

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรม
การเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
A Study of the Relationship between Dialect Communication in Indie-Thai
Luk Thung Songs and Bangkok Residents' Exposure to Dialect Communication

เอรีน จาไฟ¹ องอาจ สิงห์ลำพอง²
Eirene Chapai, Ongart Singlumpong

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ G*Power ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 138 คน เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์โดยใช้วิธีสุ่มตามสะดวก (Convenient Sampling) ผลการทดสอบพบว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ คุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ และช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และผลวิเคราะห์ระดับการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ มีการเปิดรับการสื่อสารอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ (keywords) : ภาษาถิ่น; เพลงลูกทุ่ง; การสื่อสาร

Abstract

The objectives of this research was: to study the production quality of indie-Thai Luk Thung songs using dialects of the people in Bangkok; and to study the relationship between the quality of indie-Thai Luk Thung songs and the Bangkok residents' exposure to dialect communication. This It was a qualitative research: using questionnaires for data collection. The sample size was determined by G*Power use. A sample of 138 people was collected from questionnaires via online Chan using convenient sampling. Different demographic characteristics did not affect the exposure to the dialect communication in indie-Thai Luk Thung songs. The production quality of indie-Thai Luk Thung songs with the dialect was related to

Received: 2022-09-01 Revised: 2022-09-22 Accepted: 2022-09-26

¹ ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ (สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ Master of Communications Arts (Strategic Communication) Bangkok University. E-mail: eirene.chap@bumail.net

² อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ (สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ Research Advisor Master of Communications Arts (Strategic Communication) Bangkok University. E-mail: Ongart.s@bu.ac.th

the behavior of the dialect communication exposure in indie-Thai Luk Thung songs; and the broadcast channel of indie-Thai Luk Thung songs with the dialects was related to the behavior of the people in Bangkok; and the analysis of the exposure to the dialect communication in indie-Thai Luk Thung songs was at a high level.

Keywords: dialect; country music; communication

บทนำ (Introduction)

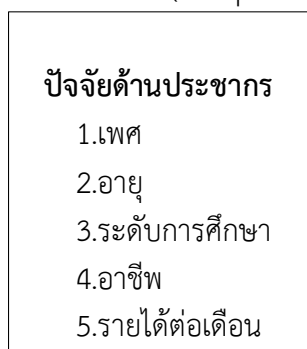
เพลงอยู่คู่กับมนุษย์มาทุกยุคทุกสมัย ทำหน้าที่ต่าง ๆ ให้กับมนุษย์มาช้านาน เช่นครั้งหนึ่งมนุษย์เคยใช้เครื่องเป่าแตรเป็นวง กลองเป็นชุด ที่มีจังหวะมีระดับเสียง มีการประสานเสียงกันอย่างเป็นรูปแบบในการทำศึกสงคราม เพื่อส่งเป็นสัญญาณให้ทหารเดินทัพไปข้างหน้าทางซ้ายทางขวาหรือถอยทัพ หรือใช้เป็นการสื่อสารระยะไกลในหมู่บ้านเพื่อส่งสัญญาณเตือนภัย หรือแม้แต่ในการสร้างความศักดิ์สิทธิ์ให้แก่พิธีกรรมทางลัทธิศาสนาต่างๆ แต่ในยุคปัจจุบันถึงสิ่งเหล่านั้นจะมีอย่างอื่นมาทดแทนไปแล้ว แต่เพลงเหล่านั้นก็ไม่ได้ถูกทิ้งหายไปไหนเพราะแต่ละชนชาติก็ได้มีการสืบสานกันต่อมาเพื่อบอกถึงควมมีอารยธรรม ตัวตนของชนชาติจนเป็นวัฒนธรรมประจำชาติสืบต่อกันมา เช่น กลองไทโกะของญี่ปุ่น หรือแตรเฟรนช์ฮอร์นของฝรั่งเศส ที่เมื่อก่อนเคยทำหน้าที่แตรเช่นนี้กรบ แต่ปัจจุบันได้เปลี่ยนเป็นสิ่งที่ให้ความบันเทิงกับมนุษย์ตามวาระต่าง ๆ ซึ่งในหนึ่งเพลงมีส่วนประกอบทั้งเนื้อร้อง ทำนอง จังหวะ มีแนวของดนตรี เช่น แนวป๊อป ร็อค แจ๊ส เร็กเก้ คันทรี ฯลฯ (Cook, & Everist, 2001: 7-8) ส่วนแนวดนตรีของไทยจะแบ่งเป็น เพลงลูกทุ่ง เพลงลูกกรุง เพลงไทยสากล นอกจากหน้าที่เหล่านั้นเพลงยังคงมีหน้าที่ใหม่ ๆ เกิดขึ้นเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัย ในปัจจุบันเพลงยังทำหน้าที่เป็น Soft power เป็นการสื่อสารส่งต่อทางวัฒนธรรมและยังเป็นธุรกิจที่มีผลรายได้รวมของตลาดไม่แพ้สินค้าอื่น ๆ อีกด้วย (Morton, 1974: 87-99) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาค้นคว้าเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนที่มีภูมิลำเนาในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานเพลงที่ถ่ายทอดเนื้อหาด้วยภาษาถิ่นให้เกิดการพัฒนาขึ้นไปอันเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิต ผู้ประพันธ์ ศิลปิน ทีมงานที่เกี่ยวข้องและกลุ่มผู้ฟังที่สนใจในผลงานเพลงแนวนี้อันเพื่อให้เกิดความสุขในการรับชมรับฟัง มีอารมณ์ร่วม คล้อยตาม เข้าใจความหมายและวัฒนธรรมแฝงในบทเพลงนั้น ๆ ได้อย่างลึกซึ้ง

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

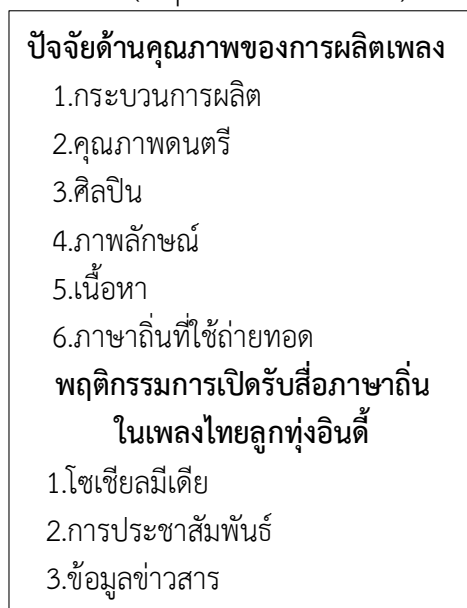
1. พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ด้านคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)



ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการมีกิจกรรมและการมีส่วนร่วมกับกลุ่มโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ปัจจัยด้านคุณภาพของการผลิตเพลง ระบบการบันทึกเสียง การประพันธ์บทเพลงและการสร้างสรรค์ การถ่ายทอดเนื้อหาและภาษาถิ่นและการขับร้อง ภาพลักษณ์ของศิลปิน ปัจจัยด้านช่องทางในการเผยแพร่ผลงาน ความสะดวกในการใช้สื่อในการเผยแพร่ผลงาน สามารถสร้างกลุ่มผู้ฟังและการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน

1.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยรับฟังเพลงลูกทุ่งอินดี้ โดยอ้างอิงตามข้อมูลสถิติจากสำนักสถิติแห่งชาติ ตามหลักการทะเบียนราษฎรของกรมการปกครอง จำนวนประชากรช่วงอายุ 15-55 ปี มีทั้งสิ้น 2,926,320 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564)

ผู้วิจัยมีการกำหนด ขนาดตัวอย่างตามจำนวนที่กล่าวมาโดยใช้ G*Power ตามเงื่อนไขดังนี้

Input: Effect size $f^2 = 0.15$

α err prob = 0.05

Power ($1-\beta$ err prob) = 0.95

Number of predictors = 2

Output: Total sample size = 138

วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการเกี่ยวกับการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ กำหนดคุณสมบัติ และจำนวนของกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาซึ่งได้ประชากร เพศชายและเพศหญิง อายุ 15-55 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้เงื่อนไขในการคำนวณ Sample size เป็นเงื่อนไขที่นิยมใช้โดยทั่วไปในโปรแกรม G*Power คือ ขนาดของผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง (Effect size $f^2 = 0.15$) ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 0.05 (α err prob = 0.05) พลังของการทดสอบคือ 0.95 [Power ($1 - \beta$ err prob) = 0.95] จำนวนของตัวแปรอิสระหรือ จำนวนของตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์ (Number of predictors) เท่ากับ 5 จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 138 ตัวอย่าง เลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มเลือกตัวอย่างตามสะดวก และทำการ เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online) จนได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 138 คน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ในเขตกรุงเทพมหานครโดยแบ่งเป็น 3 ชั้น กรุงเทพฯชั้นใน 39 คน กรุงเทพฯชั้นกลาง 44 คน กรุงเทพฯชั้นนอก 55 คน รวม 138 ซึ่งแบ่งเป็นเขตชั้นใน 21 เขตปกครอง จำนวน 55 คน เขตชั้นกลาง 18 เขตปกครอง จำนวน 44 คน และเขตชั้นนอก 11 เขตปกครอง จำนวน 39 คน

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่ วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2565-30 กรกฎาคม 2565 เป็นระยะเวลา 2 เดือน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบในการศึกษาวิจัยไว้ดังนี้ เป็นคำถามแบบปลายปิด โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบที่ตรงกับความจริงหรือตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบมากที่สุดโดยแบ่งคำถามเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง เพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยฟังเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่น และคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการผลิต ประกอบด้วย กระบวนการผลิต คุณภาพดนตรี ศิลปิน ภาพลักษณ์ เนื้อหา ภาษาถิ่นที่ใช้ถ่ายทอด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางในการเผยแพร่ผลงานเพลง ประกอบด้วย โซเชียลมีเดีย การประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ข้อมูลแบบสอบถามที่ตอบโดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 138 คน ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากการค้นคว้า และรวบรวมจากเอกสารหนังสือต่าง ๆ สื่ออินเทอร์เน็ต ตลอดจนจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายและทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวกับตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนจำนวนทั้งสิ้น 138 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด (Descriptive) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัย (Research Results)

ข้อมูลลักษณะทางประชากรอันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ปัจจัยด้านคุณภาพของการผลิตเพลง กระบวนการผลิต คุณภาพดนตรี ศิลปิน ภาพลักษณ์ เนื้อหา ภาษาถิ่นที่ใช้ถ่ายทอดพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อภาษาถิ่น ในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ โซเชียลมีเดีย การประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารลูกทุ่งอินดี้ผ่าน social media และความถี่ในการเข้ารับฟังเพลงลูกทุ่งอินดี้ผ่าน social media ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

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

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการศึกษาข้อมูลจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 57.20 และเพศชายจำนวน 59 คนคิดเป็นร้อยละ 42.8

พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่แสดงให้เห็นถึงการนำเสนอค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลระดับของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

ตารางที่ 2

พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปรผลระดับเปิดรับ
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

5. ท่านแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆที่มีคนตั้งกระทู้เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้	3.93	1.254	มาก
6. ท่านกดไลค์เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านฟังแล้วรู้สึกชื่นชอบ	4.02	1.091	มาก
7. ท่านกดแชร์เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านชื่นชอบผ่านโซเชียลมีเดียส่วนตัวของท่าน	3.99	1.232	มาก
8. ท่านแนะนำเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านชื่นชอบให้กับเพื่อนของท่าน	3.99	1.137	มาก
รวม	3.9647	1.08153	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าจำนวนตัวอย่าง 138 คน มีความคิดเห็นโดยรวมต่อพฤติกรรมกา
เปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้อยู่ในระดับการเปิดรับที่ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9647
และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.08153 และเมื่อพิจารณาพฤติกรรมกาเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลง
ไทยลูกทุ่งอินดี้เป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการเปิดรับมากที่สุดเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย
4.06 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.157 อยู่ในระดับมาก คือ ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเป็น
แนวเพลงที่ท่านชื่นชอบ รองลงมาคือ ท่านกดไลค์ เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านฟังแล้วรู้สึกชื่นชอบ มีค่าเฉลี่ย
4.02 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.091 อยู่ในระดับมาก ท่านแนะนำเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านชื่นชอบให้กับ
เพื่อนของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.99 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.137 อยู่ในระดับมาก ท่านกดแชร์เพลงไทยลูกทุ่ง
อินดี้ที่ท่านชื่นชอบผ่านโซเชียลมีเดียส่วนตัวของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.99 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.232 อยู่ใน
ระดับมาก ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เพราะคนรอบข้างของท่านชักชวนให้ฟัง มีค่าเฉลี่ย 3.94 และค่า
เบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.207 อยู่ในระดับมาก ท่านแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆที่มีคนตั้งกระทู้เกี่ยวกับ
เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ มีค่าเฉลี่ย 3.93 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.254 อยู่ในระดับมาก ท่านเปิดรับฟังเพลง
ไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเป็นภาษาถิ่นของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.90 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.263 อยู่ในระดับ
มาก และอันดับสุดท้ายคือ ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเนื้อเพลงเป็นภาษาถิ่นที่ท่านคุ้นเคย มี
ค่าเฉลี่ย 3.89 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.212 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมี
ความสัมพันธ์พฤติกรรมกาเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้

ตารางที่ 3

ช่องทาง ในการเผยแพร่	พฤติกรรมกา เปิดรับการสื่อสาร	ค่าความสัมพันธ์
Convenience1	Pearson Correlation	.696**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	138
Convenience2	Pearson Correlation	.733**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	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	
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 3 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ พบว่า ด้านช่องทางการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น มีค่า Sig.< .001 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 หมายความว่า ช่องทางในการเผยแพร่เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าความสัมพันธ์มากที่สุด คือ ท่านสนใจการแสดงสด(Live) ของศิลปินผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Sociallive $r = .827^{**}$) การกดติดตามเป็นการบอกถึงขนาดของกลุ่มและกระแสนิยมได้อย่างชัดเจน มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Trend2 $r = .800^{**}$) ยอดการกดไลค์เป็นตัวบ่งบอกถึงกระแสนิยมและทำให้ท่านตัดสินใจเลือกที่จะฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Trend1 $r = .790^{**}$) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารของศิลปินทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่จำกัดเวลา ทำให้ท่านได้รับข่าวสารใหม่ๆที่น่าติดตามตลอดเวลา มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Convenience2 $r = .733^{**}$) การเข้าถึงสื่อได้ง่ายทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและเข้าถึงเพลงลูกทุ่งอินดี้ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Convenience1 $r = .696^{**}$) และ.มิวสิควิดีโอในช่องโซเชียลมีเดียเป็นตัวช่วยสร้างความเข้าใจในการสื่อสารภาษาถิ่นของเพลงลูกทุ่งอินดี้ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก (Understanding $r = .668^{**}$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการศึกษาในรูปแบบงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google form ใน

ลักษณะงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Cluster sampling เมื่อผู้ตอบมีจำนวนครบ 138 คน ซึ่งได้สรุปผลการศึกษาไว้ ดังนี้

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ด้านคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น

จากผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ด้านคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่น การเปิดรับอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นเป็นรายชื่อ พบว่า เรื่องราวเนื้อหาและคำร้องที่ตรงไปตรงมาทำให้ท่านเห็นว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความทันสมัยน่าฟังกว่าเดิมการผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างเครื่องดนตรีท้องถิ่นกับเครื่องดนตรีสากลมีความน่าสนใจ คุณภาพของเสียงที่ได้รับฟังทำให้ท่านรู้สึกเพลิดเพลินกับเสียงเพลงภาพลักษณ์ของศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่ดูทันสมัยเป็นสากลมากขึ้นทำให้เพลงมีความน่าสนใจมากขึ้นกระบวนการการผลิตที่ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยทำให้ท่านมองเห็นการพัฒนาของเพลงลูกทุ่งอินดี้ นักดนตรีและผู้สร้างสรรค์ผลงานเพลง มีทักษะความรู้ทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีคุณภาพมากขึ้นศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความเป็นตัวของตัวเองกล้าแสดงออกมากขึ้นทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้มีความร่วมสมัยและการใช้ภาษาถิ่นในการถ่ายทอดบทเพลงทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีความโดดเด่น และมีอัตลักษณ์ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย และจิตินัน บุญภาพ (2563: 29-46) ได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า อิทธิพลของเทคโนโลยีระบบดิจิทัลกับการพัฒนาการสร้างสรรค์เพลง อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีต่างๆ สู่ระบบดิจิทัลนั้น มีบทบาทอย่างมากในการเปลี่ยนแปลง อุตสาหกรรมดนตรี และข้อมูลไฟล์ในการบันทึก และการเผยแพร่รูปแบบต่างๆ ก็เปลี่ยนแปลงไปจากที่คาสเซตหรือซีดีก็เปลี่ยนมาเป็นไฟล์ Wave และไฟล์ mp3 ในระบบดิจิทัลที่ทุกคน สามารถเข้าถึงได้ไม่ยาก มีการใช้งานที่ง่ายขึ้นสอดคล้องกับ ณทิตา ททรัพย์สินวิวัฒน์ (2560: 157-167) ได้กล่าวถึงการประยุกต์เพลงไทยลูกทุ่งไว้ว่า จากในอดีตที่เพลงลูกทุ่งถึงจะบรรเลงด้วยเครื่องดนตรีสากลเป็นหลัก และใช้เครื่องดนตรีท้องถิ่นต่างๆ มาเล่นสอดแทรกผสมกลมกลืนไปเป็นช่วงๆ เพื่อแสดงอัตลักษณ์ ของถิ่นนั้นๆ การสร้างสรรค์โดยการสอดแทรกภาษาอังกฤษเข้าไปมากมายหลายวิธีทั้งการร้องภาษาไทยด้วยสำเนียง อังกฤษ หรือสอดแทรกคำภาษาอังกฤษง่ายๆ บางคำเข้ามาระหว่างเนื้อเพลง เพลงลูกทุ่งอินดี้ใช้ภาษากลางมา ประกอบในการประพันธ์เนื้อเพลงด้วยเพื่อให้คนภาคอื่นสามารถเข้าใจความหมายได้เป็นประเทศไทย 4.0 ที่เน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ซึ่งผลจากการเปลี่ยนแปลงนี้ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหลายประการในวงการเพลง ทั้งบริษัทผู้ผลิต ผู้ปฏิบัติงาน และพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงการข้ามอุตสาหกรรมเพลงไปสู่งานอื่นในยุคปัจจุบัน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ พบว่า ด้านคุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีค่า Sig.< .001 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธ H0 หมายความว่า คุณภาพการผลิตเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ใช้ภาษาถิ่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า ค่าความสัมพันธ์มากที่สุด คือ วิธีการขับร้องที่เป็นสากลมากขึ้นทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงลูกทุ่งอินดี้ไม่น่าเบื่อ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก นักดนตรีและผู้สร้างสรรค์ผลงานเพลง มีทักษะความรู้ทำให้ท่านรู้สึกว่าเพลงมีคุณภาพมากขึ้นมีความสัมพันธ์ในระดับมาก ภาพลักษณ์ของศิลปินเพลงลูกทุ่งอินดี้ที่ดูทันสมัยเป็นสากลมากขึ้นทำให้เพลงมีความน่าสนใจมากขึ้น มีความสัมพันธ์ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ณทิตา ททรัพย์สินวิวัฒน์

(2560: 157-167) ได้กล่าวว่า เพลงลูกทุ่งนอกจากจะสามารถฟังเพื่อสนองความชื่นชอบและความบันเทิงส่วนตัวแล้ว ยังสามารถนำไปใช้ร่วมตามโอกาสต่าง ๆ ของชีวิตในด้านอื่น ๆ ได้ด้วยยังสอดคล้องกับงานของ ไพรยา อรรถนิตย์ (2562: 29-30) กล่าวว่ารูปแบบเพลงหรือเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านโลกสังคมออนไลน์ ไวรัล (Viral) หรือวิธีการบอกกันแบบปากต่อปาก เป็นการสร้างกระแสในสื่อสังคมออนไลน์แบบหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ในปัจจุบันวิดีโอบนสังคมออนไลน์หรือไวรัลวิดีโอออนไลน์ ที่เป็นเช่นนี้เพราะมีพฤติกรรม การเลือกรับชมและการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ที่มีเนื้อหาตลก เนื้อหาที่กำลังอยู่ในกระแสทุกคนกำลังกล่าวถึง วิธีการถ่ายทำสวยและมีคุณภาพ เนื้อหาที่แปลกตาและเป็นรูปแบบการถ่ายทำมูมกล้องแปลกใหม่ เพลงประกอบที่รู้สึกพอใจ และมีเนื้อหาเชิงข่าวสารเป็นอันดับสุดท้าย

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรม การเปิดรับ การสื่อสารภาษาถิ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาการเปิดรับ การสื่อสารภาษาถิ่นในเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรม การเปิดรับ การสื่อสารภาษาถิ่นด้านความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรม การเปิดรับ การสื่อสารภาษาถิ่น ระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือ ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเป็นแนวเพลงที่ท่านชื่นชอบ ผู้ฟังให้ความสำคัญมากที่สุด ท่านกดไลค์เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านฟังแล้วรู้สึกชื่นชอบ ท่านแนะนำเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านชื่นชอบให้กับเพื่อนของท่าน ท่านกดแชร์เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ที่ท่านชื่นชอบผ่านโซเชียลมีเดียส่วนตัวของท่าน ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เพราะคนรอบข้างของท่านชักชวนให้ฟัง ท่านแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆที่มีคนตั้งกระทู้เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ ท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเป็นภาษาถิ่นของท่าน และท่านเปิดรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้เนื่องจากเนื้อเพลงเป็นภาษาถิ่นที่ท่านคุ้นเคย ซึ่งพบว่าผู้ฟังให้ความสำคัญน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ณทิศา ททรัพย์สินวิวัฒน์ (2560: 157-167) ได้กล่าวว่า เพลงลูกทุ่งนอกจากจะสามารถฟังเพื่อสนองความชื่นชอบและความบันเทิงส่วนตัวแล้ว ยังสามารถนำไปใช้ร่วมตามโอกาสต่าง ๆ ของชีวิตในด้านอื่น ๆ ได้ด้วย Baruah (2012: 1-10) ได้กล่าวไว้ว่า ท่ามกลางโลกที่กำลังอยู่ในกระแสของโซเชียลมีเดียจะเห็นได้ชัดว่าสื่ออย่าง Facebook, Twitter, Orkut, MySpace, Skype ฯลฯ ได้ถูกใช้อย่างแพร่หลายในการสื่อสาร มีการใช้ในการแบ่งปัน (Share) ความรู้หรือข้อมูลต่างๆ ให้แก่กันอย่างกว้างขวางและการใช้เวลาในการส่งต่อและสื่อสารกันเป็นการใช้เวลาที่สั้นที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ไพรยา อรรถนิตย์ (2562: 29-30) กล่าวว่า รูปแบบเพลงหรือเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆผ่านโลกสังคมออนไลน์ ไวรัล (Viral) หรือวิธีการบอกกันแบบปากต่อปาก เป็นการสร้างกระแสในสื่อสังคมออนไลน์แบบหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ในปัจจุบันวิดีโอบนสังคมออนไลน์หรือไวรัลวิดีโอออนไลน์ ได้เคยกล่าวเอาไว้ว่า การเปิดรับข่าวสารของผู้บริโภคต่างมีองค์ประกอบที่แตกต่างกันมากมายโดยที่ผู้รับข่าวสารนั้นจะประเมินคุณประโยชน์ของข่าวสารนั้น เพื่อตอบสนองของจุดประสงค์ความต้องการของตนเอง ภูมิหลัง การศึกษาทัศนคติ อารมณ์ และสภาพแวดล้อมจะทำให้ผู้บริโภคตีเนื้อหาและความหมายของข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันออกไปสอดคล้องกับงานของ รัชดา พลเยี่ยม และลักขณา คล้ายแก้ว (2564: 59-66) ที่พบว่าปัจจัยที่ทำให้ ไวรัล วิดีโอ เพื่อการโฆษณาได้รับความนิยมบนสื่อสังคมออนไลน์ องค์ประกอบของงานโฆษณาผ่านสื่อไวรัลวิดีโอทางสื่อสังคมออนไลน์โดยเนื้อหาของไวรัลวิดีโอ ต้องเป็นเนื้อหาด้านบวกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ ความทรงจำ และความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้าและการสร้างสรรค์และการนำเสนอในรูปแบบมิวสิควิดีโอ ที่เป็นเช่นนี้ เพราะความยาวของวิดีโอโฆษณามีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ ปัจจัยที่ทำให้ไวรัลวิดีโอเพื่อการโฆษณาได้รับความนิยมบนสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย ปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยด้านการ

สร้างสรรค์ไวรัลวิดีโอ ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านเนื้อหา ปัจจัยด้านอารมณ์ ปัจจัยด้านการใช้ผู้มีอิทธิพล การเลือกใช้สื่อไวรัลวิดีโอ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยภายนอกด้านกระแสสังคม ได้แก่ ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลดี (โอกาส) และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลเสีย (อุปสรรค)

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้กับพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารภาษาถิ่นมีการกระจายตัวอย่างรวดเร็วตามโซเชียลต่าง ๆ ทำให้ประชาชนเข้าถึงเพลงไทยลูกทุ่งอินดี้ได้ง่ายขึ้นอย่างมาก และด้วยความทันสมัยของเทคโนโลยีทำให้กระบวนการผลิตทำได้สะดวกรวดเร็วขึ้น ทักษะของนักร้องและนักดนตรีความคิดสร้างสรรค์และเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยเหล่านี้ทำให้เกิดการพัฒนาของเพลงลูกทุ่งอินดี้จนเป็นที่ยอมรับในวงการเพลง และปัจจุบันในส่วนของผู้ฟังมีการเปิดรับความแตกต่างในด้านต่าง ๆ มากขึ้นทั้งในเรื่องของคุณภาพของผลงานเพลงที่มีแนวเพลง เนื้อหา ภาษา และอัตลักษณ์ของศิลปินเป็นองค์ประกอบหลัก รวมถึง ข้อดีของการสื่อสารออนไลน์ที่ทำให้ได้สะดวกรวดเร็ว ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น เมื่อผู้ฟังต้องการคุณภาพของผลงานเพลง ดังนั้น ผู้ผลิตจึงต้องควบคุมคุณภาพและพัฒนาผลงานเพลงขึ้นไปเรื่อยๆ ให้สอดคล้องตามยุคสมัย ใช้วิธีซับริ่งที่เป็นสากลมากขึ้น ใช้ภาษาในเนื้อหาที่ตรงไปตรงมาในการสร้างสรรค์ผลงานให้เพลงไทยลูกทุ่งอินดี้มีความน่าสนใจสามารถดึงดูดผู้ฟังได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพลงไทยกับลูกทุ่งอินดี้เป็นการแสดงออกถึงพฤติกรรมการเปิดรับภาษาถิ่นและเป็นการสื่อสารที่กระจายตัวอย่างรวดเร็วจนได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในเวลาปัจจุบันและด้วยวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้การพัฒนาเพลงลูกทุ่งอินดี้มีการยอมรับเพื่อให้เกิดความแตกต่างและเนื้อหาบทเพลงที่มีคุณภาพมีความทันสมัยจากการใช้ภาษาถิ่นและร่วมกับการซับริ่งให้เกิดความเป็นสากลและสร้างความสนใจให้กับผู้ฟังที่เป็นแนวเพลง เนื้อหา ภาษาสอดคล้องกับกระแสที่เป็น อัตลักษณ์ของศิลปินอันทำให้ลูกทุ่งอินดี้เป็นที่ยอมรับในวงการเพลงมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษานี้สามารถขยายผลต่อไปอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในอนาคตถึงผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป คือ การพัฒนาปรับปรุงเกี่ยวกับคุณภาพในกระบวนการผลิตสามารถแยกการจำแนกการวิจัยเพื่อวิเคราะห์คุณภาพบทเพลงวิเคราะห์ศิลปินที่มีความแตกต่างกันเรื่องภาษาถิ่นสามารถเพิ่มข้อคำถามที่ทดสอบความเข้าใจเป็นเนื้อหาอยู่ในบทเพลงและเพื่อนำไปพัฒนาเนื้อหาเพลงให้ทันต่อเหตุการณ์และการต่อยอดวิจัยในครั้งต่อไปเป็นการสื่อสารภาษาถิ่นเพื่อพัฒนาสู่ความเป็นสากลในบทเพลงลูกทุ่งไทย

เอกสารอ้างอิง (References)

- ณทิตา ททรัพย์สินวิวัฒน์. (2560). “อุตสาหกรรมเพลงไทยในยุคประเทศไทย 4.0”. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*. 5(1): 157-167.
- ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย และฐิตินัน บัญญาพ. (2563). “อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่”. *วารสารนิเทศศาสตร์ ม ส ธ*. 9(1): 29-46.
- ไพบรียา อรรถนิธย์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์ผ่านทางสื่อ Social Media (โซเชียลมีเดีย) ของวัยรุ่น Gen Z. การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รัฐดา พลเยี่ยม และลักษณา คล้ายแก้ว. (2564). “ปัจจัยที่ทำให้ไวรัลวิดีโอเพื่อการโฆษณาได้รับความนิยมบนสื่อสังคมออนไลน์”. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร. พระนคร*. 5(2): 59-66.
- 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 Publication*. 2(5): 1-10.
- Cook, N., & Everist, M. (Eds.). (2001). *Rethinking music (p.x)*. Oxford: Oxford University Press.
- Morton, D. (1974). “Vocal tones in traditional Thai Music”. *Selected Reports in Ethnomusicology*. 2(1): 87-99.

