

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7” ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษานแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ
2. ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
3. แนวคิดเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
4. แนวคิดเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชนและอิทธิพลของละครโทรทัศน์
5. แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมกับการสื่อสาร
6. แนวคิดรูปแบบวัฒนธรรมเกาหลี
7. แนวคิดด้านประชากรศาสตร์
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ

ทฤษฎีการเลือกเปิดรับสื่อ นั้น มาจากความเชื่อที่ว่า การจะส่งข่าวสารใด ๆ ออกไป จะต้องมีภาวะที่ผู้รับสาร เพื่อให้ทราบถึงความต้องการ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ค่านิยม ทักษะคติ โลกทัศน์ ประสบการณ์ อิทธิพล กลุ่ม อิทธิพลครอบครัวและสภาพวัฒนธรรมต่าง ๆ ของผู้รับสารก่อนจึงจะกำหนดยุทธวิธีการสื่อสาร คือ ขั้นตอน การเลือกผู้ส่งสาร สร้างสาร และการเลือกสื่อในการกระจายข่าวสาร เพราะหากข่าวสารใด ๆ ก็ตามที่ส่งไปไม่สอดคล้องกับความรู้ ความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม ทักษะคติ หรือปทัสถานของกลุ่มแล้ว ข่าวสารเหล่านั้นจะไม่ได้ได้รับความสนใจ ประชาชนจะมีการปิดรับข่าวสารดังกล่าว หรือถ้าจะเปิดรับก็จะได้ไม่เกิดความสนใจอย่างแท้จริงและสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อการตีความข่าวสารที่ได้รับด้วย

แซมมวล แอล เบคเกอร์ (Samuel L. Becker, 1989, p. 55) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อโดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อได้ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาสารในสื่อ เพื่อต้องการให้เรื่องใดเรื่องหนึ่งมีความคล้ายคลึงกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ เพื่ออยากรู้ เช่นการเปิดดูรายการโทรทัศน์ หากมีข้อมูลที่มีความสำคัญเกี่ยวกับตน ก็จะทำให้ความสนใจเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการกระทำ หรือความต้องการเรียนรู้บางอย่างโดยวิธีหนึ่ง หรือเพื่อความผ่อนคลาย

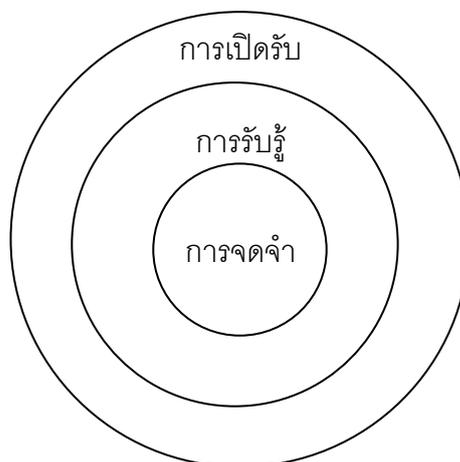
ซึ่งในงานวิจัยทางสื่อสารมวลชน จะทำการวัดการเปิดรับสื่อ จากความถี่ (Frequency) และความตั้งใจ (Recency) เพราะความถี่ คือ การที่ผู้รับสารมีการใช้สื่อนั้น ๆ บ่อยมากน้อยแค่ไหน ส่วนความตั้งใจ คือการที่ผู้รับสารได้ทำอะไรจริง ๆ กับการเปิดรับสื่อในช่วงเวลานั้น ๆ ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ถึงอุปนิสัยการใช้สื่อ และการเปิดรับสื่อ (ประภาพรรณ ลิมสุขศิริ, 2543, น. 22)

และตามคำกล่าวของ แมคลีฮอดและโอคีฟ (McLeod and O'Keefe, 1972, p. 64 อ้างถึงใน ประภาพรรณ ลิมสุขศิริ, 2543, น. 22) ถึงการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการวิจัย จากตัวชี้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ซึ่งมีการนำมาใช้ 2 แบบ คือ

1. วัดจากการใช้สื่อ (Time spent with a medium)
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ แยกตามเนื้อหาที่หลากหลาย (Frequency of use of various media content categories)

พีระ จิรโสภณ (2539, น. 636) ได้อธิบายพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารว่า ในการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ นั้น ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคติ ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละคน กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสาร ซึ่งในการรับรู้ของมนุษย์เรานั้น ประกอบด้วย

แผนภาพที่ 2.1
แบบจำลองกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร



ที่มา: พีระ จิรโสภณ, การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร (นทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมนิราช, 2539), น. 636-640.

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure of Selective Attention) หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยบุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนความคิดเดิมที่มีอยู่แล้ว และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจ หรือความคิดเดิมของตนนั้นจะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องกันทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance) ฉะนั้น การที่จะละหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องความคิดเดิมของตนเอง

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception of Selective Interpretation) หมายถึง เมื่อบุคคลรับข่าวสารที่สนใจแล้ว จะตีความเข้าใจ ทศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะทางอารมณ์และจิตใจของตนเองในขณะนั้น ซึ่งในบางครั้งคนเราอาจจะบิดเบือนสารเพื่อให้สอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติของตนเองอีกด้วย

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่

เห็นด้วยกับความคิดของตน ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับเท่ากับเป็นการเสริมให้ทัศนคติ หรือความเชื่อเดิมของคนเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

ผู้รับสารมีสิทธิ์ที่จะเลือกเปิดรับสื่อสารมวลชนที่ตนเองต้องการ ซึ่งเหตุผลในการเลือกเปิดรับของผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีแตกต่างกันไป สามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อความรู้อ (Cognition) หมายถึง การที่ผู้รับสารต้องการข่าวสารเพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้ และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งในสังคม ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลัก คือ ข่าว ความรู้และบันเทิง

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversio) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น

2.1 การกระตุ้นอารมณ์ (Stimulus) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น ทั้งนี้เพื่อต้องการลดความเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวัน

2.2 การพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดที่มากเกินไปหรือลดความเร้าใจในชีวิตประจำวันให้น้อยลง

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น การเปิดรับสื่ออาจเป็นการแสดงถึงการยอมรับการสมาคมในสังคม (Prosocial) และความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

3.1 การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversion Cueency) ซึ่งผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัยโดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูดและความเข้าใจต่อคำนิยามใหม่ ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นสะพานเชื่อมของคนในกลุ่มเหล่านั้น การใช้ภาษาร่วมสมัยมักปรากฏได้ชัดเจนในกลุ่มวัยรุ่นกับการโฆษณา เป็นต้น

3.2 สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship) ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้นนี้ คนเรายังคงมีความรู้สึกโดดเดี่ยว ทั้งนี้เนื่องจากเวลาที่มีอยู่จำกัดได้ถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขัน และการประกอบอาชีพ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการสังคมแต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้น ถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรม มนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทน หรืออย่างน้อยก็อาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหามิตร เช่น สังคมในชุมชนเมืองอย่างกรุงเทพมหานคร เป็นต้น ที่ประชากรส่วนใหญ่ต้องอาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ เป็นเพื่อนมากกว่าการติดต่อกับเพื่อนบ้านด้วยกัน

4. การผลัดจากสังคม (Withdrawal) มีลักษณะที่ตรงกันข้ามเพื่อประโยชน์ทางสังคม กล่าวคือ ในการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อ นั้น ก็เป็นการหลีกเลี่ยงงานประจำที่สร้างความน่าเบื่อหน่ายให้แก่ชีวิต จึงให้คนรีบเร่งในการทำงาน และเพื่อจะเข้าหาสื่อเพื่อความบันเทิงใจ เช่น การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์

เดอ เฟลอร์ (Melvin Lawrence Defleur, 1996, p. 120) ได้กล่าวถึงตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารไม่ได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารถึงผู้รับสารและเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่มีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกับหรือไม่เป็นตามเจตนาของผู้ส่งสาร ทฤษฎีสำคัญของเดอเฟลอร์ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้มี 3 ทฤษฎีด้วยกัน คือ

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference Theory) ซึ่งพัฒนามาจากหลักการเชิงกลไกของสิ่งเร้าและการตอบสนอง โดยเล็งเห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้มีความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือการตีความหมายข่าวสารจากสื่อแตกต่างกัน โดยเสนอหลักการพื้นฐานไว้ดังนี้

1.1 บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสภาพจิตวิทยา

1.2 ความแตกต่างเหล่านั้นเป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้จากสังคมแตกต่างกัน

1.3 บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมแตกต่างกันจะได้รับการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน

1.4 การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน

2. ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Category Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวว่า บุคคลที่มีลักษณะทางสังคมที่คล้ายกันจะแสดงออกพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ได้แก่ การเปิดรับสื่อ ความพอใจในสื่อ และอุปนิสัยการสื่อสาร การใช้สื่อร่วมกัน เป็นต้น สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ เชื้อชาติ ศาสนา อายุ เพศ ฯลฯ

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relation Theory) เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในลักษณะของกลุ่มปฐมภูมิหรือทุติยภูมิ โดยกลุ่มปฐมภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน สมาชิกในครอบครัวหรือวงศาคณาญาตินั้น จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพล

จากการปรึกษาหารือหรือไม่ได้ถามเพื่อนฝูงหรือผู้ใกล้ชิด อิทธิพลที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เรียกว่า “อิทธิพลของบุคคล” (Personal Influence)

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดความแตกต่างด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่เชื่อว่ามีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลี 5 ด้านคือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารขั้นพื้นฐานของมนุษย์นั้น จะวัดจากระยะเวลาในการเปิดรับชม ความถี่ในการเปิดรับชม สาเหตุในการชม และประเภทละครเกาหลีที่ชื่นชอบ เพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้ของตนเอง โดยแต่ละคนจะมีกระบวนการในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างไปตามประสบการณ์ โดยนำลักษณะการเปิดรับชมไปดูว่ามีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อละครโทรทัศน์เกาหลีหรือไม่อย่างไร

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อ ซึ่งเน้นศึกษาหน้าที่ของสื่อมวลชนในมุมมองปัจเจกบุคคล กล่าวคือ จะเน้นความสำคัญที่ผู้รับสารมากกว่าตัวสาร เป็นการมองมนุษย์ในแง่จิตวิทยาสังคมโดยเน้นความเชื่อ ค่านิยม ทศนคติ และความคิดเห็นส่วนบุคคล การเปิดรับสื่อมวลชนของผู้รับสารเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการ (Needs) ของตนเองเป็นหลักซึ่งความต้องการของแต่ละคนจะแตกต่างกันเนื่องจากมีกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาที่ต่างกันเนื่องจากมีกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาที่ต่างกัน ผู้รับสารตัดสินใจเลือกรับสื่อจะดูในแง่ที่ว่า ตนต้องการอะไรจากสิ่งใด สารประเภทไหน และสารนั้นตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร ถือเป็นงานเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร (Active)

แนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อมีดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543, น. 375)

1. โดยส่วนใหญ่ ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น คนเรามีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสาร เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ เพื่อควบคุมสถานการณ์ เตรียมพร้อมสำหรับการลงมือกระทำ

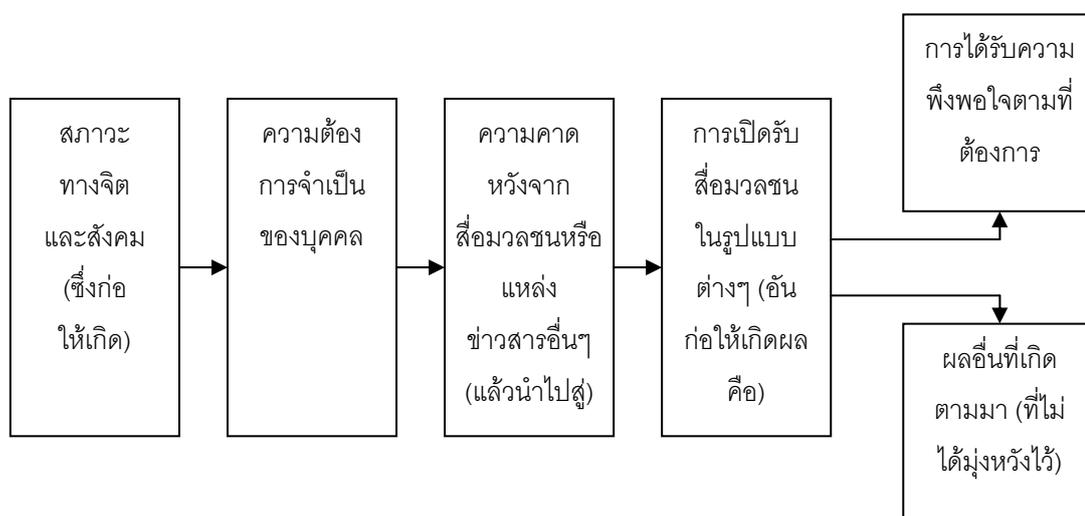
2. เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนการเข้าไปใช้สื่อจึงมีใช้กิจกรรมที่กระทำไปตามยถากรรม หรือไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายที่แน่นอน (เรียกว่าเป็น Goal-Oriented Activity)

3. ในท่ามกลางสภาวะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนี้ สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกทางเดียวของบุคคล หากทว่าเป็นทางเลือกตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกอื่น ๆ และสื่อมวลชนคงต้องพบว่า แหล่งข่าวสารอื่น ๆ มีฐานะเป็นคู่แข่งไปโดยปริยาย

4. สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวก็จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ

แผนภาพที่ 2.2

แบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และ
ความพึงพอใจของ Katz และคณะ



ที่มา: Denis McQuail and Sven Windahl, Communication Models for The Study of Mass Communication (London: Longman, 1993), p. 134.

แม็คคอมและเบคเคอร์ (McCombs and Becker, 1979, pp. 50-52) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการอ่านหนังสือพิมพ์ การฟังละครวิทยุ การชมรายการวิทยุโทรทัศน์ของมนุษย์ ได้สรุปผลว่าบุคคลที่ใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ด้วยเหตุผลที่ต่างกัน ดังนี้

1. เพื่อติดตามข่าวสาร (Surveillance) โดยติดตามความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นรอบตัว เพื่อที่จะได้ทราบว่าอะไรเกิดขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญ ควรรู้

2. เพื่อต้องการคำแนะนำ หรือหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจ (Decision) เปิดรับสื่อมวลชนเพื่อนำมาปฏิบัติตนให้ถูกต้อง และช่วยในการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่

3. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา (Discussions) รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์นำไปพูดคุยสนทนากับผู้อื่น

4. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participating) เพื่อสร้างความรู้ดีกว่าตนมีส่วนร่วมในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

5. เพื่อเสริมย้ำความคิดเห็น (Reinforcement) หาข้อมูลเพื่อเสริมย้ำความคิดเห็นเดิมมั่นคงยิ่งขึ้น หรือเพื่อยืนยันการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว

6. เพื่อความบันเทิง (Relaxation and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ ผู้ศึกษาจึงนำทฤษฎีนี้มาใช้อธิบายในส่วนของการความคิดเห็นผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ว่า มีการนำสิ่งที่ได้รับชมจากเนื้อหาในละครเกาหลี มาใช้ประโยชน์อย่างไร

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

การรวมตัวอยู่ในสังคมนั้น ย่อมไม่สามารถขาดความคิดของแต่ละคนที่จะอธิบายความคิดของแต่ละคนได้ ทั้งจากสภาพการณ์ภายในและภายนอกที่มากระทบตัวเรา ซึ่งความคิดเห็นมักจะควบคู่ไปกับทัศนคติ

ความคิดเห็น (Opinion) ตามพจนานุกรมทางการศึกษา Dictionary of Education ของ Carter Good (1960, p. 339) ได้ให้ความหมายเอาไว้ว่า หมายถึง ความนึกคิด ความรู้สึก ประทับใจ ความเชื่อ การตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งไม่อาจบอกได้ว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องหรือไม่

นอกจากนั้นนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้ต่าง ๆ กัน ดังนี้ คือ เมตตา วิวัฒน์านุกูล (2541, น. 124) ให้คำจำกัดความของความคิดเห็นคือ ผลผลิตของของทัศนคติ ของบุคคลในสภาพการณ์บางอย่างรอบตัวบุคคล จะจัดเรียงลำดับ ทัศนคติของตนตามลำดับความสำคัญเมื่อบุคคลพูดหรือเขียน บุคคลนั้นกำลังแสดงลำดับชั้น (Hierarchy) ของทัศนคติของเขา กล่าวคือ เขากำลังให้ความคิดเห็นเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลง ขึ้นในสภาพแวดล้อมภายนอก การเปลี่ยนแปลงนี้ จะเกิดขึ้นได้ในลำดับชั้นของทัศนคติด้วย ทำให้เกิดการจัดลำดับใหม่ และเกิดความคิดเห็นใหม่ตามมา ฉะนั้นความคิดเห็นจึงเป็นการแสดงออกว่าตนมีทัศนคติอย่างไร ด้วยพูดหรือตัวหนังสือ

ชวรัตน์ เชิดชัย (2538, น. 90) กล่าวว่า ความคิดเห็นของบุคคลที่จะเกี่ยวกับคุณสมบัติประจำตัวของบุคคลด้วย ซึ่งคุณสมบัติบางอย่างเช่นความรู้ ประสบการณ์ในการทำงานและการติดต่อระหว่างบุคคล นับเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้บุคคลและกลุ่มมีความคิดไปในทิศทางเดียวกัน

สงวน เลิศอรุณ และคณะ (2522, น. 99) ให้คำจำกัดความเอาไว้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกถึงวิจาร์ณญาณที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ ความคิดเห็นมีความหมายที่แคบกว่าเจตคติ เพราะความคิดเห็นของบุคคลเปลี่ยนแปลงไปตามข้อเท็จจริง (fact) และเจตคติ (attitude) ของบุคคล ในขณะที่เจตคติ แสดงภาพความรู้สึกทั่วไปกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความคิดเห็นเป็นการอธิบายเหตุผลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยเฉพาะ

จากความหมายข้างต้น สามารถที่จะสรุปได้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกซึ่งทัศนคติของคนทีแสดงออกต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ความคิดเห็นที่เกิดขึ้นนั้นขึ้นอยู่กับความรู้ ประสบการณ์และอื่น ๆ ซึ่งไม่อาจบอกได้ว่า ความคิดเห็นนั้น ๆ เป็นสิ่งที่ถูกต้องหรือไม่ โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นมีดังนี้ (รัชดา บุญเสริม, 2547, น. 9)

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

1. ปัจจัยทางพันธุกรรมและร่างกาย คือ เพศ อวัยวะ ความครบถ้วนสมบูรณ์ของอวัยวะต่าง ๆ คุณภาพสมอง
2. ระดับการศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นและการศึกษาทำให้บุคคลมีความรู้ในเรื่องต่างๆ มากขึ้นและคนที่มีความรู้มากจะมีความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล
3. ความเชื่อ ค่านิยม และเจตคติของบุคคลต่อเรื่องต่าง ๆ ซึ่งอาจจะได้จากการเรียนรู้จากกลุ่มบุคคลในสังคม หรือจากการอบรมสั่งสอนของครอบครัว

4. ประสบการณ์โดยตรงของคุณ เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจในหน้าที่ และความรับผิดชอบต่องาน ซึ่งจะส่งผลต่อความคิดเห็น

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

1. สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็นของคุณเป็นการได้รับข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล

2. กลุ่มและสังคมที่เกี่ยวข้อง จะมีอิทธิพลต่อความเห็นของคุณ เพราะเมื่อคุณอยู่ในกลุ่มใดหรือสังคมใด ก็จะต้องยอมรับและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มหรือสังคมนั้น ซึ่งทำให้คุณนั้นมีความเห็นไปตามกลุ่มหรือสังคมที่อยู่

3. ข้อเท็จจริงในเรื่องต่าง ๆ หรือสิ่งต่าง ๆ ที่บุคคลแต่ละคนได้รับ ทั้งนี้เพราะข้อเท็จจริงที่บุคคลได้รับแตกต่างกัน ก็จะมีผลต่อการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ความคิดเห็นเป็นตัวชี้วัดถึงความรู้สึกลหลังจากที่เปิดรับชม ละครโทรทัศน์เกาหลีว่ามีความคิดเห็นอย่างไรต่อละครโทรทัศน์เกาหลี มีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมเกาหลีที่ถูกถ่ายทอดผ่านละครโทรทัศน์อย่างไร และมีความคิดเห็นต่อการนำละครโทรทัศน์เกาหลีไปใช้ประโยชน์อย่างไร ซึ่งอาจมีผลในเชิงบวก หรืออาจจะให้ผลตรงกันข้ามก็ได้

แนวคิดเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชนและอิทธิพลของละครโทรทัศน์

แนวคิดเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชน

“อิทธิพลของสื่อมวลชน” นั้น หมายถึง การที่สื่อมวลชนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นกับบุคคลที่เป็นผู้รับสารในด้านต่าง ๆ คือ การเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (กิติมา สุรสนธิ, 2545, น. 136) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสามารถทำให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงได้ในหลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นระดับบุคคล ซึ่งเป็นผลกระทบในระดับเล็ก และระดับมวลชน ที่สื่อมวลชนมีผลกระทบต่อสังคมส่วนใหญ่นั้นเอง (ปรมะ สตะเวทิน, 2539, น. 49) ได้มีการจำแนกประเภทของอิทธิพลของสื่อมวลชนจากต่างชาติที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ คือ

1. อิทธิพลต่อการซื้อของประชาชน โดยบรรดาผู้โฆษณามีความเชื่อว่า การโฆษณานั้นช่วยให้การขายสินค้าและบริการดีขึ้น โทรทัศน์มีบทบาทที่สำคัญในการกระตุ้นความเจริญทางเศรษฐกิจ และส่งเสริมพลังให้แก่กระบวนการประชาธิปไตย ในระบบเศรษฐกิจ

2. อิทธิพลต่อเด็ก เนื่องจากบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลาย วิทยูและโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความสนใจในการศึกษาถึงอิทธิพลที่มีต่อเด็กมากที่สุด อันเนื่องมาจาก ทำให้เด็กมีแนวโน้มของการพอใจในแม่แบบ ที่เป็นตัวแสดง เนื้อหาของสารที่ได้ดูจากทีวี และนำมาเลียนแบบในชีวิตจริง

3. อิทธิพลต่อรสนิยม เพราะโทรทัศน์ช่วยสร้างรสนิยม ของประชาชนด้วยการนำเสนอ เนื้อหาของสารที่แสดงถึงความมีรสนิยมดี นำมาสู่ความนิยมของมวลชนทั่วไป รสนิยมเหล่านี้อาจรวมถึงเรื่องของสถาปัตยกรรม การตกแต่งบ้าน การแต่งกาย กิริยามารยาท การท่องเที่ยวต่างประเทศ ฯลฯ

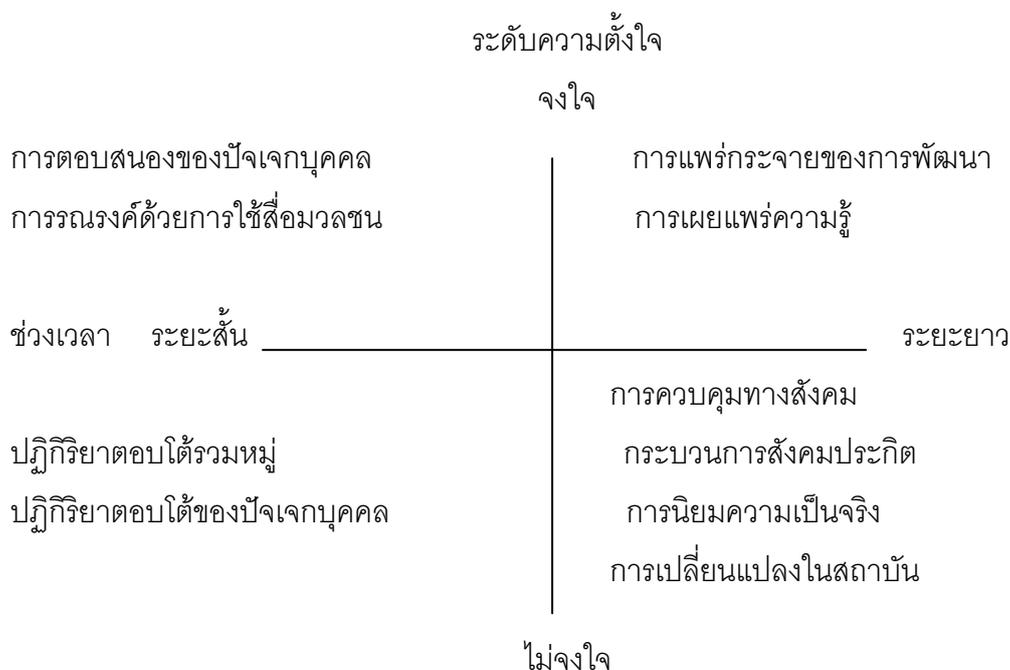
4. อิทธิพลด้านความบันเทิง ในสังคมปัจจุบันความบันเทิงดูเหมือนเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของชีวิต โดยช่วยให้จิตใจของคนพ้นจากปัญหาที่กีดตัน บรรเทาความตึงเครียด สร้างและรวมทั้งมีผลต่าง ๆ ต่อร่างกายและจิตใจของคน สื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อความต้องการความบันเทิงของคน โดยสร้างทั้งความสุข และความสบายใจให้แก่ประชาชนโดยผ่านความบันเทิง

5. อิทธิพลด้านการศึกษา ถ้าเรามองการศึกษานั้นรวมถึงข่าวสารต่าง ๆ ที่ทำให้ประชาชนมีความรู้เพิ่มขึ้นแล้ว เราจะเห็นได้ว่าข่าวสารต่าง ๆ ที่ผ่านมาทางสื่อมวลชนไม่เฉพาะแต่รายการข่าว หรือรายการกิจกรรมสาธารณะเท่านั้น แม้แต่รายการบันเทิงก็ทำให้คนได้รับข่าวสารและความรู้เช่นกัน รวมทั้งเป็นแหล่งอ้างอิงต่อการศึกษาจากสิ่งที่ได้รับชมทางรายการโทรทัศน์

6. อิทธิพลต่อสังคมกรรม คำว่า สังคมกรรม มาจากภาษาอังกฤษว่า Socialization ซึ่งมีความหมายว่า การทำให้เหมาะกับสังคม ประชาชนต้องเผชิญกับคำถามว่า ตนเป็นใคร สถานภาพของตนอยู่ตรงไหนของสังคม และควรจะแสดงพฤติกรรมอย่างไร จึงจะเหมาะสมในสังคม สื่อมวลชนสามารถให้คำตอบเหล่านี้ได้เช่นเดียวกับครอบครัวและโรงเรียน โดยเป็นแบบอย่างจากการนำเสนอเนื้อหาเข้ามา

ด้าน Denis McQuail (Denis McQuail, 1991, p. 258) ได้จำแนกประเภทของผลของสื่อ ไว้เป็น 2 หัวข้อใหญ่ ๆ คือ ระหว่างผลที่ตั้งใจ กับ ไม่ตั้งใจ และ ระหว่างผลระยะสั้นกับระยะยาว โดย ผลระยะสั้นที่เกิดโดยผู้ส่งสารจงใจ เรียกว่า "อคติ" ผลระยะสั้นที่เกิดโดยผู้ส่งสารไม่จงใจ เรียกว่า "อคติที่ไม่รู้ตัว" ผลระยะยาวที่ผู้ส่งสารจงใจ เรียกว่า "นโยบาย" และผลระยะยาวที่ผู้ส่งสารไม่จงใจเรียกว่า "อุดมการณ์" จากตัวแปรเหล่านี้ เราสามารถนำมาเขียนผังโดยตั้งแกน 2 แกน คือ แกนแนวตั้งและแนวนอน จากนั้นก็บรรจุผลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นไปตามจุดต่างๆ ในแกนนั้น ดังรูปที่ 2.3

แผนภาพที่ 2.3
การจำแนกประเภทของผลของสื่อ



ที่มา: Denis McQuail, Mass Communication Theory (London: Longman, 1991), p. 258.

จากแผนภาพที่ 2.3 สามารถอธิบายผลแต่ละอย่างในระเอียดได้ดังนี้ คือ

1. การตอบสนองของปัจเจกบุคคล เป็นกระบวนการที่ปัจเจกบุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือต่อต้านการเปลี่ยนแปลง เพื่อสนองตอบต่อข่าวสารที่ออกแบบมา เพื่อให้มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความรู้ และความประพฤติของปัจเจกบุคคลโดยเฉพาะ

2. การรณรงค์ด้วยการใช้สื่อมวลชน เป็นสภาพการณ์ที่มีการประสานสื่อหลาย ๆ ชนิดเข้าด้วยกันเพื่อดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายในการโฆษณาชักชวน หรือให้ข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายที่ได้เลือกสรรไว้แล้ว

3. ปฏิริยาโต้ตอบของปัจเจกบุคคล เป็นผลสืบเนื่องที่เกิดจากปฏิริยาของปัจเจกบุคคลที่มีการเปิดรับสื่อ ผลสืบเนื่องนี้เป็นไปโดยไม่ได้วางแผนเอาไว้ล่วงหน้าและไม่อาจจะคาดเดาได้ ที่เราสังเกตเห็นได้คือ การเลียนแบบ หรือการเรียนรู้โดยเฉพาะในเรื่องราวก้าวร้าว การก่ออาชญากรรม ซึ่งดูเหมือนเป็นผลบทั้งสองอย่าง อย่างไรก็ตามปฏิริยาของปัจเจกบุคคลที่เกิด

จากสื่ออย่างไม่ตั้งใจ อาจพฤติกรรมที่สังคมชื่นชอบก็ได้ เช่น การเลียนแบบซูเปอร์ฮีโร่ ส่วนผลแบบอื่น ๆ อาจเกิดการเลียนแบบสไตล์และสมัยนิยม การเลียนแบบดารา เป็นต้น

4. ปฏิกริยาตอบโต้รวมหมู่ หมายถึงผลที่เกิดกับปัจเจกแต่ทว่า เกิดขึ้นพร้อม ๆ กันเป็นจำนวนมาก จึงนำไปสู่การแสดงออกของการกระทำร่วมกัน

5. การแพร่กระจายของการพัฒนา เป็นการวางแผนการกระจายนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาในระยะยาว โดยใช้การรณรงค์อย่างต่อเนื่อง หรือรูปแบบของแหล่งอิทธิพลอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและโครงสร้างของผู้มีอำนาจในชุมชนหรือสังคม

6. การเผยแพร่ความรู้ เป็นผลสืบเนื่องมาจากกิจกรรมของสื่อที่อยู่ในแวดวงของข่าวและการให้ข้อมูล โดยมีเป้าหมายเพื่อเผยแพร่ความรู้ในระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม เพื่อกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวต่อเหตุการณ์ความเป็นไปของโลก

7. กระบวนการสังคมประกิต เป็นผลแบบที่ไม่เป็นทางการของสื่อที่มีต่อกระบวนการเรียนรู้และกระบวนการรับเอาบรรทัดฐาน ค่านิยมและความคาดหวังที่ถูกกำหนดเอาไว้ในบทบาททางสังคมและสภาพการณ์ต่าง ๆ ทางสังคมเข้าไปไว้ตัวสมาชิกของสังคมนั้น

8. การควบคุมทางสังคม ในที่นี้หมายถึงการจัดระบบที่จะทำการโฆษณาเผยแพร่ เพื่อสร้างความเห็นชอบคล้อยตามระเบียบสังคมที่มีอยู่ และตอกย้ำความชอบธรรมของผู้มีอำนาจด้วยการสร้างอุดมการณ์และสร้างอุตสาหกรรมวัฒนธรรมขึ้นมา

9. การนิยามความเป็นจริง เป็นกระบวนการที่คล้ายคลึงกับที่กล่าวมาแล้ว หากแต่แตกต่างกันตรงที่เป็นเรื่องของระบบความเข้าใจมากกว่า (หมายถึงความรู้และความคิดเห็น) เรื่อง ค่านิยม และไม่ได้เกิดมาจากความตั้งใจที่จะครอบงำของฝ่ายผู้มีอำนาจ หากแต่มาจากแนวโน้มในสื่อมวลชนเองที่มักจะนำเสนอภาพความเป็นจริงของสังคมอย่างไม่ครบถ้วนสมบูรณ์

10. การเปลี่ยนแปลงในสถาบัน เป็นผลของการปรับตัวอย่างไม่ได้วางแผนล่วงหน้ามาก่อนของสถาบันที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นสถาบันการเมือง การศึกษา ครอบครัว เป็นต้น ส่งผลกระทบมาถึงพัฒนาการของสื่อโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องหน้าที่ของสื่อ

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สื่อมวลชนที่มีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อประชาชน คือ สื่อโทรทัศน์ เพราะการรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีนั่นนอกจากได้รับความบันเทิงแล้วประชาชนยังได้รับผลกระทบต่าง ๆ ดังกล่าวในการเปิดรับสื่อประเภทนี้อีกด้วย ประเด็นการศึกษาหลัก คือ การศึกษาถึงผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมที่ผ่านสื่อนี้ ได้ใช้กรอบทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งมี

ส่วนเกี่ยวข้องกับอิทธิพลด้านต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาในเรื่องผลอันเกิดจากอิทธิพลของละครโทรทัศน์

ละครโทรทัศน์เป็นรายการบันเทิงซึ่งเป็นหัวใจหลักของสถานีโทรทัศน์ที่มีผู้ชมให้ความสนใจมากที่สุด และยังเป็นรายการหนึ่งที่ทำรายได้ให้กับสถานีโทรทัศน์กว่าล้านบาท ละครโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มีความสามารถที่จะเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว ดังนั้นสื่อละครจึงมีอิทธิพลและส่งผลอย่างมากต่อผู้รับสารมวลชน (ปรมะ สตะเวทิน, 2539, น. 90) อีกทั้งเมื่อได้ศึกษาถึงกระบวนการของการสื่อสาร อันประกอบไปด้วย ผู้ส่งสารทำการส่งข่าวสารโดยผ่านช่องทางการสื่อสารไปยังผู้รับสาร ทำให้เกิดปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งต่อผู้รับสารที่รับสารนั้นและสิ่งที่เกิดขึ้น ซึ่งถือว่าการสื่อสารนั้นอาจก่อให้เกิดผลในการเปลี่ยนแปลงความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว อาจเป็นผลที่เกิดขึ้นได้หลายลักษณะ และแบ่งตามประเภทผลของการสื่อสารมวลชน (กิติมา สุรสนธิ, 2545, น. 124) โดยสรุปได้ดังนี้

1. การแบ่งตามระยะเวลา ซึ่งเป็นการแบ่งผลของการสื่อสารโดยพิจารณาจากระยะเวลาที่ผลของการสื่อสารในครั้งนั้น ๆ ปรากฏอยู่โดยอาจเป็นแบบผลระยะสั้น (Short-term Effect) หรือ แบบผลระยะยาว (Long-term Effect) ซึ่งผลตามระยะเวลานี้ สัมพันธ์กับระยะเวลาว่าผลเกิดขึ้นฉับพลันทันทีทันใดและหายไปในระยะเวลานั้น ๆ หรือซึมซับมาเรื่อย ๆ จนกลายเป็นผลในระยะยาว

2. แบ่งตามลักษณะของผลที่เกิดขึ้น ซึ่งพิจารณาจากทิศทางของผลของการสื่อสารที่เกิดขึ้นนั้นว่า เป็นผลที่ได้รับจากการสื่อสารโดยตรงทางตรง ซึ่งเป็นผลที่เกิดจากการสื่อสารในครั้งนั้นโดยตรง หรือเป็นผลทางอ้อม หรือผลแอบแฝง เป็นผลที่ไม่ได้เกิดขึ้นโดยตรงจากการสื่อสารครั้งนั้น แต่เป็นผลกระทบอื่นที่ผู้ส่งไม่ได้คาดไว้จากการสื่อสารครั้งนั้น ที่ผู้ส่งไม่ได้คาดไว้จากการสื่อสาร

3. แบ่งตามความดีและไม่ดีของผลที่เกิดขึ้น เป็นการพิจารณาถึงผลของการสื่อสารในแต่ละครั้ง ถึงผลกระทบที่ตามมา ดีต่อบุคคล หรือต่อสังคม หรือไม่ อย่างไร และผู้ส่งสารบรรลุตามจุดประสงค์ที่ตั้งใจไว้หรือไม่ โดยมีทั้งผลในทางบวก ที่ก่อให้เกิดผลดีต่อบุคคลและสังคม และผลทางลบ ซึ่งเป็นผลของการสื่อสารที่ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ ของผู้ส่งสาร และผลที่เกิดขึ้นนั้นก่อให้เกิดผลในทางที่ไม่ดีต่อบุคคลและต่อสังคม

อิทธิพลของละครโทรทัศน์

ละครโทรทัศน์ จากมุมมองของคนดูนั้น คือ ละครที่แพร่หลายทางหน้าจอแก้ว ส่วนใหญ่เป็นละครหลายสิบตอนจบ มีลักษณะเป็นการเล่าเรื่องแบบนวนิยาย นำเสนออย่างต่อเนื่องไม่มีขาด และเมื่อพิจารณามากขึ้น คำว่าละครโทรทัศน์ นั้นมีความหมายกว้างขึ้น เพราะมีผู้เกี่ยวข้องจำนวนมาก ซึ่งสำหรับกลุ่มผู้ชมนั้นละครโทรทัศน์สามารถเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมที่ให้ความบันเทิงแก่มวลชนโดยทั่วไป (Popular culture of entertainment) และในมุมมองของผู้อุปถัมภ์รายการ ละครโทรทัศน์เป็นสินค้าทางธุรกิจ (economic commodity) (กาญจนา แก้วเทพ, 2543, น. 262)

มาร์แชล แมคลูฮาน (McLuhan, 1992, p. 135) ได้อธิบายถึงสื่อโทรทัศน์ว่าเป็นสื่อเย็น (Cool Media) ซึ่งเป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมในการใช้ และตัวสารมีลักษณะเปิดต่อการตีความมากกว่าสื่ออื่น ๆ และจากข้อสังเกตต่อสื่อละครโทรทัศน์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2539, น. 252) ในกระแสความเป็นโลกาภิวัตน์ (globalization) ที่กำลังได้รับความนิยมนั้น ละครโทรทัศน์จึงมีการนำเสนอสารแบบวัฒนธรรมโลกเข้าไปยังผู้รับซึ่ง ละครนั้นได้สอดแทรกวัฒนธรรมสมัยใหม่ สะท้อนออกมาด้วยเสมอ

ด้วยแนวคิดในเรื่องสื่อโทรทัศน์ในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 เชื่อว่า สื่อโทรทัศน์นอกจากจะให้ความบันเทิง เป็นเหมือนกระจกที่สะท้อนความเป็นไปในสังคมแล้วยังเปรียบได้กับโรงงานผลิตวัฒนธรรมของสังคม เป็นสถาบันทางวัฒนธรรมที่สำคัญ ซึ่งนักวิชาการที่สนใจศึกษายุควัฒนธรรมโทรทัศน์ คือ จอร์จ เกร็บเนอร์ (Gerbner) (กาญจนา แก้วเทพ, 2545, น. 279) ได้สนใจศึกษาสื่อโทรทัศน์ ในยุค 1970 ที่มีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อสังคม ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเขาเชื่อว่า อิทธิพลของสื่อมวลชนมีอยู่ในระดับหนึ่ง แต่มิใช่เป็นผลกระทบในระยะสั้น เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในระยะยาวโดยเป็นผลที่เกิดมาจากการสั่งสม การให้ความสนใจในบทบาทของสื่อโทรทัศน์อย่างมากนั้น เพราะว่าในช่วงเวลาดังกล่าว โทรทัศน์ได้เข้ามาเป็นศูนย์กลางในชีวิตประจำวันของคน และนอกจากนี้สื่อโทรทัศน์ได้สร้างสิ่งแวดล้อมทางสัญลักษณ์ (หรือ “โลกทางสังคม” ในคำศัพท์ของกลุ่ม Social Construction of Reality) เกือบทั้งหมดของประชาชนอีกด้วย โทรทัศน์เป็นตัวนำข่าวสารส่วนใหญ่ที่เกี่ยวกับประสบการณ์ในชีวิตของบุคคล และเป็นช่องทางหลักในการเรียนรู้ทุกสิ่งทุกอย่างในชีวิตมากกว่าช่องทางอื่น ๆ เช่น ประสบการณ์ตรงหรือการบอกเล่าจากผู้อื่นอีกทั้งในส่วนของการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งเชื่อว่า ตัวสารของโทรทัศน์นั้นได้ถูกผลิตขึ้นมาจากสภาวะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมแต่ละแห่ง ทำให้ตัวสารนั้นทำหน้าที่เสมือนตัวบ่งชี้ทางวัฒนธรรม (กาญจนา แก้วเทพ, 2545, น. 281)

จากการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อซึ่งเกี่ยวข้องกับกาารรับรู้จากสื่อโทรทัศน์นั้น ทีมวิจัยของ เกิร์บเนอร์ ได้มีการแบ่งปริมาณการรับชมออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (กาญจนา แก้วเทพ, 2544, น.253)

พวกดูโทรทัศน์อย่างมาก (heavy users) เป็นกลุ่มที่ดูโทรทัศน์จำนวนมาก จึงเป็นกลุ่มที่มีโลกทัศน์แบบโทรทัศน์ (TV. Type) กล่าวคือ คิด เชื่อ พุด กระทำ คล้าย ๆ กับโทรทัศน์

พวกดูโทรทัศน์น้อย (light users) จะเป็นกลุ่มที่เลือกดูในปริมาณน้อย จึงรับอิทธิพลจากสื่อค่อนข้างน้อยเช่นกัน

สำหรับกลุ่มเป้าหมายของละครโทรทัศน์ในเริ่มแรกจะเป็นกลุ่มแม่บ้านที่ใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในบ้าน ทำให้ละครเปรียบเสมือนเป็นเพื่อนแก้เหงาตัวเอง อีกทั้งเรื่องราวส่วนใหญ่ของละครโทรทัศน์จะเป็นชีวิตของคนธรรมดา เหตุการณ์ที่มีการเกิดขึ้นจริง และหลังจากนั้นช่วงระยะเวลาประมาณ 30 ปีต่อมา ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องขนาดและขอบเขตของผู้ชม ซึ่งมิได้จำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มแม่บ้านเท่านั้น หากแต่ขยายตัวไปครอบคลุมคนทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ ทุกเพศ ทุกวัย และทุกระดับการศึกษา สิ่งก็ตามมาจากการชมละครนั้นคือ สินค้าทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตที่สื่อผ่านมาจากละครโทรทัศน์ ซึ่งทำให้เกิดเป็นสินค้าต่อผู้ชมเป็นผลต่อเนื่องมาด้วยเช่นกัน ละครโทรทัศน์ถือเป็นส่วนผสมระหว่างโลกแห่งความเป็นจริงและโลกแห่งสัญลักษณ์ (โลกแห่งความฝันและจินตนาการ) เนื่องจากในบทละครมีฉาก การแต่งกาย สถานที่นั้นเป็นสิ่งที่เหมือนความเป็นจริง ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าโลกแห่งสัญลักษณ์ได้ทำให้เกิดมายาคติ (Myth) และมายาคติมีหน้าที่ต่อโลกแห่งความจริงใน 2 ระดับ คือ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543, น. 272)

1. หน้าที่ต่อปัจเจกบุคคล จากการที่คนทั่วไปดูละครเพื่อความสนุก และเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ แล้วยังพบว่า ละครโทรทัศน์ช่วยตอบสนองความต้องการที่ไม่สามารถจะเป็นไปได้ในโลกแห่งความจริง หรือสร้างในสิ่งที่ขาดหายไปในชีวิต ดังเช่นละครที่จบลงแบบมีความสุข ทั้งยังเป็น การแก้ไขความขัดแย้งที่ไม่อาจเกิดขึ้นได้ในความเป็นจริงแต่สามารถทำได้ในโลกแห่งจินตนาการ เช่นเรื่องความรักระหว่างชนชั้นที่ในละครมักจะจบลงด้วยความสมหวัง และเพื่อการหลีกเลี่ยงปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน เพราะการดูละครเท่ากับได้ไปนั่งดูปัญหาของคนอื่นซึ่งคล้ายคลึงกับสิ่งที่พบในชีวิตประจำวันนั่นเอง ทำให้รู้สึกว่าคุณอื่น ๆ ก็มีปัญหาเช่นกัน

2. หน้าที่ต่อสังคม คือ การสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นศีลธรรม หรือความดีงาม ก่อให้เกิดแนวคิด เป็นเหมือนการสอนบทเรียนทางอ้อมต่อผู้รับชมนั่นเอง

อิทธิพลที่รับมาจากสื่อละครโทรทัศน์นั้นสามารถมีส่วนในเรื่องการนำมาเป็นรูปแบบการใช้ชีวิต (lifestyles) และรสนิยม (tastes) ค่านิยมที่สะท้อนออกมาได้ นั่นคือ เป็นการยอมรับ

นำมาใช้ในชีวิตจริง กล่าวได้ว่าละครโทรทัศน์ คือสื่อที่ทำหน้าที่ในเชิงเทคโนโลยีและวัฒนธรรม โทรทัศน์อาจเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารซึ่งเป็นเสมือนหน้าต่างสู่โลกภายนอก และพร้อมทั้งเป็นสื่อในเชิงสังคมที่ผนวกกิจกรรมการบริโภคในมิติของวัฒนธรรมเอาไว้ด้วย (สมสุข หินวิมาน, 2541, น. 158)

ซึ่งเราสามารถนำลักษณะของผลที่เกิดขึ้นต่อผู้รับสารเหล่านี้ มาวิเคราะห์สารที่เป็นตัวบ่งชี้ทางด้านวัฒนธรรมในรูปแบบของอิทธิพลที่เกิดขึ้นทางวัฒนธรรมผ่านเนื้อหาสารจากละครโทรทัศน์ รวมทั้งจะทำให้เราสามารถทราบถึงอิทธิพลและบทบาทของละครโทรทัศน์นั้นได้ค่อย ๆ ผสมความเป็นจริงของคนเข้ากับกระแสหลักทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในเนื้อหาของสารในโทรทัศน์ที่ผู้รับได้รับชม

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะวิเคราะห์ถึงผล ที่แบ่งตามลักษณะของผลที่เกิดขึ้นว่าหลังจากที่รับชมละครโทรทัศน์เกาหลีแล้ว ส่งผลกับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านละครโทรทัศน์เกาหลีอย่างไร และส่งผลต่อความคิดเห็นในการนำละครโทรทัศน์เกาหลีไปใช้ประโยชน์อย่างไร

แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม

เมื่อกล่าวถึงคำว่า “วัฒนธรรม” ได้มีผู้ให้ความหมายไว้มากมาย นักมนุษยวิทยาในระยะเริ่มแรก คือ เอ็ดเวิร์ด บี. ไทเลอร์ ได้ให้คำจำกัดความของวัฒนธรรมว่า “วัฒนธรรม” หมายถึงสิ่งที่ซับซ้อนทั้งหลายทั้งปวง อันประกอบด้วยความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ ประเพณี กฎหมาย ศีลธรรม จรรยา ความสามารถอื่น ๆ และนิสัยซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ของคนในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคม” (Edward B. Tylor, 1991, p. 122) ซึ่งความสามารถอื่น ๆ และนิสัยที่กล่าวนี้ หมายถึง ภาษาและเทคนิคในการสร้างและและการใช้เครื่องมือ รวมทั้งวิถีแห่งความคิดและความรู้สึกร่วมกันของคนในสังคม

ฟิลิป แบ็กบาย (Philip Bagby, 1953, p. 539) ได้กล่าวว่า

วัฒนธรรมเป็นลักษณะพิเศษบางชนิดของพฤติกรรม ซึ่งประพฤติโดยบุคคลในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม พฤติกรรมใด ๆ ก็ตามของมนุษย์ที่ปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระเบียบ จารีตที่กำหนดไว้ ยกเว้นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจนว่าเป็นพันธุกรรม เรียกได้ว่า เป็นวัฒนธรรมทั้งสิ้น

นอกจากนี้ยังมีเวอร์ต เอช. กู๊ดอินท์ (Ward H. Goodenough, 1963, p. 257) นักสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาได้อธิบายความหมายของวัฒนธรรมในแง่นามธรรมไว้ว่า “วัฒนธรรมคือมาตรฐานความเชื่อ การรับรู้ ความเข้าใจ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งใช้สร้างประสบการณ์ของมนุษย์กระตุ้นมนุษย์กระทำหรือแสดงพฤติกรรมออกมาให้เห็นจากสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจของมนุษย์”

สำหรับความหมายของคำว่า วัฒนธรรม ตามพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 นั้นหมายถึง “สิ่งประดิษฐ์หรือพฤติกรรมที่คนในหมู่ผลิตหรือสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้อยู่ในหมู่พวกของตน” ในส่วนของพระยาอนุมานราชธน ได้ให้คำจำกัดความของวัฒนธรรมไว้ว่า

วัฒนธรรม คือ สิ่งอันเป็นผลผลิตของส่วนรวมที่มนุษย์ผลิตขึ้น และได้เรียนรู้มาจากคนแต่ก่อนสืบต่อเป็นประเพณีกันมา มีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงเพื่อความเจริญงอกงามในวิถีชีวิตของมนุษย์ในส่วนรวม ถ้ายทอดกันได้ เลียนแบบกันได้ เอาอย่างกันได้ นอกจากนี้แล้ว วัฒนธรรม คือ ความคิดเห็น ความรู้สึก ความประพฤติ และกิริยาอาการ หรือการกระทำใด ๆ ของมนุษย์ในส่วนรวมที่ลงรูปเป็นพิมพ์เดียวกัน และแสดงออกปรากฏเป็นภาษา ศิลปะ ความเชื่อ ระเบียบ ประเพณี เป็นต้น วัฒนธรรมจึงเป็นมรดกแห่งสังคมซึ่งมีการรับและรักษาไว้ให้เจริญงอกงาม (พระยาอนุมานราชธน, 2532, น. 87)

ดังนั้น จึงพอสรุปได้ว่า “วัฒนธรรม” หมายถึง สิ่งที่มนุษย์สร้างหรือกำหนดขึ้นเป็นความรู้หรือประสบการณ์ และยอมรับเข้ามาเพื่อช่วยแก้ปัญหาหรือตอบสนองของความต้องการของสมาชิกในสังคม มีการสืบทอด เลือกลงรับ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงตามกาลเวลาและเงื่อนไขให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมกับสังคมหนึ่ง ก่อให้เกิดเป็นแบบแผนของความคิดและการกระทำที่ยึดถือปฏิบัติร่วมกันเพื่อเป็นวิถีชีวิตของสมาชิกในสังคมโดยส่วนรวม ดังนั้นจึงสามารถแบ่งประเภทของวัฒนธรรมออกเป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับกิจกรรมทั่วไป โดยแบ่งเป็น 9 ประเภท ดังนี้ (เฉลียวบุรีภักดี, 2532, น. 7)

1. วัฒนธรรมการบริโภค ได้แก่ วิธีประกอบ วิธีปรุง และวิธีรับประทาน
2. วัฒนธรรมการอยู่ ได้แก่ วิธีสร้างและจัดที่อยู่อาศัย
3. วัฒนธรรมการแต่งกาย ได้แก่ วัสดุที่ใช้ สี วิธีการรักษาความสะอาด และวิธีการแต่งกายตามโอกาสต่าง ๆ
4. วัฒนธรรมที่แสดงอารมณ์ ได้แก่ วิธีการแสดงอารมณ์ต่าง ๆ เช่น อารมณ์รัก เกลียด ท่าทาง และวิธีการแสดงอารมณ์ทางเพศ

5. วัฒนธรรมเกี่ยวกับการสื่อความหมาย เช่น วิธีการส่งและรับข่าวสาร ได้แก่ ภาษาพูด ท่าทาง รวมทั้งเครื่องใช้ในการสื่อความหมายนั้น ๆ

6. วัฒนธรรมเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกันเป็นหมู่คณะ คือ การจัดระบอบการปกครองและควบคุมสังคม ได้แก่ วิธีการสร้างความสามัคคีระหว่างกลุ่ม วิธีควบคุมพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มคนในสังคม เป็นต้น

7. วัฒนธรรมเกี่ยวกับการแสวงหาความสุขทางจิตใจและหลักเกณฑ์ในการดำเนินชีวิต ได้แก่ ความคิด ความเชื่อทางศาสนา และปรัชญาชีวิต

8. วัฒนธรรมการพักผ่อน ได้แก่ ชนิดของการพักผ่อน วิธีจัดเวลาในการพักผ่อน อุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ใช้ในการพักผ่อนนั้น ๆ

9. วัฒนธรรมเกี่ยวกับการจรรยาบรรณส่ง ได้แก่ วิธีการเดิน วิธีการส่งสิ่งของ ระบบการจรรยา เป็นต้น

แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมกับการสื่อสาร

วัฒนธรรมสามารถถ่ายทอดจากชนกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง โดยอาศัยการเรียนรู้และการสื่อสารระหว่างมนุษย์ด้วยกันเอง ซึ่งอาจเป็นไปได้โดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม จึงทำให้บุคคลมีบุคลิกและลักษณะพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การที่คนไทยกับคนอเมริกันมีความแตกต่างกัน โดยมีลักษณะเฉพาะของตนเอง ทำให้เราสามารถจำแนกวัฒนธรรมของสังคมหนึ่งออกจากสังคมหนึ่งได้ก็เพราะแต่ละสังคมมีวัฒนธรรมที่มีการแสดงออกให้เห็นถึงความแตกต่างได้โดยแจ่มชัด

กระบวนการที่วัฒนธรรมถูกเผยแพร่จากแหล่งกำเนิดไปยังสมาชิกในสังคมนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ 2 ทาง คือ

1. โดยตรง ได้แก่ การติดต่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างบุคคล ระหว่างชาติ ซึ่งอาจเป็นการแลกเปลี่ยนโดยสันติวิธีหรือแลกเปลี่ยนโดยการสงคราม หรือการอพยพเข้าไปตั้งถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทย

2. โดยอ้อม ได้แก่ การที่วัฒนธรรมถูกเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ วิทยุและโทรทัศน์ เป็นต้น

ดังนั้น การสื่อสารมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดหรือเผยแพร่วัฒนธรรมไปยังสมาชิกของสังคมในระดับบุคคลและระดับมวลชน

วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุนั้นจะแพร่กระจายได้ง่ายและรวดเร็วกว่าวัฒนธรรมที่ไม่เกี่ยวกับวัตถุ เช่น คนไทยจะยอมรับการแต่งกาย การรับประทานอาหารแบบชาติต่าง ๆ ได้ง่ายและรวดเร็วกว่าการยอมรับแนวความคิด ค่านิยม หรือทัศนคติต่าง ๆ เป็นต้น และหากการติดต่อสื่อสารและการคมนาคมเป็นไปได้โดยสะดวกและต่อเนื่อง การแพร่กระจายทางวัฒนธรรมก็จะเป็นไปได้อย่างรวดเร็วจนอาจเกิดเป็นภาวะที่เรียกว่า “การผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม” (Cultural Assimilation) ซึ่ง บราวตัน แบร์รี (Brewton Barry, 1951, p. 217) ได้อธิบายว่า

การผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม หมายถึง กระบวนการที่กลุ่มคนต่างวัฒนธรรม เข้ามามีวัฒนธรรมร่วมกัน มิได้หมายถึงเฉพาะวัฒนธรรมที่มองเห็นและจับต้องได้ เช่น การแต่งกาย การรับประทานอาหาร และภาษาเท่านั้น แต่ยังหมายถึงสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ค่านิยม ทัศนคติ ความรู้และความรู้สึกทางด้านจิตใจด้วย

การเผยแพร่ของวัฒนธรรม นอกจากจะมีผลในทางบวก คือ การยอมรับวัฒนธรรมแล้วยังมีผลในทางตรงข้ามด้วย คือ การปฏิเสธหรือต่อต้านวัฒนธรรม หากวัฒนธรรมที่เข้ามาใหม่นั้นมีแนวโน้มที่จะทำลาย ซึ่งการต่อต้านจะมีลักษณะแตกต่างกันไปตามประเภทของกลุ่มคนในสังคม เช่น ผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีอายุน้อยหรือเป็นคนสมัยใหม่ก็จะสามารถยอมรับวัฒนธรรมของสังคมอื่นได้ง่ายกว่า ในบางกรณีจึงต้องมีการเลือกสรรเอาเพียงวัฒนธรรมที่เห็นว่า สามารถเข้ากันได้กับแบบแผนพฤติกรรมของสังคม เช่น สังคมไทยสามารถรับเอาสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เข้ามาใช้ แต่อาจปฏิเสธวัฒนธรรมบางอย่างที่ไม่สามารถเข้ากับวัฒนธรรมไทย เช่น การมีเสรีภาพทางความคิด และพฤติกรรมเกี่ยวกับเรื่องทางเพศของประเทศตะวันตก เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การยอมรับและผสมกลมกลืนของวัฒนธรรมของคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมจะมีอัตราช้าหรือเร็วแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการเช่น บุคลิกภาพของบุคคล และพฤติกรรมทางการสื่อสารของบุคคลนั้น เป็นต้น กล่าวคือ ผู้ที่อายุน้อย มีการศึกษา มีฐานะทางเศรษฐกิจดี มีบุคลิกภาพที่ชอบเสี่ยง มีความกระตือรือร้นที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และชอบการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น รวมทั้งมีการเปิดรับสื่อมวลชนหลายประเภท บุคคลที่มีลักษณะเช่นนี้จะมีการยอมรับวัฒนธรรมของกลุ่มอื่นได้ง่ายและใช้เวลารวดเร็วกว่าผู้ที่มีลักษณะตรงกันข้าม จึงสรุปเรื่องของวัฒนธรรมกับการสื่อสารได้ว่า การสื่อสารนั้นสามารถเชื่อมโยงวัฒนธรรมที่แตกต่างกันให้มาใกล้ชิดกัน ทำให้เกิดการยอมรับถึงเรื่องความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมและการสื่อสารจนได้กลายเป็นแนวคิดทฤษฎีว่า การสื่อสารเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ทั้งทางตรง คือระหว่างบุคคลต่อบุคคลและทางอ้อม ได้แก่ ข่าวสารที่ถูกส่งผ่านสื่อมวลชน ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิตของคนในสังคมนั้น

การศึกษาเรื่องวัฒนธรรมกับการสื่อสารที่ผ่านทางเนื้อหาละครโทรทัศน์เกาหลีนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในแง่ของการรับรู้การเกิดขึ้นและการยอมรับวัฒนธรรมจากต่างชาติในสังคมที่ถูกถ่ายทอดผ่านทางละครโทรทัศน์เกาหลี เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านทางละครโทรทัศน์เกาหลีที่สังคมไทยรับมาใช้ ทั้ง ด้านแฟชั่นการแต่งกาย การรับประทานอาหาร การฟังเพลง การชื่นชอบนักร้องเกาหลี และการใช้สินค้าของประเทศเกาหลี

แนวคิดเรื่องรูปแบบวัฒนธรรมเกาหลี

แนวคิดรูปแบบวัฒนธรรมเกาหลีในที่นี้จะอธิบายถึงวัฒนธรรมเกาหลีเมื่อครั้งในอดีต และวัฒนธรรมใหม่ที่ก่อเกิดมาให้สอดคล้องกับยุคปัจจุบัน

เกาหลีมีพัฒนาการทางประวัติศาสตร์มายาวนานโดยได้รับอิทธิพลจากจีนและผสมผสานกับวัฒนธรรมของตนเอง พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ในเกาหลีได้เปลี่ยนโครงสร้างทางวัฒนธรรมใหม่อยู่ตลอดทุกยุคทุกสมัยโดยสะท้อนการดัดแปลง ลัทธิขงจื้อในจีน สู่วิถีชีวิตใหม่ในเกาหลีผ่านระบบการปกครองในสมัยโชซอน และยังไม่ละทิ้งความเป็นเกาหลีที่นับถือภูตผีและวิญญาณตามระบบความเชื่อดั้งเดิม วัฒนธรรมสำคัญของเกาหลีด้านการแต่งกายตามประเพณีชาติ คือ การต่างกายชุด ฮันบก ของผู้หญิง ปัจจุบันนี้ชาว เกาหลี นิยมสวมชุดแต่งกายประจำชาติในงานเทศกาล หรือในงานพิธีต่างๆ เช่นพิธีแต่งงาน พิธีศพ ด้านการรับประทานอาหาร กิมจิ และ บุลโกกิ แปลตามศัพท์หมายความว่า เนื้อย่าง เป็นอาหารที่นิยมรับประทานในหมู่ชาวเกาหลี ในขณะที่กิมจิซึ่งเป็นผักดองรสจัดชนิดหนึ่ง ใช้รับประทานกับบูลโกกิมีรสไม่จัด ทำจากเนื้อสัตว์ได้หลายชนิด ที่นิยมมากที่สุดคือเนื้อวัวและเนื้อหมู เป็นต้น (“ถอดรหัสวัฒนธรรมเกาหลี,” ออนไลน์, 2551)

วัฒนธรรมเกาหลีในมิติใหม่ได้สะท้อนภาพผ่านละครโทรทัศน์เกาหลี โดยหยิบยกความเป็นสังคมเมืองในกรุงโซลเป็นหลัก ที่ได้เปลี่ยนผ่านตนเอง สู่วิถีชีวิตสังคมวัฒนธรรมใหม่ (modern society) ในหลาย ๆ ด้านสะท้อนถึงความวุ่นวายของการจราจร เมืองธุรกิจ และการค้าปฏิสัมพันธ์ของคนเมือง การใช้ชีวิตในเมืองใหญ่ แฟชั่น การกินอาหาร และการทำงานหนัก แต่ก็ไม่ละเลยที่จะทิ้งภาพต่างจังหวัด ความเป็นธรรมชาติ ซึ่งเป็นพื้นเพของบางตัวละครที่ต้องมาปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ตนเองในปริมณฑลเมือง แต่ก็มีกรโหยหาอดีต และมีระเบียบวิถีชีวิตที่สงบเรียบง่าย ซึ่งปรากฏให้เห็นใน หลาย ๆ เรื่อง ได้น่าสนใจโดยนำเสนอภาพอดีตของเกาหลีในอาณาจักรโชซอน โดยการย้อนอดีตชาติมาเสริมสร้างในเนื้อหาของเรื่อง สะท้อนแบบแผนการ

ปกครองในสมัยโชซอน ซึ่งมาประกอบสร้างในลักษณะที่ซับซ้อนแต่กลับได้สาระที่ถูกต้องผสมอยู่ในเนื้อหาที่น่าเสนออีกด้วย อีกประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจของปรากฏภาพวัฒนธรรมในอดีต ที่นำมาเสนอในเรื่องราวปัจจุบัน คือ การไปท่องเที่ยวในพระราชวังโบราณ เห็นภาพจำลองของขุนนางในราชสำนัก รวมถึงนางกำนัลที่เรียกว่า ชังกุง การแต่งกาย ขนบประเพณีโบราณ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต เข้าไปใส่ในละครได้อย่างชาญฉลาด นั่นก็คือ เอาเรื่องราวในสมัยก่อนมาประกอบในฉากในยุคสมัยใหม่ มีความกลมกลืนและยังได้เผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีให้เป็นที่รู้จักแก่สาธารณชน

วัฒนธรรมใหม่ของเกาหลี มีการมุ่งเน้นถึงสังคมแห่งการทำงานในยุคทุนนิยม การแข่งขันกันในอาชีพ ความชิงไหวชิงพริบในทางธุรกิจ และการเสพเทคโนโลยีและแฟชั่นแบบวัฒนธรรม บริโภคนิยม ซึ่งการนำเสนอเทคโนโลยีที่เกาหลีสร้างขึ้นเอง และยังสร้างแฟชั่นเกาหลี ที่มีลักษณะเฉพาะตัวและพยายามให้มีความเป็นสากลในรูปแบบลักษณะใหม่ผ่านเครื่องแต่งกายของตัวละครทั้งในเพศหญิงและชาย เอกลักษณะที่สามารถพบเห็นได้บ่อยครั้งในละครโทรทัศน์เกาหลีก็คือ “การนัดเดท” เป็นการนัดดูตัวและพบปะกันเพื่อสานสัมพันธ์สู่การเป็นคู่ครองในอนาคตยิ่งสะท้อนสังคมเกาหลีสมัยใหม่ที่ทำงานจนไม่มีเวลาพบปะผู้คน ตัวละครเกาหลีให้ความสำคัญกับการทำงานซึ่งเป็นหลักที่ได้รับอิทธิพลจากลัทธิขงจื้อ จนเป็นค่านิยมที่สำคัญในสังคม แม้ว่าละครเกาหลีมักจะมุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมบริโภคนิยม ที่สร้างลักษณะใหม่ที่ผู้คนสามารถจำแนกได้ว่าแตกต่างกับตะวันตก และมีเอกลักษณ์ของความเป็นเกาหลี หากจะกล่าวถึงการแต่งกายแบบตะวันตกเราคงมองถึงการใส่กางเกงสียีน เสื้อสบาย ๆ หรือสูท แต่ความเป็นเกาหลีเน้นการใส่สูทที่มีลักษณะกึ่งทางการ แตกต่างกับสูทแบบตะวันตก ผู้หญิงแต่งกายในลักษณะกึ่งลำลอง กึ่งทางการ หรือหรูหรา แล้วแต่โอกาส แสดงถึงการให้ความสำคัญกับกาลเทศะของการใช้การแต่งกายเพื่อแสดงปฏิสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับพื้นที่ต่าง ๆ นอกจากนี้วัฒนธรรมเกาหลีได้สร้างรูปแบบการแต่งกายในแบบเฉพาะ ซึ่งสามารถสังเกตได้จากนักแสดง นักร้องที่เสนอผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่มีลักษณะเดียวกันหมด

วิถีชีวิตในกรุงโซลอาจดูมีความเป็นตะวันตก และมีความเป็นเมืองสูง ได้ถูกเปลี่ยนแปลงตามแบบอย่างสังคมสมัยใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์ แต่ในขณะเดียวกันก็ยังให้ความสำคัญกับความเป็น เกาหลีแบบเก่า ที่นำมาผสมผสานได้อย่างลงตัว เช่น วัฒนธรรมการกินของตัวละครซึ่งนิยมเข้าร้านอาหารต่างชาติ แต่ก็ยังไม่ทิ้งความเป็นความเป็นเกาหลี เพราะยังชอบรับประทาน กิมจิ ซุป หรือร้านนั่งดื่มในแบบฉบับเกาหลี และดัดแปลงรสชาติอาหารต่างประเทศให้ตรงกับรสชาติให้ถูกปากกับคนเกาหลี ตรงจุดนี้เป็นการสร้างอุดมการณ์ความรักชาติที่สะท้อนผ่านละครโทรทัศน์เกาหลีได้เป็นอย่างดี จากแนวคิดรูปแบบวัฒนธรรมเกาหลีผู้วิจัยได้ทำการศึกษาใน

แง่มุมวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านละครโทรทัศน์เกาหลี ในด้านแฟชั่นการแต่งกาย การรับประทานอาหาร การฟังเพลง การชื่นชอบนักร้องเกาหลี และการใช้สินค้าของประเทศเกาหลี

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้ เชื่อในความคิดที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย พฤติกรรมดังกล่าวนอกจากจะหมายถึงการเลือกใช้ถ้อยคำในภาษา หรือการใช้วจนภาษา ตลอดจนกลยุทธต่าง ๆ ในการสื่อสารให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์แล้ว ยังรวมไปถึงการเลือกใช้สื่อ หรือการเปิดรับข่าวสารข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ ตามที่ผู้รับสารต้องการ ซึ่งการสื่อสารนั้นก็จัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มจึงเชื่อว่าพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้น ๆ จึงน่าจะแตกต่างกันไปด้วย เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิต รวมทั้งเวลาว่างที่แตกต่างกันดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. เพศ (SEX) การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องของความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนแต่ละเพศไว้แตกต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2539, น. 106) เพศจึงมีความสัมพันธ์กับบุคลิกลักษณะ จิตใจและอารมณ์ของบุคคล ซึ่งเพศหญิงมักเป็นเพศที่มีอารมณ์อ่อนไหว มองสิ่งต่าง ๆ ในลักษณะดูรายละเอียด มีความละเอียดละไมกว่าผู้ชาย ส่วนเพศชายก็จะเป็นเพศที่มีใจคอหนักแน่น ไม่อ่อนไหวกับสิ่งต่าง ๆ ไม่ชอบพิจารณาในรายละเอียด จิตใจแข็งกระด้าง (กิติมา สุรสนธิ, 2544, น. 19)

ตัวแปรด้านเพศนี้มักเป็นที่สนใจในการวิเคราะห์เกี่ยวกับโทรทัศน์ เนื่องจากกลุ่มผู้หญิงเป็นกลุ่มคนดูหลัก มีงานวิจัยที่พบว่า เพศหญิงนิยมดูโทรทัศน์ประเภทรายการละคร เพศชายมักนิยมดูรายการข่าวและกีฬา และในการรับชมโทรทัศน์นั้น การดูโทรทัศน์ของเพศชายมักดูในขณะที่พักผ่อน แต่สำหรับเพศหญิงแล้วมักดูโทรทัศน์ไปพร้อม ๆ กับทำงานอื่น ๆ ด้วย (ยุบล เบ็ญจรงกิจ, 2534, น. 69) นอกจากนี้ พฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารก็แตกต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับส่งข่าวสารนั้นด้วย

2. อายุ (Age) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุเป็นตัวกำหนดหรือบ่งบอกเกี่ยวกับความเป็นอยู่ที่มีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของบุคคล งานวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงถึงตัวแปรด้านอายุที่มีต่อการหล่อหลอมทางอุดมการณ์ ซึ่งพบว่าคนที่มีอายุน้อย จะมีความคิดในเชิงเสรีนิยมมากกว่าคนอายุมาก ใจร้อนกว่า มองโลกในแง่ดีกว่า ส่วนคนอายุมากจะมีความระมัดระวังในเรื่องต่าง ๆ มากกว่า มองโลกในแง่ร้าย และไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นคนที่มีอายุน้อยจึงมักเป็นผู้ที่ถูกชักจูงได้ง่ายกว่าคนที่อายุมาก และมีพฤติกรรมในการสื่อสารที่ชอบเปิดรับข่าวสารด้านบันเทิง ขณะที่คนอายุมากจะเปิดรับข่าวสารประเภทหนัก ๆ เช่น ข่าวการเมือง สังคม หรือเศรษฐกิจ เป็นต้น (กิติมา สุรสนธิ, 2544, น. 190)

3. การศึกษา (Education) โดยทั่วไปแล้วพบว่า คนที่การศึกษาสูงมักใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และคนที่มีการศึกษาสูง จะมีความรู้กว้างขวาง และเข้าใจศัพท์และสารได้ดีกว่าจึงใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ (ปรมะ สตะเวทิน, 2539, น. 107) ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับสารนั้นสามารถนั้นสามารถอธิบายได้ด้วยการจัดสรรเวลาในชีวิตประจำวันของผู้รับสารคนที่มีการศึกษาสูงมักถูกจัดโดยแบบแผนการทำงานที่แตกต่างไปจากผู้ที่มีการศึกษาน้อย การทำงานในตำแหน่งต่าง ๆ ที่ต้องใช้เวลานอกเวลาประกอบไปด้วย ในด้านเนื้อหาที่นิยมเปิดรับนั้น พบว่าคนมีการศึกษาสูงนิยมเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสาธารณชน เนื้อหาหนัก และมีงานวิจัยที่พบว่าคนที่มีการศึกษาจะมีลักษณะการเลือกเนื้อหาของสื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย และคนที่มีการศึกษาสูง ยังมีการรับข้อมูลอย่างวิพากษ์วิจารณ์และตั้งข้อสงสัยมากกว่า

4. สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-economic- Status) สำหรับงานวิจัยนี้หมายถึง รายได้เฉลี่ยของกลุ่มเป้าหมาย โดยปัจจัยเหล่านี้มักมีบทบาทในการเป็นตัวกำหนดในเรื่องของการเปิดรับสื่อ ในด้านเนื้อหาที่สอดคล้องต่อความคิด ความเชื่อ ค่านิยม รวมทั้งสถาบันหรือกลุ่มที่ผู้รับสารอยู่ โดยผู้รับสารที่เป็นกลุ่มฐานะดีย่อมมีประสบการณ์เรื่องต่าง ๆ ได้กว้างขวางกว่ากลุ่มผู้รับสารที่มีฐานะยากจน เนื่องจากโอกาสในการเข้าถึงสื่อจะมีข้อจำกัดมากกว่า

จากแนวคิดที่กล่าวมา สามารถนำมาเป็นแนวทางการค้นหาคำตอบของการวิจัยในด้านประชากรศาสตร์ คือ ความแตกต่างของบุคคลในเรื่องของตัวบุคคลเอง ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ ความรู้ ความสนใจหรืออื่น ๆ รวมไปถึงปัจจัยภายนอกได้แก่ ความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทำให้การเปิดรับสารของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันออกไป นั่นคือ ทำให้กลุ่มตัวอย่าง มีการเปิดรับสารแต่ละอย่างต่างกันอย่างออกไป เพราะแต่ละเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ เมื่อมีความแตกต่างกันแล้วทำให้เกิดการมองว่าอยู่ในสภาพสังคมที่แตกต่างกัน

ออกไป จึงมองว่าความแตกต่างเหล่านี้เป็นสาเหตุทำให้พฤติกรรมกำเริบรับสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์เกาหลีมีความแตกต่างกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อละครโทรทัศน์เกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7” นี้ นอกจากทฤษฎีที่ได้กล่าวถึงข้างต้นแล้ว ยังมีวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

สมฤทัย กล่อมน้อย (2547, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกำเริบรับชมและการเลียนแบบสื่อละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำ ช่อง 7 สี ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมละครโทรทัศน์ ด้วยเหตุผลเพื่อพักผ่อนและคลายเครียด เลือกชมละครโทรทัศน์ด้วยปัจจัยดารานำแสดงของเรื่อง ชอบละครโทรทัศน์ประเภทชีวิตรักโรแมนติก ด้านค่านิยมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลียนแบบด้านการกตัญญูรู้คุณมาใช้ปฏิบัติมากที่สุด โดยภาพรวมแล้วการเลียนแบบของกลุ่มตัวอย่างด้านค่านิยมนำมาปฏิบัติให้อยู่ในระดับมาก ด้านพฤติกรรมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลียนแบบด้านเคารพบิดา มารดา ครู อาจารย์ ญาติผู้ใหญ่และรุ่นพี่ ศักดิ์ศรีความเป็นผู้ชายหรือผู้หญิงมาใช้ปฏิบัติมากที่สุด โดยภาพรวมแล้วการเลียนแบบของกลุ่มตัวอย่างด้านพฤติกรรมนำมาปฏิบัติอยู่ในระดับกลาง

พัลลภา วิชิตะกุล (2546, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบทางวัฒนธรรมของละครใต้หวันทางโทรทัศน์ เรื่อง รักใส ๆ หัวใจ 4 ดวง ที่มีต่อวัยรุ่นไทย” ซึ่งผลการศึกษาพบว่า มีความสอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีทางด้านความเข้าใจร่วมกันทางวัฒนธรรม การเรียนรู้ทางสังคม การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง และทฤษฎีแม่แบบ ดังนี้ คือ ในเรื่องของความเข้าใจร่วมกันทางวัฒนธรรมที่นำเสนอในละครใต้หวันทางโทรทัศน์เรื่อง รักใส ๆ หัวใจ 4 ดวง อยู่ในระดับปานกลาง แต่ประเด็นส่วนใหญ่ที่ผู้ชมเห็นด้วยมากคือ มีความเหมาะสมต่อการออกอากาศในประเทศไทย ความอ่อนน้อมเชื่อฟังผู้ใหญ่ของตัวละคร มีความสอดคล้องกับค่านิยมในสังคมไทย แสดงให้เห็นว่าความเข้าใจร่วมกันทางวัฒนธรรมระหว่างวัฒนธรรมจีนที่นำเสนอในละครและวัฒนธรรมไทยของผู้ชมสามารถเข้ากันได้

กานต์พิชชา วงษ์ขาว (2550, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “สื่อละครโทรทัศน์เกาหลีกับการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย” ซึ่งผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชมละครเกาหลีของวัยรุ่น ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะประชากรศาสตร์กับการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากละครเกาหลี อันได้แก่ การรับประทานอาหาร การท่องเที่ยว การแต่งกาย การแสดงความรักโรแมนติก การฟังเพลง และการนิยมนักร้องเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่น พบว่ามีความสัมพันธ์กันด้านการแต่งกาย การฟังเพลง และการนิยมนักร้องเกาหลี ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นและพฤติกรรมการชมละครเกาหลีกับพฤติกรรมการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อละครพบว่า ตัวแปรความคิดเห็น และพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบทางวัฒนธรรมในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ หากกลุ่มตัวอย่างมีความคิดในเชิงบวกและมีพฤติกรรมการรับชมในปริมาณมากขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการเลียนแบบจากละครโทรทัศน์เกาหลีมากขึ้นด้วย

จิราพร เนินใหม่ (2550, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของวัยรุ่นที่มีต่อละครโทรทัศน์แนวชีวิต (ตบจูบ)” ซึ่งผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นำเสนอหาจากละครโทรทัศน์แนวชีวิต (ตบจูบ) ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน โดยใช้เป็นข้อคิดและคติสอนใจมากที่สุด เช่นการใช้พฤติกรรมก้าวร้าวหรือรุนแรงกับคนรักเป็นสิ่งไม่ควรกระทำ ส่วนความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเลียนแบบนั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าพฤติกรรมก้าวร้าวหรือรุนแรงที่วัยรุ่นแสดงออกมาจากปัจจัยอื่นไม่เกี่ยวกับละครโทรทัศน์แนวชีวิต (ตบจูบ) และปฏิเสธความคิดที่ว่าวัยรุ่นจะเกิดพฤติกรรมเลียนแบบได้ง่ายกว่าวัยอื่น ๆ นอกจากนี้ยังพบว่า คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นที่มีต่อละครโทรทัศน์แนวชีวิต (ตบจูบ) และความเห็นเรื่องพฤติกรรมเลียนแบบจากละครโทรทัศน์แนวชีวิต (ตบจูบ) ของวัยรุ่นมีความแตกต่างกัน ในด้านความคิดเห็นที่มีต่อละครโทรทัศน์แนวชีวิต (ตบจูบ) ของวัยรุ่นนั้นมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับความคิดเห็นเรื่องพฤติกรรมการเลียนแบบละครโทรทัศน์แนวชีวิต (ตบจูบ) ในทิศทางเดียวกัน คือ หากวัยรุ่นมีทัศนคติที่ดีต่อละครโทรทัศน์แนวชีวิต (ตบจูบ) ก็อาจมีพฤติกรรมการเลียนแบบละครโทรทัศน์แนวชีวิต (ตบจูบ) ตามไปด้วย