

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "การสื่อความหมายและการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลยอดนิยม" มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการสื่อความหมายของเพลงไทยสากลยอดนิยม 2) ศึกษาลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลยอดนิยม (ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2548 - มิถุนายน 2549)

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผสมผสานกับการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามี 3 กลุ่ม ได้แก่ เพลงไทยสากลยอดนิยม ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากบทเพลงไทยสากลยอดนิยมในนิตยสารที่วิบูล จำนวน 66 เพลง ผู้สร้างสรรค์เพลง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงที่มีผลงานเพลงไทยสากลติดอันดับเพลงยอดนิยมจำนวน 13 คน และนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ระดับปริญญาตรี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) คำนวณหากลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 394 คน สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 3 ชนิด ได้แก่ แบบวิเคราะห์เนื้อหา คำร้อง/ดนตรี แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถาม ส่วนในการเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เพลงไทยสากลยอดนิยม (คำร้อง/ดนตรี) การสัมภาษณ์เชิงลึก และการทดสอบแบบสอบถาม สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยหน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ คำ (words) สาระ (Themes) คุณลักษณะ (Characters) และหน่วยในการระบุจำนวน (Unit of enumeration) อีกทั้งยังวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นหลักและตามประเด็นย่อยของการวิจัย โดยตีความข้อมูล ลดทอนข้อมูล จัดลำดับกลุ่มความคิดและสรุปผลการวิเคราะห์ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนาหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ มีรายละเอียดดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การสื่อความหมายของเพลงไทย
สากลยอดนิยม

1.1.1 การสื่อความหมายของเพลงไทยสากลยอดนิยมจากการ
วิเคราะห์บทเพลง แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่

1) ด้านเนื้อหาและความหมายที่ปรากฏในเพลง พบว่าเนื้อหาของเพลงไทย
สากลยอดนิยมส่วนใหญ่เป็นเรื่อง "ความรักของหนุ่มสาว" ร้อยละ 81.9

รองลงมาคือ "ให้กำลังใจปลอบใจ" ร้อยละ 4.8 "สะท้อนชีวิตคนในสังคม
และความร่วมสมัย" ร้อยละ 4.4 "เพลงประเภทอื่นๆ" เช่น เพลงที่เปรียบเทียบ เพลงที่แสดงเจตนา
ทางเพศ ร้อยละ 3.5 "การให้แง่คิดจิตสำนึกที่ดีงาม" ร้อยละ 1.9 "คติชนชนบท วัฒนธรรม
ประเพณีไทย" ร้อยละ 1.9 และ "การใช้โทรศัพท์" ร้อยละ 1.6

สำหรับเรื่องความรักของหนุ่มสาวมีเนื้อหาเป็นเรื่องความรักที่ผิดหวัง
ร้อยละ 34.9 ความต้องการความรักความผูกพัน ร้อยละ 25.4 ความรักด้านบวก เช่นรอรัก แอบรัก
คิดถึง บอกรัก ร้อยละ 16.2 ห่วงใยดูแลคนรัก หึงหวง ร้อยละ 5.4

ลักษณะการใช้ภาษา พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ภาษาพูด ร้อยละ 83.5 และใช้
ภาษากวีมีเพียง ร้อยละ 16.5 เช่นคำว่า โรยรา แปรผัน รอนแรม ร้าวราน เดี่ยวดาย เป็นต้น ส่วน
คำสัมผัสภายในเนื้อเพลง มีทุกเพลง ร้อยละ 100

2) ด้านดนตรี ได้แก่

(1) ความเร็ว พบว่า เพลงไทยสากลยอดนิยมส่วนใหญ่มีจังหวะ "ช้า"
ร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ "ปานกลาง" ร้อยละ 27.3 "เร็ว" ร้อยละ 13.6 และ "เร็วมาก" ร้อยละ
7.6

(2) ความยาวของเพลง พบว่า เพลงไทยสากลยอดนิยมส่วนใหญ่ มี
ความยาว 4.00 – 4.29 นาที ร้อยละ 47.0 รองลงมาคือ ความยาว 3.30 - 3.59 นาที ร้อยละ 27.3
ความยาว 4.30 – 5.00 นาที ร้อยละ 15.1 ความยาว 3.00 – 3.29 นาที ร้อยละ 9.1 และมีความ
ยาว 5 นาทีขึ้นไป ร้อยละ 1.5

(3) คีย์หลักของเพลง พบว่า เพลงไทยสากลยอดนิยมส่วนใหญ่ อยู่ในคีย์
เมเจอร์ (Major) ร้อยละ 95.5 รองลงมาอยู่ในคีย์ไมเนอร์ (Minor) ร้อยละ 4.5

(4) อัตราจังหวะเพลง พบว่าเพลงไทยสากลยอดนิยมส่วนใหญ่มีอัตราจังหวะธรรมดาห้องละ 4 จังหวะ ร้อยละ 97.8 และอัตราผสม 6/8 ร้อยละ 3.0

(5) แนวเพลง พบว่า เพลงไทยสากลแนว "Pop Rock" มีมากที่สุด ร้อยละ 47.0 ซึ่งได้แก่ จังหวะเพลง Slow Soul, Slow Rock, Rock a ballad รองลงมาคือ แนว "Pop" ร้อยละ 34.8 ซึ่งรวมประเภทแนวเพลง R&B ไว้ด้วย และแนวเพลงป๊อบผสม Hip Hop, Jazz, Classic, Dance เพลงเพื่อชีวิต และลูกทุ่งไทย คิดเป็นร้อยละ 18.2

1.1.2 การสื่อความหมายของเพลงไทยสากลยอดนิยมจากทัศนะของผู้สร้างสรรค์เพลง พบว่า ส่วนใหญ่ผู้สร้างสรรค์เพลงเห็นว่าเพลงไทยสากลยอดนิยมมีเนื้อหาเป็นเรื่องความรักของหนุ่มสาว รักสองเล่า สามเล่า รักผิดหวัง แอบรัก ตัดพ้อต่อว่า ส่วนที่มาของเพลงมาจาก 2 แนวคิดด้วยกัน ได้แก่ 1) เรื่องที่เกิดขึ้นจริง 2) เรื่องที่เกิดจากจินตนาการของผู้แต่งเพลงที่แต่งบทละครสร้างเรื่องราวให้นักร้องร้องไปตามบท

สำหรับการสื่อความหมายในเพลง หากมีเรื่องเหมือนกัน การเล่าเรื่องจะมีลักษณะ(Style) ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับความเชี่ยวชาญ(Expertise) เอกลักษณะเฉพาะตัว(Identity) ของแต่ละบุคคลที่มีพรสวรรค์ (Gifted) ความสามารถพิเศษ (Talented) แตกต่างกัน ทั้งนี้ผู้แต่งเพลงจะคำนึงถึง กลุ่มเป้าหมายที่ฟังเพลง ความชอบความพึงพอใจต่อความหมายในเพลงของผู้ฟัง (Listener's Preferences and Satisfaction) แนวเพลงที่ได้รับกระแสนิยม (Trend) และความสนใจของผู้แต่งเพลงเอง

ส่วนในด้านการแต่งเพลง พบว่า ผู้สร้างสรรค์เพลงส่วนใหญ่เห็นว่าการแต่งทำนองดนตรีก่อนการเขียนเนื้อเพลง ซึ่งผู้เขียนเนื้อเพลงต้องฟังเพลงจับอารมณ์ทำนองของเพลงโดยรวมให้ได้ เพื่อกำหนดแนวคิดเรื่องราวของเพลงที่สื่อถึงอารมณ์และความหมายของเพลง เช่น ให้ความรู้สึกเศร้า หรือสนุกสนานรื่นเริงสดใส จากนั้นผู้แต่งเพลงจึงจะเขียนเนื้อเพลงต่อไป

นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับแนวคิดเรื่องราวของเพลงที่ผู้สร้างสรรค์เพลงส่วนใหญ่คำนึงถึงลักษณะเฉพาะตัวของนักร้อง ฉันทลักษณ์ในเนื้อหาเพลง เช่น คำสัมผัส จังหวะวรรณยุกต์ของเสียง ประเด็นของเพลง และความงดงามของภาษา(Beauty of Language) ซึ่งทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับภูมิหลังของนักแต่งเพลงว่ามีความรู้สึก อารมณ์ที่จะถ่ายทอดในเพลง ณ ช่วงเวลานั้น ซึ่งมีสาเหตุมาจากแรงจูงใจ จิตวิญญาณ ความตั้งใจและความมุ่งหวังของแต่ละคน

1.1.3 การสื่อความหมายของเพลงไทยสากลยอดนิยมจากทัศนะของนักศึกษา พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่า ความหมายของเพลงไทยสากลที่ได้ยินมากที่สุดคือ "ความรักของหนุ่มสาว" ร้อยละ 93.3 รองลงมาคือ "ให้กำลังใจ ปลอบใจ" ร้อยละ 4.1 "สิ้นหวัง

ประชดประชัน" ร้อยละ 1.2 "แนะนำการใช้ชีวิต สร้างสรรค์สังคม" สุดท้ายคือ "ความเกลียด อาฆาตแค้น" และ "ยั่วยุ ทำลายสังคม" มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 0.3

ความหมายของเพลงไทยสากลยอดนิยมที่นักศึกษาชื่นชอบ พบว่า ส่วนใหญ่ นักศึกษาชอบ "ความรักของหนุ่มสาว" ร้อยละ 52.8 รองลงมา "ให้กำลังใจปลอบใจ" ร้อยละ 34.5 และ "แนะนำการใช้ชีวิต สร้างสรรค์สังคม" ร้อยละ 9.4

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกฟังเพลง พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกฟัง "เนื้อหาเพลงที่โดนใจ" ร้อยละ 57.4 รองลงมาคือ "คุณภาพน้ำเสียงการร้องและดนตรี" ร้อยละ 42.9 "ศิลปินที่ชื่นชอบ" ร้อยละ 26.1 "แนวเพลง" ร้อยละ 14.2 "กระแสนิยมของเพลงที่ติดอันดับ" ร้อยละ 11.2 และ "ปัจจัยอื่นๆ" ร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์การฟัง/ใช้เพลงไทยสากลยอดนิยม พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้เพลงไทยสากลยอดนิยม "เพื่อความบันเทิง จรรโลงจิตใจ" ร้อยละ 58.1 รองลงมาคือ "ใช้เป็นเพื่อน คลายเหงา" ร้อยละ 40.4 "ระบายอารมณ์หรือความรู้สึกที่ซ่อนเร้น" ร้อยละ 13.7 "แสดงความเป็นอิสระ เป็นตัวของตัวเอง" ร้อยละ 12.2 "สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน" ร้อยละ 10.9 "ฝึกความสามารถทางดนตรี" ร้อยละ 7.4 "สร้างความสนใจ ดึงดูดใจเพื่อนต่างเพศ" ร้อยละ 2.0 และ "ใช้เพื่ออื่น ๆ" ร้อยละ 0.8

ข้อเสนอแนะอื่นๆ ส่วนใหญ่นักศึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเรื่อง การสื่อความหมายของเพลงไทยสากลยอดนิยมไว้ว่า ควรสร้างสรรค์เพลงให้มีความหมายหลากหลาย จรรโลงจิตใจ และควรแต่งเพลงให้แตกต่างไปจากเรื่องราวของความรัก หรือให้มีความแปลกใหม่ รองลงมาเสนอว่า ไม่ควรมีความหมายที่แสดงการแย่งคู่รักของผู้อื่น หรือไม่ควรมีเรื่องขู่สาวลามก ล่อแหลมดูถูกเพศตรงข้าม ไม่ใช่คำรุนแรงประชดประชัน อันดับถัดไปเสนอแนะว่า ควรให้กำลังใจ สอนใจให้คิดดีทำดี ให้ความหวังสู่ชีวิตไม่ท้อแท้

1.2 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การผสมผสานทางวัฒนธรรมของ เพลงไทยสากลยอดนิยม แบ่งออกได้ 3 ประเด็นดังนี้

1.2.1 ลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลยอดนิยม จากการวิเคราะห์เพลง

1) ลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรมด้านการใช้ภาษา พบว่า ระดับ ภาษาที่ใช้ในเพลงส่วนใหญ่ใช้ภาษาพูด ร้อยละ 83.5 ภาษาทวิ ร้อยละ 16.5 ส่วนใหญ่ใช้

ภาษาไทยอย่างเดียว ร้อยละ 81.8 รองลงมา ภาษาไทยผสมกับภาษาอังกฤษ ร้อยละ 13.6 และใช้ภาษาไทยผสมกับภาษาอื่นๆ ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน เกาหลีและภาษาถิ่นไทย ร้อยละ 4.6

2) ลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรมด้านองค์ประกอบดนตรี

ด้านนักร้อง ส่วนใหญ่เป็นนักร้องนำชาย ร้อยละ 53.0 รองลงมา นักร้องหญิง ร้อยละ 39.4 และนักร้องคู่ระหว่างชายกับหญิง ร้อยละ 7.6 ส่วนด้านรูปแบบการร้องส่วนใหญ่พบว่า มีนักร้องเสียงประสานประกอบนักร้องนำ ร้อยละ 81.8 รองลงมาคือ มีนักร้องนำเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 18.2

ลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรมด้านเสียงดนตรี พบว่า เสียงดนตรีที่ใช้ในเพลงไทยสากลส่วนใหญ่เป็นเสียงจากวงสตริงคอมโบ ซึ่งประกอบด้วย "กีตาร์โซโล กีตาร์คอर्ड เปียโน คีย์บอร์ด เบส กลอง (ราวเสียง วงออร์เคสตรา กลุ่มเครื่องเป่า ระนาด พิณจีน ขาวน้อ เฟด)" มีร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ วงดนตรีที่บรรเลงโดย "กีตาร์โซโล กีตาร์คอर्ड คีย์บอร์ด เบส กลอง (ปี่ชวา ไวโอลิน เครื่องเป่า เครื่องเคาะ)" ร้อยละ 30.4 วงรีด "กีตาร์โซโล กีตาร์คอर्ड เบส กลอง" ร้อยละ 22.7 และดนตรีประเภทอื่นๆ เช่นดนตรีในแนวเพลง ฮิป – ฮอป (Hip – Hop) ร้อยละ 3.0

3) องค์ประกอบโครงสร้างรูปแบบเพลงไทยสากลยอดนิยม ประกอบด้วย 5 ส่วนที่สำคัญ ซึ่งได้แก่

(1) ส่วนนำ (Introduction) ของเพลงไทยสากลยอดนิยมส่วนใหญ่มีความยาว 2-6 ห้อง ร้อยละ 59.1 รองลงมาคือ ความยาว 7-10 ห้อง ร้อยละ 30.3 ความยาว 15-24 ห้อง ร้อยละ 6.1 และความยาว 11-14 ห้อง ร้อยละ 4.5

(2) รูปแบบ (Form) ของทำนองเพลงไทยสากลยอดนิยม พบว่า ส่วนใหญ่มีรูปแบบ A B C ร้อยละ 60.6 รองลงมา รูปแบบ A B A ร้อยละ 27.3 รูปแบบ A B C D ร้อยละ 7 และรูปแบบ A B C D E ร้อยละ 1.5

(3) ดนตรีท่อนกลาง (Interlude) พบว่า ดนตรีบรรเลงท่อนกลาง ส่วนใหญ่มีความยาว 3 - 6 ห้อง ร้อยละ 39.4 รองลงมาคือ ความยาว 7-10 ห้อง ร้อยละ 34.8 ไม่มีดนตรีบรรเลงท่อนกลาง ร้อยละ 12.1 ความยาว 15 ห้องขึ้นไป ร้อยละ 7.6 และ ความยาว 11-14 ห้อง ร้อยละ 6.1

(4) ย้อนกลับท่อนสำคัญ (Hook) พบว่าเพลงไทยสากลยอดนิยมส่วนใหญ่มีการย้อนกลับซ้ำท่อน A, B หรือ C ร้อยละ 57.6 รองลงมาซ้ำท่อน A หรือ B ร้อยละ 30.3 ซ้ำท่อน C หรือ D ร้อยละ 7.6 และ ซ้ำท่อน A, B หรือ E ร้อยละ 4.5

(5) ส่วนปิดท้าย(Ending) พบว่าส่วนใหญ่ส่วนปิดท้ายของเพลงไทยสากลยอดนิยมมีความยาว 1-5 ห้อง ร้อยละ 63.6 รองลงมา ความยาว 6-10 ห้อง ร้อยละ 27.3 และความยาว 11-15 ห้อง ร้อยละ 9.1

ข้อสังเกตในแต่ละองค์ประกอบมีการผสมผสานกันเอง ได้แก่ คีย์หลักของเพลง บางเพลงมีทั้งคีย์เมเจอร์ (Major) และคีย์ไมเนอร์(Minor) ผสมผสานกัน บางเพลงมีจังหวะเร็ว-ช้า ผสมกัน แนวเพลงก็เช่นเดียวกัน เช่น แนวเพลงป๊อปผสมกับแนวร็อค ฮิพ-ฮอป เพื่อชีวิต ลูกทุ่งแดนส์(Dance) ส่วนในด้านองค์ประกอบรูปแบบเพลงนั้นมีรูปแบบที่เหมือนและต่างกันในระยะเอ็ดของแต่ละเพลง

1.2.2 ลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลยอดนิยมจากผู้สร้างสรรค์เพลง

1) การผสมผสานทางวัฒนธรรมคำร้องและดนตรีของเพลงไทยสากลยอดนิยม ส่วนใหญ่ผู้สร้างสรรค์เพลงเห็นว่า ไม่อาจจะระบุได้อย่างชัดเจนถึงการผสมผสานทางวัฒนธรรมกันมากนักน้อยเพียงใด และไม่ได้คิดว่าจะใช้วัฒนธรรมไทยผสมกับวัฒนธรรมต่างชาติปริมาณและจำนวนเท่าใด ยิ่งกว่านั้นยังเห็นว่าการผสมผสานทางวัฒนธรรมในเพลงไทยสากล มีลักษณะเป็นการทำงานตามบทบาทหน้าที่ของตนและบางท่านเน้นให้ความสำคัญ

นอกจากนั้นผู้สร้างสรรค์เพลงส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเพลงไทยสากลยอดนิยมสอดคล้องกลมกลืนกับกลุ่มผู้ฟังเพลงโดยเฉพาะวัยรุ่น จำนวน 8 คน รองลงมาคือเห็นว่ามี ความสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทสังคมและวัฒนธรรมไทย จำนวน 7 คน และตอบว่าไม่เข้ากับสังคมและวัฒนธรรมไทยเดิม มีเพียงเล็กน้อย

2) ด้านผลกระทบจากการสื่อสารของเพลงไทยสากลยอดนิยมที่มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมดังกล่าว พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีทัศนคติทั้งในข้อดีและข้อเสีย

(1) ข้อดี ผู้สร้างสรรค์เพลงส่วนใหญ่เห็นว่า การสื่อสารสมัยใหม่เผยแพร่เข้าถึงกลุ่มผู้ฟังเพลงได้อย่างกว้างขวางรวดเร็วและมีความเจริญก้าวหน้า อีกทั้งยังมีช่องทางการสื่อสารใหม่เกิดมากขึ้น มีบริการให้ดาวน์โหลดเพลงในโทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต เอ็มพีสาม (MP3) กันอย่างแพร่หลาย ดังจะเห็นได้จากมีคำร้องที่เกี่ยวกับเรื่องโทรศัพท์/การใช้อินเทอร์เน็ต ปรากฏในเพลงว่างแล้วช่วยโทรกลับ เข้ามาแช็ต และบางท่านได้นำเอาแนวคิดและแนวเพลงที่ได้รับความนิยมจากต่างชาติเข้ามาผสมผสานประยุกต์ใช้ในบทเพลงให้ทันสมัยยุคสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการกลุ่มผู้ฟังเพลงเฉพาะกลุ่ม เช่น แนวเพลงฮิพ-ฮอป แจ๊ซ คลาสสิก เกาหลี ญี่ปุ่น

(2) ข้อเสีย คือความเจริญของการสื่อสารสมัยใหม่ ทำให้มีการละเมิดลิขสิทธิ์เพลงมากกว่าสมัยอดีต ได้แก่ เทปผี ซีดีเถื่อน ทำให้ยอดขายค่ายเพลง ซีดี คาราโอเกะ

ตกต่ำรายได้ลดลง เป็นเหตุให้ผู้สร้างสรรค์เพลงหรือบริษัทค่ายเพลงคิดหาช่องทางใหม่ในการเผยแพร่เพลงเพื่อทำธุรกิจด้านนี้ต่อไป

3) ปัจจัยที่เป็นสาเหตุในการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากล ยอดนิยม มีดังนี้

(1) นักร้อง การสร้างสรรค์เพลงจะต้องรู้ว่าใครเป็นนักร้องเพื่อกำหนดเนื้อหาเรื่องราวของเพลงให้เหมาะสมกับนักร้องแต่ละท่านที่มีจุดเด่นไม่เหมือนกัน

(2) ผู้ฟังเพลง การสร้างสรรค์เพลงจะต้องรู้ว่าใครเป็นผู้ฟังเพลง เพื่อกำหนดเนื้อหาด้านภาษา/ดนตรีในการแต่งเพลงและการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับผู้ฟัง

(3) ผู้อำนวยการการผลิต (Executive Producer) มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายการสร้างสรรค์เพลงและจัดหาผู้ทำงานตามความเหมาะสมของแต่ละหน้าที่

(4) แนวคิด(Concept) ผู้สร้างสรรค์เพลงส่วนใหญ่รู้ว่าเพลงที่แต่งขึ้นมีอารมณ์ความรู้สึกเรื่องราวของเพลงโดยรวมเป็นเรื่องใด ซึ่งมีการกำหนดก่อนการสร้างสรรค์เพลง

(5) กาลเทศะ สถานการณ์ กระแสนิยม คือสิ่งที่ผู้สร้างสรรค์คำนึงถึง

(6) ผู้ประพันธ์เพลง เป็นผู้กำหนดคุณภาพของเพลงจะดีหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความชอบความถนัดของผู้สร้างสรรค์เพลงแต่ละคน ที่มีเอกลักษณ์การแต่งเพลงไม่เหมือนกัน

(7) การตลาด ผู้สร้างสรรค์เพลงส่วนใหญ่เห็นว่า “เพลงเป็นสินค้า” ซึ่งในการทำงานเพลงผู้สร้างสรรค์เพลงจะคำนึงถึงการตลาดอยู่ในใจ (Marketing Mind) เช่น การเขียนเพลงให้ผู้ฟังชื่นชอบ การคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย การแข่งขันกับคู่แข่งที่อยู่ค่ายอื่น เป็นต้น

(8) จิตวิทยา ส่วนใหญ่ผู้สร้างสรรค์เพลงเห็นว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยามีความสำคัญมาก ซึ่งในการทำงานเพลงต้องใช้จิตวิทยาในการสร้างเนื้อหาเรื่องราวของเพลงอย่างมีศิลปะที่ให้ส่งผลกระทบต่อจิตใจผู้ฟัง และตอบสนองความต้องการของผู้ฟัง ทำให้ผู้ฟังสะท้อนอารมณ์เกิดการคล้อยตามกับเพลงที่ผู้แต่งเพลงต้องการให้เกิดขึ้น

(9) งบประมาณ หากไม่มีเงินก็ไม่อาจสร้างผลงานเพลงที่สมบูรณ์ได้

(10) บุคลากร ถ้ามีวิสัยทัศน์และทำงานเป็นทีมก็จะทำให้งานสำเร็จดี

4) ผลดี/ผลเสียของการผสมผสานวัฒนธรรมด้านคำร้องและดนตรีของเพลงไทยสากลยอดนิยม ส่วนใหญ่ผู้สร้างสรรค์เพลงเห็นว่าการผสมผสานทางวัฒนธรรมในเพลงไทยสากลยอดนิยมมีผลดีมากกว่าผลเสีย และเป็นภาพสะท้อนของสังคม ซึ่งเนื้อหาความหมายของแต่ละเพลงเปรียบเหมือนเป็นสิ่งที่แสดงเรื่องราวชีวิตของคนในแต่ละช่วงเวลา และยังเป็นสื่อที่บันทึกเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ ความคิดเห็น ทศนคติ ค่านิยมของคนในสังคมแต่ละสมัย

1.2.3 ลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากล ยอดนิยมจากนักศึกษา ในประเด็นดังต่อไปนี้

- 1) การผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลยอดนิยมสอดคล้องกลมกลืนกับสังคมและวัฒนธรรมไทย ส่วนใหญ่นักศึกษา "ไม่แน่ใจ" ร้อยละ 40.6 รองลงมา "มาก" ร้อยละ 39.6 "น้อย" ร้อยละ 9.6 "มากที่สุด" ร้อยละ 8.9 และ "น้อยที่สุด" ร้อยละ 1.3
- 2) การผสมผสานของดนตรีและภาษาในเพลงไทยสากล สร้างความแปลกใหม่และทันสมัย ส่วนใหญ่นักศึกษาคิดว่า "มาก" ร้อยละ 60.2 รองลงมา "ไม่แน่ใจ" ร้อยละ 19.0 "มากที่สุด" ร้อยละ 13.5 "น้อย" ร้อยละ 6.1 และ "น้อยที่สุด" ร้อยละ 1.3
- 3) มีการใช้คำสุภาพ คำพังเพย เรื่องราววิถีชีวิตของคนท้องถิ่นไทยในเพลง ส่วนใหญ่นักศึกษาเห็นว่า "ไม่แน่ใจ" ร้อยละ 35.6 รองลงมา "น้อย" ร้อยละ 27.6 "มาก" ร้อยละ 21.2 "มากที่สุด" ร้อยละ 9.2 และ "น้อยที่สุด" ร้อยละ 6.4 ตามลำดับ
- 4) เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ ช่วยทำให้ผู้แต่งเพลงผลิตเพลงได้ง่ายขึ้น และทำให้ผู้ฟังได้รับความบันเทิงทันเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไป ส่วนใหญ่นักศึกษาคิดว่า "มาก" ร้อยละ 54.3 รองลงมาคือ "มากที่สุด" ร้อยละ 27.0 "ไม่แน่ใจ" ร้อยละ 15.1 "น้อย" ร้อยละ 2.8 และ "น้อยที่สุด" ร้อยละ 0.8
- 5) เพลงไทยสากลสะท้อนค่านิยมของคนในระบบทุนนิยมที่เน้นการบริโภค ส่วนใหญ่นักศึกษาเห็นว่า "มาก" ร้อยละ 46.7 รองลงมา "ไม่แน่ใจ" ร้อยละ 27.3 "มากที่สุด" ร้อยละ 21.4 "น้อย" ร้อยละ 3.8 และ "น้อยที่สุด" ร้อยละ 0.8
- 6) เพลงไทยสากลที่มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมในเพลง ที่นักศึกษาประทับใจ พบว่าอันดับที่ 1 นักศึกษาประทับใจเพลง I Think I อันดับที่ 2 คือ คำถามโง่ๆ อันดับที่ 3 เพลง Epilogue อันดับที่ 4 เพลง Fire, Slow Motion, Love Love
- 7) เพลงไทยสากลที่มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมในเพลง ที่นักศึกษาไม่ประทับใจ พบว่า อันดับที่ 1 นักศึกษาไม่ประทับใจเพลง Bounce อันดับที่ 2 เพลง Say Hi อันดับที่ 3 เพลง I Think I
- 8) ข้อเสนอแนะของการผสมผสานทางวัฒนธรรมในเพลง พบว่า อันดับที่ 1 นักศึกษาเสนอว่า มีพัฒนาการดีขึ้นหลากหลายแปลกใหม่ทันสมัย ทำให้รู้ภาษาอื่น แต่ต้องทำให้กลมกลืนกับวัฒนธรรมไทยและอย่าเลียนแบบต่างชาติมากเกินไป อันดับที่ 2 เสนอว่า ควรริเริ่มสร้างสรรค์ รับสิ่งดีมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรมไทย และไม่ควรทำให้วัฒนธรรมที่ถูกผสมผิดเพี้ยนหรือสูญเสียเอกลักษณ์ไทย แต่ต้องทำให้ถูกต้องตามหลักเดิมและมีขอบเขต

2. อภิปรายผล

ผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผลใน 2 ประเด็นหลักใหญ่ๆ ได้แก่

2.1 การสื่อความหมายของเพลงไทยสากลยอดนิยม (ในระหว่างเดือน กรกฎาคม 2548 ถึง มิถุนายน 2549)

2.1.1 ความหมายของเพลงไทยสากลยอดนิยมที่ผู้สร้างสรรค์เพลงต้องการสื่อไปยังผู้ฟังและผู้ฟังชอบฟัง

2.1.2 ผู้สร้างสรรค์เพลงคิดว่าเพลงเป็นสินค้า

2.1.3 ช่องทางในการสื่อสารของเพลงไทยสากลยอดนิยมมีการใช้ช่องทางใหม่เพิ่มมากขึ้น

2.1.4 การสื่อความหมายในเนื้อหาเพลงไทยสากลยอดนิยม สะท้อนถึงภูมิหลัง/แนวคิด/วิธีการของผู้สร้างสรรค์เพลง

2.2. ลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลยอดนิยม

2.2.1 ลักษณะการใช้ภาษา ได้แก่ ระดับภาษา การใช้ภาษา

2.2.2 ลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรมด้านภาษาไทยกับภาษาต่างชาติดนตรีสากลกับดนตรีตะวันออก

2.2.3 การผสมผสานทางวัฒนธรรมด้านภาษาและดนตรีในเพลงไทยสากลยอดนิยมกับแนวคิดการหยิбыืมและการผสมผสานทางวัฒนธรรม

2.2.4 การผสมผสานทางวัฒนธรรมบนองค์ประกอบโครงสร้างรูปแบบเพลงไทยสากลยอดนิยม

2.2.5 การผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลยอดนิยมมีความสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทสังคมและวัฒนธรรมไทย

2.2.6 การผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลกับการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์

2.2.7 เพลงไทยสากลยอดนิยมสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมของคนในระบบอบทุนนิยม

2.1 การสื่อความหมายของเพลงไทยสากลยอดนิยม (ในระหว่างเดือนกรกฎาคม 2548 ถึง มิถุนายน 2549) ทั้งด้านภาษาและด้านดนตรี

2.1.1 ความหมายของเพลงไทยสากลยอดนิยมที่ผู้สร้างสรรค์เพลง

ต้องการสื่อไปยังผู้ฟังและผู้ฟังชอบฟัง จากผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เพลงไทยสากลยอดนิยมมีความหมายเป็นเรื่อง "ความรักของหนุ่มสาว" ได้แก่ เพลงรักสองเเล้า สามเเล้า รักที่ผิดหวัง ต้องการความรักผูกพัน แอบรัก รองลงมาคือเพลงให้กำลังใจปลอบใจ เพลงที่สะท้อนภาพสังคมและความร่วมสมัย เพลงที่ให้แง่คิดจิตสำนึกสร้างสรรค์สังคม คติคนชนบท วัฒนธรรมประเพณี

จากผลการวิจัยดังกล่าวได้สะท้อนถึง "ความรักของหนุ่มสาว" ที่พบมากที่สุด เพราะเกี่ยวข้องกับมนุษย์ทุกคน ไม่ว่าจะเป็นเด็ก วัยรุ่นที่อยู่ในวัยเริ่มรัก ผู้ใหญ่ ซึ่งมีประสบการณ์ทั้งด้านความรักที่สมหวังและความรักที่ผิดหวังทุกคน ซึ่งความรักเป็นเรื่องที่ฟังแล้วเข้าใจได้ง่าย ก่อให้เกิดการคล้อยตามและมีความรู้สึกร่วมไปกับเพลง ซึ่งตรงกับผลการวิเคราะห์เพลง 315 ย่อหน้า พบว่าความรักที่ผิดหวังมีถึงร้อยละ 34.9 รองลงมาคือ ความต้องการความรัก ความผูกพัน ร้อยละ 25.4 ความรักด้านบวกได้แก่ รบรัก แอบรัก คิดถึง บอกรัก ร้อยละ 16.2 จะเห็นสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับความต้องการของมนุษย์ ในขั้นที่ 3 ของมาสโลว์ ดังที่ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 213) กล่าวไว้ว่า "มนุษย์ต้องการการยอมรับและความรักจากบุคคลในสังคม (Belongingness and love need)" เพราะมนุษย์เป็นสัตว์ที่อ่อนแอมาตั้งแต่กำเนิดที่ไม่สามารถเลี้ยงดูตนเองได้ และมีลักษณะต้องการพึ่งพาผู้อื่นสูงทั้งด้านกายภาพและทางสังคม ดังจะเห็นเนื้อหาของเพลงส่วนใหญ่แสดงถึงความต้องการความรัก อยากเป็นคนที่ถูกรัก เป็นต้น เมื่อมนุษย์ไม่ได้รับความรักดังที่ต้องการ จึงมีความรู้สึกผิดหวังดังจะเห็นได้จากเนื้อเพลงไทยสากลมีความรัก ผิดหวังมากที่สุด

สำหรับเพลงที่อยู่ในกลุ่ม "ให้กำลังใจ" เช่นเพลง "ความเชื่อ" ของวง บอดี้สแลม แต่งคำร้องโดย นาถนที, ขจรเดช พรหมรักษา, อาทิวรา คงมาลัย(ซีดีเพลง, Power 4, กุมภาพันธ์ 2549) ในบทเพลงได้เชิญศิลปินแอ๊ด คาราบาว (ศิลปินเพื่อชีวิต) มาช่วยร้องในท่อนสำคัญ (Hook) ซึ่งผู้สร้างสรรค์เพลง ต้องการให้คติสอนใจให้กับผู้ฟังเพลง มีกำลังใจต่อสู้ไม่ท้อถอย ในการทำความฝันให้เป็นจริง ถึงแม้จะล้มลุกคลุกคลานก็จะไปให้ถึงจุดหมายให้ได้ ซึ่งตรงกับลำดับความต้องการของมนุษย์ขั้นที่ 4 หรือ ขั้นที่ 5 ซึ่งเป็น "ความต้องการความนับถือและสถานะจากสังคม (Esteem and status need)" เช่น ความต้องการความก้าวหน้า มีชื่อเสียงเกียรติยศ และยังมี "ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self actualization need)" ซึ่งเป็นความต้องการขั้นสูงสุดของแต่ละบุคคลที่ส่วนใหญ่ไม่สามารถแสวงหาได้ หากบุคคลสามารถบรรลุความ

ต้องการ ก็จะได้รับยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษ เช่น เป็นมหาเศรษฐีที่ร่ำรวย เป็นศิลปินนักร้องที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

ส่วนในเรื่องความหมายของเพลงที่เป็นนักศึกษาชอบฟัง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเรื่อง "ความรักของหนุ่มสาว" รองลงมา "ให้กำลังใจปลอบใจ" และ "แนะนำการใช้ชีวิตสร้างสรรค์สังคม" ซึ่งนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ฟังเพลงอยู่ในวัยกำลังศึกษาเล่าเรียน นอกจากมีความต้องการประสบความสำเร็จในการศึกษา ยังมีความต้องการความรัก ขวัญกำลังใจจากเพื่อนต่างเพศ และคำแนะนำจากเพื่อนๆ ผู้ใหญ่ หรือจากสื่อต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาที่ตนเองพบเจอ หรือเพื่อระบายอารมณ์เศร้าเหงา สิ้นหวังในความรักอีกทั้งยังต้องการความบันเทิงและศิลปะความงาม เป็นความต้องการทางจิตวิทยาและคุณค่าทางสุนทรียะ ซึ่งตรงกับปรัชญาของสุนทรียศาสตร์ในสายของมนุษยศาสตร์ นักวิชาการด้านนี้มองเพลงและดนตรีในเชิงความงามทางศิลปะ ที่สื่อความหมายและส่งผลกระทบต่อจิตใจให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกสะท้อนอารมณ์

ส่วนผลการวิจัยที่จะนำมาอภิปรายในประเด็นที่นักศึกษาส่วนใหญ่สนใจเลือกฟังเพลงที่มีเนื้อหาโดนใจ เพราะเนื้อหาเพลงที่สื่อถึงผู้ฟังจะสร้างความรู้สึกซาบซึ้งและสะท้อนอารมณ์ได้ ก็ต้องสัมผัสด้วยการฟัง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรสนิยมความชอบฟังเพลงของแต่ละบุคคล เนื้อเพลงจะไม่มี ความหมายไม่มีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกใดๆ หากไม่มีผู้สนใจฟังเพลงในทางกลับกันเสียงเพลง จะมีความหมายมีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกก็จะต้องมีผู้สนใจฟังเพลงนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดสุนทรียศาสตร์ ดังวิกิพีเดียสารานุกรมเสรี (Wikipedia, the free encyclopedia, 2549) กล่าวไว้ว่า "ดนตรีมีผลต่ออารมณ์ความรู้สึก ปฏิกิริยาร่างกาย และทางจิตวิทยาของเรา ส่วนเนื้อหาคำร้องสามารถทำให้ลดความอ้างว้างเปล่าเปลี่ยวของเราได้ หรือกระตุ้นให้เราอารมณ์ร้อนแรงขึ้น ดังนั้น ดนตรีจึงเป็นพลังรูปแบบหนึ่งทางศิลปะ ซึ่งเกี่ยวข้องกับ การอรรถาธิบายทางศิลปะ ที่ต้องขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมในภาคปฏิบัติอย่างมาก หลักการแสดงความรู้สึกด้านสุนทรียะในทางดนตรี ซึ่งได้รวมถึง โคลงกลอน (Poem) การประสานเสียง (Harmony) น้ำหนักมิติความดังเบา (Dynamics) ความก้องกังวานของเสียง ความสนุกสนานร่าเริง สีสัน ความสลับซับซ้อน ความเบิกบานใจ ความคิดลึกซึ้งและอารมณ์ ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ดนตรี เป็นเรื่องความรู้สึกอ่อนไหวอย่างยิ่งต่อบริบทในแต่ละสมัย..."

นอกจากการสื่อความหมายของเพลงจะเกี่ยวข้องกับแนวคิดของสุนทรียศาสตร์ ยังมีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดความต้องการพื้นฐานของวัยรุ่น ซึ่งผลการวิจัยจากนักศึกษาที่มีอายุ 17-25 ปี พบว่า ส่วนใหญ่นักศึกษาเลือกฟังเพลงไทยสากล "เพื่อความบันเทิง จรรโลงจิตใจ" รองลงมาคือใช้ "เป็นเพื่อนคลายเหงา" "ระบายอารมณ์หรือความรู้สึกที่ซ่อนเร้น"

"แสดงความเป็นอิสระเป็นตัวของตัวเอง" "การสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน" "ฝึกความสามารถทางดนตรี" "สร้างความสนใจดึงดูดใจเพื่อนต่างเพศ" และ "ใช้เพื่ออื่นๆ" ตามลำดับ

ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงถึงทัศนะของผู้ฟังเพลงที่มีอายุอยู่ในวัยรุ่น ซึ่งมีการเลือกฟังเพลงตามเจตนาความต้องการของตนเอง สอดคล้องกับแนวคิด "ความต้องการพื้นฐานของวัยรุ่นของ McKinney" (1958 : 12) ดังที่จิรวรรณ กาญจนานันท์ (2540) นำมากล่าวอ้างในงานวิจัยของตนเอง โดยมีเนื้อหาสาระดังนี้ "วัยรุ่นนั้นมีความต้องการอิสระ วัยรุ่นส่วนมากมีความปรารถนาเป็นตัวของตัวเอง เมื่อเจริญเติบโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่จึงมีความต้องการสิทธิความเป็นผู้ใหญ่ ต้องการเป็นที่ยอมรับนับถือของสมาชิกในกลุ่ม (หรือเพศตรงข้าม) ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม หรือเป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของบุคคลอื่น ๆ ต้องการความมั่นคงในอารมณ์ มีความรู้สึกปลอดภัย และสุดท้ายต้องการความสำเร็จ ความพอใจ..."

อีกทั้งผลการวิจัยความหมายของเพลงไทยสากลดังกล่าว หากมองในแง่การสื่อสารจัดว่าเพลงไทยสากลเป็นตัวสารที่สื่อความหมายออกมา แต่ความหมายไม่ได้อยู่ที่ตัวสารเพียงอย่างเดียว แต่ยังอยู่ที่ "ผู้ส่งสาร" และ "ผู้รับสาร" ซึ่งตรงกับแนวคิดแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร S M C R ของเดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo อ้างใน ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2547 : 34) กล่าวไว้ว่า "เป็นแบบจำลองที่เน้นความสำคัญของตัวสาร (Meaning-based Model) และเน้นความหมายของตัวสาร" ดังเช่น ผู้สร้างสรรคผลงานเพลงมีเจตจำนงในการแต่งเพลงให้เพลง มีความไพเราะน่าฟัง รวมทั้งความหมายด้านดนตรีและภาษาที่แต่งขึ้นก็มุ่งเน้นเพื่อความบันเทิง ถูกใจผู้ฟังด้วยทำนองอันไพเราะให้ความรู้สึกคล้อยตาม เนื้อหาคำร้องตรงประเด็นดึงดูดใจทันยุคทันสมัยกินใจ ผู้ฟังฟังแล้วได้ข้อคิดจรรโลงใจ ในคำสัมผัสคล้องจองและถ้อยคำที่สร้างภาพ และจังหวะ ทำนอง เสียงประสานของเพลงทำให้มีความรู้สึกสนุกเศร้าเหงาตามเรื่องราวของเพลง ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานับว่าเป็น "ความหมายตรง" (Manifest Meaning) ที่ปรากฏขึ้นจากเนื้อหาของเพลงหรือตัวบท (Text) ที่สื่อออกมา (ดัดแปลงจากชยพล, 2548 : 134 -135)

2.1.2 **ผู้สร้างสรรค์เพลงคิดว่าเพลงเป็นสินค้า** ซึ่งมีการใช้ภาษาพูดในชีวิตประจำวัน เข้าใจง่าย ประพันธ์คำร้องและเนื้อหาเพลงให้ถูกใจผู้ฟังเพลง ซึ่งส่วนใหญ่มีความหมายเกี่ยวกับความรัก เรื่องราวที่ปรากฏในเนื้อหาเพลงไม่ได้บอกว่าเพลงนี้เป็นสินค้า แต่ผู้สร้างสรรค์ส่วนใหญ่กลับคิดว่าจะทำอย่างไรในแต่งเพลงออกมาให้ถูกใจผู้ฟังเพลงเพื่อขายให้กับกลุ่มเป้าหมาย ดังคำให้สัมภาษณ์ของจักรวาล แสงผล (สัมภาษณ์, 10 สิงหาคม 2549) กล่าวว่า "เราทำพาณิชย์ศิลป์ จะต้องทำเพลงให้ผู้ฟังชอบ เมื่อผู้ฟังชอบจะได้ซื้อ จะได้ฟัง และจะได้ฮิต(Hit)"

ส่วนอาทิตย์ สาระจุฑะ (สัมภาษณ์, 4 กันยายน 2549) กล่าวในทำนองเดียวกันว่า “การทำงานเพลงปัจจุบันนักแต่งเพลงจะมี Marketing Mind อยู่ในใจ เช่น การเขียนเพลงให้คนอื่นฟัง ก็คำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งก็มี Marketing Mind อยู่แล้ว” แสดงให้เห็นถึงมุมมองในด้านการตลาด และด้านอาชีพที่ต้องสร้างรายได้สร้างความมั่นคงในการทำงาน นับได้ว่าเป็น “ความหมายที่แฝงเร้น” (Latent Meaning) ที่ไม่สามารถพบได้ในเนื้อหาความหมายของเพลงที่เป็นตัวบท (Text) แต่สามารถสังเกตเห็นได้จากการโฆษณาเผยแพร่เพลงจากค่ายเพลงต่างๆ ผ่านสื่อไปยังผู้ฟัง ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่ออินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรศัพท์มือถือ และอื่นๆ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดว่าผู้ส่งสาร มีความมุ่งหวังในเรื่องการตลาดมุ่งหวังผลในเชิงพาณิชย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อการจัดการ ดังที่ ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์ (2548: 8 – 10) กล่าวว่า “มีการใช้กลยุทธ์แนวคิด...ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดอย่างผสมผสานกันหลายรูปแบบในการสื่อความหมายเดียวเพื่อสนับสนุนการดำเนินงาน ให้ประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจ”

2.1.3 ช่องทางในการสื่อสารของเพลงไทยสากลมีการใช้ช่องทางใหม่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งผลการวิจัยที่นำมาอภิปรายผลในประเด็นนี้ พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่าง “เคยพบ” เห็นโฆษณาเผยแพร่ผ่านโทรทัศน์ ร้อยละ 97.2 รองลงมาคือ วิทยุ ร้อยละ 94.9 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 86.5 นิตยสาร ร้อยละ 59.6 โทรศัพท์มือถือ มีร้อยละ 58.0 หนังสือพิมพ์ และสื่ออื่นๆ

จากผลการวิจัยข้างต้น นับว่าการโฆษณาของค่ายเพลงยักษ์ใหญ่ มีการใช้ช่องทางการสื่อสารชนิดใหม่ในการโฆษณาเพลงไทยสากลเพิ่มขึ้น ได้แก่ อินเทอร์เน็ต มีร้อยละถึง 86.5 เป็นอันดับที่ 3 รองจากโทรทัศน์และวิทยุ ส่วนโทรศัพท์มือถือ มีผู้ดาวน์โหลดฟังเพลง เป็นอันดับ 5 มีร้อยละ 58.0 รองจากอันดับที่ 4 คือนิตยสาร แสดงให้เห็นถึงความเจริญก้าวหน้าของการสื่อสารและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่ทำให้พฤติกรรมในการฟังเพลงของกลุ่มผู้ฟังเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งผลการวิจัยนี้บางส่วนไม่ตรงกับงานวิจัยในอดีต เช่น งานวิจัยของอภิวัฒน์ น้ำทรัพย์ (2545) ได้วิจัยการโฆษณาเพลงผ่านสื่อต่างๆ พบว่า การเปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อหลักมีผู้รับชมมากที่สุด รองลงมาคือวิทยุและหนังสือพิมพ์

2.1.4 การสื่อความหมายในเนื้อหาเพลงไทยสากลยอดนิยม สะท้อนถึงภูมิหลัง/แนวคิด/วิธีการของผู้สร้างสรรค์เพลง จากผลการวิจัย พบว่า หากเนื้อหาของเพลงมีเรื่องราวที่เหมือนกัน เช่น เรื่องความรัก 2 - 3 เล้า หรือมากกว่านั้น การเล่าเรื่องมีลักษณะ (Style) ไม่เหมือนกัน ซึ่งนักแต่งเพลงแต่ละคนก็จะมีทัศนคติประสบการณ์ภูมิหลัง มีพรสวรรค์หรือความฉลาดในการเลือกประเด็นเนื้อหาเพลงแตกต่างกัน ซึ่งการเลือกใช้คำร้องเพื่อให้ผู้ฟังเพลงประทับใจนี้ อภิสิทธิ์ พงศ์ชัยสิริกุล (สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2549) ผู้สร้างสรรค์เพลงวงแบล็คเฮด

ให้เคล็ดลับ "วิธีการเลือกใช้คำร้อง" ที่จะทำให้ผู้ฟังประทับใจว่า "การใช้คำร้องจะใช้คำพูดธรรมดาที่ใช้ในชีวิตจริง แต่การแต่งคำร้องจะคำนึงถึงสิ่งนี้

- 1) ประเด็นเนื้อหาเพลง เลือกประเด็นเฉพาะที่คนฟังเพลงทั่วไปชอบ
 - 2) การแต่งเนื้อร้อง ใช้ภาษาที่มีสัมผัสคล้องจองกันฟังดูไพเราะเพื่อสื่อสารถึงแนวความคิดแต่งเพลงที่ต้องการ โดยคิดถึงหลักฉันทลักษณ์ ใช้คำธรรมดาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน
 - 3) การเลือกใช้คำร้องที่มีวรรณยุกต์เสียงสูงต่ำ ให้เข้ากับทำนองเพลง
 - 4) ทำนองดนตรี (Melody) เช่น การเลือกคำร้องให้เหมาะกับตัวโน้ตดนตรี
 - 5) การร้องเพลง พิจารณาเสียงสูงต่ำตามเนื้อร้อง ฟังแล้วไพเราะไหม
- เวลาแต่งเพลงควรจินตนาการว่าถ้าเป็นคนร้องเพลงคนที่จะสื่อกับผู้ฟัง มีความรู้สึกอย่างไร
- ส่วนแนวความคิดใช้เสียงดนตรีเพื่อส่งเสริมเนื้อเพลงในส่วนของการร้องให้ฟังดูเด่นชัดยิ่งขึ้น มีการเน้นเนื้อหาเพลงส่วนดนตรีจะต้องสนับสนุน (Support) เสียงร้องเป็นสำคัญ...บางเพลงที่เน้นดนตรีเป็นจุดเด่นมากเกินไป อาจทำให้ผู้ฟังติดตามเนื้อเพลง จับใจความสาระสำคัญไม่ได้.."

จากผลการวิจัยดังกล่าวเป็นตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นถึงทัศนะของผู้สร้างสรรคเพลง ซึ่งมีแนวคิดเชิงสื่อความหมายให้ตรงใจผู้ฟังและยังมองถึงเรื่องศิลปะความงาม อีกทั้งยังสะท้อนถึงความคิด ความตั้งใจ อุดมการณ์ในการแต่งเพลง ซึ่งหากวิเคราะห์ผลการวิจัยนี้ลึกซึ้ง จะพบว่าสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีภาพสะท้อนสายสังคมศาสตร์ในยุคหลัง ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2547 : 22) ได้กล่าวแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีภาพสะท้อนสายสังคมศาสตร์ไว้ตอนหนึ่งว่า "การศึกษาเนื้อหานั้นมีความสำคัญ เพราะเนื้อหาที่แสดงออกมาข้างนอก สามารถพาไปพบสิ่งที่ถูกซ่อนเอาไว้ เช่น ผู้ผลิตที่อยู่เบื้องหลัง ความตั้งใจของผู้ส่งสาร อุดมการณ์หรือความใฝ่ฝันของนักประพันธ์เพลง...การวิเคราะห์เนื้อหาความหมายของเพลงที่ปรากฏ จะทำให้ทราบว่าผู้ผลิตหรือผู้แต่งเพลงตั้งใจสื่อความหมายถึงใคร อุดมการณ์ จินตนาการของผู้แต่งว่ากล่าวถึงเรื่องใดบ้าง"

2.2 ลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลยอดนิยม

2.2.1 ลักษณะการใช้ภาษา ได้แก่ ระดับภาษา การใช้ภาษา จากผลการวิจัย

ลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงด้านภาษา ในประเด็นระดับภาษา พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ภาษาธรรมดา ภาษาพูด ร้อยละ 83.5 ส่วนการใช้ภาษากวี มีเพียงร้อยละ 16.5 ซึ่งได้แก่คำว่า โรยรา แปรผัน รอนแรม ร้าวราน เดียวดาย เป็นต้น และด้านการใช้ภาษาส่วนใหญ่จะใช้ภาษาไทยอย่างเดียวในเนื้อเพลง ร้อยละ 81.8 รองลงมาคือ ใช้ภาษาไทยผสมกับภาษาอังกฤษ ร้อยละ 13.6

การใช้ภาษาไทยผสมกับภาษาจีนหรือญี่ปุ่น เช่น ลี้อ ยากุซ่า และการใช้ภาษาถิ่นไทยมาผสมในเพลง มีร้อยละ 4.6

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงถึงวัฒนธรรมการใช้ภาษาของนักแต่งเพลงในช่วงเวลาที่ผ่านมา จะมีการใช้ภาษารวมด้ายไม่ซับซ้อน เพื่อสื่อความหมายตรงใจที่ต้องการ ซึ่งการใช้ภาษาในเพลงนี้ได้เปลี่ยนแปลงไปต่างจากเพลงในอดีตที่นิยมใช้ภาษาที่สวยงาม ภาษา กวี เช่น คำว่า จอมขวัญ ดวงกระมล ดวงหทัย ดังความเห็นของวรัชยา พรหมสถิต (สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2549) กล่าวว่า “เพลงสมัยอดีตที่อาจจะอ้อมค้อมและนิยมใช้ภาษา ที่สวยงาม เช่น คำว่า นางคราญ แต่สมัยนี้มีแค่คำว่าฉันและเธอ ซึ่งเพลงในสมัยก่อนอาจใช้คำว่า นวลน้อย จอมขวัญซึ่งอาจจะสะท้อนถึงวัฒนธรรมของคนในอดีตจะเป็นแบบซ้ำๆ เน้นความสวยงามของภาษา ในทางตรงกันข้ามก็คือในสมัยนี้จะไร้อรรถาธิบายไปทุกเรื่อง ไม่มีเวลามานั่ง คุยกันแบบสวยสวยงามอ้อมค้อมเหมือนในสมัยก่อน” จากทัศนะของวรัชยา สะท้อนถึงการให้ภาษาในเพลงไทยสากลได้เปลี่ยนไป ส่วนใหญ่ใช้ภาษาพูดในเพลงเพื่อสื่อความหมายให้เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน ง่ายต่อการตีความเน้นประเด็นที่น่าสนใจ แต่เรื่องคำสัมผัสเปรียบเหมือนเป็นเซลล์ที่อยู่ใจของนักแต่งเพลงแต่ละคน

สำหรับทัศนะของผู้วิจัยเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเห็นว่า ผู้สร้างสรรค์เพลงต้องการเน้นการสื่อความหมายตรงๆ และแต่งเพลงเพื่อตอบสนองผู้ฟัง เช่น ตั้งคำถามว่าแต่งเพลงให้ใครฟัง นักร้องคือใคร กลุ่มเป้าหมายที่ฟังเพลงคือใคร ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีการใช้เสียงเพลงรับใช้ธุรกิจมากกว่าการมองถึงคุณค่าของศิลปะความงามของเพลง มิติการใช้ภาษาที่สวยงามที่เคยมีในอดีตขาดการสืบทอดเพราะคิดว่าเขยล้าสมัย คำเก่าๆ เหล่านั้นจึงไม่ได้ถูกนำมาใช้ เพราะผู้แต่งมุ่งแต่จะใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารเอาใจผู้ฟัง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนักวิจารณ์ดนตรี ดังที่ สุกรี เจริญสุข (2538 : 19 - 20) ได้กล่าวว่า “หากคุณค่าความเป็นศิลปะของเพลงขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ฟังเพลง ผู้ฟังมีความต้องการฟังเพลงที่เป็นวัตถุประสงค์ส่วนตัวสูง ความเป็นศิลปะเพลงก็จะมีน้อย แต่หากศิลปะเพลงเป็นตัวอย่างที่ศิลปินต้องการให้เป็น ผู้ฟังเป็นผลพลอยได้ คุณค่าของความเป็นศิลปะเพลงก็จะมีอยู่มาก” ซึ่งผลการวิจัยตามประเด็นดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ผู้สร้างสรรค์เพลงส่วนใหญ่ใช้ดนตรีรับใช้ผู้ฟัง แต่คุณค่าทางศิลปะกลับมีคุณค่าลดลง

2.2.2 ลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลยุคด้นิยม
ด้านภาษาไทยกับภาษาต่างชาติ ดนตรีสากลกับดนตรีตะวันออก จากผลการวิจัยนี้ พบว่าส่วนใหญ่มีการใช้ภาษาไทยผสมกับภาษาอังกฤษ รองลงมาคือมีการใช้ภาษาไทยผสมกับภาษาจีน

ญี่ปุ่น เช่น ลีอ ยากุซ่าและบางเพลงใช้ภาษาถิ่นมาผสมในเพลง เช่น เพลงไอ้ละหนอ..My Love, My Girl Friend, ยากุซ่า ส่วนในด้านดนตรีนอกจากเสียงดนตรีจะมาจากเครื่องดนตรีสากลที่ประกอบด้วย กีตาร์ เปียโน คีย์บอร์ด เบส กลอง เครื่องเป่า เครื่องสายตะวันตก ยังมีเสียงของเครื่องดนตรีไทย จีน ญี่ปุ่นเข้ามาผสมอยู่ในเพลง เช่น ระนาดเอก ปี่ชวาพิณจีน ขลุ่ยไทย ซึ่ง เครื่องดนตรีของล้านนาไทย เป็นต้น ซึ่งผลการวิจัยนี้เกี่ยวข้องกับแนวคิดของมนุษยดนตรีวิทยาที่ศึกษาเรื่ององค์ประกอบดนตรี ดังที่ปัญญา รุ่งเรือง (2546 : 24 – 31) กล่าวถึงแนวทางการศึกษาเรื่ององค์ประกอบดนตรีในมิติมุมมองด้านวัฒนธรรมทั้งของชาติตะวันตกและตะวันออกอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งศึกษาถึงสื่อที่สร้างเสียง (Medium) ท่วงทำนอง (Melody) จังหวะ (Rhythm) ความเร็ว (Tempo) ผิวพรรณ (Texture) การประสานทำนองระหว่างท่วงทำนองไปคนละแนว รูปแบบ (Form) สัมผัสเสียง (Timbre) หรือคุณลักษณะของเสียง ความดัง - เบาของเสียง (Dynamic) และดนตรีในลักษณะพิเศษ หมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างเสียงกับสิ่งที่ไม่ใช่ดนตรี เช่น ธรรมชาติ บทกลอน ภาพเขียน เหตุการณ์ต่าง ๆ...

นอกจากนี้ผลการวิจัยการผสมผสานทางวัฒนธรรมในเพลง ยังเกี่ยวข้องกับแนวคิดคติชนวิทยาที่ศึกษาถึงดนตรี วิถีชีวิต ค่านิยม ความเชื่อของคนในท้องถิ่น เช่น “เสียทองเท่าหัว” ของปาน ธนพร ศิลปินค่ายอาร์เอส ที่ผู้สร้างสรรค์เพลงได้นำสำนวนสุภาษิต “เสียทองเท่าหัว ไม่ยอมเสียผิวให้ใคร” มาเป็นประเด็นเด่นแล้วขยายความ เป็นเรื่องรักหนึ่งหวง สะท้อนชีวิตรักด้านหนึ่งของคนในสังคม ซึ่งตรงกับแนวคิดคติชนวิทยาของแมคเอ็ดเวิร์ด ลิซ (MacEdward Leach อ้างใน รังสรรค์ จันต๊ะ, 2544 : 4 - 5) กล่าวไว้ว่า “คติชนหมายถึงขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ นิทาน..สุภาษิต เพลงพื้นบ้าน” ดังนั้นความเชื่อสำนวนสุภาษิตของผู้คนในท้องถิ่นหรือชาวบ้าน ก็หมายถึง “คติชน” ยกตัวอย่าง สำนวนสุภาษิตในเพลงไทยสากล เช่น เสียทองเท่าหัว น้ำเต็มแก้ว วันพระไม่ได้มีคนเดียว หรือความเชื่อในเรื่องบาปบุญคุณโทษ ค่านิยม วิถีชีวิตของพ่อตาแม่ยาย ลูกเขย วัฒนธรรมของท้องถิ่นที่ผู้สร้างสรรค์เพลงนำเอามาใช้ผสมผสานในเพลงย่อมเกี่ยวข้องกับคติชนวิทยา ซึ่งเรื่องราวของเพลงนั้นเกิดมาจากคนหลายท้องถิ่นหรือพื้นที่ ดังนั้นการนำเอาแนวคิดคติชนมาอธิบายปรากฏการณ์การผสมผสานความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นกับความเป็นวัฒนธรรมโลกบางปรากฏการณ์ จึงเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกันและสามารถนำมาใช้ได้

2.2.3 การผสมผสานผสานทางวัฒนธรรมด้านภาษาและดนตรีในเพลงไทยสากลยอดนิยมกับแนวคิดการหยิบบิม/การผสมผสานทางวัฒนธรรม ซึ่งในกรณีการผสมผสานด้านภาษา/ดนตรี ทั้งของไทยและต่างชาติดังกล่าว แสดงถึงความเป็นโลกและท้องถิ่นผสมผสานหลอมรวมกันจนทำให้เกิดวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ขึ้นมาที่แตกต่างไปจากเดิม เห็นได้จาก

การใช้ภาษามผสมกันหลายรูปแบบในบทเพลง ซึ่งมีการยืมภาษาต่างประเทศ เช่น คำว่า "แฟน" ซึ่งยืมมาจาก Fan ภาษาอังกฤษหรืออาจจะเป็นคำว่า Friend นอกจากนี้ยังมีคำว่าเกมส์ (Game) แคร์ (Care) โชว์ (Show) วินมอเตอร์ไซด์ ลื้อ (ภาษาจีน) เช็ค (Check) บิล (Bill) ออร์แกน (Organ) กีตาร์ (Guitar) เปียโน (Piano) เทรนด์ (Trend) ยาคุซ่า (Yakuza) ซึ่งการหยิบยืมภาษามาจากต่างประเทศมาใช้นั้น สำเนียงการใช้ภาษาที่พูด บางที่เจ้าของภาษาอาจฟังไม่ออกเพราะเป็นสำเนียงไทย เช่น ฟุตบอลเป็นสำเนียงคนไทย แต่คนอังกฤษอ่านว่าฟุตบอลล (Football) ยิ่งกว่านั้นในกรณีเพลง I Think I และเพลงรักไม่ช่วยอะไร ผู้วิจัยพบว่าผู้สร้างสรรค์เพลงรักไม่ช่วยอะไรได้หยิบยืมทำนองดนตรี I Think I ของศิลปินเกาหลีมาดัดแปลงเปลี่ยนเป็นทำนองใหม่แต่ยังคงคล้ายกับทำนองเดิม ซึ่งตรงกับแนวคิดการหยิบยืมทางวัฒนธรรม (Cultural Borrowing Interchange) ดังที่ นิยพวรรณ วรรณศิริ (2540, 66) กล่าวว่า "เกิดจากวัฒนธรรมที่ต่างกันสองวัฒนธรรมมาพบกันย่อมมีการหยิบยืมแลกเปลี่ยนกัน การที่บุคคลมาจากต่างวัฒนธรรมมาสัมพันธ์กันย่อมหาทางที่จะแลกเปลี่ยนความเข้าใจซึ่งกันและกันเสมอ... ตัวอย่างของการหยิบยืมวัฒนธรรมกันใช้ จะเห็นได้ง่ายๆ รอบๆ ตัวเราเช่น คนไทยกับคนจีนยืมวัฒนธรรมทางภาษาของกันและกันมาใช้..คำว่า "ก๋วยเตี๋ยว" "เกี๊ยว"...ของจีนมาใช้จนลืมนว่าเป็นคำจีน..."

นอกจากผลการวิจัยข้างต้นนี้ยังตรงกับแนวคิดที่นำไปสู่การผสมผสานทางวัฒนธรรม (Cultural Integration) นิยพวรรณ วรรณศิริ (2540, 66) กล่าวว่า "หลังจากวัฒนธรรมที่ต่างกันสองวัฒนธรรมมาพบกัน สัมผัสกันและเกิดการแลกเปลี่ยนกันในระยะเวลาที่สม่ำเสมอและยาวนาน...วัฒนธรรมทั้งสองก็จะเกิดการผสมผสานกัน ปะปนกันหมดแต่ก็ยังรู้ว่าเป็นวัฒนธรรมของใคร..."

ส่วนในกรณีที่มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมกันระหว่างภาษาไทยกับดนตรีสากลที่แสดงถึงวัฒนธรรมของไทยผสมวัฒนธรรมของโลก ซึ่งดนตรีที่ใช้ในเพลงไทยสากลนั้นมีรูปแบบ เป็นสากล จะเห็นว่ามี การข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมเหมือนกับการติดตามองกิ่งของพันธุ์ไม้ทางการเกษตรที่ต้องการสร้างสรรค์พันธุ์ใหม่ขึ้นมา ทำให้มีคุณสมบัติที่ดีกว่าหรือแตกต่างไปจากเดิม นับว่าสอดคล้องกับทฤษฎีการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม (Hybridization Cultural Theory) ดังที่โฮมี บาบา (Homi Bhabha อ้างในสมสุข หินวิมาน, 2547 : 63) ได้กล่าวไว้ว่า "โดยธรรมชาติแล้วไม่เคยมีวัฒนธรรมใดที่เป็นหนึ่งเดียวแต่ทุกวัฒนธรรมจะมีลักษณะพันธุ์ทางลูกผสม หรืออีกนัยหนึ่ง ไม่มีวัฒนธรรมใดๆ ที่สมบูรณ์ในตัวของมันเอง แต่ทุกวัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอื่นตลอดเวลา กระบวนการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมจึงเป็น พื้นที่ใหม่ของการต่อรอง และ...การสร้างสรรค์ความหมายใหม่ๆ ให้

เกิดขึ้นตลอดเวลาในโลกแห่งวัฒนธรรม" โดยหลักการของทฤษฎีนี้สรุปได้ว่าไม่มีองค์ประกอบ วัฒนธรรมใดที่สามารถครอบงำกลืนกินวัฒนธรรมอื่นได้เสมอ แต่วัฒนธรรมทุกสายพันธุ์มีความแตกต่างและหลากหลายอยู่ในตัว

สำหรับการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมนี้ ศาสตราจารย์ ดร.ยศ สันตสมบัติ (สัมภาษณ์, 30 พฤศจิกายน 2549) นักวิชาการด้านสังคมศาสตร์ชาวไทยกล่าวว่า "การผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมไม่ว่า $1 + 1$ จะกลายเป็นสองดังที่เข้าใจกัน แต่จะกลายเป็นพันธุ์ที่ 3 ซึ่งเป็นวัฒนธรรมตัวใหม่ที่มีคุณสมบัติแตกต่างไปจากเดิม" ซึ่งจะเห็นได้จาก ภาษาของคำร่อนนั้นได้ผสมผสานกับดนตรีที่ประกอบที่มีรูปแบบสากลหากเปรียบเหมือนกับการผสมพันธุ์ไม้ที่แตกต่างจากสายพันธุ์เดิมแล้วจะกำเนิดให้เกิดสายพันธุ์ใหม่ขึ้นมา ทำให้มีความหมายใหม่ที่แตกต่างหรือไม่เหมือนเดิม เป็นต้น

นอกจากผลการวิจัยดังกล่าวจะสอดคล้องกับทฤษฎีการผสมผสานทาง วัฒนธรรมยังตรงกับทฤษฎีวัฒนธรรมประชานิยม ของนักวิชาการสำนักวัฒนธรรมศึกษา เช่น Fiske, 1989 (กล่าวอ้างในสมสุข หินวิมาน, 2547) สรุปไว้ว่า "วัฒนธรรมประชานิยมมีส่วน ครอบงำ ผู้คนก็จริงแต่ Fiske มีความคิดที่ขัดแย้งว่า ยังมีวัฒนธรรมบางอย่างที่ยังมีแง่มุมการ ต่อต้าน/การต่อรอง/การปฏิเสธวัฒนธรรมกระแสหลักอยู่" เช่น การใช้สำเนียง ภาษาการขับร้อง อาจจะฟังดูเพี้ยน หรือการใช้ภาษาไทยไม่ค่อยถูกกฎทางไวยากรณ์ เช่น คำว่า "ใจ" ออกเสียงเป็น "ใจ้" นักวิชาการด้านภาษาอาจมองว่าทำให้ภาษาเสื่อมลง แต่ถือว่าเป็นการแสดงออกถึงความ ต้องการอิสระ ความเป็นตัวตนของนักร้องที่เป็นตัวแทนกลุ่มผู้ฟังวัยรุ่น ที่บางครั้งไม่ชอบอยู่ใน กฎระเบียบและข้อบังคับที่ผู้ใหญ่ได้สร้างขึ้น จึงมีการท้าทายกฎเกณฑ์นั้น จะเห็นได้จากวัยรุ่นใน สายเดี่ยว ย่อมสืมม แต่งตัวแปลกๆ การใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม การพูดภาษาสแลง เพื่อแสดง อัตลักษณ์ของตน

2.2.4 การผสมผสานทางวัฒนธรรมบนองค์ประกอบโครงสร้างรูปแบบ เพลงไทยสากล ผลการวิจัยด้านลักษณะขององค์ประกอบโครงสร้างรูปแบบของเพลงไทยสากล ยอดนิยม พบว่า

ส่วนนำ (Introduction) ส่วนใหญ่ดนตรีที่บรรเลงในส่วนนำ มีความยาว 2 – 6 ห้อง ร้อยละ 59.1 รองลงมาคือ ความยาว 7-10 ห้อง ร้อยละ 30.3

รูปแบบ (Forms) ของทำนองเพลง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบท่อนเพลง A B C (...) ร้อยละ 60.6 รองลงมาคือ รูปแบบ A B A (.....) ร้อยละ 27.3 ต่อด้วยรูปแบบ A B C D (.....)

ดนตรีท่อนกลาง (Interlude) ส่วนใหญ่ดนตรีท่อนกลางมีความยาว 3 - 6 ห้อง ร้อยละ 39.4 รองลงมาความยาว 7-10 ห้อง ร้อยละ 34.8 และไม่มีดนตรีบรรเลงท่อนกลาง ร้อยละ 12.1

ย่อนกลับท่อนสำคัญ (Hook) พบว่า ส่วนใหญ่อย่อนกลับซ้ำท่อน A, B หรือ C ร้อยละ 57.6 รองลงมาคือ ซ้ำท่อน A หรือ B ร้อยละ 30.3 ต่อด้วย ซ้ำท่อน C หรือ D ร้อยละ 7.6

ส่วนปิดท้าย (Ending) ส่วนใหญ่ดนตรีในตอนจบของเพลงมีความยาว 1 - 5 ห้อง ร้อยละ 63.6 รองลงมาคือ ความยาว 6-10 ห้อง ร้อยละ 27.3 และความยาว 11-15 ห้อง ร้อยละ 9.1

จากผลการวิจัยดังกล่าวจะเห็นว่าลักษณะโครงสร้างส่วนใหญ่ มีรูปแบบที่มีกรอบความคิดคล้ายๆ กันแต่มีความแตกต่างกันในรายละเอียด เช่น รูปแบบเพลง (Song Forms) ซึ่งส่วนใหญ่ มีลักษณะ A B C มากที่สุด รองลงมาคือ รูปแบบ A B A ซึ่งส่วนใหญ่เพลงแต่ละท่อน จะมีความยาวเท่ากับ 8 ห้อง แต่ในบางเพลงท่อน B มีความยาวเท่ากับ 4 ห้องเท่านั้น เช่น เพลง Miss Call ของชินญอริต้า เพลงปากดีของโปเตโต้ เพลงสวนเกินของพิชเมกเกอร์ เพลงไม่แข่งยิ่งแพ้ ของเบิร์ต/ธงไชย เพลงวงกลมของบัวชมพูฟอร์ด ซึ่งแสดงถึงการดำเนินเรื่องของเพลงที่ผู้สร้างสรรค์ต้องการเดินเรื่องให้เร็วกระชับ ซึ่งตรงกับคำกล่าวของแมนลักษณะ ทุมกานนท์ (2548, 10 สิงหาคม) ศิลปินวง Etc. อดีตอยู่ในสังกัดค่ายแกรมมี่ (2548) กล่าวว่า "ลักษณะของรูปแบบของเพลงไทยสากลในปัจจุบันแตกต่างจากสมัยก่อนที่ต้องการดำเนินเรื่องเร็ว ทันอกทันใจผู้ฟัง ทันยุคสมัยที่เร่งรีบ เช่น ปกติความยาวของท่อนเพลงยาวประมาณ 8 ห้อง แต่เพลงปัจจุบันท่อน B ยาว 4 ห้องแล้ว เข้าท่อนฮุค (ท่อนสำคัญ) ซึ่งวงการเพลงบ้านเรานิยมกันอย่างมาก..." ส่วนด้านดนตรีบรรเลงท่อนกลาง ผลการวิจัยพบว่า บางเพลงไม่มีดนตรีแทรกจึงมีลักษณะแตกต่างจากเพลงอื่นๆ ได้แก่ เพลง "คนไม่เข้าตา" ของแคลอรี่ บลา บลา "ขาดความอบอุ่น" ของ Am Fine "พูดในใจ" ของ บอดี้สแลม และ I Think I ของแคทริยา ผู้วิจัยเห็นว่านักแต่งเพลงมีเหตุผลที่ต้องการเดินเรื่องให้เร็ว กระชับ ทันอกทันใจ ผู้ฟังทันยุคสมัยที่เร่งรีบ ซึ่งผู้สร้างสรรค์เพลงบางท่านต้องการสร้างเพลงของตนให้แตกต่างจากเพลงอื่น และยังต้องการสร้างรูปแบบความหมายที่พิเศษให้กับบทเพลงอีกด้วย

2.2.5 การผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลยอดนิยมมีความสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทสังคมและวัฒนธรรมไทย จากผลการวิจัยจากผู้สร้างสรรค์เพลง พบว่าส่วนใหญ่ผู้สร้างสรรค์เพลงเห็นว่าเพลงไทยสากลยอดนิยม "สอดคล้องกลมกลืนกับสังคมของกลุ่มผู้ฟังเพลงโดยเฉพาะวัยรุ่น" มี 8 คน รองลงมา "มีความสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทสังคมและวัฒนธรรมไทยโดยรวม" 7 คน ประเด็นนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยจากนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ "ไม่แน่ใจ" ว่าการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลง

ไทยสากลยอดเยี่ยมมีความสอดคล้องกลมกลืนกับสังคมและวัฒนธรรมไทย รองลงมาคือมีความสอดคล้องกลมกลืนกับสังคมและวัฒนธรรมไทย “มาก”

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลยอดเยี่ยม ส่วนใหญ่จะสอดคล้องกลมกลืนกับสังคมของกลุ่มวัยรุ่นที่รับฟังเพลงไทยสากลยอดเยี่ยม เป็นที่ทราบกันดีโดยทั่วไปว่าผู้ฟังเพลงไทยสากลแต่ละยุคสมัย ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ฟังเพลงวัยรุ่น ที่ชอบฟังเพลง/ขอเพลง/ดาวน์โหลดเพลง จากรายการวิทยุ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ เพื่อความบันเทิงและแสดงอัตลักษณ์ของตน ดังจะเห็นพฤติกรรมการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น

ส่วนผลการวิจัยในเรื่องเดียวกัน คือการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลยอดเยี่ยมมีความสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทสังคมและวัฒนธรรมไทยโดยรวม ผู้สร้างสรรค์เพลงและนักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นทำนองเดียวกันว่ามีผลต่างจากส่วนใหญ่ที่คิดว่าสอดคล้องกับสังคมของวัยรุ่นไม่มากนัก ซึ่งในทัศนะของผู้วิจัยเห็นว่า เพลงไทยสากลยอดเยี่ยมมีความสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทสังคมและวัฒนธรรมไทย เพราะเพลงที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่กลมกลืนกับสังคมและวัฒนธรรมไทยที่ร่วมสมัย ไม่ผิดกฎหมาย และเลือกใช้คำร้องกว้างๆ ที่ทำให้ผู้ฟังทุกกลุ่มเข้าใจง่าย ด้วยทำนองดนตรีที่เข้ากับบรรยากาศหรือเนื้อหาของเพลงที่เข้ากับกลุ่มผู้ฟังเพลงโดยทั่วไป ส่วนเพลงหยาบสองแ่งสามง่ามส่วนใหญ่จะไม่ถูกเปิดทางวิทยุ เพราะไม่กลมกลืนกับสังคมและวัฒนธรรมไทยโดยรวม อาจถูกต่อต้านจากผู้ฟังเพลงบางกลุ่ม เช่น เพลงที่ผิดกฎหมาย หรือเพลงที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ หรือความหมายของเพลงบางเพลงที่สร้างปัญหาให้กับสังคม ก็จะถูกควบคุมงดการเผยแพร่ผ่านทางสื่อมวลชนโดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2.2.6 การผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลกับการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ การสื่อสารสมัยใหม่เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้สร้างสรรค์เพลงต้องคำนึงถึง ดังผลการวิจัย ส่วนใหญ่ผู้สร้างสรรค์เพลงได้ให้ทัศนะทั้งในข้อดีและข้อเสีย ข้อดีคือ การสื่อสารสมัยใหม่ ทำให้เพลงเผยแพร่เข้าถึงกลุ่มผู้ฟังได้อย่างกว้างขวางรวดเร็ว มีช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ เช่น การใช้โทรศัพท์มือถือดาวน์โหลดเพลงและอินเทอร์เน็ตที่กำลังนิยมแพร่หลาย จะเห็นได้จากมีเนื้อหาเพลงบางเพลงที่เกี่ยวกับเรื่องการใช้โทรศัพท์ และการใช้อินเทอร์เน็ตปรากฏในเพลง Miss Call, ว่างแล้วช่วยโทรกลับ, เข้ามาแช็ต เข้ามาแช็ต เพราะผู้สร้างสรรค์ต้องการตอบสนองผู้ฟังเพลงในยุคดาวน์โหลด บางท่านรับเอาแนวคิดการทำเพลงในรูปแบบต่างชาติ เข้ามาปรับใช้ในเพลงให้เข้ากับยุคสมัย เช่น วงไทเทเนียมที่แต่งเพลงทะเลิ่ง ในแนว ฮีพ-ฮอป ที่มีความหมายสื่อเจตนาในทางเพศ

ไม่เข้ากับวัฒนธรรมวิถีชีวิตของวัฒนธรรมไทยดั้งเดิม เพราะศิลปินกลุ่มนี้ไปใช้ชีวิตในสหรัฐอเมริกา แล้วนำเอาแนวคิดทางดนตรีมาสร้างสรรค์เพลงตามกระแสนิยมที่นิยมกันในต่างประเทศ ซึ่งนับว่า สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ ดังที่ สมสุข หินวิมาน (2547 : 12) กล่าวสรุปได้ว่าแนวคิดนี้ "มีสาเหตุเกิดมาจากการเชื่อมต่อระหว่างกัน(interconnection) หรือทุกชาติในโลก มีสายสัมพันธ์ระหว่างกัน เป็นการเชื่อมโยงข้ามพื้นที่ทางกายภาพหรือพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ และการข้ามพรมแดนทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น การดูหนังฟังเพลงดนตรี ป๊อปร็อก (Pop Rock) จากต่างประเทศผ่านรายการทีวี เคเบิลทีวีต่างชาติ ผ่านอินเทอร์เน็ต มีการรับชมรายการข่าวและรายการบันเทิงจาก CNN BBC...จึงทำให้เสพวัฒนธรรมเหมือนกันทั่วโลก ซึ่งแตกต่างไปจากการสัมผัสวัฒนธรรมที่มีอยู่ในท้องถิ่นของตน"

ในเหตุผลเดียวกัน จากข้อสังเกตของผู้วิจัย ในขณะที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นักแต่งเพลงท่านหนึ่ง พบว่า ภายในห้องทำงานนั้นมีการเปิดดูรายการเพลงที่แพร่ภาพผ่านเคเบิล ทีวี ที่ได้รับความนิยมในต่างประเทศ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลหรือกรอบอ้างอิง (Reference) ในการสร้างสรรค์เพลงซึ่งสะท้อนมุมมองของการสร้างสรรค์ที่ต้องปรับตัวให้ทันกระแสนิยม พัฒนาการผลิตให้ถูกใจ ผู้ฟังเพลงในยุคดิจิทัล ที่การสื่อสารและเทคโนโลยีมีความเจริญก้าวหน้าเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ทำให้มีการเปลี่ยนวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ค่านิยมและทัศนคติของคนในสังคมไปสู่ความทันสมัย

นอกจากผู้สร้างสรรค์เพลงรับเอาแนวดนตรีจากชาติตะวันตกมาประยุกต์ใช้ สร้างสรรค์ในเพลงไทยสากลแล้ว แนวดนตรีของเพลงไทยสากลยอดนิยมบางเพลง เช่น เพลง I Think I เพลงรักไม่ช่วยอะไร และยาภูเขา ได้รับอิทธิพลจากกระแสนิยมจากชาติตะวันตก ที่เข้ามาพร้อมกับการแพร่ระบาดของภาพยนตร์ละครเกาหลีและญี่ปุ่นซึ่งเป็นที่นิยมกันในเมืองไทย และทำให้มีผลต่อความนิยมในเพลงป๊อปที่มาจากเกาหลีและญี่ปุ่น ซึ่งแฟนเพลงชาวไทยรู้จักกันในนามดนตรี เจ-ป๊อป เค-ป๊อป ซึ่งจะเห็นได้ดังบทความ "เค-ป๊อปมาแรง" ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ (1 มกราคม 2550, 31) กล่าวว่า "ในปีที่ผ่านมาความถี่ของการเปิดคอนเสิร์ตของศิลปิน เจ-ป๊อป และ เค-ป๊อป มียาวตลอดทั้งปี อาทิ ดงบังชุนกิ, ซินหวา, ซุปเปอร์ จูเนียร์, ซองจีฮุน (เรน), พาร์น ฯลฯ" ซึ่งศิลปินเพลงดังกล่าวมีบทบาทสำคัญที่ผู้สร้างสรรค์เพลงชาวไทยบางท่านได้หยิบยืมหรือการนำเอาแบบอย่างทางดนตรีเหล่านั้นมาใช้ในผลงานเพลงของตนเพื่อให้ผู้ฟังเพลงที่ชื่นชอบตามกระแสนิยม

2.2.7 เพลงไทยสากลสะท้อนค่านิยมของคนในระบบทุนนิยม ในเรื่องนี้มีผลการวิจัยที่สนับสนุนคือ เพลงไทยสากลยอดนิยมในปัจจุบันสะท้อนถึงค่านิยมของคนในระบบ

ทฤษฎีที่มุ่งเน้นการบริโภคเป็นสำคัญ พบว่า ส่วนใหญ่นักศึกษามีความคิดเห็น "มาก" ร้อยละ 46.7 รองลงมา "ไม่แน่ใจ" ร้อยละ 27.3 ต่อด้วย "มากที่สุด" ร้อยละ 21.4

จากผลการวิจัยดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็น "มาก" เป็นการสะท้อนภาพของเพลงไทยสากลที่ค่ายเพลงต่างๆ ผลิตออกมา เพื่อเผยแพร่และจัดจำหน่าย มีการทำซ้ำ ให้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อครองใจผู้บริโภคด้วยวิธีต่างๆ ซึ่งมุ่งหวังผลกำไรทางธุรกิจเอาใจผู้บริโภค เน้นเนื้อหาให้ความบันเทิงมากกว่าคุณค่าศิลปะ เช่น เน้นขายหน้าตาของศิลปินนักร้อง แต่คุณภาพเสียงของศิลปินบางท่าน หากไม่ใช่เทคโนโลยีสมัยใหม่ช่วยต่อเติมเสริมแต่งก็จะฟังดูไม่ไพเราะ จะเห็นได้จากการแสดงสดของศิลปินบางท่าน มีเสียงผิดเพี้ยนไปจากเสียงที่ได้บันทึกไว้จำหน่ายในลักษณะการทำอุตสาหกรรมผลิตวัฒนธรรม ซึ่งตรงกับแนวคิดของวัฒนธรรมมวลชนของนักวิชาการด้านการสื่อสารชาวไทย พีระ จิระโสภณ (2547 : 30) ดังนี้

1. เป็นการผลิตทีละมากๆ (Mass production) ซึ่งทำให้มีมาตรฐาน และทำให้มีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry)

2. เป็นการผลิตซ้ำ (Reproduce) จากวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น พิมพ์ซ้ำ แสดงซ้ำ

3. มีการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิตซ้ำ ซึ่งอาจมีการดัดเติมเสริมแต่ง

4. มีจุดหมายเพื่อหากำไร มองวัฒนธรรมเป็นสินค้ามากกว่าความงามของจิตใจ

5. เน้นกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ มุ่งตอบสนองความบันเทิงมากกว่าศิลปะ

นอกจากนี้ยังตรงกับแนวคิดการวิจารณ์ดนตรีสมัยนิยม(Popular music) หรือ แนวคิดตามทัศนะของอะดอร์โน (Adorno's, อ้างใน สมสุข หินวิมาน : 2547, 19 – 21) นักวิชาการด้านการสื่อสารสายวิพากษ์ ซึ่งมีแนวคิดดังนี้

1) ภายใต้ระบบทุนนิยมสมัยใหม่ วัฒนธรรมทั้งมวลถูกแปรรูปให้เป็นสินค้าในตลาด เรียกว่าสินค้าทางวัฒนธรรม ที่มุ่งขายทั้งมูลค่าการใช้สอย (Use value) และมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ (Symbol value) เช่น ชื่อตัวราคาแพงเพื่อชมการแสดงของศิลปินที่ตนชื่นชอบ...

2) อุตสาหกรรมการผลิตวัฒนธรรม เป็นกระบวนการทำให้เกิดเป็นมาตรฐานเดียวกัน และเป็นกระบวนการที่ทำให้รู้สึกเสมือนว่า ผู้บริโภคมีเอกลักษณ์เฉพาะตน เช่น การฟังเพลงจากค่ายเทปยักษ์ใหญ่ ที่มีเนื้อหาทำนอง จังหวะดนตรีเป็นมาตรฐานเดียวกันหมด

3) ในมุมมองของผู้บริโภค อุตสาหกรรมการผลิตวัฒนธรรม มีความแยบยลที่พยายามหลอกล่อให้ผู้บริโภคเกิดจิตสำนึกจอมปลอมและตกเป็นเหยื่อของระบบในที่สุด เช่น การโฆษณา ยัดเยียด โปรโมทเพลงของค่ายเพลง จนทำให้เกิดการซื้อ/ใช้/เสพ สินค้าทางวัฒนธรรม

4) ผู้บริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมเป็นผู้ถูกระทำ (Passive consumer) เพราะในสภาพสังคมมวลชน "ต่างคนต่างอยู่" ทำให้ผู้คนในสังคมขาดความมั่นใจ ทำให้เกิดการยอมคล้อยตามผู้อื่นสูง ง่ายต่อการโฆษณาชักจูงจากระบบอุตสาหกรรมผลิตวัฒนธรรม

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

3.1.1 ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อนักวิชาการ นักศึกษาหรือผู้ที่สนใจ ถ้าหากสื่อมวลชน ผู้ที่ทำงานในวงการเพลงหรือบุคคลทั่วไป นำผลการวิจัยนี้ไปใช้เพื่อพัฒนางานวิชาการ และวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ในมุมมองที่เปิดกว้าง เช่น การนำผลการวิจัย การสื่อความหมายและการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลลดนิยมจากการวิเคราะห์เพลง จากผู้สร้างสรรค์เพลงและจากนักศึกษา ทั้งด้านเนื้อหาความหมายของเพลงที่ส่งผลกระทบต่อในด้านดีและด้านไม่ดีต่อผู้ฟังเพลงในสังคม อีกทั้งความรู้เรื่องลักษณะการสื่อความหมาย คุณค่า การผสมผสานทางวัฒนธรรมและวิวัฒนาการของเพลงในช่วงเวลาที่ผ่านมา นักนิเทศศาสตร์สามารถนำองค์ความรู้ดังกล่าวมาพัฒนาสร้างสรรค์สารเพื่อการสื่อสาร ทั้งด้านหลักการใช้ภาษา ระดับภาษา ได้แก่ ภาษาพูด ภาษาทวน ภาษากวี ผสมกับหลักการใช้เสียงดนตรีที่ผู้ฟังชื่นชอบ โดยประยุกต์ใช้ในงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ วิทยู โททัศน์ ภาพยนตร์ สื่ออื่นๆ ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม อีกทั้งผลการวิจัยด้านเนื้อหาเพลงที่ได้รับความนิยม หรือเนื้อหาเพลงในลักษณะใดที่นักศึกษาไม่ประทับใจ ข้อคิดเห็นข้อเท็จจริง แนวคิด วิธีการสร้างสรรค์ผลงานเพลง นักสื่อสารมวลชนสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปให้สาระความรู้ และให้ความบันเทิงต่อผู้ที่สนใจ ตามบทบาทหน้าที่ของแต่ละสื่อ เพื่อพัฒนาวิชาการ และวิชาชีพด้านการสื่อสารทางดนตรีให้เจริญยิ่งขึ้นไป

3.1.2 ผู้สร้างสรรค์เพลง ควรนำผลการวิจัยนี้ไปใช้เพื่อสร้างสรรค์เพลงใหม่ๆ ให้มีคุณภาพมาตรฐาน เป็นประโยชน์ต่อวิชาชีพของตน เช่น ผลการวิจัยที่เกี่ยวกับเนื้อหาเพลงที่ผู้ฟังชื่นชอบ ข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะจากนักศึกษาที่ฟังเพลง เทคนิค เอกลักษณ์ หลักการประพันธ์เพลง ข้อค้นพบของผู้สร้างสรรค์เพลงในระดับแนวหน้าแต่ละท่านนั้นจะมีประโยชน์ต่อผู้สร้างสรรค์เพลงทั้งระดับมืออาชีพและระดับมือสมัครเล่นสามารถนำไปใช้เพื่อผลิตเพลงที่มีคุณค่าในด้านให้ความบันเทิงและให้คุณค่าทางศิลปะ อีกทั้งยังให้ข้อคิดที่ดีต่อจิตใจของกลุ่มผู้ฟังเพลงที่เป็นเยาวชนหรือผู้ใหญ่ ไม่ใช่ดนตรีเพื่อรับใช้ธุรกิจเพียงอย่างเดียว แต่ควรใช้เสียงเพลงเป็นสื่อที่สร้างความหมายของการมีส่วนร่วมในชุมชน สร้างความสามัคคีกลมเกลียวให้กับหมู่คณะ และใช้พัฒนาสติปัญญา อารมณ์ของผู้ฟังเพลงกลุ่มเป้าหมายให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสืบต่อไป

3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 หากมีการศึกษาที่คล้ายคลึงกับงานการวิจัยในครั้งนี้ ควรขยายกลุ่มประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง ให้มีขอบเขตกว้างมากยิ่งขึ้น เช่น ศึกษากลุ่มประชากรที่เป็นเด็กวัยรุ่นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลาย นักศึกษาในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท ผู้ใหญ่ ส่วนในด้านพื้นที่เช่น ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในสถาบันการศึกษาในเขตภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคใต้ เป็นต้น เพื่อสามารถนำผลการวิจัยไปขยายผลเพื่ออ้างอิงแทนกลุ่มประชากรทั้งหมดได้

3.2.2 ควรมีการวิจัยในด้านการศึกษาประวัติและวิวัฒนาการการสื่อความหมายและการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลยอดนิยมในรอบทศวรรษ โดยเริ่มตั้งแต่ปี 2541 – 2550 ว่ามีพัฒนาการเป็นเช่นไร เจริญก้าวหน้าหรือถดถอยลง หรือ ควรมีการวิจัยในหัวข้อเรื่องที่สร้างสรรค์ เช่น การวิเคราะห์วิพากษ์การสื่อความหมายและการผสมผสานของเพลงไทยสากลยอดนิยม ในประเด็นศึกษาเนื้อหาเพลงที่ให้แง่คิดจรรโลงใจต่อผู้ฟังเพลง เพลงที่สร้างสรรค์สังคม หรือศึกษาผลกระทบจากการสื่อสารด้านดนตรีของเพลงไทยสากลยอดนิยมในรอบทศวรรษ