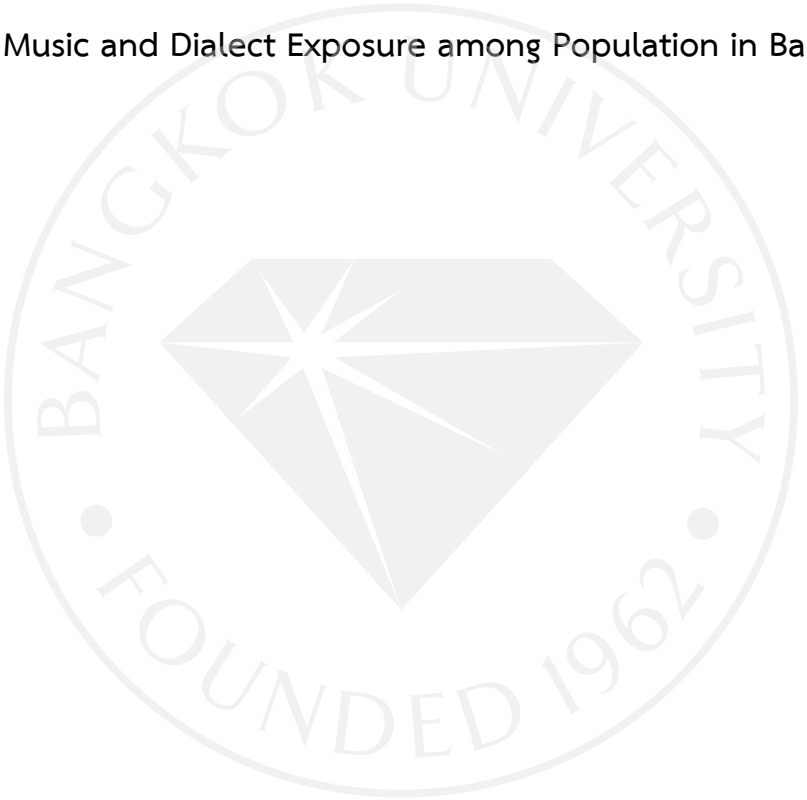
การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

The Relationship between the Use of Dialect in Thai Indie Country Music and Dialect Exposure among Population in Bangkok



การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

The Relationship between the Use of Dialect in Thai Indie Country Music and Dialect Exposure among Population in Bangkok

เอรีน จาไผ่

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย เอรีน จาไผ่

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง

ผู้เชี่ยวชาญ รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

เอรีน จาไผ่. ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์), สิงหาคม 2565, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (60 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. องอาจ สิงห์ลำพอง

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ G*Power ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 138 คน เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์โดยใช้วิธีสุ่มตามสะดวก (Convenient Sampling) และคัดกรองผู้ที่เคยฟังเพลงลูกทุ่งอินดี้ ทำการเก็บข้อมูลช่วงเดือน มิถุนายน-กรกฎาคม พ.ศ. 2565 ทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือด้วยสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ช แอลฟา (Cronbach's Alpha-Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น .920, .907 และ .963 สถิติที่ใช้วิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าแปรปรวนทางเดียว และสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการทดสอบพบว่า ลักษณะทางด้านประชากรที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ คุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้และช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และผลวิเคราะห์ระดับการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ มีการเปิดรับการสื่อสารอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้, ภาษาถิ่น, คุณภาพการผลิต, ช่องทางการเผยแพร่, พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่น

Chapai, E. Master of Communications Arts (Strategic Communications), August 2022, Graduate School, Bangkok University.
The Relationship between the Use of Dialect in Thai Indie Country Music and Dialect Exposure among Population in Bangkok (60 pp.)
Advisor: Asst. Prof. Ongart Singlumpong, Ph.D.

ABSTRACT

The objective of this study is to examine the level of quality of Thai indie country music that uses regional dialect, to comprehend the distribution system that provides access to such music genre and to comprehend Bangkok residents' attitudes toward such genre. This study is a compilation of data that was acquired online from a convenient sampling group of 138 people who listened to Thai indie country music utilizing G*Power calculation during June–July, 2022. Cronbach's Alpha-Coefficient, which has a confidence level of .920 .907 and .963, is used to evaluate the content's accuracy and dependability. The statistical method utilized is known as "descriptive statistics," and it includes frequency, percentage, average, and standard deviation, along with inferential statistics such as One-way ANOVA analysis and Pearson's correlation coefficient statistics.

From the study we have founded that Thai indie country music despite their demographical difference; there is no obvious connection between their attitudes toward regional Thai indie music. The content quality of regional Thai indie music has a significant impact on the audiences' perception. In addition, the perception of the audiences and the distribution method for Thai indie music are directly related. Furthermore, according to the study, audiences have a very positive perception of Thai indie country music.

Keywords: Thai Indie Country Music, Regional Dialect, Distribution Channel, Behavior of Exposure in Dialect Communication.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง (คุณพ่อ) อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ได้สละเวลาให้ความรู้ ชี้แนะแนวทาง ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์ และได้รู้จักคำว่า “Master” อย่างแท้จริง ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พรหม ชมงาม (คุณแม่) ที่ให้ความช่วยเหลือและความกรุณาในทุก ๆ ด้าน และได้รู้จักคำว่า “เมตตา” อย่างแท้จริง

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ วัฒนา สุนทรธัย ที่ให้คำปรึกษาถ่ายทอดความรู้เรื่องสถิติและให้คำแนะนำเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ คุณวิชญา ปัญญารัตน์ คุณนัฐพงศ์ ยาวิละ คุณกมล ขันนอก และเพื่อนทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และให้คำแนะนำ และเป็นกำลังใจให้อย่างดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ งานวิจัยนี้จะเกิดไม่ได้หากขาดคณาจารย์ทุกท่านในหลักสูตรการสื่อสารเชิงกุลยุทธ์ ที่ได้มอบความรู้จนสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยให้เสร็จสมบูรณ์ กราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

เอรีน จาไผ่

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตการวิจัย	4
1.4 คำถามของงานวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.6 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	4
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์	6
2.2 แนวคิดการพัฒนาเทคโนโลยีของกระบวนการผลิตเพลง	8
2.3 แนวคิดการผสมผสานของดนตรีสากลกับเครื่องดนตรีประจำถิ่นและการใช้ภาษาถิ่น	9
2.4 ทฤษฎีในการเปิดรับสื่อ	11
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.6 สมมติฐานการวิจัย	17
2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย	18
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทงานวิจัย	19
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	19
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	20
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	21
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	23
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	23

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 24

4.2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ 28

4.3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสมมติฐาน 34

บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา 43

5.2 อภิปรายผล 47

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย 50

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป 50

บรรณานุกรม 51

ภาคผนวก 53

ประวัติผู้เขียน 60

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 4.1:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	24
ตารางที่ 4.2:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	25
ตารางที่ 4.3:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	25
ตารางที่ 4.4:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	26
ตารางที่ 4.5:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	26
ตารางที่ 4.6:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เพลงผ่าน Social Media	27
ตารางที่ 4.7:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเข้ารับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้	28
ตารางที่ 4.8:	การแปลความระดับการเปิดรับการสื่อสารเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น	28
ตารางที่ 4.9:	แสดงให้เห็นถึงการนำเสนอค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลระดับของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น	29
ตารางที่ 4.10:	แสดงให้เห็นถึงการนำเสนอค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลระดับของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น	31
ตารางที่ 4.11:	แสดงให้เห็นถึงการนำเสนอค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลระดับของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้	32
ตารางที่ 4.12:	ผลการทดสอบการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ จำแนกตามเพศ	35
ตารางที่ 4.13:	ผลการทดสอบการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ จำแนกตามอายุ	35
ตารางที่ 4.14:	ผลการทดสอบการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ จำแนกตามระดับการศึกษา	36
ตารางที่ 4.15:	ผลการทดสอบการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ จำแนกตามอาชีพ	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.16: ผลการทดสอบการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 38

ตารางที่ 4.17: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ 39

ตารางที่ 4.18: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ 41

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดการวิจัย 18

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เพลงอยู่คู่กับมนุษย์มาทุกยุคทุกสมัย ทำหน้าที่ต่าง ๆ ให้กับมนุษย์มาช้านาน เช่น ครั้งหนึ่งมนุษย์เคยใช้เครื่องเป่าแตรเป็นวง กลองเป็นชุด ที่มีจังหวะ มีระดับเสียง มีการประสานเสียงกันอย่างเป็นรูปแบบในการทำศึกสงคราม เพื่อสั่งเป็นสัญญาณให้ทหารเดินทัพไปข้างหน้า ทางซ้าย ทางขวา หรือถอยทัพ หรือใช้เป็นการสื่อสารระยะไกลในหมู่บ้าน เพื่อส่งสัญญาณเตือนภัย หรือแม้แต่ในการสร้างความศักดิ์สิทธิ์ให้แก่พิธีกรรมทางลัทธิศาสนาต่าง ๆ แต่ในยุคปัจจุบันถึงสิ่งเหล่านั้นจะมีอย่างอื่นมาทดแทนไปแล้ว แต่เพลงเหล่านั้นก็ไม่ได้ถูกทิ้งหายไปไหนเพราะแต่ละชนชาติก็ได้มีการสืบสานกันต่อมา เพื่อบอกถึงความมีอารยธรรม ตัวตนของชนชาติจนเป็นวัฒนธรรมประจำชาติสืบต่อกันมา เช่น กลองไทโกะของญี่ปุ่น หรือแตรเฟรนช์ฮอร์นของฝรั่งเศสที่เมื่อก่อนเคยทำหน้าที่เฉกเช่นนักรบ แต่ปัจจุบันได้เปลี่ยนเป็นสิ่งที่ให้ความบันเทิงกับมนุษย์ตามวาระต่าง ๆ ซึ่งในหนึ่งเพลงมีส่วนประกอบทั้งเนื้อร้อง ทำนอง จังหวะ มีแนวของดนตรี เช่น แนวป๊อป ร็อค แจ๊ส เร้กเก้ คันทรี ฯลฯ ส่วนแนวดนตรีของไทยจะแบ่งเป็นเพลงลูกทุ่ง เพลงลูกกรุง เพลงไทยสากล นอกจากหน้าที่เหล่านั้น เพลงยังคงมีหน้าที่ใหม่ ๆ เกิดขึ้นเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัย ในปัจจุบันเพลงยังทำหน้าที่เป็น Soft Power เป็นการสื่อสารส่งต่อทางวัฒนธรรมและยังเป็นธุรกิจที่มีผลรายได้รวมของตลาดไม่แพ้สินค้าอื่น ๆ อีกด้วย

หลังจากรายได้ของอุตสาหกรรมเพลงของโลกและไทยเพลงต้องเจอกับวิกฤติรายได้ลดลงอย่างยาวนานนับตั้งแต่เราเริ่มรู้จักคำว่าเทปผี ซีดีเถื่อน และการดาวน์โหลดและแชร์แบ่งปัน MP3 บนโลกออนไลน์มาฟังแบบฟรี ๆ โดยที่คนดาวน์โหลดคงลืมนึกถึงต้นทุนในการผลิตผลงานและการตลาดที่ค่ายเพลงต่าง ๆ ต้องใช้จ่าย ถึงแม้ว่าในปี พ.ศ. 2563 โลกต้องเจอกับสถานการณ์ความเลวร้ายจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 แต่กลายเป็นว่าอุตสาหกรรมเพลงกลับได้รับผลกระทบเพียงเล็กน้อย มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 7.4 % โดยเป็นการเติบโตต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 แล้ว และยังสามารถทำสถิติรายได้กว่า 2.16 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 6.72 แสนล้านบาท เทียบเท่าอุตสาหกรรมเพลงในยุคปี พ.ศ. 2545 ก่อนที่การดาวน์โหลดเพลงเถื่อนจะเฟื่องฟู

จากการให้ข้อมูลของนายอภิสิทธิ์ ไล่สัตรูไกล ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ CEA ในฐานะหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการสร้างสรรค์ ทาง CEA มีแผนที่จะใช้อุตสาหกรรมดนตรีและอุตสาหกรรม Creative Content ภาพยนตร์และวิดีทัศน์ การกระจายเสียง การพิมพ์ และซอฟท์แวร์ เป็น Soft Power โดยในส่วนของอุตสาหกรรมเพลงไทยสามารถสร้างผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจการจ้างงาน วัฒนธรรม และสังคม ซึ่งในช่วงปี

พ.ศ. 2563 อุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทยมีมูลค่าสูงถึง 1.4 พันล้านบาท มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.5 ต่อปี โดยถ้ามองถึงขนาดและกลไกการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมเพลงจะพบว่ารูปแบบการดำเนินธุรกิจ ของอุตสาหกรรมเพลงไทยแบ่งออกเป็นสามกลุ่ม ได้แก่ ค่ายเพลงขนาดใหญ่ ค่ายเพลงขนาดกลาง และขนาดเล็ก รวมไปถึงศิลปินกลุ่มอิสระ

จากรูปแบบอุตสาหกรรมเพลงในยุคก่อนที่นักร้องหรือศิลปินต่าง ๆ ต้องอาศัยกระบวนการผลิตการทำการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการจัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อวางขายผลงานเพลงตามช่องทางร้านค้าต่าง ๆ ได้ปิดฉากลงอย่างสมบูรณ์แบบ โดยในปัจจุบันวงการเพลงไทยได้เข้าสู่ยุคดิจิทัล (Digital) อย่างสมบูรณ์แบบทั้งในแง่ของการผลิตสร้างสรรค์ผลงานที่ทำได้ง่าย สะดวกรวดเร็วขึ้น ไม่จำกัดเวลา สถานที่ และมีต้นทุนที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับการผลิตเพลงในยุคก่อน อีกทั้งในปัจจุบันนักร้องศิลปินต่าง ๆ ยังสามารถผลิตผลงานได้หลากหลายแนว และเป็นอิสระทางความคิดมากขึ้น กล่าวคือ เมื่อไม่มีนายทุน ไม่มีเจ้าของเงิน ไม่มีค่ายเพลง ไม่มีนโยบายต่าง ๆ ของบริษัทเข้ามาคัดกรอง ควบคุม จำกัด หรือมาเกี่ยวข้องในกระบวนความคิดสร้างสรรค์ในสายการผลิต จึงทำให้ผลงานเพลงมีความหลากหลายมากขึ้น การนำเสนอผลงานเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชนก็เป็นไปได้ง่ายขึ้นกว่าเดิมอีกด้วย เนื่องจากไม่มีขั้นตอนในการผลิตสื่อวัสดุ เช่น แผ่นซีดี การพิมพ์ปก กล่องบรรจุหีบห่อ ที่มีต้นทุนสูง อีกทั้งในด้านการตลาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ต้องคอยจัดหาซื้อเวลา ซื้อหน้าหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือจองเวลาโฆษณาตามสถานีวิทยุ และรายการโทรทัศน์ที่มีเวลาจำกัดและราคาสูงมาก และส่วนใหญ่ถูกผูกขาดกับบริษัทหรือค่ายเพลงใหญ่เท่านั้น ค่ายเพลงขนาดเล็กหรือค่ายเพลงอิสระจึงมีโอกาสน้อยที่จะมีชื่อเสียงก้าวขึ้นมาได้

ด้วยการผลิตและการเผยแพร่ผลงานสู่สาธารณะทำได้ง่ายขึ้น โดยอาศัยสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เป็นช่องทางหลักในการนำเสนอผลงานนั้น นักร้องศิลปินนักแต่งหรือนักประพันธ์เพลงต่าง ๆ นิยมใช้พื้นที่สื่อต่าง ๆ นี้เป็นตัวกลางในการเผยแพร่ผลงานสู่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ เช่น ยูทูบ (YouTube) เฟซบุ๊ก (Facebook) และติ๊กต็อก (TikTok) เป็นต้น ที่เป็นทั้งสื่อในการเสนองานเพื่อสร้างชื่อเสียงสร้างรายได้และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในเวลาเดียวกันที่ไม่มีค่าใช้จ่ายหรือมีค่าใช้จ่ายต่ำช่องทางอื่น และเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้คนได้ทุกที่ทุกเวลาในโลกโดยไม่มีข้อจำกัดหรือพรหมแดนแบ่งกั้นใด ๆ เลย จึงทำให้เกิดกระแสการยอมรับกับผลงานเพลงในวงกว้างมากขึ้นแตกต่างไปจากยุคของค่ายเพลงสมัยก่อนที่เน้นเจาะจงไปเฉพาะกลุ่มเป็นเป้าหมายเท่านั้น เนื่องจากสื่อในยุคปัจจุบันสามารถเข้าถึงและส่งต่อแบ่งปันกันได้ง่าย อีกทั้งยังสามารถรู้จำนวนผู้รับชมรับฟังได้ด้วย ซึ่งเป็นการเรียกกระแสให้มีผู้ฟังกลุ่มอื่น ๆ เข้ามาสนใจและยอมรับในผลงานเพลงได้มากขึ้น ทั้งที่บางครั้งผู้ฟังที่ยอมรับในผลงาน ก็ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายหลักที่นักร้องศิลปินหรือนักเพลงตั้งใจให้ยอมรับในผลงานนั้นของตนเอง อย่างไรก็ตามในการสร้างสรรค์ผลงานเพลงของผู้ประพันธ์หรือศิลปินเพลงนั้นย่อมมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนอยู่แล้วว่าอยากให้ผู้ฟังได้รับรู้ได้เข้าใจ ยอมรับความหมายของเนื้อหาที่ตนเองได้

สร้างสรรค์ขึ้น แต่ในเวลาเดียวกันก็มีคนอีกจำนวนมากที่เข้ามาฟังเพราะความสนใจจากกระแสของสังคม เช่น มียอดวิวยอด ผู้รับชมสูง ข่าวสารของตัวตนของศิลปินคนนั้น ๆ ที่มีจุดเด่นน่าสนใจเป็นที่ยอมรับและสนใจของคนในสังคมในเวลานั้น จากการที่กล่าวมาแล้วในข้างต้นว่าในปัจจุบันผู้ผลิตเพลง นักประพันธ์เพลงนั้นสามารถทำงานกันได้ง่ายและสะดวกไร้ข้อจำกัดในเรื่องของการผลิต จึงทำให้มีอิสระในการสร้างสรรค์ผลงานได้ไม่จำกัดพื้นที่ และเผยแพร่ผลงานลงในสื่อเดียวกันหมด จึงทำให้คนในภูมิภาคต่าง ๆ สามารถผลิตผลงานออกมาตามความคิดความสามารถของตัวเองด้วยทักษะการขับร้อง ใช้เครื่องดนตรีพื้นบ้าน ท่วงทำนองท้องถิ่นรวมถึงภาษาตามถิ่นเกิดสอดแทรกเข้ามาอยู่ในผลงานอย่างต่อเนื่องมากมายและได้รับการยอมรับในสังคมวงกว้างแม้ว่าแตกต่างกันในด้านของภาษาและวัฒนธรรมโดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นเมืองหลวงของประเทศไทย

กระแสความนิยมเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่มีภาษาท้องถิ่น แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดตามสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ทั้งยอดวิว ยอดผู้ติดตาม การแชร์คอนเทนต์ (Content) การแชร์คลิปต่าง ๆ ของประชาชนที่ขยายวงกว้างไปถึงประชาชนคนกรุงขนานแท้ สื่อให้ทราบถึงความโด่งดังของบทเพลงนั้น ๆ อะไรคือสิ่งที่ทำให้เกิดการยอมรับเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ ที่มีภาษาท้องถิ่นในยุคปัจจุบันของประชาชนที่มีภูมิลำเนาในเขตกรุงเทพฯ อย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน การชื่นชม ชื่นชอบ การยอมรับผลงานเพลงเหล่านี้ เป็นเพราะการตามกระแสความนิยม เทคโนโลยี และการสื่อสารที่พัฒนาขึ้นทำให้คนกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับคนต่างจังหวัดมากขึ้น หรือเป็นเพราะผู้ฟังสามารถเข้าใจความหมายของภาษาถิ่นและวัฒนธรรม ที่ผู้ประพันธ์พยายามแฝงไว้ในเนื้อหาผ่านการถ่ายทอดน้ำเสียงและอารมณ์ของศิลปินได้ตามจุดมุ่งหมายหลักของผู้ประพันธ์เพลง

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาค้นคว้าเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนที่มีภูมิลำเนาในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานเพลงที่ถ่ายทอดเนื้อหาด้วยภาษาถิ่นให้เกิดการพัฒนายิ่งขึ้นไปอันเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิต ผู้ประพันธ์ ศิลปิน ทีมงานที่เกี่ยวข้องและกลุ่มผู้ฟังที่สนใจในผลงานเพลงแนวนี้เพื่อให้เกิดความสุขในการรับชมรับฟังมีอารมณ์ร่วม คล้อยตาม เข้าใจความหมายและวัฒนธรรมแฝงในบทเพลงนั้น ๆ ได้อย่างลึกซึ้ง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 138 คน โดยระบุประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือคนที่มีภูมิลำเนาในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ 15-55 ปี

1.4 คำถามของงานวิจัย

1.4.1 คุณภาพการผลิตมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

1.4.2 ช่องทางในการเผยแพร่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ของประชาประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

1.4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 สามารถนำข้อมูลด้านคุณภาพการผลิตมาปรับใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น

1.5.2 สามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางในการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมาปรับใช้เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงได้ง่ายขึ้น

1.5.3 สามารถนำความสัมพันธ์ระหว่างเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนมาพัฒนาผลงานเพลงให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารของผู้ฟัง

1.6 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

เพลงลูกทุ่งอินดี้ หมายถึง เพลงไทยลูกทุ่งที่มีความอิสระในการสร้างสรรค์ไม่ยึดติดในรูปแบบเดิม ทั้งรูปแบบการเรียบเรียงดนตรี วิธีการขับร้องและเนื้อหาภาษาที่ใช้ถ่ายทอดบทเพลง โดยใช้เครื่องดนตรีสากลและเครื่องดนตรีถิ่นต่าง ๆ มาผสมผสานในการบรรเลงแต่ยังคงสอดแทรกกลิ่นอายวัฒนธรรมประเพณีดนตรีพื้นบ้านในการถ่ายทอดบทเพลง

ภาษาถิ่น หมายถึง ภาษาเฉพาะของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวทั้งถ้อยคำและสำเนียงการพูดการออกเสียง เป็นต้น

คุณภาพการผลิต หมายถึง กระบวนการที่ผู้ผลิตมีทักษะความรู้ความสามารถในการสร้างสรรค์และถ่ายทอดผลงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ผลิต เช่น ทักษะในการขับร้อง ความสามารถในการเล่นดนตรี และความรู้ในในการบันทึกเสียง การเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ได้คุณภาพเสียงที่ดีที่สุดเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อกลุ่มผู้ฟัง

ช่องทางในการเผยแพร่ หมายถึง ช่องทางที่ใช้สำหรับการนำผลงานเพลงที่ผ่านกระบวนการผลิตสร้างสรรค์เสร็จแล้ว ส่งต่อไปยังกลุ่มผู้ฟังที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เช่น Facebook, Youtube และ Tiktok เป็นต้น

พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่น หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มคนที่รับข้อมูล ความคิด ความรู้สึก สามารถรู้เรื่องราวและเข้าใจความหมายของเนื้อหาเพลงภาษาถิ่น

บทที่ 2
วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ค้นคว้าภายใต้กรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

2.2 แนวคิดการพัฒนาเทคโนโลยีของกระบวนการผลิตเพลง

2.3 แนวคิดการผสมผสานของดนตรีสากลกับเครื่องดนตรีประจำถิ่นและการใช้ภาษาถิ่น

2.4 ทฤษฎีในการเปิดรับสื่อ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6 สมมติฐานการวิจัย

2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์ทางประชากรในเรื่องขนาดโครงสร้าง การกระจายตัวและการเปลี่ยนแปลงประชากรในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอื่น ๆ ปัจจัยทางประชากรอาจเป็นได้ทั้งสาเหตุ และผลของปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

สุนทรี พัชรพันธ์ (2541) ได้ให้คำอธิบายประชากรศาสตร์ว่า บุคคลแต่ละบุคคลนั้นมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน ทั้งในลักษณะภายนอกและลักษณะภายในจิตใจ เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สังคมและศาสนา เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ให้ทราบถึงลักษณะส่วนบุคคลได้ชัดเจนขึ้น

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2552) ได้กล่าวถึง แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ว่า พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกกระตุ้นเป็นความเชื่อที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลาย ๆ โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม โดยการรับสารที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรม ความสนใจในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ต่างกันไปด้วย ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการรับสารดังนี้

1) เพศ เป็นลักษณะทางประชากรที่บุคคลได้รับมาแต่กำเนิด ในประชากรกลุ่มใด ๆ ก็ตามจะ ประกอบด้วย ประชากรเพศชาย (Male) และประชากรเพศหญิง (Female) ซึ่งโดยปกติแล้วจะมีจำนวนใกล้เคียงกัน เพศเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคล ตลอดจนพัฒนาการต่างในแต่ละวัยก็มีความแตกต่างกัน ซึ่งเพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข้อมูลข่าวสารมากกว่าเพศชาย (กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546)

2) อายุ เป็นลักษณะทางประชากรลักษณะหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปกาลเวลาของการมีชีวิตอยู่หรือตามวัยของบุคคลนั้น ๆ อายุจะแสดงถึงวัยวุฒิของบุคคล และเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสามารถในการทำความเข้าใจในเนื้อหาข่าวสารต่าง ๆ รวมถึงการรับรู้ต่าง ๆ ได้มากน้อยต่างกัน

3) ระดับการศึกษา บ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสารและอัตราการรู้หนังสือระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ลึกซึ้งและกว้างขวางแตกต่างกันออกไป

ปรมะ สตะเวทิน (2546) ได้กล่าวว่าการศึกษา เป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน สาขาวิชาต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิดอุดมการณ์และความต้องการแตกต่างกันด้วย

4) ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม จะเป็นเครื่องชี้ถึงเรื่องที่กลุ่มจะสนรับรู้ข่าวสาร บุคคลที่มีลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมต่างกัน ทั้งการประกอบอาชีพ รายได้ ศาสนา รวมไปถึงสถานภาพสมรส ย่อมมีผลต่อการรับสารที่ต่างกันด้วย

DeFleur & Ball-Rokeaoh (1996) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะต่าง ๆ ของบุคคลหรือลักษณะทางประชากร ซึ่งลักษณะเหล่านี้ สามารถอธิบายเป็นกลุ่ม ๆ ได้ บุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้นคนที่อยู่ในสังคมเดียวกันมักจะเลือกรับเนื้อหาข่าวสารเดียวกัน

จากแนวคิดเกี่ยวกับตัวแปรของลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เนื่องจากเป็นตัวแปรที่สำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ ซึ่งปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ต่าง ๆ ส่งผลต่อลักษณะทางพฤติกรรมของผู้ฟังที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดมาใช้ประกอบในการศึกษา เนื่องจากปัจจัยของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันตามลักษณะประชากรศาสตร์ถือเป็นพื้นฐานในการกำหนดพฤติกรรมของการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่อาจต่างกันได้ จะทำให้ทราบถึงข้อมูลพฤติกรรมแยกตามลักษณะประชากรและสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาผลงานเพลงให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้ และสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้ฟังได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.2 แนวคิดการพัฒนาเทคโนโลยีของกระบวนการผลิตเพลง

McSweeney (2020) ได้เคยกล่าวว่า การพัฒนาเทคโนโลยีของกระบวนการผลิตเพลง การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากยุคแอนะล็อก (Analog) สู่ยุคดิจิทัล (Digital) ได้ส่งผลดีต่อกระบวนการผลิตเพลงในยุคปัจจุบันทำให้นักดนตรี และศิลปินหน้าใหม่กลายเป็นกลุ่มที่เติบโตอย่างเร็วที่สุดของวงการเพลง การเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัลในการผลิตเพลงที่กล่าวมา เช่น ในยุคแอนะล็อกการผลิตต้องลงทุนกับอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ ที่มีราคาสูงมากและต้องใช้ประสบการณ์ในการทำงานในการใช้เครื่องมือและเวลาอย่างมากเพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพชิ้นหนึ่ง ซึ่งแตกต่างกับยุคดิจิทัลที่สามารถปรับปรุงอุปกรณ์ในการบันทึกเสียงให้สามารถทำงานอยู่ในบ้านพักอาศัยได้ การใช้งานก็สะดวกสบายรวมถึงผู้ผลิตเพลงและศิลปินยุคใหม่ยังสามารถใช้ประโยชน์จากความสะดวกสบายของสื่อดิจิทัลเหล่านี้ ในการสื่อสารออนไลน์และใช้เทคนิคการตลาดแบบดิจิทัลบนโซเชียลมีเดียเพื่อเผยแพร่ผลงานได้อีกด้วย

ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย และฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน (2562) ได้เคยให้ความคิดเห็นไว้ว่า อิทธิพลของเทคโนโลยีระบบดิจิทัลกับการพัฒนาการสร้างสรรค์เพลง อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีต่าง ๆ สู่ระบบดิจิทัลนั้น มีบทบาทอย่างมากในการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมดนตรี แนวเพลง และเนื้อหาของเพลงให้มีความหลากหลายมากขึ้น ทำให้มีการสร้างสรรค์และพัฒนาไปสู่ความเป็นสากลในด้านคุณภาพมากขึ้น จากแอนะล็อกจนถึงยุคเริ่มต้นของดิจิทัล จากที่เคยบันทึกเสียงลงเทปคลาสเซ็ทหรือซีดีจนถึงการบันทึกเสียงในคอมพิวเตอร์ ข้อมูลไฟล์ในการบันทึก และการเผยแพร่รูปแบบต่าง ๆ ก็เปลี่ยนแปลงไปจากที่คลาสเซ็ตหรือซีดีก็เปลี่ยนมาเป็นไฟล์ Wave และไฟล์ Mp3 ในระบบดิจิทัลที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ไม่ยาก มีการใช้งานที่ง่ายขึ้น ราคาที่ถูกลง และอินเทอร์เน็ตก็ได้เปิดโอกาสอันยิ่งใหญ่ในการสร้างสรรค์ของสื่อต่าง ๆ อีกมากมายทั้งในแง่การผลิตและการนำไปเผยแพร่นักร้องลูกทุ่งที่โด่งดังหลายคนก็ผลิตเพลงเองโดยไม่ได้เข้าสู่ระบบค่ายเพลงขนาดใหญ่และนำผลงานของตัวเองเผยแพร่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น เว็บไซต์ ยูทูบ เป็นต้น

สรุปเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมากขึ้น ส่งผลทำให้เกิดกระบวนการผลิตผลงานเพลงที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น อิทธิพลของเทคโนโลยีมีบทบาทอย่างมากในการพัฒนาอุตสาหกรรมดนตรี ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานเพลงที่สามารถก้าวไปสู่ความเป็นสากลได้ จะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาผลงานเพลงอย่างมาก ทั้งในเรื่องของคุณภาพของผลงานเพลงและช่องทางในการกระจายผลงานเพลงก็สะดวกรวดเร็วขึ้นและมีค่าใช้ที่ต่ำลงเมื่อเทียบจากยุคก่อน ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานเพลงได้อย่างต่อเนื่อง

2.3 แนวคิดการผสมผสานของดนตรีสากลกับเครื่องดนตรีประจำถิ่นและการใช้ภาษาถิ่น

ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย และฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน (2562) ลูกทุ่งประยุกต์หรือเพลงลูกทุ่งอินดี้ นอกจากมีการผสมผสานของดนตรีสากลเข้ากับเครื่องดนตรีประจำถิ่นแล้ว ทางด้านการถ่ายทอดเนื้อหาก็มีการขับร้องด้วยการใช้ภาษาถิ่นกับการผสมผสานด้วยภาษา อื่น ๆ เช่น ไทยกลาง ภาษาเหนือ ภาษาใต้หรือแม้แต่มีการใช้ภาษาต่างประเทศ และมีวิธีการนำเสนอผสมผสานด้วยดนตรีที่หลากหลายของแต่ละถิ่นกับการเล่นตามหลักของดนตรีสากล โดยส่วนใหญ่จะมีการขับร้องด้วยภาษาถิ่น ของผู้ที่ประพันธ์หรือศิลปิน

ณทิตา ทรัพย์สินวิวัฒน์ (2560) ได้กล่าวถึงการประยุกต์เพลงไทยลูกทุ่งไว้ว่าจากในอดีตที่เพลงลูกทุ่งถึงจะบรรเลงด้วยเครื่องดนตรีสากลเป็นหลักและใช้เครื่องดนตรีท้องถิ่นต่าง ๆ มาเล่นสอดแทรกผสมกลมกลืนไปเป็นช่วง ๆ เพื่อแสดงอัตลักษณ์ของถิ่นนั้น ๆ แต่เนื้อร้องส่วนใหญ่กลับใช้ภาษากลางเป็นหลักในการเล่าเรื่องเสียส่วนใหญ่ จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีการใช้ภาษาถิ่นมาแทนที่ภาษากลางเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาในการขับร้องมากขึ้น เพื่อแสดงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของคนประพันธ์เพลง หรือศิลปินที่ใช้เป็นตัวเชื่อมโยงในการถ่ายทอดประสบการณ์ วิถีชีวิต รวมถึงวัฒนะธรรม ขณะเดียวกันยังจะสังเกตได้ว่ายังมีเพลงลูกทุ่งอินดี้หลายเพลงได้มีการสร้างสรรค์โดยการสอดแทรกภาษาอังกฤษเข้าไปมากมายหลายวิธี ทั้งการร้องภาษาไทยด้วยสำเนียงอังกฤษหรือสอดแทรกคำภาษาอังกฤษง่าย ๆ บางคำเข้ามาระหว่างเนื้อเพลงเพื่อใช้ในการสื่อสารของบทเพลง รวมถึงได้เอาแนวการเล่นดนตรีสากลรูปแบบอื่น ๆ เข้ามาใช้ในเพลงเป็นช่วง ๆ เช่น การใส่จังหวะหรือการร้องแบบ Rap, HipHop เป็นต้น เพลงลูกทุ่งนอกจากจะสามารถฟังเพื่อสนองความชื่นชอบและความบันเทิงส่วนตัวแล้ว ยังสามารถนำไปใช้ร่วมตามโอกาสต่าง ๆ ของชีวิตในด้านอื่น ๆ ได้ด้วย เช่น เพื่อการสังสรรค์ ความสนุกสนาน รื่นเริง หรือใช้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในยามราตรี ที่เป็นส่วนหนึ่งของความสนุกสนานที่สำคัญตามสถานบันเทิงต่าง ๆ นอกจากนั้นเพลงยังสามารถเป็นเครื่องมือในการสื่อสารอัตลักษณ์ของคนจากสังคมหนึ่งที่สามารถถ่ายทอดไปยังอีกสังคมหนึ่งด้วย แต่สำหรับบทเพลงการที่จะสื่อออกไปให้สังคมวงกว้างได้รับรู้เข้าถึงความหมายของบทเพลงที่สื่อออกไปนั้นจะเกิดขึ้นไม่ได้เลยถ้าผู้ประพันธ์ใช้เพียงภาษาถิ่นของผู้ประพันธ์หรือถ่ายทอดด้วยภาษาถิ่นของศิลปินทุกถ้อยคำในบทเพลง เพราะคนภาคอื่นถิ่นอื่นที่ไม่ใช่คนในท้องถิ่นเดียวกับผู้ประพันธ์ หรือศิลปินนั้น ๆ อาจฟังไม่เข้าใจความหมายที่ต้องการจะสื่อถึงหรือเข้าใจก็อาจจะเข้าใจไม่ได้ทั้งหมด ดังนั้นเพื่อสื่อสารกับคนในท้องถิ่นของผู้ประพันธ์เพลงและศิลปินผู้ขับร้องเพื่อสื่อสารไปยังคนท้องถิ่นอื่น ๆ ให้รับรู้เรื่องราวความหมายของเพลงที่ถ่ายทอดไป เพลงลูกทุ่งอินดี้ จึงยังคงต้องใช้ภาษากลางมา ประกอบในการประพันธ์เนื้อเพลงด้วย ตัวอย่างเช่น “เพลงเลิกคุยทั้งอำเภอ เพื่อเธอคนเดียว” ของลิลลี่ ได้หมดถ้าสดชื่น เช่น ประโยคหนึ่งในเพลงที่ร้องว่า “ไอ้พวกผู้ชายที่แหลงกันครั้งก่อนให้หยุดเอาไว้ก่อนเพราะตอนนี้” จะเห็นว่ามีการร้องด้วยภาษากลางสำเนียงถิ่นและแทรกภาษาถิ่นลงไปด้วยในบทเพลง

จึงไม่ได้จำกัดผู้ฟังแค่เพียงคนภาคใต้เท่านั้น คนภาคอื่นก็สามารถฟังเพลงลูกทุ่งทางใต้และเข้าใจความหมายที่จะสื่อสารได้เช่นกัน

พิทักษ์ เผือกมี (2563) ได้เคยบรรยายถึงเพลงไทยไว้อย่างน่าสนใจว่า เป็นความบันเทิงที่มีอยู่คู่สังคมมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะเพลงลูกทุ่งของไทยนั้นพัฒนาสืบทอดกันมาจากวัฒนะธรรมประเพณีพื้นบ้านประจำถิ่นต่าง ๆ อย่างยาวนานและเพลงไทยลูกทุ่งเป็นหนึ่งในศิลปะการแสดงพื้นบ้านที่มีการพัฒนาเนื้อหารูปแบบมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยการพัฒนาเหล่านั้นก็ยังสามารถคงอยู่และแสดงออกถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม สังคม ความรู้สึกนึกคิดของคนในสังคมในช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่งของคนในสังคมถิ่นผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวของบทเพลง นอกจากเนื้อหาของบทเพลงเหล่านั้นทางด้านดนตรีที่มีการเล่นเครื่องดนตรีประจำถิ่นที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์ของสังคมวัฒนธรรมในถิ่นแล้ว ยังมีการพัฒนาผสมผสานปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับยุคสมัยและเครื่องดนตรีสากลอีกด้วย

เจริญชัย แสงอรุณ (2564) ได้เคยกล่าวถึงการพัฒนาเพลงไทยลูกทุ่งไว้ว่าในปัจจุบันเพลงลูกทุ่งได้รับการยอมรับและมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ มากขึ้น ทั้งในเรื่องของภาคดนตรี เนื้อหาและตัวศิลปินผู้ขับร้อง จากการตอบรับของผู้ฟังที่มีมากขึ้นทำให้มีศิลปินหน้าใหม่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาและด้วยความอิสระในการผลิตคิดสร้างสรรค์ผลงานได้ด้วยตัวเองโดยไม่ต้องพึ่งพาค่ายเพลงมาคอยควบคุมเหมือนในยุคก่อน จึงทำให้ศิลปินสามารถเสน ความคิดสร้างสรรค์ใส่ความเป็นตัวของตัวเองลงในผลงานของตัวเองที่จะนำเสนอต่อผู้ฟังได้อย่างอิสระ โดยการเผยแพร่ผลงานนั้นมีสื่อโซเชียลออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ ยูทูบ เป็นช่องทางที่เปิดกว้างและสำคัญรองรับอยู่แล้ว

ทัศน์วศิน ธูสรานนท์ (2559) การถ่ายทอดเนื้อหาคำร้องในบทเพลงนั้น ถึงจะมีการพัฒนาไปมากจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมของท้องถิ่นที่เคยเป็นส่วนหนึ่งในเนื้อหาของบทเพลง แต่ก็ยังคงมีบางส่วนที่ยังคงยึดถือเป็นแนวทางในการนำเสนอและถ่ายทอดถึงสภาพของสังคมนั้นอยู่บ้าง เช่น ในเพลงลูกทุ่งอีสานค่านิยมของการถ่ายทอดเนื้อหาของบทเพลงที่ใช้ในการสื่อสารจากอดีตถึงปัจจุบันจะเน้นเนื้อหาของเพลงไปในเรื่องของการสะท้อนค่านิยมทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างความรักของชายและหญิงเป็นส่วนใหญ่ และยังมีการนำเอาฉันทลักษณ์ต่าง ๆ โครงสร้างในการวางคำร้องในรูปแบบของ โครง ฉันท์ กาพย์ กลอน เป็นหลักของการประพันธ์บทเพลงถึงจะมีความสวยงามทางด้านความสัมผัสของคำแต่ก็ทำให้ตัวเองถูกปิดกั้นในเรื่องของการพัฒนาของโครงสร้างของการสร้างสรรค์ทำนองเพลงที่หลากหลายและเป็นสากล

กล่าวโดยสรุปเพลงไทยลูกทุ่งมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ มากมายหลายด้าน เช่น ตั้งแต่ตัวนักร้องเองนักดนตรีเองก็ที่มีช่องทางในการเรียนรู้ฝึกฝนพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถในการขับร้องเพลงมากกว่าแต่ก่อน โดยการการศึกษาในโรงเรียน มหาวิทยาลัย เรียนพิเศษตามโรงเรียนเอกชนต่าง ๆ หรือแม้แต่กระทั่งการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านช่องทางสื่อโซเชียลเมีเดียต่าง ๆ ทั้งของไทยและ

ต่างประเทศ ด้วยความรู้ที่หาง่ายและการเปิดกว้างของดนตรีในแนวต่าง ๆ จากทั่วทุกมุมโลกที่เผยแพร่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย ทำให้นักร้องนักดนตรีได้เรียนรู้ถึงแนวทางในการทำงานที่มีการสร้างสรรค์ผสมผสานที่หลากหลายขึ้น รวมถึงกระบวนการผลิตที่เปลี่ยนไปในด้านของการทำงานที่ง่ายไม่ซับซ้อนและมีคุณภาพที่ดีมีความทันสมัยเป็นสากล ที่ส่วนหนึ่งเกิดจากการพัฒนาของเทคโนโลยีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการบันทึกเสียงและการสร้างสรรค์เผลงานเพลงในระบบดิจิทัลที่มีคุณภาพให้เลือกมากมายหลายรุ่นหลายยี่ห้อที่ทำการแข่งขันกันเรื่องการขายทำให้อุปกรณ์ในการทำเพลงถูกลงเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้ผลิตเพลงมีการเข้าถึงเพลงและอุปกรณ์ในการสร้างสรรค์งานได้ง่ายขึ้น ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาทำให้มีผู้คนสนใจที่จะสานฝันของตัวเองในการเป็นศิลปินและนักร้องจำนวนมากด้วยลงทุนเพียงเล็กน้อยบวกกับการใช้ทักษะที่มีอยู่เรียนรู้พัฒนาตัวเองเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานออกมา

2.4 ทฤษฎีในการเปิดรับสื่อ (Media Exposure Theory)

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารหรือเปิดรับสื่อ ผู้รับสารจะมีพฤติกรรมในแบบเฉพาะของแต่ละบุคคล แต่ละบุคคลจะมีแรงผลักดันในการเลือกรับสื่อนั้นแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความเชื่อและความต้องการ โดยจะมีการกกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสารเป็นตัวกำหนด

McLeod & O' Keefe (1972) กล่าวว่า พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมี 2 ชนิดคือ

1) การวัดจากเวลาที่บุคคลเปิดรับสื่อ และช่วงเวลาสื่อ เป็นต้น

2) วัดจากความถี่ของการใช้สื่อของแต่ละบุคคล แยกตามประเภทของเนื้อหาแตกต่างกัน

Atkin (1973 อ้างใน ปิยาอร รักชาติ, 2552) ได้กล่าวว่า ในการเปิดรับข่าวสารบุคคลจะมีทักษะในการแสวงหาข้อมูลที่ตนสนใจ เพื่อให้มีความรู้เท่าทันสภาวะแวดล้อม จึงเปิดรับข่าวสารเพื่อเป็นเครื่องมือในการช่วยตัดสินใจและเพิ่มพูนความรู้ความสามารถเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ดังนั้นบุคคลจึงมีวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการ 7 อย่างด้วยกันคือ

1) เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์และสถานการณ์ทั่วไป

2) เพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบันที่ทำให้ทันสมัยไม่ตกยุค

3) เพื่อต้องการคำแนะนำในการปฏิบัติตนให้ถูกต้องและช่วยการตัดสินใจเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน

4) เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการในการสนทนากับผู้อื่นในการสนทนาและการใช้ชีวิตประจำวัน

5) เพื่อต้องการมีส่วนร่วมแสดงถึงการมีตัวตนในสังคม

6) เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็นและทัศนคติที่มีอยู่ให้มีความมั่นใจมากยิ่งขึ้น หรือเพื่อช่วยสนับสนุนการตัดสินใจ

7) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์ เป็นต้น

Atkin (1973 อ้างใน ปิยาอร รักชาติ, 2552) ที่กล่าวไว้ว่า ผู้ที่เปิดรับข่าวสารหากยิ่งเปิดรับข่าวสารบ่อยครั้ง และใช้เวลาในการเปิดรับข่าวสารนานมากเท่าใด ก็จะทำให้ตนเองนั้นมีหูตาที่กว้างไกลมากขึ้น และจะมีความเป็นคนที่ทันสมัยต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่รับข่าวสารน้อยกว่า Schramm (1973 อ้างใน ปิยาอร รักชาติ, 2552) ได้เคยกล่าวเอาไว้ว่าการเปิดรับข่าวสารของผู้บริโภค ต่างมีองค์ประกอบที่แตกต่างกันมากมายโดยที่ผู้รับข่าวสารนั้นจะประเมินคุณประโยชน์ของข่าวสารนั้น เพื่อตอบสนองของจุดประสงค์ความต้องการของตนเอง ภูมิหลัง การศึกษาทัศนคติ อารมณ์ และสภาพแวดล้อมจะทำให้ผู้บริโภคตีเนื้อหาและความหมายของข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันออกไป

เอมิกา เทมมินทร์ (2556) ได้เคยกล่าวว่า ช่องทางในการเปิดรับการสื่อสารของประชาชนกลุ่มผู้ฟังเพลงในกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มที่เข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ง่าย และสะดวกกว่ากลุ่มผู้ฟังในภูมิภาคอื่น ๆ เพราะด้วยความครอบคลุมของเครือข่ายสัญญาณระบบมือถือ 3G, 4G, 5G หรือระบบไฟเบอร์ออฟติก (Fiber Optic) โดยรูปแบบของเว็บไซต์ระบบเครือข่ายของสังคมออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตที่ถูกใช้บ่อยคือ Facebook, Line, Instagram, Twitter, Google, และ YouTube เป็นต้น เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ที่มาให้เราเห็นความเปลี่ยนแปลงและความสำคัญของการเชื่อมต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ตอย่างมาก งานวิจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสารบ่งชี้ว่า สื่อโซเชียลมีเดียหรือเครื่องมือการสื่อสารออนไลน์ที่ได้รับความนิยมของผู้คนนั้นมีอิทธิพลต่อความคิดของคนที่รับข่าวสารนั้นมาก

Baruah (2012) กล่าวว่าเครื่องมือของเทคโนโลยีในสังคมออนไลน์นั้น ไม่เพียงแต่จะขยายการสื่อสารของมนุษย์ให้กว้างขวางออกไปยิ่งกว่าที่เคยมีมาในยุคอดีตเท่านั้น แต่ยังทำให้กระบวนความคิดที่เรามีต่อการสื่อสารนั้นเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย จึงสามารถกล่าวได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์จึงมีอิทธิพลต่อเรา และสามารถเปลี่ยนรูปแบบสังคมที่เราอยู่ทั้งส่วนบุคคลหรือในระดับเปลี่ยนแปลงได้ทั้งสังคมเลยทีเดียว

ไปรยา อรรคนิตย์ (2561) กล่าวว่ารูปแบบเพลงหรือเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านโลกสังคมอ่อนไลน์ ไวรัล (Varal) หรือวิธีการบอกกันแบบปากต่อปาก เป็นการสร้างกระแสในสื่อสังคมออนไลน์แบบหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ในปัจจุบันวิดีโอบนสังคมออนไลน์หรือไวรัลวิดีโอออนไลน์ เป็นช่องทางการใช้สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อการสร้างการรับรู้กับกลุ่มเป้าหมายอย่างมากหากเทียบกับสื่อสังคมออนไลน์ประเภทอื่น ๆ ดังนั้นในโลกออนไลน์ จึงมีการทำการตลาด

ด้วย รูปแบบไวรัลวิดีโอมากขึ้น เพราะสามารถก่อให้เกิดกระแสในกลุ่มเป้าหมาย และมีการแชร์หรือส่งต่อไปยังกลุ่มเครือข่ายของกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มอื่น ๆ ในบางโอกาส

สรุปทฤษฎีการเปิดรับสื่อนั้นเกิดขึ้นได้จากบุคคลมีความต้องการในการรับรู้ข้อมูลด้วยเหตุผลและทัศนคติต่าง ๆ กันออกไป เช่น เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์และสถานการณ์ทั่วไป หรือใช้เป็นข้อมูลในการสนทนาแสดงความคิดเห็นร่วมกับผู้อื่น รวมถึงเพื่อแสดงถึงการมีตัวตนในสังคมและเพื่อความบันเทิง เครือข่ายสังคมออนไลน์จึงมีความสำคัญอย่างมาก ต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของคนในสังคมยุคปัจจุบัน ที่ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงเนื้อหาสาระข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้ง่ายและสะดวกรวดเร็วขึ้น ขยายเป็นวงกว้างได้ทันต่อเหตุการณ์และสามารถกลายเป็นกระแสในระยะเวลาที่รวดเร็ว

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิทักษ์ เผือกมี (2563) ศึกษาเรื่อง ศึกษาการเปลี่ยนแปลงค่านิยมในสังคมไทยผ่านบทเพลงไทยลูกทุ่ง บทเพลงจัดว่าเป็นวรรณกรรมทางวัฒนธรรมที่สามารถสะท้อนสภาพของสังคม ค่านิยมต่าง ๆ และวัฒนะธรรมในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาค่านิยมในสังคมไทยในแต่ละยุคโดยผ่านการศึกษาทบทวนจากบทเพลงไทยลูกทุ่งและปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงค่านิยมของสังคมไทย รวมถึงปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งให้คงอยู่ในการวิจัยทำให้พบว่าเพลงลูกทุ่งสามารถปรับเปลี่ยนตัวเองไปตามยุคตามสมัยของสังคม และการศึกษานี้ทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมต่าง ๆ ในสังคมไทย ซึ่งเพลงแนวอื่น ๆ ไม่สามารถทำหน้าที่นี้ได้ดีเหมือนบทเพลงไทยลูกทุ่งที่ทำอยู่ได้และที่ผ่านมาเพลงไทยลูกทุ่งได้สื่อสารและปลูกฝังความคิดค่านิยมความรู้สึกนึกคิดที่ดีทางจิตใจและค่านิยมทางในทางวัตถุซึ่งเป็นค่านิยมที่สมควรจะมีการแก้ไข

เจริญชัย แสงอรุณ (2564) ศึกษาเรื่อง ธุรกิจดนตรีในระบบสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ดนตรีถึงจะเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาแต่ก็ดูเหมือนเป็นสิ่งที่ธรรมชาติมอบให้มาด้วยในเวลาเดียวกันที่มีทั้งศาสตร์และศิลป์รวมอยู่ด้วยกัน สามารถที่ช่วยให้มนุษย์มีความสุข สนุกสนานร่าเริงและใช้อารมณ์ร่วมไปตามความหมายของเพลงและดนตรี ยังสามารถกล่อมเกลาจิตใจของมนุษย์ให้ดีขึ้นได้ด้วยในทุกส่วนของช่วงเวลาของชีวิตมนุษย์แทบเป็นไปไม่ได้เลย ที่จะไม่ได้ใกล้ชิดกับดนตรี เพราะว่าไม่ว่าจะเรื่องของกิจกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีทั้งโดยตรงและทางอ้อม ดนตรีมักเข้ามามีส่วนร่วมอยู่เสมอไม่มากก็น้อย การศึกษาธุรกิจดนตรีในระบบสื่อสังคมออนไลน์ จากศึกษาการประกอบธุรกิจดนตรีต่าง ๆ ที่ต้องใช้สื่อสังคมออนไลน์ การประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่งและควรเรียนรู้เพื่อปรับตัวให้พร้อมกับการพัฒนาของสื่อในยุคสังคมออนไลน์ในปัจจุบันในประเทศไทยพบว่าประชากรผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีจำนวนกว่า ร้อยละ 75 และมากกว่าครึ่งหนึ่งอยู่ในเขต

กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีผู้ใช้งานเว็บไซต์ยูทูบเป็นจำนวนมากที่อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี และเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ณทิตา ทรัพย์สินวิวัฒน์ (2560) ศึกษาเรื่อง อุตสาหกรรมเพลงไทยในยุคประเทศไทย 4.0 เพลงส่วนใหญ่เกิดจากแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประพันธ์ และในการสร้างสิ่งใหม่ ๆ มักจะที่เริ่มต้นจากจินตนาการ การที่จะเผยแพร่หรือทำให้เพลงของตัวเองนั้นเป็นที่รู้จักใสวงกว้างได้ต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่างด้วยกัน ทั้งทีมงานฝ่ายผลิต ฝ่ายการตลาด ส่งเสริมการตลาด นักประชาสัมพันธ์ และการจัดจำหน่าย ซึ่งทั้งหมดก่อให้เกิดเป็น “ธุรกิจเพลง” ในปัจจุบันที่มีการสื่อสารยุคดิจิทัลก่อให้เกิดรูปแบบในการฟังเพลงระบบสตรีมมิ่ง (Streaming) เป็นการพัฒนาของเทคโนโลยีที่เกิดประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค ซึ่งทำให้ผู้ผลิตสามารถเผยแพร่งานได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น และผู้บริโภคก็สามารถรับฟังเพลงสะดวกและง่ายขึ้นเช่นกัน แต่การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ก็ส่งผลเสียกับอุตสาหกรรมเพลงอยู่เหมือนกัน เช่น ค่ายเพลง ผู้จัดจำหน่ายเพราะในยุคดิจิทัลนั้น ไม่มีการผลิตสินค้าออกมาจำหน่ายตามร้านค้าปลีกเหมือนในอดีต รวมถึงรูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการตลาดก็เปลี่ยนไปด้วย เพราะกระบวนการผลิตและกิจกรรมทางการตลาดเหล่านั้น ถูกแทนที่ด้วยการใช้สื่อออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเพลงมากขึ้น ดังนั้นเพื่อการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในเรื่องนี้ ค่ายเพลง ศิลปิน หรือผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเพลงทั้งหมด แม้แต่ผู้บริโภคเองต้องพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยี

เอมิกา เทมมินทร์ (2556) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Medea) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีการสื่อสาร เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทและอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตการดำเนินธุรกิจและการสื่อสารของคนในสังคมอย่างน่าสนใจเพื่อจะศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นและความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่น่าสนใจนี้ จึงจัดทำการวิจัยเชิงปริมาณและผลการวิจัยเพื่อค้นหาคำตอบและได้พบว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีประสบการณ์การใช้สื่อโซเชียลสังคมออนไลน์ จำนวน 3 ปี ขึ้นไปมากที่สุด และใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook บ่อยที่สุดโดยการใช้ผ่านช่องทาง สมาร์ตโฟน (Smartphone) และส่วนใหญ่จะเปิดรับบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ทั้งวัน ช่วงเวลาที่ใช้สื่อสารเครือสังคมออนไลน์บ่อยที่สุดคือช่วงเวลา 18.00-06.00 น. ส่วนใหญ่จะใช้ไปในด้านการสื่อสาร ด้านสังคมเพื่อความบันเทิงและใช้ส่งเสริมงานด้านธุรกิจตามลำดับ

ไปรยา อรรคนิตย์ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ ผ่านทางสื่อ Social Media (โซเชียลมีเดีย) ของวัยรุ่น Gen Z ด้วยความเปลี่ยนแปลงและก้าวหน้าของเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดดทำให้มีการติดต่อสื่อสารสามารถเกิดขึ้นระหว่างคนในสังคม

ได้ง่ายขึ้น ไม่ว่าใครจะอยู่ส่วนหนึ่งส่วนใดหรือในตำแหน่งไหนของโลกนี้ ขอเพียงมีสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตก็สามารถ รับส่งข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ ถึงกันได้ภายในเสี้ยววินาที ซึ่งการสื่อสารเหล่านี้ยังใช้กันในทุกภาคส่วนของสังคมในทุกรูปแบบของการรับส่งข้อมูลถึงกัน ในการทำวิจัยนี้ เพื่อศึกษาองค์ประกอบของข้อมูลในด้านวิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดียและการศึกษาพฤติกรรมการเลือกชมและการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ของวัยรุ่น Gen Z โดยการทำวิจัยครั้งนี้ ทำโดยการวิจัยเชิงปริมาณในกลุ่มวัยรุ่นทั้งชายหญิง อายุ 15-24 ปี โดยผลการวิจัยสรุปได้ว่า กลุ่มวัยรุ่นนั้นสนใจการรับชมวิดีโอคอนเทนต์ ผ่านทาง YouTube ในช่วงเวลา 19.00-21.59 น. เข้ารับชมประมาณ 1-2 ชั่วโมงเมื่อพักอาศัยอยู่ที่บ้านและมีการส่งต่อ (Share) ข้อมูลในสังคมออนไลน์ส่วนมากจะเป็นเนื้อหาที่สนุกสนาน ตลก หรือเนื้อหาที่กำลัง อยู่ในกระแสที่คนกำลังกล่าวถึง

ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย และฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน (2562) ศึกษาเรื่อง อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ เมื่อโลกเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัลเพลงก็สามารถกระจายแพร่หลายแทรกซึมเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในสังคมได้อย่างรวดเร็วจนกลายเป็นกระแสหลักกระแสหนึ่งในสังคมได้ และเพลงลูกทุ่งอีสานก็เช่นกันที่ได้รับความนิยมสูงในระดับประเทศอย่างไม่ขาดสาย ทำให้เกิดนักร้องเพลงลูกทุ่งอีสานที่โด่งดังขึ้นมามากมายหลายคนผลิตเพลงเองโดยไม่ได้เข้าสู่ระบบค่ายเพลงขนาดใหญ่ และเหตุใดเพลงลูกทุ่งอีสานจึงได้รับความนิยมสูงในช่วงเวลาที่ผ่านมา จนนำมาสู่การศึกษาวิจัยครั้งนี้ อันมีจุดมุ่งหมายในการศึกษาเพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในด้านอัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ ที่เป็นสาเหตุให้เกิดการประสบความสำเร็จ โดยวัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาการเคลื่อนตัวของเพลงลูกทุ่งอีสานที่เคลื่อนย้ายตัวเองสู่วัฒนธรรมส่วนกลางของประเทศ และสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์เพลงอีสานประยุกต์จนถึงบทบาทของสื่อดิจิทัลในฐานะเทคโนโลยีก่อกวน (Disruptive Technology) ที่มีต่อการเคลื่อนตัวของวัฒนธรรมอีสาน และการวิจัยพบว่าการเคลื่อนที่ของเพลงอีสานเข้าสู่ส่วนกลางเกิดจากการที่คนอีสานจำนวนมากมีการโยกย้ายถิ่นที่อยู่เข้ามาในเมืองหลวงรวมถึงตามจังหวัดอื่น ๆ และการโยกย้ายเข้าเมืองของคนอีสานนั้นได้นำวัฒนธรรมทางภาษาและเพลงติดตัวมาด้วย จนกระทั่งการเข้ามาของการสื่อสารออนไลน์ในยุคใหม่และการเกิดขึ้นของเว็บไซต์ยูทูบทำให้มีช่องทางในการเผยแพร่เนื้อหาของตัวเองและเกิดการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการฟังเพลงที่แตกต่างออกไปจากเดิมทำให้คนอีสานมีการเรียนรู้และปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์รับเอาวัฒนธรรมของถิ่นอื่น ๆ มาผสมกับวัฒนธรรมของตนเอง และพอจะสรุปได้ว่าการเคลื่อนตัวของเพลงจากวัฒนธรรมอีสานเข้าสู่วัฒนธรรมส่วนกลางมี 3 องค์ประกอบหลักคือ การย้ายถิ่นฐานทำให้เพลงติดตัวคนไปในหลายพื้นที่การเปลี่ยนรูปแบบดนตรีนักศิลปินร้อง และเนื้อหาที่สนุกสนานทำเข้าถึงผู้คนง่ายและเกิดการยอมรับมากขึ้น รวมถึงสื่อดิจิทัลที่มีช่องทางการสื่อสารที่แพร่หลายและใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา

ทัศน์วศิน ธูสรานนท์ (2559) ศึกษาเรื่องการพัฒนาในการสื่อสารของเพลงลูกทุ่งผ่านการเล่าเรื่อง ตามค่านิยมของคนไทยจากอดีตถึงปัจจุบัน การทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาพัฒนาการในการสื่อสารของเพลงลูกทุ่งผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวผ่านบทเพลงตามค่านิยมของสังคมไทยจากอดีตสู่ปัจจุบัน โดยใช้การนำเสนอข้อมูลเชิงคุณภาพในลักษณะของการพรรณนาวิเคราะห์และใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณมาเป็นส่วนเสริมการศึกษากระบวนการสร้างสรรค์ผลงานเพลงลูกทุ่งของไทยโดยใช้ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดในการเล่าเรื่องของเพลงลูกทุ่งและศึกษาประเด็นค่านิยมต่าง ๆ ของสังคมในอดีตถึงปัจจุบัน ผ่านเพลงลูกทุ่งในยุค พ.ศ. 2500–2558 ทำให้เกิดผลสะท้อนของวัฒนะธรรมออกมาที่ได้เรื่องราวและภาพที่มีความแตกต่างกันไปในแต่ละยุคนั้นสรุปได้ว่าการพัฒนาในการสื่อสารของเพลงลูกทุ่งผ่านการเล่าเรื่อง ตามค่านิยมของคนไทยจากอดีตถึงปัจจุบันมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับประวัติศาสตร์สังคม การเมือง เศรษฐกิจ ของคนในแต่ละยุคละสมัยอย่างชัดเจน

McSweeney (2020) ศึกษาเรื่อง An Investigation into the use of Digital Marketing and Social Media platforms by Independent Musicians in Ireland นักดนตรีอิสระกลายเป็นกลุ่มที่เติบโตเร็วที่สุดของวงการเพลงในยุคปัจจุบันด้วยระบบการผลิตและไฟล์เพลง ที่ถูกแปลงเป็นระบบดิจิทัลในการเผยแพร่ รวมถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ เช่น การปรับปรุงระบบอุปกรณ์การบันทึกเสียงให้สามารถทำงานได้ในบ้านพักอาศัย และรูปแบบของการสื่อสารในระบบโซเชียลมีเดียรวมถึงเทคนิคการตลาดแบบดิจิทัล งานวิจัยนี้วัตถุประสงค์เพื่อพิจารณาว่านักดนตรีอิสระเหล่านี้มีการพึ่งพาสื่อการตลาดแบบดิจิทัลและการสื่อสารในระบบโซเชียลมีเดียมากเกินไปหรือไม่ จากการวิจัยได้สรุปว่า นักดนตรีอิสระจำเป็นต้องพึ่งพาสื่อใหม่ เพื่อช่วยในการบรรลุเป้าหมายในอุตสาหกรรมดนตรีในยุคดิจิทัลในปัจจุบัน

Baruah (2012) ศึกษาเรื่อง Effectiveness of Social Media as a tool of Communication and its Potential for Technology Enabled Connections: A Micro-level Study ท่ามกลางโลกที่กาลังอยู่ในกระแสของโซเชียลมีเดียจะเห็นได้ชัดว่าสื่ออย่าง Facebook, Twitter, Orkut, MySpace, Skype ฯลฯ ได้ถูกใช้อย่างแพร่หลายในการสื่อสารมีการใช้ในการแบ่งปันความรู้หรือข้อมูลต่าง ๆ ให้แก่กันอย่างกว้างขวางและการใช้เวลาในการส่งต่อและสื่อสารกันเป็นการใช้เวลาที่สั้นที่สุดในการปฏิสัมพันธ์กันของคนในสังคม และยังเป็นการกระตุ้นให้ผู้ใช้งานสื่อโซเชียลมีเดียนั้น เกิดทักษะการสื่อสารที่ดีและมีประโยชน์มากขึ้น โดยเฉพาะกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และเครื่องมือและเทคโนโลยีต่าง ๆ ในระบบออนไลน์นั้นไม่เพียงมีอิทธิพลในระดับรากฐานของสังคมที่เราอยู่เท่านั้นแต่ยังหมายถึงในระระดับสังคมกันเลยทีเดียว

Paolucci (2021) ศึกษาเรื่อง Developing a Forward-Looking Strategy for the Music Industry วงการเพลงเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากมายตลอดช่วงสามทศวรรษที่ผ่านมาและไม่เคยคิดหรือเตรียมพร้อมสำหรับผลกระทบที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิดของการระบาดของไวรัส

Covid-19 ทำให้ศิลปินไม่สามารถเล่นคอนเสิร์ตได้ ผลกระทบของจากการแพร่ระบาดทำให้พวกเขาต้องสูญเสียรายได้ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากลยุทธ์การณ์ล่วงหน้าสำหรับวงการเพลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่จะศึกษาหาคำตอบว่าศิลปินเพลงต้องเผชิญกับปัญหาอะไรบ้างในอุตสาหกรรมเพลงในปัจจุบันและรูปแบบต่อไปของการบริโภคเพลงที่ผู้บริโภคที่ต้องการต่อไปนั้นคืออะไร จากการวิจัยพบว่าผู้บริโภคพึงพอใจกับการฟังเพลงในรูปแบบสตรีมมิ่ง และไม่ได้มองหารูปแบบการบริโภคใหม่ ๆ เพียงแค่มีราคาที่ถูกกว่าเท่านั้น และปัญหาที่ศิลปินต้องเผชิญคือการลดราคาค่าเพลงการทำงานที่ดูเหมือนจะไม่ค่อยมั่นคงและการโปรโมทผลงานของตัวเอง ในขณะที่ศิลปินส่วนใหญ่ในช่วงนี้ยังไม่สามารถสร้างรายได้จากการทัวร์คอนเสิร์ตได้ และค่าตอบแทนที่ต่ำจากการหารายได้ด้วยรูปแบบสตรีมมิ่ง ซึ่งในข้อนี้จะทำให้ศิลปินให้ความสำคัญกับการเป็นนักดนตรีอาชีพ หรือเป็นงานหลักได้ยากขึ้น

สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ มาเชื่อมโยงเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ เช่น เรื่องรูปแบบเพลง ณทิตา ทรัพย์สินวิวัฒน์ (2560) ได้กล่าวถึงการประยุกต์เพลงไทยลูกทุ่งที่ว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีการใช้ภาษาถิ่นมาแทนที่ภาษากลางเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาในการขับร้อง เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างกระแสนิยมได้ และแนวคิดของ เจริญชัย แสงอรุณ (2564) ได้เคยกล่าวถึงการพัฒนาเพลงไทยลูกทุ่งไว้ว่า ในปัจจุบันเพลงลูกทุ่งได้มีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ทั้งในเรื่องของดนตรี เนื้อหา และตัวศิลปินผู้ขับร้องและด้วยการพัฒนาการของเทคโนโลยีในการสร้างสรรค์เพลงในระบบดิจิทัลที่มีอุปกรณ์ที่ราคาถูกลงใช้ง่ายและมีประสิทธิภาพสูงขึ้นทำให้ผู้ผลิตเพลงมีการเข้าถึงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการสร้างสรรค์งานได้ง่ายขึ้น รวมถึงสื่อดิจิทัลที่มีช่องทางการสื่อสารที่แพร่หลายและใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา

2.6 สมมติฐานการวิจัย

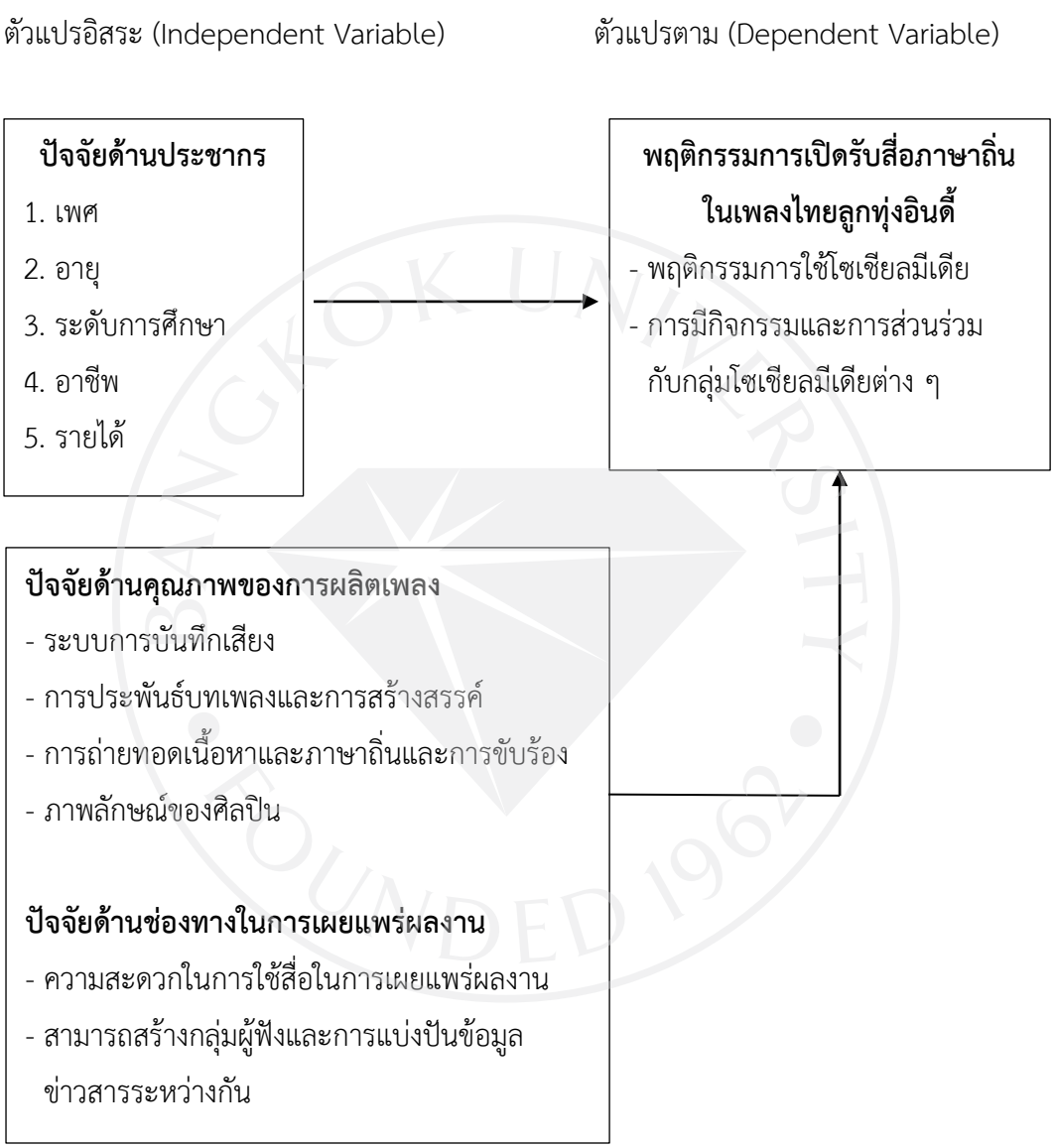
2.6.1 ปัจจัยด้านประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

2.6.2 คุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

2.6.3 ช่องทางในการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 3
วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวิธีการดำเนินงานวิจัยดังนี้

3.1 ประเภทงานวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยรับฟังเพลงลูกทุ่งอินดี้ โดยอ้างอิงตามข้อมูลสถิติจากสำนักสถิติแห่งชาติ ตามหลักการทะเบียนราษฎร์ของกรมการปกครอง จำนวนประชากรช่วงอายุ 15-55 ปี มีทั้งสิ้น 2,926,320 คน

ผู้วิจัยมีการกำหนดขนาดตัวอย่างตามจำนวนที่กล่าวมาโดยใช้ G*Power ตามเงื่อนไขดังนี้

Input: Effect size f^2 = 0.15

α err prob = 0.05

Power (1-β err prob) = 0.95

Number of predictors = 2

Output: Total sample size = 138

3.1.2 วิธีเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการเกี่ยวกับการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

3.1.2.1 กำหนดคุณสมบัติและจำนวนของกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งได้ประชากร เพศชายและเพศหญิง อายุ 15-55 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1.2.2 กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้เงื่อนไขในการคำนวณ Sample Size เป็นเงื่อนไขที่นิยมใช้โดยทั่วไปในโปรแกรม G*Power คือ ขนาดของผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง

(Effect Size f2 = 0.15) ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 0.05 (α err prob = 0.05) พลังของการทดสอบคือ 0.95 [Power (1-β err prob) = 0.95] จำนวนของตัวแปรอิสระหรือ จำนวนของตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์ (Number of predictors) เท่ากับ 5 จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ 138 ตัวอย่าง

3.1.3 เลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มเลือกตัวอย่างตามสะดวก และทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online) จนได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 138 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบในการศึกษาวิจัยไว้ดังนี้ เป็นคำถามแบบปลายปิด โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบที่ตรงกับความจริงหรือตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบมากที่สุดโดยแบ่งคำถามเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง เพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยฟังเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่น และคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และช่องทางในการเปิดรับสื่อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการผลิต ประกอบด้วย กระบวนการผลิต คุณภาพดนตรีศิลปิน ภาพลักษณ์ เนื้อหา ภาษาถิ่นที่ใช้ถ่ายทอด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางในการเผยแพร่ผลงานเพลง ประกอบด้วย โซเชียลมีเดีย การประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ โดยสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องการจัดรูปแบบการดำเนินชีวิตตามลักษณะกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion) เป็นคำถามปลายปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อย แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดแบบ ลิเคิร์ต สเกล (Likert Scale) ที่มีส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุดคือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5 โดยกำหนดเกณฑ์ดังนี้

5 หมายถึง ระดับการเปิดรับมากที่สุด
4 หมายถึง ระดับการเปิดรับมาก
3 หมายถึง ระดับการเปิดรับปานกลาง
2 หมายถึง ระดับการเปิดรับน้อย
1 หมายถึง ระดับการเปิดรับน้อยที่สุด

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างโดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามเป็นขั้นตอนดังนี้

3.4.1 ทบทวนวัตถุประสงค์ของการศึกษาและตัวแปรที่ศึกษา

3.4.2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.4.3 สร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจในประเด็นต่อไปนี้ คือ

3.4.3.1 ลักษณะข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามตามลักษณะประชากรศาสตร์

3.4.3.2 คุณภาพของกระบวนการผลิตผลงานเพลงที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับฟัง

3.4.3.3 ช่องทางในการเผยแพร่ผลงานเพลงในหลายช่องทางผ่านโซเชียลมีเดียและรูปแบบการนำเสนอผลงานเพลง

3.4.3.4 พฤติกรรมในการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ทั้งในเรื่องของการความชอบส่วนตัวและการแสดงความคิดเห็น

3.4.4 ทำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและเสนอแนะข้อปรับปรุงแก้ไข

3.4.5 การปรับปรุงแก้ไขและนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเนื้อหาอีกครั้งหนึ่ง

3.4.6 ทำการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะให้ถูกต้อง

3.4.7 นำแบบสอบถามไปทดลองกับตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อและนำผลที่ได้เข้าปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา

3.4.8 ทำการปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาอนุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม

3.4.9 แจกแบบสอบถามไปยังตัวอย่าง

การตรวจสอบข้อมูลเนื่องจากการศึกษาใช้แบบสอบถามแบบออนไลน์เป็นเครื่องมือในการวิจัยจึงมีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1) การหาความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา จากนั้นนำความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Item-Objective Congruence Index : IOC) ซึ่งแตะละข้อคำถามมีเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ข้อคำถามมีความสอดคล้องหรือวัดได้ ระดับคะแนนเท่ากับ +1

ข้อคำถามไม่แน่ใจว่ามีความหมายว่ามีความสอดคล้องหรือวัดได้ ระดับคะแนนเท่ากับ 0

ข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องหรือวัดได้ ระดับคะแนนเท่ากับ -1

เมื่อคำนวณดัชนีค่า IOC ตามสูตรเรียบร้อยแล้ว จะนำไปเปรียบเทียบตามเกณฑ์มาตรฐานความเที่ยวตรง โดยประเมินผลดัชนี IOC ของแบบจำลองดัชนีวัดผลสำเร็จกับจุดประสงค์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 0.00–0.49 ความสอดคล้องของแบบจำลองดัชนีวัดผลสำเร็จอยู่ในเกณฑ์ต่ำ

ค่าเฉลี่ย 0.50–0.69 ความสอดคล้องของแบบจำลองดัชนีวัดผลสำเร็จอยู่ในเกณฑ์ยอมรับ

ค่าเฉลี่ย 0.70–0.79 ความสอดคล้องของแบบจำลองดัชนีวัดผลสำเร็จอยู่ในเกณฑ์ดี

ค่าเฉลี่ย 0.80–1.00 ความสอดคล้องของแบบจำลองดัชนีวัดผลสำเร็จอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

ซึ่งการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามของผู้ศึกษานั้น มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.59 หมายความว่าสอดคล้องกับแบบจำลองดัชนีวัดผลสำเร็จอยู่ในเกณฑ์ยอมรับ

ทั้งนี้ผู้ศึกษาจะตัดข้อคำถามที่มีความสอดคล้องของแบบจำลองดัชนีวัดผลสำเร็จอยู่ในเกณฑ์ต่ำและข้อคำถามที่มีการปรับปรุงความสอดคล้องของแบบจำลองดัชนีวัดผลสำเร็จอยในเกณฑ์ยอมรับให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้นต่อไป

2) การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้ จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบและหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ ครอนแบ็ช แอลฟา (Cronbach’s Alpha-Coefficient) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (Statistical Package Social Scientists) ดังนี้

แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการผลิต ประกอบด้วย กระบวนการผลิต คุณภาพดนตรี ศิลปิน ภาพลักษณ์ เนื้อหา ภาษาถิ่นที่ใช่ถ่ายทอด ได้ค่าแอลฟา (α) เท่ากับ .920

แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางในการเผยแพร่ผลงานเพลง ประกอบด้วย โซเชียลมีเดีย การประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ได้ค่าแอลฟา (α) เท่ากับ .907

แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้โดยสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องการจัดรูปแบบการดำเนินชีวิตตามลักษณะกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion) ได้ค่าแอลฟา (α) เท่ากับ .963

ทั้งนี้ในการทดสอบความเชื่อมั่นจะต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า .70 จึงถือว่าข้อคำถามนั้นเชื่อถือได้และใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้จริง

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยนี้ได้มีการเก็บ และรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ข้อมูลแบบสอบถามที่ตอบโดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างประชากรในเขตกรุ่งเทพมหานคร จำนวน 138 คน โดยแบบสอบถามออนไลน์ จากนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามมาเข้ารหัสข้อมูลเพื่อประมวลผล โดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำหรับงานวิจัย ทั้งนี้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากการค้นคว้า และรวบรวมจากเอกสารหนังสือต่าง ๆ สื่ออินเทอร์เน็ต ตลอดจนจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง และวิงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่ วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2565–30 กรกฎาคม 2565 เป็นระยะเวลา 2 เดือน

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปร

ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) คือ Independent Samples Test Analysis of Variance: Anova มีการเปรียบเทียบรายคู่แบบ LSD สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson’s Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีระดับน้ำหนักความสัมพันธ์ (r) ตามคำแนะนำของ Cohen (1988) ดังนี้

ความสัมพันธ์น้อย r = .10 - .29

ความสัมพันธ์ปานกลาง r = .30 - .49

ความสัมพันธ์น้อยมาก r = .50 – 1.0

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายและทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวกับตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมจากแบบสอบถาที่มีคำตอบครบถ้วนจำนวนทั้งสิ้น 138 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด ผลการวิเคราะห์แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

4.3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลลักษณะทางประชากรอัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ช่องทางเปิดรับฟังเพลงลูกทุ่งอินดี้ผ่าน social media และความถี่ในการเข้ารับฟังเพลงลูกทุ่งอินดี้ผ่าน Social Media ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	59	42.8
หญิง	79	57.20
รวม	138	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผลการศึกษาข้อมูลจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบกว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 57.20 และเพศชาย จำนวน 59 คนคิดเป็นร้อยละ 42.8

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	9	6.5
21–30 ปี	34	24.6
31–40 ปี	72	52.2
41–50 ปี	-	-
มากกว่า 50 ปี	23	16.7
รวม	138	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผลการศึกษาข้อมูลจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ ต่ำกว่า 31–40 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมา อายุ 21–31 ปีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 มากกว่า 50 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และอายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย	18	13.0
ปริญญาตรี	86	62.3
สูงกว่าปริญญาตรี	34	24.6
รวม	138	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผลการศึกษาข้อมูลจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมา คือ ต่ำสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 และมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	27	19.6
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	46	33.3
พนักงานเอกชน	49	35.5
อาชีพอิสระ	-	-
นักเรียน/นักศึกษา	14	10.1
อื่น ๆ	2	1.4
รวม	138	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผลการศึกษาข้อมูลจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 อาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.10 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 15,000 บาท	11	8.0
15,001–30,000 บาท	35	25.4
30,001–45,000 บาท	67	48.6
45,001–60,000บาท	-	-
60,001–75,000บาท	16	11.6
มากกว่า 75,000 บาท ขึ้นไป	9	6.50
รวม	138	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผลการศึกษาข้อมูลจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ย 30,001–45,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมา รายได้เฉลี่ย 15,001–30,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4 รายได้เฉลี่ย 60,001–75,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 รายได้เฉลี่ย ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และรายได้เฉลี่ย มากกว่า 75,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เพลงผ่าน Social Media (ตอบได้มากกว่า 1 ช่องทาง)

ช่องทางเปิดรับฟังเพลงลูกทุ่งอินดี้ผ่าน Social Media	ผู้รับฟังเพลง (N)	ร้อยละของผู้รับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ (ต่อช่องทาง)
Facebook	84	60.9
YouTube	117	84.8
Instagram	58	42.0
Apple Music	32	23.2
Sportify	14	10.1
Joox	25	18.1
อื่น ๆ	3	2.2

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผลการศึกษาข้อมูลจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการเปิดรับฟังผ่าน Social Media พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับฟังผ่าน Social Media และ Youtube จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 84.8 รองลงมา คือ Facebook จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 ช่องทาง Instagram จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 ช่องทาง Joox จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ช่องทาง Sportify จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 และช่องทาง อื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเข้ารับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

ความถี่ในการเข้ารับฟังเพลงลูกทุ่งอินดี้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	39	28.3
3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	47	34.1
5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	32	23.2
7 ครั้งขึ้นไป	20	14.5
รวม	138	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผลการศึกษาข้อมูลจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเข้ารับฟังเพลงลูกทุ่งอินดี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้ารับฟังเพลงลูกทุ่งอินดี้ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 รองลงมา คือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 และมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

เป็นผลการศึกษาเกี่ยวการพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ การนำเสนอค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความระดับ

ตารางที่ 4.8: การแปลความระดับการเปิดรับการสื่อสารเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น

ระดับ	ช่วง	การแปลระดับ
1	1.00-1.50	เปิดรับน้อยที่สุด
2	1.51-2.50	เปิดรับน้อย
3	2.51-3.50	เปิดรับปานกลาง
4	3.51-4.50	เปิดรับมาก
5	4.51-5.00	เปิดรับมากที่สุด

4.2.1 ปัจจัยด้านคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น

ตารางที่ 4.9: แสดงให้เห็นถึงการนำเสนอค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลระดับของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น

คุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปรระดับเปิดรับ
1. กระบวนการการผลิตที่ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยทำให้ท่านมองเห็นการพัฒนาของเพลงลูกทุ่งอินดี้	4.20	1.005	มาก
2. คุณภาพของเสียงที่ได้รับฟังทำให้ท่านรู้สึกเพลิดเพลินกับเสียงเพลง	4.23	.976	มาก
3. นักดนตรีและผู้สร้างสรรค์ผลงานเพลงมีทักษะความรู้ทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีคุณภาพมากขึ้น	4.19	.986	มาก
4. การผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างเครื่องดนตรีท้องถิ่นกับเครื่องดนตรีสากลมีความน่าสนใจทำให้ท่านเปิดรับเพลงลูกทุ่งอินดี้	4.28	.965	มาก
5. การใช้ภาษาถิ่นในการถ่ายทอดบทเพลงทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีความโดดเด่นและมีอัตลักษณ์	4.16	.991	มาก
6. เรื่องราวเนื้อหาและคำร้องที่ตรงไปตรงมาทำให้ท่านเห็นว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความทันสมัยน่าฟังกว่าเดิม	4.30	.979	มาก
7. ภาพลักษณ์ของศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่ดูทันสมัยเป็นสากลมากขึ้นทำให้เพลงมีความน่าสนใจมากขึ้น	4.23	.976	มาก
8. วิธีการขับร้องที่เป็นสากลมากและง่ายขึ้นทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้ไม่น่าเบื่อ	4.30	.956	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.9 (ต่อ): แสดงให้เห็นถึงการนำเสนอค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลระดับของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น

คุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปรระดับเปิดรับ
9. ศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความเป็นตัวของตัวเองกล้าแสดงออกมากขึ้นทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความร่วมสมัย	4.19	.986	มาก
รวม	4.23	.844	มาก

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่า จำนวนตัวอย่าง 138 คน มีความคิดเห็นโดยรวมต่อคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นอยู่ในระดับความพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .844 และเมื่อพิจารณาคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการเปิดรับมากที่สุดเป็นอันดับแรกมีค่าเฉลี่ย 4.30 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .956 อยู่ในระดับมากคือ วิธีการขับร้องที่เป็นสากลมากและง่ายขึ้นทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้ไม่น่าเบื่อ รองลงมาคือ เรื่องราวเนื้อหาและคำร้องที่ตรงไปตรงมาทำให้ท่านเห็นว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความทันสมัยน่าฟังกว่าเดิม มีค่าเฉลี่ย 4.30 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .979 อยู่ในระดับมาก การผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างเครื่องดนตรีท้องถิ่นกับเครื่องดนตรีสากลมีความน่าสนใจทำให้ท่านเปิดรับเพลงลูกทุ่งอินดี้ มีค่าเฉลี่ย 4.28 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .965 อยู่ในระดับมาก คุณภาพของเสียงที่ได้รับฟังทำให้ท่านรู้สึกเพลิดเพลินกับเสียงเพลง มีค่าเฉลี่ย 4.23 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .976 อยู่ในระดับมาก ภาพลักษณ์ของศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่ดูทันสมัยเป็นสากลมากขึ้นทำให้เพลงมีความน่าสนใจมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.23 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .976 อยู่ในระดับมาก กระบวนการการผลิตที่ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยทำให้ท่านมองเห็นการพัฒนาของเพลงลูกทุ่งอินดี้ มีค่าเฉลี่ย 4.20 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.005 อยู่ในระดับมาก นักดนตรีและผู้สร้างสรรค์ผลงานเพลง มีทักษะความรู้ทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีคุณภาพมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.19 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .986 อยู่ในระดับมาก ศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความเป็นตัวของตัวเองกล้าแสดงออกมากขึ้นทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความร่วมสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.19 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .986 อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายคือ การใช้ภาษาถิ่นในการถ่ายทอดบทเพลงทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีความโดดเด่น และมีอัตลักษณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.16 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .991 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

4.2.2 ปัจจัยด้านช่องทางในการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น

ตารางที่ 4.10: แสดงให้เห็นถึงการนำเสนอค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลระดับของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น

ช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปรระดับเปิดรับ
1. การเข้าถึงสื่อได้ง่ายทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและเข้าถึงเพลงลูกทุ่งอินดี้	4.25	.973	มาก
2. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารของศิลปินทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่จำกัดเวลา ทำให้ท่านได้รับข่าวสารใหม่ๆที่น่าติดตามตลอดเวลา	4.09	1.000	มาก
3. ข่าวสารของศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่หาได้ง่าย ทำให้ท่านรู้สึกมีความต่อเนื่องในการรับรู้ข่าวสาร	4.12	1.007	มาก
4. มิวสิควิดีโอในช่องโซเชียลมีเดียเป็นตัวช่วยสร้างความเข้าใจในการสื่อสารภาษาถิ่นของเพลงลูกทุ่งอินดี้	4.19	.986	มาก
5. ยอดการกดไลก์เป็นตัวบ่งบอกถึงกระแสนิยมและทำให้ท่านตัดสินใจเลือกที่จะฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้	4.12	.997	มาก
6. การกดติดตามเป็นการบอกถึงขนาดของกลุ่มและกระแสความนิยมได้อย่างชัดเจน	4.12	.997	มาก
7. ท่านสนใจการแสดงสด (Live) ของศิลปินผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย	4.07	1.001	มาก
รวม	4.14	.897	มาก

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่าจำนวนตัวอย่าง 138 คน มีความคิดเห็นโดยรวมต่อช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นอยู่ในระดับการเปิดรับที่ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .897 และเมื่อพิจารณาช่องทางการ

เผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการเปิดรับมากที่สุดเป็นอันดับแรกมีค่าเฉลี่ย 4.25 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .973 อยู่ในระดับมากคือ การเข้าถึงสื่อได้ง่ายทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและเข้าถึงเพลงลูกทุ่งอินดี้ รองลงมาคือ มิวสิควิดีโอในช่องโซเชียลมีเดียเป็นตัวช่วยสร้างความเข้าใจในการสื่อสารภาษาถิ่นของเพลงลูกทุ่งอินดี้ มีค่าเฉลี่ย 4.19 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .986 อยู่ในระดับมาก ยอดการกดไลก์เป็นตัวบ่งบอกถึงกระแสนิยมและทำให้ท่านตัดสินใจเลือกที่จะฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ มีค่าเฉลี่ย 4.12 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .997 อยู่ในระดับมาก การกดติดตามเป็นการบอกถึงขนาดของกลุ่มและกระแสความนิยมได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.12 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .997 อยู่ในระดับมาก ข่าวสารของศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่หาได้ง่าย ทำให้ท่านรู้สึกมีความต่อเนื่องในการรับรู้ข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 4.12 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.007 อยู่ในระดับมาก การประชาสัมพันธ์ข่าวสารของศิลปินทำได้อย่างรวดเร็วไม่จำกัดเวลา ทำให้ท่านได้รับข่าวสารใหม่ๆที่น่าติดตามตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.09 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.000 อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายคือ ท่านสนใจการแสดงสด (Live) ของศิลปินผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย มีค่าเฉลี่ย 4.07 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.001 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

4.2.3 พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

ตารางที่ 4.11: แสดงให้เห็นถึงการนำเสนอค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลระดับของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปรระดับเปิดรับ
1. ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเป็นแนวเพลงที่ท่านชื่นชอบ	4.06	1.157	มาก
2. ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเนื้อเพลงเป็นภาษาถิ่นที่ท่านคุ้นเคย	3.89	1.212	มาก
3. ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเป็นภาษาถิ่นของท่าน	3.90	1.263	มาก
4. ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เพราะคนรอบข้างของท่านชักชวนให้ฟัง	3.94	1.207	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ): แสดงให้เห็นถึงการนำเสนอค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลระดับของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปรระดับเปิดรับ
5. ท่านแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ที่มีคนตั้งกระทู้เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้	3.93	1.254	มาก
6. ท่านกดไลก์เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านฟังแล้วรู้สึกชื่นชอบ	4.02	1.091	มาก
7. ท่านกดแชร์เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านชื่นชอบผ่านโซเชียลมีเดียส่วนตัวของท่าน	3.99	1.232	มาก
8. ท่านแนะนำเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านชื่นชอบให้กับเพื่อนของท่าน	3.99	1.137	มาก
รวม	3.97	1.082	มาก

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่าจำนวนตัวอย่าง 138 คน มีความคิดเห็นโดยรวมต่อพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้อยู่ในระดับการเปิดรับที่ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.082 และเมื่อพิจารณาพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการเปิดรับมากที่สุดเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.06 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.157 อยู่ในระดับมากคือ ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเป็นแนวเพลงที่ท่านชื่นชอบ รองลงมาคือ ท่านกดไลก์เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านฟังแล้วรู้สึกชื่นชอบ มีค่าเฉลี่ย 4.02 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.091 อยู่ในระดับมาก ท่านแนะนำเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านชื่นชอบให้กับเพื่อนของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.99 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.137 อยู่ในระดับมาก ท่านกดแชร์เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านชื่นชอบผ่านโซเชียลมีเดียส่วนตัวของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.99 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.232 อยู่ในระดับมาก ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เพราะคนรอบข้างของท่านชักชวนให้ฟัง มีค่าเฉลี่ย 3.94 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.207 อยู่ในระดับมาก ท่านแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ที่มีคนตั้งกระทู้เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ มีค่าเฉลี่ย 3.93 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.254 อยู่ในระดับมาก ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ เนื่องจากเป็นภาษาถิ่นของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.90 และค่าเบี่ยงเบน

มาตรฐาน 1.263 อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายคือ ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ เนื่องจากเนื้อเพลงเป็นภาษาถิ่นที่ท่านคุ้นเคย มีค่าเฉลี่ย 3.89 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.212 อยู่ในระดับมากตามลำดับ

4.3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) คือสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีระดับน้ำหนักความสัมพันธ์ (r) ตามคำแนะนำของ Cohen (1988) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์ (r)	แปลผล
0.10-0.29	มีค่าความสัมพันธ์ในระดับน้อย
0.30-0.49	มีค่าความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
0.50–1.00	มีค่าความสัมพันธ์ในระดับมาก

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้แตกต่างกัน โดยใช้สถิติการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples Test)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12: ผลการทดสอบการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ จำแนกตามเพศ

เพศ	N	Mean	Std.deviation	t	Sig.
ชาย	59	4.040	1.036	.708	.138
หญิง	79	3.908	1.118		
รวม	138				

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ค่า t เท่ากับ .708 และค่า Sig. เท่ากับ .138 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1.1 สรุปว่า เพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้แตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: Anova)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H0 : อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ไม่แตกต่างกัน

H1 : อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13: ผลการทดสอบการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ จำแนกตามอายุ

อายุ	N	Mean	Std.deviation	F	Sig.
ไม่เกิน 20 ปี	9	3.667	1.000	.594	.620
21–30 ปี	34	3.956	1.078		
31–40 ปี	72	3.932	1.113		
41-50 ปี	-	-	-		
มากกว่า 50 ปี	9	4.196	1.042		
รวม	138	3.965	1.082		

จากตารางที่ 4.13 พบว่าค่า F เท่ากับ .594 และค่า Sig. เท่ากับ .620 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1.2 สรุปว่าอายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินนดี้ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้แตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: Anova)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ไม่แตกต่างกัน

H1 : ระดับการศึกที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14: ผลการทดสอบการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	N	Mean	Std.deviation	F	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	18	3.694	.938	.990	.374
ปริญญาตรี	86	4.057	1.052		
สูงกว่าปริญญาตรี	34	3.875	1.218		
รวม	138	3.965	1.082		

จากตารางที่ 4.14 พบว่าค่า F เท่ากับ .990 และค่า Sig. เท่ากับ 0.374 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1.3 สรุปว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้แตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: Anova)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H0 : อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ไม่แตกต่างกัน

H1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15: ผลการทดสอบการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	N	Mean	Std.deviation	F	Sig.
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	27	4.421	0.986	1.635	.169
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	46	3.864	1.163		
พนักงานเอกชน	49	3.796	1.027		
นักเรียน/นักศึกษา	14	4.000	1.038		
อื่น ๆ	2	4.000	1.414		
รวม	138	3.965	1.082		

จากตารางที่ 4.15 พบว่าค่า F เท่ากับ 1.635 และค่า Sig. เท่ากับ .169 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1.4 สรุปว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินนดี้ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้แตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: Anova)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ไม่แตกต่างกัน

H1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16: ผลการทดสอบการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	N	Mean	Std.deviation	F	Sig.
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 15,000 บาท	11	3.3864	1.092	1.879	.118
15,001–30,000 บาท	35	3,789	1.037		
30,001–45,000 บาท	67	4.097	1.07970		
45,001–60,000บาท	-	-	-		
60,001–75,000 บาท	16	4.328	.948		
มากกว่า 70,000 บาท ขึ้นไป	9	3.722	1.271		
รวม	138	3.965	1.082		

จากตารางที่ 4.16 พบว่าค่า F เท่ากับ 1.879 และค่า Sig. เท่ากับ .118 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1.5 สรุปว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

H_0 : คุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

H_1 : คุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

ตารางที่ 4.17: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

คุณภาพการผลิต		พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสาร	ค่าความสัมพันธ์
Quality 1	Pearson Correlation	.625**	ระดับมาก
	Sig. (2-tailed)	<.001	มีความสัมพันธ์
	N	138	
Quality 2	Pearson Correlation	.624**	ระดับมาก
	Sig. (2-tailed)	<.001	มีความสัมพันธ์
	N	138	
Quality 3	Pearson Correlation	.724**	ระดับมาก
	Sig. (2-tailed)	<.001	มีความสัมพันธ์
	N	138	
Interested 1	Pearson Correlation	.589**	ระดับมาก
	Sig. (2-tailed)	<.001	มีความสัมพันธ์
	N	138	
Interested2	Pearson Correlation	.544**	ระดับมาก
	Sig. (2-tailed)	<.001	มีความสัมพันธ์
	N	138	
Interested3	Pearson Correlation	.674**	ระดับมาก
	Sig. (2-tailed)	<.001	มีความสัมพันธ์
	N	138	
Interested4	Pearson Correlation	.724**	ระดับมาก
	Sig. (2-tailed)	<.001	มีความสัมพันธ์
	N	138	
Interested5	Pearson Correlation	.731**	ระดับมาก
	Sig. (2-tailed)	<.001	มีความสัมพันธ์
	N	138	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.17 (ต่อ): การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

คุณภาพการผลิต		พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสาร	ค่าความสัมพันธ์
Interested6	Pearson Correlation	.716**	ระดับมาก
	Sig. (2-tailed)	<.001	มีความสัมพันธ์
	N	138	

*.Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 4.17 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ พบว่าด้านคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีค่า Sig.< .001 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 หมายความว่า คุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าความสัมพันธ์มากที่สุดคือ วิธีการขับร้องที่เป็นสากลมากและง่ายขึ้นทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้ไม่น่าเบื่อ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Interested 5 r= .731**) นักดนตรีและผู้สร้างสรรค์ผลงานเพลง มีทักษะความรู้ทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีคุณภาพมาก มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Quality3 r= .724**) ภาพลักษณ์ของศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่ดูทันสมัยเป็นสากลมากขึ้นทำให้เพลงมีความน่าสนใจมากขึ้น มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Interested 4 r= .724**) ศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความเป็นตัวของตัวเองกล้าแสดงออกมากขึ้นทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความร่วมสมัย มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Interested 6 r= .716**) เรื่องราวเนื้อหาและคำร้องที่ตรงไปตรงมาทำให้ท่านเห็นว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความทันสมัยน่าฟังกว่าเดิม มีความสัมพันธ์ในระดับปานมาก (Interested 3 r= .674**) กระบวนการการผลิตที่ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยทำให้ท่านมองเห็นการพัฒนาของเพลงลูกทุ่งอินดี้ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Quality 1 r= .625**) คุณภาพของเสียงที่ได้รับฟังทำให้ท่านรู้สึกเพลิดเพลินกับเสียงเพลง มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Quality 2 r= .624**) การผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างเครื่องดนตรีท้องถิ่นกับเครื่องดนตรีสากลมีความน่าสนใจทำให้ท่านเปิดรับเพลงลูกทุ่งอินดี้ มีความสัมพันธ์ในระดับ

มาก (Interested1 r= .589**) และการใช้ภาษาถิ่นในการถ่ายทอดบทเพลงทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีความโดดเด่นและมีอัตลักษณ์ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Interested2 r= .544**) ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3 ช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

H_0 : ช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

H_1 : ช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

ตารางที่ 4.18: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

ช่องทางในการเผยแพร่		พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสาร	ค่าความสัมพันธ์
Convenience1	Pearson Correlation	.696**	ระดับมาก
	Sig. (2-tailed)	<.001	มีความสัมพันธ์
	N	138	
Convenience2	Pearson Correlation	.733**	ระดับมาก
	Sig. (2-tailed)	<.001	มีความสัมพันธ์
	N	138	
Convenience3	Pearson Correlation	.766*	ระดับมาก
	Sig. (2-tailed)	<.001	มีความสัมพันธ์
	N	138	
Understanding	Pearson Correlation	.668**	ระดับมาก
	Sig. (2-tailed)	<.001	มีความสัมพันธ์
	N	138	
Trend1	Pearson Correlation	.790**	ระดับมาก
	Sig. (2-tailed)	<.001	มีความสัมพันธ์
	N	138	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ): การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

ช่องทางในการเผยแพร่		พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสาร	ค่าความสัมพันธ์
Trend2	Pearson Correlation	.800**	ระดับมาก
	Sig. (2-tailed)	<.001	มีความสัมพันธ์
	N	138	
Sociallive	Pearson Correlation	.827**	ระดับมาก
	Sig. (2-tailed)	<.001	มีความสัมพันธ์
	N	138	

*.Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 4.18 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ พบว่าด้านช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น มีค่า Sig.< .001 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 หมายความว่า ช่องทางในการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าความสัมพันธ์มากที่สุดคือ ท่านสนใจการแสดงสด(Live)ของศิลปินผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Social live r= .827**) การกดติดตามเป็นการบอกถึงขนาดของกลุ่มและกระแสความนิยมได้อย่างชัดเจน มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Trend 2 r= .800**) ยอดการกดไลก์เป็นตัวบ่งบอกถึงกระแสนิยมและทำให้ท่านตัดสินใจเลือกที่จะฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Trend 1 r= .790**) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารของศิลปินทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่จำกัดเวลา ทำให้ท่านได้รับข่าวสารใหม่ๆที่น่าติดตามตลอดเวลา มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Convenience 2 r= .733**) การเข้าถึงสื่อได้ง่ายทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและเข้าถึงเพลงลูกทุ่งอินดี้ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Convenience 1 r= .696**) และมิวสิควิดีโอในช่องโซเชียลมีเดียเป็นตัวช่วยสร้างความเข้าใจในการสื่อสารภาษาถิ่นของเพลงลูกทุ่งอินดี้ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Understanding r= .668**) ตามลำดับ

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1) เพื่อศึกษาคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2) เพื่อศึกษาช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนที่มีภูมิลำเนาในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการศึกษาในรูปแบบงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form ในลักษณะงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Cluster Sampling เมื่อผู้ตอบมีจำนวนครบ 138 คน ซึ่งได้สรุปผลการศึกษาไว้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบว่า เป็นผู้หญิงมากว่าผู้ชาย โดยมีอายุระหว่าง 31-40 ปี และรองลงมามีอายุระหว่าง 21-31 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และรองลงมาคือระดับสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน รองลงมาอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ 30,001-45,000 บาท รองลงมามีรายได้อยู่ที่ 15,001–30,000 บาท และมีรายได้อยู่ที่ 60,001–75,000 บาท ช่องทางการเปิดรับผ่านสื่อโซเชียลมีเดียส่วนใหญ่เปิดรับฟังผ่าน YouTube รองลงมาคือ Facebook และ Instagram ซึ่งมีความถี่ในการเข้ารับฟังเพลงลูกทุ่งอินดี้ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมามีความถี่ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ และ 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ ตามลำดับ

5.1.2 พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ด้านคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ด้านคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น การเปิดรับอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณา

คุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการเปิดรับมากที่สุดเป็นอันดับแรกอยู่ในระดับมากคือ วิธีการขับร้องที่เป็นสากลมากและง่ายขึ้นทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้ไม่น่าเบื่อ รองลงมาเป็นอันดับที่สองคือ เรื่องราวเนื้อหาและคำร้องที่ตรงไปตรงมาทำให้ท่านเห็นว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความทันสมัยน่าฟังกว่าเดิม อยู่ในระดับมาก อันดับที่สามคือ การผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างเครื่องดนตรีท้องถิ่นกับเครื่องดนตรีสากลมีความน่าสนใจทำให้ท่านเปิดรับเพลงลูกทุ่งอินดี้ อยู่ในระดับมาก อันดับที่สี่คือ คุณภาพของเสียงที่ได้รับฟังทำให้ท่านรู้สึกเพลิดเพลินกับเสียงเพลง อยู่ในระดับมาก อันดับที่ห้าคือ ภาพลักษณ์ของศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่ดูทันสมัยเป็นสากลมากขึ้นทำให้เพลงมีความน่าสนใจมากขึ้น อยู่ในระดับมาก อันดับที่หกคือ กระบวนการการผลิตที่ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยทำให้ท่านมองเห็นการพัฒนาของเพลงลูกทุ่งอินดี้ อยู่ในระดับมาก อันดับที่เจ็ดคือ นักดนตรีและผู้สร้างสรรค์ผลงานเพลง มีทักษะความรู้ทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีคุณภาพมากขึ้น อยู่ในระดับมาก อันดับที่แปดคือ ศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความเป็นตัวของตัวเองกล้าแสดงออกมากขึ้นทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความร่วมสมัยมีความสัมพันธ์ในระดับมาก และอันดับที่เก้าเป็นอันดับสุดท้ายคือ การใช้ภาษาถิ่นในการถ่ายทอดบทเพลงทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีความโดดเด่น และมีอัตลักษณ์ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5.1.3 พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ด้านช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ด้านช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น การเปิดรับอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการเปิดรับมากที่สุดเป็นอันดับแรกอยู่ในระดับมากคือ การเข้าถึงสื่อได้ง่ายทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและเข้าถึงเพลงลูกทุ่งอินดี้ รองลงมาคือ มิวสิควิดีโอในช่องโซเชียลมีเดียเป็นตัวช่วยสร้างความเข้าใจในการสื่อสารภาษาถิ่นของเพลงลูกทุ่งอินดี้ อยู่ในระดับมาก อันดับที่สามคือ ยอดการกดไลก์เป็นตัวบ่งบอกถึงกระแสนิยมและทำให้ท่านตัดสินใจเลือกที่จะฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ อยู่ในระดับมาก อันดับที่สี่คือ การกดติดตามเป็นการบอกถึงขนาดของกลุ่มและกระแสความนิยมได้อย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก อันดับที่ห้าคือ ข่าวสารของศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่หาได้ง่าย ทำให้ท่านรู้สึกมีความต่อเนื่องในการรับรู้ข่าวสาร อยู่ในระดับมาก อันดับที่หกคือ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารของศิลปินทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่จำกัดเวลา ทำให้ท่านได้รับข่าวสารใหม่ ๆ ที่น่าติดตามตลอดเวลา อยู่ในระดับมาก และอันดับที่เจ็ดอันดับสุดท้ายคือ ท่านสนใจการแสดงสด (Live) ของศิลปินผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5.1.4 การสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ด้านพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสาร

จากการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ด้านพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้อยู่ในระดับการเปิดรับมาก และเมื่อพิจารณาพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เป็นรายข้อพบว่า การเปิดรับอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการเปิดรับมากที่สุดเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมากคือ ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเป็นแนวเพลงที่ท่านชื่นชอบ รองลงมาคือ ท่านกดไลก์เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านฟังแล้วรู้สึกชื่นชอบ อยู่ในระดับมาก อันดับที่สามคือ ท่านแนะนำเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านชื่นชอบให้กับเพื่อนของท่าน อยู่ในระดับมาก อันดับที่สี่คือ ท่านกดแชร์เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านชื่นชอบผ่านโซเชียลมีเดียส่วนตัวของท่าน อยู่ในระดับมาก อันดับที่ห้าคือ ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เพราะคนรอบข้างของท่านชักชวนให้ฟัง อยู่ในระดับมาก อันดับที่หกคือ ท่านแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆที่มีคนตั้งกระทู้เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ อยู่ในระดับมาก อันดับที่เจ็ดคือ ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเป็นภาษาถิ่นของท่าน อยู่ในระดับมาก และอันดับที่แปดอันดับสุดท้ายคือ ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเนื้อเพลงเป็นภาษาถิ่นที่ท่านคุ้นเคย อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

สรุปได้ว่า จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ ประกอบไปด้วย คุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น ช่องทางในการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยจะสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ได้ในการทดสอบสมมติฐานต่อไป

5.1.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

5.1.5.1 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

สมมติฐานที่ 3 ช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

5.1.5.2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามลักษณะประชากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ พบว่าด้านคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีค่า Sig.< .001 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธ H_0 หมายความว่า คุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าความสัมพันธ์มากที่สุดคือ วิธีการขับร้องที่เป็นสากลมากและง่ายขึ้นทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้ไม่น่าเบื่อ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก นักดนตรีและผู้สร้างสรรค์ผลงานเพลง มีทักษะความรู้ทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีคุณภาพมาก มีความสัมพันธ์ในระดับมาก ภาพลักษณ์ของศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่ดูทันสมัยเป็นสากลมากขึ้นทำให้เพลงมีความน่าสนใจมากขึ้น มีความสัมพันธ์ในระดับมาก ศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความเป็นตัวของตัวเองกล้าแสดงออกมากขึ้นทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความร่วมสมัย มีความสัมพันธ์ในระดับมาก เรื่องราวเนื้อหาและคำร้องที่ตรงไปตรงมาทำให้ท่านเห็นว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความทันสมัยน่าฟังกว่าเดิม มีความสัมพันธ์ในระดับมาก กระบวนการการผลิตที่ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยทำให้ท่านมองเห็นการพัฒนาของเพลงลูกทุ่งอินดี้ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก คุณภาพของเสียงที่ได้รับฟังทำให้ท่านรู้สึกเพลิดเพลินกับเสียงเพลง มีความสัมพันธ์ในระดับมาก การผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างเครื่องดนตรีท้องถิ่นกับเครื่องดนตรีสากลมีความน่าสนใจทำให้ท่านเปิดรับเพลงลูกทุ่งอินดี้ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก และการใช้ภาษาถิ่นในการถ่ายทอดบทเพลงทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีความโดดเด่นและมีอัตลักษณ์ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก ตามลำดับ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางในการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นกับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ พบว่าด้านช่องทางในการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น มีค่า Sig.< .001 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธ H_0 หมายความว่า ช่องทางในการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าความสัมพันธ์มากที่สุดคือ ท่านสนใจการแสดงสด (Live) ของศิลปินผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย มีความสัมพันธ์ในระดับมาก การกดติดตามเป็นการบอกถึงขนาดของกลุ่มและกระแสความนิยมได้อย่างชัดเจน มีความสัมพันธ์ในระดับมาก ยอดการกดไลก์เป็นตัวบ่งบอกถึงกระแสนิยมและทำให้ท่านตัดสินใจเลือกที่จะฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก การประชาสัมพันธ์ข่าวสารของศิลปินทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่จำกัดเวลา ทำให้ท่านได้รับข่าวสารใหม่ ๆ ที่น่าติดตามตลอดเวลา มีความสัมพันธ์ในระดับมาก การเข้าถึงสื่อได้ง่ายทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูล

ข่าวสารและเข้าถึงเพลงลูกทุ่งอินดี้ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก และมิวสิค วิดีโอในช่องโซเชียลมีเดีย เป็นตัวช่วยสร้างความเข้าใจในการสื่อสารภาษาถิ่นของเพลงลูกทุ่งอินดี้ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาผลการวิจัยและการทดสอบสมมติฐาน ประกอบกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ พบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ดังนี้

5.2.1 เพื่อศึกษาคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นด้านคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น ระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือ วิธีการขับร้องที่เป็นสากลมากและง่ายขึ้นทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้ไม่น่าเบื่อ ผู้ฟังให้ความสำคัญมากที่สุด เรื่องราวเนื้อหาและคำร้องที่ตรงไปตรงมาทำให้ท่านเห็นว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความทันสมัยน่าฟังกว่าเดิม การผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างเครื่องดนตรีท้องถิ่นกับเครื่องดนตรีสากลมีความน่าสนใจทำให้ท่านเปิดรับเพลงลูกทุ่งอินดี้ คุณภาพของเสียงที่ได้รับฟังทำให้ท่านรู้สึกเพลิดเพลินกับเสียงเพลง ภาพลักษณ์ของศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่ดูทันสมัยเป็นสากลมากขึ้นทำให้เพลงมีความน่าสนใจมากขึ้น กระบวนการการผลิตที่ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยทำให้ท่านมองเห็นการพัฒนาของเพลงลูกทุ่งอินดี้ นักดนตรีและผู้สร้างสรรค์ผลงานเพลงมีทักษะความรู้ทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีคุณภาพมากขึ้น ศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความเป็นตัวของตัวเองกล้าแสดงออกมากขึ้นทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความร่วมสมัย และการใช้ภาษาถิ่นในการถ่ายทอดบทเพลงทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีความโดดเด่น และมีอัตลักษณ์ ซึ่งพบว่าผู้ฟังให้ความสำคัญน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ณทิตา ทรัพย์สินวิวัฒน์ (2560) ได้กล่าวถึงการประยุกต์เพลงไทยลูกทุ่งไว้ว่า จากในอดีตที่เพลงลูกทุ่งถึงจะบรรเลงด้วยเครื่องดนตรีสากลเป็นหลัก และใช้เครื่องดนตรีท้องถิ่นต่าง ๆ มาเล่นสอดแทรกผสมกลมกลืนไปเป็นช่วง ๆ เพื่อแสดงอัตลักษณ์ ของถิ่นนั้น ๆ การสร้างสรรค์โดยการสอดแทรกภาษาอังกฤษเข้าไปมากมายหลายวิธีทั้งการร้องภาษาไทยด้วยสำเนียง อังกฤษ หรือสอดแทรกคำภาษาอังกฤษง่าย ๆ บางคำเข้ามาระหว่างเนื้อเพลง เพลงลูกทุ่งอินดี้ใช้ภาษากลางมา ประกอบในการประพันธ์เนื้อเพลงด้วยเพื่อให้คนภาคอื่นสามารถเข้าใจความหมายได้ McSweeney (2020) ได้กล่าวว่า การพัฒนาเทคโนโลยีของกระบวนการผลิตเพลงจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี จากแอนะล็อก (Analog) สู่ยุคดิจิทัลได้ส่งผลดีต่อกระบวนการ

ผลิต เพลงในยุคปัจจุบันทำให้นักดนตรี และศิลปินหน้าใหม่กลายเป็นกลุ่มที่เติบโตอย่างเร็วที่สุดของวงการเพลง เจริญชัย แสงอรุณ (2564) ได้เคยกล่าวถึงการพัฒนาเพลงไทยลูกทุ่งไว้ว่า อิสระในการผลิตคิดสร้างสรรค์ผลงานได้ด้วยตัวเองโดยไม่ต้องพึ่งพาค่ายเพลงมาคอยควบคุมเหมือนในยุคก่อน จึงทำให้ศิลปินสามารถเสนอ ความคิดสร้างสรรค์ใส่ความเป็นตัวของตัวเองลงในผลงานของตัวเองที่จะนำเสนอต่อผู้ฟังได้อย่างอิสระ

5.2.2 เพื่อศึกษาช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นด้านช่องทางในการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น ระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือ การเข้าถึงสื่อได้ง่ายทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและเข้าถึงเพลงลูกทุ่งอินดี้ ผู้ฟังให้ความสำคัญมากที่สุด มิวสิควิดีโอในช่องโซเชียลมีเดียเป็นตัวช่วยสร้างความเข้าใจในการสื่อสารภาษาถิ่นของเพลงลูกทุ่งอินดี้ ยอดการกดไลก์เป็นตัวบ่งบอกถึงกระแสนิยมและทำให้ท่านตัดสินใจเลือกที่จะฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ การกดติดตามเป็นการบอกถึงขนาดของกลุ่มและกระแสความนิยมได้อย่างชัดเจน ข่าวสารของศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่หาได้ง่ายทำให้ท่านรู้สึกมีความต่อเนื่องในการรับรู้ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ข่าวสารของศิลปินทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่จำกัดเวลา ทำให้ท่านได้รับข่าวสารใหม่ ๆ ที่น่าติดตามตลอดเวลา และการแสดงสด (Live) ของศิลปินผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ซึ่งพบว่าผู้ฟังให้ความสำคัญน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย และฐิตินันบุญภาพ คอมมอน (2562) ได้เคยให้ความคิดเห็นไว้ว่า อิทธิพลของเทคโนโลยีระบบดิจิทัลกับการพัฒนาการสร้างสรรค์เพลง อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีต่าง ๆ สู่ระบบดิจิทัลนั้น มีบทบาทอย่างมากในการเปลี่ยนแปลง อุตสาหกรรมดนตรี และข้อมูลไฟล์ในการบันทึก และการเผยแพร่รูปแบบต่าง ๆ ก็เปลี่ยนแปลงไปจากที่คาสเซ็ตหรือซีดีก็เปลี่ยนมาเป็นไฟล์ Wave และไฟล์ Mp3 ในระบบดิจิทัลที่ทุกคน สามารถเข้าถึงได้ไม่ยาก มีการใช้งานที่ง่ายขึ้น ไปรยา อรรคนิตย์ (2561) มิวสิควิดีโอออนไลน์ เป็นช่องทางการใช้สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อการสร้างการรับรู้กับกลุ่มเป้าหมาย อย่างมากหากเทียบกับสื่อสังคมออนไลน์ประเภทอื่น ๆ ดังนั้นในโลกออนไลน์ จึงมีการทำการตลาดด้วย รูปแบบไวรัลวิดีโอมากขึ้น เพราะสามารถก่อให้เกิดกระแสในกลุ่มเป้าหมาย และมีการแชร์หรือส่งต่อไปยัง กลุ่มเครือข่ายของกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มอื่น ๆ ในบางโอกาส นอกจากนี้เอมิกา เทมมินทร์ (2556) ได้เคยกล่าวว่า ช่องทางในการเปิดรับการสื่อสารของประชาชนกลุ่มผู้ฟังเพลงที่มีภูมิลำเนา ในกรุงเทพฯ นั้นเป็นกลุ่มที่เข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ง่าย และสะดวกกว่ากลุ่มผู้ฟังในภูมิภาคอื่น ๆ เพราะด้วยความครอบคลุมของเครือข่าย สัญญาณระบบมือถือ 3G, 4G, 5G หรือระบบไฟเบอร์ออฟติก (Fiber Optic) โดยรูปแบบของเว็บไซต์ระบบเครือข่ายของสังคมออนไลน์บน อินเทอร์เน็ตที่ถูกใช้บ่อยคือ Facebook, Line, Instagram, Twitter, Google+ และ Youtube

เป็นต้น Baruah (2012) ได้ให้ความเห็นไว้ว่าเครื่องมือของเทคโนโลยีในสังคมออนไลน์นั้น ไม่เพียงแต่จะขยายการสื่อสารของมนุษย์ให้กว้างขวางออกไปยิ่งกว่าที่เคยมีมาในยุคอดีตเท่านั้น แต่ยังทำให้กระบวนความคิดที่เรามีต่อการสื่อสารนั้นเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย จึงสามารถกล่าวได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์จึงมีอิทธิพลต่อเรา และสามารถเปลี่ยนรูปแบบสังคมที่เราอยู่ทั้งส่วนบุคคลหรือในระดับเปลี่ยนแปลงได้ทั้งสังคมเลยทีเดียว

5.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นด้านความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่น ระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือ ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ เนื่องจากเป็นแนวเพลงที่ท่านชื่นชอบ ผู้ฟังให้ความสำคัญมากที่สุด ท่านกดไลก์เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านฟังแล้วรู้สึกชื่นชอบ ท่านแนะนำเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านชื่นชอบให้กับเพื่อนของท่าน ท่านกดแชร์เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านชื่นชอบผ่านโซเชียลมีเดียส่วนตัวของท่าน ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เพราะคนรอบข้างของท่านชักชวนให้ฟัง ท่านแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ที่มีคนตั้งกระทู้เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ เนื่องจากเป็นภาษาถิ่นของท่าน และท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเนื้อเพลงเป็นภาษาถิ่นที่ท่านคุ้นเคย พบว่าผู้ฟังให้ความสำคัญน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ณทิตา ทรัพย์สินวิวัฒน์ (2560) ได้กล่าวว่าเพลงลูกทุ่งนอกจากจะสามารถฟังเพื่อสนองความชื่นชอบและความบันเทิงส่วนตัวแล้ว ยังสามารถนำไปใช้ร่วมตามโอกาสต่าง ๆ ของชีวิตในด้านอื่น ๆ ได้ด้วย Baruah (2012) ได้กล่าวไว้ว่า ท่ามกลางโลกที่กำลังอยู่ในกระแสของโซเชียลมีเดียจะเห็นได้ชัดว่าสื่ออย่าง Facebook, Twitter, Orkut, MySpace, Skype ฯลฯ ได้ถูกใช้อย่างแพร่หลายในการสื่อสาร มีการใช้ในการแบ่งปัน (Share) ความรู้หรือข้อมูลต่าง ๆ ให้แก่กันอย่างกว้างขวาง และการใช้เวลาในการส่งต่อและสื่อสารกันเป็นการใช้เวลาที่สั้นที่สุด

ไปรยา อรรคนิตย์ (2561) กล่าวว่ารูปแบบเพลงหรือเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านโลกสังคมออนไลน์ ไวรัล (Viral) หรือวิธีการบอกกันแบบปากต่อปาก เป็นการสร้างกระแสในสื่อสังคมออนไลน์แบบหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ในปัจจุบันวิดีโอบนสังคมออนไลน์หรือไวรัลวิดีโอออนไลน์ Atkin (1973 อ้างใน ปิยาอร รักชาติ, 2552) ที่กล่าวไว้ว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสารหากยิ่งเปิดรับข่าวสารบ่อยครั้ง และใช้เวลาในการเปิดรับข่าวสารนานมากเท่าใด ก็จะทำให้ตนเองนั้นมีหูตาที่กว้างไกลมากขึ้น และจะมีความเป็นคนที่ทันสมัยต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่รับข่าวสารน้อยกว่า Schramm (1973 อ้างใน ปิยาอร รักชาติ, 2552) ได้เคยกล่าวเอาไว้ว่า การเปิดรับข่าวสารของผู้บริโภคต่างมีองค์ประกอบที่แตกต่างกันมากมายโดยที่ผู้รับข่าวสารนั้นจะประเมินคุณประโยชน์ของข่าวสารนั้น เพื่อตอบสนองของจุดประสงค์ความต้องการของตนเอง ภูมิหลัง การศึกษาทัศนคติ

อารมณ์ และสภาพแวดล้อมจะทำให้ผู้บริโภคตีเนื้อหาและความหมายของข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันออกไป

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นมีการกระจายตัวอย่างรวดเร็วตามสื่อโซเชียลต่าง ๆ ทำให้ประชาชนเข้าถึงเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ได้ง่ายขึ้นอย่างมาก และด้วยความทันสมัยของเทคโนโลยีทำให้กระบวนการผลิตทำได้สะดวกรวดเร็วขึ้น ทักษะของนักร้องและนักดนตรี ความคิดสร้างสรรค์ และเครื่องมือและอุปกรณ์ ที่มีความทันสมัยเหล่านี้ ทำให้เกิดการพัฒนาของเพลงลูกทุ่งอินดี้จนเป็นที่ยอมรับในวงการเพลง และปัจจุบันในส่วนของผู้ฟังมีการเปิดรับความแตกต่างในด้านต่าง ๆ มากขึ้นทั้งในเรื่องของคุณภาพของผลงานเพลง ที่มีแนวเพลง เนื้อหา ภาษา และอัตลักษณ์ของศิลปิน เป็นองค์ประกอบหลัก รวมถึงข้อดีของการสื่อสารออนไลน์ที่ทำได้ง่ายสะดวกรวดเร็ว ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น เมื่อผู้ฟังต้องการคุณภาพของผลงานเพลง ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องควบคุมคุณภาพและพัฒนาผลงานเพลงขึ้นไปเรื่อย ๆ ให้สอดคล้องตามยุคสมัย ใช้วิธีขับร้องที่เป็นสากลมากขึ้น ใช้ภาษาในเนื้อหาที่ตรงไปตรงมาในการสร้างสรรค์ผลงานให้เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้มีความน่าสนใจสามารถดึงดูดผู้ฟังได้มากขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาครั้งนี้ สามารถขยายผลต่อไปอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในอนาคต ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป คือ

5.4.1 การพัฒนาปรับปรุงเกี่ยวกับคุณภาพในกระบวนการผลิต สามารถแยกการจำแนกการวิจัยเพื่อวิเคราะห์คุณภาพบทเพลง วิเคราะห์ศิลปิน ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเปิดรับฟังและสามารถเพิ่มกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดภูมิลำเนาอื่น ๆ ที่มีความแตกต่างกันเรื่องภาษาถิ่น

5.4.2 สามารถเพิ่มข้อคำถามที่ทดสอบความเข้าใจภาษาถิ่นที่เป็นเนื้อหาอยู่ในบทเพลงและสามารถเพิ่มข้อเสนอแนะเกี่ยวกับภาษาหรือคำที่เป็นคำศัพท์ใหม่หรือที่กำลังเป็นกระแสในปัจจุบันเพื่อนำไปพัฒนาเนื้อหาเพลงให้ทันต่อเหตุการณ์

บรรณานุกรม

กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. (2546). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: ไทยเจริญการพิมพ์.

เจริญชัย แสงอรุณ. (2564). ธุรกิจดนตรีในระบบสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media). *แก่นดนตรีและการแสดง มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 3*(1), 45-58.

ณทิตา ทรัพย์สินวิวัฒน์. (2560). อุตสาหกรรมเพลงไทยในยุคประเทศไทย 4.0. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, *5*(1), 157-167.

ทัศน์วศิน ธูสรานนท์. (2559). *การศึกษาเรื่องพัฒนาการในการสื่อสารของเพลงลูกทุ่งผ่านการเล่าเรื่องตามค่านิยมของสังคมไทยจากอดีตสู่ปัจจุบัน*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์น.

ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย และฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน. (2562). อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่. *วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ.*, *9*(1), 1-17.

ปิยาอร รักชาติ. (2552). *พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและพฤติกรรมการเลือกใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าของกลุ่มวัยรุ่นชาย*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ไปรยา อรรคนิตย์. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ผ่านทางสื่อ Social media (โซเชียลมีเดีย) ของวัยรุ่น Gen Z*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พิทักษ์ เผือกมี. (2563). ศึกษาการเปลี่ยนแปลงค่านิยมในสังคมไทยผ่านบทเพลงไทยลูกทุ่ง. *วารสารพุทธสังคมวิทยาปริทรรศน์*, *5*(2), 54-69.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุนทรี พัชรพันธ์. (2541). *รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันเขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอมิกา เทมมินทร์. (2556). *พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Baruah, T. D. (2012). Effectiveness of social media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study. *International Journal of Scientific and Research Publications, 2*(5), 1-10.

Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. (1996). *Theories of mass communication*. London: Longman.

McLeod, J. M., & O' Keefe, G. J. (1972). *Mass communication research*. London: Sage.

McSweeney, S. (2020). *An investigation into the use of digital marketing and social media platforms by independent musicians in Ireland*. Unpublished master's thesis, National College of Ireland. Dublin, Ireland.

Paolucci, M. G. (2021). *Developing a forward-looking strategy for the music industry*. Unpublished master's thesis, University of New Hampshire, New Hampshire.

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารการภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา TCA701 การค้นคว้าอิสระ (Independent Study) ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

คำตอบของท่านเป็นความคิดเห็นหรือความรู้สึกจึงไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิด คำตอบที่ท่านตอบจะถือเป็นความลับ โดยข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามชุดนี้จะนำไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษาผู้วิจัยจะนำเสนอผลในภาพรวมเท่านั้น จึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามครบถ้วนและตามความเป็นจริง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

น.ส. เอรีน จาไผ่
ผู้วิจัย

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 : คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าคำตอบที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

1. ท่านเคยฟังเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นในการสื่อสารหรือไม่

1. เคย 2. ไม่เคย

ส่วนที่ 2 : คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. ไม่เกิน 20 ปี ☐ 2. 21-30 ปี

☐ 3. 31-40 ปี ☐ 4. 40-50 ปี

☐ 5. มากกว่า 50 ปี

3. ระดับการศึกษา

☐ 1. มัธยมศึกษาตอนปลาย ☐ 2. ปริญญาตรี

☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

☐ 1. เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว ☐ 2. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐ 3. พนักงานเอกชน ☐ 4. อาชีพอิสระ

☐ 5. นักเรียน/นักศึกษา ☐ 6. อื่น ๆ (ระบุ) .....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1. ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 15,000 บาท ☐ 2. 15,001-30,000 บาท

☐ 3. 30,001-45,000 บาท ☐ 4. 45,001-60,000 บาท

☐ 5. 60,001-75,000 บาท ☐ 6. มากกว่า 75,000 ขึ้นไป

6. ท่านเปิดรับ Social Media ในช่องทางใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. Facebook ☐ 2. YouTube

☐ 3. Instargram ☐ 4. Apple Music

☐ 5. Sportify ☐ 6. Joox

☐ 7. อื่นๆ (ระบุ).....

7. ท่านรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กี่ครั้งต่อสัปดาห์

☐ 1. 1-2 ครั้ง ☐ 2. 3-4 ครั้ง

☐ 3. 5-6 ครั้ง ☐ 4. 7 ครั้งขึ้นไป

ส่วนที่ 3 : คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าคำตอบที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุดดังนี้

5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจของท่าน พึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจของท่าน พึงพอใจมาก

3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจของท่าน พึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจของท่าน พึงพอใจน้อย

1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจของท่าน พึงพอใจน้อยที่สุด

1. ด้านคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น		ระดับการเปิดรับ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.1	กระบวนการการผลิตที่ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยทำให้ท่านมองเห็นการพัฒนาของเพลงลูกทุ่งอินดี้					
1.2	คุณภาพของเสียงที่ได้รับฟังทำให้ท่านรู้สึกเพลิดเพลินกับเสียงเพลง					
1.3	นักดนตรีและผู้สร้างสรรค์ผลงานเพลง มีทักษะความรู้ทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีคุณภาพมากขึ้น					
1.4	การผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างเครื่องดนตรีท้องถิ่นกับเครื่องดนตรีสากลมีความน่าสนใจทำให้ท่านเปิดรับเพลงลูกทุ่งอินดี้					
1.5	การใช้ภาษาถิ่นในการถ่ายทอดบทเพลงทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีความโดดเด่นและมีอัตลักษณ์					
1.6	เรื่องราวเนื้อหาและคำร้องที่ตรงไปตรงมาทำให้ท่านเห็นว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความทันสมัยน่าฟังกว่าเดิม					
1.7	ภาพลักษณ์ของศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่ดูทันสมัยเป็นสากลมากขึ้นทำให้เพลงมีความน่าสนใจมากขึ้น					
1.8	วิธีการขับร้องที่เป็นสากลมากและง่ายขึ้นทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้ไม่น่าเบื่อ					
1.9	ศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความเป็นตัวของตัวเองกล้าแสดงออกมากขึ้นทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความร่วมสมัย					

2. ด้านช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น		ระดับการเปิดรับ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.1	การเข้าถึงสื่อได้ง่ายทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและเข้าถึงเพลงลูกทุ่งอินดี้					
2.2	การประชาสัมพันธ์ข่าวสารของศิลปินทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่จำกัดเวลา ทำให้ท่านได้รับข่าวสารใหม่ ๆ ที่น่าติดตามตลอดเวลา					
2.3	ข่าวสารของศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่หาได้ง่าย ทำให้ท่านรู้สึกมีความต่อเนื่องในการรับรู้ข่าวสาร					
2.4	มิวสิควิดีโอในช่องโซเชียลมีเดียเป็นตัวช่วยสร้างความเข้าใจในการสื่อสารภาษาถิ่นของเพลงลูกทุ่งอินดี้					
2.5	ยอดการกดไลก์เป็นตัวบ่งบอกถึงกระแสนิยมและทำให้ท่านตัดสินใจเลือกที่จะฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้					
2.6	การกดติดตามเป็นการบอกถึงขนาดของกลุ่มและกระแสความนิยมได้อย่างชัดเจน					
2.7	ท่านสนใจการแสดงสด (Live) ของศิลปินผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย					

3. ด้านพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้		ระดับการเปิดรับ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3.1	ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเป็นแนวเพลงที่ท่านชื่นชอบ					
3.2	ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเนื้อเพลงเป็นภาษาถิ่นที่ท่านคุ้นเคย					
3.3	ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเป็นภาษาถิ่นของท่าน					
3.4	ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เพราะคนรอบข้างของท่านชักชวนให้ฟัง					
3.5	ท่านแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ที่มีคนตั้งกระทู้เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้					
3.6	ท่านกดไลก์เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านฟังแล้วรู้สึกชื่นชอบ					
3.7	ท่านกดแชร์เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านชื่นชอบผ่านโซเชียลมีเดียส่วนตัวของท่าน					
3.8	ท่านแนะนำเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านชื่นชอบให้กับเพื่อนของท่าน					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	เอรีน จาไผ่
อีเมล	irene.nongrene@gmail.com
ประวัติการศึกษา	ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการบัญชีบริหาร วิทยาลัยเซาธ์อีทส์บางกอก
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2560-ปัจจุบัน ประธานกรรมการผู้จัดการ บริษัท แลนด์ลูเครทีฟ จำกัด

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962