

ผลการชมละครโทรทัศน์เกาหลีกับการซึมซับค่านิยมและการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลี

THE EFFECTS OF KOREAN T.V. DRAMAS ON KOREAN VALUES ASSIMILATION AND CULTURE IMITATION OF THE THAI YOUTH

วนิดา จัตรสกุลไพรัช¹

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาค่านิยม การเลียนแบบวัฒนธรรม จากการรับชมละครเกาหลีผ่านสื่อละครโทรทัศน์ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีกับการซึมซับค่านิยม และการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จากวัยรุ่นอายุ 13-25 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานคร ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 13-17 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีรายได้ระหว่าง 5,001-7,000 บาท ชื่นชอบละครเกาหลีทางโทรทัศน์ประเภทชีวิตรักโรแมนติก ชมละครเกาหลีทางโทรทัศน์ทุกตอน ชมละครเกาหลีทางโทรทัศน์ตั้งแต่ 2 ชั่วโมงขึ้นไป ได้รับค่านิยมจากการชมละครโทรทัศน์เกาหลี ในระดับมาก ได้แก่ ความอดทน/อดกลั้นน้อยที่สุด ได้แก่ การดำเนินชีวิตด้วยความรัก และมีพฤติกรรมเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลี ในภาพรวมและรายด้าน ในระดับมากเช่นกันประเภทละครเกาหลีที่ชื่นชอบ ความต่อเนื่องในการรับชมละครเกาหลี และปริมาณเวลาในการรับชมละครโทรทัศน์เกาหลี มีความสัมพันธ์กับค่านิยมที่ได้รับ มีผลกระทบต่อเพศอายุ รายได้ต่อเดือน และการศึกษาที่แตกต่างกัน และพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ชื่นชอบในละครโทรทัศน์เกาหลีตามความชื่นชอบของตนเอง และชมเป็นระยะเวลานานจนจบตอน จึงส่งผลต่อการเกิดค่านิยมและนำมาสู่พฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นควรมีรายการโทรทัศน์ ที่นำข้อมูลเกี่ยวกับผลดี ผลเสีย เผยแพร่ทางสื่อที่วัยรุ่นนิยมเปิดรับ เพื่อให้วัยรุ่นได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ผู้ปกครองควรให้คำแนะนำให้รู้จักแยกแยะการแสดงพฤติกรรมที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง

คำสำคัญ : ละครโทรทัศน์เกาหลี ค่านิยม การเลียนแบบ วัฒนธรรมเกาหลี

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม Email: apple_chuchu@hotmail.com

Abstract

This study is survey research with the following objectives :1.To study the exposure to Korean TV series, values assimilation, and the culture imitation among the Thai youth. 2. To explore the relations between the youth's demographic characteristics and value assimilation and culture imitation as well as between value assimilation and culture imitation and series preferences time length and continuity of watching. The tools used for data collection was a set of self-administered questionnaire. Four hundred samples were multi - stage and purposive selected from Thai Youth between 13-25 years old. Descriptive statistics such as frequencies, percentage, mean and standard deviation were used to describe the demographic characteristics, exposure to Korean TV drama, values assimilation and culture imitation. Inferential statistics such as t-test and F-test were used for hypothesis testing. Findings : The majority of respondents were female aged between 13-17 years with lower secondary education and income earnings between 5001-7000 Baht.The majority of respondents preferred love and romance series the most and watched every episodes for 2 hours or more, assimilation highly Korean values from watching Korean TV series.The respondents highly imitated the Korean culture. Thai youth with different gender, age, and income except education level were different in value assimilation and culture imitation The preference of Korean TV series, the continuity of watching, and the duration of viewing related significantly with value assimilation and culture imitation at $P=0.05$

Keywords : Korean T.V. Dramas, Values, Imitation, Korean culture

บทนำ

ปัจจุบันสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชน และมีผู้ติดตามต่อเนื่องก็คือ สื่อโทรทัศน์ ตลอดระยะเวลาหลายสิบปีที่โทรทัศน์ไทยได้ถือกำเนิดมา สื่อโทรทัศน์ได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนอย่างมาก ตั้งแต่เด็กจนถึงผู้ใหญ่ ทำหน้าที่ในการเป็นสื่อกลางเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ทั้งสาระ ความบันเทิงให้กับผู้ชมทุกเพศทุกวัย นอกจากนี้ด้วยเทคโนโลยีทำให้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง และพัฒนาให้เครื่องรับสัญญาณโทรทัศน์มีความทันสมัย ยิ่งทำให้สีสันของภาพที่ผ่านทางจอโทรทัศน์มีความคมชัด และสวยงามมากขึ้นเรื่อยๆ พร้อมกับสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีการนำเสนอที่รวดเร็ว และฉับไว อีกทั้งผู้ชมยังสามารถที่จะเลือกรับชมเนื้อหาสาระ และรูปแบบรายการต่างๆ จากสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

ทั้ง ช่อง 3 5 7 9 11 และ TPBS ได้อย่างสะดวก จึงทำให้ประชาชนทั่วไปเปิดรับสื่อโทรทัศน์ได้อย่างง่ายดาย และทำให้รายการโทรทัศน์หลายรายการประสบความสำเร็จ และเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะรายการละครโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่างต่อเนื่องทุกยุค ทุกสมัย (อภิรักษ์ มุสิกพงษ์, 2553)

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา สังคมไทยก็ยังมีการไหลเข้าของสื่อต่างชาติเพิ่มมากขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการทำเขตการค้าเสรีแบบพหุภาคีกับประเทศต่างๆ แต่สำหรับสื่อที่ประสบความสำเร็จในการเผยแพร่เรื่องราวของประเทศตนเองให้ประเทศต่างๆ ได้รู้จัก ก็คือ สื่อจากประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งปัจจุบันถูกเรียกว่า “ยุคของกระแสเกาหลีฟีเวอร์” ซึ่งสื่อเกาหลีนี้สามารถส่งผ่านวัฒนธรรม เทคโนโลยี และการศึกษาของประเทศเกาหลีจนเป็นที่

ยอมรับในสังคมโลก และเมื่อมาพิจารณาประเภทของสื่อเกาหลีที่เป็นที่นิยมในสังคมไทยมากที่สุด ได้แก่ สื่อละครโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเผยแพร่ข่าวสาร และเรื่องราวในด้านต่างๆ ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารสามารถเห็นได้ทั้งภาพเคลื่อนไหว สี และเสียงไปพร้อมๆ กัน จึงทำให้สื่อละครโทรทัศน์เป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในประชาชนทุกเพศทุกวัย กระแสเกาหลีได้รับความนิยมจากวัยรุ่นไทยมากขึ้น ทั้งละคร ภาพยนตร์ และเพลง โดยเฉพาะซีรีส์ละครโทรทัศน์ ซึ่งต้องยอมรับว่าทางช่องไอทีวีในขณะนี้ เป็นช่องไทยพีบีเอสและสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 เป็นผู้บุกเบิกนำซีรีส์เกาหลีมาฉายในประเทศไทย แต่ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก ต่อมาสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้นำละครซีรีส์เกาหลีเรื่อง Full House “สะดุดรัก ที่ปักใจ” มาออกอากาศในช่วงเวลา 09.15-11.15 น. ทุกวันเสาร์และอาทิตย์ ปรากฏว่าได้รับการตอบรับอย่างดีจากผู้ชม ทำให้ละครซีรีส์เกาหลีเป็นที่รู้จักมากขึ้นและเมื่อสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้นำละครซีรีส์เกาหลีเรื่อง “แดจังกึม” (จอมนางแห่งวังหลวง) มาออกอากาศในช่วงเวลา 18.00-20.00 น. ทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ก็ประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูง จนกลายเป็นการปลุกกระแสละครซีรีส์เกาหลีให้เป็นที่รู้จัก นิยมกันในหมู่คนดูชาวไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่คนดูวัยรุ่น ปรากฏการณ์ครั้งนี้ทำให้ธุรกิจฟรีทีวีขยับผงรับกระแส นำละครซีรีส์เกาหลีทยอยลงช่องยาวต่อเนื่องตลอดทั้งปี 2549 (จิราจารีย์ ชัยมุสิก และสุกรี แมนชัยนิมิต, 2549: 65)

ตามที่กล่าวมาจะเห็นถึงแนวโน้มพฤติกรรมของการบริโภคสื่อเกาหลีที่ได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน และมีแนวโน้มจะสูงขึ้นอีกในอนาคตด้วยเพราะการเกิดกระแสความนิยมจากวัยรุ่นที่ส่งผลเชื่อมโยงไปถึงกลุ่มผู้ใหญ่ที่ได้รับอิทธิพลจากวัยรุ่นส่งผ่านไป กระแสความนิยมนี้อาจจะเป็นดาบสองคมด้วย สิ่งที่แอบแฝงอยู่ในสื่อต่างๆ นั้น คือ วัฒนธรรม เช่น การกินอยู่ การแต่งกาย ภาษา การท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งวัยรุ่นอาจซึมซับเอาวัฒนธรรมของชาติเกาหลีเข้ามาโดยไม่รู้ตัวและอาจ

ส่งผลให้มีความรู้สึกนึกคิด หรือการแสดงออกที่มีต่อวัฒนธรรมไทยเปลี่ยนแปลงไป เรียกได้ว่าเป็นการคุกคามวัฒนธรรมในสังคมไทยแต่หากมองในทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ถือว่า ประเทศเกาหลีประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูง

ดังนั้น จึงเป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรม การบริโภคสื่อเกาหลีของวัยรุ่นเพื่อที่จะได้ทราบถึงการรับสื่อและการซึมซับเนื้อหาสาระในสื่อต่างๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่น เพื่อให้ได้ทราบถึงแนวทางการประชาสัมพันธ์และการป้องกันรวมไปถึงการสร้างสื่อทางวัฒนธรรมไทยให้ตรงกับการบริโภคของวัยรุ่นต่อไป การสนับสนุนกระแสความนิยมของสื่อเกาหลีโดยเฉพาะสื่อละครโทรทัศน์นั้น ได้มีการจัดทำเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่ออธิบายถึงเรื่องราวของวัฒนธรรมเกาหลี ว่ามีเอกลักษณ์หรือความหมายในการแสดงออกที่ผ่านมาทางสื่อละครโทรทัศน์ว่ามีความหมายอย่างไร เพื่อให้ผู้ชมสามารถดูละครโทรทัศน์เกาหลีได้เข้าใจมากขึ้นในลักษณะของวัฒนธรรม อาทิเช่น การเรียกชื่อ มีการอธิบายความแตกต่างในการเรียกชื่อ มีการอธิบายเรื่องราวที่เกี่ยวกับอาหารเกาหลี และวัฒนธรรมการรับประทานอาหาร เป็นต้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นบทบาทและอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์และกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลี โดยการที่สื่อเกาหลีเข้ามามีอิทธิพลในสังคมไทยเหนือกว่าวัฒนธรรมอื่นๆ และการที่วัยรุ่นของไทยหันมานิยมวัฒนธรรมเกาหลี โดยพฤติกรรมการบริโภคสินค้า ทั้งอาหาร เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย การท่องเที่ยว การชื่นชอบศิลปินเกาหลี การฟังเพลงเกาหลี รวมไปถึงการหันมาสนใจศึกษาภาษาเกาหลีอย่างจริงจัง จึงมีความสนใจจะศึกษา “ผลกระทบของละครโทรทัศน์ที่มีต่อค่านิยมและการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลี” เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ไปเป็นแนวทางในการกำหนดทัศนคติของวัยรุ่นต่อค่านิยมและวัฒนธรรมไทยเปรียบเทียบกับของเกาหลีให้ตรงตามกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป”

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการชมละครเกาหลีผ่านสื่อโทรทัศน์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการรับค่านิยม และการเลียนแบบวัฒนธรรมผ่านสื่อละครโทรทัศน์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับการซึมซับค่านิยม และการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีผ่านสื่อละครโทรทัศน์ของวัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับชมละครเกาหลีกับการรับค่านิยม และเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีผ่านสื่อละครโทรทัศน์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

กานต์พิชชา วงษ์ขาว (2550) ได้ศึกษาเรื่อง สื่อละครโทรทัศน์เกาหลีกับการเผยแพร่วัฒนธรรมในสังคมไทย มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัว ต่อความคิดเห็นต่อละครโทรทัศน์เกาหลี พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีและพฤติกรรมการเลียนแบบทางวัฒนธรรมเกาหลี อันได้แก่ การแต่งกาย การรับประทานอาหาร การท่องเที่ยว การฟังเพลง และการนิยมนักร้องเกาหลี รวมถึงการแสดงความรักโรแมนติกแบบเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่นไทย และศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 20-22 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา สำหรับรายได้ส่วนตัวต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง คือ น้อยกว่า 10,000 บาท ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ พบว่า คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อละครเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่นกล่าวคือ อายุที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นต่อละครเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่นแตกต่างกัน ส่วนคุณลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ การศึกษา

อาชีพและรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อละครเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่น กล่าวคือ เพศ การศึกษา อาชีพและรายได้ ที่แตกต่างกันไม่ทำให้ความคิดเห็นต่อละครเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่นแตกต่างกัน ส่วนตัวแปรคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชมละครเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่น กล่าวคือ เพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการชมละครเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่นแตกต่างกัน และสำหรับความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากละครเกาหลี อันได้แก่ การรับประทานอาหาร การท่องเที่ยว การแต่งกาย การแสดงความรักโรแมนติก การฟังเพลง และการนิยมนักร้องเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่น พบว่า คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบด้านการแต่งกาย การฟังเพลงและการนิยมนักร้องเกาหลี แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบด้านอื่นๆ กล่าวคือ เพศที่แตกต่างกันทำให้เลียนแบบด้านการแต่งกาย การฟังเพลงและการนิยมนักร้องเกาหลีแตกต่างกัน คุณลักษณะประชากร ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบด้านการฟังเพลงและการนิยมนักร้องเกาหลี แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบด้านอื่นๆ กล่าวคืออายุที่แตกต่างกันทำให้การเลียนแบบการฟังเพลงและการนิยมนักร้องเกาหลีแตกต่างกัน คุณลักษณะประชากร ด้านการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบด้านการฟังเพลงและการนิยมนักร้องเกาหลี แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบด้านอื่นๆ กล่าวคือการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้การเลียนแบบการฟังเพลงและการนิยมนักร้องเกาหลีแตกต่างกัน ส่วนคุณลักษณะประชากร ด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบด้านการรับประทานอาหารแต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบด้านอื่นๆ กล่าวคือ อาชีพที่แตกต่างกันทำให้การเลียนแบบการรับประทานอาหารแตกต่างกัน และคุณลักษณะทางประชากรด้านรายได้ มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบด้านการรับประทานอาหาร

อาหาร การแต่งกายและการฟังเพลงแต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบด้านอื่นๆ กล่าวคือ รายได้ ที่แตกต่างกัน ทำให้การเลียนแบบการรับประทานอาหาร การแต่งกาย และการฟังเพลงของกลุ่มที่วัยรุ่นแตกต่างกัน

ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็น และพฤติกรรมการชมละครเกาหลีกับพฤติกรรมการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อละครเกาหลี อันได้แก่ การเลียนแบบทางด้านการรับประทานอาหาร การท่องเที่ยว การแต่งกาย การแสดงความรักโรแมนติก การฟังเพลงและการนิยมนักร้องเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่น พบว่าตัวแปรความคิดเห็นต่อละครโทรทัศน์เกาหลีและตัวแปรพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อละครเกาหลีทั้ง 5 ด้านในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหมายถึง หากกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเชิงบวกและพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์เกาหลีในปริมาณมากขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการเลียนแบบจากสื่อละครเกาหลีในด้านการรับประทานอาหาร การท่องเที่ยว การฟังเพลง และนิยมนักร้องเกาหลี การแสดงความรักโรแมนติกมากขึ้นด้วย

ทิพยา สุขพรวิวัฒน์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับและการเลียนแบบสื่อละครโทรทัศน์เกาหลีในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลี (2) การเลียนแบบสื่อละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร และ (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาละครโทรทัศน์และการเลียนแบบ การศึกษา พบว่า 1) เพศหญิง ผู้ชมที่มีอายุ 15-19 มีสถานภาพหม้ายหรือหย่าร้าง จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมีพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อละครเกาหลีมากที่สุด โดยมีการเลียนแบบเรื่องการซื้อและใช้เครื่องสำอางตามดาราละครโทรทัศน์เกาหลีอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปลั่งกร ปรีดาซิวาล และคณะ (2556) ที่ว่า การใช้เครื่องสำอางเกาหลีเป็นวัฒนธรรมเกาหลีอย่างหนึ่งที่วัยรุ่นไทยให้ความสนใจ เชื่อถือ และยอมรับ รองลงมา

มีการเลียนแบบในระดับมาก เรื่องการเลือกซื้อและใช้สินค้าแบรนด์เนม ตามละครโทรทัศน์เกาหลี 2) พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีกับบุคคลใด ไม่พบความแตกต่างของการเลียนแบบตามการเปิดรับที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 3) เนื้อหาละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบ โดยรวม เนื้อหาละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับบวกกับการเลียนแบบในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ประภาพร พวงเกตุ (2551) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ซีรี่ส์เกาหลีในเขตกรุงเทพมหานคร มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ซีรี่ส์เกาหลีของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมภาพยนตร์ซีรี่ส์เกาหลีในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาภาพยนตร์ และการเลียนแบบของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ผู้ชมที่มีพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ซีรี่ส์เกาหลีมีความถี่ในการชมภาพยนตร์ซีรี่ส์เกาหลี 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 41.0 ระยะเวลาในการชมภาพยนตร์ซีรี่ส์เกาหลี 2 ชม./วัน คิดเป็นร้อยละ 41.3 ช่วงเวลา 18.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 47.5 ชมคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 37.5 สาเหตุในการรับชมเพื่อความเพลิดเพลิน คิดเป็นร้อยละ 27.2 เคยชมประเภทรักโรแมนติก คิดเป็นร้อยละ 34.2 ประเภทของภาพยนตร์ที่ชื่นชอบมาก คือ รักโรแมนติก คิดเป็นร้อยละ 42.0 สาเหตุที่ทำให้ชื่นชอบภาพยนตร์ซีรี่ส์เกาหลี คือ การดำเนินเรื่องสนุกสนานและน่าติดตามชม คิดเป็นร้อยละ 22.2 เลือกรับชมภาพยนตร์ซีรี่ส์เกาหลีจากสถานีโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 47.3 ภาพยนตร์ซีรี่ส์เกาหลีที่เคยชม คือ เรื่องแดจังกึมจอมนางแห่งวังหลวง คิดเป็นร้อยละ 24.3 ปัจจัยที่ทำให้ชื่นชอบในการชมภาพยนตร์ซีรี่ส์เกาหลี คือ เนื้อเรื่อง คิดเป็นร้อยละ 29.6 ดารานำชายที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ เรน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ดาราหญิงที่ชื่นชอบ คือ ลี ยอง-เอ คิดเป็นร้อยละ 29.3 ปัจจัยที่ทำให้ชื่นชอบดาราศีรี่ส์เกาหลี ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลียนแบบและพฤติกรรม

การเปลี่ยนแปลงหลังชมภาพยนตร์เกาหลี คือ การฟังเพลงเกาหลี อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การเลือกชมภาพยนตร์ซีรีส์เกาหลี คือ การดำเนินเรื่องสนุก ตื่นเต้น และน่าติดตามชมอยู่ในระดับมาก และ ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเลือกชมภาพยนตร์ซีรีส์เกาหลี ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการวิเคราะห์พบว่า ระดับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมมีระดับมาก ด้านราคาในระดับปานกลาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง และด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยวิธีการเลือกกลุ่มโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน และการจัดสรรโควตา (Quota Sampling) จำนวนตัวอย่างที่เก็บข้อมูลในแต่ละสถานที่แห่งละ 100 คนตัวอย่างเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นไทยที่รับชมละครโทรทัศน์เกาหลีทำการจับฉลากสถานที่ที่เป็นแหล่งรวมตัวของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ สยามสแควร์ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดพร้าว เอเซียทีก และตลาดวังหลัง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงวัยรุ่นไทยอายุ 13-25 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นไทยที่รับชมละครโทรทัศน์เกาหลี

ขั้นที่ 3 ทำการจับฉลากสถานที่ที่เป็นแหล่งรวมตัวของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ สยามสแควร์ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดพร้าว เอเซียทีก และตลาดวังหลัง

ขั้นที่ 4 ทำการเลือกตัวอย่างในแต่ละสถานที่ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการจัดสรรโควตา (Quota

Sampling) เนื่องจากในงานวิจัยครั้งนี้ ต้องการจำนวนประชากรตัวอย่างทั้งหมด 400 คน จึงกำหนดโควตาของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บในแต่ละสถานที่ ที่ละ 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมี 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 การเปิดรับละครโทรทัศน์เกาหลี ส่วนที่ 3 ค่านิยมที่ได้รับจากละครโทรทัศน์เกาหลี ลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นแบบวัฒนธรรมเกาหลีของวัยรุ่น แบ่งเป็น 2 พฤติกรรม ได้แก่ 1) วัฒนธรรมด้านวัตถุ 2) วัฒนธรรมด้านความสัมพันธ์ทางสังคมและวิถีชีวิต มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (5-point rating scale)

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ (Frequencies) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าร้อยละ (Percentage) และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test, F-test และ Chi-Square

สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 13-17 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีรายได้ระหว่าง 5,001-7,000 บาท

การรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบละครเกาหลีทางโทรทัศน์ประเภทชีวิตรักโรแมนติกมากที่สุด ชมละครเกาหลีทางโทรทัศน์ทุกตอน ชมละครเกาหลีทางโทรทัศน์นาน 2 ชั่วโมงขึ้นไป

ค่านิยมที่ได้รับจากการชมละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นไทยในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ได้แก่ อดทน/อดกลั้น ซื่อสัตย์ สุภาพ และการดำเนินชีวิตด้วยความรัก

มีการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีในภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านวัตถุ ได้แก่ การทำศัลยกรรม รองลงมา คือ การใช้เครื่องสำอางและการใช้สินค้าแบรนด์เกาหลี และอันดับที่สาม คือ การลดความอ้วน/ดูแลสุขภาพ

2. ด้านสังคมและวิถีการดำเนินชีวิต การอยู่ด้วยกันก่อนแต่งงาน รองลงมา คือ การแสดงความรักโรแมนติก อยู่ในระดับมาก และอันดับที่สาม คือ การซื้อสัตย์/ให้เกียรติก่อนแต่งงาน

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดชื่นชอบละครเกาหลีทางโทรทัศน์ประเภทชีวิตรักโรแมนติก ชมละครเกาหลีทางโทรทัศน์ทุกตอน ชมละครเกาหลีทางโทรทัศน์ตั้งแต่ 2 ชั่วโมงขึ้นไป ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในวัยรุ่นซึ่งเป็นวัยที่กำลังให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องของความรัก จึงชื่นชอบละครประเภทรักโรแมนติก ทำให้ติดตามชมละครเกาหลีทุกตอนและชมจนจบตอน การที่ศึกษาตัวแปรหลายๆ ตัวก็เพื่อให้การวัดผลมีความเที่ยงตรง และเชื่อถือได้มากที่สุดเป็นไปตามแนวคิดของแมคเลอด (McLeod, 1972: 123) เสนอว่า ในการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการวิจัยนั้นดัชนี (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media exposure) มี 2 ประเภท คือ 1. การวัดจากเวลาที่ให้กับสื่อ (Time Spent with media) 2. การวัดจากความถี่ของการใช้สื่อ (Frequency) แยกตามประเภทของเนื้อหาที่แตกต่างกันการวัดเวลาที่ให้กับสื่อ เป็นวิธีการวัดที่ง่ายสำหรับการวิจัยในการค้นหาคำตอบ แต่ทว่ามีข้อเสียที่คำตอบที่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยอีกหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้รับสารต่อสื่อ การเลือกใช้สื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability of the media) รวมไปถึงเวลาว่างที่บุคคลมีอยู่และใช้เพื่อความบันเทิง ทำให้คำตอบที่เกี่ยวข้องกับการวัดเวลาที่ให้กับสื่อไม่สามารถ

ตีความหมายทางจิตวิทยาได้ และทำให้ผลลัพธ์ที่ได้อาจไม่ชัดเจนเมื่อนำไปเกี่ยวข้องกับตัวแปรอื่นๆ

2. ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับค่านิยมจากการชมละครโทรทัศน์ อยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นวัยรุ่นซึ่งเป็นวัยที่ชอบแสดงออกทางความคิด และอารมณ์อย่างอิสระ รุนแรง และยังมีประสบการณ์ชีวิตน้อย การเรียนการสอนเกี่ยวกับทักษะชีวิต และการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษาอาจมีไม่มากพอ เมื่อมีค่านิยมหรือความเชื่อในเรื่องใดเรื่องหนึ่งว่าเป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือ และอยู่ในความนิยม หรือน่ากระทำก็จะยึดถือเป็นหลักประจำใจ จึงส่งผลให้ชื่นชอบละครเกาหลี และได้นำหลักการดำรงชีวิต การตัดสินใจ และการปฏิบัติตามตัวละครที่ตนเองชื่นชอบในละครเกาหลี ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกทางด้านความอดทน อดกลั้น ความซื่อสัตย์ ความสุภาพ เป็นต้น ซึ่งผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดการแบ่งประเภทของค่านิยมของพินิกซ์ ได้กล่าวถึงค่านิยมว่าเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสุขและสามารถแยกความสุขอย่างหนึ่งออกจากความสุขอย่างอื่นๆ วิธีแสดงออกของค่านิยมที่เห็นได้ชัด คือ ความสนใจและความปรารถนาของบุคคลที่จะกระทำตาม และได้แบ่งค่านิยมออกเป็น 6 ชนิด คือ

1) ค่านิยมทางวัตถุ (Material values) เป็นค่านิยมว่าเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสี่ของมนุษย์ อันได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค เป็นต้น

2) ค่านิยมทางสังคม (Social values) เป็นค่านิยมที่ช่วยให้บุคคลเกิดความรักความสามัคคีในสังคม และชีวิตความเป็นอยู่

3) ค่านิยมทางด้านความจริง (Truth values) เป็นค่านิยมที่เกี่ยวกับความจริง ซึ่งเป็นค่านิยมที่สำคัญยิ่งสำหรับผู้ที่ต้องการความรู้ เช่น นักปราชญ์ และนักวิทยาศาสตร์ที่ค้นคว้ากฎแห่งธรรมชาติ

4) ค่านิยมทางจริยธรรม (Moral values) เป็นค่านิยมที่ก่อให้เกิดความรับผิดชอบ เช่น ความยุติธรรม ความซื่อสัตย์

5) ค่านิยมทางสุนทรียภาพ (Aesthetic values) เป็นความซับซ้อนในความคิด และความสวยงามของสิ่งต่างๆ

6) ค่านิยมทางศาสนา (Religious values) เป็นค่านิยมที่เกี่ยวกับความปรารถนาความสมบูรณ์ของชีวิต รวมทั้งความรัก และการบูชาในทางศาสนาด้วย

3. ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลี ในภาพรวมในระดับมาก โดยมีพฤติกรรมเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีด้านที่เกี่ยวข้องกับวัตถุนิยม เช่น การนิยมสตั๊มป์กรรมเกาหลี การใช้เครื่องสำอาง การใช้สินค้าแบรนด์เนม ส่วนด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ได้แก่ การอยู่ด้วยกันก่อนแต่งงาน การแสดงความรักโรแมนติก ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นวัยรุ่นเหล่านี้ได้รับอิทธิพลจากการชมละครโทรทัศน์เกาหลี และเกิดพฤติกรรมเลียนแบบตามตัวละครโทรทัศน์เกาหลี ซึ่งผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับทฤษฎีการเลียนแบบ (Imitation Theory) ของอัลเบิร์ต แบนดูรา (Bandura, 1997: 123) ที่ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการเลียนแบบ คือ มนุษย์เรียนรู้พฤติกรรมใหม่ๆ จากการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลอื่นๆ หรือพฤติกรรมที่ปรากฏในสื่อมวลชน จะทำให้ผู้รับสารเรียนรู้พฤติกรรมของสังคม ในแง่มุมของการสื่อสารอธิบายถึงการเลียนแบบว่าในวัยเด็กมนุษย์มักจะเรียนรู้ความเป็นไปในโลกจากสิ่งแวดล้อม ประสบการณ์ที่ได้เห็นจะทำให้เกิดการจดจำและเลียนแบบ พฤติกรรมนั้นๆ ประสบการณ์ที่ได้รับผ่านสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็น ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ ก็ทำให้เด็กได้รับและจดจำนำมาทำตามเช่นกัน ทั้งนี้ แบนดูรา กล่าวว่า การเลียนแบบไม่ต้องการเสริมแรงด้วยรางวัลหรือผลตอบแทน แต่การให้รางวัลจะทำให้เกิดการเลียนแบบได้ง่ายขึ้น

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ อายุ และรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยที่ต่างกันได้รับค่านิยมจากการชมละครโทรทัศน์เกาหลีและพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับ

การศึกษาไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ซึ่งเป็นเพศที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องความสวยความงาม อาจจะได้รับค่านิยมและเกิดพฤติกรรมเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีมากกว่าเพศชาย วัยรุ่นที่มีอายุน้อยอาจจะได้รับค่านิยมและเกิดพฤติกรรมเลียนแบบได้มากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า เนื่องจากอายุน้อยยังอ่อนประสบการณ์จึงอาจจะแยกแยะถึงความเหมาะสมถูกต้องความมีเหตุผลยังไม่ออก อีกทั้งวัยรุ่นที่ได้รับรายได้จากบิดามารดา ย่อมมีเงินใช้จ่ายซื้อของเพื่อเลียนแบบนักแสดง ดารา ในละครโทรทัศน์เกาหลีได้มากกว่าและง่ายกว่าซึ่งผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับชวรัตน์ เชิดชัย (2527: 172) ที่กล่าวว่า ลักษณะของสื่อมวลชนแต่ละประเภท นอกเหนือจากองค์ประกอบเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ หรือองค์ประกอบที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทศนคติ ความคาดหวัง ความกลัว ฯลฯ ของผู้รับสารจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อแล้ว สื่อมวลชนแต่ละอย่างก็มีลักษณะเฉพาะที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคน แสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำใหตนเองเกิดความพึงพอใจ

5. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประเภทละครเกาหลีที่ชื่นชอบ ความต่อเนื่องในการรับชมละครเกาหลี และระยะเวลาในการรับชม มีความสัมพันธ์กับค่านิยมที่ได้รับจากละครโทรทัศน์เกาหลี และการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชื่นชอบในละครโทรทัศน์เกาหลีตามความชื่นชอบของตนเอง มีพฤติกรรมชมทุกตอนและชมเป็นระยะเวลานานจนจบตอน จึงส่งผลต่อการเกิดค่านิยมและนำมาสู่พฤติกรรมเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการเลียนแบบของอัลเบิร์ต แบนดูรา (Bandura, 1997: 123) ที่กล่าวว่า มนุษย์เรียนรู้พฤติกรรมใหม่ๆ จากการ

สังเกตพฤติกรรมของบุคคลอื่นๆ หรือพฤติกรรมที่ปรากฏในสื่อมวลชน ซึ่งพฤติกรรมที่เหมาะสมเป็นที่ยอมรับของสังคมมีแนวโน้มที่จะทำให้ผู้รับสารเรียนรู้พฤติกรรมที่น่าพึงปรารถนาของสังคม

ในแง่ของการสื่อสาร อธิบายถึงการเลียนแบบว่าในวัยเด็กมนุษย์มักจะเรียนรู้ความเป็นไปในโลกจากสิ่งแวดล้อม ประสบการณ์ที่ได้เห็นจะทำให้เกิดการจดจำและเลียนแบบพฤติกรรมนั้นๆ ประสบการณ์ที่ได้รับผ่านสื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็น ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ก็ทำให้เด็ก ได้รับและจดจำในการนำมาปฏิบัติตามเช่นกัน และจอร์จ เกร็บเนอร์ (George Gerbner) ผู้บุกเบิกแนวคิด Cultivation theory นี้ได้สรุปว่าโทรทัศน์เข้ามามีบทบาทในลักษณะ 3 B คือ

1) Blurring โทรทัศน์ค่อยๆ ลบภาพหรือทำให้โลกของความเป็นจริงที่คนเคยมี (ซึ่งอาจจะมาจากประสบการณ์ตรงหรือการเรียนรู้จากแหล่งอื่นๆ) จางหายไป

2) Blending โทรทัศน์ได้ค่อยๆ ผสมผสานความเป็นจริงของคนเข้ากับกระแสหลักทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในโทรทัศน์

3) Bending โทรทัศน์ได้ค่อยๆ โน้มให้โลกของคนเป็นไปตามกระแสหลักที่ตอบสนองต่อผลประโยชน์ของโทรทัศน์เอง

เช่นเดียวกับโลกของเด็ก เด็กจะสัมผัสโลกที่เป็นจริงหรือโลกทางกายภาพได้จากการมีประสบการณ์ตรงจากสภาวะแวดล้อมรอบตัว ในขณะที่โลกในจอโทรทัศน์ก็จะให้ความเป็นจริงหรือประสบการณ์โดยอ้อมผ่านสื่ออีกทีหนึ่ง เด็กจัดเป็นผู้บริโภคสื่อโทรทัศน์มากก็มีแนวโน้มว่าหากโลกจริงๆ กับโลกในจอขัดแย้งกัน เด็กอาจจะเลือกเชื่อโลกในจอก็เป็นได้ หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งก็คือโลกในจอได้ปลูกฝังวัฒนธรรมทางสังคมให้แก่เด็กมากกว่าสถาบันอื่นๆ แม้ว่าในความเป็นจริงเด็กจะมีพ่อแม่ ครู เพื่อน เป็นกลุ่มอ้างอิงอยู่ แต่โดยลักษณะของโทรทัศน์ที่น่าเสนอแต่กระแสหลัก (Mainstream) ย่อมทำให้เด็กคล้อยตามมากกว่า รวมทั้งผู้ใหญ่หรือเพื่อนๆ เองก็ได้รับ

การปลูกฝังจากโทรทัศน์มาไม่แตกต่างกัน โทรทัศน์ในฐานะสื่อซึ่งสามารถเปิดประสบการณ์ นำโลกอันกว้างไกลมาให้เราได้สัมผัสจึงทรงอิทธิพลอย่างแท้จริง

และสอดคล้องกับทฤษฎีของเพทนาม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2540: 9) ที่กล่าวว่า ค่านิยมเป็นองค์ประกอบสำคัญสิ่งหนึ่ง ซึ่งค่านิยมเป็นกระบวนการทางความคิดของบุคคลที่เป็นตัวกำหนด ตัวตัดสินใจ นำไปบุคคลปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นการปฏิบัติที่ถูกต้องหรือไม่ถูกต้องก็ได้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับหรือซึมซับค่านิยมจากการชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางด้านการรู้จักควบคุมตนเองน้อยที่สุด ดังนั้น รายการโทรทัศน์ช่องต่างๆ ที่นำละครเกาหลีมาออกอากาศ ควรจัดรายการที่ให้อยู่ร่วมกันได้ออกมาแสดงความเห็นเกี่ยวกับค่านิยมที่ไม่เหมาะสมดังกล่าว เพื่อให้ผู้ชมที่เป็นวัยรุ่นมีค่านิยมเกี่ยวกับการรู้จักควบคุมตนเอง ใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในการดำรงชีวิตของตนเองได้อย่างสงบสุข หรือจะใช้วิธีเดียวกับการทำการตลาดวัฒนธรรมเกาหลี โดยได้จัดทำเว็บไซต์ขึ้นเพื่ออธิบายเรื่องราว หรือความหมายของการแสดงออกทางวัฒนธรรม

2. ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีในด้านที่เกี่ยวกับวัตถุนิยม ในเรื่องการทำศัลยกรรมเกาหลีมากที่สุด ดังนั้น ควรมีรายการโทรทัศน์ ที่นำข้อมูลเกี่ยวกับผลเสียในการทำศัลยกรรมรวมทั้งค่าใช้จ่าย และความเห็นอื่นๆ ของผู้ทำศัลยกรรมมาชี้แจงให้ทราบเพื่อที่จะใคร่ครวญถึงผลที่จะเกิดขึ้น เพราะวัยรุ่นมีความคิดว่า หากได้ศัลยกรรมแล้วอาจสามารถได้รับความสวยที่มาชดเชยความบกพร่องของรูปร่างหน้าตาได้เช่นกันดังนั้นควรเน้นไปที่ทิศทางที่ไม่เกี่ยวกับวัตถุนิยม เช่น การดำรงชีวิต การปฏิบัติตนเป็นคนดี การให้ความสำคัญกับคุณธรรมจริยธรรม เช่น ความกตัญญู และเชื่อฟังพ่อแม่ การพูดจาสุภาพอ่อนโยน

ความมีเหตุผล ความเสียสละ ความรักชาติ ศาสน์ กษัตริย์ ความสามัคคี การตั้งใจทำงาน และการใส่ใจตั้งใจเรียนหนังสือ เป็นต้น โดยทำรายการเผยแพร่ทางสื่อที่วัยรุ่นนิยมเปิดรับ

3. ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีในด้านความรักและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในเรื่องการอยู่ด้วยกันก่อนแต่งงานมากที่สุด ผู้ปกครองควรเอาใจใส่ในการรับชมละครเกาหลีของวัยรุ่นที่อยู่ในครอบครัว ควรให้คำแนะนำให้รู้จักการแยกแยะการแสดงพฤติกรรมที่ถูกต้องและไม่ถูกต้องแก่ผู้ชมที่เป็นวัยรุ่น เพราะค่านิยมของวัยรุ่นนั้นเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ซึ่งสื่อมวลชนนำเสนอสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม อาจกระตุ้นให้วัยรุ่นไม่เลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมจากการรับชมละครเกาหลีได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยทำงาน เพื่อให้ทราบถึงผลการรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีต่อค่านิยมและการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของวัยอื่นๆ ที่นิยมละครเกาหลี

2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ผู้ชมที่เป็นวัยรุ่น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการพิจารณาการนำละครเกาหลีมาออกอากาศรวมทั้งศึกษาทัศนคติของวัยรุ่นต่อค่านิยมและวัฒนธรรมไทยเปรียบเทียบกับของเกาหลี

3. ศึกษาความเห็นของวัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญ คือ แนวทางการสร้างสื่อที่จะทำให้วัยรุ่นสนใจเปิดรับเพื่อนำมาเป็นแนวทางปรับปรุงระบบโทรทัศน์ที่ปลูกฝังค่านิยมและการเลียนแบบวัฒนธรรมไทยให้มากขึ้น

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กานต์พิชชา วงษ์ขาว. (2550). สื่อละครโทรทัศน์เกาหลีกับการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิตติมา สุรสนธิ. (2545). ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิราจารย์ ชัยมุสิก และสุกรี แมนชัยนิมิต. (2549, กุมภาพันธ์). เกาหลีพีเวอร์ซีรี่ละครฮิตติดจ๊อด.
- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. (2540). วัฒนธรรม คือ ทูต. กรุงเทพมหานคร: บริษัทสุขุมและบุตร.
- ขวรัตน์ เชิดชัย. (2527). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทิพย์ สุขพรวิทวัส. (2550). พฤติกรรมการเปิดรับและการเลียนแบบสื่อละครโทรทัศน์เกาหลี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เทพนม เมืองแมน และสวีส สุวรรณ. (2540). พฤติกรรมองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ประภาพร พวงเกตุ. (2551). พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ซีรี่เกาหลีในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ปัทมกร ปรีดาซิวาล, ไฉไล ศักดิ์วรพงศ์ และสากล สถิตวิทยานันท์. (2556). การยอมรับและพฤติกรรมการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 5(1). 17-30.
- วัชราน น่วมเทียบ. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมของผู้ชมละครโทรทัศน์ประเภทเกาหลี. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อภิรักษ์ มุสิกพงษ์. (2553). บทบาทของสื่อในการเผยแพร่วัฒนธรรมไทย. สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร

- Bandura, Albert. (1977). *Social Learning Theory*. New York: Prentice Hall.
- Gerbner. George. (1977). *Mass Media Policies in Changing Cultures*. New York: John Wiley And Son.
- Klapper. Joseph T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. Illinois: the Free Press.
- McLeod & O'Keefe. (1972). *Socialization; Current Perspectives in Mass Communications Research*. London: Sage Publications.



Vanida Chatsakulpairach received her High School from SatriWat Absornsawan School in 2003. Bachelor Degree of Communication Arts, Major in Advertising and minor in Public Relations from Siam University in 2006. In 2008 continue to study in Master Degree Siam University Major in Advertising and Public Relations. I am currently work for Freelance Pretty Mc Model.