

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

โลกในปัจจุบันเป็นยุคของการสื่อสารที่ไร้พรมแดนหรือยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ สามารถส่งผ่านถึงกันและกันได้ทั่วโลก โดยอาศัยช่องทางที่มีอยู่มากมาย ช่องทางสำคัญที่ช่วยให้ข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นสามารถส่งต่อถึงกันได้ภายในระยะเวลาอันสั้นและส่งผลกระทบกว้างไกลก็คือ “สื่อมวลชน” นั่นเองดังนั้นเรื่องของสื่อมวลชนจึงไม่ใช่แค่การเผยแพร่ภายในประเทศของตนเท่านั้น แต่มีการเผยแพร่เรื่องราวในด้านต่าง ๆ ของประเทศตนให้เป็นที่รู้จักไปยังนานาประเทศอีกด้วย (ปัทมกร ปริดาชัชวาล, 2556, หน้า 18)

สื่อมวลชน คือ การถ่ายทอดความรู้ข่าวสารสำหรับประชาชนทั่วไป ไม่เจาะจงสำหรับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ข่าวสารที่ถูกนำเสนอจากสื่อมวลชน จึงเป็นข่าวสารสำหรับผู้รับแต่ละคนที่จะเลือกรับตามโอกาสและความพอใจ ใครพร้อมที่จะฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือพิมพ์ หรือรับสื่อมวลชนอื่นใด ที่ไหน เมื่อใดก็ได้ เป็นการรับข่าวสารตามอัธยาศัย ไม่จำเป็นต้องเตรียมตัวหรือมีความตั้งใจ การรับข่าวสารในลักษณะดังกล่าว จึงสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการศึกษาแบบปกติวิสัย ซึ่งเป็นการศึกษาที่เกิดจากประสบการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ไม่ต้องอาศัยระบบการจัดการใด ๆ ประสบการณ์ในชีวิตประจำวันของแต่ละคน ย่อมมีอยู่มากมาย และแตกต่างกันไป ทั้งประสบการณ์ในทางที่ดีและไม่ดี ประสบการณ์ใดที่มีคุณค่าก่อให้เกิดผลต่อบุคคลในทางสร้างสรรค์ ก็ถือว่าเป็นประสบการณ์ทางการศึกษาทั้งสิ้น

ความหมายของ “สื่อมวลชน” เป็นกระบวนการนำสารหรือการส่งสารไปยังคนจำนวนมากค่อนข้างสลับซับซ้อนกว่าการสื่อสารประเภทอื่น ผู้ส่งสารอาจเป็นกลุ่มบุคคล ซึ่งรวมตัวกันเป็นองค์การหรือสถาบันก็ได้และผู้รับสารจำนวนมากนั้นมักอยู่กระจัดกระจาย ไม่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ด้วยเหตุที่ ปฏิบัติการโต้ตอบที่เกิดขึ้นจากผลของการสื่อสารซึ่งไม่ปรากฏโดยตรงหรือทันทีทันใด แต่มักจะแสดงออกในรูปของความพอใจหรือไม่พอใจ โดยสังเกตได้จากพฤติกรรมของผู้รับถ้าพอใจมักจะปฏิบัติบ่อยหรือการซ้ำ ๆ การนำเอาวิธีการของสื่อมวลชนมาใช้ในการเรียนการสอน เราเรียกว่า การสื่อสารมวลชนเพื่อการศึกษา และเรียกตัวกลางหรือสื่อซึ่งนำสารไปยังคนจำนวนมากว่าสื่อมวลชนทางการศึกษา-สื่อมวลชนมีบทบาทหน้าที่อะไรบ้างบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนคือการเผยแพร่ข่าวสารสาระสำคัญที่มีประโยชน์ต่อประชาชนและสังคม ตัวอย่างเช่น

หนังสือพิมพ์ควรลงข้อความข่าวที่มีความถูกต้องไม่ใช่ต้องการขายข่าวเพียงอย่างเดียว ควรพิจารณาถึงความถูกต้องที่ผู้บริโภคข่าวสารจะได้เนื้อหาสาระที่ถูกต้อง

สื่อมวลชนกับสังคม นับว่ามีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกันมาก จนแยกไม่ออกว่าสิ่งใดเป็นความต้องการของสังคม สิ่งใดเป็นความต้องการของสื่อมวลชน แต่คำสองคำนี้จำเป็น ต้องอาศัยซึ่งกันและกัน การสื่อสารมวลชนในปัจจุบันนับว่ามีพัฒนาการที่ก้าวไกลด้วยเทคโนโลยียุคสังคมโลกาภิวัตน์ ทั้งความเร็วสูง ปริมาณข้อมูลมหาศาล ไม่จำกัดระยะทาง เวลา ส่วนสังคมเองจำเป็นต้องเรียนรู้สื่อมวลชนในอันที่ จะนำสื่อมวลชน มาใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินชีวิต ไม่ใช่เป็นเพียงการบริโภคสื่อไปตามทิศทางที่สื่อกำหนด เพียงอย่างเดียว นอกจากนี้สังคมจะต้องช่วยกันสอดส่องพัฒนาสื่อมวลชนให้มีคุณภาพ เพื่อนำสื่อมวลชนมาพัฒนา สังคมและประเทศชาติได้ เนื้อหารายวิชาของสื่อมวลชนกับสังคม ประกอบด้วยความหมาย ความสำคัญ ของสื่อมวลชน สื่อมวลชน เบื้องต้น บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน อิทธิพลของสื่อมวลชน ความรับผิดชอบของสื่อมวลชน จรรยาบรรณของ สื่อมวลชน การควบคุมสื่อมวลชน สื่อมวลชนกับการพัฒนาประเทศ และการรับใช้สังคมของสื่อมวลชน

ซีรีส์ (อังกฤษ: Series) หรือ ละครชุด เป็นรายการโทรทัศน์ชนิดเดียวกับละคร sitcom แต่จะแตกต่างกันก็คือ ซีรีส์จะแบ่งเป็นภาคและแตกต่างกันด้วยเนื้อหาสถานที่ ส่วนมากจะถูกบันทึกเทปนอกสถานที่หรือสตูดิโอก็ได้ แต่ไม่เน้นที่บันทึกเทปในสตูดิโอเพราะว่าจะเหมือน sitcom ละครซีรีส์ของไทยก็จะมีมากมายหลายเรื่อง อาทิเช่น ตีลังกาท้าฝันเมืองมาयाเดอะซีรีส์ พ่อไก่แม่หนูหัวใจ ฯลฯ ปัจจุบันละครชุดที่ได้รับความนิยม มักเป็นละครชุดจากต่างประเทศ เช่น เกาหลี และญี่ปุ่น

เพลง หมายถึง ถ้อยคำที่นักประพันธ์ร้อยร้อยหรือเรียบเรียงขึ้น ซึ่งประกอบด้วย เนื้อร้อง ทำนอง จังหวะ ทำให้เกิดความไพเราะสร้างความเพลิดเพลินให้แก่ผู้ฟัง มีคุณค่าด้านวรรณศิลป์ทั้งด้านการเลือกสรรคำที่ใช้ในการแต่ง การเรียบเรียงประโยค และการใช้โวหาร เพลงนั้นอาจให้ข้อคิดแก่ผู้ฟังในการดำเนินชีวิตด้วยสำเนียงขับร้อง ทำนองดนตรี กระบวนวิธีร่ำรำบ่า โดยเพลงสร้างสรรค์จากเครื่องดนตรีหรือการขับร้อง

รายการวาไรตี้หรือรายการปิกนิกะบันเทิงมาจากคำว่า Variety ซึ่งหมายถึงรายการบันเทิง ประเภทเบ็ดเตล็ดต่าง ๆ สำหรับประเทศอังกฤษเรียก รายการประเภทนี้ว่า Light Entertainment แต่ในสหรัฐอเมริกาและในประเทศไทยเรียกว่า วาไรตี้โชว์ ซึ่งได้รับความนิยมสูงมากรายการประเภทนี้ประกอบด้วยรูปแบบความบันเทิงหลายรูปแบบได้แก่ รูปแบบการสัมภาษณ์บุคคลหรือรายการรูปแบบพูด (Talk Show) รูปแบบดนตรีรูปแบบแสดงตลก รูปแบบเกมการแข่งขัน (Game Show)

และรูปแบบการแสดงโชว์พิเศษต่าง ๆ สาเหตุที่มีรูปแบบ หลากหลายเช่นนี้ เพราะการจัดรายการ ทีวีโชว์นั้น ได้รับการพัฒนามาจากการแสดงบนเวที (Stage Show) ซึ่งเริ่มแรกนั้นเป็นการแสดง บนเวทีในโรงละครโรงภาพยนตร์ห้องโถงเต้นรำหรือห้อง บอลรูมมีผู้ชมเข้าไปนั่งชมการแสดงตั้งแต่ การแสดงละครเพลงการแสดงดนตรีและการร้องเพลงสด หน้าวงดนตรีขนาดใหญ่จนกระทั่ง ต่อมา ได้มีการใช้กล้องโทรทัศน์ถ่ายทอดจากเวทีการแสดงจริง ๆ และพัฒนามาถึงการนำรูปแบบการ แสดงนั้นมาจัดขึ้นในห้องส่งโทรทัศน์และบันทึกเทปไว้เพื่อนำออกอากาศ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง และไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์, 2547, หน้า 149-155)

ภาพยนตร์ หรือ หนัง คือ กระบวนการบันทึกภาพด้วยฟิล์ม แล้วนำออกฉายให้เห็น ภาพเคลื่อนไหว ภาพประกอบที่ปรากฏบนฟิล์มภาพยนตร์หลังจากผ่านกระบวนการถ่ายทำแล้ว เป็นเพียงภาพนิ่งจำนวนมาก ที่มีอิริยาบถหรือแสดงอาการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปที่ละน้อย ต่อเนื่องกันเป็นช่วง ๆ ตามเรื่องราวที่ได้รับการถ่ายทำและตัดต่อมา ซึ่งอาจเป็นเรื่องราวหรือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง หรือเป็นการแสดงให้เหมือนจริง หรืออาจเป็นการแสดงและสร้างภาพจาก จินตนาการของผู้สร้างก็ได้

สังคมไทยได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากต่างชาติทั้งตะวันตกและตะวันออกผ่านทาง สื่อต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบันนี้เราจะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมของประเทศเกาหลี กำลังมีอิทธิพลต่อสังคมไทย อยู่ ซึ่งแผ่ขยายเข้ามาตามกระแสความนิยมอย่างต่อเนื่อง และไม่สามารถยับยั้งได้เพราะเป็นไป ตามยุคสมัย ส่งผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรมไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ กลุ่มวัยรุ่นไทยเป็น กลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมเกาหลีมากที่สุด

กระแสเกาหลี (Korean Wave) หรือที่รู้จักกันอีกนามหนึ่งว่า “HALLYU” เป็นศัพท์ที่ ตั้งขึ้นโดยนิตยสารอีโคโนมิคส์ชาวจีนในช่วงปลายทศวรรษ 1990 ที่หมายความถึงกระแสความนิยมของ ความนิยมเกาหลีที่ค่อย ๆ คืบคลานมายังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นับว่าเป็นปรากฏการณ์ที่เหนือความคาดหมายของนักวิชาการหรือบรรดาสื่อมวลชนเพราะเป็น ปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมข้ามชาติที่ข้ามพรมแดนอิทธิพลทางเศรษฐกิจการเมืองและสังคมของชาติ มหาอำนาจ เช่นสหรัฐอเมริกา ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ในโลกยุคดิจิทัล กระแสนี้ได้ก่อตัวมาก ว่าสิบปีและมีแนวโน้มว่ายังแรงอยู่กระแสเกาหลีเป็นเรื่องเกี่ยวกับความนิยมชมชอบทางวัฒนธรรม ร่วมสมัยของเกาหลี (Korean Pop Culture) ที่มาจากภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ เพลง POP และ ดารานักร้องเกาหลีภาพยนตร์เกาหลีเรื่องแรกที่ประสบความสำเร็จในประเทศญี่ปุ่น ฮงกยง ลิงคิโพรและไต้หวัน ได้แก่เรื่อง Shiri ซึ่งฉายในปี ค.ศ. 1999 เป็นภาพยนตร์แนวแอ็คชั่น เกี่ยวกับสายลับชาวเกาหลีเหนือและเกาหลีใต้ที่ทำรายได้มหาศาลและมียอดรายได้เหนือกว่า

ภาพยนตร์ Titanic เมื่อครั้งฉายในเกาหลีและนับได้ว่าเป็นก้าวแรกที่เกาหลีเริ่มมีอิทธิพลในวงการบินเท็งของเอเชียและสร้างกระแสเกาหลีหลังจากนั้นเกาหลียังผลิตภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมไม่แพ้กัน อาทิ JSA Friend Silmido และ Taegukgi

รัฐบาลเกาหลีเห็น k-pop และ k-dramas เป็นเหตุผลหลักแห่งความสำเร็จของ Korean Wave จากข้อมูลของ Korean Culture and Information Centre แสดงให้เห็นว่าอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีบทบาทสำคัญในการช่วย เผยแพร่ Korean cultural content นโยบายด้านวัฒนธรรมของรัฐบาลเกาหลีดำเนินไปด้วยดีตั้งแต่แรกเริ่มและเมื่อปี 2012 กระทรวงการท่องเที่ยว, วัฒนธรรมและการกีฬาได้แต่งตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาขึ้นเพื่อหาวิธีทำให้ Korean wave คงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืนและส่งเสริมวัฒนธรรมเกาหลีโบราณด้วย และในปีเดียวกันนี้แผน K25 culture Promotion Taskforce ถูกเริ่มขึ้นด้วยเป้าหมายเดียวกัน โดยทางรัฐบาลเกาหลีได้ตั้งงบประมาณสำหรับแผนนี้ในปี 2014-2015 ไว้ 570 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ

เบื้องหลังแนวคิดนี้เกิดจากภาพยนตร์และเพลงเกาหลีนำรายได้เข้าประเทศเกาหลีได้เป็นจำนวนมากในปี 1998 กระทรวง วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว จัดทำแผนระยะเวลา 5 ปีที่เรียกว่า “broadcast video promotion plan” วิทยาลัยต่าง ๆ ได้รับ การส่งเสริมให้ริเริ่มหลักสูตรการสอน ดารานักแสดงหน้าใหม่ให้วงการบันเทิง อีกมุมหนึ่ง ของแผนนี้คือการสนับสนุน Korean Film Council สถาบันที่มีหน้าที่จัดหาเงินทุนสร้างและผลักดันการส่งออก ภาพยนตร์เกาหลี อีกสถาบันหนึ่งคือ Korean Culture and Content Agency ซึ่งถูกจัดตั้งขึ้นโดยได้รับเงินสนับสนุนจากกระทรวงการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมสำหรับการจัดหานักแสดงหน้าใหม่ ส่วนฉากที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ จะถูกนำมาใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวต่อไป

อย่างไรก็ตาม จากการส่งออกสื่อบันเทิงต่าง ๆ ของเกาหลี ส่งผลถึงประเทศไทยโดยตรง ภาพยนตร์ทางโทรทัศน์หรือที่คนไทยคุ้นเคยกับคำว่า ซีรีส์เกาหลีน่าจะมีอิทธิพลต่อความชื่นชมในเรื่อง เรื่อง วิถีทัศน์และตัวละครเอกที่เป็นคนเกาหลีมากกว่าสื่ออื่น ๆ ภาพยนตร์เรื่อง Winter Sonata เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความรักแท้ของหนุ่มสาว จัดทำโดยสถานี โทรทัศน์ KBS ของเกาหลีได้ฉายในสถานีโทรทัศน์ NHK ของญี่ปุ่นในปี ค.ศ. 2004 ได้รับความนิยมสูงสุดในกลุ่มของแม่บ้านญี่ปุ่น ช่วงอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป และทำให้ดารานำแสดงฝ่ายชาย Bae Young Joon มีชื่อเสียงอย่างมากในตลาดญี่ปุ่นจนทำให้มีการจัดนำเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ Winter Sonata ภาพยนตร์อีกเรื่องที่สร้างกระแสเกาหลีได้มากคือเรื่อง Daejunggum (แดจังกึม) ออกฉายครั้งแรกในเกาหลีในเดือน กันยายน ค.ศ. 2003 เป็นเรื่องราวตามเกร็ดประวัติศาสตร์เกาหลีเกี่ยวกับความสำเร็จของสตรีในยุคโชซอนประมาณ 500 ปีก่อน ซึ่งผู้ชายเป็นใหญ่ เธอสามารถเป็นหมอล่วงที่เป็นผู้หญิง

คนแรกในวังหลวงได้ ผู้ชมจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารเกาหลีและยาสมุนไพรไปด้วย นับว่าเรื่องนี้เป็นหน้าต่างทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ชาวเอเชียได้รู้จักมากยิ่งขึ้น ดารานำแสดง ฝ่ายหญิง Lee Young Ae ได้รับความชื่นชมไปทั่วทั้งเอเชีย จนหลายคนอยากจะเดินทางมาท่องเที่ยวเกาหลีเพื่อจะได้มาดูฉากพระราชวังในภาพยนตร์ดังกล่าว



ภาพประกอบที่ 1.1 รวมซีรีส์เกาหลี ปี 2017

ที่มา : <http://news.kseries.co/104361/>

โดยในปี 2017 ละครซีรีส์เกาหลีที่เป็นที่จับตามองของเหล่าแฟนคลับละครซีรีส์เกาหลีมีอยู่มากมายหลายเรื่อง เช่น Missing Nine ซึ่งเป็นละครซีรีส์โทรทัศน์แนวสืบสวน สอบสวน โดยเป็นเรื่องราวการเอาชีวิตรอดของตัวละคร 9 ชีวิตที่เกิดอุบัติเหตุเครื่องบินตกกลางทะเล ละครเรื่องนี้ได้สร้างความนิยมอย่างฉันทล่มไปทั่วทั้งเอเชีย ได้ออกฉายในประเทศต่าง ๆ มากมาย เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม พม่า ญี่ปุ่น และไต้หวัน

สำหรับวงการเพลงเกาหลีนั้น วงดนตรีเกาหลีเริ่มเป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นในจีนและไต้หวันนับตั้งแต่ ปลายทศวรรษที่ 1990 สถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นจำนวนมากไม่สามารถผลิตรายการดนตรีที่มีคุณภาพหรือมากพอเพื่อรับกับความต้องการของคนรุ่นใหม่ได้มีวิสัยดีไอของวงดนตรีเกาหลีจึงเข้ามาใน ตลาดเอเชีย เนื่องจากมีราคาถูกที่สุด วงดนตรีเกาหลีเป็นทางเลือกอีกทางหนึ่ง นอกเหนือจาก วงดนตรีป๊อปแบบตะวันตก หรือ ป๊อปแบบญี่ปุ่น วงบอยแบนด์เกาหลี H.O.T.

ได้ติดอันดับอัลบั้มขายดีในเอเชีย ต่อจากนั้นยังมีวงดนตรีอีกหลายวงซึ่งเป็นวงดนตรีป๊อบส่วนใหญ่เป็นเด็กวัยรุ่น เช่น NRG SES และ Baby Vox ล่าสุดคือวงดนตรี Don Bang Shin Ki

กล่าวกันว่าความสำเร็จของวงบอยแบนด์หรือเกิร์ลแบนด์เกาหลีมาจากรูปร่างหน้าตาที่ดูสดใสและน่ารัก ดูเป็นเด็กดีสามารถเต้นรำได้เก่ง เสียงดี อาจเป็นเรื่องรอง บางคนอาจคิดว่ากระแสเกาหลีเกิดมาด้วยความบังเอิญ ที่จริงแล้วเป็นการดำเนินงานโดยภาครัฐเป็นผู้กำหนดนโยบายและสนับสนุนเงินทุนในเบื้องต้น ขับเคลื่อนได้โดยภาคเอกชน

ในวงการ K-pop เกาหลีนั้น นักร้องเกาหลีสามารถแบ่งออกได้สองกลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มแรก เป็นนักร้องที่เน้นเพียงการร้องเพลงอย่างเดียว ซึ่งยังไม่ได้รับความนิยมเท่ากลุ่มที่สอง คือนักร้อง หรือที่เรียกกันติดปากว่า Idol นักร้องกลุ่มนี้เป็นที่นิยมอย่างมากทั้งในเกาหลีใต้และในต่างประเทศ เพราะนอกจากรูปร่างหน้าตาที่ดีแล้ว นักร้องเหล่านี้ยังมีความสามารถด้านการร้องเพลงและการเต้นอีกด้วย ซึ่งบริษัทหรือค่ายเพลงยักษ์ใหญ่ของเกาหลีให้ความสำคัญกับการสร้างและพัฒนา Idol เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัทยักษ์ใหญ่ทั้ง 3 บริษัท ที่มีชื่อเสียงและคู่หนุนคนไทยอย่าง JYP Entertainment ผู้สร้าง Rain 2PM 2AM Wonder Girls MISS-A 15% GOT7 และ Twice ด้านบริษัท YG Entertainment ผู้สร้าง PSY Big Bang Epik-High 2NE1 LEE-HI WINNER IKON และ BLACK PINK และด้านบริษัท SM Entertainment ผู้สร้าง TVXQ Super Junior Girls' Generation SHINee f(x) EXO Red Velvet และ NCT ซึ่งทั้งสามบริษัทมีแนวทางการสร้างและพัฒนา Idol ที่มีความคล้ายคลึงกันอย่างมาก



ภาพประกอบที่ 1.2 ศิลปินเกาหลี Boy Group : BTS, EXO, Seventeen

ที่มา : www.channel-korea.com



ภาพประกอบที่ 1.3 ศิลปินเกาหลี Girls Group : Red Velvet, GFriend, EXID, AOA, APink, Twice, I.O.I, Black Pink, MAMAMOO

ที่มา : www.thekpoprage.files.wordpress.com

นอกจากนี้แล้ว ในวงการ K-pop เกาหลี ก็ยังมีเด็กไทยที่ได้บินไปแจ่งเกิดเป็นนักร้องเกาหลีกันอย่างคับคั่ง โดยผู้ที่เรียกได้ว่าเป็นผู้บุกเบิกให้เด็กไทยในการตามหาความฝันในการที่จะไปเป็นนักร้องในประเทศเกาหลี ก็คงหนีไม่พ้น “นิชคุณ หรเวชกุล” นักร้องชาวไทย สัญชาติไทย-อเมริกัน เป็นหนึ่งในสมาชิกของวงดนตรีเกาหลีใต้ 2PM สังกัด JYP Entertainment นอกจากนี้ “นิชคุณ” และยังมีเด็กไทยที่ได้บินไปแจ่งเกิดเป็นนักร้องเกาหลีอีก เช่น “มินท์” กุญชรินทร์ พิภพวิวัฒน์ วง TINY-G “แบมแบม” กันต์พิมุข ภูวกุล วง GOT7 “เต็น” ชิตพล ลีชัยพรกุล น้องใหม่ จากวง NCT สังกัด SM Entertainment “สร” สรชนศร สัจกุล จากวง CLC และ “ลิซ่า” ลลิษา มโนบาล หรือชื่อเดิม ปรานปรียา มโนบาล แร็ปเปอร์สาววง BLACKPINK จากค่าย YG ENTERTAINMENT

รายการวาไรตี้เกาหลี รูปแบบรายการวาไรตี้ประเทศเกาหลี ส่วนใหญ่ที่คนไทยได้ชมกัน จะเน้นไปที่ความบันเทิงเสียมากกว่า ซึ่งก็มีรูปแบบรายการที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นรายการทอล์คโชว์ รายการเพลง รายการเกมโชว์และหรือรายการที่เป็นวาไรตี้ที่เรียกลีดี เป็นต้น รายการวาไรตี้ของประเทศเกาหลีนั้น มีการแข่งขันระหว่างกันค่อนข้างสูง รายการไหนที่มีความสนุกสนาน ตลกสามารถเรียกเสียงหัวเราะได้มาก ก็จะทำให้มีเรตติ้งมาก รายการจะอยู่ได้นาน โดยเฉพาะรายการวาไรตี้ที่เรียกได้ว่าดาราแต่ละคนกันไปเป็นแขกรับเชิญต่างก็ต้องเอาตัวรอดในรายการก็คือต้องสร้างเสียงหัวเราะในรายการให้ได้มาก ๆ เพื่อไม่ให้ฉากของตัวเองถูกตัดออกไปจากรายการ

ซึ่งก็เพื่อรักษาความสนุกของรายการไว้นั่นเอง ในช่วงเริ่มแรกนั้นเราจะสามารถชมรายการวาไรตี้ของเกาหลีได้จากช่องโทรทัศน์ช่องหนึ่งของไทย ซึ่งก็จะพากษ์เสียงให้เป็นภาษาไทยเพื่อให้สามารถเข้าใจกันได้ง่ายขึ้น แต่ปัจจุบันจะมีกลุ่มแฟนคลับของรายการนั้น ๆ ทำซับไตเติ้ลเป็นภาษาไทยให้คนอื่น ๆ ได้ชมรายการกันให้ได้รรถรสมาก ซึ่งเสน่ห์ที่สามารถดึงดูดใจผู้ชมได้จากการชมรายการเป็นอย่างมากก็คือ ความสนุกสนาน รายการบันเทิงวาไรตี้แบบนี้จะเน้นที่ความสนุกสนานและการสร้างเสียงหัวเราะให้กับผู้ชม ซึ่งรายการของเกาหลีก็จะมีคอนเซ็ปต์แปลก ๆ ใหม่ ๆ ที่มานำเสนอเป็นทางเลือกให้กับผู้ชมอยู่เสมอ

ซึ่งรายการวาไรตี้เกาหลีที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบันคือรายการ Running Man (รันนิ่งแมน) เป็นรายการวาไรตี้โชว์ของเกาหลีใต้ เป็นส่วนหนึ่งของรายการ Good Sunday ของช่อง SBS ร่วมกับรายการ Heroes เริ่มฉายครั้งแรกเมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2553 จัดอยู่ในประเภทแอดซันวาไรตี้แปลกใหม่ เนื่องจากเป็นรายการประเภทใหม่ที่ยังไม่เคยมีในเกาหลีใต้มาก่อน และอาจจะดึงดูดผู้ชมได้มากพอสมควร รูปแบบรายการนั้นแตกต่างออกไปตามแต่ละตอน และมีการพัฒนาขึ้นมาเรื่อย ๆ พิธีกรและแขกประจำวันจะถูกขังตัวอยู่ในสถานที่ต่าง ๆ ในระหว่างที่อยู่ในสถานที่นั้น ๆ จะต้องทำภารกิจเพื่อให้ออกไปจากสถานที่นั้น ๆ ให้ได้ ทีมไหนที่ออกได้ก่อนถือเป็นผู้ชนะ และทีมที่แพ้ ก็จะถูกทำโทษด้วยวิธีต่าง ๆ จากเนื้อหาของรายการ ทำให้เป็นที่น่าติดตามเป็นอย่างมาก ส่งผลให้รายการเป็นที่รู้จักในวงกว้างทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เช่น ในประเทศไทยรายการยังเคยยกกองถ่ายมาถ่ายทำถึงประเทศไทยอีกด้วย ซึ่งแน่นอนว่าได้รับความนิยมจากแฟน ๆ ชาวไทยเป็นจำนวนมาก



ภาพประกอบที่ 1.4 รายการวาไรตี้เกาหลี

ที่มา : <http://sudsapda.com/top-lists/89337.html>

อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีได้สามารถพลิกโฉมกลับมายิ่งใหญ่ในเอเชียและได้รับความสนใจจากคนทั่วโลกได้ภายในเวลาเพียงหนึ่งทศวรรษ ไม่ว่าจะด้วยการบังคับใช้ screen quota อย่างเข้มงวดในระยะแรก แรงสนับสนุนจากกลุ่มธุรกิจที่ทรงอิทธิพล แต่ปี 1999 ถือเป็นจุดเปลี่ยนของวงการ เมื่อรัฐบาลสนับสนุนคนทำหนังผ่านสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งเกาหลี จนสามารถขยายบทบาทการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมหนังเกาหลีทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ “ครบวงจร”

แม้หนังเกาหลีจะได้รับอิทธิพลจากฮอลลีวูดมาทำหนังในแบบฉบับของตัวเองก็จริง แต่ขณะเดียวกัน หนังเกาหลีก็มีความโดดเด่นด้านความคิดสร้างสรรค์ จนฮอลลีวูดติดต่อขอซื้อลิขสิทธิ์ไปสร้างใหม่ เช่น Il Mare, A Tale of Two Sisters, Oldboy และ My Sassy Girl ขณะที่หนังยุคหลัง เช่น The Handmaiden และหนังฮอลลีวูดที่กำกับโดย ปาร์กชานวุก ให้ความสำคัญกับงานด้านเทคนิคและการกำกับภาพ ทั้งยังฉลาดใช้สื่อภาพยนตร์ในการเผยแพร่วัฒนธรรมไปทั่วเอเชีย



ภาพประกอบที่ 1.5 ภาพยนตร์เกาหลี

ที่มา : <http://facepeople.net>

โดยช่องทางที่มีการเผยแพร่ออกไปยังต่างประเทศของสื่อบันเทิงเกาหลีนั้น ในปัจจุบันจะเน้นการเผยแพร่ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องเทคโนโลยีการเผยแพร่สื่อผ่านทางโลกออนไลน์สามารถเข้าถึงสื่อได้อย่างง่ายจากการเผยแพร่ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้การเผยแพร่ผ่านทางสื่อออนไลน์นั้น สามารถขยายตลาดภายในประเทศแล้ว ยังสามารถขยายออกสู่ตลาดในต่างประเทศได้อย่างง่าย เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีการใช้งานอย่างแพร่หลายทั่วโลก



ภาพประกอบที่ 1.6 กราฟแสดงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ในมกราคม ปี 2018
ที่มา : <https://www.brandbuffet.in.th/2018/02/global-and-thailand-digital-report-2018/>

ปัจจุบันการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อการสื่อสารในสังคมไทยมีจำนวนมากขึ้น จากภาพ ข้อมูลข้างต้นจะสังเกตเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีประชากร 69.11 ล้านคน (53% อยู่ในเขตเมือง) มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต 57 ล้านคน มีผู้ใช้งาน Social Media มากถึง 51 ล้านคนมีผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือสูงถึง 93.61 ล้านเลขหมาย มากกว่าจำนวนประชากรทั้งประเทศในจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งหมด มีผู้ใช้ Social Media เป็นประจำผ่าน Smart Device 46 ล้านคน (WP, 2018)

สื่อสังคมออนไลน์ คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร ผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยตนเอง ซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็นประเภทต่าง ๆ ที่ใช้กันบ่อย ๆ คือ บล็อก (Blogging) ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Networking) และการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing)



ภาพประกอบที่ 1.7 ภาพรวมของสื่อสังคมออนไลน์ที่แบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ และ website ที่เกี่ยวข้องในแต่ละประเภท

ที่มา : <http://www.flickr.com/photos/fredcavazza/2564571564/>

สื่อสังคมออนไลน์ สามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ที่มีการใช้งานบ่อย คือ

1. ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) คือ รูปแบบหนึ่งของบล็อกที่มีการจำกัดขนาดของการโพสต์ในแต่ละครั้ง ซึ่งทวิตเตอร์เป็นไมโครบล็อกที่จำกัดการโพสต์แต่ละครั้งพิมพ์ได้ไม่เกิน 140 ตัวอักษร ปัจจุบันทวิตเตอร์เป็นที่นิยมใช้งานของผู้คน เพราะใช้งานง่าย และใช้เวลาไม่มาก รวมทั้งเป็นที่นิยมขององค์กรต่าง ๆ ในการแจ้งกิจกรรม และความเคลื่อนไหวของธุรกิจ

2. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) คือ เว็บไซต์ที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนที่รู้จักมาก่อน หรือรู้จักภายหลังทางออนไลน์ซึ่งเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละแห่งมีคุณลักษณะแตกต่างกัน โดยมี Facebook (<http://www.facebook.com>) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด

3. การแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing) เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถทำการอัปโหลด (Upload) ไฟล์สื่อผสม (Multimedia) ขึ้นสู่เว็บไซต์ เพื่อแบ่งปันข้อมูลแก่ผู้ใช้ทั่วไป ซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก Website ประเภทนี้ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก คือ Website youtube (www.youtube.com) Website flickr (www.flickr.com) และ Website slideshare (www.slideshare.net) (พิชิต วิจิตรบุญรักษ์, 2554, หน้า 99)

Youtube เปลี่ยนวิธีการฟังเพลงของผู้คนซึ่งความสำเร็จนี้สามารถอธิบายได้จากการผสมเมโลดีเข้ากับจังหวะแล้วใช้นักแต่งเพลงกับโปรดิวเซอร์ชาวอเมริกัน มีแฟนเพลงมากมายเต้น cover dances ของศิลปิน k-pop artists โดยรับชมผ่านอินเทอร์เน็ตแล้วอัปโหลดคลิปการเต้นของตนลงบนอินเทอร์เน็ตอีกครั้ง ส่วนสไตล์ของ แฟชั่นในฉากประกอบเพลง k-pop นั้นก็สำคัญไม่แพ้กัน ทั้งนี้รัฐบาลไม่ได้ให้เครดิตกับตัวเองในด้านความโด่งดัง ของ k-pop แต่พวกเขาออกไปที่บทบาทของบริษัท เ็นเตอร์เทนเมนต์ การผสมผสานของรูปแบบที่น่าดึงดูดใจ ทุกเพศทุกวัย ด้วยความเป็นมืออาชีพแห่งวงการเพลงคือพื้นฐานของ ความโด่งดังของ k-pop ปัจจัยเหล่านี้เอง ที่ช่วยเสริมสร้างและส่งเสริมให้ Korean wave ดำเนินต่อไป

ดังนั้น ในงานวิจัยนี้จึงต้องการจะศึกษาถึง “การเปิดรับ และทัศนคติที่มีต่อสื่อบันเทิงเกาหลีผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย” ผู้วิจัยต้องการศึกษาว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือไม่ อย่างไร ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อทัศนคติต่อสื่อบันเทิงเกาหลี ผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือไม่อย่างไร การเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติต่อสื่อบันเทิงเกาหลี ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นไทยหรือไม่ อย่างไร

ยังสามารถทราบถึงความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรและการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรและทัศนคติต่อสื่อบันเทิงเกาหลี ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทราบถึงความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีและทัศนคติต่อสื่อบันเทิงเกาหลี ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้รับในครั้งนี้ ไปเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกรูปแบบและเนื้อหาของสื่อบันเทิงเกาหลีได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอาจนำเสนอสื่อบันเทิงเกาหลีผ่านทางสื่อประเภทอื่น ที่นอกเหนือจากสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีช่องทางในการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีได้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยที่เปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีผ่านสื่อสังคมออนไลน์
2. เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับสื่อและทัศนคติต่อสื่อบันเทิงเกาหลี ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

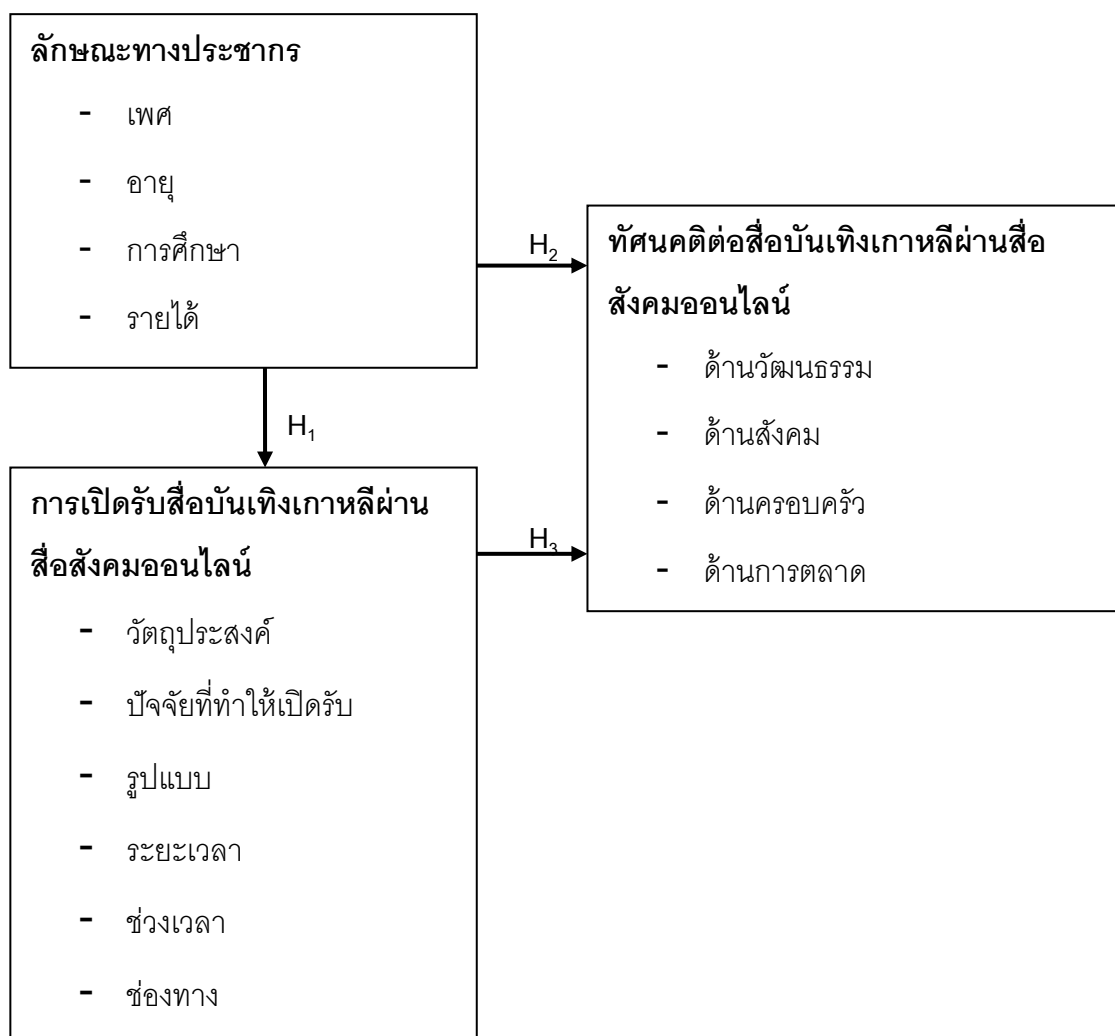
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

4. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับทัศนคติต่อสื่อบันเทิงเกาหลี ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

5. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีกับทัศนคติต่อสื่อบันเทิงเกาหลี ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้



ภาพประกอบที่ 1.8 กรอบแนวคิดด้านการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. วัยรุ่นไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน
2. วัยรุ่นไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อสื่อบันเทิงเกาหลี ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน
3. วัยรุ่นไทยที่มีการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อสื่อบันเทิงเกาหลี แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
งานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาลักษณะทางประชากร การเปิดรับ และทัศนคติที่มีต่อสื่อบันเทิงเกาหลีบนสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย
2. ขอบเขตด้านประชากร
ผู้วิจัยมุ่งสำรวจกลุ่มวัยรุ่นชาวไทย ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 13-25 ปี และเคยเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีในรูปแบบต่าง ๆ คือ ละครที่วีชูดเกาหลี (Series) เพลง เกาหลี รายการวาไรตี้เกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ 4 ประเภท ซึ่งได้แก่ FACEBOOK TWITTER YOUTUBE หรือ WEBSITE ที่เผยแพร่สื่อบันเทิงเกาหลี เหตุผลที่เลือกศึกษากับสื่อสังคมออนไลน์ ทั้ง 4 ประเภท ดังกล่าวเนื่องจาก สื่อสังคมออนไลน์ ทั้ง 4 ประเภทเป็นสื่อที่ได้รับความนิยม และมีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก (พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์, 2554, หน้า 100)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สำหรับหน่วยงาน หรือบริษัทที่เกี่ยวข้องกับสื่อ เช่น ช่อง 3 ช่อง 7 เป็นต้น สามารถนำผลการศึกษาที่ได้รับในครั้งนี้ ไปเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกรูปแบบและเนื้อหาของสื่อบันเทิงเกาหลีได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสามารถนำเอาข้อมูลจากงานวิจัยครั้งนี้ มาประกอบการวางกลยุทธ์ในการสื่อสารไปยังกลุ่มวัยรุ่น และอาจนำเสนอสื่อบันเทิงเกาหลีผ่านทางสื่อประเภทอื่นที่นอกเหนือจากสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีช่องทางในการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีได้มากยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

ลักษณะทางประชากร หมายถึง ลักษณะของประชากร ได้แก่ ขนาดขององค์ประกอบของครอบครัว เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ

ในงานวิจัยครั้งนี้ ลักษณะทางประชากร ได้แก่ วัยรุ่นชาวไทยทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 13-25 ปี มีความสนใจ ความชื่นชอบในสื่อบันเทิงเกาหลี และมีการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีผ่านสื่อสังคมออนไลน์

การเปิดรับสื่อ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ จากช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ

ในงานวิจัยครั้งนี้ หมายรวมถึง วัตถุประสงค์ในการเปิดรับ ปัจจัยที่ทำให้เปิดรับรูปแบบของสื่อที่เปิดรับ ช่วงเวลาที่เปิดรับ ช่องทางที่เปิดรับ

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกของบุคคลมีต่อ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์หรือสิ่งแวดล้อมอันมีแนวโน้มที่จะให้บุคคลแสดง ปฏิกริยา และกระทำต่อสิ่งนั้น ๆ ในทางสนับสนุนหรือปฏิเสธ ทัศนคติเป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน การที่จะรู้ถึงทัศนคติของบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ต้องใช้วิธีแปลความหมายของการแสดงออก

ในงานวิจัยครั้งนี้ ทัศนคติ หมายถึง ความคิดเห็น ความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกของวัยรุ่นไทยต่อการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่เป็นได้ทั้งด้านสนับสนุนและการต่อต้าน ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

- **ด้านวัฒนธรรม** หมายถึง ศิลปวัฒนธรรม การแต่งกาย การละเล่น สถาปัตยกรรม ประเพณีพื้นบ้าน ที่บ่งบอกถึงของประเทศเกาหลี ในปัจจุบันนี้ประเทศเกาหลีมี 2 วัฒนธรรม ได้แก่ วัฒนธรรมดั้งเดิม และ วัฒนธรรมร่วมสมัย

- **ด้านสังคม** หมายถึง สภาพแวดล้อมการเป็นอยู่ทางสังคมของคนในประเทศเกาหลี

- **ด้านครอบครัว** หมายถึง วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนเกาหลี ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ที่ดีของคนในครอบครัว

- **ด้านการตลาด** หมายถึง การส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ทั้งแบบดั้งเดิมและร่วมสมัย โดยองค์การวัฒนธรรมและสภารัตถะเกาหลี (Korea Culture and Content Agency – KOCCA) ของรัฐบาลเกาหลี

สื่อบันเทิงเกาหลี หมายถึง สื่อบันเทิงของประเทศเกาหลี

ในงานวิจัยครั้งนี้ สื่อบันเทิงเกาหลี หมายถึง สื่อบันเทิงเกาหลีในรูปแบบต่าง ๆ คือ ละครทีวี ชุดเกาหลี (Series) เพลงเกาหลี รายการวาไรตี้เกาหลี หนังสือนวนิยายเกาหลี

วัยรุ่นไทย หมายถึง วัยรุ่นชาวไทยทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มี ชื่อ, นามสกุล, เกิด และอาศัยอยู่ในประเทศไทย ที่มีอายุตั้งแต่ 12-25 ปี

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยกันเองซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็นประเภทต่าง ๆ

ในงานวิจัยครั้งนี้ สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการเปิดรับสื่อ บันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย คือ FACEBOOK TWITTER YOUTUBE หรือ WEBSITE ที่เผยแพร่สื่อบันเทิงเกาหลี