบบ หมายถึง การที่วัยรุ่นผู้ชมรายการฯ “Five Live” ยึดเอาพิธีกรรายการ ศิลปินที่มาร่วมในรายการเป็นแบบอย่างในการแต่งกาย การใช้คำพูด การแสดงออกท่าทางต่าง ๆ ซึ่งพฤติกรรมการเลียนแบบที่เกิดขึ้นนั้นอาจเป็นการเลียนแบบทั้งหมดหรือเพียงบางส่วนเท่านั้น

การใช้ประโยชน์ หมายถึง การที่กลุ่มวัยรุ่นรับชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” แล้วตอบสนองความต้องการในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกันตามความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งการใช้ประโยชน์จากรายการฯสามารถแบ่งออกได้เป็น 12 ด้านหลัก ๆ ดังนี้

1. การใช้ประโยชน์เพื่อความบันเทิง

2. การใช้ประโยชน์เพื่อผ่อนคลายความเครียด

3. การใช้ประโยชน์เพื่อเป็นเพื่อนขณะทำกิจกรรมอื่นๆ

4. การใช้ประโยชน์เพื่อรวมตัวกับคนที่มีความชอบใกล้เคียงกัน (Fanclub)

5. การใช้ประโยชน์เพื่อเพิ่มความรู้ ความสามารถทางด้านดนตรี

6. การใช้ประโยชน์เพื่อความทันสมัย เกาะติดกระแสเพลงในปัจจุบัน

7. การใช้ประโยชน์เพื่อดูมิวสิควิดีโอใหม่ก่อนใคร

8. การใช้ประโยชน์เพื่อใกล้ชิดกับศิลปินคนโปรด

9. การใช้ประโยชน์เพื่อสร้างความสามัคคี

10. การใช้ประโยชน์เพื่อได้เพื่อนใหม่

11. การใช้ประโยชน์เพื่อนำไปเป็นหัวข้อสนทนาในกลุ่มเพื่อน

12. การใช้ประโยชน์เพื่อแสดงความสามารถในด้านต่างๆ เช่น การร้องเพลง เป็นต้น

ความพึงพอใจ หมายถึง การที่วัยรุ่นได้รับความสุข ความพึงพอใจจากการชมรายการฯ “Five Live” โดยความพึงพอใจในที่นี้จะเป็นความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบรายการ เนื้อหารายการ และพิธีกร ซึ่งความพึงพอใจนี้อาจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของแต่ละบุคคล

ลักษณะของวัยรุ่น ในที่นี้หมายถึงผู้หญิงและผู้ชายที่มีอายุอยู่ระหว่าง 13-25 ปี (วัยรุ่นตอนต้นถึงวัยรุ่นตอนปลาย) ซึ่งเป็นวัยที่มีแนวโน้มที่จะถูกชักจูงใจได้ง่าย รวมทั้งเป็นวัยที่มีพฤติกรรมของการเลียนแบบ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการเพลงทางโทรทัศน์มากกว่าคนในวัยอื่น ซึ่งองค์ประกอบของลักษณะของวัยรุ่นในที่นี้ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และการใช้เวลาว่าง

รายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” คือ รายการเพลงทางโทรทัศน์ในเครือบริษัทแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ ออกอากาศสดทุกวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 00.15-01.15 น. ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เน้นการเปิดมิวสิควิดีโอและโปรโมทศิลปินในเครือแกรมมี่เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ชมรายการโทรศัพท์เข้ามาร่วมเล่นเกม แสดงความคิดเห็น ฯลฯ รวมไปถึงการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมทำกิจกรรมพิเศษต่างๆที่รายการจัดขึ้นทั้งในห้องส่งและนอกสถานที่ ซึ่งพิธีกรในรายการเป็นวัยรุ่นที่อยู่ในช่วงเดียวกับกลุ่มเป้าหมายของรายการ วัตถุประสงค์หลักของรายการนั้นเพื่อให้ความบันเทิงแก่วัยรุ่น และเป็นพื้นที่ที่วัยรุ่นได้แสดงออกซึ่งความสามารถได้อย่างเต็มที่ในหลายด้าน

โดยรายการฯ มีทั้งหมด 11 ช่วง ได้แก่

1. เดาดีมีเฮ

2. สด ใหม่ ก่อนใคร ซิง song
3. SMS Send me Society
4. Five Live FELLOW
5. ซด สด
6. Vampire โหลด
7. รู้ไปทำไม
8. หนีแม่มาหน้าไมค์ PLUS
9. เจ๊จิ๊ก
10. 0110 เป่า ยิ้ง ฉุบ
11. One Night Stand

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงเหตุผลในการที่วัยรุ่นเปิดรับรายการเพลงร่วมสมัยที่จัดว่าเป็นรายการประเภทบันเทิงมากกว่าที่จะเปิดรับรายการประเภทข่าว หรือสารคดีที่มีเนื้อหาหนัก

2. ผู้ใหญ่ในสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการสื่อหรือผู้ผลิตรายการสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบรายการสำหรับวัยรุ่นโดยทั่วไปให้มีความน่าสนใจและสอดคล้องกับความต้องการของวัยรุ่นมากที่สุด โดยคำนึงถึงการเปิดโอกาสให้กลุ่มวัยรุ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในรายการ

3. เพื่อกระตุ้นให้สังคม/วัฒนธรรมกระแสหลักให้ความสนใจวัยรุ่น/วัฒนธรรมวัยรุ่นมากขึ้นกว่าในอดีต โดยเปิดพื้นที่ในการแสดงออกด้านต่าง ๆ เป็นการส่งเสริมให้วัยรุ่นกล้าคิด กล้าทำในสิ่งที่ถูกต้อง โดยไม่ถูกปิดกั้นโอกาส