

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

จากกระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้ปัจจุบันเป็นยุคของการสื่อสารแบบไร้พรมแดน มีการติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงกันไปทั่วทุกภูมิภาคของโลก โดยสื่อมวลชนเป็นสถาบันหนึ่งที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ส่งต่อถึงกันได้ในระยะเวลายันสั้นและแพร่กระจายเป็นวงกว้างของสังคม และเปิดโอกาสให้ทุกคนได้รับรู้เรื่องราวภาพและเหตุการณ์ในเวลาเดียวกันทั่วโลก นอกจากนี้สื่อมวลชนยังเข้ามามีบทบาทในการถ่ายทอดภาษา ทักษะคิด ประเพณี ความเชื่อค่านิยมตลอดจนวัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่งทั้งในระดับบุคคลและระดับมวลชน ปรากฏการณ์เช่นนี้ ทำให้โลกที่หลากหลายนับแต่ต่างกันอย่างกลายสภาพเป็น “หมู่บ้านโลก” ซึ่งก่อให้เกิดการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม ทั้งนี้ วัฒนธรรมที่ไหลกระจายความนิยมไปทั่วนั้น มีลักษณะการเป็นวัฒนธรรมที่ปราศจากพรมแดน หรือมีเครือข่ายวัฒนธรรม (Network Cultures) อันเป็นรูปแบบสำคัญของการคิดและจินตนาการเกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคม ก่อเกิดวัฒนธรรมผสม วัฒนธรรมพันทาง เป็นวัฒนธรรมข้ามวัฒนธรรม เป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ของระบบวัฒนธรรมที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง มีการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างวัฒนธรรมจากประเทศศูนย์กลางและประเทศชายขอบ รวมทั้งเกิดขึ้นภายใต้บริบทของสังคมที่มีความซับซ้อนทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม (จิรวุฒิ เสนาคำ, 2549, น. 17)

สังคมไทยเอง ก็ได้รับอิทธิพลจากการครอบงำ ทางวัฒนธรรมและการแพร่กระจายวัฒนธรรมเช่นกัน โดยมีการไหลของข้อมูลข่าวสารมาเป็นจำนวนมาก ไม่เพียงแต่วัฒนธรรมจากฝั่งตะวันตก หรือวัฒนธรรมแบบอเมริกันเท่านั้น แต่สังคมไทยยังทำการเปิดรับวัฒนธรรมตะวันออกที่นำเอา Cultural Content หรือ “เนื้อหาวัฒนธรรม” ซึ่งส่งผ่านมาในลักษณะ ละคร ภาพยนตร์ ดนตรี และเพลงต่างๆ มาใช้มากเช่นกัน โดยสินค้าทางวัฒนธรรมเหล่านี้ ก่อให้เกิดเป็นอุตสาหกรรมที่ทำเงินอย่างมหาศาล ทั้งนี้ จะขอยกกรณีตัวอย่าง การสร้างสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ หากสังเกตให้ดีว่าประเทศที่ประสบความสำเร็จด้านอุตสาหกรรมบันเทิง เช่น อเมริกา ญี่ปุ่น และเกาหลี ซึ่งทั้ง 3 ประเทศนี้ จะเริ่มด้วยการสร้างภาพลักษณ์และความรู้สึกที่ดีของประชาชนทั่วไปผ่านอุตสาหกรรมบันเทิงที่ประเทศอื่น ๆ รับสื่อไป เห็นได้จาก ภาพยนตร์ทุกเรื่อง จะมีพระเอก คือ อเมริกา ผ่านตัวละคร ประธานาธิบดี หรือกองทัพของอเมริกา

ส่วนญี่ปุ่นก็มีแนวทางเช่นเดียวกัน ในการนำเสนอภาพฮีโร่ทั้งหลายเพื่อเป็นที่ประทับใจแก่ผู้ชม เช่น มดเอ็กซ์ มดแดง อุลตราแมน หรืออย่างที่รัฐบาลของประเทศเกาหลีทุ่มเงินมหาศาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิง สร้าง Idol ผ่านดารา นักแสดง มีความสวยหล่อ ผ่านตัวละครและเนื้อเรื่องที่อิงกระแสได้เป็นอย่างดี เมื่ออุตสาหกรรมบันเทิงของประเทศ อเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลี ได้รับความนิยมนแล้ว ผู้รับสาร จะซึมซับรับวัฒนธรรมไปอย่างไร้ตัว เป็นผลให้เศรษฐกิจของประเทศเหล่านั้นดีขึ้นตามไปด้วย ก่อให้เกิดผลบวกกับอุตสาหกรรมด้านอื่น ๆ ตามมาดังคำที่จะได้ยินกันที่ว่า สินค้าวัฒนธรรมเสมือนเป็นไบเบิกทางให้กับสินค้าอื่น ๆ ได้เดินตามโดยง่าย เห็นได้จากความสำเร็จด้านการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลี คือ การท่องเที่ยวตามรอยละคร ทำให้เฉพาะ 6 เดือนแรกของปี 2007 มีนักท่องเที่ยวจากเอเชีย ไปเที่ยวเกาหลี 2.2 ล้านคน เพิ่มขึ้น 0.3% เฉพาะประเทศไทยเอง ตัวเลขการเดินทางไปเที่ยวเกาหลีเพิ่มขึ้นถึง 14% จำนวนนักท่องเที่ยวจากอเมริกา 325,685 คน เพิ่มขึ้น 7% นักท่องเที่ยวจากจากยุโรป 2 แสนกว่าคนเพิ่มขึ้น 1.9% (BusinessThai, ออนไลน์, 2550)

จากตัวเลขข้างต้น ทำให้เห็นว่าสินค้าทางวัฒนธรรม ที่น่าจับตามองและประสบความสำเร็จในการเผยแพร่เรื่องราวของประเทศตนเองไปยังประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคแถบเดียวกัน นั่นก็คือ สินค้าทางวัฒนธรรมที่มาจากสื่อของประเทศเกาหลี ซึ่งถือได้ว่าเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีหลากหลายประเภท ทั้งภาพยนตร์ ดนตรี ละครโทรทัศน์ หนังสือการ์ตูน นิตยสาร เวปไซด์ และเกมส์ออนไลน์ เป็นต้น สำหรับเรื่องราวการแพร่กระจายวัฒนธรรมและการนำเสนอวัฒนธรรมต่าง ๆ ผ่านสื่อได้ส่งผลให้ผู้รับสารมีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ เมื่อสื่อมวลชนนำเสนอวัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่งซ้ำแล้วซ้ำเล่า ผสมกับผู้รับสารให้การยอมรับและติดตามวัฒนธรรมนั้น ๆ มูลเหตุดังกล่าว ก็จะทำให้ผู้มีประสบการณ์ร่วมและรับวัฒนธรรมนั้น มาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน (อิธาร์ตัน รักประยูร, 2545, น. 24) ดังนั้น การที่สังคมไทยรับประสบการณ์จากสื่อเกาหลีค่อนข้างมาก ทำให้เกิดอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดว่าต้องการไปสัมผัสประสบการณ์นั้นอย่างแท้จริง ถือได้ว่าเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมที่น่าสนใจอย่างมาก

ภาพโดยรวมของสื่อมวลชนพบว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากสื่อหนึ่งในปัจจุบันนั้น ได้แก่ โทรทัศน์ เพราะเป็นสื่อที่นำสาระต่าง ๆ ไปให้ผู้คนจำนวนมากรับรู้ได้ในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีการสอดแทรกสาระ ความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ ความคิดและทัศนคติต่าง ๆ ผ่านเนื้อหาทั้งที่เป็นวัจนภาษา คือ บทสนทนา และอวัจนภาษาที่เป็นสิ่งปรุงแต่งต่าง ๆ กระทำโดยผ่านตัวละคร ฉาก แสง สี การแต่งกาย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จัดได้ว่าเป็นอิทธิพลทางอ้อมต่อผู้รับชมให้เกิดพฤติกรรมคล้อยตาม ดังคำกล่าวของ เกร็บบเนอร์และคณะ (Gerbner and others, 1977, p. 122)

ที่ว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่ทำหน้าที่ประจักษ์ชัดในการสร้างวัฒนธรรมหลักหรือส่วนกลางขึ้นมา มองได้ว่าคนในสังคมต่าง ๆ แต่ละชาติซึ่งไม่เคยได้รับรู้ติดต่อสื่อสารกันอย่างใกล้ชิด แต่เมื่อเข้ามา อยู่ในระบบการสื่อสารขนาดใหญ่ของสังคม ทำให้เกิดความเข้าใจในเบื้องต้นร่วมกันได้เช่น สังคมไทย สังคมญี่ปุ่น หรือสังคมจีน ต่างได้รับประสบการณ์ร่วมกันผ่านละครโทรทัศน์เกาหลีได้ พร้อม ๆ กัน โดยที่สื่อโทรทัศน์นั้น ได้มีการนำเสนอรายการต่าง ๆ ทั้งเพื่อให้ความรู้ ความบันเทิง ต่อกลุ่มผู้รับชมที่มีความชอบ และเลือกเปิดรับตามความสนใจที่แตกต่างกัน และเมื่อกล่าวถึง รายการประเภทต่าง ๆ รายการประเภทละครโทรทัศน์นับได้ว่าเป็นรายการที่มีผู้ชมมากให้ความสนใจ และติดตามชมรายการหนึ่งเนื่องจากละครโทรทัศน์เป็นการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้น ในสังคม รูปแบบเนื้อหาของละครส่วนใหญ่มักมุ่งเกี่ยวกับความบันเทิงเป็นหลักและมีการดำเนินเนื้อ เรื่องชวนให้ผู้ชมติดตาม และเมื่อผู้ชมเกิดความสนใจ ก็จะเกิดการติดตามชมอย่างสม่ำเสมอ จน กลายเป็นแฟนละครและเกิดกระแสมนิยมชมชอบ จนกลายเป็นการซุ่มซ่ามเอาเนื้อหาและ เรื่องราว บรรยากาศของละคร องค์ประกอบต่าง ๆ เข้าไปโดยอัตโนมัติ จนปัจจุบันมีการใช้ละคร โทรทัศน์เป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมทางการตลาด และเป็นช่องทางในการเผยแพร่วัฒนธรรม

ในรอบ 4-5 ปีที่ผ่านมา ความแรงของกระแสละครเกาหลี บนหน้าจอโทรทัศน์ก็มาแรง ไม่แพ้กันอีกทั้งยังได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม และพฤติกรรมของผู้ชมใน สังคมไทยเป็นอย่างมาก เพราะสื่อโทรทัศน์ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือแพร่กระจายวัฒนธรรมละคร วัฒนธรรมเพลงต่างชาติได้อย่างรวดเร็วเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่ในกระบวนการขัดเกลาทางสังคม และการถ่ายทอดวัฒนธรรมใหม่ เพราะถือเป็นสื่อที่มีลักษณะประชิดตัวผู้ชมมากและมีอิทธิพล ด้านวัฒนธรรมมวลชนมากที่สุด (กาญจนา แก้วเทพ, 2544, น. 24) “กระบวนการผลิตซ้ำ” บน จอโทรทัศน์ จึงมีอิทธิพลในนำไปสู่การสร้างมายาภาพใหม่ ๆ ในโลกของจำลองแบบศิลปินที่นิยม ทำให้ปัจจุบันไม่ใช่มีเพียงแต่ละครไทยเท่านั้นที่กลายเป็นที่นิยม กระแสนิยมละครเกาหลีจึงมาแรง ไม่แพ้กัน ความนิยมและการนำเสนอของสื่อมวลชน เป็นไปตามกลไกของวัฒนธรรมสมัยนิยม โดย จะเกิดขึ้น เปลี่ยนแปลง และเสื่อมสูญไปตามกระแสความนิยมของคนในสังคม ข้อสังเกตจาก วัฒนธรรมที่ผ่านมาทางสื่อเกาหลีขณะนี้ นั้น ก็มีการเดินทางอย่างต่อเนื่อง ไม่เพียงแต่ส่งละคร แนวต่าง ๆ เข้ามาเป็นที่ชื่นชอบของทุกเพศทุกวัย ในสังคมไทยแล้ว ก็มีผลให้สื่ออื่น ๆ ถ่ายทอดเข้า มาเป็นจำนวนมากตามยุคสมัยนิยม ไม่ว่าจะเป็นเกมส์ออนไลน์ หนังสืออนิเมะและจำนวนการ แสดงคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลี จำนวนหลายคนในช่วงปี พ.ศ. 2549 ณ ประเทศไทย หรือแม้แต่ ละครโทรทัศน์ของไทยเองก็ได้มีการดำเนินเรื่องราว เนื้อหาของละครในรูปแบบละครเกาหลี มีชื่อ ดาราตัวเอกเป็นชาวเกาหลี เดินทางไปถ่ายทำในประเทศเกาหลี จึงทำให้เชื่อว่าการผลิตซ้ำเพื่อ

สืบทอดวัฒนธรรมเกาหลีเชื่อว่าจะเกิดขึ้นกับสื่อเกาหลีเท่านั้น แม้แต่สื่อของไทยก็ได้มีการผลิต อิงรูปแบบของเกาหลีมาใช้ด้วย เพื่อเรียกความนิยมจากผู้ชม ที่หันไปให้ความสนใจในละคร โทรทัศน์เกาหลีนั่นเอง (กานต์พิชชา วงษ์ขาว, 2550, น. 5)

กระแสความนิยมละครโทรทัศน์เกาหลีได้เข้ามาเผยแพร่ในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ ฟรีทีวีโดยสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นสถานีแรกที่ฉายละครเรื่อง “ลิขิตแห่งรัก” ในปี พ.ศ. 2543 ซึ่งสามารถสร้างแฟนละครเกาหลีได้ในระดับหนึ่ง และอีก 1 ปีหลังจากนั้น ก็ถือได้ว่าเป็นจุด กำเนิด “เกาหลีพีเวอร์” ด้วยละคร “Autumn in my heart รักนี้ชั่วฉวีนิรันดร” ที่ฉายทางสถานีโทรทัศน์ ไอทีวี ทำให้ความนิยมละครเกาหลีได้เพิ่มมากขึ้น จนผู้บริหารสถานีช่องต่าง ๆ ต้องรีบหาละคร เกาหลีมาลงแข่ง โดยในปี พ.ศ. 2548 ขณะที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ก็สร้างกระแสความ นิยมเกาหลีให้แพร่หลายมากขึ้น ด้วยละครเรื่อง “แดจังกึม” (จอมนางแห่งวังหลวง) ขณะที่ ออกอากาศละครเรื่องนี้พบว่าละครเรื่องนี้มีเรตติ้งสูงกว่าละครไทย หลังจากนั้นสถานีโทรทัศน์ไทย ทีวีสีช่อง 3 ก็นำละครเกาหลีแนวย้อนยุคแฝงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมเกาหลี มาฉายช่วงเย็นวัน เสาร์-อาทิตย์อย่างต่อเนื่อง และได้รับกระแสตอบรับจากทุกเพศทุกวัย เช่น จุมมมหาบุรุษกั๊กบัลลังก์ อิมซังอ๊ก ยอดพ่อค้าหัวใจทรนง ตามมาด้วยการตั้งโครงการเอเชียฮิตซีรีส์ฮอต ขึ้นเพื่อตอบสนอง คอละครเกาหลี โดยนำละครโทรทัศน์เกาหลีมาฉายอย่างล้นหลามเจาะกลุ่มคนนอนดึก ตั้งแต่ 01.00- 04.00 น. ด้านสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ตั้งแต่ประสบความสำเร็จในการนำละคร Full House สะดุดรักที่ปักใจ มาออกอากาศ ซึ่งนางเอกของเรื่อง ซองเฮเคียว ได้กลายเป็นแบบอย่าง ของการแต่งกายและทรงผมของวัยรุ่นไทยเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาก็กลายเป็นสถานีที่ มีการนำละครโทรทัศน์เกาหลีมาฉายอย่างต่อเนื่อง และได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยเน้นเป็น ละครแนว โรแมนติกคอมเมดี้ เช่น เจ้าหญิงวุ่นวาย เจ้าชายเย็นชา, MY GIRL, จดหมายรักฉบับ ฮาร์วาร์ด, Coffee Prince, กบดักหัวใจยัยแม่มด เป็นต้น โดยทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ก็ได้มีการเพิ่มจำนวนละครโทรทัศน์เกาหลีลงในผังรายการ จัดอันดับให้เป็นละครจากต่างชาติที่ มีการออกอากาศมากที่สุดต่อสัปดาห์ (“ยอดภาพยนตร์นานาชาติ,” ออนไลน์, 2551) สิ่งเหล่านี้ แสดงให้เห็นว่า กระแสความนิยมเกาหลีในเมืองไทยนั้นมีมากขึ้นเรื่อย ๆ พลากกร สมสุวรรณ รอง ผู้จัดการฝ่ายรายการสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เผยตัวเลขย้ำความแรงของกระแสละคร โทรทัศน์เกาหลีว่า ในช่วงที่ออกอากาศมียอดผู้ชมสูงสุดเฉลี่ย 5 ล้านคน และในวันที่เสนอตอนจบ ยอดแตะถึง 6 ล้านคน โดยกลุ่มคนที่นิยมดูมากที่สุดคือหญิงวัย 15-24 ปี (“2548 คนคลั่งหนังกิมจิ ครอบเมือง,” ออนไลน์, 2551)

ภาพของละครโทรทัศน์เกาหลีที่ออกอากาศทาง 2 สถานี จึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดเป็นกระแสเกาหลีฟีเวอร์ในประเทศไทย นอกเหนือจากความสนุกสนาน และความบันเทิงแล้ว ละครโทรทัศน์เกาหลีส่วนใหญ่ ยังแฝงกลิ่นอายของวัฒนธรรม ที่เป็นเสมือนจุดประสงค์หลักของการสร้างให้ประทับใจคนดู เป็นภาพสะท้อนอย่างหนึ่ง ถึงการนำวัฒนธรรมเกาหลีแทรกซึมเข้าสู่ชีวิตประจำวันของทุกชนชาติ ไม่เพียงแต่เฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นเท่านั้น ในประเทศจีน หญิงสาววัยทำงานที่แหกกันไปทำศัลยกรรมให้หน้าตาเหมือนนางเอกเกาหลี แฟชั่นแว่นตาขนาดใหญ่ กางเกงขาสั้นลายสก๊อต เสื้อเชิ้ตบางเบา หรือชุดกระโปรงเดรสที่กลายเป็นแฟชั่นที่กลุ่มวัยรุ่นหรือแม้แต่สาววัยทำงานเอง ยังต้องสรรหามาสวมใส่เพื่อไม่ให้ตกกระแส และที่น่าสนใจมากสำหรับประเทศไทยคือบรรดาแฟนคลับที่ติดตามละครโทรทัศน์เกาหลีมานานมีตั้งแต่ช่วงอายุวัยรุ่น ไปจนถึงอายุ 73 ปี (“2548 คนคลั่งหนังกิมจิครองเมือง,” ออนไลน์, 2551) ทำให้เห็นว่าละครโทรทัศน์เกาหลีไม่เพียงแต่ได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่นเท่านั้น แต่ยังได้รับความนิยมในกลุ่มหญิงทำงานไปจนถึงวัยชรา Singha and Roger ได้วิเคราะห์ว่ารายการละครโทรทัศน์สามารถทำหน้าที่และมีศักยภาพสูงสุดในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชม และวิเคราะห์ คุณลักษณะละครโทรทัศน์ที่สามารถกระตุ้นใจผู้ชมได้ (สมฤทัย กล่อมน้อย, 2550, น. 4) ซึ่งจากการที่สังคมบริโภคนิยมของคนไทยในปัจจุบันเปิดรับข่าวสารโดยขาดการไตร่ตรอง อาจทำให้สังคมไทยเปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติโดยปราศจากการเลือกสรรทำให้อาจส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมหลักของไทยได้ในอนาคต

ดังนั้น ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาต้องการศึกษาถึง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับชม ความคิดเห็นต่อละครโทรทัศน์เกาหลี ความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมที่ถูกถ่ายทอดผ่านละคร และความคิดเห็นต่อการนำละครโทรทัศน์เกาหลีไปใช้ประโยชน์ ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นที่มีต่อละครโทรทัศน์เกาหลีกับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมที่ถูกถ่ายทอดผ่านละคร ของผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีผ่านทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7 ซึ่งเป็นสถานีที่มีการนำละครโทรทัศน์เกาหลีมาเผยแพร่อย่างต่อเนื่องและได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบละครโทรทัศน์ของไทย และให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องตระหนักถึง อิทธิพลของการไหลเข้ามาของวัฒนธรรมเกาหลีอันเกิดผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงในสังคมและวัฒนธรรมหลักของไทย

ปัญหาการศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นอย่างไร
2. ผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีพฤติกรรมการเปิดรับชมอย่างไร
3. ผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีความคิดเห็นอย่างไรต่อละครโทรทัศน์เกาหลี
4. ผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีความคิดเห็นอย่างไรต่อวัฒนธรรมที่ถูกถ่ายทอดผ่านละครโทรทัศน์เกาหลี
5. ผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีความคิดเห็นอย่างไรต่อการนำละครโทรทัศน์เกาหลีไปใช้ประโยชน์
6. พฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์เกาหลี ความคิดเห็นต่อละครโทรทัศน์เกาหลี และของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมที่ถูกถ่ายทอดผ่านละครโทรทัศน์เกาหลีหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับของ ผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
3. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของ ผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่มีต่อละครโทรทัศน์เกาหลี วัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านละครเกาหลี และการนำละครโทรทัศน์เกาหลีไปใช้ประโยชน์
4. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการเปิดรับ กับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านละครโทรทัศน์เกาหลี ของผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

5. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ความคิดเห็นต่อละครโทรทัศน์เกาหลี กับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านละครโทรทัศน์เกาหลี ของผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

สมมติฐานการศึกษา

1. ผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อละครโทรทัศน์เกาหลีแตกต่างกัน

2. ผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านละครโทรทัศน์เกาหลีแตกต่างกัน

3. ผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการนำละครโทรทัศน์เกาหลีไปใช้ประโยชน์

4. ผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่มีพฤติกรรมเปิดรับแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านละครโทรทัศน์เกาหลีแตกต่างกัน

5. ความคิดเห็นที่มีต่อละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านละครโทรทัศน์เกาหลี

ขอบเขตการศึกษา

1. การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะ ละครโทรทัศน์เกาหลีที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่ออกอากาศในช่วงเวลาต่าง ๆ

2. ประชากรที่ศึกษา คือ กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่เปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีอายุระหว่าง 15 ปี - 55 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและทำการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อประกอบการศึกษา ตั้งแต่เดือนมิถุนายน - กรกฎาคม พ.ศ. 2551

4. ศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อละครโทรทัศน์เกาหลี ความคิดเห็นที่มีต่อวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านละครโทรทัศน์เกาหลีและ ความคิดเห็นที่มีต่อการนำละครโทรทัศน์เกาหลีไปใช้ประโยชน์

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับละครโทรทัศน์เกาหลี

ละครโทรทัศน์เกาหลี หมายถึง รายการที่นำเข้ามาจากประเทศเกาหลี ออกฉายทางสถานี โทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีลักษณะรายการที่นำเสนอรูปแบบเรื่องราว โดยใช้การแสดงการกระทำและบทสนทนาเป็นการดำเนินเรื่อง มีเนื้อหาหลายรูปแบบ โดยและนำเสนอทางสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบต่อเนื่องหลายตอนจบ

พฤติกรรมการเปิดรับชม หมายถึง ความถี่ในการชม ระยะเวลา ในการชม ช่วงเวลา ในการชม สาเหตุในการชม และประเภทละครเกาหลีที่ชื่นชอบ ซึ่งรูปแบบการเปิดรับจะเป็นละครโทรทัศน์เกาหลีที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

ความคิดเห็น หมายถึง สภาพความรู้สึกทางด้านจิตใจเกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ของผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลี ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 อันเป็นผลให้มีความคิดในลักษณะที่ชอบ ไม่ชอบ หรือเฉย ๆ ซึ่งความคิดเห็นที่มีอารมณ์ความรู้สึกนั้นมีทั้งในแง่บวก ความรู้สึกที่เป็นกลาง ไปจนถึงความรู้สึกที่เป็นลบ ที่มีต่อ

ความคิดเห็นต่อละครโทรทัศน์เกาหลี ในด้าน เนื้อหา เพลงประกอบละคร ดารา นักแสดง

ความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านละครโทรทัศน์เกาหลี ในด้าน ด้านแฟชั่นการแต่งกาย การรับประทานอาหาร การฟังเพลง การชื่นชอบนักร้องเกาหลี และการใช้สินค้าของประเทศเกาหลี

ความคิดเห็นต่อการนำละครโทรทัศน์เกาหลีไปใช้ประโยชน์ในด้านการนำเสนอสาระจากการรับชมมาใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ได้ เช่น เพื่อความทันสมัย เป็นการพักผ่อนยามว่าง นำไปเป็นหัวข้อสนทนา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับชม ความคิดเห็นของผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนารูปแบบ เนื้อหาและกำหนดกลยุทธ์การเผยแพร่วัฒนธรรมไทยผ่านทางสื่อละครโทรทัศน์
2. ผลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการบริหารงาน จัดรูปแบบ และคัดเลือกเนื้อหาสื่อโทรทัศน์เกาหลีที่เหมาะสมมาออกอากาศ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมของกลุ่มประชาชนในปัจจุบัน
3. ผลจากการศึกษาครั้งนี้ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงการไหลเข้ามาของวัฒนธรรมต่างชาติเพื่อหาทางป้องกันมิให้เกิดการกลืนกินวัฒนธรรมหลัก