

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การสื่อสารมวลชนในปัจจุบันนั้น เป็นยุคแห่งการสื่อสารเสรี โดยเฉพาะเรื่องของการสื่อสารข้ามพรมแดน(Globalization) ที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารถึงกันระหว่างประเทศ ในทุกภูมิภาคของโลก และการสื่อสารมวลชนยังเป็นช่องทางสำคัญที่ช่วยให้ข้อมูลและข่าวสารเหล่านั้นสามารถส่งต่อถึงกันได้ในระยะเวลายันสั้นและมีอิทธิพลต่อสมาชิกของสังคมในวงกว้าง เกิดการสื่อสารที่ข้ามวัฒนธรรมมากขึ้น ดังนั้นเรื่องของการสื่อสารมวลชน จึงมิใช่แค่การเผยแพร่ภายในประเทศของตนเท่านั้น แต่มีการเผยแพร่เรื่องราวในด้านต่าง ๆ ของประเทศตนนั้นให้เป็นที่รู้จักไปยังนานาประเทศอีกด้วย โดยเฉพาะในเรื่องของการสื่อสารด้านวัฒนธรรมนั้นเราสามารถรับรู้วัฒนธรรมของต่างประเทศ โดยแฝงผ่านมากับเนื้อหาของสื่อตนเอง

อันเนื่องมาจากวัฒนธรรมที่ได้ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อมวลชนที่มีปริมาณมากขึ้น ส่วนหนึ่งที่สำคัญก็เพราะสื่อมวลชนสามารถแพร่กระจายสารไปยังกลุ่มคนที่กว้างขวางได้ในระยะเวลารวดเร็ว และสำหรับยุคดิจิทัลเช่นนี้ ตามที่เกรกอรี เบทสัน (Gregory Bateson) และ เจอร์เกน รุสช์ (Jurgen Ruesch) ได้นิยามในเรื่องของวัฒนธรรมในแง่ของการสื่อสารไว้ว่า “วัฒนธรรมเป็นชุดของกระบวนการสื่อสาร ซึ่งหมายถึง คำว่า วัฒนธรรม และ การสื่อสาร นั้นมีความหมายเท่าเทียมกันและถึงแม้ว่าวัฒนธรรมและการสื่อสารจะเป็นคนละอย่างกัน แต่ทั้งสองสิ่งนี้ก็มิอาจแยกขาดจากกันได้”

ด้วยเหตุนี้จึงกล่าวได้ว่า สื่อมวลชนนั้นได้เข้ามามีบทบาทเป็นสื่อกลางให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ขึ้นในสังคม รวมถึงยังเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดภาษา ประเพณี ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนวัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่งทั้งในระดับบุคคลและระดับมวลชน (Cross Cultural Communication) เป็นผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม โดยมีช่องทางการสื่อสารที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัย สื่อจึงมีทิศทางการไหลและการถ่ายทอดเนื้อหามากขึ้น ซึ่งอาจเป็นการถ่ายทอดข้ามทวีปเช่นจากโลกตะวันตกสู่โลกตะวันออก หรือการถ่ายทอดภายในเขตหรือภูมิภาคเดียวกัน เช่นจากโลกตะวันออกด้วยตนเอง ซึ่งปรากฏการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นจนกลายเป็นปรากฏการณ์ปกติที่เกิดขึ้นในโลกปัจจุบัน แต่สิ่งที่คนส่วนใหญ่คิดว่าเป็นเรื่องธรรมดาเหล่านี้ นั้นได้แฝงไว้ถึง การแสดง

ถึงเนื้อหาทางวัฒนธรรมของประเทศผู้ผลิตสื่อเหล่านั้นเข้ามาด้วย อาจจะเป็นทั้งการตั้งใจนำเสนอเรื่องราวที่มีจุดประสงค์เพื่อสร้างให้ประเทศตนเป็นที่รู้จักต่อนานาประเทศ โดยหวังผลทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เป็นการครอบงำทางวัฒนธรรม หรือเป็นเพียงแค่การนำเสนอเนื้อหาประกอบสื่อเท่านั้น แต่ทั้งนี้ รายละเอียดที่ประกอบกัน ตัวสารของสื่อ นั้น ได้ถูกแทรกซึมเข้าไปทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ และในแง่สำหรับผู้รับสารนั้น ก็ได้ทำการเปิดรับสาร และเลือกที่จะจดจำในสิ่งที่ตรงกับความสนใจของตนเอง และเมื่อกลายเป็นที่สนใจของกลุ่ม วัฒนธรรมนั้น ก็ได้รับความนิยม และเป็นที่ยอมรับขึ้นมา และจึงมีการนำมาใช้เป็นวัฒนธรรมร่วมอย่างหนึ่งของประเทศจนเกิดความกลมกลืนไปกับวัฒนธรรมเดิม

สังคมไทยได้มีการรับอิทธิพลของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ซึ่งมีการไหลของข้อมูลข่าวสารเข้ามาเป็นจำนวนมากเช่นกัน โดยมีการเปิดรับทั้งวัฒนธรรมจากตะวันตก และจากตะวันออก ยกตัวอย่างวัฒนธรรมข้ามชาติที่มีอิทธิพลในสังคมไทย ดังเช่น วัฒนธรรมในรูปแบบของอเมริกัน ผ่านสื่อภาพยนตร์ของฮอลลีวูด วัฒนธรรมในแบบของญี่ปุ่น ความนิยมในตัวละครชาวญี่ปุ่นจากละครโทรทัศน์ เป็นต้น และในทางกลับกันเมื่อมองในแง่การไหลออกของวัฒนธรรมไทยสู่ประเทศอื่นนั้น ทางกระทรวงวัฒนธรรมและหน่วยงานต่าง ๆ ก็ได้มีการจัดทำเช่นกัน อย่างเช่น การส่งการแสดงนาฏศิลป์ของไทยไปโชว์ยังต่างประเทศ วัฒนธรรมเรื่องอาหารไทย ซึ่งได้รับความนิยมมากในต่างประเทศ แต่อีกด้านหนึ่งนั้นสังคมไทยเองก็ทำการเปิดรับวัฒนธรรมจากต่างประเทศเข้ามาใช้มากเช่นกัน เรียกได้ว่าสังคมไทยเองก็ได้ปิดกั้นของการไหลเข้ามาของสื่อสารมวลชนข้ามชาติ

ช่วงครึ่งแรกของทศวรรษนี้ (ค.ศ. 2001-2006) สังคมไทยก็ยังคงมีการไหลเข้ามาของสื่อต่างชาติเป็นจำนวนมากเช่นเคย แต่สำหรับสื่อที่เป็นที่น่าจับตามองถึงยุทธวิธี และการประสบความสำเร็จในการเผยแพร่เรื่องราวของประเทศตนให้ประเทศต่าง ๆ ในแถบภูมิภาคเดียวกันเป็นที่รู้จัก นั่นก็คือ สื่อจากประเทศเกาหลี (ในที่นี้หมายความว่าถึงประเทศเกาหลีใต้) หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า “สื่อเกาหลี” ซึ่งปัจจุบันเป็นที่กล่าวถึงในเรื่อง ยุคของกระแสเกาหลีฟีเวอร์ วัฒนธรรม เทคโนโลยี และการศึกษา ที่ถ่ายทอดผ่านทางสื่อของประเทศเกาหลีนั้น ได้รับความสนใจ และเป็นปรากฏการณ์ ที่นักสื่อสารมวลชน และนักวิชาการด้านต่าง ๆ เริ่มตระหนักถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมไทยปัจจุบัน นอกจากนี้ใช่แต่ว่าสื่อของเกาหลีจะสร้างปรากฏการณ์เพียงในประเทศไทยเท่านั้น แม้แต่ประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชียก็ได้รับกระแสของสื่อเกาหลีเช่นเดียวกัน นับได้ว่าประสบความสำเร็จในการถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านทางสื่อมวลชน

สำหรับเรื่องของการถ่ายทอดวัฒนธรรมและการนำเสนอวัฒนธรรมต่าง ๆ ผ่านสื่อ ได้ส่งผลให้ผู้รับสารมีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ และมีประสบการณ์โดยผ่านมาทางสื่อมวลชน หรือที่เรียกกันว่า ประสบการณ์ผ่านสื่อ (Mediated Experience) เมื่อสื่อมวลชนนำเสนอวัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่งซ้ำแล้วซ้ำเล่า ผสมกับผู้รับสารให้การยอมรับและติดตามวัฒนธรรมนั้น ๆ มูลเหตุดังกล่าว ก็จะทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมและรับวัฒนธรรมนั้นมาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตในที่สุด (ธิดารัตน์ รักประยูร, 2545, น. 24) เช่นเดียวกับ การที่สังคมไทยนั้นรับประสบการณ์จากสื่อของเกาหลี ในยุคปัจจุบันนี้ ค่อนข้างมาก จึงทำให้เกิดอิทธิพลต่อความรู้สึกว่า ต้องการที่จะไปสัมผัสกับประสบการณ์นั้นอย่างแท้จริง ซึ่งถือได้ว่าการถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ผ่านมากับสื่อเกาหลีนั้น เป็นเรื่องที่น่าสนใจยิ่งนัก

ภาพโดยรวมของสื่อมวลชนจะพบว่าสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากที่สุดหนึ่งในปัจจุบันนั้นได้แก่ สื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเผยแพร่ข่าวสาร และเรื่องราวในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างมาก เพราะผู้ที่รับสารสามารถเห็นได้ทั้งภาพเคลื่อนไหว สี และเสียงไปพร้อม ๆ กัน จึงทำให้สื่อโทรทัศน์ได้รับความนิยมในการรับชม หรือรับรู้ข่าวสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์เป็นอย่างมาก ในทุกเพศ ทุกวัย (พัลลภา วิชิตะกุล, 2546, น. 3) อีกทั้งยังเป็นสื่อที่ผู้รับสารยังสามารถเข้าใจในสารได้ถึงแม้จะไม่รู้หนังสือ ก็ตาม ภาพต่าง ๆ ที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ นั้นก่อให้เกิดความเข้าใจได้ดี โดยมีคำกล่าวไว้ว่า ภาพ 1 ภาพมีค่าเท่ากับ 1,000 คำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพที่มีการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องในโทรทัศน์ อีกทั้งภาพยังสามารถทำให้คนเชื่อได้มากด้วย เพราะการที่ได้เห็นนั้น คือการทำให้เชื่อ (Seeing is Believing) (ปรมะ สตะเวทิน, 2539, น. 95)

เงื่อนไขของการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์นั้น ไม่ต้องใช้ทักษะพิเศษใด ๆ จากผู้ใช้สื่อนี้เลย และมีต้องมีค่าใช้จ่ายเหมือนการดูภาพยนตร์ ทำให้โอกาสในการรับสื่อมีมากกว่า อีกทั้งในเรื่องของการให้ความประทับใจและการโน้มน้าวก็มีมากกว่าสื่อวิทยุ (กาญจนา แก้วเทพ, 2545, น. 278) พร้อมทั้งยังเป็นสื่อที่มีการสร้างความเป็นจริงร่วมกัน (shared reality) กลายมาเป็นสำนึกร่วมโดยทั่วไปของผู้คนที่ถูกปลูกฝังจากโทรทัศน์ คือ เป็น ความจริงร่วมกัน มิได้เป็นความคิดเห็นที่เฉพาะเจาะจง อันหมายถึง เป็นแบบแผนหลัก ๆ ทางวัฒนธรรม อันได้แก่ ข้อตกลงเบื้องต้น เกี่ยวกับข้อเท็จจริงของชีวิต และเกณฑ์มาตรฐานที่เราใช้วินิจฉัยเรื่องต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น การมองชีวิตสังคม วัฒนธรรม ของประเทศเกาหลีที่ผ่านการสืบทอดมายาวนานในอดีต ผ่านเรื่องราวของละคร ดังเรื่องแดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง หรือสุดท้ายแล้วความดีจะเอาชนะทุกสิ่งได้ แม้จะผ่านความยากลำบากมากเพียงใด คนที่ทำผิด ก็ต้องได้รับผลกระทบในที่สุด เป็นต้น ดังคำกล่าวของ เกริบบเนอร์ (Gerbner) และคณะที่ว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่ทำหน้าที่ประจักษ์ชนชาในการสร้างวัฒนธรรมหลักหรือ

ส่วนกลางขึ้นมา มองได้ว่า คนในสังคมต่าง ๆ แต่ละชาติซึ่งไม่เคยได้รับรู้ ติดต่อสื่อสารกันอย่างใกล้ชิด แต่เมื่อเข้าอยู่ในระบบการสื่อสารขนาดใหญ่ของสังคม ทำให้เกิดความเข้าใจในเบื้องต้นร่วมกันได้ อย่างเช่น สังคมไทย สังคมญี่ปุ่น หรือสังคมจีน ต่างได้รับประสบการณ์ร่วมผ่านสื่อละครโทรทัศน์เกาหลี ได้พร้อม ๆ กัน ทั้งนี้โดยที่สื่อโทรทัศน์นั้น ได้มีการนำเสนอรายการต่าง ๆ ทั้งเพื่อให้ความรู้และเพื่อความบันเทิง ต่อกลุ่มผู้รับชมที่มีความชอบ และเลือกเปิดรับตามความสนใจที่แตกต่างกัน และเมื่อกล่าวถึงรายการประเภทต่าง ๆ อาทิ เช่น รายการประเภท ข่าว กีฬา สารคดี เกมโชว์ ฯลฯ นั้นรายการประเภทละครโทรทัศน์ นับได้ว่าเป็นรายการที่ผู้ชมจำนวนมากให้ความสนใจ และติดตามชมรายการหนึ่ง เนื่องจากละครโทรทัศน์เป็นการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม โดยอาศัยตัวแสดงเป็นฝ่ายถ่ายทอดบทบาทนั้น ๆ ให้ผู้ชมได้รับรู้ เมื่อผู้ชมรับรู้ก็จะเกิดปฏิกิริยาตอบสนองต่อทั้งละครโทรทัศน์และดาราที่เล่นละครโทรทัศน์เรื่องนั้น (พลลภา วิชิตระกูล, 2546, น. 3) รูปแบบเนื้อหาส่วนใหญ่ของละครมักมุ่งเกี่ยวกับความบันเทิงเป็นหลัก และมีการดำเนินเนื้อเรื่องชวนให้ผู้ชมติดตาม และเมื่อผู้ชมเกิดความสนใจ ก็จะมีการติดตามชมอย่างสม่ำเสมอ จนกลายเป็นแฟนละคร และเกิดกระแสมความนิยมชมชอบ ของละครโทรทัศน์นั้นซึ่งกลายเป็นการซึมซับเอาเนื้อหาและเรื่องราว บรรยากาศของละคร องค์ประกอบต่าง ๆ ที่แวดล้อม ในเนื้อหา โดยอัตโนมัติ ก่อให้เกิดผลกระทบตามมา อย่างเช่น ความประทับใจในฉาก สถานที่การถ่ายทำ จนทำให้เกิดความประทับใจในสถานที่นั้นและลงทุนเดินทางเพื่อไปสัมผัสด้วยตนเอง จนปัจจุบันทำให้กลายเป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมทางการตลาด และการเผยแพร่วัฒนธรรมผสมเข้าไปวิธีการหนึ่ง

ตั้งแต่หลังปี ค.ศ. 2000 เป็นต้นมา ประเทศเกาหลีมียุทธวิธีในการสร้างความก้าวหน้าของประเทศตนโดย ใช้วิธีการส่งออกวัฒนธรรม ดังที่กล่าวถึงในผู้จัดการรายสัปดาห์ (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2549, น. 12) ว่าประเทศเกาหลี เพิ่มการส่งออกวัฒนธรรมผ่านทีวีซีรีส์ ภาพยนตร์ และเพลงเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างกลยุทธ์ คู่ขนาน คือ เพื่อหวังผลด้านยอดขายของสินค้า และได้รับการซึมซับวัฒนธรรมของเกาหลีเข้าไปด้วยและจากกลยุทธ์ การส่งออกวัฒนธรรมนี้ ในรูปแบบของการผ่านมาทางสื่อละครเกาหลี ทำให้ในหลายประเทศซึ่งรวมไปถึงประเทศไทยได้เกิดความรู้สึกคุ้นเคยต่อสื่อของเกาหลี วัฒนธรรมเกาหลี และแม้กระทั่งดาราเกาหลี เป็นอย่างดี โดยอาจซึมซับมาจากการสอดแทรกวัฒนธรรมในเนื้อหาของละครลงไป โดยกลวิธีละครของเกาหลีนั่นจะเลือกสถานที่ถ่ายทำละครเพื่อแสดงถึงความโรแมนติก ซึ่งถ่ายทำภายในประเทศเกาหลี และการใช้อุปกรณ์ประกอบฉากต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ จะนำเสนออีโค่ ฮุนได โทรศัพท์มือถือของพระเอกเป็นยี่ห้อซัมซุง อีกทั้งเพลงประกอบละครนั้นก็ใช้เป็นภาษาเกาหลี ซึ่งนับว่าเป็นความตั้งใจของรัฐบาลเกาหลีที่จะใช้วัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่เรียกว่า Pop culture เข้ามาใช้โดยทำให้

ผู้รับชมสื่อเหล่านี้เกิดการซึมซับผ่านเนื้อหาของสื่อ (นันทขว้าง สิริสุนทร, 2548, น. 7) จึงมิใช่เป็น เรื่องที่น่าสงสัยเลยว่าเหตุใด เรื่องราวเกี่ยวกับเกาหลีได้กลายเป็นที่สนใจมากขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา สื่อที่มาจากประเทศเกาหลีส่งผลให้วัยรุ่นทั่วเอเชียต่างหลงใหลวัฒนธรรมใหม่ของเกาหลีซึ่ง วัยรุ่นไทยก็เป็นดังเช่นนั้นด้วย โดยสังเกตได้จาก การแต่งหน้า ทำผม ตามแบบอย่างของดารา เกาหลีในละครที่ตนชื่นชอบ มีความสนใจในการเลือกเรียนภาษาเกาหลีเป็นภาษาที่สามมากขึ้น เป็นค่านิยมที่เนื่องมาจากเกิดความสนใจในตัวดาราและนักร้องชาวเกาหลี และต้องการที่จะเข้าใจ ภาษาที่แตกต่างกันของศิลปินดาราตนที่ชื่นชอบ

วัฒนธรรมตามแนวคิดของกลุ่ม Hegemony นักคิดที่เป็นหนึ่งในเสาหลักของกลุ่มนี้ คือ กรัมสกี (A. Gramsci) มองเรื่องของวัฒนธรรมว่า มีลักษณะเป็นพลวัตร ที่มีการเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาในสังคมหนึ่ง ๆ ไม่ได้มีเพียงแค่วัฒนธรรมเดียวเท่านั้น แต่มีอยู่หลาย วัฒนธรรม ที่ล้วนต่อสู้แย่งชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรมในสังคมตลอดเวลา (กาญจนา แก้วเทพ, 2545, น. 252) นับว่าเป็นแนวคิดในการวิพากษ์ทางวัฒนธรรมที่สามารถเปรียบเทียบได้กับการแย่งชิง พื้นที่ทางวัฒนธรรมที่แฝงเร้นมากับสื่อเกาหลีในสังคมไทยนั่นเอง

แต่ทั้งนี้ การที่วัฒนธรรมหนึ่งนั้นจะดำรงอยู่ในสังคมได้ยาวนานมากน้อยแค่ไหนนั้น ต้องอาศัยรูปแบบความต่อเนื่องของวัฒนธรรมด้วย เพื่อเป็นการต่อยอดและต้องทำการผลิตซ้ำเพื่อ สืบทอดอยู่เสมอ ดังหลักการของ เรย์มอนด์ วิลเลียม (Williams, 1974 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2539, น. 241) ที่ว่า ในขณะที่ทุกวันปฏิบัติการทางสังคมจะก่อให้เกิดวัฒนธรรมผ่านสื่อตลอดเวลา แต่ในระยะยาวแล้วจะมีเพียงบางวัฒนธรรมเท่านั้นที่จะคงมีชีวิตรยืนยาวเพราะได้รับการสืบทอด อย่างต่อเนื่อง และข้อสังเกตจากวัฒนธรรมที่ผ่านมาทางสื่อเกาหลีขณะนี้ นั้น ก็มีการเดินหน้า อย่างต่อเนื่อง ไม่เพียงแต่ละครแนวต่าง ๆ เข้ามาเป็นที่ชื่นชอบของทุกเพศทุกวัย ในสังคมไทย แล้ว ก็มีผลให้สื่ออื่น ๆ ถ่ายทอดเข้ามาอีกเป็นจำนวนมากตามยุคสมัยนิยม ไม่ว่าจะเป็นเกมส์ ออนไลน์ หนังสืออนิเมะ และจำนวนการแสดงคอนเสิร์ต ของศิลปินเกาหลี จำนวนหลายคน ในช่วงปี พ.ศ.2549 ณ ประเทศไทย หรือแม้กระทั่งสื่อละครโทรทัศน์ของไทยเองก็ตาม ก็ได้มีการ ดำเนินเรื่องราว เนื้อหาของละครในรูปแบบละครเกาหลี มีชื่อดาราตัวเอกเป็นชาวเกาหลี เดินทาง ไปถ่ายทำในประเทศเกาหลี ซึ่งก็มิให้เห็นมีใช้น้อย จึงทำให้ยังมีความเชื่อว่าการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอด วัฒนธรรมเกาหลีนั้น ใช่ว่าจะเพียงสื่อจากประเทศเกาหลีเองเท่านั้น แต่สื่อของไทยก็ได้มีการผลิต อิงรูปแบบของเกาหลีมาใช้ด้วย เพื่อเรียกความนิยมจากผู้ชม ที่หันไปให้ความสนใจในสื่อละคร โทรทัศน์ของเกาหลี นั่นเอง ดังนั้นสื่อเกาหลีจึงดูเหมือนว่าจะมิใช่สื่อทางผ่าน หรือกระแสที่มาเร็วไป เร็วเหมือนดังแฟชั่น ตราบเท่าที่คนในสังคมไทยนั้นยังคงให้ความสำคัญและทำการสืบสาน

วัฒนธรรมเกาหลีต่อไป ซึ่งสามารถกลืนกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทยได้ หรือ ที่แท้จริงแล้ว นั้น ดังคำกล่าวของนันทขว้างมีมุมมองที่น่าสนใจถึงปรากฏการณ์ของสื่อเกาหลี ที่ว่า “สื่อวัฒนธรรมจากเกาหลี กำลังถูกพิสูจน์ว่า ความนิยมที่ได้รับจะเป็นเพียงกระแสชั่วคราวประเดี๋ยวประด๋าว ที่เกิดจากความใหม่และการออกแบบที่ดีเยี่ยม หรือว่าจะเติบโตทำทลายวัฒนธรรมจากฮอลลีวูด” ซึ่งก็เป็นสิ่งที่น่าสนใจยิ่งนักถึงความต่อเนื่องของวัฒนธรรม

ประเด็นในเรื่องของดารานำจากละครเกาหลีที่ได้รับความนิยมในละครโทรทัศน์เกาหลี ปรากฏว่าดารานำเหล่านี้ได้กลายเป็นผู้นำทางรสนิยม ของกลุ่มผู้ชมที่เป็นแฟนละคร ที่สังเกตเห็น อย่างชัดเจน คือ นางเอกจากละครเรื่อง Full House สะดุดรัก ที่פקใจ ของ เฮ เคียว นั้น ได้ กลายเป็นต้นแบบของการแต่งกาย และการทำผมของวัยรุ่นไทยจำนวนมาก ดังบทความใน หนังสือพิมพ์มติชนสุดสัปดาห์ได้กล่าวถึงกระแสของละครเรื่องนี้ ไว้ว่า “ช่อง 7 สี ประสบความสำเร็จจากเรื่อง Full House อันโด่งดัง ขนาดที่ทั้งสยามเซ็นเตอร์ยังต้องเปิดหนังเรื่องนี้แทบ ทุกวัน และเหล่าวัยรุ่นต้องแต่งตัวเลียนแบบ ฮัน จี อุน นางเอกคนสวย “ (มติชนสุดสัปดาห์, 2549:13) และเชื่อว่าแต่ในประเทศไทยเท่านั้น ตามรายงานข่าวจากต่างประเทศยังพบว่า วัยรุ่นจีน บางคนได้มีการทำศัลยกรรมหน้าตาให้คล้ายกับดารากเกาหลี เป็นต้น หรือแม้แต่ คนไทยที่นิยมหัน มาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ หรือ ต้องการมีประสบการณ์ตรงจากการบริโภคอาหารเกาหลี เมื่อได้ รับชม ละครเรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง ที่ได้แสดงประสบการณ์ผ่านสื่อ คือสอดแทรก เนื้อหาวัฒนธรรมการอุปโภคและบริโภคอาหารเข้ามา ดังที่กล่าวถึงในบทความของหนังสือพิมพ์ ฉบับวันที่ 16 พฤศจิกายน 2548 ยังได้กล่าวถึงเรื่องอาหารเกาหลีไว้ว่า “ร้านอาหารย่านวัยรุ่น ชื่อ ดั่ง บริเวณสยามแสควร์ นั้นเกิดการไหว่ตัวทัน คือเปลี่ยนจากรูปแบบเดิมที่เป็นอาหารสไตล์ญี่ปุ่น ได้เปลี่ยนมาเป็นร้านอาหารเกาหลีแทน เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค”

การเริ่มต้นขึ้นของการนิยมวัฒนธรรมเกาหลีนั้น นันทขว้าง สิริสุนทร กล่าวไว้ใน กรุงเทพธุรกิจ (กรุงเทพธุรกิจ, 2548, น. 7) เอาไว้ว่า

เริ่มแรกของการฮิตวัฒนธรรมเกาหลีนั้น มาจากการแพร่ภาพของซีรีส์โรแมนติค Autumn in My Heart น่าจะเป็นต้นทางที่ชัดเจนที่สุด ซึ่งนำมาออกอากาศโดย สถานีโทรทัศน์ไอทีวี โครงการเอเชียนซีรีส์ ด้วยองค์ประกอบของละครหลายอย่าง ที่ลงตัว จึงทำให้ละครเรื่องนี้มีเรตติ้งกระชูด จนที่วิคู่งต้องจับจองซีรีส์เรื่องอื่น ๆ

และเพื่อยืนยันถึงกระแสละครโทรทัศน์เกาหลีที่ออกอากาศในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดในช่วง ปี พ.ศ. 2547 ละครซีรีส์ ที่ได้รับการกล่าวขวัญและกระแสตอบรับ อย่างมากในทุกเพศ ทุกวัย เรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์

ช่อง 3 ได้สร้างชื่อเสียงให้แก่ดารานำ และสร้างกระแสการรับประทานอาหารเกาหลีขึ้นในสังคมไทย เห็นได้จากมีบทความที่กล่าวถึงละครเรื่องนี้เป็นจำนวนมากทั้งในประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ ในแถบภูมิภาคเอเชีย ดังเช่นรายงานข่าวพิเศษ เรื่อง “ระวัง กิมจิสีนามิ พลังดาราเกาหลีกระแทกตลาดรอบใหม่” ในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ที่กล่าวถึง “ลี ยอง เอ นักแสดงสาวที่รับบท แดจังกึม ทวีชีร์สุดฮิตอีกเรื่องหนึ่ง ความนิยมมีมากถึงขนาดที่ช่อง 3 ต้องนำมาออกอากาศซ้ำอีกครั้งในช่วงเย็น พร้อมทั้งยังเป็นที่ชื่นชอบของคนในอีกหลายประเทศแถบเอเชียอีกด้วย จนได้รับฉายาว่า “Asia’s Sweetheart” (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2549, น. 12)

นอกจากนี้อีกสิ่งหนึ่งที่สนับสนุนกระแสนิยมของสื่อเกาหลีโดยเฉพาะสื่อละครโทรทัศน์ นั่นก็ได้มีเว็บไซต์ ที่ทำขึ้นมาเพื่ออธิบายถึงเรื่องราวของวัฒนธรรมเกาหลี นั้นมีเอกลักษณ์หรือมีความหมายในการแสดงออกที่ผ่านมาทางสื่อละครโทรทัศน์นั้นมีความหมายถึงสิ่งใด เพื่อให้ผู้ชมสามารถดูละครโทรทัศน์ของเกาหลีได้เข้าใจมากขึ้นในลักษณะของวัฒนธรรม อาทิเช่น การเรียกชื่อ มีการอธิบายความแตกต่างในการเรียกชื่อ และการตั้งชื่อ ของชาวเกาหลี การอธิบายเรื่องราวที่เกี่ยวกับอาหารเกาหลี วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร และอาหารที่เรียกว่า กิมจิ ซึ่งอีกนัยหนึ่งเป็นเหมือนสิ่งแทนตนของประเทศเกาหลี คือเมื่อพูดถึง กิมจิ ทุกคนจะรู้ทันทีว่าหมายถึงประเทศเกาหลี เป็นต้น (Understand Korean drama Part 1)

สิ่งที่น่าสนใจของการเข้ามาของกระแสเกาหลีพีเวอร์ อีกประการหนึ่ง ในประเด็นเรื่องการที่สื่อจากเกาหลีเข้ามามีอิทธิพลในสังคมไทยเหนือจากวัฒนธรรมอื่นได้อย่างไร คือ จากเดิมที่สังคมไทย จะนิยมสื่อและวัฒนธรรมจากตะวันตก กับวัฒนธรรมผ่านสื่อในประเทศตะวันออกด้วยกัน ซึ่งจะเป็นจากประเทศญี่ปุ่น มาเป็นระยะเวลาที่ยาวนานนั้น กลับมีการเปลี่ยนทัศนคติ หันมาชื่นชอบวัฒนธรรมของเกาหลีแทนในระยะเวลาการก่อตัวที่ไม่ยาวนานนัก ซึ่งก็ส่งผลทั้งทางด้านสินค้า ผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ จากเกาหลี ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ทำให้มองเห็นอิทธิพลของสื่อที่เข้ามาส่งผลกระทบต่อระบบหลักในหลาย ๆ ทาง ทำให้รัฐบาลมองเห็นความสำคัญในการใช้สื่อเป็นใบเบิกทางในการถ่ายทอดเนื้อหาวัฒนธรรมผ่านสื่อและมีเป้าหมายในการขึ้นมาเป็นประเทศในกลุ่มผู้นำของเอเชีย เทียบเคียงประเทศจีนและญี่ปุ่น ดังนั้น ทางหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องของประเทศไทยจึงควรศึกษาทวิวิธี เพื่อประโยชน์ในการตั้งรับการไหลเข้ามาของวัฒนธรรมเกาหลี และประยุกต์ใช้วิธีการเหล่านี้เพื่อประโยชน์ในการเสริมสร้างวัฒนธรรมไทยเช่นเดียวกัน

จากปรากฏการณ์ ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับสื่อเกาหลีที่มียุทธวิธีเพื่อก่อให้เกิดความซึมซับทางวัฒนธรรมเกาหลีร่วมไปด้วยนั้น ในด้านประเด็นวัฒนธรรมต่าง ๆ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่ศึกษาถึงความคิดเห็น พฤติกรรมการรับชมละครเกาหลีและการเลียนแบบทางวัฒนธรรมของกลุ่มวัยรุ่นในประเทศไทย ซึ่งกำลังให้ความสนใจถึงวัฒนธรรม “K Pop” ที่กำลังเป็นกระแสนิยมอย่างมากใน

สังคมไทยเวลานี้ และสิ่งเหล่านี้ส่งผลทางวัฒนธรรมจากการรับรู้และทัศนคติของผู้ชมที่เปิดรับสื่อในด้านใดของวัฒนธรรมหลักนั้น

ปัญหานำวิจัย

1. คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความคิดเห็น พฤติกรรมการเปิดรับ และการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อละครโทรทัศน์เกาหลีของกลุ่มวัยรุ่นที่ชมละครเกาหลีเป็นอย่างไร
2. คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็น พฤติกรรมการชมละครและการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นไทยแตกต่างกันหรือไม่
3. ความคิดเห็นต่อละครโทรทัศน์เกาหลี และพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นไทยหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อความคิดเห็นพฤติกรรมการชมละคร และการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความคิดเห็นต่อละครโทรทัศน์เกาหลี และพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์เกาหลีกับการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นไทย

สมมติฐานการวิจัย

1. คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้ความความคิดเห็นต่อละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นไทยแตกต่างกัน
2. คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นไทยแตกต่างกัน
3. คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้การเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อละครเกาหลีของวัยรุ่นไทยแตกต่างกัน

4. ความคิดเห็นต่อละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อละครเกาหลีของวัยรุ่นไทย

5. พฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อละครเกาหลีของวัยรุ่นไทย

ขอบเขตของการวิจัย

1. การศึกษาสื่อเกาหลีในที่นี้ มุ่งศึกษาละครโทรทัศน์ของเกาหลี ที่ได้รับความนิยมอย่างมากและเป็นที่รู้จักในวงกว้างของรายการละครโทรทัศน์ในประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นมา และออกอากาศในช่องฟรีทีวี (3, 5, 7, 9 และไอทีวี) ในช่วงเวลาต่าง ๆ (ช่วงสาย ช่วงบ่าย ช่วงเย็นก่อนข่าวภาคค่ำ ช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำ และช่วงเวลาดึก) หรือในรูปแบบ VCD/DVD เนื่องจากเป็นช่วงที่ละครเกาหลีได้เข้ามาสู่ประเทศไทยและเริ่มเป็นที่รู้จัก และเป็นช่วงที่คนเปิดรับสื่ออย่างแพร่หลาย ทำให้เหมาะสมสำหรับทำการศึกษา

2. เลือกศึกษาเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งได้แก่ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มผู้เริ่มทำงาน ซึ่งมีอายุระหว่าง 14-25 ปี (องค์การสหประชาชาติ) ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 50 เขต เนื่องจากวัยรุ่นเป็นช่วงระยะเวลาระหว่างการเป็นเด็กกับการเป็นผู้ใหญ่ ถือเป็นวัยของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากต่างประเทศมากกว่า ทำให้รับอิทธิพลจากต่างชาติได้โดยง่ายและมักเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตนเองให้สอดคล้องกับสิ่งที่ตนได้เรียนรู้มาจากสื่อ

3. ช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษาและเก็บข้อมูล คือ ช่วงเดือนมกราคม-เดือนมีนาคม พ.ศ. 2550

4. รูปแบบของวัฒนธรรมที่ศึกษาจากละครโทรทัศน์เกาหลีนั้นจะทำการศึกษารูปแบบวัฒนธรรมใน 2 ด้าน คือ วัฒนธรรมภายนอกคือ การแต่งกาย การรับประทานอาหาร การท่องเที่ยว และวัฒนธรรมภายใน คือ การฟังเพลงและนิยมในนักร้องเกาหลี ความรู้สึกในเรื่องรักโรแมนติก เป็นต้น

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

การสื่อสารทางวัฒนธรรม หมายถึง การสื่อสารที่สามารถทำหน้าที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมที่แตกต่างกันให้มาใกล้ชิดกัน เป็นตัวจักรกลที่ประสานสังคมและเป็นสื่อกลางสำหรับปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ทั้งโดยตรง และ

โดยทางอ้อม เนื้อหาสารที่ถูกส่งผ่านสื่อมวลชนที่เป็นเครื่องสะท้อนถึงวัฒนธรรม หรือวิถีทางในการดำรงชีวิตของคนในสังคม

วิธีการเผยแพร่วัฒนธรรม หมายถึง รูปแบบการดำเนินการหรือกระบวนการที่สร้างขึ้นเพื่อการถ่ายทอดและตีความทางด้านเนื้อหาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสาร หรือคนในสังคม สามารถรับรู้ถึงเนื้อหาทางด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเปิดรับนั้น ๆ โดยในที่นี้เผยแพร่ผ่านสื่อละครโทรทัศน์

วัฒนธรรมเกาหลี หมายถึง สิ่งที่กำหนดขึ้น ซึ่งอาจจะโดยการประดิษฐ์ เป็นวัตถุสิ่งของขึ้นมาใช้ หรืออาจเป็นแบบแผน พฤติกรรม/ความคิด สถานที่ ภาษา อาหารประจำชาติ ค่านิยม ที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต ตลอดจนวิธีการ ต่าง ๆ ที่มีต้นกำเนิดและมีการปฏิบัติ ได้รับการยอมรับในประเทศเกาหลี หรือ สิ่งที่แสดงถึงความเป็นสัญลักษณ์ หรือถ่ายทอดมาจากประเทศเกาหลี ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะเลือกศึกษาทั้งวัฒนธรรมที่เป็นแบบเห็นภายนอกเป็นวัฒนธรรมทางวัตถุ คือ การแต่งกาย การรับประทานอาหาร การท่องเที่ยว และแบบภายในซึ่งเป็นความคิด ความรู้สึก อาทิ ความรู้สึกในเรื่องความรักโรแมนติก การฟังเพลงและนิยมนักร้องเกาหลี ฯลฯ เป็นต้น

ละครโทรทัศน์เกาหลี หมายถึง สื่อละครโทรทัศน์/ซีรีส์ ที่มีเนื้อหา ดารานำแสดง ดาราประกอบ มีการผลิตโดยผู้ประกอบการชาวเกาหลี ที่เข้ามาออกอากาศในสถานีโทรทัศน์ช่องฟรีทีวีในประเทศไทย ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ อ.ส.ม.ท.ช่อง 3 สถานีโทรทัศน์ ททบ.ช่อง 5 สถานีโทรทัศน์ ททบ.ช่อง 7 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี รวมถึงซีรีส์เกาหลีที่อยู่ในรูปแบบของแผ่น VCD/DVD

ระดับของความคิดเห็น หมายถึง ระดับของการแสดงถึงความคิดเห็นของกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา โดยมีระดับซึ่งมีความหมายในแง่บวก จนกระทั่งระดับที่แสดงความไม่เห็นด้วย ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับของความคิดเห็น ดังนี้ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉย ๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ซึ่งในแง่ของความคิดเห็นนั้นคือการแสดงออกซึ่งวิจารณ์ญาณหรือการอธิบายเหตุผลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความคิดเห็นนั้นมีความหมายที่ใกล้เคียงกับ ทศนคติ ซึ่งมีขอบเขตของความหมายที่แคบกว่า หรืออาจกล่าวได้ว่า ทศนคติเป็นสิ่งที่แสดงภาพความรู้สึกทั่วไปเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ แต่ความคิดเห็นเป็นเรื่องของการอธิบายเหตุผลเฉพาะ

ในที่นี้ความคิดเห็นต่อละครโทรทัศน์เกาหลี หมายถึง ความรู้สึกที่เป็นบวก เป็นลบ และเป็นกลางหรือเฉย ๆ ของกลุ่มวัยรุ่น ที่มีต่อละครโทรทัศน์เกาหลี ซึ่งสามารถอธิบายด้วยความนึกคิด เหตุผล หรือประสบการณ์ ของผู้รับชมนั่นเอง

การเปิดรับ หมายถึง เวลา และความถี่หรือความบ่อยครั้งของการเลือกรับชม รวมทั้งเป็นการเลือกเปิดรับสาร (Selective Exposure) เลือกที่จะรับรู้ (Selective Perception) เฉพาะสารที่มีความหมายตรงกับความคิดเห็น และเลือกที่เก็บรักษาสาร (Selective Retention) ที่สอดคล้องกับความคิด มากกว่าสิ่งที่ไม่เห็นด้วย

การที่กลุ่มประชากรมีการเลือกชมและรับสารจากสื่อรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งในที่นี้หมายถึงสื่อโทรทัศน์ ซึ่งรูปแบบในการเปิดรับจะเป็นรายการประเภทละครโทรทัศน์เกาหลีที่ออกอากาศในช่องฟรีทีวี (3, 5, 7, 9 และ ไอทีวี) ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง(ช่วงสาย ช่วงบ่าย ช่วงเย็นก่อนข่าวภาคค่ำ ช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำ และช่วงเวลาดึก) หรือการรับชมจาก แผ่น VCD/DVD ซึ่งการเปิดรับนั้นเป็นการติดตามชมละครเกาหลีเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ.2544 เป็นต้นมา และมีการจดจำเนื้อหาของละครในด้านต่าง ๆ ได้ โดยเฉพาะเนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมภายนอกและผลทางด้านจิตใจที่ปรากฏให้เห็นเด่นชัด อาทิ พฤติกรรมการรับประทานอาหาร การท่องเที่ยว การแต่งกาย การฟังเพลงและการนิยมนักร้องเกาหลี การแสดงออกถึงความรักโรแมนติก เป็นต้น

พฤติกรรมการเลียนแบบอย่างทางวัฒนธรรม หมายถึง การที่กลุ่มประชากรที่ชมละครโทรทัศน์เกาหลี แล้วทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้สึกและการกระทำบางอย่างที่แสดงถึงการเอาแบบอย่างจากเนื้อหาทางด้านวัฒนธรรม

การแต่งกาย หมายถึง รูปแบบของพฤติกรรมในการแต่งกายของกลุ่มประชากรที่ได้รับอิทธิพลมาจากการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลี โดยมีลักษณะการแต่งกาย (เสื้อผ้า) การทำผม เครื่องประดับต่าง ๆ ที่เหมือนกับการแต่งกายของตัวละคร (ดารานำแสดง) ในละคร ที่ปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัด

การท่องเที่ยว หมายถึง การตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีของกลุ่มประชากรที่ชมละครโทรทัศน์เกาหลี

การรับประทานอาหาร หมายถึง การเลือกรับประทานอาหารเกาหลี ซึ่งมีสาเหตุมาจากการชมละครโทรทัศน์เกาหลี

การฟังและการนิยมนักร้องเกาหลี หมายถึง การเลือกฟังเพลงเกาหลีหรือการนิยมในตัวศิลปินเกาหลีของกลุ่มประชากรที่ชมละครโทรทัศน์เกาหลี

การแสดงความรักโรแมนติก หมายถึง การกระทำ คำพูด และการแสดงออกถึงความรู้สึกที่ดี ทางด้านความรักต่อคนรัก ครอบครัว ที่ได้รับชมจากละครโทรทัศน์เกาหลี

คุณลักษณะทางประชากร หมายถึง อายุ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ส่วนตัวของกลุ่มประชากรวัยรุ่นที่เปิดรับสื่อละครโทรทัศน์เกาหลีในประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงความคิดเห็น พฤติกรรมการรับชมละคร และลักษณะพฤติกรรมการเลียนแบบทางด้านวัฒนธรรมเกาหลีที่ผ่านมาทางสื่อละครโทรทัศน์เกาหลีของกลุ่มวัยรุ่นไทย
2. ทราบถึงความสัมพันธ์ของความคิดเห็นและพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นไทยที่มีต่อระดับของพฤติกรรมการเลียนแบบทางวัฒนธรรมผ่านสื่อที่ปรากฏขึ้นทั้งแบบภายนอก คือ ในเรื่องการแต่งกาย การรับประทานอาหาร การทอ้งเที่ยว รวมทั้งการรับเอาแบบอย่างที่ปรากฏภายใน เรื่อง การฟังเพลงและการนิยมนักร้องเกาหลี การแสดงความรักโรแมนติกแบบเกาหลี ที่ก่อให้เกิดอิทธิพลและการยอมรับสำหรับกลุ่มวัยรุ่นไทย ต่อการแสดงออกในสังคมไทยปัจจุบัน
3. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ผลิตสื่อของไทยโดยเฉพาะละครโทรทัศน์ในแง่ของการพัฒนารูปแบบ เนื้อหาหรือทิศทางในการนำเสนอผ่านสื่อละครโทรทัศน์ โดยแผ่ยุทธวิธีในลักษณะเดียวกันนี้เข้าไปประยุกต์ให้เข้ากับรูปแบบของสังคมไทยได้ ก่อให้เกิดการขยายผลทางวัฒนธรรมหลักของประเทศ
4. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการรับรู้ถึงการเข้ามาของวัฒนธรรมต่างชาติ(เกาหลี)ทางสื่อซึ่งเป็นการเข้ามาทางอ้อมแต่ส่งผลอย่างมากในแง่ของการมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมหลักพร้อมทั้งสร้างให้เกิดความตระหนักและสามารถหาทางป้องกันเมื่อมีลักษณะที่ทำให้เกิดการเสียสมดุลและการกลืนกลืนของวัฒนธรรมจากต่างชาติ