



ที่มา และความสำคัญของปัญหา

คาราโอเกะเป็นวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีที่ถือกำเนิดขึ้นจากประเทศญี่ปุ่นจากความเชื่อของชาวญี่ปุ่นว่า การร้องเพลงเป็นการแสดงออกที่สามารถลดความเครียดจากหน้าที่การงานและเรื่องอื่นๆ ได้ดี (ผู้จัดการ, กันยายน 2535) ภายหลังจากการที่ประเทศญี่ปุ่นแพ้สงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมาชาวญี่ปุ่นมีความกดดันอย่างหนักไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ที่อึดอัดทำให้สังคมญี่ปุ่นกลายเป็นสังคมที่เคร่งเครียดและวิธีที่ชาวญี่ปุ่นใช้ลดความเครียดเท่าที่สามารถจะทำได้ในขณะนั้น คือการร้องเพลงเป็นการระบายออกทางจิตใจและอารมณ์ได้อย่างดี (คลังสมอง, 2534)

"คาราโอเกะ" เกิดจากคำ 2 คำในภาษาญี่ปุ่น คือ คำว่า "kara" มาจากคำว่า "karappo" มีความหมายว่า "ว่างเปล่า" และ คำว่า "oke" ซึ่งเป็นคำแผลงมาจากคำว่า "orchestra" ในภาษาอังกฤษ หมายความว่า ดนตรี (A New Industry From Kansai, 1997) ดังนั้นคาราโอเกะจึงหมายถึงดนตรีที่ปราศจากเสียงร้อง ซึ่งในปัจจุบันเป็นที่เข้าใจว่าคาราโอเกะเป็นกิจกรรมบันเทิงรูปแบบหนึ่งที่อาศัยการร้องเพลงประกอบดนตรีและภาพจากมิวสิควิดีโอ โดยมีเนื้อเพลงอยู่ส่วนล่างของจอภาพ

คาราโอเกะเกิดขึ้นในเมืองโกเบประเทศญี่ปุ่นในปี ค.ศ. 1970 จากการที่เจ้าของร้านเหล้าแห่งหนึ่งเกิดปัญหาขาดนักร้องและวงดนตรีที่เคยเล่นประจำ เขาจึงนำเทปเพลงที่มีดนตรีเพียงอย่างเดียวมาเปิดให้ลูกค้าในร้านเหล้าแห่งหนึ่งได้สลับเปลี่ยนกันร้องเพลงแทนการใช้นักร้องและวงดนตรีปรากฏว่ากลายเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมในหมู่นักธุรกิจชายชาวญี่ปุ่นที่มาใช้บริการเป็นอย่างมาก การพัฒนาเทคโนโลยีด้านอุปกรณ์และการนำเสนอในยุคต่อมาด้วยการผลิตเครื่องเล่นคาราโอเกะที่มีขนาดกระทัดรัด การนำเสนอเพลงและภาพประกอบด้วยแผ่นเลเซอร์ดิสก์ ทำให้คาราโอเกะในยุคต่อมา มีความสวยงาม คมชัด ใช้งานง่ายขึ้นและสามารถยกเอากิจกรรมคาราโอเกะไปไว้ที่บ้านพักอาศัยได้ (A New Industry from Kansai, 1997) อย่างไรก็ตามลักษณะทางสังคมของประเทศญี่ปุ่นไม่เอื้ออำนวยให้การใช้คาราโอเกะภายในครัวเรือนประสบความสำเร็จแพร่หลายนัก เนื่องจากแบบแผนวัฒนธรรมว่า ชาวญี่ปุ่นมักไม่เชิญแขกมา

ที่บ้าน ประกอบกับลักษณะบ้านของชาวญี่ปุ่นปลูกสร้างอยู่ชิดติดกันมาก ยังคงก่อสร้างด้วยไม้ และวัสดุไม่เก็บเสียงเสียงร้องจึงเล็ดลอดออกไปได้

จากข้อจำกัดนี้เองทำให้เกิดความคิดในการสร้างคาราโอเกะบ็อกซ์ (Karaoke Box) ขึ้นเพื่อตอบสนอง โดยลักษณะของคาราโอเกะบ็อกซ์นั้นเป็นห้องเดี่ยวมิดชิดสร้างขึ้นเพื่อกิจกรรมคาราโอเกะโดยเฉพาะ สร้างขึ้นในปี 1984 บนตึกกลางเมืองโอคายามา ทางทิศตะวันตกของเมืองคันไซ ในยุคแรกๆนั้นคาราโอเกะบ็อกซ์สร้างขึ้นจากการดัดแปลงส่วนที่เป็นกล่องของตู้คอนเทนเนอร์ที่ไม่ใช้แล้ว (A New Industry From Kansai, 1997) จากการสร้างคาราโอเกะบ็อกซ์อย่างแพร่หลาย ซึ่งมีการพัฒนาคุณภาพไปเรื่อยๆโดยการทำเป็นห้องส่วนตัว ใช้วัสดุเก็บเสียงที่มีคุณภาพ จนมีการสร้างอาคารขึ้นโดยเฉพาะสำหรับกิจกรรมคาราโอเกะ เมื่อถึงตอนนี้นักกลุ่มผู้ใช้คาราโอเกะก็ไม่จำกัดอยู่แค่เพียงกลุ่มนักธุรกิจชายอีกต่อไป กลุ่มแม่บ้าน หญิงทำงาน นักเรียนมหาวิทยาลัยและแม้กระทั่งนักเรียนมัธยมก็เป็นผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้งสิ้น นับจากนั้นคาราโอเกะก็แพร่กระจายไปทั่วประเทศญี่ปุ่นและประเทศอื่นที่มีคนญี่ปุ่นติดต่อทำธุรกิจด้วย ดังเช่น ประเทศฮ่องกง ประเทศไต้หวัน ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย

สุทิน คติสวัสดิวงษ์ (สัมภาษณ์ในคลังสมอง, 2534) กล่าวว่าคาราโอเกะเริ่มเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมบันเทิงในประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2530-2531 โดยเริ่มแรกกลุ่มผู้ใช้ยังคงเป็นกลุ่มนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยเฉพาะเช่น ชาวญี่ปุ่น ชาวฮ่องกง ชาวไต้หวัน คาราโอเกะในยุคแรกนี้จึงเกิดขึ้นที่ผับ และโรงแรมที่ชาวต่างประเทศเหล่านี้นิยมไปใช้บริการ

กิจกรรมคาราโอเกะในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างมากภายหลังจากมีการนำเอาวิดีโอคาราโอเกะให้มีต้นทุนการผลิตต่ำ และมีการนำเพลงไทยมาดัดแปลงเพื่อกิจกรรมคาราโอเกะมากขึ้น (คลังสมอง, 2534) ความนิยมในกิจกรรมคาราโอเกะจึงแพร่กระจายในหมู่คนไทยทุกชนชั้นอย่างรวดเร็วและแพร่กระจายไปในผับ ร้านอาหารต่างๆซึ่งเคยมีเพลงบรรเลงก็เริ่มมีการนำเอากิจกรรมคาราโอเกะใช้แทนนักดนตรีที่เล่นประจำ เพื่อลดปัญหาจากตัวนักดนตรีเอง เช่น การเล่นตัวของนักดนตรี ค่าใช้จ่ายสำหรับวงดนตรีซึ่งสังเกตได้จากสถานบริการคาราโอเกะที่ปรากฏอยู่ทั่วไปในขณะนั้น

การที่กิจกรรมคาราโอเกะเป็นรูปแบบหนึ่งของกิจกรรมเพื่อความบันเทิงที่ได้รับความนิยมในสังคมไทยในขณะนี้ นอกเหนือจากสถานบันเทิงยามราตรีรูปแบบอื่นๆ ที่มีอยู่มากมาย

ทั้งนี้ผู้วิจัยคาดว่าเป็นเพราะลักษณะที่พิเศษของกิจกรรมนี้ซึ่งมีความแปลกใหม่และน่าจดจำ สำหรับผู้ที่ไม่เคยใช้มาก่อน จากประสบการณ์การร่วมกิจกรรมของผู้วิจัยในครั้งแรกนั้นผู้วิจัยได้สัมผัสถึงลักษณะความแปลกของสื่อชนิดนี้ ซึ่งต้องอาศัยการแสดงออกของผู้ใช้และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของสมาชิกในกิจกรรมนี้

การร้องเพลงในสถานคาราโอเกะแตกต่างจากการร้องเพลงทั่วไปด้วยการผนวกเอาเทคโนโลยีใหม่ๆและการใช้เทปบันทึกภาพประกอบทำให้การร้องเพลงกลายเป็นเรื่องง่ายและไม่ต้องอาศัยวงดนตรีอีกต่อไป เพลงที่มีการผลิตออกมาเพื่อใช้ในการคาราโอเกะนั้นก็มีความหลากหลาย ผู้ใช้สามารถเลือกเพลงได้ตามความพอใจของตน อิศระ อมรกิจบำรุง (วารสารส่งเสริมการลงทุน,2539) กล่าวถึงจุดเด่นของกิจกรรมคาราโอเกะว่ากิจกรรมคาราโอเกะเป็นการพักผ่อนที่ระบายความเครียดได้ดีที่สุดวิธีหนึ่ง ดังที่เราเคยเห็นว่าคนเราจะมีความรู้สึกลดความตึงเครียดลงเมื่อได้ตะโกนเสียงระบายความอัดอั้นคับแค้นใจออกไป หลักการนี้อธิบายได้กับการร้องคาราโอเกะส่วนเหตุผลอื่นๆ มาจากแนวคิดที่ว่ามนุษย์เป็นสัตว์สังคมโดยพื้นฐานต้องการอยู่ร่วมกัน ทำกิจกรรมด้วยกัน ซึ่งการใช้สื่อคาราโอเกะมักกระทำกันเป็นหมู่คณะแต่ก็สามารถร้องได้เช่นเดียวกัน อีกทั้งการร้องในห้องรวมที่ไม่ใช่ห้องส่วนตัวเป็นการฝึกการแสดงออกในที่สาธารณะไปด้วย ลักษณะที่กล่าวมาจึงไม่มีในธุรกิจบันเทิงรูปแบบอื่นมีเพียงในกิจกรรมคาราโอเกะเท่านั้นและด้วยลักษณะของสื่อคาราโอเกะนั้นเอื้อประโยชน์ในการใช้สื่อร่วมกันเป็นหมู่คณะ มีการผลิตเปลี่ยนหมุนเวียนกันร้องตามวาระ ทำให้การร้องเพลงในที่สาธารณะนั้นกลายเป็นเรื่องที่สนุกสนาน ไม่ใช่เป็นการแสดงออกแบบทางการเหมือนเช่นการร้องเพลงบนเวทีแบบอื่น

ผู้วิจัยเห็นว่าด้วยลักษณะดังกล่าวทำให้กิจกรรมคาราโอเกะเป็นบ่อเกิดของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของผู้ใช้สื่อเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนประเภทอื่น เช่น โทรทัศน์ โดยผู้วิจัยเชื่อว่าคาราโอเกะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไปทั้งนี้เพราะคาราโอเกะเป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและมีโอกาสได้แสดงบทบาทต่างๆ ทั้งการเป็นผู้แสดงและการเป็นผู้ฟัง ในขณะที่การใช้สื่อโทรทัศน์และภาพยนตร์นั้นผู้ใช้ไม่มีโอกาสได้แสดงบทบาทใดๆ อีกทั้งการใช้คาราโอเกะยังเป็นการแลกเปลี่ยนทัศนคติ การแสดงออก ตลอดจนการแสดงอัตลักษณ์ของตนเองหรือการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเองมีลักษณะอย่างไร และเป็นการเปิดรับเอาลักษณะอัตลักษณ์ของผู้อื่นที่ตนเห็นดีงามมาปรับเปลี่ยนให้เข้ากับตนเอง เช่น ลักษณะของการแต่งกายไปเที่ยว การเลือกเพลงตลอดจนประเภทของเพลง เช่น วัยรุ่นบางกลุ่มจะเลือกร้อง

แต่เพลงสากล เพื่อแสดงให้เห็นพื้นฐานทางภาษาของกลุ่มตนหรือบางกลุ่มเลือกแต่เพลงซ้ำๆ แนวเดิมที่กลุ่มตนเคยชื่นชอบเท่านั้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงพิจารณาคาราโอเกะในฐานะที่เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่แสดงถึงวัฒนธรรม ประชานิยมในอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความแตกต่างจากสื่อแบบอื่นๆ ที่มีอยู่แล้ว โดยคาราโอเกะนั้น ประกอบด้วยลักษณะที่เป็นส่วนร่วมของโทรทัศน์ วิทยุเทปและเพลง ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้เป็น องค์ประกอบที่นิยมของวัยรุ่น จึงไม่น่าแปลกใจที่กลุ่มวัยรุ่นจะมีการใช้สื่อคาราโอเกะจำนวนมาก ทำให้คาราโอเกะเป็นสถานที่พักผ่อนในยามค่ำคืนที่เป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่น เพราะนอกจากเห็น จากการได้นั่งฟังเพลงและดื่มกินเช่นเดียวกับผับหรือร้านเหล้าและดิสโก้เธคแล้ว กิจกรรมที่สำคัญของการใช้สื่อคาราโอเกะก็คือการได้ผลัดกันร้องเพลงตามความถนัดของตน ขณะเดียวกันกลุ่ม วัยรุ่นก็สามารถเลือกความเหมาะสมของสถานที่ ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของตนได้ เพราะในสถานคาราโอเกะผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้บริการแบบห้องส่วนตัว หรือให้บริการส่วนรวมกับผู้ใช้บริการอื่นๆ อีกทั้งความแตกต่างของสถานบริการคาราโอเกะแต่ละแห่งซึ่งบางครั้งสถานบริการคาราโอเกะก็ได้รับรวมเอาบริการอื่นๆ เช่นการขายอาหาร และมี ธุรกิจทางเพศแอบแฝงมาด้วย (วารสารส่งเสริมการลงทุน, 2539) ทำให้ลักษณะของผู้ใช้บริการ คาราโอเกะ วัตถุประสงค์และความคาดหวังตลอดจนพฤติกรรมในการใช้สื่อคาราโอเกะแตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามรายละเอียดของพฤติกรรมการใช้คาราโอเกะนั้นก็มีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มโดยขึ้นอยู่กับลักษณะของอัตลักษณ์กลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มต่างก็เลือกใช้ในลักษณะที่ตอบสนองความพึงพอใจของตนมากที่สุด

การวิจัยครั้งนี้มุ่งที่ประเด็นว่า พฤติกรรมการใช้สื่อคาราโอเกะของกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย นั้นมีความสัมพันธ์กับอัตลักษณ์ของเขาอย่างไร ด้วยการมองว่าคาราโอเกะนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการใช้สื่อร่วมกันของกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจึงน่าจะเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นถึงลักษณะต่างๆ ของอัตลักษณ์ที่แสดงออกมา เช่น การรักษา และตอกย้ำอัตลักษณ์ที่มีอยู่เดิมที่ได้จากการทำกิจกรรม คาราโอเกะร่วมกัน อย่างไรก็ตามลักษณะของอัตลักษณ์ซึ่งเป็นประเด็นใหญ่ในการวิจัยครั้งนี้จะมีแนวโน้มเป็นอัตลักษณ์ทางสังคมซึ่งเกิดจากการใช้คาราโอเกะร่วมกัน

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องอัตลักษณ์ของวัยรุ่นและคาราโอเกะนี้มีวัตถุประสงค์หลักดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อคาราโอเกะในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย
2. เพื่อศึกษาลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อคาราโอเกะของกลุ่มวัยรุ่นต่างๆและอัตลักษณ์ที่ปรากฏจากการใช้สื่อคาราโอเกะ ในแง่ของการรักษา ตอกย้ำ หรือ การเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์

ปัญหำนำการวิจัย

ปัญหำนำในการวิจัยครั้งนี้คือ "พฤติกรรมการใช้คาราโอเกะของกลุ่มวัยรุ่นนั้นมีความสัมพันธ์กับอัตลักษณ์ของเขาในแง่ของการ รักษา ตอกย้ำ หรือการเปลี่ยนแปลงอย่างไร" และจะมีการหาคำตอบจากลักษณะของคำถามนำในการวิจัยในประเด็นใหญ่ 2 ประเด็นดังนี้

1. ลักษณะพฤติกรรมคาราโอเกะของวัยรุ่นเป็นอย่างไร

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งกิจกรรมคาราโอเกะออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนพฤติกรรมที่เกิดก่อนใช้สื่อคาราโอเกะ ขั้นตอนพฤติกรรมที่เกิดขณะใช้สื่อคาราโอเกะและขั้นตอนพฤติกรรมที่เกิดหลังการใช้สื่อคาราโอเกะ

1.1 พฤติกรรมที่เกิดก่อนการใช้สื่อคาราโอเกะ ขั้นตอนนี้หมายถึง การศึกษา กิจกรรมต่างๆที่กลุ่มวัยรุ่นกระทำก่อนการเข้าร่วมในกิจกรรมคาราโอเกะ ประกอบด้วยลักษณะการหาคำตอบจากประเด็นต่างๆดังต่อไปนี้

- วัตถุประสงค์และความคาดหวังที่จะได้รับจากการใช้สื่อคาราโอเกะ
- การนัดหมายและการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม
- กิจกรรมที่เกิดขึ้นก่อนการใช้คาราโอเกะ
- การตัดสินใจเลือกสถานที่

1.2 พฤติกรรมขณะใช้สื่อคาราโอเกะ ขั้นตอนนี้หมายถึง การศึกษากิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นในสถานคาราโอเกะทั้งหมด ตั้งแต่เริ่มเข้าไปในสถานคาราโอเกะจนกระทั่งจบกิจกรรมคาราโอเกะ ประกอบด้วยลักษณะการหาคำตอบจากประเด็นต่างๆดังนี้

- ขั้นตอนการเลือกที่นั่งและการเลือกเครื่องดื่ม

- ลักษณะการใช้คาราโอเกะของกลุ่มวัยรุ่นเป็นอย่างไร เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อคาราโอเกะทั้งที่เป็นตัวผู้ใช้สื่อและตัวสาร คือ คาราโอเกะ ซึ่งได้แก่ เพลง การเลือกเพลงและประเภท ตลอดจนลักษณะของเพลง

- หัวข้อในการสนทนาของกลุ่มวัยรุ่นเป็นอย่างไร

- ในการใช้คาราโอเกะผู้ใช้แสดงบทบาทของตนอย่างไร มีการสร้างความหมายร่วมกันจากกิจกรรมนี้ในรูปแบบใด ได้แก่ การเลือกเพลง หัวข้อในการสนทนา ตลอดจนความสนใจในเรื่องต่างๆที่กลุ่มมีส่วนร่วม รวมทั้งการจ่ายเงิน

1.3 พฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายหลังการใช้สื่อคาราโอเกะ ขั้นตอนนี้หมายถึง การศึกษาว่าเมื่อจบกิจกรรมคาราโอเกะผู้ใช้มีการกระทำใดๆเกิดขึ้นภายหลังจากนั้นบ้าง รวมถึงความรู้สึกที่ ผู้ใช้มีต่อกิจกรรมคาราโอเกะและความพึงพอใจที่ได้รับภายหลังกิจกรรมเสร็จสิ้น ว่าเป็นไปตามลักษณะวัตถุประสงค์และความคาดหวังที่มีตั้งแต่ก่อนการทำกิจกรรมหรือไม่ อย่งไร

โดยการพิจารณาจากประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

- พวกเขาได้รับอะไรจากการใช้คาราโอเกะบ้างและก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงกับตัวเขาอย่างไร

- การกระทำใดบ้างที่มีความเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของกลุ่มที่วิจัย ในลักษณะใด

- ภายหลังจากกิจกรรมคาราโอเกะ มีกิจกรรมใดๆเกิดขึ้นต่อเนื่องหรือไม่ ถ้าไม่มีกลุ่มวัยรุ่นแยกย้ายกันอย่างไร

2. ลักษณะของกลุ่มวัยรุ่นที่วิจัย และความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นที่ปรากฏในการวิจัย กับพฤติกรรมการใช้สื่อคาราโอเกะ

การใช้สื่อคาราโอเกะของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อคาราโอเกะอย่างไรนั้น ผู้วิจัยได้แบ่งลักษณะของคำถามในการวิจัยในเรื่องของอัตลักษณ์เป็น 4 ประเด็น คือ

2.1 ลักษณะของ "กลุ่ม" ในการใช้สื่อคาราโอเกะ เป็นอย่างไร ได้แก่การศึกษาในประเด็น

- ที่มา สภาพภูมิหลังของเขาเป็นอย่างไร

- ความสัมพันธ์ของ "กลุ่ม" ที่ทำกิจกรรมคาราโอเกะ

2.2 อัตลักษณ์ของวัยรุ่นที่พบเป็นอย่างไร ได้แก่ การศึกษาในประเด็นดังนี้

- ลักษณะการมองตัวตนและการเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น

- กลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีลักษณะอัตลักษณ์ที่ปรากฏเด่นชัดในด้านใดบ้าง

2.3 วัยรุ่นใช้คาราโอเกะในการแสดงออก การรักษาและการสร้าง (ใหม่) ของ

อัตลักษณ์ทางสังคมของเขาอย่างไร มีความแตกต่างจากอัตลักษณ์เดิมของตัวเขาหรือไม่

2.4 จากการเลือกใช้กิจกรรมคาราโอเกะที่แตกต่างกันของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล มีความสัมพันธ์กับลักษณะอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

ลักษณะการหาคำตอบ

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งเป็นการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อคาราโอเกะและอัตลักษณ์ของวัยรุ่นจากการเข้าร่วมกิจกรรมคาราโอเกะที่เกิดขึ้นจริงของกลุ่มวัยรุ่นผู้ให้ข้อมูลเพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งของการเก็บข้อมูล

วิธีการหาคำตอบมี 2 วิธี ประกอบด้วย

1. การเก็บข้อมูลด้วยวิธีสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ซึ่งเป็นวิธีเก็บข้อมูลในส่วนของพฤติกรรมการใช้สื่อคาราโอเกะของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้น
2. การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ซึ่งเป็นวิธีการเก็บข้อมูลโดยอาศัยประเด็นคำถามที่ตั้งไว้ เพื่อให้ได้คำตอบบางประการที่ไม่ได้จากการสังเกต เช่น เหตุผลของการกระทำต่างๆ เช่น การเลือกสถานที่ รสนิยม เหตุผลการเลือกเพลง

วิธีการนี้ถือเป็นการวิจัยวิจัยด้านสังคมวิธีหนึ่งและเป็นการหาข้อมูลจากตัวบุคคลที่ต้องการวิจัยโดยตรง ซึ่งลักษณะของผู้ให้ข้อมูลเป็นอย่างไรนั้น จะกล่าวถึงในส่วนต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์ของวัยรุ่นและการใช้สื่อคาราโอเกะในครั้งนี้ ผู้วิจัยจำกัดขอบเขตการวิจัยเพื่อให้การหาคำตอบรัดกุมและตรงประเด็น โดยพิจารณาจาก ลักษณะการใช้สื่อคาราโอเกะของกลุ่มวัยรุ่นที่ผู้วิจัยเลือกแล้ว โดยอาศัยการเก็บข้อมูลจากสถานบริการคาราโอเกะที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในความเป็นจริงโดยพิจารณาองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในกิจกรรมคาราโอเกะร่วมกับเก็บข้อมูลเรื่องอัตลักษณ์ของวัยรุ่นที่ปรากฏในการวิจัยซึ่งมีขอบเขตตั้งแต่ ลักษณะการมองตัวตนตั้งแต่แรกของ วัยรุ่นเอง การเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ในด้านต่างๆ การใช้สัญลักษณ์ต่างๆในกลุ่มที่ปรากฏจากการใช้สื่อคาราโอเกะ ลักษณะของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลว่ามีที่มาและความสัมพันธ์อย่างไร ผู้วิจัยใช้วิธีหาข้อมูลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในสถานคาราโอเกะที่กลุ่มตัวอย่างใช้และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกตามประเด็นคำถามที่ตั้งไว้

ผู้วิจัยใช้วิธีสโนว์บอลเทคนิค (The Snowball Technique) ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะตามที่ต้องการคือ

- อายุตั้งแต่ 18-25 ปีทั้งเพศชายและหญิง
- มีกลุ่มที่มีการปฏิสัมพันธ์กันอย่างสม่ำเสมอ
- เป็นผู้ใช้สื่อคาราโอเกะ
- มีความเต็มใจที่จะให้วิจัย

ด้วยวิธีการดังกล่าว ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 กลุ่ม จำนวนผู้ให้ข้อมูลกลุ่มละ 4-5 คน นำมาศึกษาด้วยการใช้วิธีเก็บข้อมูลจากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม โดยร่วมติดตามวิจัยและเก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อคาราโอเกะของกลุ่มตัวอย่างที่วิจัยอย่างต่อเนื่องกลุ่มละ 3 ครั้ง ควบคู่กับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลทุกคน จำนวน 16 คน

นิยามศัพท์

1. ผู้ใช้สื่อคาราโอเกะ หมายถึง ผู้ให้ข้อมูลซึ่งมีลักษณะเป็นวัยรุ่นตอนปลายทั้งเพศชายและหญิง มีอายุในช่วง 18-25 ปี มีคุณสมบัติเป็นกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ในขอบเขตการวิจัย
2. สถานบริการคาราโอเกะ หมายถึง สถานที่เปิดบริการเพื่อกิจกรรมคาราโอเกะ มีความหมายรวมถึงการใช้สื่อคาราโอเกะที่บ้านของผู้ให้ข้อมูลด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกรณีที่ผู้ให้ข้อมูลเลือก

ผู้วิจัยแบ่งระดับสถานบริการคาราโอเกะออกเป็น 3 ระดับ เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล ดังนี้

2.1 สถานบริการคาราโอเกะระดับสูง หมายถึง สถานบริการคาราโอเกะที่เปิดบริการเพื่อการใช้สื่อคาราโอเกะโดยเฉพาะ แบ่งบริเวณเป็นสัดส่วนสำหรับกิจกรรมคาราโอเกะ มีการบริการคาราโอเกะทั้ง 2 รูปแบบคือ แบบห้องส่วนตัวและแบบห้องรวม โดยจะแบ่งขนาดห้องส่วนตัวเป็นหลายขนาดตั้งแต่ ใหญ่ กลาง เล็ก และในแบบห้องรวมมีโต๊ะให้บริการตั้งแต่ 10 โต๊ะขึ้นไป

2.2 สถานบริการคาราโอเกะระดับกลาง หมายถึง สถานบริการคาราโอเกะที่เปิดบริการเพื่อการใช้สื่อคาราโอเกะโดยเฉพาะซึ่งมีขนาดเล็กกว่าสถานบริการคาราโอเกะระดับสูง มีโต๊ะบริการแบบห้องรวม มากกว่า 5 โต๊ะ แต่ไม่เกิน 10 โต๊ะ และ หรือ แบบห้องส่วนตัว มีขนาดเดียวหรือมีจำนวนห้องน้อยกว่า 5 ห้อง

2.3 สถานบริการคาราโอเกะระดับล่าง หมายถึง สถานบริการคาราโอเกะที่รวมเอากิจกรรมคาราโอเกะเข้ากับกิจกรรมอื่นๆของร้าน เช่น ร้านข้าวต้ม สวนเบียร์ มีห้องรวมขนาดเล็ก อาจมีห้องส่วนตัวหรือไม่ก็ได้

3. อัตลักษณ์ หมายถึง ลักษณะการมองตัวตนในแง่ต่างๆของผู้ให้ข้อมูล เป็นการตอบคำถามของคำว่า "ฉันคือใคร" ซึ่งอัตลักษณ์มีได้หลายแง่มุมทั้งนี้เพราะในฐานะที่เป็นสมาชิกของแต่ละหน่วยของสังคมมีบทบาทต่างกันไป นอกจากในระดับบุคคลแล้ว ในระดับกลุ่มก็จะมีอัตลักษณ์ร่วม หรือ Collective Identity คือ กระบวนการสร้างสำนึกร่วมต่างๆของคนในสังคมนั้นๆ อันทำให้สมาชิกตระหนักถึงลักษณะร่วมของกลุ่ม และ การทำความเข้าใจว่า "พวกเรา" ต่างจาก "พวกเขา" อย่างไรซึ่งความรู้สึกนี้จะถูกสร้างปรับเปลี่ยนได้โดยอาศัยสัญลักษณ์ต่างๆที่ถูกสร้างขึ้นในระบบวัฒนธรรมของกลุ่ม ซึ่งอาศัยพื้นฐานมาจากอัตลักษณ์ส่วนบุคคลอันประกอบด้วยลักษณะดังนี้

- เชื่อมมั่นในคุณค่าที่ตนยึดถือ
- มีแบบอย่างในการประพฤติปฏิบัติ
- เปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น
- มองตนเองได้ชัดเจน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยคาดว่าประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยคือ

1. ทราบถึงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อคาราโอเกะและการสร้าง ตอกย้ำ และรักษา อัตลักษณ์ของวัยรุ่น
2. ทราบถึงลักษณะพฤติกรรมการใช้คาราโอเกะของกลุ่มวัยรุ่น
3. ทราบถึงลักษณะของสื่อคาราโอเกะเพิ่มเติม เนื่องจากสื่อคาราโอเกะเป็นสื่อที่มีผู้วิจัยน้อย

โครงสร้างและเนื้อหาของรายงานการวิจัยฉบับนี้ประกอบด้วยบทต่างๆจำนวน 5 บท โดยแยกออกเป็นเนื้อหาต่างๆ ดังนี้ บทที่ 1 กล่าวถึง บทนำ ซึ่งกล่าวถึงที่มาและความสำคัญของปัญหา ปัญหานำการวิจัย ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการวิจัยพฤติกรรมคาราโอเกะ เนื้อหาในบทที่ 2 คือ ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องในงานวิจัยครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับสื่อคาราโอเกะ แนวคิดเรื่องวัยรุ่นและอัตลักษณ์ แนวคิดเรื่องการลู่เข้าเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Convergence) และทฤษฎีสุดท้ายคือ ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อความพึงพอใจ บทที่ 3 เป็นการกล่าวถึงส่วนของระเบียบวิธีวิจัย ซึ่งเป็นการอธิบายวิธีและรายละเอียดของขั้นตอนในการวิจัยในครั้งนี้

ประกอบด้วย ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง การเก็บข้อมูลภาคสนาม การจำแนกข้อมูล การนำเสนอข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล บทที่ 4 เป็นส่วนของบทสรุปผล ข้อมูล ได้แก่ การนำเสนอข้อมูลที่ค้นพบ การจำแนก และการสรุปข้อมูลโดยจำแนกข้อมูลตาม ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม บทที่ 5 ประกอบด้วย การตีความและวิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงในบทที่ 4 โดยแบ่งข้อมูลออกเป็นประเด็นต่างๆตามที่ได้ตั้งไว้ในคำถามนำการวิจัยและบทที่ 6 เป็นการอภิปรายผลข้อมูล ข้อจำกัดในการวิจัย ข้อเสนอแนะลักษณะของประเด็นต่างๆที่ค้นพบในการวิจัยครั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในอนาคต