บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทยจากสื่อบันเทิงเกาหลี" มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

6. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี ของวัยรุ่นไทย
7. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อวัฒนธรรมเกาหลี ของวัยรุ่นไทย
8. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลี ของวัยรุ่นไทย
9. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี กับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย
10. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อวัฒนธรรมเกาหลี และพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลี ของวัยรุ่นไทย

ทั้งนี้ได้มีการตั้งสมมติฐานในการวิจัยไว้ ดังนี้

3. การเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี กับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย มีความสัมพันธ์กัน
4. ทัศนคติต่อวัฒนธรรมเกาหลี กับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย มีความสัมพันธ์กัน

โดยการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทยจากสื่อบันเทิงเกาหลี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15 – 25 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเคยบริโภคสื่อบันเทิงเกาหลี ชื่นชอบและติดตามชมภาพยนตร์ ละคร และเพลงเกาหลี และมีพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลี จำนวน 8 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการแบบก้อนหิมะ (Snowball)

ส่วนที่ 2 ศึกษาการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี ทัศนคติต่อวัฒนธรรมเกาหลี และพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถาม กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15 – 25 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เคยบริโภคสื่อบันเทิงจากเกาหลี ชื่นชอบและติดตามภาพยนตร์ ละคร และเพลงเกาหลี จำนวน 400 คน โดย การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทยจากสื่อบันเทิงเกาหลี

ข้อมูลและรายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 8 คน เป็นเพศหญิง เนื่องจากเพศหญิงมีปริมาณการเปิดรับสื่อเกาหลีและมีพฤติกรรมการเลียนแบบมากกว่าเพศชาย ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 8 คนมีระยะเวลาในการติดตามสื่อบันเทิงตั้งแต่ 2 – 8 ปี จะชื่นชอบเพลงเกาหลีมากที่สุด รองลงมาเป็นละครเกาหลี และภาพยนตร์เกาหลี สาเหตุที่ชื่นชอบสื่อบันเทิงเกาหลี เพราะ คุณภาพของผลงาน ความแปลกใหม่ ความสามารถและหน้าตาของนักร้องนักแสดง และเบื่อสื่อบันเทิงไทยที่มีแต่แนวเดิมๆ คุณภาพยังเทียบกับสื่อบันเทิงเกาหลีไม่ได้

พฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทยจากสื่อบันเทิงเกาหลี

พฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมนั้น ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของวัฒนธรรมออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ แฟชั่นเกาหลี ภาษาเกาหลี อาหารเกาหลี การท่องเที่ยวประเทศเกาหลี เครื่องมือเครื่องใช้ และพฤติกรรม การดำเนินชีวิต

1. <u>แฟชั่นเกาหลี</u>

ได้แบ่งแฟชั่นเกาหลีออกเป็น 3 ประเภท

- การแต่งกาย

แฟชั่นการแต่งกายของนักแสดงในละครเกาหลีและการแต่งกายของนักร้องเกาหลี มีส่วนทำให้กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบแฟชั่นการแต่งกายของเกาหลี เพราะน่ารักและดูดี และยังมีส่วนต่อการทำให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบในการแต่งตัวตามแฟชั่นเกาหลี โดยมีการเอามาประยุกต์ใช้เพื่อให้เหมาะกับตัวเอง

- การแต่งหน้า

แฟชั่นการแต่งหน้าของนักแสดงในละครและการแต่งหน้าของนักร้องเกาหลี มีส่วนทำให้กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบแฟชั่นการแต่งหน้าของเกาหลี เพราะสไตล์การแต่งหน้าของเกาหลีจะดูเป็นธรรมชาติ แต่จะมีส่วนต่อการทำให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบการแต่งหน้าตามแฟชั่นเกาหลีของกลุ่มตัวอย่างได้เพียงบางส่วน

- ทรงผม

แฟชั่นทรงผมของนักแสดงในละครและทรงผมของนักร้องเกาหลี มีส่วนทำให้กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบแฟชั่นทรงผมของเกาหลี เพราะสวยและเทห์ดี แต่จะมีส่วนต่อการทำให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบการทำทรงผมตามแฟชั่นเกาหลีของกลุ่มตัวอย่างได้เพียงบางส่วน

2. <u>ภาษาเกาหลี</u>

เพลงเกาหลีมีส่วนอย่างมากที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบ ต้องการที่จะเรียนภาษาเกาหลี เพราะต้องการทราบว่านักร้องเขาพูดอะไรกัน อยากที่จะร้องและแปลเพลงเกาหลีได้ และอยากจะสื่อสารกับนักร้องได้ และยังมีผลต่อการทำให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบในการพูดภาษาเกาหลี โดยมีการจดจำคำทักทายง่ายๆมาพูดกับ เพื่อนและคนรู้จักที่ชื่นชอบสื่อบันเทิงเกาหลีเหมือนกัน

3. อาหารเกาหลี

อาหารเกาหลีที่ปรากฏอยู่ในละครเกาหลีนั้น มีผลอย่างมากที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างอยากที่จะลองรับประทานอาหารเกาหลี เพราะเห็นในละครสีสัน หน้าตาของอาหารดูน่ากิน และยังมีผลต่อการทำให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบในการรับประทานอาหารเกาหลี โดยมีกลุ่มเป้าหมายบางส่วนอยากที่จะลองทำอาหารเกาหลีถ้ามีโอกาส

4. การท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

สถานที่ต่างๆที่ปรากฏอยู่ในละครและภาพยนตร์เกาหลี มีผลอย่างมากที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างอยากที่จะไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี เพราะเห็นในละครแล้วสถานที่ต่างๆที่เห็นดูสวยดีอยากที่จะไปเห็น และอยากจะไปเดินช็อปปิ้ง เพราะของที่ประเทศเกาหลีมีแพ็คเกจที่น่ารักและราคาถูกกว่าในประเทศไทย โดยประเทศเกาหลีนั้นเป็นประเทศแรกที่กลุ่มตัวอย่างอยากที่จะไป

5. เครื่องมือ เครื่องใช้ (เครื่องสำอาง)

เมื่อละคร ภาพยนตร์และเพลงเกาหลีกำลังได้รับความนิยม สินค้าเครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆที่ผลิตมาจากประเทศเกาหลีก็เริ่มได้รับความนิยมด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะเครื่องสำอางที่ผลิตมาจากประเทศเกาหลีที่กำลังได้รับความนิยม สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากเห็นนักร้องและนักแสดงเกาหลีแต่งหน้าออกมาแล้วดูดีเลยอยากที่จะใช้ตาม และด้วยแพ็คเกจของผลิตภัณฑ์ที่สวย น่ารัก และในเรื่องของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีการบอกต่อกันมาจากผู้ที่เคยใช้ มีผลทำให้กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบและเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบในการซื้อเครื่องสำอางของประเทศเกาหลีมาใช้ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่ยังไม่เคยใช้ก็อยากที่จะลองซื้อมาใช้ด้วยเช่นกัน

6. พฤติกรรม การดำเนินชีวิต

การเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี ทำให้ได้เรียนรู้ในเรื่องพฤติกรรม การดำเนินชีวิตของคนเกาหลี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการทำศัลยกรรมของนักร้องและนักแสดงเกาหลี มีผลทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการยอมรับในเรื่องของการทำศัลยกรรมว่าไม่ใช่เรื่องเสียหายและอยากที่จะเลียนแบบ เพราะเห็นจากนักร้องและนักแสดงที่ตัวเองชื่นชอบทำศัลยกรรมมาแล้วสวย หล่อและดูดี จึงอยากที่จะทำตาม

ส่วนที่ 2 ศึกษาการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี ทัศนคติต่อวัฒนธรรมเกาหลี และพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย

ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่าง วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน เป็นวัยรุ่นผู้หญิงมากกว่าวัยรุ่นวัยชาย ถึง 4 เท่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19-20 ปี โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ในสัดส่วนมากที่สุด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด เป็นนักเรียน/นักศึกษา วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่ สนใจสื่อบันเทิงเกาหลีประเภทละคร มากที่สุด รองลงมา สนใจเพลงเกาหลีและภาพยนตร์เกาหลี

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี ได้แก่ ภาพยนตร์ ละคร และเพลง

วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เกือบครึ่งหนึ่ง เปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีประเภทเพลง มากที่สุด รองลงมา คือ ละครเกาหลี ในขณะที่เปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีประเภทภาพยนตร์น้อยที่สุด วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่จะรับชมภาพยนตร์เกาหลีจากช่องทาง DVD/VCD มากที่สุดและบ่อยที่สุด และรับชมละครเกาหลีจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3,5,7,9 และ TITV มากที่สุดและบ่อยที่สุดด้วยเช่นกัน ในขณะเดียวกันก็ฟังเพลงเกาหลี จากอินเตอร์เน็ต มากที่สุดและบ่อยที่สุด

วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่ เปิดรับ ภาพยนตร์ ละคร และเพลง เกาหลี โดยการยืมเพื่อนมา วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่รับชม ภาพยนตร์เกาหลี น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์ เป็นเวลา 1 ชั่วโมงครึ่ง - 2 ชั่วโมง/วัน รับชมละครเกาหลี 2 - 3 วัน/สัปดาห์ เป็นเวลามากกว่า 2 ชั่วโมง/วัน และฟังเพลงเกาหลี ทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์) เป็นเวลามากกว่า 2 ชั่วโมง/วัน

วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่ เปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี ในระดับปานกลาง ซึ่งพบว่า มีการเปิดรับเพลงเกาหลี มากที่สุด รองลงมา คือ ละครเกาหลี ในขณะที่เปิดรับภาพยนตร์เกาหลี น้อยที่สุด เหตุผลสำคัญที่สุดที่เลือกรับชม/ฟัง ภาพยนตร์ ละคร และเพลงเกาหลี คือ ชื่นชอบนักร้องและนักแสดงเกาหลี

ทัศนคติที่มีต่อวัฒนธรรมเกาหลี

วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่ มีทัศนคติเป็นกลางต่อวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งพบว่า วัยรุ่นไทย มีทัศนคติเชิงบวกต่อวัฒนธรรมเกาหลีในด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ มีทัศนคติเชิงบวกต่อวัฒนธรรมเกาหลีในเรื่องภาษา การแต่งกาย และทรงผม ตามลำดับ ในขณะที่มีทัศนคติเป็นกลางต่อวัฒนธรรมเกาหลีในเรื่องการแต่งหน้า แฟชั่นเกาหลี เครื่องมือ เครื่องใช้ อาหาร ตามลำดับ และที่มีทัศนคติเป็นกลางต่อวัฒนธรรมเกาหลีน้อยที่สุดในเรื่องพฤติกรรมการดำเนินชีวิต

ในเรื่องแฟชั่นเกาหลี วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติเป็นกลางต่อวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งพบว่ามีทัศนคติเชิงบวกมากที่สุดต่อการเลียนแบบแฟชั่นเกาหลีของวัยรุ่นไทย

ในเรื่องการแต่งกาย วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งพบว่า มีทัศนคติเชิงบวกมากที่สุดว่า การเลียนแบบตามแฟชั่นเกาหลีไม่ใช่เรื่องเสียหาย

ในเรื่องทรงผม วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งพบว่า มีทัศนคติเชิงบวกมากที่สุดโดยชอบที่คนรอบข้างทำทรงผมตามแฟชั่นเกาหลี

ในเรื่องการแต่งหน้า วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติเป็นกลางต่อวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งพบว่ามีทัศนคติเชิงบวกมากที่สุดโดยชอบที่คนรอบข้างแต่งหน้าตามแฟชั่นเกาหลี

ในเรื่องภาษาเกาหลี วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งพบว่า มีทัศนคติเชิงบวกมากที่สุดต่อการได้ยินเพลงเกาหลีจะฟังเพลงเกาหลีต่อเนื่องและไม่เปลี่ยนเพลงทันที

ในเรื่องอาหาร วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติเป็นกลางต่อวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งพบว่ามีทัศนคติเชิงบวกมากที่สุดในการเรียนทำอาหารเกาหลีว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจและน่าเรียนรู้

ในเรื่องการท่องเที่ยว วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งพบว่ามีทัศนคติเชิงบวกมากที่สุดเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆในประเทศเกาหลีที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ และละครเกาหลีมีทำให้อยากที่จะไปท่องเที่ยวในประเทศเกาหลี

ในเรื่องเครื่องมือ เครื่องใช้ วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติเป็นกลางต่อวัฒนธรรมเกาหลีซึ่งพบว่า มีทัศนคติเชิงบวกต่อความนิยมในเครื่องสำอางที่ผลิตจากประเทศเกาหลี

ในเรื่องพฤติกรรม การดำเนินชีวิต วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติเป็นกลางต่อวัฒนธรรมซึ่งพบว่า วัยรุ่นไทยมีทัศนคติเชิงบวกในความเป็นชาตินิยม อนุรักษ์นิยมของคนเกาหลี ว่าเป็นเรื่องที่ดีซึ่งสังคมไทยควรเอาเป็นแบบอย่าง

พฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลี

ผลการวิจัย พบว่า วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลี ในระดับต่ำ โดยวัยรุ่นไทยพฤติกรรมการเลียนแบบในระดับปานกลางในเรื่องการแต่งกายตามแฟชั่นเกาหลีบ่อยที่สุด รองลงมา เรื่องทรงผมตามแฟชั่นเกาหลี พฤติกรรมการเลียนแบบในระดับต่ำ คือ เรื่องอาหารเกาหลี, การแต่งหน้า, ภาษาเกาหลี, และเครื่องสำอาง ตามลำดับ ส่วนพฤติกรรมการเลียนแบบในระดับต่ำมาก คือเรื่องพฤติกรรมการขี่หลังแฟนของตนเอง และที่น้อยที่สุด คือ การไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

ผลการสำรวจ การเลียนแบบทำศัลยกรรมตามอย่างนักร้องและนักแสดงเกาหลี พบว่า วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เกือบทั้งหมด ไม่เคยเลียนแบบการทำศัลยกรรมตามอย่างนักร้องและนักแสดงเกาหลี วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่เลียนแบบการแต่งกาย ทรงผม และการแต่งหน้าตามแบบแฟชั่นเกาหลี มาจากนักร้อง/นักแสดงที่ชื่นชอบ มากที่สุด เพราะ เห็นว่าสวย ดูดี

มีสไตล์ เรียน/พูดภาษาเกาหลี เพราะ อยากเรียนรู้ภาษาใหม่ๆ รับประทานอาหารเกาหลี เพราะ อยากลองอาหารใหม่ๆ อยากไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลี เพราะ เห็นสถานที่ดูสวยงาม น่าไปท่องเที่ยว เลือกใช้เครื่องสำอางของประเทศเกาหลี เพราะ อยากลองของใหม่

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

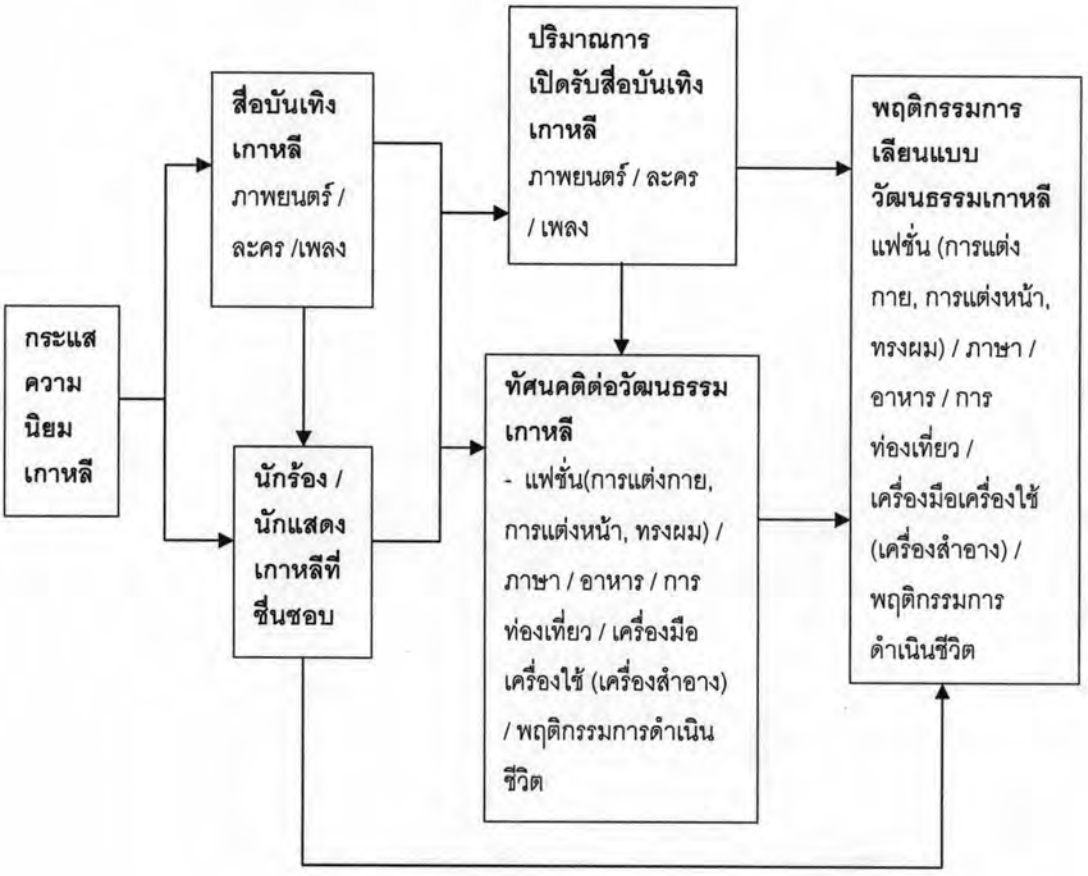
สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีกับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย มีความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน แสดงว่าการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีกับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย มีความสัมพันธ์กันเชิงบวก ในระดับต่ำ นั่นหมายถึง เมื่อวัยรุ่นไทยมีการเปิดรับภาพยนตร์ ละคร และเพลงเกาหลีมากขึ้น ก็จะมีส่วนทำให้วัยรุ่นไทยเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีจากสื่อบันเทิงมากขึ้นเช่นเดียวกัน

สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติต่อวัฒนธรรมเกาหลีกับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย มีความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน แสดงว่าทัศนคติต่อวัฒนธรรมเกาหลีกับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย มีความสัมพันธ์กันเชิงบวก ในระดับปานกลาง นั่นหมายถึง เมื่อวัยรุ่นไทยมีทัศนคติในเชิงบวกต่อวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น ก็จะมีส่วนทำให้วัยรุ่นไทยเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีจากสื่อบันเทิงมากขึ้นเช่นเดียวกัน

กรอบแนวคิดพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทยจากสื่อบันเทิงเกาหลี



จากการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า กระแสความนิยมเกาหลีนั้นประเทศไทยนั้น ทำให้สื่อมวลชนมีการเผยแพร่สื่อบันเทิงเกาหลีเป็นจำนวนมาก นักร้องและนักแสดงของเกาหลีเป็นที่รู้จักมากขึ้นและเกิดกลุ่มแฟนคลับที่ชื่นชอบนักร้องและนักแสดงเหล่านี้ ทำให้มีการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีมากขึ้น และเกิดทัศนคติที่ดีต่อวัฒนธรรมเกาหลี ส่งผลให้วัยรุ่นไทยเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

สื่อบันเทิงเกาหลี

สื่อมวลชนคือตัวจักรสำคัญที่ช่วยเป็นสื่อกลางให้เกิดปฏิสัมพันธ์ขึ้นในแต่ละสังคม นอกจากนั้นยังถือเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดภาษา ประเพณี ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนวัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่งทั้งในระดับบุคคลและระดับมวลชน (cross cultural) เพราะอุตสาหกรรมสื่อมวลชนไม่ได้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป แต่เป็นผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม (cultural product) ผลิตความคิดอุดมการณ์ (ideological message) ที่มีอิทธิพลเหนือจิตใจของผู้คนในสังคม (วิภา อุตมฉันท์ 2544, 144)

ประเทศเกาหลีได้ให้ความสำคัญในการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมเป็นสินค้าหลักในการส่งออก ซึ่งเป็นการร่วมมืออย่างดีระหว่างรัฐบาลกับเอกชน จนทำให้เกิดเป็นกระแสเกาหลีฟีเวอร์ขึ้นมา จากการที่รัฐบาลเกาหลีมีความต้องการในการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีให้คนภายนอกได้รับรู้ จึงใช้กลยุทธ์ในการสอดแทรกวัฒนธรรมเกาหลีผ่านสื่อบันเทิงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ภาพยนตร์ ละคร เพลง และสื่ออื่นๆ ทำให้นานาประเทศไทยรู้จักวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น โดยการใช้การสื่อสารวัฒนธรรมโดยผ่านสื่อมวลชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธิดารัตน์ รักประยูร (2545 : 11) ที่กล่าวว่า กระบวนการที่วัฒนธรรมถูกเผยแพร่จากแหล่งกำเนิดไปยังสังคมได้โดยการ ที่วัฒนธรรมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดหรือเผยแพร่วัฒนธรรม และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533 : 4 - 6) ที่กล่าวว่าคนเราได้เรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกันได้โดยอาศัยข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านสื่อมวลชนต่างๆ เพราะเนื้อหาสารที่ถูกส่งผ่านสื่อมวลชนย่อมเป็นเครื่องสะท้อนถึงวัฒนธรรม หรือ วิถีทางแห่งการดำรงชีวิตของคนในสังคมนั้น รวมทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธาสินี มาสขาว (2549) เรื่อง "กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านละครโทรทัศน์เกาหลี" พบว่า ประเทศเกาหลีมีนโยบายหลักในการส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรม โดยผ่านอุตสาหกรรมความบันเทิง ได้แก่ ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และเพลง ซึ่งมีกลยุทธ์ที่สำคัญ คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านละครโทรทัศน์ โดยนำเสนอภาพผ่านสถานที่ท่องเที่ยว การสอดแทรกวัฒนธรรมผ่านละครโทรทัศน์ และการนำสถานที่ที่ปรากฏในละครมาจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยว

กระแส "Hallyu" หรือกระแสวัฒนธรรม K-Pop นั้นได้รับความนิยมในประเทศไทยอย่างมาก โดยเฉพาะสื่อบันเทิงประเภท ภาพยนตร์ ละครและเพลงเกาหลีได้รับการตอบรับจากวัยรุ่น

ไทยเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้วัยรุ่นไทยได้เรียนรู้และซึมซับวัฒนธรรมเกาหลีอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นเพราะเป็นเกาหลีเป็นประเทศในแถบเอเชีย และวัฒนธรรมต่างๆของประเทศเกาหลีมีความใกล้เคียงกัน จึงทำให้วัยรุ่นไทยเกิดการยอมรับวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อมรา พงศาพิชญ์ (2537 : 31 - 32) ที่กล่าวว่า มนุษย์จะถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่งแล้ว มนุษย์เรามีการรับวัฒนธรรมมาจากสังคมข้างเคียงได้ ซึ่งในส่วนของวัฒนธรรมที่รับมาจากสังคมข้างเคียงนั้นจะต้องไม่ขัดกับค่านิยมหลักของสังคม และมีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมเดิมที่มีอยู่

ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้พยายามที่จะหาคำตอบว่า ในช่วงที่กระแสเกาหลีกำลังได้รับความนิยมอย่างอย่างสูงนั้น วัยรุ่นไทยมีการเปิดรับสื่อบันเทิงประเภทภาพยนตร์ ละคร และเพลงเกาหลีมากน้อยแค่ไหน และมีทัศนคติต่อวัฒนธรรมเกาหลีอย่างไร ตลอดจนในเรื่องของวัฒนธรรมที่มีการส่งผ่านมาทางสื่อบันเทิงเหล่านี้ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นไทยหรือไม่ การเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบหรือไม่ และทัศนคติต่อวัฒนธรรมเกาหลีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบหรือไม่ ซึ่งสามารถอภิปรายได้ตามหัวข้อดังนี้

การเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย

ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่ เปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี ในระดับปานกลาง โดยมีการเปิดรับเพลงเกาหลีมากที่สุด ซึ่งเปิดรับทุกวัน เป็นเวลามากกว่า 2 ชั่วโมง/วัน รองลงมา คือ ละครเกาหลี มีการเปิดรับ 2 - 3 วัน/สัปดาห์ เป็นเวลามากกว่า 2 ชั่วโมง/วัน และเปิดรับภาพยนตร์เกาหลีน้อยที่สุด มีการเปิดรับน้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์ เป็นเวลา 1 ชั่วโมงครึ่ง - 2 ชั่วโมง/วัน ซึ่งเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกรับชม/ฟังสื่อบันเทิงเกาหลี คือ ชื่นชอบนักร้องและนักแสดงเกาหลี

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แซมมวล เบคเกอร์ (Samuel L. Backer, 1971 : 79 - 82) ที่กล่าวว่า บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ โดยจะเปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่สนใจหรือมีผู้แนะนำมา และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper,1960 : 19 - 25) ที่กล่าวว่า กระบวนการเลือกเปิดรับสารนั้น บุคคลมีแนวโน้มที่จะเปิดรับสารตามความคิดเห็น หรือความสนใจของตน และหลีกเลี่ยงไม่เปิดรับในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจ และความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความ

ชำนาญในการรับรู้และเข้าใจข่าวสารของคนเรานั้นก็แตกต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ

จากแนวคิดดังกล่าวช่วยอธิบายให้เห็นว่า วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นั้นมีการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี เพราะชื่นชอบนักร้องและนักแสดงเกาหลี โดยปริมาณการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีแต่ละประเภทและเวลาที่ใช้ในการเปิดรับก็จะแตกต่างกันไปตามความชอบ และความต้องการของแต่ละบุคคล

ผลการวิจัยยังพบอีกว่า วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่จะรับชมภาพยนตร์เกาหลีจาก DVD/VCD และรับชมละครเกาหลีจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3,5,7,9 และ TITV ในขณะเดียวกันก็ฟังเพลงเกาหลี จากอินเตอร์เน็ต โดยวัยรุ่นไทยส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีโดยการยืมเพื่อนมา

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm,1973 : 121 - 122) ที่กล่าวว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารจะขึ้นอยู่กับการประเมินถึงปัจจัยในการใช้ความพยายามว่าควรใช้น้อยสุด (Least effort) และผลตอบแทนที่รับมากที่สุด (Promise of reward) ซึ่งหมายถึง ในการที่เราจะเลือกเปิดรับข่าวสารใดนั้นจะต้องเป็นข่าวสารที่เปิดรับได้ง่าย และไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการให้ได้ข่าวสารนั้น แต่สามารถสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเองได้มาก

จากแนวคิดดังกล่าวช่วยอธิบายให้เห็นว่า วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เลือกที่จะเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีจาก DVD/VCD, สถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ และอินเตอร์เน็ท เพราะเป็นช่องทางที่สามารถเปิดรับสื่อบันเทิงได้ง่าย และเป็นช่องทางที่สนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจได้มาก ซึ่งช่องทางที่เลือกนั้นเป็นช่องทางที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมากเท่ากับการที่ต้องไปดูภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ หรือฟังเพลงโดยการไปหาซื้อ CD มาฟัง

ทัศนคติของวัยรุ่นไทยที่มีต่อวัฒนธรรมเกาหลี

ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่ มีทัศนคติเป็นกลางต่อวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งพบว่า วัยรุ่นไทย มีทัศนคติเชิงบวกต่อวัฒนธรรมเกาหลีในด้านการท่องเที่ยว มากที่สุด รองลงมา คือ มีทัศนคติเชิงบวกต่อวัฒนธรรมเกาหลีในเรื่องภาษา การ

แต่งกาย และทรงผม ตามลำดับ ในขณะที่มีทัศนคติเป็นกลางต่อวัฒนธรรมเกาหลีในเรื่องการแต่งหน้า แฟชั่นเกาหลี เครื่องมือ เครื่องใช้ อาหาร และน้อยที่สุดในเรื่องพฤติกรรมการดำเนินชีวิต

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นิวคอมบ์ (Newcob, 1954 : 128) ที่กล่าวว่า ทัศนคติมีอยู่ในเฉพาะบุคคลนั้นขึ้นกับลักษณะสิ่งแวดล้อมที่เขาได้รับ ซึ่ง positive attitude คือ ลักษณะพึงพอใจหรือความชอบพอ อันเป็นผลทำให้ผู้นั้นเกิดความพอใจรักใคร่อยากใกล้ชิดสิ่งนั้น negative attitude ที่แสดงออกมาในรูปของความไม่พึงพอใจ เบื่อหน่ายเป็นผลให้ผู้นั้นเกิดความชิงชังไม่อยากเข้าใกล้สิ่งนั้น

ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ชาร์ล ฟอสเตอร์ (Charles R. Foster อ้างถึงใน จุติมา เพชรรัตน์ 2541 : 27 - 28) ที่กล่าวว่า การเกิดทัศนคติขึ้นอยู่กับเหตุ 2 ประการ คือ 1. ประสบการณ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล หรือ สถานการณ์ โดยทัศนคติของบุคคลจะเกิดจากประสบการณ์โดยตรง (Direct Experience) คือการได้พบ ได้เห็น ได้ทดลองด้วยตนเอง และประสบการณ์ทางอ้อม (Indirect Experience) คือการได้ยิน ได้ฟัง ได้เห็น หรือได้อ่านเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ แต่ไม่ได้เห็น ไม่ได้ทดลองกับของจริงด้วยตนเอง ซึ่งทัศนคติเป็นเรื่องที่เกิดจากการรับทราบ เมื่อรับทราบแล้วก็จะเกิดทัศนคติเกี่ยวกับสิ่งนั้น 2. ค่านิยมและการตัดสินค่านิยม การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งจะมีทัศนคติที่ดี หรือไม่ดีต่อต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดย่อมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ค่านิยม หรือมาตรฐานของกลุ่มที่บุคคลนั้นดำเนินชีวิตอยู่

จากแนวคิดดังกล่าวช่วยอธิบายให้เห็นว่า กระแสเกาหลีฟีเวอร์ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยตอนนี้มีการรับเอาวัฒนธรรมต่างๆของเกาหลีเข้ามาเป็นจำนวนมาก ทำให้สังคมเกิดการเรียนรู้และยอมรับวัฒนธรรมเกาหลี ส่งผลให้วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เกิดทัศคติที่ดีต่อวัฒนธรรมเกาหลี

พฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลี

ผลการวิจัย พบว่า วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลี ในระดับต่ำ โดยวัยรุ่นไทยมีพฤติกรรมการเลียนแบบในระดับปานกลางในเรื่องการแต่งกายตามแฟชั่นเกาหลีบ่อยที่สุด ซึ่งเหตุผลในการเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีแต่ละประเภทนั้น ได้แก่ เรียน/พูดภาษาเกาหลี เพราะ อยากเรียนรู้ภาษาใหม่ๆ, รับประทานอาหารเกาหลี เพราะ อยากลองอาหารใหม่ๆ, อยากไปท่องเที่ยวที่ประเทศ

เกาหลี เพราะ เห็นสถานที่ดูสวยงาม น่าไปท่องเที่ยว, เลือกใช้เครื่องสำอางของประเทศเกาหลี เพราะ อยากลองของใหม่

ผลการวิจัยในส่วนของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีนั้นจะมีการเลียนแบบในเรื่องภาษาเกาหลีและอาหารเกาหลีมากที่สุด แต่ปริมาณความบ่อยครั้งในการเลียนแบบจะน้อย รองลงมาคือการเลียนแบบในเรื่อง การแต่งกาย การแต่งหน้า เครื่องสำอาง และทรงผม ซึ่งปริมาณความบ่อยครั้งในการเลียนแบบจะค่อนข้างบ่อย

ซึ่งจากผลการวิจัยทั้ง 2 ส่วน สอดคล้องกับทฤษฎีของ Albert Bandura (1976 : 24 - 29) ที่กล่าวว่า บุคคลไม่ได้เตรียมให้เกิดพฤติกรรมอื่นได้เอง แต่ต้องมีการเรียนรู้พฤติกรรมเหล่านั้นทั้งสิ้น ซึ่งกระบวนการการเกิดพฤติกรรมของบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ 1. พฤติกรรม (behavior) คือการแสดงออกของแต่ละบุคคลอันเป็นผลมาจากลักษณะของตัวบุคคลและสภาพแวดล้อม 2. องค์ประกอบของบุคคล (personal factors) ความสามารถทางกายภาพ ทักษะ สติปัญญา ความรู้ ความคิด บุคลิกภาพ สภาพจิตใจและอารมณ์ ความรู้สึก ประสบการณ์ และทุกสิ่งทุกอย่างที่ประกอบกันขึ้นเป็นตัวบุคคล 3. อิทธิพลของสภาพแวดล้อม (environmental influences) สภาวะแวดล้อมหรือสิ่งที่มีอยู่รอบตัว ซึ่งอาจจะมีอิทธิพลทางด้านจิตใจและกายภาพแก่ตัวบุคคลและต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคลและประสบการณ์ใดๆ หรือเป็นการเรียนรู้โดยถือเป็นแบบอย่างบุคคลอื่น โดยบุคคลที่เรียนรู้นั้นทำหน้าที่เป็นผู้สังเกต โดยองค์ประกอบทั้ง 3 ต่างก็เป็นตัวกำหนดซึ่งกันและกัน ซึ่งหมายความว่าองค์ประกอบทั้ง 3 ประการมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน

ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2550) เรื่อง "กระบวนการเอเชียภิวัฒน์ของวัฒนธรรม ป๊อปเกาหลี (เคป๊อป) : การผลิต การบริโภค และการสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย" ซึ่งพบว่า กระแสความนิยมของสินค้าทางวัฒนธรรมจากประเทศเกาหลี ส่งผลกระทบพฤติกรรมวัยรุ่นไทย วัยรุ่นไทยต้องเสียค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนจำนวนไม่น้อยสำหรับการซื้อสินค้าทางวัฒนธรรมเหล่านี้ และก่อให้เกิดความสนใจในการเรียนภาษาเกาหลีเพิ่มขึ้นเพื่อที่จะได้ทราบถึงเนื้อหาในภาพยนตร์ ละคร เพลงของเกาหลี

จากแนวคิดและงานวิจัยดังกล่าวช่วยอธิบายให้เห็นว่า กระแสเกาหลีฟีเวอร์ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยและการซื่นชอบสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทยนั้นส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลี

ผลการวิจัยยังพบอีกว่า วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เลียนแบบการแต่งกาย ทรงผม และการแต่งหน้าตามแบบแฟชั่นเกาหลี จากนักร้อง/นักแสดงที่ชื่นชอบ มากที่สุด และผลจาการวิจัยกับวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีนั้น พบว่า นักร้องและนักแสดงเกาหลีนั้นมีผลต่อการเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นไทย รวมทั้งละครและ ภาพยนตร์ก็มีผลทำให้วัยรุ่นไทยอยากที่จะรับประทานอาหารเกาหลีและอยากไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

ในเรื่องการเลียนแบบการทำศัลยกรรมตามอย่างนักร้องและนักแสดงเกาหลี พบว่า วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เกือบทั้งหมด ไม่เคยเลียนแบบการทำศัลยกรรมตามอย่างนักร้องและนักแสดงเกาหลี ซึ่งผลจาการวิจัยกับวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีนั้น มีการยอมรับในเรื่องของการทำศัลยกรรม ว่าไม่ใช่เรื่องเสียหายและอยากที่จะเลียนแบบ เพราะเห็นจากนักร้องและนักแสดงที่ตัวเองชื่นชอบทำศัลยกรรมมาแล้วสวย หล่อและดูดี จึงอยากที่จะทำตาม

ซึ่งจากผลการวิจัยทั้ง 2 เรื่องนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Albert Bandura (1986) ที่กล่าวว่า การที่บุคคลสามารถเรียนรู้จากการสังเกตได้นั้น ต้องประกอบไปด้วยกระบวนการที่สำคัญ 4 กระบวนการ ได้แก่ 1. กระบวนการใส่ใจ เป็นกระบวนการที่มนุษย์ใส่ใจ และสนใจในการรับรู้พฤติกรรมของตัวแบบ ซึ่งเป็นตัวแบบมีลักษณะเด่น มีความดึงดูดใจสูง 2. กระบวนการเก็บจำ เป็นการเก็บรวบรวมแบบแผนของพฤติกรรมของตัวแบบที่ได้จากการสังเกตเห็นทุกครั้ง แล้วนำมาสร้างรูปแบบของพฤติกรรมที่แน่ชัด 3. กระบวนการกระทำ เป็นกระบวนการที่ผู้สังเกตเปลี่ยนสัญลักษณ์ที่เก็บจำไว้มาเป็นการกระทำที่เหมาะสม 4. กระบวนการจูงใจ ซึ่งกระบวนการเรียนรู้จะต้องมีครบทั้ง 4 กระบวนการ ทั้งนี้การเรียนรู้จากตัวแบบจะต้องมีความใส่ใจตัวแบบจนกระทั่งสามารถจำและแปลงระบบสัญลักษณ์ไปสู่การกระทำในภายหลังได้ โดยมีองค์ประกอบสุดท้ายคือแรงจูงใจที่จูงใจให้ผู้สังเกตแสดงการกระทำตามตัวแบบออกมาในที่สุด

ซึ่งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Miller & Dollard (1953) ที่กล่าวว่าประเภทของบุคคลต้นแบบที่มีการนำมาใช้ในการเลียนแบบนั้นจะต้องมีความเหนือกว่าทางสถานภาพทางสังคม ความเหนือกว่าของบุคคลต้นแบบดังกล่าว ส่งผลให้ผู้เลียนแบบพยายามปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนให้เหมือน หรือมีความใกล้เคียงกับบุคคลที่เอาเป็นแบบอย่าง

อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ประดินันท์ อุปรมัย(2528 : 98 - 99) กล่าวว่า การที่บุคคลจะเลียนแบบพฤติกรรมจากตัวแบบมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับ ความสนใจของผู้เลียนแบบที่มีต่อตัวแบบ ถ้าผู้เลียนแบบให้ความสนใจต่อพฤติกรรมของตัวแบบมาก ผู้เลียนแบบก็จะเลียนแบบตัวแบบได้มาก เช่น วัยรุ่นที่สนใจดารา นักแสดง หรือนักร้องคนใด ก็จะเลียนแบบการแต่งกายและลักษณะท่าทางของดาราคนนั้นมากกว่าคนอื่น

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boon & Lomore (2002) เรื่อง "อิทธิพลจากความชื่นชอบบุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีต่อวัยรุ่น" พบว่า กลุ่มวัยรุ่นส่วนมากมักเลียนแบบการแต่งกายและพฤติกรรมของบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ชื่นชอบ โดยบุคคลที่มีชื่อเสียงชายมักได้รับความนิยมชมชอบมากกว่าบุคคลที่มีชื่อเสียงหญิง วัยรุ่นหญิงจะชื่นชมในภาพลักษณ์ที่ดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียง

ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมาคมวิจัยการตลาดแห่งประเทศไทย (2545) พบว่า บุคคลที่มีชื่อเสียง และสื่อมวลชนต่างมีอิทธิพลกับกลุ่มวัยรุ่น โดยบุคคลที่มีชื่อเสียงในด้านบันเทิงและด้านกีฬา กลุ่มวัยรุ่นมักให้ความสำคัญกับบุคลที่มีชื่อเสียงในด้านดังกล่าวจากต่างประเทศมากกว่าชาวไทย ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นให้ความสำคัญกับบุคคลที่มีชื่อเสียงซึ่งเป็นบุคคลที่อยู่แวดล้อม และมิได้สนิทสนมคุ้นเคยเป็นการส่วนตัวมากกว่าบุคคลในครอบครัวซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด

จากแนวคิดและงานวิจัยดังกล่าวช่วยอธิบายให้เห็นว่า นักร้องนักแสดงเกาหลีที่วัยรุ่นไทยชื่นชอบมีอิทธิพลอย่างมากทำให้วัยรุ่นไทยชื่นชอบวัฒนธรรมเกาหลี และเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบ

ทั้งนี้จากการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ในการศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทยจากสื่อบันเทิงเกาหลี พบข้อค้นพบที่น่าสนใจ ซึ่งมีทั้งส่วนที่สอดคล้องและแตกต่างกันออกไป ดังนี้ พฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นไทยนั้น สาเหตุสำคัญนั้นมาจากนักร้องและนักแสดงเกาหลีที่ชื่นชอบซึ่งมีส่วนอย่างมากที่ทำให้เกิดการเลียนแบบ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของแฟชั่น การแต่งกาย การแต่งหน้า ทรงผม ที่ส่วนใหญ่ลอกเลียนแบบมาจากนักร้องและนักแสดงเกาหลี เรื่องของการทำศัลยกรรม วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่เกิดการยอมรับและอยากที่จะทำศัลยกรรมตามเพราะอยากสวย และดูดีเหมือนอย่างนักร้อง และนักแสดงเกาหลีที่ตนชื่นชอบ และในเรื่องของภาษาเกาหลีก็เช่นกัน วัยรุ่นไทยอยากที่จะเรียนรู้ภาษาเกาหลีเพราะอยากที่จะ

สื่อสารและติดตามข้อมูลข่าวสารของนักร้องและนักแสดงเกาหลีที่ตนชื่นชอบ จะเห็นได้ว่า นักร้องและนักแสดงมีอิทธิพลอย่างมากที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นไทย

ในการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า พฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของวัยรุ่นไทยนั้นมาจากการชื่นชอบที่ตัวนักร้องและนักแสดงเกาหลีเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งไม่ใช่เพราะความเป็นเกาหลีหรือกระแสเกาหลีที่กำลังได้รับความนิยมที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบ แสดงให้เห็นว่า ถ้ากระแสความนิยมไม่ใช่เกาหลีแต่เป็นชาติอื่นๆ วัยรุ่นไทยก็จะชื่นชอบนักร้องและนักแสดงของชาตินั้นๆที่กำลังเป็นกระแสอยู่ และก็จะเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบตามนักร้อง และนักแสดงที่ตนชื่นชอบในช่วงนั้น อย่างเช่นกระแสอเมริกัน หรือ กระแสญี่ปุ่น ที่เคยเกิดขึ้นในประเทศไทย

แต่ในการวิจัยเชิงคุณภาพ กลับพบว่า การเปิดรับสื่อบันเทิงและพฤติกรรมการเลียนแบบนั้น ส่วนใหญ่มาจากการชื่นชอบความเป็นเกาหลีและสื่อบันเทิงเกาหลีที่มีคุณภาพ ซึ่งมีผลทำให้ชื่นชอบนักร้องและนักแสดงเกาหลี และมีความตั้งใจและต้องการอยากที่จะเปิดรับสื่อบันเทิงอื่นๆของเกาหลี เมื่อมีการชื่นชอบละคร ภาพยนตร์และเพลงเกาหลีแล้ว ก็จะมีการแสวงหา ต้องการที่จะเปิดรับสื่อบันเทิงประเภทอื่นๆของเกาหลีตามมา เช่น รายการเกมโชว์/ทอล์คโชว์ เกม เว็บไซต์ และอื่นๆ เป็นต้น

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีกับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย มีความสัมพันธ์กัน

ผลการวิจัย พบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน แสดงว่าการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีกับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกในระดับต่ำ นั่นหมายถึง การเปิดรับภาพยนตร์ ละคร และเพลงเกาหลีของวัยรุ่นไทยนั้นจะมีส่วนทำให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีจากสื่อบันเทิง

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper,1969 : 15 - 49) กล่าว่า สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เปลี่ยนแปลงบุคคลได้ ในกรณีที่บุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนอยู่แล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของบุคคล เขาก็จะเปลี่ยนพฤติกรรมได้

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพร พานิช (2539) เรื่อง "การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง : กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กล่าวว่า วัยรุ่นใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องในการเป็นตัวอย่างในการแต่งกาย การพูดจาและการวางตัว จะเห็นได้ชัดเมื่อมีนักร้องยอดนิยมเกิดขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดกระแสการแต่งตัว การใช้คำศัพท์ และบุคลิกท่าทางของวัยรุ่นไปในทางเดียวกัน

ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาวดี ธานีรนานนท์ (2540) เรื่อง "การเปิดรับข่าวสาร การจดจำสาร และการเลียนแบบพฤติกรรมต่อต้านยาเสพติด ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ในโครงการป้องกันยาเสพติดจัสท์เซย์โน" พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นทั้งทางสื่อบุคคลและสื่อมวลชนนั้น มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบพฤติกรรมต่อต้านยาเสพติดโดยนักเรียนมีการเลียนแบบท่าทางท่าเต้น และคำพูดของนักร้องภายใต้โครงการจัสท์เซย์โน

จากแนวคิดดังกล่าวช่วยอธิบายให้เห็นว่า การเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทยสามารถส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งถ้าการเปิดรับนั้นสามารถสนองความต้องการได้ ก็จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบตามมา

สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติต่อวัฒนธรรมเกาหลีกับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย มีความสัมพันธ์กัน

ผลการวิจัย พบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน แสดงว่าทัศนคติต่อวัฒนธรรมเกาหลีกับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกในระดับปานกลาง นั่นหมายถึง การมีทัศนคติในเชิงบวกต่อวัฒนธรรมเกาหลีนั้น จะมีส่วนทำให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีจากสื่อ

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แฮรี ซี เตรียนดิส (Harry C. Triandis, 1971 : 3) กล่าวว่า พฤติกรรมหรือการปฏิบัติของมนุษย์เป็นผลมาจาก ทัศนคติ บรรทัดฐานของสังคม นิสัย และผลที่คาดว่าจะได้รับหลังจากทำพฤติกรรมนั้นๆแล้ว ดังนั้นทั้งการปฏิบัติหรือพฤติกรรมการแสดงออกที่สังเกตได้ กับทัศนคติต่างก็มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เป็นที่เชื่อกันว่าทัศนคติมีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคล และขณะเดียวกันการแสดงออกหรือการปฏิบัติของบุคคล ก็มีผลต่อทัศนคติของบุคคลนั้นๆด้วย

สอดคล้องกับแนวคิดของ โฮลแมน (Holman), เดวิด (David) และเตรียนดิส (Triandis) ที่สรุปว่าองค์ประกอบของทัศนคติทางด้านการปฏิบัติ จะมีผลต่อการคาดคะเนพฤติกรรมของบุคคลได้ดีกว่าองค์ประกอบด้านอื่นๆ

จากแนวคิดดังกล่าวช่วยอธิบายให้เห็นว่า ทัศนคติที่ดีต่อวัฒนธรรมเกาหลีของวันรุ่นไทยนั้น สามารถส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลี เมื่อวันรุ่นไทยมีทัศนคติดีต่อเรื่องใดแล้ว พฤติกรรมการเลียนแบบก็จะเกิดขึ้นตาม

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผลจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านทางสื่อบันเทิง ประเภทภาพยนตร์ ละคร และเพลง ของประเทศเกาหลี ซึ่งผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า สื่อบันเทิงนั้นมีความสำคัญมากต่อการเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทย เมื่อมีการเปิดรับสื่อบันเทิง ทำให้มีการเรียนรู้และรับเอาวัฒนธรรม จนเกิดการยอมรับและชื่นชอบในวัฒนธรรม และส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมตามสื่อบันเทิง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงวัฒนธรรม จึงควรมีการวางมาตรการในการสอดแทรกวัฒนธรรม ค่านิยม ความเป็นไทยลงไปในสื่อบันเทิงต่างๆ เพื่อเป็นการปลูกฝังและเผยแพร่วัฒนธรรมไทยให้วัยรุ่นไทยได้เรียนรู้ และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทยในการส่งออกสื่อบันเทิงไทยไปยังต่างประเทศ

2. วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่หันไปบริโภคสื่อบันเทิงเกาหลี เพราะคุณภาพของสื่อบันเทิงไทยยังเทียบกับสื่อบันเทิงเกาหลีไม่ได้ และเกิดความเบื่อหน่ายสื่อบันเทิงไทยโดยเฉพาะละครไทยที่มีการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบเดิมๆ ดังนั้นผู้ผลิตสื่อบันเทิงและหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ควรมีการพัฒนาคุณภาพของสื่อบันเทิงไทยให้ดีขึ้น และควรมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาสาระ การนำเสนอต่างๆ ให้มีความหลากหลายและแปลกใหม่ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและได้รับความนิยมทั้งในและต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะสื่อบันเทิงเกาหลีประเภทภาพยนตร์ ละคร และเพลง ที่ส่งผลในการเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบเท่านั้น จึงควรมีการศึกษาสื่อบันเทิงประเภทอื่นของเกาหลี เช่น รายการเกมโชว์ เว็บไซต์ และเกม ว่าสื่อบันเทิงประเภทดังกล่าวส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลียนแบบหรือไม่ โดยเฉพาะรายการเกมโชว์ของเกาหลีที่กำลังได้รับความนิยมเช่นกัน

2. ควรมีการศึกษาเจาะลึกในรายละเอียดของสื่อบันเทิงเกาหลีแต่ละประเภท โดยเฉพาะสื่อเพลงเกาหลีที่วัยรุ่นไทยมีการเปิดรับมากที่สุด ว่ามีการทำหน้าที่ในการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีอย่างไรในด้านใดบ้าง และส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในด้านใดบ้าง

3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 15 – 25 ปีเท่านั้น ควรมีการศึกษากับกลุ่มคนในช่วงวัยอื่น โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงาน และกลุ่มแม่บ้าน ซึ่งมีกำลังทรัพย์ในการรับสื่อบันเทิงเกาหลี

4. ควรมีการศึกษากลยุทธ์ในการเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อบันเทิงของประเทศเกาหลี ว่ามีการใช้กลยุทธ์ใดบ้าง เพื่อที่จะสามารถนำผลการวิจัยที่ได้มาปรับใช้กับวัฒนธรรมไทยในการส่งออกไปนอกประเทศ

5. ควรมีการศึกษาเจาะลึกในการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อบันเทิงประเภทภาพยนตร์ ละครและเพลงเกาหลี ว่ามีการสอดแทรกเนื้อหาในเรื่องใดบ้าง เพื่อที่จะสามารถรู้เท่าทันสื่อบันเทิงเกาหลี