

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทย” มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาช่องทางการสื่อสารเพื่อการสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทย
2. เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการสื่อสารเพื่อการสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทย
3. เพื่อศึกษาวิถีชีวิตในการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทย

ทั้งนี้ ได้มีการตั้งข้อสันนิษฐานในการวิจัยไว้ดังนี้

1. ช่องทางการสื่อสารของวัยรุ่นไทยที่มีความชื่นชอบในแนวเพลงเมทัลนั้นนิยมใช้ช่องทางของสื่ออินเทอร์เน็ตในการสื่อสาร
2. รูปแบบและกระบวนการการสื่อสารของวัยรุ่นไทยที่มีความชื่นชอบในแนวเพลงเมทัลนั้นนิยมใช้การสื่อสารทางช่องทางของอินเทอร์เน็ตเป็นการสื่อสารซึ่งไม่มีรูปแบบในการสื่อสารที่ตายตัวสามารถเปลี่ยนแปลงได้
3. วิถีชีวิตของวัยรุ่นไทยที่มีความชื่นชอบแนวเพลงเมทัลนั้นไม่มีรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่ตายตัวสามารถเปลี่ยนแปลงได้

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำระเบียบวิธีวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาทำการวิเคราะห์โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และการสังเกตการณ์ (Observation) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15-25 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความชื่นชอบในแนวเพลงเมทัลจำนวน 16 คน โดยอาศัยกรอบความคิด ดังนี้

1. ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Use and Gratification Approach)
2. แนวคิดเรื่องการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure Behavior)
3. แนวคิดเรื่อง “แฟน” และ “แฟนคอม” (Fans & Fandom)
4. แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อยวัยรุ่น (Youth Subculture)
5. แนวคิดเรื่องผู้รับสาร (Audience Analysis)
6. แนวคิดเรื่องการถ่ายทอดวัฒนธรรม (Acculturation)

สำหรับบทนี้ผู้ศึกษาวิจัยจะนำข้อค้นพบที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อการสืบทอดทางวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทยที่ได้มาทำการสรุปผล เพื่อนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จากนั้นจึงทำการอภิปรายผลจากข้อค้นพบที่ได้รับ โดยอาศัยกรอบความคิดเห็นของทฤษฎีและแนวคิดมาใช้พร้อมทั้งเสนอแนะประเด็นการศึกษาที่น่าสนใจสำหรับงานวิจัยในอนาคต โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1.สรุปผลการวิจัย
- 2.อภิปรายผล
- 3.ข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

ตามวัตถุประสงค์ 3 ประการได้แก่ 1. เพื่อศึกษาช่องทางการสื่อสารเพื่อการสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทย 2. เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการการสื่อสารเพื่อการสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทย 3. เพื่อศึกษาวิถีชีวิตที่เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทย ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเรื่องการเปิดรับข่าวสาร แนวคิดเรื่อง “แฟน” และ “แฟนคอม” แนวคิดเรื่องผู้รับสาร และแนวคิดเรื่องการถ่ายทอดวัฒนธรรม มาเป็นกรอบความคิดสำหรับการวิเคราะห์และตีความ

1. ช่องทางการสื่อสารเพื่อการสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทย

ช่องทางการสื่อสารเพื่อการสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลนั้น ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของช่องทางในการสื่อสารออกเป็น 3 ช่องทาง ได้แก่ สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ การจัดงานแสดงคอนเสิร์ต

1. สื่อออนไลน์

1.1 เฟซบุ๊ก

เฟซบุ๊กนั้นเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก สามารถทำให้ผู้ใช้ได้ติดต่อสื่อสาร และสามารถเข้าถึงกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้ใช้เฟซบุ๊กท่านอื่นได้จัดกิจกรรมขึ้นมาเพื่อขอความร่วมมือในการทำประโยชน์ต่างๆ เพื่อสังคม หรือใช้เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลและติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มหรือองค์กร การใช้เฟซบุ๊กนั้นสามารถจะตั้งประเด็นคำถามเพื่อถาม-ตอบ ในเรื่องต่างๆ ที่ตนเองและกลุ่มนั้นสนใจ สามารถโพสต์รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอต่างๆ ได้อย่างสะดวกสบาย ซึ่งเฟซบุ๊กนั้นมีกระแสดอรับที่คึกจากวัยรุ่นในสังคมไทยเป็นอย่างมากเพราะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ทุกกลุ่มทุกเพศ ทุกวัย จึงทำให้วัยรุ่นไทยที่มีความชื่นชอบแนวเพลงเมทัลได้เลือกใช้สื่อเฟซบุ๊กนี้เป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสาร เพื่อค้นคว้าหาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแนวเพลงเมทัล เพื่อสืบทอด

ทอควัฒนธรรมและส่งต่อแนวเพลงเมทัลให้กับกลุ่มวัยรุ่นหน้าใหม่ที่สนใจในแนวเพลงเมทัล ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องและรวดเร็ว เฟซบุ๊กนี้จึงเป็นตัวช่วยที่ทำให้แนวเพลงเมทัลนั้นยังคงเป็นที่รู้จักและพูดถึงกันในกลุ่มวัยรุ่นไทยในปัจจุบัน แม้จะมีวัยรุ่นไทยจำนวนไม่มากนักที่ชื่นชอบเพลงแนวเมทัลนี้แต่วัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลก็ไม่เคยหายไปจากวงการเพลงในบ้านเรา เนื่องมาจากการเทคโนโลยีการสื่อสาร การใช้สื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กเพื่อเข้ามาเป็นสื่อกลางในการกระจายข้อมูลต่างๆมีทั้งความเร็ว และสามารถเข้าถึงกลุ่มคนที่สนใจได้เป็นจำนวนมาก เฟซบุ๊กเป็นสื่อออนไลน์อันดับแรกที่วัยรุ่นไทยนิยมเลือกใช้ในการติดต่อสื่อสาร

1.2 ยูทูป

ยูทูปเป็นสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มคนฟังเพลงและคู่วิดีโอได้เป็นอย่างดี ซึ่งยูทูปสามารถที่จะตอบสนองวิถีชีวิตประจำวันในการฟังเพลงและคู่วิดีโอของกลุ่มวัยรุ่นที่ชอบฟังเพลงแนวเมทัลได้เป็นอย่างดี เนื่องด้วยยูทูปสามารถอัปโหลดไฟล์วิดีโอเข้าไปได้ หรือเลือกเพื่อที่จะเข้าไปเปิดรับชมวิดีโอที่ได้มีผู้อัปโหลดไว้ออนั้นไว้แล้วได้ ซึ่งหัวข้อในยูทูปที่สามารถเข้าไปค้นหา นั้นยังสามารถแบ่งปันไฟล์วิดีโอต่างๆ กับกลุ่มเพื่อนหรือคนที่สนใจได้เข้ามารับชมโดยที่ไม่มีการเก็บค่าใช้จ่าย ในการค้นหาวิดีโอเพลงแนวเมทัลของศิลปินต่างประเทศได้ จึงทำให้วัยรุ่นไทยที่ชื่นชอบแนวเพลงเมทัลนิยมใช้ยูทูปในการค้นหาเพลงเพื่อใช้ตอบสนองความต้องการของตนเองแล้ว กลุ่มวัยรุ่นยังใช้ยูทูปเพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนแบ่งปันข้อมูลต่างๆ ที่ตนเองได้เข้าไปพบเจอ แล้วจึงนำข้อมูลต่างๆเหล่านั้นมาแบ่งปันให้กับกลุ่มเพื่อนหรือคนที่สนใจในดนตรีแนวเมทัลได้รับชมยูทูปสามารถเผยแพร่ กระจายข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและเข้าถึงกลุ่มคนได้มาก ทำให้วัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลได้ถูกสืบทอดต่อกออกไปให้วัยรุ่นไทยรุ่นใหม่ได้เป็นที่รู้จักต่อไปเรื่อยๆ ดังทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จึงทำให้สื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กและยูทูปเป็นสื่อที่มีอิทธิพลกับวัยรุ่นไทยที่ชื่นชอบเพลงเมทัลเป็นอย่างมาก

2. สื่อสิ่งพิมพ์

นิตยสาร Into the Pit เป็นนิตยสารเพลงเมทัลของไทยเพียงเล่มเดียวที่มีการจัดพิมพ์และวางจำหน่ายอยู่ ซึ่งภาพรวมของนิตยสารนั้นจะเป็นการรวบรวมข้อมูลของวงดนตรีแนวเมทัลทั้งใหม่และเก่า วงเมทัลของไทยและต่างประเทศ ซึ่งได้แบ่งออกเป็นคอลัมต่างๆ ตามเนื้อหาภายในเดือนนั้นๆ นักเขียนจะคัดเลือกมาจากผู้เชี่ยวชาญในแนวเพลงเมทัลมาเป็นพิเศษ บางครั้งจะมาจากประสบการณ์จริงที่เป็นข้อมูลที่สั่งสมมายาวนาน นิตยสาร Into the Pit นั้นเป็นนิตยสารราย 2 เดือน มีวางจำหน่ายในแหล่งที่เฉพาะเท่านั้น และสามารถสั่งซื้อได้ทางอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เพราะมีอุปสรรคทางด้านต้นทุนที่สูงจึงทำให้ นิตยสาร Into the Pit นั้นต้องวางจำหน่ายเพียง 2 เดือนต่อครั้ง เพราะกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบเพลงแนวเมทัลนั้น ไม่ได้มีจำนวนมากแต่นิตยสารก็ยังสามารถนำเสนอข้อมูล

เรื่องราว ต่างๆ เพื่อให้วัยรุ่นที่สนใจได้ศึกษาข้อมูลเชิงลึกของแนวดนตรี ซึ่งแนวเพลงเมทัลนั้นจะมีเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยค่อนข้างเยอะจึงทำให้มิติการฟังเพลงขึ้น แต่ด้วยปัญหาในด้านต่างๆ นิตยสาร Into the Pit นั้นก็ยังไม่เป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นทั่วไปนั้น เพราะเป็นนิตยสารที่มีแนวเพลงเฉพาะจึงทำให้เผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ได้ในวงจำกัดเท่านั้น

3. การจัดงานแสดงคอนเสิร์ต

งานแสดงคอนเสิร์ต เป็นอีกหนึ่งสื่อกลางที่สามารถสร้างการสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทยได้ ซึ่งการจัดงานแสดงคอนเสิร์ตนั้นสามารถทำให้กลุ่มแฟนคลับที่มีความชื่นชอบในแนวเพลงเมทัลได้มารวมตัวกัน ได้พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในเรื่องต่างๆ มีรุ่นพี่ที่ที่อยู่ในวงการเพลงเมทัลคอยให้คำปรึกษาในเรื่องต่างๆ ที่ตนเองนั้นสนใจ และได้เจอกลุ่มเพื่อนใหม่ๆ จากงานคอนเสิร์ตเพิ่มขึ้นอีกด้วย จึงทำให้มีการขยายตัวของกลุ่มแฟนเพลงได้มากขึ้น อีกทั้งยังสามารถจำหน่ายของที่ระลึก เสื้อผ้า แผ่นซีดีที่มีการจัดทำขึ้นเพื่อให้กลุ่มแฟนเพลงได้ซื้อเก็บเป็นของสะสม ของที่ระลึก เมื่อมีการรวมตัวเกิดขึ้นกลุ่มแฟนเพลงจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ ของตนเอง เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกันทำให้มีการพูดคุยสื่อสารกันผ่านทางช่องทางต่างๆ เพื่อชักชวนให้มีส่วนร่วมกิจกรรมต่างๆ ของทางกลุ่มแฟนเพลงเมทัลที่จะมีการจัดงานขึ้นมา ซึ่งถือได้ว่าการจัดจัดงานคอนเสิร์ตนั้นเป็นตัวกลางที่สำคัญในการพบปะของกลุ่มแฟนเพลงในไทยที่ชื่นชอบแนวเพลงเมทัล

2. รูปแบบและกระบวนการการสื่อสารเพื่อการสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทย

รูปแบบและกระบวนการการสื่อสารของวัยรุ่นที่ชื่นชอบแนวเพลงเมทัลนั้น จากการศึกษาพบว่ากลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบเพลงแนวเมทัลนั้นมีรูปแบบการสื่อสาร 3 รูปแบบ (1) การเผยแพร่ ได้แก่ การเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ทำเพื่อจำหน่าย การเผยแพร่ผลงานเพลงผ่านสื่อออนไลน์ การแสดงคอนเสิร์ต และการเผยแพร่ผ่านการแต่งกายและสัญลักษณ์ (2) การบริโภคและการบอกต่อ ได้แก่ การฟังเพลงเมทัล ความรู้สึกชื่นชอบ ความพึงพอใจ การบอกต่อให้บุคคลอื่นรับรู้ (3) การผลิตซ้ำ แบ่งออกเป็นสองรูปแบบย่อย ได้แก่ การผลิตผลงานแนวเพลงเมทัลขึ้นมาใหม่ตามแนวคิดของตนเอง และการนำเพลงเมทัลรุ่นเก่าไปโคฟเวอร์ แล้วนำมาเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสารต่าง ๆ ซึ่งสามารถเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ตามยุคสมัยในสังคมไทย การสื่อสารของกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบเพลงแนวเมทัลในประเทศไทยนั้นทำให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรม และการสืบทอดที่สำคัญคืองานคอนเสิร์ตซึ่งเป็นพื้นที่ที่เปิดให้กลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบเพลงแนวเมทัลทั้งรุ่นใหม่และรุ่นเก่ามีปฏิสัมพันธ์กัน ทั้งนี้ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารกันในช่องทาง

ต่างๆ มักสื่อสารด้วยภาพลักษณ์ของความเป็นชายโดยใช้คำพูดที่ตรงไปตรงมา และบางส่วนค่อนข้างหยาบคาย รวมถึงเรื่องเพศ กระบวนการสื่อสารเพื่อการสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทย ผู้วิจัยขออธิบายตามองค์ประกอบและตัวแปรต่างๆ ที่ได้มาจากการวิเคราะห์ดังนี้

การสืบทอดวัฒนธรรมคาแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นนั้น ส่วนใหญ่แล้วจะเน้นไปที่การผลิตเพลงเมทัลยุคใหม่ๆ ให้ที่ความแตกต่างและหลากหลายทางด้านดนตรีและเนื้อหาของบทเพลง เพื่อถ่ายทอดปัญหาของสังคมในปัจจุบัน มีความตรงไปตรงมา ส่วนของดนตรีจะเน้นไปที่การปลุกเร้าอารมณ์ให้มีอารมณ์คล้อยตามไปกับบทเพลง ดนตรีมีความหนักแน่นในทุกๆ ชั้นของวงดนตรีนั้นๆ

การเผยแพร่เพลงเมทัลในปัจจุบัน จะใช้ช่องทางหลัก 3 ช่องทางในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่แนวเพลงเมทัลดังนี้

1. สิ่งสื่อพิมพ์ ได้แก่ นิตยสาร เพื่อไว้ใช้เผยแพร่ข้อมูลและเรื่องราวต่างๆ ที่นักดนตรีหรือศิลปินหน้าใหม่ได้มีผลงานใหม่ออกมา เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ผู้ฟังเพลงแนวเมทัลหน้าใหม่นิยมเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ

2. สื่อออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ยูทูป ล้วนเป็นสื่อออนไลน์ที่วัยรุ่นไทยนิยมใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ เป็นอย่างมากเนื่องจากสามารถหาข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความวิหิตข้อมูล ต่างๆ ได้อย่างสะดวกสบายและไม่มีค่าใช้จ่าย

3. การแสดงคอนเสิร์ต ถือว่าเป็นช่องทางที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่งที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร งานคอนเสิร์ตของศิลปินเมทัลนั้นส่วนใหญ่แล้วจะทราบข้อมูลกันในกลุ่มที่เฉพาะ ไม่มีการออกข่าว หรือโปรโมทออกสื่อต่างๆ มากนัก งานคอนเสิร์ตจึงถือได้ว่าเป็นที่ที่รวบรวมคนที่ชื่นชอบแนวเพลงเมทัลมาไว้ในที่เดียวกัน ซึ่งในการรวมตัวนั้นก็จะมี การพูดคุยเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลในเรื่องต่างๆ ซื่อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่เกี่ยวข้องกับแนวเพลงเมทัล มีการจัดทำผลงานของตนเองมาวางขายเพื่อเผยแพร่ผลงานให้คนอื่นได้รู้จักเพิ่มขึ้นอีกด้วย

เมื่อมีการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ เกิดขึ้นแล้วการขยายตัวของแนวเพลงเมทัลก็เริ่มเผยแพร่ไปยังกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบเพลงเมทัลหน้าใหม่ ทำให้มีการบริโภควัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลผ่านสื่อต่างๆ เพิ่มมากขึ้นทำให้วัยรุ่นเริ่มมีการผลิตผลงานใหม่ออกมาทั้งการนำเพลงเมทัลรุ่นเก่าไปร้องโคฟเวอร์ และทำให้มีแรงบันดาลใจใหม่ๆ ขึ้นมาในการแต่งและทำเพลงของตนเอง มีการรวบรวมกลุ่มคนที่มีความชื่นชอบแนวเมทัลแบบเดียวกันเพื่อสร้างเป็นวงดนตรีและผลิตผลงานใหม่ๆ ออกมาให้เป็นที่รู้จักต่อไป

3. วิถีชีวิตของวัยรุ่นไทยที่เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัล

ของวัยรุ่นไทย

การดำเนินชีวิตของวัยรุ่นไทยที่ชื่นชอบแนวเพลงเมทัล แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) การสร้างกลุ่มย่อยทางสังคมที่เรียกว่าแฟนคลับ โดยการรวมตัวของกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบแนวเพลงเมทัลที่สื่อสารถึงกัน การแบ่งปันข้อมูลข่าวสารผลงานเพลง การทำกิจกรรมร่วมกัน (2) การใช้เวลาว่าง ศึกษาเรียนรู้ พัฒนาทักษะทางดนตรี การพักผ่อนหย่อนใจ (3) ค่านิยมในการฟังและเล่นดนตรีที่มีความรุนแรง เพื่อปลดปล่อยความรู้สึกทางอารมณ์ที่คลั่งค้างอยู่ในจิตใจผ่านทางบทเพลง จะมีการสื่อสารที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ทุกวันเป็นการสื่อสารแบบผ่านสื่อออนไลน์ โดยมักนิยมใช้ เฟซบุ๊กเป็นสื่อกลางในการบอกเล่าสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวันของตนเองผ่านตัวหนังสือและรูปภาพที่ได้มีการปรับแต่งให้ดูดีและสวยงาม เพื่อใช้ในการอัปโหลดเพื่อโพสต์ลงไปในเฟซบุ๊กอย่างเป็นประจำทุกวัน จนปัจจุบันนี้วิถีชีวิตของวัยรุ่นไทยที่ชื่นชอบแนวเพลงเมทัลได้ปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยตามสมัย ที่ไม่ว่าจะมีการทำกิจกรรมใดๆ ในชีวิตประจำวันหรือจะเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเพลงแนวเมทัลนั้นจะสามารถพบเห็น รับรู้ข่าวสาร หรือสามารถค้นหาข้อมูลเหล่านั้นได้จากเฟซบุ๊กตามเพจต่างๆ ที่มีกลุ่มหรือวงดนตรีแนวเมทัลได้เป็นผู้สร้างแฟนเพจขึ้น เพื่อไว้เป็นจุดศูนย์กลางในการกระจายข่าวสารให้กับสมาชิกที่สนใจในกิจกรรม ข่าวสารต่างๆ ให้ผู้ที่ติดตามแฟนเพจนั้นๆ ได้ทราบข้อมูลข่าวสาร ซึ่งถือว่าเป็นข้อดีของการเฟซบุ๊ก เพราะสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ทว่าถึงและยังไม่มี การเก็บค่าใช้จ่ายในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ จึงทำให้มีความนิยมเป็นอย่างมาก ซึ่งการเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบแนวเพลงเมทัลได้ง่ายและรวดเร็วนั้นเป็นเหตุผลที่ศิลปินเพลงเมทัลได้เลือกใช้ เฟซบุ๊กและยูทูปมาเป็นช่องทางในการสื่อสารหลักอีกช่องทางหนึ่ง ดังนั้นวิถีชีวิตในการสื่อสารเพื่อการสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลนั้นจึงมีความสะดวกสบายและง่ายต่อการเข้าถึงการสื่อสาร ข้อมูลต่างๆ ทำให้แนวเพลงเมทัลยังคงเป็นที่รู้จักและเป็นที่น่าสนใจในกลุ่มวัยรุ่นไทยในยุคปัจจุบัน

2. อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นสำคัญในการอภิปรายได้ 3 ประเด็นดังนี้

2.1 ช่องทางการสื่อสารเพื่อการสืบทอดแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทย

สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสื่อสารหลักของวัยรุ่นไทยในปัจจุบัน เพราะทำให้มีการสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อีกทั้งการสื่อสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นยังสามารถใช้เป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่วัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลให้เข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นไทยที่มีความชื่นชอบเพลงแนวนี้ได้กว้างขวาง ไม่ว่าจะกลุ่มวัยรุ่นที่ชอบเพลงเมทัลจะอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครหรือตามต่างจังหวัดก็สามารถเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับวงดนตรีแนวเพลง

เมทัล การจัดแสดงคอนเสิร์ตได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว แนวคิดด้านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งแนวคิดของ (Kaplan & Haenlein ,2010) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมและมีการใช้เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน และอัตราการเติบโตนี้ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มวัยรุ่นเท่านั้น แต่ได้ขยายขอบเขตไปยังกลุ่มผู้ใช้นั้นๆ มากขึ้น เช่น กลุ่ม Generation X จึงถือได้ว่าปรากฏการณ์ของสื่อสังคมออนไลน์เป็นการปฏิวัติทางการสื่อสารที่องค์กรต่างๆ ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยพัฒนาการเริ่มมาจกปีที่มีการสร้าง Usenet ขึ้นมาซึ่งเป็นระบบที่มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถใส่ข้อความในพื้นที่สาธารณะได้

สังคมออนไลน์มาจากคำว่า Social Network เป็นเครือข่ายของการสื่อสารข้อมูลขนาดใหญ่บนโลกอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างอิสระไม่จำกัดรูปแบบข้อมูลซึ่งมีทั้งข้อมูลที่เป็นข้อความอย่างเดียว หรืออาจมีภาพประกอบ รวมถึงชนิดมัลติมีเดียที่มีทั้งภาพเคลื่อนไหวและมีเสียงประกอบ จึงทำให้การใช้งานนั้นน่าสนใจยิ่งขึ้น (ฤดีพร ผ่องสุภาพ, 2551) ซึ่งช่องทางในการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตนั้นก็มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองให้ผู้ที่ต้องการใช้ได้สามารถเลือกว่าตนเองต้องการใช้ช่องทางใดในการสื่อสาร เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูป ต่างๆ ของศิลปินแนวเพลงเมทัล งานวิจัยของ (ชลวรรณ วงษ์อินทร์ ,2548) ได้กล่าวไว้ว่า แฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยมีกลุ่มประชากรที่หลากหลายและมีการรวมตัวเป็นกลุ่มก้อนกันอย่างเหนียวแน่น ซึ่งมีเครือข่ายการสื่อสารทั้งแบบศูนย์กลาง และแบบกระจายอำนาจ ในการรวมกลุ่มที่สำคัญที่สุดของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย คือการร่วมชมคอนเสิร์ต ได้มีการจัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ทั้งวงดนตรีเมทัลต่างชาติ และวงดนตรีเมทัลของไทย โดยการชมคอนเสิร์ตนี้จะเป็นการรวมกลุ่มที่แฟนเพลงสามารถแสดงอัตลักษณ์ออกมาได้ และจากการรวมกลุ่มชมคอนเสิร์ต ส่งผลให้แฟนเพลงขยายความสัมพันธ์โดยได้มีการรวมกลุ่มกันทำกิจกรรมต่างๆ จึงทำให้กลุ่มของแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทยมีความเหนียวแน่น และมั่นคง ซึ่ง McComb และ Becker (1979) ได้กล่าวไว้ในเรื่องของการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจและความต้องการว่า

1. เพื่อต้องการข้อมูลในการพูดคุยหรือสนทนา (Discussion) การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้พูดคุย หรือสนทนากับบุคคลอื่น
 2. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์ และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้น
 3. เพื่อเสริมความเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว (Reinforcement)
 4. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งผ่อนคลายอารมณ์
- ช่องทางการสื่อสารที่วัยรุ่นเลือกใช้ ไม่เพียงแต่ใช้เพื่อผ่อนคลาย ติดต่อสื่อสาร หรือค้นคว้าหาข้อมูล แต่ยังเป็นช่องทางหลักในการสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลให้แพร่กระจายออกไป เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนที่มีมีความคุ้นเคย และกลุ่มเพื่อนใหม่ที่เพิ่งรู้จักผ่าน

ทางโลกโซเซียล ซึ่งช่องทางในการสื่อสารนั้นก็ยังมีอีกหลากหลายช่องทาง แต่ที่ผู้วิจัยได้กล่าวมานั้นเป็นช่องทางการสื่อสารโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นเป็นช่องทางที่ได้รับคามนิยมนมากที่สุดในกลุ่มวัยรุ่นไทยในปัจจุบันและยังเป็นที่ยอดนิยมในวัยรุ่นที่ชื่นชอบเพลงแนวเมทัลอีกด้วย วัยรุ่นที่ชื่นชอบเพลงแนวเมทัลนั้นนิยมมักใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสาร พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ใช้ในการศึกษาค้นคว้าข้อมูลใหม่ๆ ที่ตนเองสนใจชื่นชอบ อีกทั้งยังสามารถใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่ข่าวสาร เนื้อหาสาระใหม่ๆ ของวงการเพลงเมทัลที่เป็นที่น่าสนใจให้กับกลุ่มแฟนเพลงคนอื่นๆ ได้ทราบข้อมูลเพิ่มเติมขึ้นด้วย จากการเก็บข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบว่าช่องทางในการสื่อสารของสังคมในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและก้าวหน้าขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นยุคสมัยที่ประชากรในประเทศไทยมีความเจริญก้าวหน้าทางด้าน การสื่อสาร มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันเพิ่มมากยิ่งขึ้น เพื่อใช้รองรับไลฟ์สไตล์ของการสื่อสารของตนเองในปัจจุบัน

2.2 รูปแบบและกระบวนการการสื่อสารเพื่อการสืบทอดวัฒนธรรม

การสื่อสารแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบคือ (1) การเผยแพร่ แบ่งออกเป็นสามรูปแบบย่อยได้แก่ การเผยแพร่ผ่านสื่อซีดี ดีวีดีที่ทำเพื่อจำหน่าย การเผยแพร่ผลงานเพลงผ่านสื่อออนไลน์ การแสดงคอนเสิร์ต และการเผยแพร่ผ่านการแต่งกายและสัญลักษณ์ รูปแบบที่กล่าวมานั้นล้วนมีบทบาทสำคัญในการสืบทอดวัฒนธรรมจากคนกลุ่มหนึ่ง ไปสู่อีกกลุ่มหนึ่ง เป็นการสื่อสารทางตรงในการสื่อสารระหว่างบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่งทำให้มีการกระจายของข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ซึ่งข่าวสารที่มีการแพร่กระจายจากช่องทางใดก็ตามไปสู่กลุ่มคนและสื่ออีกต่าง ๆ มากมาย ดังแนวความคิดของโจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960: 19-25) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกั้นกรอง 4 ชั้นตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่งเช่นการเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือ ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่

สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทักษะคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าสนใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้ำกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึกดี ทักษะคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น (2) การบริโภคและการบอกต่อ ได้แก่ การฟังเพลงเมทัล ความรู้สึกชื่นชอบ ความพึงพอใจ การบอกต่อให้บุคคลอื่นรับรู้ซึ่งเป็นรูปแบบของการสื่อสาร ดังนี้

การสื่อสารทางเดียว (One – way communication)

เป็นการส่งข่าวสารหรือการสื่อสารไปยังผู้รับแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยที่ผู้รับไม่สามารถมีการตอบสนองทันที กับผู้ส่ง แต่อาจจะมีผลป้อนกลับไปยังผู้ส่งในภายหลังได้ ได้แก่ การเขียนจดหมาย การสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งและผู้รับไม่สามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ทันที จึงมักเป็นการสื่อสารโดยใช้สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อีเมล เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ใดๆก็ดี ถึงแม้สื่อสารมวลชนจะเป็นการสื่อสารทางเดียวก็ตามปัจจุบัน รายการวิทยุส่วนใหญ่และรายการโทรทัศน์บางรายการ ได้เปิดโอกาสให้ผู้ฟังหรือผู้ชมร่วมแสดงความคิดเห็นโดยการโทรศัพท์ ทำให้การสื่อสารกลายเป็นการสื่อสารแบบสองทาง

การสื่อสารแบบสองทาง (Two – way communication)

เป็นการสื่อสารที่ผู้รับมีการตอบสนองป้อนกลับทันที (immediate response) ส่งกลับมายังผู้ส่ง โดยที่ผู้ส่งหรือผู้รับอาจจะอยู่ต่อหน้ากันหรืออยู่คนละสถานที่ก็ได้ แต่มีการเจรจาโต้ตอบกันไปมา โดยเป็นการผลัดกันทำหน้าที่ผู้ส่งและผู้รับ

ระดับกิจกรรมทางการสื่อสาร

1. ระดับตัวเอง (Intrapersonal communication)

เป็นการสื่อสารกับตัวเอง เป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับในขณะเดียวกัน เช่น การเขียน การอ่าน การวิเคราะห์ตัวเอง การเตือนตัวเอง

2. ระดับระหว่างบุคคล (Interpersonal communication)

เป็นการสื่อสารระหว่างคนสองคน เป็นการสื่อสารที่มี feedback ซึ่ง feedback นี้จะมีอิทธิพลอย่างมากในการสื่อสาร โดยสามารถแบ่งได้เป็น

- การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (face to face) เป็นการที่ผู้รับผู้ส่งสารเห็นหน้ากัน พูดคุยกัน

- การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบมีสื่อกลาง (interposed communication) เป็นการติดต่อสื่อสาร

ระหว่างบุคคลโดยการใช้สื่อเป็นตัวกลาง อาจจะเป็นจดหมาย โทรศัพท์ วิทยุสื่อสาร

3. ระดับกลุ่มย่อย (Group communication)

เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับกลุ่มชนซึ่งเป็นคนจ นานวนมาก เช่น การสอนในห้องเรียน การฟังการปราศรัย หาเสียง

4. ระดับมวลชน (Mass communication)

เป็นการสื่อสารโดยใช้สื่อมวลชนประเภท วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนต์ รวมถึงสิ่งพิมพ์ต่างๆ ได้แก่ นิตยสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นต้น เพื่อการติดต่อไปยังผู้รับสารจ นานวนมากซึ่งเป็นมวลชนหรือกลุ่มคนให้ได้รับข้อมูล ข่าวสารเดียวกันในเวลาพร้อมๆหรือไล่เลี่ยกัน (ฝากจิต ปาณินทร ลาภจิตร, 2556: 2)

ซึ่งการสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมนั้น จะมีการใช้สื่อเป็นตัวกลางซึ่งจะสื่อ่นั้นจะมาในรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามกระแสของยุคสมัยนั้นๆ ซึ่งวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลนั้นก็ไม่ใช่แนวเพลงดั้งเดิมของสังคมไทย เพลงเมทัลเป็นแนวเพลงของกลุ่มวัยรุ่นในยุคสมัยก่อนที่ได้มีเปิดรับวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลมาจากชาวต่างชาติ ได้มีการเริ่มเข้ามาขยายอิทธิพลทางด้านวัฒนธรรมต่างๆในประเทศไทย อาทิเช่นการแต่งกาย การดำเนินชีวิต รสนิยมในการฟังเพลง แต่วัฒนธรรมต่างๆเหล่านั้นก็เป็นสิ่งที่อยู่คู่กับวัยรุ่นไทยมาอย่างยาวนาน การสื่อสารของวัยรุ่นที่ชื่นชอบแนวเพลงเมทัลนั้นมักจะจะเป็นไปตามรูปแบบของวัฒนธรรมย่อยทางสังคม ซึ่ง Micheal Brake(1990) ได้อธิบายไว้ว่า “ลักษณะโดยทั่วไปของวัฒนธรรมย่อยก็คือรูปแบบ (Style) กล่าวคือ กลุ่มที่มีวัฒนธรรมย่อยที่โดดเด่นและแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆก็คือกลุ่มที่มีการใช้รูปแบบในเชิงสัญลักษณ์รูปแบบหนึ่ง”

รูปแบบทำให้เกิดตัวบ่งชี้ (Indicator) ที่สำคัญหลายประการ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. รูปลักษณ์ รูปลักษณ์ภายนอกที่ประกอบด้วยเครื่องแต่งกาย ข้าวของเครื่องใช้เช่น ทรงผม เครื่องประดับ วัตถุต่างๆ

2. การประพฤติปฏิบัติตัว ซึ่งรวมถึงการแสดงออก กิริยาท่าทาง

3. ภาษาของกลุ่ม ได้แก่ คำศัพท์พิเศษ และวิธีการพูดออกมา

ดังนั้นเมื่อกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบแนวเพลงเมทัลจึงได้ถูกเรียกได้ว่ากลุ่มที่มีวัฒนธรรมย่อย มีลักษณะการใช้ชีวิต การแต่งกาย รสนิยมในการฟังเพลง และการสื่อสารที่ไม่มีรูปแบบที่ตายตัวในช่วงระยะเวลาหนึ่ง แต่เมื่อมีการรวมกลุ่มหรือได้เข้ากลุ่มกับคนที่ชื่นชอบในแนวเพลงเมทัลที่เหมือนกัน รวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมทางด้านดนตรีมักจะมีรูปแบบของการพูดคุยโต้ตอบกัน โดยใช้คำศัพท์เฉพาะที่รู้จักกันภายในกลุ่มเป็นภาษาในการพูดคุยสนทนากัน คนในกลุ่มจะมีความชอบที่เหมือนหรือคล้ายกันจะสามารถเข้าใจได้

แต่เมื่อวัยรุ่นได้มีการสื่อสาร พูดคุยกับเพื่อนกลุ่มอื่นๆหรือคนอยู่รอบตัวนั้นกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบเพลงแนวเมทัลนั้นจะใช้ภาษาในการสนทนาแบบปกติทั่วไป ไม่มีคำศัพท์เฉพาะหรือคำแสดงเข้ามาอยู่ในการสนทนา จึงเป็นที่มาในการทำให้กลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบแนวเพลงเมทัลนั้นไม่มีรูปแบบการสื่อสารในชีวิตประจำวันที่มีรูปแบบที่ตายตัว

กระบวนการการเผยแพร่วัฒนธรรมในสมัยก่อนนั้นจะมาจากสื่อวิทยุ แผ่นเสียง โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ หรืออาจจะเป็นการพูดแบบปากต่อปาก แต่เมื่อยุคสมัยได้มีการเปลี่ยนไปรูปแบบการสื่อสารที่เคยใช้ก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย จึงทำให้วิธีการและขั้นตอนต่างๆในการสื่อสารนั้นการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเป็นอย่างมาก เช่นในสมัยก่อนเมื่อเราต้องการทราบข่าวสารข้อมูลมักจะหาได้จากหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ แต่ปัจจุบันเทคโนโลยีมีความทันสมัยมากขึ้น ช่องทางในการเปิดรับข่าวสารข้อมูลได้มีการปรับเปลี่ยนมารับข้อมูลข่าวสารทางสื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูป แทนกันมากขึ้น เพราะสามารถอำนวยความสะดวกสบายรวดเร็ว และเข้าถึงได้ทุกที่จึงทำให้ผู้ใช้ได้มีตัวเลือกในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น ด้วยการดำเนินชีวิตที่มีการเปลี่ยนแปลงไปของกลุ่มวัยรุ่นไทยในปัจจุบันซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี SMCR ของเบอร์โล (Berio)

ทฤษฎี S M C R ประกอบด้วย

ผู้ส่ง (source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ “การเข้ารหัส” (encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้อย่างดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย

ข้อมูลข่าวสาร (message) เกี่ยวข้องด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสาร

ช่องทางในการส่ง (channel) หมายถึง การที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสาร ข้อมูลโดยผ่านประสานทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น

ผู้รับ (receiver) ต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ “การถอดรหัส” (decode) สาร เป็นผู้ที่มีความทัศนคติ ระดับความ และพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรม เช่น เดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งจึงจะทำให้การสื่อสารความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล ตามลักษณะของทฤษฎี S M C R นี้ มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและรับที่จะทำการสื่อสารความหมายนั้นได้ผลสำเร็จหรือไม่เพียงใด ได้แก่

ทักษะในการสื่อสาร (communication skills) หมายถึง ทักษะซึ่งทั้งผู้ส่งและผู้รับควร จะมีความชำนาญในการส่งและการรับเพื่อให้เกิดความเข้าใจกันได้ถูกต้อง เช่น ผู้ส่งต้องมีความสามารถในการเข้ารหัสสาร มีการพูดโดยใช้ภาษาพูดที่ถูกต้อง ใช้คำพูดที่ชัดเจนฟังง่าย มีการแสดงสีหน้าหรือท่าทางที่เข้ากับการพูด ท่วงทำนองลีลาในการพูดเป็นจังหวะ น่าฟัง หรือการเขียนด้วยถ้อยคำสำนวนที่ถูกต้องสละสลวยน่าอ่าน เหล่านี้เป็นต้น ส่วนผู้รับต้องมีความสามารถในการถอดรหัสและมีทักษะที่เหมือนกันกับผู้ส่ง โดยมีทักษะการฟังที่ดี ฟังภาษาที่ผู้ส่งพูดมารู้เรื่อง หรือสามารถอ่านข้อความที่ส่งมานั้นได้ เป็นต้น

ทัศนคติ (attitudes) เป็นทัศนคติของผู้ส่งและผู้รับซึ่งมีผลต่อการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งและผู้รับ มีทัศนคติที่ดีต่อกันจะทำให้การสื่อสารได้ผลดี ทั้งนี้เพราะทัศนคติย่อมเกี่ยวข้องไปถึงการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับด้วย เช่น ถ้าผู้ฟังมีความนิยมชมชอบในตัวผู้พูดก็มักจะมี ความเห็นคล้อยตามไปได้ง่าย แต่ในทางตรงข้าม ถ้าผู้ฟังมีทัศนคติไม่ดีต่อผู้พูดก็จะฟังแล้วไม่ เห็นชอบด้วยและมีความเห็นขัดแย้งในสิ่งที่พูดมานั้น หรือถ้าทั้งสองฝ่ายมีทัศนคติไม่ดีต่อกัน ท่วงทำนองหรือนำเสียงในการพูดก็อาจจะห้วนห้าวไม่น่าฟัง แต่ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อกันแล้วมักจะพูด กันด้วยความไพเราะอ่านหวานน่าฟัง เหล่านี้เป็นต้น

ระดับความรู้ (knowledge levels) ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีระดับความรู้เท่าเทียมกันก็จะทำให้ การสื่อสารนั้นลุล่วงไปด้วยดี แต่ถ้าหากความรู้ของผู้ส่งและผู้รับมีระดับที่แตกต่างกันย่อมจะต้องมี การปรับปรุงความยากง่ายของข้อมูลที่จะส่งในเรื่องความยากง่ายของภาษาและถ้อยคำสำนวนที่ใช้ เช่น ไม่ใช่คำศัพท์ทางวิชาการ ภาษาต่างประเทศ หรือถ้อยคำยาว ๆ สำนวนสลับซับซ้อน ทั้งนี้ เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อความเข้าใจ ตัวอย่างเช่น การที่หมอรักษาคณ ใช้แล้วพูดแต่คำศัพท์ การแพทย์เกี่ยวกับโรคต่าง ๆ ย่อมทำให้คนไข้ไม่เข้าใจว่าตนเองเป็นโรคอะไรแน่หรือพัฒนาการจาก ส่วนกลางออกไปพัฒนาหมู่บ้านต่าง ๆ ในชนบทเพื่อให้คำแนะนำทางด้านการเกษตรและเลี้ยงสัตว์

แก่ชาวบ้าน ถ้าพูดแต่ศัพท์ทางวิชาการโดยไม่อธิบายด้วยถ้อยคำภาษาง่าย ๆ หรือไม่ใช้ภาษาท้องถิ่น ก็จะทำให้ชาวบ้านไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดได้ หรือในกรณีของการใช้ภาษามือของผู้พิการทางโสต ถ้าผู้รับไม่เคยได้เรียนภาษามือ มาก่อนทำให้ไม่เข้าใจและไม่สามารถสื่อสารกันได้ เหล่านี้เป็นต้น

ระบบสังคมและวัฒนธรรม (socio - culture systems) ระบบสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติเป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในประเทศนั้น ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติ สังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติย่อมมีความแตกต่างกัน เช่น การให้ความเคารพต่อผู้อาวุโส หรือวัฒนธรรมการกินอยู่ ฯลฯ ดังนั้น ในการติดต่อสื่อสารของบุคคลต่างชาติต่างภาษา จะต้องมีการศึกษาถึงกฎข้อบังคับทางศาสนาของแต่ละศาสนาด้วย

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Scharm, 1973) กล่าวถึงหลักการทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effect) และผลที่จะได้ (Promise of reward) ซึ่งอยู่ในรูปของสูตรการเลือกรับข่าวสารดังนี้

$$\text{การเลือกรับข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้}}$$

ภาพที่ 5.1 สูตรการเลือกรับข่าวสาร

จากสูตรนี้จะเห็นได้ว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้ตัว สามารถเลือกรับได้ง่ายและมีสาระประโยชน์ต่อตนเอง ในการเลือกนั้นอาจมีสาเหตุอื่น ๆ อีก เช่น ประสบการณ์ต่างกัน ความสามารถในการประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ตลอดจนสภาวะทางสังคมและจิตใจของแต่ละคน (3) การผลิตซ้ำ แบ่งออกเป็นสองรูปแบบย่อย ได้แก่ การผลิตผลงานแนวเพลงเมทัลขึ้นมาใหม่ตามแนวคิดของตนเอง และการนำเพลงเมทัลรุ่นเก่าไปโคฟเวอร์ แล้วนำมาเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆด้วยการผลิตทั้งสองรูปแบบนี้ ทำให้กระแสแนวเพลงเมทัลที่ไม่ใช่เพลงกระแสหลักที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย ได้กลายเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นทั้งการนำเพลงเมทัลรุ่นเก่ามาโคฟเวอร์และแต่งขึ้นใหม่โดยได้รับแรงบันดาลใจก็ล้วนทำให้ค่ายเพลงและสื่อบางประเภทให้ความสนใจและเปิดโอกาสให้กับกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบแนวเพลงเมทัลได้สัมผัส เรียนรู้วัฒนธรรมแนวเพลงเมทัล โดยเปิดให้มีการจัดงานแสดงคอนเสิร์ตใหญ่ และเชิญศิลปินเมทัลที่ได้รับความนิยมจากต่างประเทศมาทำการแสดงคอนเสิร์ตให้วัยรุ่นไทยที่ชื่นชอบได้รับชม แต่การแสดงคอนเสิร์ตนั้นจะเป็นการจัดงานที่ใหญ่หรือ

เล็กก็ตาม วัยรุ่นที่ชอบเพลงแนวเมทัลและกลุ่มคนที่ติดตามเพลงแนวนี้ ยังให้การสนับสนุนงานคอนเสิร์ตเพลงเมทัลที่ตนเองชื่นชอบนั้นเป็นอย่างดี จึงทำให้แนวเพลงเมทัลยังสามารถขับเคลื่อนอยู่ในสังคมไทยได้ต่อไป แม้จะไม่ได้เป็นแนวเพลงที่มีกลุ่มคนให้ความสนใจ และมีสื่อที่คอยให้การสนับสนุนอย่างเพลงในกระแสหลักอยู่นั้น กลุ่มศิลปินเพลงเมทัลในไทยและกลุ่มแฟนคลับวัยรุ่นไทยก็ยังคงรักษาความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมทางดนตรีเมทัลของตนเองไว้

3. วิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทย

วิถีชีวิตวัยรุ่นไทย แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) การสร้างกลุ่มย่อยทางสังคมที่เรียกว่า แฟนคลับ โดยการรวมตัวของกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบแนวเพลงเมทัลที่สื่อสารถึงกัน การแบ่งปันข้อมูลข่าวสารผลงานเพลง การทำกิจกรรมร่วมกันซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับ “แฟน” (fan) และ “แฟนดอม” (Fandom) ของ Robert Escarpit (อ้างถึงใน ดวงพร บุญกลม สวัสดิ์, 2549, น. 28) ได้พูดถึง “Group set” ว่าเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน และไม่รู้ตัวว่ามีคนที่มีลักษณะความชอบคล้ายคลึงกัน จนกระทั่งสื่อเข้ามาเผยแพร่ สื่อทำให้เกิด “ปฏิสัมพันธ์” (Interaction) กันระหว่างคนในกลุ่มและทำให้เกิดกลุ่มใหม่ขึ้น โดยที่สื่อเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างวัฒนธรรมกลุ่มให้กับผู้รับสารโดยผู้รับสารมีโอกาสที่จะเลือกรับสารหรือสื่อที่ตนคิดว่า “เหมาะสมซึ่งถือได้ว่ากลุ่มแฟนคลับที่มีการรวมตัวกันในงานแสดงคอนเสิร์ตนั้นเป็นอีกหนึ่งตัวช่วยที่มีความสำคัญต่อการสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทย และได้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง วัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่น (Youth Sub-culture) ซึ่ง F. Phillip Rice (1987) (อ้างถึงใน นนทิพัฒน์ ไชยโสดา, 2555, น.11) ได้กล่าวถึงสัญลักษณ์ที่เป็นการแสดงออกถึงรูปแบบต่างๆ ของวัฒนธรรมวัยรุ่น ไว้ซึ่งการแต่งกายเป็นสิ่งที่แสดงวัฒนธรรมวัยรุ่นได้อย่างชัดเจนที่สุด เพราะเป็นหนทางสำคัญที่วัยรุ่นค้นพบและแสดงออกความเป็นตัวของตัวเอง รูปแบบการดำเนินชีวิตปรัชญาทางการเมือง รวมทั้งการแต่งกายเป็นการทำให้วัยรุ่นมั่นใจในอัตลักษณ์ของตนเองและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคมของตน ด้วยยุคสมัยที่มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหลักที่มีความนิยมกันอย่างแพร่หลาย วัยรุ่นที่ชื่นชอบแนวเพลงเมทัลจึงใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการสื่อสารหลักด้วยเช่นเดียวกัน อันเนื่องมาจากความสะดวกสบาย ความรวดเร็วในด้านต่างๆ ทำให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีข่าวสารและเนื้อหาที่ครบถ้วน อีกทั้งยังสามารถแบ่งปันรูปภาพเพื่อบรรยายเหตุการณ์เรื่องราวในชีวิตประจำวันที่มีการทำกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆตนเองได้ไปร่วมกิจกรรมนั้นมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง การนำเสนอเนื้อหาทางเฟซบุ๊กแฟนเพจในประเทศไทยของ (กนกวรรณ คุณภักดิ์, 2555) ซึ่ง กล่าวว่า เนื้อหาข่าวสารที่ถูกนำเสนอผ่าน เฟซบุ๊กแฟน

เพลงในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นสารที่ไม่ใช้คำพูด (Nonverbal message codes) คือรูปภาพ แต่ก็มีในส่วนที่เป็นรหัสของสารที่ใช้คำพูด (Verbal message codes) คือ ข้อความประกอบกันไปด้วย โดยการจัดสาร (Treatment) ในที่นี้คือรูปแบบ การใช้ภาษาจะใช้เป็นภาพหรือข้อความที่เข้าใจง่าย ตรงไปตรงมา ไม่มีการใช้คำที่ยาก หรือซับซ้อน มีการกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) ที่ชัดเจน ด้วยเหตุผลเหล่านี้จึงทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อหลัก ที่สะดวก และง่ายต่อการใช้งานไม่ว่าวัยรุ่นที่ชื่นชอบเพลงแนวใดก็ตามจึงไม่สามารถปฏิเสธการสื่อสารที่มีความสะดวกสบายอย่างสื่ออินเทอร์เน็ต (2) การใช้เวลาว่าง ศึกษา เรียนรู้ พัฒนาทักษะทางดนตรี การพักผ่อนหย่อนใจ (อ้างถึงใน Kraus, 1990: 54) กล่าวถึงการใช้เวลาว่างไว้ว่า การใช้เวลาว่างคือโอกาสในการพัฒนาร่างกาย จิตใจ และวิญญาณ เนื่องจากเป็น โอกาสที่บุคคลได้เรียนรู้สิ่งต่างๆ เป็นการปลดปล่อยอารมณ์ความรู้สึก เป็นการหยุดพักเพื่อฟื้นฟูสภาพจิตใจ และเป็นการค้นหาคำตอบให้กับชีวิต อีกทั้งยังเพิ่มประสบการณ์ทางดนตรีเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการพูดคุย เผยแพร่ แบ่งปันกับกลุ่มแฟนเพลงที่มีความชอบในแนวเพลงเมทัลเหมือนกันในการแลกเปลี่ยนทัศนคติและเทคนิคในการเล่น ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในเพลงเมทัลซึ่งต้องใช้การฝึกฝนอย่างชำนาญ (3) ค่านิยมในการฟังและเล่นดนตรีที่มีความรุนแรง เพื่อปลดปล่อยความรู้สึกทางอารมณ์ที่คั่งค้างอยู่ในจิตใจ ผ่านทางบทเพลงแนวเมทัลที่ทำให้วัยรุ่นที่ฟังมีความรู้สึกผ่อนคลายเหมือนได้ปลดปล่อยความเป็นตัวเองออกจากความเครียดในเรื่องต่างๆ ของชีวิตประจำวัน ทำให้ผู้ฟังรู้สึกสนุกสนาน ตื่นตัวและมีกำลังใจในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ เพราะในเนื้อเพลงแนวเมทัลมักจะแฝงไปด้วยความหมายที่ทำให้ผู้ฟังได้เห็นถึงความเป็นไปของชีวิตมนุษย์และสังคมในปัจจุบันผ่านบทเพลงและตัวโน้ต

จากผลการวิจัยพบว่า

1. วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่จะมีวิถีชีวิตในการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในช่องทางที่สามารถเปิดรับและสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น อีกทั้งเป็นช่องทางที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับตนเองได้มาก

2. ช่องทางที่เลือกใช้นั้นมักเป็นช่องทางที่เป็นสื่อหลัก สะดวก และง่ายต่อการใช้งาน ไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายามและการใช้ทักษะความสามารถในด้านต่างๆมากนัก

ดังนั้นสื่ออินเทอร์เน็ตจึงเป็นสื่อที่วัยรุ่นไทยที่ชื่นชอบแนวเพลงเมทัลนั้นเลือกใช้ในการสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลในยุคปัจจุบัน

ผลการทดสอบข้อสันนิษฐาน

ข้อสันนิษฐาน ช่องทางในการสื่อสารของวัยรุ่นไทยที่มีความชื่นชอบแนวเพลงเมทัลนิยมใช้ช่องทางของสื่ออินเทอร์เน็ตในการสื่อสาร

การสื่อสารของวัยรุ่นไทยที่มีความชื่นชอบแนวเพลงเมทัล ผลการทดสอบข้อ

สันนิษฐานพบว่า ผลการวิจัย กลุ่มวัยรุ่นไทยที่ชื่นชอบเพลงเมทัลนั้นนิยมใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการสื่อสาร มีปฏิสัมพันธ์กัน เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตในปัจจุบันนั้นเป็นสื่อที่มีความนิยมกันอย่างแพร่หลาย อีกทั้งยังเป็นสื่อที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารในเรื่องต่างๆของวัยรุ่นไทย ซึ่งได้ไปสอดคล้องกับแนวคิดของ เคนท์ เวอร์ทาม และเอียน เฟนวิกค์ (Kent Wertime and Ian Fenwick) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับ สื่อใหม่(New Media) และการตลาดดิจิทัล ประกอบด้วย “อิสระ 5 ประการ” (5 Freedoms) ได้แก่

1. อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from Scheduling) เนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการและไม่จำเป็นต้องชมเนื้อหาต่างๆ ตามเวลาที่กำหนด

2. อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from Geographical Boundaries) เนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลเป็นเนื้อหาที่รับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับหรือค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้แล้วแต่ความต้องการของบุคคลแต่ละคน

3. อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom to Scale) มีเนื้อหาที่สามารถย่อหรือปรับขยายขนาดหรือเครือข่ายได้เช่น การปรับเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงก็ได้

4. อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from Formats) เนื้อหาแบบดิจิทัลไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบ หรือลักษณะที่ตายตัวสื่อดั้งเดิม เช่น สปอร์ตโฆษณามาตรฐานทางโทรทัศน์ถูกกำหนดว่าต้องมีความยาว 30 วินาทีสื่อสิ่งพิมพ์ต้องมามีครึ่งหน้าหรือเต็มหน้าเป็นต้น แต่สื่อดิจิทัลเช่น ไฟล์วิดีโอภาพที่ถ่ายจากกล้องในโทรศัพท์ มือถือแล้วนำลงไปไว้ในเว็บไซต์จะต้องมีความยาวกี่วินาทีหรือมีความละเอียดของไฟล์เป็นเท่าไรก็ได้เป็นต้น

5. อิสระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหาลงสู่ผู้บริโภคเริ่มสร้าง และควบคุมเนื้อหาเอง (From Marketer-Driven to Consumer-Initiated, Created and Controlled) ด้วยพัฒนาการเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้เหมือนอดีตเน้นเนื้อหาที่พบในบล็อก(Blog)หรือคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ของYouTubeและสื่อผสมใหม่ๆอาจสร้างสรรค์จากผู้บริโภคคนใดก็ได้เกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภค (Consumer-Created Content) หรือเป็นคำพูดแบบปากต่อปากฉบับออนไลน์(Online Word-of-Mouth)ที่แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับ ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์(2551 : 43)กล่าวถึงคุณลักษณะของสื่อใหม่ ว่าสื่อใหม่เป็นสื่อที่ตอบสนองความต้องการสารสนเทศได้ตามความต้องการ เปิดรับสารของผู้รับสารมากที่สุด เพราะสื่อใหม่สามารถสร้างโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการบรรจุเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารได้อย่างเป็นระบบ มีการค้นหาข้อมูลที่ต้องการง่ายอันจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในงานเผยแพร่และ

รวบรวมข้อมูลข่าวสารได้มากกว่าอีกทั้งยังใช้คุณสมบัติของระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผสมผสานสื่อต่างๆที่เรียกว่าสื่อผสมผสาน

จากแนวคิดอธิบายให้เห็นว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีความอิสระในด้านต่างๆทั้งทางด้านเวลา ด้านระยะทาง ด้านขนาด ด้านรูปแบบและด้านของการควบคุมสื่อ ซึ่งข้อดีต่างๆทั้ง 5 ด้านนี้ ส่งผลให้กลุ่มวัยรุ่นไทยที่ชื่นชอบแนวเพลงเมทัลสามารถสนองความต้องการของตนเองและผู้อื่นได้

3. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการเผยแพร่วัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลผ่านการสื่อสารของวัยรุ่นไทยประเภทสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และการแสดงคอนเสิร์ต ซึ่งผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าช่องทางการสื่อสารนั้นมีความสำคัญเป็นอันมากในการสืบทอดวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทย เมื่อได้เริ่มมีการเปิดรับสื่อต่างๆ จึงทำให้มีการเปิดรับวัฒนธรรมและการเรียนรู้เพิ่มขึ้น จนทำให้มีการสืบทอดวัฒนธรรมเป็นมาเป็นรุ่นๆของวัยรุ่นไทยจากยุคสมัยหนึ่งสู่อีกยุคสมัยหนึ่ง ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดว่าควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนในด้านต่างๆให้กับวัยรุ่นไทยที่ได้มีการนำเอาวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลนั้นมาปรับและประยุกต์ใช้กับสังคมไทย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกลุ่มศิลปินนักร้องและวัยรุ่นที่ชื่นชอบเพลงแนวเมทัลในไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับกลุ่มศิลปินเมทัลไทย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะสื่อออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถสืบทอดแนวเพลงเมทัลของวัยรุ่นไทยเท่านั้น จึงควรมีการศึกษาสื่อประเภทอื่นที่วัยรุ่นใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในอนาคตว่ามีสื่อใหม่ประเภทใดที่วัยรุ่นไทยนิยมใช้ในการสื่อสารวัฒนธรรมแนวเพลงเมทัลหรือไม่โดยเฉพาะสื่อที่กำลังได้รับความนิยม

2. ควรมีการศึกษาเจาะลึกในรายละเอียดของแนวเพลงเมทัลแต่ละประเภทว่ามีการใช้สื่อใดในการติดต่อสื่อสารเผยแพร่วัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกันอย่างไรและในการสื่อสารนั้นมีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของตนเองหรือครอบครัวในด้านใดบ้าง

3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 15-25 ปีเท่านั้น จึงควรมีการศึกษากับกลุ่มช่วงวัยอื่นๆ โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงานซึ่งมีประสบการณ์ในการฟังและศึกษา

แนวเพลงเมทัลมายาวนานกว่าวัยรุ่นในปัจจุบัน

4. การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลในครั้งต่อไป ผู้วิจัยเสนอให้เลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีประสบการณ์ในการฟังแนวเพลงเมทัลที่มีความรู้และความสนใจแนวเพลงเมทัลเกิน 5 ปีขึ้นไป เพื่อให้เกิดการขยายขอบเขตของการศึกษาการสื่อสารเพื่อการสืบทอดเพลงเมทัลต่อไปได้มากยิ่งขึ้น

