

ทัศนคติ แรงจูงใจ และความชื่นชอบในการบริโภคสื่อ ของนักศึกษาที่มีพฤติกรรมแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี Attitude, Motivation and Preference of Media Consumption of Students Who Have Behaviour in Imitation of Korean Entertainment Media

พงษ์ทัช จิตวิบูลย์* และ เกษตรชัย และหีม
Pongtach Chitwiboon* and Kasetchai Laeheem

ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
Department of Educational Foundation, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University

*ติดต่อผู้เขียน chezze.grace@gmail.com

ส่งบทความ 31 พฤษภาคม 2562 | แก้ไข 20 พฤศจิกายน 2562 | ตอรับ 14 มกราคม 2563 | เผยแพร่ 1 เมษายน 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มุ่งแสวงหาความจริงด้วยกระบวนการค้นแนวปรากฏการณ์วิทยา โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (mixed method) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติ แรงจูงใจ และความชื่นชอบในการบริโภคสื่อของนักศึกษาที่มีพฤติกรรมแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย นักศึกษาที่มีพฤติกรรมแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี จำนวน 8 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมเกาหลี จำนวน 2 คน คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (purposive sampling) เก็บข้อมูลด้วยการสังเกต พูดคุย และสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการจัดหมวดหมู่ตามประเด็นปัญหาการวิจัย และวิเคราะห์เนื้อหา โดยใช้หลักตรรกะเทียบเคียงแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยควบคู่กัน ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติ แรงจูงใจ และความชื่นชอบในการบริโภคสื่อมีส่วนช่วยให้นักศึกษามีพฤติกรรมแต่งกายเลียนแบบตามสื่อบันเทิงเกาหลีมากขึ้น เนื่องด้วยการเปลี่ยนแปลงผ่านของช่วงเวลา การแพร่หลายของสื่อและระบบทุนนิยม ล้วนเป็นตัวเร่งในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับวัยรุ่น และระบบคุณค่าใหม่ให้กับสังคม ผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการทำความเข้าใจพฤติกรรมแต่งกายเลียนแบบ และลักษณะค่านิยมอันพึงประสงค์ในวัฒนธรรมเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่นอย่างสมดุล

คำสำคัญ: พฤติกรรมเลียนแบบ, การแต่งกาย, สื่อบันเทิงเกาหลี

Abstract

This is a qualitative study which used a phenomenological research design. It was conducted as part of a mixed method design. The objective was to study the attitudes, motivation and preferences of media consumption that influence students' practicing cosplay of Korean popular culture. The key informants used in this research consisted of eight students practicing cosplay based on Korean popular culture. Selected by purposive sampling through observation, discussion and in-depth interview, and two Korean cultural experts providing their views on the dressing of imitating Korean entertainment media. The data were analyzed using classification according to the research problem. Then the data were analyzed by content analysis method. Using logic principles comparable to concept theory and research in context. The results showed that attitudes, motivation and frequency of media consumption contributed to the students' practicing cosplay of Korean popular culture. Changing times, the influx of media and capitalism are all catalysts for creating teenagers' identities and a new value system for society. The results of this study will be beneficial to individuals and related agencies for policy formulation, planning for the development of media exposure and balancing desirable characteristics of Korean teenage culture.

Keywords: imitation behavior, dressing, Korean entertainment media

■ บทนำ

ในระยะเวลาที่ผ่านมาเราคงปฏิเสธไม่ได้ถึงการเข้ามาของกระแสวัฒนธรรมเคป็อบจากประเทศเกาหลีที่ส่งผลต่อทั้งภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม รูปแบบเนื้อหาของความนิยมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเพลง ภาพยนตร์ ละคร หรือแม้กระทั่งการแต่งกาย ในบริบทสังคมโลกปัจจุบันสิ่งเหล่านี้กลับทวีความเข้มข้นมากขึ้น เนื่องจากการควบแน่นของกาล (time) และเทศะ (space) ราวกับเป็นชุมชนโลกที่มีความเหมือนและเป็นพวกเดียวกัน พร้อมทั้งสายเส้นแบ่งต่าง ๆ ที่เคยมีมาในอดีต กล่าวคือ ปัญหาหรือผลกระทบจากพื้นที่หนึ่งสามารถแพร่กระจายไปยังประเทศอื่นทั่วโลกในเวลาจริงที่เกิดขึ้น (real time) ฉะนั้นจึงไม่น่าแปลกใจเลยว่าการขยายอิทธิพลของสื่อเกาหลีได้หลอมรวมความเป็นเกาหลีที่สามารถเชื่อมโยงกับบริบทของกระแสความนิยมอื่นเข้าไว้ด้วยกัน และแทรกซึมลงไปในสังคมไทยอย่างแนบเนียนโดยที่เราไม่รู้ตัว ดังที่ จงจินต์ จิตรแจ่ง (2552) ให้ทัศนะไว้ว่าปัจจุบันกระแสโลกาภิวัตน์ได้ส่งผลกระทบต่อให้เกิดสภาพที่ไร้พรมแดนด้วยความเจริญทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทำให้มีการแพร่กระจายของวัฒนธรรมของแต่ละสังคมไปยังที่ต่าง ๆ โดยยากที่จะสกัดกั้นหรือหลีกเลี่ยงจากผลกระทบของการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม จะเห็นได้ว่าสื่อเป็นตัวกลางสำคัญที่ช่วยให้เกิดปฏิสัมพันธ์ขึ้นในแต่ละสังคมและยังเป็นเครื่องมือถ่ายทอดภาษา ประเพณี ทัศนคติ ค่านิยม ตลอดจนวัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งไปยังสังคมหนึ่งทั้งในระดับบุคคลและระดับมวลชน งานวิจัยของ Miller (2019) ให้ทัศนะเกี่ยวกับวัฒนธรรมในมุมมองของการสื่อสารไว้อย่างน่าสนใจว่าวัฒนธรรมเป็นชุดของกระบวนการสื่อสารมีความหมายเท่าเทียมกัน ถึงแม้วัฒนธรรมและการสื่อสารจะเป็นคนละเรื่อง แต่ทั้งสองก็มีอาจแยกขาดจากกันได้

สังคมไทยเป็นอีกหนึ่งสังคมที่ได้รับผลกระทบจากการไหลบ่าของวัฒนธรรมต่างชาติ เนื่องจากสังคมไทยที่มีลักษณะเปิดกว้าง ทำให้ซึบซับและรับเอาวัฒนธรรมอื่นเข้ามาได้ง่าย (Keyes, 2019) การถ่ายทอดวัฒนธรรมและการนำเสนอวัฒนธรรมผ่านสื่อ ส่งผลทำให้ผู้รับสารได้มีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ และมีประสบการณ์ผ่านสื่อ (mediated experience) เมื่อสื่อนำเสนอวัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่งซ้ำ ๆ ผนวกกับผู้รับสารให้การยอมรับและติดตามวัฒนธรรมนั้น ปัจจัยดังกล่าวอาจทำให้ ผู้มีประสบการณ์ร่วมและรับวัฒนธรรมนั้นมาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต เพียงแต่ระยะแรกประเทศไทยได้รับอิทธิพลของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมผ่านกระแสที่เรียกว่า “Americaization” โดยมี “hollywood” เป็นสินค้านำร่องหลังจากนั้นวัฒนธรรมเอเชียเริ่มมีบทบาท

มากขึ้นในสังคมโลก ซึ่งจีนเป็นประเทศแรกของเอเชียในการส่งออกวัฒนธรรมจีนไปยังประเทศอื่น ต่อมาเกิดกระแส J-Trend ที่สร้างค่านิยมและภาพลักษณ์อันดีให้แก่ประเทศญี่ปุ่น (นันทขว้าง สิริสุนทร, 2545) แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมากระแสดังกล่าวได้เลือนหายไปตามกาลเวลา เว้นแต่ “hallyu” หรือ “korean wave” ที่เป็นปรากฏการณ์ความนิยมวัฒนธรรมเกาหลี ตั้งแต่มีการเข้ามาในประเทศไทยของซีรีส์เรื่อง Autumn in My Heart ในปี 2544 กระแสโคเรียนฟีเวอร์ก็คงอยู่ในสังคมไทยมาโดยตลอด และเพิ่มมากขึ้นจากการถ่ายทอดผ่านสื่อ เห็นได้จากปี 2019 กระแสเกาหลีนิยมทวีความรุนแรงมากขึ้น เมื่อศิลปินเกาหลีกลุ่มหนึ่ง ได้ทำยอดขายในยูทูปทะลุ 700 ล้านวิวภายในเวลาไม่กี่เดือน และยังมีโอกาสได้ร่วมงานกับช่องโทรทัศน์ในอเมริกาอีกหลายรายการ (ประชาชาติธุรกิจ, 2562) สิ่งเหล่านี้เป็นการตอกย้ำของกระแสวัฒนธรรมเกาหลีฟีเวอร์ได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ในวงการการศึกษายังได้เกิดการตั้งสถาบันหรือโรงเรียนสอนภาษาเกาหลีที่เพิ่มสูงขึ้น แม้แต่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยภูมิภาคในระดับอุดมศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรระยะสั้น สำหรับผู้ที่สนใจภาษาเกาหลี และเมื่อเรียนครบตามที่กำหนด ทางหลักสูตรจะออกหนังสือรับรอง เพื่อยืนยันถึงความรู้ ความสามารถทางด้านภาษาเกาหลีมอบแก่ผู้เรียน ให้มีผู้สนใจวัฒนธรรมเกาหลีเข้ามาลงทะเบียนเรียน ด้วยจุดประสงค์ที่จะสามารถสื่อสาร และเลียนแบบตามศิลปินเกาหลีที่ตนชื่นชอบ และรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมนั้น อีกทั้งผู้เรียนต่างเชื่อมั่นว่าเมื่อเรียนจบแล้วจะสามารถหางานทำได้โดยง่าย เนื่องจากปัจจุบันมีบริษัทเกาหลีจำนวนมากเข้ามาลงทุนในประเทศไทย และมีอัตราแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น (ทิพย์ธิดา สุกุลทองอร่าม, 2556)

ประเด็นเหล่านี้ยิ่งทำให้สื่อแปลงสภาพเป็นพลังอำนาจที่สามารถทำให้ผู้อื่นทำตามหรือคล้อยตาม เทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นอาวุธที่สำคัญในการขยายอิทธิพลทางด้านแฟชั่น และยังคงปรากฏให้เห็นในปัจจุบันคือ แฟชั่นการแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่นไทย จนบางครั้งก้าวล้ำนำสมัยจนผู้ใหญ่หลายคนตามไม่ทัน ทำให้เครื่องแต่งกายของวัยรุ่นในปัจจุบันเปลี่ยนไป ดังงานวิจัยของพิชามญช์ มะลิขาว (2554) ที่กล่าวว่าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มเป็นปัจจัย 4 ที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ นอกจากจะช่วยป้องกันความร้อน ความหนาว และป้องกันภัยอันตรายจากภายนอกแล้ว เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มยังช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพ แสดงถึงรสนิยม และบ่งบอกภาพลักษณ์และสถานภาพทางสังคมของผู้สวมใส่ ทั้งนี้กลุ่มวัยรุ่น

ที่มีภูมิคุ้มกันต่ำ และรับเอาค่านิยมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลี จนบางครั้งก้าวล้ำนำสมัยจนหลงลืมความเป็นตนเองในสังคมไทย ดังที่ พรธพิมล หล่อตระกูล (2544) ให้ข้อเสนอแนะถึงประเด็นปัญหาดังกล่าวไว้ว่า กระแสเกาหลีนิยมเกิดขึ้นเร็ว เป็นเพราะกลุ่มวัยรุ่นมีภูมิคุ้มกันด้านสื่อต่ำ เนื่องจากสื่อจะมีอิทธิพลสูงต่อคนเป็นปกติวิสัย ยิ่งถ้าเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในกลุ่มใหญ่ก็จะยิ่งดึงให้คนมารวมกลุ่มเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับสื่อในประเทศไทยค่อนข้างมีอิสระในการนำเสนอ เปิดรับสื่อออกอย่างหลากหลาย กระแสเกาหลีนิยมที่เข้ามาถึงประเทศไทยอาจมิได้มีผลกระทบที่รุนแรง แต่ถ้าเราปรับตัววัฒนธรรมที่แตกต่างจากเกาหลีมากเกินไป จนขาดความเป็นตัวเอง ไม่พยายามรักษาความเป็นไทยจนรูปแบบและเอกลักษณ์ อาจทำให้ตัวตนของเราสูญหาย และส่งผลต่อสังคมในอนาคต

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวคนในสังคมอาจมองเป็นเรื่องที่สามารถเกิดขึ้นได้ทั่วไป และหันไปให้ความนิยมและเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น จนเกิดกระแสการดูถูกวัฒนธรรมไทยว่าไม่ทันสมัย แต่งแล้วดูเซยหรือไม่เข้ากลุ่มเพื่อน วัยรุ่นบางกลุ่มถึงขั้นรังเกียจความเป็นไทย เช่น อาหารไทยอร่อยสู้อาหารเกาหลีไม่ได้ สถานที่ท่องเที่ยวเกาหลีดูสะอาดและสวยงามกว่าในประเทศไทย เป็นต้น ฉะนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วงและควรให้ความสำคัญในประเด็นนี้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการส่งออกถึงเนื้อหาทางวัฒนธรรมของประเทศผู้ผลิตสื่อ อาจเป็นการตั้งใจนำเสนอเรื่องราวที่มีจุดประสงค์บางอย่าง โดยหวังผลทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม การครอบงำทางวัฒนธรรม หรือเป็นเพียงการนำเสนอเนื้อหาประกอบสื่อที่ไร้เดียงสา อย่างไรก็ตาม รายละเอียดที่ประกอบตัวสื่อได้ถูกแทรกซึมเข้าไปทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ และผู้รับสารเปิดรับสารและเลือกจดจำในสิ่งที่ตรงกับความสนใจของตนเอง เมื่อกลายเป็นความสนใจของกลุ่ม วัฒนธรรมนั้นจะได้รับความนิยม เป็นที่ยอมรับ และนำไปปฏิบัติเป็นวัฒนธรรมร่วมอย่างหนึ่งของประเทศจนเกิดความกลมกลืนไปกับวัฒนธรรมเดิม หรืออาจทำให้วัฒนธรรมเดิมเลือนหายไปที่สุดในที่สุด

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาทัศนคติ แรงจูงใจ และความชื่นชอบในการบริโภคสื่อของนักศึกษาที่มีพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะหนึ่งในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อันจะนำไปสู่การตอบคำถามที่ว่าทำไมกลุ่มวัยรุ่นไทยถึงนิยมแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี จนเกิดเป็นกลุ่มเกาหลีนิยมที่เหนียวแน่นเป็นอย่างมากในสังคมไทย

■ วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาทัศนคติ แรงจูงใจ และความชื่นชอบในการบริโภคสื่อของนักศึกษาที่มีพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี

■ ทฤษฎีวัฒนธรรม

แนวคิดวัฒนธรรมกับสื่อ

อัจฉรา ทองอยู่ (2550) ได้ให้ทัศนะไว้ว่ากระบวนการที่วัฒนธรรมถูกเผยแพร่จากแหล่งกำเนิดไปยังสมาชิกในสังคมนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ 2 ทาง คือ 1) โดยทางตรง ได้แก่ การติดต่อแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคล ระหว่างชาติ ซึ่งอาจเป็นการแลกเปลี่ยนโดยสันติวิธี แลกเปลี่ยนโดยการทำสงคราม และการอพยพเข้าไปตั้งถิ่นฐานอยู่ในประเทศใหม่ 2) โดยทางอ้อม ได้แก่ การที่วัฒนธรรมเผยแพร่ผ่านสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ เป็นต้น เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ชูติมา ชูหมากัญจน์ (2550) ที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทยจากสื่อบันเทิงเกาหลี ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า ปัจจัยที่มาจากทัศนคติ แรงจูงใจ และความชื่นชอบในการเปิดรับสื่อ ล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การเลียนแบบของวัยรุ่นในสังคม ยิ่งวัยรุ่นมีสิ่งเหล่านี้มาก ยิ่งทำให้การแสดงพฤติกรรมมีความเข้มข้นและฝังแน่นในความรู้สึกนึกคิดมากขึ้น ดังนั้นสื่อจึงมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดหรือเผยแพร่วัฒนธรรมไปยังสมาชิกของสังคม ทั้งในระดับบุคคลและระดับมวลชน

แนวคิดการเลียนแบบ

การเลียนแบบถูกจัดเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งของการเรียนรู้ทางสังคม เป็นกระบวนการเรียนรู้รูปแบบพฤติกรรมจากการสังเกตพฤติกรรม และการกระทำของบุคคลอื่นโดยสิ่งมีชีวิตจะเลียนแบบการกระทำ พฤติกรรมการแสดงออกทางสีหน้า การเคลื่อนไหว การออกเสียง และอื่น ๆ พฤติกรรม การเลียนแบบที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกับสิ่งที่เลียนแบบ โดยสังเกตจากรูปแบบการแต่งกาย การพูด ท่าทาง และการยึดถือธรรมเนียมปฏิบัติตามตัวแบบ (model) หรือกลุ่มเพื่อน ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมใหม่ ๆ เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือมีแนวโน้มในการคงพฤติกรรมเดิมไว้ และรับรู้ถึงผลที่จะเกิดขึ้นจากการเลียนแบบนั้น (Bandura, 1977) กลไกของการเลียนแบบ ประกอบด้วยกลไก 3 ประการ คือ 1) พฤติกรรมที่เหมือนกัน (same behavior) ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้าของบุคคลสองคนด้วยวิธีการเหมือนกัน อันเป็นพฤติกรรมที่เหมาะสมสำหรับทั้งสองซึ่งอาจเป็นการเลียนแบบหรือไม่ก็ได้ 2) พฤติกรรมการเลือกอย่างอิสระ

(method-dependent behavior) กระบวนการนี้เป็น การที่บุคคลหนึ่งกระทำพฤติกรรมตามแบบ (matched) โดยสามารถเลือกพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของตัวแบบเพื่อเป็นเครื่องชี้บอกให้กระทำพฤติกรรมตามตัวแบบนั้นได้อย่างอิสระ (dependent) 3) การลอกแบบ (copying) เป็นการเลียนแบบที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น เพราะการลอกแบบนั้น เป็นการตอบสนองของบุคคลต่อเครื่องชี้บอกของความเหมือน (sameness) และความแตกต่าง (difference) ซึ่งเกิดจากการกระทำของเขาเองกับของตัวแบบ ผู้สังเกตจะประมวลผลพฤติกรรมของตัวแบบรวมทั้งพฤติกรรมของตัวเองที่กระทำผ่านมาแล้ว และที่เป็นอยู่เพื่อประเมินความคล้ายคลึงกันระหว่างพฤติกรรมของตนและของตัวแบบจนสามารถเลือกพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกับตัวแบบมากที่สุด และใช้สิ่งนั้นเป็นเครื่องชี้บอกสำหรับการเลือกตอบสนองในคราวต่อไปการลอกแบบเป็นพฤติกรรมทางสังคมแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นจากแรงขับ ซึ่งอาจมีพื้นฐานมาจากความวิตกกังวล ความต้องการในการยอมรับในสังคมหรือความต้องการรางวัลอันเกิดจากการได้รับประสบการณ์หรือทักษะใหม่ ๆ จากผู้อื่น (มยุรี เนียมสุวรรณค์, 2550)

■ วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งแสวงหาความจริงด้วยกระบวนการค้นแนวปรากฏการณ์วิทยา โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (mixed method) ในรูปแบบของการวิจัยแบบขั้นตอนเชิงอธิบาย (sequential explanatory design) โดยนำผลการศึกษาที่ได้มาเสริมและเติมเต็มข้อมูล เพื่อช่วยในการอธิบายผลให้กระจ่างชัดยิ่งขึ้น

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย นักศึกษาที่มีพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี จำนวน 8 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมเกาหลีที่มีทักษะเกี่ยวกับการแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี จำนวน 2 คน คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (purposive sampling) ผ่านการสังเกต พูดคุย และสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมเป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามผ่านการ

สัมภาษณ์แบบเชิงลึก รวมถึงการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) โดยเลือกคณะหนึ่งในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม 2562 รวมทั้งสิ้น 55 วัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ใช้การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) แนวคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นตามประเด็นที่วางไว้ได้อย่างเต็มที่ ดังนี้ 1) เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ 2) ประเด็นทัศนคติ แรงจูงใจ และความชื่นชอบในการบริโภคสื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี รวมถึงใช้สมุดบันทึก และเครื่องบันทึกเสียง เป็นเครื่องมือในการวิจัย

การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล

ก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ชี้แจงให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงสิทธิ์ที่จะเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมการวิจัยตามความสมัครใจ ผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิ์ที่จะเปลี่ยนแปลงในระหว่างการสัมภาษณ์ สามารถหยุดการสัมภาษณ์และถอนตัวได้ตลอดเวลาโดยไม่มีผลกระทบใดๆ ข้อมูลส่วนบุคคลจะไม่ถูกเปิดเผย และข้อมูลที่ได้จะถูกนำเสนอโดยใช้นามสมมุติ ซึ่งผ่านคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูล

แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้เน้นการวิเคราะห์ถึงอิทธิพลที่มีผลต่อการลอกเลียนแบบการแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลีใน 3 ด้าน คือ ความชื่นชอบในการเปิดรับสื่อ ทัศนคติการแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลี และแรงจูงใจของการแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลี เป็นการวิเคราะห์ผลจากการพูดคุยและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยการนำแนวคิดทฤษฎีเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ผลเพื่อถอดรหัสตามวัตถุประสงค์และคำถามการวิจัย จากนั้นนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาความ แยกประเด็น จัดหมวดหมู่ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผล แสดงความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงคำถามการวิจัยกับแนวคิดทฤษฎีตามแนวทางการวิเคราะห์ที่วางไว้ เพื่อให้ได้แนวคิดเฉพาะจากข้อมูลรูปธรรมและหาคำอธิบายใหม่ ๆ ต่อไป

การตรวจสอบข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อให้เกิดความถูกต้อง ความตรง และความน่าเชื่อถือของ ข้อมูลมากที่สุด (validity and reliability) ผู้วิจัยใช้วิธีการ ตรวจสอบแบบสามเส้าด้านบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักศึกษา กลุ่มผู้ปกครอง และกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง อาทิ ครู/อาจารย์ ผู้สอนรายวิชาภาษาเกาหลี พ่อค้าแม่ค้าที่ขายของเกาหลี เป็นต้น โดยใช้แบบสัมภาษณ์เดียวกันจนได้ข้อมูลที่มีความ น่าเชื่อถือและอิมตัว

ผลการวิจัย

จากการลงพื้นที่สังเกตและสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า ลักษณะการแต่งกายเลียนแบบตามสื่อบันเทิงเกาหลีในพื้นที่ วิจัย เป็นการแต่งกายที่มีลักษณะเรียบง่าย สีสันไม่ฉูดฉาด เนื่องจากการแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลีเป็นการนำรูปแบบ แฟชั่นจากฝั่งตะวันตกมาปรับเปลี่ยน/ปรับใช้ จนสามารถ ใส่เดินตามท้องถนนหรือใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง จุดเด่น ของการแต่งกายเลียนแบบตามสื่อบันเทิงเกาหลีอยู่ที่ความ ยืดหยุ่นในเครื่องแต่งกายที่ไม่สุดโต่งจนเกินไปเจกเช่น ฝั่งตะวันตก ไม่ว่าจะเป็น ทรงผม เครื่องประดับ การแต่งหน้า เป็นต้น แต่เกิดจากการจับสิ่งของรอบตัวมาเพิ่มเติมเสริม แต่งจนเป็นลักษณะของตนเอง ภายใต้ทิศทางกระแสโลกในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ และนำกระแสโลกเหล่านั้นมาปรับให้สามารถ นำมาใช้ได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม ดังสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล ที่เล่าให้ผู้วิจัยฟังว่าการแต่งหน้าโทนเกาหลีหมายถึงลักษณะ ความเป็นธรรมชาติ มีสีสันแต่ไม่ฉูดฉาด ดูมีมิติจนเกิดเป็น วาทกรรมที่ว่า “หน้าฉ่ำวาวแบบสาวเกาหลี” อีกทั้งจากการ สัมภาษณ์พูดคุยพบอีกว่ากระแสการแต่งกายเลียนแบบสื่อ บันเทิงเกาหลีอาจมีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากลักษณะ สั้นไหลของคำว่า “การแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลี” ที่มี การผสมผสานสามารถที่จะแต่งอะไรก็ได้ที่เหมาะสมและ ดูดีกับตนเอง ความเรียบง่ายแต่ดูทันสมัยเน้นความเป็นตรี ทเหล่านี้จึงเป็นจุดเด่นที่ทำให้นักศึกษาเลือกที่จะหันมาสนใจ การแต่งกายตามแฟชั่นสื่อบันเทิงเกาหลีมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังที่กล่าวต่อไปนี้

ทัศนคติการแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลี

ความมีอิสระในการแต่งกาย

นักศึกษามีทัศนคติทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อพฤติกรรม การแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลี ทั้งนี้อาจขึ้นอยู่กับกละ และทะเลของเหตุการณ์หนึ่ง ๆ ในสังคม ข้อมูลจากการสังเกต พบว่า การแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี เป็นการกระทำ

ที่เป็นอิสระในการเลือกของตัวผู้เสพสื่อ นักศึกษาสามารถ แต่งกายโดยไม่ถูกบังคับจากผู้อื่น แต่จะดูจากกรอบจารีต ในสังคมที่เป็นตัวกำหนด และโอกาสที่เหมาะสมในการแต่ง ดั่งคำสัมภาษณ์

“การแต่งตัวของผมไม่มีใครมาบังคับนะที่ ผมเลือกเอง แต่ต้องขึ้นอยู่กับว่าจะแต่งไปไหนด้วย กาลเทศะเป็นสิ่งสำคัญ เพราะบางทีผู้ใหญ่บางคน เขาไม่เห็นว่าเราแต่งอะไร ก็ต้องดูสถานการณ์ด้วย แต่เขาก็ไม่ได้บังคับนะ”

(นายเอฟ, 2562, มีนาคม 4, สัมภาษณ์)

การรับรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นของพื้นที่เมืองขนาดเล็กต่อการแต่งกาย

การแสดงพฤติกรรมเลียนแบบตามสื่อบันเทิงเกาหลี มากน้อย ยังต้องขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่ในการแสดงออกที่ บุคคลนั้นอาศัยอยู่ และมักพบเห็นในสังคมที่มีความเป็นเมือง ขนาดใหญ่มากกว่าเมืองขนาดเล็กหรือต่างจังหวัด เพราะ การแสดงพฤติกรรมการแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลีใน พื้นที่เมืองขนาดเล็ก อาจถูกมองว่าแปลก ไม่เข้าพวก และ ถือเป็นชนกลุ่มน้อยในพื้นที่ดังกล่าว ดังนั้นสภาพพื้นที่จึงเป็น อีกหนึ่งสิ่งสำคัญที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเลียนแบบ ของกลุ่มวัยรุ่น

“หนูคิดว่าการแต่งกายเลียนแบบเกาหลี ในทาดใหญ่สามารถทำได้มากกว่า เพราะหนูเป็น คนนราธิวาส คนที่นราธิวาสไม่ค่อยแต่งตัวกันเท่าไร ถ้าหนูไปแต่งตัวแบบเกาหลีที่นั่น อาจถูกมองว่าแปลกได้ แต่มันไม่ได้บอกว่าห้ามแต่ง แต่แค่ไม่มีคนแต่งกัน”

(นางสาวจี, 2562, มีนาคม 7, สัมภาษณ์)

การแต่งกายบ่งบอกถึงลักษณะตัวตน

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสังเกตเกี่ยวกับการแต่งกาย เลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี พบว่าการแต่งกายสามารถบ่งบอก ถึงลักษณะตัวตนของผู้ที่เลียนแบบได้เป็นอย่างดี เป็นการ ถ่ายทอดชุดความคิด ความเชื่อผ่านเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ทั้งยังบ่งบอกถึงความเป็นพวกเดียวกันของกลุ่มเฉพาะที่มี ชุดความคิดหรือความเชื่อคล้ายกัน การแต่งกายเลียน แบบสื่อบันเทิงเกาหลีมีลักษณะเฉพาะบางอย่างของผู้แต่งที่ ไม่เหมือนกับการแต่งกายเลียนแบบประเภทอื่น ข้อมูลจากการ สังเกต พบว่า การแต่งกายรูปแบบเกาหลีจะเป็นการแต่งกาย ที่เน้นความเป็นสตรีท ซึ่งมีลักษณะสีสันฉูดฉาดและแปลกใหม่ แต่ขณะเดียวกันก็ได้ประยุกต์ให้สามารถสวมใส่เดินบน ท้องถนนได้ในชีวิตจริง ดังคำสัมภาษณ์

“การแต่งตัวแบบเกาหลีมันมีลักษณะบางอย่างที่ทำให้รู้ว่า นี่คือนักเกาหลีนะ คือหนูก็ไม่รู้ว่ามันคืออะไร แต่จากประสบการณ์หนูนะ แนวเกาหลีจะชอบแต่งออกอีพซอพหน่อยๆ แนวญี่ปุ่นก็อาจจะแบบดูเยอะๆ ฟรุ้งฟรุ้งๆ ประมาณนี้”

(นางสาวจี, 2562, มีนาคม 7, สัมภาษณ์)

“ถ้าเห็นคนเดินมา หนูสามารถแยกออกได้เลยว่า คนนี้แต่งกายสไตล์เกาหลีหรือไม่ใช่ อาจเป็นเพราะว่า หนูเสฟเสื้อเกาหลีเยอะมาก พอเห็นปั๊บ ก็สามารถแยกได้เลย”

(นางสาวเจ, 2562, มีนาคม 25, สัมภาษณ์)

การแต่งกายบ่งบอกถึงความทันสมัย

การแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี ยังสามารถทำให้ผู้แต่งดูเป็นคนทันสมัย และเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อนมากขึ้น เนื่องมาจากอิทธิพลของสื่อในการประเมินความเป็นเกาหลีที่ผูกโยงอยู่กับความเจริญก้าวหน้า อีกทั้งการพัฒนารูปแบบแฟชั่นที่ไม่เคยหยุดนิ่ง ทำให้ผู้ที่แต่งกายตามแบบเกาหลีดูเป็นคนสมัยใหม่ที่ก้าวทันโลก และนำไปสู่การยอมรับทั้งในระดับกลุ่ม ระดับชุมชน ระดับประเทศ จนถึงระดับโลก ดังคำสัมภาษณ์

“การแต่งตัวตามเกาหลีทำให้หนูเป็นคนทันสมัยมากขึ้นนะพี่ เพราะเราต้องอัปเดตการแต่งตัวอยู่ตลอดเวลาว่าแฟชั่นเขาไปถึงไหนกันแล้ว เราจะได้แต่งตามถูก”

(นางสาวจี, 2562, มีนาคม 7, สัมภาษณ์)

“บางแบรนด์ หนูก็เพิ่งมารู้จักตอนตามเกาหลีนี่แหละ ถ้าหนูไม่ตามเกาหลี ไม่แต่งตัวตามก็ยังไม่รู้จักนะ เช่น แบรนด์ Fila ก็เพิ่งมารู้จักตอนที่คลิปปินใส่ นี่เอง หนูเลยไปหาซื้อมาสักบ้าง ทำให้เรารู้จักแบรนด์มากขึ้นเลยนะ”

(นางสาวเอ, 2562, มีนาคม 4, สัมภาษณ์)

การแต่งกายช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพและความมั่นใจ การแสดงพฤติกรรมแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี ยังเป็นการเสริมสร้างบุคลิกภาพให้กับผู้แต่งมากขึ้น การแต่งกายตามแบบเกาหลีทำให้เรามีความเชื่อว่าถ้าแต่งตามแล้ว จะทำให้ตัวเองดูดีขึ้น เป็นการเสริมสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ทำให้ตนเองดูน่าเชื่อถือ พร้อมทั้งยังสามารถดึงดูดเพศตรงข้ามได้ ดังคำสัมภาษณ์

“ที่ผมหันมาแต่งตัว ความคิดแรกเลยคืออยากเปลี่ยนแปลงตัวเอง ทำให้ตัวเองดูดีขึ้น เพราะผมเชื่อว่าถ้าเราแต่งตัวดี สิ่งดีๆ ก็จะตามมา จนตอนนี้กลายเป็นว่าผมชอบการแต่งตัวไปโดยปริยาย”

(นายเอฟ, 2562, มีนาคม 4, สัมภาษณ์)

“ผมสนใจการแต่งตัวตามสไตล์เกาหลี เพราะรู้สึกว่าจะแต่งแล้วทำให้บุคลิกตัวเองดูดีขึ้น แต่งแล้วรู้สึกมีความมั่นใจมากขึ้น รู้สึกเป็นตัวของตัวเองดี มันคือการเสริมเสน่ห์จากการแต่งตัวอะพี่”

(นายเค, 2562, มีนาคม 25, สัมภาษณ์)

ข้อมูลการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์กลุ่มเป้าหมายข้างต้นแสดงให้เห็นว่า นักศึกษามีทัศนคติในเชิงบวกกับพฤติกรรมแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลี โดยมองว่าการแต่งกายเลียนแบบเป็นสิทธิที่ทุกคนสามารถทำได้ ความเป็นอิสระเสรี สามารถบ่งบอกถึงลักษณะตัวตนของตนเองผ่านการแต่งกายว่าเป็นคนที่ชื่นชอบในการแต่งกายแบบเกาหลี แต่ต้องขึ้นอยู่กับกรอบจารีตของสังคม และสภาพบริบทภายในพื้นที่นั้น เพื่อไม่ให้เกิดสถานะที่ผิดแปลกจากสังคมที่ตนอาศัยอยู่ นอกจากนี้นักศึกษายังเชื่อว่าการแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลีมีส่วนช่วยเสริมให้ตนมีบุคลิกภาพที่ดีขึ้น มีความมั่นใจมากขึ้น ทั้งยังทำให้คนภายนอกมองว่าตนมีความทันสมัย ไม่ล้าหลัง อันจะนำไปสู่การเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม

แรงจูงใจในการแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลี

ความสนใจในตัวสินค้าที่มาจากเกาหลี

ผู้วิจัยพบว่าแรงจูงใจแรกที่เป็นจุดกำเนิดของพฤติกรรมแต่งกายเลียนแบบคือความชอบในตัวสินค้าที่มาจากเกาหลี เนื่องจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของเกาหลีมักมีรูปแบบที่น่ารัก ประดับตกแต่งด้วยลวดลายตุ๊กตาใช้โทนสีที่น่าชวนซื้อ ทั้งยังมีความแปลกใหม่ และมีประสิทธิภาพในการใช้งานได้จริง ดังคำสัมภาษณ์

“ง่าย ๆ เลย หนูเห็นแล้วหนูชอบ พอชอบแล้ว ก็อยากแต่งตาม ซื้อตาม ยิ่งในปัจจุบันสินค้าที่มาจากเกาหลีมีเยอะมาก และประสิทธิภาพของสินค้าเกาหลีก็ไม่ใช่ว่าจะไม่ดี ทำให้หนูเสียตังไปเยอะเหมือนกัน ในการซื้อสินค้าจากประเทศเกาหลี”

(นางสาวโอ, 2562, มีนาคม 11, สัมภาษณ์)

การแต่งกายของศิลปินเกาหลี

นอกจากความชอบในตัวสินค้าเกาหลีแล้ว ดารา/ศิลปิน ยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี เนื่องจากการเห็นรูปแบบการแต่งกายของศิลปินผ่านสื่อ ทำให้เรารู้สึกว่าศิลปินเหล่านั้นมีรูปแบบการแต่งตัวที่สวยงาม ดูแล้วเหมาะสมกับบุคลิก และเชื่อว่าถ้าการแต่งกายในรูปแบบนั้นมาอยู่บนเรือนร่างของตนเองจะทำให้ตัวเองดูดีตามแบบฉบับที่ตนลอกเลียนมา ดังคำสัมภาษณ์

“เวลาผมซื้อเสื้อผ้า ผมจะเข้าไปดู reference จากศิลปินเกาหลีที่ชอบก่อนว่าเขาแต่งกันอย่างไร แล้วค่อยไปหาซื้อตาม เพราะผมคิดว่าเขาน่าจะคิดมาแล้วว่ามันสวย”

(นายซี, 2562, มีนาคม 4, สัมภาษณ์)

“หนูเห็นดาราเกาหลีใส่แล้วดูสวยดี ก็เลยคิดว่า ถ้าแต่งเลียนแบบเขา อาจจะช่วย แต่หนูก็ไม่ได้เลียนแบบทั้งหมดนะ ก็เลือก ๆ มา เอาอันที่เหมาะสมกับตัวเอง”

(นายแอล, 2562, มีนาคม 19, สัมภาษณ์)

ราคาที่เอื้อมถึงได้ง่าย

นอกจากสินค้าเกาหลีที่มีลวดลายน่ารักน่าชวนซื้อ หรือศิลปินดาราที่เป็นต้นแบบของการแต่งกาย ยังต้องคำนึงถึงเรื่องราคาของสินค้าที่เป็นแรงจูงใจที่สำคัญอีกตัวหนึ่งในการเลือกแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลี ในบางครั้งที่ดาราศิลปินใส่เสื้อผ้าที่มีราคาสูงเกินไปสำหรับการเลียนแบบ ทำให้ไม่สามารถหาซื้อตามได้เนื่องมาจากงบประมาณที่จำกัด แต่สามารถจำรูปแบบ หรือรูปแบบการแต่งตัว แล้วนำมาซื้อสินค้าที่มีลักษณะรูปแบบที่ใกล้เคียงกันในระดับราคาที่ถูกลงสามารถเอื้อมถึงไม่เหมือนแบรนด์ดังจากฝั่งยุโรป อีกทั้งยังสามารถหาซื้อได้ง่าย ทำให้คนหันมาใช้สินค้าเกาหลีในการแสดงออกถึงพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบเพิ่มขึ้น สินค้าเกาหลีจึงตอบโจทย์สำหรับผู้ที่มีงบประมาณจำกัดในการแต่งกายเลียนแบบ ดังคำสัมภาษณ์

“บางทีดาราที่หนูชอบใส่เสื้อผ้าราคาแพงมาก ๆ หนูก็ไม่สามารถซื้อตามได้นะที่ เพราะมันแพงไป แต่หนูจะจำแบบ สไตล์ที่เขาใส่ แล้วมาหาซื้อในราคาที่ถูกลง”

(นางสาวพี, 2562, มีนาคม 19, สัมภาษณ์)

“ของเกาหลีหนูซื้อบ่อยมาก เพราะว่ามันถูกและหาซื้อง่าย ในไอจีก็มีขายเกลื่อน อันละไม่กี่บาทเอง

คุณภาพก็ได้แยะ” แต่หนูจะดูแบบในสื่อก่อนแล้วค่อยไปหาซื้อทีหลัง”

(นายแอล, 2562, มีนาคม 19, สัมภาษณ์)

ผลการสัมภาษณ์และสังเกตกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การแสดงพฤติกรรมเลียนแบบการแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลีของนักศึกษาขึ้นอยู่กับแรงจูงใจทั้งจากภายในและภายนอก ซึ่งแรงจูงใจจากภายในเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาจากความชอบ ความถูกต้องกับตัวตน เช่น ความสนใจส่วนตัวในสินค้าแบรนด์เกาหลี ความสบายใจในการแต่งกายเลียนแบบตามศิลปินเกาหลีที่ตนชอบ และเป็นสิ่งที่ดำรงคงอยู่ยาวนานกว่าแรงจูงใจที่มาจากภายนอก เช่น ราคา ซึ่งผลจากการสังเกตพบว่าสินค้าที่ผู้ให้สัมภาษณ์เลือกใช้ส่วนใหญ่เป็นสินค้าแบรนด์เกาหลีแทบทั้งสิ้น เป็นเครื่องยืนยันความชัดเจนจากผลการสัมภาษณ์ที่ได้มาว่าแรงจูงใจจากภายในมีอิทธิพลสูงมากกว่าปัจจัยภายนอก ทั้งนี้ศึกษามีแรงจูงใจในการแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลีที่อยู่บนพื้นฐานของการประเมินความสามารถตนเอง เกิดการเรียนรู้ อย่างมีเหตุมีผล และสามารถปรับใช้ให้มีความเหมาะสมกับตน

ความชื่นชอบในการเปิดรับสื่อ

ข้อมูลการจากสัมภาษณ์พบว่าความชื่นชอบในการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีที่มากน้อยมีผลต่อการลอกเลียนแบบพฤติกรรมการแต่งกายของนักศึกษา กล่าวคือยิ่งนักศึกษามีการบริโภคสื่อมาก ยิ่งทำให้เกิดการแต่งกายเลียนแบบเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการเสพสื่อเป็นเวลานาน ทำให้ผู้เสพซึมซับรูปแบบพฤติกรรมการแต่งกายที่ชื่นชอบ และรู้สึกว่าจะเหมาะสมกับตนโดยที่ไม่รู้ตัว ดังคำสัมภาษณ์

“หนูชอบดูสื่อบันเทิงทุกวันอยู่แล้วคะ แต่เริ่มมาแต่งตัวตามเกาหลีจริง ๆ เมื่อตอน ม.6 นี้เอง ก็มีแต่งตามไอดอลบ้าง นักร้องบ้าง ดูที่เหมาะสมกับตัวเอง”

(นางสาวเอ, 2562, มีนาคม 4, สัมภาษณ์)

“บางทีหนูใช้เวลาอยู่ในสื่อพวกนี้นานมาก มากกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน เพราะบางทีมันเพลิน เข้าแล้วออกไม่ได้”

(นางสาวบี, 2562, มีนาคม 10, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้การเสพสื่อของนักศึกษาปัจจุบันเมื่อเทียบกับช่วงเวลาในอดีตพบว่ามีชื่นชอบเพิ่มสูงขึ้น เนื่องมาจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้สามารถเปิดรับ

สื่อบันเทิงเกาหลีได้สะดวก รวดเร็วและหลากหลายมากขึ้น ดังคำสัมภาษณ์ของนักศึกษาคนหนึ่งที่ว่าตนเองสะดวกในการเปิดรับสื่อ เพราะเมื่อก่อนตนสามารถเข้าถึงสื่อได้เพียงแค่อินเทอร์เน็ต หรือวิทยุเท่านั้น อินเทอร์เน็ตก็ยังยากต่อการเชื่อมต่อสัญญาณ แต่ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตกลับเป็นอีกหนึ่งช่องทางหนึ่งในการเพิ่มการเสพสื่อ เพื่อแสดงพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบของตนให้เข้มข้นยิ่งขึ้น

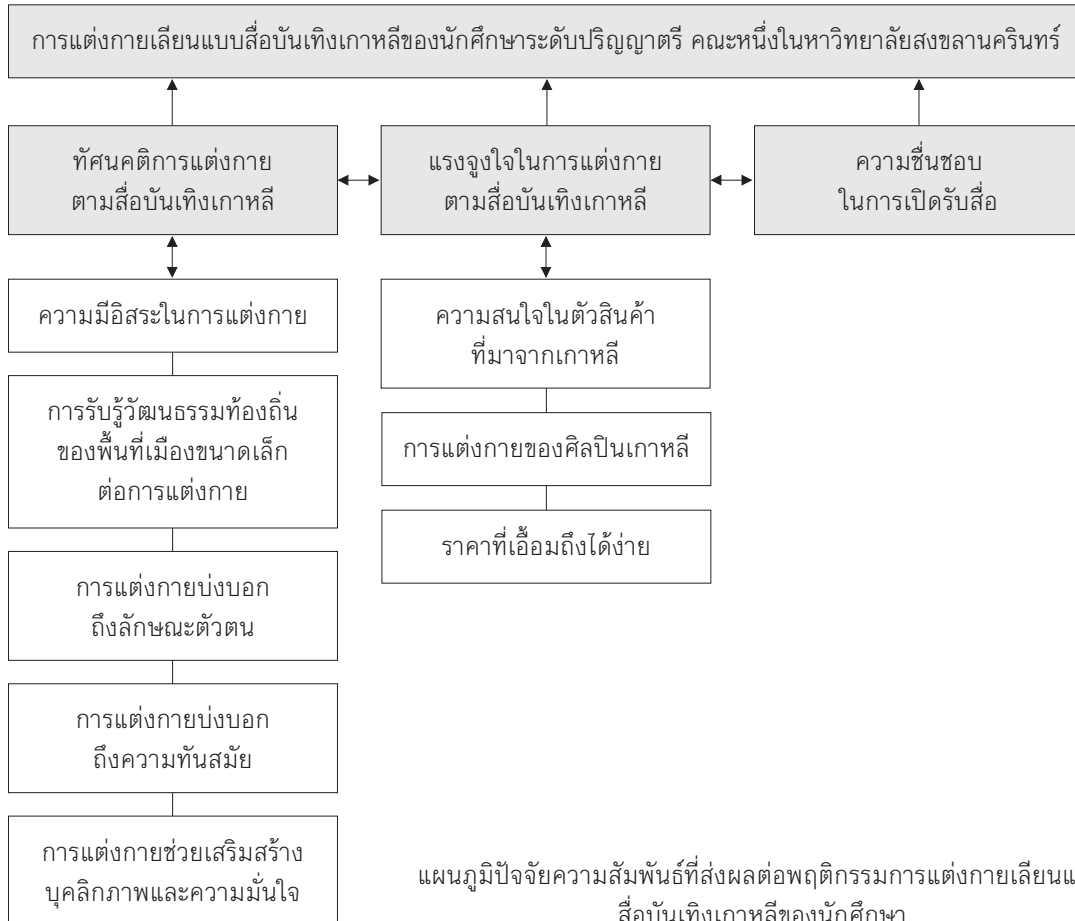
“เมื่อก่อนก็ชอบดูสื่อเกาหลีบ้าง แต่ไม่มาก เพราะมันลำบากในการดู และมีให้เลือกดูไม่เยอะ หนูเลยฟังมาแต่งตัวตอน ม.6 ตอนที่สื่อเกาหลีมันเยอะมากขึ้นแล้ว”

(นางสาวเอ, 2562, มีนาคม 4, สัมภาษณ์)

“ตอนเริ่มตั้งใหม่ ๆ ก็ชอบดูช่องรายการเพลงผ่านโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว แต่วิทยุก็เปิดฟังบ้าง แต่เป็นวิทยุออนไลน์ของช่องเกาหลี จะฟังทีหนึ่งก็ต้องต่อเน็ต ซึ่งมันลำบากมากที่ ช่วงนั้นเลยไม่ค่อยได้เสพสื่อบันเทิงเกาหลีสักเท่าไร”

(นายซี, 2562, มีนาคม 4, สัมภาษณ์)

จากผลการศึกษาดังกล่าวจะเห็นว่าอัตราความชื่นชอบในการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีส่งผลโดยตรงต่อการแสดงพฤติกรรมเลียนแบบ เหล่านี้ทำให้ผู้เสพซึมซับสารทั้งโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ดี การเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลียังเป็นการตอกย้ำค่านิยมเดิมหรือทำให้เกิดความสนใจใหม่ ๆ ส่วนตัวของผู้แสดงพฤติกรรม ให้มีการแสดงพฤติกรรมที่เข้มข้นมากขึ้น ฉะนั้นการใช้และความพึงพอใจจากสื่อจึงเป็นตัวกลางสำคัญของการถ่ายทอดชุดความคิดใหม่ และตอกย้ำชุดความคิดเดิมที่ถูกจรรตกับตัวผู้เสพ ที่ทำให้ผู้เสพมีพฤติกรรมไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ทั้งนี้การเสพสื่อ เพื่อการแสดงพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบ อาจมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบททางด้านเวลา และเหตุปัจจัยแวดล้อม หรือแม้กระทั่งความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทำให้อัตราความชื่นชอบการเสพสื่อในปัจจุบันเพิ่มสูงขึ้น ผู้เสพสื่อได้รับความสะดวกสบาย และง่ายต่อการเสพ อันจะนำไปสู่พฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบที่มากขึ้นตามไปด้วย จากข้อค้นพบภายในพื้นที่วิจัยข้างต้นสามารถนำมาสร้างเป็นแผนภูมิโดยสังเขป ดังนี้



แผนภาพข้างต้นแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลีนักเรียนระดับปริญญาตรีคนหนึ่งมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ ทัศนคติการแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลี แรงจูงใจในการแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลี และสุดท้ายคือความชื่นชอบในการเปิดรับสื่อ ข้อค้นพบข้างต้นได้มาจากการวิจัยก่อนหน้าที่ทำการสำรวจเชิงปริมาณจนได้ข้อสรุปเป็น 3 องค์ประกอบ หลังจากนั้นจึงนำข้อค้นพบทั้ง 3 มาทำการสังเกต สัมภาษณ์เชิงลึกตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ นำไปสู่ข้อสรุปแบบเจาะลึกลงในแต่ละประเด็นเริ่มตั้งแต่ประเด็นทัศนคติการแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลีจากการสังเกตและสัมภาษณ์พบว่าประกอบไปด้วยข้อย่อย อาทิ ความมีอิสระในการแต่งกาย การรับรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นของพื้นที่เมืองขนาดเล็กต่อการแต่งกาย การแต่งกายบ่งบอกถึงลักษณะตัวตน การแต่งกายบ่งบอกถึงความทันสมัย การแต่งกายช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพและความมั่นใจ ในด้านของแรงจูงใจในการแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลี ยังพบประเด็นย่อยที่น่าสนใจ ดังนี้ ความสนใจในตัวสินค้าที่มาจากเกาหลี การแต่งกายของศิลปินเกาหลี ราคาที่เอื้ออำนวยได้ง่าย และสุดท้ายเป็นประเด็นความชื่นชอบในการเปิดรับสื่อ ทั้งนี้การมีทัศนคติ แรงจูงใจ ความชื่นชอบในการเปิดรับสื่อดังกล่าวล้วนส่งอิทธิพลซึ่งกันและกันมีในการตัดสินใจแสดงออกซึ่งพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลีของนักศึกษาแทบทั้งสิ้น

■ สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่าสื่อบันเทิงเกาหลีมีผลอย่างมากต่อพฤติกรรมการเลียนแบบการแต่งกายของกลุ่มนักศึกษา โดยส่งผลใน 3 ประเด็น ได้แก่ ความชื่นชอบในการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี ทัศนคติต่อสื่อบันเทิงเกาหลี และแรงจูงใจในการแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลี

ความชื่นชอบในการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบกล่าวคือ ยังมี การเสพลี้น่าสนใจนำไปสู่พฤติกรรมเลียนแบบที่มากขึ้น แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าพฤติกรรมเลียนแบบของกลุ่มนักศึกษามีปรากฏชัดเจนขึ้นในช่วงเวลาไม่นานมานี้ อันเนื่องมาจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารที่ช่วยเปิดช่องทางในการเปิดรับสื่อที่สะดวกและง่ายมากขึ้นกว่าในอดีต ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2560) ให้ทัศนะไว้ว่าความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบของกลุ่มสมาชิก

แฟนคลับ ยิ่งสื่อพัฒนามากขึ้นก็ยิ่งเป็นช่องทางในการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมการเลียนแบบ สอดคล้องกับ Eadie (1987) ที่ให้ทัศนะว่าความชื่นชอบและความตั้งใจในการเปิดรับสื่อเป็นการบอกถึงการที่ผู้รับสารเสพลี้น่าสนใจน้อยเพียงใด เช่นเดียวกับ Dainton & Zelle (2011) ที่กล่าวว่า การใช้และความพึงพอใจจากสื่อเป็นการให้และการรับความหมาย การถ่ายทอดและรับสาร ที่รวมถึงแนวคิดการโต้ตอบ แบ่งปัน และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นด้วย สื่อจึงถือว่ามีบทบาทในการผลิตและเผยแพร่กระจายสารให้ตรงตามความต้องการของผู้รับสาร ทั้งนี้สื่อบันเทิงเกาหลีเป็นสิ่งที่น่าสนใจและตรงกับจริตของผู้เปิดรับ ทำให้ผู้รับสารซึมซับพฤติกรรมต่าง ๆ ส่งผลมาถึงพฤติกรรมการลอกเลียนแบบ ดังงานวิจัยของ เนตรนภา อินทโชติ (2551) ที่พบว่า ความชื่นชอบของการเปิดรับสื่อกับพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบส่งผลซึ่งกันและกันในลักษณะเชิงบวก กล่าวคือยังมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีในระดับมากย่อมส่งผลต่อพฤติกรรม การแต่งกายเลียนแบบตามสื่อบันเทิงเกาหลีมากตามไปด้วย ต่างจากข้อค้นพบของ ปัทมกร ปรีดาชัชวาล (2556) ที่พบว่าวัยรุ่นไทยเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีในระดับต่ำ เกิดมาจากช่วงอายุดังกล่าวเป็นช่วงอายุที่อยู่ในวัยเรียนและวัยทำงาน จึงทำให้มีเวลาในการเสพลี้น่าสนใจ แต่การเสพลี้น่าสนใจมิได้ส่งผลต่อพฤติกรรมความชื่นชอบการแต่งกายเลียนแบบในกลุ่มวัยรุ่นน้อยลงตามไปด้วย ดังที่ Klapper (1960) ให้ข้อเสนอไว้ว่าสื่อเป็นเพียงเครื่องยืนยัน/สนับสนุนผู้รับสารที่มีความเชื่อเดิมที่สอดคล้องกับสิ่งที่สื่อเสนอ หากสื่อบันเทิงเกาหลีที่เปิดรับตรงกับความสนใจ และความต้องการของผู้เสพลี้น่าสนใจ ก็อาจทำให้ผู้เสพลี้น่าสนใจแสดงพฤติกรรมเลียนแบบออกมาได้ แต่จะไม่มีผลต่อผู้รับสารที่มีความคิดความเชื่อเดิมที่แตกต่างจากสิ่งที่สื่อเสนอ อย่างไรก็ตาม Klapper (1960) ยังกล่าวเสริมว่าความชื่นชอบในการเสพลี้น่าสนใจสามารถเปลี่ยนแปลงบุคคลได้เช่นกัน หากสื่อเสนอสิ่งที่ถูกจริตกับตัวตนของเขา เขาก็จะเปลี่ยนพฤติกรรมได้ สิ่งที่น่าสังเกตจากงานวิจัยชิ้นนี้คือ การแสดงพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบของนักศึกษา อาจขึ้นอยู่กับสภาพบริบทพื้นที่ และช่วงระยะเวลาที่เป็นกระแสของสังคมที่ทำให้ผลการวิจัยของ ปัทมกร ปรีดาชัชวาล (2556) แตกต่างจากงานชิ้นอื่น ๆ

นอกจากประเด็นความชื่นชอบในการเปิดรับสื่อที่มากหรือน้อยส่งผลต่อพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบแล้ว ยังมีประเด็นทัศนคติการแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลี จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่าทัศนคติของนักศึกษามีแนวโน้มในเชิงบวก นักศึกษาสามารถมีอิสระในการแต่งกายตามความชื่นชอบผ่านการดูตัวแบบจากสื่อบันเทิงเกาหลี โดยไม่ถูก

บังคับจากสภาพสังคม ดังที่ Schramm (1973) ให้ทัศนะไว้ว่า สภาพสังคมที่ผู้รับสารอาศัยอยู่มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่คอย กำหนดท่าทีการรับและการตอบสนองต่อข่าวสาร ด้วยการ แสดงออกมาทางพฤติกรรมการเลียนแบบของผู้รับสาร ประกอบกับสังคมไทยที่ให้อิสระเสรีแก่ปัจเจกบุคคลในการ เลือกและแสดงออกซึ่งพฤติกรรมเลียนแบบต่างๆ ที่ไม่ขัดกับ กรอบจารีตวัฒนธรรม ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับสภาพบริบทภายใน พื้นที่ที่คน ๆ นั้นอาศัยอยู่ ที่อาจทำให้เกิดความไม่เข้าใจ หรือ ถูกมองว่าแปลก ถ้าแสดงพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบ สื่อบันเทิงเกาหลีที่มากเกินไป เช่นเดียวกับงานวิจัยชิ้นนี้ ที่ศึกษากรณีในต่างจังหวัด ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยที่ ผ่านมาที่ศึกษาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งมีลักษณะสังคมที่ เปิดกว้างกว่า ส่วนการแสดงพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบ ในต่างจังหวัดอาจถูกมองว่าแปลกและไม่เข้าพวกดัง คำสัมภาษณ์ที่ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ไว้ข้างต้น สอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ (2560) ได้ให้ข้อคิดเห็นว่าทัศนคติจะ ส่งผลในเชิงบวกหรือเชิงลบขึ้นอยู่กับบริบทด้านเวลาและ บริบทด้านสภาพแวดล้อมเป็นสำคัญ แต่สังคมปัจจุบันการ เข้าถึงสื่อ ทำให้มีการเปิดพื้นที่ให้กับความหลากหลายมากขึ้น การแสดงออกถึงความคิดและความเป็นตัวตนผ่านการ แต่งกายจึงได้รับการยอมรับมากกว่าในอดีต เช่นเดียวกับ ผลการวิจัยของ ชูติมา ชูณหากาญจน์ (2550) ที่พบว่าวัยรุ่นใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีพฤติกรรมการเลียนแบบ ด้านการแต่งกายตามแฟชั่นเกาหลีมากที่สุด เพราะมีลักษณะ สังคมแบบเปิดกว้าง และไม่ถูกกีดกันหรือมองว่าผิดแปลกไป จากสังคม ทั้งยังกล่าวเสริมอีกว่าพฤติกรรมเลียนแบบมัก ปรากฏชัดในพื้นที่ที่เป็นสังคมเมืองขนาดใหญ่มากกว่าสังคม เมืองขนาดเล็ก

ยิ่งไปกว่านั้นเครื่องแต่งตัวของกลุ่มที่มีพฤติกรรม เลียนแบบการแต่งกายตามสื่อบันเทิงเกาหลี ยังเป็นสัญญาณ ในการแสดงออกถึงลักษณะตัวตนของผู้ที่สวมใส่ที่ทำให้รู้ว่า กลุ่มตนมีความเฉพาะ ไม่เหมือนกลุ่มอื่น ดังที่ ทิสาภรณ์ ชาลีมูย (2559) ให้ทัศนะไว้ว่าสื่อบันเทิงในปัจจุบันมีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการแต่งกายของนักศึกษาเป็นอย่างมาก มีการนำ เนื้อหาหรือพฤติกรรมที่ปรากฏในสื่อมาปรับประยุกต์ใช้ รวมถึงลอกเลียนแบบ เพื่อสร้างความโดดเด่นและแสดงออก ถึงความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ ที่ไม่เหมือนกับผู้อื่น สอดคล้อง กับ Triandis (1971) ที่มองว่าพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบ ของมนุษย์เป็นผลมาจากทัศนคติ ดังนั้นทั้ง 2 สิ่งจึงส่ง ผลซึ่งกันและกัน กล่าวคือ ทัศนคติมีผลต่อการแสดงออก ซึ่งพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบของบุคคล ขณะเดียวกัน การแสดงออกซึ่งพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบก็มีผลต่อ

ทัศนคติของบุคคลเช่นกัน ดังที่เห็นได้จากการสังเกตและ บทสัมภาษณ์ข้างต้นนักศึกษามีทัศนคติความเชื่อที่ว่า การ แต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลีมีส่วนช่วยเสริม บุคลิกภาพ เพิ่มความมั่นใจ นักศึกษาจึงมีทัศนคติในเชิง บวกต่อการแต่งกายตามแบบเกาหลี เพราะมองว่าเมื่อสวม ใส่แล้ว ทำให้ถูกมองว่าเป็นคนทันสมัยและเกิดการยอมรับ ในสังคมมากขึ้น

ประเด็นด้านแรงจูงใจ ยังเป็นสิ่งที่งานวิจัยชิ้นนี้พบ กล่าวคือ แรงจูงใจเป็นแรงขับสำคัญในการก่อให้เกิด พฤติกรรมการเลียนแบบ และอาศัยอยู่ก่อนหน้าปัจจัยอื่น ๆ เนื่องจากแรงจูงใจเกิดจากความชอบหรือความพึงพอใจที่มี ต่อตัวบุคคลที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อ ถือว่าเป็นความสามารถ ของแต่ละบุคคลในการมองแรงกระตุ้นจากภายนอก จนนำไปสู่พัฒนาการภายใน โดย Buck (1991) ยังกล่าวเสริมอีกว่า การเลียนแบบการแต่งกาย เป็นการแสดงออกถึงสิ่งที่ตน มุ่งหวังให้บุคคลทั่วไปรับรู้ในการเป็นสมาชิกจากรูปแบบการ แต่งกายที่เหมือนกัน การแสดงออกจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ พัฒนาการในการสร้างลักษณะตัวตนและแรงจูงใจที่เกิดจาก ความเชื่อที่ว่า การแต่งกายตามศิลปินเกาหลีที่ตนชื่นชอบ จะ ทำให้ตนดูดี และโดดเด่น ทั้งยังเสริมความมั่นใจในการ ดำรงชีวิต ฉะนั้นแรงจูงใจจึงทำให้นักศึกษาเลือกรับข้อมูลที่ เหมาะสมกับตน เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมการแต่งกาย เลียนแบบ ดังที่ Bennett (2002) ได้ให้ทัศนะไว้ว่ากลุ่มวัย รุ่นส่วนมากมักเลียนแบบการแต่งกายและพฤติกรรมของ บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ตนชื่นชอบ สอดคล้องกับ Fischer และ Gochros (1975) ที่กล่าวว่า การที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรม เลียนแบบจากตัวแบบมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับความสนใจ ของผู้เลียนแบบที่มีต่อตัวแบบ ยิ่งมีความสนใจต่อตัวแบบ มากยิ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบมากขึ้นเป็นเงาตามตัว

แรงจูงใจจากภายนอกมีส่วนช่วยในการแสดงออกถึง พฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลีไม่แพ้กัน อาทิ ราคาและคุณภาพของสินค้าแบรนด์เกาหลี เป็นตัวแปร ที่สำคัญในการจูงใจให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุบลรัตน์ ศิริชูศักดิ์ (2550) ที่พบว่า กระแสความนิยมสินค้าทางวัฒนธรรมจากประเทศเกาหลี โดยเฉพาะเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี เป็นแรงจูงใจอย่าง หนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น ไทย ด้วยราคาสินค้าแบรนด์เกาหลีที่กลุ่มนักศึกษาสามารถ เอื้อมถึงได้โดยง่าย ทั้งยังมีรูปแบบที่น่ารัก ประดับตกแต่ง ด้วยลวดลายตัวการ์ตูน สีฉูดฉาด วัยรุ่นไทยจึงต้องเสียค่า ใช้จ่ายในแต่ละเดือน สำหรับการซื้อหาสินค้าทางวัฒนธรรม เหล่านี้ เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพของตน และให้เกิดการ

ยอมรับในกลุ่มเพื่อนและสังคม เกิดการหันมาใช้สินค้าแบรนด์ เกาหลีในการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบที่ ถูกส่งผ่านโดยสื่อบันเทิงเกาหลีเพิ่มขึ้น เหล่านี้ล้วนมีอิทธิพล ต่อการแต่งกายเลียนแบบ ดังที่งานวิจัยของ ธนวุฒิ เศรษฐฤทธิ (2554) ที่กล่าวว่ากลุ่มวัยรุ่นจะเลือกใช้ตราสินค้าเกาหลีในการ แสดงพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบตามต้นแบบที่ตนชื่นชอบ เนื่องจากราคาที่สมเหตุสมผลและรูปลักษณ์ของสินค้า ที่น่าใช้ เหมาะกับการดำเนินชีวิตของตน ทำให้เราเห็นถึง ความคิดความเชื่อและปัจจัยเงื่อนไขที่มีอิทธิพลต่อการเลือก แสดงออกซึ่งพฤติกรรมการแต่งกายที่มาจากกรอบจำกัด ผ่านสื่อบันเทิงเกาหลี อันจะนำไปสู่การสร้างความตระหนักรู้ เท่าทันการเปิดรับสื่อจากภายนอกของวัยรุ่น

■ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเทคนิคและกลยุทธ์การบูรณาการการทำงานเพื่อนำเสนอวัฒนธรรมผ่านสื่อบันเทิงไทย-เกาหลี อันจะส่งผลให้เกิดการสร้างเครือข่ายการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกัน และสามารถนำไปปรับใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรมกับ อุตสาหกรรมสื่อบันเทิงไทยในอนาคต

■ เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2560). *การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยด้าน การบริการการจัดการวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

จางจินต์ จิตรแจ่ม. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการตัดสินใจ ซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบผู้บริโภคกับผู้บริโภค บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ดูแลความงาม* (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ชุตินา ชุณหกาญจน์. (2550). *พฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรม ของวัยรุ่นไทยจากสื่อบันเทิงเกาหลี* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

ทิพย์ธิดา สกุนทองอร่าม. (2556). *ปัจจัยการไปศึกษาต่อต่างประเทศ ของนักศึกษาเกาหลี ตั้งแต่ช่วงปี 1990 ถึงปี 2012*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

ทิสากรณ์ ชาลีมัย. (2559). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิด รับสื่อกับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทย ที่มีต่อซีรีย์ฮอโรโมน วัยว้าวุ่น ซีซั่น 3* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

ธนวุฒิ เศรษฐฤทธิ. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปิน ต้นแบบละครโทรทัศน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

นันทขว้าง สิริสุนทร. (2545). *เปลือยป๊อป คัลเจอร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เนชั่น.

เนตรนภา อินทโชติ. (2551). *ละครเกาหลีทางโทรทัศน์กับทัศนคติ และพฤติกรรม ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัย- ธรรมาราช.

ปัทมกร ปรีดาชัชวาล. (2556). *การยอมรับและพฤติกรรม การเลียนแบบทางวัฒนธรรม จากสื่อบันเทิงของวัยรุ่นไทย* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ประชาชาติธุรกิจ. (2562, เมษายน 8). "BLACKPINK" ทูบสถิติ! มิวสิกเพลง "Kill This Love" มีผู้ชมครบ 100 ล้านวิว เร็วที่สุดในยูทูป. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/spinoff/entertainment/news-312983>

พรรณพิมล หล่อตระกูล. (2544). *คู่มือดูแลสุขภาพจิตเด็กวัยรุ่น สำหรับเจ้าหน้าที่สถานเอนามัย*. กรุงเทพฯ: กรมสุขภาพจิต.

พิชามญช์ มะลิขาว. (2554). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การซื้อเสื้อผ้า แฟชั่นสตรีผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก* (วิทยานิพนธ์บริหาร- ธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, กรุงเทพฯ.

มยุรี เนียมสวารค์. (2550). *บุคลิกภาพของพิธีกรรายการโทรทัศน์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่น* (วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.

อัจฉรา ทองอยู่. (2550). *การเปิดรับสื่อโทรทัศน์กับวัฒนธรรม การแต่งกายของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2550). *กระบวนการเอเชียพัฒนาของ วัฒนธรรมป๊อปเกาหลี (เคป๊อป): การผลิต การบริโภค และ การสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. New Jersey: Prentice Hall.

Bennett, C. (2002, January-February). Fan club confessions: Teens underestimate influence of celebrity idols. *Psychology Today*, 18, 122.

Buck, R. W. (1991). Modes of continental lithospheric extension. *Journal of Geophysical Research*, 96, 20161-20178.

Dainton, M., & Zelle, E. D. (2011). *Applying communication theory for professional life: A practical introduction* (2nd ed.). Singapore: Sage.

Eadie, W. F. (1987). *21st Century communication: A reference handbook*. United Kingdom: Sage.

Fischer, J., & Gochros, H. L. (1975). *Planned behavior change behavior modification in social work*. Michigan: Free Press.

Keyes, F. C. (2019). *Thailand: Buddhist kingdom as modern nation state*. London: Routledge.

Klapper, J. T. (1960). *Effects of mass communication*. United States: Free Press.

Miller, D. (2019). *How the world changed social media*. London: UCL Press.

Schramm, W. L. (1973). *Channel and audience in handbook of communication*. Chicago: Renelly College Publishing Company.

Triandis, H. C. (1971). *Attitude and attitude change*. California: John Wiley & Sons.