

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาของปัญหา

ยุคโลกไร้พรมแดน (Globalization) ที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ สินค้า และวัฒนธรรมข้ามแดน นำมาซึ่งความรู้ สินค้า และวัฒนธรรมที่หลั่งไหลเข้ามาจากทวีปไปสู่ทวีป ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ กระแส “นิยมนอเมริกัน” ที่ได้เกิดขึ้นเมื่อยี่สิบกว่าปีที่แล้ว นำมาซึ่งการถ่ายทอดความรู้ สินค้า และวัฒนธรรมของชนชาติอเมริกัน โดยอาศัยวิธีการแทรกซึมผ่านสื่อภาพยนตร์ เป็นตัวนำร่อง เมื่อกระแสวัฒนธรรมตะวันตกถึงจุดอิ่มตัว วัฒนธรรมเอเชียตะวันออกก็กลายมาเป็นจุดสนใจของชาวโลกมากขึ้น “จีน” ประเทศที่เป็นมหาอำนาจของเอเชียตะวันออก กลายเป็นจุดสนใจในทันที และเป็นรายแรกของเอเชียตะวันออกที่เริ่มเผยแพร่วัฒนธรรมจีนผ่านสื่อภาพยนตร์ออกไปยังประเทศต่างๆ ถึงปัจจุบันจะประสบความสำเร็จในจุดหนึ่งแต่ก็ไม่เป็นที่ยอมรับเท่ากระแสญี่ปุ่นฟีเวอร์ หรือ J-POP ของชาติญี่ปุ่นที่ผลักดันตัวเองตามชาติจีน เมื่อสิบกว่าปีที่แล้วสร้างมูลค่าและค่านิยมอันดีต่อภาพลักษณ์ของญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก ปลายยุค 90 กระแส “Korean Wave” หรือ “Hallyu” ได้เกิดขึ้นจากชาติเกาหลี ประเทศที่ ยูเนสโก (UNESCO) เคยจัดอันดับให้เป็นหนึ่งในประเทศยากจนเมื่อหลายสิบปีก่อน ประเทศที่มีสงคราม และมีประวัติศาสตร์อันขมขื่นมานานหลายสิบปี แต่ทว่าวันนี้ “Korean Wave” หรือ “Hallyu” คลื่นวัฒนธรรมเกาหลีที่ถูกส่งออกไปผงาดอยู่ทั่วโลก ทำให้หลายๆ ประเทศต้องจับตามองประเทศเล็กๆ อย่าง “เกาหลี” (สุภัทธา สุขชู, 2549: ระบบออนไลน์)

กระแส “Korean Wave” หรือ “Hallyu” นั้นหมายถึง ปรากฏการณ์ความนิยมวัฒนธรรมเกาหลีที่เกิดจากอิทธิพลของสินค้าวัฒนธรรม K-POP หรือกระแสเกาหลีฟีเวอร์ ได้แก่ ภาพยนตร์ ละคร เพลง เกม นิยาย การ์ตูน และแอนิเมชัน ทำให้เกิดคำถามตามมาว่า กระแสเกาหลีมาจากไหน และทำไมประเทศเกาหลีจึงสามารถผลักดันให้อุตสาหกรรมความบันเทิงของพวกเขาเป็นที่นิยมในหลายๆ ประเทศ ซึ่งสาเหตุนั้นมาจากการที่รัฐบาลเกาหลีได้ได้ตั้งเห็นถึงประโยชน์ในการพัฒนาให้วัฒนธรรมเกาหลีกลายเป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ระดับประเทศ จึงจัดตั้ง “องค์การวัฒนธรรมและ สारตละเกาหลี” หรือ KOCCA โดยมีภารกิจหลักคือ สนับสนุนและส่งเสริมให้นำเนื้อหาสาระความเป็นชาติเกาหลี สอดแทรกลงไปในส่วนบันเทิงต่างๆ ทุกประเภท ทั้งภาพยนตร์ ละคร เพลง การ์ตูน เกม และแอนิเมชัน โดยพยายาม

พัฒนาให้กลายเป็นธุรกิจที่สามารถนำรายได้มาเลี้ยงประเทศได้ (เศรษฐกิจพิเศษ กระจ่างวงศ์, 2549: 97-98)

สำหรับจุดขายของกระแสเกาหลี หรือ Korean Wave คือ ภาพยนตร์ ซีรีส์เกาหลี และเพลง ที่ทำให้ผู้ชมเกิดอาการคลั่งไคล้เป็นจำนวนมาก ซึ่งได้มีการสอดแทรกวัฒนธรรมลงไป เพื่อเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อ โดยใช้ความนิยมในตัวดารานักแสดง และนักร้องเป็นจุดวัฒนธรรม จากความแปลกใหม่ที่เป็นทางเลือกใหม่ของผู้บริโภค ในขณะที่กระแส J-POP เริ่มนำเบื้อ และกระแสอเมริกันถึงจุดอิ่มตัว ทำให้เกิดความนิยมที่แปลกใหม่ นั่นคือ เกาหลีฟีเวอร์ แพร่สะพัดสู่ประเทศต่างๆ ไม่เพียงแต่ได้รับความนิยมในเอเชียเพียงเท่านั้น ยังได้รับความนิยมข้ามไปยังฝั่งประเทศตะวันตก ทั้งในยุโรปและอเมริกา ประเทศไทยก็กลายเป็นหนึ่งในเอเชียที่กระแสเกาหลี K-pop เข้ามาได้รับความนิยอย่างสูง จากละครหรือซีรีส์เกาหลี ตามด้วยภาพยนตร์ และเพลง ด้านวัฒนธรรมเพลง วงดนตรีเกาหลีเริ่มเป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นในจีนและได้หวั่นนับตั้งแต่ปลายทศวรรษที่ 1990 สถานีโทรทัศน์ในเกาหลีไม่สามารถรูดตลาดในประเทศของตนเองได้ วงดนตรีเกาหลีจึงหันมารูดตลาดเอเชีย เพื่อสร้างให้วงดนตรีเกาหลีเป็นทางเลือกอีกทางหนึ่ง นอกเหนือจากวงดนตรีป๊อปจากประเทศตะวันตก หรือญี่ปุ่น วงบอยแบนด์เกาหลียุคบุกเบิก คือ H.O.T. ดิฉันดับอัลบั้มขายดีในเอเชีย ตามด้วยนักร้องทั้งเป็นวงดนตรีและตัวบุคคลอาทิ NRG SES, Baby V.O.X และเรน จนมาถึงยุคปัจจุบัน กลายเป็นรุ่นใหม่อย่างดงบังชินกิ (TVXQ), ซูเปอร์จูเนียร์ (Super Junior) และ วันเดอร์เกิร์ล (Wonder Girls) ด้านเพลงของเกาหลีในประเทศไทย บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ถือเป็นค่ายเพลงในเมืองไทยรายแรกที่สนใจเปิดตลาดเพลงเกาหลีในประเทศไทย เมื่อราว 5-6 ปีก่อน โดยร่วมมือกับค่ายเพลงอิสระรายใหญ่ในเกาหลี คือ บริษัท JYP Entertainment นำผลงานเพลงจากนักร้องเกาหลี อาทิ Baby V.O.X และเรน เข้ามาสู่เมืองไทย จนถึงวันนี้ก็ผลิตรายมาถึงวันเดอร์เกิร์ล ดงบัง ชินกิ ซูเปอร์จูเนียร์ เกิร์ล เจเนอเรชัน และบีกแบงก์ เป็นต้น การขยายตลาดของนักร้องเกาหลียกสู่ตลาดนอกประเทศนั้น ไม่ใช่ว่าจะสำเร็จไปทุกที่ เพลง Nobody ในมาเลเซียหรือสิงคโปร์ ก็ถือเป็นเพลงฮิตทั่วไปเพลงหนึ่ง แต่ไม่ได้ฮือฮาเหมือนในประเทศไทย รวมไปถึงศิลปินบอยแบนด์ที่วัยรุ่นคลั่งไคล้ ก็น่าจะเห็นได้เพียงในประเทศไทยเท่านั้น (ผู้จัดการ, 2552: ระบบออนไลน์)

จากผลการวิจัยด้านการศึกษาพฤติกรรมและการเลียนแบบวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทย จากสื่อบันเทิงเกาหลี ด้วยการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมและการเลียนแบบวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลี เพศหญิงจำนวน 8 คน โดยเห็นว่าเพศหญิงมีปริมาณการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี และมีพฤติกรรมและการเลียนแบบมากกว่าเพศชาย พบว่าวัยรุ่นหญิงใช้ระยะเวลาในการติดตามสื่อบันเทิงเกาหลีตั้งแต่ 2 – 8 ปี โดยชื่นชอบเพลงเกาหลีมากที่สุด รองลงมาเป็นละครเกาหลี และ

ภาพยนตร์เกาหลี จะเห็นได้ว่าเพลงเกาหลีได้รับความนิยมมากที่สุด ซึ่งผลที่ตามมาคือ นักร้องเกาหลีเองก็ได้รับความนิยมตามไปด้วย (ชุติมา ชุณหกาญจน์, 2551: 329) วัยรุ่นไทยมีพฤติกรรมความคลั่งไคล้ศิลปินนักร้องเกาหลี โดยหาข้อมูลและติดตามข่าวสารเกี่ยวกับศิลปินนักร้องเกาหลีที่คลั่งไคล้ ทางสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด มีพฤติกรรมการซื้อขายและการสะสมของที่ระลึกต่าง ๆ การไปชมคอนเสิร์ต การติดตามศิลปินนักร้องที่คลั่งไคล้ไปตามสถานที่ต่างๆ การทำของขวัญให้ การผลิตสินค้าที่เกี่ยวกับศิลปินเพื่อเป็นธุรกิจ การทำเว็บไซต์ของศิลปินนักร้องเกาหลีที่คลั่งไคล้ การสร้างพื้นที่ส่วนตัวบนเว็บไซต์ เช่น Blog Hi5 Space และMultiply การอ่านหรือการแต่งกายเลียนแบบตัวนักร้อง พฤติกรรมการเลียนแบบท่าเต้น และการฝึกฝนหรือเรียนภาษาเกาหลี (วรรณุช ตันดิวิฑิตพงศ์, 2551: 3-4)

### ความสำคัญของปัญหา

เมื่อในประเทศไทยเกิดกระแสความนิยมนักร้องเกาหลี กลุ่มวัยรุ่นผู้นิยมนักร้องเกาหลีจึงกลายเป็นบุคคลที่ติดตามผลงานหรือคอยให้กำลังใจนักร้องเกาหลีที่ตนเองชื่นชอบ โดยพฤติกรรมการชื่นชอบศิลปิน นักร้องของกลุ่มวัยรุ่นนั้นถือว่าเป็นเรื่องธรรมชาติ เนื่องจากวัยนี้เป็นวัยแห่งการเสริมสร้างสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ (สุชา จันทรธอม, 2529: 1-3) โดยปกติแล้ววัยรุ่นจะเริ่มมีวัฒนธรรมของเขาเกิดขึ้น เป็นวัยที่เริ่มมีการสนใจในการสมาคมมากขึ้น หมู่คณะมีอิทธิพลเหนือชีวิตวัยรุ่น ทำให้วัยรุ่นมีความคิดเห็น จิตใจ กริยามารยาท การแต่งกายและระเบียบการปฏิบัติคล้อยตามหมู่คณะ

ปัญหาวัยรุ่นคลั่งไคล้นักร้องเกาหลี เนื่องจากเด็กรู้สึกว่าเขา ไม่มีความสุข ไม่มีสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ และขาดผู้ใหญ่ให้ภูมิคุ้มกันที่ดี ส่วนใหญ่พบในเด็กเก่ง เด็กดี แต่ไม่มีความสุข เมื่อได้มาพบคนกลุ่มเดียวกันที่มีรสนิยมชอบคารานักร้องคนเดียวกัน พุดคุยในเรื่องเดียวกัน ทำให้เด็กมีความสุข (ข้าวสด, 2552: ระบบออนไลน์)

ผลจากกระแสความนิยมนักร้องเกาหลีของวัยรุ่นไทย ทำให้เกิดการติดตามข่าวสารนักร้องเกาหลีของวัยรุ่นไทยอย่างมากมาย และมีพฤติกรรมอันหลากหลายที่แสดงออกต่อสังคม โดยผู้วิจัยแบ่งออกเป็นด้าน ๆ ดังนี้

1. ด้านการศึกษา ในปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่ได้มีการเปิดสอนภาษาเกาหลีเพิ่มขึ้น โดยจากการสัมภาษณ์พนักงานประจำศูนย์วัฒนธรรมเกาหลีจังหวัดเชียงใหม่ คุณณัฐธิดา ฝอยทอง (2551: สัมภาษณ์) เปิดเผยว่า มีนักเรียนระดับมัธยมศึกษาให้ความสนใจและเข้ารับการเรียนภาษาเกาหลีเพิ่มมากขึ้น จากในอดีตทางศูนย์วัฒนธรรมเกาหลีจังหวัดเชียงใหม่ไม่ได้ทำการเปิดสอน

ภาษาเกาหลีมาก่อน แต่ได้รับการสอบถามและเรียกร้องเข้ามาอย่างท่วมท้น จึงทำให้มีการเปิดสอนภาษาเกาหลีจนในที่สุดและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีตลอดมา อีกทั้งมีแนวโน้มที่มากขึ้นเรื่อยๆ ในขณะที่เดียวกันที่ภาษาเกาหลีเป็นภาษาทางเลือกที่ 3 รองจากภาษาสากลหรือภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น (วัฒนธรรมชัย ยะนิทร, 2549: ระบบออนไลน์)

2. ด้านเศรษฐกิจ ผลการวิจัยศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเล่นแบบวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทยจากสื่อบันเทิงเกาหลี” พบว่าวัยรุ่นไทยส่วนใหญ่จะเลียนแบบการแต่งกาย ทรงผม และการแต่งหน้าตามแบบแฟชั่นเกาหลีนั้น มีการเลียนแบบจากนักร้อง/นักแสดงที่ชื่นชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.0 (ซุติมา ชูณหากาญจน์, 2551: 335) ที่เป็นผลพวงมาจากการติดตามข่าวสารของนักร้องเกาหลี ทำให้เกิดการใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือยในการแต่งตัวตาม เพราะเสื้อผ้าที่เหมือนหรือคล้ายของนักร้องเกาหลีก็จะมีราคาสูงตามไปด้วย อีกทั้งวัยรุ่นไทยหันมาเรียนภาษาเกาหลีและเรียนเต้นเพื่อให้เต้นได้คล้ายคลึงนักร้องที่ตนเองชอบ ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายทั้งการแต่งตัว ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในส่วนของการเรียน นอกจากนี้ยังมีการเสียค่าใช้จ่ายจากการติดตามคอนเสิร์ตนักร้องเกาหลีในเมืองไทยที่ผ่านมา มีนักร้องเกาหลีที่เข้ามาเปิดคอนเสิร์ตในเมืองไทยเป็นจำนวนมาก ซึ่งในช่วงปี 2551 มีนักร้องเข้ามาทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับคอนเสิร์ตจำนวน 11 กิจกรรม และวัยรุ่นที่ชื่นชอบนักร้องเกาหลีจะไปเฝ้าติดตามและคอยต้อนรับถึงสถานที่จัดกิจกรรม ซึ่งแต่ละครั้งจะเกิดค่าใช้จ่ายขึ้นมาทั้งค่าเดินทาง ค่าตัวเข้าชม ค่าที่พัก ค่าของที่ระลึก รวมไปถึงค่าใช้จ่ายในการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับนักร้องเกาหลีที่ต้องมีการซื้อสื่อเกี่ยวกับนักร้องเกาหลี ซึ่งส่งผลให้เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการซื้อสื่อขึ้นมาอีก

3. ด้านสังคม การรวมกลุ่มของวัยรุ่นที่ทำกิจกรรมเลียนแบบท่าเต้นนักร้องเกาหลีที่ตนเองชื่นชอบ หรือเรียกว่าเต้นคัฟเวอร์นักร้องเกาหลีซึ่งวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีการรวมตัวกันทำกิจกรรมต่างๆ ตามห้างสรรพสินค้า อาทิ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต และ ศูนย์การค้าภาคสวนแก้ว ส่งผลให้เกิดการรวมกลุ่มที่มีความชอบคล้ายกันได้มารวมตัวที่ทำกิจกรรมคล้ายกัน และมาทำกิจกรรมร่วมกัน เกิดการทำกิจกรรม ทำให้เกิดการรู้จักเพื่อนใหม่ ชักชวนกันทำกิจกรรม ส่งผลให้เกิดผลกระทบด้านต่างๆ เพราะวัยรุ่นที่อยู่ในรุ่นราวคราวเดียวกันจะมีความสนใจ มีอุดมคติที่คล้ายคลึงกันและมักอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม พร้อมทั้งสร้างสรรค์กิจกรรมที่ต้องทำร่วมกัน ตลอดจนกฎเกณฑ์ต่างๆ ของกลุ่มขึ้น ซึ่งสมาชิกในกลุ่มจะให้ความเคารพและรักดีต่อกฎเกณฑ์ที่กลุ่มตั้งขึ้น เช่น การแต่งกาย การพูด และค่านิยม (สมชาย ธีรธนกุล, 2526: 98)

4. ด้านวัฒนธรรม ค่านิยมต้องสวย ต้องหล่อตามนักร้องเกาหลี ด้วยทัศนคติของนักร้องเกาหลีเองที่ต้องน่ารัก ต้องดูสวย ส่งผลทำให้กลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นวัยที่ชอบแสวงหาต้นแบบ

อยากแสดงออกและต้องการการยอมรับ จึงลอกเลียนแบบคารานักร้องเกาหลี ทั้งกิริยาท่าทาง การแต่งหน้า แต่งตัว การทำทรงผม ซึ่งเป็นเรื่องปกติที่เป็นไปตามวัย (สุชา จันทรเฒ, 2529: 1-3)

วัฒนธรรมด้านภาษา มีทั้งด้านดีที่วัยรุ่นหันมาสนใจภาษาอื่นนอกจากภาษาไทย และภาษาอังกฤษ แต่ด้วยความที่มีหลากหลายภาษา จึงส่งผลให้การใช้ภาษาไทยของวัยรุ่นไทยหรือวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ในขณะนี้ มีแนวโน้มให้เห็นได้อย่างเด่นชัดว่า มีการใช้ภาษาไทยอย่างผิดๆ ถูกๆ กันเป็นอย่างมาก โดยผลจากการสำรวจพบว่าประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 54.5 ระบุเขียนผิด รองลงมาคือร้อยละ 27.2 ระบุ พูดผิด ร้อยละ 27.2 เท่ากันระบุ จับใจความ เข้าใจผิด ร้อยละ 20.2 ระบุ ฟังผิด และร้อยละ 19.1 ระบุ อ่านผิด ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มบุคคลที่มีส่วนทำให้เกิดปัญหาในการใช้ภาษาไทย ผลสำรวจพบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 77.5 ระบุกลุ่มวัยรุ่น รองลงมาคือร้อยละ 48.5 ระบุกลุ่มดารา นักแสดง ร้อยละ 34.6 ระบุกลุ่มนักร้อง และร้อยละ 19.6 ระบุสื่อมวลชน (ผู้จัดการ, 2551: ระบบออนไลน์)

ค่านิยมที่ว่า การมีหน้าตาดีจะช่วยให้หาแฟนหน้าตาดีได้ และจะมีโอกาสแข่งขันในหน้าที่การงานได้ อย่างไรก็ตามการที่นักร้องเกาหลีส่วนใหญ่มีใบหน้าบ๊องแบ้วน่ารักก็เป็นเรื่องถูกโจมตีอย่างหนักเช่นกัน โดยมีภาพแฉดาราดัง "ก่อน-หลัง" การทำศัลยกรรมเผยแพร่ออกมาอย่างต่อเนื่อง และกลุ่มแฟนคลับเองก็ยอมรับถึงค่านิยมเหล่านี้ จนทำให้เกรงว่าจะกลายเป็นค่านิยมในสังคมไทยตามไปด้วยที่ต้องการหน้าตาดีจึงคิดไปทำศัลยกรรม เพื่อที่จะหาแฟนหน้าตาดีหรือหน้าที่การงานที่ดีตามค่านิยมเกาหลี (ข่าวสด, 2551: ระบบออนไลน์) ปัจจุบัน “ศัลยกรรมความงาม” กำลังเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่น โดยเฉพาะหนุ่มสาวระดับอุดมศึกษา ไม่ว่าจะเป็นการทำศัลยกรรมลบรอยสิ่ว รอยแผลเป็น เสริมจมูก เสริมคาง ฉีดปาก กรีดตา ทำหน้าใส ล้วนแล้วแต่มาจากกระแสเกาหลีที่กำลังระบาดในหมู่วัยรุ่นบ้านเรา ทำให้เรื่องศัลยกรรมคบแต่งเป็นเรื่องธรรมดา และวัยรุ่นเองอาจจะคิดทำศัลยกรรมให้ตัวเองดูดี โดยลืมค่านิยมที่มองคนที่จิตใจมากกว่าหน้าตา

ความนิยมในตัวนักร้องเกาหลีนับวันยิ่งขยายวงกว้าง และส่งผลมากมายต่อการดำเนินชีวิตของกลุ่มแฟนคลับนักร้องเกาหลีจังหวัดเชียงใหม่อย่างมากมาย ทุกย่างก้าวของวิถีชีวิตนักร้องเกาหลีได้เข้าไปมีอิทธิพลต่อใช้ชีวิต เป็นต้นแบบ และเป็นบุคคลที่ผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งผลกระทบที่ได้กล่าวมาข้างต้น เป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษาอย่างยิ่ง ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา “ผลกระทบของนักร้องเกาหลีต่อนักเรียนวัยรุ่น อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่”

### วัตถุประสงค์การวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “ผลกระทบของนักร้องเกาหลีสต่อนักเรียนวัยรุ่น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนักร้องเกาหลีสต่อนักเรียนวัยรุ่น อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
2. องค์ประกอบของนักร้องเกาหลีสต่อนักเรียนวัยรุ่น อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่สนใจ
3. ปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้เกิดความนิยมในองค์ประกอบนักร้องเกาหลีสต่อนักเรียนวัยรุ่น อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
4. ผลกระทบของนักร้องเกาหลีสต่อนักเรียนวัยรุ่น อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ผลกระทบของนักร้องเกาหลีสต่อนักเรียนวัยรุ่น อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่” ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร  
ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่กำลังศึกษาใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 13,391 คน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา  
การวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมเนื้อหาดังต่อไปนี้
  - 2.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของวัยรุ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
  - 2.2 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนักร้องเกาหลีสต่อนักเรียนวัยรุ่น ได้แก่
    - 2.2.1 ประเภทของสื่อที่เปิดรับ
    - 2.2.2 ความถี่ในการเปิดรับ
    - 2.2.3 จำนวนสื่อที่เปิดรับ
    - 2.2.4 สาเหตุในการเปิดรับ
    - 2.2.5 ระยะเวลาในการเปิดรับ
    - 2.2.6 สถานที่เปิดรับสื่อ

## 2.3 องค์ประกอบของนักร้องเกาหลีที่วัยรุ่นจังหวัดเชียงใหม่สนใจ ได้แก่

### 2.3.1 ลักษณะส่วนบุคคล

- รูปร่างหน้าตา
- บุคลิกภาพ
- ความเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์
  - ก. การแสดงสดบนเวที
  - ข. เป็นกันเองกับแฟนเพลง
  - ค. การแสดงออกที่สนุกสนาน

### 2.3.2 คนตรี

- แนวดนตรี
- เนื้อหาเพลง

### 2.3.3 ความสามารถ

- การเต้น
- การร้อง
- การแสดง

### 2.3.4 การใช้ชีวิต

- ความมุ่งมั่น
- ความอดทน
- ความมีระเบียบ

## 2.4 ปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้เกิดความนิยมในองค์ประกอบนักร้องเกาหลี

ได้แก่

### 2.4.1 กลุ่มเพื่อน

### 2.4.2 ครอบครัว

### 2.4.3 เศรษฐกิจ

## 2.5 ผลกระทบของนักร้องเกาหลีค่อนักเรียนวัยรุ่น อำเภอเมืองจังหวัด

เชียงใหม่ในด้านต่างๆ ได้แก่

### 2.5.1 การศึกษา(การเรียน)

- ภาษาเกาหลี
- การเรียนเต้น
- ผลการเรียน

### 2.5.2 เศรษฐกิจ(การใช้จ่าย)

- ค่าใช้จ่ายในการซื้อสื่อ
  - ก. ซีดีเพลง
  - ข. วีซีดี ดีวีดีคอนเสิร์ต
  - ค. ของที่ระลึก
  - ง. บัตรเข้าชมคอนเสิร์ต
  - จ. นิตยสารนักร้องเกาหลี
  - ฉ. ไปสเตอร์
- ค่าใช้จ่ายในการแต่งตัว
  - ก. ทรงผม
  - ข. เสื้อผ้า
  - ค. รองเท้า
  - ง. เครื่องสำอาง
- รายจ่ายจากการทำกิจกรรม
- รายได้จากการทำกิจกรรม

### 2.5.3 สังคม(การเข้ากลุ่ม)

- การรวมกลุ่ม
- การสร้างกลุ่มใหม่
- การทำกิจกรรม
- การแสดงออกความเป็นตัวเองต่อสังคม

### 2.5.4 วัฒนธรรม(วิถีชีวิต)

- การฟังเพลง
- การแต่งกาย
- คำนภาษา

## 3. ขอบเขตด้านสถานที่

พื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะ โรงเรียนในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัด  
เชียงใหม่ เท่านั้น



#### 4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2552 - เดือนเมษายน พ.ศ.

2555

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. กลุ่มวัยรุ่นที่ติดตามข่าวสารนักร้องเกาหลี ได้รับรู้ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อตนเองภายหลังการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับนักร้องเกาหลี
2. ผู้ปกครองและอาจารย์ ได้รับรู้ถึงแนวทางในการป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์ผิดปกติที่จะส่งผลกระทบต่อการศึกษาที่ไม่ดีต่อสังคมและครอบครัว
3. นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ และพฤติกรรมศาสตร์ ได้รับรู้ถึงพฤติกรรมรับวัฒนธรรมข้ามชาติของวัยรุ่นจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสื่อพฤติกรรมของวัยรุ่น การแพร่กระจายวัฒนธรรม
4. กระทรวงวัฒนธรรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการจากผลของการเผยแพร่วัฒนธรรมข้ามชาติ

#### นิยามศัพท์

**นักเรียนวัยรุ่นอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่** หมายถึง นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่ศึกษาโรงเรียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

**นักร้องเกาหลี** หมายถึง นักร้องกลุ่มและนักร้องเดี่ยวชาวเกาหลีที่มีผลงานเพลงและมีกระแสความนิยมอยู่ในประเทศไทย

**พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ** หมายถึง พฤติกรรมที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนักร้องเกาหลี ได้แก่ ประเภทของสื่อที่เปิดรับ ความถี่ในการเปิดรับ จำนวนสื่อที่เปิดรับสาเหตุในการเปิดรับ ระยะเวลาในการเปิดรับ ความถี่ในการซื้อสื่อ สถานที่เปิดรับสื่อ

**องค์ประกอบของนักร้องเกาหลี** หมายถึง ส่วนประกอบของนักร้องเกาหลีที่ทำให้มีชื่อเสียง ได้แก่

ลักษณะส่วนบุคคล เช่น รูปร่างหน้าตา บุคลิกภาพ ความเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์  
 คนตรี เช่น แนวดนตรี เนื้อหาเพลง  
 ความสามารถ เช่น การเต้น การร้อง  
 การใช้ชีวิต เช่น ความมุ่งมั่น ความอดทน ความมีระเบียบ

**ความเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์** หมายถึง บุคลิกลักษณะของนักร้องเกาหลีส่งผลให้เกิดการ  
 แสดงออกบนเวที เช่น การมีอรรถาธิบาย การแสดงออกสนุกสนาน และมีมูทสวิง่ากับแฟนเพลง

**ความมุ่งมั่น** หมายถึง การทุ่มเททั้งร่างกาย แรงใจ ของนักร้องเกาหลีส่งผลให้เป็น  
 นักร้องที่มีชื่อเสียง

**ผลกระทบ** หมายถึง ผลของการสื่อสารที่เกิดจากนักร้องเกาหลีส่งผลให้เกิดการ  
 เปลี่ยนแปลงในตัววัยรุ่นชาวเชียงใหม่ ทั้งผลกระทบระยะสั้น ผลกระทบระยะยาว ผลกระทบเชิง  
 บวก ผลกระทบเชิงลบ ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการศึกษา ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้าน  
 วัฒนธรรม

**ค่านิยม** หมายถึง สิ่งที่วัยรุ่นพอใจหรือเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าจากตัวนักร้อง  
 เกาหลีส่งผลให้วัยรุ่นรับไว้เป็นความเชื่อ หรือความรู้สึกรักใคร่ของตนเอง ค่านิยมจะอยู่ในตัววัยรุ่นใน  
 รูปของความเชื่อตลอดไป จนกว่าจะพบกับค่านิยมใหม่

**ปัจจัยสนับสนุน** หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการรับสื่อเกาหลีส่งผลเกี่ยวข้องกับนักร้อง  
 เกาหลีส่งผล

**การเข้ากลุ่ม** หมายถึง การรวมกันทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การรวมตัวกันพูดคุย  
 เรื่องที่สนใจ การรวมตัวกันเดินไลฟ์เวอร์ การรวมตัวไปดูคอนเสิร์ตนักร้องเกาหลีส่งผล