

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ผลกระทบการเลียนแบบ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยรุ่น จากรายการเพลงร่วมสมัย ‘Five Live’” มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะของวัยรุ่นผู้ชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live”
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ของวัยรุ่น
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นที่ได้รับจากรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live”
4. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยรุ่นที่มีต่อรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live”
5. เพื่อศึกษาลักษณะของวัยรุ่นผู้ชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับรายการ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ของวัยรุ่น
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” กับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” กับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการศึกษเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นการเก็บข้อมูลจากวัยรุ่นอายุ 13-25 ปี ที่ชมรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ออกอากาศทุกวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 00.15-01.15 น. และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะของวัยรุ่น พฤติกรรมการเปิดรับรายการ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการ และพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental/Convenient Sampling) และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างระหว่างประชากรสองกลุ่ม (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way

ANOVA) และทำการทดสอบสมมติฐานว่าคู่ไหนที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test และสถิติสุดท้ายที่ใช้คือ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation)

สรุปผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ลักษณะวัยรุ่นกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ที่รับชมรายการฯ “Five Live” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (60%) มีอายุระหว่าง 19-21 ปี (35.25%) การศึกษาระดับปริญญาตรี (58.25%) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา (46.75%) รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท (41.50%) และกลุ่มตัวอย่างใช้เวลาว่างไปกับการฟังเพลงมากที่สุด (23.03%) (ตามตารางที่ 4.1-4.6)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับรายการฯ “Five Live”

จากการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับรายการฯ “Five Live” ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาเริ่มติดตามรายการอยู่ในช่วง 2-3 ปี (42%) มีความถี่ในการรับชมรายการคือ ดูบ้าง ไม่ดูบ้าง (2-3 วันต่อสัปดาห์) (50.50%) ใช้ระยะเวลาในการรับชมรายการแต่ละครั้งประมาณ 30 นาที (38.25%) และมีลักษณะการรับชมรายการแบบเปลี่ยนสลับไปมากับรายการอื่น (56.75%) (ตามตารางที่ 4.7-4.10)

ตอนที่ 3 การใช้ประโยชน์จากรายการฯ “Five Live” ของวัยรุ่น

ผลการศึกษาพบว่า วัยรุ่นที่ชมรายการฯ “Five Live” จำนวน 400 คน มีการใช้ประโยชน์จากรายการในการได้ดูมิวสิควิดีโอใหม่ก่อนใครมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.46 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การใช้ประโยชน์ในการผ่อนคลายความเครียดและเพื่อความบันเทิง ค่าเฉลี่ย 4.42 อยู่ในระดับมากที่สุด และใช้ประโยชน์จากรายการในการได้ความสามัคคีกันน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.30 อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบเกณฑ์การวัดการใช้ประโยชน์จากรายการของวัยรุ่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.93 (ตามตารางที่ 4.11)

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของวัยรุ่นที่มีต่อรายการฯ “Five Live”

ผลการศึกษาพบว่า วัยรุ่นที่ชมรายการฯ “Five Live” จำนวน 400 คน มีความพึงพอใจในรูปแบบรายการที่นำมิวสิควิดีโอใหม่มาเปิดก่อนรายการอื่นอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.43 สำหรับความพึงพอใจในเนื้อหาของรายการนั้นพบว่า วัยรุ่นมีความพอใจเนื้อหาของรายการที่ได้ดูมิวสิควิดีโอใหม่ก่อนใคร มีค่าเฉลี่ย 4.34 อยู่ในระดับมากที่สุด และสุดท้ายเป็นความพึงพอใจในพิธีกรรายการ ผลการศึกษาพบว่า ในจำนวนพิธีกรทั้งหมด 6 คน พิธีกร “โบ” เป็นพิธีกรที่วัยรุ่นมีความพึงพอใจมากที่สุด โดยเป็นความพึงพอใจในเรื่องของบุคลิก ลักษณะของพิธีกร (ตามตารางที่ 4.12-4.19)

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นจากรายการฯ “Five Live”

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน มีพฤติกรรมการเลียนแบบคำพูดของพิธีกรมากที่สุด (43.75%) รองลงมาเป็นการเลียนแบบด้านท่าทาง การแสดงออกแบบพิธีกร (26.00%) ต่อมาเป็นพฤติกรรมการเลียนแบบการแต่งตัวของศิลปินที่มาออกในรายการ (23.75%) และสุดท้ายมีพฤติกรรมการเลียนแบบการแต่งตัวของพิธีกรในรายการ (20.75%) (ตามตารางที่ 4.20)

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1-4 พบว่า เพศและการใช้เวลาว่างของวัยรุ่นที่ต่างกันไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการฯ “Five Live” แต่อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกันของวัยรุ่น ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการแตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยที่ทำให้การใช้ประโยชน์จากรายการฯ “Five Live” ของวัยรุ่นแตกต่างกันออกไปคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ซึ่งผลที่ได้มีความใกล้เคียงกับความพึงพอใจของวัยรุ่นที่มีต่อรายการฯ “Five Live” กล่าวคือ ลักษณะที่ต่างกันของวัยรุ่นในเรื่องของอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อรายการของวัยรุ่นแตกต่างกัน โดยในส่วนของความแตกต่างทางเพศนั้นไม่มีผลต่อความพึงพอใจของวัยรุ่นที่มีต่อรายการ (ตามตารางที่ 4.21-4.48)

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการฯ “Five Live” กับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นพบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ เนื่องจากมีเพียงปัจจัยใน

เรื่องของความถี่ต่อสัปดาห์ในการรับชมรายการเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น และสุดท้ายเป็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการฯ “Five Live” กับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น พบว่า การใช้ประโยชน์จากรายการทั้ง 12 ด้านและความพึงพอใจที่มีต่อรายการในเรื่องของรูปแบบรายการ เนื้อหารายการ พิธีกรรายการนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น (ตามตารางที่ 4.49-4.51)

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ผลกระทบการเลียนแบบ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยรุ่นจากรายการเพลงร่วมสมัย ‘Five Live’” ผู้ศึกษาได้เสนอการอภิปรายผลตามกรอบแนวความคิดในการศึกษา โดยการเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน วัยรุ่นที่ชมรายการฯ “Five Live” ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึงการใช้เวลาว่างต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับรายการฯ “Five Live” ต่างกัน พบว่า ลักษณะที่แตกต่างกันของวัยรุ่นทางด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับรายการแตกต่างกันตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับหลักความสนใจของวัยรุ่นตามช่วงอายุ ในแนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่นที่กล่าวว่า วัยรุ่นช่วงอายุ 13-15 ปีมีความสนใจในเรื่องของกีฬา เกม เนื่องจากเป็นวัยที่เพิ่งผ่านพ้นความเป็นเด็ก ทำให้ยังไม่สนใจในด้านอื่นมาก วัยรุ่นช่วงอายุ 16-18 ปีมีความสนใจในเรื่องของการเรียนมากขึ้น เนื่องจากอยู่ในช่วงของการแข่งขันสอบเข้ามหาวิทยาลัย นอกจากนี้ยังมีความสนใจในเรื่องของการแสดงออก ต้องการให้ส่วนรวมเปิดโอกาสให้ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่สำคัญในช่วงนี้คือ เรื่องของเพื่อน เป็นความสนใจในกลุ่มของตน ต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน เมื่อก้าวเข้าสู่ช่วงอายุ 19-21 ปี วัยรุ่นจะมีความสนใจในเรื่องของความทันสมัยเพิ่มมากขึ้น เรื่องของสื่อที่ทันสมัยต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะเรื่องของความบันเทิง เนื่องจากในช่วงนี้วัยรุ่นเปิดรับสื่อต่าง ๆ มาก อีกทั้งสื่อเกี่ยวกับความบันเทิงก็สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีหลายรูปแบบ ทำให้วัยรุ่นสามารถใช้ประโยชน์เพื่อตอบสนองความต้องการและความสนใจของตนได้อย่างเต็มที่ และสุดท้าย วัยรุ่นช่วง 22-25 ปี วัยรุ่นในช่วงนี้มีความเป็นผู้ใหญ่มากขึ้น เนื่องจากเรียนจบและเริ่มก้าวเข้าสู่วัยทำงาน ดังนั้นวัยรุ่นในช่วงนี้จึงหันมาให้ความสนใจในเรื่องของความมั่นคงในชีวิต การเป็นที่ยอมรับในสังคม อย่างไรก็ตาม แม้ว่าความสนใจของวัยรุ่นในแต่ละช่วงอายุจะแตกต่างกันออกไป แต่ความ

สนใจหลักที่วัยรุ่นตอนต้นจนถึงวัยรุ่นตอนปลายให้ความสนใจเหมือนกันคือ ความสนใจด้านความบันเทิง เนื่องจากทุกวันนี้สภาพแวดล้อมและสภาพสังคมมีแต่ความเครียด ทำให้แต่ละคนต้องการหาสิ่งที่ทำให้ตนเองผ่อนคลาย หลีกหนีจากความวุ่นวายในสังคม ซึ่งสื่อด้านความบันเทิงต่างๆ สามารถตอบสนองความต้องการและความสนใจในด้านนี้ได้เป็นอย่างดี (โฆษณาเกี่ยวกับวัยรุ่น และสุพล บุญทรง, อ้างถึงใน ญัฐพร พานิช, 2539, น. 22)

เรื่องของความต่างด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ทำให้พฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมรายการ “Five Live” ของวัยรุ่นแตกต่างกันก็เป็นไปตามทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารที่ว่าด้วยปัจจัยที่ทำให้การเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure) ของบุคคลแตกต่างกัน (Todd Hunt, Brent และ Wilbur Schramm, อ้างถึงใน ประมว สตะเวทิน, 2546ก, น. 122-124) กล่าวคือ คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวอย่างมากในด้านของจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลจากการอบรมเลี้ยงดูที่ต่างกัน การดำรงชีพอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ส่งผลถึงระดับสติปัญญา ความคิดทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการรับรู้และจิตใจ นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ทางสังคมที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนเรามีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่ไม่เหมือนกัน เนื่องจากคนเรามักยึดติดกับกลุ่มที่ตนเองสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ดังนั้นบุคคลจึงมักคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม รวมไปถึงปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ทำให้เกิดความแตกต่างในเรื่องของการเปิดรับสื่อ

แต่สำหรับเรื่องเพศและการใช้เวลาว่างที่ต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “Five Live” ของวัยรุ่นไม่ต่างกันนั้น เป็นเพราะความสนใจและความต้องการโดยทั่วไปของวัยรุ่นทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันไม่มาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการต้องการถูกเป็นที่ยอมรับจากกลุ่ม การต้องการความทันสมัย หรือแม้แต่ความต้องการด้านบันเทิง ที่เป็นสื่อที่วัยรุ่นใช้ประโยชน์มากที่สุดสื่อหนึ่งในปัจจุบัน รวมไปถึงการใช้เวลาว่างของวัยรุ่นที่ต่างกันไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับรายการ “Five Live” ด้วยเหตุที่การใช้เวลาว่างของวัยรุ่นในปัจจุบันมีความหลากหลายมากกว่าในอดีต และเป็นไปด้วยหลายปัจจัย อีกทั้งเมื่อเรามองตามหลักผลกระทบของสื่อในปัจจุบัน (Mc.Combs&Shaws) จะพบว่า ถึงแม้สื่อมวลชนจะเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของเรามากขึ้น แต่บุคคลผู้ใช้สื่อก็สามารถเลือกเปิดรับหรือไม่เปิดรับสื่อใดสื่อหนึ่งได้ตามกระบวนการเลือกรับสาร (Selective Process) ที่กาญจนา แก้วเทพ (2547) กล่าวว่า ถึงแม้จะมีข่าวสารผ่านเข้ามาจำนวนมาก แต่ผู้รับสารจะเลือกเพียงข่าวสารที่ตรงกับความสนใจ

ของตนเท่านั้น ดังนั้นถึงแม้ว่าวัยรุ่นจะมีเพศและการใช้เวลาว่างที่ต่างกัน แต่ถ้ามีความสนใจหรือความต้องการในเรื่องเดียวกันแล้วก็มีโอกาสที่จะเปิดรับในสิ่ง ๆ เดียวกันได้

โดยผลการทดสอบสมมติฐานนี้ตรงกับผลการศึกษาในงานของณัฐพร พานิช (2539, น. บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง: กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่กล่าวว่าลักษณะที่ต่างกันของวัยรุ่นทำให้การเปิดรับสื่อของวัยรุ่นแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน วัยรุ่นที่ชมรายการฯ “Five Live” ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการฯ “Five Live” ต่างกันพบว่า ความแตกต่างด้านรายได้ต่อเดือนกับการใช้เวลาว่างของวัยรุ่น ไม่ทำให้การใช้ประโยชน์จากรายการแตกต่างกัน เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะ รายการฯ “Five Live” เป็นรายการเพลงที่มีรูปแบบและเนื้อหารายการเหมาะกับวัยรุ่นทุกกลุ่ม เน้นให้ความบันเทิง การผ่อนคลาย รวมไปถึงการได้ดูมิวสิควิดีโอใหม่ก่อนใคร ฯลฯ ดังนั้น รายได้ต่อเดือนและการใช้เวลาว่างที่แตกต่างกันของวัยรุ่นจึงไม่เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างจากการใช้ประโยชน์จากรายการฯ ดังที่ Blumler และ Katz (1990) ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลจะเลือกใช้สื่อจากความสนใจและมีแรงจูงใจในการเปิดรับสื่อ นั้นของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป

ในขณะที่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพที่ต่างกัน การใช้ประโยชน์จากรายการฯ “Five Live” ของวัยรุ่นก็แตกต่างกันตามไปด้วยเป็นเพราะ เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันภายในจิตใจ ถึงแม้จะมีความสนใจในเรื่องเดียวกัน แต่เมื่อมาถึงการใช้ประโยชน์จากสิ่งนั้นแล้ว เพศหญิงและเพศชายจะมีความแตกต่างกัน ยกตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ (www.hi5.com) การใช้ประโยชน์จาก Hi5 สำหรับเพศหญิงนั้นใช้ Hi5 เพื่อหาเพื่อนใหม่ เป็นที่นัดเจอ พูดคุยกับเพื่อนฝูงที่ไม่ได้ติดต่อกันมาเป็นเวลานาน อาจมีบ้างที่ใช้ในการหาคู่แต่เป็นส่วนน้อย ในทางตรงข้าม เพศชายใช้ Hi5 เพื่อพบเจอเพื่อนผู้หญิงใหม่ ๆ ใช้เป็นพื้นที่จีบสาวเป็นหลัก สำหรับการใช้นัดเจอหรือพูดคุยกับเพื่อนฝูงมาเป็นหัวข้อรอง เป็นต้น สำหรับรายการฯ “Five Live” ผลการศึกษาพบว่า เพศหญิงมีการใช้ประโยชน์จากรายการมากกว่าเพศชาย อาจเพราะเพศหญิงเป็นเพศที่ต้องการหาเรื่องราวแปลกใหม่ไปพูดคุยกับกลุ่มเพื่อนอยู่ตลอดเวลา จึงดูรายการแล้วนำไปเป็นหัวข้อสนทนาในกลุ่ม รวมไปถึงการได้ดูแฟชั่นการแต่งตัวของพิธีกรและศิลปินต่าง ๆ เพื่อที่จะนำไปประยุกต์ใช้ และเพื่อไม่ให้ตกกระแสแฟชั่นในปัจจุบัน สอดคล้องกับหลักการใช้ประโยชน์จากสื่อที่ว่า วัยรุ่นใช้ประโยชน์จากรายการเพลงร่วมสมัยในแง่ของ เพื่อความบันเทิง เพื่อความทันสมัย เพื่อนำไปเป็นหัวข้อสนทนา เพื่อเสริมย้ำวัฒนธรรมวัยรุ่น เป็นต้น

อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่ต่างกัน การใช้ประโยชน์จากรายการฯ “Five Live” ของวัยรุ่นจึงแตกต่างกันตามไปด้วย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทั้ง 3 ข้อนี้มีความสอดคล้องกัน กล่าวคือ วัยรุ่นตอนต้นถึงวัยรุ่นปลาย (ช่วงมหาวิทยาลัย) มีการใช้ประโยชน์จากรายการมากกว่า วัยรุ่นตอนปลายที่เป็นวัยรุ่นผู้ใหญ่ (จบมหาวิทยาลัย เริ่มทำงาน) เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะ ตามหลักการของแนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่นที่กล่าวถึงความสนใจของวัยรุ่นในแต่ละช่วงอายุที่แตกต่างกัน พบว่า วัยรุ่นที่เริ่มเป็นผู้ใหญ่ ก้าวสู่วัยทำงานจะมีการใช้สื่อเพื่อความบันเทิงน้อยลง เพราะเป็นวัยที่เบนความสนใจส่วนใหญ่ไปให้กับการทำงาน การต้องการความมั่นคง และการเป็นที่ยอมรับ ดังนั้นจึงใช้ประโยชน์จากสื่อเหล่านี้ลดน้อยลงตามไปด้วย ผิดกับวัยรุ่นที่ยังเป็นนักเรียน นักศึกษาที่มีการใช้ประโยชน์จากรายการอย่างเต็มที่ เนื่องจากวัยนี้เป็นวัยที่ต้องการพื้นที่ในการแสดงออก ต้องการการเปิดโอกาสให้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ดังนั้น รายการฯ “Five Live” จึงสามารถตอบใจต่อความต้องการของวัยนี้ได้ค่อนข้างจะครบถ้วน เพราะรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมรายการโทรศัพท์ ส่งข้อความสั้น (SMS) หรือการพูดคุยผ่านทางคอมพิวเตอร์ (Chat) เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ที่รายการคิดขึ้นทุกสัปดาห์ เช่น การรณรงค์ลดภาวะโลกร้อน เป็นต้น รวมไปถึงการเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้แสดงความสามารถทางการร้องเพลง การทายใจศิลปินและร่วมเล่นเกมรับรางวัลกับทางรายการ ฯลฯ ทำให้วัยรุ่นได้แสดงตัวตนของพวกเขาได้อย่างเต็มที่ โดยไม่มีการปิดกั้นใด ๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่วัยรุ่นในช่วงอายุนี้ต้องการอย่างมาก จึงไม่แปลกที่วัยรุ่นช่วงอายุ 13-21 ปีมีการใช้ประโยชน์จากรายการฯ “Five Live” มากกว่าวัยรุ่นช่วงอายุ 22-25 ปี (ประสาร ทิพย์ธารา, อ้างถึงใน ญัฐพร พานิช, 2539, น. 23)

สำหรับความพึงพอใจของวัยรุ่นที่มีต่อรายการฯ “Five Live” นั้น แทบจะไม่มี ความแตกต่างไปจากการใช้ประโยชน์จากรายการฯ “Five Live” เลย มีแค่ปัจจัยเดียวที่ไม่เหมือนกันคือ ปัจจัยเรื่องเพศ ในเรื่องของความพึงพอใจของวัยรุ่นที่มีต่อรายการนี้ เพศที่ต่างกันพบว่า ความพึงพอใจของวัยรุ่นที่มีต่อรายการไม่ต่างกัน เป็นไปตามที่ Mckinney (อ้างถึงใน ญัฐพร พานิช, 2539, น. 24) ได้กล่าวถึงความต้องการพื้นฐานของวัยรุ่นโดยทั่วไปว่า วัยรุ่นต้องการสร้างความพึงพอใจให้ตนเอง ดังนั้น ไม่ว่าจะเพศหญิงหรือเพศชายก็ต่างต้องการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นเอง ทั้งนี้ อีกทั้ง ความสนใจของวัยรุ่นทุกช่วงอายุที่เหมือนกันก็คือ ความสนใจเรื่องความบันเทิง เพราะวัยรุ่นในปัจจุบันใช้สื่อบันเทิงเป็นหลัก ในการช่วยให้หลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อให้ตนเองมีความทันสมัย ไม่ตกกระแส เป็นไปตามหลักของทฤษฎีว่าด้วยผลกระทบของสื่อมวลชน นั่นคือ สื่อโทรทัศน์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อวัยรุ่นอย่างมาก โดยสามารถเชื่อมโยงวัฒนธรรมวัยรุ่นที่หลากหลายทุกมุมโลกให้กลายมาเป็นวัฒนธรรม

วัยรุ่นหนึ่งเดียวได้ ดังนั้นปัจจัยเรื่องเพศจึงไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของวัยรุ่นที่มีต่อรายการฯ “Five Live”

ประเด็นของพฤติกรรมกาเปิดรับรายการกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ ผลที่ได้จากการศึกษาเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับผลที่ได้ในงานของภริดา โกเชก (2541, น. บทคัดย่อ) ที่ว่า พฤติกรรมกาเปิดรับรายการที่มีความแตกต่างกันของวัยรุ่นจะมีผลต่อความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการ ซึ่งในงานของภริดา นี้ เป็นการศึกษาคความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษแนวใหม่: ศึกษาเฉพาะกรณีรายการ “อี ฟอ ฟีน” โดยจะเห็นได้ว่าในงานวิจัยมีกลุ่มเป้าหมายของรายการเป็นกลุ่มวัยรุ่นเช่นเดียวกัน ดังนั้นผลที่ได้จึงสามารถนำวิเคราะห์ให้เห็นความสอดคล้องกันได้

นอกจากนี้ Katz (1959) ยังได้อธิบายถึงแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ โดยเขากระตุ้นการศึกษาว่าทำไมคนจึงมีพฤติกรรมทางการสื่อสาร ซึ่ง Katz ได้กล่าวถึงองค์ประกอบ 3 อย่างที่ทำให้เกิดเป็นความต้องการการใช้สื่อของมนุษย์ ได้แก่ ลักษณะของความต้องการ เช่น การต้องการให้เพิ่มมากขึ้นหรือลดน้อยลง จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก เช่น การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ และบุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โดยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่ ตนเอง ครอบครัว เพื่อนฝูง สังคม วัฒนธรรม และโลก สำหรับการศึกษาคความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารกับสื่อมวลชน โดยเน้นสื่อประเภทโทรทัศน์นั้น Blumler และ Katz (1972) ได้ศึกษาเหตุผลที่ผู้คนชมโทรทัศน์สามารถสรุปผลได้ 4 ประการได้แก่ เพื่อความเพลิดเพลิน เป็นการใช้อสื่อเพื่อหลบเลี่ยงจากปัญหาที่ซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวัน เพื่อสร้างมนุษย์สัมพันธ์ เป็นการใช้อสื่อเพื่อเสริมความสัมพันธ์กับคนในสังคมหรือคนรอบข้าง เพื่อสร้างและค้นหาเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล เป็นการใช้อสื่อเพื่อต่อยก้าหรืออ้างอิงกับกลุ่ม และสุดท้ายเพื่อเฝ้าระวังและติดตามข่าวสาร อันเป็นหน้าที่พื้นฐานของการเปิดรับสื่อ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พฤติกรรมกาเปิดรับรายการฯ “Five Live” ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเลียนแบบของวัยรุ่นน้อย พบว่า มีเพียงความถี่ต่อสัปดาห์ในการรับชมรายการที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมกาเลียนแบบของวัยรุ่น ส่วนระยะเวลาตั้งแต่เริ่มติดตามรับชมรายการกับระยะเวลาแต่ละครั้งในการรับชมรายการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเลียนแบบของวัยรุ่น และลักษณะการรับชมรายการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมกาเลียนแบบของวัยรุ่น เรื่องพฤติกรรมกาเลียนแบบนี้ Bandura (1997, pp. 213-

256, อ้างถึงใน ญัฐพงษ์ กระจ่าง, 2545, น. 13) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมการเลียนแบบเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดจากการได้เห็นแบบอย่าง หรือสังเกตจากสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว และสื่อมวลชนก็เป็นสิ่งแวดล้อมที่สำคัญอย่างยิ่งในการให้แบบการเรียนรู้ อย่างนับไม่ถ้วน โดยขั้นตอนของการเลียนแบบนั้นเริ่มแรกมาจากการสังเกตเห็น ซึ่งสิ่งเร้านั้นจะต้องมีความน่าสนใจตามหลักจิตวิทยาการรับรู้ ต่อมาคือผู้เลียนแบบต้องมีแรงจูงใจ หรือมีความต้องการที่จะเลียนแบบด้วย สุดท้ายเป็นการจดจำและนำไปใช้จริง โดยในรายละเอียดเกี่ยวกับการเลียนแบบนั้น พฤติกรรมการเลียนแบบจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้รับได้พบเห็นสิ่งเร้า หรือต้นแบบที่จะเลียนแบบบ่อย ๆ ถี่ ๆ ติดต่อกัน เป็นระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งเมื่อพบเห็นพฤติกรรมใดบ่อย ๆ ผู้รับก็จะมี ความเคยชินกับสิ่งนั้น และมีโอกาสนำไปเป็นพฤติกรรมส่วนตัวได้โดยไม่รู้ตัว ดังเช่นผลการทดสอบในการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า ความถี่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการเลียนแบบเพียงปัจจัยเดียว แสดงให้เห็นว่า วิทยุรุ่นที่เปิดรับรายการฯ “Five Live” ต่อสัปดาห์มากมีการเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบมากกว่า วิทยุรุ่นที่มีระยะเวลาในการติดตามรายการมานาน หรือใช้ระยะเวลาในการดูรายการแต่ละครั้งมาก ซึ่งสองปัจจัยหลังนั้นพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบของวิทยุรุ่นที่ชมรายการฯ “Five Live” แต่อย่างใด และขณะเดียวกัน ถึงแม้วิทยุรุ่นจะดูรายการฯ “Five Live” แบบตั้งแต่นั้นจบจบรายการแต่ก็ไม่เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบขึ้น ซึ่งตรงกับแนวคิดทางจิตวิทยาและทฤษฎีการเลียนแบบที่ว่า พฤติกรรมใดจะเกิดขึ้นได้นั้นจะต้องมาจากการเรียนรู้แบบซ้ำ ๆ ทำจนเป็นนิสัย อาจเกิดขึ้นแบบรู้ตัวและไม่รู้ตัว เพราะฉะนั้น ถึงแม้วิทยุรุ่นที่ชมรายการฯ “Five Live” จะตั้งใจดูรายการตลอด 60 นาที หรือติดตามรายการมาตั้งแต่เริ่มออกอากาศ แต่ถ้าดูรายการสัปดาห์ละหนึ่งวันหรือน้อยกว่านั้น โอกาสที่จะเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบขึ้นนั้นก็เป็นไปได้ยาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน การใช้ประโยชน์จากรายการและความพึงพอใจที่มีต่อรายการฯ “Five Live” ของวิทยุรุ่น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบของวิทยุรุ่นในเชิงบวก พบว่า การใช้ประโยชน์จากรายการฯ “Five Live” ของวิทยุรุ่นทั้ง 12 ด้าน เช่น การใช้ประโยชน์ในการได้ดูมิวสิควิดีโอใหม่ก่อนใคร เพื่อผ่อนคลายและได้รับความบันเทิงตามที่ Katz, Blumler, McQuail และ Brown (อ้างถึงใน จิรดา มหาเจริญ, 2547, น. 33) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารกับสื่อโทรทัศน์ ว่าเหตุที่ผู้ชมชมโทรทัศน์ก็เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อสร้างและค้นหาเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล รวมไปถึงการนำไปเป็นหัวข้อสนทนากับกลุ่มของตนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบของวิทยุรุ่นทั้งหมด เป็นไปตามแนวคิดจิตวิทยาวิทยุรุ่นที่ว่า วิทยุรุ่นช่วงอายุ 13-25 ปี มีความต้องการและความสนใจที่แตกต่างกันไป การใช้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านั้นจึงมีความแตกต่างหลากหลายตามไปด้วย โดยพฤติกรรมการเลียนแบบที่เกิดจากการใช้ประโยชน์จาก

รายการนั้น เกิดจากสิ่งที่ได้รับจากรายการฯ “Five Live” นั้นสามารถนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน การเข้าถึงรายการสามารถทำได้ง่าย และที่สำคัญคือรายการสามารถตอบโจทย์ความต้องการ (Needs) ด้านความบันเทิงของวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี

สำหรับเรื่องความพึงพอใจของวัยรุ่นที่มีต่อรายการฯ “Five Live” นั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นทั้งหมด และเป็นเชิงบวกเช่นเดียวกับการใช้ประโยชน์จากรายการ ความพึงพอใจของวัยรุ่นในที่มีต่อรายการในที่นี่ประกอบไปด้วย ความพึงพอใจในรูปแบบรายการ ความพึงพอใจในเนื้อหารายการ และความพึงพอใจที่มีต่อพิธีกรรายการ เหตุที่ความพึงพอใจในรูปแบบและเนื้อหารายการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นนั้นเป็นเพราะ รายการฯ “Five Live” เป็นรายการเพลงที่ผลิตขึ้นบนพื้นฐานความต้องการและความสนใจของวัยรุ่นเป็นหลัก มีการจัดรูปแบบรายการให้มีความทันสมัย เนื้อหารายการมีความหลากหลาย มีทั้งสาระและความบันเทิง พร้อมเปิดโอกาสให้วัยรุ่นได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในรายการ ในการร่วมแสดงความคิดเห็น ในการเข้าร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่รายการจัดขึ้น เป็นต้น อีกทั้งการที่พิธีกรของรายการมีวัยและลักษณะโดยรวมที่เป็นเสมือนตัวแทนของวัยรุ่น ทำให้เมื่อวัยรุ่นดูรายการฯ “Five Live” จึงรู้สึกคุ้นเคย ทุกอย่างดูเป็นเรื่องใกล้ตัว จับต้องได้ เข้าถึงได้ วัยรุ่นจึงเกิดความพึงพอใจขึ้นได้ง่าย นำไปสู่พฤติกรรมการเลียนแบบทั้งแบบรู้ตัวและแบบไม่รู้ตัว และเมื่อสังเกตผลการศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นที่เกิดขึ้น พบว่า พฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นเป็นพฤติกรรมการเลียนแบบการใช้คำพูดของพิธีกร ท่าทางการแสดงออก การแต่งตัวแบบศิลปินที่มาในรายการและการแต่งตัวของพิธีกร ตามลำดับ เหตุที่วัยรุ่นเลียนแบบพฤติกรรมเหล่านี้จากรายการเพราะการใช้คำพูด ท่าทางการแสดงออก การแต่งตัวเป็นเรื่องที่มีการเลียนแบบกันได้ง่าย อีกทั้งวัยรุ่นยังคิดว่าเรื่องพวกนี้เป็นสิ่งที่บอกถึงความทันสมัย ไม่ตกกระแส ถ้าไม่ทำตามสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจไม่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อนหรือเข้ากับกลุ่มเพื่อนไม่ได้ คุณกันไม่รู้เรื่อง ซึ่งพฤติกรรมการเลียนแบบเหล่านี้ตรงกับ การเลียนแบบในทางจิตวิทยา คือ (Imitation) เป็นการแสดงปฏิกิริยาที่ออกมาเป็นกริยาท่าทางอย่างตรง ๆ จัดเป็นการเลียนแบบในระดับผิวเผิน ไม่น่าวิตกกังวลอะไร เพราะสิ่งเหล่านี้จะหายไปเมื่อวัยรุ่นมีวุฒิภาวะที่โตขึ้น เริ่มมีความคิดเป็นของตนเองมากขึ้น

จากผลการทดสอบสมมติฐานเรื่องพฤติกรรมการเลียนแบบที่เกิดขึ้นทั้ง 2 ข้อนั้น ตรงกับผลที่ได้จากการวิจัยของณัฐพงษ์ กระจ่าง (2545, น. บทคัดย่อ) และประภาวดี ธาณีนานนท์ (2540, น. บทคัดย่อ) ที่กล่าวถึงพฤติกรรมการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมีผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของผู้ชม โดยณัฐพงษ์กล่าวว่า การเลียนแบบของเยาวชนที่ได้จากการดู

ละครโทรทัศน์ เห็นได้จากการเลียนแบบเรื่องการแต่งตัว การแสดงออกทางท่าทาง และคำพูด ส่วนในประภาวดีนั้นได้สรุปเกี่ยวกับงานวิจัยในครั้งนั้นไว้ว่า การเปิดรับข่าวสาร การจดจำสาร และการเลียนแบบพฤติกรรมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นที่มีต่อโครงการป้องกันยาเสพติด “จั๊นท์เซย์โน” นั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยจะเห็นว่าวัยรุ่นที่เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบได้ง่ายนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่นตอนต้น หรือวัยรุ่นที่กำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษา เนื่องจากในวัยนี้เป็นวัยที่กำลังมองหาต้นแบบในการจะประพฤติ ปฏิบัติตัวในเรื่องต่าง ๆ ฯลฯ

อีกทั้ง ยังสามารถวิเคราะห์ผลการวิจัยในครั้งนี้โดยใช้หลักการของ Bandura (1997) ที่ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมแปลก ๆ ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในบุคคล ซึ่งไม่เคยปฏิบัติเช่นนั้นมาก่อน บางครั้งไม่สามารถอธิบายได้โดยทฤษฎีการเรียนรู้ แต่สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมดังกล่าวเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดจากการได้เห็นแบบอย่างหรือสังเกตจากสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว และสื่อมวลชนก็เป็นสิ่งแวดล้อมที่สำคัญอย่างยิ่งในการให้แบบการเรียนรู้ที่นับไม่ถ้วน โดยหลักการเรียนรู้ด้วยการเลียนแบบนั้นเป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากการสังเกตพฤติกรรมของผู้อื่น (Observational Learning) และตนเองจึงเอามาทำตามอย่างที่เรียกว่า “เลียนแบบ” ในทางจิตวิทยาแยกการเลียนแบบออกเป็น 2 แบบคือ การเลียนแบบสิ่งที่เห็นได้จากภายนอก (Imitation) กับการเลียนแบบทางด้านจิตใจ (Identification) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ผลการศึกษาที่ได้พบว่า วัยรุ่นเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบจากรายการที่เป็นการเลียนแบบสิ่งที่เห็นได้จากภายนอก (Imitation) ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ในระหว่างที่ผู้รับสารสังเกตดาราคอนโปรดในจอโทรทัศน์นั้น พวกเขาจะได้ “ข้อมูล” ต่าง ๆ ที่พวกเขาจะนำมาต่อเป็น “ภาพ” เพื่อนำเอาไปสร้างฐานความรู้เมื่อเขาต้องการแสดงพฤติกรรมนั้นด้วย (Bandura, 1973)

สรุปได้ว่า จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ รายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” มีผลกระทบด้านการเลียนแบบ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยรุ่นจริง ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นกับวัยรุ่นในด้านต่าง ๆ นั้นเป็นผลกระทบในระดับกลุ่ม เป็นผลกระทบทางตรง (Direct Effect) ในระยะสั้น (Short-term Effects) โดยเกิดขึ้นกับวัยรุ่นช่วงอายุ 13-25 ปี ที่มีความต้องการและมีความสนใจในเรื่องของความบันเทิง เพื่อประโยชน์ที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้

1. ควรปรับปรุงเนื้อหารายการให้มีหลากหลายด้านมากกว่านี้ ถึงแม้ตอนนี้จะมีความหลากหลายอยู่แล้ว แต่ยังมีภาระจุดตัวของเนื้อหารายการอยู่บางส่วน
2. ควรปรับปรุงเรื่องช่วงของรายการ บางช่วงของรายการที่มีเนื้อหาใกล้เคียงกันก็ควรนำมารวมกันให้เป็นช่วงเดียว เพื่อจะได้นำเวลาไปเพิ่มให้กับการเปิดมิวสิควิดีโอให้มากขึ้น หรือเพิ่มเวลาให้ศิลปินมาแสดงสดในรายการมากขึ้น
3. ควรปรับปรุงการใช้คำพูดของพิธีกรให้ชัดเจน ชัดคำ และใช้คำพูดให้ถูกต้องมากขึ้น รวมไปถึงท่าทางการแสดงออกที่ไม่จำเป็นต้องมากเกินไป เพราะจะทำให้คนดูไม่ชอบในบุคลิกลักษณะของพิธีกรนั้น ๆ
4. ควรเพิ่มเกณฑ์ในการคัดเลือกพิธีกร เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าพิธีกร “โบ” ที่วัยรุ่นมีความพึงพอใจมากที่สุดนั้นเป็นเพราะมีบุคลิก ลักษณะที่ดี แตกต่างจากพิธีกรคนอื่นที่วัยรุ่นจะพึงพอใจในการแต่งกาย ดังนั้นผู้ผลิตรายการควรคำนึงถึงบุคลิกที่ดีของพิธีกรที่จะนำมาดำเนินรายการ เพื่อให้วัยรุ่นเกิดความพึงพอใจสูงสุด
5. ควรรักษาเอกลักษณ์ของรายการในการเปิดมิวสิควิดีโอใหม่ก่อนรายอื่น เนื่องจากว่าวัยรุ่นมีความพึงพอใจในรูปแบบและเนื้อหารายการส่วนนี้มาก อีกทั้งวัยรุ่นยังได้ใช้ประโยชน์จากส่วนนี้ทำให้พวกเขาเกิดความทันสมัย เกาะติดกระแสเพลงในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี
6. ควรรักษารูปแบบรายการที่เน้นการเปิดโอกาสให้วัยรุ่นได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของรายการ เพื่อให้วัยรุ่นจะได้มีพื้นที่ในการแสดงออกซึ่งความเป็นตัวตนของพวกเขา และที่สำคัญจุดนี้เองที่ทำให้รายการสามารถคงอยู่มาได้เป็นเวลาถึง 6 ปีกว่า ดังนั้นผู้ผลิตรายการควรรักษาเอกลักษณ์ไว้และพัฒนาให้ดีขึ้นต่อไป
7. ควรรักษาจุดเด่นของรายการที่เป็นรายการสด และมีการปรับรูปแบบรายการให้เข้ากับยุคสมัยอยู่ตลอดเวลา ทำให้วัยรุ่นหรือผู้ชมต่าง ๆ ไม่รู้สึกเบื่อ เพราะจะได้เห็นการเปลี่ยนแปลงของรายการตลอดเวลา ไม่ซ้ำซากจำเจ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

1. ควรทำการศึกษากับผู้ชมทั้งหมดของรายการเพลงร่วมสมัย “Five Live” เนื่องจากผู้ชมรายการมีด้วยกันหลายช่วงอายุ และมีอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งลักษณะประชากรแต่ละช่วงอายุ ใน

แต่ละพื้นที่อาจจะมี ความแตกต่างกันในด้านบริบททางสังคม ที่อาจส่งผลให้ การศึกษาวิจัยในด้าน ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับรายการมีความสมบูรณ์และเป็นประโยชน์ต่อรายการมากยิ่งขึ้น

2. ควรเลือกประเด็นศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหารายการ เน้นที่ฝ่ายผู้ผลิต รายการ เพื่อที่จะได้ทราบถึงการวางแผน การผลิตรายการว่ามีขั้นตอนอย่างไร และมีมุมมอง ใดๆเกี่ยวกับรายการและกลุ่มเป้าหมาย

3. ควรทำการสำรวจการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมจากรายการอย่าง ต่อเนื่อง เพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและแก้ไขให้รายการสามารถตอบสนองของ ความ ต้องการของผู้ชมได้อย่างเต็มที่ทุกกลุ่ม รวมไปถึงเป็นข้อมูลทางการตลาดเพื่อวัดผลความนิยม รายการอีกด้วย

4. ควรทำการศึกษาผลกระทบการเปลี่ยนแปลง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ของวัยรุ่นจากรายการเพลงร่วมสมัยรายการอื่น ๆ เพื่อเป็นการพัฒนารายการเพลงทางโทรทัศน์ให้ เป็นรายการที่เป็นประโยชน์และตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้มากที่สุด