

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี ทักษะคิดต่อวัฒนธรรมเกาหลี และ พฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมกับการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี และทักษะคิดต่อวัฒนธรรมเกาหลีกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15 - 25 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเคยบริโภคสื่อบันเทิงเกาหลี ขึ้นขอบและติดตามชมภาพยนตร์ ละคร และเพลงเกาหลี โดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลี จำนวน 8 คน และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าสถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผล

ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นไทย ส่วนใหญ่ เปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี ในระดับปานกลาง โดยมีการเปิดรับเพลงเกาหลีมากที่สุด ซึ่งเปิดรับทุกวัน เป็นเวลามากกว่า 2 ชั่วโมง/วัน ซึ่งเหตุผลสำคัญที่สุดในการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี คือ ชื่นชอบนักร้องและนักแสดงเกาหลี รวมทั้งมีทัศนคติเป็นกลางต่อวัฒนธรรมเกาหลี

วัยรุ่นไทย ส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลี ในระดับต่ำ โดยมีพฤติกรรมการเลียนแบบการแต่งกายตามแฟชั่นเกาหลีในระดับปานกลาง ซึ่งนักร้องและนักแสดงเกาฬีนั้นมีผลต่อการเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบ รวมทั้งการยอมรับในเรื่องของการทำคัลยกรรม ว่าไม่ใช่เรื่องเสียหายและอยากที่จะเลียนแบบ นอกจากนี้ละครและภาพยนตร์ก็มีผลทำให้วัยรุ่นไทยอยากที่จะรับประทานอาหารเกาหลีและอยากไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า

1. การเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีกับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย มีความสัมพันธ์กัน
2. ทักษะคิดต่อวัฒนธรรมเกาหลีกับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย มีความสัมพันธ์กัน

The purpose of this research is to study behavioral imitation of Korean culture from Korean entertainment media among samples of Thai teenagers living in Bangkok and perimeter area, age between 15–25 years old, who watch Korean dramas, movies, and listen to Korean music. I separated the research into two sections. The first part was the quality research by using the interview of the group of eight Thai teenagers. The second one was quantity research by collecting the questionnaire of 400 people.

The research result was found that most of Thai teenagers exposure to Korean entertainment media in the medium level. The samples accept the Korean songs the most by playing them more than two hours a day, everyday. The most important reason of exposure Korean media is that they like Korean singers and actors. And they have the neutral opinions about Korean cultures.

Most of Thai teenagers have the imitative behavior from Korean entertainment media in low level and they imitate Korean fashion in medium level. Actors and singers are the key factor for Thai teenagers to be imitated and think that it is o.k. to have plastic surgery to make them look like Korean superstars. Moreover, Dramas and Movies affect Thai teenagers to try Korean food and influence them to visit Korea.

The result of hypothesis was found that:

1. The exposure of Korean entertainment media and the imitation of Korean cultures from the Korean entertainment media are related.
2. The attitude of Korean cultures and the imitation of Korean cultures from the Korean entertainment media are related.