

การสื่อสารดิจิทัลกับการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน
กรณีศึกษา คณะประถมนันทะเทิงศิลป์

สันดุสิตธี บรวิวงษ์ตระกูล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ.2563

**Using Digital Communication Technology to Preserve the Thai Cultural
Theatrical Arts “Molram Rueang Tor Klon”
A Case Study of Prathombanterngsin**

Sandusit Brorewongtrakhul

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
For the Degree of Doctor of Philosophy in Communication Arts Program
Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University**

2020




ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา นิเทศศาสตรศาสตรบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การสื่อสารดิจิทัลกับการชำระรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน
กรณีศึกษา คณะประถมนันทะเทิงศิลป์
เสนอโดย นายสันคูลิทธิ บัรวิงษ์ตระกูล
หลักสูตร นิเทศศาสตรศาสตรบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.โสภัทร นาสวัสดิ์
ได้พิจารณาเห็นชอบ โดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว


.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน)


.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร.โสภัทร นาสวัสดิ์)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ศักดิ์ ทิศากาศย์)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ เดชะชีพ)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชื่นสมมล บุนนาค)

คณะนิเทศศาสตร์รับรองแล้ว


.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(อาจารย์กอบกิจ ประดิษฐ์ผลพานิช)

วันที่ 15 เดือน มิ.ย. พ.ศ. 2563

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การสื่อสารดิจิทัลกับการธำรงรักษาวัฒนธรรม หอมลำเรื่องต่อกลอน กรณีศึกษา คณะประถมนันเทิงศิลป์
ชื่อผู้เขียน	ต้นคุณิทธิ์ บริวงษ์ตระกูล
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. โสภภัทร นาสวัสดิ์
หลักสูตร	นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารดิจิทัลกับการธำรงรักษาวัฒนธรรมหอมลำเรื่องต่อกลอน
กรณีศึกษา คณะประถมนันเทิงศิลป์มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาการพัฒนาของวัฒนธรรมหอมลำ
เรื่องต่อกลอนผ่านการสื่อสารดิจิทัล 2. เพื่อศึกษารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสาร
ดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ ในการธำรงรักษาวัฒนธรรมหอมลำเรื่องต่อกลอนและ 3. เพื่อ
วิเคราะห์พฤติกรรมใช้สื่อดิจิทัลของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ ในการธำรงรักษาวัฒนธรรม
หอมลำเรื่องต่อกลอน โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัย 2 รูปแบบ คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการ
สัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับจากกลุ่มผู้บริหารคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำนวน 5 คน และ การวิจัยเชิง
ปริมาณ ใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการ
วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที่ การ
ทดสอบค่าเอฟ และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า คณะประถมนันเทิงศิลป์ มีการพัฒนาปรับปรุงและปรับเปลี่ยนด้าน
ต่าง ๆ ได้แก่ ลำเรื่องต่อกลอน เวที แคนเซอร์ แสง สี เสียง และนักแสดงหอมลำ เพื่อให้ดูทันสมัย
สวยงามเข้ากับยุคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีรูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัล
ได้แก่ Facebook และ Youtube และเทคนิคพิเศษการใช้สลิง และ ระบบไฮดรอลิค มาเป็นส่วนหนึ่ง
ของการแสดง เป็นต้น การใช้ช่องทางการสื่อสารดิจิทัลถือว่าเป็นช่องทางใหม่ที่สามารถเข้าถึงได้
อย่างรวดเร็วกลุ่มแฟนคลับติดตามได้ตลอดเวลา รับชมการถ่ายทอดสด แสดงความคิดเห็นต่าง ๆ
ผ่านสื่อดิจิทัล และส่งผลให้วัฒนธรรมหอมลำเรื่องต่อกลอนสามารถธำรงต่อไปได้ ผลการทดสอบ
สมมุติฐาน พบว่า 1. การสื่อสารดิจิทัลทำให้หอมลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ มีการ
พัฒนาและเปลี่ยนแปลงเพื่อรักษาวัฒนธรรมหอมลำเรื่องต่อกลอน 2. การนำเสนอรูปแบบและ
เทคนิคผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ ทำให้วัฒนธรรมหอมลำเรื่องต่อกลอน

ชำระอยู่ได้ 3. พฤติกรรมการการใช้สื่อดิจิทัลของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ มีความสัมพันธ์กับการชำระรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน

คำสำคัญ : การสื่อสารดิจิทัล หมอลำเรื่องต่อกลอน การชำระรักษาวัฒนธรรม แฟนคลับ



Thesis Title	Using Digital Communication Technology to Preserve the Thai Cultural Theatrical Arts “Molram Rueang Tor Klon” A Case Study Prathombanterngsin
Author	Sandusit Brorewongtrakhul
Thesis Advisor	Dr. Sopat Nasawat
Department	Doctor of Philosophy Program in Communication Arts
Academic Year	2019

ABSTRACT

The purposes of Using Digital Communication Technology to Preserve the Thai Cultural Theatrical Arts “Molram Rueang Tor Klon” A Case Study Prathombanterngsin were 1. to study the development of Molram Rueang Tor Klon culture using digital communication 2. to study the patterns and techniques presented using digital communication of Prathombanterngsin to preserve the Thai cultural theatrical arts “Molram Rueang Tor Klon” and 3. to analyze the digital media behavior of the Fanclubs of Prathombanterngsin to preserve the Thai cultural theatrical arts “Molram Rueang Tor Klon”. Using 2 research methods: Qualitative research by in-depth interviews with managers of Prathombanterngsin 5 people and Quantitative research by survey method with questionnaires from samples 400 people. The statistics used for data analysis were : Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, t-test f- test and Scheffe’s comparison of pairs.

The findings were Prathombanterngsin has developed, improved and modified, including the lyrics of Tor Klon, stage, dancers, light, sound and actors make it look modern to the changing era with digital communication presentations such as Facebook and YouTube. Special effects using slings and hydraulic systems are part of the show. Using digital communication channels is a new channel that is quickly accessible, a group of Fanclubs can follow at any time, watch live shows, comments via digital media and the cause of the Thai cultural theatrical arts “Molram Rueang Tor Klon” can continue to be preserved.

The results of hypothesis testing show that 1. using digital communication “Molram Rueang Tor Klon” of Prathombanterngsin has evolved and changed to preserve the Thai cultural

theatrical arts. 2. Presentation of patterns and techniques using digital communication of Prathombanterngsin to preserve the Thai cultural theatrical arts “Molram Rueang Tor Klon”. 3. The behavior of digital media usage of the Fanclubs of Prathombanterngsin to relate to preserving the Thai cultural theatrical arts “Molram Rueang Tor Klon”.

Keywords: Digital Communication, Molram Rueang Tor Klon, Preserve the Thai Cultural Theatrical Arts, Fanclubs



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ปริญญาคุชฎีบัณฑิตเล่มนี้สำเร็จได้ด้วยเมตตาและความกรุณาจากอาจารย์ ดร.โสภทร นาสวัสดิ์ ที่ได้รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ได้ทุ่มเทเสียสละเวลาและกรุณาให้คำแนะนำแนวทางที่ถูกต้องและเอาใจใส่อย่างดีเยี่ยมและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอดผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาคด้วยความรักและเคารพอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ เศษะชีพ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาทากย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชื่นสมมล บุญนาค กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย จนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์ และขอขอบคุณสุทธธัญญา ประไพ เลขานุการหลักสูตรนิเทศศาสตรคุชฎีบัณฑิตที่คอยช่วยเหลือเกี่ยวกับการเรียนจนสำเร็จการศึกษา ท้ายที่สุดนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณครอบครัว เพื่อนนิเทศศาสตรคุชฎีบัณฑิต รุ่น 9.1 และรุ่น 9.1 ที่เป็นกำลังใจและให้คำปรึกษามาตลอดและขอขอบพระคุณผู้บริหารหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์และแฟนคลับของคณะประถมบันเทิงศิลป์ที่สละเวลาที่มีค่าในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ต้นคุณิทธิ บัรวิงษ์ตระกูล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๘
กิตติกรรมประกาศ	๙
สารบัญตาราง	๑๐
สารบัญภาพ	๑๑
บทที่	
1. บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามนำวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.4 สมมุติฐานการวิจัย	5
1.5 ขอบเขตการวิจัย	6
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
1.7 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	7
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารดิจิทัล	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการธำรงรักษาวัฒนธรรม	15
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้านและวัฒนธรรมอีสาน	24
2.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมและการเปิดรับสื่อ	30
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องแฟนและความเป็นแฟน	33
2.6 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับหมอลำเรื่องต่อกลอน	37
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43
2.8 กรอบแนวคิดงานในวิจัย	60
3. ระเบียบวิธีวิจัย	61
3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	61
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	62

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.3 การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือ.....	64
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	66
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	66
4. ผลการวิจัย.....	68
4.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	68
4.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	85
4.3 ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน.....	99
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	147
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	147
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	155
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	164
บรรณานุกรม.....	166
ภาคผนวก.....	173
ก. แบบสัมภาษณ์.....	174
ข. แบบสอบถาม.....	179
ค. ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC).....	185
ประวัติผู้เขียน.....	191

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร.....	27
3.1	ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability)	66
4.1	สรุปการพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน คณะประถมบันเทิงศิลป์ยุคการสื่อสารดิจิทัล	77
4.2	สรุปรูปแบบและเทคนิคการนำเสนอยุคสื่อสารดิจิทัลของ คณะประถมบันเทิงศิลป์	85
4.3	แสดงจำนวนร้อยละของแฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์ โดยจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง	87
4.4	แสดงจำนวนร้อยละของแฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์โดยจำแนกตามอายุ ของกลุ่มตัวอย่าง	87
4.5	แสดงจำนวนร้อยละของแฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์โดยจำแนกตาม สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง	88
4.6	แสดงจำนวนร้อยละของแฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์โดยจำแนกตาม ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	88
4.7	แสดงจำนวนร้อยละของแฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์โดยจำแนกตาม อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	89
4.8	แสดงจำนวนร้อยละของแฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์โดยจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	89
4.9	แสดงค่าเฉลี่ยและ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้การพัฒนารูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของแฟนคลับ คณะประถมบันเทิงศิลป์	90
4.10	แสดงจำนวนร้อยละของการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์โดยจำแนกตามจำนวนครั้ง ที่เข้าใช้ แฟนเพจคณะประถมบันเทิงศิลป์	92
4.11	แสดงจำนวนร้อยละของการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์โดยจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ โดยเฉลี่ยต่อวัน	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.12 แสดงจำนวนร้อยละของการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ หมอลำเรื่องต๋อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์โดยจำแนกตามสถานที่ ดูเฟซบุ๊ก แฟนเพจคณะประถมนันเทิงศิลป์	93
4.13 แสดงจำนวนร้อยละของการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจของแฟนคลับ หมอลำเรื่องต๋อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์โดย จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้	94
4.14 แสดงจำนวนร้อยละของการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจของแฟนคลับ หมอลำเรื่องต๋อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์โดยจำแนกตามการรู้จัก	94
4.15 แสดงจำนวนร้อยละของการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจของแฟนคลับ หมอลำเรื่องต๋อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ โดยจำแนกตามเหตุผลที่เข้าใช้	95
4.16 แสดงจำนวนร้อยละของการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ หมอลำเรื่องต๋อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ โดยจำแนกตามเวลาการเป็นสมาชิก	96
4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการ ใช้ข้อมูลของแฟนคลับจากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์	97
4.18 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต๋อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามเพศโดยใช้ t-test	99
4.19 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามอายุ	101
4.20 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามอายุ ด้านช่วงเวลาที่ใช้	102
4.21 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามอายุ ด้านเหตุผลที่เข้าใช้	103

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.22 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามอายุ ด้านเวลาการเป็นสมาชิก	104
4.23 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ	105
4.24 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านจำนวนครั้งที่เข้าใช้	106
4.25 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน	107
4.26 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านช่วงเวลาที่ใช้	108
4.27 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านเหตุผลที่เข้าใช้	108
4.28 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านเวลาการเป็นสมาชิก	109
4.29 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามระดับการศึกษา	110
4.30 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านจำนวนครั้งที่เข้าใช้ แฟนเพจคณะประถมนันเทิงศิลป์	112

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.31 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านช่วงเวลาที่ใช้	113
4.32 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านเหตุผลที่เข้าใช้	114
4.33 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ	115
4.34 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ ด้านจำนวนครั้งที่เข้าใช้ แฟนเพจคณะประถมนันเทิงศิลป์	117
4.35 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ ด้านระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน	118
4.36 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ ด้านช่วงเวลาที่ใช้	119
4.37 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ ด้านเหตุผลที่เข้าใช้	120
4.38 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ ด้านเวลาการเป็นสมาชิก	121
4.39 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน	122

สารบัญตาราง (ต่อ)

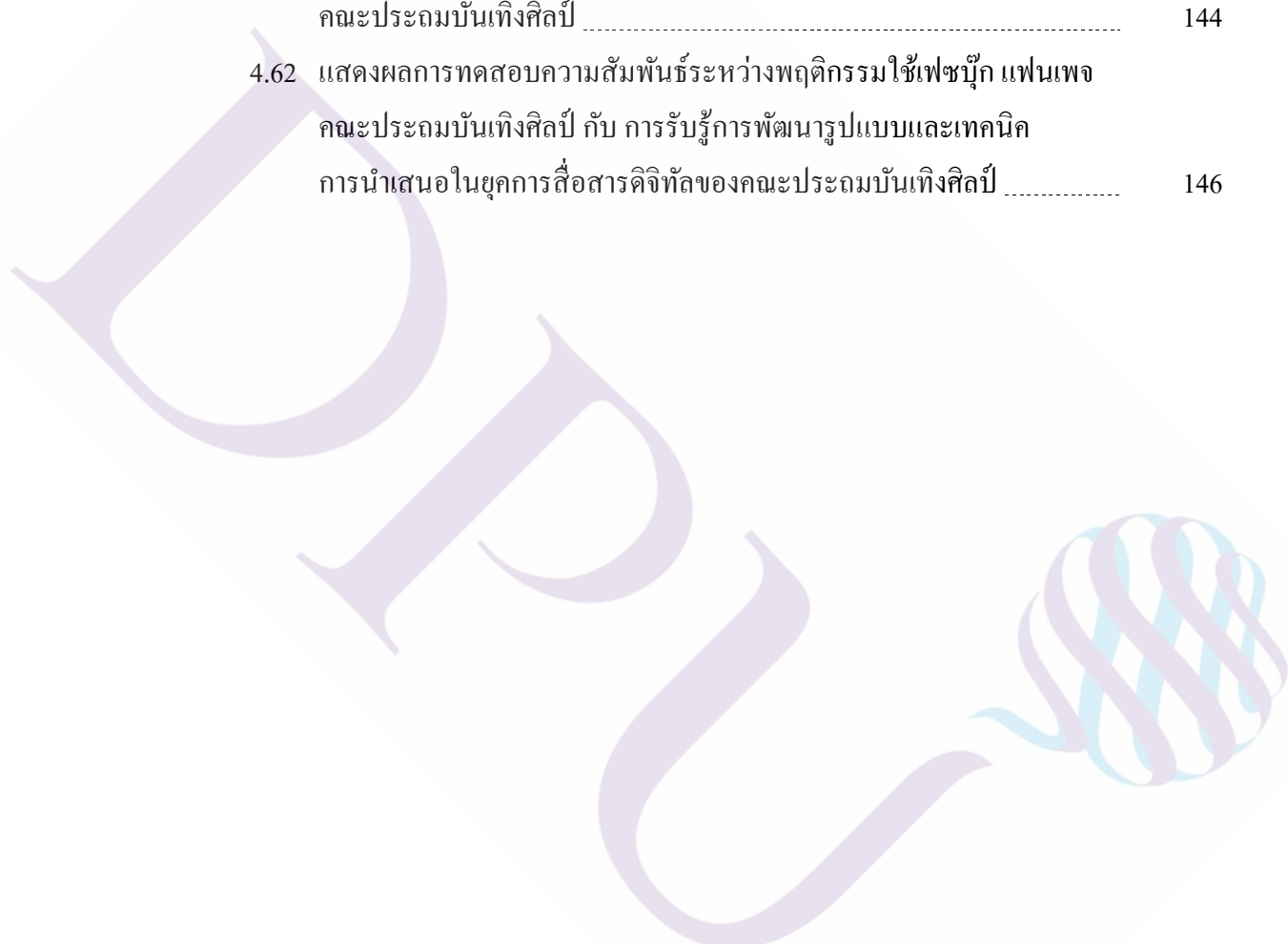
ตารางที่	หน้า
4.40 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านจำนวนครั้งที่เข้าใช้ แฟนเพจคณะประถมนันท์เทิงศิลป์	124
4.41 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน	125
4.42 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านช่วงเวลาที่ใช้	126
4.43 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านเหตุผลที่เข้าใช้	127
4.44 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านเวลาการเป็นสมาชิก	128
4.45 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมผู้ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ ของแฟนคลับจำแนกตามเพศโดยใช้ t-test	129
4.46 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมผู้ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามอายุ	130
4.47 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ พฤติกรรมผู้ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามอายุ	131
4.48 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมผู้ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ	132
4.49 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ พฤติกรรมผู้ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ	132
4.50 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมผู้ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามระดับการศึกษา	133

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.51 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพหุคูณกรรมใช้เฟชบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ	134
4.52 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพหุคูณกรรมใช้เฟชบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อคน	135
4.53 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ พหุคูณกรรมใช้เฟชบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อคน	136
4.54 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ ของแฟนคลับจำแนกตามเพศโดยใช้ t-test	137
4.55 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามอายุ	138
4.56 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ	139
4.57 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามระดับการศึกษา	140
4.58 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ	141
4.59 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อคน	142
4.60 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเฟชบุ๊ก แฟนเพจของแฟนคลับคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ กับ พหุคูณกรรมใช้เฟชบุ๊ก แฟนเพจคณะประถมนันท์เทิงศิลป์	143

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.61 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจของแฟนคลับคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ กับ การรับรู้การพัฒนา รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์	144
4.62 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ กับ การรับรู้การพัฒนา รูปแบบและเทคนิค การนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์	146



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ภาพแสดงผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560	14
2.2 แบบจำลองการสื่อสารของแชนแนล	26
2.3 แบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ	29
4.1 การแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน สมัยอดีต	70
4.2 การแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน สมัยปัจจุบัน	71
4.3 ภาพแสง เสียง สี คณะประถมนันเทิงศิลป์	72
4.4 ภาพเครื่องดนตรี คณะประถมนันเทิงศิลป์	73
4.5 ภาพแสดงลำเรื่องต่อกลอน	73
4.6 รูปแบบการนำเสนอคณะประถมนันเทิงศิลป์	75
4.7 ภาพแสดงลำเรื่องต่อกลอน	75
4.8 เทคนิคการนำเสนอ	78
4.9 ถ่ายทอดสดการแสดง (Facebook Live) ของคณะประถมนันเทิงศิลป์	79
4.10 ช่อง Youtube คณะประถมนันเทิงศิลป์	80
4.11 ช่อง Youtube คณะประถมนันเทิงศิลป์	81
4.12 การใช้เทคนิคในการนำเสนอ	82
4.13 การใช้ระบบไฮดรอลิกประกอบการแสดง	84
5.1 รูปแบบการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน	164

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารด้วยสื่อดิจิทัลนั้นเป็นการสื่อสารข้อมูลที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเกี่ยวข้องมีรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่หลากหลายมีการนำเอาข้อความ ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียงหรือวีดิทัศน์ มาเรียบเรียงผสมผสานเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นสื่อที่มีความหลากหลายและเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดและการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารจึงเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน (Smart phone) หรือเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลจึงนับได้ว่าเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงเนื่องจากเหตุผลหลายประการ เช่น จำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ลักษณะของผู้รับสารหรือผู้ชมที่เกิดมาในยุคอินเทอร์เน็ตหรือการสื่อสารดิจิทัล (บุหงา ชัยสุวรรณ, 2558)

ปัจจุบันการสื่อสารดิจิทัลสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ติดต่อง่ายและเร็วขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ วรวิทย์ อ่อนนุ่ม (2555, น. 212) ได้กล่าวว่า การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ทำให้บทบาททางการสื่อสาร มีความเปลี่ยนแปลงด้วยการทำลายข้อจำกัดทางการสื่อสารจากเดิมที่ผู้รับสารจะต้องรอเวลาในการเผยแพร่เนื้อหาผ่านสื่อดั้งเดิมบทบาททางการสื่อสารของผู้รับสาร (Receiver) อยู่ในลักษณะที่เป็นผู้ตาม (Passive Receiver) แต่ด้วยคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ตามความต้องการทั้งด้านเวลา สถานที่ รวมถึงความสนใจ ผู้รับสารสามารถเข้าถึงและแสวงหาข้อมูลด้วยตนเอง ทำให้บทบาทของผู้รับสารเป็นไปในลักษณะของการแสวงหาข้อมูล หรือเป็นผู้เลือกมากกว่าผู้ตาม (Active Audience) หรือ เรียกว่าเป็นผู้แสวงหรือเลือกข้อมูลที่โดยเสรี (Active Seeker) ดังนั้นผลของเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการสื่อสารทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารในรูปแบบใหม่ ๆ มากมาย เราสามารถใช้เทคโนโลยีเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้มากขึ้นกว่าในอดีตด้วยผลของพฤติกรรมผู้รับสารที่เปลี่ยนไปการก้าวข้ามจากพื้นที่สื่อเก่า (Old Media Landscape) ไปสู่สื่อใหม่ (New Media Landscape)

การสื่อสารดิจิทัลนั้นได้ส่งผลดีหลาย ๆ ด้านด้วยกัน อาทิ ด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น นอกจากนี้การสื่อสารดิจิทัลยังส่งผลให้สื่อพื้นบ้านต่าง ๆ ได้มีการเผยแพร่ในวงกว้างมากขึ้นโดยผ่านสื่อดิจิทัล ยกตัวอย่างเช่น หมอลำเรื่องต่อกลอน ซึ่งเป็นสื่อพื้นบ้านของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถดูออนไลน์ได้การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีด้านสื่อดิจิทัลส่งผลให้

หมอลำเรื่องต่อกลอนมีพัฒนาและปรับตัวให้ดำรงอยู่ทั้งนี้โดยมีการลงทุนทั้งอุปกรณ์ประกอบฉากแสดง เช่น เวที เครื่องเสียง แสง สี เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องดนตรี และซ็อลิซิติทซ์จากค่ายเพลงต่าง ๆ เป็นต้น ปัจจุบันหมอลำที่ทำการแสดงอยู่ในยุคนี้มีประมาณ 25 คณะ (ข้อมูลจาก www.facebook.com/groups/mohlumfanclub) มีทั้งคณะขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ แตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับงบประมาณและนายทุน เช่น คณะรัตนศิลป์อินตาไทยราษฎร์ คณะระเบียบวาทศิลป์ คณะประถมนันเทิงศิลป์ คณะเสียงอีสาน และคณะศิลป์ภูไท เป็นต้น และปัจจุบันมีคณะหมอลำที่สังกัดค่ายเพลง เช่น คณะเสียงอีสาน สังกัดค่าย ท็อปไลน์โดมอนต์ จำกัด เป็นต้น บางคณะก็อยู่อย่างเป็นทางการคือ คณะรัตนศิลป์อินตาไทยราษฎร์ และประถมนันเทิงศิลป์ เป็นต้น

การสื่อสารดิจิทัลนั้นมีบทบาทและความสำคัญในธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน สอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2555, น. 15) ได้อธิบายว่า กลไกหนึ่งที่จะช่วยรักษาชุมชนท้องถิ่นเอาไว้คือการสื่อสารหมายความว่า การสื่อสารเป็นกลไกทางวัฒนธรรมในอันที่จะสร้างความจริงของสังคมล้อมรอบตัวปัจเจกบุคคลเอาไว้ เพราะฉะนั้นการสื่อสารจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะเสริมสร้างพลัง (Empowerment) ของผู้คนแต่ละกลุ่มสังคม นอกจากนี้ Smith (1966, P. 34) ได้อธิบายว่าเมื่อไหร่ก็ตามที่ผู้คนมีปฏิสัมพันธ์กันจะมีการสื่อสารกันเองทั้งนี้คนเราต้องสื่อสารกันเพื่อที่จะอาศัยอยู่ในสังคมและดำรงรักษาไว้ ซึ่งวัฒนธรรมของตนเองหรืออาจจะกล่าวได้ว่าเมื่อมนุษย์จำเป็นต้องสื่อสารและเข้าไปเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารตลอดชีวิตเพื่อดำรงสืบสานวัฒนธรรม ด้าน Hall (1990, P. 5) นักทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาด้านนักเบอร์มิงแฮม ได้อธิบายว่าวัฒนธรรมคือ การสื่อสารและการสื่อสาร คือวัฒนธรรมแสดงให้เห็นว่าสองสิ่งนี้ยากที่จะแยกออกจากกันโดยสิ้นเชิงหรือไม่มีแง่มุมใด ๆ ในชีวิตมนุษย์ที่จะได้รับการสัมผัสและเปลี่ยนแปลงโดยขาดวัฒนธรรมทั้งนี้แต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันตามแต่ละระดับของการยอมรับและการปฏิบัติตามแบบแผนของวัฒนธรรมวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ถ่ายทอดโดยสัญลักษณ์ผ่านภาษา เพราะภาษาทำให้คนเราสื่อสารอันเป็นพื้นฐานของการปฏิสัมพันธ์ในสังคม

หมอลำมีบทบาทด้านการให้ความรู้และเป็นสื่อในการบันทึกพฤติกรรมของคนในสังคม เป็นสื่อในการสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีและความเชื่อต่าง ๆ จึงเห็นได้ว่าหมอลำเป็นวัฒนธรรมที่ผูกพันกับชีวิตคนซึ่งได้สืบทอดมาหลายชั่วอายุจนถึงปัจจุบัน เดิมหมอลำเรียกว่า “แอ่วลาว” หรือลาวแคนผู้ขับร้องจะเรียกหมอลำการร้องจะได้ตอบกันระหว่างชายและหญิงโดยอาจใช้คำ “ผญา” หรือใช้คำเกี่ยวพาราสิและอาจใช้กลอนลำแล้วแต่เนื้อเรื่องจะพาไปบางครั้งก็ใช้กลอนลำ “เดินดง” บางครั้งก็ใช้กลอนลำประชันเรียกว่า “ลำโจทท์” การร้องกลอนลำหมอลำจะต้องลำ โดยมี “แคน” เป็นเครื่องดนตรีประกอบการลำ สำหรับทำนองกลอนลำหรือ “วาดลำ” นั้นมีความแตกต่างกันตามท้องถิ่น เช่น สำเนียงการลำจังหวัดอุบลราชธานี (วาดอุบล) เป็นสำเนียงการลำการลำค่อนข้างช้า

เนียบนาม สำเนียงการลำของจังหวัดขอนแก่น (วาดลำขอนแก่น) เป็นสำเนียงการลำที่ค่อนข้าง กระชับรวดเร็ว สำเนียงลำของจังหวัดกาฬสินธุ์ (วาดกาฬสินธุ์) สำเนียงการลำอำเภอภูเขียว จังหวัด ชัยภูมิ (วาดภูเขียว) สำเนียงการลำของอำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์ (วาดลำ พุทไธสง) เป็นต้น (สุกัญญา กัทรธา, 2532, น. 2) สำเนียงการลำของแต่ละหมอลำเหล่านี้ล้วนมีลีลาในการลำระดับเสียง ลูกคอและจังหวะในการลำที่เป็นแบบเฉพาะท้องถิ่น ทั้งนี้ (พรทิพย์ ชังธาดา, 2545, น. 24) ได้แบ่ง ประเภทของหมอลำ ดังนี้

1. หมอลำที่แสดงเพื่อความบันเทิง ได้แก่ หมอลำกลอน เป็นการโต้กลอนสดมีผู้ลำ 2 คน อาจเป็นชาย - ชาย หรือ ชาย - หญิง ตอบโต้กันเนื้อหาในการลำประชันกันจะกล่าวถึงประเพณี วัฒนธรรมประวัติศาสตร์นิทานพื้นบ้าน คติธรรม คนตรีที่ใช้ประกอบคือ แคน ส่วนหมอลำเรื่องต่อ กลอน เรื่องที่จะลำเกี่ยวกับนิทานพื้นบ้าน เช่น เรื่องท้าวทักดา คำจำปาลีต้น เป็นต้น แบ่งการแสดง หรือการลำเป็น 5 ชนิด ได้แก่ หมอลำพื้นบ้าน(ลำคนเดียวแสดงเป็นตัวละครทุกตัว) หมอลำหมู่หรือ ลำเรื่องต่อกลอน หมอลำ “เพลิน” หรือหมอลำ “กกาขาว” หมอลำ “กั๊บกั๊บกั๊” หรือ หมอลำ “กรับ” และหมอลำ “แมงต๊อบเต่า”

2. หมอลำที่แสดงในพิธีกรรม ได้แก่ หมอลำ “ผีฟ้า” เป็นการลำที่มีจุดมุ่งหมายสอง ประการ คือ รักษาคนป่วยและพยากรณ์คืนฟ้าอากาศทำนองลำเป็นจังหวะสั้นบ้างยาวบ้างคนตรีที่ใช้คือ แคนเนื้อหาของกลอนลำเป็นการถึงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้ลำอัญเชิญให้มาประทับทรงในตัวหมอลำ ขอให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์บอกวิธีรักษาผู้ป่วยผู้ลำมีเพียงคนเดียวมีบริวารเป็นผู้ฟ้อนรำประกอบลีลาการ ฟ้อนไม่มีแบบแผนแน่นอน

ปัจจุบันคณะหมอลำเรื่องต่อกลอนได้เริ่มมีการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสร้างความสนใจและเพื่อ ชำรงรักษาวัฒนธรรมของหมอลำเรื่องต่อกลอนมากขึ้น ยกตัวอย่างดังนี้

1. คณะประถมบันเทิงศิลป์: www.facebook.com/prathombanterngsinfanpage. มีผู้ติดตามเพจนี้ 114,699 คน และ www.youtube.com/ประถมบันเทิงศิลป์. มีผู้ติดตาม 84,661 คน
2. คณะศิลป์ินภูไท: www.facebook.com/hugsinlapinphutai. มีผู้ติดตามเพจนี้ 26,275 คน และ www.youtube.com/Sinlapinphuthai. มีผู้ติดตาม 5,442 คน
3. คณะเสียงอีสาน: www.facebook.com/หมอลำคณะเสียงอีสาน. มีผู้ติดตามเพจนี้ 36,241 คน และ www.youtube.com/เสียงอีสาน มีผู้ติดตาม 35,268 คน

จากข้อมูลการใช้สื่อดิจิทัลของคณะหมอลำเรื่องต่อกลอนเพื่อรำรงรักษาวัฒนธรรมนั้น จะเห็นได้ว่าคณะประถมบันเทิงศิลป์มีผู้ติดตามมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งจึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจศึกษาคณะประถมบันเทิงศิลป์การใช้สื่อดิจิทัลอย่างไรในรำรงรักษาวัฒนธรรม

การสำหรับคณะประถมนันเทิงศิลป์ เริ่มก่อตั้งโดยนางบุญถม นามวันทา เมื่อ พ.ศ. 2500 ใช้ชื่อวงในตอนแรกว่า “บุญถมนันเทิงศิลป์” ต่อมาสมรสกับนายประพันธ์ สิมเสน จึงเปลี่ยนชื่อของคณะหมอลำเป็น “คณะประถมนันเทิงศิลป์” สาเหตุการเปลี่ยนชื่อเพราะนายกสมาคมหมอลำเรื่องต่อกลอนในสมัยนั้นชื่อ นายคำดี สารผล ว่าชื่อบุญถมไม่เพราะจึงเปลี่ยนให้โดยให้ยึดเอาชื่อนายประพันธ์และนางบุญถมเป็นหลักจึงเป็นชื่อ “ประถมนันเทิงศิลป์” มาจนถึงปัจจุบันส่วนนั้นผลงานที่สร้างชื่อให้กับคณะประถมนันเทิงศิลป์มีหลายเรื่องด้วยกัน อาทิ จำปาสีต้น ท้าวแบ้ โดยออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียง ระบบเอเอ็ม (AM) ลีลาวดี กามนิทวาสิฐิ หึงสามพัน เจ้าหัวสามโบสถ์ มหาภูมิกฐิน กำไลมาศและผลงานที่สร้างชื่อให้กับประถมนันเทิงศิลป์ คือ เรื่อง ลีลาวดี พ.ศ. 2533 เป็นต้น การบริหารงานของคณะหมอลำเรื่องต่อกลอนประถมนันเทิงศิลป์หลังจากทั้งคู่เสียชีวิตลงทำให้มีการเปลี่ยนผู้บริหารใหม่เป็นผู้สืบทอดโดยนาย สันติ สิมเสน (หรือ ดาบ ส.) ซึ่งบุตรชายของนางบุญถมและนายประพันธ์เป็นผู้นำคณะประถมนันเทิงศิลป์ก่อนหน้านี้ที่นายสันติ สิมเสน จะมาเป็นหัวหน้าคณะได้ผ่านประสบการณ์มาพอสมควร เช่น ร้องเพลงเล่นดนตรี เรียนลำ และเคยแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนโดยรับบทเป็นตัว โกงมาก่อน เป็นต้น จึงทำให้เป็นที่ยอมรับของสมาชิกในคณะจากนั้นได้พัฒนาคณะประถมนันเทิงศิลป์มาจนถึงปัจจุบันโดยใช้สื่อและการสื่อสารการตลาดยุคดิจิทัลมาช่วยให้คณะประถมนันเทิงศิลป์ได้รับความนิยมโดยมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการสื่อสารดิจิทัลเพื่อธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เช่น เป็นสื่อพื้นบ้านของภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นสื่อพื้นบ้านที่สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นเป็นการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น จึงเป็นเหตุผลจูงใจให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาเรื่อง การสื่อสารดิจิทัลกับการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนผลการศึกษาที่ได้สามารถใช้เป็นรูปแบบหรือแนวทางในการสร้างความสำเร็จให้กับคณะหมอลำเรื่องต่อกลอนและเป็นประโยชน์ต่อหมอลำเรื่องต่อกลอนที่จะไปประยุกต์ใช้อันเป็นการนำไปสู่การพัฒนาลักษณะทางวัฒนธรรมและเกื้อกูลต่อสังคมเศรษฐกิจของประเทศชาติต่อไป

1.2 คำถามนำวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งตอบประเด็นคำถามต่อไปนี้

1. วัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนมีการพัฒนาอย่างไรบ้างในการสื่อสารดิจิทัล
2. รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการใช้สื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ในการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนมีลักษณะอย่างไร

3. พฤติกรรมการการใช้สื่อดิจิทัลของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ในการชำระรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนมีลักษณะอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์มุ่งดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาการพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนผ่านการสื่อสารดิจิทัล
2. เพื่อศึกษารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ในการชำระรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน
3. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ในการชำระรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน

1.4 สมมุติฐาน

งานวิจัยนี้มีสมมุติฐาน ดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารดิจิทัลทำให้หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลง
2. การนำเสนอรูปแบบและเทคนิคผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ทำให้หมอลำเรื่องต่อกลอนชำระอยู่ได้
3. พฤติกรรมการการใช้สื่อดิจิทัลของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับการชำระรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน

สมมุติฐานที่ 3.1 แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 3.2 แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 3.3 แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีการรับรู้การพัฒนา รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 3.4 แฟนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์

สมมุติฐานที่ 3.5 แฟนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนา รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์

สมมุติฐานที่ 3.6 แฟนคลับที่มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาการสื่อสารดิจิทัลกับการชำระรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนโดยเลือกศึกษาคณะประถมนันเทิงศิลป์แบ่งขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเวลากำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2562 – พฤศจิกายน 2562
2. ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกผู้บริหารคณะประถมนันเทิงศิลป์สัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 5 คน และแจกแบบสอบถามกลุ่มแฟนคลับจำนวน 400 คน

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

การสื่อสารดิจิทัล (Digital Communication) ในงานวิจัยชิ้นนี้หมายถึง การสื่อสารของหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์โดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารรวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการแสดงที่ทันสมัย อาทิ เครื่องเสียง เวที แสงสี การแต่งกายนักแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนและแดนเซอร์ เป็นต้น ไปยังแฟนคลับและผู้ชมหมอลำเรื่องต่อกลอน

สื่อดิจิทัล (Digital media) ในงานวิจัยชิ้นนี้หมายถึง หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ ใช้สื่อดิจิทัล ได้แก่ Facebook ของคณะประถมนันเทิงศิลป์ และ YouTube ของคณะประถมนันเทิงศิลป์

หมอลำเรื่องต่อกลอน หมายถึง วัฒนธรรมพื้นบ้านของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเกิดจากการผสมผสานระหว่างลำพื้น ลำหม่อลิขของภาคกลางและนำเครื่องแต่งกายจากและเวทีจากลิเกแล้วมาผสมผสานกันเป็นหมอลำเรื่องต่อกลอน

การชำระรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน หมายถึง วิธีการส่งเสริมพัฒนาให้หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์สามารถชำระอยู่ได้โดยไม่สูญหายไปและให้แฟนคลับเห็นคุณค่าวัฒนธรรมพื้นบ้านอีสาน

คณะประถมนันเทิงศิลป์ หมายถึง คณะหมอลำเรื่องต่อกลอนที่ทำการแสดงหมอลำโดยใช้ชื่อว่า “คณะประถมนันเทิงศิลป์”

แฟนคลับ (Fan club) หมายถึง บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีความชื่นชอบหมอลำเรื่องต่อกลอนเหมือนกันจนอาจมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดเห็น

หรือมีการรวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับหมอลำเรื่องต่อกลอน คณะประถมนันเทิงศิลป์
การพัฒนารูปแบบ หมายถึง หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ได้พัฒนา
 รูปแบบการนำเสนอให้ทันสมัยมากขึ้น ได้แก่ การออกแบบชุดแดนเซอร์ การปรับ เสียง สี แสง รวม
 ไปถึงการนำเสนอผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อให้ถูกใจแฟนคลับ

การพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน หมายถึง การนำเอาวัฒนธรรมของภาค
 อีสานมาพัฒนาในรูปแบบการโชว์ด้านหน้าเวทีให้เป็นการแสดงที่รวมสมัยกลุ่มวัยรุ่นสามารถเข้าใจ
 และชื่นชอบ

การใช้เทคนิคการนำเสนอ หมายถึง หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์นำ
 เทคนิค แสง สี เสียง มาใช้ในการแสดงด้านหน้าเวทีหมอลำ

พฤติกรรมการสื่อสารดิจิทัล หมายถึง การเปิดรับ การแสวงหา การถ่ายทอดแลกเปลี่ยน
 ข่าวสารความรู้ความคิดด้านต่าง ๆ ในสื่อดิจิทัลเพื่อธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน

1.7 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ คือ สามารถนำผลวิจัยไปใช้ในการพัฒนาหมอลำเรื่องต่อกลอนและ
 ประยุกต์ใช้ในด้านการศึกษาการสอนให้กับเยาวชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคต่าง ๆ
 ของประเทศไทยเพื่อเป็นแนวทางการศึกษาสื่อวัฒนธรรมของท้องถิ่น

2. ประโยชน์เชิงนโยบาย คือ ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อเสนอให้กับ
 กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม เพื่อเป็นแนวนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนา
 บุคลากรด้านหมอลำเรื่องต่อกลอนทั้งนี้เพื่อให้ธำรงอยู่ยาวนาน นอกจากนี้หมอลำเรื่องต่อกลอน
 คณะอื่นสามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาในรูปแบบ เนื้อหา วิธีการนำเสนอในช่องทางการ
 สื่อสารดิจิทัล เพื่อก่อให้เกิดแนวทางการอนุรักษ์วัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่จะนำมาใช้เป็นกรอบการศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารยุคดิจิทัลกับการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน” ได้แก่

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารดิจิทัล
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการธำรงรักษาวัฒนธรรมสื่อพื้นบ้านอีสาน
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมและการเปิดรับสื่อ
- 2.4 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องแฟนและความเป็นแฟน
- 2.6 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับหมอลำเรื่องต่อกลอน
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กรอบแนวคิดงานวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารดิจิทัล

Poster (1995) กล่าวว่า การเข้าสู่สื่อยุคใหม่เนื่องจากการใช้คอมพิวเตอร์เปลี่ยนไปเป็นระบบโต้ตอบและการสื่อสารในระบบเครือข่ายโดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตอันที่จริงสื่อใหม่เหล่านี้ยังรวมไปถึงการใช้ข้อความสั้น (SMS) และการใช้บอกเส้นทางหรือแผนที่ที่ตั้ง (GPS) ที่จริงสื่อใหม่เกิดขึ้นมาตั้งแต่ยุคสงครามเย็นตอนต้น แต่เริ่มนำมาใช้ใกล้ปลายศตวรรษที่แล้วสื่อใหม่จะแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. สื่อใหม่ทำหน้าที่แบบหลวมๆ จากความหลากหลายของสื่อที่มีขอบข่ายที่กว้างขวางมาสู่การมีขอบข่ายที่เป็นแบบส่วนตัวมากขึ้น
2. สื่อมีความมุ่งมั่นที่จะไปสู่รูปแบบใหม่ของการใช้สื่อเพื่อสนองข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่เป็นปัจเจกภาพหรือการเข้าถึงตัวตนของเรา
3. สื่อเปลี่ยนสภาพความเป็นยุคสงครามเย็นมาสู่ยุคใหม่ที่เน้นความนิยมและความแพร่หลายของประชาชนอำนาจของสื่อกลับมาพร้อมกับผลประโยชน์ในการแพร่ข่าวสารวงกว้างไร้พรมแดน

ถ้านำแนวคิดของ Poster (1995) สู่ในยุคแรกต่างไปจากสื่อในยุคที่สอง กล่าวคือ สื่อในยุคแรกจะมีการผลิตในเชิงรวมศูนย์เป็นการสื่อสารทางเดียวมีการควบคุมจากรัฐเป็นส่วนใหญ่ หรือมักสร้างความไม่เป็นธรรมและการแบ่งกลุ่มทางสังคมผู้ฟังไม่มีความเป็นเอกภาพเป็นเพียงคำสั่งมาจากการปกครองแต่สื่อยังทำหน้าที่ชวนเชื่อหล่อหลอมสำนึกทางสังคม เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือแม้กระทั่งหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ส่วนสื่อในยุคที่สองจะแตกต่างกันตรงกันข้ามคือ มีการกระจายอำนาจออกไปเป็นการสื่อสารสองทาง (Two way communication) อยู่เหนือการควบคุมของรัฐทำให้มีคุณค่าแบบประชาธิปไตยเพราะทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นได้โดยเสรี หากไม่กระทบกระเทือนผู้อื่นส่งเสริมจิตสำนึกแบบปัจเจกภาพและทิศทางไปสู่ความเป็นปัจเจกชน

โดยสรุปสื่อในยุคก่อนเน้นการกระจายเสียงและการแพร่ภาพในลักษณะสื่อมวลชน ส่วนสื่อในยุคที่สองเน้นแนวทางอันตรกิริยาทางสังคมและการสร้างบูรณาการทางสังคม แนวทางที่เน้นอันตรกิริยาเป็นแนวทางที่ยังคงใช้การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้าหรืออาจไม่มีการเผชิญหน้า สารที่ส่งไปมักจะข้ามกาลละ-เทศะ มีอันตรกิริยามากขึ้นให้ความรู้สึกความเป็นส่วนตัวสื่อในยุคนี้เป็นสื่อถึงมวลชน (semi-mass media/narrowcasting) เช่น การใช้อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ และบล็อก เป็นต้น ด้วยเหตุที่ยังมีอันตรกิริยาสูงเป็นพื้นฐานมันจึงเป็นการสนับสนุนโลกแห่งประชาธิปไตยอันเนื่องมาจากประชาชนในฐานะผู้รับสารมีอำนาจมากขึ้นและมีการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกันมากขึ้นด้วยสื่อในสังคมใหม่อันเป็นสื่อใหม่ในยุคที่สามจะมีการติดต่อกันมากกว่าอดีตหลายเท่า ทั้งนี้เพราะสื่อใหม่มีการเปิดใจอย่างกว้างขวางและมีความยืดหยุ่น เนื่องจากการติดต่อสื่อสารไป - มาในเวลาเดียวกันหรือตอบโต้ได้ทันทีผู้รับสารสามารถกลายเป็นผู้ส่งสารได้ทันทีในขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดความสับสนและความอลหม่านในการใช้เนื่องจากสื่อใหม่มีจำนวนมากมากเกินไปเกินกว่าที่มนุษย์จำเป็นต้องเลือกใช้ซึ่งการเลือกมันอาจไม่ใช่สิ่งง่ายเสมอไปโดยมนุษย์ต้องการโครงสร้างและแนวทางที่ตัดสินใจได้ง่ายแต่สื่อใหม่กลับกระจัดกระจายซึ่งเต็มไปด้วยการแบ่งและการแยกออกเป็นจำนวนมากแม้ว่าการมีจำนวนมากจะดูยืดหยุ่นแต่มนุษย์ก็ใช้เวลาอยู่กับมันมากเช่นกัน อาทิ สื่อสังคม หรือ โทรศัพท์มือถือในลักษณะโทรศัพท์อัจฉริยะ (Smart phone)

นอกจากนี้การบูรณาการทางสังคมทำให้สื่อใหม่มิได้ทำหน้าที่ในแง่ข้อมูลข่าวสารอันตรกิริยาและการแพร่กระจายเท่านั้นแต่มันยังทำให้สื่อใหม่กลายเป็นพิธีกรรมของคนยุคใหม่ที่ใช้สื่อเพื่อเปิดชุมชนของตัวเองในไซเบอร์ฉะนั้นสื่อใหม่จึงไม่ใช่เครื่องมือขั้นต้นในแง่ข้อมูลข่าวสารถึงสร้างประโยชน์ให้กับตนเองแต่มันจะทำให้เรามาสู่การสร้างรูปแบบของชุมชนและเสนอแนะให้เราเข้าไปมีส่วนร่วมและการเป็นเจ้าของชุมชน

ดังนั้น มนุษย์จึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าเราต่างมีส่วนแบ่งอยู่บนพื้นที่ของสื่อใหม่รูปแบบเทคโนโลยีใหม่ ๆ กำลังพัฒนาการสื่อสารให้มีความทันสมัยสนองตอบความต้องการด้านการสื่อสารของมนุษย์อยู่ตลอดเวลาพื้นที่และเวลา (Space & Time) ถูกลดความสำคัญลงส่งผลให้การติดต่อสื่อสารกันเกิดขึ้นแบบทันทีทันใด (Real-Time Communication) และดูเหมือนว่าเทคโนโลยีทางการสื่อสารเหล่านั้นกำลังจะเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้คนในสังคมโดยเฉพาะสังคมในเมืองใหญ่ที่วิถีชีวิตผูกติดอยู่กับการสื่อสารแม้ว่าเทคโนโลยีจะสร้างสรรค์ผลผลิตสำคัญอย่าง “อินเทอร์เน็ต” มากกว่า 4 ทศวรรษและประเทศไทยจะได้อัปเดตกับอินเทอร์เน็ตมาร่วม 25 ปีแล้ว อย่างไรก็ตามเราอาจยังไม่ได้รับรู้หรือสัมผัสถึงขีดความสามารถของเทคโนโลยีใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตจนกระทั่ง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา “อินเทอร์เน็ตและสื่อใหม่” ได้แสดงความสามารถบางอย่างออกมาจนทำให้คนไทยสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและสื่อใหม่ได้เร็วขึ้น

การสื่อสารมีการพัฒนาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเนื่องจากการสื่อสารนั้นเป็นส่วนหนึ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์และสังคมเมื่อสังคมและมนุษย์ยังมีการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง การสื่อสารจึงหมุนตามสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปโดยมีวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีและวิถีชีวิตของมนุษย์เป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงไปสู่อนาคตที่ผู้สื่อสารทุกวันนี้แบ่งปันพิธีกรรมกันในเรื่องสังคมมิได้หมายความว่าพวกเขาจะมีอันตรกิริยาต่อกันจริง ๆ อันตรกิริยา กลายเป็นสิ่งจำเป็นหรือแม้แต่การเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นในการบูรณาการทางสังคมผ่านพิธีกรรมทดแทนการติดต่อสื่อสารแบบซึ่งหน้าเราใช้สื่อมิใช่เพื่อจะบอกอะไรกับเราหากแต่เราใช้มันเพราะมันเป็นพิธีกรรมของคนในยุคปัจจุบัน ดังนั้น สื่อใหม่มิใช่เพื่อต้องการรู้ข่าวแต่ต้องการเข้าร่วมในการกระทำทางพิธีกรรมมากกว่า เราจึงมีเพียงหน้าที่เฝ้าติดตามดูและฟังสื่อใหม่พฤติกรรมของสื่อใหม่จึงเป็นเรื่องของนิสัย การเสพติดในรูปแบบการใช้คุณค่าหลากหลายมากกว่าการใช้สื่ออย่างในอดีต และมีใช้เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารแต่เพื่อต้องการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสังคมของผู้ใช้ทั้งในส่วนตัวส่วนร่วมและการตลาดสิ่งที่อยู่ตรงหน้า (Presence) ทางกายภาพแบบดั้งเดิมถูกทดแทนด้วยสิ่งที่อยู่ตรงหน้าซึ่งเป็นโปรแกรมสื่อสารทางคอมพิวเตอร์ สื่อในที่นี้จึงมีสภาพเหมือนบุคคลคอมพิวเตอร์จึงเป็นเครื่องมือในร่างของบุคคลและด้วยเหตุนี้ทำให้เราหันมาพูดหรือสื่อสารกับเครื่องคอมพิวเตอร์อย่างพึงพอใจอันส่งผลให้พฤติกรรมของมนุษย์ผิดพลาดคลาดเคลื่อนจากความเป็นมนุษย์ที่ผ่านมา (Misbehaves)

Rieger (2010) ได้กล่าวถึงมนุษยชาติพันธุ์ดิจิทัลซึ่งใช้เครื่องมือด้วยสื่อใหม่อันเป็นของวิทยาการกับความฉลาดของมนุษยชาติซึ่งวิวัฒนาการด้วยการถ่ายทอดบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศพิจารณาได้หลายมุม เช่น การแสดงออกซึ่งความกระแ้างชัดของมนุษย์พันธุ์ที่มีพลังของความคิดเห็นและสมมติคติกว้างไกลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมนุษย์พันธุ์ดิจิทัลถูก

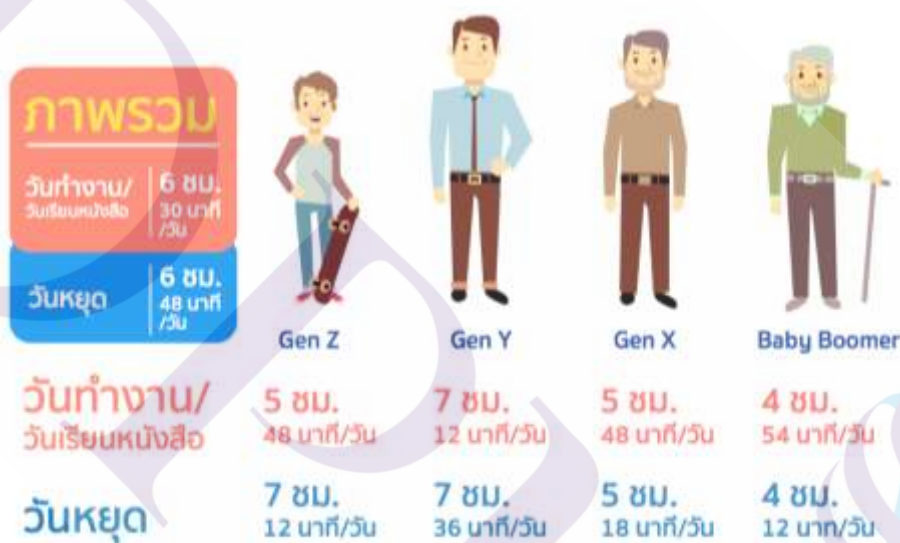
ตีความได้ 3 นัยยะ ประการแรก สื่อดิจิทัลอำนวยความสะดวกในการสื่อสารทางปัญญา ประการที่สอง สื่อดิจิทัลเป็นฐานในการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์และความเป็นศิลปิน ประการที่สาม สื่อดิจิทัลเป็นบริบทในการศึกษาเชิงวิพากษ์ของวัฒนธรรมดิจิทัล ทั้ง 3 นัยยะ สามารถสรุปได้ว่า เทคโนโลยีสื่อใหม่เป็นแรงขับเคลื่อนที่อยู่เบื้องหลังนวัตกรรมทางวิชาการซึ่งสำคัญกว่าสิ่งที่เคยเข้าใจ เช่น นัยยะทางวัฒนธรรม สังคม และการเมือง โดยอาศัยการแพร่หลายในรูปแบบสื่อออนไลน์ สื่อสังคม บล็อก ยูทูบ โททส์ อินเทอร์เน็ต หรืออีเมล เป็นต้น

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารดิจิทัลสรุปได้ว่าสื่อใหม่เริ่มตั้งแต่ยุคที่สอง คือ เว็บไซต์หรือบล็อกเพื่อการสืบค้นและการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนสื่อใหม่ในยุคที่สามกำลังครอบงำสังคมซึ่งมีผลกระทบต่อทั้งปัจเจกภาพและโครงสร้างทางสังคมเนื่องจากผู้คนเสพติดการสื่อสาร โดยเฉพาะการอาศัยโทรศัพท์อัจฉริยะ (Smart phone) ในสื่อสังคม เช่น ยูทูบ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม เป็นต้น ปัจจุบันนี้สื่อใหม่ หรือ New Media มีบทบาทมากขึ้นตามลำดับจนสื่อแบบเดิมในระบบกระจายเสียง หรือ สิ่งพิมพ์ ลดความสำคัญลงไปเรื่อย ๆ จนในที่สุด การสื่อสารแบบดิจิทัลอินเทอร์เน็ต เกม และ AR จะมาแทนที่การสื่อสารแบบเดิม สื่อใหม่ หรือ New Media (1) เป็นการพัฒนาระบบภาพ เสียง อักษรและโปรแกรมประยุกต์ เข้าด้วยกันและเผยแพร่ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดสื่อที่มีความคมชัดมีปฏิสัมพันธ์และเรียกได้ตามต้องการการเริ่มต้นของ World Wide Web โดย เซอร์ ทิม เบอร์เนอร์ ลี ที่ CERN เมื่อประมาณ 25 ปีที่ผ่านมา (August 6th 1991) (2) เพื่อจุดประสงค์แค่แชร์ข้อมูลเท่านั้นทำให้เกิด Web สิ่งนี้ขึ้นมาและขยายตัวมาจนถึงปัจจุบันที่เป็นยุคของ IoTs หรือ Internet of Things ที่เราสามารถแชร์ประสบการณ์สื่อมัลติมีเดียการทำงานและที่สำคัญคือ การแชร์สิ่งที่ไม่ใช่ Soft แต่เป็นของจริง ๆ อีกด้วย สื่อ สารสนเทศ และการสื่อสารเกิดการหลอมรวมเข้าด้วยกันโดยเริ่มประมาณช่วง ปี ค.ศ. 1990 - ค.ศ. 2000 โดยการเริ่มต้นของการทำธุรกิจ ดอท คอม (Dot Com) ที่สร้างธุรกิจที่มีการเติมโตโดยฐานของระบบอินเทอร์เน็ตที่เดิมเคยถูกควบคุมโดยโครงการ ARPA (Advanced Research Project Agency) และต่อมาได้ย้ายไปอยู่ในการดูแลของ NFS (National Science Foundation) ทำให้การพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการขยายตัวอย่างมากโดยเกิดธุรกิจที่มีมูลค่ามหาศาล เช่น e-Bay, Amazon, Yahoo, Google, Youtube และ Facebook เป็นต้น การพัฒนา Web 2.0 และเครือข่ายสังคมออนไลน์ก็ได้สร้างธุรกิจต่าง ๆ ขึ้นอีกมากมายประมาณการได้ว่าโลกเสมือน หรือ Cyber World นั้นสามารถขยายออกไปและมีรูปแบบต่าง ๆ ได้ไม่จำกัด จะจำกัดก็ที่ดินนาการของมนุษย์จะสร้างขึ้น จะเห็นได้ว่าการสร้างอุปกรณ์และสื่อต่าง ๆ ในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย เช่น Smart Phone, Google Glass, Smart Watch, Hologram และ AR (Augmented Reality) ออกมาขายหรือทำเป็นเกม และ ยังมีบริการ เช่น Youtube Channel, Face book Live, Biko, และ เกมส์ต่าง ๆ

มากมายให้บริการ และมีโครงการ Start Up ทางธุรกิจเพื่อพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ อีกมากมาย เช่น UBER, Grab Taxi และอื่น ๆ อีกมากมาย ทั้งนี้ เนื่องจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทั้งทาง ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และ เครือข่ายทั้งแบบมีสายและไร้สาย ตลอดจนเครือข่ายมือถือ 3G 4G และ 5G จะเห็นได้ว่าโลกพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งทำให้เกิดความต้องการใหม่ๆ อีกมากมาย ด้านผู้รับสาร ในยุคการสื่อสารดิจิทัล 1. ด้านผู้บริโภค : เทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยเฉพาะสมาร์ทโฟนและโซเชียลเน็ตเวิร์คได้ส่งผลให้เกิดสังคมแห่งอุปนิสัยใหม่ของผู้บริโภคซึ่งมีนิยามเรียกว่า "โซเชียลโนมิกส์" (Socialnomics) คือ ประชากรโลกที่หลอมรวมกันในช่องทางออนไลน์และโซเชียลเน็ตเวิร์คต่าง ๆ โดย Erik Qualman ผู้นำด้านดิจิทัลเทรนด์ระดับโลกได้กล่าวไว้ว่าคนทุกคนในทุกประเทศที่ใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คนับเป็นประชากรของ "โซเชียลโนมิกส์เนชั่น" (Socialnomics Nation) ซึ่งมีรูปแบบไลฟ์สไตล์และอุปนิสัยต่างจากผู้บริโภคที่เราเคยรู้จักอย่างสิ้นเชิงพวกเขาเหล่านั้นมีพลังในการก่อให้เกิดกระแสต่าง ๆ ทั้งในทางบวกและทางลบเป็นสังคมที่เชื่อมต่อกันทั้งโลกเข้าด้วยกันอย่างไรพรหมแดนและเปิดโอกาสทางการตลาดอย่างมหาศาลด้วยพลังของมวลชนและความเร็วของการเดินทางของข้อมูล 2. ด้านเทคโนโลยีและข้อมูล : คือเรื่อง Internet of Things เพราะในอนาคตอันใกล้อุปกรณ์ทุกชิ้นในชีวิตประจำวันจะถูกเชื่อมต่อด้วยอินเทอร์เน็ตเน็ตเวิร์คและระบบเซ็นเซอร์ที่จับความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จึงเกิดการเชื่อมต่อสื่อสารระหว่างเครื่องจักรมนุษย์และข้อมูลในเชิงเทคโนโลยี ซึ่งมีผลทางบวกกับการเพิ่มประสิทธิภาพและการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น บ้านอัจฉริยะ (Smart Home) เมืองอัจฉริยะ (Smart City) หรือ ยานยนต์อัจฉริยะ (Intelligent Transportation) แต่ในอีกมุมหนึ่งข้อมูลเหล่านี้คือข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับชีวิตและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค จำนวนมหาศาลซึ่งเปรียบเหมือนขุมทรัพย์ของนักการตลาดหากสามารถแปลความหมายและนำมาใช้ได้เหมาะสมรวมถึงเทคโนโลยีที่จะทำให้เกิดเป็นนวัตกรรมการตลาดรูปแบบใหม่มากมาย เช่น เทคโนโลยีเสมือนจริงหรือ Augmented Reality ที่เป็นการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยี 2D, 3D หรือไฟล์วีดิทัศน์ภาพเสียงต่าง ๆ ที่ถูกซ้อนลงบนโลกแห่งความเป็นจริงซึ่งจะสามารถมองเห็นผ่านอุปกรณ์พิเศษไม่ว่าจะเป็นแว่นแวปแคม กล้องในสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต รวมถึงแว่นตาพิเศษ เช่น Google Glasses เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้สื่อดั้งเดิมนั้นเกิดความน่าสนใจขึ้นอีกมากและอีกเทคโนโลยีที่มีความสำคัญคือ บีคอนส์ เซ็นเซอร์ (Beacons Sensor) ซึ่งช่วยสร้าง Location Base Data Intelligent ทำให้นักการตลาดสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้เป็นรายบุคคล ณ เวลาและสถานที่ที่ต้องการในทศวรรษที่กำลังจะมาถึงนี้สิ่งที่เราเคยเห็นแต่ในภาพยนตร์จะไม่ใช่เพียงเรื่องของจินตนาการในอนาคตอีกต่อไป 3. ด้านการสื่อสาร : เทคโนโลยีจะมีบทบาทสำคัญที่จะมาพลิกรูปแบบการสื่อสารระหว่างแบรนด์และผู้บริโภคถึงแม้ช่องทางสื่อสารแบบดั้งเดิม เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ จะยังคงอยู่ แต่เทคโนโลยีใหม่ ๆ จะมีบทบาทมากขึ้นหลังจากปี 2560

เป็นต้น ไปเทรนด์ของช่องทางหลักในการเข้าถึงผู้บริโภคคือ Mobile Devices และ Social media เป็นการสื่อสารแบบ เรียลไทม์ เป็นหลัก ดังนั้นรูปแบบจะเปลี่ยนไป จากแคมเปญที่ถูกสร้างสรรค์ โดยนักการตลาดล้วน ๆ มาเป็นการสื่อสารที่เป็น Consumer Curated Content เป็นหลัก เหมือน กระแสคลื่นข้อมูลที่ถูกสร้างสรรค์โดยผู้บริโภค กระแสเหล่านี้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว มีอิมแพค (Impact) แรงและเป็นวงกว้างแต่จะถูกพัดจางหายไปในเวลาอันรวดเร็ว นักการตลาดหรือเจ้าของ ครอบครองสื่อต้องปรับตัวต้องปรับรูปแบบให้สอดคล้องนำสถานการณ์อยู่เสมอนอกจากนั้นสื่อ ใหม่เป็นการสื่อสารสองทาง Two Way Communication และสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วกว่า การสื่อสารสองทางในสื่อเก่าซึ่งทำให้เกิดการเสวนาโต้เถียงและการเลียนแบบและการ แลกเปลี่ยนความรู้ขึ้น ได้ตลอดเวลาลักษณะเช่นนี้ยังทำให้ผู้รับสารมีโอกาสทดสอบความน่าเชื่อถือ ของข้อมูลข่าวสารได้ Reliability of information ง่ายต่อการเข้าถึงและการแพร่กระจายสารสนเทศ เนื่องจากสื่อใหม่อยู่ในรูปแบบของ Digital ซึ่งสามารถเกิดช่องทางการสื่อสารเพิ่มขึ้นอย่างมากมาย และด้วยลักษณะการสื่อสารแบบสองทางของสื่อใหม่ทำให้ผู้รับสารสามารถเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้ แพร่กระจายสารสนเทศได้ด้วยสื่อใหม่จึงเปลี่ยนมิติการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารให้ผลัด กันเป็นผู้แพร่กระจายสารและผู้รับสารตลอดเวลาความง่ายในการเข้าถึงและแพร่กระจายสารสนเทศ ของสื่อใหม่ทำให้การแพร่กระจายข่าวสารเกิดขึ้นอย่างกว้างขวางมากกว่าการแพร่กระจายจาก สื่อมวลชนเดิมเท่านั้นอีกทั้งยังกระตุ้นให้ผู้รับสารแสดงปฏิกิริยาต่อสารได้ด้วยเช่นการรวมตัวของ ผู้รับสารในการแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งและก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง Continuous Learning เพราะการรับสารจากสื่อใหม่มักจะเกิดสิ่งที่เรียกว่าความเข้าใจอย่างถ่องแท้หรือพุทธิ ปัญญา cognitive เนื่องจากผู้ใช้สื่อใหม่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับสารสนเทศอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้เกิด การเรียนรู้ที่ต่อเนื่องต่างจากสื่อเก่าที่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ในการรับสารรวมทั้งไม่เปิด โอกาสให้ผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กับสารสนเทศมากนัก สื่อใหม่ยังเอื้อต่อการสร้างชุมชน Creation of Community เนื่องจากคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่กล่าวถึงไปแล้วข้างต้นสามารถสร้างชุมชนได้ในทุก รูปแบบและกลุ่มเป้าหมายโดยชุมชนที่เกิดขึ้นจากสื่อใหม่มันจะกลายเป็นเครือข่ายความรู้ที่ไม่มี ข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่จึงช่วยสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมสำหรับการจัดการความรู้ทั้งใน กระบวนการสร้างความรู้การแลกเปลี่ยนความรู้การพัฒนาแนวคิดหรือโครงการใหม่และการเก็บ สะสมความรู้ใหม่ทั้งนี้สื่อใหม่ยังมีลักษณะที่หลอมรวมกันเนื่องจากสื่อใหม่มีลักษณะการประสาน เอาสื่อหลายแบบเข้ามารวมกันไว้ในเครื่องมือการสื่อสาร ขึ้นเดี่ยวนั้นการหลอมรวมกันนั้นเกิดขึ้น ใน 2 ลักษณะ คือ การหลอมรวมในแง่ของสื่อและการหลอมรวมในแง่ธุรกิจและสื่อใหม่เพิ่มความ หลากหลายเพิ่มทางเลือกจากการที่สื่อใหม่เพื่อให้ผู้รับสารสร้างผลิตภัณฑ์เนื้อหาและเผยแพร่สารได้ด้วย ตัวเองนั้นทำให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานตามความสนใจเฉพาะบุคคลหรือกลุ่มบุคคลขึ้นมาจำนวน

มากจึงเป็นการเพิ่มทางเลือกแก่ผู้รับสารการสร้างสรรค์ผลงานตามความสนใจเฉพาะกลุ่มนี้ในระยะแรกอาจจะไม่สามารถทำอะไรได้มากเนื่องจากมีผู้รับสารจำนวนน้อยแต่กลับเป็นกลุ่มที่มีคุณภาพหรือเป็นลักษณะของแฟนพันธุ์แท้ที่ชื่นชอบผลงานในลักษณะดังกล่าวได้ ปัจจุบันคนไทยใช้ Social Media มากขึ้น มีหลายสถิติที่บ่งบอกชัดเจนว่าคนไทยใช้ Facebook มากที่สุดเป็นอันดับ 9 ของโลก การใช้ Messenger มากที่สุดเป็นอันดับ 5 ของโลก และการใช้ Instagram อันดับ 13 ของโลก (ไอที 24 ชั่วโมง, 2560) และสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมได้สำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2560 ดังภาพด้านล่างนี้



ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560

ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

จากภาพที่ 2.1 ภาพแสดงผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2560 เราจะเห็นว่าอินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามาในวิถีชีวิตของคนเรามากขึ้นสามารถแบ่งช่วงอายุในการใช้อินเทอร์เน็ต คือ Gen Z (เกิดช่วง พ.ศ. 2540 ขึ้นไป) Gen Y (เกิดช่วง 2523 – 2540) Gen X (เกิดช่วง 2508 – 2522) และ Gen B หรือ Baby Boomer (เกิดช่วง 2489 – 2507) มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันเพราะทั้งหมดนี้เป็นสาเหตุมาจากผลผลิตทางเทคโนโลยีการสื่อสารที่สร้างมิติใหม่แห่งการสื่อสารให้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น อินเทอร์เน็ตและสื่อใหม่ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้สื่อของคน

ไทยและประชากรทั่วโลกอย่างมากโดยมีการปรับให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นหรือเสนอช่องทางใหม่ ๆ การปรับปรุงเทคโนโลยีด้านการสื่อสารนั้นส่งผลต่อสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น ยกตัวอย่าง เช่น อดีตหากต้องการซื้อหนังสือพิมพ์นิตยสารต้องมุ่งตรงไปที่แผงหนังสือ แต่ปัจจุบันสามารถอ่านหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารได้จากหน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่ประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย หรือ ผู้ว่าจ้างจะจ้างคณะหมอลำมาแสดงในงานต่าง ๆ ต้องเดินทางไปยังบ้านพักหมอลำแต่ปัจจุบันนี้สามารถใช้อินเทอร์เน็ตเลือกคณะหมอลำเรื่องต่อกลอนได้ เป็นต้น นอกจากนี้ สื่อใหม่ (New Media) ไม่เพียงแต่มีผลต่อสื่อดั้งเดิมเท่านั้นแต่สื่อใหม่ยังสามารถเติมเต็มประสิทธิภาพของการสื่อสารและเพิ่มช่องทางใหม่ ๆ ในการสื่อสารด้วยการติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศจากเดิมที่การใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศมีค่าบริการที่สูงมากมาเป็นการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) หรือการพิมพ์ข้อความเพื่อสนทนา (Chatting) ในปัจจุบันประชากรสามารถพูดคุยด้วยเสียงและเห็นหน้ากันด้วยการสนทนาแบบวิดีโอ (Video Call) ทำให้ค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์ลดลงแต่เราสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นเราสามารถพบปะพูดคุยกับเพื่อนหรือมีสังคมเสมือนจริง (Virtual Community) บนโลกอินเทอร์เน็ตได้โดยผ่านเว็บไซต์โปรแกรมซอฟต์แวร์หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่อยู่ในคอมพิวเตอร์หรือแม้แต่บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น Application Line หรือ Facebook เป็นต้น และเราก็สามารถแบ่งปันข้อมูล เรื่องราว ข่าวสาร และความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชันที่หลากหลาย เช่น Twitter , Instagram หรือแอปพลิเคชันอื่น ๆ อีกมากมาย สอดคล้องกับ McLuhan (1964) กล่าวว่า สื่อหรือช่องทางการสื่อสารเป็นตัวกำหนดรูปแบบการสื่อสารของมวลมนุษยชาติได้จุดประกายให้กับนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนทั่วโลกให้เห็นถึงการสื่อสารในโลกไร้พรมแดน จวบจนปัจจุบันเราเริ่มประจักษ์ชัดถึงความหมายของประโยคดังกล่าวได้อย่างลึกซึ้งถึงความเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสารในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการสื่อสารเราสัมผัสได้ ถึงสังคมที่ข้อมูลข่าวสารมีบทบาทกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ เช่นเดียวกับคณะหมอลำต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการสื่อสารแบบเดิมโดยนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยอาศัยอินเทอร์เน็ตและสื่อใหม่เข้ามาช่วย เพื่อให้คณะหมอลำเรื่องต่อกลอนสามารถดำรงอยู่ได้

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการธำรงรักษาวัฒนธรรมสื่อพื้นบ้านอีสาน

สังคมไทยกำลังเผชิญอยู่ท่ามกลางวัฒนธรรม 2 กระแส กระแสหนึ่งเรียกว่า “วัฒนธรรมชาวบ้าน” อีกกระแสเรียกว่า “วัฒนธรรมทุนนิยม” วัฒนธรรมชาวบ้านมีความเป็นอิสระจากวัฒนธรรมของชนชั้นกลางและชนชั้นสูงสัมพันธ์กับวิถีชีวิตที่ผูกพันอยู่กับธรรมชาติอยู่กับการ

ใช้แรงงานและชุมชนไม่ว่าธรรมชาติข้างนอกนั้นจะเป็นอย่างไรจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ความ เป็นวัฒนธรรมก็ยังคงอยู่มาเป็นหลาย ๆ ร้อยปีลักษณะเช่นนี้เรียกว่าสังคมมีความเป็นตัวของตัวเอง แสดงว่าเป็นสังคมที่เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม ที่เป็นอิสระและพร้อมที่จะดำรงอยู่ต่อไปการ ดำรงอยู่ หมายถึง สภาพการคงอยู่ของหมอลำกลอนในอนาคตซึ่งเป็นการคงไว้ของวัฒนธรรม ท้องถิ่นที่เป็นมรดกได้สั่งสมและสืบทอดกันมาอย่างต่อเนื่องยาวนานอยู่เคียงคู่กับสังคมไทย มาตลอดถือได้ว่าเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านในด้านมหรสพที่เป็นการนันทนาการท่ามกลางการ เปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมของสังคมในปัจจุบัน ปัจจัยที่มีผลต่อการดำรงอยู่ หมายถึง สภาพการณ์และเงื่อนไขต่าง ๆ ที่เกื้อหนุนให้กับหมอลำกลอนยังคงดำรงอยู่คู่กับวิถีชีวิตไทย ได้แก่ กระบวนการถ่ายทอดและการเรียนรู้ การเห็นคุณค่า การเห็นคุณประโยชน์ การประยุกต์รูปแบบ และเนื้อหาให้สอดคล้องกับสังคมปัจจุบันการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนการยอมรับ จากสังคมภายนอกและการที่สถานศึกษานำไปใช้เป็นหลักสูตรท้องถิ่นเงื่อนไขและปัจจัยที่มีผลต่อ การดำรงอยู่หมายถึงความต้องการของผู้ชมผู้ว่าจ้าง การปรับตัว ของผู้แสดง เช่นการปรับรูปแบบ เนื้อหาสาระ การแต่งกาย ทำนอง โอกาสการสืบทอดของหมอลำกลอนซึ่งในสังคมหนึ่ง ๆ วัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตจะดำรงอยู่ได้จะต้องมีความคล้ายคลึงกัน เช่น ขนบประเพณี ค่านิยม การเมือง การปกครอง และศาสนา (สุธีระพงษ์ พิณิจพล, 2548, น. 32) หมอลำกลอนสามารถจำแนก ตามลักษณะของการดำรงอยู่ได้ 2 ลักษณะดังนี้

(1) ลักษณะที่เป็นนามธรรม เป็นโลกทัศน์ เป็นปรัชญาในการดำเนินชีวิตเป็น เรื่อง เกี่ยวกับการเกิด แก่ เจ็บ ตาย คุณค่าและความหมายสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน

(2) ลักษณะที่เป็นรูปธรรมเป็นเรื่องเฉพาะด้านต่าง ๆ ที่เห็นได้ชัดเจน เช่น การทำมาหา กิน การเกษตรหัตถกรรม ศิลปะดนตรี เป็นต้น (เสรี พงศ์พิศ, 2533, น. 20) หมอลำกลอน จึงเป็นวิถี ชีวิต และวัฒนธรรมดั้งเดิมของสังคมไทย-ลาวเป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากการสะสมประสบการณ์ และ การเรียนรู้ที่ยาวนาน มีลักษณะที่ประสมประสานและเชื่อมโยงกัน กับวิถีชีวิตชาวบ้านจึงมี ความสัมพันธ์แนบแน่นกับชุมชน ชุมชนเกิดขึ้นและดำรงอยู่มาเนิ่นนานย่อมมีวัฒนธรรมของชุมชนหรือ วัฒนธรรมของตนเองทั้งสิ้น (กุลวิตรา ภักดานนท์, ชลธิศา สัตยาวัฒนา, และธวัช ปุณ โณธก, 2531, น. 40-42; ประเวศ ะสี, 2527, น. 21; ปรีชา อุตระกุล, 2539, น. 9) ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัย ทำการศึกษา การดำรงอยู่ของหมอลำกลอนที่ถือได้ว่าเป็นมรดกทางสังคมที่มีการถ่ายทอดและมีการ เรียนรู้เป็นยุคต่อยุคทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็นวิถีชีวิตของชาวไทยอีสานและชาวลาว เนื่องจาก วัฒนธรรมเป็นสิ่งไม่คงที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมหมอลำก็จำเป็นต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับ สภาพสังคมให้ได้ เพื่อความอยู่รอดและดำรงอยู่โดยเทคนิคการประสมระดมความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อวิเคราะห์การดำรงอยู่ของหมอลำกลอนในอนาคตใน 4 มิติ ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้าน

สังคม มิติด้านวัฒนธรรมประเพณี และมิติด้านสุขภาพ นอกจากนี้การสื่อสารและวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กัน โดยการสื่อสารเข้ามามีหน้าที่ในการถ่ายทอดวัฒนธรรมส่งผลให้เกิดการยอมรับวัฒนธรรมในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ประเพณีพื้นบ้าน พิธีกรรม การละเล่นและดนตรี เป็นต้น โดยถือว่ารูปแบบต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสื่ออีกรูปแบบหนึ่งที่จะมีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไป อาทิ สื่อพื้นบ้าน สื่อประเพณี สื่อวัฒนธรรม สื่อพื้นเมืองหรือสื่อท้องถิ่น เป็นต้น มีนักวิชาการหลายท่านกำหนดความหมายและให้คำจำกัดความของสื่อพื้นบ้านไว้หลากหลายว่าสื่อพื้นบ้าน หมายถึงนาฏศิลป์และทัศนศิลป์ทุกประเภท เช่น ดนตรีเพลง ละคร หุ่นกระบอก ทัศนกรรมและสถาปัตยกรรม เป็นต้น

นอกจากนี้ กิติมา สุรสุนธิ (2542, น. 12) ได้กล่าวว่า สื่อพื้นบ้าน (Folk media) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นหรือถูกพัฒนาขึ้นเพื่อนำมาใช้ภายในสังคมหรือท้องถิ่นนั้นมาเป็นเวลานานจนเป็นที่รู้จักและนิยมใช้สิ่งนั้น ๆ เวลาถ่ายทอดเรื่องราวความเชื่อต่าง ๆ อาทิ การเล่านิทาน ตำนาน หรือรูปแบบการเต้นรำ ฟ้อนรำของท้องถิ่นจนกลายเป็นประเพณีหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นสำหรับสื่อท้องถิ่นหรือสื่อพื้นบ้านในประเทศไทยปรากฏให้เห็นอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ เช่น การฟ้อนรำ ของภาคเหนือ การแห่ และหมอลำเรื่องต่อกลอน ภาคอีสาน เพลงพื้นบ้าน ลำตัด และภาคใต้จะมีหนังตะลุง รวมถึงมโนห์รา เป็นต้น

ด้าน พรศักดิ์ พรหมแก้ว (2540, น. 14) กล่าวถึงสาเหตุของการเกิดสื่อพื้นบ้าน ดังนี้

1. ความต้องการสนุกสนานรื่นเริงร่วมกันเนื่องจากความต้องการสนุกสนานรื่นเริงเป็นความต้องการพื้นฐานทางจิตใจอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่ต้องการพักผ่อนคลายความตึงเครียดและความเหน็ดเหนื่อยจากการทำงานนอกจากนี้ในฐานะที่เราเป็นสมาชิกคนหนึ่งของสังคมย่อมต้องการที่จะร่วมพบปะสังสรรค์กับบุคคลอื่นที่เป็นสมาชิกในสังคมเดียวกัน
2. การเฉลิมฉลองเนื่องในวาระสำคัญของบุคคลหรือส่วนรวมอาจมาจากการประสบความสำเร็จบางอย่างในชีวิตการได้รับรางวัลหรือเชิดชูเกียรติตลอดจนการเฉลิมฉลองในวาระสำคัญของส่วนรวม
3. การร่วมงานบุญงานกุศลและความศรัทธาในพระพุทธศาสนาคนไทยส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธมีความศรัทธาสูงและเชื่อว่าการร่วมงานบุญงานกุศลและปฏิบัติประเพณีอันเนื่องมาจากพระพุทธศาสนาเป็นการที่พึงกระทำด้วยอารมณ์เบิกบานจึงได้กุศล
4. ความเชื่อในอำนาจเร้นลับเหนือธรรมชาติซึ่งเป็นความเชื่อดั้งเดิมที่ยังอยู่จนถึงปัจจุบัน โดยเชื่อว่ามีสิ่งเหนือธรรมชาติที่อาจบันดาลให้คุณและโทษแก่มนุษย์ได้ เช่น เทวดาภูตผีปีศาจ วิญญาณบรรพบุรุษ เป็นต้น จึงมักมีพิธีกรรมเช่นไหว้ดวงสว่างเพื่อให้สิ่งเหนือธรรมชาติพอใจและบันดาลคุณให้แก่ตนและครอบครัวและมักจะจัดให้มีการละเล่นพื้นบ้านเกิดขึ้น
5. ความต้องการสื่อสารข่าวสารสั่งสอนและเสนอความเห็นในสังคมชาวบ้านสังคมชาวบ้านส่วนใหญ่ในชนบทชาวบ้านจะรู้มักคุ้นกันเองเป็นอย่างดีเมื่อมีข่าวคราวก็มักจะเดินทางไปบอกต่อ ๆ กันด้วย

ปากต่อปากบางครั้งแทนที่จะใช้ภาษาพูดก็ใช้บทกลอนแทนซึ่งจะมีท่วงทำนองไพเราะน่าฟังมากขึ้น ครั้นนานเข้าก็กลายเป็นแบบแผนและพัฒนาเป็นการละเล่นพื้นบ้านสืบไป กาญจนา แก้วเทพ (2548, น. 16 - 22) ได้อธิบายถึงสถานะภาพของสื่อพื้นบ้านจากภาพรวมของงานวิจัยในชุดโครงการ “การสื่อสารเพื่อชุมชน” ว่า สถานภาพของสื่อพื้นบ้านอาจจัดประเภทได้เป็น 2 สถานภาพ คือ

1. สื่อพื้นบ้านที่สูญหายไปแล้ว กล่าวคือ สื่อพื้นบ้านบางชนิดได้สูญหายไปแล้วโดยการวิจัยเรื่องแนวทางการสร้างเสริมและพัฒนาบทบาทของสื่อพื้นบ้านเพื่อพัฒนาชุมชนแล้วทำการสำรวจสื่อพื้นบ้านในตำบลอ่าวแก้ว จังหวัดลำปาง พบว่า สื่อพื้นบ้าน เช่น วิถีไหว้ขวัญควาย พิธีไหว้ผีปู่ย่า คำขอ เป็นต้น ได้สูญหายไปจากชุมชนการสูญหายดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อชุมชนด้วย เช่น การไม่มีพิธีไหว้ปู่ย่าทำให้เกิดปัญหาโรคเอดส์ ยาเสพติด ปัญหาเด็กกำพร้า ปัญหาคนแก่ถูกทอดทิ้ง เป็นต้น
2. สื่อพื้นบ้านที่มีสถานภาพคลุมเครือ กล่าวคือ สื่อพื้นบ้านขนาดใหญ่ที่มีองค์ประกอบภายในหลากหลาย เช่น หมอลำเรื่องต่อกลอน โนห์รา หนังตะลุง เป็นต้น และอาจจะไม่ได้มากกว่า 1 ประเภท เช่น สื่อพื้นบ้าน โนห์ราอาจจัดเป็นสื่อพิธีกรรมเป็นสื่อเพื่อความบันเทิงหรือเป็นสื่อเพื่อการศึกษา เป็นต้น สื่อพื้นบ้านชนิดนี้มีลักษณะดังนี้ มีการถดถอยของสื่อพื้นบ้านที่มีประโยชน์สื่อพื้นบ้านที่มีสถานภาพเฟื่องฟู มักจะเป็นสื่อพื้นบ้านที่มีประโยชน์เพียงเล็กน้อยในการพัฒนาบุคคล ชุมชนสังคมในขณะที่สื่อพื้นบ้านที่มีประโยชน์กับบุคคลชุมชนสังคมสูงก็มีสถานภาพที่สลดโทรม เช่น กรณีหมอลำพบว่า หมอลำแบบดั้งเดิมที่รักษาจิตวิญญาณความเป็นหมอลำเอาไว้อย่างเต็มที่นั้น มักไม่มีผู้สืบทอด ปัญหาหมอลำที่เฟื่องฟูมาเป็นหมอลำที่ให้ความบันเทิงอย่างฉาบฉวย ปรากฏการณ์เช่นนี้เป็นการลดมูลค่าและคุณค่าในเชิงประโยชน์ จากหน้าที่ของสื่อพื้นบ้าน สื่อพื้นบ้านแต่ละประเภทมีความหลากหลาย และมีเป้าหมายที่มุ่งทางด้านพิธีกรรมให้ความศักดิ์สิทธิ์ และการอบรมสั่งสอน กับสื่อพื้นบ้านที่มีเป้าหมายหลักด้านความบันเทิง โดยทั่วไปแล้วสถานภาพของสื่อพิธีกรรมมักจะอยู่สูงกว่าสื่อบันเทิง เนื่องจากต้องการอบรมบ่มเพาะที่ยาวนานกว่าต้องการความถี่ล้าของศิลปินมากกว่า ดังนั้น แนวทางการเลือกสรรสื่อพื้นบ้านเพื่อสืบทอดของสังคม จึงมักจะเลือกสื่อที่ให้ความบันเทิงเป็นหลักแล้วปล่อยให้สื่อพิธีกรรมสูญหายไป เช่น หมอลำทรง หมอลำส่อง มักจะสูญหายเหลือแต่หมอลำซึ่ง เป็นต้น เท่ากับว่าได้สูญเสียความล้ำค่าของมรดกสื่อพื้นบ้านไปกลายเป็นสื่อพื้นบ้านปลายแถว สื่อพื้นบ้านที่มีอยู่กลายเป็นพันธุ์จากหลักการพื้นฐานที่ว่า วัฒนธรรมทุกประเภทจะดำรงอยู่ต่อไปได้จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยน (Adaptive) แต่ก็มีคำถามต่อมาว่าในการปรับเปลี่ยนใครเป็นผู้มีอำนาจ ในการเลือกปรับเปลี่ยนผู้ปรับเปลี่ยนเป็นเจ้าของ วัฒนธรรมเองหรือพลังจากภายนอก เช่น ภาครัฐกิจและเป้าหมายการปรับเปลี่ยนนั้นเพื่อใคร หรือเพื่ออะไรหากคำตอบออกมาว่าการปรับเปลี่ยนเกิดจากพลังผลักดันภายนอก และภาครัฐกิจก็จะส่งผลให้สื่อพื้นบ้านกลายเป็นพันธุ์กลายเป็นสื่อแปลกหน้าสำหรับคนในท้องถิ่นได้ เป็นต้น ปัญหา

เรื่องปริมาณและคุณภาพของผู้ชมเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้สื่อพื้นบ้าน สูญหาย เช่น สื่อพื้นบ้าน คำวช ที่ผู้ชมส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไปในขณะที่เด็กวัยรุ่นจะไม่สนใจทำให้คำวชกลายเป็นสื่อของผู้อาวุโส ถ้ามองอดีตผู้ชมรำโนห์ราจะสามารถเข้าใจและดึงค่าสุนทรียะของโนห์ราจดจำได้ทั้งท่ารำ บทร้อง แต่ในปัจจุบันรำโนห์ราไม่ได้รับความสนใจจากผู้ชมปัญหาการสืบทอดการปรับตัวและเครือข่ายของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับสื่อพื้นบ้านหากพิจารณาจากองค์ประกอบของการสื่อสารและพบว่า มีปัจจัยที่เป็นมนุษย์เข้ามาเกี่ยวข้องอยู่ 2 ส่วน คือ ส่วนของผู้ส่งสาร (S) และ ส่วนของผู้รับสาร (R) และในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอดก็คือการสืบทอดผู้ส่งสารและการสืบทอดผู้รับสาร เพราะหากไม่มีการสืบทอดแล้วกระบวนการสื่อสารทั้งหมดก็จะดำเนินไม่ได้โดยปัญหาการสูญเสียผู้ชมที่เป็นวัยรุ่นและเด็ก ถือว่าเป็นปัญหาสำคัญของสื่อพื้นบ้านในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของสื่อพื้นบ้านนั้น มักมีความเข้าใจว่าสื่อพื้นบ้านจะมีลักษณะของการอนุรักษ์และมีลักษณะคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงแต่ความเป็นจริงแล้ว คือ สื่อพื้นบ้านมีการปรับตัวโดยตลอดในลักษณะทวีลักษณะ คือ มีทั้งด้านที่พยายามจะอนุรักษ์และด้านที่พยายามจะปรับตัวคู่ขนานกันขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นคนปรับและปรับเพื่อประโยชน์ของใคร อย่างไรก็ตามทั้งในด้านการอนุรักษ์และการปรับตัวสามารถทำหน้าที่รักษาวัฒนธรรมได้เช่นเดียวกัน โดยความหมายของการอนุรักษ์คือความพยายามในการรักษาไม่ให้สื่อพื้นบ้านผิดเพี้ยนไปจากเดิม เพราะหากไม่มีต้นฉบับเดิมแล้วสื่อพื้นบ้านก็จะไม่สามารถดำรงอยู่ได้

จากแนวคิดข้างต้นสามารถนำมาอธิบายสถานภาพของหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ ว่ามีความสำคัญต่อการสืบทอดและฟื้นฟูหมอลำเรื่องต่อกลอน ทำความเข้าใจกับสถานภาพของหมอลำเรื่องต่อกลอน จะทำให้วิเคราะห์เชื่อมโยงถึงความสัมพันธ์ของหมอลำเรื่องต่อกลอนกับสถานการณ์ปัจจุบันได้จากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา ทำให้มีการหาแนวทางพัฒนาศักยภาพของหมอลำเรื่องต่อกลอนให้คงอยู่ต่อไปได้ ซึ่ง กาญจนา แก้วเทพ (2544) ได้จำแนกคุณสมบัติของสื่อพื้นบ้านออกเป็น 4 รูปแบบได้แก่

1. รูปแบบสื่อพื้นบ้านที่เป็นวจนภาษา (Verbal form) มีขอบเขตกว้างขวางตั้งแต่ คำคม ภาษิต บทกลอน เพลงพื้นบ้าน เพลงสอนเด็ก เรื่องเล่า ตำนาน เป็นต้น
2. รูปแบบสื่อพื้นบ้านที่เป็นพฤติกรรม (Behavior form) เช่น ความเชื่อพื้นบ้าน ประเพณี ธรรมเนียม วิธีการรักษาพยาบาล งานเฉลิมฉลอง การเล่นเกมและการละครต่าง ๆ เป็นต้น
3. รูปแบบสื่อพื้นบ้านที่เป็นวัตถุ (Material form) เช่น งานฝีมือ การผลิตช่างของ เครื่องใช้ เครื่องตกแต่งร่างกาย เสื้อผ้า วิธีการทำอาหาร เป็นต้น
4. รูปแบบสื่อพื้นบ้านที่เป็นอวจนภาษา (Non-verbal form) เช่น การแสดงอากัปกริยา การเดินรำ การวาดภาพหรือการเขียนตัวอักษรบนฝาผนัง (Graffiti) เหยียดูตรา ฯลฯ เป็นต้น

ดังนั้นหมอลำเรื่องต่อกลอนนับว่าเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้านประเภทหนึ่งของภาคอีสานที่ผูกพันกับวิถีการดำเนินชีวิตและขนบธรรมเนียมประเพณีของคนอีสานมากนอกจากหมอลำเรื่องต่อกลอนจะให้ความบันเทิงแล้ว กลอนลำ หรือวาดลำ เพลงเดี่ยว ของหมอลำเรื่องต่อกลอน ยังสะท้อนให้เห็นค่านิยมและทัศนคติชาวบ้านที่แฝงอยู่ในเรื่องหรือนิทานในการลำหน้าเวทีอีกด้วย

หากพิจารณาจากรูปแบบของสื่อพื้นบ้านที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นหมอลำเรื่องต่อกลอนนั้นสามารถจัดได้ว่ามีรูปแบบที่หลากหลายแตกต่างกันไปซึ่งการที่จะจัดให้หมอลำเรื่องต่อกลอนตรงกับรูปแบบใด ๆ นั้นก็ขึ้นอยู่กับทัศนะของแต่ละคนมอง เช่น

1. หมอลำเรื่องต่อกลอนมีรูปแบบเป็นวันภาษา เช่น กลอนลำ การเดี่ยวเพลง เป็นต้น
2. หมอลำเรื่องต่อกลอนมีรูปแบบเป็นสื่อพฤติกรรม เช่น ความเชื่อในการรักษาอาการป่วย ผ่านหมอลำผีฟ้า เป็นต้น
3. หมอลำเรื่องต่อกลอนมีรูปแบบเป็นสื่อวัตถุเมื่อพิจารณาถึงหมอลำเรื่องต่อกลอนแล้วอาจมองแตกต่างกัน เช่น เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม หรือ เป็นสื่อประเพณี เป็นต้น
4. หมอลำเรื่องต่อกลอนมีรูปแบบเป็นอวัจนภาษา เช่น ท่ารำ ของหมอลำ เป็นต้น

ด้านลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมอีสานมีความหลากหลายทางเชื้อชาติเพราะมีพรมแดนอยู่ติดกับหลายประเทศอีกทั้งมีการอพยพของประชาชนจากถิ่นอื่น ๆ ทั้งในและนอกประเทศมาตั้งรกรากอยู่ภาคอีสานเป็นเวลานานบวกกับประชากรที่อาศัยอยู่เดิมที่มีความหลากหลายมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษแล้ว ทำให้ยังมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นประชากรที่ของภาคอีสานมีหลายเผ่าพันธุ์ที่มีมากที่สุดก็คงเป็นชาวไทยอีสาน คือ ชาวคนอีสานที่พบได้และพบมากที่สุด ในภาคอีสานเป็นคนพื้นเมืองดั้งเดิมที่อาศัยอยู่ในแผ่นดินอีสานชาวผู้ไทเดิมมาจากคำว่า ผู้ไท หรือ วุไท ซึ่งหมายถึงคนเผ่าไทกลุ่มหนึ่งที่มีอยู่ในแคว้นสิบสองจุไทและอาณาจักรล้านช้างมีการเคลื่อนย้ายเข้ามาใน ภาคอีสานหลายครั้งและจากที่ต่าง ๆ กันและแยกย้ายกันไปอาศัยอยู่ในส่วนต่าง ๆ ของพื้นดินอีสาน และจังหวัดมุกดาหารและชาวอีสานเผ่าอื่น ๆ อีกมากมายที่พบในเขตภาคอีสานซึ่งมีวิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมประเพณี ที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานประกอบด้วย 20 จังหวัด ได้แก่ กาฬสินธุ์ ขอนแก่น บึงกาฬ ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมา บุรีรัมย์ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ หนองคาย หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ อุรธานี และอุบลราชธานี มีพื้นที่ประมาณ 170,226 ตารางกิโลเมตร หรือ 1 ใน 3 ของพื้นที่ทั้งประเทศตั้งอยู่บนที่ราบสูงโคราช ภูมิประเทศทั้งภาคยกตัวสูงเป็นขอบแยกตัวออกจากภาคกลางอย่างชัดเจนประกอบด้วยเทือกเขาสูงทางทิศตะวันตกและทิศใต้เทือกเขาทิศตะวันตก มีความสูงเฉลี่ย 500 -1,000 เมตรเหนือระดับน้ำทะเล มียอดเขาที่สูงที่สุดในภาคอีสานคือ ยอดภูหลวงมีความสูง 1,571 เมตรและภูกระดึงสูง 1,325 เมตร

เป็นแหล่งต้นน้ำของแม่น้ำหลายสาย อาทิ แม่น้ำพอง แม่น้ำเลย แม่น้ำพรม แม่น้ำชีและลำตะคอง เป็นต้น ทางด้านทิศใต้มีเทือกเขา สันกำแพงและเทือกเขาพนมดงรักกั้นระหว่างภาคอีสานของไทย กับกัมพูชาและลาวมีความสูงเฉลี่ย 400 - 700 เมตรยอดเขาเขียวเป็นยอดเขาที่สูงที่สุดอยู่ทางตอนใต้ สูงประมาณ 1,292 เมตร ส่วนตอนกลางของภาคมีเทือกเขาภูพานทอดตัวจากเหนือลงสู่ทิศใต้แบ่ง ภาคอีสานออกเป็น 2 ส่วน คือ แอ่งโคราช คือ บริเวณแถบลุ่ม แม่น้ำชีและแม่น้ำมูล มีพื้นที่ 3 ใน 4 ของภาคอีสานทั้งหมด แอ่งสกลนคร คือบริเวณตอนเหนือของเทือกเขาภูพานและบริเวณที่ราบลุ่ม น้ำโขง

ด้านความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณี แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น แต่ละจังหวัด ศิลปวัฒนธรรมเหล่านี้เป็นตัวบ่งบอกถึงความเชื่อ ค่านิยม ศาสนาและรูปแบบการ ดำเนินชีวิตตลอดจนอาชีพของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี สาเหตุที่ภาคอีสานมีความ หลากหลายทางศิลปวัฒนธรรมประเพณี ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นผลมาจากการเป็นศูนย์รวมของ ประชากรหลากหลายเชื้อชาติ และมีการติดต่อสังสรรค์กับประชาชนในประเทศใกล้เคียง จนก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมขึ้น อาทิ ประชาชนชาวอีสานแถบจังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อุบลราชธานี อำนาจเจริญ ที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศลาวประชาชนของ ทั้งสองประเทศมีการเดินทางไปมาหากัน ทำให้เกิดการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรม และประเพณีระหว่างกัน ซึ่งเราจะพบว่าชาวไทยอีสานและชาวลาวแถบลุ่มแม่น้ำโขง มีศิลปวัฒนธรรมประเพณีที่คล้าย ๆ กันและรูปแบบการดำเนินชีวิตก็มีความคล้ายคลึงกันด้วย รวมทั้งชาวเวียดนามที่อพยพเข้ามาในช่วงสงครามเวียดนาม ก็ได้นำเอาศิลปวัฒนธรรมของ เวียดนามเข้ามาด้วย ถึงแม้ปัจจุบันชาวเวียดนามเหล่านี้จะได้ปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมของท้องถิ่น อีสาน โดยเฉพาะชาวเวียดนามที่เป็นวัยรุ่นในปัจจุบันได้รับการศึกษาที่ดีเหมือนกับชาวไทย ทุกประการ แต่ยังคงพบว่าคนสูงอายุชาวเวียดนามยังคงยึดมั่นกับวัฒนธรรมของตนเองอยู่อย่าง มั่นคง ส่วนประชาชนที่อยู่ทางจังหวัดสุรินทร์ บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ นครราชสีมา มีการติดต่อกันกับ ประชาชนชาวกัมพูชา ก็จะรับเอาวัฒนธรรมของกัมพูชามาประยุกต์ใช้ ซึ่งส่วนใหญ่แล้ววัฒนธรรม ประเพณีของคนทั้งสองเชื้อชาติก็มีความคล้ายคลึงกันอยู่แล้วจะเห็น ได้อย่างชัดเจนว่าภาคอีสานเป็น ภูมิภาคที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมต่าง ๆ ก็มีความแตกต่างกันตามแต่ละ ท้องถิ่นและแตกต่างจากภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศไทยอย่างเห็น ได้ชัดทั้งวัฒนธรรมทางการ ดำรงชีวิตและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนาซึ่งสามารถสังเกตรูปแบบวัฒนธรรมที่ฝังามของชาว อีสานผ่านทางประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวอีสานจัดขึ้นซึ่งสามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมอีสานได้เป็นอย่างดี

ด้านดนตรีและการแสดงพื้นบ้าน (Folk Song) คือเพลงของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งและ เป็นที่รู้จักกันดีเฉพาะถิ่นนั้น ๆ ถิ่นการขับร้องหรือการฟ้อนรำ จึงมีอิสระทั้งในด้านรูปแบบและ

เนื้อหาจึงเป็นที่นิยมของชาวบ้านด้วยสาเหตุที่เพลงพื้นบ้านใช้ภาษาถิ่นใช้ทำนองสนุกจังหวะเร้าใจ เนื้อหาถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ ความเป็นอยู่และภูมิปัญญาชาวบ้านซึ่งแบ่งออกได้เป็น ดังนี้

1. กลุ่มอีสานเหนือสืบทอดวัฒนธรรมมาจากกลุ่มวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำโขงที่เรียกว่า กลุ่มไทลาวหรือกลุ่มหมอลำหมอลำแคนซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีจำนวนมากที่สุดในภาคอีสานเพลง พิธีกรรม กลุ่มไทลาวหรือกลุ่มหมอลำหมอลำแคนในกลุ่มไทลาวนี้มี “ฮีดลีสองคองลีสี่” เป็น บทบัญญัติในการควบคุมสังคมอีสานเพื่อให้ประชาชนได้ประพฤติปฏิบัติตามเมื่อถึงเวลาลักษณะ ของจารีตประเพณีที่ปรากฏอยู่ใน “ฮีดลีสอง” อันเป็นพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา อาทิ งานบุญต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับเชื่อทางจิตวิญญาณตั้งแต่เกิดจนตายแบ่งได้เป็นเพลงแข่งต่าง ๆ เป็น เพลงที่ใช้ร้องประกอบพิธีตามความเชื่อของชาวอีสาน เช่น เพลงแข่งบั้งไฟ แข่งนางแมว แข่งผีโขน ใช้ร้องโดยมีจุดมุ่งหมายในการร้องเพื่อให้เกิดความสนุกสนานดังคู่ใดให้คนไปร่วมพิธีและการร้อง เพลงแข่งยังเป็นสื่อกลางในการขอความร่วมมือในพิธีนั้น เช่น ขอเงิน ขอสิ่งของ หรือขอความร่วมมืออื่น ๆ ตามแต่จะต้องการ

2. กลุ่มอีสานใต้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม (เจริญชัย ชนไพโรจน์ และสิทธิศักดิ์ จำปาแดง. 2543, น. 1-30)

- 2.1 กลุ่มที่สืบทอดวัฒนธรรมเขมร - ลาว หรือเรียกว่า กลุ่มเจริญ - กันตรึม

เพลงพิธีกรรม ได้แก่ เรือมมืวด เป็นพิธีกรรมอย่างหนึ่งของชาวสุรินทร์ซึ่งมีความเชื่อ แต่โบราณว่า “เรือมมืวด” จะช่วยให้คนกำลังเจ็บไข้ได้ป่วยมีอาการทุเลาลงได้ ผู้เล่นมืวดไม่จำกัด จำนวน ในจำนวนผู้เล่นนั้นจะต้องมีหัวหน้าหรือครุมนมืวดอาวุโสทำหน้าที่เป็นผู้นำพิธีต่าง ๆ และ เป็นผู้รำดาบไล่ผีหรือเสนียดจัญไรทั้งปวง เป็นต้น ส่วนเพลงร้องเพื่อความสนุกสนาน ได้แก่ กันตรึม เป็นวงดนตรีพื้นบ้านของอีสานใต้ กันตรึมหรือโຈ้กันตรึมยังเป็นที่นิยม และมีบทบาท สำคัญตั้งแต่โบราณจนถึงปัจจุบัน สำหรับชาวอีสานใต้เช่นเดียวกับหมอลำของชาวอีสานเหนือ ประวัติของการเล่นกันตรึมนี้ไม่มีผู้ใดทราบที่มาอย่างแน่นอน แต่เชื่อว่าการละเล่นกันตรึมนี้ได้รับการถ่ายทอดมาจากขอมวงกันตรึมยังใช้แสดงในงานต่าง ๆ เสมอ เช่น งานบวช งานแต่งงาน งานศพ หรืองานพิธีกรรมอื่น ๆ แต่จังหวะลีลาในการแสดงจะแตกต่างกันออกไปตามพิธีของแต่ละงาน โดยเฉพาะเครื่องดนตรีประกอบการแสดงกันตรึมก็จะแตกต่างกัน เช่น การแสดงในงานศพจะใช้ ปี่อ้อมาบรรเลงแต่ถ้าเป็นงานแต่งงานก็จะใช้ปี่เตี๋ยหรือปี่เฉียงแทนปี่อ้อ ส่วนเนื้อร้องก็เปลี่ยนไป ให้เหมาะสมกับแต่ละงานบทเพลงและทำนองเพลงกันแต่พอจะแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1. บทเพลงชั้นสูงหรือเพลงครูเป็นเพลงที่ถือว่ามีความศักดิ์สิทธิ์มักจะนำมาบรรเลงก่อนเพลงอื่น ๆ ส่วนมากมีท่วงทำนองช้า 2. บทเพลงสำหรับขบวนแห่ใช้บรรเลงในขบวนแห่ต่าง ๆ มีท่วงทำนอง

สนุกสนาน และใช้บรรเลงประกอบการขับร้องและการฟ้อนรำ 3. บทเพลงเบ็ดเตล็ดเป็นบทเพลงที่มีท่วงทำนองลีลารวดเร็ว สนุกสนาน มักจะใช้บรรเลงบนเวที

2.2 กลุ่มวัฒนธรรม โคราชหรือเพลงโคราช

เพลงโคราช เป็นเพลงพื้นบ้านที่มีอายุเก่าแก่และเป็นเพลงครูของเพลงพื้นบ้านอื่น ๆ เช่น เพลงน้อยซึ่งใช้กลอนเพลงโคราชเป็นบทไหว้ครู เพลงโคราชเป็นกลอนปฏิพากย์ คือ เป็นการใช้ปฏิภาณในการแก้ปัญหาหรือโต้ตอบกันว่าแก้กันทันควันทันทีไม่ต้องอาศัยบทใด ๆ เลยลักษณะเป็นกลอนฉันนิยมเล่นอักษรสัมผัสทำให้มีความไพเราะขึ้นภาษาที่ใช้ในกลอนเพลงโคราชจะใช้ภาษาโคราชซึ่งมีลักษณะคล้ายภาษาไทยภาคกลางแต่เพี้ยนหรือแปร่งไปเพลงโคราชจะเล่นในโอกาสงานมงคลต่าง ๆ เช่น งานบวช งานโกนจุก งานทำบุญ หรือแม่แต่งงานศพ ก็เล่นเพลงโคราชได้เช่นกันเพลงโคราชขณะหนึ่ง ๆ มีผู้เล่นเพลงประมาณ 6 คน แบ่งเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายชายและฝ่ายหญิงอย่างละเท่า ๆ กันสถานที่เล่นเดิมเล่นตามลานบ้านต่อมามีการยกเวทีขึ้น 4 เสามีหลังคาเริ่มเล่นโดยผู้เล่นที่มีอาวุโสหรือหมอลำจะออกมาร้องก่อนแล้วฝ่ายหญิงจะว่าบทไหว้ครูตามด้วยการร้องเกริ่นโต้ตอบกันไปทั้งสองฝ่ายลักษณะการเล่นเพลงโคราชแบ่งได้อย่างกว้าง ๆ 3 ประเภท คือ เกี่ยวพาราตี เนื้อร้องจะเป็นคำเกี่ยวพาราตีระหว่างหญิงชาย ในบางครั้งอาจมีคำเสียดสีถ้อยคำที่รุนแรงและหยาบซึ่งเป็นลักษณะของเพลงพื้นบ้านทั่วไป ลองปัญญา เป็นการนำเอาปัญหาหรือปรัชญาพุทธศาสนาหรือตำนานเรื่องต่าง ๆ มาซักถามฝ่ายใดที่ตอบไม่ได้ก็จะถูกว่าให้ได้อาย และเล่าเป็นเรื่อง เช่น ยกนิทานที่มีคติสอนใจหรือจับเรื่องราวตามธรรมเนียมของเพลงพื้นบ้านอื่น ๆ โดยสมมติตัวละคร (เจริญชัย ชนไพโรจน์, 2526, น. 25 - 30)

ด้านการฟ้อนพื้นบ้านอีสาน สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ได้กล่าวถึงความเป็นมาของการฟ้อนรำว่า “การฟ้อนรำย่อมเป็นประเพณีในเหล่านุชนชาติทุกภาษาไม่เลือกว่าจะอยู่ ณ ประเทศถิ่นสถานที่ใดในพิภพนั้นคงมีวิธีฟ้อนรำตามวิสัยชาติของตนด้วยทั้งนั้นอย่าว่าแต่มนุษย์เลยถึงแม้สัตว์เดรัจฉานก็มีวิธีฟ้อนรำข้อนี้สังเกตเห็นได้ง่าย เช่น สุนัข และไก่” ในการที่จะวินิจฉัยว่ามนุษย์หมู่ใดมีความเจริญก้าวหน้าหรือล้ำหลังหมู่อื่น โดยใช้แบบหรือศิลปะการแสดงมาเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจโดยเฉพาะการฟ้อนรำของชนในชาตินั้นการฟ้อนรำจะแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ 1. การฟ้อนรำของชาวบ้าน (Folk Dance) คือการฟ้อนรำอันเกิดจากความรูสึกของชนธรรมดาสามัญ โดยไม่ต้องมีการฝึกหัดหรือมีก็เพียงเล็กน้อยเต็มไปด้วยความสนุกสนานมีชีวิตชีวา 2. การฟ้อนรำตามแบบแผน (Classical Dance) คือการฟ้อนรำที่ต้องอาศัยการฝึกหัดกันตามแบบฉบับมีครูอาจารย์ตั้งกฎเกณฑ์ต่าง ๆ อาทิ การรำละครของไทยซึ่งยกย่องว่าเป็นของสูงการฟ้อนรำตามแบบแผนไม่สามารถแสดงอารมณ์กับคนดูจึงเป็นความงามที่ปราศจากชีวิตคล้ายหุ่นที่รำยรำ

กล่าวโดยสรุปว่า หมอลำเรื่องต่อกลอนเป็นวัฒนธรรมของกลุ่มอีสานเหนือที่สืบทอดวัฒนธรรมมาจากกลุ่มวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำโขงที่เรียกว่า กลุ่ม ไทยลาวหรือกลุ่มหมอลำหมอแคน ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีจำนวนมากที่สุดและจึงควรผู้สืบทอดและอนุรักษ์วัฒนธรรมที่ดังมาแบบนี้และมีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคเพื่อธำรงรักษาให้ยาวนาน

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมและการเปิดรับสื่อ

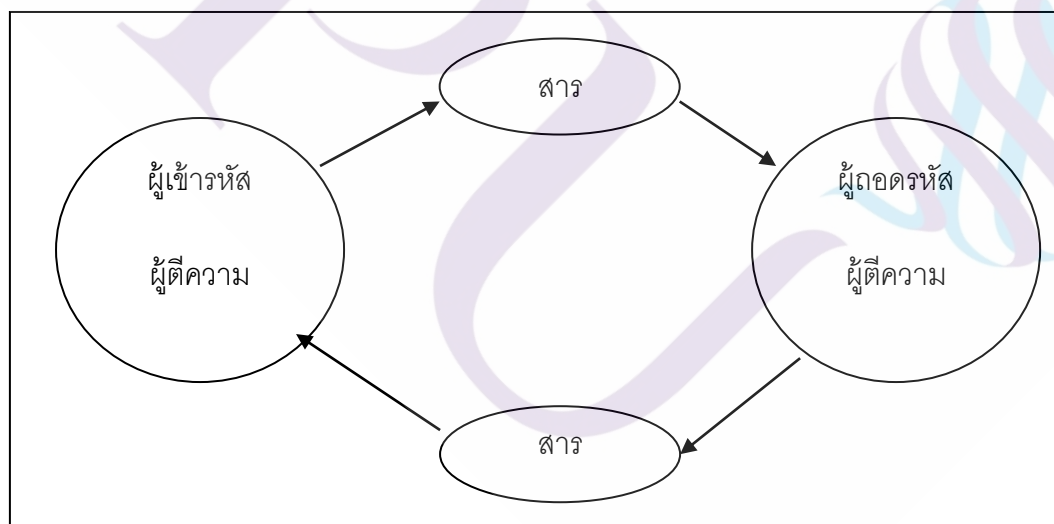
พฤติกรรมที่มนุษย์แสดงออก ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมในทางบวกหรือในทางลบ ย่อมจะเกิดขึ้นได้กับทุกคนในทุกเวลา และทุกสถานการณ์ โดยพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเหล่านั้นและขณะนั้นจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ ปัจจัยทางด้านสรีรวิทยา เป็นปัจจัยพื้นฐานทางชีวภาพของมนุษย์ เป็นสิ่งเร้าที่สำคัญตัวหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรม นับตั้งแต่พฤติกรรมอย่างง่าย ตลอดจนพฤติกรรมที่ซับซ้อนในชีวิตประจำวันล้วนแล้วแต่เกี่ยวข้องกับระบบทางสรีระของมนุษย์ทั้งสิ้น เป็นปัจจัยเริ่มแรกที่วางรูปแบบของพฤติกรรม ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม ในชีวิตประจำวันมนุษย์ต้องเรียนรู้และพบสภาพสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ตลอดจน สิ่งแวดล้อมใดที่ปรากฏเด่นชัดกับบุคคล สิ่งแวดล้อมนั้นจะทำหน้าที่เป็นสิ่งเร้ากระตุ้นให้บุคคลเกิดพฤติกรรมจะแตกต่างกันไปตามสภาพสิ่งแวดล้อม ปัจจัยทางด้านสังคม เนื่องจากมนุษย์ไม่สามารถอยู่คนเดียวได้ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันต้องติดต่อเกี่ยวข้องกัน มนุษย์จึงต้องมาอยู่ร่วมกันกลายเป็นชุมชนหรือเรียกว่า สังคม และเมื่อมีสังคมเกิดขึ้น คนในสังคมก็จะตั้งข้อตกลงร่วมกัน เรียกว่า โครงสร้างของสังคม ซึ่งจะทำให้มนุษย์แสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่สังคมนั้น ๆ เห็นพ้อง เป็นลักษณะต่าง ๆ ที่เป็นลักษณะต่าง ๆ ที่เป็นแบบแผนพฤติกรรม (pattern of behavior) ของคนในสังคม ปัจจัยทางด้านทัศนคติ (attitude) ทัศนคติเป็นเรื่องของความรู้สึกมีลักษณะเป็นนามธรรมและเป็นตัวการสำคัญอันหนึ่งที่กำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ ทัศนคติที่เกิดขึ้นในตัวบุคคล ไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวบุคคลมาแต่เกิด แต่เกิดขึ้นจากบุคคลได้เรียนรู้จากประสบการณ์ต่าง ๆ ในสังคม ดังนั้นทัศนคติจึงเปลี่ยนแปลงได้ ทั้งนี้พฤติกรรมการสื่อสารและทฤษฎี เกี่ยวกับการเปิดรับสารมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้ (user) สามารถที่จะควบคุมข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเปิดรับหรือเลือกปฏิเสธข้อมูลข่าวสารที่เห็นว่าไม่น่าสนใจได้อย่างสะดวก ปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจรับข่าวสาร แต่ละบุคคลนั้นย่อมมีขั้นตอนและกระบวนการแตกต่างกันออกไป การเลือกรับข้อมูลข่าวสารของบุคคลที่แตกต่างกัน (กอบกุล สรรพกิจจานง, 2541) ซึ่งทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร จะอธิบายถึงกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร (selectivity process) ซึ่งประกอบด้วย กระบวนการของพฤติกรรมที่ทำให้เกิดการเปิดรับสาร ซึ่งมีอยู่ 4 กระบวนการ ที่มีความต่อเนื่องและเกี่ยวข้องกัน ดังนี้ (สุชา จันทน์เอม, 2542, อ้างถึงใน พัชรีย์ ไชยฤกษ์, 2545, น. 49) ได้แก่ (1) การเลือกเปิดรับหรือการเลือกใช้ (selective

exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าว สารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้ในการแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน โดยปกติบุคคลจะเลือกใช้สื่อที่เสนอข่าวสาร และความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดและทัศนคติของตนเอง เพราะโดยธรรมชาติ บุคคลมีความต้องการอย่างยิ่งที่จะปกป้องรักษาและส่งเสริมความคิดเกี่ยวกับตนเอง (self-concept) (2) การเลือกสนใจ (selective attention) ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งหนึ่ง แหล่งใด โดยมักเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นความสนใจของตนเพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่และขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว (3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (selective perception and selective interpretation) การรับรู้ (perception) และการตีความหมาย (interpretation) มีความเกี่ยวข้องกันจนเกือบจะเป็นสิ่งเดียวกันหลังจากที่ได้มีการเลือกเปิดรับข่าวสารตามความเหมาะสมกับความต้องการของตนแล้ว ผู้รับสารจะมีการเลือกรับรู้และตีความหมายของสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวังแรงจูงใจสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ ซึ่งก็จะนำไปในทิศทางที่สอดคล้องกับประสบการณ์หรือทัศนคติความเชื่อของตนเอง (4) การเลือกจดจำ (selective retention) เมื่อบุคคลได้เลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้วบุคคลยังมีแนวโน้มในการเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสาร เฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาสาระของข่าวที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกในการสื่อสาร (พัชรีย์ ไชยฤกษ์, 2545, น. 49) ได้กล่าวถึงดังต่อไปนี้ (1) ความต้องการ (need) ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของมนุษย์ (2) ทัศนคติและค่านิยม (attitude and values) ทัศนคติ คือ ความชอบ และความมีใจโน้มเอียง (preferences and predispositions) ต่อเรื่องต่าง ๆ ค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม และคนทั้งสองประการมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกความหมายและการเลือกจดจำ (3) เป้าหมาย (goals) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมายและกำหนดเป้าหมายไว้สำหรับการดำเนินชีวิตซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตนเอง (4) ความสามารถ (capability) ความสามารถของบุคคลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในการเลือกรับสาร (5) การใช้ประโยชน์ (utility) บุคคลจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจและจดจำข่าวสารที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เป็นการกระทำจากการเลือกโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเอาไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ (6) ไลลาใน

การสื่อสาร (communication style) (7) สภาวะ (context) หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ใน สถานการณ์การสื่อสารสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสารของบุคคล (8) ประสบการณ์ และนิสัย (experience and habit) ในฐานะผู้รับสาร บุคคลจะพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจาก ประสบการณ์ในการรับข่าวสาร ทางด้านแนวคิดเกี่ยวกับสื่อสารสองทางและวัตถุประสงค์ของการ สื่อสาร กาญจนา แก้วเทพ (อ้างถึงใน เรืองยศ ใจวัง, 2547, น. 15) กล่าวว่า การสื่อสารแบบสอง ทาง (two-way communication) ลักษณะโต้ตอบกันได้ (interactive) ของสื่อสมัยใหม่ ซึ่งสื่อนัยยะ บุคคล 2 ฝ่าย ในกระบวนการสื่อสารจะผลัดเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้ส่งพร้อมทั้งสามารถควบคุม กระบวนการสื่อสารได้ค่อนข้างเท่าเทียมกัน

เกสินี จุฑาวิจิตร (2542, น. 239 - 240) อธิบายว่า ในกระบวนการสื่อสารนั้น บุคคลทั้งสองฝ่ายมีลักษณะเท่าเทียมกัน คือ จะเป็นผู้เข้ารหัส (encoder) และผู้ถอดรหัส (decoder) นอกจากนั้นยังทำหน้าที่เป็นผู้ตีความหมาย (interpreter) ด้วย คือ จะมีการถอดรหัส แล้วก็ตีความ รหัส จากนั้นเข้าถึงรหัส เมื่อผู้ส่งสารส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้รับสารก็จะสื่อสารกลับ โดยเริ่มจาก ถอดรหัส ตีความและเข้ารหัส นั่นเป็นการแสดงถึงการสื่อสารแบบสองทาง

จุดเด่นของแบบจำลองนี้อยู่ที่การแสดงให้เห็น โครงสร้าง และหน้าที่ของคู่สื่อสารซึ่งทั้งสองฝ่ายก็ต้องทำหน้าที่ในการถอดรหัส ตีความ และเข้ารหัสแบบเบ็ดเสร็จภายในตัวเอง



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการสื่อสารของแชร์ม

ที่มา: เรืองยศ ใจวัง (2547, น. 16)

วัตถุประสงค์พื้นฐานของเราในการทำการสื่อสารก็เพื่อที่จะเป็นหน่วยที่มีอิทธิพล (affecting agent) กล่าวคือ เราทำการสื่อสารเพื่อมีอิทธิพลต่อผู้อื่น ต่อสิ่งแวดล้อมและต่อตัวเอง กล่าวสั้น ๆ ก็คือเราทำการสื่อสารเพื่อมีอิทธิพล - ตั้งใจที่จะมีอิทธิพล เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ความรู้ ทักษะคติ พฤติกรรม หรือการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามหากเราต้องการจะพิจารณาวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในรายละเอียดเราก็สามารถกระทำได้ในลักษณะดังนี้ กล่าวคือ เนื่องจากการสื่อสารเป็นกระบวนการที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ซึ่งประกอบด้วยบุคคลสองฝ่าย คือผู้ส่งสารและผู้รับสาร ดังนั้นในการพิจารณาเรื่องวัตถุประสงค์เราจึงต้องพิจารณาวัตถุประสงค์ของทั้งสองฝ่ายควบคู่กันไปด้วย คือพิจารณาทั้งวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและวัตถุประสงค์ของผู้รับสารการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการสื่อสารโดยใช้ความต้องการของผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นเกณฑ์ว่า ในการสื่อสารนั้นผู้ส่งสารมีความต้องการอะไร และผู้รับสารมีความต้องการอะไร วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารกับวัตถุประสงค์ของผู้รับสารอาจไม่เหมือนกันก็ได้ ผู้รับสารอาจมีปฏิกิริยาต่อสารผิดแผกไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร ผลที่ตามมาก็คือ ความล้มเหลวของการสื่อสาร (communication breakdown) โดยทั่วไปแล้วเราพอจะสรุปถึงวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและวัตถุประสงค์ของผู้รับสารในการทำการสื่อสาร ได้ดังนี้

ตารางที่ 2.1 วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร	วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร
1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (to inform)	1. เพื่อทราบ (to understand)
2. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (to teach or educate)	2. เพื่อศึกษา (to learn)
3. เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (to please or entertain)	3. เพื่อหาความพอใจ (to enjoy)
4. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (to propose or persuade)	4. เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (to dispose or decide)

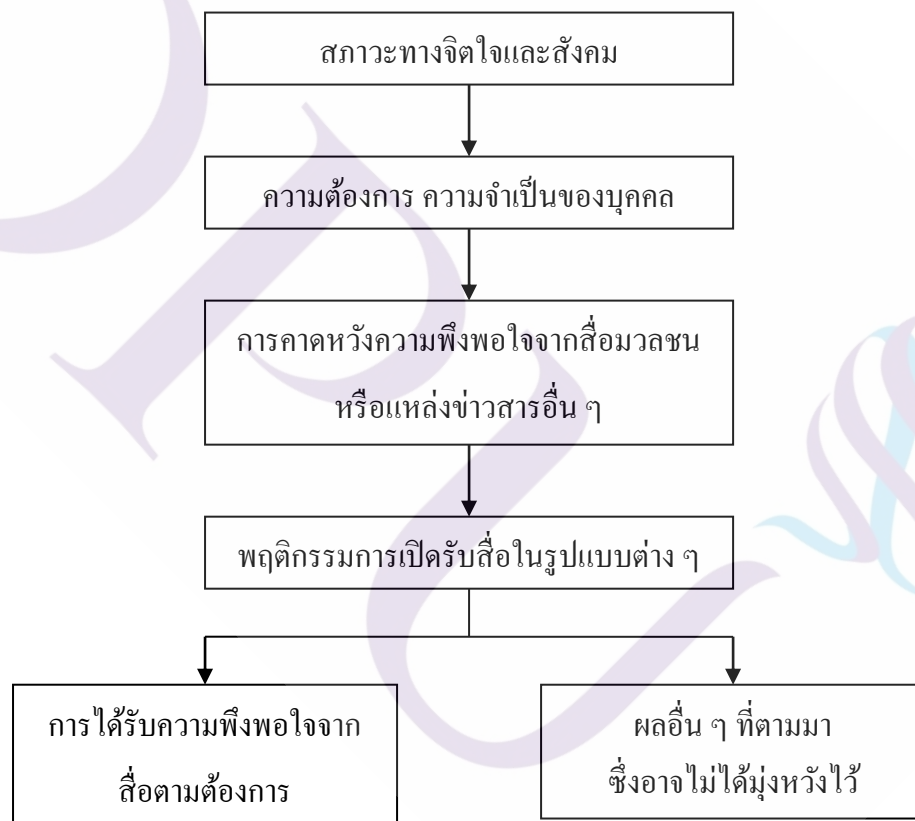
บุษบา หินเชาว์ (2545) ได้กล่าวว่า ถ้าวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารตรงกัน ถือว่าการสื่อสารนั้นบรรลุเป้าหมาย แต่ถ้าวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่ตรงกันถือว่าการสื่อสารนั้นล้มเหลวจะเห็นได้ว่าแนวคิดเรื่องวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้นสอดคล้องกับการ

สื่อสารทางอินเทอร์เน็ตทุกประการ เพราะอินเทอร์เน็ตมีคุณสมบัติในด้านของวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารครบทั้ง 4 ประการอยู่ในตัว คือมีเว็บไซต์ในด้านต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ ดังต่อไปนี้ (1) มีการให้บริการด้านการให้ข้อมูลและข่าวสาร และการส่งข่าวสาร อีเมลล์ สนทนา เป็นต้น (2) บริการด้านการสืบค้นข้อมูลเพื่อเป็นความรู้และการศึกษา (3) บริการด้านความบันเทิง เช่น ข่าวสาร และกิจกรรมเกี่ยวกับ ภาพยนตร์ ละคร โทรทัศน์ แฟชั่น ดารา นักร้อง เพลง ละคร กีฬา ดนตรี เกม ฯลฯ (4) การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เช่น การขายสินค้า บริการ การประชาสัมพันธ์องค์กร บริษัท ห้างร้าน เป็นต้น และทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (used and gratification approach) กาญจนา แก้วเทพ (2541, น. 306 - 310) ได้กล่าวว่า การวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารนั้น อาจถือได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อ (functionalism) เพียงแต่ว่าแทนที่จะตอบคำถามว่า สื่อมีบทบาทหน้าที่ต่อสังคมอย่างไร ก็เปลี่ยนมาเป็นมุมมองของปัจเจกบุคคลว่า “คนแต่ละคนใช้สื่อเพื่อทำหน้าที่อะไรบ้าง” เอกลักษณะเด่น ๆ ของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารนั้นก็คือนักวิจัยและให้ความสนใจต่อ “ตัวผู้รับ/ใช้สาร” (media users) มากกว่า “ตัวสาร” (media/content) (โปรดสังเกตว่า แนวทางนี้ไม่ค่อยนิยมเรียกผู้รับสารว่า “audience/receiver” แต่มักจะเรียกว่า “users” อันมีนัยยะว่าผู้รับสารนั้นเป็นฝ่ายกระทำในกระบวนการสื่อสาร มิใช่เป็นฝ่ายรองรับหรือตั้งรับ) สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้นจะต้องเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวก็จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (motivation) ด้านเสรี วงษ์มณฑา (อ้างถึงใน เรื่องยศ ใจวัง, 2547, น. 16) ได้กล่าวไว้ว่า มนุษย์มีความต้องการอยากเรียนรู้ (needs for cognitive) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบ และความเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตนเอง ความต้องการที่จะเรียนรู้นี้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เรียนรู้จากการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ได้สรุปถึงข้อเท็จจริงของการศึกษาเรื่องนี้ว่า (1) มนุษย์จะแสวงหาข่าวสารตามความพึงพอใจ ไม่ได้ถูกขัดเยียดให้อ่าน หรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ (2) การใช้สื่อสารมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย (goal-directed) (3) สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่าง ที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ (need for orientation) ของมนุษย์ได้ (4) มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว Katz and Gurevitch (อ้างถึงใน เรื่องยศ ใจวัง, 2547, น. 16) ได้กล่าวว่า สังคมมีบทบาทในการกำหนดความต้องการ และความพึงพอใจของบุคคลไว้ดังนี้ (1) บุคคลได้รับแรงกดดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคม ทำให้บุคคลต้องการผ่อนคลายแรงกดดันต่าง ๆ โดยใช้สื่อมวลชนช่วยปลดปล่อยความตึงเครียด (2) สถานการณ์ทางสังคมเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลรับรู้ถึงปัญหา และมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ (3) บุคคลได้รับความพึงพอใจจากสถานการณ์ทาง

สังคมไม่เพียงพอ สื่อมวลชนจึงมีหน้าที่ช่วยเสริมและทดแทนความต้องการที่หายไปจากสังคม

(4) บุคคลบริโภคเนื้อหาของสื่อตามค่านิยมและการสนับสนุนจากสถานการณ์ในสังคม

(5) สถานการณ์ทางสังคมก่อให้เกิดความคาดหวังว่าจะจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในเนื้อหาของสื่อด้วยบุคคลคอยตรวจตราเนื้อหาในสื่อเพื่อเป็นสิ่งแสดงว่าบุคคลเป็นสมาชิกในสังคม Blumler and Katz (as cited in Littlejohn, 1983, p. 274) ได้กล่าวว่าในสภาวะสังคมและจิตใจที่ต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกัน ความต้องการนี้ทำให้แต่ละคนคาดหวังว่าสื่อแต่ละประเภทจะสามารถสนองความต้องการและความพอใจที่แตกต่างกัน มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจ หรือแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในสภาวะแวดล้อมที่แตกต่างกัน มนุษย์เป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว ซึ่ง Blumler และ Katz ได้สร้างแบบจำลองการใช้สื่อเพื่อความพึงพอใจดังนี้



ภาพที่ 2.3 แบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

ที่มา: จรินทร์ ธานีศิลปกุล (2545, น. 15)

แนวคิดนี้แสดงให้เห็นว่า ลักษณะทางกายภาพ จิตวิทยา และสภาวะแวดล้อมทางสังคมของแต่ละบุคคลเป็นโครงสร้างสำคัญที่ก่อให้เกิดความต้องการที่แตกต่างกันไป ซึ่งมีผลทำให้บุคคลคาดคะเนการสนองตอบความพอใจของแต่ละสื่อแตกต่างกันซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจไปสู่ความแตกต่างในด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออันเป็นผลทำให้เกิดความพึงพอใจจากสื่อต่างกันไป และอาจจะก่อให้เกิดผลอื่น ๆ ที่อาจไม่ได้มุ่งหวังตามมาอีกด้วยวิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm) อธิบายถึงแนวทางที่จะใช้เป็นเครื่องตัดสินเกี่ยวกับการเลือกรับสื่อของผู้รับสารไว้ในหนังสือ “The Process and Effects of Mass Communication” ว่าบุคคลย่อมจะเลือกใช้สื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด และก่อให้เกิดประโยชน์หรือผลตอบแทนที่คาดหวังไว้ได้ดีที่สุด

2.4 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร

ในกระบวนการสื่อสาร โดยเฉพาะการสื่อสารมวลชนหรือสื่อพื้นบ้าน ผู้รับสาร (Receiver) กลุ่มสังคม (Social group) กลุ่มผู้ชมการแสดงหรือเรื่องต่อกลอน หรือเรียกกันว่าสาธารณชน (Public) ซึ่งหมายถึงผู้ที่สามารถเข้าถึงและรับสื่อต่าง ๆ ได้ พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2541) ได้กล่าวว่า กลุ่มผู้รับสารอาจจะมีอิทธิพลต่อการทำงานของสื่อได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม อิทธิพลของกลุ่มผู้รับสาร โดยทางตรง คือ การแสดงความคิดเห็นในทางขึ้นชอบหรือติเตียนต่อรายการต่าง ๆ ส่วนอิทธิพลทางอ้อม คือ จำนวนของผู้รับสารในแต่ละรายการที่จะทราบได้จากการทำสำรวจความนิยมของผู้ชม (Rating) อันมีผลทำให้มีผู้อุปถัมภ์รายการนั้นมากขึ้น และส่งผลต่อเนื่องให้รายการนั้นสามารถดำรงอยู่ได้และยังจะได้ช่วงเวลาดี ๆ ในการนำเสนอ ทั้งนี้ พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2541) ได้จำแนกประเภทผู้รับสารได้แก่

1. ประเภทของผู้รับสารจำแนกตามลักษณะของการสื่อสาร ซึ่งแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะ คือ (1) ผู้รับสารในการสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้รับสารลักษณะนี้อาจจะเป็นผู้ที่ป็นฝ่ายรับ ข่าวสารประเภทเดียวที่ไม่ค่อยมีอิทธิพลในการสื่อสารหรือมีอิทธิพลมากในการสื่อสาร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของการสื่อสารว่าจะเป็นการบอกกล่าวหรือให้ความรู้ การชักจูงหรือสัมภาษณ์ การแลกเปลี่ยน ความรู้และทัศนคติ อย่างไรก็ตามไม่ว่าผู้รับสารจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสารลักษณะนี้มากหรือน้อย ประสิทธิภาพในการสื่อสารยังขึ้นอยู่กับ การเข้ารหัส (encoding) ของผู้ส่งสารและการถอดรหัส (decoding) ของผู้รับสารด้วย (2) ผู้รับสารในการสื่อสารกลุ่มเล็ก การสื่อสารลักษณะนี้จะคล้ายกับการสื่อสารระหว่างบุคคล แต่การสื่อสารกลุ่มเล็กจะมีผู้รับสารจำนวนมากขึ้น ปกติจะมีประมาณ 5 - 9 คน (หรือมากน้อยกว่าจำนวนนี้เล็กน้อย) ผู้รับสารของการสื่อสารลักษณะนี้มีคุณสมบัติที่เหมือนกัน (homogeneous) หรือแตกต่างกัน (heterogeneous) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของการสื่อสารว่า มีลักษณะเป็นการบอกกล่าว หรือให้ความรู้หรือการสื่อสารที่มีลักษณะแลกเปลี่ยน

ความรู้และทัศนคติ (3) ผู้รับสารในการสื่อสารสาธารณะ ลักษณะของการสื่อสารประเภทนี้จะมีผู้รับสาร จำนวนมากตั้งแต่ 30 - 40 คน ไปจนถึงหลักพันคนแล้วแต่สถานการณ์ของการสื่อสารนั้น ๆ ดังนั้น โอกาสที่ผู้รับสารจะแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบจึงอยู่ในขอบเขตจำกัด กล่าวคือผู้รับสารจะสามารถแสดงออกได้ด้วยการตบมือ หัวเราะ หรือให้ความสนใจ แต่การแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบที่ลึกซึ้งหรือการแลกเปลี่ยนความรู้หรือทัศนคตินั้นมีน้อยมาก ดังนั้นประสิทธิภาพในการสื่อสารจึงขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารเป็นสำคัญ และยังมีคามผันแปรไปตามจุดมุ่งหมายของการสื่อสารด้วย

(4) ผู้รับสารในการสื่อสารมวลชนผู้รับสารในการสื่อสารประเภทนี้มีลักษณะเด่นคือ มีความแตกต่างกันเนื่องจากสื่อสารมวลชนครอบคลุมผู้รับสารได้กว้างไกลและไม่สามารถจะสร้างขอบเขตจำกัดการสื่อสารเพื่อผู้รับสารกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะได้จึงทำให้มีผู้รับสารจำนวนมาก และแน่นอนว่าจะต้องส่งผลไปยังผู้รับสารที่มีความแตกต่างกันทั้งเพศ อาชีพ อายุ สถานที่ สถานะทางสังคม เศรษฐกิจ นอกจากนี้การไม่รู้จักกันสื่อสารมวลชนอาศัยสื่อมวลชน (mass media) เป็นสื่อกลางในการสื่อสารทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารไม่พบหน้ากัน โอกาสที่จะทำความรู้จักกันจึงมีน้อยและมีข้อจำกัดในการแสดงออก จากการที่ผู้รับสารในการสื่อสารประเภทนี้มีจำนวนมาก และมีความหลากหลายแตกต่างกัน ดังนั้นโอกาสในการแสดงความคิดเห็นหรือมีปฏิกิริยาโต้กลับ (feedback) ต่อการสื่อสารจึงมีน้อยมาก

2. ประเภทผู้รับสารจำแนกตามผลกระทบของการสื่อสาร ผลกระทบของการสื่อสารทำให้สามารถจำแนกผู้รับสารออกได้เป็น 2 ประเภท คือ (1) ผู้รับสารที่เป็นผู้ถูกกระทำ (passive receiver) หมายถึง ผู้รับสารที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านความรู้ความเข้าใจทัศนคติและพฤติกรรมเนื่องจากการสื่อสารซึ่งอาจเกิดผลของการเปลี่ยนแปลงโดยตรงทันทีหรือโดยทางอ้อมและใช้เวลาก็ (2) ผู้รับสารที่เป็นผู้กระทำ (active receiver) หมายถึง ผู้รับสารที่มีอิทธิพลในการกำหนดการสื่อสารได้ เช่น กำหนดผู้ส่งสาร กำหนดข่าวสารและกำหนดสื่อ เป็นต้น

3. ประเภทของผู้รับสารจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร คือความเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง และการพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีและวิทยาการการสื่อสารสมัยใหม่ เป็นเหตุให้การสื่อสารในปัจจุบันมีความซับซ้อนมากขึ้นและผลที่ได้ อย่างหนึ่งจากการเปลี่ยนแปลงเช่นนี้คือ มีการจำแนกผู้รับสารออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย (target audience) ซึ่งมีลักษณะเด่นคือ มีจำนวนที่คาดคะเนได้ (predictable size) กล่าวคือ เมื่อผู้ส่งสารมีจุดมุ่งหมายในการสื่อสารเพื่อบุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดแล้ว เขาก็พอจะคาดคะเนได้ว่าบุคคลกลุ่มนี้มีจำนวน ประมาณเท่าไร มีลักษณะที่เหมือนกัน (homogeneous) กล่าวคือ อาจมีลักษณะทางด้าน ประชากรศาสตร์ที่เหมือนกัน หรืออย่างน้อยจะต้องมีความสนใจข่าวสารร่วมกันและมีความเห็นที่เป็นที่ยอมรับ (accepted expression) ในเมื่อจุดมุ่งหมายของการ

สื่อสารเพื่อกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนั้นข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะ คำติชมหรือปฏิกิริยาโต้ตอบในรูปต่าง ๆ มักเป็นที่ยอมรับในการพิจารณา (2) ผู้รับสารทั่วไป (general audience) แตกต่างจากผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้ มีจำนวนที่คาดคะเนไม่ได้ (unpredictable size) คือไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนชัดเจนของผู้รับสารได้ โดยเฉพาะการสื่อสารมวลชน มีลักษณะที่แตกต่างกัน (heterogeneous) เนื่องจากผู้รับสารทั่วไปมีจำนวนมากจึงมีความหลากหลายแตกต่างกันในตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ความสนใจ ความเชื่อค่านิยมและมีข้อจำกัดในการแสดงความคิดเห็น (limited expression) เนื่องจากไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายโดยตรง ถึงแม้จะมีปฏิกิริยาโต้ตอบมาบ้าง ปฏิกิริยาดังกล่าวมักจะไม่มี ความหมายต่อผู้ส่งสารมากยกเว้นในกรณีที่มีปฏิกิริยาโต้ตอบมาก ๆ และเป็นกลุ่ม

ด้าน Clause (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541, น. 190) ใช้เกณฑ์เรื่อง “การรับสารอย่างจริง ๆ” มาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งประเภทผู้รับสารเป็น 4 ประเภท คือ (1) กลุ่มผู้รับสารที่ถูกคาดว่าจะสามารถครอบคลุมการส่งสารไปได้ (potential public) เช่น การประมาณการของสถานีโทรทัศน์ว่ามีกำลังสูง ครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัดหรือตัวเลขครัวเรือนที่มีจำนวนเครื่องรับวิทยุ (2) กลุ่มผู้รับสารที่เปิดรับสารนั้นจริง ๆ (effective public) ได้แก่ จำนวนคนที่ซื้อ หนังสือพิมพ์อ่าน เปิดวิทยุรับฟัง เปิดโทรทัศน์ดูรายการจริง ๆ หรือการใช้สื่อดิจิทัล และ (3) กลุ่มผู้รับสารที่เปิดรับแต่เนื้อหาเฉพาะๆ แบบประจำรายการ (particular message public) ได้แก่ ผู้ฟังรายการเพลงของสถานีวิทยุ ผู้ที่ชมรายการละครโทรทัศน์ ดังที่มีการสำรวจความนิยม กันอยู่เป็นประจำ (4) กลุ่มผู้รับสารที่ได้รับผลอย่างแท้จริงจากสื่อ (actually affected public) ได้แก่ กลุ่ม ผู้รับสารกลุ่มพิเศษที่มีความสัมพันธ์ที่เป็นลักษณะเฉพาะกับสื่อซึ่งเราอาจจะศึกษาได้จากพฤติกรรมผู้รับ สารหลายอย่าง เช่น การเขียนจดหมายเข้าไปแสดงความคิดเห็น การเข้าร่วมกิจกรรมที่รายการวิทยุจัดหรือแสดงความคิดเห็นในสื่อดิจิทัล เช่น Facebook เป็นต้น นอกจากนี้ Me Quail (1997) ได้จำแนกประเภทของผู้รับสาร โดยใช้เกณฑ์ทางสังคมและเกณฑ์ของสื่อเอง เป็น 3 ประเภท ดังนี้ (1) ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มสังคมหรือสาธารณชน (The Audience as Group or Public) ผู้รับสารคือ กลุ่มหรือสาธารณชนซึ่งมีความเป็นกลุ่ม และมีเอกลักษณ์ก่อนที่จะมาเป็นผู้ชมในสังคมสมัยใหม่การแบ่งแยกกลุ่มต่าง ๆ รวมทั้งการนิยามกลุ่มที่เป็นกลุ่มผู้ชมเป็นเรื่องที่ยาก อย่างไรก็ตามยังมีกลุ่มที่สามารถกำหนดความเป็นกลุ่มได้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มการเมืองกับกลุ่มศาสนา เช่น การผลิต หนังสือพิมพ์ประจำกลุ่มการเมืองกับกลุ่มศาสนาหรือกลุ่มที่ไปทำกิจกรรมที่โบสถ์ซึ่งผลิตขึ้นเพื่อสื่อสารกัน ภายในกลุ่มหรือนอกกลุ่มโดยอาจจะมีวัตถุประสงค์ในการสรรหาสมาชิกใหม่หรือการเผยแพร่แนวความคิด ของกลุ่มไปสู่ภายนอกการจำแนกประเภทผู้รับสารแบบนี้มีความหลากหลาย ตัวอย่าง เช่น พรรคคอมมิวนิสต์ หรือสิ่งพิมพ์ของพรรคคอมมิวนิสต์ในรัสเซีย ซึ่งความจริงแล้วไม่ได้เป็นสิ่งพิมพ์

สำหรับมวลชนแต่เป็นสิ่งพิมพ์สำหรับสมาชิกในกลุ่มขณะนี้อินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีใหม่ล่าสุดที่ใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (2) ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มสนใจ (The Gratification Set as Audience) คือ การที่ผู้รับสารอาจจะจัดกลุ่มกันเองตามความสนใจหรือความต้องการต่าง ๆ แล้วแต่เรื่องกลุ่มต่าง ๆ ประกอบด้วยสมาชิกซึ่งอาจจะไม่มีอะไรร่วมกันอยู่ นอกจากความสนใจเฉพาะเรื่องเฉพาะ เวลาเท่านั้น ทั้งนี้การกำหนดผู้รับสารจะกำหนดจากความสนใจร่วมกันมากกว่าลักษณะประจำตัวของสมาชิกของกลุ่มนั้นคือจะมองผู้รับสารตามความสนใจร่วมกัน ไม่มองตามลักษณะส่วนบุคคล (3) การมองผู้รับสารตามสื่อ (The Medium Audience) เป็นการนิยามผู้รับสารตามสื่อ เช่น โทรทัศน์ ภาพยนตร์ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นการกำหนดตามพฤติกรรมของผู้รับสาร เช่น นักดูภาพยนตร์ นักอ่าน นักดูโทรทัศน์ ซึ่งไม่ยากที่จะกำหนดผู้รับสารตามสื่อเหล่านี้ทั้งนี้อาจจะถือว่าผู้รับสารประเภทนี้เป็นมวลชนจริง ๆ เพราะประกอบด้วยผู้คนที่หลากหลาย (4) ผู้รับสารที่กำหนดด้วยช่องทางหรือเนื้อหา (Audiences Defined by Channel or Content) อาจจะมีการกำหนดกลุ่มผู้รับสารว่าเป็นกลุ่มผู้อ่านหนังสือเล่มหนึ่งหรือผู้ชมภาพยนตร์ เรื่องหนึ่งหรือผู้ฟังรายการวิทยุ รายการหนึ่งการกำหนดผู้ชมประเภทนี้ง่ายกว่าประเภทอื่นและมีความหมายในเชิงการตลาด (marketing) ที่ชัดเจนสมควรการกำหนดกลุ่มผู้รับสารตามแนวคิดนี้อาจจะเป็นการกำหนดกลุ่มผู้รับสารที่มีประโยชน์มากกว่าวิธีอื่นและเป็นวิธีที่มีประโยชน์ในทางปฏิบัติและเชิงการตลาดที่ชัดเจนและปฏิบัติได้ทันที ตัวอย่างเช่น อาจจะมีผู้ชมประจำของช่องใดช่องหนึ่งหรือรายการใดรายการหนึ่งซึ่งง่ายต่อการวัดอาจจะมีกลุ่มผู้ชมตามประเภทของเรื่องประเภทของข่าว ประเภทของกีฬา ตามตัวนักแสดง นักร้อง นักเขียนก็ได้ อันนำไปสู่การเป็นผู้รับสารประจำรายการ ประจำนักแสดง ประจำคนและคนที่เป็สมาชิกกลุ่มผู้รับสารประจําานั้นจะมีพฤติกรรมเฉพาะกลุ่ม การแต่งกายเฉพาะกลุ่ม การพูด เฉพาะกลุ่ม การใช้สื่อเฉพาะกลุ่มอาจจะถือว่ากลุ่มผู้รับสารประจำวันเป็นกลุ่มทางสังคมก็ได้หรือเป็นกลุ่มที่ถูกสร้างขึ้นมาโดยสื่อมวลชนแต่การพัฒนากลุ่มผู้รับสารประจำรายการนั้นไม่สามารถทำนายได้

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่อง “แฟน” และ “ความเป็นแฟน”

กาญจนา แก้วเทพ (2555) กล่าวว่า “ผู้รับสาร” เป็นผู้ที่ผ่านการประกอบสร้างทางสังคมซ้ำแล้วซ้ำอีก (Socially Constructed & Reconstructed) โดยที่การประกอบสร้างนี้เกิดจากการได้ดู (Spectacle) และการที่เราถือเอาตัวเองความชื่นชมความสนใจความพอใจของตนเองเป็นที่ตั้ง (Narcissism) ส่วนเรื่องการสื่อสารนั้นกระบวนการที่สนนี้ขยายขอบเขตจากระดับตัวบทยอกไปถึงมณฑลของสื่อทั้งหมด (Medias Cape) ไม่ว่าจะเป็กระบวนการผลิตสื่อแบบเป็นสินค้า ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารการพัฒนาารูปแบบรายการใหม่ ๆ ส่วน

ผลสืบเนื่องทางสังคมที่เกิดขึ้นนั้น เนื่องจากกระบวนการที่สนับจะเน้น การดูชม (Spectacle) และการลงมือทำ (Performance) ของผู้ที่เป็นแฟนหรือแฟนคลับเองไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมที่เป็นกลุ่มส่วนตัว เช่น การติดโปสเตอร์รูปนักร้อง หรือ หมอลำที่เป็นขวัญใจไว้ในห้องนอนหรือกิจกรรมที่ทำร่วมกันเป็นกลุ่มในพื้นที่สาธารณะหรือการไปรับศิลปินในดวงใจที่สนามบิน เป็นต้น ดังนั้นผลลัพธ์ที่เกิดจากการดูชมและการทำกิจกรรมทั้งหมดนี้จึงเป็นกระบวนการก่อร่างอัตลักษณ์ รวมทั้งการแปรเปลี่ยนอัตลักษณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันทุกวัน ๆ วัน นอกจากนี้ Fan (Wikipedia, 2558) หมายถึง บุคคลที่มีความชื่นชอบในตัวบุคคลกลุ่มบุคคล งานศิลปะหรือแม้แต่ความคิดเห็นหรืออุดมการณ์เป็นกลุ่มที่อุทิศให้แก่บุคคลที่มีชื่อเสียงดำเนินการโดยกลุ่มแฟนเพื่อติดตามสิ่งที่เขาชื่นชอบคำนี้ได้ปรากฏขึ้นในลักษณะของความชื่นชอบประเทศอเมริกาเมื่อประมาณ ค.ศ.1889 ซึ่งเป็นคำยืมมาจากคำว่า Fanatic ที่อ้างถึงกลุ่มคนผู้ที่สนใจและติดตามทีมเบสบอล คำนี้ในสมัย ค.ศ.1525 หมายความว่าถึง “บุคคลวิกลจริต”

แฟน (Fan) เป็นคำที่คนไทยคุ้นเคยและใช้ติดตามกันมาเป็นเวลานานจากการตรวจสอบความหมายจากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ปรากฏความหมายของคำว่าแฟน หมายถึงผู้นิยมชมชอบ เช่น แฟนเพลง แฟนภาพยนตร์ แฟนมวย โดยที่คำว่าแฟนนั้นมาจากคำว่า “FAN” มาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Fanatic” แปลว่า บุคคลที่หลงใหลคลั่งไคล้ในบุคคลหรือกิจการบางอย่างแต่ในความเข้าใจโดยทั่วไปคำว่า แฟนมักนำไปใช้ประกอบคำอื่นเพื่อใช้แสดงถึงนัยยะแห่งความนิยมชื่นชอบหลงใหลในบางสิ่งบางอย่าง เช่น แฟนเพลง แฟนหนังสือ แฟนหนัง แฟนมวย แฟนบอล ฯลฯ หากพิจารณาความหมายของคำว่าแฟนมีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า “Fanatics” ซึ่งคำนี้ตามตัวอักษรหมายถึงการเป็นส่วนหนึ่งของบุคคลผู้รับใช้ “Temple Servant” หรือผู้อุทิศทุ่มเทอย่างเต็มที่ “Devotee” แต่ทว่าคำนี้มักมีความหมายโดยนัยไปในทางลบกล่าวคือผู้ที่ได้รับแรงคลั่งใจจากพิธีกรรมอันมั่วเมาลุ่มหลง “Orgiasticries” และเป็นความกระตือรือร้นอย่างบ้าคลั่ง “Enthusiastic Frenzy” ด้าน พิรภา สุวรรณโชติ (2551) จำแนกประเภทของแฟนไว้ 2 กลุ่มคือ (1) “Fans” เป็นกลุ่มที่ติดตามผลงานของสื่อมวลชนขาดลักษณะทางสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลาและยึดติดกับเนื้อหาที่มีผู้นำเสนอถ้าเนื้อหาเปลี่ยนไปกลุ่มแฟนจะสลายได้ทันทีคนส่วนใหญ่มักจะไม่ว่าตัวตนเองอยู่ในกลุ่มนี้และบางครั้งกลุ่มคนเหล่านี้อาจได้รับแรงกระตุ้นจากสื่อหรือเป็นด้วยความสมัครใจที่จะรวมกลุ่มกันอย่างเป็นทางการ (2) “Medium Audience” เป็นกลุ่มที่มีความจงรักภักดีต่อสื่อชนิดนั้นอย่างจริงจังอาจเกิดจากแรงกระตุ้นของสื่อเช่นการโฆษณาชวนเชื่อลักษณะนี้จะเป็นพวกที่ติดอยู่กับสถานีใดสถานีหนึ่งช่องใดช่องหนึ่งติดหนังสือติดองค์กรสื่อมวลชนลักษณะของคนกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มแฟนที่ยาวนานไม่สลายง่าย นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มแฟนไว้อีกที่น่าสนใจและสามารถใช้ประกอบการพิจารณาลักษณะกลุ่มแฟน

คลับหมอลำเรื่องต่อกลอนได้ คือ Jenson (1992) ได้เสนอเกี่ยวกับกลุ่มแฟนไว้อีกโดยแบ่งลักษณะของแฟนออกเป็น 2 แบบ ได้แก่

1. แบบปัจเจกชน แฟนลักษณะนี้จะแยกตัวจากสังคมจากครอบครัวชีวิตจะถูกครอบงำอย่างไรเหตุผลถูกปล่อยวางโดยสื่อมวลชนและคนมีชื่อเสียงได้ง่าย

2. แบบกลุ่ม มีลักษณะจงรักภักดีต่อสิ่งที่หลงใหลและหลังจากนั้นจะเกิดความจงรักภักดีต่อกลุ่มที่หลงใหลในสิ่งเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีลักษณะจงรักภักดีต่อความมีชื่อเสียงของดาราดาราและอาการเหล่านี้ที่เกิดขึ้นเป็นอาการโรคจิตต่อต่อสมาชิกในกลุ่มมีเหตุผล ด้าน โอห์ม สุขศรี (2550) กล่าวว่า “Group set” เป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันและไม่รู้ตัวว่ามีคนที่มีลักษณะความชอบที่คล้ายกันจากกระทั่งสื่อเข้ามาเผยแพร่และทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กันระหว่างคนในกลุ่มและก่อให้เกิดกลุ่มใหม่ขึ้นโดยที่สื่อเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่มให้กับผู้รับสาร โดยผู้รับสารมีโอกาสที่เลือกรับสารหรือสื่อที่ตนคิดว่าเหมาะสมและถูกใจเพื่อเพิ่มคุณค่าในแง่ของสติปัญญากลายเป็นวัฒนธรรมของกลุ่ม

ดังนั้นคำจำกัดความของคำว่า “แฟน” จึงถูกตั้งขึ้นมาว่าเป็นกลุ่มคนที่ชื่นชมและหลงใหลในความเป็นตัวตนของผู้ที่มีชื่อเสียงโด่งดังและบรรดากลุ่มคนที่ชื่นชมเหล่านี้ได้ถูกเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบของความโด่งดังที่ผ่านมาถึงกลุ่มของตนโดยสื่อมวลชน ส่วน Jenson (1992) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่าการมองกลุ่มแฟนนั้นเป็นลักษณะอาการทางสังคมที่สามารถที่จะแบ่งออกเป็นลักษณะย่อย ๆ ได้ 2 ลักษณะ คือ บุคคลที่หลงใหลและชื่นชมอยู่เพียงลำพัง (Obsessed Loner) กลุ่มของสมาชิกที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่มก้อนและสามารถที่จะถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างลึกซึ้งและสามารถแพร่กระจาย (Diffuse) กลุ่มของตนเองออกไปได้ตามความเข้าใจรวมกันเกี่ยวกับชีวิตที่ทันสมัยกลุ่มแฟนแต่ละกลุ่มมีแรงจูงใจที่สัมพันธ์กันกับความเข้าใจร่วมกัน (Assumptions) ที่เกี่ยวกับความทันสมัยของแต่ละบุคคล ได้แก่ (1) กลุ่มแฟนผู้หลงใหลแต่เพียงลำพัง (Obsessed Loner) จะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่อยากให้เห็นแตกต่างจากผู้อื่นทำให้ความเป็นมวลชนน้อยลงคนเหล่านี้จะถูกตัดจากครอบครัวสังคมชีวิตของพวกเขาจะถูกครอบงำจากความมีชื่อเสียงความโด่งดังของดารานักร้องนักกีฬาที่ตนชื่นชอบจนสูญเสียความเป็นตัวตนเองคนกลุ่มนี้จะถูกขั้วจากสื่อมวลชนอาจนำไปสู่อาการทางจิตที่นำโลกมารายมาสู่ชีวิตจริง เช่น อยากฆ่าคนที่มิช่ากับคนที่ตนชื่นชอบเพื่อให้สมปรารถนาของตนเอง (2) กลุ่มแฟนผู้บ้าคลั่ง (Frenzied Fan) เป็นกลุ่มของ แฟนที่หลงใหลสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างบ้าคลั่งและไม่มีเหตุผลมีความจงรักภักดีต่อผู้มีชื่อเสียงนั้น เช่น แฟนบอล แฟนเพลง แฟนกลุ่มนี้จะถูกชักจูงหรือครอบงำโดยอิทธิพลจากภายนอกได้ง่ายภาพของแฟนเคยถูกมองในแง่ลบมานานด้วยเหตุผลหลายประการประการแรก คือแฟนถือเป็นวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) ที่ผู้รับสารถูกมองว่าสามารถถูกครอบงำได้ง่ายและถูกผลักดันเพื่อแสวงหากำไร

ในทางธุรกิจเท่านั้นแฟนอาจจะไม่ยอมรับว่าวัฒนธรรมที่เขาพอใจนั้นถูกใช้ เพื่อหลอกลวงและทำให้เขาสับสน ประการที่สองคือมีข้อสันนิษฐานว่าแฟนเป็นกลุ่มผู้รับสารที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะยังคงสนุกสนานกับการเป็นของตนต่อไปโดยไม่คำนึงว่าการเป็นแฟนของตนจะส่งผลดีหรือผลเสียให้แก่ใครบ้าง ทั้งนี้ Jenkins (1992) ได้กล่าวไว้ในหนังสือเรื่อง *Textual Poacher* ไว้ว่า “แฟน” มักถูกพิจารณาว่าเป็นผู้ที่มีความชอบที่ผิดปกติและมีรสนิยมความชื่นชอบที่มากเกินไปเกินควรความหมายของแฟนจะถูกมองเป็นคนอื่นที่ไม่ใช่พวกเรานอกจากนั้นแฟนมักจะได้รับการมองว่าเป็นพวกที่อันตรายและบ่อยครั้งที่มักจะหลงไหลคลั่งไคล้จนนำไปสู่ความรุนแรงซึ่ง Jenkins เห็นว่าทักษะเช่นนี้เป็นการตัดสินจากมุมมองของคนชั้นสูงและเป็นความเชื่อที่ขาดความเคารพต่อวิถีชีวิตที่ธรรมดาสามัญในความเป็นจริงนั้นแฟนเป็นกลุ่มคนที่มีความกระตือรือร้นและสร้างสรรค์แม้ว่าพวกเขาจะอยู่ในสังคมที่บีบรัดรวมทั้งยังเป็นผู้ที่สร้างวัฒนธรรมในแบบของตนขึ้นมาจากเดิมแฟนถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแฟนที่มีขนาดใหญ่และกลุ่มแฟนที่มีขนาดเล็กซึ่งแฟนกลุ่มแรกจะถูกมองว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคตัวบท (Text) ของวัฒนธรรมประชานิยมที่มีความเอื้ออาแต่แฟนในกลุ่มที่สองที่อยู่อย่างกระจัดกระจายนั้นกลับเป็นผู้ใช้ตัวบทอย่างกระตือรือร้นและให้ความสำคัญกับความหมายเดิมและความหมายใหม่นอกจากนี้กลุ่มแฟนที่มีขนาดเล็กยังเป็นกลุ่มที่ใช้วัฒนธรรมประชานิยม เพื่อแสดงออกถึงประสบการณ์ชีวิตของตนและของผู้อื่นและยังต่อต้านความตึงเครียดของภาวะทางสังคม รวมทั้งสร้างลักษณะเฉพาะทางสังคมของตนขึ้นมาลักษณะนี้จัดได้ว่าเป็นแฟนที่แท้จริง เพราะแม้ว่ากลุ่มแฟนกลุ่มนี้จะมีขนาดเล็กแต่ก็เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีขนาดใหญ่แฟน จึงสามารถแบ่งออกโดยอาศัยรูปแบบวัฒนธรรมประชานิยมและผลของความพยายามของกระแสทางการที่เตรียมไว้การตอบรับของแฟนเหล่านี้ จะเกี่ยวข้องกับความหลงไหลและความนิยมชมชอบนอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับความหงุดหงิดความผิดหวังการต่อต้านองค์ประกอบเหล่านี้เป็นตัวช่วยผลักดันให้แฟนเกิดความรู้สึกผูกพันกับสื่อ เมื่อเกิดความนิยมชมชอบก็จะผลักดันให้เกิดความหลงไหลในสารทำให้เกิดความต้องการสารเหล่านั้นเป็นอย่างมากส่งผลให้เกิดพฤติกรรมติดตามสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องแต่เมื่อใดที่แฟนเกิดความรู้สึกผิดหวังในสารที่ตนได้รับก็จะเกิดความรู้สึกไม่ชอบและต่อต้านอันนำไปสู่การเรียกร้องสิทธิ์ที่ตนพึงได้รับในฐานะที่ตนเป็นผู้รับสารด้านความเป็นแฟน (Fandom) นั้น กล่าวคือเป็นลักษณะอาการทางจิตเป็นการทดแทนทางด้านจิตวิทยาที่มีความพยายามที่จะสร้างสิ่งที่เรียกเรื่องความสนใจต่าง ๆ ขึ้นเพื่อทดแทนสิ่งใดที่ขาดและพึงจะต้องมีในชีวิตที่ทันสมัย ด้าน โอห์ม สุขศรี (2550) ได้พูดถึงแนวความคิดเกี่ยวกับความเป็นแฟน โดยให้คำจำกัดความว่า “วัฒนธรรมแฟนเป็นปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนและมีหลากหลายมิติมีรูปแบบของการเข้าร่วมในหลายระดับและมีความเป็นเจ้าของในสื่อตัวนั้น เช่น สื่อหนังสือก็จะมีความคิดว่าตนเป็นเจ้าของบทความสั้น ๆ และจะต้อง

มีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็นและเป็นตัวแทนที่มีเสียงให้กับชุมชนหรือกลุ่มของตัวเอง” นอกจากนี้ยังกล่าวอีกว่าความเป็นแฟนในฐานะเป็นกลุ่มชุมชนย่อยเฉพาะซึ่งถ้ามองในแง่ของความสัมพันธ์ในระหว่างผู้บริโภคก็จะเรียกได้ว่ากลุ่มชนเหล่านี้จะมีกิจกรรมเฉพาะที่จะเป็นปากเป็นเสียงแทนกลุ่มชนของตนเองหรือเป็นปากเสียงแทนผู้บริโภค ซึ่งกิจกรรมหลาย ๆ อย่างจะมุ่งความสนใจไปสู่ขั้นตอนของการสร้างวัฒนธรรมที่เหมาะสมของตนขึ้นจากแนวคิดเรื่อง “แฟน (Fan) “ความเป็นแฟน” (Fandom) และกลุ่มจงรักภักดีนี้แสดงให้เห็นว่าการเป็นแฟนเกิดจากการที่บุคคลหนึ่งชอบและพอใจในสิ่งหนึ่ง จนกลายมาเป็นความคลั่งไคล้และเกิดการรวมตัวกันจนเรียกว่า “แฟน” ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดนี้มาใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมแฟนคลับว่าเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบในสิ่งใดสิ่งหนึ่งเหมือนกัน โดยความชื่นชอบนี้กลายมาเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการรวมตัวกันในลักษณะต่าง ๆ เช่น การรวมตัวกันแต่งกายคล้ายกัน หรือเหมือนกัน เวลาไปชมการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนหรือการรวมตัวกันของคนที่ชื่นชอบหมอลำ เรื่องต่อกลอนเหมือนกันทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ รวมถึงการสร้างเครือข่ายออนไลน์เพื่อสื่อสารกัน เป็นต้น

2.6 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับหมอลำและหมอลำเรื่องต่อกลอน

หมอลำเป็นมหรสพพื้นบ้านที่สำคัญที่สุดของชาวอีสาน คำว่า “ลำ” แปลว่า “ขับร้อง” มาจากคำเดิมว่า “ขับลำนำ” ทั้งนี้วิเคราะห์ได้จากหลักฐานที่ปรากฏในท้องถิ่นต่าง ๆ ของชาวไทยและชาวลาวดังนี้ คือ ในภาคเหนือของไทยใช้คำว่า “ขับ” เช่น ขับซอ ซึ่งหมายถึงการขับร้องที่ประสานด้วยเสียงซอแต่ปัจจุบันนิยมเรียกแต่เพียงว่า “ซอ” เช่น ซอจ๊บนก ซึ่งหมายถึงขับร้องชมธรรมชาติแทนที่จะเรียกว่าขับซอจ๊บนกในตอนเหนือของลาวใช้คำว่า “ขับ” เช่น เดียวกัน เช่น ขับซำเหนือ ขับทุ่มหลวงพระบาง ขับเซียงขวาง ภาคอีสานของไทยใช้คำว่า “ลำ” เช่น ลำพื้นลำกลอน ลำหมู และลำซิ่ง ภาคใต้ของลาวใช้คำว่า “ลำ” เช่น ลำบ้านซอก ลำมหาชัย ลำสีพันดอน และลำคอนสวรรค์ ภาคกลางของไทยเดิมใช้คำว่า “ขับลำนำ” ปัจจุบันใช้คำว่า “ขับร้อง” (เจริญชัยชนไพโรจน์, 2543, น. 2)

หมอลำมีต้นกำเนิดจากทำเนียบ 4 อย่าง คือ การเล่านิทาน การเว้าผญา การสู่ขวัญ และการเทศน์ การเล่านิทานนั้นมักดำเนินเรื่องด้วยภาษาร้อยแก้วแต่ตอนที่สำคัญและสะเทือนอารมณ์ ผู้เล่ามักจะเล่าด้วยสำนวนร้อยกรองทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นการเล่านิทานทั่ว ๆ ไป หรือการเล่านิทานในงานศพที่เรียกว่า “งันเฮือนดี” ต่อมาการเล่านิทานก็กลายรูปมาเป็นการลำพื้นหรือหมอลำพื้น ซึ่งหมายถึงหมอลำเล่านิทานโดยนำเอาบทกลอนจากนิทานชาดกหรือตำนานมาลำ เช่น นิทานเรื่อง ท้าวแก้ว ท้าวหน้าผาก ไกลกระด้น ท้าวจำปาสี่ต้น ตำนานเรื่องการสร้างเวียงจันทน์ ต่อมาหมอลำประเภทนี้ได้พัฒนาการหมอลำหมู ซึ่งมีทำนองหรือเรียกในภาษาอีสานว่า วาทลำด้วยกัน เช่น

วาทอุบล วาทกาฬสินธุ์ วาทสารคาม และวาทขอนแก่น เป็นต้น หมอลำอีกประเภทคือ หมอลำกลอนหรือหมอลำคู่ หมอลำทุกประเภทมีความเกี่ยวข้องกับผญา (เจริญชัย ชนไพโรจน์, 2543, น. 1) อีกอย่างหนึ่งหมายถึงการขับร้องหรือการลำการนำเอาเรื่องในวรรณคดีอีสานมาขับร้องหรือมาลำ เรียกว่า ลำ ผู้ที่มีความชำนาญในการขับร้องวรรณคดีอีสานโดยการท่องจำเอากลอนมาขับร้องหรือผู้ที่ชำนาญในการเล่านิทานเรื่องนั้นเรื่องนี้หลาย ๆ เรื่องเรียกว่า “หมอลำ” หมอลำมีความเป็นมาจากภาคอีสานประกอบด้วยกลุ่มวัฒนธรรมหลายกลุ่มที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มวัฒนธรรมหมอลำ กลุ่มวัฒนธรรมเจริญ - กันตริม กลุ่มวัฒนธรรมเพลงโคราช กลุ่มวัฒนธรรมโส้ กลุ่มวัฒนธรรมแสกและกลุ่มวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยอื่น ๆ ในแต่ละวัฒนธรรมก็จะมีการเล่นเป็นของตนเองแต่ในที่นี้จะกล่าวเฉพาะการเล่นของกลุ่มหมอลำเท่านั้น กลุ่มวัฒนธรรมหมอลำ คือ กลุ่มวัฒนธรรมที่ใหญ่ที่สุดและมีประชากรอาศัยอยู่ในทุกจังหวัดของภาคอีสานลักษณะเด่นทางวัฒนธรรมของชนกลุ่มนี้ คือ พูดภาษาไทย - ลาว ผู้หญิงนุ่งผ้าถุงแบบธรรมดาไม่มีหางหรือโจงกระเบนมีแคนเป็นเครื่องดนตรีเอกและมีหมอลำเป็นการเล่นที่สำคัญที่สุด คำว่า “หมอลำ” ประกอบขึ้นด้วยคำสองคำ คือ “หมอ” และ “ลำ” คำว่าหมอนี้หมายถึงผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญในวิชาสาขาใดสาขาหนึ่ง เช่น หมอยา หมายถึงผู้เชี่ยวชาญในการใช้ยา หมอมอ หมอโหร หมอทวย หมอเลข หมายถึง ผู้ชำนาญในการทำนายโชคชะตา เป็นต้น ส่วนคำว่า “ลำ” นั้นท่านผู้รู้บางท่านได้สันนิษฐานไว้ดังนี้ คือ แนวสันนิษฐานที่บอกว่าลำเป็นคำลักษณนามใช้เรียกสิ่งที่มีลักษณะยาว เช่น ลำไผ่ ลำพรวัว ลำตาล หรือลำน้ำ เป็นต้น เนื่องจากนิทานพื้นบ้านหรือวรรณกรรมอีสานเป็นเรื่องที่ยืดยาวคนทั้งหลายจึงเรียกวรรณกรรมเหล่านี้ว่า “ลำ” เช่น ลำสังข์ศิลป์ชัย ลำกาฬเกศ ลำสิรินมโนรา ลำแดงอ่อน ลำชูลุนางอ้ว เป็นต้น หากผู้ใดมีความชำนาญในการจดจำหรือท่องจำบทกลอนเนื้อหาของนิทานหรือวรรณกรรมเหล่านี้ได้บุคคลนั้นก็ได้อีกชื่อเป็น “หมอลำ” แนวการสันนิษฐานอีกแนวหนึ่งเกี่ยวกับความหมายของคำว่า “ลำ” มีว่าเดิมทีนั้นวรรณกรรมหรือนิทานพื้นบ้านอีสานนิยมจารหรือบันทึกไว้ในใบลานหรือบนผิวไม้ไผ่ (ผิวไม้ไผ่) หรือลำไม้ไผ่ ฉะนั้นนิทานพื้นบ้านเหล่านี้จึงมีคำว่า “ลำ” นำหน้าแนวการสันนิษฐานทั้งสองแนวนี้ ดูเผิน ๆ ก็น่าจะเป็นเช่นนั้นแต่หากจะวิเคราะห์จากข้อมูลหรือหลักฐานที่พบอยู่ในถิ่นต่าง ๆ ของคนไทยแล้วคำว่า “ลำ” น่าจะมีที่มาต่างไปจากนี้โดยเหตุผลดังต่อไปนี้ในท้องถิ่นภาคเหนือของไทย และภาคเหนือของลาว ใช้คำว่า “ขับ” แทน “ลำ” เช่น ขับเซียงขวาง ขับหลวงพระบาง เป็นต้น ภาคอีสานของไทยและภาคใต้ของลาวใช้คำว่า “ลำ” เช่น ลำผีฟ้า ลำพื้น ลำกลอน ลำหมู่ ลำเพลิน ลำซิ่ง ลำสั้น ลำยาว ลำล่อง ลำอ่านหนังสือ ลำสีพันดอน ลำโสม ลำมหาชัย ลำดั่งหวาย เป็นต้น ภาคกลางของไทยนั้นเดิมใช้คำว่า “ขับลำนำ” และคำว่า “ลำ” นั้นก็นิยมใช้เป็นคำนำหน้าสำหรับเรียกชื่อเพลงไทยเดิม เช่น ลำสร้อยสน ลำพัดชา และลำนางนาค เป็นต้น (เจริญชัย ชนไพโรจน์, 2526)

หมอลำเป็นมหรสพที่มีวิวัฒนาการควบคู่กับสังคมอีสานเมื่อสภาพสังคมอีสานเปลี่ยนแปลงไป รูปแบบและเนื้อหาของการแสดงหมอลำก็เปลี่ยนไปด้วยการเปลี่ยนแปลงของศิลปะการแสดง หมอลำมีทั้งที่เป็นเชิงอนุรักษ์และพัฒนาการอนุรักษ์ ในที่นี้เป็นกรอนุรักษ์เฉพาะส่วนที่เป็นประโยชน์เป็นที่ชื่นชมยอมรับของผู้ฟังผู้ชมขณะเดียวกันก็มีการปรับประยุกต์หรือต่อเติมเสริมสร้างสิ่งที่ดั้งเดิมที่เรียกว่า การพัฒนาขบวนการเหล่านี้เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาในศิลปะการแสดงหมอลำ โดยหมอลำเกิดจากการเล่านิทานในสมัยก่อนพ่อแม่หรือปู่ย่าตายายชาวอีสานนิยมนิทานให้ลูกหลานฟัง เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินหรือเพื่อเป็นเครื่องกล่อมกล่อมจิตใจของเด็กให้เป็นผู้มีพฤติกรรมที่ดีงามมีสัมมาคารวะมีความขยันอดทนไม่ก้าวร้าวหรือเห็นแก่ตัว การเล่านิทานนั้นเป็นการเล่านิทาน โดยผู้ใหญ่เล่าให้ลูกหลานฟังในช่วงหลังจากรับประทานอาหารเย็นและหมดภาระงานประจำวันแล้วหรือก่อนนอนเด็กจะรบเร้าให้ผู้ใหญ่เล่านิทานให้ฟังเนื้อหาหมอกที่ขอร้องเด็กให้ประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ดีงาม เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนกับการเล่านิทานเป็นการเน้นย้ำให้เด็กได้มีโอกาสสั่งสมความดีงาม นิทานที่นิยมเล่า ได้แก่ เรื่องสังข์ศิลป์ชัย เรื่องท้าวสุริยวงศ์ เรื่องจำปาสีต้น โดยมีถ้อยคำสละสลวยมีจังหวะลีลาที่ประทับใจผู้ฟังบางขณะผู้อ่านอาจทำเสียงสะอึกสะอื้นหรือและใช้แคนเป่าประกอบจะเกิดเป็นหมอลำพื้นหมอลำพื้นบางแห่งเรียกว่า “หมอลำเรื่อง” เป็นการลำคนเดียวเดิมเป็นหมอลำผู้ชายต่อมามีหมอลำพื้นผู้หญิงแต่ส่วนใหญ่เป็นหมอลำผู้ชายมีหมอแคน 1 คน เป่าประกอบทำนองลำมีทั้งทำนองลำทางสั้น ลำเดิน และลำทางยาว ลำทางสั้นหมายถึงทำนองลำแบบเนื้อเต็มไม่มีเอื้อน ลำเดิน หมายถึงลำเดินคองหรือลำเดินกลอนเป็นการลำดำเนินเรื่องแบบเนื้อเต็มที่มีจังหวะเร็วและให้อารมณ์ตื่นเต้นเร้าใจ ทั้งลำทางสั้นและลำเดินใช้แคนลายใหญ่แบบโบราณบางที่ก็เรียกกันว่าลายลำพื้น โดยมีเสียง ลา เป็นเสียงโทนิกทำหน้าที่แทนเสียงซอลแบบลายสุดสะแนนส่วนลำทางยาวเป็นการลำแบบมีเอื้อนคือทำเสียงสะอึกสะอื้นให้อารมณ์โศกเศร้าใช้แคนลายน้อยเป่าประกอบลำพื้นวิวัฒนาการแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ 1. หมอลำกลอน 2. หมอลำหมู่ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะลำหมู่เป็นการลำที่มีผู้แสดงเพิ่มมากขึ้นจนเกือบจะครบตามจำนวนตัวละครที่มีในเรื่อง มีเครื่องดนตรีประกอบเพิ่มขึ้น เช่น พิณ (ซุง หรือ ซึง) กลอง การลำจะมี 2 แนวทาง คือ ลำเวียง จะเป็นการลำแบบลำกลอนหมอลำแสดงเป็นตัวละครตามบทบาทในเรื่องการดำเนินเรื่อง ค่อนข้างช้าแต่ก็ได้รสชาติของละครพื้นบ้านหมอลำได้ใช้พรสวรรค์ของตัวเองในการลำทั้งทางด้านเสียงร้อง ปฏิภาณไหวพริบ และความจำเป็นที่นิยมในหมู่ผู้สูงอายุต่อมาเมื่อดนตรีลูกทุ่งมีอิทธิพลมากขึ้น จึงเกิดวิวัฒนาการของลำหมู่อีกครั้งหนึ่งกลายเป็นลำเพลิน ซึ่งจะมีจังหวะที่เร้าใจชวนให้สนุกสนานก่อนการลำเรื่องในช่วงหัวค่ำจะมีการนำเอารูปแบบของวงดนตรีลูกทุ่งมาใช้เรียกคนดู กล่าวคือ จะมีนักร้องหมอลำร้องเพลงลูกทุ่งที่กำลังฮิตในขณะนั้นมีหางเครื่องต้นประกอบนำเอาเครื่องดนตรีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ เช่น กีตาร์ คีย์บอร์ด

แซ็กโซโฟน ทรัมเป็ต และกลองชุด โดยนำมาผสมผสานเข้ากับเครื่องดนตรีเดิม ได้แก่ พิณ แคน ทำให้ได้รสชาติของดนตรีที่แปลกออกไป ยุคนี้นับว่าหมอลำเฟื่องฟูมากที่สุด คณะหมอลำดัง ๆ ส่วนใหญ่จะอยู่ในแถบจังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม อุบลราชธานี

หมอลำเรื่องต่อกลอนเกิดจากการผสมผสานระหว่างลำพื้น ลำหมู่ และลักษณะของภาคกลาง และนำเครื่องการแต่งกายฉากและเวทีจากลิเกแล้วผสมผสานสิ่งที่รับมานั้นเข้าเป็นรูปแบบเฉพาะของลำเรื่องต่อกลอน นอกจากนี้สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของการลำเรื่องต่อกลอนที่เด่นชัดคือ กลอนลำ หรือ วาทลำ ของผู้แสดงแต่ละคนจะต่อเนื่องกันเป็นเรื่องราวเดียวกันจะแยกลำเหมือนลำกลอนไม่ได้สำหรับผู้ที่ใช้คำว่าลำเรื่องต่อกลอน ได้แก่ หมอลำทองคำ เฟื่องดี กับหมอลำฉวีวรรณ ดำเนิน จุดประสงค์ในการแสดงของหมอลำเรื่องต่อกลอนนอกจากจะมุ่งเสนอความบันเทิงให้แก่ผู้ชมแล้วยังได้เสนอเนื้อหาสาระทั้งทางคดี โลกและทางคติธรรมแก่ผู้ชมอีกด้วย ทางคดีโลก ได้แก่ การเสนอเนื้อหาสาระในด้าน เศรษฐกิจ สภาพสังคม อาชีพการงาน ความรู้ด้านต่าง ๆ ส่วนทางคติธรรมได้แก่ การให้ความรู้และอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับด้านศาสนา ศิลธรรม จริยธรรม และการประพฤติปฏิบัติตน ต่อมาได้มีผู้คิดดัดแปลงวิธีการแสดงลำพื้นจากการเล่านิทานคนเดียวมาเป็น 2 คน และหลายคนขึ้นตามลำดับ มีตัวละครเพิ่มขึ้น “การดัดแปลงลำพื้นมาเป็นลำหมู่มีมานานแล้วสมบูรณ์แบบเมื่อปี พ.ศ. 2485 โดยหมอลำชาวขอนแก่น 3 คน คือ หมอลำทองคำ บ้านสีฐาน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น หมอลำคำกลอง บ้านกุดบังเห็ด อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น หมอลำอินตา บ้านเหล่านาดิ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

การแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนได้พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วได้รับความนิยมอย่างยิ่งในช่วง พ.ศ.2490 - 2510 ในช่วงเวลา 20 ปีนี้ การแสดงลำหมู่และคณะลำหมู่เกิดขึ้นจำนวนมากเกิดสำเนียงและทำนองการลำเพิ่มขึ้น ในขณะที่ทำนองลำเวียงได้ขยายเข้ามาในเขตภาคอีสานและได้รับความนิยมอย่างสูง เช่น คณะอัศวิน สีหมอก อัศวินสีหราชและอีกหลายคณะยุคนี้ถือได้ว่าเป็นการแสดงหมอลำหมู่ที่โดดเด่นพอที่จะยึดถือเอาเป็นแบบอย่างได้

ช่วงปี พ.ศ. 2510-2520 ลำหมู่หรือลำเรื่องได้รับอิทธิพลจากกระแสนครีโอลูกทุ่ง ประชาชนสนใจเพลงลูกทุ่งจะเป็นว่าเพลงลูกทุ่งและนักร้องลูกทุ่งเกิดขึ้นในช่วงนี้อย่างมากมาย โดยเฉพาะกลุ่มคนหนุ่มสาวจะให้ความสนใจมากเป็นพิเศษคณะหมอลำ จึงได้มีการปรับปรุงการแสดงหมอลำใหม่โดยให้มีกลองชุดและเครื่องดนตรีสากลเข้ามาผสมมีการแสดงคอนเสิร์ต เพลงลูกทุ่งก่อนการแสดงหมอลำเพื่อเป็นการเอาใจแฟนหนุ่มสาว ผู้ซึ่งมีงานทำ และมีเงินเป็นกอบเป็นกำมาจ้างหมอลำ จนหมอลำหลายคนเดินออกจากคณะหมอลำไปเป็นนักร้องลูกทุ่งอย่างเต็มตัว

ช่วงปี พ.ศ. 2521 - 2539 กระแสความนิยมลำเรื่องเริ่มลดลงด้วยสาเหตุหลายประการ คือ กระแสความนิยมในการแสดงลำเรื่องลดน้อยลงเพราะมีสื่อบันเทิงอื่นให้เลือกมากขึ้นหมอลำที่

มีความสามารถอายุมากขึ้นส่วนหมอลำรุ่นใหม่ความสามารถน้อยลง เพราะใช้เวลาฝึกฝนที่จะเป็นหมอลำน้อยกว่าหมอลำยุคก่อนอย่างไรก็ตามในยุคนี้มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้นแม้หมอลำจะมีความสามารถด้านการลำน้อยลงแต่มีเครื่องมือที่ช่วยส่งเสริมการแสดงให้มีความน่าสนใจขึ้นได้

ช่วงปี พ.ศ. 2521 - ปัจจุบัน ผู้แต่งกลอนลำเกี่ยวกับเหตุผลในการคิดแต่งกลอนลำเรื่องแนวใหม่ขึ้นคณะหมอลำเรื่องหลายคณะ จึงพยายามที่จะกระตุ้นผู้ชมให้สนใจการแสดงลำเรื่องอีกครั้ง ด้วยการพยายามที่จะปรับรูปแบบการแสดงให้น่าสนใจขึ้นให้ทันยุคทันสมัยการปรับตัวของสื่อพื้นบ้านประเภทหมอลำเรื่องต่อกลอน มีการเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน ทั้งการเปลี่ยนแปลงในด้านรูปแบบการแสดง เนื้อหาที่ใช้ประกอบการแสดง และแนวคิดที่สื่อผ่านการแสดง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีเหตุผลมาจากการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดเพราะการแสดงหมอลำได้กลายเป็นอาชีพด้านธุรกิจบันเทิงที่ต้องแข่งขันกับสื่อบันเทิงประเภทอื่น ๆ หมอลำจึงจำเป็นต้องปรับวิธีการนำเสนอได้สอดคล้องกับกระแสนิยมของกลุ่มแฟนคลับยุคดิจิทัล

การปรับตัวในด้านรูปแบบการแสดงนั้นมีแนวคิดว่าคุณยุคใหม่นิยมความยิ่งใหญ่ทันสมัย োলlingerแนวคิดนี้สื่อผ่านความยิ่งใหญ่ของเวทีการแสดงความทันสมัยของระบบแสง สี เสียง ความงดงามอลังการของเสื้อผ้า ชุดหางเครื่อง รูปแบบการแสดงได้รับการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาจนมีลักษณะที่เรียกว่า “ลูกทุ่งคอนเสิร์ตหมอลำ” ซึ่งหมายถึงเริ่มเปิดการแสดงเวลาประมาณ 21.00 น. ด้วยเพลงแนวลูกทุ่งคอนเสิร์ตประกอบการเดินของหางเครื่องใช้เวลาประมาณ 3 ชั่วโมง จากนั้นเป็นการแสดงตลกและตามด้วยการแสดงหมอลำเรื่องเป็นช่วงสุดท้ายโดยการแสดงหมอลำเรื่องจะเริ่มประมาณหลังเที่ยงคืนไปจนกระทั่งรุ่งเช้า

นอกจากการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบการแสดงแล้วหมอลำเรื่องก็มีการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน โดยเฉพาะเรื่องที่ใช้ประกอบการแสดงนั้น มีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างชัดเจนทั้งในด้านแนวเรื่องและแนวคิดที่สื่อความหมายผ่านเรื่องที่แสดงกล่าวคือหมอลำหลายคณะมีแนวคิดว่าจะแต่งเรื่องแนวใหม่เพื่อใช้แสดงแทนเรื่องแนวจักร ๆ วงศ์ ๆ หรือนิทานพื้นบ้านเพราะคิดว่าจะช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้ชมให้หันกลับมาสนใจการแสดงหมอลำเรื่องอีกครั้ง (สุรวิทย์ อาชีวศึกษาศม, 2535, น. 36-38) ด้านพัฒนาการด้านเนื้อหาที่ใช้ประกอบการแสดงลำเรื่องให้สอดคล้องกับความนิยมของแฟนคลับและภาวะแวดล้อมทางสังคมส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนด้านแนวเรื่องที่ใช้ประกอบการแสดงเพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างด้านแนวเรื่องที่ใช้ประกอบการแสดงลำเรื่องแบบเดิมกับแนวเรื่องที่แต่งขึ้นใหม่ ทางด้านปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน ได้แก่ 1. ปัจจัยทางเทคโนโลยี คือ การแสดงออกเพื่อความบันเทิง (สันทนาการ) ในสังคมปัจจุบันนำเอาอุปกรณ์ ทันสมัยใหม่เข้ามาแทรกเพื่อเป็นตัวเพิ่มความสนใจแก่ผู้ชมหรือกลุ่มแฟนคลับมากขึ้น เช่น การแสดงดนตรีลูกทุ่ง การแสดงคอนเสิร์ต หรือการใช้สื่อดิจิทัล (Facebook, Youtube)

หมอลำเรื่องต่อกลอนก็รับเอาเทคโนโลยีเข้ามาตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมหมอลำเรื่องต่อกลอนจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมเทคโนโลยีต่าง ๆ นอกจากนี้ระบบแสง สี เสียงก็มีความสำคัญมาก โดยสมัยก่อนนั้น เมื่อมีการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนถ้าแสดงในตอนกลางคืนก็มักจะใช้ไฟ (ไฟกระบอง) ถ้าพัฒนามากหน่อยก็ใช้ตะเกียงเจ้าพายุหรือไม่ก็เครื่องปั่นไฟฟ้า ซึ่งต้องเติมน้ำมัน บ่อย ๆ ระบบเสียงก็ไม่เร้าใจ คือ มักจะมีลำโพง 1 คู่ ไมโครโฟน 1 อัน แต่ปัจจุบันนี้หมอลำเรื่องต่อกลอนมีระบบแสง สี เสียง ทันสมัยเหมือนกับวงดนตรีสากลทั่วไป มีไฟกระพริบ ระเบิดระยับ ไฟสปอร์ตไลท์ ลำโพงหลายขนาดทั้งที่มีเสียงทุ้ม เบา ตามความต้องการทั้งนี้เพื่อให้ถูกใจกลุ่มแฟนคลับ

2. ปัจจัยทางการเข้ามาของวัฒนธรรมตะวันตก คือ การแสดงหมอลำนั้นเมื่อถึงเวลาทำการแสดงก็เริ่มต้นทักทายกับผู้ชมแนะนำตัวเอง แล้วหลังจากนั้นก็เริ่มเข้าเนื้อเรื่องเลย แต่ปัจจุบันก่อนการแสดงจะต้องมีการเดินโชว์เหมือนวงดนตรี มีริ้วประกอบการเล่นเพลงมีการเดินตามแบบดิสโก้เทคก็มีจังหวะเร็วทำนองการลำก็เร็วขึ้น โดยเฉพาะลำเพลินจะมีมากที่สุด บางครั้งหมอลำจะแทรกเพลงลูกทุ่งเข้าไป

3. ปัจจัยทางสังคม คือ ความนิยมเนื่องจากปัจจุบันหมอลำเรื่องต่อกลอนมีหลายวงในจังหวัดต่าง ๆ ทางภาคอีสาน ถ้าหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะไหนแสดงดีมีผลงานเป็นที่ยอมรับของผู้ชมหรือกลุ่มแฟนคลับก็หมายถึงต้องมียานแสดงอยู่เรื่อย ๆ ฉะนั้นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะต่าง ๆ จึงต้องปรับปรุงด้านต่าง ๆ เพื่อเอาใจผู้ชมหรือกลุ่มแฟนคลับ คณะหมอลำที่มีชื่อเสียงในปัจจุบันได้แก่ คณะประถมบันเทิงศิลป์ คณะระเบียบวาทศิลป์ คณะเสียงอีสาน คณะรัตนศิลป์อินตาไทยราษฎร์ คณะหัวใจกินบอยศิริชัย และ คณะหมอลำนามวิหก เป็นต้น

4. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ คือ ปัจจุบันเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นระบบการแลกเปลี่ยนด้วยเงินเป็นสำคัญ ผลงานเศรษฐกิจที่เน้นความสำคัญของเงินเป็นหลัก ทำให้หมอลำเรื่องต่อกลอนถือปฏิบัติเป็นอาชีพ มีสำนักงานมีนายทุนอยู่เบื้องหลังในช่วงที่ว่างงานจากงานเทศกาลคณะหมอลำเรื่องต่อกลอนจะออกแสดงตามหมู่บ้านหรือมาแสดงที่กรุงเทพมหานครโดยเก็บเงินค่าผ่านประตูการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน จึงเปลี่ยนจากการเล่นเพื่อความบันเทิงโดยตรงมาเป็นการแข่งขันทำมาหากินโดยแฝงมาในรูปความบันเทิง

ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมไม่ว่าจะเกิดจากการติดต่อกับชุมชนภายนอก และการเปลี่ยนแปลงภายในล้วนมีผลต่อการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ จำต้องพิจารณาให้หน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องการรักษามรดกวัฒนธรรมของชาติ น่าจะมีการปรึกษาหาทางอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านอันดีเหล่านี้ไว้ก่อนที่จะสูญหายไปเพราะมรดกวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่หาทดแทนได้ยากต่างจากมรดกทางธรรมชาติที่สามารถผลิตขึ้นได้

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศรีสุตา วิจิตรสุวรรณ (2548) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อใหม่ (New Media) ของโมเดิร์นไนน์ พบว่า บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายการข่าวออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ยังไม่มีการบริหารงานในส่วนของสื่อใหม่ (ในที่นี้ศึกษาเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตเท่านั้น) อย่างชัดเจน เช่นเดียวกับสื่อดั้งเดิม คือ โทรทัศน์และวิทยุถึงแม้ว่าในอดีตจะมีความพยายาม ตั้งกองบรรณาธิการ เข้าดูแลโดยเฉพาะ แต่ภายหลังจากวันที่ 1 มิถุนายน 2548 ได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารองค์กรใหม่โดยมีเหตุผลของการเปลี่ยนแปลงคือเพื่อลดลำดับชั้นการบริหารและการตัดสินใจให้น้อยลง เพื่อความรวดเร็วในการปฏิบัติงานขององค์กร และขณะเดียวกัน อสมทยังมีสถานะเป็น บริษัท มหาชน จึงจำเป็นต้องสร้างรายได้สำหรับองค์กร เพื่อเป็นผลกำไรของนักลงทุนให้ได้ ผู้บริหาร ของบริษัทจึง มุ่งที่จะผลิตรายการข่าว เสนอทางสื่อที่สร้างรายได้ให้กับบริษัทมากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ จากการศึกษาจำนวนการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นช่องทางหลักในเรียกชมรายการข่าวของสื่อใหม่ และยังเป็นตัวชี้วัดได้ถึงปริมาณผู้ชมที่ได้ชมรายการข่าวทางสื่อใหม่ซึ่งผู้บริหาร ระดับสูงของ อสมท ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ชมในส่วนนี้มากเป็นอันดับ 1 หากสามารถพิสูจน์ได้ กลุ่มผู้ชมข่าว ทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีจำนวนมากและโครงสร้างของเครือข่ายครอบคลุมประชากรในประเทศมากขึ้น

ภาสกร จิตรไคร์ครวญ (2553) ศึกษาเรื่อง เทคโนโลยีของสื่อใหม่และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ใช้ส่วนใหญ่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำทุกวันและวันละมากกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน (2) บริบททางสังคม การสื่อสารออนไลน์ การมีปฏิสัมพันธ์ ความเป็นส่วนตัว และเทคโนโลยีของสื่อใหม่ มีความสัมพันธ์กับระดับการนำเสนอตัวตนต่อสังคม (3) ระดับการนำเสนอตัวตนต่อสังคม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของผู้ใช้บนสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ (4) เทคโนโลยีของสื่อใหม่และระดับการนำเสนอตัวตนต่อสังคม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของผู้ใช้บนเครือข่ายสังคมออนไลน์

ฉกาจ ราชบุรี (2537) ศึกษาเรื่อง ประวัติศาสตร์ธุรกิจเพลงลูกทุ่งไทย พ.ศ. 2507-2535 ผลการวิจัย พบว่า เพลงลูกทุ่งพัฒนามาจากเพลงไทยสากล ซึ่งเพลงไทยสากล ได้ถือกำเนิดขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2476 ใน ระยะแรกไม่มีการแบ่งแยกเพลงออกเป็นลูกทุ่งหรือลูกกรุง ต่อมา เพลงไทยสากล ได้รับความนิยมมาก มีการ แพร่หลายไปจากละครหรือภาพยนตร์มีการจัดประกวดร้องเพลงตามงานต่าง ๆ เกิดนักร้องสมัครเล่น หลาย คนกลายเป็นนักร้องอาชีพและนักแต่งเพลง ทำให้เพลงไทยสากลมีเนื้อหาที่หลากหลาย ส่งผลให้มีการแบ่งประ เภทเพลงไทยสากล โดยเนื้อเพลง ที่เกี่ยวกับชนบทและชีวิตของผู้คนถูกเรียกว่า “เพลงชีวิตหรือเพลงตลาด” ส่วนเพลงที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับความ

รักและความสุขสบายถูกเรียกว่า “เพลงผู้ดี” เพลงชีวิตหรือเพลงตลาดได้ พัฒนามาเป็น เพลงลูกทุ่ง ในปีพ.ศ. 2507 โดยมีสื่อคือวิทยุกระจายเสียงและนักร้องลูกทุ่งผู้ซึ่งได้ชื่อว่าผู้ นำเสนอ ลีลาแบบ ลูกทุ่งให้เป็นที่รู้จักและได้รับขนานนามว่า ราชาลูกทุ่ง คือสุรพล สมบัติเจริญ ซึ่งมีชื่อเสียง ในช่วงปี 2504-2511 ลักษณะของเพลงลูกทุ่งคือ มีความหลากหลายในทุก ๆ ด้าน ด้านทำนอง จังหวะ เป็น ลักษณะของการผสมผสานทั้งเพลงไทยเดิม เพลงพื้นบ้าน เพลงต่างประเทศ และทำนอง ที่สร้างขึ้น ใหม่ส่วน เนื้อหาจะสะท้อนภาพชีวิตของชาวชนบท ชาวเมือง เหตุการณ์เฉพาะ การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและเนื้อหา สนุกสนานขบขัน ไม่มีกฎเกณฑ์อะไรที่เคร่งครัดทั้งการแต่งกายและ การร้อง จุดเด่น ของเพลงลูกทุ่งนอกจาก เนื้อหาคือการร้องที่มีลูกคอ หรือ การเพี้ยนเสียงวรรณยุกต์เพราะ นักร้องมาจากภูมิภาคจึงทำให้เพลงลูกทุ่งแตกต่างไปจากเพลงลูกกรุง ต่อมาเพลงลูกทุ่ง ได้รับการ ปรับแต่งให้เป็นเพลงเพื่อการแสดงอย่างหนึ่งและมีรูปแบบการนำเสนอเพลงลูกทุ่ง จึงกลายเป็น ธุรกิจการค้าที่สำคัญในเวลาต่อมา ซึ่งเรียกว่า “ธุรกิจเพลง ลูกทุ่ง” ซึ่งแบ่งได้ 2 ประเภท คือธุรกิจ แผ่นเสียงและธุรกิจวงดนตรีลูกทุ่ง

ศิริพร กรอบทอง (2541) ศึกษาเรื่องวิวัฒนาการเพลงลูกทุ่งในสังคมไทย พ.ศ. 2481-2535 ผลการวิจัย พบว่า เพลงลูกทุ่ง คือ เพลงไทยสากลที่มีลักษณะ สัมพันธ์กับ ท้องถิ่นพื้นบ้าน ซึ่งได้ พัฒนาเกิดขึ้นในบริบทของสังคมเมืองช่วงภายหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ระยะเวลาแรก (ก่อน 2500) ถูกเรียกอย่างไม่เป็นทางการว่าเพลงชีวิตหรือเพลงตลาดมีลักษณะการนำเสนอเนื้อหาสะท้อน ชีวิตสะท้อนสังคม ต่อมา (ประมาณตั้งแต่ปี 2550) ได้พัฒนาเป็นรูปแบบที่มีลักษณะสัมพันธ์กับ ท้องถิ่นพื้นบ้าน ซึ่งลักษณะท้องถิ่นพื้นบ้านที่ปรากฏขึ้นเป็นลักษณะเด่นของเพลง ลูกทุ่งที่เกิดขึ้น นั้นเป็นผลงานการสร้างสรรค์ของเหล่าศิลปินเพลงชาวชนบทที่ได้หยิบยกเอาศิลปะ การบันเทิงของ ท้องถิ่นคือเพลงและดนตรีพื้นบ้านมาปรับประยุกต์เป็นรูปแบบบทเพลงไทยสากล อันเป็น สิ่งบันเทิงของยุคสมัย ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นวิวัฒนาการอีกก้าวขึ้นหนึ่ง ของเพลงพื้นบ้านที่เคย แพร่หลาย อยู่แต่ในสังคมท้องถิ่นให้สามารถมีบทบาทรับใช้คนในสังคมไทยต่อมา และสอดคล้องกับ วิถีชีวิต ของคนชนบททั่วไป ในขณะที่ได้รับผลกระทบจากการขยายตัวของเศรษฐกิจทุน นิยมทำให้รับ วัฒนธรรมจากเมืองและต้องพึ่งพาเมืองมากขึ้น โดยเฉพาะได้อพยพย้ายถิ่นฐานเข้ามาเป็นแรงงาน ในเมืองจำนวนมากอย่างเด่นชัด เพลงลูกทุ่งที่เกิดและแพร่หลายในสังคมเมืองได้แพร่หลายออกสู่ สังคมชนบท โดยเฉพาะตั้งแต่ประมาณปีพ.ศ. 2507 หรือเมื่อมีการแบ่งแยกประเภทเป็นเพลงลูกทุ่ง เพลงลูกกรุงซึ่งเสมือน เป็นการแบ่งแยกกลุ่มผู้ฟังไปด้วยโดยนัย ศิลปินเพลงลูกทุ่งมุ่งเผยแพร่ผลงาน ออกสู่ผู้ฟังในชนบทโดยการ เดินสายของวงดนตรีไปแห่งหนต่าง ๆ ทุกภูมิภาคและมีสื่อวิทยุ โทรทัศน์ช่วยเผยแพร่อีกด้านหนึ่งทำให้บทเพลง ลูกทุ่งที่มีลักษณะสัมพันธ์สอดคล้องกับวิถีชีวิต ของคนชนบทที่เหมือนอยู่ระหว่างโลกเก่ากับโลกใหม่ได้ แทรกเข้าไปมีบทบาทเป็นสิ่งบันเทิงของ

คน ชนบทยุคสังคมนิยมสมัยใหม่ที่หันมาฟังเพลงเป็นรูปแบบ เดียวกัน เพลงลูกทุ่งที่ได้รับความนิยม แพร่หลายมากขึ้นเป็นลำดับนั้นส่งผลให้วงการเพลงลูกทุ่งขยายตัวมากขึ้น โดยเฉพาะภายหลัง การเสียชีวิตของสุรพล สมบัติเจริญ (2511) ศิลปินเพลงผู้ที่ถือว่า ประสบความสำเร็จอย่างสูง ความมีชื่อเสียงโด่งดังและความร่ำรวยของเขามีส่วนกระตุ้นให้วงการเพลงลูกทุ่งเป็นที่ สนใจของคนทั่วไป และเป็นแบบอย่างของนักร้องในวงการที่เริ่มลงทุนแข่งขันกันมากขึ้นวงการเพลงลูกทุ่งเข้าสู่ระบบ นายทุน 2 ด้าน คือวงดนตรีและการผลิตผลงานเพลง สำหรับวงดนตรีนั้นปรากฏว่าทั้งนักร้องรุ่นเก่า และนักร้องเพลงลูกทุ่งหน้าใหม่ที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากพากันตั้งวงดนตรีของตนเองกันขึ้น จาก เดิมที่เคยมีองค์ประกอบเรียบง่าย (ในยุคสุรพล สมบัติเจริญ) ก็เริ่มนำการแสดงเข้ามาใช้เป็นจุดดึงดูด ความสนใจจากผู้ฟังผู้ชมกันขึ้น และที่ต้องแข่งขันกันปรับปรุงองค์ประกอบของวงดนตรีให้ทันสมัย ในภาวะการขยายตัว ของเศรษฐกิจโดยรวมที่เติบโตอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ต้องพึ่งพาเงินทุนจาก นายทุนภายนอกมากเป็นลำดับ โดยประมาณตั้งแต่ปี พ.ศ. 2516 เป็นต้นมาวงดนตรีของนักร้อง ลูกทุ่งได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากนายทุนภายนอกแทบทุกวงอันนำมาซึ่งความ เปลี่ยนแปลงของระบบการบริหารและความสัมพันธ์ของผู้ร่วมงาน ภายในวงดนตรีลูกทุ่ง วงดนตรี ลูกทุ่งแต่เดิมนักร้องหัวหน้าวงจะเป็นผู้บริหารและรับผิดชอบงานทุกอย่าง เมื่อมาอยู่ภายใต้การ ดำเนินงานบริหารของนายทุนนักร้องอยู่ในฐานะเป็นเพียงลูกจ้างที่ได้รับส่วนแบ่งจากการร้อง เพลง แต่ละครั้งเท่านั้นซึ่งเป็นลักษณะความสัมพันธ์ที่เปลี่ยนแปลงจากเดิมคือการพึ่งพาอาศัยกันมาเป็น ความ สัมพันธ์แบบลูกจ้างกับ นายจ้างขึ้นมาแทน และอีกด้านหนึ่งทางด้านการผลิตผลงานเพลงเข้า สู่ระบบธุรกิจที่เป็น กระบวนการภายใต้การดำเนินงานของบริษัทหรือค่ายเพลงตั้งแต่การผลิตจนถึง มือผู้บริ โภค เทคโนโลยีการบันทึกเสียงพัฒนาเป็นระบบทันสมัย ทำให้สามารถผลิตผลงานเพลง ออกมาได้ง่ายและเป็นจำนวนมาก อีกทั้ง เทคโนโลยีการบันทึกเสียงพัฒนาเป็นระบบทันสมัย ทำให้สามารถผลิตผลงานเพลง ออกมาได้ง่ายและเป็นจำนวนมาก อีกทั้ง เทคโนโลยีการบันทึกเสียงพัฒนาเป็นระบบทันสมัย ทำให้สามารถผลิตผลงานเพลง ออกมาได้ง่ายและเป็นจำนวนมาก อีกทั้ง เทคโนโลยีการบันทึกเสียงพัฒนาเป็นระบบทันสมัย ทำให้สามารถผลิตผลงานเพลง ออกมาได้ง่ายและเป็นจำนวนมาก

สนอง คลังพระศรี (2541) ศึกษาเรื่อง หมอลำซึ่ง กระบวนการปรับเปลี่ยน ทาง วัฒนธรรมดนตรีของ หมอลำในภาคอีสาน ผลการวิจัยพบว่า ประวัติและพัฒนาการของหมอลำ สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทาง สังคมและวัฒนธรรมอีสาน โดยการผสมผสานกันมาเป็นลำดับ และสลับซับซ้อนเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้อง สัมพันธ์กัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและ สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นหลัก โดยพัฒนาการจากลัทธิ บูชาเถนหรือผีฟ้ามาเป็น ประเพณีและความเชื่อในพระพุทธศาสนา และเกี่ยวเนื่องมาเป็นประเพณีการเกี่ยวพา ราสีของหนุ่ม สาว องค์ประกอบของดนตรีและการแสดงมีการนำเอาเครื่องดนตรีตะวันตก ประเภทวงสตริง มาบรรเลงผสมผสานกับเครื่องดนตรีพื้นบ้านทำให้จังหวะการลำ เปลี่ยนแปลงไปคือ เน้นจังหวะเร็ว คึกคักเป็นพิเศษและเครื่องดนตรีตะวันตกที่นำมาใช้ ล้วนแต่ใช้ระบบไฟฟ้าเข้ามาช่วยทำให้

นักดนตรีสามารถควบคุม เสียงได้ตามต้องการ แคนยังคงรูปแบบเดิมและกลายเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของหมอลำ อีกทั้งมีการนำเอา หางเครื่องมาเดินประกอบเข้ากับทำนองลำและเพลงองค์ประกอบ ด้านการแสดงเกี่ยวกับการจัดพิธีกรรม เกี่ยวกับการไหว้ครูก่อนออกแสดงไม่เคร่งครัด กระบวนการปรับเปลี่ยนทางวัฒนธรรมดนตรีของหมอลำใน ภาคอีสาน มีปัจจัยดังนี้ ด้านภูมิศาสตร์ ด้านระบบ ความเชื่อด้านประวัติศาสตร์สังคมด้านเศรษฐกิจ ด้าน วัฒนธรรมด้านการเปลี่ยนแปลง ค่านิยม ด้านการแข่งขัน ด้านการตลาด ด้านการศึกษา ด้านเทคโนโลยีและด้านดนตรีและการแสดง

พิเชฐ สายพันธ์ และนถพนธ์ ด้วงวิเศษ (2541) ศึกษาเรื่อง ฟ็อนกุไทย: พิธีกรรมการแสดงกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ผลการวิจัย พบว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ส่งผลต่อพิธีกรรมการแสดง เนื่องจากการฟ็อนรำในพิธีกรรมจะสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนการฟ็อนกุไทยเมื่อก่อนจะฟ็อนในพิธีกรรมเพื่อบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นความเชื่อเป็นความดีงามที่มนุษย์ปรุ้งแต่งถวาย แถนและเมื่อบ้านเมืองมีการเปลี่ยนแปลงจากการบูชา ถวายแถนมาเป็นบูชาถวายผู้มีอำนาจผู้มีฐานะ มาเชื่อมโยงให้เกิด การปรับเปลี่ยน จัดระเบียบปรุ้งแต่ง และประดิษฐ์มาอย่างต่อเนื่อง เกิดการพึ่งพาอาศัย มีความสัมพันธ์โยงใยไปถึงกลุ่มคนภายนอก จึงเกิดลักษณะการจัดการเชิงธุรกิจ การฟ็อนรำที่ใช้ในพิธีกรรมการแสดงจึงปรับเปลี่ยนมาเป็นสัญลักษณ์เอกลักษณ์ที่โดดเด่น ของชาวกุไทยมีคุณค่าเป็นที่ปรารถนาของสังคม

จารุวรรณ ธรรมวัตร (2540) ศึกษาเรื่อง ภูมิปัญญาหมอลำเอก : ความรุ่งโรจน์ของอดีต กับปัญหาของหมอลำในปัจจุบัน พบว่า เหตุปัจจัยที่ทำให้หมอลำประสบความสำเร็จในการแสดงหมอลำมี 4 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณภาพ สิ่งที่ค้นพบ คือ ศิลปินหมอลำจะมีการสะสมองคือ ความรู้ ทักษะประสบการณ์ความอดทน สนใจใฝ่รู้อย่างยาวนานแตกฉานในสภาพวิทยา โดยเฉพาะวิชาการที่เกี่ยวกับศาสนานอกจากนี้ยังมีจิตวิญญาณของการเป็นศิลปิน มีการวาดลวดฟ็อนที่ถูกต้องตามแบบแผน มีความชัดเจนในการแสดงตามบทบาทและมีนวัตกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองในลีลาการแสดงสามารถสร้างความประทับใจในการแสดงได้ทุกครั้ง ศิลปินเองจึงมีภูมิปัญญาที่ประสานกันระหว่างศาสตร์และศิลป์ ความเป็นศาสตร์จะปรากฏที่เนื้อหาของบทกลอนลำศิลป์จะปรากฏที่น้ำเสียงท่วงทำนองการลำและการฟ็อนประกอบการแสดงหากหมอลำรุ่นหลังใฝ่รู้อุทิศตนฝึกฝนจากศิลปินเอาไว้ได้ย่อมเป็นคุณประโยชน์ทั้งต่อตนเองและเป็นสิ่งประกันคุณภาพในการแสดง ปัจจัยด้านสังคม จากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและเทคโนโลยีการสื่อสาร ระบบโลกาภิวัตน์ ทำให้สังคมของคนไทยอีสานเปลี่ยนแปลงไป กระแสวัฒนธรรมประชานิยมเป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบการแสดง ผู้ฟังที่อยู่ในช่วงก่อน พ.ศ. 2520 เลือกรชมการแสดงหมอลำ เพราะคุณภาพของหมอลำด้านศิลปะการแสดง มีจุดมุ่งหมายในการฟัง โสตสัมผัสเป็นหลักเพื่อรับรสอันสุนทรีย์ทางเสียง หมอลำเสียงดีไหม หมอลำมีไหวพริบดีหรือเปล่าแก้กลอน

ตกใหม่ ผู้ฟังรุ่นเก่าฟังเพื่อสร้างสติปัญญาคู่กับการผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ส่งผลให้ ศิลปะการแสดงเกิดขึ้นอย่างงดงาม ในขณะที่หลัง ปี พ.ศ. 2530 มาผู้ชมมีจุดมุ่งหมายเพื่อเนตรสัมผัส เพื่อรับรสอันสนุกทางสายตาเสาะแสวงหาหมอลำที่เด่นเก่ง ทำเดินย้วยวน สายหน้า สายหลัง ผู้แสดงไม่มีภูมิปัญญาทางการวาดล่าวาดพ็อน เห็นแก่เงินค่าจ้างแสดงได้ทุกอย่างเพื่อความอยู่รอด และตามใจ รสนิยมในการดูของผู้ชมและผู้ว่าจ้างจึงส่งผลให้การสร้างงานเป็นไปอย่างฉาบฉวย ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสังคมยุคเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลต่อการถ่ายทอดข่าวสารอย่างยิ่ง เพราะการติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีคุณภาพส่งผลให้หมอลำที่นำเสนอผลงานในรูปของ สื่อแผ่นเสียง เทป และรายการวิทยุที่เป็นการประชาสัมพันธ์ตนและคณะต่อประเภทส่งผลต่อการ ตัดสินใจว่าจ้างหมอลำ รวมทั้งขยายตลาดผู้ซื้อผู้ว่าจ้าง

วันเพ็ญ แสงพันธ์ (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จด้านการแสดงของหมอลำ บุญเพ็ง ไผ่ผิวชัย พบว่า สิ่งสำคัญที่จำเป็นปัจจัยในการประสบผลสำเร็จของหมอลำ บุญเพ็ง ไผ่ผิวชัย และทำให้ผู้ชมชื่น ชมในผลงานก็คือ ปัจจัยด้านวรรณศิลป์ปัจจัยด้านวรรณศิลป์คือศิลปะ การประพันธ์บทกลอนซึ่งปัจจัยนี้เป็นจุดทำให้ประสบความสำเร็จ คือมีการแต่งกลอนลำที่ใช้ภาษา ที่สละสลวยไพเราะ มีความคล้องจองของ ลำนวนภาษามีเนื้อกระทัดรัด ฟังเข้าใจง่าย และบทกลอน ที่ลำผู้ฟังชื่นชอบ ปัจจัยด้านจิตศิลป์คือการใช้กระแส เสียง จังหวะ ทำนองและลีลาการลำที่ไพเราะ ปัจจัยจิตศิลป์เป็นปัจจัย ที่ส่งเสริมที่ทำให้ผู้ชมฟังชื่นชอบ เพราะ หมอลำ บุญเพ็ง ไผ่ผิวชัย เป็น หมอลำ ที่มีคุณภาพ มีกระแสเสียงที่อมตะไม่เหมือนใคร มีความกังวานมีเทคนิค การใช้จังหวะ ทำนองลีลา การลำที่กลมกลื่น เมื่อฟังแล้วเกิด อารมณ์คล้อยตามกับบทกลอน ปัจจัยด้านจริยศิลป์ คือประเพณีในการไหว้ครูและพฤติกรรมที่ดีในด้านการแสดง ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมศรัทธา ในการมีความประพฤติที่มีจรรยาบรรณรับผิดชอบชั่วดีให้อยู่ในกรอบขนบธรรมเนียมประเพณี เพราะพฤติกรรมดีก็เปรียบเสมือนกับกระแจะเสี้ยวของตัวเองและปัจจัยนี้เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้ชม ศรัทธา ในการประพฤติดของหมอลำบุญเพ็ง ไผ่ผิวชัย ปัจจัยด้านศิลปะการแสดง คือ ศิลปะการแสดง ด้านวาดพ็อนวาดลำนี เป็นปัจจัยหนึ่งที่เกื้อหนุนให้หมอลำประสบความสำเร็จ นอกจากผู้ชมจะฟัง กลอนลำที่มีวาดลำนี ลำทางสั้น ลำทางยาว ลำเตี้ย แล้วผู้ฟังก็ยังต้องการชมศิลปะการพ็อนเพื่อ ประกอบบทกลอนลำด้วยปัจจัยด้านสังคม คือสาเหตุที่ทำให้ประสบความสำเร็จ เพราะการที่จะทำ ให้ผู้ชมฟังกลอนลำที่มีคุณภาพแล้วปัจจัยสังคม ก็มีผลสำคัญที่ทำให้ประสบความสำเร็จผลงาน รางวัล ลูกศิษย์ผู้ชมผู้ฟังและผู้ว่าจ้าง ผลตอบแทนที่ได้รับ

วุฒิสักดิ์ กะตะศิลา (2541) ศึกษาเรื่อง บทบาทของหมอลำราตรีศรีวิไล ผู้บุกเบิกลำซึ่ง ผลการวิจัย พบว่า บทบาทด้านการลำพบว่า หมอลำราตรีศรีวิไล มีบทบาทในด้าน การลำคือลำในงานทั่วไป ลำช่วยงาน ของหน่วยงานราชการ การลำประกวด และการลำอัด แผ่นเสียงหรือเทป

บทบาทด้านการแต่งกลอนลำ พบว่า หมอลำราตรีศรีวิไล มีบทบาทในการ แต่งกลอนลำ คือ จะแต่งกลอนลำสำหรับลำในงานทั่วไป แต่งกลอนลำ ประกวาด และแต่งกลอนลำ ารณรงค์ต่าง ๆ บทบาทการสอนลำ พบว่า หมอลำราตรีศรีวิไล มีบทบาทในด้าน การสอนลำ คือ จะมีบทบาทในการกำหนดเนื้อหาและวิธีสอนแก่ลูกศิษย์ของตน บทบาทด้านการ บริหารธุรกิจหมอลำ พบว่า หมอลำราตรีศรีวิไลมีบทบาทในด้านการบริหารธุรกิจหมอลำ โดยการรับงาน แสดงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์การจัดที่พักให้และอำนวยความสะดวกให้กับหมอลำการรับสอนหมอลำ การบริการอุปกรณ์การแสดง การเสนอแนะการแสดง การอบรมความประพฤติตลอดจนการสนับสนุนหมอลำเข้าประกวด บทบาทด้าน การบริการสังคมพบว่าหมอลำราตรีศรีวิไล มีบทบาท ในด้านการบริการสังคม มีการประพันธ์กลอนลำ การลำ การบริจาคทรัพย์สินการเข้าร่วมประชุมสัมมนา การเป็นวิทยากร และการสร้าง อาชีพแก่เยาวชน บทบาทด้านการประยุกต์พัฒนาศิลปะการแสดงหมอลำ พบว่าหมอลำราตรีศรีวิไลมีบทบาทด้านการประยุกต์พัฒนาศิลปะการแสดงหมอลำถือเป็นต้นตำรับลำซิ่งและเป็นต้นตำรับลำซิ่งตำรับทางเครื่อง ประกอบลำซิ่ง

ทวี ถาวโร (2541) ได้วิจัยศึกษาภาพในการสร้างงาน ของคณะหมอลำและกระบวนการทำงานของคณะหมอลำ ผลการวิจัยสรุปได้ว่าคณะหมอลำมีขั้นตอนการทำงานแบ่งได้เป็น 6 ขั้นตอน คือ การรับงาน การเตรียมสถานที่แสดง การเตรียมตัวของนักแสดง การแสดงการพักระหว่างแสดง และภารกิจเมื่อเสร็จสิ้น การแสดง ซึ่งธุรกิจหมอลำจะประสบความสำเร็จได้ไม่ใช่ใช้ความสามารถในเชิงศิลปะหมอลำเท่านั้น ต้องอาศัยความสามารถใน ด้านการบริหาร การจัดการ การตลาด การประชาสัมพันธ์มีมนุษย์สัมพันธ์จิตวิทยา การปกครอง และปัจจัยอื่นๆ หลายเรื่องประกอบกัน

ปัทมาวดี ชาญสุวรรณ (2542) ได้ศึกษาพัฒนาการของหางเครื่องหมอลำ หมู่วาด ขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า หางเครื่องในคณะหมอลำมีพัฒนาการ ดังนี้ในระยะแรกเริ่มจากการออกมาพ็อนคล้ายกับการออกแขกของลิเกก่อนที่จะแสดงหมอลำต่อมาได้รับอิทธิพลจากวงดนตรีลูกทุ่งในการนำเครื่องดนตรี สากลมาใช้ในการบรรเลงประกอบการขับร้องและมีหางเครื่องมาแสดงเต้น ประกอบตลอดจนปรับปรุงเวที และสีเขียวให้ทันสมัยขึ้นตามอย่างวงดนตรีลูกทุ่ง กลายเป็นลูกทุ่งหมอลำอีสาน สำหรับองค์ประกอบของหาง เครื่องที่สำคัญที่สุด คือ ครูฝึก เพราะครูฝึกจะเป็นผู้กำหนดท่าเต้นกำหนดชุดการแสดง รูปแบบการแสดง ท่าเต้นตามเพลงจะใช้วิธีนับห้องดนตรีแล้วเปลี่ยนท่ามีประมาณ 6 - 8 สเต็ป มีทั้งเต้นหมู่และสลับกันเป็นทีมเต้นเข้า ออกในแต่ละเพลงต่อเนื่องกัน เรียกว่า การไหลมีทั้งการเต้นในแนวหน้าและหลังเวทีแนวข้างเวทีแนวเฉียง แนวโค้ง และแนวโค้งมีการเคลื่อนไหวทุกส่วนของร่างกาย การฝึกซ้อมมี 2 แบบ คือ ซ้อมย่อยและการซ้อมใหญ่ ขึ้นเวทีจริง เครื่องดนตรีที่ใช้บรรเลงจะเป็นเครื่องดนตรีสากลได้แก่กลองชุด กีตาร์คอร์ด

กีตาร์เบส กลองทอมบ้า ออร์แกน แซกโซโฟน ทัมเปต ทรัมโบน และเครื่องประกอบจังหวะ เป็นเครื่องดนตรีที่จัดอยู่ใน เกทสตรังคอมโม การบรรเลงมีทั้งเล่นตามโน้ต และเล่นตามความเขยชิน นักดนตรีส่วนใหญ่เป็นชายหางเครื่อง มีวิธีการแสดงคือการแสดงจะเริ่มขึ้น 3 ทูมในเวลา แสดงประมาณ 2-3 ชั่วโมง หรือประมาณ 20 กว่าเพลง จากนั้นจะเป็นการแสดงหมอลำ การแสดง หางเครื่องจะมีทั้งเต้นประกอบเพลง จินตลีลาและรีวิว ประกอบเพลง เทคนิคการแสดง จะใช้ไฟช่วยให้เกิดความสวยงาม มีทั้งไฟสปอรัทไลท์ไฟราว ไฟหมุนแบบ ดิสโก้ นอกจากนั้นมีการใช้ควันสีขาว ปลอ่ยจากด้านข้างเวทีในขณะที่หางเครื่องเต้นมีอุปกรณ์การแสดง เช่น ขนนกใช้ประดับประดา โครงเหล็กติดด้านหลังของเครื่องแต่งกาย ทำให้สวยงามตระการตายิ่งขึ้น

มะลิ ลำโรง (2543) ได้ศึกษาอารมณ์ขันการชมวิดิทัศน์การแสดงของวงดนตรีคณะเพชรพิณทอง ผลการศึกษาพบว่าการแสดงตลกของวงดนตรีคณะเพชรพิณทอง มีองค์ประกอบที่ทำให้เกิดอารมณ์ขัน มี 4 ประการ คือ รูปแบบการแสดงตลก ศิลปะการใช้ถ้อยคำเนื้อหาการแสดง ศิลปะการแสดง และ เทคโนโลยีมีรายละเอียดดังนี้รูปแบบการแสดงตลก แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ การเปิดการแสดง การเปิดตัวผู้แสดงการแสดงตลก และการสิ้นสุดการแสดง ในแต่ละขั้นตอน จะควบคุมการแสดงให้รัดกุมและ เหมาะสม ซึ่งส่งผลให้ผู้ชมชอบ และเกิดอารมณ์ศิลปะการใช้ถ้อยคำในการแสดงตลกมีจุดเด่นมากกว่าการร้อง เพลงซึ่งประกอบด้วยคำธรรมดา ถ้อยคำที่มีสัมผัสคล้องจองถ้อยคำที่โน้มน้าวจิตใจหรือโฆษณาชวนเชื่อ ถ้อยคำ ที่จินตนาการเกิดความเป็นจริง ถ้อยคำภาษาต่างประเทศ ถ้อยคำสอนและให้คติเตือนใจเนื้อหาการแสดงหรือ เรื่องราวที่ผู้แสดงตลกของวงดนตรีคณะเพชรพิณทองได้นำมาแสดงนั้นประกอบด้วยเนื้อหาด้านวรรณกรรม เนื้อหาทางด้านการประกอบอาชีพเนื้อหาทางด้านความเชื่อ เนื้อหาทางด้านข้อคิดและคติเตือนใจ และเนื้อหาทางด้าน วัฒนธรรม ซึ่งล้วนเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของชาวอีสานปัจจัยที่ส่งผลให้ ศิลปะการแสดงประสบ ความสำเร็จและได้รับความนิยมจากประชาชน มาประกอบด้วยจำนวนนักแสดง การแต่งกาย ลักษณะ บุคลิกลักษณะและการสร้าง บรรยากาศเทคโนโลยีด้านเครื่องดนตรี ระบบแสงเสียงและพาหนะในการเดินทาง มีส่วนสำคัญเช่นกัน

วิทยา สุทธิจันทร์ (2543) ได้วิจัยภูมิปัญญาพื้นบ้านในการแสดงวงโปงลางของวิทยาลัยนาฏ ศิลปะร้อยเอ็ด ผลการวิจัยสรุปได้ว่าภูมิปัญญาพื้นบ้านที่ปรากฏในการแสดงและเผยแพร่ วงโปงลางมี 2 ด้าน คือ ด้านดนตรีพื้นบ้านและด้านการแสดงนาฏศิลป์พื้นบ้าน ด้านดนตรีพื้นบ้านมี ดังนี้ ได้แต่งลายเพลงเพิ่มเติม โดยยึดทำนองหลักโบราณเพื่อใช้บรรเลงและประกอบการแสดงเพลงสำคัญได้แก่ เพลงเปิดวงเพลงเอกลักษณะไทย นอกจากนี้ได้พัฒนารูปทรงของเครื่องดนตรีให้สวยงามกระทัดรัดยิ่งขึ้นสะดวกใช้นั้นเอกลักษณ์ของอีสานนำ โห่ดมาปรับเสียงและเข้าใช้ในวง ด้านการแสดงนาฏศิลป์พื้นบ้านได้รวบรวมทำฟ้อนอีสานและพัฒนารูปแบบ การแสดงให้สวยงาม

น่าสนใจยิ่งขึ้นและยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้ การประดิษฐ์ชุดการแสดงแต่ละชุดจะนำแนวคิดมาจากวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความเชื่อ พิธีกรรม การละเล่น วรรณกรรมพื้นบ้าน การประกอบอาชีพ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ การประดิษฐ์ชุดการแสดงที่มีการเลือก ลวดลาย สี สัน เนื้อผ้า เครื่องประดับให้สอดคล้องกับความเป็นจริง

ดวงเดือน สดแสงจันทร์ (2544) ได้วิจัยการศึกษาเพลงพื้นบ้านของคณะขวัญจิต ศรีประจันต์ ผลการวิจัยสรุปได้ว่าในการจัดแสดงแต่ละครั้งมีส่วนสำคัญต่อการแสดง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านองค์ประกอบจะประกอบด้วย โอกาสในการเล่นเพลงพื้นบ้าน สถานที่ เวทีฉาก แสง เสียง เครื่องดนตรีเครื่องแต่งกาย พาหนะ จำนวนเวลา จำนวนผู้ชมตลอดจนการไหว้ครูเพลงพื้นบ้าน องค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ ต้องมีความพร้อมความสมบูรณ์ทันสมัย จึงจะทำให้นักแสดงมีความเชื่อมั่น ศรัทธาและจะส่งผลต่อการแสดงของนักแสดง ด้านรูปแบบการแสดงต้องมีการเตรียมตัวก่อนการแสดงมีการตั้งเครื่องกานต การโหมโรง การร้องไหว้ครู การเริ่มต้นการแสดง การร้องเนื้อหาในบทต่าง ๆ การเปิดตัวแม่ขวัญจิต การร้องแทรกด้วยเพลง การใช้มุขตลกต่าง ๆ ให้เหมาะกับสถานการณ์ในแต่ละขั้นตอนของการแสดง ผู้เล่นต้องมีการฝึกหัด ฝึกฝนมาอย่างดีจนเกิดความชำนาญ จึงจะทำการแสดงมีความพร้อมและเมื่อแสดงจริงจะออกมาดีเป็นที่ชื่นชมและประทับใจของผู้ชม

กวีศิลป์วิษณุ เมืองจันทร์ (2549) ได้ศึกษาภูมิปัญญาการสร้างสรรค์หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะแสงคอกำ ผลการวิจัยสรุปว่า หมอลำ มีภูมิปัญญา 4 ด้าน ดังนี้ ด้านการประพันธ์บท ด้านการแสดงและด้านเศรษฐกิจของคณะหมอลำซึ่งผู้วิจัยจะขอเสนอเฉพาะภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องมีดังนี้ ด้าน การแสดงลำเรื่องต่อกลอนประกอบด้วย ด้านผู้แสดง ด้านฝึกซ้อม ด้านโอกาส ในการแสดงด้านการแต่งกาย และแต่งหน้า ด้านขั้นตอนการแสดง ด้านฉากประกอบการแสดง ด้านเวทีไฟแสงสีและเสียง ด้าน ศิลปะการแสดงและด้านดนตรีประกอบ การแสดง ภูมิปัญญาด้านการแสดงดนตรีเพลงและหางเครื่องพบว่า มี องค์ประกอบดังนี้ เพลงหางเครื่องพบว่า มีองค์ประกอบดังนี้ เพลงหางเครื่อง ขั้นตอนการแสดง การฝึกซ้อม ภูมิปัญญา ด้านสังคมและเศรษฐกิจ ผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างทางสังคมมีกลุ่มคนที่ทำหน้าที่ตามบทบาทของตนเอง เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างปกติการแข่งขันทางการตลาดและการลงทุนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง จำนวนสมาชิกที่มีมากขึ้น ทำให้มีการจัดองค์กรระเบียบแบบแผนเรื่องหน้าที่และการจัดแบ่งรายได้ความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีทั้งระบบเครือญาติเพื่อน ลูกน้อง ลูกจ้าง และนายจ้างเป็นความสัมพันธ์ที่อยู่บนฐานของความช่วยเหลือเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่

ศุภวรรณ อุบลเลิศ (2550) ได้วิจัยการพัฒนา รูปแบบการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมดนตรี และการแสดง พื้นบ้านอีสานของวิทยาลัยนาฏศิลป์ผลการวิจัยสรุปได้ว่า รูปแบบในการจัดแสดง หรือกระบวนการนำเสนอ มี 3 ขั้นตอน คือ บทนำ เนื้อหา บทสรุป และรายละเอียดปลีกย่อยที่ทำให้ การแสดงมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คือ จัดการแสดงให้เหมาะสมกับโอกาสมีหลักในการจัดแสดงดังนี้ ความพร้อมเพียง ในการแสดงและบรรเลง มีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย เน้นการอนุรักษ์ ภาษาและเนื้อร้อง มีการแสดงตลกแทรก พัฒนารูปแบบการ แสดงตามกระแสความนิยมของสังคม/ เจ้าภาพ/สถานที่/เวลา/สถานที่

พรสวรรค์ พรดอนก่อ (2551) ได้ศึกษาการพัฒนาการจัดการศิลปะการแสดงหมอลำ กลอนใน จังหวัดอุดรธานีพบว่า ภูมิปัญญาในการบริหารจัดการแสดงหมอลำกลอน ประกอบด้วย การวางแผนจะเริ่มที่การรับงานการเดินทางไปแสดงการทำสัญญา การแสดงการจัดองค์การมีการจัด องค์การแบบครบวงจร โดยมีหมอลำในสังกัดห้องบันทึกลีเกิ้ลที่พักและอาหารสำหรับสมาชิกใน คณะและมีศูนย์ถ่ายทอดภูมิปัญญา เพื่อสร้างศิลปินในสังกัดให้มีความสามารถหลากหลายมีการรับ งานตลอดปีก่อให้เกิดรายได้มีเงินหมุนเวียนกระจายรายได้ให้สมาชิกการจัดคนเข้าทำงานจัดตาม ความถนัดและความสามารถการอำนวยความสะดวกจะมีความยุ่งยาก ซับซ้อนขึ้นอยู่กับขนาดของ องค์การการอำนวยความสะดวกเป็นการป้องกันปัญหาเตรียมความพร้อมก่อนการแสดง การ ประสานงานขึ้นอยู่กับขนาดของคณะ และปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกที่จะทำให้การประสานงานมี ความยุ่งยากประสานทั้งภายในภายนอกคณะใช้ระบบเทคโนโลยีการสื่อสารมาเป็นเครื่องมือในการ ประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องการรายงานใช้ สรุปผลการแสดงว่าการแสดงแต่ละครั้งจะต้องมีอะไร ปรับปรุงแก้ไขอย่างไรได้รับคำแนะนำและชื่นชมอย่างไรใช้ในเรื่องของการรับงานการสรุป ค่าใช้จ่ายและแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ

เชียรชัย อิศรเดช และคณะ (2547) ศึกษาเรื่องศักยภาพโนราห์ในการพัฒนาท้องถิ่น พบว่าโนราห์มีการปรับตัวในหลายรูปแบบ ดังนี้ การปรับตัวของสื่อโนราห์บันเทิงมีการเข้ามาของ สื่อสมัยใหม่ที่แย่งชิงพื้นที่ทำให้ต้องปรับตัว โดยใช้ขนาดของเวทีการแสดงการใช้ดนตรีสากลเป็น จุดขายการปรับตัวของสื่อโนราห์กับการท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเข้ามาในท้องถิ่นทำให้ต้องปรับตัว เช่น นำไปแสดงประกอบการรับประทานอาหารในโรงแรมเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวการปรับตัว ด้านกระบวนการสื่อสารโดยการปรับผู้ส่งสารให้เป็นผู้หญิงที่สามารถประกอบพิธีกรรมได้ การ ปรับเนื้อหาโดยเป็นเนื้อหาด้านการรณรงค์ในประเด็นต่าง ๆ ที่สำคัญของสังคมการปรับช่องทาง การสื่อสาร โดยการเพิ่มพื้นที่และขยายช่องทางในสถาบันการศึกษาสามารถโยกย้ายเวลาในการ แสดงและขยายช่องทางในสื่อสมัยใหม่ รวมถึงการปรับตัวด้านผู้รับสารที่มีการสืบทอดผู้รับสารรุ่น ใหม่มากขึ้น

สุบรรณ จันทบุตร และทองมาก จันทะลือ (2547) ศึกษาเรื่อง สถานภาพและบทบาทของหมอลำท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคม: กรณีศึกษาหมอลำในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า หมอลำเป็นการแสดงพื้นบ้านที่มีมายาวนานนับศตวรรษ ถือกำเนิดจากประเพณีวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่ดำเนินอย่างเรียบง่ายโดยยึดถือขนบนิยมและจารีตตามหลักของศาสนา ในสภาวะสังคมแบบดั้งเดิมอ่านไม่ออกเขียนไม่ได้หมอลำหมอลำยกย่องว่าเป็นปราชญ์ของสังคมเป็นผู้สืบทอดและถ่ายทอดภูมิปัญญา ตลอดจนจรรยาบรรณนิยมประเพณี วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นควบคู่กับวัดในยุคที่วัฒนธรรมดั้งเดิมได้สูญสลายไป ระบบเศรษฐกิจเปลี่ยนจากการผลิตแบบยังชีพมาเป็นการผลิตเพื่อขาย ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรม ตลอดจนโลกทัศน์ของคนดูเปลี่ยนไป หมอลำซึ่งเดิมเป็นผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญาและวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมต้องปรับเปลี่ยนตัวเองมาตลอดเพื่อความอยู่รอด จากหมอลำพื้น หมอลำกลอน มาเป็นหมอลำเพลิน หมอลำซิ่ง และลูกทุ่งหมอลำในที่สุด หมอลำมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดทุกสมัยการปรับเปลี่ยนของหมอลำเกิดจากลักษณะเด่นที่เป็นวัฒนธรรมพื้นบ้าน (Folk Art) อยู่ 3 ประการ คือ 1) เรียบง่าย 2) ไม่ซับซ้อนเชิงสุนทรียะแบบศิลปะชั้นสูงใกล้ชิดผู้ชม และ 3) มีความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินผู้แสดงกับผู้ดูการแสดง หมอลำมีการปรับเปลี่ยนตัวเองตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันยิ่งในช่วงกระแสวัฒนธรรมสมัยใหม่อันเป็นยุคข้อมูลข่าวสารศิลปะการแสดงหลาย ๆ ภาคได้สูญสลายไปกับกระแสความนิยมแบบใหม่แต่หมอลำกลับสามารถปรับตัวเองให้กลมกลืนได้กับสื่อมวลชนสมัยใหม่แต่ปัญหาที่ตามมาคือ หลังจากการปรับตัวให้กลมกลืนได้กับสื่อมวลชนแล้ว หมอลำได้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของเนื้อหาและการนำเสนอจนทำให้โครงสร้างบางอย่างที่เป็นศิลปะพื้นบ้าน (Folk Art) ล่มสลายไปได้ในอนาคตกาลหมอลำอาจเหลือเพียงชื่อว่าเป็นหมอลำแต่แก่นแกนสารได้ถูกเปลี่ยนแปลง จนทำให้ไม่สามารถหารากเหง้าหรือกำเนิดได้จึงเป็นเรื่องที่น่าเสียดายที่การแสดงพื้นบ้าน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของชนบทอีสานในอดีตได้เหลือเพียงตำนานของช่วงหนึ่งในกาลเวลาเช่นเดียวกับการแสดงอื่น ๆ

ประยูทธ วรรณอุดม (2549) ศึกษาเรื่อง กระบวนการต่อรองของหมอลำและผู้ชมหมอลำ ที่มีต่อบทบาทและอิทธิพลของระบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรม วิเคราะห์ประเด็นหลัก 4 ประเด็น คือ 1. เส้นทางสายวัฒนธรรมของหมอลำมีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตจนมาสู่ยุคอุตสาหกรรม วัฒนธรรมในปัจจุบันทำให้หมอลำอยู่ในวัฏจักรแบบอุตสาหกรรมทั้ง 3 ขั้นตอน คือ กระบวนการผลิต (Production) กระบวนการกระจายสินค้า (Distribution) และกระบวนการบริโภค (Consumption) 2. ต้นทุนทางวัฒนธรรมของหมอลำ 3. การต่อรองของหมอลำ และ 4. การต่อรองของผู้ชมหมอลำ พบว่าหมอลำทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ หมอลำกลอน หมอลำกลอนซิ่ง และหมอลำซิ่งมีการปรับตัวโดยเลือกสรรวัฒนธรรม (Tradition of selection) ที่มีลักษณะร่วมกันในการสืบทอด ดังนี้ (1) การสร้างสรรค์ชิ้นใหม่ (Recreate) มีการสร้างรูปแบบและเนื้อหาการแสดงชิ้นใหม่หลาย

อย่าง เช่น ชุดเสื้อผ้าของหมอลำและหางเครื่อง อลังการ หรือการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ของแสง สี ระบบเครื่องเสียง เครื่องมือ อุปกรณ์การแสดงที่จะทำให้การแสดงน่าตื่นตาตื่นใจ เป็นต้น (2) การผสมผสาน (Hybrid) มีการผสมผสาน “ความเก่า” เช่น การใช้กลอนลำและทำนองการลำผสม “ความใหม่” อยู่ในรูปแบบการแสดงเพลง โขว์ที่มีการใช้หางเครื่อง จำนวนมาก ๆ ประกอบการแสดงมากขึ้น เป็นต้น (3) การเลียนแบบ (Imitation) หมอลำสมัยใหม่ในยุคอุตสาหกรรมวัฒนธรรม มีการ “ดูงาน” หรือดูตัวอย่างการแสดงอื่น ๆ นอกเหนือจากการแสดงแบบพื้นบ้าน เช่น ไปชมการแสดงที่แปลกตาอย่าง คาบาเรต์ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการแสดง เป็นต้น (4) การสร้างมาตรฐาน (Standardization) มีการสร้างรูปแบบบางอย่างให้เป็นมาตรฐาน ที่เป็นรูปธรรมและจัดระดับความ มีมาตรฐานในสายตาของผู้ชมได้ เช่น เวที หางเครื่อง เป็นต้น (5) การผลิตซ้ำ (Reproduce) ทั้งเชิงรูปธรรมและนามธรรม ผลิตซ้ำ “ความเป็นตัวแทน” ของคนอีสาน เป็นเชิงสัญลักษณ์และเป็น นามธรรม มีการผลิตซ้ำที่เป็นรูปธรรม เช่น เทป วีซีดี การแสดงสด (6) การปรับเปลี่ยน (Adaptive) มีการปรับเปลี่ยน โดยให้ความสำคัญกับรูปแบบการแสดงที่ใช้ความฉาบฉวย และหิวหว่า ที่เพื่อเอา สุนุกและเพื่อความบันเทิงมากขึ้นและตัดทอนการแสดงที่ประณีตละเอียดอ่อนและมีสุนทริยะ เช่น เนื้อหาการลำลดน้อยลง (7) การเพิ่มเข้ามาแทน (Addition) มีการการนำมาทดแทนแบบเพิ่มเติม เข้าไปด้วย คือ เป็นการใช้ทั้ง 2 อย่าง เช่น หมอลำใช้การเดินเพิ่มเข้ามาผสมกับการฟ้อนที่มีท่วงท่า แม่บทสวยงามโดยมีทั้งส่วนที่คงไว้อย่างเดิมส่วนที่สร้างขึ้นใหม่และส่วนที่ปรับเปลี่ยนซึ่งหมอลำ กลอนจะปรับเปลี่ยนตามหลักแบบรักษาแก่นปรับเปลี่ยนเปลือกหมอลำกลอนซึ่งจะปรับเปลี่ยนแบบรักษา แก่น เปลี่ยนเปลือกหมอลำซึ่งจะปรับเปลี่ยนแบบทั้งแก่นรักษาเปลือกส่วนหมอลำเรื่องต่อกลอน จะปรับเปลี่ยนแบบรักษาเปลือกเปลี่ยนแก่น ทั้งนี้การปรับเปลี่ยนขึ้นอยู่กับประเภทของหมอลำ เป็นสำคัญ

สุรพล เนสุสินธุ์ (2550) ศึกษาเรื่อง พัฒนาการการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนทำนอง ขอนแก่น คณะระเบียบวาทศิลป์ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า การดำรงอยู่ของคณะระเบียบ วาทศิลป์ แบ่งได้ 4 ด้าน ด้านการแสดง เริ่มจากการคัดเลือกเลือกนักแสดง ซึ่งยึดหลักความ เหมาะสม สองด้านเทคโนโลยีมีการพัฒนาระบบแสง สี เสียง เวทีและฉากอย่างอลังการคล้ายกับ คอนเสิร์ตลูกทุ่งหมอลำของค่ายเพลงดังต่าง ๆ สามด้านเศรษฐกิจคณะจะเน้นสร้างรายได้ให้กับ สมาชิก สี่ด้านสังคมและวัฒนธรรม คณะโดยสรุปแล้วการพัฒนารูปแบบของหมอลำเพื่อต้องการสืบ ทอดและดำรงอยู่ต่อไป

สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ (2551) ศึกษาเรื่อง การสืบทอดสื่อพื้นบ้านแห่งดึก จังหวัดจันทบุรี เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน พบว่า การเปลี่ยนแปลงของบริบทชุมชน อันเนื่องมาจาก ผลกระทบจากปัจจัยภายนอกส่งผลต่อการสืบทอดแห่งดึกในลักษณะของการปรับตัวได้แก่การปรับ

โครงสร้างองค์การปรับการรับสมาชิกการปรับแรงจูงใจในการเข้าสู่องค์การปรับรูปแบบการสอน การปรับวิธีสอน การปรับความหมาย การปรับตัวของศิลปิน การปรับเนื้อหาการปรับพื้นที่ ช่องทางวาระ โอกาสการปรับผู้ชมการปรับต้นทุนและการปรับการมีส่วนร่วมส่วนบทบาทที่ สื่อมวลชนไม่สามารถทดแทนได้เช่นการเป็นที่พึ่งทางใจการสมานรอยร้าวในชุมชนและการ เสริมสร้างอัตลักษณ์ให้แก่ชุมชน

พรสวรรค์ พรคอนก้อ (2551) ได้ศึกษาการพัฒนาการจัดการศิลปะการแสดงหมอลำ กลอนในจังหวัดอุดรธานี พบว่า ภูมิปัญญาในการบริหารจัดการแสดงหมอลำกลอนประกอบด้วย การวางแผนจะเริ่มที่การรับงาน การเดินทางไปแสดง การทำสัญญา การแสดง การจัดองค์การ มีการ จัดองค์การ แบบครบวงจร โดยมีหมอลำในสังกัด ห้องบันทึกเสียง ที่พักและอาหารสำหรับสมาชิก ในคณะและมีศูนย์ถ่ายทอดภูมิปัญญา เพื่อสร้างศิลปินในสังกัดให้มีความสามารถหลากหลายมีการ รับงานตลอดปีก่อให้เกิดรายได้มีเงินทุนหมุนเวียนให้สมาชิกการจัดคนเข้าทำงานตามความถนัด และความสามารถการอำนวยความสะดวกจะมีความยุ่งยากซับซ้อนขึ้นอยู่กับขนาดขององค์การ การอำนวยความสะดวกเป็นการป้องกันปัญหาเตรียมความพร้อมก่อนการแสดงการประสานงาน ขึ้นอยู่กับขนาดของคณะและปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกที่จะทำให้การประสานงานมีความยุ่งยาก ประสานทั้งภายในภายนอกคณะใช้ระบบเทคโนโลยีการสื่อสารมาเป็นเครื่องมือในการ ประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องการรายงานใช้สรุปผลการแสดงว่าการแสดงแต่ละครั้งจะต้องมีอะไร ปรับปรุงแก้ไขอย่างไรได้รับคำแนะนำและชื่นชมอย่างไรใช้ในการของการรับงานการสรุป ค่าใช้จ่ายและแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ

น้ำใจ อุทร์ักษ์ (2553) ได้ศึกษาการศึกษาและแนวทางการพัฒนาหมอลำเรื่องต่อกลอน ในภาคอีสาน พบว่า หมอลำเกิดจากการนำกลอนลำ มาผูกเป็นเรื่องราวหรือนิทานพัฒนามาจาก ลำพื้นบ้านลำมี 3 ทำนองหลัก คือ ทำนองอุบล ทำนองขอนแก่น ทำนองกาฬสินธุ์ ลำเรื่องต่อกลอน เกิดจากการผสมผสานระหว่างลำพื้นอีสานกับลักษณะของภาคกลางโดยนำเอาเรื่องราวมาแสดงจาก นิทานพื้นบ้าน นิทานชาดกและนิยายที่แต่งขึ้นใหม่ผู้แสดงมีน้อยเฉพาะผู้แสดงหลักของเรื่อง รับเอาแบบอย่างด้านการแต่งกาย จาก เวทีมาผสมผสานกับศิลปะพื้นบ้านอีสาน ด้านการแสดงมีการ คัดแปลงจากลำพื้นเป็นลำหมู่หรือลำเรื่องต่อกลอนมีการพัฒนาการที่ชัดเจนในปี 2485 แบ่งการ พัฒนาออกเป็น 3 ช่วงช่วงที่ 1 ปี พ.ศ. 2510 - 2520 ลำหมู่หรือลำเรื่องต่อกลอนได้รับอิทธิพลจาก กระแสลูกทุ่ง มีการนำเพลงลูกทุ่งมาแสดงประกอบลำเรื่อง ช่วงที่ 2 ปี พ.ศ. 2521 - 2539 กระแส ความนิยมลำเรื่องลดลงเนื่องจากวัฒนธรรมเปลี่ยนไป และช่วงที่ 3 พ.ศ. 2540 - ปัจจุบัน คณะหมอลำได้ปรับรูปแบบการแสดงของคณะแบ่งออกเป็น 2 ช่วงช่วงแรกเป็นการแสดงดนตรี เพลงและหางเครื่อง ช่วงที่ 2 เป็นการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนแต่ละคณะพยายามกระตุ้นให้ผู้ชม

สนใจการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน โดยปรับปรุงแบบการแสดงที่น่าสนใจแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงด้านรูปแบบการแสดง โดยรวมโดยเน้นการแสดงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นด้านการแต่งกายในการแสดงด้านการจัดเวทีแสงสีเสียงด้านวรรณกรรมคำกลอน โดยเน้นการประพันธ์คำกลอนดนตรีและทำนองรำ ด้านการแสดงทางเครื่อง ด้านการบริหารจัดการวง และด้านการบริหารจัดการรายได้

ทิพย์รัฐ กฤษสุนทร (2552) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์การปรับตัวของสื่อพื้นบ้าน : ศึกษากรณีเพลงโคราช จังหวัดนครราชสีมา พบว่าเพลงโคราชมีการปรับตัวออกเป็น 4 ยุค คือ ยุคเพลงโคราชแบบดั้งเดิม ยุคเพลงโคราชแก๊บน ยุคเพลงโคราชประยุกต์ และยุคโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส.) โดยมีการปรับตัวในคุณลักษณะ ด้านรูปแบบและเนื้อหาด้านกระบวนการสื่อสารด้านบทบาทหน้าที่ด้านการสืบทอดเป็นผลมาจากปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง คือ 1) การเข้ามาของสื่อบันเทิงสมัยใหม่ 2) การดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ 3) การเกิดอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี วิกฤตการณ์เศรษฐกิจตกต่ำผู้รับสาร โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นลดน้อยลง

ชนิษฐา ทองชุ่ม (2553) ศึกษาเรื่อง การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของสื่อพื้นบ้านประเภทลิเก กรณีศึกษา ลิเกคณะไชยา-แอน มิตรชัย พบว่า ด้านรูปแบบมีการปรับตัวในเรื่องของสถานที่แสดง เวทีแสดง รูปแบบเครื่องแต่งกาย อุปกรณ์ประกอบการแสดง ขั้นตอนการแสดง ผู้แสดงในด้านเนื้อหา มีการปรับตัวในเรื่องของการรำ การร้อง เรื่องที่แสดง ดนตรีประกอบการแสดง นอกจากนี้ ยังพบการปรับตัวในเรื่องของบทบาทหน้าที่ แนวทางในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของสื่อพื้นบ้านประเภทลิเก และการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของลิเกคณะไชยา-แอน มิตรชัยในอนาคตอีกด้วย (3) ปัจจัยที่เอื้อและเป็นอุปสรรคต่อการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของสื่อพื้นบ้านประเภทลิเก กรณีศึกษา ลิเกคณะไชยา-แอน มิตรชัย ได้แก่ ปัจจัยภายใน พบว่า มีความสามารถของผู้แสดง การเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง รูปร่างหน้าตา เวลาและสุขภาพ ทุนทรัพย์ของไชยา-แอน มิตรชัย ทุนวัฒนธรรมของไชยา-แอน มิตรชัย อายุของผู้แสดง จำนวนของผู้แสดง ผู้เล่นดนตรีปี่พาทย์ การเชื่อมความสัมพันธ์การจัดการ ฯลฯ ปัจจัยภายนอก พบว่า มีสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม บริบทแวดล้อม ความทันสมัย ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ผู้ชม แม่ยก คู่แข่ง สภาพอากาศสถานที่

ศุภรีดา ซ่อลำไย (2549) ศึกษาเรื่องเครือข่ายการสื่อสารและการดำรงอยู่ของแฟนคลับ ชงชัย แมคอิน ไต้ ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะและพฤติกรรมการสื่อสารของแฟนคลับทั้ง 3 กลุ่มมีลักษณะคล้ายคลึงกัน จะแตกต่างกันในเรื่องของช่วงเวลาในการก้าวเข้าสู่การเป็นแฟนและระยะเวลาในการเป็นแฟนคลับซึ่งมีการแบ่งแฟนคลับออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) แฟนคลับที่ก้าวเข้าสู่การเป็นแฟนคลับตั้งแต่ ชงชัย แมคอิน ไต้ เป็นนักแสดง 2) แฟนคลับที่ก้าวเข้าสู่การเป็นแฟนคลับ

ตั้งแต่ ชงชัย แมคอินไตย์ เป็นนักร้อง 3) แฟนคลับที่ก้าวเข้าสู่การเป็นแฟนคลับตามสมาชิกครอบครัว จากการวิจัยพบว่า แฟนคลับทั้ง 3 กลุ่มจะมีการใช้สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล เพื่อสานสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในเครือข่ายมีการทำกิจกรรมร่วมกันทั้งในพื้นที่ของแฟนคลับและพื้นที่ในชีวิตประจำวันทั้งการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ และการทำกิจกรรมล้วนแต่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เครือข่ายมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลาที่มีการดำเนินงานที่ต่อเนื่องเครือข่ายแฟนคลับจึงมีเสถียรภาพและดำรงอยู่ได้อย่างยาวนานผลการสัมภาษณ์แฟนคลับพบว่า การเป็นแฟนคลับเป็นการรวมกลุ่มของคนที่มีชื่นชอบศิลปินเดียวกันที่รวมกลุ่มกันเพื่อต้องการแสดงออกที่มั่นใจกันและต้องข่าวสารที่หลากหลายมากขึ้น โดยกลุ่มแฟนคลับจะมีศิลปินที่ชื่นชอบเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายเป็นที่พึ่งทางใจและศิลปินเป็นที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ

ภัทรนันท์ หนูนุกักดี (2550) ศึกษาเรื่อง แฟนคลับ : กระบวนการกลุ่มพฤติกรรมสมาชิกพบว่า กลุ่มแฟนคลับคือคนที่ชื่นชอบในศิลปินคนเดียวกันรวมกลุ่มกันสร้างพื้นที่ในสังคม เพื่อแสดงถึงตัวตนสมาชิกแฟนคลับเสมือนเป็นเครื่องมือต่อรองและเรียกร้องการกระทำที่เหมาะสมจากคนในสังคม กลุ่มมีโครงสร้างหลวมโดยมีเว็บไซต์เป็นศูนย์กลางในการขับเคลื่อนกลุ่มองค์ประกอบที่ทำให้กลุ่มแฟนคลับยังคงอยู่ในสังคมคือ โครงสร้างที่เข้มแข็ง สมาชิกมีความผูกพันกันอย่างเหนียวแน่นสมาชิกแสดงบทบาทหน้าที่ของตนเองทั้งก่อนและหลังเป็นสมาชิกบรรทัดฐานกลุ่มไม่ขัดต่อบรรทัดฐานของสังคมและสถานภาพกลุ่มที่สามารถดึงดูดให้สมาชิกต้องการเข้าเป็นส่วนหนึ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเข้าเป็นสมาชิกแฟนคลับคือ ปัจจัยทางสังคม ได้แก่บุคคลอ้างอิงหรือตัวศิลปินปัจจัยต่อมา คือ ปัจจัยคาดหวัง ได้แก่ ความต้องการใกล้ชิดศิลปิน ความต้องการทราบข้อมูลข่าวสารของศิลปินและต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากการดำเนินชีวิตในสังคมโลกาภิวัตน์

ศุภวรรณ อุบลเลิศ (2550) ได้วิจัยการพัฒนา รูปแบบการเผยแพร่ศิลปินวัฒนธรรมดนตรีและการแสดงพื้นบ้านอีสานของวิทยาลัยนาฏศิลป์ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า รูปแบบในการจัดแสดงหรือกระบวนการนำเสนอมี 3 ขั้นตอน คือ บทนำ เนื้อหา บทสรุป และรายละเอียดปลีกย่อยที่ทำให้การแสดงมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คือ จัดการแสดงให้เหมาะสมกับโอกาสมีหลักในการจัดแสดง ดังนี้ ความพร้อมเพรียงในการแสดงและบรรเลงมีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายเน้นการอนุรักษ์ภาษาและเนื้อร้องมีการแสดงตลกแทรกพัฒนา รูปแบบการแสดงตามกระแสความนิยมของสังคม เข้าภาพสถานที่และเวลา

สุริย์รัตน์ โกสุมศกมาลา (2551) ศึกษาเรื่อง บทบาทของการสื่อสารต่อการชำระรักษาเครือข่ายแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อก ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมสื่อสารของแฟนคลับทั้งในการสื่อสารระหว่างแฟนคลับกับศิลปินและระหว่างแฟนคลับด้วยกันเองจะผ่านการใช้สื่อต่าง ๆ

4 ประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อสมัยใหม่ และสื่อวัตถุ แฟนคลับจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อที่ค่อนข้างมากและมีการใช้แบบบูรณาการเพื่อให้ได้ข้อมูลตอบสนองความต้องการของตนเองอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบอีกว่า การสื่อสารกันในพื้นที่ละช่วงเวลาต่าง ๆ กัน คือ 1) พื้นที่ในช่วงชีวิตประจำวัน แฟนคลับจะติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลและมีการสร้างสัมพันธ์ส่วนตัวขึ้นมา 2) พื้นที่ในช่วงเวลาพิเศษอันได้แก่ กิจกรรมคอนเสิร์ตและกิจกรรมแฟนคลับ แฟนคลับจะมีการ อวดอวดลักษณะของตนเองและออกมาอย่างอิสระด้วย

White (1981) ได้ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวกับธุรกิจการแสดงพบว่า เป็นเรื่องยากที่จะได้รับคำตอบที่น่าพอใจต่อคำถามด้านปัจจัยที่ศึกษาด้านระดับของธุรกิจการแสดงในแหล่งวิจัยอิสระมากมายที่พยายามจะอธิบายด้านธุรกิจ การแสดง พยายามที่จะอธิบายธุรกิจด้านการแสดงมีปัจจัยที่มักจะมี ความแตกต่างกันการใช้ การอธิบายด้วยกรอบแนวคิดที่แตกต่างกันและหลากหลายภาษา และการศึกษาใน องค์กรต่าง ๆ ที่มีแตกต่างกันแบบอย่างการจัดการแสดงได้รับการปรับปรุงที่ เหลือมล้ำผสมผสานและอธิบาย ในตัวแปรร่วมจากองค์กรธุรกิจแบบอุตสาหกรรม ทฤษฎี ขององค์กรและนโยบายด้านธุรกิจเป็นต้น ว่าตำแหน่งด้านธุรกิจ อุตสาหกรรม ด้านสิ่งแวดล้อม แพลนกลยุทธ์และโครงสร้าง ต้นแบบได้ทำงานในรูป ของการทดสอบความอย่างละเอียด โดยการใช้ หลักการธุรกิจเป็นหน่วยวิเคราะห์และโดยการใช้กรอบของ ความคิดด้านกลยุทธ์และบริบทของ โครงสร้างซึ่ง ตอบสนองต่อระบบธุรกิจ มันเป็นสิ่งที่ได้นำไป สู่งบการเงินประเมินค่าอุตสาหกรรม ที่แตกต่างกันและสภาวะการแข่งขันในขณะที่การศึกษาผลกระทบของ แพลน กลยุทธ์และบริบทของ โครงสร้าง

Venkatraman (1987) ได้ศึกษาระบบการจัดการด้านธุรกิจการแสดง พบว่า ในมาตรการ ด้าน เศรษฐกิจด้านธุรกิจการแสดง (BEP) เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยต้องติดตามให้ทันต่อสถานการณ์เนื่องจาก เป็นสิ่งที่แสดงถึง ระบบการจัดการที่ผู้วิจัยต้องนำมาเป็นเหตุเป็นผลต่อการพัฒนาระบบการจัดการ มีการกำหนดคุณภาพ ด้านมาตรการในการจัดการหรือไม่ มีระบบการขายที่มีความหลากหลาย การ นำระบบการลงทุนเข้ามาใช้ในการ จัดการ และการพัฒนาการกำหนดค่าแรงขั้นต่ำ และการใช้ความ เอาใจใส่ในการจัดการจะทำให้มีการจัดระดับ ความระดับของหลอมรวม 2 มาตรการ คือ ข้อมูลจาก บริษัทหลักและข้อมูลวางแผนลำดับที่สองบริษัท จากการใช้องค์ประกอบด้านทรัพยากรภายนอกที่ เกิดขึ้น การใช้วิธีการ Multi Trait, Multi Method (MTMM) และการวิเคราะห์ด้วยระบบ Confirmatory Factor Analysis (CFA) ในสาเหตุของ CFA และ MTMM

GUI Program News (2007) ได้ศึกษาธุรกิจด้านการแสดง พบว่า ธุรกิจด้านการแสดง โอลิมเปีย วอช ได้ประกาศให้ทราบถึงโครงการ และ Project sheet R), Tash Sheet (TM) และ Top Sheet (TM) ได้ วางแผนโครงการด้านข้อมูลให้ได้รับการกะเกณฑ์การประเมินสูงสุดไว้ในกรณีของ

การใช้และการแสดง ประกอบอย่างหนึ่งจาก PM Network นิตยสารชื่อดังของ สถาบัน Project Management เป็นองค์กรด้านการจัดการที่มีผู้จัดการด้านการจัดการมืออาชีพมากกว่า 200,000 คน และมีฐานข้อมูลที่จะใช้ในการวางแผนการจัดข้อมูลธุรกิจด้านศิลปะให้มีคุณภาพมาตรฐานมากที่สุดราคาสมเหตุสมผล มีตัวอย่างงานที่มี สำนักงานดูแลจัดการให้ข้อมูล

ยูล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ได้กล่าวว่า การศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารในงานด้านการสื่อสารมวลชนนั้นได้รับความสนใจจากนักสื่อสารมวลชนมาตั้งแต่ยุคเริ่มแรกที่มีการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์เกิดขึ้น เมื่อนักสื่อสารมวลชนให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพของการสื่อสารและเนื่องจากผู้รับสารนั้นเป็นตัวแปรที่จะให้ข้อมูลแก่นักสื่อสารมวลชนได้มากที่สุดนักสื่อสารมวลชนจึงให้ความสนใจว่าการสื่อสารครั้งนั้น ๆ สัมฤทธิ์ผลและมีประสิทธิภาพตามที่ผู้ส่งสารต้องการหรือไม่งานวิจัยในยุคเริ่มแรกจึงเป็นความพยายามที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับผู้รับสารและพฤติกรรมเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อต่าง ๆ (media exposure) ของผู้รับสารเพื่อจะดูความนิยมของผู้รับสารในการเปิดรับสื่อว่ามีมากน้อยเพียงไร ยกตัวอย่างเช่น ผู้รับสารนิยมอ่านหนังสือ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร เป็นสัดส่วนอย่างไร ดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ หรือไปชมภาพยนตร์นอกบ้านเป็นสัดส่วนอย่างไร เพื่อที่จะได้นำเอาข้อมูลเกี่ยวกับความนิยมของผู้รับสารต่อสื่อประเภทต่าง ๆ มาใช้ในการคาดคะเนและวางแผนที่จะเข้าถึงการเปิดรับสื่อของกลุ่มผู้รับสารที่ตนต้องการนอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์ผู้รับสารในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมหรือระดับการศึกษาโดยจะศึกษาหาข้อมูลว่าแต่ละกลุ่มประชากรมีการเปิดรับสื่อในลักษณะเดียวกันหรือไม่และแต่ละกลุ่มประชากรเปิดรับสื่อประเภทใดมากกว่าสื่ออื่น ๆ ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับ ไปวางแผนการเพื่อสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายได้

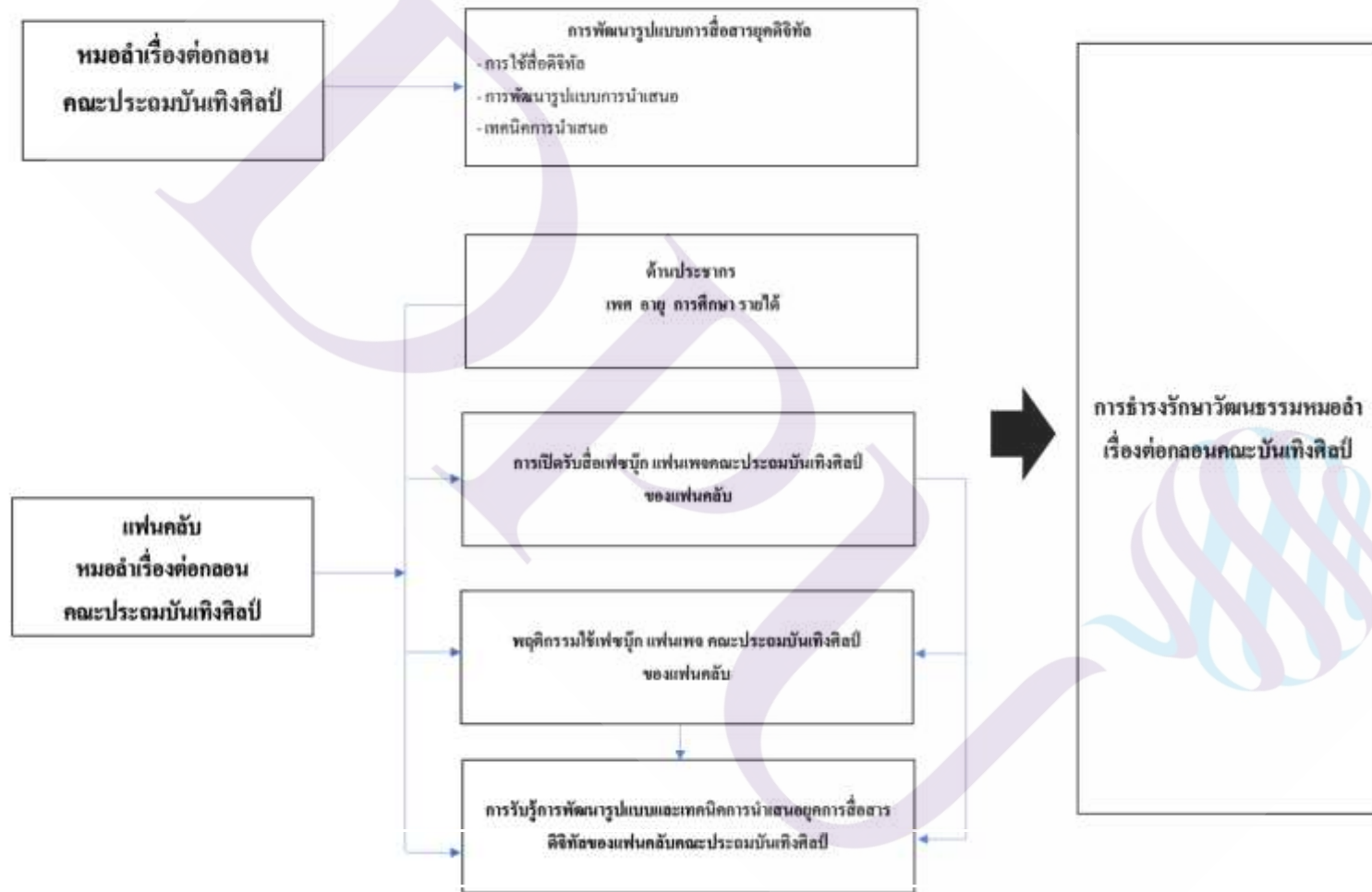
พิระ จิระโสภณ (2532) ได้กล่าวว่า การวิจัยการสื่อสารมวลชนในระยะเริ่มแรกผู้วิจัยมุ่งศึกษาผู้รับสารในฐานะที่เป็นฝ่ายถูกป้อนข่าวสารฝ่ายเดียวแต่ในระยะหลังมีการศึกษาพบว่าผู้รับสารมิใช่ผู้ถูกกระทำ (passive) หรือถูกป้อนฝ่ายเดียวแต่มีการกระทำ (active) หรือมีบทบาทในลักษณะการเลือกสรรแสวงหาและโต้ตอบข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่มีอยู่รอบ ๆ ตัวในชีวิตประจำวัน

กาญจนา แก้วเทพ (2541) ได้กล่าวว่า อิทธิพลของผู้รับสารที่มีต่อการผลิตเนื้อหาสารนั้น ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปในยุคแรกที่มีการวิจัยแนว Effect study ยังเป็นกระแสหลักของแนวทางการวิจัยและเมื่ออุปทาน (supply) ของสื่อยังมีไม่มากนักในช่วงเวลาดังกล่าวความสนใจเรื่องอิทธิพลของผู้รับสารนั้นจะมีไม่มากนักแต่ทว่าในยุคปัจจุบันนี้อุปทานด้านผู้ผลิตมีมากกว่าอุปสงค์ด้านผู้ชม เช่น สถานีวิทยุมีเป็นจำนวนร้อย ๆ แห่ง สถานีโทรทัศน์มีทั้งแบบดูฟรี และต้องจ่ายค่าสมาชิก นิตยสารมีเป็นจำนวนนับร้อย ๆ ภายใต้บรรยากาศเช่นนี้เป็นแรงผลักดันให้ผู้ผลิตสื่อ(รวมทั้งนักวิชาการ) จำเป็นต้องหันมาสนใจการมีส่วนร่วมของผู้ชม โดยอาจจะมีการมีเป้าหมายเพื่อการแข่งขัน

พื้นที่และช่องทางการกระจาย (รักษาเวลาและคลื่นวิทยุให้ได้) ต้องหาข่าประจำหรือแฟนประจำ
รายการ (เพื่อรักษา rating)



2.8 กรอบแนวคิดในงานวิจัย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารดิจิทัลกับการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน เป็นรูปแบบการวิจัยผสม (Mixed Method) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และ เชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ดังนี้

- 3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มเป้าหมายของการวิจัยเชิงคุณภาพคือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งในวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหาร คณะประถมนันเทิงศิลป์ จำนวน 5 คน ประกอบด้วย

- | | |
|-------------------|-------------------------------------|
| 1) ผู้ให้ข้อมูล 1 | ตำแหน่ง หัวหน้าคณะประถมนันเทิงศิลป์ |
| 2) ผู้ให้ข้อมูล 2 | ตำแหน่ง หัวหน้าฝ่ายเวที |
| 3) ผู้ให้ข้อมูล 3 | ตำแหน่ง หัวหน้าฝ่ายแสง สี เสียง |
| 4) ผู้ให้ข้อมูล 4 | ตำแหน่ง หัวหน้าฝ่ายนักแสดงหมอลำ |
| 5) ผู้ให้ข้อมูล 5 | ตำแหน่ง หัวหน้าฝ่ายแดนเซอร์ |

ตำแหน่งระดับหัวหน้าต้องมีประสบการณ์บริหารอย่างน้อย 2 ปีขึ้นไป โดยการคัดเลือกกลุ่มอย่างด้วยวิธีแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีบทบาทในการพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอของคณะประถมนันเทิงศิลป์ให้ธำรงอยู่ในยุคการสื่อสารดิจิทัล

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือกลุ่มแฟนคลับของหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะ ประถมบันเทิงศิลป์ปี 2562 จำนวน 114,707 คน (Prathombanterngsinfanpage, 2562) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ตามวิธีของ Yamane's ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

N = จำนวนประชากรเป้าหมายทั้งหมด คือ 90,716 คน

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (คน)

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง คือ 0.05

จากการคำนวณสูตรได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 398 คนใช้ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 398 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ ซึ่งให้มีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และแบบสอบถาม ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียดของเครื่องมือทั้งสองประเภท ดังนี้

1. เชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non - Participation Observation) ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 5 คน ที่เป็นฝ่ายบริหารของคณะประถมบันเทิงศิลป์ เพื่อศึกษาการพัฒนาของวัฒนธรรม หมอลำเรื่องต่อกลอนยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ในการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงประเด็นและใช้ตอบวัตถุประสงค์ในข้อที่ 1, 2 รวมทั้งนำมาวิเคราะห์เป็นแนวทางในการตรวจสอบตามสมมติฐาน

2. เชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไป แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับลักษณะประชากรของกลุ่มแฟนคลับ มีลักษณะเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวหรือหลายคำตอบ เพื่อทราบถึงตัวแปรอิสระที่กำหนดไว้ในการศึกษา คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเปิดสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต๋อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์ โดยคำถามในส่วนนี้ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณ 5 ระดับของลิเคอร์ท (อ้างถึงใน จำเรียง ถาวรสิน, 2559) โดยมีเกณฑ์การให้ค่าระดับคะแนนดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับมาก
- 3 คะแนน หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับน้อยที่สุด

การแปลผลของพฤติกรรมพิจารณาจากค่าเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์ของ Best (2015, p. 82) มีรายละเอียดดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ โดยคำถามในส่วนนี้ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณ 5 ระดับของลิเคอร์ท (อ้างถึงใน จำเรียง ถาวรสิน, 2559) โดยมีเกณฑ์การให้ค่าระดับคะแนนดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง มีการรับรู้ในระดับมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง มีการรับรู้ในระดับมาก
- 3 คะแนน หมายถึง มีการรับรู้ในระดับปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง มีการรับรู้ในระดับน้อย

1 คะแนน หมายถึง มีการรับรู้ในระดับน้อยที่สุด
การแปลผลของการรับรู้พิจารณาจากค่าเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์ของ Best (2015, p. 82) มี
รายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง มีการรับรู้มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง มีการรับรู้มาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง มีการรับรู้ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง มีการรับรู้น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง มีการรับรู้ต่ำที่สุด

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของแฟนคลับคณะประถมนันทะ
ศิลป์

โดยนำแบบสอบถามไปแจกบริเวณหน้างานการแสดงของคณะประถมนันทะศิลป์ตาม
สถานที่ต่าง ๆ คือ จังหวัดขอนแก่น และหน้าโรงงานจังหวัดระยอง จนครบกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด
ไว้

3.3 การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

3.3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 5 คน แล้วรวบรวมข้อมูลมา
วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation)

3.3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามโดยศึกษาทฤษฎี แนวคิด เอกสาร หนังสือ วารสาร งานวิจัยที่
เกี่ยวข้องแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาทางวิจัยเพื่อทำการตรวจสอบและแนะนำเพื่อการแก้ไขและ
ปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมถูกต้องและนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบที่
ถูกต้องและขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)
โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence: IOC) โดยมี
สูตรการคำนวณ ดังนี้

สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC คือ ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
 $\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
 N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ด้วยการแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

1. ให้ 1 คะแนน
 แน่ใจว่ามีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา
2. ให้ 0 คะแนน
 ไม่แน่ใจว่ามีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา
3. ให้ -1 คะแนน
 แน่ใจว่ามีเนื้อหาที่ไม่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

การเลือกข้อคำถามที่ใช้ในการวิจัยด้วยค่า IOC โดยใช้เกณฑ์ค่ามากกว่าหรือเทียบเท่า 0.5 สำหรับค่า ที่น้อยกว่า 0.5 นำมาปรับปรุงตามหรือตัดออกไปตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทั้งนี้ เพื่อให้แบบสอบถามที่มีความชัดเจน ถูกต้อง สมบูรณ์และตรงตาม วัตถุประสงค์มากที่สุด ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัยมีทั้ง 3 ท่าน ดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ธันยวิษ วิเชียรพันธ์ ผู้อำนวยการสำนักวิจัยและวิทยบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ เดชะชีพ ผู้ช่วยอธิการบดีและคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
3. อาจารย์ ดร.ภูริพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา รองคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence: IOC) ในการวิจัยครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 0.7 - 1.00

3.3.3 นำเครื่องมือไปตรวจสอบคุณภาพโดยนำไปทดลองใช้ (Try - Out) กับกลุ่มแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอน จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำแบบสอบถามมาทดสอบ ความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha Cronbach Method) ได้ค่าความเชื่อถือได้ ของแบบสอบถามมากกว่า หรือ เท่ากับ 0.7 เป็นที่ยอมรับได้

ตารางที่ 3.1 ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability)

รายการ	จำนวน ตัวอย่าง	จำนวน คำถาม	ค่าความเชื่อถือได้ของ แบบสอบถาม (Reliability)
การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิค การนำเสนอในยูทูปการสื่อสารดิจิทัลของ คณะประถมนันเทิงศิลป์	30	11	0.91
การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของ แฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์	30	7	0.92
พฤติกรรมการใช้ข้อมูลของกลุ่มแฟน คลับจากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถม นันเทิงศิลป์	30	10	0.91

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยดำเนินการแจกและรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเองได้คืนมาคิดเป็นร้อยละ 100

3.4.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ได้รับคืนมาลงรหัสใส่คะแนนตามน้ำหนักคะแนน แต่ละข้อบันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์และประมวลผลโดยการใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (Statistical Software) t – test และ f – test โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1.1 ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน วิเคราะห์โดยใช้ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การรับรู้การพัฒนา รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.3 การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอน คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.4 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้ โดยใช้ T- test และ F-test ทำการอธิบาย สมมติฐานดังนี้ 1. แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์แตกต่างกัน 2. แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์แตกต่างกัน 3. แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีการรับรู้การพัฒนา รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เชิงศิลป์แตกต่างกัน และทำการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้ Correlation เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง 1. แฟนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ 2. แฟนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนา รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ และ 3. แฟนคลับที่มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนา รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เชิงศิลป์

3. จัดระเบียบข้อค้นพบ สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการวิจัย ปัญหาอุปสรรคและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำผลวิจัยไปใช้และทำการวิจัยต่อยอดความรู้ต่อไป

4. จัดทำรูปเล่มเพื่อนำเสนอรายงานการวิจัยและจัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารดิจิทัลกับการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนกรณีศึกษา คณะประถมบันเทียงศิลป์” เป็นรูปแบบการวิจัยผสม (Mixed Method) โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย คือ เพื่อศึกษาการพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนผ่านการสื่อสารดิจิทัลและเพื่อศึกษารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทียงศิลป์ในการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมุ่งทำการศึกษากลุ่มแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทียงศิลป์เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย คือ เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมใช้สื่อดิจิทัลของแฟนคลับคณะประถมบันเทียงศิลป์ในการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน

4.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องฝ่ายต่าง ๆ ของหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทียงศิลป์ จำนวน 5 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกผู้วิจัยขอแนะนำเสนอตามประเด็น ดังนี้

1. การพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทียงศิลป์ ผ่านการสื่อสารดิจิทัล
2. รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทียงศิลป์

4.1.1 ผลจากวิจัย

1. ข้อมูลทางประชากรของผู้ให้ข้อมูล
 1. ผู้ให้ข้อมูล 1 หัวหน้าคณะประถมบันเทียงศิลป์
 2. ผู้ให้ข้อมูล 2 ฝ่ายเวที
 3. ผู้ให้ข้อมูล 3 ฝ่ายแสง สี เสียง คนตรี
 4. ผู้ให้ข้อมูล 4 ฝ่ายนักแสดงหมอลำ

5. ผู้ให้ข้อมูล 5 ฝ่ายแดนเซอร์

2. การพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันทิงศิลป์ผ่านการสื่อสารดิจิทัล

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกหัวหน้าคณะพบว่า คณะประถมนันทิงศิลป์นั้นเป็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะเริ่มแรกของภาคตะวันออกเฉียงเหนือก่อตั้งโดยนางบุญถม นามวันทา ตั้งเมื่อพุทธศักราช 2500 ใช้ชื่อวงในครั้งนั้นว่า บุญถมบ้นเทิงศิลป์ ต่อมาได้สมรสกับนายประพันธ์ สิมเสน จึงเปลี่ยนชื่อคณะใหม่เป็น คณะประถมนันทิงศิลป์ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับชื่อสามีและภรรยา ได้ทำการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนสมัยนั้นมีสมาชิกในวง 5 - 10 คน แสดงตามงานต่าง ๆ ในภาคอีสาน โดยนำนิทานที่นิยมของภาคอีสานนำมาแสดงลำเรื่องต่อกลอน อาทิ เรื่องจำปาสีตัน เรื่องท้าวแบ้ เรื่องลีลาวดี เรื่องกามนิทวาสิฐี เรื่องหญิงสามฝั้ว เรื่องเจ้าหัวสามโบสถ์ เรื่องมหากฐิน และเรื่องกำไลมาศ เป็นต้น ส่วนมากลำเรื่องต่อกลอน จะนำเสนอเรื่องคำสอนบาปบุญคุณโทษคุณธรรมจริยธรรมต่าง ๆ สมัยนั้นคณะประถมนันทิงศิลป์ได้มีโอกาสทำการแสดงถ่ายทอดเสียงออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียงระบบเอเอ็ม (AM) ด้วย คณะประถมนันทิงศิลป์ได้พัฒนามาเรื่อย ๆ และปัจจุบันมีนายสันติ สิมเสน ลูกชายของ นางบุญถม นามวันทา และ นายประพันธ์ สิมเสน มาบริหารต่อจากบิดามารดาสานต่อกิจการโดยทำหน้าที่เป็นหัวหน้าคณะประถมนันทิงศิลป์เป็นผู้นำคณะประถมนันทิงศิลป์

“เราตั้งใจสานต่อกิจการของครอบครัวและยังเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านอีสานให้นานที่สุด ”

(ผู้ให้ข้อมูล 1, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 สิงหาคม 2562)

การพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันทิงศิลป์ผ่านการสื่อสารดิจิทัล ผู้วิจัยพบว่า คณะประถมนันทิงศิลป์ เริ่มมีการพัฒนาช่องทางการสื่อสารมากขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัล ได้แก่ เฟซบุ๊ก และ ยูทูป มาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารความเคลื่อนไหวกิจกรรมของคณะประถมนันทิงศิลป์ให้กับกลุ่มแฟนคลับและเจ้าภาพได้รับรู้มากขึ้นทั้งนี้การเพิ่มช่องทางการสื่อสารก็จะทำให้วัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนได้แพร่กระจายไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ได้มากขึ้น สามารถชมได้ทุกที่ทุกเวลาตามที่กลุ่มแฟนคลับและเจ้าภาพต้องการถ้าเปรียบเทียบกับสมัยก่อนนั้นการสื่อสารมีไม่กี่ช่องทางในการติดต่อกับหมอลำเรื่องต่อกลอน เช่น ติดต่ได้ที่บ้านพักหมอลำเรื่องต่อกลอนโดยตรง หรือเจ้าภาพเดินทางไปติดต่อตามงานที่คณะหมอลำเรื่องต่อกลอนแสดง เป็นต้น จากการมีช่องทางการสื่อสารที่น้อยและเข้าถึงกลุ่ม

แฟนคลับและเจ้าภาพยากจึงเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่หมอลำเรื่องต่อกลอนหลายคนจะต้องปิดตัวลง และปัจจุบันหมอลำเรื่อง ต่อกลอนหลายคนก็เริ่มมีการพัฒนาและเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มแฟนคลับและเจ้าภาพได้รับข้อมูลให้รวดเร็วขึ้น

“เฟซบุ๊ก และ ยูทูป เป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มแฟนคลับ
ได้รวดเร็วและเป็นช่องที่เราใช้เป็นสื่อกลาง
ในการติดต่อและแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ให้กลุ่มแฟนคลับ
และเจ้าภาพงานต่าง ๆ ได้รับรู้ ”

(ผู้ให้ข้อมูล 1, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 สิงหาคม 2562)

หลังจากที่ผู้วิจัยได้พบการพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ เรื่องการเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มแฟนคลับและเจ้าภาพแล้วนั้นผู้วิจัยยังได้พบว่า คณะประถมนันท์เชิงศิลป์มีการพัฒนาด้านเวทีการแสดงให้ดูทันสมัยมากขึ้นโดยเพิ่มขนาดของเวที จากเดิมความยาวไม่เกิน 10 เมตร หรือทำการแสดงบนเวทีที่อยู่บริเวณวัด ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 เวทีหมอลำเรื่องต่อกลอนในอดีต

ที่มา: การแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน [online] : เข้าถึง 11 กันยายน 2562, จาก

<https://www.facebook.com/groups/mohlumfanclub>

จากภาพที่ 4.1 จะเห็นได้ว่าเวทีการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนในอดีตยังเป็นโครงสร้างแบบไม้ธรรมดาไม่มีตกแต่งอะไรมากนักมีแค่ฉาก 2-3 ฉาก เพื่อทำการแสดงเท่านั้นต่อมามีการพัฒนาเป็นเวทีลอยทำด้วยโครงสร้างเหล็กขนาดใหญ่เพื่อนำไปทำการแสดงตามสถานที่ต่าง ๆ ที่เจ้าภาพไม่มีสถานที่ให้ ดังภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 เวทีหมอลำเรื่องต่อกลอนในอดีต

ที่มา: การแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน [online] : เข้าถึง 11 กันยายน 2562, จาก <https://www.facebook.com/groups/mohlumfanclub>

ต่อมาได้เพิ่มเป็นเวทีลอย ความประมาณ 25 - 30 เมตร ความกว้างประมาณ 9 - 10 เมตร ลักษณะของเวทีจะมี 3 แบบ ได้แก่ แบบชั้นเดียว แบบ 2 ชั้น และแบบ 3 ชั้น หรือบางคณะจะมีลักษณะตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวที (T) ยื่นออกไปด้านหน้าเวทีเพื่อให้นักแสดงได้ใกล้ชิดผู้ชมมากขึ้นสามารถวางตำแหน่งของนักแสดง แคนเซอร์ ไม่ให้รวมตัวกันมาก ดูแล้วสบายตา ไม่อึดอัด และเพื่อให้ดูทันสมัยและเป็นมาตรฐานของเวที นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูล 2 ยังให้ข้อมูลกับผู้วิจัยว่าการเก็บการเคลื่อนย้ายเวทีหรือการติดตั้งมีความสะดวกมากขึ้นทุกอย่างทำเป็นระบบและยังสำคัญกว่านั้นคือเราเข้าสู่การสื่อสารที่มีการพัฒนาเร็วมากเทคโนโลยีเข้าถึงทุกกลุ่มในประเทศขณะนี้ระดับหนึ่งถึงสิบปีเป็นสื่อพื้นบ้านอย่างหนึ่งที่มีมายาวนานถ้าเราไม่ปรับหรือพัฒนาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเราก็จะอยู่ไม่ได้ดังภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 เวทีหมอลำเรื่องตอกกลอนในปัจจุบัน (พ.ศ. 2562)

ที่มา: ผู้วิจัย ถ่ายเมื่อ 14 สิงหาคม 2562 จังหวัดระยอง

“ถ้าเราไม่ปรับหรือพัฒนาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเรา
ก็จะอยู่ไม่ได้”

(ผู้ให้ข้อมูล 2, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 สิงหาคม 2562)

แสง สี เสียง เป็นอีกหนึ่งด้านที่คณะประถมบันเทิงศิลป์ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 พบว่า แสง สี และเสียง ของคณะประถมบันเทิงศิลป์ มีการพัฒนาเป็นอย่างมากโดยการนำเครื่องดนตรีตะวันตกมาใช้ ประกอบกับเครื่องดนตรีของอีสาน เช่น แคน พิณ เป็นต้น นอกจากนี้คณะประถมบันเทิงศิลป์ได้ใช้งบประมาณในการลงทุนปรับไฟ เพิ่มไฟ บนเวทีการแสดงให้ดูสวยงามทันสมัยขึ้นเหมาะกับการสื่อสารดิจิทัลและได้เลือกเครื่องเสียงที่มีคุณภาพเสียงที่ดี คือ ดังพอดีแต่เสียงเพราะฟังแล้วไม่เบื่อกหรือแสบหูจนเกินไป ดังภาพที่ 4.4 และภาพที่ 4.5



ภาพที่ 4.4 ภาพแสดง เสียง สี คณะประตอมบันเท็งศิลป์

ที่มา: คณะประตอมบันเท็งศิลป์ [online] : เข้าถึง 21 ตุลาคม 2562, จาก
<https://www.facebook.com/prathombanterngsinfanpage>



ภาพที่ 4.5 ภาพเครื่องดนตรี คณะประตอมบันเท็งศิลป์

ที่มา: คณะประตอมบันเท็งศิลป์ [online] : เข้าถึง 28 กันยายน 2562, จาก
<https://www.youtube.com/channel/UCtbUx46SGTArbo1d3HQwgcg>

“ปัจจุบันเราเข้าสู่การสื่อสารดิจิทัลแล้ว คณะประถม
ต้องปรับ และเพิ่ม แสง สี เสียง เพื่อจอ LED
ให้ดูสวยงามมากขึ้น เพื่อความตื่นตาตื่นใจของคนดู”
(ผู้ให้ข้อมูล 3, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 สิงหาคม 2562)

“แสง เสียง สี และดนตรี เป็นหัวใจสำคัญมากใน
การแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนในยุคปัจจุบันเรา
เราต้องศึกษาเทคโนโลยีใหม่เพื่อนำมาปรับใช้”
(ผู้ให้ข้อมูล 1, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 สิงหาคม 2562)

ผู้วิจัยยังพบว่า ลำเรื่องต่อกลอนเป็นแก่นหลักสำคัญมากที่สุดในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนไม่ว่าจะเป็นลำเรื่องต่อกลอนทำนองขอนแก่น ทำนองสารคาม ต้องมีการแสดงลำเรื่องต่อกลอนโดยนำเอานิทานพื้นบ้านมาแสดงหรือเป็นละครจักร ๆ วงศ์ ๆ มาดัดแปลงเพื่อนำเสนอ ซึ่งในอดีตการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนนั้นเป็นการสอนให้กับคนดูได้นำไปเป็นแนวทางดำเนินชีวิต และปัจจุบันมีแต่งลำเรื่องต่อกลอนมาใหม่เพื่อให้เรื่องราวสนุกสนานมากขึ้นเพิ่มความบันเทิงดูแล้วสนุกผ่อนคลาย จากลำเรื่องต่อกลอนแล้วผู้วิจัยยังพบว่า นักแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนมีการใช้ช่องทางการสื่อสารดิจิทัล คือ เฟซบุ๊ก และยูทูป เพื่อติดต่อกับกลุ่มแฟนคลับถือว่าเป็นการพัฒนาอีกหนึ่งด้านที่ทำได้เพราะกลุ่มแฟนคลับจะได้ติดตามความเคลื่อนไหวตลอด เวลาและปัจจัยที่มีผลต่อการดำรงอยู่วัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนให้ดำรงอยู่ต่อไปได้

“ลำเรื่องต่อกลอนยังเป็นจุดขายของเราอยู่
แต่อาจจะปรับเปลี่ยนบ้างแต่ยังไม่ทิ้ง
โดยเด็ดขาดต้องอนุรักษ์เอาไว้และ
จะต้องปรับให้เข้ากับยุคที่เปลี่ยนแปลงไป”
(ผู้ให้ข้อมูล 4, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 สิงหาคม 2562)



ภาพที่ 4.6 ภาพแสดงลำเรื่องต่อกลอน

ที่มา: คณะประถมนันเทิงศิลป์ [online] : เข้าถึง 28 กันยายน 2562, จาก <https://www.youtube.com/channel/UCtbUx46SGTArbo1d3HQwgcg>

การพัฒนาแดนเซอร์นั้นผู้วิจัยพบว่า แดนเซอร์หรือว่าหางเครื่องได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากอดีตจนถึงปัจจุบันการมีแดนเซอร์ถือว่าเป็นการสร้างสีสันก่อนถึงช่วงลำเรื่องต่อกลอนสำหรับการพัฒนานั้นแดนเซอร์ได้มีการประยุกต์หรือนำแนวคิดจากต่างประเทศมาปรับใช้เพื่อให้ดูทันสมัยและสวยงามมากขึ้น ดังภาพที่ 4.7



ภาพที่ 4.7 ภาพชุดแดนเซอร์

ที่มา: คณะประถมนันเทิงศิลป์ [online] : เข้าถึง 29 กันยายน 2562, จาก <https://www.facebook.com/prathombanterngsinfanpage>

จากภาพที่ 4.7 จะเห็นได้ว่า แคนเซอร์หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ได้ออกแบบชุดให้ดูตระการตามาก เช่น ตกแต่งด้วยขนไก่ ขนนกยูง ติดกากเพชรให้ดูระยิบระยับ เป็นต้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า ปัจจุบันนี้การสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไปมากการเข้ามาของการสื่อสารดิจิทัลได้เพิ่มช่องทางการรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงของคณะประถมนันเทิงศิลป์ไปสู่กลุ่มแฟนคลับและกลุ่มเจ้าภาพได้รับรู้เร็วขึ้นส่งผลถึงการติดตามผลงานและว่าจ้างทำให้เกิดรายได้และเป็นทุนในการพัฒนาให้หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ดำรงอยู่ได้

“นำแนวคิดจากต่างประเทศมาบูรณาการ
กับชุดแคนเซอร์แบบเดิมเพื่อให้ดูตระการตา
อลังการ เช่น ตกแต่งด้วยขนไก่ ขนนกยูง
ติดกากเพชรให้ดูระยิบระยับ”

(ผู้ให้ข้อมูล 5, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 สิงหาคม 2562)

นอกจากนี้พบว่าเสื้อผ้าหน้าผมอุปกรณ์ตกแต่งลีลาการเต้นดูแล้วต้องสวยงาม การสร้างสรรค์หรือออกแบบชุดแคนเซอร์ให้ดูยิ่งใหญ่ตระการตานั่นจะทำให้กลุ่มแฟนคลับ หรือผู้ว่าจ้างชื่นชม

“การเลือกชุดแคนเซอร์ในแต่ละปีเรา
ต้องดูเทรนด์ด้วยว่าเป็นแนวไหนแล้วการ
ตัดเย็บอย่างน้อยแค่ไหนและที่สำคัญ
พอชุดเหล่านี้อยู่บนเวทีต้องสวยงาม
และถูกใจแฟนคลับ”

(ผู้ให้ข้อมูล 1, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 สิงหาคม 2562)

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลผู้วิจัยสามารถสรุปถึงการพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ผ่านการสื่อสารดิจิทัล ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 สรุปรูปการพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิง ศิลป์ผ่านการสื่อสารดิจิทัล

ประเด็นศึกษา	การพัฒนาหมอลำเรื่องต่อกลอนผ่านการสื่อสารดิจิทัล
ด้านเวทีการแสดง	จากเวทีไม้หรือศาลาวัดมีการปรับเวทีการแสดงขึ้นมาใหม่เป็น เวทีลอยโครงสร้างเป็นเหล็ก ขนาดเวทีใหญ่ขึ้น ขนาด ประมาณ 20 - 30 เมตร
ด้าน แสง เสียง สี และดนตรี	ลงทุนเครื่องเสียงและเลือกเครื่องเสียงดีแต่เสียงเพราะ ฟังแล้วไม่น่าเบื่อหรือแสบหูจนเกินไปเน้นให้ทุกคนได้ฟัง อย่างชัดเจนทุกจุดส่วนไฟใช้ระบบไฟควบคุมตามจังหวะ ดนตรีหลากหลายสีเพื่อความยิ่งใหญ่ตระการตา
ด้านลำเรื่องต่อกลอน	นำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ประโยชน์นั้นคือ จอ LED เพื่อเปลี่ยนฉากลำเรื่องต่อกลอนและช่วยลำดับ เหตุการณ์ให้กับกลุ่มแฟนคลับได้เข้าใจเนื้อเรื่องมากขึ้น
ด้านแดนเซอร์	คณะประถมบันเทิงศิลป์ปรับเครื่องแต่งกายอุปกรณ์ ตกแต่งลีลาการเต้นดูแล้วยิ่งใหญ่ตระการตาการ สร้างสรรค์หรือออกแบบชุดแดนเซอร์ให้ดูยิ่งสวยงาม โดยนำแนวคิดจากต่างประเทศมาบูรณาการในการ ออกแบบ

3. รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านสื่อสารดิจิทัลของหมอลำเรื่องต่อกลอน คณะประถมบันเทิงศิลป์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้วิจัยพบว่า คณะประถมบันเทิงศิลป์ในอดีตมีรูปแบบการ นำเสนอผ่านสื่อไม่กี่ช่องทาง ได้แก่ วิทยุกระจายเสียงในระบบ AM เป็นต้น แต่ปัจจุบัน การสื่อสารมีการพัฒนาเทคโนโลยีเร็วมากจึงทำให้เกิดการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ โดยรวมเรียกว่าการสื่อสารดิจิทัลและเกิดช่องทางการสื่อสารเพิ่มขึ้น อาทิ Facebook และ YouTube เป็นต้น โดยคณะประถมบันเทิงศิลป์นั้นมีการปรับเปลี่ยนให้ดูเป็นดิจิทัลมากขึ้น ทันสมัยและกลุ่มแฟนคลับสามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็วคณะประถมบันเทิงศิลป์ จึงสร้างเพจ ของคณะขึ้นมาชื่อ “Prathombanterngsinfanpage” มีแฟนคลับติดตามประมาณ 114,203 คน โดยเพจ นี้ถือว่าเป็นรูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อดิจิทัลอีกหนึ่งรูปแบบทั้งนี้เป็นการพัฒนาเพื่อให้เข้ากับสมัย

ที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งจะมีการอัปเดตคิวงานการแสดงพุดคุยกับกลุ่มแฟนคลับและผู้ว่าจ้างได้ตลอดเวลา หรือแม้แต่การอัปเดตตัวอย่างเสื้อผ้าของแดนเซอร์ในแต่ละปี รูปพระเอกนางเอกหมอลำ ทั้งนี้เพื่อให้กลุ่มแฟนคลับและผู้ว่าจ้างได้ทราบความเคลื่อนไหวของคณะประมณันเทิงศิลป์ รวมถึงมีการถ่ายทอดสดการแสดง (Facebook Live) ให้กับกลุ่มแฟนคลับได้ชมอีกด้วย ในครั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า การสร้างเพจของคณะประมณันเทิงศิลป์ขึ้นมาโดยใช้การสื่อสารดิจิทัลนั้นถือว่าเป็นรูปแบบที่เกิดขึ้นมาใหม่สามารถส่งข่าวสารได้เร็วเกิดการรับรู้มากขึ้นซึ่งแตกต่างจากอดีตที่รูปแบบการสื่อสารนั้นมีไม่กี่รูปแบบ ดังภาพ 4.8



ภาพที่ 4.8 รูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อดิจิทัลของคณะประมณันเทิงศิลป์

ที่มา: คณะประมณันเทิงศิลป์ [online] : เข้าถึง 30 ตุลาคม 2562, จาก

<https://www.facebook.com/prathombanterngsinfanpage>



ภาพที่ 4.9 ถ่ายทอดสดการแสดง (Facebook Live) ของคณะประถมบันเทิงศิลป์

ที่มา: คณะประถมบันเทิงศิลป์ [online] : เข้าถึง 28 กันยายน 2562, จาก
<https://www.facebook.com/prathombanterngsinfanpage>

“ปัจจุบันกลุ่มแฟนคลับเล่น Facebook มากขึ้น
 เราต้องปรับรูปแบบการนำเสนอคณะของ โดยใช้
 การสื่อสารดิจิทัลมาช่วยเผยแพร่วัฒนธรรม
 ของคนอีสานให้อยู่ได้นาน ๆ”

(ผู้ให้ข้อมูล 1, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 สิงหาคม 2562)

“Facebook ถือว่าเป็นสื่อดิจิทัลที่ตอบโจทย์มาก
 ในปัจจุบันนี้คณะประถมเองก็ได้นำมาใช้เพื่อ
 เป็นส่วนหนึ่งของการนำเสนอเพื่อให้ถึงกลุ่มแฟนคลับ”

(ผู้ให้ข้อมูล 4, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 สิงหาคม 2562)

นอกจากคณะประถมบันเทิงศิลป์จะใช้ Facebook ในการนำเสนอการแสดงหมอลำ
 เรื่องกลอน สู่กลุ่มแฟนคลับจากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยพบว่า คณะประถมบันเทิงศิลป์ใช้ YouTube เพิ่ม
 อีกหนึ่งช่องทางในการสื่อสารดิจิทัลเพื่อนำเสนอหมอลำเรื่องต่อกลอนใช้ชื่อ “ประถมบันเทิงศิลป์”
 ช่องทางนี้มีไว้สำหรับลงคลิปการแสดงเพื่อให้กลุ่มแฟนคลับได้ติดตามย้อนหลังถือว่าเป็นรูปแบบ
 ใหม่ ๆ ในการนำเสนอ ถ้ามองอดีตแล้วช่องทางลักษณะนี้ไม่มีทำให้กลุ่มแฟนคลับหรือผู้ว่าจ้างเขา

ถึงลำบากรวมถึงโอกาสในการประชาสัมพันธ์ในสมัยก่อนก็ไม่มีทำให้หมอลำเรื่องต่อกลอนหลายคณะต้องหยุดดำเนินงานแต่ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาอย่างรวดเร็วคณะหมอลำเรื่องต่อกลอนก็พัฒนารวดเช่นกัน โดยอย่างอาศัยเทคโนโลยีเหล่านั้นมาพัฒนารูปแบบการนำเสนอให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ดังภาพที่ 4.10



ภาพที่ 4.10 ช่อง Youtube คณะประถมนันเทิงศิลป์

ที่มา: คณะประถมนันเทิงศิลป์ [online] : เข้าถึง 28 กันยายน 2562, จาก <https://www.youtube.com/channel/UCtbUx46SGTArbo1d3HQwgcg>

“นำ YouTube มาเพิ่มช่องทางในการ
นำเสนอผ่านสื่อดิจิทัลเพิ่มการรับรู้และ
ให้กลุ่มแฟนคลับได้ความบันเทิงสนุกสนาน”
(ผู้ให้ข้อมูล 5, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 สิงหาคม 2562)

จากภาพที่ 4.10 เป็นช่อง Youtube คณะประถมนันเทิงศิลป์ ที่คณะได้ใช้ให้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ผลงานของคณะนำสู่สายตาแฟนคลับทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่าสื่อดิจิทัลมีความสำคัญมากเพราะพฤติกรรมของแฟนคลับได้มีการใช้สื่อดิจิทัลในการติดตามข่าวสารของคณะประถมนันเทิงศิลป์นั้นหมายถึงว่าสื่อดิจิทัลเป็นช่องทางที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์และเป็นพื้นที่อีกพื้นที่หนึ่งที่เราต้องใส่ใจเหมือนการแสดงบนเวที เพราะเมื่อมีข้อมูลหรือ

วิดีโอที่น่าสนใจก็จะมีการแชร์ผลงานและข้อมูลของคณะผ่านสื่อดิจิทัลได้อีกทางซึ่งปัจจุบัน Facebook และ Youtube ของคณะประถมนันท์เป็นสื่อสำคัญในการวางแผนต่าง ๆ ของคณะในด้านต่าง ๆ ผู้วิจัยยังพบว่าการพัฒนาด้านสื่อออนไลน์มีการเปลี่ยนแปลงไปมากมีการประยุกต์ใช้สื่อสมัยใหม่หรือสื่อดิจิทัลเข้ากับสื่อหมอลำเรื่องต่อกลอนโดยการประสานความร่วมมือความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดการพัฒนาวัฒนธรรมหมอลำให้คงอยู่ผ่านสื่อดิจิทัลที่สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ตลอดเวลาและสื่อดิจิทัลยังช่วยให้เกิดการรณรงค์รักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนได้เป็นอย่างดีเนื่องจากสื่อดิจิทัลสามารถดึงดูดและกระตุ้นความสนใจจากกลุ่มแฟนคลับและผู้ชมได้มากขึ้น



ภาพที่ 4.11 ช่อง Youtube คณะประถมนันท์เชิงศิลป์

ที่มา: คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ [online] : เข้าถึง 4 มกราคม 2563, จาก

<https://www.youtube.com/channel/UCtbUx46SGTArbo1d3HQwgcg>

ทางด้านเทคนิคการนำเสนอผ่านสื่อดิจิทัลของคณะประถมนันท์เท็งศิลป์ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของ พบว่า คณะประถมนันท์เท็งศิลป์ได้เพิ่มเทคนิคพิเศษในการนำเสนอผลงานการแสดง โดยนำเอา “สตริง” มาประกอบกับการแสดงเพื่อเพิ่มความใหม่และตระการตามากขึ้นซึ่งคณะประถมนันท์เท็งศิลป์เป็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะแรก ๆ ที่นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ประกอบการแสดง ดังภาพที่ 4.12



ภาพที่ 4.12 การใช้เทคนิคในการนำเสนอ

ที่มา: คณะประถมนันท์เท็งศิลป์ [online] : เข้าถึง 4 มกราคม 2563, จาก <https://www.youtube.com/channel/UCtbUx46SGTArbo1d3HQwgcg>

จากภาพที่ 4.12 ผู้วิจัยยังพบอีกว่าการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้นั้นถือว่าการพัฒนาคณะหมอลำเรื่องต่อกลอนอีกประการคือต้องปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสังคมที่เปลี่ยนไป การนำสตริงมาใช้นั้นก็แสดงให้เห็นว่ามีการปรับและพัฒนา เพื่อให้กลุ่มแฟนคลับได้รับรู้และได้ชมสิ่งใหม่ ๆ และที่สำคัญคือสามารถดำรงอยู่ได้

“ เพิ่มเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้
 ประกอบการแสดงโดยการนำเอา
 สติงมาใช้ในการแสดงบางฉากเพื่อให้
 กลุ่มแฟนคลับได้ชื่นชอบและเป็นการ
 พัฒนาของเราด้วย ”

(ผู้ให้ข้อมูล 2, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 สิงหาคม 2562)

ทั้งนี้พบว่าคณะประติมากรรมปั้นเท็กซิลป์ได้ลงทุนเป็นจำนวนมากเพื่อพัฒนาเทคนิคการนำเสนอการแสดงในครั้งนี้ก็จะทำให้คนดูไม่จำเป็นต้องมีเทคนิคใหม่ ๆ ตลอด เพราะการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนนั้นแสดงตั้งสามทุ่มจนถึงหกโมงเช้าถือว่าเป็นการแสดงที่ยาวนานมากดังนั้นการมีเทคโนโลยีใหม่ถือว่าเป็นสิ่งที่ดีมาก

“ เราลงทุนค่อนข้างสูงเพื่อให้เห็นถึง
 การเปลี่ยนแปลงนำสิ่งใหม่ ๆ มาใช้
 ประกอบการแสดงทำให้คนดูไม่เบื่อ ”

(ผู้ให้ข้อมูล 2, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 สิงหาคม 2562)

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การใช้สติงเพื่อเพิ่มเทคนิคในการแสดงนั้นต้องมีการปรับหรือออกแบบชุดแดนเซอร์และชุดหมอลำขึ้นมาใหม่เพื่อโชว์ชุดให้ดูสวยงามและที่สำคัญชุดต้องไม่กระทบกับการยกสติงขึ้นขึ้นทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยของนักแสดงนอกจากสติงผู้วิจัยยังพบว่าคณะประติมากรรมปั้นเท็กซิลป์ยังใช้ ระบบ “ไฮดรอลิก” (Hydraulic) ดังภาพที่ 4.13



ภาพที่ 4.13 การใช้ระบบไฮดรอลิกประกอบการแสดง

ที่มา: คณะประถมนันเทิงศิลป์ [online] : เข้าถึง 28 กันยายน 2562, จาก <https://www.youtube.com/channel/UCtbUx46SGTArbo1d3HQwgcg>

จากภาพที่ 4.13 ผู้วิจัยได้สัมผัสพบว่า การใช้ระบบไฮดรอลิกประกอบการแสดงนั้น ถือว่าเป็นการพัฒนาให้ทันสมัยมากขึ้นในอดีตการขึ้นลงเวทีของนักแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนขึ้นลงด้านข้างของเวทีต่อมาได้มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ คณะประถมนันเทิงศิลป์จึงนำ “ระบบไฮดรอลิก” มาประยุกต์ใช้ในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนจากการสัมผัสยังพบอีกว่า คณะประถมนันเทิงศิลป์เป็นคณะแรก ๆ ที่นำระบบนี้มาใช้และกลุ่มแฟนคลับก็ชื่นชอบและเห็นการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งถ้าหมอลำเรื่องต่อกลอนมีการพัฒนาแบบนี้รู้จักปรับตัวและนำเทคโนโลยีมาใช้หมอลำเรื่องต่อกลอนอย่างที่จะสูญหายไปจากวัฒนธรรมพื้นบ้านอีสานอย่างแน่นอน

“ต้องกล้าที่จะนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้
เพื่อพัฒนาคณะให้ดูทันสมัยถูกใจกลุ่มแฟนคลับ
และให้คุ้มค่างับราคาว่าจ้าง”

(ผู้ให้ข้อมูล 1, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 สิงหาคม 2562)

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลผู้วิจัยสามารถสรุปถึงรูปแบบและเทคนิคการนำเสนอยุคสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 สรุปรูปแบบและเทคนิคการนำเสนอยุคสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์

ประเด็นการวิเคราะห์	รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอยุคสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์
รูปแบบการนำเสนอ	คณะประถมบันเทิงศิลป์ใช้สื่อดิจิทัลมานำเสนอให้เป็นรูปแบบใหม่ เช่น การใช้ Facebook และ Youtube เป็นต้น มาเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เข้าถึงกลุ่มแฟนคลับมากขึ้น โดยสื่อเหล่านั้นจะมีการอัปเดตข่าวสารต่าง ๆ คลิปการแสดง นอกจากนี้กลุ่มแฟนคลับสามารถแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ คณะประถมบันเทิงศิลป์ก็จะนำมาปรับใช้ในปีต่อ ๆ ไป
เทคนิคการนำเสนอ	คณะประถมบันเทิงศิลป์ได้เพิ่มเทคนิคพิเศษในการนำเสนอ ด้านหน้าเวทีนำ “สลิง” เพื่อประกอบการแสดงมีระบบ “ไฮดรอลิก” (Hydraulic) ยกตัวนักแสดงขึ้นและลงเพื่อเพิ่มความใหม่และตระการตา

4.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามกลุ่มแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมใช้สื่อดิจิทัลของแฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์ในการชำระรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อคน/เดือน นำเสนอด้วยจำนวนความถี่และค่าร้อยละ (Percentage: %)

4.2.2 ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของค่าเฉลี่ยหรือมัชฌิมเลขคณิต (Mean: \bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ของการรับรู้การพัฒนาารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์

4.2.3 ข้อมูลการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ นำเสนอด้วยจำนวนความถี่และค่าร้อยละ (Percentage: %)

4.2.4 ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของค่าเฉลี่ยหรือมัชฌิมเลขคณิต (Mean : \bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ของพฤติกรรมการใช้ข้อมูลของกลุ่มแฟนคลับจากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์

4.2.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการศึกษาดังกล่าวออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ผลการวิจัยจากแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มแฟนคลับ มีลักษณะเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวหรือหลายคำตอบ เพื่อทราบถึงตัวแปรอิสระที่กำหนดไว้ในการศึกษา คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อคน/เดือน

ส่วนที่ 2 การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทจศิลป์

ส่วนที่ 3 การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทจศิลป์

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ข้อมูลของกลุ่มแฟนคลับจากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจคณะประถมนันท์เทจศิลป์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทจศิลป์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 แฟนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์

สมมติฐานที่ 5 แฟนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทจศิลป์

สมมติฐานที่ 6 แฟนคลับที่มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทจศิลป์

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ผลการวิจัยจากแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ นำเสนอด้วยจำนวนความถี่และค่าร้อยละ ดังแสดงผลการวิเคราะห์ในตาราง 4.3 - 4.8

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน ร้อยละของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์โดยจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง (n=400)

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	302	75.5
หญิง	98	24.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่าแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5 และเพศหญิง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน ร้อยละของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์โดยจำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง (n=400)

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 - 30 ปี	114	28.5
31 - 40 ปี	151	37.8
41 - 50 ปี	99	24.8
มากกว่า 50 ปี	36	9.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่าแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานที่มีช่วงอายุ 20 - 40 ปี จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 และรองลงมา อายุ 41 ขึ้นไป จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน ร้อยละของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์โดยจำแนกตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง (n=400)

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	189	47.3
สมรส	162	40.5
หม้าย/หย่าร้าง	49	12.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่าแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา สมรสจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 และหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์โดยจำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง (n=400)

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	166	41.5
ปริญญาตรี	226	56.5
ปริญญาโท	8	2.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่าแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีกว่าปริญญาตรี จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 และปริญญาโท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละของแฟนคลับคณะประถมนันทิงศิลป์โดยจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง (n=400)

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ	42	10.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	86	21.5
พนักงานบริษัทเอกชน	167	41.8
ธุรกิจส่วนตัว	78	19.5
นักเรียน/นักศึกษา	21	5.3
อื่น ๆ	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่าแฟนคลับคณะประถมนันทิงศิลป์ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและธุรกิจส่วนตัว จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมา อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและข้าราชการ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมา นักเรียน/นักศึกษาและอื่น ๆ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนร้อยละของแฟนคลับคณะประถมนันทิงศิลป์โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง (n=400)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	64	16.0
10,001-20,000 บาท	149	37.3
20,001-30,000 บาท	119	29.8
30,001-40,000 บาท	68	17.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่าแฟนคลับคณะประถมนันทิงศิลป์ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001- 40,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของ คณะประถมบัณฑิตศิลป์ของแฟนคลับคณะประถมบัณฑิตศิลป์นำเสนอด้วยจำนวนค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานดังแสดงผลการวิเคราะห์ในตาราง 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิค การนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของแฟนคลับคณะประถมบัณฑิตศิลป์

การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการ สื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบัณฑิตศิลป์	\bar{x}	S.D.	ระดับ การรับรู้
1. เห็นการพัฒนารูปแบบการนำเสนอในยุคการสื่อสาร ดิจิทัลของคณะประถมบัณฑิตศิลป์	3.60	0.51	มาก
2. เห็นการพัฒนาด้านเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสาร ดิจิทัลของคณะประถมบัณฑิตศิลป์	3.63	0.50	มาก
3. เห็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบัณฑิตศิลป์ได้ปรับ รูปแบบเวทีให้ทันสมัยมากขึ้น	3.64	0.50	มาก
4. เห็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบัณฑิตศิลป์ปรับ รูปแบบการโชว์ด้านหน้าเวทีให้สวยงามขึ้น	3.69	0.48	มาก
5. เห็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบัณฑิตศิลป์ได้นำ เทคโนโลยีแสง สี เสียง มาประกอบการแสดง	3.65	0.57	มาก
6. การนำเพลงที่กำลังนิยมในปัจจุบันมาโชว์เพื่อกระตุ้น ความสนใจให้กับกลุ่มแฟนคลับ	3.60	0.51	มาก
7. หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบัณฑิตศิลป์ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบัณฑิตศิลป์ในการถ่ายทอดสดการ แสดงให้กับกลุ่มแฟนคลับชม	3.43	0.68	ปานกลาง
8. หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบัณฑิตศิลป์ใช้ ยูทูป (ประถมบัณฑิตศิลป์) ในการอัปโหลดบันทึกการแสดงและ เพลงต่าง ๆ ให้กับกลุ่มแฟนคลับชม	3.51	0.68	มาก
9. หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบัณฑิตศิลป์ปรับกลอน ลำเรื่องต่อกลอนให้สั้นกระชับเข้าใจง่าย	3.51	0.68	มาก

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เชิงศิลป์	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
10. หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ได้ออกแบบชุดแดนซ์เซอร์ให้ดูสวยงามและยิ่งใหญ่ตระการตา	3.55	0.67	มาก
11. หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เชิงศิลป์จัดกิจกรรมคอนเสิร์ตออนไลน์ไปยังภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มแฟนคลับได้ใกล้ชิดมากขึ้น	3.51	0.67	มาก
รวม	3.57	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัล ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อสามลำดับแรกพบว่า เห็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ปรับรูปแบบการโชว์ด้านหน้าเวทีให้สวยงาม มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมา เห็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ได้นำเทคโนโลยีแสง สี เสียง มาประกอบการแสดง มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) และเห็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ได้ปรับรูปแบบเวทีให้ทันสมัยมากขึ้น มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$)

ส่วนที่ 3 การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ นำเสนอด้วยจำนวนความถี่และค่าร้อยละ ดังแสดงผลการวิเคราะห์ในตาราง 4.10 - 4.14

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนร้อยละของการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์โดยจำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าใช้ แฟนเพจคณะประถมนันเทิงศิลป์ (n=400)

จำนวนครั้งที่เข้าใช้ เฟซบุ๊ก แฟนเพจคณะประถมนันเทิงศิลป์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 3 ครั้ง	54	13.5
4 - 6 ครั้ง	53	13.3
7 - 9 ครั้ง	153	38.3
10 - 12 ครั้ง	122	30.5
12 ครั้งขึ้นไป	18	4.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่าจำนวนครั้งที่เข้าใช้ เฟซบุ๊ก แฟนเพจคณะประถมนันเทิงศิลป์ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ ส่วนใหญ่เข้าใช้ 7 - 9 ครั้ง จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาเข้าใช้ 10 - 12 ครั้ง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 เข้าใช้ 1 - 3 ครั้ง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 เข้าใช้ 4 - 6 ครั้ง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และเข้าใช้ 12 ครั้งขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนร้อยละของการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์โดยจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน (n=400)

ระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	151	37.8
1 - 2 ชั่วโมง	133	33.3
3 - 4 ชั่วโมง	56	14.0
5 ชั่วโมงขึ้นไป	60	15.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 ระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน พบว่า แฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ ส่วนใหญ่ดูแฟนเพจเฉลี่ยต่อวัน น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมา เฉลี่ยต่อวัน 1 - 2 ชั่วโมง จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 เฉลี่ยต่อวัน 5 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และเฉลี่ยต่อวัน 3 - 4 ชั่วโมง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนร้อยละของการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์โดยจำแนกตามสถานที่ดูเฟซบุ๊ก แฟนเพจคณะประถมบันเทิงศิลป์ (n=400)

สถานที่ดูเฟซบุ๊ก แฟนเพจคณะประถมบันเทิงศิลป์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้านพัก	124	31.0
ที่ทำงาน	139	34.8
ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	66	16.5
ระหว่างการเดินทาง	71	17.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.12 สถานที่ดูแฟนเพจคณะประถมบันเทิงศิลป์ พบว่า แฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ส่วนใหญ่ดูแฟนเพจจากที่ทำงาน โสดจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมา จากบ้านพัก จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ระหว่างการเดินทาง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 และร้านบริการอินเทอร์เน็ต จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนร้อยละของการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์โดยจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ (n=400)

ช่วงเวลาที่ใช้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
05.00 - 11.00 น.	57	14.3
11.01 - 13.00 น.	71	17.8
13.01 - 16.00 น.	22	5.5
16.01 - 19.00 น.	129	32.3
19.01 - 24.00 น.	121	30.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.13 ช่วงเวลาที่ใช้พบว่า แฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ส่วนใหญ่ดูแฟนเพจช่วงเวลา 16.01 - 19.00 น. จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมา ช่วงเวลา 19.01 - 24.00 น. จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 ช่วงเวลา 11.01 - 13.00 น. จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ช่วงเวลา 05.00 - 11.00 น. จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และช่วงเวลา 13.01 - 16.00 น. จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนร้อยละของการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์โดยจำแนกตามการรู้จัก (n=400)

การรู้จัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รู้จักด้วยตนเอง	176	44.0
เพื่อนแนะนำ	64	16.0
สื่อประชาสัมพันธ์ของคณะประถมนันเทิงศิลป์	160	40.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.14 การรู้จักพบว่า แฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ ส่วนใหญ่รู้จักแฟนเพจด้วยตนเอง จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมา สื่อประชาสัมพันธ์ของคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และเพื่อนแนะนำ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนร้อยละของการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ โดยจำแนกตามเหตุผลที่เข้าใช้ (n=400)

เหตุผลที่เข้าใช้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ติดต่อกับกลุ่มแฟนคลับ	37	9.3
หาข้อมูล/ ติดตามข่าวสารศิลปินหมอลำเรื่องต่อกลอน	73	18.3
เชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมเป็นสมาชิก	112	28.0
ร่วมกิจกรรมกลุ่มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น อ่านและแสดงความ ความคิดเห็น, ร่วมเป็นแฟนคลับ	178	44.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.13 เหตุผลที่เข้าใช้ พบว่า แฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ส่วนใหญ่เข้าใช้แฟนเพจ เพราะ เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น อ่านและแสดงความความคิดเห็น, ร่วมเป็นแฟนคลับ จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมา เข้าใช้แฟนเพจ เพราะเชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมเป็นสมาชิก จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 เข้าใช้แฟนเพจ เพราะ หาข้อมูล/ ติดตามข่าวสารศิลปินหมอลำเรื่องต่อกลอน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 และเข้าใช้แฟนเพจ เพราะ ติดต่อกับกลุ่มแฟนคลับ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนร้อยละของการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์โดยจำแนกตามเวลาการเป็นสมาชิก (n=400)

เวลาการเป็นสมาชิก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2 ปี	57	14.3
3 ปี	55	13.8
4 ปี	180	45.0
มากกว่า 5 ปี	108	27.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.16 เวลาการเป็นสมาชิก พบว่า แฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกมาแล้ว 4 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา เป็นสมาชิกมาแล้ว มากกว่า 5 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 เป็นสมาชิกมาแล้ว 2 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และเป็นสมาชิกมาแล้ว 3 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ข้อมูลของกลุ่มแฟนคลับจากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ นำเสนอด้วยจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังแสดงผลการวิเคราะห์ในตาราง 4.17

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการใช้ข้อมูลของแฟนคลับจากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ (n=400)

พฤติกรรมการใช้ข้อมูลของกลุ่มแฟนคลับจาก เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์	\bar{X}	S.D.	ระดับ พฤติกรรม
1. ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์หาข้อมูลในด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านหมอลำเรื่องต่อกลอนที่กำลังเป็นที่นิยม	3.84	1.20	มาก
2. หาข้อมูลเกี่ยวกับคิวงานหมอลำเรื่องต่อกลอนในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์	3.71	0.82	มาก
3. หาข้อมูลเกี่ยวกับนักแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์	3.56	0.99	มาก
4. หาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์	3.61	0.85	มาก
5. สามารถสร้างความสัมพันธ์และติดต่อสื่อสารกับแฟนคลับในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์	3.63	0.95	มาก
6. ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ เพื่อประโยชน์ในด้านการศึกษา การค้นคว้าวิจัย	3.75	0.99	มาก
7. ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ เพื่อความบันเทิง สนุกสนานและผ่อนคลายความเครียด	3.85	1.04	มาก
8. ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ เพื่อว่าจ้างหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์	3.75	0.93	มาก
9. เลือกเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ ในเผยแพร่และแลกเปลี่ยน ประสบการณ์เกี่ยวกับการรับชมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์	3.85	0.75	มาก

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้ข้อมูลของกลุ่มแฟนคลับจาก เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์	\bar{X}	S.D.	ระดับ พฤติกรรม
10. ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์เพราะ สามารถดึงดูดใจ กระตุ้นความสนใจและความต้องการใน การรับชมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์	3.66	0.76	มาก
11. เลือกเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์เพื่อช่วย ประชาสัมพันธ์ให้กับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์ เทิงศิลป์	3.49	1.05	มาก
12. ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ในการเข้า ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์ เทิงศิลป์	3.57	0.92	มาก
รวม	3.69	0.94	มาก

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า แฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์มีพฤติกรรมการใช้ข้อมูลของกลุ่มแฟนคลับจากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อสามลำดับแรกพบว่า ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ เพื่อความบันเทิง สนุกสนานและผ่อนคลายความเครียด และเลือกเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ในเผยแพร่และแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับการรับชมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ มีพฤติกรรมการใช้ข้อมูลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) รองลงมา ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์หาข้อมูลในด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านหมอลำเรื่องต่อกลอนที่กำลังเป็นที่นิยม มีพฤติกรรมการใช้ข้อมูลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) และใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ เพื่อประโยชน์ในการศึกษา การค้นคว้าวิจัย และใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ เพื่อว่าจ้างหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ มีพฤติกรรมการใช้ข้อมูลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$)

4.3 ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

สมมติฐานที่ 1 แพนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์แตกต่างกัน

1.1 แพนคลับที่มีเพศแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : แพนคลับที่มีเพศแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แพนคลับที่มีเพศต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มแพนคลับดังนั้น จะยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_1) ก็ต่อเมื่อ 2 -tailed มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังนี้

ตารางที่ 4.18 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ ของแพนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามเพศโดยใช้ t-test

การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ ของแพนคลับ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์	t	df	Sig.
จำนวนครั้งที่เข้าใช้ แพนเพจคณะประถมนันท์เชิงศิลป์	.511	398	.610
ระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน	.124	398	.902
สถานที่ดูแพนเพจคณะประถมนันท์เชิงศิลป์	1.369	398	.172
ช่วงเวลาที่ใช้	3.413	398	.001*
การรู้จัก	1.898	398	.058
เหตุผลที่เข้าใช้	3.967	398	.000*
เวลาการเป็นสมาชิก	5.953	398	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ ของแพนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามเพศ พบว่า ช่วงเวลาที่ใช้ เหตุผลที่

เข้าใช้ และ เวลาการเป็นสมาชิก มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 แฟนคลับที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันทิง ศิลป์แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : แฟนคลับที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันทิง ศิลป์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แฟนคลับที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันทิง ศิลป์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทาง เดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจาก การทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการ ทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้



ตารางที่ 4.19 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจของแฟนคลับคณะประถมนันท์วิทยาลัย กำแนกตามอายุ

จำนวนครั้งที่เข้าใช้แฟนเพจคณะประถมนันท์วิทยาลัย	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	8.655	3	2.885	2.515	.058
ภายในกลุ่ม	454.323	396	1.147		
รวม	462.977	399			
ระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.788	3	.263	.234	.873
ภายในกลุ่ม	444.650	396	1.123		
รวม	445.438	399			
สถานที่ดูแฟนเพจคณะประถมนันท์วิทยาลัย	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.237	3	.412	.359	.783
ภายในกลุ่ม	455.123	396	1.149		
รวม	456.360	399			
ช่วงเวลาที่ใช้	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	14.439	3	4.813	3.803	.010*
ภายในกลุ่ม	501.201	396	1.266		
รวม	515.640	399			
การรู้จัก	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.561	3	.187	.221	.882
ภายในกลุ่ม	334.799	396	.845		
รวม	335.360	399			
เหตุผลที่เข้าใช้	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	28.077	3	9.359	10.057	.000*
ภายในกลุ่ม	368.521	396	.931		
รวม	396.597	399			
เวลาการเป็นสมาชิก	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	20.805	3	6.935	7.610	.000*
ภายในกลุ่ม	360.892	396	.911		
รวม	381.698	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เท็กซัสปี จำแนกตามอายุพบว่า ช่วงเวลาที่ใช้ เหตุผลที่เข้าใช้ และ เวลาการเป็นสมาชิก มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามอายุโดยใช้การทดสอบแบบ เชฟเฟ (Scheffe' s method) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เท็กซัสปี จำแนกตามอายุ ด้านช่วงเวลาที่ใช้

อายุ	20 - 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
20 - 30 ปี	-	.371 (.125)	.088 (.940)	.121 (.956)
31 – 40 ปี		-	.459* (.020)	.492 (.169)
41 – 50 ปี			-	.032 (.999)
มากกว่า 50 ปี				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เท็กซัสปี จำแนกตามอายุ ด้านช่วงเวลาที่ใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เท็กซัสปี มากกว่า อายุ 31 – 40 ปี

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมบันเทิงศิลป์ จำแนกตามอายุ ด้านเหตุผลที่เข้าใช้

อายุ	20 - 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
20 - 30 ปี	-	.255 (.296)	.408* (.009)	.045 (.996)
31 – 40 ปี		-	.663* (.000)	.300 (.465)
41 – 50 ปี			-	.362 (.251)
มากกว่า 50 ปี				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์ จำแนกตามอายุ ด้านเหตุผลที่เข้าใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์ มากกว่า อายุ 20 - 30 ปี และ 31 – 40 ปี

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมบันเทิงศิลป์ จำแนกตามอายุ ด้านเวลาการเป็นสมาชิก

อายุ	20 - 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
20 - 30 ปี	-	.083 (.939)	.434* (.004)	.295 (.455)
31 – 40 ปี		-	.518* (.001)	.378 (.247)
41 – 50 ปี			-	.139 (.892)
มากกว่า 50 ปี				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์ จำแนกตามอายุ ด้านเวลาการเป็นสมาชิกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์ น้อยกว่า อายุ 20 - 30 ปี และ 31 – 40 ปี

1.3 แฟนคลับที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : แฟนคลับที่มีสถานภาพต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แฟนคลับที่มีสถานภาพต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการ

ทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ

จำนวนครั้งที่เข้าใช้ แฟนเพจคณะ ประถมนันท์เทิงศิลป์	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	16.174	2	8.087	7.185	.001*
ภายในกลุ่ม	446.804	397	1.125		
รวม	462.977	399			
ระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	55.193	2	27.597	28.075	.000*
ภายในกลุ่ม	390.244	397	.983		
รวม	445.438	399			
สถานที่ดูแฟนเพจคณะประถมนันท์เทิง ศิลป์	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	5.365	2	2.682	2.361	.096
ภายในกลุ่ม	450.995	397	1.136		
รวม	456.360	399			
ช่วงเวลาที่ใช้	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	27.354	2	13.677	11.120	.000*
ภายในกลุ่ม	488.286	397	1.230		
รวม	515.640	399			
การรู้จัก	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.413	2	.707	.840	.432
ภายในกลุ่ม	333.947	397	.841		
รวม	335.360	399			

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

เหตุผลที่เข้าใช้	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	17.280	2	8.640	9.043	.000*
ภายในกลุ่ม	379.317	397	.955		
รวม	396.597	399			
เวลาการเป็นสมาชิก	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	9.031	2	4.516	4.811	.009*
ภายในกลุ่ม	372.666	397	.939		
รวม	381.698	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า จำนวนครั้งที่เข้าใช้แฟนเพจคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ ระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน ช่วงเวลาที่ใช้ เหตุผลที่เข้าใช้ และเวลาการเป็นสมาชิก มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามสถานภาพ โดยใช้การทดสอบแบบ เชฟเฟ (Scheffe' s method) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านจำนวนครั้งที่เข้าใช้

สถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด	-	.007 (.998)	.609* (.002)
สมรส		-	.617* (.002)
หม้าย/หย่าร้าง			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประอมบันเทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านจำนวนครั้งที่เข้าใช้แฟนเพจคณะประอมบันเทิงศิลป์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีสถานภาพ หม้าย/หย่าร้าง มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประอมบันเทิงศิลป์ มากกว่า สถานภาพ โสด และสมรส

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประอมบันเทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน

สถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด	-	.766*	.049
		(.000)	(.952)
สมรส		-	.716*
			(.000)
หม้าย/หย่าร้าง			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประอมบันเทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวันใช้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีสถานภาพ สมรส มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประอมบันเทิงศิลป์ มากกว่า สถานภาพ โสด

แฟนคลับ ที่มีสถานภาพ หม้าย/หย่าร้าง มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประอมบันเทิงศิลป์ น้อยกว่า สถานภาพ สมรส

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านช่วงเวลาที่ใช้

สถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด	-	.460* (.001)	.666* (.001)
สมรส		-	.206 (.522)
หม้าย/หย่าร้าง			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านช่วงเวลาที่ใช้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีสถานภาพ สมรส และ หม้าย/หย่าร้าง มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ น้อยกว่า สถานภาพ โสด

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านเหตุผลที่เข้าใช้

สถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด	-	.143 (.390)	.533* (.003)
สมรส		-	.677* (.000)
หม้าย/หย่าร้าง			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านเหตุผลที่เข้าใช้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีสถานภาพ หม้าย/หย่าร้าง มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ น้อยกว่า สถานภาพ โสด และสมรส

ตารางที่ 4.28 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านเวลาการเป็นสมาชิก

สถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด	-	.049 (.893)	.430* (.022)
สมรส		-	.479* (.011)
หม้าย/หย่าร้าง			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านเวลาการเป็นสมาชิกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีสถานภาพ หม้าย/หย่าร้าง มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ น้อยกว่า สถานภาพ โสด และสมรส

1.4 แฟนคลับที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : แฟนคลับที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แฟนคลับที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ละครประถมนันเทิงศิลป์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.29 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับละครประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามระดับการศึกษา

จำนวนครั้งที่เข้าใช้ แฟนเพจละคร ประถมนันเทิงศิลป์	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	23.738	2	11.869	10.728	.000*
ภายในกลุ่ม	439.239	397	1.106		
รวม	462.977	399			
ระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.557	2	1.279	1.146	.319
ภายในกลุ่ม	442.880	397	1.116		
รวม	445.438	399			
สถานที่ดูแฟนเพจละครประถมนัน เทิงศิลป์	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.169	2	1.085	.948	.388
ภายในกลุ่ม	454.191	397	1.144		
รวม	456.360	399			
ช่วงเวลาที่ใช้	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	16.772	2	8.386	6.673	.001*
ภายในกลุ่ม	498.868	397	1.257		
รวม	515.640	399			

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

จำนวนครั้งที่เข้าใช้ แพนเพจคณะ ประถมนันเทิงศิลป์	SS	Df	MS	f	Sig.
การรู้จัก	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.012	2	.506	.601	.549
ภายในกลุ่ม	334.348	397	.842		
รวม	335.360	399			
เหตุผลที่เข้าใช้	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	22.676	2	11.338	12.038	.000*
ภายในกลุ่ม	373.921	397	.942		
รวม	396.597	399			
เวลาการเป็นสมาชิก	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	11.740	2	5.870	6.299	.002
ภายในกลุ่ม	369.958	397	.932		
รวม	381.698	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก
แพนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า จำนวนครั้งที่เข้า
ใช้ แพนเพจคณะประถมนันเทิงศิลป์ ช่วงเวลาที่ใช้ และเหตุผลที่เข้าใช้ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05
แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัย
จึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้การทดสอบแบบ เชฟเฟ่ (Scheffe' s
method) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4.30 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมนันท์สิงคโปร์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านจำนวนครั้งที่เข้าใช้ แฟนเพจคณะประถมนันท์สิงคโปร์

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	.492* (.000)	.471 (.461)
ปริญญาตรี		-	.492* (.000)
ปริญญาโท			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์สิงคโปร์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านจำนวนครั้งที่เข้าใช้ แฟนเพจคณะประถมนันท์สิงคโปร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์สิงคโปร์ มากกว่า ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

แฟนคลับ ที่มีระดับการศึกษา ปริญญาโท มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์สิงคโปร์ น้อยกว่า ระดับการศึกษา ปริญญาตรี

ตารางที่ 4.31 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านช่วงเวลาที่ใช้

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	.388* (.003)	.376 (.648)
ปริญญาตรี		-	.765 (.170)
ปริญญาโท			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านช่วงเวลาที่ใช้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ น้อยกว่า ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.32 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านเหตุผลที่เข้าใช้

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	.441* (.000)	.903* (.036)
ปริญญาตรี		-	.462 (.421)
ปริญญาโท			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านเหตุผลที่เข้าใช้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี และ ปริญญาโทมีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ น้อยกว่า ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.5 แฟนคลับที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : แฟนคลับที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แฟนคลับที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความ

แตกต่างกันด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.33 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ

จำนวนครั้งที่เข้าใช้ แฟนเพจคณะ ประถมนันท์เชิงศิลป์	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	48.622	5	9.724	9.247	.000*
ภายในกลุ่ม	414.355	394	1.052		
รวม	462.977	399			
ระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	19.593	5	3.919	3.626	.003*
ภายในกลุ่ม	425.844	394	1.081		
รวม	445.438	399			
สถานที่ดูแฟนเพจคณะประถมนันท์เชิง ศิลป์	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	12.994	5	2.599	2.309	.044*
ภายในกลุ่ม	443.366	394	1.125		
รวม	456.360	399			
ช่วงเวลาที่ใช้	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	19.867	5	3.973	3.158	.008*
ภายในกลุ่ม	495.773	394	1.258		
รวม	515.640	399			
การรู้จัก	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3.406	5	.681	.808	.544
ภายในกลุ่ม	331.954	394	.843		
รวม	335.360	399			

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

จำนวนครั้งที่เข้าใช้ แพนเพจคณะ ประถมนันเทิงศิลป์	SS	Df	MS	f	Sig.
เหตุผลที่เข้าใช้	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	23.771	5	4.754	5.024	.000*
ภายในกลุ่ม	372.827	394	.946		
รวม	396.597	399			
เวลาการเป็นสมาชิก	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	16.169	5	3.234	3.486	.004*
ภายในกลุ่ม	365.529	394	.928		
รวม	381.698	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า จำนวนครั้งที่เข้าใช้ แพนเพจคณะประถมนันเทิงศิลป์ ระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน สถานที่ดูแฟนเพจคณะประถมนันเทิงศิลป์ ช่วงเวลาที่ใช้ เหตุผลที่เข้าใช้ และเวลาการเป็นสมาชิก มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามอาชีพโดยใช้การทดสอบแบบ เชฟเฟ่ (Scheffe' s method) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4.34 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ ด้านจำนวนครั้งที่เข้าใช้ แฟนเพจคณะประถมนันท์เชิงศิลป์

อาชีพ	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่น ๆ
ข้าราชการ	-	1.03*	.816*	1.09*	.738	.119
		(.000)	(.004)	(.000)	(.205)	(1.00)
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		-	.215	.058	.294	1.15
			(.875)	(.999)	(.925)	(.218)
พนักงาน บริษัทเอกชน			-	.273	.078	.935
				(.581)	(1.00)	(.462)
ธุรกิจส่วนตัว				-	.352	1.20
					(.820)	(.156)
นักเรียน/ นักศึกษา					-	.857
						(.660)
อื่น ๆ						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ ด้านจำนวนครั้งที่เข้าใช้ แฟนเพจคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ มากกว่า อาชีพ ข้าราชการ

ตารางที่ 4.35 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ ด้านระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน

อาชีพ	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่น ๆ
ข้าราชการ	-	.027 (1.00)	.025 (1.00)	.202 (.937)	.547 (.567)	1.33 (1.27)
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		-	(1.00)	(.899)	(.518)	(.090)
พนักงาน บริษัทเอกชน			-	.176 (.908)	.521 (.526)	1.35 (.093)
ธุรกิจส่วนตัว				-	.345 (.841)	1.53* (.029)
นักเรียน/ นักศึกษา					-	1.88* (.010)
อื่น ๆ						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ ด้านระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวันใช้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีอาชีพ อื่น ๆ มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ มากกว่า อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว และนักเรียน/นักศึกษา

ตารางที่ 4.36 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะ ประถมบันเทิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ ด้านช่วงเวลาที่ใช้

อาชีพ	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่น ๆ
ข้าราชการ	-	.151 (.991)	.216 (.961)	.197 (.959)	.309 (.957)	.976 (.554)
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		-	.064 (1.00)	.349 (.359)	.157 (.997)	1.12 (.342)
พนักงาน บริษัทเอกชน			-	.413 (.206)	.093* (.000)	1.19 (.281)
ธุรกิจส่วนตัว				-	.507 (.577)	.778 (.732)
นักเรียน/ นักศึกษา					-	1.28 (.296)
อื่น ๆ						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ ด้านช่วงเวลาที่ใช้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ มากกว่า อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน

ตารางที่ 4.37 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ ด้านเหตุผลที่เข้าใจ

อาชีพ	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่น ๆ
ข้าราชการ	-	.602 (.057)	.005 (1.00)	.428 (.262)	.714 (.186)	.261 (.996)
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		-	.597* (.010)	.174 (.872)	.111 (.999)	.341 (.983)
พนักงาน บริษัทเอกชน			-	.423 (.076)	.708 (.121)	.256 (.996)
ธุรกิจส่วนตัว				-	.285 (.900)	.166 (.999)
นักเรียน/ นักศึกษา					-	.452 (.962)
อื่น ๆ						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ ด้านเหตุผลที่เข้าใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ มากกว่า อาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ตารางที่ 4.38 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ ด้านเวลาการเป็นสมาชิก

อาชีพ	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่น ๆ
ข้าราชการ	-	.129	.452	.096	.190	.380
		(.992)	(.306)	(.997)	(.990)	(.976)
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		-	.581*	.225	.319	.251
			(.012)	(.685)	(.868)	(.996)
พนักงาน บริษัทเอกชน			-	.356	.261	.833
				(.204)	(.942)	(.523)
ธุรกิจส่วนตัว				-	.094	.477
					(.999)	(.922)
นักเรียน/ นักศึกษา					-	.571
						(.896)
อื่น ๆ						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ ด้านเวลาการเป็นสมาชิกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ น้อยกว่า อาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.6 แฟนคลับที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อคนแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : แฟนคลับที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ
คณะประถมนันท์เทจศิลป์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แฟนคลับที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะ
ประถมนันท์เทจศิลป์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.39 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เทจศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน

จำนวนครั้งที่เข้าใช้ แฟนเพจคณะประถมนันท์เทจศิลป์	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	28.303	3	9.434	8.595	.000*
ภายในกลุ่ม	434.675	396	1.098		
รวม	462.977	399			
ระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	10.328	3	3.443	3.133	.026*
ภายในกลุ่ม	435.109	396	1.099		
รวม	445.438	399			
สถานที่ดูแฟนเพจคณะประถมนันท์เทจศิลป์	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.034	3	.345	.300	.826
ภายในกลุ่ม	455.326	396	1.150		
รวม	456.360	399			

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

ช่วงเวลาที่ใช้	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	12.223	3	4.074	3.205	.023*
ภายในกลุ่ม	503.417	396	1.271		
รวม	515.640	399			
การรู้จัก	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.138	3	.379	.450	.718
ภายในกลุ่ม	334.222	396	.844		
รวม	335.360	399			
เหตุผลที่เข้าใช้	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	28.063	3	9.354	10.052	.000*
ภายในกลุ่ม	368.534	396	.931		
รวม	396.597	399			
เวลาการเป็นสมาชิก	SS	df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	37.307	3	12.436	14.299	.000*
ภายในกลุ่ม	344.390	396	.870		
รวม	381.698	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนเดือนพบว่า จำนวนครั้งที่เข้าใช้ แฟนเพจคณะประถมนันเทิงศิลป์ ระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน ช่วงเวลาที่ใช้เหตุผลที่เข้าใช้ และเวลาการเป็นสมาชิก มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้การทดสอบแบบ เชฟเฟ (Scheffe' s method) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4.40 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านจำนวนครั้งที่เข้าใช้ แฟนเพจคณะประถมนันท์เชิงศิลป์

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	-	.748*	.394	.291
10,001-20,000 บาท		(.000)	(.119)	(.467)
20,001-30,000 บาท		-	.354	.457*
30,001-40,000 บาท			(.058)	(.032)
			-	.102
				(.396)
				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านจำนวนครั้งที่เข้าใช้ แฟนเพจคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

แฟนคลับที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน 10,001- 20,000 บาท มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ มากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

แฟนคลับที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน 30,001- 40,000 บาท มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ น้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

ตารางที่ 4.41 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	-	.283	.047	.152
10,001-20,000 บาท	(.352)	(.994)	.236	.436*
20,001-30,000 บาท			(.339)	(.046)
30,001-40,000 บาท			-	.199
				(.667)
				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวันใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ มากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

ตารางที่ 4.42 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านช่วงเวลาที่ใช้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	-	.203	.041	.447
10,001-20,000 บาท		(.693)	(.996)	(.160)
20,001-30,000 บาท		-	.245	.244
30,001-40,000 บาท			(.373)	(.534)
			-	.489*
				(.044)
				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านช่วงเวลาที่ใช้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ น้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

ตารางที่ 4.43 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านเหตุผลที่เข้าใจ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	-	.310	.225	.453
10,001-20,000 บาท		(.202)	(.518)	(.065)
20,001-30,000 บาท		-	.535*	.142
30,001-40,000 บาท			(.000)	(.796)
			-	.678*
				(.000)
				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านเหตุผลที่เข้าใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ มากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

แฟนคลับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ น้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท

ตารางที่ 4.44 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านเวลาการเป็นสมาชิก

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	-	.127	.439*	.420
10,001-20,000 บาท		(.842)	(.028)	(.084)
20,001-30,000 บาท			.566*	.292
30,001-40,000 บาท			(.000)	(.205)
			-	.859*
				(.000)
				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.44 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านเวลาการเป็นสมาชิก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ น้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 10,001 - 20,000 บาท

แฟนคลับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ มากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท

สมมุติฐานที่ 2 แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์แตกต่างกัน

2.1 แฟนคลับที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมุติฐานได้ดังนี้

H_0 : แฟนคลับที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์แตกต่างกันไม่แตกต่างกัน

H_1 : แฟนคลับที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มแฟนคลับดังนั้น จะยอมรับ สมมุติฐานหลัก (H_1) ก็ต่อเมื่อ 2 -tailed มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมุติฐาน แสดงดังนี้

ตารางที่ 4.45 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์ของแฟนคลับจำแนกตามเพศโดยใช้ t-test

พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์	t	df	Sig.
	2.616	398	.009*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์ของแฟนคลับจำแนกตามเพศ พบว่า พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 แพนคลับที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ ละคระประณบบันเทิง ศิลป์ แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : แพนคลับที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ ละคระประณบบันเทิง ศิลป์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แพนคลับที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ ละคระประณบบันเทิง ศิลป์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.46 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ ละคระประณบบันเทิง ศิลป์ จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ ละคระประณบบันเทิง ศิลป์	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	5.028	3	1.676	10.781	.000*
ภายในกลุ่ม	61.562	396	.155		
รวม	66.590	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.46 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ ละคระประณบบันเทิง ศิลป์ ของแพนคลับจำแนกตามอายุ พบว่า พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ ละคระประณบบันเทิง ศิลป์ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามอายุโดยใช้การทดสอบแบบ เชฟเฟ่ (Scheffe' s method) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4.47 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประมง บันเทิงศิลป์ จำแนกตามอายุ

อายุ	20 - 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
20 - 30 ปี	-	.039 (.912)	.217* (.000)	.111 (.534)
31 – 40 ปี		-	.256* (.000)	.151 (.277)
41 – 50 ปี			-	.105 (.554)
มากกว่า 50 ปี				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.47 เมื่อทดสอบความแตกต่างพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประมง บันเทิงศิลป์ จำแนกตามอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ แฟนคลับ ที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประมง บันเทิงศิลป์ มากกว่า อายุ 20 - 30 ปี และ 31 – 40 ปี

2.3 แฟนคลับที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประมง บันเทิงศิลป์แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : แฟนคลับที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประมง บันเทิงศิลป์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แฟนคลับที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประมง บันเทิงศิลป์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.48 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันท์เทคศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ

พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันท์เทคศิลป์	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.720	2	.860	5.263	.006*
ภายในกลุ่ม	64.870	397	.163		
รวม	66.590	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.48 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันท์เทคศิลป์ จำแนกตามสถานภาพพบว่า พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันท์เทคศิลป์ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามสถานภาพโดยใช้การทดสอบแบบ เชฟเฟ (Scheffe' s method) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4.49 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันท์เทคศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด	-	.134* (.009)	.121 (.174)
สมรส		-	.012 (.982)
หม้าย/หย่าร้าง			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.49 เมื่อทดสอบความแตกต่างพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันท์เทคศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านจำนวนครั้งที่เข้าใช้ แพนเพจคณะประถมนันท์เทคศิลป์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีสถานภาพ สมรส มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์น้อยกว่า สถานภาพ โสด

2.4 แฟนคลับที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : แฟนคลับที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แฟนคลับที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.50 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.619	2	.309	1.861	.157
ภายในกลุ่ม	65.971	397	.166		
รวม	66.590	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.50 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.5 แพนคลับที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ ละครประถมนับเทิงศิลป์ แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : แพนคลับที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ ละครประถมนับเทิงศิลป์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แพนคลับที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ ละครประถมนับเทิงศิลป์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.51 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ ละครประถมนับเทิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ ละครประถมนับเทิงศิลป์	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.828	5	.366	2.224	.051
ภายในกลุ่ม	64.762	394	.164		
รวม	66.590	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.51 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ ละครประถมนับเทิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพพบว่า พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ ละครประถมนับเทิงศิลป์ มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.6 แพนคลับที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อคนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนบันเทิงศิลป์แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : แพนคลับที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อคนต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนบันเทิงศิลป์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แพนคลับที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนบันเทิงศิลป์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.52 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนบันเทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อคน

พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะ ประถมนบันเทิงศิลป์	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	8.750	3	2.917	19.970	.000*
ภายในกลุ่ม	57.840	396	.146		
รวม	66.590	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.52 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนบันเทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อคน พบว่า พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนบันเทิงศิลป์ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้การทดสอบแบบ เชฟเฟ (Scheffe's method) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4.53 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมน บันเทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อคน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	-	.092	.179*	.236*
10,001-20,000 บาท		(.452)	(.028)	(.006)
20,001-30,000 บาท		-	.272*	.143
30,001-40,000 บาท			(.000)	(.087)
			-	.416*
				(.000)
				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.53 เมื่อทดสอบความแตกต่างพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมน บันเทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านจำนวนครั้งที่เข้าใช้ แฟนเพจคณะประถมน บันเทิงศิลป์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

แฟนคลับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมน บันเทิงศิลป์ มากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท

แฟนคลับ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001- 40,000 บาท มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมน บันเทิงศิลป์ น้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท

สมมุติฐานที่ 3 แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมน บันเทิงศิลป์แตกต่างกัน

3.1 แฟนคลับที่มีเพศแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมน บันเทิงศิลป์แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : แพนคลับที่มีเพศแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แพนคลับที่มีเพศแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มแพนคลับดั่งนั้น จะยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_1) ก็ต่อเมื่อ 2 -tailed มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดั่งนี้

ตารางที่ 4.54 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ ของแพนคลับจำแนกตามเพศโดยใช้ t-test

การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่าน	t	df	Sig.
การสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์	.152	398	.879

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.54 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ของแพนคลับจำแนกตามเพศพบว่า การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 แพนคลับที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : แพนคลับที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แฟนคลับที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.55 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ จำแนกตามอายุ

การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.207	3	.402	2.355	.072
ภายในกลุ่ม	67.685	396	.171		
รวม	68.893	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.55 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ของแฟนคลับจำแนกตามอายุพบว่า การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 แฟนคลับที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : แพนคลับที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แพนคลับที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.56 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ

การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.054	2	.027	.157	.855
ภายในกลุ่ม	68.838	397	.173		
รวม	68.893	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.56 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.4 แพนคลับที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : แพนคลับที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แพนคลับที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.57 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามระดับการศึกษา

การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.039	2	.020	.113	.894
ภายในกลุ่ม	68.854	397	.173		
รวม	68.893	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.57 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.5 แพนคลับที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : แพนคลับที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แพนคลับที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.58 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพ

การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.374	5	.275	1.604	.158
ภายในกลุ่ม	67.518	394	.171		
รวม	68.893	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.58 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ จำแนกตามอาชีพพบว่า การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.6 แฟนคลับที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อคนแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : แฟนคลับที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อคนแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แฟนคลับที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อคนแตกต่างกัน มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.59 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อคน

การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิค การนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัล ของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.396	3	.132	.764	.515
ภายในกลุ่ม	68.496	396	.173		
รวม	68.893	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.59 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการรับรู้การพัฒนารูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อคน พบว่า การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานที่ 4 แพนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์

สามารถเขียนสมมุติฐานได้ดังนี้

H_0 : แพนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แพนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ จะทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation : r) เพื่อหาความสัมพันธ์ จะยอมรับสมมุติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.01 ผลการทดสอบสมมุติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.60 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ ของ แพนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ กับ พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์

การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ	พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ	
	r	Sig.
จำนวนครั้งที่เข้าใช้ แพนเพจคณะประถมนันเทิงศิลป์	.176	.000*
ระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน	.047	.352
สถานที่ดูแฟนเพจคณะประถมนันเทิงศิลป์	.077	.125
ช่วงเวลาที่ใช้	.179	.000*
การรู้จัก	.079	.117
เหตุผลที่เข้าใช้	.226	.000*
เวลาการเป็นสมาชิก	.235	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.60 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ ของ แพนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ กับ พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ พบว่า จำนวนครั้งที่เข้าใช้ แพนเพจคณะประถมนันเทิงศิลป์ ช่วงเวลาที่ใช้ เหตุผลที่เข้าใช้ และ เวลาการเป็นสมาชิก มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.01 แสดงว่าเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมุติฐานที่ 5 แพนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนาารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์

สามารถเขียนสมมุติฐานได้ดังนี้

H_0 : แพนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ ของแพนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนาารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แพนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ ของแพนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนาารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ จะทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation : r) เพื่อหาความสัมพันธ์ จะยอมรับสมมุติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.01 ผลการทดสอบสมมุติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.61 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ ของแพนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ กับ การรับรู้การพัฒนาารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์

การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แพนเพจ	การรับรู้การพัฒนาารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอ	
	r	Sig.
จำนวนครั้งที่เข้าใช้ แพนเพจคณะประถมนันเทิงศิลป์	.264	.000*
ระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน	.014	.780
สถานที่ดูแพนเพจคณะประถมนันเทิงศิลป์	.030	.546
ช่วงเวลาที่ใช้	.004	.939
การรู้จัก	.018	.721
เหตุผลที่เข้าใช้	.008	.869
เวลาการเป็นสมาชิก	.059	.240

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.61 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ กับ การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ พบว่า จำนวนครั้งที่เข้าใช้แฟนเพจคณะประถมนันเทิงศิลป์ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.01 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 6 แฟนคลับที่มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ จะทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation : r) เพื่อหาความสัมพันธ์ จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.01 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.62 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะ ประถมบันเทิงศิลป์ กับ การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัล ของคณะประถมบันเทิงศิลป์

พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ	การรับรู้การพัฒนารูปแบบและ เทคนิคการนำเสนอ	
	r	Sig.
	.250	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.62 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แพนเพจ คณะ ประถมบันเทิงศิลป์ กับ การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัล ของคณะประถมบันเทิงศิลป์ พบว่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.01 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัย เรื่อง การสื่อสารดิจิทัลกับการชำระรักษาวัฒนธรรมหมอลำ เรื่องต่อกลอน ตรีศึกษา คณะประถมบันเทิงศิลป์ กล่าวโดยสรุปว่า คณะประถมบันเทิงศิลป์มีการ พัฒนาคั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเปลี่ยนแปลงตามยุคตามสมัยปรับเปลี่ยนด้านต่าง ๆ มากมายเพิ่ม รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอด้านหน้าเวทีการแสดงเพื่อให้คนดูหรือกลุ่มแฟนคลับได้ติดตาม จน มาถึงยุคที่มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัลมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายทำให้ คณะประถมบันเทิงศิลป์ใช้ช่องทางนี้ให้เกิดประโยชน์ซึ่งผู้วิจัยจะอภิปรายในบทต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารดิจิทัลกับการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน กรณีศึกษา คณะประถมนันทศิลป์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนผ่านการสื่อสารดิจิทัลเพื่อศึกษารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของ คณะประถมนันทศิลป์ในการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนและเพื่อวิเคราะห์ พฤติกรรมใช้สื่อดิจิทัลของแฟนคลับคณะประถมนันทศิลป์ในการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำ เรื่องต่อกลอน

การวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบการวิจัยผสม (Mixed Method) โดยมีรูปแบบการวิจัย 2 รูปแบบ ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริหารหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันทศิลป์ จำนวน 5 คน ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ซึ่งข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำให้เห็นภาพรวมของการพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนผ่านการสื่อสารดิจิทัลและ รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันทศิลป์ในการธำรง รักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ทำให้เห็น ภาพรวมของกลุ่มแฟนคลับในการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อธำรงรักษาวัฒนธรรมเรื่อง ต่อกลอน โดยศึกษาลักษณะประชากรของกลุ่มแฟนคลับศึกษาเกี่ยวกับการเปิดสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟน คลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันทศิลป์และศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจคณะประถมนันทศิลป์

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่ม ผู้บริหารและการสำรวจ (Survey Research) กลุ่มแฟนคลับ หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมน นันทศิลป์ผู้วิจัยได้ข้อมูลด้านการพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนผ่านการสื่อสาร ดิจิทัลรูปแบบการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของ คณะประถมนันทศิลป์ในการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนและพฤติกรรมการใช้สื่อ

ดิจิทัลของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ในการชำระรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ ผ่านการสื่อสารดิจิทัล

ส่วนที่ 2 รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านสื่อสารดิจิทัลของหมอลำเรื่องต่อกลอน คณะประถมนันเทิงศิลป์

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมใช้สื่อดิจิทัลของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ในการชำระรักษา วัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน

ส่วนที่ 1 การพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ผ่านการสื่อสารดิจิทัล

การพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ ผลการวิจัย พบว่าคณะประถมนันเทิงศิลป์เป็นกลุ่มหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะแรก ๆ ของภาค ตะวันออกเฉียงเหนือก่อตั้งโดยนางบุญถม นามวันทา ตั้งเมื่อพุทธศักราช 2500 ใช้ชื่อวงในครั้งนั้น ว่า บุญถมบันเทิงศิลป์ ต่อมาได้สมรสกับนายประพันธ์ สิมเสน จึงเปลี่ยนชื่อคณะเป็นคณะประถมนันเทิงศิลป์ สมัยนั้นมีสมาชิกในวง 5 - 10 คน แสดงตามงานต่าง ๆ ในภาคอีสาน โดยนำนิทานที่ นิยมของภาคอีสานนำมาแสดงลำเรื่องต่อกลอน อาทิ เรื่องจำปาสีตัน เรื่องท้าวแบ้ เรื่องลีลาวดี เรื่องหญิงสามนิ้ว เรื่องเจ้าหัวสามโบสถ์ เรื่องมหากุญแจ และเรื่องกำไลมาศ เป็นต้น ส่วนมาก ลำเรื่องต่อกลอน จะนำเสนอเรื่องคำสอนบาปบุญคุณโทษคุณธรรมจริยธรรมต่าง ๆ สมัยนั้น คณะประถมนันเทิงศิลป์ได้มีโอกาสทำการแสดงถ่ายทอดเสียงออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียง ระบบเอเอ็ม (AM) ด้วย คณะประถมนันเทิงศิลป์ได้พัฒนามาเรื่อย ๆ และปัจจุบันมีนายสันติ สิมเสน ลูกชายของ นางบุญถม นามวันทา และ นายประพันธ์ สิมเสน มาบริหารต่อจากบิดามารดา สานต่อกิจการ โดยทำหน้าที่เป็นหัวหน้าคณะประถมนันเทิงศิลป์เป็นผู้นำคณะประถมนันเทิงศิลป์ การพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ผ่านการสื่อสารดิจิทัลเริ่มมี การพัฒนาช่องทางการสื่อสารมากขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัล ได้แก่ เฟซบุ๊ก และยูทูป มา ใช้เป็นเครื่องมือเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารความเคลื่อนไหวกิจกรรมของคณะประถมนันเทิงศิลป์ ให้กับกลุ่มแฟนคลับและเจ้าภาพได้รับรู้มากขึ้นทั้งนี้การเพิ่มช่องทางการสื่อสารก็จะทำให้ วัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนได้แพร่กระจายไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ได้มากขึ้น สามารถชมได้ทุกที่ ทุกเวลาตามที่กลุ่มแฟนคลับและเจ้าภาพต้องการ ถ้าเปรียบเทียบกับสมัยก่อนนั้นการสื่อสารมีไม่กี่ ช่องทางในการติดต่อกับหมอลำเรื่องต่อกลอน เช่น ติดต่ได้ที่บ้านพักหมอลำเรื่องต่อกลอน

โดยตรง หรือ เข้าภาพเดินทางไปติดต่อกับงานที่คณะหมอลำเรื่องต่อกลอนแสดง เป็นต้น จากการมีช่องทางสื่อสารที่น้อยและเข้าถึงกลุ่มแฟนคลับและเจ้าภาพยากจึงเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่หมอลำเรื่องต่อกลอนหลายคณะต้องปิดตัวลง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้พบการพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ดังนี้

1.1 การพัฒนาด้านเวทีการแสดง

ผลการวิจัยพบว่า เวทีการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนในอดีตยังเป็นโครงสร้างแบบไม้ธรรมดาไม่มีติดแตรอะไรมากนั้นมีแค่ฉาก 2-3 ฉาก เพื่อทำการแสดงแก่นั้นต่อมาได้มีการพัฒนาเป็นเวทีลอยทำด้วยโครงสร้างเหล็กขนาดไม่ใหญ่มากเพื่อนำไปทำการแสดงตามสถานที่ต่าง ๆ ที่เจ้าภาพไม่มีสถานที่ให้ต่อมาได้เพิ่มเป็นเวทีลอย ความประมาณ 25 - 30 เมตร ความกว้างประมาณ 9 - 10 เมตร ลักษณะของเวทีจะมี 3 แบบ ได้แก่ แบบชั้นเดียว แบบ 2 ชั้น และแบบ 3 ชั้น หรือบางคณะหมอลำเรื่องต่อกลอนจะมีลักษณะตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวที (T) ยื่นออกไปด้านหน้าเวทีเพื่อให้นักแสดงได้ใกล้ชิดผู้ชมมากขึ้นสามารถวางตำแหน่งของนักแสดง แคนเซอร์ ไม่ให้กระจุกตัวกันมาก ดูแล้วสบายตา ไม่อึดอัด และเพื่อให้ดูทันสมัยและเป็นมาตรฐานของเวทีและการเก็บการเคลื่อนย้ายเวทีหรือการติดตั้งมีความสะดวกมากขึ้นทุกอย่างทำเป็นระบบ

1.2 การพัฒนาด้านแสง สี เสียง

ผลการวิจัยพบว่า แสง สี เสียง เป็นสิ่งสำคัญมากของคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยการนำเครื่องดนตรีตะวันตกมาใช้ประกอบกับเครื่องดนตรีของอีสาน เช่น แคน พิณ เป็นต้น นอกจากนี้คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ได้ใช้งบประมาณในการลงทุนปรับไฟเพิ่มไฟ บนเวทีการแสดงให้ดูสวยงามทันสมัยขึ้นเหมาะกับยุคการสื่อสารดิจิทัล และได้เลือกเครื่องเสียงที่มีคุณภาพเสียงที่ดีคือคังพอดิแต่เสียงเพราะฟังแล้วไม่เบื่อบ่อยหรือเสียบหูจนเกินไป

1.3 การพัฒนาด้านลำเรื่องต่อกลอน

ผลการวิจัยพบว่า ลำเรื่องต่อกลอนเป็นแก่นหลักสำคัญมากที่สุดในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนโดยเป็นลำเรื่องต่อกลอนทำนองของขนแก่นนำเอานิทานพื้นบ้านมาแสดงหรือเป็นละครจักร ๆ วงศ์ ๆ มาดัดแปลงเพื่อนำเสนอ ซึ่งในอดีตการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนนั้นเป็นการสอนให้กับคนดูได้นำไปเป็นแนวทางดำเนินชีวิตและปัจจุบันมีแต่งลำเรื่องต่อกลอนมาใหม่เพื่อให้เรื่องราวสนุกสนานมากขึ้นเพิ่มความบันเทิงดูแล้วสนุกผ่อนคลาย จากลำเรื่องต่อกลอนนอกจากนี้ยังพบว่า นักแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนมีการใช้ช่องทางการสื่อสารดิจิทัล คือ เฟซบุ๊ก และยูทูป เพื่อติดต่อกับกลุ่มแฟนคลับถือว่าการพัฒนาอีกหนึ่งด้านทำให้กลุ่มแฟนคลับจะได้ติดตามความเคลื่อนไหวตลอดเวลาและปัจจัยที่มีผลต่อการดำรงอยู่วัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน

1.4 การพัฒนาด้านแคนเซอร์

ผลการวิจัยพบว่า แคนเซอร์หรือว่าทางเครื่องได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากอดีตจนถึงปัจจุบันการมีแคนเซอร์ถือว่าการสร้างสี่สันก่อนถึงช่วงลำเรื่องต่อกลอนสำหรับการพัฒนานั้นแคนเซอร์ได้มีการประยุกต์หรือนำแนวคิดจากต่างประเทศมาปรับใช้ เพื่อให้คู่ทันสมัยและสวยงามมากขึ้น โดยแคนเซอร์หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ได้ออกแบบชุดให้ดูตระการตามาก เช่น ตกแต่งด้วยขนไก่ ขนนกยูง ติดกากเพชรให้ดูระยิบระยับ เป็นต้น ทั้งนี้ยังพบว่าปัจจุบันนี้การสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไปมากการเข้ามาของการสื่อสารดิจิทัลได้เพิ่มช่องทางการรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงของคณะประถมบันเทิงศิลป์ไปสู่กลุ่มแฟนคลับ และกลุ่มเจ้าภาพได้รับรู้เร็วขึ้นส่งผลถึงการติดตามผลงานและว่าจ้างทำให้เกิดรายได้และเป็นทุนในการพัฒนารวมถึงการลงทุนพัฒนาเสื้อผ้าหน้าผมอุปกรณ์ตกแต่งลีลาการเต้นดูแล้วต้องสวยงามการสร้างสรรค์หรือออกแบบชุดแคนเซอร์ให้ดูยิ่งใหญ่ตระการตา

ส่วนที่ 2 รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านสื่อสารดิจิทัลของหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์

2.1 รูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อสารดิจิทัลของหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์

ผลการวิจัยพบว่า คณะประถมบันเทิงศิลป์ในอดีตมีรูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อไม่กี่ช่องทาง คือ สื่อวิทยุกระจายเสียงในระบบ AM แต่ปัจจุบันการสื่อสารมีการพัฒนาทำให้เกิดการสื่อสารรูปแบบใหม่หรือเรียกว่าการสื่อสารดิจิทัลและเกิดช่องทางการสื่อสารเพิ่มขึ้น อาทิ Facebook และ YouTube เป็นต้น โดยคณะประถมบันเทิงศิลป์มีการปรับเปลี่ยนช่องทางการสื่อสารเพื่อให้กลุ่มแฟนคลับสามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็วคณะประถมบันเทิงศิลป์จึงสร้างเพจของคณะขึ้นมาชื่อ “Prathombanterngsinfanpage” มีแฟนคลับติดตามประมาณ 114,203 คน โดยเพจนี้ถือว่าเป็นรูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อดิจิทัลอีกหนึ่งรูปแบบ ทั้งนี้เป็นการพัฒนาเพื่อให้เข้ากับสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งจะมีการอัปเดตคิวงานการแสดงพูดคุยกับกลุ่มแฟนคลับและผู้ว่าจ้างได้ตลอดเวลาหรือแม้แต่การอัปเดตตัวอย่างเสื้อผ้าของแคนเซอร์ พระเอกนางเอก หมอลำทั้งนี้เพื่อให้กลุ่มแฟนคลับและผู้ว่าจ้างได้ทราบความเคลื่อนไหวของคณะประถมบันเทิงศิลป์รวมถึงมีการถ่ายทอดสดการแสดง (Facebook Live) ให้กับกลุ่มแฟนคลับได้ชมอีกด้วย ผลการวิจัยยังพบอีกว่า คณะประถมบันเทิงศิลป์ใช้ YouTube เพิ่มอีกหนึ่งช่องทางในการสื่อสารดิจิทัล เพื่อนำเสนอหมอลำเรื่องต่อกลอนใช้ชื่อ “ประถมบันเทิงศิลป์” ช่องทางนี้มีไว้สำหรับลงคลิปการแสดง เพื่อให้กลุ่มแฟนคลับได้ติดตามย้อนหลังถือว่าเป็นรูปแบบใหม่ ๆ ในการนำเสนอ

2.2 เทคนิคการนำเสนอผ่านสื่อสารดิจิทัลของหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์

ผลการวิจัยพบว่า คณะประถมบันเทิงศิลป์ได้นำเทคนิคต่าง ๆ มานำเสนอผ่านสื่อดิจิทัลของการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน โดยนำเอาสไลมาประกอบกับการแสดงเพื่อเพิ่มความใหม่และตระการตาขณะทำการแสดงประกอบฉาก ทั้งนี้คณะประถมบันเทิงศิลป์เป็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะแรก ๆ ที่นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ประกอบการแสดง การนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้นั้นถือว่าเป็นการพัฒนาคณะหมอลำเรื่องต่อกลอน อีกประการคือ ต้องปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสังคมที่เปลี่ยนไปการนำสไลมาใช้นั้น ก็แสดงให้เห็นว่ามีการปรับและพัฒนาเพื่อให้กลุ่มแฟนคลับได้รับรู้และได้ชมสิ่งใหม่ ๆ ก็จะทำให้คนดูไม่เบื่อต้องมีเทคนิคใหม่ ๆ ตลอด เพราะการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนนั้นแสดงตั้งสามทุ่มจนถึงหกโมงเช้า ถือว่าเป็นการแสดงที่ยาวนานมากดังนั้นการมีเทคโนโลยีใหม่ถือว่าเป็นสิ่งที่ดีมาก นอกจากนี้พบว่า การใช้ระบบไฮดรอลิกประกอบการแสดงนั้นถือว่าเป็นการพัฒนาให้ทันสมัยมากขึ้น ในอดีตการขึ้นลงเวทีของนักแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนขึ้นลงด้านข้างของเวทีต่อมาได้มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ คณะประถมบันเทิงศิลป์จึงนำระบบไฮดรอลิกมาประยุกต์ใช้ในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนจากการสัมภาษณ์ยังพบอีกว่า คณะประถมบันเทิงศิลป์เป็นคณะแรก ๆ ที่นำระบบนี้มาใช้และกลุ่มแฟนคลับก็ชื่นชอบและเห็นการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมใช้สื่อดิจิทัลของแฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์ในการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามกลุ่มแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมใช้สื่อดิจิทัลของแฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์ในการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อคน/เดือน

ผลการวิจัยพบว่า แฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5 และเพศหญิง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ด้านอายุพบว่า แฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์ส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานที่มีช่วงอายุ 20 - 40 ปี จำนวน 265 คน คิดเป็น ร้อยละ 66.3 และรองลงมา อายุ 41 ขึ้นไป จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 ด้านสถานภาพพบว่าแฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสดจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา สมรสจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 และ หม้าย/หย่าร้าง จำนวน 49 คน คิด

เป็นร้อยละ 12.3 ด้านการศึกษาพบว่าแฟนคลับคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 และปริญญาโท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ด้านอาชีพพบว่าแฟนคลับคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและธุรกิจส่วนตัว จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมา อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและข้าราชการ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมา นักเรียน/นักศึกษาและอื่น ๆ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ด้านรายได้พบว่าแฟนคลับคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001- 40,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

3.2 การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์

ผลการวิจัยพบว่า แฟนคลับคณะประถมนันท์เทิงศิลป์มีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัล ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อสามลำดับแรกพบว่า เห็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ปรับรูปแบบการโชว์ด้านหน้าเวทีให้สวยขึ้น มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.69$) รองลงมา เห็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ได้นำเทคโนโลยีแสง สี เสียง มาประกอบการแสดง มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$) และเห็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ได้ปรับรูปแบบเวทีให้ทันสมัยมากขึ้น มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64$)

3.3 การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์

ผลการวิจัยพบว่า จำนวนครั้งที่เข้าใช้ เฟซบุ๊ก แฟนเพจคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ ส่วนใหญ่เข้าใช้ 7-9 ครั้ง จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาเข้าใช้ 10-12 ครั้ง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 เข้าใช้ 1-3 ครั้ง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 เข้าใช้ 4-6 ครั้ง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และเข้าใช้ 12 ครั้งขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวันพบว่า แฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ ส่วนใหญ่ดูแฟนเพจเฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมา เฉลี่ยต่อวัน 1-2 ชั่วโมง จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 เฉลี่ยต่อวัน 5 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และเฉลี่ยต่อวัน 3-4 ชั่วโมง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 สถานที่ดูแฟนเพจคณะประถมนันท์เทิงศิลป์

บันเทิงศิลป์ พบว่า แฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ส่วนใหญ่ดูแฟนเพจ จากที่ทำงาน จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมา จากบ้านพัก จำนวน 124 คน คิดเป็น ร้อยละ 31.0 ระหว่างการเดินทาง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 และร้านบริการอินเทอร์เน็ต จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ช่วงเวลาที่ใช้ พบว่า แฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถม บันเทิงศิลป์ส่วนใหญ่ดูแฟนเพจช่วงเวลา 16.01 - 19.00 น. จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมา ช่วงเวลา 19.01 - 24.00 น. จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 ช่วงเวลา 11.01 - 13.00 น. จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ช่วงเวลา 05.00 - 11.00 น. จำนวน 57 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.3 และช่วงเวลา 13.01 - 16.00 น. จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 การรู้จักแฟนเพจคณะประถม บันเทิงศิลป์ พบว่า แฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ ส่วนใหญ่รู้จักแฟนเพจ รู้ด้วยตนเอง จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมา สื่อประชาสัมพันธ์ของคณะประถม บันเทิงศิลป์ จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และเพื่อนแนะนำ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 เหตุผลที่เข้าใช้ พบว่า แฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ ส่วนใหญ่เข้าใช้ แฟนเพจ เพราะ เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น อ่านและแสดงความคิดเห็น, ร่วมเป็น แฟนคลับ จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมา เข้าใช้แฟนเพจ เพราะ เชิญชวนให้บุคคล อื่นเข้าร่วมเป็นสมาชิก จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 เข้าใช้แฟนเพจ เพราะหาข้อมูล/ติดตาม ข่าวสารศิลปินหมอลำเรื่องต่อกลอน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 และเข้าใช้แฟนเพจ เพราะ ติดต่อกับกลุ่มแฟนคลับ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 เวลาการเป็นสมาชิก พบว่า แฟนคลับ หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกมาแล้ว 4 ปี จำนวน 180 คน คิด เป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา เป็นสมาชิกมาแล้ว มากกว่า 5 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 เป็น สมาชิกมาแล้ว 2 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และเป็นสมาชิกมาแล้ว 3 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8

3.4 พฤติกรรมการใช้ข้อมูลของกลุ่มแฟนคลับจากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถม บันเทิงศิลป์

ผลการวิจัยพบว่า แฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์มีพฤติกรรมการ ใช้ข้อมูลของกลุ่มแฟนคลับจากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์ ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.69$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อสามลำดับแรกพบว่า ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิง ศิลป์ เพื่อความบันเทิง สนุกสนานและผ่อนคลายความเครียดและเลือกเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถม บันเทิงศิลป์ในเผยแพร่และแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับการรับชมหมอลำเรื่อง ต่อกลอน คณะ ประถมบันเทิงศิลป์มีพฤติกรรมการใช้ข้อมูลอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$) รองลงมา ใช้เฟซบุ๊ก แฟน เพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์หาข้อมูลในด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านหมอลำเรื่องต่อกลอนที่

กำลังเป็นที่นิยม มีพฤติกรรมการใช้ข้อมูลอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$) และใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะ ประถมบันเทิงศิลป์เพื่อประโยชน์ในด้านการศึกษา การค้นคว้าวิจัย และใช้ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะ ประถมบันเทิงศิลป์เพื่อว่าจ้างหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ มีพฤติกรรมการใช้ ข้อมูลอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$)

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจคณะประถมบันเทิงศิลป์แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แฟนคลับที่มี ลักษณะประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจคณะประถมบันเทิงศิลป์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แฟนคลับที่มี ลักษณะประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์ไม่แตก ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 แฟนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แฟนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถม บันเทิงศิลป์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์ อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 5 แฟนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของ คณะประถมบันเทิงศิลป์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 5 แฟนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการ นำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 6 แฟนคลับที่มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แฟนคลับที่มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.2 อภิปรายผล

ในส่วนการอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารดิจิทัลกับการสร้างวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน ตรีศึกษา คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ ” ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการอภิปรายออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ผ่านการสื่อสารดิจิทัล

ส่วนที่ 2 รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านสื่อสารดิจิทัลของหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์

ส่วนที่ 3 อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 การพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ผ่านการสื่อสารดิจิทัล

หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ เป็นสื่อวัฒนธรรมพื้นบ้านประเภทหนึ่งที่มีมาช้านานและมีการเปลี่ยนแปลงมาโดยตลอด จากการวิจัยพบว่า คณะประถมนันท์เทิงศิลป์มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งด้านการลำเรื่องต่อกลอนคือปรับเนื้อหาที่ดูทันสมัยมากขึ้นเพื่อให้กลุ่มแฟนคลับที่เป็นคนรุ่นใหม่ได้ชอบและติดตามส่วนเนื้อหาต้องกระชับเข้าใจง่าย ด้านเวทีคณะประถมนันท์เทิงศิลป์ได้ปรับเวทีให้ใหญ่ขึ้นประกอบและติดตั้งได้ง่ายขึ้นดูแล้วยิ่งใหญ่ ด้านการแสดง แบ่งออกเป็นสองส่วนคือนักแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน และ แคนเซอร์ นักแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน จะมีการเปิดสมัครนักแสดงหน้าใหม่ทุกฤดูกาลแสดงเพื่อเพิ่มสมาชิกหรือทดแทนนักแสดงที่ลาออก และแคนเซอร์มีการพัฒนาและออกแบบเครื่องแต่งกายให้ดูทันสมัยสวยงามทำเด่นแบบร่วมสมัยโดยนำเพลงที่กำลังเป็นกระแสนิยมนำมาใช้ในการแสดง ด้านแสง สี เสียง นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ประกอบการแสดงเพิ่มไฟ ปรับเสียงไม่ให้เสียงดังจนเกินไป จากการพัฒนานั้นสอดคล้องกับ นำใจ อุทรักษ์ (2553) ได้กล่าวว่า หมอลำเกิดจากการนำกลอนลำมาผูกเป็นเรื่องราวหรือนิทานพัฒนามาจากลำพื้นทำนองลำหรือवाद มี 3 ทำนองหลัก คือ ทำนอง

หรือวาดอุบล ทำนองหรือวาดขอนแก่น และทำนองหรือวาดกาฬสินธุ์ โดยคณะประถมนันท์เทงศิลป์ ได้นำทำนองหรือวาดขอนแก่นมาใช้ในการลำเรื่องต่อกลอน นอกจากนี้ยังพบว่าคณะหมอลำเรื่องต่อกลอนนั้นได้ปรับรูปแบบการแสดงของคณะแบ่งออกเป็น 2 ช่วง ช่วงแรกเป็นการแสดงดนตรีเพลงและหางเครื่องหรือแคนเซอร์ ช่วงที่ 2 เป็นการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนแต่ละคณะพยายามกระตุ้นให้ผู้ชมสนใจการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนโดยปรับรูปแบบการแสดงให้น่าสนใจมากขึ้น การพัฒนาและปรับปรุงนั้น

ด้าน ปรีชา อุยตระกูล (2539) กล่าวว่า การดำรงอยู่ของหมอลำเรื่องต่อกลอนถือได้ว่าเป็นมรดกทางสังคมที่มีการถ่ายทอดและมีการเรียนรู้เป็นยุคต่อยุคทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็นวิถีชีวิตของชาวไทยอีสานเนื่องจากวัฒนธรรมเป็นสิ่งไม่คงที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมหมอลำก็จำเป็นต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพสังคมให้ได้เพื่อความอยู่รอดของคณะประถมนันท์เทงศิลป์และธำรงอยู่ได้ นอกจากนี้ยังได้สอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ (2548) ได้กล่าวว่า สื่อพื้นบ้านที่อยู่กลายพันธุ์จากหลักการพื้นฐานที่ว่าวัฒนธรรมทุกประเภทจะดำรงอยู่ต่อไปได้จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยน (Adaptive) ที่เห็นได้ชัดเจน จากการสัมภาษณ์นั้น คือ คณะประถมนันท์เทงศิลป์ มีการปรับโครงสร้างเวทีใหม่ให้ดูยิ่งใหญ่และโชว์ความตระการตาของแคนเซอร์ที่ตัดเย็บชุดให้เข้ากับสมัยใหม่เพิ่ม แสง สี เสียง ให้สวยงาม โดยต้องผ่านการสื่อสารดิจิทัลหรือช่องทางการสื่อสารที่คณะประถมนันท์เทงศิลป์เลือกใช้ ได้แก่ Facebook และ Youtube เป็นต้น

การพัฒนาต่าง ๆ ของคณะประถมนันท์เทงศิลป์ เพื่อต้องการสื่อสารกับกลุ่มแฟนคลับได้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงคณะแต่ในปัจจุบันได้มีช่องทางการสื่อสารเพิ่มขึ้นคือการสื่อสารดิจิทัล ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น คือ Facebook และ Youtube ทำให้แฟนคลับได้รับรู้มากขึ้นและติดตามความเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา ซึ่งสัมพันธ์กับ ภาสกร จิตรไคร์ครวญ (2553) ได้กล่าวว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำทุกวันและวันละมากกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน นั้นแสดงให้เห็นว่า กลุ่มแฟนคลับใช้สื่อดิจิทัลมากขึ้นเพราะมีความสะดวกสบายสามารถรับฟังหมอลำเรื่องต่อกลอนอยู่ที่บ้านผ่านการไลฟ์สดได้ นอกจากนี้ยังสามารถแสดงความคิดเห็นได้ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับ สุภวรรณ อุบลเลิศ (2550) ได้กล่าวว่า รูปแบบในการจัดแสดงหรือกระบวนการนำเสนอหมอลำเรื่องต่อกลอนมี 3 ขั้นตอนคือ บทนำ เนื้อหา บทสรุป และรายละเอียดปลีกย่อยที่ทำให้การแสดงมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นคือการแสดงให้เหมาะสมกับโอกาสมีหลักในการจัดแสดงดังนี้ ความพร้อมเพียงในการแสดงและบรรเลงมีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายเน้นการอนุรักษ์ภาษาและเนื้อร้องมีการแสดงตลกแทรกพัฒนารูปแบบการแสดงตามกระแสความนิยมของสังคมเจ้าภาพสถานที่และเวลาคณะประถมนันท์เทงศิลป์มีการจัดลำดับคิวการแสดง เช่น ช่วงแรกเป็นคอนเสิร์ตลูกทุ่งมีแคนเซอร์ ช่วงตลกก่อนเข้าลำเรื่องต่อกลอน ช่วงลำเรื่องต่อกลอน และช่วง

สุดท้าย คือ เต๋ยลา (เพลงจังหวัดสุโขทัย) แล้วก็จบการแสดงของงานในวันนั้นสำหรับการพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ผ่านการสื่อสารดิจิทัลนั้นและยังสอดคล้องกับสูตรพล เนสุสินธุ์ (2550) ได้กล่าวว่า การดำรงอยู่ของคณะระเบียนวาทะศิลป์ แบ่งได้ 4 ด้าน ด้านการแสดง เริ่มจากการคัดเลือกเลือกนักแสดงซึ่งยึดหลักความเหมาะสม สองด้าน เทคโนโลยีมีการพัฒนาระบบแสง สี เสียง เวที และฉากอย่างอลังการคล้ายกับคอนเสิร์ตลูกทุ่งหมอลำของค่ายเพลงดังต่าง ๆ สามด้านเศรษฐกิจคณะจะเน้นสร้างรายได้ให้กับสมาชิก สี่ด้านสังคมและวัฒนธรรมคณะ โดยสรุปแล้วการพัฒนาการของหมอลำเพื่อต้องการสืบทอดและดำรงอยู่ต่อไป มีความสัมพันธ์การพัฒนาของคณะประถมนันเทิงศิลป์ แต่สิ่งที่เพิ่มเติมคือการนำผลงานแสดงด้านหน้าเวทีสู่สายตากลุ่มแฟนคลับในโลกสื่อดิจิทัล

จากการพัฒนาของวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ มีความสัมพันธ์ กับ ทิพย์พัทธ์ กฤษสุนทร (2552) ได้กล่าวว่า เพลงโคราชมีการปรับตัวออกเป็น 4 ยุค คือ ยุคเพลงโคราชแบบดั้งเดิม ยุคเพลงโคราชแก่นบน ยุคเพลงโคราชประยุกต์ และยุคโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส.) โดยมีการปรับตัวในคุณลักษณะด้านรูปแบบและเนื้อหา ด้านกระบวนการสื่อสารด้านบทบาทหน้าที่ด้านการสืบทอดเป็นผลมาจากปัจจัยที่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคือ การเข้ามาของสื่อบันเทิงสมัยใหม่ การดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ การเกิดอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี เช่นเดียวกับคณะประถมนันเทิงศิลป์ได้มีการปรับและพัฒนาในด้านต่าง ๆ ให้เข้ากับยุคการสื่อสารดิจิทัลให้ทุกด้านทันสมัยมากขึ้นเป็นที่ถูกใจของกลุ่มแฟนคลับและให้กลุ่มแฟนคลับมองว่าคณะประถมนันเทิงศิลป์ได้มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งและสามารถดำรงอยู่ได้และเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้านของอีสานต่อไป

ส่วนที่ 2 รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านสื่อสารดิจิทัลของหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์

จากการพัฒนาของคณะประถมนันเทิงศิลป์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านลำเรื่องต่อกลอน ด้านการแสดง ด้านแดนเซอร์ และด้านแสง สี เสียง เพื่อให้ดูทันสมัยทันต่อการเปลี่ยนที่เกิดขึ้นและผลิตผลงานต่าง ๆ ผ่านสื่อดิจิทัล จากการสัมภาษณ์พบว่า คณะประถมนันเทิงศิลป์ได้นำสื่อดิจิทัล ได้แก่ Facebook โดยตั้งชื่อว่า “Prathombanterngsinfanpage” และ YouTube ใช้ชื่อว่า “ประถมนันเทิงศิลป์” ต่อมามีการเปลี่ยนแปลงเป็น “Mini Boss” มาใช้เพื่อเป็นรูปแบบการนำเสนอผลงานและยังเป็นการเพิ่มช่องทางในการนำเสนออีกช่องทางหนึ่งให้กลุ่มแฟนคลับได้ติดตามผลงานซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Poster (1995) ได้กล่าวว่า สื่อถึงมวลชน (semi-mass media/narrowcasting) เช่น การใช้อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ และบล็อก เป็นต้น

ประชาชนในฐานะผู้รับสารมีอำนาจมากขึ้น และมีการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกันมากขึ้น ด้วยสื่อในสังคมมีมากขึ้น ทำให้มีการติดต่อกันมากกว่าอดีตหลายเท่าทั้งนี้เพราะสื่อใหม่มีการเปิดใช้อย่างกว้างขวางและมีความยืดหยุ่น เนื่องจากการติดต่อดังกล่าว – มาในเวลาเดียวกันหรือตอบโต้ได้ทันทีที่ผู้รับสารสามารถกลายเป็นผู้ส่งสารได้ทันทีที่การที่คณะประถมนันเทิงศิลป์ใช้สื่อใหม่หรือสื่อดิจิทัลถือเป็นโอกาสให้การเผยแพร่ผลงานให้กลุ่มแฟนคลับได้ชมตลอดเวลาสามารถเข้าถึงได้เร็ว ซึ่งผิดกับสมัยก่อนต้องรอดูตามงานต่าง ๆ ส่งผลให้หมอลำเรื่องต่อกลอน บ้างคณะไม่ค่อยเป็นที่รู้จักและการว่าจ้างก็จะลดลง และอาจจะยุบวงในที่สุดนอกจากเป็นการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับคณะประถมนันเทิงศิลป์แล้วกลุ่มแฟนคลับยังสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านสื่อดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ McLuhan (1964) ได้กล่าวว่า สื่อหรือช่องทางการสื่อสารเป็นตัวกำหนดรูปแบบการสื่อสารของมวลมนุษยชาติได้จุดประกายให้กับนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนทั่วโลกให้เห็นถึงการสื่อสาร ในโลกไร้พรมแดนจวบจนปัจจุบันเราเริ่มประจักษ์ชัดถึงความหมายของประโยคดังกล่าวได้อย่างลึกซึ้งถึงความเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสารในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการสื่อสารเราสัมผัสได้ถึงสังคมที่ข้อมูลข่าวสารมีบทบาทกับการดำรงชีวิตของมนุษย์เช่นเดียวกับคณะหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอโดยนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่การสื่อสารดิจิทัล ได้แก่ Facebook และ YouTube เข้ามาใช้เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มแฟนคลับได้รับชมเพื่อให้คณะหมอลำเรื่องต่อกลอนสามารถดำรงอยู่ได้

ด้าน Pinch and Bijker (1989) แนวคิดเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสังคม ได้กล่าวว่า กลไกต่าง ๆ ของสังคม คือ สิ่งที่สร้างเทคโนโลยี (Social Construction of Technology) ปรากฏการณ์ต่าง ๆ ของสังคม คือ ปรากฏการณ์ของการบูรณาการเชื่อมโยงกันระหว่างวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสังคมที่จะต้องเกี่ยวข้องเชื่อมโยงระหว่างกันตลอดเวลาเพราะนักคิด นักวิทยาศาสตร์หรือนักเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่คิดองค์ความรู้ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีขึ้นมาต่างก็มีจุดมุ่งหมาย เพื่อที่จะนำมาใช้ให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนกิจกรรมในระบบต่าง ๆ ของสังคมโดยคณะประถมนันเทิงศิลป์ได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้ เพื่อเป็นเทคนิคในการนำเสนอและการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน เช่น การใช้สลิค การใช้ระบบไฮดรอลิก มาประกอบการแสดง การเพิ่มและพัฒนาโดยอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อเป็นกลไกในการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงทั้งนี้เพื่อการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนให้คงอยู่ต่อไปได้นาน ถ้าไม่มีการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นสื่อหมอลำเรื่องต่อกลอนหรือสื่อบ้านในภูมิภาคต่าง ๆ อาจจะสูญหายก็ได้ ในขณะเดียวกันยังสัมพันธ์กับ กมลรัฐ อินทรทัศน์ (2557) ได้กล่าวว่า องค์ความรู้หรือนวัตกรรม

ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี รวมทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารต่าง ๆ ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นก็เป็น เพราะวาระบบหรือกลไกต่าง ๆ ของสังคมนั้นที่เปิดโอกาสให้หรือเพื่อให้เกิดไม่ว่าจะเป็นระบบหรือกลไกด้านการเมือง การปกครอง ระบบเศรษฐกิจหรือระบบวัฒนธรรมต่าง ๆ ของสังคมนั้น ๆ

ทั้งนี้ยังมีความสัมพันธ์กับงานวิจัยของ สุรวุฒิ อาชีวศึกษาคม (2535) ได้ศึกษา ปัจจัยทางเทคโนโลยี คือ การแสดงออกเพื่อความบันเทิง (สันทนาการ) ในสังคมปัจจุบันนำเอาอุปกรณ์ทันสมัยใหม่เข้ามาแทรก เพื่อเป็นตัวเพิ่มความสนใจแก่ผู้ชมหรือกลุ่มแฟนคลับมากขึ้น เช่น การแสดงดนตรีลูกทุ่ง การแสดงคอนเสิร์ต หมอลำเรื่องต่อกลอนก็รับเอาเทคโนโลยีเข้ามาตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมหมอลำเรื่องต่อกลอนจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมเทคโนโลยีต่าง ๆ นอกจากนี้ระบบแสง สี เสียงก็มีความสำคัญมาก โดยสมัยก่อนนั้นเมื่อมีการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนถ้าแสดงในตอนกลางคืนก็มักจะใช้ไฟ (ไฟกระบอง) ถ้าพัฒนามากหน่อยก็ใช้ตะเกียงเจ้าพายุหรือไม่ก็เครื่องปั่นไฟฟ้าซึ่งต้องเติมน้ำมัน บ่อย ๆ ระบบเสียงก็ไม่เข้าใจคือ มักจะมีลำโพง 1 คู่ ไมโครโฟน 1 อัน แต่ปัจจุบันนี้หมอลำเรื่องต่อกลอนมีระบบแสง สี เสียงทันสมัยเหมือนกับวงดนตรีสากลทั่วไป มีไฟกระพริบระยิบระยับไฟสปอร์ตไลท์ ลำโพงหลายขนาดทั้งที่มีเสียงทุ้ม เบา ตามความต้องการทั้งนี้เพื่อให้ถูกใจกลุ่มแฟนคลับ

ส่วนที่ 3 อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจคณะประถมบันเทิงศิลป์แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจคณะประถมบันเทิงศิลป์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกในการสื่อสาร Todd and Ruben (อ้างถึงใน พัชรวิไล ชาญฤกษ์, 2545) ได้กล่าวว่า ความต้องการ (Need) ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของมนุษย์ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติ คือ ความชอบ และความมีใจโน้มเอียง (Preferences and Predispositions) ต่อเรื่องต่าง ๆ ค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไร ในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคนทั้งสองประการมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน เช่นเดียวกับกลุ่มแฟนคลับคณะประถมบันเทิงศิลป์ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันย่อมมีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจคณะประถมบันเทิงศิลป์แตกต่างกันออกไปได้ แต่การเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน เช่น จำนวนครั้งที่เข้าไปใช้ ระยะเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน สถานที่ดู

เฟซบุ๊ก ช่วงเวลาที่ใช้ เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ (2557) ได้ศึกษา พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กทุกวัน โดยใช้มากกว่า 2 ชั่วโมงต่อครั้ง มักใช้เมื่อมีเวลาว่าง และนิยมใช้ผ่านอุปกรณ์มือถือในด้านรูปแบบการใช้พบว่าใช้สนทนา (Chat) กับเพื่อนและใช้เขียนแสดงความคิดเห็นกับเพื่อนในโอกาสต่าง ๆ ส่วนการกด Like เอาใจเพื่อน การอัปโหลด (Up Load) ภาพต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน การโพสต์ข้อความเล่าเรื่องต่าง ๆ การติดตามข่าวประจำวัน การติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเก่าการแสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ (Comment) และการสร้างอัลบั้มรูปมีการใช้อยู่ในระดับน้อย ด้านประโยชน์ที่ได้รับมากที่สุดได้แก่ การได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบัน

สมมุติฐานที่ 2 แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ พิรภา สุวรรณโชติ (2551) ได้กล่าวว่า “Fans” เป็นกลุ่มที่ติดตามผลงานของสื่อมวลชนขาดลักษณะทางสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลาและยึดติดกับเนื้อหาที่มีผู้นำเสนอถ้าเนื้อหาเปลี่ยนไปกลุ่มแฟนจะสลายได้ทันทีคนส่วนใหญ่มักจะไม่ว่าตนเองอยู่ในกลุ่มนี้และบางครั้งกลุ่มคนเหล่านี้อาจได้รับแรงกระตุ้นจากสื่อหรือเป็นด้วยความสมัครใจที่จะรวมกลุ่มกันอย่างเป็นทางการและ “Medium Audience” เป็นกลุ่มที่มีความจงรักภักดีต่อสื่อชนิดนั้นอย่างจริงจังอาจเกิดจากแรงกระตุ้นของสื่อเช่นการโฆษณาชวนเชื่อลักษณะนี้จะเป็นพวกที่ติดอยู่กับสถานีใดสถานีหนึ่งช่องใดช่องหนึ่งติดหนังสือติดองค์กรสื่อมวลชนลักษณะของคนกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มแฟนที่ยาวนานไม่สลายง่าย เพราะพฤติกรรมของกลุ่มแฟนคลับไม่แตกต่างกันนั้นเกิดจากความชื่นชอบเหมือนกันและคณะประถมนันท์เชิงศิลป์นั้นเป็นคณะหมอลำเรื่องต่อกลอนที่ได้รับนิยมในเวลา

สมมุติฐานที่ 3 แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เชิงศิลป์แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า แฟนคลับที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีความสอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2523) ได้กล่าวไว้ว่ามนุษย์มีความต้องการอยากรู้ (Needs for Cognitive) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตนเองความต้องการที่จะเรียนรู้นี้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เรียนรู้จะแสวงหาข่าวสารตามความพึงพอใจไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่านหรือฟังมนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ การใช้สื่อสารมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย (Goal-

Directed) โดยการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ไม่แตกต่างกันเกิดจากกลุ่มแฟนคลับมีความพึงพอใจในสื่อเดียวกันนั้นคือ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ ด้าน Jenkins (1992) ได้กล่าวไว้ แฟนเป็นกลุ่มคนที่มีความกระตือรือร้น และสร้างสรรค์แม้ว่าพวกเขาจะอยู่ในสังคมที่บีบรัดรวมทั้งยังเป็นผู้ที่สร้างวัฒนธรรมในแบบของตนขึ้นมาดังนั้นกลุ่มแฟนคลับจึงมีความกระตือรือร้นที่จะแสวงหาและเกิดการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอของคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ผ่านสื่อดิจิทัลที่คณะหมอลำเลือกใช้

สมมุติฐานที่ 4 แฟนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า แฟนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ สุชา จันทน์เอม (2542) ได้กล่าวว่า การเลือกเปิดรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้ในการแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตนโดยปกติบุคคลจะเลือกใช้สื่อที่เสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดและทัศนคติของตนเองเพราะ โดยธรรมชาติบุคคลมีความต้องการอย่างยิ่งที่จะปกป้องรักษาและส่งเสริมความคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self - Concept) กลุ่มแฟนคลับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์เช่นกันมีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ เนื่องจากเป็นกลุ่มแฟนคลับที่ชื่นชอบคณะประถมนันท์เชิงศิลป์อยู่แล้วย่อมมีพฤติกรรมที่สัมพันธ์กัน ด้าน Jenson (1992) กล่าวว่า กลุ่มแฟนมีลักษณะอาการทางสังคมสามารถที่จะแบ่งออกเป็นลักษณะย่อย ๆ ได้ 2 ลักษณะคือบุคคลที่หลงใหลและ ซินชมอยู่เพียงลำพัง (Obsessed Loner) กลุ่มของสมาชิกที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่มก้อนและสามารถที่จะถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างลึกซึ้งและสามารถแพร่กระจาย (Diffuse) กลุ่มของตนเองออกไปได้ตามความเข้าใจรวมกันเกี่ยวกับชีวิตที่ทันสมัยกลุ่มแฟนแต่ละกลุ่มมีแรงจูงใจที่สัมพันธ์กันกับความเข้าใจร่วมกัน(Assumptions) หลายคนจึงมีการใช้สื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ เป็นศูนย์กลางเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในเรื่องที่ชอบเช่นเดียวกัน

สมมุติฐานที่ 5 แฟนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า แฟนคลับที่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เชิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เชิงศิลป์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์กับ สุชา จันทน์เอม (2542) ได้กล่าวว่า การเลือกสนใจ (Selective Attention) ผู้รับสาร

มีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดโดยมักเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความ คิดเห็นความสนใจของตนเพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่และขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยง ข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว ดังนั้น แฟนคลับมีการ เปิดรับสื่อ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนารูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ เพราะมีการเลือกสื่อที่ เหมือนกันการเลือกสื่อที่เหมือนกันนั้นส่งผลให้การรับรู้การพัฒนาด้านต่าง ๆ ของหมอลำเรื่องต่อ กลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์จึงมีความสัมพันธ์

สมมุติฐานที่ 6 แฟนคลับที่มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์มี ความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลของ คณะประถมนันเทิงศิลป์ ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า แฟนคลับที่มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการ นำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ พัชรีย์ ไชยฤกษ์ (2545) ได้กล่าวว่า ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการ ทางกายและใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือก ของมนุษย์ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติ คือ ความชอบ และความมีใจ โน้มเอียง (Preferences and Predispositions) ต่อเรื่องต่าง ๆ ค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็น ความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม และคนทั้ง สองประการมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกความหมายและ การเลือกจดจำเช่นเดียวกับพฤติกรรมของกลุ่มแฟนคลับของคณะประถมนันเทิงศิลป์ที่เลือกใช้ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองและสามารถสร้าง การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอของคณะประถมนันเทิงศิลป์ได้ด้วย

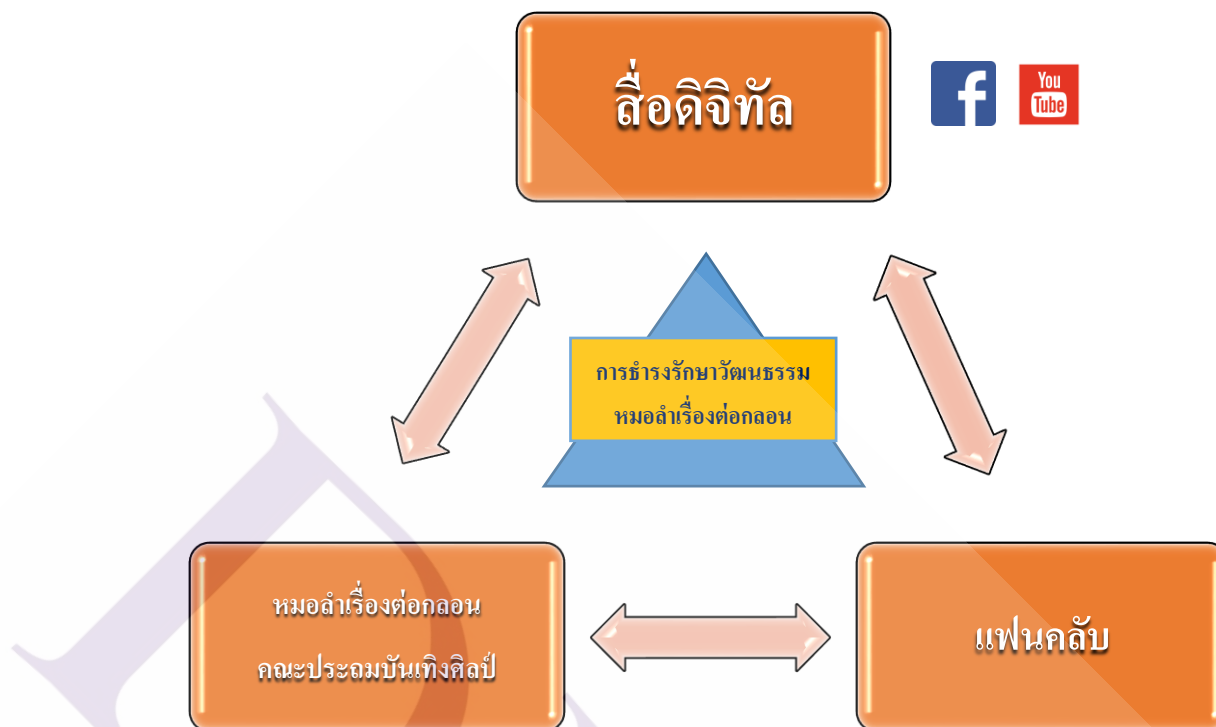
จากทำการวิจัย เรื่อง การสื่อสารดิจิทัลกับการชำระรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อ กลอน กรณีศึกษา คณะประถมนันเทิงศิลป์ ทำให้ผู้วิจัยได้พบองค์ความรู้ใหม่กล่าว คือ การสื่อสาร มีบทบาทสำคัญมากโดยเฉพาะช่องทางการสื่อสาร (Chanel) ในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงและ เพิ่มช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายมากขึ้นยกตัวอย่างเช่น สื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อดิจิทัล (Facebook, YouTube, Twitter, Instagram) และสื่อทีวีดิจิทัลที่เพิ่มความคมชัดมากขึ้น เป็นต้น จาก การพัฒนาช่องทางของการสื่อสารนั้นได้มีอิทธิพลไปทุกภาคส่วนไม่เว้นแม้กระทั่งหมอลำเรื่องต่อ กลอนที่เป็นวัฒนธรรมพื้นบ้านของภาคอีสาน โดยงานวิจัยนี้ได้นำหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถม นันเทิงศิลป์มาเป็นกรณีศึกษา พบมีการพัฒนาหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ การพัฒนาด้านเวทีการแสดง การพัฒนาด้านแสง สี เสียง การพัฒนาด้านลำเรื่องต่อกลอน และ การพัฒนาด้านแดนเซอร์ เป็นต้น

โดยอาศัยช่องทางการสื่อสาร (Chanel) ที่เป็นสื่อดิจิทัล ได้แก่ Facebook และ Youtube มาเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนไปยังกลุ่มแฟนคลับได้อย่างรวดเร็ว ถ้าเปรียบเทียบกับสมัยก่อนกลุ่มแฟนคลับจะได้รับชมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์ตามงานบุญต่าง ๆ เท่านั้นเอง แต่ปัจจุบันคณะประถมนันเทิงศิลป์ ถือว่าใช้ช่องทางการสื่อสารดิจิทัลได้ประสบความสำเร็จมากสังเกตได้จากมีกิจกรรมการแสดงเพิ่มมากขึ้น

ถ้าเปรียบเทียบกับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะต่าง ๆ นอกจากนี้นักกลุ่มแฟนคลับของคณะประถมนันเทิงศิลป์ได้เพิ่มช่องทางในการรับชมและติดตามสามารถชมผ่าน Facebook Live ซึ่งเป็นเพจของคณะประถมนันเทิงศิลป์ สิ่งที่เห็นในการใช้การสื่อสารดิจิทัลนี้คือ กลุ่มแฟนคลับ หรือว่ากลุ่มแม่ยกในสมัยก่อนสามารถให้คำมาลัยกับพระเอกนางเอกหมอลำเรื่องต่อกลอนที่ตัวเองชื่นชอบผ่านช่องทางการออนไลน์ได้หรือสามารถแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ และพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับแฟนคลับคนอื่น ๆ ในขณะที่กำลังรับชมการถ่ายทอดสดอยู่ ถ้าไม่มีช่องทางการสื่อสารดิจิทัลกลุ่มแฟนคลับก็สามารถเดินทางไปรับชมหน้าเวทีได้ แต่จะทำให้บางคนอาจจะไม่สะดวกในการเดินทางหรือติดภารกิจและการพูดคุยกับพระเอกนางเอกหมอลำเรื่องต่อกลอนอาจจะไม่สะดวก

ดังนั้นการพัฒนาช่องทางการสื่อสารให้เป็นช่องทางการสื่อสารดิจิทัลทำให้คณะประถมนันเทิงศิลป์นำช่องทางนี้มาเสนอผลงานที่มีการพัฒนาให้คู่ทันสมัยสวยงามส่งไปยังกลุ่มแฟนคลับได้ติดตามเกิดการว่าจ้างเพิ่มขึ้นและกลุ่มแฟนคลับได้ใช้ช่องทางการสื่อสารดิจิทัลเพื่อติดตามคณะประถมนันเทิงศิลป์ได้ตลอดเวลาจากการใช้ช่องทางการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันเทิงศิลป์และกลุ่มแฟนคลับนั้นก็เพื่อธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนให้คงอยู่ได้ต่อไป

ผังรูปภาพที่ 5.1 รูปแบบการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน



ภาพที่ 5.1 รูปแบบการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. งานวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางการใช้ช่องทางการสื่อสารดิจิทัล หรือการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน
2. หมอลำเรื่องต่อกลอนหรือสื่อวัฒนธรรมพื้นบ้านต่าง ๆ สามารถนำผลวิจัยและรูปแบบการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนนี้ ไปเป็นข้อมูลในการออกแบบการจัดการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนหรือสื่อวัฒนธรรมพื้นบ้านต่าง ๆ เพื่อทำให้ไม่สูญหายไปจากท้องถิ่น
3. คณะประถมนันเทิงศิลป์สามารถนำผลการวิจัยที่เกี่ยวกับกลุ่มแฟนคลับไปวางแผนและวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้ถูกใจและเกิดความพึงพอใจและที่สำคัญสามารถเพิ่มกลุ่มแฟนคลับกลุ่มใหม่ได้
4. หน่วยงานรัฐหรือกระทรวงวัฒนธรรมต้องมีบทบาทหรือเพิ่มแนวทางที่จะส่งเสริมพัฒนาและตั้งงบประมาณช่วยเหลืออย่างจริงจังและต่อเนื่องเพื่อเป็นการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน จัดหาพื้นที่ที่ใช้การแสดงนอกฤดูกาล เช่น ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับนักแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน หรือ สร้างระบบสวัสดิการพื้นฐานที่จำเป็นให้แก่นักแสดงหมอลำ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นศึกษาเฉพาะหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันทิงศิลป์เพียงคณะเดียวเท่านั้น ดังนั้นเพื่อให้ได้องค์ความรู้ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน งานวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษา 2 คณะหมอลำเรื่องต่อกลอนขึ้นไปเพื่อเป็นศึกษาเปรียบเทียบการพัฒนา รูปแบบและเทคโนโลยีที่นำเสนอผ่านการสื่อดิจิทัลจะทำให้เห็นภาพมากยิ่งขึ้น
2. การวิจัยในครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานแต่วิธีการเก็บข้อมูลและเครื่องมือของวิธีวิจัยเชิงคุณภาพนั้น เป็นการศึกษาในวงกว้าง การวิจัยในอนาคตจึงควรศึกษาเจาะลึกในรายละเอียดแต่ละด้านเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นและที่สำคัญทำให้เราเห็นปัญหาและสามารถแก้ไขปัญหาหรือหาวิธีที่จะธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนให้ธำรงได้ต่อไป
3. ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลปรากฏว่าพบกลุ่มแฟนคลับส่วนใหญ่เป็นเพศชาย งานวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษาว่าเพศชายที่ผู้วิจัยพบนั้นมีอิทธิพลกับการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอนหรือไม่
4. การวิจัยในอนาคตควรศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มแฟนคลับที่มีต่อการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะต่าง ๆ และนำผลที่ได้ไปปรับปรุงพัฒนาเพื่อที่จะได้แนวคิดใหม่ ๆ จากกลุ่มแฟนคลับ



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กรพินท์ สุนทรนนท์.(2551). *ศาสตร์และศิลป์ในการบริหารจัดการคณะโนรา* (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ก๊อปปี้ ศรีวนาไล. (2558). *ประวัติหมอลำคณะประถมนันท์ถึงศิลป์*. สืบค้น 29 ตุลาคม 2560, จาก
<http://mohlumfc.com/topics/138>
- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศ
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2548). *สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา : ภาพรวมจากงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2554). *สื่อเก่าสื่อใหม่ใจเชื่อมร้อย*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝายวิชาการ
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กิติมา สุรสนธิ. (2542). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิติมา สุรสนธิ. (2542). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2542). *การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นครปฐม: สถาบันราช
ภัฏนครปฐม.
- จักรกฤษ รัชชาจันทร์. (2555). *เพลงพื้นบ้าน (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) หมอลำ*. ชลบุรี:
มหาวิทยาลัยบูรพา
- จารุวรรณ ธรรมวัตร.(2540). *ภูมิปัญญาหมอลำเอก: ความรุ่งโรจน์ของอดีตกับปัญหาของหมอลำใน
ปัจจุบัน*. มหาสารคาม: อาศรมวิจัย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.
- เจริญ มีทองแสน. (2553). *หมอลำ*. สืบค้น 14 มีนาคม 2560, จาก <https://tongandsoda.wordpress.com>.
- เจริญชัย ชมไพโรจน์ และคณะ.(2543). *ดนตรีพื้นบ้านอีสาน*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ซามูไรพเนจร. (2560). *สื่อใหม่ในบริบทสังคมไทย*. สืบค้น 8 กันยายน 2561, จาก
<http://oknation.nationtv.tv/blog/samurailee/2017/05/10/entry-1>
- ธีรชัย อิศรเดช และคณะ.(2547). *ศักยภาพโนราในการพัฒนาท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย.

- นริศศรี พุดลา. (2540). *รายได้หมอลำ: ห้างานยกงานหนึ่ง, เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่อง สถานภาพและแนวทางการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมหมอลำ*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- นันทพร เตชะประเสริฐสกุล. (2556). *สื่อใหม่กับการสร้างการมีส่วนร่วมในฐานะพลเมืองในวิกฤตการณ์น้ำท่วมใหญ่ พ.ศ.2554* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตา ชูโต. (2551). *การวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: พรินต์โพร.
- บุญยงค์ เกศเทศ. (2536). *ตลอดศตวรรษกรรมไทย*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ประยุทธ์ วรรณอุดม. (2549). *กระบวนการต่อรองของหมอลำและผู้ชมหมอลำที่มีต่อบทบาทและอิทธิพลของระบบอุตสาหกรรม* (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรีดา นักร. (2549). *แนวทางการส่งเสริมหนังตะลุงสำหรับกลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นในจังหวัดสงขลา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ. (2547). *ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และพิชญ์ณัฐ เนื่องจำนง. (2016). การสื่อสารเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ: จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการและเส้นทางวิจัยที่ทำทนายในอนาคต. *Journal of Public Relations and Advertising*, 9(1), น.115-124.
- พรทิพย์ ชังชาดา. (2545). *วรรณกรรมพื้นบ้าน - (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) หมอลำ*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พรทิพย์ วรกิจ โทคาทร. (2536). *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรศักดิ์ พรหมแก้ว. (2540). *รวมบทความทางวิชาการวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง.
- พัชรี ไชยฤกษ์. (2544). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้าธนบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.
- พีรภา สุวรรณโชติ. (2551). *การสื่อสารปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง และการเรียนรู้คุณค่าทางบวกจากศิลปินนักร้องเกาหลีของกลุ่มแฟนคลับ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- พีระ จิร โสภณ. (2532). การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร. ใน *เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์* (หน่วยที่ 7). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ภาสกร จิตรไคร์ครวญ. (2553). เทคโนโลยีของสื่อใหม่และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เรืองยศ ใจวัง. (2547). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วรวิภา อ่อนน่วม. (2555, พฤษภาคม). ปรัชญาการสื่อสารยุคดิจิทัล. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 18(1), 212-220.
- วิรัช ศรีพุทธา. (2562). *การบริหารจัดการวงกลมอ่าระเบียบวาทศิลป์ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- ศรีสุดา วินิจสุวรรณ. (2548). *การพัฒนาสื่อใหม่ (New Media) ของโมเดิร์นไนน์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สนอง คลังพระศรี. (2541). *หมอลำซึ่ง: กระบวนการปรับเปลี่ยนทางวัฒนธรรมดนตรีของหมอลำในภาคอีสาน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล
- สาวิตรี อินทรโชติ. (2553). *การวางแผนการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลของโทรทัศน์ดาวเทียม* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2560). *ผลสำรวจพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ต*. สืบค้น 26 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://www.etda.or.th/content/thailand-internet>
- สุกัญญา ภัทราชัยและคณะ. (2532). *ตำนานและนิทานประวัติศาสตร์แห่งสยามประเทศ*. กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ.
- สุชา จันทน์แอม. (2540). *จิตวิทยาพัฒนาการ* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช
- สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์. (2551). *การสืบทอดสื่อพื้นบ้านแห่งตึก จ.นนทบุรี เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สุธีระพงษ์ พิณีจพล. (2548). *หมอลำเรื่องต่อกลอนทำนองสารคาม: ศึกษาเฉพาะกรณีหมอลำสารคามคณะนกเอี้ยงโหมง*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุบรรณ จันทบุตร และคณะ. (2547). *สถานภาพและบทบาทของหมอลำท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคม: กรณีศึกษาหมอลำในจังหวัดอุบลราชธานี*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (ชำระข้อมูลเดียวกัน)
- สุบรรณ จันทบุตร และทองมาก จันทะลือ. (2547). *สถานภาพและบทบาทของหมอลำท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคม: กรณีศึกษาหมอลำในจังหวัดอุบลราชธานี* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- สุปรีดา ช่อลำใย. (2549). *เครือข่ายการสื่อสารและการดำรงอยู่ของแฟนคลับชงไชย แมคอินไตย์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2552). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรพล เนสุตินธุ์. (2550). *พัฒนาการการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนทำนองขอนแก่นคณะระเบียบวาทะศิลป์ จังหวัดขอนแก่น* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุรรัตน์ โกสุมศุภมาลา. (2550). *บทบาทของการสื่อสารต่อการธำรงรักษาเครือข่ายแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อก* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี พงศ์พิศ. (2533). *วัฒนธรรมกับการพัฒนาชนบท. ใน การสัมมนาทางวิชาการ เรื่องภูมิปัญญาพื้นบ้าน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ
- อภิสิทธิ์ เป็องบน. (2555). *การพัฒนาหมอลำกลอนในกระแสโลกาภิวัตน์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- โอห์ม สุขศรี. (2550). *การสื่อสารผ่านเว็บไซต์กับการสร้างอัตลักษณ์และสัญญาณของกลุ่มแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศ กรณีศึกษา: เรดอาร์มีแฟนคลับ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ภาษาต่างประเทศ

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (1993). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (8th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Berb, D. K. (1960). *The Process of Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston

- Chen, Y., & Xie, J. (2008). Online consumer review: Word-of-mouth as a new element of marketing communication mix. *Management science*, 54(3), 477-491.
- Copland, A. (1957). *What to Listen for in Music*. New York: McGraw-Hall.
- Denis, M. (1983). *Mass Communication Theory, and Introduction*. London: Sage.
- Denis, M. (1987). *Mass Communication Theory* (2nd ed.). London: Hage.
- Díaz Bordenave, J. (1994). Participative communication as a part of building the participative society. In S. A. White, K. S. Nair, & J. Ascroft (Eds.), *Participatory communication: Working for change and development* (pp. 35-48). New Delhi: Sage
- Jacobson, N. S., Gottman, J. M., Waltz, J., Rushe, R., Babcock, J., & Holtzworth-Munroe, A. (1994). Affect, verbal content, and psychophysiology in the arguments of couples with a violent husband. *Journal of consulting and clinical psychology*, 62(5), 982.
- Jacobson, T. L., & Kolluri, S. (1999). Participatory communication as communicative action. In T. L. Jacobson & J. Servaes (Eds.), *Theoretical prospects for participatory communication*. NJ: Hampton Press.
- Jenkins, H. (1992). *It's Not a Fairy Tale Anymore: Gender, Genre, Beauty and the Beast, Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Jensen, J. (1992). Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. In L. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 9-26). London: Routledge.
- Jones, C., & Thornton, P. H. (Eds.). (2005). *Transformation in Cultural Industries (Research in the Sociology of Organizations, Vol. 23)*. Wagon Lane, Bingley: Emerald.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- Miller, G. A. (1951). *Language and Communication*. New York: McGraw-Hill.
- Miller, T. E. (1977). *Traditional Music of the Lao: Kaen Playing and Mawlum Singing in Northeast Thailand*. London: Greenwood Press.
- Nair, K. S., & White, S. A. (1994). Participatory message development: a conceptual framework. In S. A. White, K. S. Nair, & J. Ascroft (Eds.), *Participatory communication: working for change and development* (pp. 345-358). New Delhi: Sage.

- Schramm, W. (1974). The nature of communication between humans. In W. Schramm & D. F. Roberts (Eds.), *The process and effects of mass communication* (pp. 3-53). Urbana: University of Illinois Press.
- Smith, A. G. (1966). *Communication and culture; readings in the codes of human interaction*. New York: Holt, Rinehart and Winston
- Venkatraman, N. (1987). *Ramanujam Vasudevan*. Bloomington: Spring.
- Wilkinson, G. (1987). Consensus Statement: Panic Disorder. *British Journal of Psychiatry*, 150(4), 557-558.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์วิจัย

เรื่อง “การสื่อสารดิจิทัลกับการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน”

คำชี้แจง : แบบสัมภาษณ์นี้จัดขึ้นโดยวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาการพัฒนาของหมอลำเรื่องต่อกลอน คณะประถมนันเทิงศิลป์ ศึกษารูปแบบเทคนิควิธีการนำเสนอและการสื่อสารกับแฟนคลับในการสื่อสาร ยุคดิจิทัล

วันที่/...../.....

ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ ชื่อ - นามสกุล

- คำถามที่ 1 ท่านมีการพัฒนาคณะประถมนันเทิงศิลป์อย่างไรในยุคการสื่อสารดิจิทัล
- คำถามที่ 2 ในยุคการสื่อสารดิจิทัลท่านคิดว่ามีความสำคัญอย่างไรและคณะประถมนันเทิงศิลป์ปรับตัวอย่างไรบ้าง
- คำถามที่ 3 การนำเสนอหมอลำเรื่องต่อกลอนในอดีตมีรูปแบบและเทคนิคอย่างไรและการสื่อสารดิจิทัลท่านคิดว่ารูปแบบและเทคนิคควรมีลักษณะอย่างไร
- คำถามที่ 4 ท่านนิยมใช้สื่อดิจิทัลประเภทใดในการสื่อสารกับแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอน คณะประถมนันเทิงศิลป์และเพราะอะไรถึงใช้สื่อประเภทนี้
- คำถามที่ 5 ท่านคิดว่าการสื่อสารในยุคการสื่อสารดิจิทัลมีอุปสรรคอย่างไรในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน
- คำถามที่ 6 ท่านมีความคิดอย่างไรต่อพฤติกรรมใช้สื่อดิจิทัลของแฟนคลับคณะประถมนันเทิงศิลป์ ในการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน
- คำถามที่ 7 ท่านคิดว่าควรมีโครงการหรือกิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวกับสื่อดิจิทัลที่จะส่งเสริมให้คณะหมอลำเรื่องต่อกลอนนำไปปรับใช้กับคณะหมอลำที่ดีมากขึ้นได้
- คำถามที่ 8 แนวทางในการธำรงรักษาคณะประถมนันเทิงศิลป์ของท่านคือมีลักษณะเป็นอย่างไร
- คำถามที่ 9 ท่านมีหน่วยงานใดบ้างที่คอยสนับสนุนให้คณะประถมนันเทิงศิลป์ธำรงอยู่ได้ในปัจจุบัน
- ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

แบบสัมภาษณ์วิจัย

เรื่อง “การสื่อสารดิจิทัลกับการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน”

คำชี้แจง : แบบสัมภาษณ์นี้จัดขึ้นโดยวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาการพัฒนาของหมอลำเรื่องต่อกลอน คณะประถมบันเทิงศิลป์ ศึกษารูปแบบเทคนิควิธีการนำเสนอและการสื่อสารกับแฟนคลับ ในยุคสื่อสารดิจิทัล

วันที่/...../.....

ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ ชื่อ - นามสกุล

คำถามที่ 1 ท่านคิดว่ารูปแบบด้านแสง สี เสียง ในการนำเสนอด้านหน้าเวทีของคณะประถมบันเทิงศิลป์ ส่งผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มแฟนคลับหรือไม่อย่างไร

คำถามที่ 2 ท่านมีเทคนิคพิเศษอะไรบ้างในการนำเสนอด้านหน้าเวที

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

แบบสัมภาษณ์วิจัย

เรื่อง “การสื่อสารดิจิทัลกับการธำรงรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน”

คำชี้แจง : แบบสัมภาษณ์นี้จัดขึ้นโดยวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาการพัฒนาของหมอลำเรื่องต่อกลอน คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ ศึกษารูปแบบเทคนิควิธีการนำเสนอและการสื่อสารกับแฟนคลับในยุคการสื่อสารดิจิทัล

วันที่/...../.....

ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ ชื่อ – นามสกุล

คำถามที่ 1 ท่านมีวิธีการคัดเลือกนักแสดงหมอลำอย่างไร

คำถามที่ 2 เกณฑ์ในการคัดเลือกนักแสดงหมอลำมีอะไรบ้าง

คำถามที่ 3 ท่านคิดว่าการแสดงหมอลำในยุคการสื่อสารดิจิทัลเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์วิจัย

เรื่อง “การสื่อสารดิจิทัลกับการชำระรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน”

คำชี้แจง : แบบสัมภาษณ์นี้จัดขึ้นโดยวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาการพัฒนาของหมอลำเรื่องต่อกลอน คณะประถมนันท์เชิงศิลป์ ศึกษารูปแบบเทคนิควิธีการนำเสนอและการสื่อสารกับแฟนคลับในยุคการสื่อสารดิจิทัล

วันที่/...../.....

ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ ชื่อ – นามสกุล

คำถามที่ 1 ท่านคิดว่าแดนซ์เซอร์ในอดีตกับปัจจุบันมีความแตกต่างกันอย่างไร

คำถามที่ 2 ท่านคิดว่าการสื่อสารดิจิทัล หรือ Facebook มีความสำคัญอย่างไรและส่งผลดีกับคณะประถมนันท์เชิงศิลป์หรือไม่อย่างไร

คำถามที่ 3 การสร้างสรรค์หรือออกแบบชุดแดนซ์เซอร์ให้ดูยิ่งใหญ่ตระการตาท่านคิดว่ากลุ่มแฟนคลับมีความชื่นชอบหรือไม่อย่างไร

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....



ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง การสื่อสารดิจิทัลกับการชำระรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน

แบบสอบถามนี้เป็นการเก็บข้อมูลเพื่อประกอบการทำคุณฉันทิพนธ์ในการศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ โดยผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์ขอข้อมูลจากท่านเพื่อนำข้อมูลนี้ไปใช้เป็นแนวทางศึกษาการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการชำระรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่อง ต่อกลอนทั้งนี้แบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันทิงศิลป์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความที่เป็นจริงกับตัวท่าน

1. เพศ

1. () ชาย 2. () หญิง 3. () อื่น ๆ

2. อายุ

1. () 20 - 30 ปี 2. () 31 - 40 ปี
3. () 41 - 50 ปี 4. () มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

1. () โสด 2. () สมรส 3. () หม้าย/หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

1. () ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. () ปริญญาตรี
3. () ปริญญาโท 4. () สูงกว่าปริญญาโท

5. อาชีพ

1. () ข้าราชการ 2. () พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. () พนักงานบริษัทเอกชน 4. () ธุรกิจส่วนตัว
5. () นักเรียน/นักศึกษา 6. () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ (บาท/คน/เดือน)

1. () ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 2. () 10,001-20,000 บาท
3. () 20,001-30,000 บาท 4. () 30,001-40,000 บาท
5. () 40,001-50,000 บาท 6. () สูงกว่า 51,000 บาท

ส่วนที่ 2 การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะ
ประถมนันท์เทจศิลป์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่เป็นจริงกับตัวท่าน

การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุค สื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทจศิลป์	ระดับการรับรู้				
	5 (มาก ที่สุด)	4 (มาก)	3 (ปาน กลาง)	2 (น้อย)	1 (น้อย ที่สุด)
1. ท่านเห็นการพัฒนารูปแบบการนำเสนอในยุคการ สื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทจศิลป์					
2. ท่านเห็นการพัฒนาด้านเทคนิคการนำเสนอในยุคการ สื่อสารดิจิทัลของคณะประถมนันท์เทจศิลป์					
3. ท่านเห็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทจศิลป์ ได้ปรับรูปแบบเวทีให้ทันสมัยมากขึ้น					
4. ท่านเห็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทจศิลป์ ปรับรูปแบบการโชว์ด้านหน้าเวทีให้สวยงามขึ้น					
5. ท่านเห็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทจศิลป์ ได้นำเทคโนโลยีแสง สี เสียง มาประกอบการแสดง					
6. การนำเพลงที่กำลังนิยมในปัจจุบันมาโชว์เพื่อกระตุ้น ความสนใจให้กับกลุ่มแฟนคลับ					
7. หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทจศิลป์ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์ ในการถ่ายทอดสดการ แสดงให้กับกลุ่มแฟนคลับชม					
8. หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทจศิลป์ใช้ยูทูบ (ประถมนันท์เทจศิลป์) ในการอัปโหลดบันทึกการแสดงและ เพลงต่าง ๆ ให้กับกลุ่มแฟนคลับชม					
9. หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทจศิลป์ปรับ กลอนลำเรื่องต่อกลอนให้สั้นกระชับเข้าใจง่าย					
10. หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทจศิลป์ได้ ออกแบบชุดแดนซ์เซอร์ให้ดูสวยงามและยิ่งใหญ่ตระการ ตา					
11. หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทจศิลป์จัด กิจกรรมคอนเสิร์ตออนไลน์ไปยังภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่ม แฟนคลับได้ใกล้ชิดมากขึ้น					

ส่วนที่ 3 การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถม
บันเทิงศิลป์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่เป็นจริงกับตัวท่าน

1. จำนวนครั้งที่ท่านเข้าใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์โดยเฉลี่ยต่อวัน
 - () 1 - 3 ครั้ง () 4 - 6 ครั้ง () 7 - 9 ครั้ง
 - () 10 - 12 ครั้ง () 12 ครั้งขึ้นไป
2. ระยะเวลาที่ท่านใช้ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์ โดยเฉลี่ยต่อวัน
 - () น้อยกว่า 1 ชั่วโมง () 1 - 2 ชั่วโมง () 3 - 4 ชั่วโมง
 - () 5 ชั่วโมงขึ้นไป
3. สถานที่ที่ท่านใช้ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () บ้านพัก () ที่ทำงาน () ร้านบริการอินเทอร์เน็ต
 - () ระหว่างการเดินทาง () อื่น ๆ โปรดระบุ
4. ช่วงเวลาที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () 05.00 - 11.00 น. () 11.01 - 13.00 น. () 13.01 - 16.00 น.
 - () 16.01 - 19.00 น. () 19.01 - 24.00 น. () อื่น ๆ โปรดระบุ
5. ท่านรู้จักเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์ได้อย่างไร
 - () รู้จักด้วยตนเอง () เพื่อนแนะนำ
 - () สื่อประชาสัมพันธ์ของคณะประถมบันเทิงศิลป์
6. เหตุผลที่ท่านเข้ามาใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () ติดต่อกับกลุ่มแฟนคลับ
 - () หาข้อมูล/ ติดตามข่าวสารศิลปินหมอลำเรื่องต่อกลอน
 - () เชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมเป็นสมาชิก
 - () ร่วมกิจกรรมกลุ่มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น อ่านและแสดงความคิดเห็น, ร่วมเป็นแฟนคลับ ฯลฯ
 - () อื่น ๆ โปรดระบุ
7. ท่านเป็นสมาชิกเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์ มาแล้วกี่ปี
 - () 2 ปี
 - () 3 ปี
 - () 4 ปี
 - () มากกว่า 5 ปี

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ข้อมูลของกลุ่มแฟนคลับจากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์
 คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่เป็นจริงกับตัวท่าน

พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์	ระดับพฤติกรรม				
	5 (มากที่สุด)	4 (มาก)	3 (ปานกลาง)	2 (น้อย)	1 (น้อยที่สุด)
1. ท่านใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์หาข้อมูล ในด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านหมอลำเรื่องต่อกลอน ที่กำลังเป็นที่นิยม					
2. ท่านหาข้อมูลเกี่ยวกับคิวงานหมอลำเรื่องต่อกลอนใน เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์					
3. ท่านหาข้อมูลเกี่ยวกับนักแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน ใน เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์					
4. ท่านหาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการแสดงหมอลำเรื่องต่อ กลอนในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์					
5. ท่านสามารถสร้างความสัมพันธ์และติดต่อสื่อสารกับแฟน คลับในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์					
6. ท่านใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์ เพื่อ ประโยชน์ในด้านการศึกษา การค้นคว้าวิจัย					
7. ท่านใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์ เพื่อ ความบันเทิง สนุกสนานและผ่อนคลายความเครียด					
8. ท่านใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์ เพื่อ ว่าจ้างหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทจศิลป์					
9. ท่านเลือกเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์ใน เผยแพร่และแลกเปลี่ยน ประสบการณ์เกี่ยวกับการรับชม หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทจศิลป์					
10. ท่านใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์เพราะ สามารถดึงดูดใจ กระตุ้นความสนใจและความต้องการใน การรับชมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทจศิลป์					
11. ท่านเลือกเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์เพื่อ ช่วยประชาสัมพันธ์ให้กับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถม นันท์เทจศิลป์					
12. ท่านใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทจศิลป์ในการ เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถม นันท์เทจศิลป์					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม
นายสันดุสิต บรวิงษ์ตระกูล
ผู้วิจัย



ภาคผนวก ค
ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC)



แบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย

(Index of item objective congruence: IOC)

เรื่อง การสื่อสารดิจิทัลกับการข้าราชการรักษาวัฒนธรรมหมอลำเรื่องต่อกลอน

ส่วนที่ 2 การรับรู้การพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถม
บันเทิงศิลป์

ข้อ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC
		1	2	3		
1.	ท่านเห็นการพัฒนารูปแบบนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์	1	1	0	2	0.7
2	ท่านเห็นการพัฒนาด้านเทคนิคการนำเสนอในยุคการสื่อสารดิจิทัลของคณะประถมบันเทิงศิลป์	1	1	1	3	1
3.	ท่านได้เห็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ได้ปรับรูปแบบเวทีให้ทันสมัยมากขึ้น	1	1	1	3	1
4.	ท่านได้เห็นหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ปรับรูปแบบการโชว์ด้านหน้าเวทีให้สวยงามขึ้น	1	1	1	3	1
5.	การนำเพลงที่กำลังนิยมในปัจจุบันมาโชว์เพื่อกระตุ้นความสนใจให้กับกลุ่มแฟนคลับ	1	1	1	3	1
6.	ท่านได้ฟังเพลงจากหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ที่กำลังนิยมในปัจจุบันมาโชว์เพื่อกระตุ้นความสนใจให้กับกลุ่มแฟนคลับ	0	1	1	2	0.7
7.	หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมบันเทิงศิลป์ในการถ่ายทอดสดการแสดงให้กับกลุ่มแฟนคลับชม	1	1	1	3	1
8.	หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ใช้ยูทูป (ประถมบันเทิงศิลป์) ในการอัปโหลดบันทึกการแสดงและเพลงต่าง ๆ ให้กับกลุ่มแฟนคลับชม	1	1	1	3	1
9.	หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมบันเทิงศิลป์ปรับกลอนลำเรื่องต่อกลอนให้สั้นกระชับเข้าใจง่าย	1	1	1	3	1

ข้อ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC
		1	2	3		
10.	หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันทิงศิลป์ได้ออกแบบชุดแดนซ์เซอร์ให้ดูสวยงามและยิ่งใหญ่ตระการตา	1	1	1	3	1
11.	หมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันทิงศิลป์จัดกิจกรรมคอนเสิร์ตออนไลน์ไปยังภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มแฟนคลับได้ใกล้ชิดมากขึ้น	1	1	1	3	1

ส่วนที่ 3 การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของแฟนคลับหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันทิงศิลป์

ข้อ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC
		1	2	3		
1.	จำนวนครั้งที่ท่านเข้าใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันทิงศิลป์โดยเฉลี่ยต่อวัน () 1-3 ครั้ง () 4-6 ครั้ง () 7-9 ครั้ง () 10-12 ครั้ง () 12 ครั้งขึ้นไป	1	1	1	3	1
2.	ระยะเวลาที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันทิงศิลป์ โดยเฉลี่ยต่อวัน () น้อยกว่า 1 ชั่วโมง () 1-2 ชั่วโมง () 3-4 ชั่วโมง () 5 ชั่วโมงขึ้นไป	1	1	1	3	1
3.	สถานที่ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันทิงศิลป์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) () บ้านพัก () ที่ทำงาน () ร้านบริการอินเทอร์เน็ต () ระหว่างการเดินทาง () อื่น ๆ โปรดระบุ	1	1	1	3	1

ข้อ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC
		1	2	3		
4.	ช่วงเวลาที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมน บันเทิงศิลป์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) () 05.00 - 11.00 น. () 11.01 - 13.00 น. () 13.01 - 16.00 น. () 16.01 - 19.00 น. () 19.01 - 24.00 น. () อื่น ๆ โปรดระบุ	1	1	1	3	1
5.	ท่านรู้จักเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนบันเทิงศิลป์ ได้อย่างไร () รู้จักด้วยตนเอง () เพื่อนแนะนำ () สื่อประชาสัมพันธ์ของคณะประถมนบันเทิง ศิลป์	1	1	0	2	0.7
6.	เหตุผลที่ท่านเข้ามาใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะ ประถมนบันเทิงศิลป์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) () ติดต่อกับกลุ่มแฟนคลับ () หาข้อมูล/ ติดตามข่าวสารศิลปินหมอลำเรื่อง ต่อกลอน () เชิญชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมเป็นสมาชิก () ร่วมกิจกรรมกลุ่มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น อ่าน และแสดงความคิดเห็น, ร่วมเป็นแฟนคลับ ฯลฯ () อื่น ๆ โปรดระบุ	1	1	1	3	1
7.	ท่านเป็นสมาชิกเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมน บันเทิงศิลป์มาแล้วกี่ปี () 2 ปี () 3 ปี () 4 ปี () มากกว่า 5 ปี	1	1	1	3	1

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ข้อมูลของกลุ่มแฟนคลับจากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์

ข้อ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC
		1	2	3		
1.	ท่านใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ หาข้อมูลในด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้าน หมอลำเรื่องต่อกลอนที่กำลังเป็นที่นิยม	1	1	1	3	1
2.	ท่านหาข้อมูลเกี่ยวกับคิวงานหมอลำเรื่องต่อกลอนในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์	1	1	1	3	1
3.	ท่านหาข้อมูลเกี่ยวกับนักแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์	1	1	1	3	1
4.	ท่านหาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์	1	1	1	3	1
5.	ท่านสามารถสร้างความสัมพันธ์และติดต่อสื่อสารกับแฟนคลับในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์	1	1	1	3	1
6.	ท่านใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ เพื่อประโยชน์ในการศึกษา การค้นคว้าวิจัย	1	1	1	3	1
7.	ท่านใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ เพื่อความบันเทิง สนุกสนานและผ่อนคลายความเครียด	1	1	1	3	1
8.	ท่านใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันท์เทิงศิลป์ เพื่อว่าจ้างหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันท์เทิงศิลป์	1	1	1	3	1

ข้อ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC
		1	2	3		
9.	ท่านเลือกเฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ในเผยแพร่และแลกเปลี่ยน ประสบการณ์เกี่ยวกับการรับชมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์	1	1	1	3	1
10.	ท่านใช้เฟซบุ๊ก แฟนเพจ คณะประถมนันเทิงศิลป์ เพราะสามารถดึงดูดใจ กระตุ้นความสนใจและความต้องการในการรับชมหมอลำเรื่องต่อกลอนคณะประถมนันเทิงศิลป์	1	1	1	3	1

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล

นายสันคูสิทธิ์ บรวิงษ์ตระกูล

ประวัติการศึกษา

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

โรงเรียนศรีวิกรม์บริหารธุรกิจ พ.ศ. 2549

ระดับปริญญาตรี ศึกษาศาสตร์บัณฑิต

มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2549

ระดับปริญญาโท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต พ.ศ. 2553

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

