

การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีและการทำให้เป็นท้องถิ่นของวัยรุ่นไทย



นางสาววาสนี แสงศรี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2551

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THAI YOUTH CONSUMPTION AND LOCALIZATION
OF KOREAN TELEVISION DRAMA

Miss Wasinee Saengsri

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Mass Communication

Department of Communication Arts

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2008

Copyright of Chulalongkorn University

511372

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีและการทำให้เป็นท้องถิ่น
ของวัยรุ่นไทย

โดย

นางสาววาสิณี แสงศรี

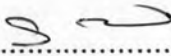
สาขาวิชา

การสื่อสารมวลชน

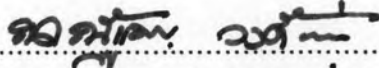
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์

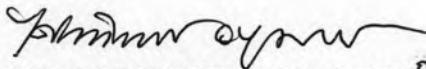
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ


..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. อุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณาณัญฐ์ธัญ วงศ์บ้านตุ)


..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์)


..... กรรมการ
(อาจารย์ไศลทิพย์ จารุมมิ)

วาสนี แสงศรี : การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีและการทำให้เป็นท้องถิ่นของวัยรุ่นไทย.
(THAI YOUTH CONSUMPTION AND LOCALIZATION OF KOREAN TELEVISION
DRAMA) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รศ.ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 148 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นไทยและการทำละครโทรทัศน์เกาหลีให้เป็นท้องถิ่น โดยเก็บข้อมูลด้วยการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นชนชั้นกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 12-23 ปี จำนวน 14 คน

จากการศึกษาพบว่าการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นมีลักษณะดังนี้ 1. เป็นการบริโภคละครโทรทัศน์ในยุคอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถเข้าถึงละครโทรทัศน์เกาหลีได้รวดเร็วขึ้น 2. เป็นการบริโภคที่ต้องการจัดผังรายการเอง โดยต้องการดูอย่างต่อเนื่อง และรวดเร็วกว่าฟรีทีวี 3. เป็นการบริโภคที่ต้องใช้เงินจำนวนมาก รวมไปถึงการบริโภคสินค้าอื่นๆเช่น แฟชั่น ทองเที่ยว เป็นต้น 4. เกิดเครือข่ายของการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลี เกิดกลุ่มแฟนคลับที่มีความสัมพันธ์กันอย่างหวงแหนและเหนียวแน่น 5. ละครโทรทัศน์เกาหลีคือชีวิตในฝัน ทำให้มีเกิดความรู้สึกต้องการประสบความสำเร็จในเรื่องชีวิตและความรักเหมือนในละคร

การทำละครโทรทัศน์เกาหลีให้เป็นท้องถิ่นของวัยรุ่นพบว่าเกิดขึ้นใน 2 ลักษณะคือ 1. การทำให้เป็นท้องถิ่นในส่วนของบริโภคได้แก่ การเป็นแฟนคลับ มีการบริโภคและการสร้างความหมายจากละครและการร่วมกิจกรรมแฟนคลับ ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของและใกล้ชิดกับละครโทรทัศน์เกาหลีมากยิ่งขึ้น 2. การทำให้เป็นท้องถิ่นในส่วนของการผลิต ได้แก่การทำเว็บไซต์แฟนคลับเพื่อแสดงออกถึงระดับความชอบและแสดงออกถึงความสำคัญของผู้สร้างเว็บไซต์ในกลุ่มแฟน และการผลิตซับไตเติ้ลเพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคอย่างรวดเร็วและลดอุปสรรคด้านภาษา

อาจกล่าวได้ว่าการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นไทยนั้นมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมป๊อปที่เกิดการมีส่วนร่วมและการสร้างความหมาย อีกทั้งยังเกิดการเรียนรู้ระบบแต่มีข้อเสียคือเป็นวัฒนธรรมบริโภคนิยมที่ต้องเสียเวลาและเสียเงินมาก และเพื่อสนองความต้องการบริโภคอย่างรวดเร็วจึงทำให้เกิดการบริโภคและการผลิตแบบได้ดินด้วย

ภาควิชา การสื่อสารมวลชนลายมือชื่อผู้พิมพ์ วาสนี แสงศรี
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชนลายมือชื่ออ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
ปีการศึกษา 2551ลายมือชื่ออ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

488 51395 28 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEYWORDS : YOUTH / CONSUMPTION / LOCALIZATION / KOREAN TELEVISION
DRAMA / POPULAR CULTURE

WASINEE SAENGSRISRI : THAI YOUTH CONSUMPTION AND LOCALIZATION
OF KOREAN TELEVISION DRAMA. ADVISOR : ASSOCIATE PROFESSOR
UBONRAT SIRIYUVASAK, PH.D, 148 pp.

This research aims to study Thai youth consumption of Korean television
drama and their localization by observing and interviewing a sample of 14 middle
class teenagers in Bangkok between 12-23 years.

The research finds that : 1 consumer culture in the Internet age allows Thai
youth to access Korean television drama faster 2. consumption creates the desire
for rapid flow of product and personal program arrangement. 3. youth spend a large
amount of money for consumption of television drama and other products such as
fashion travel, etc. 4. youth fans form their networking of fan club and become a
close knit group. 5. Korean television dramas fulfill the dream of romance and
successful life.

The research also finds that Thai youth localize the meanings of their
consumption of Korean television in 2 ways. The fan club socializes through their
website and club meeting. They exchange information and express their pleasure
within the cyber network they call their own. Secondly, some fans produce Thai sub-
title so that they can create a constant flow of television drama that has been
localized into Thai for their own consumption.

Thai youth consumption of Korean television drama provides the space for
participation and meaning construction. They experience and learn about the
Internet through their networking. But consumption of popular culture is costly and
time consuming. Their desire to consume continuously lead them to produce their
underground version of the drama.

Department : ..Mass Communication.....	Student's Signature <i>Wasinee Saengsr</i>
Field of Study : ..Mass Communication.....	Advisor's Signature <i>Ubonrat</i>
Academic Year : ..2008.....	Co-Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความเมตตาของรองศาสตราจารย์ ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาสั่งสอนและเคี่ยวเข็ญให้ผู้วิจัยมีความรู้และความกระตือรือร้นในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จเป็นรูปเป็นร่างในที่สุด ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฏฐ์ธัญญา วงศ์บ้านดู่ ประธานสอบวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ไศลทิพย์ จารุภูมิ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ สำหรับคำแนะนำเพิ่มเติมและคำสั่งสอนอันมีค่ายิ่ง ที่ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่สละเวลาและความเป็นส่วนตัวเพื่อให้ผู้วิจัยเข้าไปเก็บข้อมูลได้อย่างลุล่วง เพื่อนๆ รุ่นพี่และรุ่นน้อง MC ทุกคน ขอขอบคุณคุณมาลีษา กร อัสนุวัฒน์ คุณบัญญัติณ์ เจริญภักดี คุณฤทัยรัตน์ สินพิจารณ์ คุณเจริญเนตร แสงดวงแข คุณจิราวรรณ จอมทอง และเพื่อนคนอื่นๆทุกคนที่ไม่สามารถเอ่ยชื่อได้หมด ที่ช่วยเป็นกำลังใจและแรงผลักดันให้ผู้วิจัยมีกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ขอขอบคุณคุณสุธันยา คนฉลาด เจ้าหน้าที่ประจำภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ ที่คอยให้การช่วยเหลือและให้คำแนะนำผู้วิจัยตลอดมา สุดท้ายผู้วิจัยขอขอบคุณครอบครัวที่ให้โอกาสและเป็นแรงสนับสนุนสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยสำเร็จการศึกษาจนถึงทุกวันนี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1. บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหานำวิจัย.....	6
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.5 นิยามศัพท์.....	6
1.6 ข้อสมมติฐานในการวิจัย.....	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2. แนวคิดและทฤษฎี	
2.1 แนวคิดและทฤษฎี.....	8
2.1.1 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมป๊อปหรือวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture)	8
2.1.2 แนวคิดเรื่องละครโทรทัศน์เกาหลี และวัฒนธรรม K-Pop.....	10
2.1.3 แนวคิดเรื่องการบริโภค (Consumption).....	13
2.1.4 แนวคิดเรื่องแฟน (Fan) และแฟนดอม (Fandom)	17
2.1.5 แนวคิดเรื่องการทำให้เป็นท้องถิ่น (Localization).....	20
2.1.6 รูปแบบของละครแนวเมโลดราม่า (Melodrama) และ แนวตลก (Comedy)	20
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
2.2.1 งานวิจัยเกี่ยวกับละครโทรทัศน์เกาหลี.....	22

บทที่	หน้า
2.2.2 งานวิจัยเกี่ยวกับการบริโภคละครโทรทัศน์ข้ามพรมแดน.....	26
2.2.3 งานวิจัยเกี่ยวกับการบริโภควัฒนธรรมป๊อปของวัยรุ่น.....	28
3. ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	32
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	32
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
3.3.1 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	33
3.3.2 การเก็บข้อมูล.....	34
3.4 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล.....	35
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
4. การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นไทย	
4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	40
4.2 การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่น.....	52
4.2.1 การเริ่มดูละครโทรทัศน์เกาหลี.....	52
4.2.2 วิธีการดูละครโทรทัศน์เกาหลี.....	58
4.2.3 ละครโทรทัศน์เกาหลีที่เลือกดู.....	67
4.2.4 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์เกาหลี.....	72
4.2.5 การบริโภคสินค้าอื่นๆที่เกิดขึ้นจากการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลี.....	87
5. การทำละครโทรทัศน์เกาหลีให้เป็นท้องถิ่น (Localization) ของวัยรุ่นไทย	
5.1 การทำละครโทรทัศน์เกาหลีให้เป็นท้องถิ่นในส่วนของ การบริโภค.....	90
5.1.1 การรวมกลุ่มแฟนคลับ.....	90
5.1.2 ลักษณะกลุ่มของเครือข่ายแฟนละครโทรทัศน์เกาหลี.....	93
5.1.3 กิจกรรมของกลุ่ม.....	96
5.2 การทำละครโทรทัศน์เกาหลีให้เป็นท้องถิ่นในส่วนของ การผลิต.....	110
5.2.1 การทำเว็บไซต์แฟนคลับ.....	116
5.2.2 การทำซับไตเติ้ล.....	119

บทที่	หน้า
6. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
6.1 สรุปผลการวิจัย.....	137
6.1.1 การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่น.....	137
6.1.2 การทำละครโทรทัศน์เกาหลีให้เป็นท้องถิ่น.....	140
6.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	141
6.3 ข้อเสนอแนะ.....	144
เอกสารอ้างอิง.....	147
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	148

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	การเปรียบเทียบมุมมองเกี่ยวกับโทรทัศน์ของ Fiske.....	15
3.1	กลุ่มตัวอย่างที่ทำการเก็บข้อมูลจำนวน 14 คน.....	34
4.1	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคละครโทรทัศน์ เกาหลี.....	40
4.2	รายได้ส่วนตัวและรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน.....	41
4.3	การใช้อินเทอร์เน็ตและภาระค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ต.....	42
4.4	ลักษณะที่พิกอาศัยและสภาพการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง.....	44
4.5	ลักษณะการใช้เวลาว่างของกลุ่มตัวอย่าง.....	49
4.6	การทำกิจกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับละครโทรทัศน์เกาหลีของกลุ่มตัวอย่าง	51
4.7	การเริ่มดูละครโทรทัศน์เกาหลี.....	53
4.8	วิธีการดูละครโทรทัศน์เกาหลีของกลุ่มตัวอย่าง.....	59
4.9	ข้อดีและข้อเสียของวิธีดูละครโทรทัศน์เกาหลี.....	60
4.10	ละครโทรทัศน์เกาหลีที่ชื่นชอบของกลุ่มตัวอย่าง.....	67
4.11	ความคิดเห็นที่มีต่อละครโทรทัศน์เกาหลีแนวรักขบขัน (Romantic Comedy)....	70
4.12	ความคิดเห็นที่มีต่อละครโทรทัศน์เกาหลีแนวรัก ชีวีต (Romantic Drama).....	71
4.13	การแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับละครโทรทัศน์เกาหลีของกลุ่มตัวอย่าง.....	73
4.14	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยจำแนกตามวิธีการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ เกาหลี.....	86
5.1	โครงเรื่องของละครที่ได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่น.....	91
5.2	การเป็นสมาชิกกลุ่มแฟนคลับของกลุ่มตัวอย่าง.....	94
5.3	การเป็นสมาชิกกลุ่มแฟนคลับจากละครโทรทัศน์เกาหลี.....	95
5.4	กิจกรรมที่วัยรุ่นทำละครโทรทัศน์ให้เป็นที่ถกเถียงในส่วนของการผลิต.....	110
5.5	ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ผลิตงานจากละคร โทรทัศน์เกาหลี.....	111
5.6	ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างที่ผลิตงานจากละครโทรทัศน์เกาหลี.....	111
5.7	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตงานจากละครโทรทัศน์เกาหลี.....	113
5.8	ลักษณะการทำซับไตเติ้ลของกลุ่มตัวอย่าง.....	119
5.9	ตัวอย่างประโยคจากการแปลซับไตเติ้ลผ่านเว็บไซต์ www.thaisubtitle.com	127

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1	วงจรกิจกรรมบริโภคของ Silverstone..... 16
4.1	การเริ่มดูละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นไทย..... 57
4.2	เว็บไซต์ : www.youtube.com (สำหรับดูละครโทรทัศน์เกาหลีผ่านอินเทอร์เน็ต). 64
4.3	ตัวอย่างหน้าจอโปรแกรม Tvants โปรแกรมสำหรับดูทีวีออนไลน์..... 65
4.4	หน้าแรกของเว็บไซต์ www.jkdramas.com 76
4.5	เว็บบอร์ดละครโทรทัศน์เกาหลีของเว็บไซต์ www.popcornfor2.com (1)..... 77
4.6	เว็บบอร์ดละครโทรทัศน์เกาหลีของเว็บไซต์ www.popcornfor2.com (2)..... 78
4.7	หน้าแรกเว็บไซต์ www.pingbook.com 79
4.8	หน้าแรกเว็บไซต์ www.koreanwiz.org 80
4.9	หน้าแรกเว็บไซต์ www.soompi.com 81
4.10	เว็บบอร์ดละครโทรทัศน์เกาหลีของเว็บไซต์ www.soompi.com (1)..... 82
4.11	เว็บบอร์ดละครโทรทัศน์เกาหลีของเว็บไซต์ www.soompi.com (2) 83
4.12	เว็บไซต์ http://www.d-addicts.com/forum/ 84
4.13	เว็บไซต์ : http://clubbox.co.kr 85
5.1	การพูดคุยผ่านหน้าเว็บไซต์แฟนคลับ www.leedongwookthailand.com 97
5.2	ภาพกิจกรรมแฟนคลับของ www.leedongwookthailand.com 99
5.3	ตัวอย่างการประกาศรายละเอียดการจัดงานบนเว็บไซต์ (1)..... 100
5.4	ตัวอย่างการประกาศรายละเอียดการจัดงานบนเว็บไซต์ (2)..... 101
5.5	ภาพสินค้าและบริเวณร้าน Wookie Shop..... 105
5.6	ตัวอย่างภาพในมิวสิกวิดีโอเพลง รักเธอจนหัวทิ่มบ่อ..... 107
5.7	ภาพตัวอย่างจากมิวสิกวิดีโอ Everything..... 108
5.8	กระบวนการสร้างกลุ่มแฟนคลับของละครโทรทัศน์เกาหลี..... 116
5.9	เว็บเพจของ www.leedongwookthailand.com 118
5.10	ขั้นตอนการเริ่มทำกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่าง..... 120
5.11	ขั้นตอนการทำซับไตเติ้ลเพื่อตัวเอง 122
5.12	หน้าแรกของเว็บไซต์ www.thaisubtitle.com 124

ภาพที่	หน้า	
5.13	หน้าเว็บไซต์สำหรับดาวน์โหลดซับไตเติ้ลของละครแต่ละตอนของ www.thaisubtitle.com.....	125
5.14	หน้าเว็บสำหรับการแปลซับไตเติ้ลของเว็บไซต์.....	126
5.15	ขั้นตอนการแปลซับไตเติ้ลเพื่อแสวงหาผลตอบแทน.....	128
5.16	หน้าเว็บไซต์ www.seoul-crazy.com สำหรับขายละครชุดเกาหลี.....	130
5.17	ข้อความและภาพโฆษณาในหน้าเว็บไซต์ www.dvd2hand.com	131
5.18	ข้อความโพสต์รับสมัครทีมแปลซับไตเติ้ล.....	132
5.19	แสดงขั้นตอนของการรวมกลุ่มกันแปลของแฟนคลับ.....	133
5.20	ตัวอย่างหน้าเว็บเพจที่มีการประกาศ Pay It Forward (1)	134
5.21	ตัวอย่างหน้าเว็บเพจที่มีการประกาศ Pay It Forward (2)	135