

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมใน กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ลักษณะประชากรผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีในการเลือกรับชมของผู้ชม และปัจจัยในการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มประชากรที่ศึกษาคือ ประชาชนในเขตเขตลาดพร้าว เขตปทุมวัน เขตดินแดง เขตห้วยขวาง และเขตบางกะปิ มีการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน การกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ อาศัยสูตรของ Yamane (1973, pp. 886-887) โดยกำหนดค่าความน่าเชื่มน้อยละ 95 และความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ที่สร้างขึ้นเอง โดยคำนึงถึงความถูกต้องเหมาะสม ทำการทดลองใช้ (try-out) และทดสอบคุณภาพด้วย ค่าความถูกต้องของเครื่องมือ (validity) และค่าความน่าเชื่อถือได้ (reliability) จนทำให้แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง ก่อนนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้จริง การเก็บข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2553

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาลงรหัสข้อมูลเพื่อประมวล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Science) for Windows version 12.0 ณ สถาบันคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ใช้วิธีคำนวณค่าต่าง ๆ เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเสนออยู่ในรูปตารางประกอบความเรียง เพื่ออธิบายลักษณะประชากร พฤติกรรมการเลือกรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชม เนื้อหา ผู้แสดงละครโทรทัศน์ เทคนิคการนำเสนอ และการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชม โดยใช้สถิติ  $t$  test

และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way analysis of variance--ANOVA) และค่าสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สัน เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

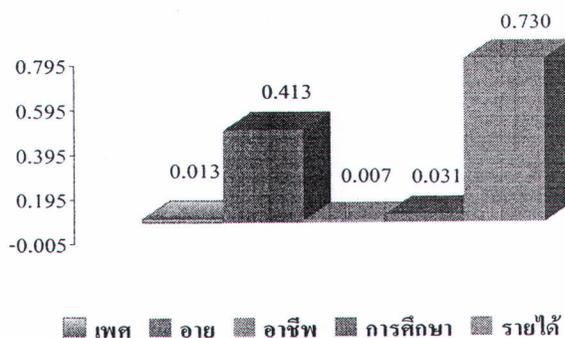
## สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมละคร โทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมใน กรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่ควรสรุปผลดังต่อไปนี้

### ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะประชากรของผู้ชมละคร โทรทัศน์เกาหลีต่างกันมีผลในการเลือกชมละครต่างกัน

เปรียบเทียบความแตกต่างลักษณะประชากรผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



**ภาพ 2** ลักษณะประชากรของผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีต่างกันมีผลในการเลือกชมละครต่างกัน

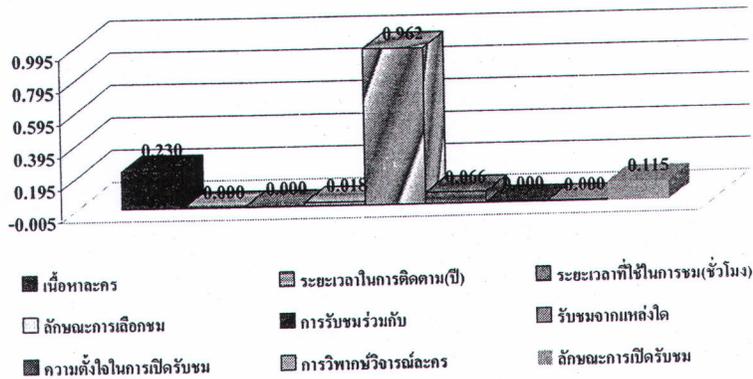
จากภาพ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างลักษณะประชากรกับการเลือกชมละคร โทรทัศน์เกาหลี โดยภาพรวมพบว่า เพศ อาชีพ การศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยนั่นคือลักษณะประชากรของผู้ชมละคร โทรทัศน์

เกาหลี มีผลต่อการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กานต์พิชชา วงษ์ขาว (2550) ศึกษาเรื่อง *สื่อละครโทรทัศน์เกาหลีกับการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย* พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับละครเกาหลีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีความชื่นชอบในการชมละครโทรทัศน์เกาหลี ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็น พฤติกรรมการชมละครเกาหลีกับพฤติกรรมการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อละครเกาหลี เช่น ด้านการรับประทานอาหาร การท่องเที่ยว การแต่งกาย การแสดงความรัก การฟังเพลง และการนิยมนักร้องเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่น พบว่า ตัวแปรความคิดเห็นต่อ ละครโทรทัศน์เกาหลีและตัวแปรพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์ กับการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อ กล่าวคือ ถ้าหากกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเชิงบวกและพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์เกาหลีในปริมาณที่มากขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการเลียนแบบจากสื่อละครโทรทัศน์เกาหลีในด้านการรับประทานอาหาร การท่องเที่ยว การฟังเพลงและนิยมนักร้องเกาหลี การแสดงความรัก ตามที่กล่าวข้างต้นก็จะมากขึ้น

นอกจากนี้ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลยังชี้ให้เห็นว่าลักษณะของประชากร ที่แตกต่างกัน คือ เพศ การศึกษา อายุ รายได้ อาชีพ ศาสนา สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน บุคคลที่มีวัยต่างกันย่อม เปิดรับสื่อแตกต่างกันด้วย สิ่งสำคัญที่เป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของบุคคล คือ สภาพ ใจ (condition) ที่แต่ละบุคคลได้รับจากสังคมหรือสภาพแวดล้อม ข่าวสารต่าง ๆ ในสังคมเปรียบเหมือนสิ่งเร้าที่ทำให้ผู้รับสารแต่ละคนมีการตอบสนองต่างกัน รวมทั้ง สร้างลักษณะความแตกต่างของบุคคลด้วย

**สมมติฐานที่ 2** พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีต่างกันมีผลต่อ การเลือกชมละครต่างกัน

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลี  
ของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



ภาพ 3 พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีต่างกันมีผลต่อการเลือกชมละครต่างกัน

จากภาพ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีกับการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลี โดยภาพรวม พบว่า ระยะเวลาในการติดตาม (ปี) ระยะเวลาที่ใช้ในการชม (ชั่วโมง) ลักษณะการเลือกชม ความตั้งใจในการเปิดรับชม และการวิพากษ์วิจารณ์ละคร เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีต่างกันมีผลต่อการเลือกชมละครต่างกัน ผลการวิจัยสอดคล้องกับทฤษฎี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ ที่ว่า พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์เป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบโต้ต่อความต้องการของมนุษย์ที่จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสม เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม และความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการเข้าไปใช้สื่อจึงมิใช่กิจกรรมที่ทำไปอย่างไร้เป้าหมาย ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน จึงทำให้เกิดแนวคิดใหม่ในการสื่อสาร โดยผู้รับสารคือผู้ที่ตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก จึงเกิดการวิจัยของ Katz โดยศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อินประเทศอิสราเอล แบบจำลองของ Katz สามารถอธิบายได้ว่า กระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชน

การใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสาร

โดยสภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันทำให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกัน และมีความคาดหวังและพฤติกรรมในการเลือกใช้สื่อที่จะช่วยสนองความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ผลสุดท้ายความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อจะแตกต่างกันไป

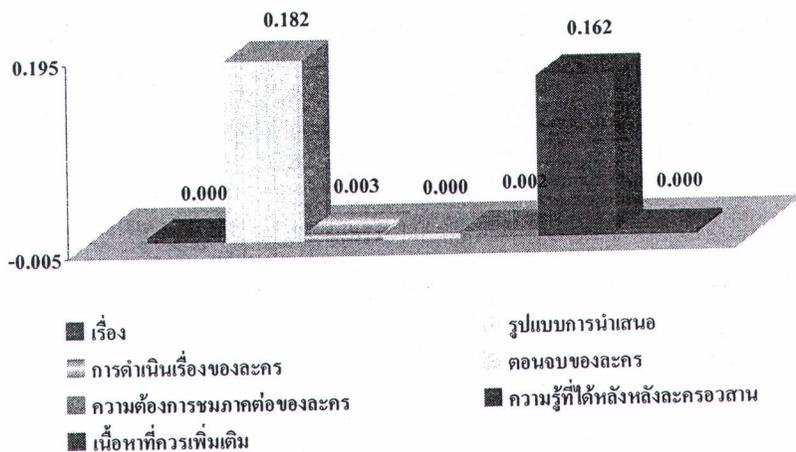
สามารถยกตัวอย่างให้เห็นได้ดังนี้ เช่น การต้องการเป็นครอบครัวข่าวสารบ้านเมืองที่ทันสมัย เพื่อต้องการเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น ๆ ในสังคมและมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการได้ จึงเลือกใช้สื่อมวลชนโดยเลือกดูรายการข่าวจากวิทยุโทรทัศน์ ฟังข่าวจากวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ที่จะใช้ให้ได้รับความพึงพอใจตามที่ตนเองต้องการ ทำให้เป็นผู้รอบรู้และทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย และพฤติกรรมบางอย่างได้ (จันทิมา เขียวแก้ว, 2546, หน้า 178)

นอกจากนี้ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อยังชี้ให้เห็นว่าการเลือกรับสื่อต่าง ๆ ของผู้รับสาร ผู้รับสารจะเลือกรับเปิดรับตามลักษณะ หนึ่งผู้รับสารเลือกรับสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่พยายามมาก ๆ มักจะไม่ได้รับการเลือกแต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนักมักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก ตัวอย่างในชนบท ประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่นเป็นต้น สองผู้รับสารเลือกสื่อที่สอดคล้อง (consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน ตัวอย่างเช่น นิสิตนักศึกษาและนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชนหรือสยามรัฐมากกว่าเพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าว ให้ข่าวสารสาระความรู้ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน สามผู้รับสาร เลือกสื่อที่ตนสะดวก (convenience) ในปัจจุบันผู้รับสาร สามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางวิทยุ และวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อบุคคลแต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกัน ตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนมักนิยมรับฟังข่าวสารกระจายเสียงขณะขับรถ บางคนชอบนั่ง หรือนอนชมโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือ

ในห้องสมุด ผู้รับสารเลือกสื่อตามที่เคยชิน (accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่ง ในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มี อายุมาก เช่น เคยรับฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำมักไม่สนใจวิทยุโทรทัศน์ หรือสื่อ อย่างอื่น ห้าลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาแล้วทั้ง 4 นั้น เป็นความต้องการของผู้รับสารเป็นหลัก แต่ในข้อนี้กลับเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อ ของผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือสามารถให้ข่าวสารใน รายละเอียดดีกว่า ราคากถูก และสามารถนำติดตัวไปได้ทุกแห่ง หรือวิทยุโทรทัศน์ ทำให้ เห็นภาพจริงได้เข้าใจ มีความรู้สึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์ มีแสงสีดึงดูดใจ ในขณะที่ วิทยุโทรทัศน์สามารถพักผ่อนอริยาบถได้อย่างสบาย

**สมมติฐานที่ 3** เนื้อหาละคร โทรทัศน์เกาหลีต่างกันมีผลต่อการเลือกชมต่อ การเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีต่างกัน

เปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกาหลี ของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



**ภาพ 4** เนื้อหาละคร โทรทัศน์เกาหลีต่างกันมีผลต่อการเลือกชมต่อการเลือกชมละคร โทรทัศน์เกาหลีต่างกัน

จากภาพ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่าง เนื้อหาของละครโทรทัศน์เกาหลี กับการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลี โดยภาพรวม

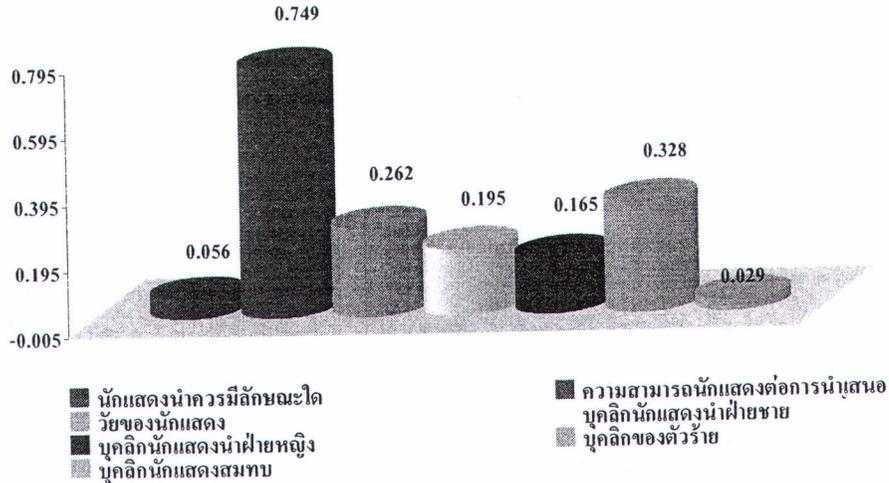
พบว่า เรื่องที่ชื่นชอบ การดำเนินเรื่องของละคร ตอนจบของละคร ความต้องการชมภาคต่อของละคร เนื้อหาที่ควรเพิ่มเติม เป็นไปตามสมมติฐาน นั่นคือ เนื้อหาละคร โทรทัศน์เกาหลีต่างกันมีผลต่อการเลือกชมต่อการเลือกชมละคร โทรทัศน์เกาหลีต่างกัน ซึ่งผลงานวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องกระแสนิยมเกาหลี เพราะประเทศเกาหลีมีการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบและส่งเสริมให้นำเนื้อหาสาระความเป็นชาติเกาหลี หรือ Korea Content สอดแทรกไปในสื่อบันเทิงต่าง ๆ ทำให้สื่อบันเทิงน่าสนใจและน่าติดตาม

ผลการวิจัยตรงกับงานวิจัยของ ทิพยา สุขพรวิฑูว์ส (2550) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและการเลียนแบบสื่อละคร โทรทัศน์เกาหลี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมละคร โทรทัศน์เกาหลี การเลียนแบบละคร โทรทัศน์เกาหลี ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาและการเลียนแบบของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะประชากรที่ต่างกันจะมีการเลียนแบบที่ต่างกันไปได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ ในด้านพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมละคร โทรทัศน์เกาหลีในกรุงเทพมหานครต่างกันส่งผลต่อการเลียนแบบต่างกัน ในด้านเนื้อหาละคร โทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบโดยรวม เนื้อหา ละคร โทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเลียนแบบในระดับปานกลาง

ผลการวิจัยตรงกับงานวิจัยของ Eyal (2004) ศึกษาถึงผลกระทบของโทรทัศน์ที่มีต่อทัศนคติ และความเข้าใจในการเผยแพร่เนื้อหาเกี่ยวกับเพศ ซึ่งเป็นการศึกษาเพื่อทดสอบเกี่ยวกับพฤติกรรมเรื่องเพศ การทำความเข้าใจต่อเพศตรงข้าม การพิจารณาศีลธรรม ความเหมาะสม และผลกระทบทางเพศที่เกิดขึ้นจากการชมละคร โทรทัศน์ โดยใช้การสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษามหาวิทยาลัย 200 คน พบว่า การนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องเพศในโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้ชมในทางลบ นำไปสู่การแสดงออกที่ไม่เหมาะสม และชี้ให้เห็นว่า ประโยคหรือคำพูดในละคร มีผลต่อพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสม

**สมมติฐานที่ 4** ผู้แสดงละคร โทรทัศน์เกาหลีต่างกันมีผลต่อการเลือกชมละคร โทรทัศน์เกาหลีต่างกัน

เปรียบเทียบความแตกต่างของผู้แสดงละครโทรทัศน์เกาหลี  
ของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



ภาพ 5 ผู้แสดงละครโทรทัศน์เกาหลีต่างกันมีผลต่อการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีต่างกัน

จากภาพ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างผู้แสดงละครโทรทัศน์เกาหลี กับการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีโดยภาพรวม พบว่าผู้แสดงละครโทรทัศน์เกาหลี ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือผู้แสดงละครโทรทัศน์เกาหลีต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีต่างกัน ส่วนบุคลิกของนักแสดงสมทบเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ผู้แสดงละครโทรทัศน์เกาหลีต่างกันมีผลต่อการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีต่างกัน ผลงานวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องกระแสนิยมเกาหลี เพราะการพัฒนา Korea Content ของประเทศเกาหลี ไม่เพียงมุ่งเน้นการส่งออกสู่ตลาดภายนอกเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมเพื่อทดแทนการนำเข้าผลิตผลทางวัฒนธรรมของต่างชาติด้วย และมักมีเป้าหมายเน้นการจรรโลงสังคม โดยเฉพาะภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ ทั้งนี้ในอดีตชาวเกาหลีจำนวนไม่น้อยไม่นิยมดูภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์เกาหลี แต่การพัฒนา Korea Content ช่วยให้คนเกาหลีหันกลับมาดูภาพยนตร์เกาหลีเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 50 เปรียบเทียบกับประเทศกำลังพัฒนา โดยทั่วไปที่ประชาชนดูภาพยนตร์ที่ผลิตในประเทศเพียงร้อยละ 10-20 เท่านั้น

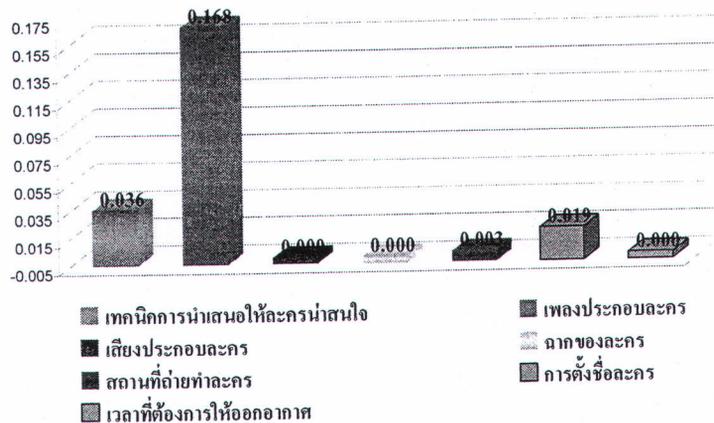
องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (อศท. เกาหลี) แห่งประเทศไทยนั้นมีความสำคัญอย่างมากในการส่งเสริมกระบวนการสร้างกระแสเกาหลีนิยม โดยองค์กรดังกล่าวได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ และใช้ทุกวิธีการในการส่งเสริมกระแสและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี โดยเฉพาะอย่างยิ่งใช้กลยุทธ์ในการนำนักแสดง ดารา นักร้องเกาหลีมาเชื่อมโยงทำกิจกรรมต่าง ๆ ในประเทศไทย

นอกจากนี้ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลยังชี้ให้เห็นว่าลักษณะของประชากรที่แตกต่างกัน คือ เพศ การศึกษา อายุ รายได้ อาชีพ ศาสนา สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน บุคคลที่มีวัยต่างกันย่อมเปิดรับสื่อแตกต่างกันด้วย สิ่งสำคัญที่เป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของบุคคล คือ สภาพเงื่อนไข (condition) ที่แต่ละบุคคลได้รับจากสังคมหรือสภาพแวดล้อม ข่าวสารต่าง ๆ ในสังคมเปรียบเหมือนสิ่งเร้าที่ทำให้ผู้รับสารแต่ละคนมีการตอบสนองต่างกันรวมทั้งสร้างลักษณะความแตกต่างของบุคคลด้วย

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องงานวิจัยของ อลิสา วิทวัสกุล (2549) ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีผ่านละคร โทรทัศน์แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ภาพลักษณ์ที่แฝงมากับเนื้อหาของละคร และปัจจัยที่ทำให้เกิดกระแสบริโภคนิยมต่าง ๆ จากละครเกาหลีเรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง พบว่า การนำละคร โทรทัศน์มาเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ประเทศได้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ละครโทรทัศน์สามารถส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ของประเทศโดยนำเสนอสินค้าเชิงภาพลักษณ์ ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม คุณธรรม วิถีชีวิต และสถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ ทำให้ผู้ชมละครเกิดความรู้สึกที่ดีและให้ความสนใจกับประเทศเกาหลีได้ มากขึ้น โดยปัจจัยที่ก่อให้เกิดกระแสบริโภคนิยมต่าง ๆ จากละครเรื่องแดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง คือ ความสามารถของนักแสดง ความเหมาะสมของบทบาท เนื้อเรื่องที่มีความสนุกสนาน สาระที่ให้แง่คิด และความบันเทิง รวมถึงการมีความใกล้ชิดทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศเกาหลีได้ และประเทศไทย ซึ่งผลจากกระแสที่เกิดขึ้นทำให้เกิดการทัวร์รูปแบบใหม่ คือการทัวร์ตามรอยละคร

**สมมติฐานที่ 5** เทคนิคการนำเสนอละคร โทรทัศน์เกาหลีต่างกันมีผลต่อการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมต่างกัน

เปรียบเทียบความแตกต่างเทคนิคการนำเสนอละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



**ภาพ 6** เทคนิคการนำเสนอละคร โทรทัศน์เกาหลีต่างกันมีผลต่อการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมต่างกัน

จากภาพ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างเทคนิคการนำเสนอละครโทรทัศน์เกาหลี กับการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลี โดยภาพรวมพบว่า เทคนิคการนำเสนอให้ละครน่าสนใจ เสียงประกอบละคร ฉากของละคร สถานที่ถ่ายทำละคร การตั้งชื่อละคร เวลาที่ต้องการให้ออกอากาศ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เทคนิคการนำเสนอละครโทรทัศน์เกาหลีต่างกันมีผลต่อการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์เกาหลีที่ว่า อุตสาหกรรมบันเทิงของประเทศเกาหลีใต้ ประสบความสำเร็จชัดเจนขึ้น สาเหตุสำคัญที่ทำให้ประเทศเกาหลีมีการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมบันเทิงอย่างต่อเนื่อง การร่วมมือกันระหว่างธุรกิจต่าง ๆ และใช้เทคนิคในการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ มีจุดเด่นก็คือ

ภูมิประเทศที่สวยงาม และประเทศเกาหลีใต้ ได้ใช้จุดนี้เข้าไปแทรกเป็นฉากอันน่าประทับใจในละคร ทำละครประสบความสำเร็จ

ผลการศึกษาซึ่งตรงกับแนวคิดเรื่ององค์ประกอบของละคร โทรทัศน์ละครโทรทัศน์ ในมุมมองของคนดู คือละครที่แพร่หลายทางหน้าจอแก้ว ส่วนใหญ่เป็นละครแบบหลายสิบตอนจบมีลักษณะเป็นการเล่าเรื่องแบบ นวนิยาย นำเสนออย่างต่อเนื่องภายในสัปดาห์ ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์และมีเช่นนี้ตลอดทั้งปีไม่มีขาด

ละครโทรทัศน์นั้นมีผู้เข้ามาเกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย และแต่ละฝ่ายก็รับรู้ละครโทรทัศน์กันไปคนละแง่มุม สำหรับกลุ่มผู้ชมนั้น ละครโทรทัศน์สามารถเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรม ที่ให้ความบันเทิงแก่มวลชนโดยทั่วไปและสำหรับผู้อุปถัมภ์รายการ ละครโทรทัศน์สามารถเป็นสินค้าทางธุรกิจที่ธุรกิจต่าง ๆ อายกยื่นมือเข้ามาเกี่ยวข้องและทำที่สุดสำหรับผู้สร้างละครบางกลุ่ม ละครโทรทัศน์อาจจะมี ความหมายเทียบเท่ากับผลงานศิลปะชิ้นหนึ่ง ละครโทรทัศน์ที่เราเลือกดูนั้นแท้ที่จริงแล้วแม้จะผ่านการคัดสรรมาจากเจ้าของสถานี ผู้อำนวยการสร้าง ผู้อุปถัมภ์หลายรายการ แต่ทั้งหมดนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับกลุ่มคนดูต่างหากที่จะเป็นผู้กำหนดละครโทรทัศน์ เพราะถ้าไม่มีความนิยมคนดูก็จะไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการ ไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการก็จะไม่มีการสร้างตามมา การศึกษาเรื่องของละครโทรทัศน์เกาหลีที่ออกอากาศทางโทรทัศน์จะเป็นที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับส่วนต่าง ๆ ของละครโทรทัศน์เสียก่อนซึ่งบทละครโทรทัศน์แต่ละเรื่องประกอบ

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่ควรอภิปรายผลดังนี้

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 เพศชาย จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 อายุระหว่าง 20-24 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาอายุ 25-29 ปี

จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 อายุ 30-34 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 อายุ 15-19 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 กลุ่มที่น้อยที่สุดมีอายุ 35-40 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 รับจ้างจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และกลุ่มที่น้อยที่สุดคือ ทำงานบ้าน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 การศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ปวช./อนุปริญญา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 กลุ่มที่น้อยที่สุดประถมศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 รายได้ ต่อเดือนต่ำกว่าหรือไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมา มี รายได้ระหว่าง 10,000-15,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 มีรายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 มีรายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 มีรายได้ระหว่าง 30,001-35,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 มีรายได้ระหว่าง 40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 มีรายได้ระหว่าง 35,001-40,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ลักษณะประชากรในเขตลาดพร้าว เขตปทุมวัน เขตดินแดง เขตห้วยขวาง และเขตบางกะปิ มีจำนวน 400 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-24 ปี ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่าหรือไม่เกิน 10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กานต์พิชชา วงษ์ขาว (2550) ศึกษาเรื่อง *สื่อละครโทรทัศน์เกาหลีกับการเผยแพร่วัฒนธรรมในสังคมไทย* พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับละครเกาหลีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีความชื่นชอบในการชมละครโทรทัศน์เกาหลี ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นพฤติกรรม การชมละครเกาหลีกับพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมจากสื่อละครเกาหลี เช่น ด้านการรับประทานอาหาร การท่องเที่ยว การแต่งกาย การแสดงความรัก การฟังเพลง และการนิยมนักร้องเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่น พบว่าตัวแปรความคิดเห็นต่อละครโทรทัศน์เกาหลีและตัวแปรพฤติกรรมชมละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลง

ทางวัฒนธรรมจากสื่อกล่าวคือ ถ้าหากกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเชิงบวกและพฤติกรรม  
การชมละครโทรทัศน์เกาหลีในปริมาณที่มากขึ้นก็จะมีพฤติกรรมการเลียนแบบจากสื่อ  
ละครโทรทัศน์เกาหลีในด้าน การรับประทานอาหาร การท่องเที่ยว การฟังเพลงและนิยม  
นักร้องเกาหลี การแสดงความรัก ตามที่กล่าวข้างต้นก็จะมากขึ้น

นอกจากนี้ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลยังชี้ให้เห็นว่าลักษณะของประชากร  
ที่แตกต่างกัน คือ เพศ การศึกษา อายุ รายได้ อาชีพ ศาสนา สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ  
ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน บุคคลที่มีวัยต่างกัน  
ย่อมเปิดรับสื่อแตกต่างกันด้วย สิ่งสำคัญที่เป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของบุคคล คือ สภาพ  
เงื่อนไข (condition) ที่แต่ละบุคคลได้รับจากสังคมหรือสภาพแวดล้อม ข่าวสารต่าง ๆ ใน  
สังคมเปรียบเหมือนสิ่งเร้าที่ทำให้ผู้รับสารแต่ละคนมีการตอบสนองต่างกันรวมทั้งสร้าง  
ลักษณะความแตกต่างของบุคคลด้วย

### **ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกาเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมใน**

#### **กรุงเทพมหานคร**

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ประชากรในเขตลาดพร้าว เขตปทุมวัน เขต  
ดินแดง เขตห้วยขวาง และเขตบางกะปิ มีจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่  
ชอบดูประเภทเนื้อหาละครเกาหลีตลกเบาสมอง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0  
รองลงมาชอบดูประเภทเนื้อหารักโรแมนติก จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5  
ประเภทเนื้อหาการต่อสู้ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ประเภทเนื้อหาอาชญากรรม/  
สืบสวนสอบสวน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ประเภทเนื้อหาของขวัญ จำนวน  
30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และกลุ่มที่มีน้อยที่สุดคือประเภทเนื้อหา ประวัติศาสตร์/  
ชีวประวัติบุคคล จำนวน 22 คิดเป็นร้อยละ 5.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ติดตามชม  
ละครเกาหลีตั้งแต่ 1-2 ปี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาคือ 3-4 ปี จำนวน  
100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และมากกว่า  
4 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาในการชม  
ละคร นาน ๆ ครั้ง จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาเฉลี่ย 1-3 ชั่วโมง/  
สัปดาห์ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 เฉลี่ย 4-10 ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน 79 คน

คิดเป็นร้อยละ 19.8 และมากกว่า 10 ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะการเปิดรับชมละครเกาหลี โดยเฉพาะเรื่องที่ น่าสนใจ จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาคือ โดยเฉพาะเรื่องที่มีนักแสดงที่ ชอบ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ทุกเรื่อง que เข้าฉายในประเทศไทย จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 โดยเฉพาะเรื่องที่เป็นที่นิยม จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 อื่น ๆ จำนวน 10 คนคิดเป็นร้อยละ 2.5 และโดยเฉพาะเรื่องที่มีฉากสมจริง จำนวน 6 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมละครเกาหลีคนเดียว จำนวน 160 คน คิด เป็นร้อยละ 40.0 รองลงคือชมกับเพื่อน/แฟน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 ชมกับ สมาชิกในครอบครัว จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และอื่น ๆ จำนวน 108 คน คิด เป็นร้อยละ 2.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมละครเกาหลีผ่านทางรายการ โทรทัศน์ปกติ จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาคือ ชื่อจากรีวิวชายวิซิตี/ดีวี ดี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 เคเบิลทีวี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ยืมจาก คนรู้จัก จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 อื่น ๆ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และ ร้านเช่าวีซีดี/ดีวีดี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตั้งใจดู พอควร จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ ตั้งใจดูมาก จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ดูแบบผ่าน ๆ ไม่ค่อยตั้งใจ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และ อื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วิพากษ์วิจารณ์ ละครเกาหลีหลังรับชมนาน ๆ ครั้ง จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 เกือบทุกครั้ง ที่ ชม จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ทุกครั้งที่ชม จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 อื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะการเปิด รับชมคู่สลับกับละครหรือรายการอื่นเมื่อมีโฆษณา จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 ดูเรื่องเดียวจนจบเรื่องไม่เปลี่ยนช่องสลับไปมา จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 ดูตามคนอื่นเปิดดู จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และอื่น ๆ จำนวน 10 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.5

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการ- เปิดรับชมละคร โทรทัศน์เกาหลี ชอบดูประเภทเนื้อหาละครเกาหลีตลกเบาสมอง ติดตาม ชมละครเกาหลีตั้งแต่ 1-2 ปี ใช้เวลาในการชมละคร นาน ๆ ครั้ง มีลักษณะการเปิดรับชม

การรับสารของมนุษย์เป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบโต้ต่อความต้องการของมนุษย์ที่จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสม เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม และความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการเข้าไปใช้สื่อจึงมิใช่กิจกรรมที่ทำไปอย่างไร้เป้าหมาย ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน จึงทำให้เกิดแนวคิดใหม่ในการสื่อสาร โดยผู้รับสารคือจกที่จะตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก จึงเกิดการวิจัยของ Katz โดยศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อีเมลในประเทศอิสราเอล แบบจำลองของ Katz สามารถอธิบายได้ว่า กระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชน การใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสาร

โดยสถานะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันทำให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกัน และมีความคาดหวังและพฤติกรรมในการเลือกใช้สื่อที่จะช่วยสนองความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ผลสุดท้ายความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อจะแตกต่างกันไป สามารถยกตัวอย่างให้เห็นได้ดังนี้ เช่น การต้องการเป็นคนรอบรู้ข่าวสารบ้านเมืองที่ทันสมัย เพื่อต้องการเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น ๆ ในสังคมและมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการได้ จึงเลือกใช้สื่อมวลชนโดยเลือกดูรายการข่าวจากวิทยุโทรทัศน์ ฟังข่าวจากวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ที่จะใช้ให้ได้รับความพึงพอใจตามที่ตนเองต้องการ ทำให้เป็นผู้รอบรู้และทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย และพฤติกรรมบางอย่างได้ (จันทิมา เขียวแก้ว, 2546, หน้า 178)

นอกจากนี้ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อยังชี้ให้เห็นว่าการเลือกรับสื่อต่าง ๆ ของผู้รับสาร ผู้รับสารจะเลือกรับเปิดรับตามลักษณะ หนึ่งผู้รับสารเลือกรับสื่อที่สามารถจัดหาได้ (availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่พยายามมาก ๆ มักจะไม่ได้รับการเลือกแต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนักมักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก ตัวอย่างในชนบท ประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่นเป็นต้น สองผู้รับสารเลือกสื่อที่สอดคล้อง (consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน ตัวอย่างเช่น นิสิตนักศึกษา

มักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก ตัวอย่างในชนบท ประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น เป็นต้น สองผู้รับสารเลือกสื่อที่สอดคล้อง (consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน ตัวอย่างเช่น นิสิตนักศึกษา และนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชนหรือสยามรัฐมากกว่า เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าว ให้ข่าวสารสาระความรู้ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน สามผู้รับสารเลือกสื่อที่ตนสะดวก (convenience) ในปัจจุบันผู้รับสาร สามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางวิทยุ และวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อบุคคล แต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกัน ตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนมักนิยมรับฟังข่าวสารกระจายเสียงขณะขับรถ บางคนชอบนั่ง หรือนอนชมโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือในห้องสมุด สื่อผู้รับสารเลือกสื่อตามที่เคยชิน (accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยรับฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำไม่สนใจวิทยุโทรทัศน์ หรือสื่ออย่างอื่น หัวลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาแล้วทั้ง 4 นั้น เป็นความต้องการของผู้รับสารเป็นหลักแต่ในข้อนี้กลับเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือสามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดดีกว่า ราคากถูก และสามารถนำติดตัวไปได้ทุกแห่ง หรือวิทยุโทรทัศน์ ทำให้เห็นภาพจริงได้เข้าใจ มีความรู้สึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์มีแสงสีดึงดูดใจ ในขณะที่วิทยุโทรทัศน์สามารถพักผ่อนอิริยาบถได้อย่างสบาย

### **ผลการวิเคราะห์เนื้อหาละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร**

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ประชากรในเขตลาดพร้าว เขตปทุมวัน เขตดินแดง เขตห้วยขวาง และเขตบางกะปิ มีจำนวน 400 ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ชอบชมละครเกาหลีเรื่อง Full House สะดุดรักที่ปักใจ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมาคือ Coffe Prince รักวุ่นวายของเจ้าชายกาแฟ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 อื่น ๆ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 จำไม่ได้ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 Autumn in My Heart

รักนี้ชั่ววันรันคร จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 จูมง มหามุรุษกู่แผ่นดิน จำนวน 28 คน  
 คิดเป็นร้อยละ 7.0 ซอนต็อก มหาราชนีสามแผ่นดิน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5  
 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการนำเสนอแบบชอบทั้งข้อ 1 และข้อ 2  
 จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ ละครเรื่องราวหลายตอนจบ จำนวน  
 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 และละครสั้นจบในตอน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3  
 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบการดำเนินเรื่องละครเกาหลีในแบบมีเนื้อเรื่องกระชับ  
 น่าติดตาม จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ ตื่นเต้น เร้าใจ จำนวน 101 คน  
 คิดเป็นร้อยละ 25.3 ไม่น่าเนาซ่าซวกจำเจ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ให้แง่คิดคติ  
 สอนใจ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ซ้ำเกินไปยึดตาย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อย  
 ละ 8.0 อื่น ๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และซับซ้อนเข้าใจยาก จำนวน 8 คน คิด  
 เป็นร้อยละ 2.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบตอนจบของละครแบบจบแบบมี  
 ความสุขจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมาคือ จบแบบหักมุมคาดเดาได้ยาก  
 จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 จบแบบเศร้า จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และ  
 อื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ต้องการให้มีภาค  
 ต่อของละคร จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ มีหรือไม่มีก็ได้ จำนวน  
 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 ต้องการ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 อื่น ๆ จำนวน  
 7 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าเมื่อละครเกาหลีออก  
 แล้วให้ความรู้เกี่ยวกับศิลปะ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ของเกาหลีจำนวน  
 151 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 รองลงมาคือ ให้ความรู้เกี่ยวกับแนวคิด คุณธรรมของชาว  
 เกาหลีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 ให้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของชาว  
 เกาหลี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 ให้ความรู้เกี่ยวกับความรักของชาวเกาหลี  
 จำนวน 52 คน คิดเป็น ร้อยละ 13.0 และอื่น ๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ผู้ตอบ  
 แบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้เพิ่มเติมเนื้อหาความแปลกใหม่ จำนวน 126 คน คิด  
 เป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือลำดับเรื่องราวที่น่าสนใจจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ  
 23.3 เนื้อหาให้ทันกระแสสังคมปัจจุบัน จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ไม่ต้อง  
 เพิ่มเติม คืออยู่แล้ว จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 พัฒนาเทคนิคการถ่ายทำให้สมจริง  
 จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าละครที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบชม ละครเกาหลีเรื่อง Full House สะดุดรักที่ปักใจ ชอบรูปแบบการนำเสนอแบบชอบทั้งข้อ 1 และ ข้อ 2 คือละครที่เป็นละครหลายตอนจบและละครที่เป็นละครสั้นจบในตอน ชอบละครที่มีเนื้อหาคะชับน่าติดตามชอบตอนจบของละครแบบมีความสุข ไม่ต้องการให้มีภาคต่อของละคร ส่วนความรู้ที่ได้รับหลังจากละคร โทรทัศน์เกาหลีละครอวสานคือ ความรู้เกี่ยวกับศิลปะ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมของเกาหลี และต้องการให้มีการเพิ่มเนื้อหาความแปลกใหม่ให้กับละคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องกระแสนิยมเกาหลี เพราะประเทศเกาหลีมีการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบและส่งเสริมให้นำเนื้อหาสาระความเป็นชาติเกาหลี หรือ Korea Content สอดแทรกไปในสื่อบันเทิงต่าง ๆ ทำให้สื่อบันเทิงน่าสนใจและน่าติดตาม

ผลการวิจัยตรงกับงานของ ทิพยา สุขพรวิวัฒน์ (2550) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและเลียนแบบสื่อละคร โทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลี การเลียนแบบละคร โทรทัศน์เกาหลี ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาและการเลียนแบบของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะประชากรที่ต่างกันจะมีการเลียนแบบที่ต่างกันไปได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ ในด้านพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีในกรุงเทพมหานครต่างกันส่งผลต่อการเลียนแบบต่างกัน ในด้านเนื้อหาละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบโดยรวม เนื้อหา ละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเลียนแบบในระดับปานกลาง

ผลการวิจัยตรงกับงานวิจัยของ Eyal (2004) ศึกษาถึงผลกระทบของโทรทัศน์ที่มีต่อทัศนคติ และความเข้าใจในการเผยแพร่เนื้อหาเกี่ยวกับเพศ ซึ่งเป็นการศึกษาเพื่อทดสอบเกี่ยวกับพฤติกรรมเรื่องเพศ การทำความเข้าใจต่อเพศตรงข้าม การพิจารณาศีลธรรม ความเหมาะสม และผลกระทบทางเพศที่เกิดขึ้นจากการชมละครโทรทัศน์โดยใช้การสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษามหาวิทยาลัย 200 คน พบว่าการนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องเพศในโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้ชมในทางลบ นำไปสู่การแสดงออกที่ไม่เหมาะสม และชี้ให้เห็นว่า ประโยค หรือคำพูดในละคร มีผลต่อพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสม

### ผลการวิเคราะห์ผู้แสดงละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร

ประชากรในเขตลาดพร้าว เขตปทุมวัน เขตดินแดง เขตห้วยขวางและเขตบางกะปิ ส่วนใหญ่จำนวน 400 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการนักแสดงนำควรมีความสามารถในการแสดง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาคือ นักแสดงนำควรมีรูปร่างหน้าตาที่หล่อ/สวย จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 นักแสดงนำต้องมีชื่อเสียงโด่งดัง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และอื่น ๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการนักแสดงที่มีการแสดงที่เป็นธรรมชาติ จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือการแสดงที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นของตัวเอง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 การแสดงที่สมทบบาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 อื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการชมนักแสดงละครเกาหลีที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือวัยทำงาน จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 วัยเด็ก จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และวัยชรา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบบุคลิกภาพของนักแสดงนำฝ่ายชายละครเกาหลีแบบมีบุคลิกที่ตกลงขบขันจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมาคือ มีบุคลิกใจดีอ่อนโยน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 มีบุคลิกฉลาดหลักแหลม มีความเป็นผู้นำสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 มีบุคลิกขรึมและเป็นผู้ใหญ่ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 มีบุคลิกที่ลึกลับคาดเดาได้ยากจำนวน 29 คิดเป็นร้อยละ 7.3 และมีบุคลิกที่อ่อนแอ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบบุคลิกภาพของนักแสดงนำฝ่ายหญิงละครเกาหลีแบบมีบุคลิกแก่นช้น คล่องแคล่ว จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมา มีบุคลิกที่ตกลงขบขัน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 มีบุคลิกใจดีแล้วอ่อนโยน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 มีบุคลิกใจขี้โมโห จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 มีบุคลิกฉลาดหลักแหลม มีความเป็นผู้นำสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 มีบุคลิกขรึมและเป็นผู้ใหญ่จำนวน 16 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.0 และมีบุคลิกที่ลึกลับคาดเดาได้ยากจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบบุคลิกภาพของตัวร้ายในละครเกาหลีแบบมีบุคลิกที่ร้ายแบบตลก จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมา มีบุคลิกที่ร้ายแบบมีเหตุผล จำนวน 98 คน

คิดเป็นร้อยละ 24.5 มีบุคลิกที่ลึกลับ ซ่อนเร้นคาดเดาได้ยากจำนวน 79 คน  
 คิดเป็นร้อยละ 19.8 มีบุคลิกที่ร้ายลึก จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 มีบุคลิกที่  
 ฉลาดแกมโกง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบ  
 บุคลิกภาพของนักแสดงสบทบแบบมีบุคลิกที่ตลกขบขัน จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ  
 42.5 รองลงมาคือ มีบุคลิกที่สร้างความวุ่นวายให้นักแสดงนำต้องคอยตามแก้ปัญหา  
 จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 มีบุคลิกเจ้าเล่ห์ ฉลาดแกมโกงจำนวน 80 คน คิดเป็น  
 ร้อยละ 20.0 และมีบุคลิกที่ลึกลับ ซ้ำซ้อน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบผู้แสดงละคร  
 โทรทัศน์ที่มีความสามารถในการแสดง ชอบการแสดงจากนักแสดงที่แสดงเป็นธรรมชาติ  
 ต้องการชมนักแสดงละครโทรทัศน์เกาหลีที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น ชอบบุคลิกภาพของ  
 นักแสดงนำฝ่ายชายละครเกาหลีแบบมีบุคลิกที่ตลกขบขัน บุคลิกภาพของนักแสดงนำ  
 ฝ่ายหญิงละครเกาหลีแบบมีบุคลิกแก่นซน คล่องแคล่ว บุคลิกภาพของตัวร้ายในละคร  
 เกาหลีแบบมีบุคลิกที่ร้ายแบบตลก และชื่นชอบบุคลิกภาพของนักแสดงสบทบแบบมี  
 บุคลิกที่ตลกขบขัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องกระแสนิยมเกาหลี เพราะการพัฒนา  
 Korea Content ของประเทศเกาหลีไม่เพียงมุ่งเน้นการส่งออกสู่ตลาดภายนอกเท่านั้น  
 แต่ยังส่งเสริมเพื่อทดแทนการนำเข้าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของต่างชาติด้วย และมักมี  
 เป้าหมายเน้นการจรรโลงสังคม โดยเฉพาะภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ ทั้งนี้ในอดีต  
 ชาวเกาหลีจำนวนไม่น้อยไม่นิยมดูภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์เกาหลี แต่การพัฒนา  
 Korea Content ช่วยให้คนเกาหลีหันกลับมาดูภาพยนตร์เกาหลีเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 50  
 เปรียบเทียบกับประเทศกำลังพัฒนาโดยทั่วไปที่ประชาชนดูภาพยนตร์ที่ผลิตในประเทศ  
 เพียงร้อยละ 10-20 เท่านั้น

องค์กรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (อศท. เกาหลี) แห่งประเทศไทย นั้นมี  
 ความสำคัญอย่างมากในการส่งเสริมกระบวนการสร้างกระแสเกาหลีนิยม โดยองค์กร  
 ดังกล่าวได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ และใช้ทุกวิธีการในการส่งเสริมกระแสและการส่งเสริม  
 การท่องเที่ยวเกาหลี โดยเฉพาะอย่างยิ่งใช้กลยุทธ์ในการนำนักแสดง ดารา นักร้องเกาหลี  
 มาเชื่อมโยงทำกิจกรรมต่าง ๆ ในประเทศไทย

เพื่อส่งเสริมกระแสความนิยมเกาหลี ให้มีความถาวรในระดับหนึ่งเรียกว่าทูตทางวัฒนธรรมของเกาหลีโดยทำหน้าที่สร้างกระแสอย่างสม่ำเสมอ สัญลักษณ์ที่เป็นรูปดาวของการท่องเที่ยวเกาหลีคือสัญลักษณ์ในการบ่งบอกการใช้กลยุทธ์ โดยนำดารานักร้องให้เป็นทูตทางวัฒนธรรมแพร่กระจายวัฒนธรรมเกาหลีไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ทั้งนี้องค์กรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลียังได้ร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนของเกาหลีที่ได้จัดตั้งในประเทศไทย เพื่อมุ่งในการบรรลุเป้าหมายของนโยบายเดียวกันคือ การนำรายได้เข้าประเทศเกาหลีได้ให้ได้มากที่สุด

นอกจากนี้ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลยังชี้ให้เห็นว่าลักษณะของประชากรที่แตกต่างกัน คือ เพศ การศึกษา อายุ รายได้ อาชีพ ศาสนา สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน บุคคลที่มีวัยต่างกันย่อมเปิดรับสื่อแตกต่างกันด้วย สิ่งสำคัญที่เป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของบุคคลคือสภาพเงื่อนไข (condition) ที่แต่ละบุคคลได้รับจากสังคมหรือสภาพแวดล้อม ข่าวสารต่าง ๆ ในสังคมเปรียบเหมือนสิ่งเร้าที่ทำให้ผู้รับสารแต่ละคนมีการตอบสนองต่างกัน รวมทั้งสร้างลักษณะความแตกต่างของบุคคลด้วย

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องงานวิจัยของ อลิสา วิทวัสกุล (2549) ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีผ่านละครโทรทัศน์ แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวความคิดการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ภาพลักษณ์ที่แฝงมากับเนื้อหาของละคร และปัจจัยที่ทำให้เกิดกระแสบริโภคนิยมต่าง ๆ จากละครเกาหลีเรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง พบว่า การนำละครโทรทัศน์มาเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ประเทศได้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ละครโทรทัศน์สามารถส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ของประเทศโดยนำเสนอสินค้าเชิงภาพลักษณ์ ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม คุณธรรม วิถีชีวิต และสถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ ทำให้ผู้ชมละครเกิดความรู้สึกที่ดีและให้ความสนใจกับประเทศเกาหลีได้มากขึ้น โดยปัจจัยที่ก่อให้เกิดกระแสบริโภคนิยมต่าง ๆ จากละครเรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง คือความสามารถของนักแสดง ความเหมาะสมของบทบาท เนื้อเรื่องที่มีความสนุกสนาน สารที่ให้แง่คิด และความบันเทิง รวมถึง

การมีความใกล้ชิดทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศเกาหลีใต้ และประเทศไทย ซึ่งผลจากกระแสที่เกิดขึ้นทำให้เกิดการทัวร์รูปแบบใหม่ คือการทัวร์ตามรอยละคร

### **ผลการวิเคราะห์เทคนิคการนำเสนอละครโทรทัศน์เกาหลี ของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร**

ประชากรในเขตลาดพร้าว เขตปทุมวัน เขตดินแดง เขตห้วยขวาง และเขตบางกะปิ มีจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจเทคนิคการนำเสนอที่หน้าตาของนักแสดง จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือฉากและสถานที่ถ่ายทำ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ความสามารถของนักแสดง จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 เพลงประกอบละคร จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 การพากย์เสียง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และอื่น ๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบเพลงประกอบละครเกาหลีแบบที่ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์คล้อยตาม จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาคือตามเนื้อเรื่อง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ตามยุคน่าสมัย จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ฟังแล้วสะดุดหูมีความแปลกใหม่ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และอื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบเสียงประกอบละครเกาหลีแบบเสียงที่มีความสอดคล้องกับเนื้อเรื่อง จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือเสียงตามธรรมชาติ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 และอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบฉากธรรมชาติและทิวทัศน์ตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศเกาหลี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาคือฉากที่สวยงาม โรแมนติก จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 ฉากที่ตรงกับเนื้อเรื่องในบทประพันธ์ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ฉากสถานที่ประวัติศาสตร์ที่สำคัญของประเทศเกาหลี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ฉากพระราชวังต่าง ๆ ในประเทศเกาหลี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ฉากที่ทันสมัยแปลกใหม่ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบสถานที่ถ่ายทำละครในประเทศเกาหลี จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ต่างประเทศ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และอื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่

ชอบการตั้งชื่อละครเกาหลีแบบชื่อที่ฟังแล้วน่าสนใจติดตาม จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาคือ ชื่อทันสมัยแปลกใหม่ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 ชื่อตามบทประพันธ์เดิม จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 และอื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้ละครเกาหลีออกอากาศวันเสาร์-อาทิตย์ เวลาประมาณ 18.00-20.00 น. จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือวันเสาร์-วันอาทิตย์ เวลาประมาณ 20.30-22.00 น. จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 วันเสาร์-วันอาทิตย์ เวลาประมาณ 9.00-11.00 น. จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 วันจันทร์-วันศุกร์ เวลาประมาณ 20.30-22.00 น. จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 วันจันทร์-วันศุกร์ เวลาประมาณ 9.00-11.00 น. จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และอื่น ๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างสนใจเทคนิคการนำเสนอที่หน้าตาของนักแสดง ชอบเพลงประกอบละครเกาหลีแบบที่ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์คล้อยตาม ชอบเสียงประกอบละครเกาหลีแบบเสียงที่มีความสอดคล้องกับเนื้อเรื่อง ชอบฉากธรรมชาติและทิวทัศน์ตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศเกาหลี ชอบสถานที่ถ่ายทำละครในประเทศเกาหลี ชอบการตั้งชื่อละครเกาหลีแบบชื่อที่ฟังแล้วน่าสนใจติดตามต้องการให้ละครเกาหลีออกอากาศวันเสาร์-อาทิตย์ เวลาประมาณ 18.00-20.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์เกาหลี ที่ว่าอุตสาหกรรมบันเทิงของประเทศเกาหลีประสบความสำเร็จชัดเจนขึ้น สาเหตุสำคัญที่ทำให้ประเทศเกาหลีมีการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมบันเทิงอย่างต่อเนื่อง การร่วมมือกันระหว่างธุรกิจต่าง ๆ และใช้เทคนิคในการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ มีจุดเด่นก็คือภูมิประเทศที่สวยงาม และเกาหลีได้ใช้จุดนี้เข้าไปแทรกเป็นฉากอันน่าประทับใจในละคร ทำให้ละครประสบความสำเร็จ

ผลการศึกษาซึ่งตรงกับแนวคิดเรื่ององค์ประกอบของละครโทรทัศน์ละครโทรทัศน์ ในมุมมองของคนดู คือละครที่แพร่หลายทางหน้าจอแก้ว ส่วนใหญ่เป็นละครแบบหลายสปีตอนจบมีลักษณะเป็นการเล่าเรื่องแบบนวนิยาย นำเสนออย่างต่อเนื่องภายในสัปดาห์ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ และมีเช่นนี้ตลอดทั้งปีไม่มีขาด

ละครโทรทัศน์นั้นมิใช่เข้ามาเกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย และแต่ละฝ่ายก็รับรู้ละครโทรทัศน์กันไปคนละแง่มุม สำหรับกลุ่มผู้ชมนั้น ละครโทรทัศน์สามารถเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรม

ที่ให้ความบันเทิงแก่มวลชนโดยทั่วไปและสำหรับผู้อุปถัมภ์รายการ ละครโทรทัศน์สามารถเป็นสินค้าทางธุรกิจที่ธุรกิจต่าง ๆ ยากขึ้นมือเข้ามาเกี่ยวข้องและทำยที่สุดสำหรับผู้สร้างละครบางกลุ่ม ละครโทรทัศน์อาจมีความหมายเทียบเท่ากับผลงานศิลปะชิ้นหนึ่ง ละครโทรทัศน์ที่เราเลือกดูนั้นแท้ที่จริงแล้วแม้จะผ่านการคัดสรรมาจากเจ้าของสถานี ผู้อำนวยการสร้าง ผู้อุปถัมภ์หลายรายการ แต่ทั้งหมดนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับกลุ่มคนดูต่างหากที่จะเป็นผู้กำหนดละครโทรทัศน์ เพราะถ้าไม่มีความนิยมคนดูก็จะไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการ ไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการก็จะไม่มีการสร้างตามมา การศึกษาเรื่องของละครโทรทัศน์เกาหลีที่ออกอากาศทางโทรทัศน์จะเป็นที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับส่วนต่าง ๆ ของละครโทรทัศน์เสียก่อนซึ่งบทละครโทรทัศน์แต่ละเรื่องประกอบไปด้วยสิ่งต่าง ๆ นั้นทิดา ดอกแก้ว (2551) คือเค้าโครงเรื่อง (plot) ตัวละครและการวางนิสัยตัวละคร (character and characterization) ความคิด (thought) การให้ภาษา (diction) หรือบางตำราใช้ว่า dialogue เพลง (song) ภาพ (spectacle) องค์ประกอบทั้งหมดต้องนำมาประกอบกัน เพราะทั้งหมดจะช่วยให้ละครได้รับความนิยมจากผู้ชม

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2551) ศึกษาเรื่อง *กระบวนการเอเชียวัตน์ของวัฒนธรรมป๊อปเกาหลี (เคป๊อป): การผลิต การบริโภค และการสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย* มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของประเทศเกาหลีของวัยรุ่นไทย พบว่า สินค้าวัฒนธรรมป๊อปเอเชีย ซึ่งประกอบไปด้วย ภาพยนตร์ ดนตรี ละครโทรทัศน์ หนังสือการ์ตูน นิตยสาร เว็บไซต์ เกมออนไลน์ เป็นต้น กำลังได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นตามมหานครของเอเชีย และสินค้าวัฒนธรรมป๊อปเกาหลีเหล่านี้ก็ได้แพร่หลายเข้ามาในประเทศไทยอย่างรวดเร็วมาก ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ประเทศเกาหลีได้มีการศึกษาวิจัยทางการตลาดของภูมิภาคเอเชีย และวัฒนธรรมเฉพาะของแต่ละประเทศว่าสินค้าวัฒนธรรมประเภทใดเป็นที่นิยมสามารถที่จะเปิดตลาดในประเทศเพื่อนบ้านได้ ที่สำคัญคือ รัฐบาลประเทศเกาหลีได้เป็นผู้ลงทุนและวางนโยบายเรื่องการสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมในตลาดเอเชีย โดยมีการจัดทำแผนปฏิบัติการและพัฒนาบุคลากรฝ่ายสร้างสรรค์เนื้อหาสาระทางด้านเพลง ละคร ภาพยนตร์ ด้วยนโยบายของภาครัฐและความพร้อมของภาคเอกชน จึงทำให้สินค้าวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีได้ประสบความสำเร็จทางการส่งออกขายวัฒนธรรม

ในประเทศต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าจากงานวิจัยของ อุบลรัตน์ ศิริวุศักดิ์ ซึ่งให้เห็นถึง การให้ความสำคัญในการวิจัยที่ประเทศเกาหลีทำจึงทำให้เกิดเทคนิคที่เหมาะสมในการนำไปใช้กับประเทศที่ส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรม

### **ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร**

การเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.33 การเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีเพราะชอบเนื้อหาของละครโทรทัศน์เกาหลีเป็นอันดับแรก มีคะแนนระดับการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร ค่าเฉลี่ย 3.70 รองลงมาคือ การเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีเพราะชอบผู้แสดงละครโทรทัศน์เกาหลีเป็นอันดับสอง มีคะแนนระดับการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร ค่าเฉลี่ย 3.66 และการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีเพราะเพลง/ทำนองประกอบไพเราะเป็นอันดับสาม มีคะแนนระดับการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร ค่าเฉลี่ย 3.63

### **ข้อเสนอแนะ**

จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมละครโทรทัศน์เกาหลีในปัจจุบัน ยังคงมีอัตราการเจริญเติบโต ดังนั้นเพื่อการพัฒนาที่ดีในอนาคตจึงควรมีการวิจัยถึงปัญหาในการเลือกชมละครโทรทัศน์ของผู้ชมในประเทศไทย ต้องให้ความสำคัญกับการทำวิจัยเพราะงานวิจัยเป็นส่วนหนึ่งที่จะพัฒนาประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้า ดังจะเห็นจากประเทศเกาหลีให้ความสำคัญกับการวิจัยผู้ชม จึงทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลีมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ดังนั้นเราควรให้ความสำคัญกับงานวิจัยโดยทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องร่วมมือกัน เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้และนำผลวิจัยมาพัฒนาวงการบันเทิงไทยให้เจริญก้าวหน้าเพิ่มมากขึ้นต่อไป

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อเป็นการส่งเสริม เพิ่มเติมและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ ให้กับการค้นคว้าในด้านการศึกษา และเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ มีมุมมองที่กว้างไกลมากขึ้น ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีข้อเสนอแนะเบื้องต้น อันจะนำไปเป็นพื้นฐานอ้างอิงในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งยังไม่ครอบคลุมควรขยายขอบเขตการวิจัยให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อให้ผลการวิจัยที่ให้ข้อมูลโดยรวมมากขึ้น
2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างเพียงอย่างเดียว ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น ควรทำการวิจัยโดยการทำโฟกัสกรุ๊ปควบคู่ไปด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น
3. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบจุดเด่น จุดด้อยละครโทรทัศน์ไทยกับละครโทรทัศน์เกาหลี หรือละครต่างประเทศอื่น ๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงพัฒนาในการผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้มีความเหมาะสม และเป็นประโยชน์ต่อผู้ชมทุกเพศ ทุกวัย หรือใช้ข้อมูลดังกล่าวตั้งเป็นเกณฑ์มาตรฐานในการผลิตละครที่พึงประสงค์ของวงการบันเทิงไทยต่อไป