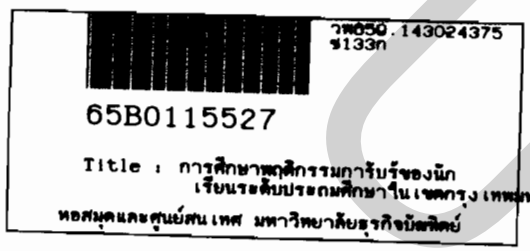
การศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ของนักเรียนระดับประถมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

นายชนนาถ มีนะนันทน์


วพ650.143024375
ช133ก
65B0115527
Title : การศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ของนัก
เรียนระดับประถมศึกษาในเขตกรุงเทพมหาน
หอสมุดและศูนย์สนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

DPU

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตร์ธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ.2539

ISBN 974-281-067-2

A STUDY OF PERCEPTIVE BEHAVIOR OF PRIMARY STUDENTS IN BANGKOK AREA TOWARD TELEVISION COMMERCIAL MUSIC

MR. CHANANART MINANANDANA

DPU

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Business Communication Arts

Department of Business Communication Arts

Graduate School Dhurakijpundit University

1996

ISBN 974-281-067-2

ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ

ชื่อวิทยานิพนธ์ การศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ของนักเรียนระดับประถมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

โดย นายชนนาถ มีนะนันทน์

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.พงษ์เทพ วรกิจโภคาทร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ
(รศ.ดร.พรทิพย์ พิมลสินธุ์)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร.พงษ์เทพ วรกิจโภคาทร)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(ผศ.สุวัฒนา วงศ์กะพันธ์)

..... กรรมการ

..... กรรมการผู้แทนหบวงมหาวิทยาลัย
(อาจารย์อรุณ งามดี)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ดร.พีรพันธุ์ พาลุสุข)

วันที่ 30 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2539

DPU

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือจากผู้มีพระคุณหลายท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.พงษ์เทพ วรกิจโภคาทร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่กรุณาให้คำแนะนำคำปรึกษา และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ ตลอดจนคำสอนต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องทั่ว ๆ ไปด้วย รวมทั้งขอกราบขอบคุณ รศ.ดร.พรทิพย์ พิมลสินธุ์ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ผศ.สุวัฒนา วงศ์กะพันธุ์ กรรมการวิทยานิพนธ์ อาจารย์อรุณ งามดี กรรมการผู้แทนทบวงฯ ที่กรุณาสละเวลาในการตรวจวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และอาจารย์วิชัย ผิวผ่อง ที่คอยกรุณาแนะนำทุก ๆ อย่าง

นอกจากนี้ยังขอกราบขอบพระคุณผู้อำนวยการโรงเรียน คุณครูใหญ่ คุณครูและผู้เกี่ยวข้องที่อนุญาตให้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล ณ โรงเรียนของท่าน ตลอดจนขอขอบใจเด็กนักเรียนตัวน้อย ๆ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 ทุก ๆ คนที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี

ท้ายสุดขอกราบขอบพระคุณบิดา-มารดาของผู้วิจัยที่ให้กำลังใจมาโดยตลอด ขอขอบคุณ ผศ.ดร.ปรางศรี พณิชยกุล ผศ.เรวดี อินทรกำเนิด น้องชายทั้งสอง อาจารย์ศักรินทร์ อาจารย์อัญญมณี คุณจรงจิตต์ คุณรติกร คุณสุทินพา คุณพันธิตร และคุณวรุณาทิตย์ ตลอดจนพี่ ๆ เพื่อน ๆ น้อง ๆ ชาวนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ทุกคนที่ให้กำลังใจตลอดเวลาการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ชนนาถ มีนะนันทน์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย..... ฆ

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... จ

กิตติกรรมประกาศ..... ช

สารบัญตาราง..... ฌ

บทที่ 1 บทนำ..... 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 1

วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... 3

สมมุติฐานของการวิจัย..... 3

ขอบเขตของการวิจัย..... 3

นิยามคำศัพท์..... 4

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 11

บทที่ 2 ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 12

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย..... 31

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 31

ตัวแปรในการวิจัย..... 31

เกณฑ์การวัดตัวแปร..... 32

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 33

การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 33

การวิเคราะห์ข้อมูล..... 34

บทที่ 4 ผลการวิจัย..... 35

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 92

บรรณานุกรม..... 105

ภาคผนวก..... 107

ประวัติผู้เขียน..... 116

DPU

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนนักเรียนที่มีความรู้ทางดนตรีตามอายุและเพศและความสนใจดนตรี....	64
2	แสดงจำนวนนักเรียนที่ชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา.....	77
3	แสดงจำนวนนักเรียนที่จดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา.....	88

DPU

ชื่อวิทยานิพนธ์ การศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ของนักเรียนระดับประถมศึกษาในเขตกรุงเทพ-มหานครที่มีต่อดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ (A STUDY OF PERCEPTIVE BEHAVIOR OF PRIMARY STUDENTS IN BANGKOK AREA TOWARD TELEVISION COMMERCIAL MUSIC)

ชื่อนักศึกษา ชนนาถ มีนะนันทน์

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.พงษ์เทพ วรกิจโภคาทร

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ

ปีการศึกษา 2538

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการรับรู้และความสามารถในการจดจำดนตรีในภาพยนตร์โฆษณาของนักเรียนชั้นประถมศึกษา โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กล่าวคือ เป็นการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กลุ่ม (FOCUS-GROUP INTERVIEW) ซึ่งมีการเปิด V.D.O. และเทปประกอบการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ นักเรียนอายุ 6-12 ปี ที่ศึกษาระดับประถมศึกษาชั้นปีที่ 1-6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักเรียนส่วนใหญ่มีพื้นฐานทางดนตรีปานกลางค่อนไปทางมาก และนักเรียนที่มีอายุมากกว่าค่อนข้างมีพื้นฐานทางดนตรีดีกว่านักเรียนที่มีอายุน้อย โดยนักเรียนหญิงมีความรู้ทางทักษะดีกว่านักเรียนชาย แต่นักเรียนชายมีความรู้เนื้อหาทางดนตรีดีกว่านักเรียนหญิง

2. นักเรียนส่วนใหญ่มีความสนใจดนตรีดีมาก ส่วนใหญ่เป็นการฟังดนตรีแบบไม่รู้ตัว และอีกส่วนหนึ่งจะเป็นการฟังแบบใจจดใจจ่อ มีสมาธิในการฟังมาก โดยนักเรียนชายมีความสนใจดนตรีมากกว่านักเรียนหญิง และเมื่อนักเรียนอายุมากจะสนใจดนตรีมากขึ้น และนักเรียนนิยมฟังเพลงป๊อบที่นิยมฮิตติดหูเป็นวงสตริงทั่ว ๆ ไป

DPU

3. นักเรียนส่วนใหญ่ชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามาก โดยนักเรียนอายุมากมีแนวโน้มชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามากกว่านักเรียนอายุน้อย และนักเรียนหญิงมีแนวโน้มชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามากกว่านักเรียนชาย

4. นักเรียนชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่มีทั้งเนื้อร้องและทำนองรวมกัน ชอบเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่มีลักษณะเร็ว ๆ ดัง ๆ เนื้อร้องและทำนองต้องออกมาสนุกไพเราะ น่าฟัง เร้าใจ มัน สะใจ ร่าเริง แปลก ๆ รู้สึกน่าติดตาม ได้อารมณ์ และสามารถเข้ากับภาพยนตร์โฆษณา และสามารถทำให้เต้นหรือโยกตัวตามไปด้วยได้

5. นักเรียนส่วนใหญ่จดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ดี โดยนักเรียนที่มีอายุมากจะมีการจดจำได้ดีกว่านักเรียนที่มีอายุน้อย และนักเรียนหญิงมีแนวโน้มจดจำได้ดีกว่านักเรียนชาย

6. นักเรียนเคยเอาดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาไปทำกิจกรรมอื่น ๆ เช่น เพลงเชียร์หรือเอาไปล้อเพื่อน เอาไปประกอบการเล่นต่าง ๆ

7. ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาไม่มีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักเรียน นักเรียนจะซื้อสินค้าตามอารมณ์ เน้นคุณภาพ และซื้อตามจำนวนเงินที่ได้รับ

8. ตัวบุคคลที่อยู่ในภาพยนตร์โฆษณาหรือแม้แต่ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาถ้าแสดงหรือร้องโดยเป็นวัยเดียวกับนักเรียน นักเรียนจะให้ความสนใจ ใส่ใจ จะทำให้นักเรียนสามารถจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาและโฆษณาดีขึ้น

Thesis Title : A STUDY OF PERCEPTIVE BEHAVIOR OF PRIMARY STUDENTS IN BANGKOK AREA TOWARD TELEVISION COMMERCIAL MUSIC.
Name : Mr.CHANNANART MINANANDANA
Thesis Advisor : PONGTAPE WARAKITPAOKATORN, Ph.D.
Department : BUSINESS COMMUNICATION ARTS
Academic Year : 1995

ABSTRACT

The objective of this research is to investigate primary students' perceptive behavior and their memorising capability in television commercial music. This study is a quality research using data collected from focus-group interview. This involves using videos and tape cassettes combined with interviews. The samples are students aged 6 to 12 in primary schools in Bangkok.

The research results are as follows :

1. Most students have a moderate to strong musical background and older students rather own better background than the younger ones. Girls have a higher level in skills rather than boys but boys have greater content knowledge than girls.

2. Most students have good interest in music. Most listen to music unconsciously but some listen to it intentively with good concentration. Male students have more interest in music than female ones. Their interest develops as they grow up and female students like to listen to hit songs played by string bands.

DPU

3. The majority of students love music in commercial movies. Older students tend to like them more than the younger ones. Male students also prefer them than the female ones.

4. Students like loud and fast commercial music containing both lyrics and melodies especially the ones with beautiful, interesting, arousing, gay and strange rhythm. They feel like to follow the emotion of music by dancing and moving with it.

5. Most students memorize music in commercial movies. The older students can do this better than the younger ones. And female students tend to memorize it better than the male ones too.

6. Students can make use of music in commercial movies in their cheering songs, and to teasing friends and playing.

7. Commercial music has no direct effects to their consumeption habits. They buy products according to their own desire emphasizing the quality of the products and their allowances.

8. Actors in commercial movies or even in commercial music played by children in their ages can get their interests and enhance their capability to memorize music in commercials.

DPU

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันความก้าวหน้าและรวดเร็วทางการรับรู้ข่าวสารของประชาชนจากสื่อมวลชนต่าง ๆ อันได้แก่ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและภาพยตนร์ ล้วนมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของประชาชน สื่อที่นับว่ามีบทบาทมากที่สุดคือ โทรทัศน์ ในปัจจุบันโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจากประชาชนทุกระดับ เพราะโทรทัศน์สามารถให้ความบันเทิงได้ดีกว่าสื่อชนิดอื่น คือได้เห็นถึงภาพและได้ยินทั้งเสียง และปรากฏว่าอัตราการครอบครองโทรทัศน์มากกว่าการใช้สื่อชนิดอื่น ทั้งนี้อัตราในการดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เมื่อกลุ่มผู้ดูมีอายุน้อยลง โดยมีงานวิจัยของ สัญญา สัญญาวิวัฒน์ และสุพัตรา เพชรมุนี ซึ่งผลการวิจัยสรุปออกมาว่านักเรียนส่วนใหญ่ใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ถึงร้อยละ 70.2 และจากการสำรวจนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานครช่วงอายุ 6-12 ปี ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 จำนวน 500 คน พบว่ากิจกรรมที่นักเรียนดูระบุว่าชอบทำมากที่สุดคือ "การดูโทรทัศน์" ทั้งที่นักเรียนในวัยนี้ควรจะต้องการการเล่นมากกว่าเพราะนักเรียนยังมีการสืบเนื่องของการพัฒนาด้านการทำงานประสานกันระหว่างอวัยวะที่ใช้เคลื่อนไหวกับระบบประสาทที่ควบคุมการทำงานเหล่านั้นอยู่ (สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์ 2525 : 10)

เนื่องจากโทรทัศน์สามารถทำหน้าที่ของหนังสือพิมพ์และวิทยุรวมกัน และยังสามารถครอบคลุมผู้ชมได้คราวละจำนวนมาก ๆ ดังนั้นการโฆษณาทางโทรทัศน์จึงได้กลายมาเป็นหัวใจสำคัญของการตลาด ปัจจุบันนี้โฆษณามีความจำเป็นและมีอิทธิพลต่อผู้บริโภค เพราะตัวโฆษณาสามารถสร้างความโดดเด่นให้กับสินค้าและบริการ เป็นตัวบอกข่าวสาร สาระ และคุณประโยชน์ของสินค้าให้แก่ผู้บริโภคได้ทราบ และทำให้ผู้บริโภคได้ใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจและการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการประเภทใดประเภทหนึ่ง ซึ่งในตลาดปัจจุบันมีสินค้าและบริการให้เลือกเป็นจำนวนมากมายมหาศาล และผู้บริโภคไม่สามารถมีเวลาพอที่จะไปเดินสำรวจตลาดต่าง ๆ ว่าสินค้าแต่ละอย่างนั้นมีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด ตลอดจนสภาพตลาดในปัจจุบันเต็มไปด้วยการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ดังนั้นทางผู้ผลิตจึงจำเป็นที่จะต้องใช้โฆษณาเป็นช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของตน

จากความแตกต่างและความโดดเด่นของงานโฆษณาจะทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำงานโฆษณาที่มีอยู่มากมายในปัจจุบันได้นั้น "ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา" ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือที่สร้างความโดดเด่นให้กับงานโฆษณา เพราะดนตรีที่ใส่ลงไปในงานโฆษณานั้นจะสามารถสร้างความทรงจำได้ดีกว่าคำพูด ดนตรีทำให้โฆษณาชิ้นนั้นแตกต่างไปจากงานโฆษณาชิ้นอื่น เพราะดนตรีมีเอกลักษณ์ในตัวเอง แม้ว่าสินค้าหรือคำพูดอาจจะซ้ำกัน แต่เปลี่ยนทำนองดนตรีประกอบหรือเลือกใช้ดนตรีประกอบที่ต่างกันก็ทำให้โฆษณาแตกต่างกัน ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณายังเปิดโอกาสให้ท่าทีของตัวแสดงในโฆษณามีลักษณะท่าทีแปลกไปจากท่าทีของตัวแสดงในโฆษณาอื่นเพราะดนตรีเปิดโอกาสสให้มีลีลาต่าง ๆ กัน เช่น การเต้นรำประกอบเพลงทำให้เกิดความสนุกสนานความน่าสนใจและแปลกใจอีกแนวหนึ่ง นอกจากนั้นดนตรียังสามารถสร้างให้เกิดบรรยากาศของความรักและพฤติกรรมอื่น ๆ ที่โฆษณาอยากเรียกร้องให้เกิดในหมู่ผู้บริโภคได้ง่าย

ปัจจุบันแนวโน้มในการทำโฆษณาโดยให้นักเรียนเป็นผู้แสดงหรือเป็นสื่อกลางในโฆษณามีมากขึ้น ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างผลกระทบกับนักเรียนที่ชมโทรทัศน์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า นักเรียนในวัย 6-12 ปี มักจะเชื่อในสิ่งที่ตามองเห็น หูได้ยิน และสิ่งที่มาสัมผัสด้วยตนเองว่าเป็นจริง ทั้งหมด (สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์ 2525 : 13) อาจารย์นันทวัน สุชาโต ได้ศึกษาถึงผลของโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีต่อพฤติกรรมนักเรียนพบว่า นักเรียนในช่วง 2-13 ปี สนใจสื่อโทรทัศน์มากที่สุด แต่ยังขาดประสบการณ์ในการแยกแยะจึงถูกจูงใจได้ง่าย (โครงการส่งเสริมสื่อมวลชนเพื่อนักเรียน 2528 : 3) และจากทฤษฎีการพัฒนาทางการความคิดของพีอาเจท์ นักเรียนในชั้นการคิดปฏิบัติด้วยรูปธรรม (Concrete-Operations) ซึ่งอยู่ในช่วงอายุ 7-11 ปี จะมีการคิดที่ยังไม่เป็นอิสระจากการรับรู้โดยสมบูรณ์ คือยังมีขีดจำกัดในการแก้ปัญหา โดยที่ปัญหานั้นจะต้องเป็นปัญหาที่มีตัวตนจับต้องได้ ปรากฏอยู่ตรงหน้า และเป็นปัญหาที่ไม่สลับซับซ้อน (นิรมล ชยุตสาหกิจ 2522 : 102, ดวงเดือน ศาสตร์ภัทธ์ 2522 : 70-71)

ดังนั้นจึงน่าศึกษาว่านักเรียนในระดับประถมศึกษา อายุ 6-12 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติ การระลึกเพลง ความชอบหรือไม่ชอบดนตรี หรือมีพฤติกรรมหลังจากที่ฟังดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาอย่างไร เช่น มีพฤติกรรมชอบร้องเพลงที่ได้ยินในโฆษณามากขึ้นหรือมีพฤติกรรมในการซื้อสินค้ามากขึ้น เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ทั่วไปเพื่อศึกษาผลของเพลงโฆษณาที่มีต่อการรับรู้โฆษณาทางโทรทัศน์ของนักเรียน โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะดังนี้

1. เพื่อศึกษาว่านักเรียนมีพฤติกรรมการรับรู้อย่างไรต่อดนตรีในโฆษณา
2. เพื่อศึกษาว่านักเรียนสามารถจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ได้

สมมุติฐานของการวิจัย

1. นักเรียนที่มีอายุต่างกันจะชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์แตกต่างกัน
2. นักเรียนที่มีอายุต่างกัน จะมีความสามารถในการจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์แตกต่างกัน
3. นักเรียนที่ต่างเพศกัน จะชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์แตกต่างกัน
4. นักเรียนที่ต่างเพศกัน จะมีความสามารถในการจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ได้

ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาเฉพาะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาประเภทชนมทางสื่อโทรทัศน์ที่ออกทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7 และ 9 ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาเฉพาะนักเรียนอายุระหว่าง 6-12 ปี ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาปีที่ 1-6 ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ตัวแปร (Variables) ในการวิจัยครั้งนี้คือ
   3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ เพศ วัย
   3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ลักษณะของดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่ชอบ และลักษณะของดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่จดจำได้

DPU

นิยามศัพท์

การระลึกและจดจำได้ของนักเรียน หมายถึง การที่นักเรียนสามารถระบุองค์ประกอบสำคัญของดนตรีประกอบโฆษณาได้ เช่น ทำนอง จังหวะ เนื้อร้อง เครื่องดนตรี ฯลฯ ที่สะดุดหูของโฆษณาสินค้าทางโทรทัศน์ได้

นักเรียน หมายถึง เด็กอายุระหว่าง 6-12 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นประถมปีที่ 1-6 ในโรงเรียนเขตกรุงเทพมหานคร

องค์ประกอบของดนตรี คือส่วนสำคัญพื้นฐานที่ทำให้ดนตรีเป็นรูปร่างขึ้นมาได้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. **เสียง (Tone)** เกิดจากการสั่นสะเทือนของอากาศอย่างสม่ำเสมอ มีคุณสมบัติที่สำคัญ 4 ประการ คือ

- ระดับเสียง (Pitch) หมายถึงความสูงต่ำของเสียงในเชิงกายภาพ ถ้าความถี่ของการสั่นสะเทือนเร็วเสียงจะสูง ถ้าการสั่นสะเทือนช้าเสียงจะต่ำ

- ความยาวของเสียง (Duration) เช่น เสียงสั้น หรือเสียงยาว คุณสมบัติข้อนี้เป็นพื้นฐานในเรื่องความยาวของเสียง

- ความเข้มของเสียง (Intensity) เสียงจะมีความแตกต่างจากค่อยไปจนถึงดัง คุณสมบัติข้อนี้จะทำให้เกิดจังหวะทางด้านดนตรี คือจังหวะเน้น เป็นต้น

- คุณภาพของเสียง (Quality) คุณภาพของเสียงแต่ละชนิดย่อมแตกต่างกันไป ซึ่งเกิดจากคุณสมบัติทางกายภาพของการสั่นสะเทือน ซึ่งเป็นพื้นฐานขององค์ประกอบทางดนตรีที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ สีสัน (Tone Color)

2. **เวลา (Time)** ดนตรีเป็นเรื่องของเสียงที่เคลื่อนที่ไปในช่วงเวลา ดังนั้นองค์ประกอบเรื่องเวลาจึงเป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่งของดนตรี มีคุณสมบัติสำคัญ 3 ประการ คือ

- ความเร็วจังหวะ (Tempo) หมายถึงเวลาในทางดนตรี หมายถึง ความเร็ว (Speed) ซึ่งดนตรีจะมีทั้งจังหวะช้า เร็ว ปานกลาง ต่าง ๆ กันไป

- อัตราจังหวะ (Meter) โดยปกติในทางดนตรีจะมีการจัดกลุ่มจังหวัด (Beat) เป็น 2, 3, 4 ... เป็นต้น

- จังหวะ (Rhythm) จังหวะประกอบด้วยการเน้นและความยาว

(1) การเน้น (Accent) คือจังหวะที่ดังกว่าจังหวะข้างเคียง เช่น จังหวะที่ 1 ในกลุ่มจังหวะ 3 หรือ 4

(2) ความยาว (Duration) ได้แก่ ความยาว-สั้นของจังหวะของตัวโน้ต เช่น โน้ตตัวดำ โน้ตตัวขาว หรือตัวหยุดต่าง ๆ

3. ทำนอง (Melody) คือการจัดเรียงของเสียงที่มีความแตกต่างของระดับเสียงและความยาว องค์ประกอบของทำนองมี 4 ประการคือ

- จังหวะของทำนอง (Melodic Rhythm) คือความสั้นยาวของระดับเสียงแต่ละเสียงที่ประกอบเป็นทำนอง

- มิติ (Melodic Dimensions) มิติของทำนองประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

(1) ความยาว (Length) ทำนองมีส่วนสั้นที่สุดเรียกว่า วลี (Motive) ทำนองที่ประกอบด้วยวลีย่อยมารวมกัน เรียกว่า ประโยค (Sentence) เมื่อเอาทำนอง 2 ประโยคมารวมกันเรียกว่า วรรค (Phase) เมื่อนำทำนองอย่างน้อย 2 วรรคมารวมกันเรียกว่า ท่อน (Section) เมื่อนำทำนองอย่างน้อย 2 ท่อนมารวมกัน เรียกว่า เพลง (Song)

(2) ช่วงกว้าง (Register) คือระยะระหว่างระดับเสียงต่ำสุดจนถึงเสียงสูงสุด

- ช่วงเสียง (Register) ทำนองอาจจะอยู่ในช่วงเสียงใดช่วงเสียงหนึ่ง เช่น ในช่วงเสียงสูง เสียงกลาง หรือเสียงต่ำ และบางครั้งทำนองอาจจะเคลื่อนที่จากช่วงเสียงหนึ่งไปยังอีกช่วงเสียงหนึ่งก็ได้

- ทิศทางของทำนอง (Direction) ทำนองอาจจะเคลื่อนที่ไปได้หลายทิศทาง เช่น เคลื่อนที่ขึ้น ลง หรืออยู่กับที่ มีทั้งลักษณะที่เคลื่อนที่แบบเรียงกันไป (Conjunct Proqression) หรือเคลื่อนที่ในลักษณะแบบกระโดด (Disjunct Proqression)

4. เสียงประสาน (Harmony) คือองค์ประกอบดนตรีที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานของเสียงมากกว่า 1 เสียง ในแนวตั้ง หรือในเวลาเดียวกัน ซึ่งตรงข้ามกับทำนองซึ่งเป็นการจัดเรียงของเสียงตามแนวนอน แนวคิดในเรื่องการประสานเสียงมี 2 เรื่องที่ควรทราบ คือ

- คอร์ด (Chord) คือกลุ่มของเสียงตั้งแต่ 3 เสียงขึ้นไปมาจัดเรียงตามแนวตั้ง

- ความกลมกลืนและความไม่กลมกลืน (Consonance and Dissonance) การนำเสียงตั้งแต่ 2 เสียงขึ้นไปมาเล่นพร้อมกันจะเกิดการผสมของเสียง ซึ่งผลที่เกิดขึ้นจะได้

เสียงที่กลมกลืนและไม่กลมกลืน เสียงที่กลมกลืนจะทำให้รู้สึกสบายหู กลมกล่อม เสียงที่ไม่กลมกลืนจะทำให้รู้สึกขัดหู ตึงเครียด รู้สึกค้างหรือแขวนอยู่ ซึ่งเพลงอาจจะมีลักษณะใดลักษณะหนึ่งก็ได้ หรือจะมีทั้ง 2 อย่างก็ได้

5. ระบบเสียง (Tonality) ดนตรีมีหลายระบบเสียง คือ

- Tonal Music (ระบบเสียงเดียว) คือดนตรีทั่วไปจะมีหลักการประพันธ์โดยใช้เสียงใดเสียงหนึ่งเป็นหลัก

- Polytonality คือดนตรีที่ใช้บันไดเสียงตั้งแต่ 2 บันไดเสียงขึ้นไปมารวมกันในการประพันธ์เพลง

- Multitonality คือดนตรีที่มีการเปลี่ยนแปลงของบันไดเสียงตลอดเวลาอย่างรวดเร็ว ทำให้ฟังได้ยากกว่า ขณะนั้นเพลงที่ได้ยินอยู่ในบันไดเสียงใด

- Attonality คือดนตรีที่ไม่มีความรู้สึกของเสียงหลัก เช่น เพลงในศตวรรษที่ 20

- Microtonality คือดนตรีที่ใช้ระบบเสียงย่อยกว่าระบบครึ่งเสียง เช่น ดนตรีของอียิปต์โบราณ และดนตรีของอินเดียว และรวมไปถึงลักษณะการแต่งของคีตกวีที่ต้องการทำในศตวรรษที่ 20 นี้ด้วย

6. ประเภทของเสียงดนตรี (Tone Color) คือคุณสมบัติของเสียงของเครื่องดนตรี รวมทั้งเสียงร้องของมนุษย์ด้วย ซึ่งมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากคุณสมบัติของการเกิดเสียง (Over tone)

- เสียงร้องของมนุษย์ (Human Singing Voices) เสียงร้องของมนุษย์จัดได้ว่าเป็นเครื่องดนตรีที่มีติดตัวมากับมนุษย์ทุกคน และจัดว่าเป็นเครื่องดนตรีที่สามารถถ่ายทอดอารมณ์และสื่อความหมายได้ดีที่สุด ยากที่จะหาเครื่องดนตรีชนิดใด ๆ มาเทียบได้ เสียงร้องของมนุษย์มีการจัดแบ่งเป็นหลายประเภทเนื่องจากช่วงเสียงสูง-ต่ำ และคุณภาพของเสียงที่ต่างกัน โดยทั่วไปเสียงร้องแบ่งออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ คือ โซปราโน (Soprano) อัลโต (Alto) ซึ่งเป็นเสียงร้องของผู้หญิง และเทนเนอร์ (Tener) และเบส (Bass) ซึ่งเป็นเสียงของผู้ชาย

- เสียงของเครื่องดนตรี (Music Instruments) สามารถแบ่งได้ตามลักษณะของเสียงที่คล้ายคลึงกัน และลักษณะของเครื่องมือได้เป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

(2) เครื่องสาย (String Instruments) คือเครื่องดนตรีที่เกิดเสียงขึ้นโดยการดีด หรือสีที่สาย เช่น ไวโอลิน (Violin) วิโอลา (Viola) วิโอลอนเชลโล (Violoncello) เบส (Bass) ลูท (Lute) กีตาร์ (Guitar) เป็นต้น

(3) เครื่องเป่าลมไม้ (Woodwind Instruments) เป็นเครื่องดนตรีที่แต่เดิมทำด้วยไม้แต่ปัจจุบันอาจทำด้วยวัสดุอื่น ใช้การเป่าลมทำให้เกิดเสียง แบ่งได้เป็น 3 ชนิด คือ

(3.1) เครื่องเป่าลมไม้ที่มีลิ้นเดียว ได้แก่ คลาริเนต (Clarinet) แซกโซโฟน (Saxophone) เป็นต้น

(3.2) เครื่องเป่าลมไม้ที่มีลิ้นคู่ ได้แก่ โอโบ (Oboe) บาสซูน (Basson) อิงลิชฮอร์น (English Horn) เป็นต้น

(3.3) เครื่องเป่าลมไม้ที่ไม่มีลิ้น ได้แก่ ฟลุต (Flute) และปิคโคโล (Piccolo)

(4) เครื่องเป่าลมทองเหลือง (Brass Instruments) เช่น ฮอร์น (Horn) ทรัมเปต (Trumpet) ทรอมโบน (Trumbone) ทูบา (Tuba) เป็นต้น

(5) เครื่องประกอบจังหวะ (Percussion Instruments) แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

(5.1) เครื่องประกอบจังหวะที่ไม่มีระดับเสียง เช่น กลองใหญ่ (Bass Drum) กลองแต๊ก (Snare Drum or Side Drum) รำมะนา (Tamburine) กิ๋ง (Triangle) ฉาบ (Cymbals) ฆ้องใหญ่ (Gong) กรับ (Castanets) ลูกแซก (Maracas) เป็นต้น

(5.2) เครื่องประกอบจังหวะที่มีระดับเสียง เช่น กลองทิมพานี (Timpani) ระนาดฝรั่ง (Bell, Gluckenspiel, Xylophone) เซเลสตา (Celesta) เป็นต้น

7. ลักษณะของเสียง (Characteristecs of Sound) ลักษณะของเสียงเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับรายละเอียด หรือคุณสมบัติของเสียงที่มีการแปรเปลี่ยนไปเพื่อการถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก ทำให้เพลงมีความไพเราะเป็นศิลปะเต็มรูปแบบ ในลักษณะของโสตศิลป์ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

7.1 ลักษณะของเสียงที่แปรเปลี่ยนไปในลักษณะของความดัง-ค่อย (Dynamics) เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้เพลงมีชีวิตชีวา มีลีลาน่าสนใจ กล่าวคือ บทเพลงที่มีบางตอนดังบางตอนค่อยทำให้ผู้ฟังรู้สึกถึงความแตกต่างและเป็นผลทำให้ผู้ฟังมีความรู้สึกหรืออารมณ์แปรเปลี่ยนไปตามลักษณะความดัง-เบาของบทเพลง เช่น บทเพลงที่บางตอนดังมาก ๆ มักจะให้ความรู้สึกถึงความมีอำนาจ ความตื่นเต้น หรือน่ากลัวได้ ในขณะที่บางตอนของบทเพลงที่มีเสียงแผ่วเบามักจะให้ความรู้สึกสงบสบายใจได้ เป็นต้น

7.2 ลักษณะของเสียงที่แปรเปลี่ยนไปตามความรู้สึก (Expressions) เพราะการเล่นดนตรีเป็นการแปลความหมาย คือสัญลักษณ์ทางภาษาเขียนออกมาเป็นภาษาดนตรีหรือเสียงอารมณ์ และความรู้สึกของนักดนตรีแต่ละคนย่อมแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความเข้าใจ ความสามารถของแต่ละคน สิ่งเหล่านี้เองที่ทำให้การฟังดนตรีน่าสนใจ เพราะดนตรีไม่ใช่เป็นเรื่องของการถ่ายทอดเสียงตามตัวโน้ตออกมาเท่านั้น แต่มีความรู้สึก อารมณ์ของนักดนตรีอยู่ในเสียงดนตรีนั้นด้วย ซึ่งเป็นเรื่องการแสดงความรู้สึก ชีวิตจิตใจรวมกับองค์ประกอบที่มีอยู่ในบทเพลงนั้น เช่น ถ้าเพลงใดมีลักษณะเร็วจะให้ความรู้สึกตื่นเต้น เร้าใจ มีชีวิตชีวา และถ้าเพลงใดมีลักษณะช้าจะให้ความรู้สึกเศร้าโศก หดหู่ เศร้าใจ เป็นต้น

8. รูปพรรณ (Texture) คือลักษณะความสัมพันธ์ของทำนองและเสียงประสาน มี 3 รูปแบบ คือ

8.1 รูปพรรณของโมโนโฟนิค (Monophonic Texture) คือการที่ดนตรีที่มีเพียงแนวทำนองไม่มีการประสานเสียงใด ๆ คือมีเพียงเสียงเดียวที่เล่นทำนอง

8.2 รูปพรรณของโฮโมโฟนิค (Homophonic Texture) คือการที่ดนตรีมีแนวทำนองและมีการประสานเสียงโดยใช้คอร์ด คือ เพิ่มเสียงเข้ามาเป็นเสียงที่ช่วยทำให้ทำนองไพเราะขึ้น ไม่มีความสำคัญเท่าแนวทำนอง

8.3 รูปพรรณของโพลีโฟนิค (Polyphonic Texture) คือเมื่อดนตรีมีแนวทำนองตั้งแต่สองทำนองขึ้นไปมาเล่นรวมกัน

9. รูปแบบหรือฉันทลักษณ์ (Form) มีองค์ประกอบดังนี้

9.1 แนวทำนอง (Theme) มักจะประกอบไปด้วยทำนอง จังหวะ และการประสานเสียง ความสำคัญของแนวทำนองจะเห็นได้จากการที่เวลาผู้ฟังฟังเพลงนั้น สิ่งที่ผู้ฟังจำติดหูมักจะเป็นแนวทำนองต่าง ๆ ในบทเพลง

9.2 ความเป็นหนึ่ง (Unity) ในบทเพลงหนึ่งมักจะประกอบไปด้วยส่วนย่อย ๆ มากมาย การรวมกันของแต่ละส่วนในบทเพลงจะทำให้เกิดความเป็นหนึ่งขึ้นมา สิ่งที่จะทำให้ความเป็นหนึ่งเด่นชัดคือ การปรากฏของแนวทำนองหลักในแต่ละช่วงของบทเพลง ซึ่งอาจจะสลับด้วยแนวทำนองอื่น ๆ ด้วย

9.3 การเปลี่ยนแปลง (Variety) มีหลายลักษณะเพื่อมิให้ดนตรีน่าเบื่อคือ

- การเปลี่ยนไปของทำนอง (Melodic Variety)
- การเปลี่ยนแปลงของจังหวะ (Rhythmic Variety)
- การเปลี่ยนแปลงของสีสัน (Tonal Variety)
- การเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ (Other Agents of Variety) เช่น การเปลี่ยนแนวระดับเสียง หรือการเปลี่ยนลักษณะการคลอ เป็นต้น

9.4 ความแตกต่าง (Contrast) มีหลายลักษณะคือ

- ความแตกต่างของทำนอง (Thematic Contrast)
- ความแตกต่างของบันไดเสียง (Key Contrast)
- ความแตกต่างของความเร็ว-ช้าจังหวะ (Tempo Contrast)
- ความแตกต่างขององค์ประกอบอื่น ๆ (Other Methods of Providing Contrast)

9.5 ความยาวของบทเพลง

ตัวอย่างลักษณะรูปแบบ เช่น ไบนารี่ ฟอร์ม (Binary Form) เทอนารีฟอร์ม (Ternary Form) ซอง ฟอร์ม (Song Form) ตีมแอนแวริเอชั่น (Theme and Variations) รอนโด ฟอร์ม (Rondo Form) โซนาต้า ฟอร์ม (Sonata Form) ซิมโฟนี (Symphony) เป็นต้น

๙ **เพลงประกอบโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ (Jingle)** ในการวิจัยนี้มีความหมายเป็นเนื้อร้องและหรือทำนอง โดยทั่ว ๆ ไปแบ่งตามลักษณะต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. เพลงโฆษณาที่มีเนื้อร้องประกอบ มี 3 แบบคือ

- เพลงต้นฉบับ (Original) เป็นเพลงที่แต่งขึ้นเพื่อโฆษณาสินค้านั้นจริง ๆ ซึ่งอาจจะมีการดัดแปลงหรือมาจากต่างประเทศ แล้วมาดัดแปลงเล็กน้อย ซึ่งเป็นการนำส่วนต่าง ๆ มาผสมกันแต่ไม่ได้เป็นการสร้างใหม่ทั้งหมด เช่น เพลงของคอฟฟี่เมต ฮานามิ ฯลฯ

- เพลงเลียนแบบ (Copy) คือการใช้เพลงพ็อพพูล่า (Popular Song) เป็นรูปแบบเพลงที่ใช้กันทั่วโลก โดยนำเพลงที่มีอยู่แล้วมาใช้ประกอบเป็นการใช้ทั้งเพลงโดยที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเลย เช่น โฆษณา Chivas Regal ใช้เพลง Right Here Waitting ฯลฯ

- เพลงดัดแปลง (Applied) เป็นการอ้างอิงจากสิ่งที่มีอยู่ให้เกิดสิ่งใหม่ ซึ่งอาจจะนำเพลงที่มีอยู่มาดัดแปลงเนื้อร้อง หรือดัดแปลงทั้งเนื้อร้องและทำนอง ซึ่งเพลงประกอบโฆษณาส่วนใหญ่จะใช้เพลงในลักษณะนี้มากที่สุด เช่น โฆษณาตู้เย็นชิงเกอร์ชุด "น้ำแข็ง" ใช้เพลง "บ่เป็นหยังดอก" ซึ่งเพลงเหล่านี้จะมีเนื้อหาตรงกับเนื้อหาโฆษณา

2. เพลงบรรเลงประกอบโฆษณา จะทำโดยทำเป็นภาพยนตร์เสร็จแล้วจึงส่งไปให้นักแต่งเพลงแต่งเพลงประกอบโดยไม่มีเนื้อร้อง แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

- ใช้เพลงเป็นตัวนำช่วยเล่าเหตุการณ์ เล่าเรื่อง บอกอารมณ์ความรู้สึกของตัวละคร โดยไม่ต้องมีบทสนทนา เช่น American Standard ชุด "Favorite Room"

- ใช้เพลงแสดงถึงบรรยากาศในเรื่อง ช่วยในการสร้างอารมณ์ให้กับภาพยนตร์ เช่น เบียร์สิงห์ ชุด "หนังตะลุง" ฯลฯ

- ใช้เพลงในลักษณะเป็น "Music Effect" ประกอบโฆษณา มีความเป็นเพลงน้อยมาก แต่สามารถสร้างอารมณ์ให้กับหนังโฆษณาได้ดี เช่น โฆษณากล้องฟูจิ "เบิร์ด" ฯลฯ

3. เพลงที่อยู่ในช่วงท้ายของภาพยนตร์โฆษณา ซึ่งอาจนำคำขวัญของสินค้ามาใส่ทำนองเพื่อให้ติดหูคนฟัง เช่น โตชิบ้า "นำสิ่งที่ดีสู่ชีวิต" ฯลฯ หรือการใส่ชื่อสินค้าหรือสถาบันมาใส่ทำนอง เช่น เวลโก โรบินสัน เดอะมอลล์ ฯลฯ

ขนม หมายถึง ลูกอมทั้งแบบอมและแบบเคี้ยว ขนมกรอบขบเคี้ยว เยลลี่ ถั่วประเภทต่าง ๆ ที่มีการเคลือบน้ำตาล ขนมปังและเวเฟอร์ ไอศกรีม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบว่านักเรียนในระดับประถมศึกษา มีพฤติกรรมการรับรู้และคิดอย่างไรกับดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

2. เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ที่ต้องการประกอบอาชีพที่เกี่ยวกับงานโฆษณา โดยเฉพาะนักทำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา โดยจะได้ทราบถึงแนวทางการปฏิบัติในการแต่งเพลงให้เหมาะสมกับแนวคิดของโฆษณาแต่ละชิ้น และสามารถนำมาปรับใช้กับงานในลักษณะอื่นที่คล้ายกัน เช่น การทำเพลงหรือดนตรีประกอบภาพยนตร์ การทำดนตรีประกอบหนังสารคดี เป็นต้น

3. การวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางให้กับผู้ปกครองสามารถประยุกต์ใช้ในการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโฆษณาทางโทรทัศน์กับนักเรียนในการดูโฆษณาทางโทรทัศน์

4. เพื่อใช้เป็นเอกสารอ้างอิง และเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป เพื่อเป็นการพัฒนาวิธีการที่จะช่วยเพิ่มความตระหนัก ความสงสัย ความระมัดระวังในการรับข่าวสารโฆษณาทางโทรทัศน์ ตลอดจนพฤติกรรมการซื้อสินค้าต่อไป

2400

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ของนักเรียนประถมศึกษาที่มีดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางในการวิจัย และเปรียบเทียบว่าผลของการวิจัยที่ได้มานั้น สนับสนุนหรือคัดค้านทฤษฎีและแนวความคิดดังกล่าวมากน้อยเพียงใด

ทฤษฎีและแนวความคิดที่ใช้ในการอ้างอิงเพื่อศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วยแนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาพัฒนาการเด็ก แนวคิดทางด้านโฆษณา และแนวความคิดในการใช้เพลงประกอบโฆษณา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาพัฒนาการเด็ก

งานวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษากับกลุ่มเด็กอายุระหว่าง 6 - 12 ปี เด็กวัยเรียนมีลักษณะดังนี้

พัฒนาการทางด้านร่างกาย (Physical Development)

เด็กในวัยนี้มีการพัฒนาร่างกายอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านส่วนสูงและน้ำหนัก การเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่มักจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านสัดส่วน ในวัยนี้ไขมันตามแก้ม อก ท้อง ก้น และต้นขาจะน้อยลง ทำให้เด็กดูผอมและสูงขึ้น พัฒนาการของกล้ามเนื้อ กระดูก และประสาทดีขึ้น ซึ่งจะทำให้เด็กในวัยนี้มีการเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น มีความแม่นตรงทางการเคลื่อนไหว มีความคล่องตัวและว่องไวและสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวได้ดี อย่างไรก็ตามความสามารถในการเคลื่อนไหวของเด็กแต่ละคนมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับการฝึกฝนหรือโอกาสที่เด็กจะได้เข้าร่วมกิจกรรม ตลอดจนความรู้สึกเชื่อมั่นในตนเอง

บุคลิกภาพและการพัฒนาทางสังคม (Personality and Social Development)

เด็กในวัยเรียนจะเป็นวัยที่เด็กใช้ชีวิตอยู่ในโรงเรียนเป็นส่วนใหญ่ มีปฏิสัมพันธ์กับครูและกลุ่มเพื่อน เพราะฉะนั้นเด็กจะได้รับอิทธิพลจากครูและกลุ่มเพื่อนฝูงมาก ลักษณะพฤติกรรมทาง

สังคมของเด็กวัยนี้คือ การจับกลุ่มเพศเดียวกันแน่นแฟ้นและตั้งเป็นกลุ่มสังคมเฉพาะตน มีแนวคิด มีกิจกรรม กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ตั้งขึ้นเฉพาะกลุ่ม นักจิตวิทยาเรียกลักษณะทางสังคมของเด็กวัยนี้ว่า สังคมความลับ (Secret Society) โดยเด็กจะหันหลังให้ผู้ใหญ่และรวมกลุ่มกับเด็กด้วยกัน ความลับภายในกลุ่มจะถูกรักษาไว้อย่างเคร่งครัด ไม่มีการบอกผู้ใหญ่เป็นอันขาด เด็กในวัยนี้จะเริ่มคิดเงียบ ๆ มีการตั้งความเชื่อมั่นในเรื่องลึกลับต่าง ๆ ซึ่งเป็นความเชื่อเฉพาะกลุ่มเท่านั้น

อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนจะมีต่อเด็กในวัยนี้มาก โดยเฉพาะในวัยนี้เป็นวัยที่เด็กจะชอบเปรียบเทียบกันทางสังคม (Social Comparison) ซึ่งการชอบเปรียบเทียบกันกับเพื่อนฝูงจะส่งผลต่อความรู้สึกต่อความมีคุณค่าในตัวของเด็กเอง คูเปอร์สมิต (Coopersmith, 1967) รูเบิลและคณะ (Roble and His Associates, 1976) ศึกษาพบว่าความรู้สึกว่าตนมีความสามารถหรือความมีคุณค่าของเด็กจะเกิดจากการที่เด็กได้เปรียบเทียบกับเพื่อนในขณะที่ปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่า การมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนจะมีผลต่อพัฒนาการทางบุคลิกภาพของเด็ก เช่น การเกิดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความรู้สึกคุณค่าของตนเอง หรือการทำให้เกิดปกติอยในจิต เป็นต้น

นอกจากนั้นการยอมรับและการไม่ยอมรับ จะมีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพของเด็กมาก โดยเด็กที่ได้รับการยอมรับจะเจริญเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีความเชื่อมั่นในตัวเอง สามารถปรับตัวเข้ากับสังคมด้วยดี ส่วนเด็กที่ไม่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อนมักจะไม่มั่นใจในตัวเอง ปรับตัวเข้ากับสังคมได้ยาก รวมทั้งการสร้างปมด้อยต่าง ๆ ในจิตใจ

อิทธิพลของเพื่อนจะมีผลบุคลิกภาพของเด็กมากทั้งทางด้านความคิดและการกระทำ เพราะฉะนั้นการจัดกิจกรรมให้กลุ่มอย่างเหมาะสมเป็นสิ่งที่ควรกระทำอย่างยิ่งกับเด็กในวัยนี้ พ่อแม่หรือครูควรเปิดโอกาสให้เด็กได้แสดงออกในทางที่เหมาะสม เช่น เปิดโอกาสให้มีการจัดกลุ่มผู้ดูแลความเรียบร้อยในโรงเรียนกลุ่มผู้บำเพ็ญประโยชน์ ฯลฯ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะช่วยเสริมให้เด็กรู้จักการเข้าสังคมและทำประโยชน์แก่สังคม นอกจากนั้นยังช่วยสร้างทัศนคติ ค่านิยมในทางที่ดีต่อสังคมอีกด้วย

พัฒนาการทางเชาวน์ปัญญา (Intelectual Development)

พัฒนาการทางเชาวน์ปัญญาของเด็กในวัยนี้จะมีความก้าวหน้าขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เด็กมีความคิดที่สลับซับซ้อน มีการใช้เหตุผลมากขึ้นในการตัดสินใจ ลดการยึดตนเองเป็นจุดศูนย์กลาง

ทำให้สามารถคิดแก้ปัญหาในแง่มุมของคนอื่นได้มากขึ้น พีอาร์เจ (Piaget) เรียกระยะพัฒนาการเด็กในวัยนี้ว่า ระยะแก้ปัญหาด้วยเหตุผลกับสิ่งที่เป็นรูปธรรม (Concrete Operations) ซึ่งอยู่ในช่วงอายุ 7 - 11 ปี ระยะนี้เด็กจะสามารถแก้ปัญหาโดยนำประสบการณ์ต่าง ๆ และเหตุผลมาประกอบเพื่อพิจารณาหาวิธีที่เหมาะสม พัฒนาการทางปัญญาของเด็กในวัยนี้พอสรุปได้ดังนี้

ลักษณะความจำ เด็กในวัยนี้จะมีความจำดีขึ้น มีการจัดกลุ่มของสิ่งของเพื่อช่วยให้จำได้ดีขึ้น ความจำจะพัฒนาการดีขึ้นเมื่อมีอายุมากขึ้น อย่างไรก็ตามในเด็กวัยเรียนความจำจะดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นเด็กในวัยนี้สามารถใช้ความจำในการเรียนรู้สูตรทางคณิตศาสตร์ จำโคลงหรือกลอนได้ดีกว่าเด็กอนุบาล

ความสามารถในการอนุรักษ์ (Conservation) ความสามารถในการอนุรักษ์คือความสามารถในการรู้ความคงที่ของวัตถุ ถึงแม้ว่าวัตถุนั้นจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปร่างไปจากเดิม เช่น รู้ความคงที่ของจำนวน ความยาว น้ำหนัก ปริมาตร ฯลฯ

เอลไคนด์ (Elkind, 1961) และเกรฟส์ (Graves, 1972) ศึกษาพบว่าความสามารถในการอนุรักษ์ต่าง ๆ จะเกิดขึ้นในช่วงอายุที่แตกต่างกัน เช่น การอนุรักษ์จำนวนจะเกิดขึ้นในช่วง 6 - 7 ปี ความสามารถในการอนุรักษ์น้ำหนักจะเกิดขึ้นในช่วงอายุ 8 - 9 ปี และการอนุรักษ์ปริมาตรจะเกิดในช่วงอายุ 11 - 12 ปี ซึ่งความสามารถในการอนุรักษ์จะเกิดขึ้นกับเด็กในระยะวัยเรียน

ความสามารถในการอนุรักษ์เป็นสิ่งจำเป็นต่อความคิดรวบยอดทางคณิตศาสตร์ เช่น การย้อนกลับไปมาของตัวเลข (3 - 2 = 1 หรือ 1 + 2 = 3) รวมทั้งความสามารถในการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐานได้อีกด้วย

พัฒนาการทางด้านดนตรีของเด็ก

1. ช่วงอายุ 2 - 7 ปี ในช่วงนี้เด็กเริ่มเรียนรู้เกี่ยวกับระบบของสัญลักษณ์ในความคิดของตนเอง เพื่อแทนเหตุการณ์ หรือประสบการณ์ที่ตนได้รับภายในความคิด (Preoperational State) เปียเจท์ มีความเชื่อมั่นว่าเด็กในวัยนี้มีความคิดตามที่ตนมีประสบการณ์หรือการรับรู้ เด็กไม่สามารถรับรู้ได้ว่าคนอื่นมีประสบการณ์หรือการรับรู้ไม่เหมือนตน เด็กในวัยนี้มีความสามารถทางภาษาเพิ่มขึ้นมาก สามารถเรียนรู้จดจำสิ่งต่าง ๆ ได้ เมื่อใช้ภาษาเป็นสื่อเพิ่มขึ้น ไม่จำเป็นว่า

เด็กต้องเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ โดยประสาทสัมผัสในทุกกรณี เช่น เด็กมีความเข้าใจเมื่อพูดถึงสุนัขได้หลักจากได้รู้จักกับสุนัขจริง ๆ มาแล้ว ซึ่งแสดงว่าเด็กใช้สัญลักษณ์คือ คำว่า สุนัขแทนตัวสุนัขจริง ๆ ในความคิดของตนได้ จึงสามารถเข้าใจเวลาพูดถึงสุนัข อย่างไรก็ตาม แนวความคิดยาก ๆ ที่เป็นรูปธรรมหรือนามธรรม เด็กยังไม่สามารถเข้าใจได้ดี และยังไม่มีแนวคิดเกี่ยวกับความคงที่ของจำนวน ความจุ และปริมาตร (Conservation of number and object) ฉะนั้นความคิดในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อนจึงยังไม่มี เด็กวัยนี้ไม่ชอบอยู่เฉย มักเคลื่อนไหวตลอดเวลา แต่เหนื่อยง่าย ความสัมพันธ์ระหว่างมือกับตายังไม่พัฒนามากนัก ชอบเพ้อฝัน คิดค้น เด็กผู้หญิงมักมีพัฒนาการเร็วกว่าเด็กผู้ชาย

พัฒนาการทางดนตรีของเด็กวัยนี้คือ เด็กมีการพัฒนาทางด้านจังหวะและทำนอง แต่ไม่สามารถรักษาไว้ได้สม่ำเสมอ กล่าวคือ การตบจังหวะมีช้าบ้างเร็วบ้าง ไม่สามารถตอบสนองจังหวะที่ซับซ้อนได้เลย ด้านทำนองเด็กสามารถร้องเพลงได้ดีขึ้นแต่มักร้องเพี้ยน เนื่องจากความคิดเรื่องระดับเสียงยังไม่พัฒนาเต็มที่ ช่วงเสียงยังจำกัด และการรับฟังยังไม่พัฒนาไปเท่าที่ควร ส่วนการเคลื่อนไหวเพื่อตอบสนองกับดนตรีเป็นกิจกรรมที่เด็กวัยนี้ชอบมาก เพราะเป็นวัยที่ร่างกายกำลังเจริญเติบโตมีพลังงานมาก เด็กวัยนี้ชอบเคาะ ชอบทำจังหวะ ส่วนการตอบสนองที่เกี่ยวกับเสียงประสานยังไม่มีในเด็กวัยนี้ แต่จะสามารถรับรู้เรื่องเสียงประสานได้ถ้ามีผู้อธิบาย

2. ช่วงอายุ 7 - 12 ปี พัฒนาการทางความคิดของเด็กในวัยนี้เจริญขึ้นเป็นลำดับ เด็กสามารถคิดเกี่ยวกับด้านรูปธรรมอย่างมีเหตุผลได้ แต่ความคิดทางด้านนามธรรมยังไม่พัฒนาไปมากนัก เด็กเริ่มมองสิ่งต่าง ๆ ในหลายแง่มุม เปียเจท์ จึงเรียกวัยนี้ว่า Concrete Operational Stage เนื่องจากความคิดเกี่ยวกับด้านรูปธรรมพัฒนาเป็นอย่างดีในเด็กวัยนี้ เด็กมีแนวคิดเกี่ยวกับความคงที่ของจำนวนความจุ ปริมาณ สามารถจัดหมู่สิ่งของหรือสิ่งอื่น ๆ ได้ มีสมาธิมากขึ้น ปรับตัวเข้ากับเพื่อน ๆ และโรงเรียนได้ ชอบการให้รางวัลเมื่อทำสิ่งใด ๆ ทำเร็จ เด็กในวัยนี้ยังไม่สามารถคิดแก้ปัญหาในลักษณะของการตั้งสมมุติฐานได้

พัฒนาการทางด้านดนตรีก้าวหน้ามากขึ้น ด้านจังหวะสามารถตอบสนองจังหวะที่ซับซ้อนมากขึ้นได้ ความคงที่ของจังหวะมีมากขึ้น ร้องเพลงวนและแคนนอน (round and canon) ได้ ซึ่งแสดงว่ามีการพัฒนาการด้านเสียงประสาน สมาธิในการฟังมีมากขึ้น สามารถฟังเพลงบรรเลงได้ดีขึ้น ความเข้าใจในเรื่องระดับเสียงมีมากขึ้น การร้องเพลงเพี้ยนน้อยลง สามารถเล่นเครื่องทำนอง เช่น คีย์บอร์ดได้นอกเหนือไปจากเครื่องประกอบจังหวะต่าง ๆ

ความสามารถในการจัดลำดับและการจัดกลุ่มของสิ่งของ (Serial Ordering และ Class inclusion) เด็กในวัยนี้สามารถจัดลำดับของสิ่งของหรือเรียงเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ถูกต้องกว่าเด็กอนุบาล เช่น การเรียงลำดับความสั้นยาวของไม้ การเรียงลำดับความอ่อนแก่ของสี การจัดลำดับอนุกรมของตัวเลข นอกจากนี้เด็กในวัยนี้ยังสามารถจัดกลุ่มของสิ่งของได้ดี เช่น กลุ่มของสัตว์ และยังสามารถแยกกลุ่มย่อย ๆ ในกลุ่มใหญ่ได้ เช่น กลุ่มของสุนัข มีสุนัขจู สุนัขแอลเซเชี่ยน ฯลฯ

นอกจากนี้วัยเด็กยังสามารถมองเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้กว้างมากขึ้น ซึ่งจะทำให้เด็กมีการรับรู้ดีขึ้นและถูกต้องมากขึ้น ความสามารถในการมองสิ่งต่าง ๆ ได้กว้างมากขึ้น นำไปสู่ความสามารถในการแก้ปัญหา เด็กวัยนี้จะสามารถแก้ปัญหาได้รอบคอบขึ้น และรู้จักวิธีการแก้ปัญหาที่ดีจากประสบการณ์ของตนที่ดีที่สุดมาใช้ในการแก้ปัญหา

พัฒนาการทางสติปัญญาของเด็กวัยเรียนจะก้าวหน้าอย่างเห็นได้ชัด เด็กในวัยนี้จะมีความคิดที่กว้างขึ้น มีเหตุผลมากขึ้น มีความคิดรวบยอดพื้นฐานที่จะช่วยเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ในสภาพแวดล้อม สามารถเข้าใจจำนวนของตัวเลข การเรียงลำดับของตัวเลข การย้อนกลับไปของตัวเลข มีความจำดีขึ้น ซึ่งความสามารถเหล่านี้จะเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการเรียนรู้ การคิด และการแก้ปัญหาต่อไปเมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่

การศึกษาเรื่องการพัฒนาการของเด็กในวัยเรียนจะทำให้ทราบถึงขีดความสามารถของเด็กในวัยนี้ที่จะรับชมโฆษณาสินค้าประเภทต่าง ๆ ได้ว่า เด็กสามารถเข้าใจเพลง และเรื่องราวของโฆษณาได้ตรงกับที่ผู้โฆษณาได้ ถ้าผู้โฆษณาเข้าใจถึงพัฒนาการทางสติปัญญาของเด็ก

2. แนวความคิดทางด้านโฆษณา

ความหมายของการโฆษณา

พนา ทองมีอาคม (2519 : 45 - 48) ให้คำจำกัดความไว้ว่า "การโฆษณา" เป็นการเสนอและสนับสนุน หรือส่งเสริมความคิดเห็นหรือบริการโดยระบุตัวผู้เสนอหรือแจ้งความนั้น ซึ่งจะต้องใช้ค่าใช้จ่าย

เสรี วงษ์มณฑา ให้คำจำกัดความไว้ว่า "การโฆษณา" เป็นการสื่อสารมวลชนที่เกิดขึ้น เพื่อจูงใจผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายให้มีพฤติกรรมอันจะเอื้ออำนวยต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจ

อันได้แก่ การซื้อ การใช้ หรือบริการ โดยอาศัยเหตุผล ทั้งเหตุผลจริงและเหตุผลสมมุติในการ [illegible]

อนันต์ จันทรกุล (2531) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่าการโฆษณาเป็นการเสนอขายและแจ้งเรื่องราวให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าและบริการ โดยผู้อุปถัมภ์ที่มิได้ปิดบังตนเองและเป็นการเสนอขายโดยมิใช่การส่งบุคคลเข้าไปติดต่อ

Horland (Quoted in Crano and Messe 1982 : 110 - 111) ได้กล่าวถึงการชักจูงว่าเป็นการที่บุคคลรับข่าวสาร หรือข้อมูลใหม่ที่ไม่สอดคล้องกับโครงสร้างความรู้เดิมของเขาแล้ว บุคคลได้มีการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นซึ่งเป็นผลจากการรับข่าวสารแต่มิได้หมายความว่าข้อมูลใหม่นั้นจะเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นได้เสมอไป แต่ถ้าข่าวสารนั้นได้รับความเชื่อมั่น บุคคลก็จะรับข่าวสารและนำมาปับกับความเชื่อเดิม

ชวนะ ภวกานันท์ (2528 : 39) กล่าวถึงการโฆษณาในแง่ของกระบวนการว่าเป็นการสื่อสารที่ผู้ผลิตตระหนักถึงโอกาสหรือช่องทางในการตลาดที่จะได้รับประโยชน์จากการดำเนินกลยุทธ์ที่เหมาะสมจึงสื่อสารด้วยการโฆษณา มีการจัดรูปแบบสารและวิธีการเสนอสารให้เกิดการกระตุ้น ชักจูงใจผู้บริโภคโดยผ่านสื่อโฆษณา

Ray (1982 : 43 - 44) ได้กล่าวถึงเป้าหมายในการสื่อสารที่ได้รับประสิทธิผลว่าประกอบด้วย

1. ความตระหนัก (Awareness) เป็นการบอกให้รู้ตัวว่ามีผลิตภัณฑ์ยี่ห้อนี้

2. ความเข้าใจ (Comprehension) ผู้บริโภคเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์นี้คืออะไร และใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง

3. ความเชื่อมั่น (Conviction) การสื่อสารนั้นทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในการซื้อ

4. การกระทำ (Action) การลงมือซื้อสินค้า

จากคำจำกัดความต่าง ๆ พอจะสรุปได้ว่าโฆษณาเป็นการสื่อสารที่ผู้ขายจงใจที่จะสื่อสารไปยังผู้ซื้อหรือกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย โดยมีเป้าหมายในการสื่อสาร และนอกจากนี้การโฆษณาเกี่ยวข้องกับการเสนอการขายสินค้าหรือบริการโดยต้องระบุผู้นำการโฆษณาและต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อเป้าหมายบางประการ

วัตถุประสงค์การโฆษณา

โดยทั่วไปแล้ว การโฆษณาที่ดีจะต้องตรงกับวัตถุประสงค์ของการโฆษณานั้น วัตถุประสงค์ของการโฆษณา ได้แก่

1. แนะนำสินค้าหรือบริการให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย

2. ก่อให้เกิดความต้องการและซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

3. เพื่อแสวงหา รักษา และเพิ่มการจำหน่ายให้สินค้าหรือการบริการนั้น ๆ

ข่าวสารการโฆษณาที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารจะทำให้ได้ประสิทธิผลจองการขายด้วยมาตรการในการสื่อสารที่สำคัญเป็นดังนี้

1. ทำให้เป็นที่รับทราบ การโฆษณาต้องทำให้ประชาชนได้รับข่าวสาร รู้จักผลิตภัณฑ์เป็นต้น

2. ทำให้ระลึกถึงได้ การโฆษณาที่สื่อความหมายได้ดีต้องทำให้ผู้อ่าน ผู้ชม หรือผู้ฟังโฆษณาระลึกถึงบางสื่อบางอย่างที่สามารถนำไปสัมพันธ์กับข่าวสารการโฆษณานั้นได้

3. ทำให้เปลี่ยนทัศนคติหรือความคิดเห็นได้ การโฆษณาอาจเป็นผลให้บุคคลเปลี่ยนทัศนคติและความคิดเห็นได้ เช่น เปลี่ยนจากการไม่ชอบเป็นชอบผลิตภัณฑ์ที่เราโฆษณาได้

หลักการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีประสิทธิภาพและเข้ากับสินค้า ได้แก่ (อวยพร พานิช, 2530 อ้างใน สุพัตรา ศิริมังคลา, 2535)

1. ต้องสามารถสื่อความหมายได้ด้วยตนเอง

2. สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี โดยเฉพาะในช่วง 5 นาทีแรก ถ้าสามารถเรียกร้องความสนใจได้ ก็จะดึงดูดผู้ชมให้ติดตามดูโฆษณานั้นจนจบ

3. มีประเด็นสำคัญที่จะพูดเพียงประเด็นเดียว

4. ย้ำถึงชื่อและภาพของสินค้า เพื่อให้คนจดจำ

5. ควรใช้คำและภาษาเรียบ ๆ ได้ใจความ โดยใช้ภาพในการสื่อความหมาย

จากคำจำกัดความ วัตถุประสงค์ และหลักการโฆษณาสามารถสรุปได้ว่า การโฆษณาเป็นการสื่อสารแบบหนึ่งที่ส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก เพื่อให้ทราบหรือชักจูงใจด้วยการระบุชื่อผู้โฆษณา ชื่อผลิตภัณฑ์ ชื่อสถานที่ขายผลิตภัณฑ์หรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่จะช่วยให้ผู้รับข่าวสารหรือผู้บริโภคเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการได้อย่างมีเหตุผล และทราบถึงวัตถุประสงค์ของการโฆษณานั้น ๆ ตลอดจนการส่งสารเพื่อวัตถุประสงค์ข้างต้น สามารถทำการควบคุมได้โดยผ่านสื่อมวลชน (John S. Wright and Danial S. Warner, 1966 : 8) เพื่อที่จะสร้างการระลึกและจดจำโฆษณาของผู้บริโภค จนอาจจะเปลี่ยนความคิดเห็นหรือมีทัศนคติที่ดีต่อโฆษณานั้นและตัดสินใจซื้อสินค้าที่ทำการโฆษณาในที่สุด และนั่นหมายถึงการโฆษณามีผลต่อการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคได้

บทบาทของการโฆษณาสินค้า

การโฆษณาสินค้า เป็นงานเสนอสารที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อกระตุ้นน ชักจูงใจหรือเร้าใจให้ผู้บริโภคเป้าหมายเกิดความต้องการใช้หรือทดลองใช้ เป็นการพิสูจน์ข้อสงสัยของผู้ผลิตภัณฑ์ที่ทำการโฆษณานั้นว่าสามารถสนองตอบความต้องการของเขาเองได้จนเป็นที่น่าพอใจ จึงขอสรุปได้ว่าการโฆษณาสินค้ามีบทบาทต่อกระบวนการตลาดดังนี้ (สุพิน ปัญญามาก อ้างถึงใน สุนิมิตร ประทีบเสน, 95 - 98)

1. บทบาทของสินค้าต่อกระบวนการตลาด

มีองค์ประกอบการตลาดหรือที่เรียกกันว่าส่วนผสมทางการตลาดอยู่ 4 อย่าง คือ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่ายตามสถานที่ต่าง ๆ หรือช่องทางการจำหน่าย (Place) ราคาสินค้า (Price) และการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) การโฆษณาเข้ามามีบทบาทสำคัญ เพราะการโฆษณาเป็นการสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบว่ามีสินค้าอะไรใหม่ มีกิจการอะไรเกิดขึ้น เช่น เมื่อมีการผลิตสินค้าใหม่ก็ต้องมีการโฆษณาให้ผู้บริโภคทราบ หรือเมื่อมีการลดราคาก็ต้องมีการชักจูงใจให้ผู้บริโภคเห็นคุณประโยชน์ของกิจกรรมดังกล่าว

2. บทบาทของการโฆษณาสินค้าต่อระบบเศรษฐกิจ

ในระบบการแข่งขันเสรีที่สมบูรณ์นั้น ตลาดจะต้องมีผู้ซื้อมาก ผู้ขายมากสินค้าก็ต้องเหมือนกันไม่มีความแตกต่างกันแต่อย่างไร การแข่งขันอยู่กับราคาแต่เพียงอย่างเดียว การโฆษณาชักจูงให้ผู้ซื้อชอบสินค้ายี่ห้อหนึ่งมากกว่าอีกยี่ห้อหนึ่งก็เป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นและเป็นไปไม่ได้ เพราะสินค้ามีลักษณะเหมือนกันและแข่งขันกันเฉพาะราคา แต่อย่างไรก็ตามอาจกล่าวได้เลยว่าไม่มีตลาดใด ๆ ที่มีสภาพเป็นตลาดที่มีระบบการแข่งขันเสรีที่สมบูรณ์ดังกล่าว ตลาดส่วนใหญ่ในโลกเป็นตลาดที่มีการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์ และการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์นี้ทำให้โฆษณาเป็นสิ่งจำเป็นในระบบเศรษฐกิจ

3. บทบาทของการโฆษณาสินค้าต่อระบบสื่อสารมวลชน

สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้าใจระหว่างสังคมกับสังคม วิทยุ หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชน เพราะทำให้ประชาชนได้ทราบข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคม เป็นการสร้างความคิดใหม่ ๆ รวมทั้งได้รับความบันเทิง สนุกสนาน อย่างไรก็ตามการที่ระบบสื่อสารมวลชนในโลกเสรี จะเจริญเติบโตและเป็นประโยชน์ต่อสังคมนั้น ต้องมีรายได้ที่คุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย ดังนั้นบรรดาสื่อมวลชนต่าง ๆ จึงอาศัยการโฆษณาสินค้าเป็นรายรับหลักที่สำคัญ

4. บทบาทของการโฆษณาสินค้าต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ลักษณะทางจิตวิทยาของมนุษย์มักจะชอบทำอะไรตามกัน และเมื่อการโฆษณามีลักษณะจูงใจให้คล้อยตามพฤติกรรมของผู้บริโภคก็จะมีลักษณะคล้ายกัน หรือมีค่านิยมร่วมกัน ผู้บริโภคไม่เพียงแต่ต้องการเปลี่ยนแปลงด้านจิตวิทยาสังคมด้วย เช่น การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ ฉะนั้น เมื่อมีการโฆษณาสินค้าก็จะเป็นการตอบสนองทางด้านจิตวิทยาสังคมสำหรับผู้บริโภค ทำให้เกิดการเปลี่ยนบุคลิกภาพเดิมไปสู่บุคลิกภาพใหม่

5. บทบาทของการโฆษณาสินค้าต่อสังคม

ในปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่าการโฆษณาเป็นกลไกสำคัญประการหนึ่งของสังคม ยิ่งการโฆษณาสินค้าเป็นรายได้หลักของสื่อมวลชนในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีด้วยแล้ว ก็นับเป็นผลต่อความเป็นไปในสังคม ทำให้ประชาชนทุกระดับชั้นมีความรู้ทางด้านข่าวสารต่าง ๆ ไม่แตกต่างกันมากนัก เพราะไม่ว่าจะเป็นคนระดับใดก็มีความสามารถในการซื้อหนังสือพิมพ์ หรือทราบข่าวทางวิทยุโทรทัศน์พอ ๆ กัน ก่อให้เกิดวัฒนธรรมมวลชนขึ้นทำให้คนในสังคมมีค่านิยมร่วมกันในหลาย ๆ เรื่อง

3. <u>แนวความคิดในการใช้ดนตรีประกอบงานโฆษณา</u>

ในการที่จะพิจารณาว่างานโฆษณานั้นควรจะใช้ดนตรีประกอบหรือไม่ และถ้าใช้ควรใช้แบบใดถึงจะเหมาะสมที่สุด และจะให้ความสำคัญต่อเพลงประกอบมากน้อยเพียงใด จะมีหลักในการพิจารณาเลือกหรือแต่งเพลง ดังต่อไปนี้

1. ตัวสินค้า (Product)

1.1 ประเภทของสินค้า ดูว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าประเภทใด มีลักษณะเฉพาะหรือบุคลิกประจำตัวสินค้าเป็นอย่างไร เช่น เป็นสินค้าประเภทเครื่องใช้ในสำนักงาน สินค้าจำพวกของขบเคี้ยว ลูกอม สินค้าประเภทน้ำอัดลม หรือถ้าเป็นสถาบันที่ขายบริการต่าง ๆ อย่างธนาคาร ดนตรี ก็ต้องแสดงถึงความมั่นคง ยิ่งใหญ่ ซึ่งมักจะใช้ดนตรีบรรเลงล้วน เพราะฟังแล้วเกิดจินตนาการ และช่วยยกระดับสินค้าให้ดูมีระดับชั้น

1.2 วัฏจักรของสินค้า (Product Lift Cycle)

- ช่วงแนะนำ (Introduction) เป็นช่วงที่มียอดขายต่ำและเพิ่มขึ้นอย่างช้า ๆ เนื่องจากสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด ยังไม่เป็นที่รู้จัก กิจการจะมียอดขายขาดทุนจากการขายเนื่องจากรายจ่ายทางด้านต้นทุนการผลิตและการโปรโมทสินค้า จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงชื่อสินค้า (Brand Awareness) หรือชื่อสินค้านั้นติดปาก และสร้างสรรภาวะการยอมรับจากตลาด (Market Acceptance) เพื่อให้ผู้บริโภคจำได้มากที่สุด

ดังนั้น ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่ใช้ควรจะเป็นแบบมีคำร้อง เพราะสามารถย้ำ เน้นชื่อให้เป็นที่ติดหูโดยง่าย และเพลงที่ใช้ควรมีจังหวะ คำร้องที่สะดุดหูเมื่อได้ยินครั้งแรกด้วย

- ช่วงเจริญเติบโต (Growth) เป็นช่วงที่ตลาดเริ่มยอมรับสินค้านั้นอย่างรวดเร็ว สินค้าเริ่มติดตลาด ตลาดขยายตัวอย่างกว้างขวาง กิจการมีกำไรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกับยอดขาย และเริ่มมีคู่แข่งขันทางตลาด

ในช่วงนี้รายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า ลักษณะเด่นที่ทำให้สินค้าเราแตกต่างจากคู่แข่งจึงจำเป็นที่โฆษณาจะต้องนำเสนอ ดังนั้น ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาในชิ้นนั้นจะต้องเน้นในส่วนนี้ด้วย

- ช่วงตลาดอิ่มตัว (Maturity) เป็นช่วงที่สินค้าติดตลาดและเริ่มอิ่มตัวทำให้มีอัตราเจริญเติบโตของยอดขายช้าลง คือยอดขายเพิ่มขึ้นช้าเพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่บริโภคสินค้านั้นเกือบหมดแล้ว ตลาดขยายออกได้ยากขึ้น ผลกำไรมีแนวโน้มลดลง กิจการเผชิญภาวะการแข่งขันมากขึ้นรุนแรงขึ้น โฆษณาจะมีบทบาทน้อยลง เนื้อหาโฆษณาจะลดความเข้มข้นลงไป รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าก็จะน้อยลง คงไว้เพียงชื่อสินค้าให้ย้ำเตือนความทรงจำของผู้บริโภคเท่านั้น เช่น โฆษณาเบียร์สิงห์ ปัจจุบันที่หันไปทำโฆษณาให้ช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและลงชื่อตอนจบว่าเป็นโฆษณาของสิงห์

ดนตรีที่ใช้ประกอบภาพยนตร์โฆษณาอาจจะเลือกดนตรีที่เหมาะกับภาพยนตร์ เนื้อร้องฟังง่าย กระทัดรัด เน้นไปที่ (Life Style) ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Soft Sell) มากกว่าที่จะพูดถึงคุณสมบัติของสินค้า (Hard Sell)

- ช่วงตลาดตกต่ำ (Decline) เป็นช่วงที่กิจการจะมียอดขายและกำไรต่ำลงอย่างมากและเป็นเช่นนี้เรื่อย ๆ ไป ดังนั้นผู้ผลิตจะต้องพยายามดึงให้สินค้าอยู่ในตลาดได้นานที่สุด อาจจะมีการพัฒนาปรับปรุงสินค้าให้ดูทันสมัยเพื่อนำออกสู่ตลาดใหม่ (Relaunch) มีการทำโฆษณาเพื่อสร้างความนิยมขึ้นใหม่ในหมู่ผู้บริโภค

ดนตรีประกอบโฆษณาที่ใช้ก็ควรมีการเปลี่ยนแปลงทำนองให้แปลกทันสมัยขึ้นโดยที่ยังรักษาทำนองหลักเดิม (Themo) เอาไว้

2. กลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดสิ่งหนึ่งในการทำดนตรีประกอบโฆษณา ทั้งนี้เพราะก่อนที่จะทำโฆษณาออกไปควรจะต้องรู้ก่อนว่าโฆษณานั้นต้องการเจาะไปที่กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใด เพื่อเวลาทำดนตรีจะได้ทำออกมาในแนวที่เป็นลักษณะของคนกลุ่มนั้น ก่อนอื่นจะต้องทราบการแบ่งส่วนตลาด (Market Sequentation) และลักษณะของผู้บริโภค (Consumer Profile) เพื่อให้ทราบว่าผู้บริโภคหรือเป้าหมายที่ดนตรีจะสื่อไปถึงคือใคร ข้อมูลเหล่านี้ ได้แก่

- ทะเบียนภูมิหลัง (Demographics) เช่น เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

- ทะเบียนภูมิศาสตร์ (Geographics) เช่น ผู้บริโภคในเมืองหรือในชนบท จิตวิทยาและพฤติกรรม (Phychographics) ซึ่งจะบ่งบอกนิสัยของลูกค้า ถึงแม้พื้นฐานต่าง ๆ

เหมือนกัน แต่อาจจะมีนิสัยหรือรสนิยมที่ไม่เหมือนกัน นั่นหมายถึงการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต หรือ "Life Style" นั่นเอง

- ผลประโยชน์ (Benefits) เช่น ตลาดของคนต้องการรักษาสิ่งแวดล้อม ตลาดของคนระวังรักษาสุขภาพ

ส่วนแนวทางในการคัดเลือกใช้ดนตรีสำหรับเด็กพอจะสรุปกว้าง ๆ ได้คือ ดนตรีสำหรับเด็กควรจะสนุกสนาน ร่าเริง ฟังง่าย เช่น เพลงโฆษณาพวกขนม ลูกอม นม ยาสีฟันสำหรับเด็ก เป็นต้น

3. ยุทธวิธีในการสร้างสรรค์ (Creative Strategics) ซึ่งได้แก่ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนงานของฝ่ายสร้างสรรค์ (Creative) ในงานโฆษณาชุดนั้น ๆ โดยผู้แต่งจะต้องรู้ว่าโฆษณาชุดนั้นมีลักษณะโดยรวม (Tone) ในรูปแบบใด มีจุดขาย (Selling Point) อยู่ที่ใด ใช้อะไรเป็นตัวดึงดูด (Appeal) ให้โฆษณานั้นน่าสนใจ Creative Mix ของโฆษณานั้นมีอะไรบ้าง มีการนำเสนอ (Presentation) อย่างไร และจับแนวทางให้ได้ ซึ่งยุทธวิธีการสร้างสรรค์เหล่านี้อาจจะนำมาจากคุณประโยชน์ของสินค้าที่อยากให้ผู้บริโภครับรู้ (Product Concept) เช่น ตัวอย่างเพลงโฆษณา Vitamilk มาจาก Product Concept ว่าเป็นอาหารให้โปรตีนอิ่มสบายท้อง ต่อมาภายหลังเปลี่ยน Concept ว่าดื่มอร่อย ดื่มทุกเมื่อ เป็นเครื่องดื่มที่มีอาหารเสริม

4. แผนงานการใช้สื่อ (Media Plan) สื่อที่ใช้คืออะไรบ้าง เป็นโฆษณาทางสื่อวิทยุหรือโทรทัศน์ "สปอตที่ใช้เป็นสปอตท้องถิ่น" (Local Spot) หรือสปอตที่ใช้ทั่วประเทศ รวมทั้งระยะเวลาการนำเสนอของแต่ละสปอตความถี่ (Frequency) เช่น ถ้าเป็นสปอตที่ใช้เฉพาะท้องถิ่นก็ต้องใช้เพลงที่สอดคล้องกับ Life Style ของคนในท้องถิ่นนั้น คำร้องก็ควรใช้ภาษาพื้นเมือง ถ้าเป็นสปอตใช้ทั่วประเทศก็ควรมีลักษณะกลาง ๆ ที่จะสามารถสื่อกับกลุ่มคนฟังได้ทั่วประเทศ ดนตรีนั้น ๆ ต้องมีลักษณะยืดหยุ่นใช้ได้นาน ง่ายต่อการแก้ไขปรับปรุงเมื่อระยะเวลาผ่านไป จะเห็นได้ว่าดนตรีโฆษณาที่ดีบางเพลงใช้โฆษณาได้ตลอดตั้งแต่เริ่มเปิดตัวสินค้าเป็นเอกลักษณ์ควบคู่ไปกับตัวสินค้า โดยมีการปรับปรุง แก้ไข เรียบเรียงเสียงประสานให้ดูทันสมัยเหมาะกับยุคสมัยนั้น ๆ

การวางแผนการใช้สื่อ อาจต้องคำนึงถึงลักษณะการวางจำหน่าย (place) คือ การใช้ Agent เป็นตัวช่วยผลักสินค้าจากบริษัทไปยังผู้บริโภคเป็น push strategy แต่หากจุดนี้ไม่ดีจึงจะใช้ pull strategy ดึงดูดลูกค้าเข้าจึงต้องการใช้ promotion เข้ามาช่วย ซึ่งอาจจะมีการใช้สื่อ (media) ดังกล่าวข้างต้น

5. ภาวะการณ์ทางการตลาด (Market Situation) จะต้องดูว่าสินค้ามีคู่แข่งมากน้อยแค่ไหน ถ้ามากก็จำเป็นต้องทำให้สินค้าและโฆษณาของเราโดดเด่นขึ้นท่ามกลางคู่แข่งขัน ซึ่งดนตรีจะช่วยสร้างเอกลักษณ์และความโดดเด่นให้กับตัวสินค้าและโฆษณาได้ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ยิ่งถ้าคู่แข่งขันต่างก็มีดนตรีโฆษณาของตัวเองเราก็ควรต้องใช้บ้างเพื่อไม่ให้คู่แข่งขันมาเด่นเหนือเรา

6. สมัยนิยม เราจะต้องดูว่าอะไรกำลังเป็นที่นิยมชมชอบอยู่ในความสนใจของคนโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเป้าหมายของเรา แต่ต้องขึ้นอยู่กับเรื่องอื่นด้วยใช้ประกอบกันไป เช่น สมัยนั้นมีดนตรีอะไร แนวไหนที่กำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภค ยกตัวอย่างสินค้าเสื้อผ้า Rebox "Back Top" ที่มุ่งขายวัยรุ่น และได้ใช้ดนตรีประกอบเป็นแนวเพลง rap ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมกันในสมัยนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในไทย

ศิริลักษณ์ สินธวาลัย (2530) ได้ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของเด็กนักเรียนไทยในตัวเมืองที่มีต่ออาหารว่าง โดยศึกษานักเรียน 150 คน จาก 6 โรงเรียนที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ ซึ่ง 3 โรงเรียนเป็นโรงเรียนของรัฐ และ 3 โรงเรียนเป็นโรงเรียนของเอกชน กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ตามช่วงอายุ คือ 7-9 ปี 10-12 ปี และ 16-18 ปี ตามลำดับ โดยศึกษากลุ่มละ 50 คน ชายกับหญิงเท่า ๆ กัน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์ ซึ่งมี 34 ข้อ ได้ผลสรุปว่า ทุกกลุ่มอายุบริโภคอาหารว่าง และ 51 % จะบริโภคทุกวัน กลุ่มที่บริโภคมากที่สุดคือ กลุ่มอายุ 10-12 ปี ส่วนใหญ่เด็กจะเป็นผู้เลือกซื้อขนมเอง โดยเฉลี่ยแล้ว 68 % จะได้เงินซื้อขนมไม่เกิน 10 บาท/วัน การเลือกซื้อขนมของเด็กจะคำนึงถึงคุณค่าทางอาหารและรสชาติ อาหารที่มีรสหวานจะได้รับความนิยมมากกว่า และมักจะซื้อที่ร้านค้าในโรงเรียนในวันธรรมดา ส่วนวันหยุดจะซื้อร้านค้าใกล้บ้าน แต่ก็ซื้อจากที่อื่นด้วย เด็กมักจะซื้อขนมไม่เกิน 6 บาท ช่วงเวลาที่บริโภคมากที่สุด

คือ ช่วงบ่ายวันหยุด และมักจะดื่มน้ำเปล่าตาม สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการซื้อขนมของเด็กมากที่สุดคือการเห็นโฆษณาทางโทรทัศน์ซึ่งมีถึง 78 %

คลังสมอง (2533 : 104) นิตยสารคลังสมองได้ทำการวิจัยถึง "อิทธิพลโฆษณากะเทาะใจเด็ก 58 โรงเรียน ให้เลือกซื้อสินค้าของตัวเอง" โดยทำการศึกษากับเด็กอายุ 8-14 ปี จากโรงเรียนเอกชนระดับกลางขึ้นไปที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 ตัวอย่าง พบว่าพฤติกรรมการตัดสินใจของเด็กที่มีต่อสินค้าประเภทนมสดยูเอชที นมผงละลายทันที และเครื่องดื่มบำรุงร่างกาย ส่วนมากผู้ปกครองจะเป็นผู้เลือกซื้อให้ โดยที่ 52 % ของเด็กจะเป็นผู้เลือกยี่ห้อของนมกล่องยูเอชที และ 50 % ของเด็กกลุ่มนี้จะไปซื้อด้วยตนเอง ส่วนนมกล่องโฟร์โมสต์เป็นยี่ห้อที่เด็กนิยมมากที่สุด (43 %) รองลงมาคือ หนองโพ และไทย-เดนมาร์ก และกว่าครึ่งหนึ่งของเด็ก ๆ ที่ตัดสินใจเองนั้น มีเหตุผลของการเลือกเพราะรู้จักและเห็นจากโฆษณา

ประภาพรรณ อุ่นอบ (2533) ได้ศึกษาผลของการโฆษณาทางโทรทัศน์ เรื่อง "ตาวิเศษ" ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทิ้งขยะของเด็กนักเรียนระดับประถมต้น โดยแบ่งนักเรียนออกเป็น 2 กลุ่ม สรุปผลได้ว่า กลุ่มทดลองซึ่งดูภาพยนตร์การ์ตูนสลับรายการตาวิเศษทิ้งขยะลงถังขยะมากกว่ากลุ่มควบคุมซึ่งดูการ์ตูนเพียงอย่างเดียว และหลังจากการทดลอง 5 วัน กลุ่มทดลองก็ยังทิ้งขยะลงถังขยะมากกว่ากลุ่มควบคุมเช่นเดิม จึงมีข้อเสนอแนะว่า ควรนำวิธีการใช้การโฆษณาทางโทรทัศน์ไปใช้ในการเสริมสร้างหรือปลูกฝังพฤติกรรมที่พึงปรารถนาอื่น ๆ

ชนบพันธุ์ ตั้งมณี (2534) ศึกษาเรื่อง "ภาพลักษณ์ของเด็กไทยในโฆษณาทางโทรทัศน์" พบว่า เด็กอายุ 6-12 ปี จะจำชื่อสินค้าได้ แต่ไม่สามารถจดจำรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องราวของโฆษณาได้

พิษณุ อุตตมะเวทิน และคณะ (2535) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมของเด็กภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยศึกษาในเด็กวัยก่อนเรียน 76 คน และเด็กวัยเรียนจำนวน 85 คน ใน 3 หมู่บ้าน คือ หมู่บ้านเทศบาล หมู่บ้านกึ่งเมือง หมู่บ้านชนบท โดยเก็บข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ พบว่า เด็กทั้ง 3 หมู่บ้านบริโภคขนมถึง 322 ชนิด โดยการซื้อขนมจะเลือกตามความชอบของเด็ก และมักจะบริโภคขนมในตอนเช้าและบริโภคหลังอาหารในแต่ละมื้อ สาเหตุปัจจัยในการบริโภคขนมที่สัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคคือ รายได้ อาชีพ ผู้เลี้ยงดู อิทธิพลจากเพื่อน อายุเด็ก ความสงสัย ดัดความรำคาญ การคมนาคมสู่เมือง และฤดูกาล นอกจากนั้นยังพบว่าเด็ก 96.63 % เคยเห็นโฆษณาขนมจากโทรทัศน์ โดยเฉพาะเด็กในหมู่บ้าน

เทศบาลทุกคนเคยเห็นโฆษณาขนมจากโทรทัศน์ และพบว่าเมื่อเห็นโฆษณาแล้ว 95.35 % เคยซื้อขนมจากร้านค้าทั้งในหมู่บ้านและตัวจังหวัด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกอม น้ำอัดลม และบะหมี่สำเร็จรูป แต่ไม่พบความสัมพันธ์ของความถี่ในการบริโภคขนมกับการเห็นโฆษณาจากโทรทัศน์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

คู่แข่ง (2536 : 65) นิตยสารคู่แข่งได้ทำการวิจัยพฤติกรรมเด็กกลุ่มอายุ 5-14 ปี พบว่า เด็กร้อยละ 79.3 เคยไปรับประทานอาหารประเภทฟาสท์ฟูด (Fast Food) โดยไปใช้บริการเฉลี่ยเดือนละครั้งมากที่สุด เด็กส่วนมากจะชอบฟาสท์ฟูดประเภทไก่ทอด โดยที่อาหารประเภทไก่ทอดที่เด็กชอบทานจะมีความสัมพันธ์กับอายุเด็ก และเด็กส่วนมากจะมีความชอบต่อร้านอาหารฟาสท์ฟูดในระดับค่อนข้างชอบ

2. งานวิจัยในต่างประเทศ

Ward, Levinson and Wackman (1976 : 297-314) ศึกษาถึงผลระยะสั้นในการดูโฆษณาทางโทรทัศน์ โดยดูจากปริมาณความสนใจและพฤติกรรมในขณะดูโฆษณาทางโทรทัศน์ อันได้แก่ วันเวลา บุคคลที่เด็กดูด้วย ระยะเวลาของการโฆษณา ปฏิกิริยาที่เด็กแสดงออกในขณะดูโทรทัศน์ ประเภทของสินค้า ปริมาณความสนใจในการดูโทรทัศน์ก่อนดูโฆษณา การเก็บข้อมูลได้จากแม่ของเด็ก จำนวน 65 คน เป็นเด็กอายุ 5-12 ปี ทำการสังเกตโดยไม่ให้บุตรรู้ตัว ระยะเวลาในการสังเกตเป็นเวลา 6-10 ชั่วโมง ในระยะเวลา 10 วัน ซึ่งเป็นเวลาปกติในการดูโทรทัศน์ และจัดเป็นประเภทตามอายุเด็กเป็น 3 กลุ่ม คือ เด็กเล็กช่วงอายุ 5-7 ปี (29 คน) อายุ 8-10 ปี (18 คน) และเด็กโตอายุ 11-12 ปี (18 คน)

จากข้อมูลพบว่าเด็กให้ความสนใจในการดูโทรทัศน์ก่อนการโฆษณาประมาณร้อยละ 65 ของเวลาในการดู ในเด็กอายุต่ำกว่า 10 ปี จะสนใจมากขึ้น เด็กจะมีการตอบสนองทางด้านคำพูดต่อโฆษณาประมาณร้อยละ 25 และมีลักษณะในทางที่ชื่นชอบ เช่น "เป็นโฆษณาที่ดี" หรือ "ดูนี่ซิ" ฯลฯ มีการพูดคุยระหว่างการโฆษณาประมาณร้อยละ 25 ในเด็กโต และพบน้อยลงในเด็กเล็ก การวิจารณ์โฆษณาจะเพิ่มขึ้นตามอายุ ในเด็กเล็กจะพูดถึงสินค้ามากกว่าการโฆษณา ในเด็กโตจะมีจำนวนครึ่งหนึ่งที่พูดถึงสินค้าขณะที่อีกครึ่งหนึ่งจะพูดถึงการโฆษณา เด็กโตให้คำวิจารณ์มากกว่า และเป็นคำวิจารณ์ด้านลบมากกว่าเด็กเล็ก ในเด็กทุกกลุ่มมีความสนใจต่อโฆษณาในช่วงเริ่มต้นของรายการโทรทัศน์มากที่สุด และความสนใจลดลงในขณะที่รายการดำเนินไป ในเด็กทุกกลุ่มความสนใจในระหว่างโฆษณาจะลดน้อยลง แต่ลดลงเล็กน้อยในเด็กเล็กและลดลงมาในเด็กโต

คือมีการแสดงพฤติกรรมในขณะดูโฆษณา เช่น การลุกขึ้นยืน พูดคุย ฯลฯ และการดูโทรทัศน์ร่วมกับบุคคลในครอบครัว เช่น พี่น้อง พ่อแม่ และเพิ่มขึ้นตามอายุ

Ward and Wackman (1972 : 469-487) ศึกษาผลของโฆษณาที่มีต่อความพยายามของเด็กในการรบเร้าให้แม่ซื้อสินค้าและการยอมรับคำรบเร้าของแม่ โดยแม่เป็นผู้มีส่วนร่วมในการสังเกตพฤติกรรมจากแบบสอบถาม 109 ฉบับ ข้อมูลจะแบ่งตามอายุคือ 5-7 ปี 8-11 ปี และ 11-12 ปี ผลการวิจัยพบว่าแม่ของเด็กจะรู้สึกว่าโฆษณาจะมีอิทธิพลในเด็กเล็กมากกว่าเด็กโต การวัดถึงอิทธิพลโดยการดูความพยายามของเด็กในการรบเร้าในการซื้อสินค้าพบว่าความพยายามนี้จะลดลงตามอายุ แต่การยอมรับการรบเร้าจะเพิ่มเติมอายุของเด็ก อาจเนื่องจากเป็นการรับรู้ของผู้ปกครองว่าเด็กมีความสามารถเพิ่มขึ้นในการตัดสินใจซื้อสินค้า และแม่ของเด็กที่มีทัศนคติทางบวกต่อการโฆษณาสินค้า ย่อมยอมรับคำรบเร้าของลูกได้มากกว่าแม่ที่มีทัศนคติทางลบต่อสินค้านั้น

Blatt, Spencer and Ward (1972 : 470-485) ศึกษาผลของโฆษณาในเด็กเล็กและมีความสัมพันธ์ระดับขั้นของการพัฒนาการทางการคิดอย่างไร โดยกลุ่มเด็กอายุ 5-12 ปี แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ๆ ละ 5 คน จากระดับอนุบาล เกรด 2, 4, 6 ให้เด็กดูวีดีโอเทปบันทึกรายการโทรทัศน์พร้อมกับโฆษณา ในวันต่อมาเด็กจะได้รับการสัมภาษณ์ในเรื่องของความเป็นจริง (Reality) ด้วยการให้อธิบายว่าอะไรคือโฆษณา เป็นจริงแค่ไหนเมื่อเปรียบเทียบกับการ์ตูน ข่าว และรายการต่าง ๆ การรับรู้ จุดประสงค์ของโฆษณา การแยกแยะความแตกต่างระหว่างโฆษณาและสินค้า การระลึกได้ของสินค้าที่โฆษณา การรับรู้สิ่งอื่น ๆ ในโฆษณาซึ่งจะเป็นสิ่งที่เด็กหยิบยกอ้างถึงในสิ่งที่ได้เห็น การรับรู้ความตรง ความน่าเชื่อถือได้ของโฆษณา ความพึงพอใจ และระดับการติดสินทางความคิด (Ego Level or Conitive Affective) ผลของการวิจัยสรุปผลได้ดังนี้ เด็กทุกกลุ่มเข้าใจความหมายของโฆษณา แต่ในอนุบาลจะเกิดความสับสน และตัดสินความเป็นจริงโดยใช้ความพึงพอใจหรือเหตุผลอย่างบังเอิญ (Concidental Reasoning) เด็กอนุบาลไม่สามารถเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ ไม่สามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างการโฆษณาและสินค้า ประเภทของสินค้าที่ระลึกได้คืออาหาร เด็กมีความพึงพอใจในโฆษณาที่สนุกสนาน ในเด็กเกรด 2 เข้าใจจุดประสงค์ว่าเพื่อขายสินค้า โฆษณาที่ระลึกได้จะเป็นประเภทสินค้าเด็ก ในเด็กเกรด 4 จะเป็นสินค้าประเภททำความสะอาด การแยกแยะระหว่างสินค้าและโฆษณาจะเพิ่มตามอายุ เด็กโตจะเพิ่มความไม่ไว้วางใจ และความรู้สึกดูถูกโฆษณามากขึ้น

ต่อมา Ward, Reale and Levinson (1972 : 487) ได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมกลุ่มตัวอย่างเดิมเป็น 67 คน ช่วงอายุ 5-12 ปี และนำคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัดเป็นระดับตามการรับรู้ ผลการวิจัยพบว่าจากคำถามว่าโฆษณาคืออะไร ในกลุ่มเด็กที่มีความตระหนักระดับต่ำ (Low Awareness) จะเกิดความสนับสนุนระดับกลาง (Medium Awareness) จะบอกว่าเป็นข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า ในระดับสูง (High Awareness) จะเข้าใจว่าเป็นการจูงใจในการขาย การมีผู้สนับสนุนรายการ ระดับของความตระหนักจะเพิ่มตามอายุ ระดับกลางจะพบในเด็กอายุ 8 ปี ระดับสูงจะพบในเด็กอายุ 12 ปี ซึ่งจะพบได้ 1-2 คน จากการศึกษาการแยกแยะความแตกต่างระหว่างรายการกับการโฆษณาของสินค้า เด็กโตสามารถแยกแยะความแตกต่างได้ เหตุผลที่ชอบโฆษณามักจะเป็นความสนุกสนาน เสียงเพลง ดนตรี หรือการ์ตูน เด็กโตจะระลึกถึงภาพโฆษณาได้สอดคล้องกันและเป็นลำดับ

Robertson and Rossiter (1974 quoted in Adler, 1980 : 267-269) ได้ทำการศึกษาความเข้าใจของเด็กนักเรียนชายเกรด 1, 3 และเกรด 5 จำนวน 289 คน ต่อวัตถุประสงค์ในการโฆษณาทางโทรทัศน์ ทัศนคติ และการซื้อสินค้า เด็กจะได้รับการสัมภาษณ์ด้วยคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างรายการโทรทัศน์และโฆษณา วัตถุประสงค์ในการโฆษณา การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเด็กนักเรียนกับผู้ปกครองและในกลุ่มเพื่อนด้วยกัน ผลจากการสำรวจพบว่า เด็กจะเพิ่มความสงสัยในข่าวสารโฆษณาและระบุว่าโฆษณามีเจตนาในการชักจูงเพิ่มขึ้นตามระดับอายุ ทั้งนี้จะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับระดับการศึกษาของผู้ปกครองด้วย แต่การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับนักเรียนหรือในกลุ่มเพื่อนนักเรียนด้วยกันไม่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการรับรู้วัตถุประสงค์ในการโฆษณา พบว่านักเรียนที่เข้าใจถึงเจตนาในการชักจูงของโฆษณาจะสามารถบอกความแตกต่างระหว่างรายการโทรทัศน์และโฆษณา ผู้ที่เสียค่าใช้จ่ายในการทำโฆษณา เจตนาของพ่อค้า ลักษณะของโฆษณา เข้าใจถึงผลลบซึ่งอาจเกิดได้ เช่น สินค้าจะไม่เป็นไปตามที่คาดหวังตามข่าวสารในโฆษณา และการที่นักเรียนเข้าใจถึงเจตนาในการชักจูงของการโฆษณาสินค้าจะส่งผลถึงทัศนคติและความไว้วางใจ คือนักเรียนที่ระบุว่าโฆษณามีเจตนาเพื่อการชักจูงก็จะเกิดความไม่ไว้วางใจและทัศนคติทางลบคือ ไม่ชอบ ฯลฯ

ไอล์ค ฮิมเมลเวท และคณะ (HildeHimmelweit and others, 1989 : 171) ได้วิจัยเรื่อง โทรทัศน์กับเด็ก โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กในด้านต่าง ๆ ผลการสำรวจในส่วนที่เกี่ยวกับโฆษณา ปรากฏว่า เด็กมีแนวโน้มที่จะดูรายการ

โฆษณา และเด็กเป็นจำนวนมากจะรบเร้าให้พ่อแม่หรือผู้ปกครองซื้อสินค้าที่ตนเห็นในรายการโฆษณา

วอร์ด (Scott Ward, 19 : 185-194) ได้สรุปไว้ดังนี้

เมื่อกระบวนการสังคมกรณ์ในฐานะผู้บริโภค หมายถึง การพัฒนาการของทักษะ ทัศนคติ และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนั้นถือได้ว่าโฆษณาทางโทรทัศน์มีบทบาทสำคัญในกระบวนการดังกล่าว โดยที่โฆษณาทางโทรทัศน์จะแสดงให้เห็นถึงรูปแบบของพฤติกรรมการบริโภคที่มีประสิทธิภาพแต่ข้อมูลดังกล่าวจะไม่ได้ถูกบันทึกเก็บไว้ในระยะยาว ดังนั้นการโฆษณาถือได้ว่าเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ของผู้บริโภค (Consumer Learning)

รอสซิทเตอร์ (John R. Rossiter, 19 : 61-92) ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากต้นแบบทางสังคม (Social Stereotype Effect) พบว่า

1) ผู้นำเสนอสารที่เป็นผู้ใหญ่จะมีประสิทธิภาพสูงกว่าผู้นำเสนอสารที่เป็นเด็ก

2) จากการวิจัยเชิงทดลองพบว่า ผู้นำเสนอสารที่มีเพศเดียวกับผู้รับสารจะมีประสิทธิภาพสูงกว่า

อีกทั้งยังได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากจุดจูงใจที่ใช้มโนคติเกี่ยวกับตนเอง (Self-Concept Effect) พบว่าโฆษณาที่มุ่งยังเด็ก ๆ และใช้จุดจูงใจที่เป็นลักษณะของมโนคติเกี่ยวกับตนเองจะมีลักษณะดังนี้

1) ผลประโยชน์ที่แสดงออกจะมีผลประโยชน์ไม่ถาวร เช่น ความสนุกสนานหรือการผจญภัย เป็นต้น และผลประโยชน์ถาวร เช่น ความแข็งแรง ความมีสุขภาพดี หรือความเป็นอยู่ที่ดี เป็นต้น

2) จุดจูงใจเกี่ยวกับสถานะทางสังคม จะใช้มากกับกลุ่มเด็กโตซึ่งต้องการยอมรับจากสังคม

3) การกล่าวถึงผลิตภัณฑ์คู่แข่ง หากกล่าวถึงอย่างยุติธรรมและถูกต้องจะส่งผลทางบวกต่อกระบวนการสังคมกรณ์ในฐานะที่เด็กเป็นผู้บริโภค และการกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งนี้จะส่งผลกระทบต่อความเข้าใจช่วงสั้น ๆ ของเด็กเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

จากการศึกษางานวิจัยดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นที่น่าสนใจว่า การโฆษณาทางโทรทัศน์ซึ่งนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานครสามารถรับสื่อชนิดนี้ได้มาก และเป็นเขตที่การหาซื้อขนมของนักเรียนเป็นไปได้ง่าย และนักเรียนมีฐานะทางเศรษฐกิจที่พอจะซื้อหามาบริโภคได้ด้วย

นอกจากนั้น การโฆษณายังมีอิทธิพลต่อการสร้างความต้องการ การโฆษณาเป็นการแจ้งข่าวสารให้ทราบว่ามี สินค้าอะไรบ้างจำหน่ายที่ใด และยังสามารถจูงใจหรือเร่งเร้าให้นักเรียนเกิดความต้องการซื้อสินค้า ซึ่งอาจจะจำเป็นหรือไม่ก็ได้

ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้เจาะจงศึกษาเรื่องพฤติกรรมการรับรู้ของนักเรียนระดับประถมศึกษากับดนตรีประกอบโฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งในประเทศไทยยังไม่มีการศึกษาในเรื่องเหล่านี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่านักเรียนในวัยประถมศึกษาที่เป็นเยาวชนรุ่นใหม่ของสังคมไทยนี้คิดอย่างไร มีพฤติกรรมการรับรู้อย่างไรกับเพลงโฆษณาทางโทรทัศน์

กล่าวโดยสรุป นักเรียนในวัย 6-12 ปี จะมีพัฒนาการเติบโตของตนเองสูง หมายถึง มีพัฒนาการด้านร่างกาย ด้านบุคลิกภาพและพัฒนาการทางสังคม พัฒนาการทางเชาว์ปัญญา และ พัฒนาการทางด้านดนตรีสูง

จากการโฆษณา ดนตรีมีความสำคัญเพราะสามารถสร้างเอกลักษณ์ให้แก่งานสินค้าและโฆษณา ช่วยให้การดำเนินเรื่องมีความกระชับ ไม่ต้องใช้คำพูดเยิ่นเย้อเพิ่มความสนใจให้แก่งานโฆษณา ช่วยกำหนดท่าทางการแสดงทำให้งานโฆษณาเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น ทั้งยังก่อให้เกิดความต่อเนื่องกลมกลืนและเน้นอารมณ์ที่สำคัญของเรื่อง และประการสำคัญช่วยให้จดจำโฆษณานั้นได้อย่างแม่นยำ

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมการรับรู้ การจดจำ การเลือกซื้อสินค้า พฤติกรรมการบริโภคสินค้า พฤติกรรมในขณะดูโทรทัศน์ การละลึกได้ของนักเรียน

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ของนักเรียนระดับประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ฯ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กล่าวคือ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus-group Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้คือนักเรียนชาย-หญิง ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 อายุระหว่าง 6-12 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนรัฐบาลและเอกชนในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้คือ นักเรียนชาย-หญิง ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 อายุระหว่าง 6-12 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนรัฐบาลและเอกชนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ดังนี้

1. แบ่งโรงเรียนออกเป็น 2 ประเภท คือ โรงเรียนรัฐบาลและเอกชน

2. ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อเลือกโรงเรียนที่จะทำการศึกษาจำนวน 4 โรงเรียน โดยแบ่งเป็นโรงเรียนรัฐบาล 2 โรงเรียน ได้แก่โรงเรียนประถมสาธิตสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา โรงเรียนวัดโบสถ์ และโรงเรียนเบญจมบพิตร โรงเรียนเอกชน ได้แก่ โรงเรียนจิตรลดา โรงเรียนนันทนศึกษา และโรงเรียนปริญญาทิพย์

3. แบ่งนักเรียนออกเป็น 3 กลุ่ม คือ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 และนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 โรงเรียนละ 10 คน รวมนักเรียนที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมดประมาณ 72 คน

ตัวแปรในการวิจัย

สมมุติฐานข้อ 1 นักเรียนที่มีอายุต่างกันจะชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์แตกต่างกัน

ตัวแปรต้น คือ อายุของนักเรียน

ตัวแปรตามคือ ความชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

สมมุติฐานข้อ 2 นักเรียนที่มีอายุต่างกัน จะมีความสามารถในการจดจำดนตรีประกอบโฆษณาทางโทรทัศน์แตกต่างกัน

ตัวแปรต้น คือ อายุของนักเรียน

ตัวแปรตามคือ ความชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

สมมุติฐานข้อ 3 นักเรียนที่ต่างเพศกัน จะชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ต่างกัน

ตัวแปรต้น คือ เพศของนักเรียน

ตัวแปรตามคือ ความชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

สมมุติฐานข้อ 4 นักเรียนที่ต่างเพศกัน จะมีความสามารถในการจดจำดนตรีประกอบโฆษณาทางโทรทัศน์แตกต่างกัน

ตัวแปรต้น คือ เพศของนักเรียน

ตัวแปรตามคือ ความสามารถในการจัดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

<u>เกณฑ์การวัดตัวแปร</u>

1. ความชอบ จะวัดองค์ประกอบของดนตรี เช่น การชอบทำนอง ชอบอย่างไรมากหรือน้อยเพียงใด ชอบเนื้อร้องแบบใด ชอบรูปแบบของจังหวะอย่างไร หรือชอบนักร้องคนไหนทำไมจึงชอบ ฯลฯ

2. การจดจำ จะวัดจากการที่นักเรียนสามารถจดจำองค์ประกอบของดนตรีไทยได้อย่างมีเกณฑ์ เช่น นักเรียนสามารถจำทำนองได้ดีมาก คือสามารถจำได้ทั้งเพลง นักเรียนสามารถจำทำนองได้น้อยคือ สามารถจำได้เพียง 1 วลีเพลง (Motive) เป็นต้น

DPU

วม
659.143024375
ช 133ก
ฉ 1

115527

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ เทปคลาสเซท และวีดีโอ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. เทปคาสเซท จะบันทึกเสียงร้องเพลงของมนุษย์เพียงอย่างเดียว เสียงของเครื่องดนตรีเพียงอย่างเดียว (หลายชนิดรวมกันเป็นวงดนตรี) เช่น วงออร์เคสตร้า (Orchestra) เพลงป๊อบที่นิยมฮิน โดยเพลงเร็วคือเพลง โอะ โอ๊ะ โอ้ย และเพลงช้าคือเพลงพรุ่งนี้ไม่สายของทาทายัง

2. วีดีโอเทป จะบันทึกโฆษณานมแลคตาซอย มันฝรั่งไอดาโฮ ลูกอมคูก้า และนมไทยเดนมาร์ค (ดูรายละเอียดในภาคผนวก)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เป็นการวิจัยที่ใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus-group Interview) สาเหตุที่ใช้การสัมภาษณ์กลุ่มเพราะ

(1) นักเรียนมีเป็นจำนวนมาก และหลากหลายในลักษณะด้านดนตรี และทักษะอาจตอบแบบสอบถามไม่ถนัด

(2) นักเรียนมีเป็นจำนวนมาก การกล้าแสดงความคิดเห็นจะต้องถูกอบรม และขึ้นอยู่กับกลุ่มของนักเรียน

(3) การวัดเกี่ยวกับการจดจำได้ของเพลง การสร้างแบบการวัดทำยาก แต่การสัมภาษณ์กลุ่มโดยใช้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถและทักษะทางดนตรีจะสามารถทำให้วัดได้ดีกว่า

2. ผู้วิจัยขอหนังสือรับรองจากทางมหาวิทยาลัยเพื่อใช้ประกอบหนังสือขออนุญาตไปยังโรงเรียนของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อทางโรงเรียนอนุญาตแล้วก็จะกำหนดวัน เวลา การสัมภาษณ์กลุ่มใช้เวลาเก็บข้อมูลทั้งหมดในช่วงเดือนมกราคม-เดือนกุมภาพันธ์ 2539

3. ผู้วิจัยเริ่มการสัมภาษณ์โดยไม่ให้นักเรียนรู้ตัวว่าถูกสัมภาษณ์ เริ่มจากการแนะนำตัวเองของแต่ละคน โดยใช้เทคนิคการตบมือเรียกชื่อ และนั่นก็เป็นการวัดพื้นฐานทางดนตรีอันหนึ่งด้วย นักเรียนรู้สึกว่าตัวเองเหมือนเล่นเกมชนิดหนึ่งซึ่งผู้วิจัยใช้จิตวิทยาเริ่มการสัมภาษณ์ที่สนุกสนานและเป็นกันเอง ทำให้เวลานักเรียนตอบรู้สึกตื่นเต้นและกล้าแสดงออก จากนั้นผู้วิจัยเริ่มป้อนคำถาม

DPU

เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักเรียน ซึ่งสอดแทรกเกี่ยวกับเหตุการณ์อื่น ๆ ด้วย เช่น วันนี้ผู้วิจัยได้เงินมา โรงเรียน 100 บาท แล้วเด็ก ๆ ได้เงินมาจำนวนเท่าไหร่เอ่ย เป็นต้น

เมื่อมาถึงหัวข้อดนตรีจะใช้เทปคาสเซทที่บันทึกเสียงต่าง ๆ ที่กำหนดเปิดแล้วให้นักเรียนตอบตามคำถามที่เตรียมไว้ ซึ่งการเชื่อมคำถามต้องทำให้สนุกและต่อเนื่องกันโดยเร็ว เพราะเวลาจำกัดมาก และต้องคอยให้กำลังใจและคอยทำให้สนุกตลอดเวลาเพื่อนักเรียนจะได้ไม่รู้สึกเบื่อหรือเซ็ง ทำให้นักเรียนอยากตอบคำถามอยู่ตลอดเวลา

เมื่อมาถึงข้อข้อดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาจะมีการเปิดวีดีโอ ซึ่งบันทึกโฆษณาไว้ แล้วให้นักเรียนตอบคำถามที่เตียมไว้ ต้องคอยดูเวลาและคอยให้กำลังใจหรือดิงให้นักเรียนมีสมาธิในการวิจัยตลอดเวลา

เมื่อมาถึงตอนท้ายมีการขอบคุณเด็ก ๆ และอวยพรให้เด็ก ๆ โชคดี สอบได้คะแนนดี ๆ และขอให้เรียนหนังสือเก่ง ๆ พร้อมทั้งแจกของที่ระลึกให้กับนักเรียนคนละหนึ่งชิ้น และกราบขอบพระคุณอาจารย์-เจ้าหน้าที่ของโรงเรียน

ในการวิจัย ผู้วิจัยเตรียมเทปคาสเซ็ท วีดีโอ ทีวี วิทยุเล่นเทป 2 ตัว คือ ตัวแรกใช้เปิดเสียงดนตรีที่ต้องการ อีกตัวหนึ่งให้อัดการสัมภาษณ์ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ ซึ่งจะไปถอดคำพูด คำถาม คำตอบ แล้วสรุปเป็นข้อมูลภายหลัง นอกจากนั้นยังต้องเตรียมเครื่องดนตรีไปเอง เพราะไม่ทราบว่าทางโรงเรียนที่ไปทำการวิจัยนั้นมีเครื่องดนตรีที่ต้องการหรือไม่ ปลั๊กไฟก็ต้องเตรียมนำไป รวมถึงของฝากเด็ก ๆ และอุปกรณ์ในการสัมภาษณ์อื่น ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มจะถูกนำมาสรุปแล้วเปรียบเทียบเชิงเนื้อหาสาระ (Content Analysis and Comparison) เพื่อดูความเหมือนและแตกต่างตามสมมุติฐานที่ได้ตั้งไว้

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การเสนอผลการวิจัย เรื่องการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ของนักเรียนระดับประถมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ได้ดำเนินไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้คือ เพื่อศึกษาว่านักเรียนมีพฤติกรรมการรับรู้อย่างไรต่อดนตรีในโฆษณาและเพื่อศึกษาว่านักเรียนสามารถจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ได้

งานวิจัยครั้งนี้เป็นผลงานวิจัยด้านคุณภาพมากกว่าด้านปริมาณ ในด้านคุณภาพจะเป็นการประเมินค่าโดยการใช้การตัดสินใจจากเกณฑ์ที่ได้กำหนดขึ้นจากการหารือกับผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านดนตรี เพื่อให้เกณฑ์ที่นำมาใช้นั้นมีความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือ (Reliabitily) ได้ และผู้ที่จะนำเกณฑ์นี้ไปใช้จะต้องมีความรู้ มีประสบการณ์ และการทำงานที่มีมาตราฐานในวิชาชีพ มีความเข้าใจในวิชาการและหลักสูตรของดนตรี ทำให้สามารถกำหนดคุณภาพของงานที่ค้นคว้าได้ ซึ่งเป็นเรื่องของความรู้สึกว่าดีหรือไม่ดีโดยมิได้วัดออกมาเป็นตัวเลขจำนวนข้อแบบการใช้แบบทดสอบซึ่งคิดออกมาเป็นคะแนนร้อยละ เช่น การวัดผลทางด้านทักษะดนตรี ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการเลือกของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวเลขมารวมกับการวัดผลทางด้านอื่น ๆ อีก เช่น ทางด้านทัศนคติ ความคิด ความชอบ ความสนใจ การจดจำได้ ฯลฯ แล้วผู้วิจัยจะต้องสรุปว่าผลที่ได้อยู่ในเกณฑ์ดี ปานกลาง หรือไม่ดีอย่างไร พร้อมทั้งวิเคราะห์ด้วย

จากการวิจัยโดยใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus-group Interview) จากกลุ่มตัวอย่าง 72 คน แบ่งเป็น 6 กลุ่ม กลุ่มละ 12 คน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของนักเรียน

1.1 เพศ เพศชาย 36 คน เพศหญิง 36 คน

1.2 อายุ นักเรียนอายุ 6-8 ปี 24 คน นักเรียนอายุ 9-10 ปี 24 คน และนักเรียนอายุ 11-12 ปี 24 คน

1.3 ระดับการศึกษา ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 24 คน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 24 คน และชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 24 คน

1.4 ชื่อสถานศึกษา โรงเรียนนันทนศึกษา 12 คน โรงเรียนประถมสาธิต สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา 12 คน โรงเรียนปริญญาทิพย์ 12 คน โรงเรียนวัดโบสถ์ 12 คน โรงเรียนวัดเบญจมบพิตร 12 คน และโรงเรียนจิตรลาด 12 คน

1.5 อาชีพผู้ปกครอง รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ 24 คน บริษัทเอกชน 12 คน ค้าขาย 12 คน รับจ้างทั่วไป 10 คน อื่น ๆ 5 คน

1.6 ค่าใช้จ่ายประจำวัน ต่ำกว่า 20 บาท 13 คน 21-40 บาท 44 คน 41-60 บาท 13 คน 61-80 บาท 1 คน 81 บาทขึ้นไป 1 คน

1.7 อื่น ๆ นักเรียนส่วนใหญ่จะดูโทรทัศน์ทุกวัน วันละมากกว่า 2 ชั่วโมงขึ้นไป

2. พื้นฐานทางด้านดนตรี

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวัดที่ต้องใช้ความรู้และประสบการณ์ทางด้านดนตรีของกลุ่มตัวอย่างเข้ามาเกี่ยวข้อง เพราะพื้นฐานทางด้านดนตรีมีผลต่อพฤติกรรมการรับรู้และการจดจำของกลุ่มตัวอย่าง

พื้นฐานทางด้านดนตรีจะประกอบไปด้วย 2 ส่วนที่สำคัญคือ ความรู้เนื้อหาทางดนตรี และทักษะทางดนตรี ดังนั้นการที่จะวัดพื้นฐานทางด้านดนตรีจะต้องดูจากองค์ประกอบที่สำคัญแต่ละส่วนย่อย ๆ ดังต่อไปนี้

2.1 ความรู้เนื้อหาทางดนตรี

ความรู้เนื้อหาทางดนตรี ได้แก่ ความรู้ด้านจังหวะ ด้านทำนอง ด้านเสียงประสาน และด้านลักษณะของเสียงดนตรี พอสรุปได้ดังนี้

- ด้านจังหวะ (Rhythm)

ความรู้ด้านจังหวะเป็นเรื่องของเสียงที่เคลื่อนที่ไปในช่วงเวลา มีทั้งเรื่องของความเร็ว-ช้า (Speed) ความสั้น-ยาวของตัวโน้ต (Doration) เช่น ตัวโน้ตลักษณะต่าง ๆ ที่แทนความสั้น-ยาวของเสียง เช่น โน้ตตัวดำแทนเสียงยาว และโน้ตเขบ็ต 1 ชั้น แทนเสียงสั้น เป็นต้น

การสัมภาษณ์กลุ่มด้านจังหวะเป็นการเริ่มต้นของการทำวิจัย ผู้วิจัยจึงต้องสร้าง บรรยากาศให้สนุกสนานและคุ้นเคย โดยเริ่มจากการใช้จังหวะเป็นสื่อและเป็นการวัดผลไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งดำเนินการดังนี้

1. การตบมือแนะนำชื่อตัวเอง จะตบมือตามพยางค์ของชื่อตัวเอง ซึ่งผู้วิจัยจะสาธิตให้นักเรียนดูก่อนแล้วนักเรียนทำตาม เช่น ฉันชื่อวิรดา นักเรียนจะตบมือเป็น ยาว-ยาว-สั้น-สั้น-ยาว ( ) เป็นต้น เพื่อให้นักเรียนรู้จักความสั้น-ยาวของดนตรีซึ่งเป็นพื้นฐานของกลุ่มจังหวะดนตรี และนักเรียนจะรู้สึกคุ้นเคย สนุกสนาน เป็นกันเอง และไม่รู้สึกเขินอีกต่อไป

2. การสอนร้องเพลง "พายเรือน้อย" โดยผู้วิจัยจะสอนร้องเพลงแล้วให้นักเรียนตบมือตามจังหวะยืน (beat) ที่สม่ำเสมอและตรงจังหวะ ซึ่งถ้านักเรียนตบมือไม่ตรงตามจังหวะถือว่าไม่ดี ถ้านักเรียนตบมือตรงตามจังหวะบ้างไม่ตรงบ้างถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนตบมือสม่ำเสมอตรงตามจังหวะถือว่าดีมาก

3. การตบมือตามผู้วิจัย จะดูจากการที่นักเรียนสามารถตบมือตามผู้วิจัยจากกลุ่มตัวโน้ตลักษณะต่าง ๆ ที่กำหนดไว้จากง่ายไปหายาก กลุ่มลักษณะตัวโน้ตนี้ประกอบไปด้วยตัวโน้ต 2 ลักษณะคือ โน้ตตัวดำแทนเสียงยาวและโน้ตเขบ็ต 1 ชั้นแทนเสียงสั้นนำมาเรียงต่อกัน ระดับง่ายของกลุ่มตัวโน้ตคือ ยาว-สั้น-สั้น-ยาว ( ) ถือว่าเป็นน้อย ระดับปานกลางของกลุ่มตัวโน้ตคือ ยาว-ยาว-สั้น-สั้น-สั้น-สั้น-ยาว ( ) ถือว่าเป็นปานกลาง และระดับยากของกลุ่มตัวโน้ตคือ ยาว-สั้น-สั้น-สั้น-สั้น-ยาว-ยาว-สั้น-สั้น-ยาว ( ) ถือว่าเป็นมาก แล้วสังเกตการปฏิบัติตามและบันทึกไว้

ผลการวิเคราะห์และสรุปความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านจังหวะ

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านจังหวะอยู่ในระดับปานกลาง โดยจะมีความรู้เนื้อหาทางดนตรีทางด้านจังหวะในระดับมากใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมปีที่ 3-4 มีแนวโน้มมีความรู้ด้านจังหวะมากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านจังหวะอยู่ในระดับมาก ส่วนมากเป็นนักเรียนชั้นประถมปีที่ 5-6

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านจังหวะอยู่ในระดับน้อย ส่วนมากจะเป็นนักเรียนชั้นประถมปีที่ 1-2

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านจังหวะอยู่ในระดับปานกลาง โดยจะมีความรู้ด้านจังหวะใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้ม มีความรู้ด้านจังหวะในระดับปานกลางมากกว่านักเรียนหญิง

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านจังหวะอยู่ในระดับมาก โดยจะมีความรู้ด้านจังหวะใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มมีความรู้ด้านจังหวะในระดับมากกว่านักเรียนหญิง

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านจังหวะอยู่ในระดับน้อย โดยนักเรียนหญิงจะมีความรู้ด้านจังหวะในระดับน้อยมีจำนวนมากกว่านักเรียนชาย

ค. ผลสรุปความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านจังหวะ

นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านจังหวะอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อนักเรียนอายุมากขึ้นความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านจังหวะจะพัฒนาดีขึ้น และจะเป็นนักเรียนชายที่มีความรู้เนื้อหาและพัฒนาการทางดนตรีด้านจังหวะดีกว่านักเรียนหญิง

- ด้านทำนอง (Melody)

ความรู้ด้านทำนองคือ การจัดเรียงของเสียงที่มีความแตกต่างของระดับเสียงสูง-ต่ำ และความสั้น-ยาวของระดับเสียงที่ประกอบกัน ซึ่งจะดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ผู้วิจัยจะสอนนักเรียนร้องเพลง "พายเรือน้อย" แล้วสังเกตดูความเพี้ยนของระดับเสียง โดยถ้านักเรียนร้องไม่ตรงระดับเสียงเลยถือว่าไม่ดี ถ้านักเรียนร้องเพี้ยนบ้างตรงระดับเสียงบ้างถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนร้องตรงเสียงไม่มีเสียงเพี้ยนถือว่าดี

2. ผู้วิจัยจะเล่นเครื่องดนตรี เช่น เปียโน หรือเมโลเดียน (ถ้าเป็นเปียโนหมายความว่าทางโรงเรียนมีอยู่แล้ว แต่ถ้าเป็นเมโลเดียนหมายความว่าผู้วิจัยเป็นผู้พกพาจัดเตรียมไปเอง) แล้วให้นักเรียนร้องทำนองโดยออกเสียง "ลา" (La) โดยกำหนดไว้ว่าถ้านักเรียนสามารถร้องตามเสียงของตัวโน้ต "โด เร มี" ได้หรือเพี้ยนมากกว่านี้ถือว่าน้อย ถ้า

นักเรียนสามารถร้องตามเสียงของตัวโน้ต "โด เร มี ซอล ลา" ได้โดยไม่เพี้ยนถือว่าปานกลาง ถ้านักเรียนสามารถร้องตามเสียงของตัวโน้ต "โด มี เร ฟา มี ซอล ลา ที โด" ได้โดยไม่เพี้ยนถือว่ามาก แล้วสังเกตการปฏิบัติของนักเรียนแล้วบันทึกไว้

ผลการวิเคราะห์และสรุปความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านทำนอง

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านทำนองอยู่ใน**ระดับน้อย** โดยจะเป็นนักเรียนชั้นประถมปีที่ 1-2 และ 3-4 เป็นส่วนมาก

(2) นักเรียนส่วนน้อยมีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านทำนองอยู่ใน**ระดับปานกลาง** โดยจะเป็นนักเรียนชั้นประถมปีที่ 5-6 ค่อนข้างมากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านทำนองอยู่ใน**ระดับน้อย** โดยจะมีความรู้ใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มมีความรู้ทางด้านทำนองใน**ระดับน้อย**กว่านักเรียนหญิง

(2) นักเรียนส่วนน้อยมีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านทำนองอยู่ใน**ระดับปานกลาง** โดยจะมีความรู้ด้านทำนองใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มความรู้ด้านทำนองในระดับปานกลาง**มากกว่า**นักเรียนชาย

ค. ผลสรุปความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านทำนอง

นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านทำนองอยู่ใน**ระดับน้อย** และเมื่อนักเรียนอายุมากขึ้นความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านทำนองจะพัฒนาขึ้น และจะเป็นนักเรียนหญิงที่มีความรู้เนื้อหาและพัฒนาการทางดนตรีด้านทำนอง**มากกว่า**นักเรียนชาย

- ด้านเสียงประสาน (Harmony)

ความรู้ด้านเสียงประสานคือองค์ประกอบดนตรีที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานของเสียงมากกว่า 1 เสียง ในแนวตั้งหรือในเวลาเดียวกัน โดยมีความกลมกลืนและความไม่

กลมกลืน ซึ่งเพลงอาจจะมีลักษณะใดลักษณะหนึ่งก็ได้ หรือจะมีทั้ง 2 ลักษณะก็ได้ ซึ่งจะดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ผู้วิจัยจะสอนร้องเพลง "พายเรือน้อย" ซึ่งเป็นเพลงวน (round) เพลงวนจะเป็นเพลงประสานเสียงง่ายที่สุด คือจะเป็นเพลงที่ร้องเนื้อและทำนองเดียวกันแต่เริ่มต้นไม่พร้อมกันโดยที่จะจบหรือไม่จบพร้อมกันก็ได้ ถ้านักเรียนร้องตามเนื้อและทำนองตามปกติหรือเพียงทำนองเดียวไม่มีการไล่ล้อกันถือว่าน้อย ถ้านักเรียนสามารถร้องได้โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มไล่ล้อกันถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนสามารถร้องได้โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มไล่ล้อกันถือว่ามาก

2. ผู้วิจัยจะเล่นเครื่องดนตรี เช่น เปียโนหรือเมโลเดียนแล้วให้นักเรียนร้องออกเสียง "ลา" (La) ตามเสียงที่ได้ยิน โดยผู้วิจัยจะเล่นกลุ่มเสียงแล้วให้นักเรียนร้องทีละเสียงตามที่นักเรียนได้ยิน ถ้านักเรียนสามารถร้อง2 เสียง คือเสียง "โด-ซอล" ได้หรือน้อยกว่านั้นถือว่าน้อย ถ้านักเรียนสามารถร้อง 3 เสียง คือเสียง "โด-มี-ซอล" ได้ถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนสามารถร้อง 4 เสียง คือเสียง "โด-มี-ซอล-ลา" ได้ถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านเสียงประสาน

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านเสียงประสานอยู่ในระดับน้อย โดยจะเป็นนักเรียนชั้นประถมปีที่ 1-2 เป็นส่วนมาก

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านเสียงประสานอยู่ในระดับปานกลาง โดยจะเป็นนักเรียนชั้นประถมปีที่ 3-4 และ 5-6 เป็นส่วนมาก

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านเสียงประสานอยู่ในระดับมาก โดยจะเป็นนักเรียนชั้นประถมปีที่ 3-4 และ5-6 ที่เหลือเป็นส่วนมาก

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านเสียงประสานอยู่ในระดับน้อย โดยจะมีความรู้ด้านเสียงประสานใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มความรู้ด้านประสานเสียง

น้อยกว่านักเรียนหญิง

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีความรู้ทางดนตรีด้านเสียงประสานอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความรู้ด้านเสียงประสานใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มความรู้ด้านประสานเสียงในระดับปานกลางดีกว่านักเรียนชาย

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีความรู้ทางดนตรีด้านประสานเสียงอยู่ในระดับมาก โดยมีความรู้ด้านเสียงประสานใกล้เคียงกันแทบจะไม่แตกต่างกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มความรู้ด้านประสานเสียงดีกว่านักเรียนหญิง

ค. ผลสรุปความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านเสียงประสาน

นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านเสียงประสานอยู่ในระดับน้อย และเมื่อนักเรียนอายุมากขึ้นความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านเสียงประสานจะพัฒนาขึ้น และจะเป็นนักเรียนหญิงที่มีความรู้เนื้อหาและพัฒนาการด้านเสียงประสานมากกว่านักเรียนชาย

- ด้านลักษณะของเสียงดนตรี (Characteristecs of Sound)

ลักษณะของเสียงเป็นเรื่องเกี่ยวกับรายละเอียด หรือคุณสมบัติของเสียงที่มีการแปรเปลี่ยนไปเพื่อการถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก ทำให้เพลงมีความไพเราะเป็นศิลปะเต็มรูปแบบ ซึ่งลักษณะของดนตรีจะประกอบไปด้วย 2 ส่วนคือ ความดัง-เบา และความเร็ว-ช้า

1. ความดัง-เบา (Dynamic)

ความดัง-เบาเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เพลงมีชีวิตชีวา มีลีลาน่าสนใจ และมีความไพเราะ เช่น บางเพลงมีเสียงดังมักจะให้ความรู้สึกมีอำนาจ ตื่นเต้น คึกคักได้ หรือบางเพลงที่มีเสียงเบาก็จะให้ความรู้สึกสงบ สบายใจได้ หรือเศร้าสร้อยเป็นต้น

ซึ่งจะดำเนินการวิจัยดังนี้ ผู้วิจัยจะเปิดเพลงแล้วให้นักเรียนตอบว่าดังหรือเบา ถ้านักเรียนตอบไม่ได้หรือตอบผิดถือว่าน้อย ถ้านักเรียนตอบถูกบ้างไม่ถูกบ้างถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนตอบได้ถูกต้องถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีด้านความดัง-เบา

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความดัง-เบาอยู่ใน**ระดับมาก** โดยจะมีความรู้ด้านความดัง-เบา ใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 มีแนวโน้มมีความรู้ด้านความดังเบามากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความดัง-เบาอยู่ใน**ระดับปานกลาง** ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับระดับมาก โดยจะมีความรู้ด้านความดัง-เบาใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 และ 3-4 มีแนวโน้มความรู้ด้านความดัง-เบา**มากกว่า**นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความดัง-เบาอยู่ใน**ระดับน้อย** ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 มีแนวโน้มความรู้ด้านความดัง-เบา**น้อยกว่า**นักเรียนชั้นอื่น ๆ

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความดัง-เบาอยู่ใน**ระดับมาก** โดยนักเรียนชายจะมีความรู้ด้านความดัง-เบา**มากกว่านักเรียนหญิง**

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีความรู้เนื้อหาดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความดัง-เบาอยู่ใน**ระดับปานกลาง** และไม่แตกต่างกันในเรื่องเพศ

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีความรู้เนื้อหาดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความดัง-เบาอยู่ใน**ระดับน้อย** แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มมีความรู้เรื่องความดัง-เบา**มากกว่า**นักเรียนชาย

ค. ผลสรุปความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความดัง-เบา

นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความดัง-เบา อยู่ใน**ระดับมาก-ปานกลาง** โดย**ไม่แตกต่างด้านอายุ**กันมากนัก แต่นักเรียนชั้นประถมปีที่ 5-6 มีแนวโน้มพัฒนาความรู้ทางด้านนี้ได้ดีกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ และจะเป็นนักเรียนชายที่มีความรู้ด้านความดัง-เบา**มากกว่า**นักเรียนหญิง นักเรียนชอบเสียงดังเพราะเสียงดังทำให้รู้สึกสนุกสนานคึกคัก มัน สะใจ ฟังชัด เร้าใจ และตื่นเต้นดี นักเรียนชอบฟังเสียงเบาเพราะไม่กระเทือนหู นุ่มหู ไม่อึกทึกครึกโครม หัวใจไม่เต้นแรง และกลัวผู้ปกครองดุ เกรงใจข้างบ้าน

- ความเร็ว-ช้า

ความเร็ว-ช้าเป็นอีกปัจจัยที่ทำให้บทเพลงสมบูรณ์มีชีวิตชีวาขึ้น เช่น ถ้าเพลงใดมีลักษณะเร็วจะทำให้รู้สึกตื่นเต้น เร้าใจ มีชีวิตชีวา และถ้าเพลงใดมีลักษณะช้าจะให้ความรู้สึกเศร้าโศก หดหู่ เศร้าใจ เป็นต้น

ซึ่งจะดำเนินการวิจัยดังนี้ ผู้วิจัยจะเปิดเพลงถ้านักเรียนสามารถแยกแยะได้ว่าเพลงใดจังหวะเป็นเช่นไร ช้าหรือเร็วได้ไม่ถูกต้องหรือแยกแยะไม่ได้ถือว่าน้อย ถ้านักเรียนสามารถแยกแยะได้พอถูกบ้างไม่ถูกบ้างหรือแยกแยะได้น้อยถือว่าปานกลางและถ้านักเรียนสามารถแยกแยะได้ถูกต้องถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความเร็ว-ช้า

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความเร็ว-ช้าอยู่ในระดับมาก ส่วนมากจะเป็นนักเรียนประถมศึกษาชั้นปีที่ 5-6

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความเร็ว-ช้าอยู่ในระดับปานกลาง โดยจะมีความรู้ทางด้านความเร็ว-ช้าใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมปีที่ 3-4 มีแนวโน้มความรู้ด้านความเร็ว-ช้าในระดับปานกลางมากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความเร็ว-ช้าอยู่ในระดับน้อย โดยจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความเร็ว-ช้าอยู่ในระดับมาก โดยจะมีความรู้ด้านความเร็ว-ช้าใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มมีความรู้ด้านความเร็ว-ช้าในระดับมาก มากกว่านักเรียนหญิง

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีความรู้เนื้อหาดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความเร็ว-ช้าอยู่ในระดับปานกลาง โดยไม่แตกต่างเรื่องเพศ

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีความรู้เนื้อหาดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความเร็ว-ช้าอยู่ในระดับน้อย โดยจะมีความรู้ด้านความเร็ว-ช้าใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มมีความรู้ด้านความเร็ว-ช้าในระดับน้อย มากกว่านักเรียนหญิง

ค. ผลสรุปความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความเร็ว-ช้า

นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีตามความเร็ว-ช้าอยู่ในระดับมาก และเมื่อนักเรียนอายุมากขึ้นความรู้เนื้อหาด้านความเร็ว-ช้าจะพัฒนาดีขึ้น โดยเด็กโตจะมีความรู้จักแยกแยะได้ดีกว่าเด็กเล็ก และไม่ค่อยแตกต่างเรื่องเพศ คือนักเรียนชายและนักเรียนหญิงมีความรู้เรื่องความเร็ว-ช้าพอ ๆ กัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มมีความรู้ดีกว่านักเรียนหญิง โดยนักเรียนชอบเพลงเร็วเพราะสะใจ สนุก มันมาก นักเรียนชอบเพลงช้าเพราะเพลงช้าทำให้นึกถึงตอนที่เป็นเด็กเล็ก ๆ จะมีผู้ปกครองกล่อมเวลานอนและเพลงช้าเปิดดัง ๆ จะมัน

สรุปผลความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรี

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านลักษณะของเสียงดนตรีอยู่ในระดับมาก ซึ่งนักเรียนอายุมากมีความรู้มากกว่าเด็กอายุน้อย โดยไม่แตกต่างเรื่องเพศ

(2) นักเรียนชอบเสียงดังเพราะเสียงดังทำให้สนุกสนาน รู้สึกสนุก คึกคัก มัน สะใจ เร้าใจ ฟังชัดและตื่นเต้นดี นักเรียนชอบเสียงเบาเพราะไม่กระเทือนหู ไม่อึกทึกครึกโครม หัวใจไม่เต้นแรง และกลัวผู้ปกครองดุ เกรงใจคนข้างบ้าน

(3) นักเรียนชอบเพลงเร็วเพราะเพลงเร็วสะใจ สนุก มันมาก และนักเรียนชอบเพลงช้าเพราะเพลงช้าทำให้นึกถึงตอนที่เป็นเด็กเล็ก ๆ จะมีผู้ปกครองกล่อมเวลานาน และเพลงช้า ๆ เปิดดัง ๆ จะมัน

- ด้านรูปพรรณ (Texture) คือ ลักษณะความสัมพันธ์ของทำนองและเสียงประสาน ซึ่งจะดำเนินการวิจัยดังนี้ ผู้วิจัยจะเปิดเพลงที่มี 3 รูปแบบ คือ

1. Monophonic Texture เป็นเพลงที่มีทำนองและเนื้อร้องทำนองเดียว ไม่มีการประสานเสียงใด ๆ คือมีเพียงเสียงเดียวที่เล่นทำนอง เช่น เพลงร้องโดยไม่มีดนตรี

2. Homophonic Texture เป็นเพลงที่มีแนวทำนองไม่มีเนื้อร้อง มีการเพิ่มแนวทำนองหลายทำนองเพื่อทำให้ไพเราะขึ้น มีการใส่คอร์ด เช่น เพลงบรรเลง

3. Polyponic Texture เป็นเพลงที่มีทั้งทำนองและเนื้อร้องรวมกัน และมีแนวทำนองตั้งแต่สองทำนองขึ้นไปมาเล่นรวมกัน เช่น เพลงที่นิยมกันทั่ว ๆ ไป

โดยที่ถ้านักเรียนไม่สามารถแยกแยะว่าเพลงใดมีรูปพรรณแบบใดถือว่าน้อย ถ้านักเรียนแยกแยะได้แต่มีผิดบ้างเล็กน้อยถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนสามารถแยกแยะว่าเพลงใดมีรูปแบบใดได้ถูกต้องถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านรูปพรรณ

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านรูปพรรณอยู่ในระดับมาก โดยจะมีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านรูปพรรณในระดับมากใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 มีแนวโน้มความรู้ด้านรูปพรรณมากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านรูปพรรณอยู่ในระดับปานกลาง โดยจะมีความรู้ด้านรูปพรรณในระดับปานกลางใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 มีแนวโน้มความรู้ด้านรูปพรรณมากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านรูปพรรณอยู่ในระดับน้อย โดยจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 ที่เหลือ

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านรูปพรรณอยู่ในระดับมาก โดยไม่แตกต่างในเรื่องเพศมากนัก แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มมีความรู้เนื้อหาทางรูปพรรณมากกว่านักเรียนชาย

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีความรู้เนื้อหาดนตรีด้านรูปพรรณอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความรู้ใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มมีความรู้ด้านรูปพรรณมากกว่านักเรียนหญิง

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีความรู้เนื้อหาดนตรีด้านรูปพรรณอยู่ในระดับน้อย โดยจะมีความรู้ใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มความรู้ด้านรูปพรรณมากกว่านักเรียนชาย

ค. ผลสรุปเนื้อหาทางดนตรีด้านรูปพรรณ

นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านรูปพรรณในระดับมาก และเมื่อ

นักเรียนอายุมากขึ้นความรู้เนื้อหาทางดนตรีด้านรูปพรรณจะพัฒนาดีขึ้น และไม่แตกต่างกันในเรื่องเพศนัก โดยนักเรียนชายมีแนวโน้มความรู้เนื้อหาทางรูปพรรณมากกว่านักเรียนหญิง นักเรียนชอบเพลงที่มีทั้งทำนองและเนื้อร้องรวมกันหลาย ๆ แนว เพราะถ้าขาดอะไรไปอย่างใดก็จะไม่ไพเราะฟังรู้เรื่อง สนุก ส่วนนักเรียนชอบทำนองอย่างเดียวเพราะจะได้ร้องคลอไปกับดนตรี และผู้ปกครองแนะนำให้ฟังเพลงบรรเลง

สรุปความรู้เนื้อหาทางดนตรี

1. นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีในระดับปานกลางค่อนไปทางมาก โดยมีความรู้เรื่องลักษณะของเสียงและเรื่องรูปพรรณในระดับมาก ความรู้เรื่องจังหวะในระดับปานกลาง และความรู้เรื่องทำนองและเสียงประสานในระดับน้อย

2. นักเรียนส่วนใหญ่อายุมากขึ้นจะมีการพัฒนาความรู้เนื้อหาทางดนตรีดีขึ้น และนักเรียนที่มีอายุมากส่วนใหญ่จะมีความรู้เนื้อหาทางดนตรีดีกว่านักเรียนที่มีอายุน้อย

3. นักเรียนชายส่วนใหญ่มีความรู้เนื้อหาทางดนตรีดีกว่าหรือเท่ากับนักเรียนหญิง โดยความรู้เรื่องทำนองและเสียงประสานนักเรียนหญิงจะดีกว่าผู้ชาย ส่วนความรู้เรื่องจังหวะเรื่องรูปพรรณและลักษณะของเสียงนักเรียนชายจะดีกว่านักเรียนหญิง

2.2 ทักษะทางดนตรี

ทักษะทางดนตรีประกอบด้วย การฟัง การร้อง การเคลื่อนไหว การอ่านโน้ตสากล การสร้างสรรค์ และการเล่นเครื่องดนตรี

- **การฟัง** ทักษะการฟังเพลงเป็นทักษะที่สำคัญมากอย่างหนึ่งในทางดนตรี เพราะว่าดนตรีเป็นเรื่องของเสียง การฟังดนตรีเป็นทักษะสำคัญขั้นพื้นฐานที่ช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับดนตรีเพื่อให้เกิดความซาบซึ้งในดนตรีต่อไป ซึ่งจะดำเนินการวิจัยดังนี้

ผู้วิจัยจะสอบถามนักเรียนเกี่ยวกับปริมาณในการฟัง โดยถ้านักเรียนฟังเพลงนาน ๆ ครั้ง หรือว่าไม่ฟังเลยถือว่าน้อย ถ้านักเรียนฟังสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนฟังเพลงทุกวันถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปทักษะทางดนตรีด้านการฟัง

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้ทักษะทางดนตรีด้านการฟังอยู่ใน**ระดับปานกลาง** โดยจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 มากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีความรู้ทักษะทางดนตรีด้านการฟังอยู่ใน**ระดับมาก** โดยจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 และ 5-6 มีแนวโน้มมากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีความรู้ทักษะทางดนตรีด้านการฟังอยู่ใน**ระดับน้อย** โดยจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 และ 5-6 ที่เหลือ

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้ทักษะทางดนตรีด้านการฟังอยู่ใน**ระดับปานกลาง** โดยนักเรียนชายจะมีความรู้ด้านทักษะการฟัง**มากกว่า**นักเรียนหญิง

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีความรู้ทักษะทางดนตรีด้านการฟังอยู่ใน**ระดับมาก** โดยจะมีความรู้ด้านทักษะการฟังใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มมีความรู้ทักษะการฟัง**มากกว่า**นักเรียนชาย

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีความรู้ทักษะทางดนตรีด้านการฟังอยู่ใน**ระดับน้อย** โดยนักเรียนหญิงจะมีความรู้ด้านทักษะการฟังในระดับน้อย**มากกว่า**นักเรียนชาย

ค. ผลสรุปเนื้อหาทางดนตรีด้านการฟัง

นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้ทักษะทางดนตรีด้านการฟังอยู่ใน**ระดับปานกลาง** คือ นักเรียนจะฟังเพลงสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง และนักเรียนจะฟังเพลงมากขึ้นเมื่ออายุเพิ่มมากขึ้นด้วย โดยที่นักเรียนชายจะฟังเพลง**มากกว่า**นักเรียนหญิง ส่วนมากนักเรียนจะฟังจากวิทยุในรถยนต์ นักเรียนจะฟังเพลงช่วงเย็น และวันเสาร์-อาทิตย์ และเวลาก่อนนอน

- **การร้อง** การร้องเพลงสามารถทำให้นักเรียนมีความสนุกสนาย เป็นการสร้างเสริมให้นักเรียนมีความชอบและซาบซึ้งดนตรีได้ในที่สุด ทักษะการร้องจะแบ่งออกเป็น 2 ข้อ คือ การชอบทักษะการร้องเพลง และ**ทักษะการร้อง**เพลงโดยตรงเสียง**และตรงจังหวะ** ซึ่งจะดำเนินการวิจัยดังนี้

1. การชอบ จะวัดจากการที่นักเรียนไม่ชอบร้องเพลงถือว่าน้อย ถ้านักเรียนเฉย ๆ อย่างไรก็ได้ถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนชอบร้องเพลงถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปทักษะทางดนตรีด้านการชอบการร้องเพลง

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีทักษะทางดนตรีด้านการชอบการร้องเพลงอยู่ในระดับมาก โดยไม่แตกต่างเรื่องอายุ

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีทักษะทางดนตรีด้านการชอบร้องเพลงอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความรู้ทักษะทางดนตรีด้านการชอบร้องเพลงใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 มีแนวโน้มชอบการร้องเพลงมากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีทักษะทางดนตรีด้านการชอบร้องเพลงอยู่ในระดับน้อย โดยมีความรู้ทักษะทางดนตรีด้านการชอบการร้องเพลงใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 มีแนวโน้มชอบการร้องเพลงน้อยกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีทักษะทางดนตรีด้านการชอบการร้องเพลงอยู่ในระดับมาก โดยนักเรียนหญิงจะชอบร้องเพลงมากกว่านักเรียนชาย

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีทักษะทางดนตรีด้านการชอบร้องเพลงอยู่ในระดับปานกลาง โดยชอบร้องเพลงใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มชอบการร้องเพลงมากกว่านักเรียนหญิง

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีทักษะทางดนตรีด้านการชอบร้องเพลงอยู่ในระดับน้อย โดยนักเรียนหญิงไม่ชอบร้องกว่านักเรียนชาย

ค. ผลสรุปทักษะทางดนตรีด้านการชอบร้องเพลง

นักเรียนส่วนใหญ่ทุกวัยจะชอบร้องเพลง ซึ่งนักเรียนหญิงจะชอบร้องมากกว่านักเรียนชาย

2. การร้องตรงเสียงและตรงจังหวะ จะวัดจากการที่นักเรียนไม่สามารถร้องได้ตรงเสียงและตรงทำนองถือว่าน้อย ถ้านักเรียนร้องได้ตรงเสียงและตรงจังหวะแต่เพี้ยน

เล็กน้อยถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนสามารถร้องได้ตรงเสียงและตรงจังหวะโดยไม่เพี้ยนเลย ถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปทักษะทางดนตรีด้านการร้องตรงเสียงและตรงจังหวะ

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่สามารถร้องได้ตรงเสียงและตรงจังหวะ**ในระดับปานกลาง** โดยมีทักษะการร้องเพลงใกล้เคียงกันคือนักเรียนสามารถร้องได้ตรงเสียงและตรงจังหวะ แต่มีเพี้ยนเล็กน้อย แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 มีแนวโน้มร้องเพลงในระดับปานกลางดีกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาสามารถร้องได้ตรงเสียงและตรงจังหวะ**ในระดับมาก** โดยมีทักษะการร้องเพลงใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 และ 5-6 มีแนวโน้มร้องเพลงได้ดีมาก มากกว่านักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2

(3) นักเรียนส่วนน้อยร้องไม่ตรงเสียงและไม่ตรงจังหวะแต่จะเป็นการร้องตามนักเรียนคนอื่นเสียมากกว่า ส่วนมากจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีทักษะทางดนตรีด้านการร้องตรงเสียงและตรงจังหวะอยู่ใน**ระดับปานกลาง** โดยมีความรู้ทักษะการร้องใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มร้องเพลงได้ดีกว่านักเรียนชาย

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีทักษะทางดนตรีด้านการร้องตรงเสียงและตรงจังหวะอยู่ใน**ระดับมาก** โดยมีความรู้ทักษะการร้องใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มร้องเพลงได้**ดีกว่า**นักเรียนหญิง

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีทักษะทางดนตรีด้านการร้องตรงเสียงและตรงจังหวะอยู่ใน**ระดับน้อย** โดยไม่แตกต่างในเรื่องเพศ คือนักเรียนทั้งชายและหญิง**ไม่สามารถ**ร้องได้ตรงเสียงและตรงจังหวะเลย

ค. ผลสรุปทักษะทางดนตรีด้านการร้องเพลงตรงเสียงและตรงจังหวะ

นักเรียนส่วนใหญ่ทุกวัยจะชอบร้องเพลง โดยทั่ว ๆ ไปนักเรียนหญิงจะชอบร้องเพลงมากกว่านักเรียนชาย นักเรียนส่วนใหญ่จะร้องเพลงได้ดีพอสมควร ยังมีเสียงเพี้ยนและไม่ตรงจังหวะในเด็กเล็ก ซึ่งถ้าเด็กเติบโตขึ้นจะร้องเพลงได้ดีขึ้น และนักเรียนหญิงมีทักษะการร้องเพลงดีกว่านักเรียนชาย

สรุปผลทักษะทางดนตรีด้านการร้องเพลง

นักเรียนส่วนใหญ่ทุกวัยจะชอบร้องเพลง โดยทั่ว ๆ ไปนักเรียนหญิงจะชอบร้องเพลงมากกว่านักเรียนชาย นักเรียนส่วนใหญ่จะร้องเพลงได้ดีพอสมควร ยังมีเสียงเพี้ยนและไม่ตรงจังหวะในเด็กเล็ก ซึ่งถ้าเด็กเติบโตขึ้นจะร้องเพลงได้ดีขึ้น และนักเรียนหญิงมีทักษะการร้องเพลงดีกว่านักเรียนชาย

- การเคลื่อนไหว การเคลื่อนไหวร่างกายให้เข้ากับเสียงดนตรี สามารถช่วยพัฒนาทักษะทางดนตรีด้านอื่น ๆ และพัฒนาความรู้ทางด้านดนตรีได้ ทักษะการเคลื่อนไหวจะแบ่งออกเป็น 2 ข้อคือ การชอบทักษะการเคลื่อนไหว และทักษะการเคลื่อนไหวตรง/เข้าจังหวะกับเสียงดนตรี ซึ่งจะดำเนินการวิจัยดังนี้

1. การชอบทักษะการเคลื่อนไหว จะวัดจากการที่นักเรียนชอบเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายชอบเต้นหรือไม่ ถ้านักเรียนไม่ชอบการเคลื่อนไหวถือว่าน้อย ถ้านักเรียนเฉย ๆ อย่างไรก็ได้ถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนชอบการเคลื่อนไหวถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปทักษะทางดนตรีด้านการชอบการเคลื่อนไหว

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีทักษะทางดนตรีด้านการชอบการเคลื่อนไหวอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 และ 3-4 ชอบการเคลื่อนไหวมากกว่านักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 5-6

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีทักษะทางดนตรีด้านการชอบการเคลื่อนไหวอยู่ในระดับน้อย โดยนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 ไม่ชอบเคลื่อนไหวมากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีทักษะทางดนตรีด้านการชอบการเคลื่อนไหวอยู่ในระดับมาก โดยนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 ที่เหลือจะชอบการเคลื่อนไหวมากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีทักษะทางดนตรีด้านการชอบการเคลื่อนไหวอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับการชอบใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มการชอบการเคลื่อนไหวมากกว่านักเรียนหญิง

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีทักษะทางดนตรีด้านการเคลื่อนไหวอยู่ในระดับน้อย โดยไม่แตกต่างเรื่องเพศ คือนักเรียนชายและนักเรียนหญิงชอบการเคลื่อนไหวในระดับน้อยพอ ๆ กัน

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีทักษะทางดนตรีด้านการชอบการเคลื่อนไหวอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับการชอบการเคลื่อนไหวใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มชอบการเคลื่อนไหวในระดับมากกว่านักเรียนชาย

ค. ผลสรุปทักษะทางดนตรีด้านการชอบการเคลื่อนไหว

นักเรียนอายุน้อยชอบการเคลื่อนไหวมากกว่านักเรียนอายุมาก โดยนักเรียนชายมีแนวโน้มชอบการเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายรวมไปถึงการเต้นมากกว่านักเรียนหญิง

2. การเคลื่อนไหวตรง/เข้าจังหวะ จะวัดจากการที่นักเรียนปฏิบัติส่วนต่าง ๆ ของร่างกายได้เข้าจังหวะ ท่าทาง ลีลา ความสวยงามเป็นอย่างไร ขนาดไหน ถ้านักเรียนสามารถทำไม่เข้าจังหวะ ท่าทาง ลีลา ไม่สวยงามถือว่าน้อย ถ้านักเรียนปฏิบัติส่วนต่าง ๆ ของร่างกายได้พอเข้าจังหวะ ท่าทาง ลีลา ความสวยงามพอสมควรถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนสามารถปฏิบัติส่วนต่าง ๆ ได้เข้าจังหวัะ ท่าทาง ลีลา ความสวยงามดีมากถือว่าเป็นมาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปทักษะทางดนตรีด้านการเคลื่อนไหวตรง/เข้าจังหวะ

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีทักษะการเคลื่อนไหวตรง/เข้าจังหวะในระดับมาก โดยจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 และ 5-6 ที่เคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายได้เข้าจังหวะ มีท่าทาง ลีลา สวยงามมากกว่านักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีทักษะการเคลื่อนไหวตรง/เข้าจังหวะในระดับปานกลาง โดยมีทักษะใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 มีแนวโน้มการเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายในระดับปานกลางมากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีทักษะการเคลื่อนไหวตรง/เข้าจังหวะในระดับน้อย ส่วนมากจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาชั้นปีที่ 1-2

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีทักษะการเคลื่อนไหวตรง/เข้าจังหวะในระดับมาก โดยมีทักษะใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มการเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายในระดับมากมากกว่านักเรียนชาย

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีทักษะการเคลื่อนไหวตรง/เข้าจังหวัะในระดับปานกลาง โดยมีทักษะใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มการเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายในระดับปลางดีกว่านักเรียนชาย

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีทักษะการเคลื่อนไหวตรง/เข้าจังหวะในระดับน้อย โดยจะเป็นนักเรียนชายมากกว่านักเรียนหญิง

ค. ผลสรุปทักษะการเคลื่อนไหวตรง/เข้าจังหวะ

นักเรียนอายุมากมีทักษะการเคลื่อนไหวตรง/เข้าจังหวะมากกว่านักเรียนอายุน้อย โดยมีทักษะอยู่ในระดับมาก และนักเรียนหญิงมีแนวโน้มทักษะการเคลื่อนไหวดีกว่านักเรียนชาย

สรุปผลทักษะด้านการเคลื่อนไหว

(1) นักเรียนอายุน้อยจะชอบการเคลื่อนไหวมากกว่า นักเรียนอายุมาก แน่นักเรียนอายุมากจะมีการเคลื่อนไหวที่ดีกว่านักเรียนอายุน้อย

(2) ถ้านักเรียนทุกเพศชอบการเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย แต่นักเรียนหญิงจะมีทักษะการเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่ายกายดีกว่านักเรียนชาย

- การอ่านโน้ตสากล การอ่านโน้ตสากลเป็นทักษะอีกทักษะทางดนตรีที่สำคัญ เพราะตัวโน้ตดนตรีจะบันทึกเรื่องราวทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นอารมณ์ ลีลา ลักษณะ และอื่น ๆ ที่จะออกมาเป็นเสียงดนตรีได้ ซึ่งจะวัดจากการที่นักเรียนสามารถอ่านโน้ตสากลได้ในระดับใดมาก/น้อยเพียงไร โดยถ้านักเรียนสามารถอ่านได้เฉพาะกุญแจซอลเพียงบางตัว บางตัวอ่านไม่ออกหรืออ่านไม่ออกเลยถือว่าน้อย ถ้านักเรียนสามารถอ่านโน้ตออกในกุญแจซอลและรู้จักลักษณะของตัวโน้ตต่าง ๆ ได้ถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนสามารถอ่านโน้ตสากลออกทั้งกุญแจซอลและกุญแจฟาถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปทักษะทางดนตรีด้านการอ่านโน้ตสากล

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีทักษะการอ่านโน้ตสากลใน**ระดับน้อย** โดยจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 และ 3-4 **มากกว่า**นักเรียนชั้นอื่น ๆ

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีทักษะในการอ่านโน้ตสากลใน**ระดับปานกลาง** โดยจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 **มากกว่า**นักเรียนชั้นอื่น ๆ

(3) มีนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 เพียงคนเดียวที่มีความรู้ในการอ่านโน้ตสากลอยู่ใน**ระดับมาก**

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีทักษะการอ่านโน้ตสากลใน**ระดับน้อย** โดยมีทักษะการอ่านโน้ตสากลใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายจะมีแนวโน้มทักษะการอ่านโน้ตสากลได้**น้อย**กว่านักเรียนหญิง

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีทักษะการอ่านโน้ตสากลใน**ระดับปานกลาง** โดย**ไม่แตกต่างกันเรื่องเพศ**

(3) มีนักเรียนหญิง**เพียงคนเดียวที่**มีทักษะในการอ่านโน้ตสากลใน**ระดับมาก**

ค. ผลสรุปทักษะการอ่านโน้ตสากล

นักเรียนส่วนใหญ่ทั้งเพศชาย**และเพศหญิงมีทักษะ**การอ่านโน้ตสากลใน**ระดับน้อย** โดยนักเรียนหญิงมีแนวโน้มอ่านโน้ตสากลได้**ดีกว่า**นักเรียนชาย และเมื่อนักเรียนอายุมากขึ้นมีแนวโน้มพัฒนาในการอ่านโน้ตสากลดี**ขึ้น** สาเหตุที่นักเรียนอายุน้อยส่วนใหญ่เป็นนักเรียนระดับประถมศึกษา

ชั้นปีที่ 1-2 ไม่มีทักษะการอ่านโน้ตสากลเป็นเพราะในระดับโรงเรียนประถมศึกษาทั่วไปยังไม่สอนดนตรีสากลถึงขั้นการอ่านโน้ตสากลจากบันทัด 5 เส้น

- **การสร้างสรรค์** การสร้างสรรค์เป็นอีกทักษะทางดนตรีที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง ซึ่งนักเรียนมีความรู้และทักษะในเรื่องดนตรีเรื่องนั้นแล้วนักเรียนรู้จักประดิษฐ์เรื่องนั้นให้ดีขึ้นแปลกออกไปกว่าเดิม ไพเราะกว่าเดิม เป็นต้น ซึ่งจะวัดจากการคิดท่าทางประกอบโดยฉับพลันว่าตรงจังหวะ ดูลีลา ความสวยงาม และดูลักษณะการเล่นเครื่องดนตรีประกอบจังหวะที่จัดเตรียมไปให้ว่าสามารถเล่นได้ตรงจังหวะ และประดิษฐ์ลักษณ์การเล่นใหม่ ๆ ได้หรือไม่ ถ้านักเรียนประดิษฐ์คิดท่าทางประกอบได้เล็กน้อยและเล่นเครื่องประกอบจังหวะไม่ค่อยได้ถือว่าน้อย ถ้านักเรียนประดิษฐ์คิดท่าทางประกอบได้สวยงามตรงจังหวะและเล่นเครื่องประกอบจังหวะได้ แต่คิดลักษณะการเล่นได้เล็กน้อยถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนประดิษฐ์คิดท่าทางประกอบได้ตรงจังหวะดูลีลาแปลกใหม่ สวยงาม และเล่นเครื่องประกอบจังหวะได้ดีและสามารถคิดลักษณะการเล่นในรูปแบบใหม่ ๆ ได้ถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปทักษะทางดนตรีด้านการสร้างสรรค์

ก. **วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย**

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีทักษะทางด้านการสร้างสรรค์อยู่**ในระดับปานและและระดับ**มากใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนมีแนวโน้มไปทางปานกลางมากกว่าคือนักเรียนสามารถคิดท่าทางได้สวยงาม และเล่นเครื่องประกอบจังหวะได้และคิดลักษณะการเล่นได้เล็กน้อย และไม่ค่อยแตกต่างเรื่องอายุ-วัยมากนัก แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 มีแนวโน้มทักษะการสร้างสรรค์ในระดับปานกลางมากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีทักษะทางด้านการสร้างสรรค์อยู่**ในระดับมาก** และไม่ค่อยแตกต่างเรื่องอายุ-วัย แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 และ 5-6 มีแนวโน้มทักษะการสร้างสรรค์ในระดับมาก มากกว่านักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีทักษะทางด้านการสร้างสรรค์อยู่**ในระดับน้อย** ส่วนมากเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีทักษะทางด้านการสร้างสรรค์อยู่ในระดับปานกลางและระดับมากใกล้เคียงกัน แต่มีแนวโน้มไปทางปานกลางมากกว่า นักเรียนจะมีทักษะใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มทักษะด้านการสร้างสรรค์ดีกว่านักเรียนหญิง

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีทักษะทางด้านการสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก และนักเรียนมีทักษะใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มทักษะด้านการสร้างสรรค์ดีกว่านักเรียนชาย

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีทักษะด้านการสร้างสรรค์อยู่ในระดับน้อยและนักเรียนมีทักษะใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มทักษะด้านการสร้างสรรค์ในระดับน้อยมากกว่านักเรียนชาย

ค. ผลสรุปทักษะทางด้านการสร้างสรรค์

นักเรียนส่วนใหญ่มีทักษะทางด้านการสร้างสรรค์อยู่ในระดับปานกลางและระดับมากใกล้เคียงกัน โดยมีนักเรียนอายุน้อย นักเรียนชายจะมีการสร้างสรรค์ดีกว่านักเรียนหญิง แต่พออายุมากขึ้น (ป.5-6) นักเรียนหญิงมีแนวโน้มว่าจะมีพัฒนาการด้านการสร้างสรรค์ดีกว่านักเรียนชาย และนักเรียนส่วนมากจะพัฒนาการสร้างสรรค์ไปตามอายุ คือเมื่อนักเรียนอายุมากขึ้นทักษะการสร้างสรรค์จะดีขึ้นตามไปด้วย

- การเล่นเครื่องดนตรี การเล่นเครื่องดนตรีเป็นทักษะทางดนตรีที่สำคัญที่สุดในการเข้าถึงดนตรี เพราะการเล่นเครื่องดนตรีเป็นการนำเอาความรู้ทางด้านดนตรีและทักษะทางด้านดนตรีทุกอย่างมารวมกัน การเล่นเครื่องดนตรีผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็นหัวข้อที่สำคัญ ๆ คือ เครื่องดนตรีที่นักเรียนรู้จัก เครื่องดนตรีที่นักเรียนเล่นได้ ประมาณการเล่นเครื่องดนตรีของนักเรียน และความสามารถในการบรรเลงร่วมกับผู้อื่น และสถานที่เล่นดนตรี ซึ่งจะดำเนินการวิจัยดังนี้

1. เครื่องดนตรีที่นักเรียนรู้จัก ถ้านักเรียนรู้จักเครื่องดนตรีต่ำกว่า 5 ชิ้นลงมาถือว่าน้อย ถ้านักเรียนรู้จักเครื่องดนตรี 6-10 ชิ้นถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนรู้จักเครื่องดนตรีตั้งแต่ 11 ชิ้นขึ้นไปถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปเครื่องดนตรีที่นักเรียนรู้จัก

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่รู้จักเครื่องดนตรี**ในระดับมาก** ส่วนมากเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมารู้จักเครื่องดนตรี**ในระดับปานกลาง** ส่วนมากเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 และ 3-4

(3) นักเรียนส่วนน้อยรู้จักเครื่องดนตรี**ในระดับน้อย** ส่วนมากเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่รู้จักเครื่องดนตรี**ในระดับมาก**โดย**ไม่แตกต่างเรื่องเพศ**

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมารู้จักเครื่องดนตรี**ในระดับปานกลาง** โดย**ไม่แตกต่างในเรื่องเพศ**

(3) นักเรียนส่วนน้อยรู้จักเครื่องดนตรี**ในระดับน้อย**โดย**ไม่แตกต่างเรื่องเพศ**

ค. ผลสรุปด้านเครื่องดนตรีที่นักเรียนรู้จัก

นักเรียนส่วนใหญ่รู้จักเครื่องดนตรี**ในระดับมาก** นักเรียนสามารถบอกได้ตั้งแต่ 7 ชิ้นขึ้นไป บอกเสียง บอกลักษณะ บอกวิธีการเล่นเครื่องดนตรี**ที่นักเรียนรู้จัก**มาได้ด้วย นอกจากนั้นเมื่อนักเรียนอายุมากขึ้นนักเรียนก็จะมีความรู้เรื่องเครื่องดนตรีมากขึ้น ทำให้รู้จักเครื่องดนตรีมากขึ้น โดยที่**เรื่องของเพศไม่เกี่ยว**คือนักเรียนทั้งเพศหญิงและเพศชายรู้จักเครื่องดนตรีพอ ๆ กัน

2. **เครื่องดนตรีที่นักเรียนเล่นได้** ถ้านักเรียนเล่นเครื่องดนตรีได้เพียงชิ้นเดียวหรือเล่นไม่ได้เลยถือว่าน้อย ถ้านักเรียนสามารถเล่นเครื่องดนตรีได้ 2-3 ชิ้นถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนสามารถเล่นได้ตั้งแต่ 4 ชิ้นเป็นต้นไปถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปเครื่องดนตรีที่นักเรียนเล่นได้

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่เล่นเครื่องดนตรีได้**ในระดับน้อย** คือส่วนใหญ่นักเรียนจะเล่นไม่ได้หรือเล่นได้เพียงชิ้นเดียว และจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 เป็นส่วนมาก

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาเล่นเครื่องดนตรีได้ในระดับปานกลาง โดยเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 และ 5-6 เป็นส่วนมาก แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 มีแนวโน้มเล่นเครื่องดนตรีในระดับปานกลางมากกว่าชั้นอื่น ๆ

(3) นักเรียนส่วนน้อยสามารถเล่นเครื่องดนตรีในระดับมาก โดยจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 ที่เหลือเป็นส่วนมาก

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่เล่นเครื่องดนตรีได้ในระดับน้อย โดยมีความสามารถเล่นเครื่องดนตรีในระดับน้อยใกล้เคียงกัน และนักเรียนชายมีแนวโน้มเล่นเครื่องดนตรีได้น้อยกว่านักเรียนหญิง

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาเล่นเครื่องดนตรีได้ในระดับปานกลาง โดยมีความสามารถเล่นเครื่องดนตรีในระดับปานกลางใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มเล่นเครื่องดนตรีในระดับปานกลางได้มากกว่านักเรียนชาย

(3) นักเรียนส่วนน้อยสามารถเล่นเครื่องดนตรีได้ในระดับมาก โดยมีความสามารถเล่นเครื่องดนตรีในระดับมากใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มเล่นเครื่องดนตรีในระดับมากดีกว่านักเรียนหญิง

ค. ผลสรุปด้านเครื่องดนตรีที่นักเรียนสามารถเล่นได้

เมื่อนักเรียนอายุมากขึ้นจะสามารถเล่นเครื่องดนตรีได้มากชิ้นขึ้นและเล่นได้ดีขึ้นเมื่ออายุมากขึ้น โดยมีความสามารถเช่นเครื่องดนตรีใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มเล่นเครื่องดนตรีได้และมากดีกว่านักเรียนชาย

3. ปริมาณการเล่นเครื่องดนตรีของนักเรียน ถ้านักเรียนเล่นเครื่องดนตรีนาน ๆ ครั้ง หรือไม่เล่นเลยถือว่าน้อย ถ้านักเรียนเล่นเครื่องดนตรี 1-2 ครั้งต่อเดือนถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนเล่นเครื่องดนตรีมากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปปริมาณการเล่นเครื่องดนตรีของนักเรียน

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่เล่นเครื่องดนตรี**ในระดับปริมาณน้อย** ส่วนมากจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาเล่นเครื่องดนตรี**ในระดับปริมาณมาก** ส่วนมากจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 และ 5-6 มีระดับการเล่นใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 มีแนวโน้มเล่นเครื่องดนตรีบ่อยกว่านักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4

(3) นักเรียนส่วนน้อยเล่นเครื่องดนตรี**ในระดับปริมาณปานกลาง** ซึ่งเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 และ 3-4 เป็นส่วนมาก และมีจำนวนเท่ากัน

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่เล่นเครื่องดนตรี**ในระดับปริมาณน้อย** โดยมีปริมาณการเล่นบ่อยเกือบเท่ากัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มนาน ๆ ครั้งถึงจะเล่นเครื่องดนตรี**บ่อยว่านักเรียนหญิง**

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาเล่นเครื่องดนตรี**ในระดับปริมาณปานกลาง** โดยมีปริมาณการเล่นบ่อยเกือบเท่ากัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มเล่น**บ่อยกว่านักเรียนหญิง**

(3) นักเรียนส่วนน้อยสามารถเล่นเครื่องดนตรี**ในระดับปริมาณมาก** โดยมีปริมาณการเล่นบ่อยเกือบเท่ากัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มเล่นเครื่องดนตรี**บ่อยกว่านักเรียนชาย**

ค. ผลสรุปด้านปริมาณการเล่นเครื่องดนตรีของนักเรียน

นักเรียนส่วนใหญ่เล่นเครื่องดนตรี**นาน ๆ ครั้ง-ไม่ได้เล่นเลย** โดยเมื่อนักเรียนอายุมากขึ้น นักเรียยจะเล่นดนตรีบ่อยขึ้น โดยไม่ค่อยแตกต่างเรื่องเพศชัดนัก แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มที่จะเล่นเครื่องดนตรี**ได้บ่อยกว่านักเรียนชาย**

4. **ความสามารถในการบรรเลงร่วมกับผู้อื่น** จะดูจากการที่นักเรียนมีความสามารถเล่นเครื่องดนตรีเข้ากับผู้อื่นได้มากน้อยเพียงใด เข้ากันได้มาก-น้อยแค่ไหน บ่อยแค่ไหน ถ้านักเรียนไม่สามารถเล่นเครื่องดนตรีได้ **หรือ**ไม่สามารถเล่นเครื่องดนตรี**ของตน**เองเข้ากับผู้อื่นได้เลยถือว่าน้อย ถ้านักเรียนเล่นเข้ากับผู้อื่นบ้าง หรือเล่นเข้ากับผู้อื่นได้**นิดหน่อย**ถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนสามารถเล่นเครื่องดนตรีของตนเองเข้ากับผู้อื่นได้ สามารถร่วมวงดนตรีได้และเล่นกันบ่อย ๆ ถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปความสามารถในการบรรเลงร่วมกับผู้อื่น

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ–วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความสามารถในการบรรเลงร่วมกับผู้อื่นได้ในระดับน้อย โดยส่วนมากจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1–2 เป็นส่วนใหญ่ เพราะบางคนยังไม่สามารถเล่นเครื่องดนตรีได้เลย

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีความสามารถในการบรรเลงร่วมกับผู้อื่นได้ในระดับมาก ส่วนมากจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5–6

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีความสามารถในการบรรเลงร่วมกับผู้อื่นได้ในระดับปานกลาง ส่วนมากจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษา 3–4 มากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความสามารถในการบรรเลงร่วมกับผู้อื่นได้ในระดับน้อย โดยเล่นเข้ากับผู้อื่นไม่ได้หรือได้น้อยในระดับใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มเล่นเข้ากับผู้อื่นได้น้อยกว่าผู้หญิง

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีความสามารถในการบรรเลงร่วมกับผู้อื่นได้ในระดับมาก โดยไม่แตกต่างในเรื่องเพศ

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีความสามารถในการบรรเลงเข้ากับผู้อื่นได้ในระดับปานกลาง โดยเล่นในระดับใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มเล่นเข้ากับผู้อื่นได้มากกว่านักเรียนชาย

ค. ผลสรุปด้านความสามารถในการบรรเลงร่วมกับผู้อื่น

นักเรียนส่วนใหญ่มีความสามารถในการบรรเลงร่วมกับผู้อื่นได้ในระดับน้อย โดยส่วนมากจะเป็นเด็กที่มีอายุน้อย และเมื่อนักเรียนมีอายุมากขึ้น นักเรียนจะสามารถเล่นเข้ากับผู้อื่นได้มากขึ้น โดยไม่แตกต่างเรื่องเพศมากนัก แต่เพศหญิงมีแนวโน้มมีความสามารถในการบรรเลงร่วมกับผู้อื่นได้ดีกว่านักเรียนชาย

5. สถานที่เล่นดนตรี เนื่องจากเด็กนักเรียน 1 คนอาจจะเล่นเครื่องดนตรีได้หลายสถานที่แตกต่างหลากหลายมาก จึงสรุปได้ดังนี้ นักเรียนเล่นดนตรีที่บ้านมากที่สุด และจะเป็นนักเรียนหญิงมากกว่านักเรียนชาย นักเรียนกลุ่มรองลงมาจะเล่นดนตรีที่โรงเรียน และจะเป็น

DPU

นักเรียนชายมากกว่านักเรียนหญิง นักเรียนกลุ่มต่อมาจะเล่นเครื่องดนตรีที่โรงเรียนสอนดนตรีและจะเป็นนักเรียนหญิงมากกว่านักเรียนชาย ส่วนสถานที่อื่น ๆ ได้แก่ สวนสาธารณะ บ้านญาติ โรงแรมที่นักเรียนไปพักกับผู้ปกครองหรือไปงานกับผู้ปกครอง เช่น เซ็นทรัล โรงแรมตามต่างจังหวัด และโรงแรมในต่างประเทศ ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย ศูนย์วัฒนธรรมเกอเธ่ ร้านอาหาร และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยที่ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

สรุปผลทักษะการเล่นเครื่องดนตรี

นักเรียนส่วนใหญ่มีทักษะการเล่นเครื่องดนตรี**ในระดับน้อย** เพราะนักเรียนส่วนใหญ่เล่นเครื่องดนตรีได้น้อย ทำให้เล่นร่วมกับผู้อื่นน้อยลงไปด้วย อ่านโน้ตก็ได้บ้างไม่ได้บ้าง นาน ๆ ถึงจะเล่นเครื่องดนตรีหรือไม่ได้เล่นเลย นักเรียนเพียงแค่รู้จักชนิดของเครื่องดนตรีมากเท่านั้นเอง และนักเรียนส่วนใหญ่เล่นดนตรีที่บ้าน นั่นแสดงว่านักเรียนจะต้องมีเครื่องดนตรีที่บ้านด้วย ซึ่งนักเรียนส่วนมากไม่มีเครื่องดนตรีที่บ้าน โดยถ้านักเรียนอายุมากขึ้นทักษะทางดนตรีก็จะมีการพัฒนาดีขึ้น และนักเรียนหญิงมีแนวโน้มเรื่องทักษะ**ดีกว่านักเรียนชาย**

สรุปทักษะทางดนตรี

1. นักเรียนส่วนใหญ่มีทักษะทางดนตรี**ในระดับปานกลางค่อนไปทางน้อย** โดยมีทักษะเรื่องการเคลื่อนไหวและการสร้างสรรค์ในระดับมากกว่านักเรียนชอบเต้นหรือเคลื่อนไหวส่วนต่างๆ ของร่างกายมากที่สุด นักเรียน**มี**ทักษะการร้องเพลงและการฟังเพลงในระดับปานกลาง นักเรียนมีทักษะในการอ่านโน้ตและการเล่นเครื่องดนตรีในระดับน้อย ทั้งนี้เป็นเพราะในเด็กเล็กอาจยังไม่มีการสอนอ่านโน้ตสากลและสอนเล่นเครื่องดนตรี

2. นักเรียนส่วนใหญ่อายุมากขึ้นจะมีการพัฒนาทางด้านทักษะทางดนตรี**ดีขึ้น** และนักเรียนที่มีอายุมากส่วนใหญ่จะมีทักษะทางดนตรีดีกว่านักเรียนที่มีอายุน้อย

3. นักเรียนหญิงส่วนใหญ่**มีทักษะทางดนตรีดีกว่านักเรียนชาย** (ในวัย 6-12 ปี)

สรุปรวมพื้นฐานทางดนตรี

1. นักเรียนมีพื้นฐานทางดนตรีในระดับปานกลาง

2. นักเรียนที่มีอายุมากค่อนข้างมีพื้นฐานทางดนตรีดีกว่านักเรียนที่มีอายุน้อย และพื้นฐานทางดนตรีจะถูกพัฒนาตามอายุ

3. นักเรียนหญิงในวัยนี้ค่อนข้างมีพื้นฐานทางดนตรีดีกว่านักเรียนชาย

3. ความสนใจดนตรี

ความสนใจดนตรี แบ่งเป็น 2 ข้อใหญ่ ๆ คือ ระดับของการฟังและการฟังเพลงประเภทต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

3.1 ระดับการฟังดนตรี ถ้านักเรียนฟังอย่างผ่านหู ไม่ใช้สมาธิ ไม่ตั้งใจฟังถือว่าน้อย ถ้านักเรียนฟังอย่างรู้ตัว ใช้สมาธิเล็กน้อย ไม่ตั้งใจมากนักถือว่าเป็นปานกลาง และถ้านักเรียนฟังอย่างตั้งใจจริง ใช้สมาธิอย่างใจจดใจจ่อถือว่าเป็นมาก

ผลการวิเคราะห์และสรุประดับของการฟังดนตรี

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความสนใจระดับของการฟังอยู่ในระดับน้อย โดยมีความแตกต่างด้านอายุ-วัยน้อย แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 และ 5-6 มีแนวโน้มไม่สนใจฟังกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีความสนใจระดับของการฟังอยู่ในระดับมาก โดยนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 และ 3-4 มีความสนใจฟังมากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ และนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 มีจำนวนการฟังในระดับมากนี้มากที่สุด

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีความสนใจระดับของการฟังอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความสนใจของการฟังอยู่ใน**ระดับน้อย** โดยจะเป็นนักเรียนหญิงที่มีความสนใจฟังดนตรี**น้อยกว่า**นักเรียนชาย

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมามีความสนใจของการฟังดนตรีอยู่ใน**ระดับมาก** โดยจะมีความสนใจของการฟังอยู่ในระดับใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มการฟังดนตรี**มากกว่า**นักเรียนหญิง

(3) นักเรียนส่วนน้อยมีความสนใจของการฟังดนตรีอยู่ใน**ระดับปานกลาง** โดยจะเป็นนักเรียนหญิงที่สนใจฟังดนตรีในระดับปานกลาง**มากกว่า**นักเรียนชาย

ค. ผลสรุประดับของการฟังดนตรี

(1) นักเรียนส่วนใหญ่มีระดับการฟังดนตรี**ในระดับน้อยและมากใกล้เคียงกันมาก** ที่นักเรียนส่วนใหญ่ฟังในระดับน้อยเพราะว่าส่วนใหญ่ทุกสถานที่จะมีดนตรีประกอบ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ตลาด บ้านเพื่อน โรงเรียน และตามงานต่าง ๆ ซึ่งนักเรียนจะฟังดนตรีโดยไม่รู้ตัว ส่วนนักเรียนที่มีระดับการฟังมากคือนักเรียนจะเปิดวิทยุจากการถ่ายทอดเสียงตามคลื่นต่าง ๆ ก็ดี หรือซื้อเทปซีดีมาเปิดฟังก็ดี นักเรียนกลุ่มนี้จะตั้งใจฟังสูง จะฟังทั้งเนื้อร้องและทำนอง มีการวิเคราะห์ จดจำ เล่นเครื่องดนตรีตาม ร้องได้ เต้นได้ และสามารถเอาไปวิจารณ์และให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับเพลงที่ได้ยินด้วย

(2) นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 มีระดับการฟังดนตรี**น้อย**คือเป็นการในระดับผ่านหูเสียมากกว่า ส่วนนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 และ 5-6 จะมีระดับการฟังดนตรีมากคือมีความตั้งใจจริงในการฟังมากกว่านักเรียนชั้นอื่น แสดงให้เห็นว่าเมื่อนักเรียนอายุมากขึ้นจะมีการพัฒนาระดับของการฟังดนตรีมากขึ้น

(3) นักเรียนชายมีแนวโน้มมีระดับการฟังดนตรี**มากกว่า**นักเรียนหญิง หมายความว่านักเรียนชายจะใจจดใจจ่อกว่านักเรียนหญิงและมีการแสดงออกมากกว่านักเรียนหญิง

3.2 การฟังเพลงประเภทต่าง ๆ

นักเรียนส่วนมากจะเลือกฟังเพลงที่มีทั้งเนื้อร้องและทำนองมากที่สุด และแนวเพลงจะเป็นเพลงป๊อบ ที่นิยมฮิตกันอยู่ทั่ว ๆ ไป และเป็นวงสตริงธรรมดาที่พบเห็นกันมากที่สุดทั่ว ๆ ไปนั่นเอง

สรุปความสนใจดนตรี

นักเรียนส่วนใหญ่มีความสนใจดนตรีในระดับมาก ส่วนใหญ่จะเป็นการฟังดนตรีแบบไม่รู้ตัว เพราะทุกหนทุกแห่งมีเสียงดนตรีทั้งหมด และอีกส่วนจะเป็นการฟังแบบใจจดใจจ่อ มีสมาธิในการฟังมาก เพราะเปิดเทปหรือซื้อหามาฟังและเป็นนักเรียนชายมากกว่านักเรียนหญิงที่มีความสนใจดนตรี โดยเมื่อนักเรียนอายุมากขึ้นจะมีความสนใจดนตรีมากขึ้นด้วย และนักเรียนนิยมฟังเพลงป๊อบที่นิยม ฮิตติดหูเป็นวงสตริงที่พบเห็นเป็นส่วนมากทั่ว ๆ ไป

DPU

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนนักเรียนที่มีความรู้ทางดนตรีตามอายุและเพศ และความสนใจดนตรี

	มาก/ดี/คุณภาพในทางบวก				ปานกลาง				น้อย/ไม่ดี/คุณภาพในทางลบ			
	1-2	3-4	5-6	รวม	1-2	3-4	5-6	รวม	1-2	3-4	5-6	รวม
1. จำนวนสมาชิกชาย 36 คน หญิง 36 คน รวม 72 คน												
2. พื้นฐานทางดนตรีแบ่งตามอายุ												
2.1 ความรู้เนื้อหาทางดนตรี												
-จังหวะ	-	7	10	17	14	15	13	42	10	2	1	13
-ทำนอง	-	-	-	-	9	10	15	34	15	15	8	38
-เสียงประสาน	-	3	6	9	4	9	11	24	20	10	9	39
-ลักษณะของเสียง												
1. ความดัง-เบา	9	8	10	27	9	9	8	26	6	7	6	19
2. ความเร็ว-ช้า	18	16	21	55	-	8	6	14	3	-	-	3
-รูปพรรณ	20	21	23	64	1	3	1	5	3	-	-	3
2.2 ทักษะทางดนตรี												
-การฟัง	11	9	12	32	10	15	10	35	1	-	4	5
-การร้อง												
1. ชอบ	13	13	13	39	10	11	9	30	1	-	2	3
2. ตรงเสียง/จังหวะ	4	5	5	14	17	19	18	54	3	-	1	4
-การเคลื่อนไหว												
1. ชอบ	2	3	4	9	20	18	15	53	2	3	5	10
2. ตรง/จังหวะ	7	16	16	39	10	7	8	25	7	1	-	8
-การอ่านโน้ตสากล	-	1	-	1	-	6	12	18	24	17	12	53
-การสร้างสรรค์	7	10	10	27	10	9	9	28	7	5	5	17
-การเล่นเครื่องดนตรี												
1. เครื่องดนตรีที่นักเรียนรู้จัก	-	12	20	32	12	12	-	24	12	-	4	16
2. เครื่องดนตรีที่นักเรียนเล่นได้	-	2	5	7	3	8	10	21	21	14	9	44
3. ปริมาณการเล่นเครื่องดนตรีของนักเรียน	4	10	11	25	5	5	2	12	15	9	11	35
4. ความสามารถในการบรรเลงร่วมกับผู้อื่น	2	7	13	22	4	7	3	14	18	10	8	36
5. สถานที่เล่นดนตรี												
3. ความสนใจดนตรี												
3.1 ระดับของการฟัง	2	10	13	25	14	6	1	21	9	8	9	26
3.2 การฟังเพลงประเภทต่างๆ	นักเรียนจะสนใจดนตรีเลือกฟังเพลงที่มีเนื้อร้องและดนตรีรวมกันมากที่สุดและจะเป็นเพลง Pop ที่นิยมทั่วไป											

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	มาก/ดี/คุณภาพในทางบวก			ปานกลาง			น้อย/ไม่ดี/คุณภาพในทางลบ		
	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
2. พื้นฐานทางดนตรีแบ่งตามเพศ									
2.1 ความรู้เนื้อหาทางดนตรี									
-จังหวะ	9	8	17	22	20	42	5	8	13
-ทำนอง	-	-	-	16	18	34	20	18	38
-เสียงประสาน	5	4	9	11	13	24	20	19	39
-ลักษณของเสียง									
1. ความดัง-เบา	16	11	27	13	13	26	7	12	19
2. ความเร็ว-ช้า	28	27	55	7	7	14	2	1	3
-รูปพรรณ	32	32	64	3	2	5	1	2	3
2.2 ทักษะทางดนตรี									
-การฟัง	15	17	32	21	14	35	4	1	5
-การร้อง									
1.ชอบ	17	22	39	16	14	30	3	-	3
2.ตรงเสียง/ตรงจังหวะ	8	6	14	26	28	54	2	2	4
-การเคลื่อนไหว									
1.ชอบ	4	5	9	27	26	53	5	5	10
2.ตรง/เข้าจังหวะ	19	20	39	11	14	25	6	2	8
-การอ่านโน้ตสากล	-	1	1	9	9	18	27	26	53
-การสร้างสรรค์	13	14	27	15	13	28	8	9	17
-การเล่นเครื่องดนตรี									
1.เครื่องดนตรีที่นักเรียนรู้จัก	16	16	32	12	12	24	8	8	16
2.เครื่องดนตรีที่นักเรียนเล่นได้	4	3	7	9	12	21	23	21	44
3.ปริมาณการเล่นเครื่องดนตรีของนักเรียน	11	14	25	7	5	12	18	17	35
4.ความสามารถในการบรรเลงร่วมกับผู้อื่นได้	11	11	22	6	8	14	19	17	36
5.สถานที่เล่นดนตรี									
3. ความสนใจดนตรี									
3.1ระดับของการฟัง	13	12	25	10	11	21	12	17	29
3.2การฟังเพลงประเภทต่างๆ	นักเรียนเลือกฟังเพลงที่มีเนื้อร้องและทำนองรวมกันมากที่สุด และเป็นเพลง Pop ที่นิยมทั่วไป								

DPU

4. ความชอบในดนตรีประกอบภาพยนตร์ (ดูภาคผนวกประกอบ)

ความชอบในดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา ประกอบไปด้วย 9 ส่วนคือ ความชอบชิ้นงานโฆษณา ความชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา ความชอบเนื้อร้อง ความชอบทำนอง ความชอบจังหวะ ความชอบเสียงประสาน ความชอบประเภทของเสียงดนตรี ความชอบลักษณะของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา และความชอบนักร้อง ซึ่งจะวิเคราะห์และสรุปผลดังต่อไปนี้

4.1 ความชอบชิ้นงานโฆษณา

ความชอบในชิ้นงานโฆษณา ผู้วิจัยจะเปิดวีดีโอแล้วสอบถามนักเรียน ถ้านักเรียนไม่ชอบชิ้นโฆษณาถือว่าน้อย ถ้านักเรียนเฉย ๆ ถือว่าปานกลาง ถ้านักเรียนชอบชิ้นงานโฆษณาถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปความชอบชิ้นงานโฆษณา

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่ชอบชิ้นงานโฆษณาอยู่ในระดับมาก โดยมีความชอบใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 มีแนวโน้มชอบชิ้นงานโฆษณามากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาชอบชิ้นงานโฆษณาอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความชอบใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 และ 5-6 รู้สึกเฉย ๆ กับงานโฆษณา

(3) นักเรียนส่วนน้อยชอบชิ้นงานโฆษณาอยู่ในระดับน้อย โดยจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 ที่ไม่ชอบชิ้นงานโฆษณา

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่ชอบชิ้นงานโฆษณาอยู่ในระดับมาก โดยเป็นนักเรียนหญิงที่ชอบชิ้นงานโฆษณามากกว่านักเรียนชาย

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาชอบชิ้นงานโฆษณาอยู่ในระดับปานกลาง โดยเป็นนักเรียนชายที่รู้สึกเฉย ๆ กับชิ้นงานโฆษณามากกว่านักเรียนหญิง

DPU

(3) นักเรียนส่วนน้อยชอบชิ้นงานโฆษณาอยู่ในระดับน้อย โดยเป็นนักเรียนชายมีแนวโน้มไม่ชอบชิ้นงานโฆษณามากกว่านักเรียนหญิง

ค. ผลสรุปความชอบชิ้นงานโฆษณา

นักเรียนส่วนใหญ่ชอบชิ้นงานโฆษณาโดยไม่ค่อยแตกต่างเรื่องวัยมากนัก แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 มีแนวโน้มการชอบชิ้นงานโฆษณามากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ และจะเป็นนักเรียนหญิงที่ชอบชิ้นงานโฆษณามากกว่านักเรียนชาย

สาเหตุที่นักเรียนส่วนใหญ่ชอบชิ้นงานโฆษณาเพราะการแต่งกายของคนที่อยู่ในโฆษณาแปลกตา สวยงาม ชอบผู้แสดงโดยเฉพาะถ้าผู้แสดงเป็นวัยเดียวกับนักเรียน นักเรียนจะชอบมากเป็นพิเศษ ชอบผลิตภัณฑ์เพราะอร่อยดีเลยชอบโฆษณาไปด้วย ชอบโฆษณาที่ถ่ายทำโดยใช้เทคนิคพิเศษต่าง ๆ ทำให้โฆษณาดูน่าสนใจ โฆษณาสนุก คิกขุอาโนเนะดี (น่ารักดี) ชอบชิ้นงานโฆษณาเพราะเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาไพเราะ ฟังดูตื่นเต้น ลึกลับ บางเพลงก็มัน สนุกดี

สาเหตุที่นักเรียนไม่ชอบชิ้นงานโฆษณาเพราะ ภาพไม่สวย ไม่มัน ไม่ชอบผลิตภัณฑ์และไม่ชอบเพลงประกอบภาพยนตร์เพราะทำนองไม่ไพเราะ ไม่มัน เป็นต้น

4.2 ความชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ความชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา ผู้วิจัยจะเปิดวีดีโอแล้วสอบถามนักเรียน ถ้านักเรียนไม่ชอบเพลงประกอบดนตรีภาพยนตร์โฆษณาถือว่าน้อย ถ้านักเรียนรู้สึกเฉย ๆ ถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปความชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่ชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาในระดับมาก ส่วนมากจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 และ 5-6 ที่มีระดับความชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามากใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 มีแนวโน้มชอบมากกว่า

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาในระดับปานกลาง โดยมีระดับความชอบใกล้เคียงกันแต่จะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 มีความรู้สึกเฉย ๆ กับดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(3) นักเรียนส่วนน้อยชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาอยู่ในระดับน้อย โดยมีความไม่ชอบในระดับใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 มีแนวโน้มไม่ชอบมากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่ชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์อยู่ในระดับมาก โดยชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาในระดับใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามากกว่านักเรียนชาย

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความรู้สึกเฉย ๆ ในระดับใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มเฉย ๆ กว่านักเรียนชาย

(3) นักเรียนส่วนน้อยชอบดนตรีประกอบภาพยตร์โฆษณาอยู่ในระดับน้อย โดยนักเรียนชายไม่ชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามากกว่านักเรียนหญิง

ค. ผลสรุปความชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

นักเรียนส่วนใหญ่โดยรวมชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาโดยไม่ค่อยแตกต่างเรื่องวัยมากนัก แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 และ 5-6 มีแนวโน้มชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามากกว่านักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 และจะเป็นนักเรียนหญิงที่มีแนวโน้มชอบประกอบภาพยนตร์โฆษณามากกว่านักเรียนชาย

สาเหตุที่นักเรียนชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาเพราะดนตรีที่มีทั้งเนื้อร้องและทำนองฟังดูสนุก มัน ไพเราะ น่าฟัง แปลกดี ส่วนนักเรียนที่ชอบฟังดนตรีบรรเลงอย่างเดียวเพราะไพเราะดี ชาบซึ้ง รู้สึกช้า สงบ น่าสงสาร และน่าติดตาม

สาเหตุที่นักเรียนไม่ชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์เพราะเพลงที่มีทั้งทำนองและเนื้อร้องไม่สนุก เมื่อไม่สนุกก็ร้องตามไม่ได้ ร้องตามไม่ได้ก็ไม่ชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา และดนตรีบรรเลงฟังแล้วไม่สนุก ไม่เร้าใจ

4.3 ความชอบเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ความชอบเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา ผู้วิจัยจะเปิดวีดีโอจนจบงานโฆษณา แล้วสอบถามเด็กนักเรียน ถ้านักเรียนไม่ชอบเนื้อร้องถือว่าน้อย ถ้านักเรียนรู้สึกเฉย ๆ ถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนชอบเนื้อร้องถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปความชอบเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่ชอบเนื้อร้องอยู่ในระดับมาก โดยจะเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 ที่ชอบเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาชอบเนื้อร้องอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักเรียนรู้สึกเฉย ๆ พอ ๆ กัน แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 มีแนวโน้มรู้สึกเฉย ๆ มากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(3) นักเรียนส่วนน้อยชอบเนื้อร้อยอยู่ในระดับน้อย โดยนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 รู้สึกไม่ชอบเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่ชอบเนื้อร้องอยู่ในระดับมาก โดยนักเรียนชายมีแนวโน้มชอบเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามากกว่านักเรียนหญิง

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาชอบเนื้อร้องอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักเรียนหญิงรู้สึกเฉย ๆ กับดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามากกว่านักเรียนชาย

(3) นักเรียนส่วนน้อยชอบเนื้อร้องอยู่ในระดับน้อย โดยมีความไม่ชอบเนื้อร้องในระดับใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มไม่ชอบเนื้อร้องกว่านักเรียนหญิง

ค. ผลสรุปความชอบเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

นักเรียนส่วนใหญ่ชอบเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา โดยนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 ชอบเนื้อร้องมากกว่าชั้นอื่น ๆ และนักเรียนชายมีแนวโน้มชอบเนื้อร้องมากกว่านักเรียนหญิง

สาเหตุที่นักเรียนชอบเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาเพราะเนื้อร้องไพเราะดี เนื้อร้องฟังดูง่ายแต่เวลานำไปร้องหรือเล่นทำยากเลยชอบ เนื้อร้องแสดงความร่าเริง ฟังดูสนุกสนาน เด็กวัยเดียวกันร้องสนุกดี

สาเหตุที่นักเรียนไม่ชอบเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาเพราะเนื้อร้องมีหลายความหมาย ถ้าคิดไปอีกทางจะฟังดูน่าเกลียด

4.4 ความชอบทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ความชอบทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา ผู้วิจัยจะเปิดวีดีโอจนจบงานโฆษณาแล้วสอบถามนักเรียน ถ้านักเรียนไม่ชอบทำนองเพลงถือว่าน้อย ถ้านักเรียนรู้สึกเฉย ๆ กับทำนองเพลงถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนชอบทำนองเพลงถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปความชอบทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่ชอบทำนองดนตรีในระดับปานกลาง โดยนักเรียนมีความรู้สึกเฉย ๆ ต่อทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา โดยมีความแตกต่างในเรื่องของอายุ-วัยน้อยมาก แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 มีแนวโน้มรู้สึกเฉย ๆ มากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(2) นักเรียนอีกกลุ่มมีความชอบทำนองดนตรีในระดับมาก โดยมีความแตกต่างในเรื่องของอายุน้อยมาก แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 และ 5-6 มีแนวโน้มชอบทำนองมากกว่านักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่ชอบทำนองดนตรีในระดับปานกลาง โดยมีความรู้สึกเฉย ๆ ใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มเฉย ๆ กับทำนองดนตรีมากกว่านักเรียนชาย

(2) นักเรียนอีกกลุ่มชอบทำนองดนตรีในระดับมาก โดยมีความชอบทำนองใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มชอบทำนองดนตรีมากกว่าหญิง

ค. ผลสรุปความชอบทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

(1) นักเรียนส่วนใหญ่รู้สึกเฉย ๆ กับทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา โดยนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 และ 5-6 จะชอบทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามากกว่านักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 ซึ่งรู้สึกเฉย ๆ กับทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

(2) นักเรียนส่วนน้อยเป็นผู้ชายจะชอบทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณากว่านักเรียนหญิง ซึ่งนักเรียนหญิงจะรู้สึกเฉย ๆ กับทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

(3) สาเหตุที่นักเรียนชอบทำนองดนตรีประกอบภาพยตร์โฆษณาเพราะไพเราะดี มันสนุก ร่าเริง เข้ากับภาพยนตร์โฆษณา และสามารถแกะออกมาเป็นโน้ตสากลซึ่งนำไปเล่นเครื่องดนตรีได้

4.5 ความชอบจังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ความชอบจังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา ผู้วิจัยจะเปิดวีดีโอแล้วสอบถามนักเรียน ถ้านักเรียนไม่ชอบจังหวะถือว่าน้อย ถ้านักเรียนเฉย ๆ ถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนชอบจังหวะถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปความชอบจังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ก. **วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย**

(1) นักเรียนส่วนใหญ่ชอบจังหวะอยู่ในระดับมาก โดยมีความชอบใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 มีแนวโน้มชอบจังหวะมากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาชอบจังหวะอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักเรียนมีความรู้สึกเฉย ๆ กับจังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 และ 5-6 มีแนวโน้มรู้สึกเฉย ๆ กว่านักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 ที่มีความรู้สึกไม่ชอบจังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

(3) นักเรียนส่วนน้อยไม่ชอบจังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา โดยเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4

ข. **วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ**

(1) นักเรียนส่วนใหญ่ชอบจังหวะอยู่ระดับมาก โดยมีระดับความชอบใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มชอบจังหวะมากกว่านักเรียนชาย

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาชอบจังหวะอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความรู้สึกเฉย ๆ ต่อจังหวะดนตรีโฆษณาพอ ๆ กัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มรู้สึกเฉย ๆ กว่านักเรียนชาย

(3) นักเรียนส่วนน้อยไม่ชอบจังหวะ โดยจะเป็นนักเรียนชาย

ค. ผลสรุปความชอบจังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

นักเรียนส่วนใหญ่ชอบจังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา โดยมีความชอบใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 มีแนวโน้มชอบจังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามากกว่าชั้นอื่น ๆ และเป็นนักเรียนหญิงที่ชอบจังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามากกว่านักเรียนชาย

นักเรียนส่วนมาชอบจังหวะที่มีลักษณะเร็ว ๆ เพราะ มัน สะใจ สนุก ได้อารมณ์และเข้ากับโฆษณา นักเรียนไม่ชอบจังหวะเร็วเพราะฟังแล้วหัวใจจะเต้นเร็ว แรง ทำให้รู้สึกเหนื่อย

4.6 ความชอบเสียงประสานดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ความชอบเสียงประสานดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา ผู้วิจัยจะเปิดวีดีโอให้นักเรียนดูจนจบ ถ้านักเรียนไม่ชอบถือว่าน้อย ถ้านักเรียนเฉย ๆ ถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนชอบถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปความชอบเสียงประสานดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

นักเรียนทุกคน ทุกอายุ-ทุกวัย ทุกเพศ **ไม่ชอบ**เสียงประสานดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา หรือชอบในระดับน้อยมาก บางคนไม่รับรู้และไม่เข้าใจ ไม่สนใจเรื่องเสียงประสานเลยด้วยซ้ำ

สาเหตุที่นักเรียนชอบเสียงประสานน้อยหรือไม่ชอบเลยนั้นสาเหตุมาจากนักเรียนมีความรู้ในเรื่องนี้น้อยมาก และเวลาชมโฆษณาสนใจแต่องค์ประกอบอื่นของโฆษณาที่น่าสนใจกว่ามากกว่าที่จะนั่งใช้สมาธิวิเคราะห์ถึงการประสานเสียง

4.7 ความชอบประเภทของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ความชอบประเภทของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา ผู้วิจัยจะเปิดวีดีโอให้นักเรียนดู ถ้านักเรียนชอบเสียงร้องเพียงอย่างเดียวถือว่าน้อย ถ้านักเรียนชอบเสียงเครื่องดนตรีอย่างเดียวถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนชอบเสียงร้องและเสียงเครื่องดนตรีพร้อมกันถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปความชอบประเภทของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ–วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่ชอบประเภทของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาในระดับมาก แสดงว่านักเรียนชอบดนตรีที่มีทั้งเสียงร้องและเสียงดนตรีพร้อมกันโดยไม่แตกต่างเรื่องอายุ–วัย

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาชอบประเภทของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาในระดับน้อย คือมีนักเรียนชอบเสียงร้องเพียงอย่างเดียวโดยมีระดับการชอบใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1–2 และ 3–4 มีแนวโน้มชอบดนตรีที่มีเสียงร้องเพียงอย่างเดียวมากกว่านักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5–6

(3) นักเรียนส่วนน้อยชอบประเภทดนตรีในระดับปานกลาง คือนักเรียนส่วนน้อยจะชอบเสียงดนตรีเพียงอย่างเดียว โดยมีระดับความชอบใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5–6 มีแนวโน้มชอบเสียงดนตรีเพียงอย่างเดียวมากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่ชอบประเภทของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาในระดับมากโดยไม่แตกต่างเรื่องเพศ แสดงว่านักเรียนหญิงและนักเรียนชายชอบดนตรีที่มีทั้งเนื้อร้องและทำนองรวมกันมากที่สุด

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาชอบดนตรีที่มีเฉพาะเสียงร้องเพียงอย่างเดียวโดยไม่แตกต่างในเรื่องเพศ

(3) นักเรียนส่วนน้อยชอบดนตรีที่มีเฉพาะเสียงดนตรีบรรเลงเพียงอย่างเดียวโดยนักเรียนหญิงมีแนวโน้มชอบดนตรีเพียงอย่างเดียวมากกว่านักเรียนชาย

ค. ผลสรุปความชอบประเภทของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

นักเรียนส่วนใหญ่ทั้งหญิงและชายของประเภทของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาในลักษณะที่เป็นเสียงร้องและเสียงดนตรีรวมกัน โดยไม่แตกต่างกัน รองลงมานักเรียนชอบดนตรีที่เป็นเสียงร้องอย่างเดียว และสุดท้ายนักเรียนจะชอบดนตรีที่เป็นเสียงดนตรีบรรเลงอย่างเดียว ซึ่งทุกระดับของความชอบไม่แตกต่างในเรื่องเพศ

สาเหตุที่นักเรียนชอบดนตรีที่เป็นเสียงร้องและเสียงดนตรีพร้อมกันเพราะว่าฟังรู้เรื่องสนุก มัน และสามารถเข้าใจง่าย สาเหตุที่นักเรียนชอบเสียงดนตรีเพียงอย่างเดียวเพราะเสียงของเครื่องดนตรีสามารถคลายความเครียด ทำให้เกิดความซาบซึ้ง ไพเราะ และได้อารมณ์

4.8 ความชอบลักษณะของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ความชอบลักษณะของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาแบ่งเป็น 2 หัวข้อย่อย คือ ความชอบความดัง/เบา และความชอบความเร็ว/ช้า

- ความชอบความดัง/เบา

ถ้านักเรียนชอบความเบาถือว่าน้อย ถ้านักเรียนชอบเสียงดังปานกลางถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนชอบความดังถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปความชอบความดัง/เบา

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่ทุกคนทุกวัยชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่มีเสียงดัง

(2) นักเรียนอีกกลุ่มหนึ่งทุกคนทุกวัยชอบเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่มีเสียงดังปานกลาง

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่ชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่มีเสียงดัง โดยเพศชายมีแนวโน้มชอบเสียงดังมากกว่าเพศหญิง

(2) นักเรียนอีกกลุ่มหนึ่งชอบเสียงดนตรีเสียงดังปานกลาง โดยเป็นนักเรียนหญิงที่มีแนวโน้มชอบเสียงดังปานกลางมากกว่านักเรียนชาย

ค. ผลสรุปความชอบเสียงดัง/เบา

นักเรียนส่วนใหญ่ทุกวัยชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่มีเสียงดังมากกว่าเสียงเบา และนักเรียนหญิงมีแนวโน้มชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่มีเสียงดังมากกว่านักเรียนชาย เพราะว่าเสียงดังทำให้สนุก ร่าเริง มัน สะใจ

- ความชอบความเร็ว/ช้า

ถ้านักเรียนชอบความช้าถือว่าน้อย ถ้านักเรียนชอบเร็วปานกลางถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนชอบความเร็วถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปความชอบความเร็ว/ช้า

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่ชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่มีลักษณะเร็ว โดยชอบลักษณะนี้ใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 มีแนวโน้มชอบเพลงเร็วกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(2) นักเรียนอีกกลุ่มชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่มีลักษณะเร็วปานกลางโดยชอบลักษณะนี้ใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 และ 3-4 มีแนวโน้มชอบเพลงเร็วปานกลางมากกว่านักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่ชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่มีลักษณะเร็ว โดยชอบลักษณะนี้ใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มชอบเพลงเร็วกว่านักเรียนหญิง

(2) นักเรียนอีกกลุ่มชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่มีลักษณะเร็วปานกลาง โดยชอบลักษณะนี้ใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มชอบเพลงเร็วปานกลางมากกว่านักเรียนชาย

ค. ผลสรุปความชอบความเร็ว/ช้า

นักเรียนส่วนใหญ่ทุกวัยชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่มีลักษณะเร็วมากกว่าช้า และนักเรียนชายมีแนวโน้มชอบเพลงเร็วกว่านักเรียนหญิง เพราะว่าดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่เร็วทำให้รู้สึกสนุก ร่าเริง มัน สะใจ

สรุปผลความชอบลักษณะของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

นักเรียนส่วนใหญ่ทุกวัยชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่มีเสียงดังและเร็ว โดยนักเรียนชายมีแนวโน้มชอบเสียงดังและความเร็วมากกว่านักเรียนหญิง เพราะว่าเพลงประกอบ

สรุปผลความชอบในดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

1. นักเรียนส่วนใหญ่ชอบชิ้นงานโฆษณา ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา เนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา จังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา ประเภทของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา และลักษณะของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาในระดับมาก นักเรียนชอบทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา และนักร้องในระดับปานกลาง นักเรียนชอบเสียงประสานดนตรีภาพยนตร์โฆษณาในระดับน้อย

2. เด็กนักเรียนอายุมากชอบชิ้นงาน ทำนอง และเนื้อร้องดนตรีโฆษณามากกว่าเด็กอายุน้อย ส่วนเด็กอายุน้อยชอบจังหวะมากกว่าเด็กอายุมาก ส่วนเด็กอายุมากและเด็กอายุน้อยเท่ากันคือ เสียงประสาน ประเภทของเสียง ลักษณะของเสียง และนักร้อง

3. นักเรียนหญิงชอบชิ้นงาน ดนตรี และจังหวะมากกว่านักเรียนชาย นักเรียนชายชอบเนื้อร้อง ทำนอง และลักษณะของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา มากกว่านักเรียนหญิง นักเรียนหญิงและนักเรียนชายชอบเท่ากันคือ เสียงประสาน ประเภทของเสียงและนักร้อง

4. นักเรียนชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณะที่มีลักษณะมีเนื้อร้องและทำนองรวมกัน ชอบเพลงที่มีลักษณะเร็ว ๆ และดัง ๆ เนื้อร้องและทำนองต้องออกมาสนุก ไพเราะ น่าฟัง มันสะใจ ร่าเริง แปลก ๆ รู้สึกน่าติดตาม ได้อารมณ์ และเข้ากับภาพยนตร์โฆษณา

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนนักเรียนที่ชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

	มาก/ดี/คุณภาพในทางบวก				ปานกลาง				น้อย/ไม่ดี/คุณภาพในทางลบ			
	1-2	3-4	5-6	รวม	1-2	3-4	5-6	รวม	1-2	3-4	5-6	รวม
4. ความชอบในดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาแบ่งตามอายุ												
4.1 ชอบชิ้นงานโฆษณา	14	12	16	42	10	9	7	26	-	3	1	4
4.2 ชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา	16	12	15	43	6	9	7	22	2	3	2	7
4.3 ชอบเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา	12	11	16	39	11	9	8	28	1	4	-	5
4.4 ชอบทำนองดนตรีฯ	9	10	10	29	15	14	14	43	-	-	-	-
4.5 ชอบจังหวะดนตรีฯ	16	15	15	46	8	7	8	23	-	2	1	3
4.6 ชอบเสียงประสานดนตรี	-	-	-	-	-	-	-	-	24	24	24	72
4.7 ชอบประเภทของเสียงดนตรี	14	14	14	42	2	3	5	10	7	7	6	20
4.8 ชอบลักษณะของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา												
ความดัง/เบา	18	18	18	54	6	6	6	18	-	-	-	-
ความเร็ว/ช้า	20	20	21	61	4	4	3	11	-	-	-	-
4.9 ชอบนักร้อง	-	-	-	-	24	24	24	72	-	-	-	-

ตารางที่ 2 (ต่อ)

	มาก/ดี/คุณภาพในทางบวก			ปานกลาง			น้อย/ไม่ดี/คุณภาพในทางลบ		
	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
4. ความชอบในดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาแบ่งตามเพศ									
4.1 ชอบชิ้นงานโฆษณา	18	24	42	15	11	26	3	1	4
4.2 ชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา	21	22	43	10	12	22	6	1	7
4.3 ชอบเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา	21	18	39	12	16	28	3	2	5
4.4 ชอบทำนองดนตรีฯ	15	14	29	21	22	43	-	-	-
4.5 ชอบจังหวะดนตรีฯ	22	24	46	11	12	23	3	-	3
4.6 ชอบเสียงประสานดนตรี	-	-	-	-	-	-	36	36	72
4.7 ชอบประเภทของเสียงดนตรี	21	21	42	4	6	10	10	10	20
4.8 ชอบลักษณะของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา									
-ความดังเบา	28	26	54	8	10	18	-	-	-
-ความเร็วช้า	31	30	61	5	6	11	-	-	-
4.9 ชอบนักร้อง	-	-	-	36	36	72	-	-	-

DPU

5. การจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

การจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา ประกอบไปด้วย 9 ส่วนที่สำคัญคือ จดจำชิ้นงานโฆษณา จดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา จดจำเนื้อร้องในเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา จดจำทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา จดจำจังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา จดจำเสียงประสานดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา จดจำประเภทของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา จดจำลักษณะของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา และจดจำนักร้อง

5.1 การจดจำชิ้นงานโฆษณา

นักเรียนทุกคน ทุกวัย ทุกเพศ จดจำชิ้นงานได้ทั้งหมดอย่างแม่นยำและถูกต้อง ถือว่าเป็นการจดจำได้ในระดับมากอีกด้วย เพราะเพียงแค่นักเรียนเห็นหรือได้ยินดนตรีหรือคำพูดเพียงแค่บางประโยคหรือเพียงนิดหน่อยนักเรียนก็สามารถจำได้ทันทีว่าโฆษณาชิ้นนั้นคืออะไร เป็นสินค้าอะไร เพลงร้องอย่างไร ภาพเป็นอย่างไร และอธิบายให้ความเห็นเกี่ยวกับโฆษณาดนตรีในโฆษณา ภาพโฆษณา ผู้แสดง แม้แต่ผลิตภัณฑ์ได้อีกด้วย

5.2 การจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

จะวัดจากการที่นักเรียนสามารถฮัมหรือร้องทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้น้อยกว่า 1 ประโยคเพลงถือว่าน้อย ถ้านักเรียนฮัมหรือร้องทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ 2-4 ประโยคเพลงถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนสามารถฮัมหรือร้องทำนองดนตรีประกอบโฆษณาได้ทั้งหมดถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปการจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่จดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ในระดับมาก โดยมีการจดจำได้ใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 มีแนวโน้มจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้มากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(2) นักเรียนอีกกลุ่มจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้**ในระดับปานกลาง** โดยมีการจดจำได้ใกล้เคียงกันมาก ซึ่งเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 และ 3-4

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่จดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้**ในระดับมาก** โดยมีการจดจำได้ใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มจดจำได้**มากกว่า**นักเรียนชาย

(2) นักเรียนอีกกลุ่มจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้**ในระดับปานกลาง** โดยมีการจดจำได้ใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มจดจำได้**มากกว่า**นักเรียนชาย

ค. ผลสรุปการจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

นักเรียนส่วนใหญ่สามารถจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้**ในระดับมาก** โดยมีการจดจำได้ใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนอายุมากมีแนวโน้มจดจำได้**ดีกว่า**นักเรียนอายุน้อย และเป็นนักเรียนหญิงมีแนวโน้มจดจำได้**ดีกว่า**นักเรียนชาย นักเรียนส่วนใหญ่สามารถร้องเพลงประกอบดนตรีได้ทุกเพลงและทุกโฆษณา

5.3 การจดจำเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

จะวัดจากการที่นักเรียนสามารถร้องหรือพูดเนื้อเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ ถ้านักเรียนร้องหรือพูดได้ต่ำกว่า 1 ประโยคเพลงถือว่าน้อย ถ้านักเรียนสามารถร้องหรือพูดได้ 2-4 ประโยคเพลงถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนสามารถร้องหรือพูดเนื้อเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ทั้งหมดถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปการจดจำเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่จดจำเนื้อร้องได้**ในระดับมาก** ส่วนมากเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาจดจำเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้**ในระดับปานกลาง** โดยมีการจดจำเนื้อร้องได้ใกล้เคียงกัน ซึ่งเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 และ 3-4

(3) นักเรียนส่วนน้อยจดจำเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ในระดับน้อย ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่สามารถจดจำเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ในระดับมาก โดยมีการจดจำเนื้อร้องได้ใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มจดจำเนื้อร้องได้ดีกว่านักเรียนหญิง

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาสามารถจดจำเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ในระดับปานกลาง โดยมีการจดจำเนื้อร้องได้ใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มจดจำเนื้อร้องได้ดีกว่านักเรียนหญิง

ค. ผลสรุปการจดจำเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

นักเรียนส่วนใหญ่สามารถจดจำเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ในระดับมาก โดยนักเรียนที่มีอายุมากจะจำได้ดีกว่า แม่นยำและถูกต้องกว่านักเรียนที่มีอายุน้อยและนักเรียนหญิงมีแนวโน้มจดจำเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ดีกว่านักเรียนชาย

5.4 การจดจำทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

จะวัดจากการที่นักเรียนสามารถฮัมทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้มากน้อยเพียงใด ถ้านักเรียนสามารถฮัมทำนองได้ต่ำกว่า 1 ประโยค และเพี้ยนถือว่าน้อย ถ้านักเรียนสามารถฮัมทำนองได้ 2-4 ประโยคเพลงและมีเพี้ยนนิดหน่อยถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนสามารถฮัมทำนองได้ทั้งหมดและไม่เพี้ยนเลยถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปการจดจำทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่สามารถจดจำทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ในระดับปานกลาง ส่วนมากเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาจดจำทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ในระดับมาก ส่วนมากเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6

(3) นักเรียนส่วนน้อยสามารถจดจำทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ในระดับน้อย ส่วนมากเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 และ 3-4

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่สามารถจดจำทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ในระดับมาก โดยมีการจดจำได้ใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มจดจำได้มากกว่านักเรียนหญิง

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาสามารถจดจำทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ในระดับมาก โดยเป็นนักเรียนหญิงที่จดจำได้ดีกว่านักเรียนชาย

(3) นักเรียนส่วนน้อยสามารถจดจำทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ในระดับน้อย โดยสามารถจดจำได้ใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายจดจำทำนองได้น้อยกว่านักเรียนหญิง

ค. ผลสรุปการจดจำทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

นักเรียนส่วนใหญ่สามารถจดจำทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ในระดับปานกลางและระดับมากใกล้เคียงกันมาก แต่นักเรียนส่วนมากมีแนวโน้มจดจำได้ในระดับปานกลางมากกว่า โดยนักเรียนที่มีอายุมากจะสามารถจดจำทำนองได้ดีกว่านักเรียนที่มีอายุน้อยและนักเรียนหญิงสามารถจดจำทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาดีกว่านักเรียนชาย

5.5 การจดจำจังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ถ้านักเรียนไม่สามารถตบมือเข้ากับดนตรีได้ถือว่าน้อย ถ้านักเรียนสามารถตบมือเข้ากับดนตรีได้บ้างไม่ได้บ้างถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนสามารถตบมือได้เข้ากับดนตรีถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปการจดจำจังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่สามารถจดจำจังหวะดนตรีได้ในระดับปานกลาง โดยมีการจดจำใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 มีแนวโน้มจดจำจังหวะได้มากกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาสามารถจดจำจังหวะดนตรีได้ในระดับมาก โดยเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 ที่มีการจดจำได้ดีที่สุด

(3) นักเรียนส่วนน้อยสามารถจดจำจังหวะดนตรีได้ในระดับน้อย โดยเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 ที่จดจำได้น้อยที่สุด

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่สามารถจดจำจังหวะดนตรีได้ในระดับปานกลาง โดยมีระดับการจดจำได้ใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มจดจำได้มากกว่านักเรียนหญิง

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาสามารถจดจำจังหวะดนตรีได้ในระดับมาก โดยนักเรียนหญิงสามารถจดจำจังหวะได้มากกว่านักเรียนชาย

(3) นักเรียนส่วนน้อยสามารถจดจำจังหวะดนตรีได้ในระดับน้อย โดยมีระดับการจดจำได้ใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายจดจำจังหวะได้น้อยกว่านักเรียนหญิง

ค. ผลสรุปการจดจำจังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

นักเรียนส่วนใหญ่สามารถจดจำจังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ในระดับปานกลางและมากใกล้เคียงกัน และเมื่อนักเรียนอายุมากขึ้นการจดจำจังหวะจะดีและพัฒนาขึ้น และนักเรียนชายสามารถจดจำจังหวะได้ดีกว่านักเรียนหญิง

5.6 การจดจำเสียงประสานดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

นักเรียนทุกคน ทุกเพศ ทุกวัยจดจำเสียงประสานดนตรีได้ในระดับน้อย เป็นเพราะนักเรียนไม่มีความรู้ทางด้านนี้เลย ประกอบกับเวลาชมโฆษณามักแต่ไปสนใจกับองค์ประกอบอื่น ๆ มากกว่า นอกจากนี้โฆษณายังเร็วเกินไป นักเรียนไม่มีเวลาใช้สมาธิในการแยกแยะวิเคราะห์เสียงประสาน

5.7 การจดจำประเภทของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ถ้านักเรียนสามารถจดจำเสียงดนตรีและสามารถแยกแยะได้ว่าเป็นเสียงดนตรีหรือเสียงร้องถือว่าน้อย และถ้านักเรียนสามารถจดจำเสียงดนตรีและสามารถแยกแยะเสียงดนตรีได้ว่าเป็นเสียงร้องผู้หญิง ผู้ชาย เด็กหรือผู้ใหญ่ และสามารถแยกแยะเสียงดนตรีว่าเป็นเครื่องดนตรีชนิดใดบ้าง โดยต้องระบุชื่อเครื่องดนตรีได้ถูกต้องถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนสามารถจดจำและแยกแยะเสียงร้อง เสียงเครื่องดนตรีว่าเป็นชนิดใดและตรงไหนของบทเพลงเป็นเสียงร้องเสียงดนตรีอย่างไรได้ถูกต้องหมดถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปการจดจำประเภทของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ–วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่สามารถจดจำประเภทของดนตรีได้ใน**ระดับน้อย** โดยไม่แตกต่างเรื่องอายุ

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาสามารถจดจำประเภทของดนตรีได้ใน**ระดับมาก** โดยเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 และ 5-6

(3) นักเรียนกลุ่มสุดท้ายสามารถจดจำประเภทของดนตรีได้ใน**ระดับปานกลาง** โดยเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่สามารถจดจำประเภทของเสียงดนตรีได้ใน**ระดับน้อย** โดยไม่แตกต่างเรื่องเพศ

(2) นักเรียนกลุ่มรองลงมาสามารถจดจำประเภทของเสียงดนตรีได้ใน**ระดับมาก** โดยไม่แตกต่างเรื่องเพศ

(3) นักเรียนส่วนน้อยสามารถจดจำประเภทของเสียงดนตรีได้ใน**ระดับปานกลาง** โดยไม่แตกต่างเรื่องเพศ

ค. ผลสรุปการจดจำประเภทของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

นักเรียนส่วนใหญ่สามารถจดจำประเภทของดนตรีได้ใน**ระดับน้อย** ถ้านักเรียนอายุมากขึ้นนักเรียนสามารถจดจำประเภทของเสียงดนตรีได้ดีขึ้นและไม่แตกต่างเรื่องเพศ หมายความว่านักเรียนหญิงและนักเรียนชายสามารถจดจำประเภทของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้พอ ๆ กัน

5.8 การจดจำลักษณะของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

การจดจำลักษณะของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาแบ่งออกเป็น 2 หัวข้อ คือ ความดัง/เบา และความเร็ว/ช้า

DPU

- การจดจำความดัง/เบา

ถ้านักเรียนไม่สามารถบอกได้ว่าเพลงใดดัง/เบาถือว่าน้อย ถ้านักเรียนสามารถบอกได้บ้างไม่ได้บ้างว่าเพลงใดดัง/เบาถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนสามารถบอกได้ว่าเพลงใดดัง/เบาได้ถูกต้องถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปการจดจำความดัง/เบา

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ-วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่จดจำความดัง/เบาได้ใน**ระดับปานกลาง** โดยมีการจดจำความดัง/เบาใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 มีแนวโน้มจดได้**ดีกว่า**นักเรียนชั้นอื่น ๆ

(2) นักเรียนอีกกลุ่มจดจำความดัง/เบาได้ใน**ระดับมาก** โดยมีการจดจำความดัง/เบาใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 และ 5-6 มีแนวโน้มจดจำได้**ดีกว่า**นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่จดจำความดัง/เบาได้ใน**ระดับปานกลาง** โดยมีระดับการจดจำได้ใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนชายมีแนวโน้มจดจำได้**ดีกว่า**นักเรียนหญิง

(2) นักเรียนอีกกลุ่มจดจำความดัง/เบาได้ใน**ระดับมาก** โดยมีระดับการจดจำใกล้เคียงกัน แต่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มจดจำได้**ดีกว่า**นักเรียนชาย

ค. ผลสรุปการจดจำความดัง/เบา

นักเรียนส่วนใหญ่สามารถจดจำความดัง/เบาได้ใน**ระดับปานกลาง** โดยถ้านักเรียนอายุมากขึ้นสามารถจดจำความดัง/เบาได้ดีกว่านักเรียนที่มีอายุน้อย โดยที่นักเรียนหญิงมีแนวโน้มการจดจำความดัง/เบา**ดีกว่า**นักเรียนชาย

- การจดจำความเร็ว/ช้า

ถ้านักเรียนไม่สามารถบอกได้ว่าเพลงใดเร็ว/ช้าถือว่าน้อย ถ้านักเรียนสามารถบอกได้บ้างไม่ได้บ้างว่าเพลงใดเร็ว/ช้าถือว่าปานกลาง ถ้านักเรียนสามารถบอกได้ว่าเพลงใดเร็ว/ช้าได้ถูกต้องถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปการจดจำความเร็ว/ช้า

ก. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของอายุ–วัย

(1) นักเรียนส่วนใหญ่สามารถจดจำความเร็ว/ช้าได้ในระดับมาก โดยไม่แตกต่างเรื่องอายุ หมายความว่านักเรียนทุกวัยสามารถจดจำความเร็ว/ช้าได้ในระดับมากเท่า ๆ กัน

(2) นักเรียนอีกกลุ่มสามารถจดจำความเร็ว/ช้าได้ในระดับปานกลาง โดยไม่แตกต่างเรื่องอายุ

ข. วิเคราะห์ตามความแตกต่างของเพศ

(1) นักเรียนส่วนใหญ่สามารถจดจำความเร็ว/ช้าได้ในระดับมาก โดยไม่แตกต่างเรื่องเพศ

(2) นักเรียนอีกกลุ่มสามารถจดจำความเร็ว/ช้าได้ในระดับปานกลาง โดยไม่แตกต่างเรื่องเพศ

ค. ผลสรุปการจดจำความเร็ว/ช้า

นักเรียนส่วนใหญ่จดจำความเร็ว/ช้าได้ในระดับมากโดยไม่แตกต่างเรื่องอายุและเพศ หมายความว่านักเรียนทุกวัย ทุกเพศมีความจดจำเร็ว/ช้า พอ ๆ กัน

สรุปผลการจดจำลักษณะของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

นักเรียนจดจำลักษณะของเสียงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้เป็น 2 ข้อ

(1) นักเรียนจดจำความดัง/เบาได้ในระดับปานกลาง โดยนักเรียนหญิงมีแนวโน้มจดจำความดัง/เบาได้ดีกว่านักเรียนชาย และนักเรียนอายุมากมีแนวโน้มจดจำได้ดีกว่านักเรียนอายุน้อย

(2) นักเรียนส่วนใหญ่จดจำความเร็ว/ช้า ได้ในระดับมากโดยไม่แตกต่างเรื่องอายุและเพศ หมายความว่านักเรียนทุกวัย ทุกเพศ มีความจดจำความเร็ว/ช้า พอ ๆ กัน

5.9 การจดจำนักร้อง

ถ้านักเรียนไม่สามารถระบุอะไรได้เลยถือว่าน้อย ถ้านักเรียนระบุได้ว่าหญิงหรือชาย เด็กหรือผู้ใหญ่เป็นคนร้องถือว่าปานกลาง และถ้านักเรียนระบุได้ว่าเป็นหญิงหรือชาย เด็กหรือผู้ใหญ่ และระบุชื่อนักร้องได้ถือว่ามาก

ผลการวิเคราะห์และสรุปการจดจำนักร้อง

นักเรียนทุกคน ทุกวัยและทุกเพศมีการจดจำนักร้องได้ในระดับปานกลาง คือ สามารถระบุได้ว่าเป็นเสียงผู้หญิงหรือผู้ชาย เด็กหรือผู้ใหญ่ และนักเรียนจะจดจำนักร้องเพศเดียว และวัยเดียวกับตนเองได้ดีกว่าเพศและวัยอื่น

สรุปผลการจำได้

นักเรียนส่วนใหญ่มีการจดจำได้อยู่ในระดับมาก-ปานกลาง โดยให้นักเรียนอายุมากจะมีการจดจำได้ดีกว่านักเรียนอายุน้อย และนักเรียนหญิงมีแนวโน้มการจดจำได้ดีกว่านักเรียนชาย

DPU

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนนักเรียนที่จดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

	มาก/ดี/คุณภาพในทางบวก				ปานกลาง				น้อย/ไม่ดี/คุณภาพในทางลบ			
	1-2	3-4	5-6	รวม	1-2	3-4	5-6	รวม	1-2	3-4	5-6	รวม
5. การจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาแบ่งตามอายุ												
5.1 จดจำชิ้นงานโฆษณา	24	24	24	72	-	-	-	-	-	-	-	-
5.2 จดจำดนตรีโฆษณา	22	22	23	67	2	2	1	5	-	-	-	-
5.3 จดจำเนื้อร้อง	10	12	19	41	8	8	5	21	7	3	-	10
5.4 จดจำทำนอง	9	5	14	28	9	12	8	29	7	7	1	15
5.5 จดจำจังหวะ	2	4	10	16	17	20	14	51	5	-	-	5
5.6 จดจำเสียงประสาน	-	-	-	-	-	-	-	-	24	24	24	72
5.7 จดจำประเภทของเสียง	6	9	9	24	5	3	4	12	12	12	12	36
5.8 จดจำลักษณะของเสียง									24	24	24	72
-ความดัง/เบา	9	10	12	31	15	14	12	41	-	-	-	-
-ความเร็ว/ช้า	20	20	20	60	4	4	4	12	-	-	-	-
5.9 จดจำนักร้อง	-	-	-	-	24	24	24	72	-	-	-	-

ตารางที่ 3 (ต่อ)

	มาก/ดี/คุณภาพในทางบวก			ปานกลาง			น้อย/ไม่ดี/คุณภาพในทางลบ		
	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
5. การจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาแบ่งตามเพศ									
5.1 จดจำชิ้นงานโฆษณา	36	36	72	-	-	-	-	-	-
5.2 จดจำดนตรีโฆษณา	33	34	67	3	2	5	-	-	-
5.3 จดจำเนื้อร้อง	19	22	41	12	9	21	5	5	10
5.4 จดจำทำนอง	11	17	28	16	13	29	9	6	15
5.5 จดจำจังหวะ	6	10	16	27	24	51	3	2	5
5.6 จดจำเสียงประสาน	-	-	-	-	-	-	36	36	72
5.7 จดจำประเภทของเสียง	12	12	24	6	6	12	18	18	36
5.8 จดจำลักษณะของเสียง									
-ความดัง/เบา	15	16	31	21	20	41	-	-	-
-ความเร็ว/ช้า	30	30	60	6	6	12	-	-	-
5.9 จดจำนักร้อง	-	-	-	36	36	72	-	-	-

DPU

6. บรรยากาศของการสัมภาษณ์กลุ่ม

6.1 การกล้าแสดงความคิดเห็น

นักเรียนส่วนใหญ่กล้าแสดงความคิดเห็นดีมาก นักเรียนทุกคนกระตือรือร้นในการแสดงความคิดเห็น แย่งกันตอบคำถามตลอดเวลา นักเรียนตั้งใจดี นักเรียนส่วนใหญ่ฉลาดดี มีไหวพริบ และมีพื้นฐานทางดนตรีพอสมควร

6.2 ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์

นักเรียนส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือดี-ดีมาก คอยติดตาม มีสมาธิ ร่าเริงสนุกสนานแย่งกันตอบคำถาม เด็ก ๆ น่ารัก เข้าใจเหตุผลของการวิจัย บรรยากาศทั่ว ๆ ไปดีมาก บางโรงเรียนไม่ค่อยใส่ใจการสัมภาษณ์ต้องให้ผู้วิจัยลงมือเรียกและคัดตัวนักเรียนเอง แต่ส่วนใหญ่แล้วทางโรงเรียนให้ความร่วมมือดี-ดีมาก มีอุปกรณ์ เช่น โทรทัศน์ วีดีโอ วิทยุ ฯลฯ ให้เรียบร้อย ผู้บริหารลงมาดูด้วยตนเอง และคุยกับผู้วิจัยทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีกับโรงเรียนนั้น ๆ

7. ประเด็นสำคัญอื่น ๆ โดยภาพรวมของการสัมภาษณ์กลุ่ม จับประเด็นสำคัญได้ดังนี้

7.1 นักเรียนเคยเอาเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาไปทำกิจกรรมอื่น ๆ เช่น นำไปร้องเล่นกันเฉย ๆ นำไปประกอบการวิ่งเล่นไล่กัน นำไปเล่นมอญซ่อนผ้า เล่นเก้าอี้ดนตรี กีฬาสี โดยเปลี่ยนเนื้อร้อง นำไปร้องให้ผู้ปกครองฟัง นำไปล้อเพื่อนเวลาเพื่อนงอน นำไปล้อเพื่อนเพื่อขอแบ่งขนม หรือเพื่อให้เพื่อนตลก ๆ นอกจากนี้ยังนำไปล้อเพื่อนอีกวิธีคือ ล้อชื่อพ่อ-แม่เพื่อน และล้อลักษณะของเพื่อน ซึ่งอาจจะใช้ทั้งเพลงหรือจะมีการแก้ไข-เพิ่มเติมเนื้อร้องโดยใช้ทำนองเดิม หรือแก้ไข-เปลี่ยนแปลงทั้งทำนองและเนื้อร้องไปเลยก็ได้

7.2 นักเรียนคิดว่าเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณานั้นมีความสำคัญและจำเป็นที่จะต้องมีเพราะถ้าไม่มีจะไม่ชอบ ไม่รู้เรื่อง ไม่สนุก ไม่มัน ไม่เร้าใจ น่าเบื่อ เซ็ง อารมณ์ไม่ดี และถ้าขาดอย่างใดอย่างหนึ่งโฆษณาจะไม่เข้ากัน เพลงประกอบฯสามารถบรรยายโฆษณาได้ เพลงประกอบฯสามารถเรียกร้องความสนใจได้ และเพลงประกอบฯจะบอกว่าโฆษณาชิ้นนั้นชื่ออะไร เป็นอย่างไร

7.3 นักเรียนอยากให้เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณามีลักษณะสนุก ๆ มีจังหวะเร็ว ๆ มัน ๆ ไพเราะเพราะพริ้ง ตื่นเต้นร่าเริง เพลิดเพลิน ให้ตลก ๆ โมเด็น ๆ มีเนื้อร้องที่เหมาะสมกับทำนอง อยากให้มีความหมายดี ๆ มีคำคล้องจองกัน อยากให้เพลงประกอบฯไพเราะน่าฟังเหมาะสมกับภาพโฆษณาชิ้นนั้น ๆ เช่น ถ้าโฆษณาตื่นเต้น เพลงประกอบก็ควรจะตื่นเต้นด้วย เป็นต้น อยากให้เพลงประกอบฯมีทั้งทำนองและเนื้อร้องรวมกันและอยากให้เพลงประกอบฯ ทำให้สามารถเต้นประกอบหรือโยกตัวตามไปด้วยได้

7.4 เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาไม่มีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักเรียน แต่ถ้าไม่มีเพลงประกอบฯจะทำให้นักเรียนไม่สนใจต่อตัวสินค้าเท่าที่ควร เพราะนักเรียนชอบจำและร้องเพลงประกอบฯได้ ซึ่งนักเรียนจะซื้อสินค้าตามแต่อารมณ์ เน้นคุณภาพของสินค้า ซื้อตามความเป็นจริงมากกว่าเชื่อโฆษณา นอกจากนี้นักเรียนยังซื้อสินค้าตามจำนวนเงินที่นักเรียนสามารถซื้อได้ ทำให้อาจจะมีหรือไม่มีผลต่อยอดขายก็ได้

7.5 ผลิตภัณฑ์หรือตัวสินค้ามีผลต่อการชมโฆษณา และนักเรียนจะทดลองสินค้าก่อน ถ้าสินค้าดี-อร่อยก็จะซื้อต่อ ถ้าไม่ดี-ไม่อร่อยครั้งต่อ ๆ ไปก็ไม่ซื้อ ถ้าแม้เพลงฯจะไพเราะดีเพียงใดก็ตาม

7.6 ตัวบุคคลที่อยู่ในโฆษณาหรือแม้แต่เสียงดนตรีที่อยู่ในภาพยนตร์โฆษณา ถ้าเป็นวัยเดียวกับนักเรียน นักเรียนจะให้ความสนใจ ใส่ใจ จะทำให้นักเรียนร้อง-จำดนตรีหรือโฆษณาได้ดีและเร็วขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับรู้ ความชอบ การจดจำของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ

1. เพื่อศึกษาว่านักเรียนมีพฤติกรรมการรับรู้อย่างไรต่อดนตรีในโฆษณา
2. เพื่อศึกษาว่านักเรียนสามารถจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ได้

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus-group Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียน 6 โรงเรียน โรงเรียนละ 12 คน เป็นชาย 6 คน และหญิง 6 คน รวม 72 คน โดยแบ่งตามอายุนักเรียนออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับประถมศึกษาปีที่ 1-2, 3-4 และ 5-6

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของนักเรียน

ทางโรงเรียนจะเป็นผู้คัดเลือกนักเรียนโดยให้มีอายุระหว่าง 6-12 ปี คือระดับประถมศึกษาปีที่ 1-6 และผลการเรียนอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน เป็นเพศชาย 36 คน เพศหญิง 36 คน อายุ 6-8 ปี เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-2 24 คน อายุ 9-10 ปี เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 24 คน และอายุ 11-12 ปี 24 คน เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 24 คน โดยคัดมาเท่า ๆ กัน 6 โรงเรียน โรงเรียนละ 12 คน รวม 72 คน โดยเป็นโรงเรียนรัฐบาล 3 โรงเรียน และโรงเรียนเอกชน 3 โรงเรียน ส่วนใหญ่ผู้ปกครองมีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และนักเรียนส่วนใหญ่ได้เงินมาโรงเรียนวันละ 21-44 บาท และนักเรียนส่วนใหญ่จะดูโทรทัศน์ทุกวันวันละมากกว่า 2 ชั่วโมง

DPU

พื้นฐานทางดนตรี

นักเรียนส่วนใหญ่มีพื้นฐานดนตรีในระดับปานกลางค่อนไปทางมาก และนักเรียนที่มีอายุมากกว่าค่อนข้างมีพื้นฐานทางดนตรีดีกว่านักเรียนที่มีอายุน้อยคือพื้นฐานทางดนตรีจะพัฒนาดีขึ้นตามอายุ ซึ่งเพศหญิงในวันนี้ค่อนข้างมีพื้นฐานดีกว่านักเรียนชาย โดยเพศหญิงมีทักษะดีกว่านักเรียนชาย แต่นักเรียนชายมีความรู้เนื้อหาทางดนตรีดีกว่านักเรียนหญิง

ความสนใจดนตรี

นักเรียนส่วนใหญ่มีความสนใจดนตรีในระดับมาก ส่วนใหญ่เป็นการฟังดนตรีแบบไม่รู้ตัว เพราะทุกหนทุกแห่งมีเสียงดนตรีทั้งหมด และอีกส่วนหนึ่งจะเป็นการฟังแบบใจจดใจจ่อ มีสมาธิในการฟังมาก เพราะเปิดหรือหาซื้อและหามาฟัง โดยนักเรียนชายมีความสนใจดนตรีมากกว่านักเรียนหญิง และเมื่อนักเรียนอายุมากขึ้นก็จะสนใจดนตรีมากขึ้นด้วย และนักเรียนมักจะนิยมฟังเพลงป๊อบที่นิยมฮิตติดหูซึ่งเป็นวงสตริงที่พบเห็นเป็นส่วนมากทั่ว ๆ ไป

ความชอบในดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

นักเรียนส่วนใหญ่ชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาในระดับมาก โดยนักเรียนอายุมากมีแนวโน้มชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามากกว่านักเรียนอายุน้อย และนักเรียนหญิงมีแนวโน้มชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามากกว่านักเรียนชาย นักเรียนชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่มีลักษณะทั้งเนื้อร้องและทำนองรวมกัน ชอบเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่มีลักษณะเร็ว ๆ ดัง ๆ เนื้อร้องและทำนองต้องออกมาสนุก ไพเราะ น่าฟัง เร้าใจ มัน สะใจ ร่าเริง แปลก ๆ รู้สึกน่าติดตาม ได้อารมณ์และสามารถเข้ากับภาพยนตร์โฆษณา

การจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา

นักเรียนส่วนใหญ่มีการจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ในระดับมาก-ปานกลาง โดยนักเรียนที่มีอายุมากจะมีการจดจำได้ดีกว่านักเรียนที่มีอายุน้อย และนักเรียนหญิงมีแนวโน้มการจดจำได้ดีกว่านักเรียนชาย

บรรยากาศของการสัมภาษณ์กลุ่ม

นักเรียนส่วนใหญ่กล้าแสดงความคิดเห็นและให้ความร่วมมือสูงมาก ทุกคนกระตือรือล้นในการแสดงความคิดเห็น คอยติดตาม มีสมาธิแย่งกันตอบคำถามตลอดเวลา ทุกคนตั้งใจดี ส่วนใหญ่ฉลาดมีไหวพริบดี บรรยากาศทั่วไปจึงออกมาดีมาก สนุกสนาน ร่าเริง และเป็นกันเอง และทางโรงเรียนส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือดี

ประเด็นที่สำคัญอื่น ๆ

- นักเรียนเคยเอาดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาไปทำกิจกรรมอื่น ๆ
- นักเรียนคิดว่าดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณานั้นมีความสำคัญและขาดมิได้
- นักเรียนอยากให้ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามีลักษณะสนุก ๆ ร่าเริง มีจังหวะเร็ว ๆ ไพเราะเพราะพริ้ง ตื่นเต้นร่าเริง เพลิดเพลิน ให้ตลก ๆ มีเนื้อร้องที่เหมาะสมกับทำนองและเหมาะสมกับภาพโฆษณานั้น และอยากให้เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาทำให้สามารถเต้นหรือโยกตัวตามไปด้วยได้
- ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาไม่มีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักเรียน นักเรียนจะซื้อสินค้าตามอารมณ์ เน้นคุณภาพ และซื้อตามจำนวนเงินที่ได้รับ
- ผลิตภัณฑ์มีผลต่อการชมโฆษณา และนักเรียนจะมีการทดลองผลิตภัณฑ์เพื่อตัดสินการซื้อผลิตภัณฑ์ในครั้งต่อ ๆ ไป
- ตัวบุคคลที่อยู่ในภาพยนตร์โฆษณาหรือแม้แต่ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา ถ้าแสดงหรือร้องโดยเป็นวัยเดียวกับนักเรียน นักเรียนจะให้ความสนใจ ใส่ใจ จะทำให้นักเรียนสามารถจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาและโฆษณาดีขึ้น

<u>การทดสอบสมมุติฐาน</u> สรุปผลได้ดังนี้

1. นักเรียนที่มีอายุต่างกันจะชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ไม่ค่อยแตกต่างกัน โดยนักเรียนที่มีอายุมากมีแนวโน้มชอบดนตรีประกอบดนตรีมากกว่านักเรียนที่มีอายุน้อย
2. นักเรียนที่มีอายุต่างกันจะมีความสามารถจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์แตกต่างกัน โดยนักเรียนที่มีอายุมากจะมีการจดจำได้ดีกว่านักเรียนที่มีอายุน้อย

3. นักเรียนที่ต่างเพศกันจะชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์แตกต่างกัน โดยนักเรียนหญิงมีแนวโน้มชอบมากกว่านักเรียนชาย

4. นักเรียนที่ต่างเพศกันจะมีความสามารถในการจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์แตกต่างกัน โดยนักเรียนหญิงมีแนวโน้มจดจำได้ดีกว่านักเรียนชาย

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ได้พบว่า

1. **จากข้อมูลพื้นฐานทางดนตรีและความสนใจดนตรี** นักเรียนส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางค่อนไปทางมาก ซึ่งมีผลและไม่มีผลให้นักเรียนชอบและจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์ได้ เนื่องจากความรู้เนื้อหาดนตรีและทักษะทางดนตรี

1.1 ความรู้เนื้อหาดนตรี

จังหวะ นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องจังหวะในระดับปานกลาง โดยถ้านักเรียนอายุมากขึ้น ความรู้และความชอบจังหวะก็จะเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย แต่การจดจำจังหวะเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาอยู่ในระดับกลาง หมายความว่าแม้ความรู้และความชอบจังหวะจะเพิ่มขึ้นตามวัยแต่การจดจำจะอยู่ในระดับปานกลาง และนักเรียนหญิงจดจำเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ดีกว่านักเรียนชาย

ดังนั้นเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาไม่สมควรที่จะเน้นเรื่องจังหวะมากนัก ควรจะให้เรื่องของจังหวะเป็นส่วนช่วยเสริมดนตรี จะทำให้เพลงออกมาเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดีกว่าและถ้าสินค้ามีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียนผู้หญิง ควรจะเลือกจังหวะให้เข้ากับนิสัยของนักเรียนผู้หญิงซึ่งนักเรียนในวัยนี้ชอบแสดงออกและชอบเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ดังนั้น ดนตรีจึงควรมีจังหวะเร็วและเสียงดังจะทำให้นักเรียนสนใจ เพราะนักเรียนฟังแล้วรู้สึก ว่าเร้าใจ สนุกสนาน มัน สะใจ และได้อารมณ์

ทำนอง นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องทำนองอยู่ในระดับน้อย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียนที่มีอายุน้อย โดยถ้านักเรียนอายุมากขึ้นก็จะมีความรู้เรื่องทำนองดีขึ้น นักเรียนชอบทำนองในระดับปานกลางแต่ก็สามารถจดจำทำนองได้ดีและถึงแม้นักเรียยหญิงจะมีความชอบทำนองน้อย แต่ก็มีความรู้และความจำมากกว่านักเรียนชาย

ดังนั้นดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาควรจะมีแนวทำนองไม่ซับซ้อนมากนักควรจะใช้โน้ตน้อยตัวที่สุด อาจจะใช้บันได้เสียงเพนตาโทนิค (Pentatonic Scale) ซึ่งมีโน้ตเพียง 5 ตัว คือ โด เร มี ซอล ลา หรือบันไดเสียงเมเจอร์ (Major Scale) ซึ่งมีครึ่งเสียงน้อย และเป็นธรรมชาติที่มีเสียงสดใสกว่าจะทำให้นักเรียนสนใจ และโฆษณาควรเป็นสินค้าของนักเรียนผู้หญิง ถ้าเป็นสินค้าของนักเรียนผู้ชายจะต้องเน้นความดัง เสียงร้องที่เป็นนักเรียนผู้ชายก็จะเรียกร้องความสนใจจากนักเรียนชายได้พอสมควร

เสียงประสาน นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้ ความชอบ และการจดจำเสียงประสานดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาในระดับน้อย และนักเรียนหญิงมีแนวโน้มมีความรู้เรื่องเสียงประสานมากกว่านักเรียนชาย แต่ความชอบและการจดจำเสียงประสานนักเรียนหญิงมีเท่ากันกับนักเรียนชาย

ดังนั้นดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาถึงแม้จะมีการทำเสียงประสานดีเพียงใดก็ตาม นักเรียนจะไม่ให้ความสนใจ ไม่รู้สึกชอบหรือแม้แต่จะสามารถจดจำเสียงประสานได้ ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาควรให้ความสำคัญส่วนอื่นมากกว่า เช่น ความดังเบา ความเร็วช้าแล้วให้เสียงประสานเป็นองค์ประกอบนั้น ๆ อีกทีหนึ่ง เช่น อาจจะทำเพลงเร็วและมีความดังการให้การประสานเสียงเน้นไปที่จังหวะของเครื่องประกอบจังหวะ เน้นไปที่ประสานเสียงน้กร้องให้หวือหวาเข้ากับเด็ก หรือมีเครื่องดนตรีรับกับแนวทำนองคอยสอดแทรกให้เหมาะสม จะดีกว่าให้ความสำคัญกับเสียงประสานโดยตรง

ลักษณะของเสียงดนตรี นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องลักษณะของเสียงดนตรีมาก โดยนักเรียนชายและนักเรียนหญิงมีความรู้เท่า ๆ กัน นักเรียนส่วนใหญ่ชอบลักษณะของเสียงดนตรีมาก โดยนักเรียนชายมีแนวโน้มชอบมากกว่านักเรียนหญิง แต่การจดจำซึ่งแบ่งเป็นการจดจำความดัง/เบา และความเร็ว/ช้า การจดจำความดังเบานักเรียนส่วนใหญ่จดจำความดัง/เบาได้ในระดับปานกลางโดยนักเรียนหญิงจดจำได้ดีกว่านักเรียนชาย การจดจำความเร็ว/ช้า

นักเรียนส่วนใหญ่จดจำความเร็ว/ช้าในระดับมาก โดยนักเรียนหญิงและนักเรียนชายจดจำได้พอ ๆ กัน

ดังนั้น ถ้าผลิตภัณฑ์และชิ้นงานโฆษณามุ่งไปที่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนหญิง เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาก็ควรจะให้ความสำคัญในเรื่องของลักษณะของเสียงดนตรี ซึ่งมีความดัง/เบา และ ความเร็ว/ช้า เป็นองค์ประกอบ เช่น อาจให้นักเรียนหญิงร้องเพลงที่มีความเร็วและมีความดังซึ่งนักเรียนชอบ จะทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนหญิงได้มาก และเน้นที่ความเร็วและดัง โดยให้นักเรียนชายเป็นผู้แสดงและร้องเพลงก็จะทำให้นักเรียนชายมีแนวโน้มจดจำเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ดีขึ้น

1.2 ทักษะทางดนตรี

ทักษะทางดนตรีเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการชอบและการจดจำที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุผลนี้เอง คนที่ชอบเล่นเครื่องดนตรีประเภทต่าง ๆ เช่น ดีด สี ตี เป่า หรือบางคนไม่ชอบเล่นเครื่องดนตรีแต่ชอบร้อง ทำให้มีทักษะ การชอบ และการจดจำที่แตกต่างจากคนที่ไม่เล่นเครื่องดนตรี คือจะสามารถจดจำรายละเอียดของเพลงที่ซับซ้อนได้ เช่น อาจจะจำเสียงประสาน จำเครื่องดนตรี สามารถฮัมโน้ตดนตรีตามได้เลย หรือแม้แต่เล่นเครื่องดนตรีที่ตนเองถนัดได้เลยด้วยซ้ำ จากการวิจัยครั้งนี้ได้พบว่านักเรียนที่มีทักษะทางดนตรีมาก และนักเรียนที่มีทักษะดนตรีในระดับน้อยหรือไม่มีนั้นสามารถจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์ได้ใกล้เคียงหรือพอ ๆ กัน เพียงแต่นักเรียนที่มีทักษะจะสามารถจดจำลักษณะพิเศษที่แตกต่างไปจากนักเรียนที่มีทักษะน้อยนั่นเอง

ดังนั้นดนตรีประกอบภาพยนตร์จึงไม่ควรเน้นไปที่ทักษะทางการเล่นเครื่องดนตรี แต่ควรเน้นไปที่ทักษะการฟัง การเคลื่อนไหวหรือการเต้น และทักษะการร้องจะดีกว่า เช่น ควรจะทำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาให้น่าฟัง ไพเราะ เหมาะกับภาพ สนุกสนาน และสามารถนำไปร้องได้ง่าย และรวมไปถึงดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาควรจะทำให้นักเรียนสามารถเต้นหรือเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายเพื่อที่จะได้นำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาไปใช้ทำกิจกรรมอื่น ๆ เช่น เอาไปเล่นเอาไปล้อเพื่อน หรืออื่น ๆ จะทำให้นักเรียนสามารถจดจำชิ้นงานโฆษณานั้นได้ดีและรวดเร็วขึ้น

2. <u>นักเรียนส่วนใหญ่มีการจดจำดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา</u> ได้ในระดับมากกับปานกลาง โดยที่นักเรียนที่มีอายุมากจะมีการจดจำได้ดีกว่านักเรียนที่มีอายุน้อย และนักเรียนหญิงมีแนวโน้มจดจำได้ดีกว่านักเรียนชาย

ดังนั้นถ้าโฆษณามีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กอายุน้อย ๆ ควรเน้นเรื่องของเนื้อร้อง ทำนองและจังหวะเป็นสำคัญ โดยเนื้อร้องต้องคล้องจองกันไม่ใช้ศัพท์ที่ยากเกินไป ทำนองควรไม่ใช้ครึ่งเสียงและใช้เสียงหลาย ๆ เสียงมากเกินไป จังหวะต้องสนุกสนานและเร็ว ๆ เป็นต้น เพราะเด็กที่มีอายุน้อยมีการพัฒนาด้านจังหวะ ทำนอง และการพูดในระดับมากและนักเรียนจะสามารถเก็บรายละเอียดเกี่ยวกับดนตรีโฆษณานั้น ๆ ได้ด้วย

3. <u>จากแนวคิดทางด้านโฆษณา</u> โฆษณาเป็นการสื่อสารที่ผู้ขายจงใจสื่อสารไปยังกลุ่มผู้ซื้อหรือกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อให้ผู้บริโภคตระหนัก เข้าใจ เชื่อมั่น และลงมือซื้อ โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และโทรทัศน์ก็เป็นสื่อชนิดหนึ่งที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจากประชาชนทุกระดับ เพราะสื่อทางโทรทัศน์สามารถได้เห็นถึงภาพและได้ยินทั้งเสียงในเวลาเดียวกัน และสามารถครอบคลุมผู้ชมได้คราวละมาก ๆ ดังนั้นโฆษณาทางโทรทัศน์จึงได้กลายมาเป็นหัวใจที่สำคัญของการตลาด เพราะตัวโฆษณาสามารถสร้างความโดดเด่นให้กับสินค้า และบริการ เป็นตัวบอกข่าวสารสาระ และคุณประโยชน์ของสินค้า และช่วยย่อระยะทางและระยะเวลาในการเลือกซื้อสินค้าอีกด้วย ดังนั้นผู้ผลิตจึงจำเป็นจะต้องทำให้โฆษณาของตนแตกต่างจากโฆษณาชิ้นอื่น ดังนั้นดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือที่สร้างความโดดเด่นให้กับงานโฆษณาเพราะดนตรีที่ใส่ลงไปนั้นจะสามารถสร้างความทรงจำได้ดีกว่าคำพูด ดนตรีทำให้โฆษณาชิ้นนั้นแตกต่างไปจากงานโฆษณาชิ้นอื่น เพราะดนตรีมีเอกลักษณ์ในตัวเอง แม้ว่าสินค้าหรือคำพูด อาจจะซ้ำกันแต่การเปลี่ยนทำนองดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาหรือการเลือกใช้ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่แตกต่างกัน ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณายังเปิดโอกาสให้ท่าทีของตัวแสดงในโฆษณามีลักษณะท่าทีแปลกไปจากท่าทีของตัวแสดงในโฆษณาอื่น เพราะเพลงเปิดโอกาสให้มีลีลาต่าง ๆ กัน เช่น การเต้นรำประกอบดนตรี ทำให้เกิดความสนุกสนาน ความน่าสนใจไปอีกแนวหนึ่ง นอกจากนั้นดนตรียังสามารถสร้างให้เกิดบรรยากาศของความรักและพฤติกรรมอื่น ๆ ที่โฆษณาอยากเรียกร้องให้เกิดขึ้นในหมู่ผู้บริโภคได้ง่าย

4. <u>ประโยชน์ของดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา</u> ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาสามารถสร้างเอกลักษณ์ บุคลิก และสร้างการจดจำสินค้า (Brand Awarness) ให้แก่ภาพยนตร์โฆษณาและสินค้า ทำให้ดูโดดเด่นแตกต่างจากของคู่แข่ง เพราะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามีเอกลักษณ์ประจำตัวคือเพลงใดมีทำนอง และเนื้อร้องอย่างไรกับสินค้านั้น ถ้าเปลี่ยนทำนองหรือเนื้อร้องสินค้าก็จะเปลี่ยนไปด้วย เมื่อใดที่ผู้บริโภคได้ฟังเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณานั้นก็จะเป็นการเตือนความจำว่าเป็นโฆษณาสินค้าอะไร เช่น ถ้าเด็กได้ยินเพลง "ลูกอมรสนม อม ๆ เคี้ยว ๆ คูก้า ๆ" เด็กจะทราบได้ทันทีว่าเป็นภาพยนตร์โฆษณาของลูกอมคูก้า พร้อมทั้งบอกประเภทและคุณสมบัติของสินค้าไปด้วยในตัวด้วยว่า "ลูกอม รสนม อม ๆ เคี้ยว ๆ" และทำนอง-เนื้อร้องนี้ก็จะเป็นเอกลักษณ์ของลูกอมคูก้าตลอดไป เด็กก็จะจำได้ ระลึกได้เสมอเมื่อได้ยินเพลง นั่นคือดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาช่วยทำให้ผู้บริโภคจำโฆษณาได้ รวมไปถึงชื่อสินค้า Slogan และสิ่งที่ผู้ทำโฆษณาต้องการหยิบยื่นให้ (Selling Idea)

ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาช่วยสร้าง รักษา และเปลี่ยนอารมณ์ ตลอดจนบรรยากาศต่าง ๆ ของเรื่องราวที่นำเสนอในงานโฆษณาได้ตามต้องการ ซึ่งบางครั้งภาพโฆษณาไม่สามารถจะเสนออารมณ์และบรรยากาศต่าง ๆ ได้ดี หากไม่มีเพลงประกอบ ทั้งนี้ เพราะคุณสมบัติของดนตรีสามารถสื่อความหมายด้วยอารมณ์ ดนตรีจึงสามารถสร้างอารมณ์ รักษาอารมณ์ให้คงไว้ หรือเปลี่ยนอารมณ์หนึ่งไปสู่อีกอารมณ์หนึ่งได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่รู้สึกชัดจังหวะและรู้สึกสมจริงมากขึ้นโดยการเปลี่ยนแปลงลีลา จังหวะดนตรีก็สามารถแสดงอารมณ์ของภาพยนตร์ได้

ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาเป็นการสื่อสารที่ดี โดยเฉพาะในโฆษณาที่ได้ยินเฉพาะเสียงดนตรีจะช่วยให้ฟังเกิดจินตนาการ เกิดความเคลิบเคลิ้มไปกับเรื่องที่ได้รับฟัง เกิดความสนใจเสียงโฆษณาที่ได้ยิน อีกทั้งยังช่วยเสริมข้อความคำพูดให้ชัดเจนมากขึ้น ตลอดจนสามารถเชื่อมเรื่องราวในชิ้นงานโฆษณาให้เป็นเรื่องที่น่าสนใจมีความต่อเนื่องกันโดยไม่ขัดเขิน

ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาช่วยสร้างอารมณ์ให้กับผู้แสดงและผู้ชมมีอารมณ์ร่วมกัน และยังทำให้กริยาท่าทางของตัวแสดงในโฆษณาน่าสนใจ สะดุดตามากขึ้น เพราะผู้แสดงมีโอกาสแสดงท่าทางประกอบดนตรีได้ ซึ่งจะให้อารมณ์ความรู้สึกต่าง ๆ เพิ่มความโดดเด่น ความน่าสนใจ และชวนติดตามให้แก่โฆษณานั้นอีกด้วย ถ้าหากว่าภาพหรือผู้แสดงต้องการแสดงอารมณ์เศร้า โดยอาศัยท่าทางและสีหน้าเท่านั้นยังไม่พอ ยังต้องอาศัยดนตรีเป็นตัวเสริมด้วยเพื่อให้เกิด

ความกลมกลืน

ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาสามารถถ่ายทอดและสื่ออารมณ์โดยใช้ข้อความโฆษณาที่สั้นกว่าเนื้อหาที่เป็นร้อยแก้วธรรมดา เพราะเพลงมีดนตรีที่ใช้ประกอบอารมณ์สามารถประหยัดถ้อยคำที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ เช่น ความสุข ความเหงา ความร่าเริง ความอบอุ่น ฯลฯ ได้ดีกว่าถ้อยคำพื้น ๆ ธรรมดาอย่างร้อยแก้ว ความรู้สึกที่ได้รับจากการอ่านหนังสือหรือฟังภาษาธรรมดาจะแตกต่างกันมากกับความรู้สึกที่ได้รับจากอิทธิพลของดนตรี

ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่โฆษณาและสินค้านอกไปจากองค์ประกอบอื่นๆเช่น ภาพ ตัวแสดง เพื่อสร้างความน่าประทับใจให้แก่ผู้บริโภค และสร้างผลกระทบให้กับผู้บริโภคได้อย่างดี เช่น โฆษณาที่เกี่ยวกับสถาบัน มักใช้ดนตรีประกอบที่ยิ่งใหญ่เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ชม ฯลฯ

ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาใช้เล่าเรื่องราว แนวความคิด จุดขายของสินค้าหรือภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนั้นแทนผู้ประกาศคือให้เพลงเล่าจุดขายแทนผู้ประกาศ ในดนตรีแบบนี้จะเห็นว่าในเนื้อร้องของเพลงจะมีชื่อสินค้าหรือวิธีการใช้ หรือเรื่องราวของตัวสินค้าอย่างชัดเจนหรือมีเนื้อเพลงที่บอกถึงข้อดีของสินค้า ซึ่งถ้าหากใช้คำพูดตรง ๆ ก็จะให้โฆษณานั้นเป็นการค้าชัดเจนเกินไป แต่ถ้าใช้ดนตรีประกอบภาพยนตร์มาช่วยก็จะลดความเป็นการค้าลง

ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาใช้สร้างบรรยากาศ สีสัน และแนวที่เหมาะสมให้เข้ากันกับภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนั้น ลักษณะของดนตรีจะทำออกมาให้เข้ากับตัวโฆษณาอย่างเด่นชัด เรียกได้ว่าถ้าต้องการให้ภาพยนตร์โฆษณานั้นออกมาแนวสนุกสนาน ดนตรีที่ใช้ก็ต้องออกมาสนุกสนานหรือต้องการให้โฆษณาออกมาดูอบอุ่นเป็นกันเอง ดนตรีที่ออกมาก็ต้องมีลักษณะที่เป็นไปในแนวอบอุ่น เป็นต้น

การใช้ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาเพื่อให้ติดหูผู้ฟัง ซึ่งในลักษณะนี้จะเรียกได้ว่าดนตรีเป็นตัวเองมากกว่าตัวภาพยนตร์โฆษณา ดนตรีในลักษณะนี้ส่วนใหญ่จะนำดนตรีที่คนทั่วไปรู้จักกันดีอยู่แล้วมาประกอบภาพยนตร์โฆษณะ จะทำให้ภาพยนตร์โฆษณามีลักษณะคล้าย Music Video ซึ่งบางครั้งจะมีการเลือกดนตรีที่จะใช้มาก่อนแล้วจึงทำการเขียนบทภาพและถ่ายทำไปตามบทภาพเสียอีก

ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาสามารถมุ่งไปสู่กลุ่มเป้าหมายกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้โดยเฉพาะ ซึ่งเข้ากับรูปแบบ การดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของกลุ่มเป้าหมาย จึงต้องใช้ดนตรีที่แตกต่างกันเพื่อเข้ากับเป้าหมายที่แตกต่างกัน คือต้องคำนึงถึงลักษณะของผู้บริโภคและส่วนแบ่งของการตลาด ลักษณะของดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่ดีจะต้องสามารถเข้าถึงและเป็นที่จับใจของกลุ่มเป้าหมายที่เลือกไว้ได้เป็นอย่างดี

ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาช่วยสร้างความน่าสนใจให้แก่ภาพยนตร์โฆษณาและสินค้าตัวนั้น ซึ่งถ้าคนชอบสิ่งนั้นอยู่แล้วก็จะมีแนวโน้มที่จะสนใจสิ่งนั้น และในท้ายที่สุดก็จะเลือกใช้สินค้ายี่ห้อนั้น ซึ่งเพลงโฆษณาช่วยสร้างความน่าสนใจดังกล่าวได้ดี มีส่วนช่วยให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกที่ดีกับสินค้านั้น

ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาจะช่วยเสริมสร้างจังหวะและการเคลื่อนไหวแก่ภาพโฆษณา โดยเฉพาะจังหวะที่เกิดจากการตัดต่อภาพ ลำดับภาพ ดนตรีจะช่วยให้การเคลื่อนไหวที่ถูกตัดต่อนั้นเป็นไปอย่างต่อเนื่องกลมกลืน ดนตรีจึงมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมต่อภาพและอารมณ์ให้สอดคล้องกันไปตลอดเรื่อง และถ้าหนังโฆษณานั้นมีการตัดต่อลำดับภาพที่ดีอยู่แล้ว การใช้ดนตรีช่วยเสริมจะทำให้ภาพยนตร์โฆษณานั้นมีความต่อเนื่อง กลมกลืนกันมากยิ่งขึ้น

ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณามีประโยชน์ในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าที่อยู่ในสายผลิตภัณฑ์เดียวกัน และมีคุณสมบัติเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์เหมือนกัน

ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่ดีจะสร้างบุคลิกอันยั่งยืนและสร้างความต่อเนื่องในการโฆษณาให้เป็นที่รู้จักในหมู่ผู้บริโภคได้อย่างยาวนาน และแพร่หลายไม่ว่าภาพโฆษณาหรือแผนการรณรงค์จะเปลี่ยนไปอย่างไร แต่เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่ยังคงใช้ท่วงทำนองเดิมก็ยังรักษาบุคลิกของสินค้าที่มีมาแต่เดิมได้ นอกจากนั้นเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาจะช่วยให้แผนการรณรงค์โฆษณาเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ไม่ขาดตอนคือเมื่อโฆษณาเรื่องแรกเสนอออกไปแล้ว โฆษณาเรื่องต่อ ๆ มาก็จะใช้เพลงเดียวกันนี้ต่อไป เพื่อเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ตัวสินค้า หรือในบางครั้งอาจมีการเปลี่ยนแปลงเนื้อร้องของเพลงโฆษณาไป แต่ก็ยังเก็บท่วงทำนองสไตล์ของเพลงรักษาทำนองหลักเดิมของเพลงที่ยังเตือนความทรงจำของผู้บริโภคไว้ และถ้าหากท่วงทำนองดูจืดชืดนานจนเกือบน่าเบื่อ ก็อาจจะมีการจัดการเรียบเรียงเสียงประสานใหม่ให้เกิดความแปลกหูออกไปในขณะที่ความทรงจำไม่ลดหาย

สรุปการอภิปรายผล ดนตรีประกอบภาพยนตร์ควรจะไม่เน้นเรื่องจังหวะมากนัก ควรให้จังหวะเป็นเพียงส่วนช่วยเสริมดนตรี ควรมีจังหวะเร็วเพื่อให้ได้อารมณ์ มัน สะใจ ร่าเริง สนุกสนาน ส่วนทำนองควรไม่ซับซ้อนมากนัก ควรใช้แค่บันได้เสียงเมเจอร์หรือเพนตาโทนิค ส่วนเรื่องเสียงประสานไม่ต้องเน้นมากนัก เพราะไม่มีผลโดยตรงที่ทำให้นักเรียนจดจำเพลงได้ดีขึ้น แต่ควรทำเสียงประสานให้เข้ากับเพลง คอยสอดแทรกให้เหมาะสมกับเพลงก็เพียงพอ และเพลงควรมีจังหวะเร็วและเสียงดัง นอกจากนั้นดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาควรเน้นไปที่ทักษะการฟัง การร้องและการเคลื่อนไหวเพื่อนักเรียนจะได้นำไปร้อง เล่น เต้น และจะทำให้นักเรียนจดจำโฆษณาและดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้ดีและเร็วขึ้นและดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาทำให้ช่วยรักษา และเปลี่ยนอารมณ์ บรรยากาศได้ดี ช่วยสร้างเอกลักษณ์ บุคลิก สร้างการจดจำสินค้า บอกประเภท ลักษณะและรายละเอียดได้ดีกว่าร้อยแก้วธรรมดา สร้างบุคลิกอันยั่งยืน สร้างความต่อเนื่องในแผนการรณรงค์โฆษณาได้ยาวนาน เป็นต้น

DPU

ข้อเสนอแนะ

1. การเลือกใช้ดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ แล้วดูว่าผลิตภัณฑ์นั้นเหมาะกับนักเรียนวัยไหน เพศไหน แล้วจึงเลือกดนตรีให้เหมาะสมกับภาพยนตร์โฆษณา และดูองค์ประกอบของดนตรีที่มีส่วนในการจดจำได้ง่ายของนักเรียนแต่ละวัย-แต่ละเพศ เช่น ถ้าเป็นขนมหรือลูกอมชบเคี้ยวมีเป้าหมายเป็นเด็กเล็กไม่จำกัดเพศ (ป.1-2) ควรทำเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาให้รู้สึกสนุกสนาน ร่าเริง และสามารถนำไปเต้นประกอบได้ ทำนองไม่ควรยากนักหรือมีลักษณะครึ่งเสียงมากเกินไป เนื้อร้องไม่ควรให้มีการเอื้อนมากเนื้อร้องควรตรงกับทำนองไปเลย จังหวะให้มีลักษณะเร็วและมีเสียงดัง เพราะนักเรียนในวัยนี้ชอบเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายและชอบร้องเพลง เป็นต้น

2. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรใช้การสัมภาษณ์กลุ่มแบบนี้ดีมากแล้วเพราะนักเรียนในวัยนี้ถ้าตีความจากกระดาษที่มีโจทย์จะเข้าใจยาก หรือไม่เข้าใจทำให้การตอบคำถามเดาสุ่มไม่ตรงกับความเป็นจริง ถ้าใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม โดยมีผู้ทำการวิจัยอธิบายถึงเทคนิคและคำศัพท์ยาก ๆ แต่ไม่ได้ชี้แนวทางคำตอบ คำตอบที่ได้จะมีความละเอียด ครบถ้วน และตรงตามที่นักเรียนคิด ถึงแม้จะเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างก็ควรใช้การสัมภาษณ์กลุ่มเพราะนักเรียนแต่ละวัยไม่ว่าจะเป็นนักเรียนวัยรุ่น (13-18 ปี) หรือนักศึกษาวัย 19-22 ปี หรือแม้แต่กลุ่มอายุที่ต่าง ๆ กัน จะให้ทัศนคติ และความคิดเห็นที่แตกต่างกันหลากหลายที่เกี่ยวกับเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในวัยอื่น ๆ ที่มีต่อดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาบ้าง เช่น เด็กก่อนวัยเรียน เด็กวัยรุ่น เป็นต้น เพราะสินค้านั้นมีมากมายหลายหลาก ซึ่งกลุ่มเป้าหมายก็แตกต่างกันไปตามเพศและวัย ตอนเป็นเด็กอาจจะชอบหรือจำได้อย่างหนึ่งแต่ตอนวัยรุ่นกลับจำได้และชอบอีกอย่างหนึ่ง หรือโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่อาจชอบอีกอย่างไปเลย เป็นต้น

4. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรคำนึงถึงประสบการณ์ในการใช้สินค้าของกลุ่มตัวอย่างด้วยว่าจะมีผลต่อการรับรู้และจดจำโฆษณา และดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้านั้นอย่างไร

5. ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะนักเรียนในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น จึงควรขยายขอบเขตของประชากรในการวิจัยครั้งต่อไป เช่น ผู้บริโภคในปริมาณฑลและในต่างจังหวัด เป็นต้น เพื่อให้ได้ประชากรในกลุ่มที่กว้างขึ้น

6. ควรมีการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณากับพฤติกรรมอื่น ๆ ของนักเรียน เช่น พฤติกรรมการเลียนแบบ การใช้ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ฯลฯ

7. ตามที่กล่าวไว้ในหน้า 42, 47, 66, 67, 69, และ 71 ว่าในเรื่องของความรู้ทางดนตรีด้านความดัง-เบา ทักษะการฟัง การชอบชิ้นงานโฆษณา การชอบดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา การชอบเนื้อร้องดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา และ การชอบจังหวะดนตรีประกอบภาพยนตร์โฆษณา ได้ปรากฏผลออกมาว่านักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-4 มีความรู้-การชอบน้อยกว่านักเรียนชั้นอื่น ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ

1. เกิดขึ้นโดยบังเอิญของกลุ่มตัวอย่าง

2. ถ้าเป็นจริง น่าจะมีตัวแปรอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว พื้นฐานของครอบครัว บุคคลในครอบครัว เช่น พ่อ แม่ พี่ น้อง ลุง ป้า น้า อา เล่นดนตรีหรือร้องเพลงรวมถึงเป็นนักดนตรีหรือนักร้อง เป็นต้น

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรที่จะศึกษาเพื่อให้เกิดความเข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเรื่องดังกล่าวข้างต้นว่าจริงหรือไม่ ถ้าไม่จริงอาจสรุปได้ว่าผลการวิจัยครั้งนี้ได้พบโดยบังเอิญ แต่ถ้ามีการแตกต่างกันจริง น่าจะมีตัวแปรอื่นเข้ามาเกี่ยวข้องหรือเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้อายุมีความสัมพันธ์กับเรื่องดังกล่าวข้างต้น

บรรณานุกรม

คณะกรรมการประสานงานองค์กรเอกชนเพื่อการสาธารณสุขมูลฐาน (คอปส.) "ขนมเด็กกับการโฆษณา". จุลสารศูนย์ข้อมูล คอปส. ตุลาคม-ธันวาคม 2535, กรุงเทพฯ : บริษัทพิมพ์ดี จำกัด, 2535.

คณะกรรมการประสานงานองค์กรเอกชนเพื่อการสาธารณสุขมูลฐาน (คอปส.) "ฉลาดซื้อ" วารสารเพื่อผู้บริโภค. มิถุนายน-กรกฎาคม 2537. กรุงเทพฯ : บริษัทพิมพ์ดี จำกัด, 2537.

ชวรัตน์ เชิดชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : บริพัตรการพิมพ์, 2527.

ณรุทธิ์ สุทธจิตต์. จิตวิทยาการสอนดนตรี. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์-มหาวิทยาลัย, 2532.

-------. สังคีตนิยม : ความซาบซึ้งในดนตรีตะวันตก. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์, 2533.

พงศ์ธร เวศ์เกียรขจร. เพลงในภาพยนตร์โฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.

"วิจัยพฤติกรรมเด็กกลุ่มอายุ 5-14 ปี". คู่แข่ง. 14(ฉบับพิเศษ) (ตุลาคม 2536) : 59-132.

สุรพงษ์ โสธนาเสถียร. โฆษณากับการวิจัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

เสรี วงษ์มณฑา. "ความหมายและวัตถุของการโฆษณา". การบริหารการตลาด. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531.

อนันต์ จันทรกุล. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2521.

"อิทธิพลโฆษณากระเทาะใจเด็ก 58 โรงเรียน ให้เลือกสินค้าของตนเอง". คลังสมอง 8. (21) มิถุนายน-กรกฎาคม 2533 : 104

Alex S. Tan. Mass Communication : Theonesard Research. New York : Macmillan Publishing Company, 1986.

Apel, Will and Ralph t. Deniel. The Harward Beief Dictionary of Music. New York : Pocket Books, 1974.

Hoffer, Charles R. The Understanding of Music. Belmant, C.A. Wadsworth, 1981.

DPU

ภาคผนวก

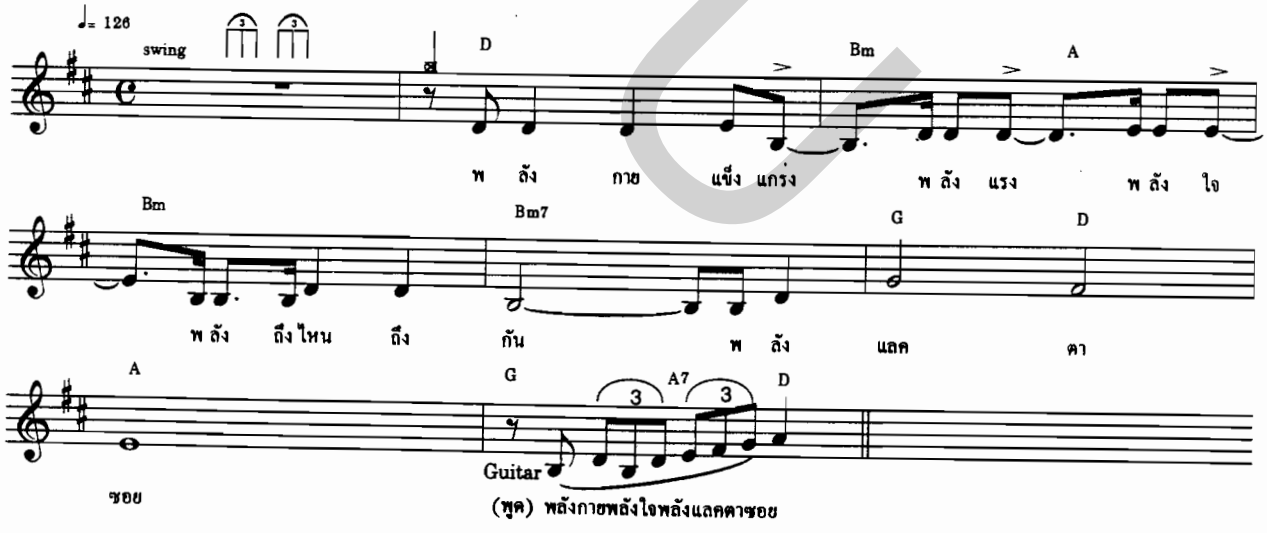
DPU

โฆษณาชิ้นที่ 1

1. **ผลิตภัณฑ์** นมกล่องยู.เอช.ที.
2. **ชื่อผลิตภัณฑ์** นมแลคตาซอย
3. **ความยาว** 15 วินาที
4. **ภาพ** เป็นภาพคนหนุ่ม-สาวออกกำลังกาย เสร็จแล้วจะดื่มนมแลคตาซอย
5. **ดนตรี** ดนตรีอยู่ในบันไดเสียงดีเมเจอร์ (D Major Scale) มีลักษณะเร็ว เสียงดัง เป็นจังหวะสวิง (Swing) เริ่มต้นด้วยการส่งของกลอง ใช้วงสตริงที่พบเห็นทั่ว ๆ ไป ใช้กีต้าร์ส่งตอนจบหรือเป็นลูกจบทั้งหมด 5 ห้องเพลงเนื้อร้องจะเน้นไปที่พลังที่ได้จากการดื่มนม และมีคำพูดสรุปตอนท้ายอีกครั้งหนึ่ง
6. **โน้ตเพลงแลคตาซอย**

DPU

แลคตาซอย

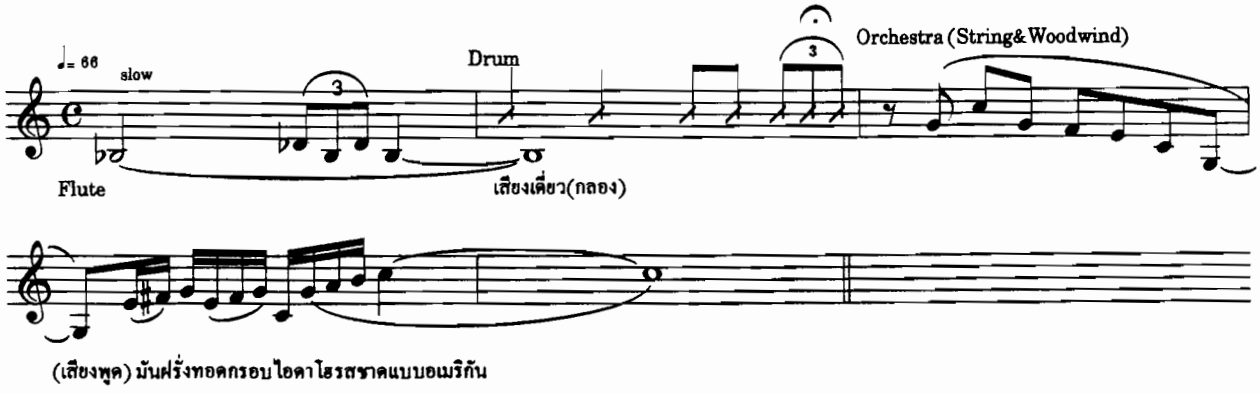


7. รูปโฆษณา นมแลคตาซอย

โฆษณาชิ้นที่ 2

1. **ผลิตภัณฑ์** มันฝรั่งทอดกรอบ
2. **ชื่อผลิตภัณฑ์** มันฝรั่งทอดกรอบไอดาโฮ
3. **ความยาว** 15 วินาที
4. **ภาพ** เป็นภาพอินเดียนแดงบุกมาที่เมืองใหญ่เมืองหนึ่ง แล้วใช้มันฝรั่งเป็นสื่อในการสร้างความสัมพันธ์ โดยมีเด็กผู้หญิงอายุประมาณ 8 - 9 ขวบ เป็นผู้เข้าไปเอามันฝรั่ง แล้วอินเดียนแดงให้มันฝรั่งและรอยหอมแก้ม แก้มเด็กผู้หญิงเปื้อนรอยสีอินเดียนแดงเป็นทาง พร้อมเสียงเคี้ยวมันฝรั่งแล้วจะได้ยินเสียงดนตรีเปลี่ยนไป มีรูปมันฝรั่งไอดาโฮตอนจบ
5. **ดนตรี** ดนตรีอยู่ในบันไดเสียงซีเมเจอร์ (C Major) เป็นเพลงบรรเลง (ไม่มีเนื้อร้อง) โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นเสียงฟลุต เสียงกลอง และเสียงเคี้ยวมันฝรั่ง ส่วนที่ 2 เป็นเสียงวงดนตรี (Orchestra) ที่มีเครื่องสายและเครื่องลมไม้ ซึ่งเป็นเพลงประกอบภาพยนตร์ (Sound-track) จากเรื่อง "Dance with Wolf" มีทั้งหมด 5 ห้องเพลง
6. **โน้ตเพลงไอดาโฮ**

ไอดาโฮ



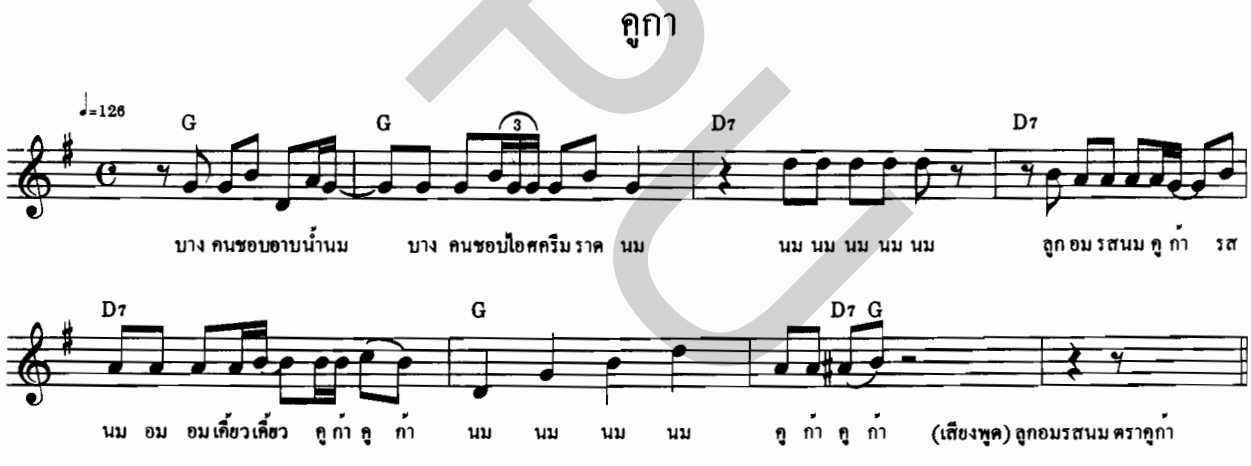
(เสียงพูด) มันฝรั่งทอดกรอบไอดาโฮรสชาดแบบอเมริกัน

7. รูปโฆษณา มันฝรั่งทอดกรอบไอดาโฮ

โฆษณาชิ้นที่ 3

1. **ผลิตภัณฑ์** ลูกอม
2. **ชื่อผลิตภัณฑ์** ลูกอมคูก้า
3. **ความยาว** 15 วินาที
4. **ภาพ** เป็นภาพเด็กและผู้ใหญ่หลาย ๆ วัยเคี้ยวลูกอมรสนมคูก้า
5. **ดนตรี** ดนตรีอยู่ในบันไดเสียงจีเมเจอร์ (G Major) มีลักษณะเร็ว และเสียงดัง เป็นจังหวะแร็ป (rap) ใช้วงสตริงที่พบเห็นกันทั่ว ๆ ไป ตอนสุดท้ายจะเป็นคำพูดสรุปอีกครั้งหนึ่ง
6. **โน้ตเพลงลูกอมคูก้า**

DPU



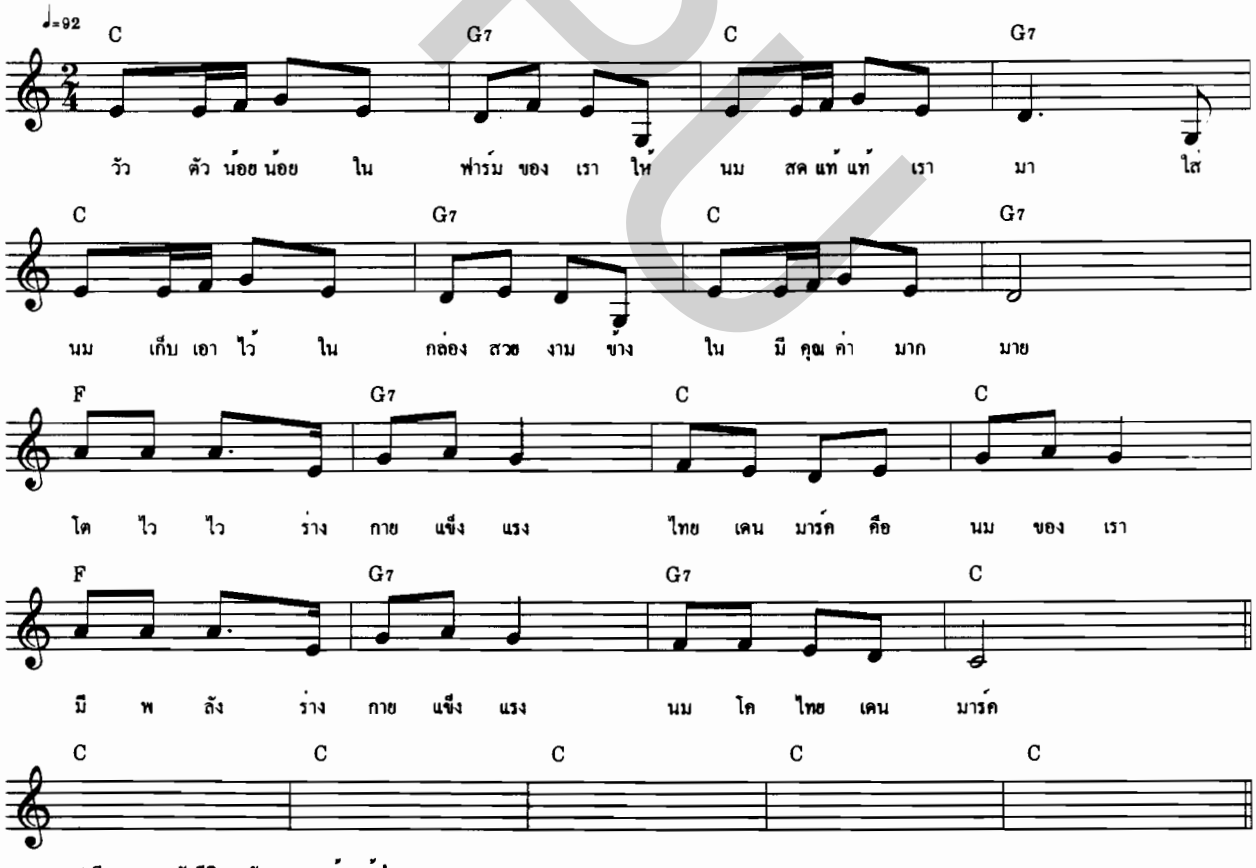
7. รูปโฆษณา ลูกอมคูก้า

โฆษณาชิ้นที่ 4

1. **ผลิตภัณฑ์** นมกล่องยู.เอช.ที.
2. **ชื่อผลิตภัณฑ์** นมโคไทย-เดนมาร์ค
3. **ความยาว** 30 วินาที
4. **ภาพ** เป็นภาพเด็ก ๆ กำลังดื่มนมโคไทย-เดนมาร์ค สลับกับวัว สลับกับผลิตภัณฑ์
5. **ดนตรี** ดนตรีอยู่ในบันไดเสียงซีเมเจอร์ (C Major) มีจังหวะปานกลาง ดนตรีเป็นดนตรีง่าย ๆ ใช้วงสตริงอัดเสียง ตอนจบเป็นคำพูดสรุป
6. **โน้ตเพลงนมไทย-เดนมาร์ค**

DPU

นมไทยเดนมาร์ค



(เสียงพูด) พลังชีวิต พลังนมจากเค้า เฮ้ !

7. รูปโฆษณา นมไทย-เดนมาร์ค

ประวัติผู้เขียน

นายชนนาถ มีนะนันทน์ เกิดเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ.2511 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จมัธยมปลายจากโรงเรียนราชวินิตมัธยม ปีการศึกษา 2528 สำเร็จการศึกษาครุศาสตร์บัณฑิต สาขาดนตรีสากล เอกเครื่องลมทองเหลือง (ทรัมเปต) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2532 และเข้าศึกษาต่อที่คณะนิเทศศาสตร์ สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในปีการศึกษา 2534 และสำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2538

ปัจจุบันเป็นอาจารย์พิเศษสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา สถาบันราชภัฏพระนคร โรงเรียนจิตรลดา โรงเรียนนันทนศึกษา โรงเรียนเขมะสิริอนุสสรณ์ โรงเรียนราชวินิตมัธยม โรงเรียนดนตรีสยามกลการ เตาปูน โรงเรียนดนตรีราชพฤกษ์ โรงเรียนดนตรีลุมพินี และเป็นผู้จัดการวงดุริยางค์เยาวชนไทย สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ

DPU