

ภาพยนตร์ชุดเกาหลี : กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย

พฤษภาคม 2556

ภาพยนตร์ชุดเกาหลี : กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย

พฤษภาคม 2556

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาพยนตร์ชุดเกาหลี : กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย

พฤษภาคม 2556

นพดล อินทร์จันทร์. (2556). ภาพยนตร์ชุดเกาหลี : กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลี  
ในสังคมไทย. ปริญญาานิพนธ์ ศศ.ด. (ศิลปวัฒนธรรมวิจัย). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม: รองศาสตราจารย์พทุทธิ  
ศุภเศรษฐศิริ, ศาสตราจารย์ ดร.วิรุณ ตั้งเจริญ, ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.สุรพล วิรุฬห์รักษ์.

การศึกษาเรื่อง ภาพยนตร์ชุดเกาหลี : กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีใน  
สังคมไทย มีจุดประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจ และสาเหตุที่คนไทยนิยมภาพยนตร์ซีรีส์ของประเทศ  
เกาหลี และศึกษาวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของภาพยนตร์เกาหลีที่ได้รับความนิยมในสังคมไทย โดย  
อาศัยหลักทฤษฎีการสร้างงาน โดยวิเคราะห์ จากภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เข้ามา เผยแพร่ทางโทรทัศน์  
สถานีหลักของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2543-2552 จำนวน 213 เรื่อง และสำรวจผู้ชมชาวไทยจำนวน  
ทั้งสิ้น 384 คน ผลการศึกษาพบว่าผู้ชมส่วนมากชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์  
จำนวน 7-9 เรื่อง โดยดูเฉพาะเรื่องที่มีเนื้อหาน่าสนใจ ส่วนมากชอบเทคนิคการวางโครงเรื่อง และชื่นชอบ  
ชอบการวาง ทิศนองค์ประกอบของภาพยนตร์ อันได้แก่ ฉากและเครื่องแต่งกาย พบว่าผู้ชมชาวไทย  
นิยมภาพยนตร์ประเภทโรแมนติกโรแมนติก ภาพยนตร์แนวอิงประวัติศาสตร์ และภาพยนตร์แนวชีวิต  
ตามลำดับ โดยภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในแต่ละประเภทคือ ภาพยนตร์ชุดเรื่องรักกุ่นวายของ  
เจ้าชายกาแฟ (Coffee Prince) ภาพยนตร์ชุดเรื่องจอมนางแห่งวังหลวง (Dae Jang Guem) และ  
ภาพยนตร์ชุดเรื่องรักนี้ชั่ววินาที (Autumn in my heart) โดยกลุ่มผู้ชมที่มีอายุระหว่าง 15-27 ปี  
การศึกษาระดับปริญญาตรี ทำอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน เป็นกลุ่มที่มีความสนใจในภาพยนตร์  
ชุดจากประเทศเกาหลีมากที่สุด โดยผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่  
มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุด  
เกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการศึกษาพบว่าลักษณะเฉพาะของภาพยนตร์ชุดเกาหลี ส่วนใหญ่มักเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับ  
ความรัก โดยเฉพาะภาพยนตร์ประเภทโรแมนติก นับเป็นรูปแบบที่สังคมไทยนิยมมากที่สุด เป็น  
ภาพยนตร์ที่ให้ความสำคัญกับการวางโครงเรื่อง มีเนื้อหาที่สามารถติดตามได้ง่าย ไม่ซับซ้อน มีปม  
ปัญหาหลักเพียงปมเดียว เป็นการวางโครงเรื่องอย่างเป็นระบบเพื่อนำไปสู่จุดสุดยอดของเรื่อง และ  
มักจะเร้าอารมณ์ของผู้ชมให้เกิดการปลดปล่อยทางอารมณ์ โดยกระตุ้นให้เกิดความสงสัย โกรธ  
เกลียดชัง หรือรัก ผ่านการดำเนินเรื่องและการกระทำของตัวละคร เนื้อหาสาระมักเน้นย้ำในการ  
สะท้อนให้เห็นถึงความเหลื่อมล้ำทางสังคม การละเมิดสิทธิมนุษยชน การแบ่งชนชั้นในสังคม สิทธิสตรี  
มุ่งเสนอเนื้อหาของความเพ้อฝันเกินจริง ความรักต่างชนชั้น พรหมลิขิต และมีการสอดแทรกคตินิยม



อย่างง่าย ๆ ผลการศึกษาพบว่าภาพยนตร์มีการใช้ฉากภายใน มากกว่าฉากภายนอก ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นลักษณะเฉพาะร่วมของภาพยนตร์ในกลุ่มวิถีตะวันออก พบว่าฉากส่วนมากนำเสนอภาพการดำรงชีวิตในขอบเขตพื้นที่อยู่อาศัย โดยแสดงถึงกิจกรรม การกิน อยู่ หลับ นอนเป็นส่วนมาก ภาพยนตร์ได้นำเสนอภาพของสังคมในรูปแบบครอบครัวขยาย โดยมีฉากที่อธิบายถึงการเป็นอยู่ของระบบเครือญาติในสังคม นอกจากนี้ยังใช้เครื่องแต่งกายเป็นเครื่องมือแสดงสถานภาพของตัวละครในแง่ของชนชั้น และสื่อสารความมีอารยธรรม อัตลักษณ์ของชาติ และระบบชาตินิยม พบว่าเกาหลีใช้เครื่องแต่งกายแสดงความเป็นผู้นำด้านการแต่งกาย โดยใช้ระบบดารา หรือบุคคลต้นแบบ (Iconization) ในการถ่ายทอด และมีการออกแบบที่มีความหลากหลาย เพื่อรองรับความต้องการของผู้ชมทุกประเภท ผลการศึกษาพบว่าโครมสีส่วนใหญ่ในภาพยนตร์เป็นโครมสีเหลือง ส้ม เพื่อสะท้อนความร่ำรวยทางอารยธรรม และวิถีแห่งตะวันออก

ผลการศึกษาพบว่าอิทธิพลของภาพยนตร์ชุดเกาหลี ในประเทศไทยมีอิทธิพลทางวัฒนธรรมใน 3 ปัจจัย กล่าวคือ 1) นำเสนอ และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี 2) ส่งถ่ายวัฒนธรรมเกาหลีสู่ประเทศไทย 3) เปลี่ยนแปลงความเชื่อ และสุนทรียภาพ พบว่าเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กันโดยการสอดแทรกวัฒนธรรม การเป็นอยู่ หรือรสนิยมไว้ในเนื้อหา ตัวบทภาพยนตร์ สถานที่ถ่ายทำ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร และการปฏิบัติตัวในชีวิตประจำวัน ซึ่งส่งผลในเชิงธุรกิจต่อกระบวนการพัฒนาประเทศชาติในระบบมหภาค

KOREAN DRAMA SERIES : A CASE STUDY OF KOREAN CULTURE FEVER WAVE  
IN THAI SOCIETY



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Doctor of Arts degree in Art and Culture Research  
at Srinakharinwirot University

May 2013

Noppadol Inchan. (2013). *Korean Drama Series : A case study of Korean culture fever wave in Thai society*. Dissertation, A.D. (Art and Culture Research). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Assoc. Prof. Prit Supasetsiri, Prof. Dr. Wiroon Tangcharoen, Prof. Dr. Surapol Viroonrat.

The purposes of this study were to examine Thai viewers' satisfaction with, and the reasons why they enjoy Korean drama series, and to analyze the characteristics of famous Korean movies in Thailand through the employment of drama theory. Two hundred and thirteen Korean drama series, which were broadcast on Thai TV from 2000 – 2009, were analyzed, and 384 Thai viewers were surveyed.

The survey revealed that the top reason for satisfaction with these dramas was the fact that their contents were perceived as interesting. Most of the surveyed informants liked the plots and presentation including the background sets and costumes. Romantic drama series, historical drama series and dramatic drama series were found to be the most popular in terms of categories, and the most popular examples of dramas in each of these categories were Coffee Prince, Dae Jang Guem and Autumn in My Heart respectively. Differences in gender, age, education and occupation were found to affect viewer satisfaction with the dramas.

The results show a specific characteristic of Korean series to be a romantic theme, which was found to be their most popular aspect among Thai viewers. The dramas also gave a lot of significance to the story line. The stories were easy to follow and contained one main issue with a systematic story line. The stories aimed to arouse strong emotions such as sympathy, anger, hate or love in viewers. These emotions were created by the plays' actions and characters. The stories emphasized social inequality, human rights violations, social segregation, and women's rights. The stories, for the most part, involved fairy tale love, impossible love between different classes, and the action of destiny. Moral issues were weaved into every story.

The series used indoor sets more often than outdoor ones. The use of indoor sets was found to be a common characteristic of eastern productions and was done in order to show the lives of extended families dining, chatting and relaxing at home. Costume was

found to be another important factor in these series. In addition to civilization, national identity, and nationalism, costume was used in order to identify social classes and eras through the iconization of Korean fashion leaders, or the main actors/actresses. The findings also showed that most of the dramas employed yellow or orange color themes to reflect an oriental style. Moreover, there is the acculturation of culture and costumes toward the popularity of the drama series.

Overall, the results show that through story lines, scripts, locations, costumes, food and daily life, Korean series have three important roles to play with regard to Thai society: 1) they introduce Korean culture, 2) they transfer Korean culture, and 3) they modify the beliefs and aesthetics of Thai society. These phenomena then have subsequent effects on the macro economy.



งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย  
จาก  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



## ประกาศคุณประการ

ภาพยนตร์ชุดเกาหลี: กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทยที่นำเสนอผ่านบัณฑิตวิทยาลัยนี้ได้ผ่านกระบวนการสร้างความเป็นนักวิชาการ ความเป็นผู้นำทางศิลปะหล่อหลอมจากความกรุณาจากอาจารย์ทั้ง 3 ท่าน คือ รองศาสตราจารย์พทุทธิ ศุภเศรษฐศิริ ศาสตราจารย์วิรุณ ตั้งเจริญ และศาสตราจารย์กิตติคุณสุรพล วิรุฬห์รักษ์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาการและเป็นเสมือนแบบแผนในการดำเนินชีวิตในสายวิชาการของผู้วิจัย อีกทั้งความกรุณาจากรองศาสตราจารย์กิติมา สุรสนธิ และผู้ช่วยศาสตราจารย์สาธิต ทิมวัฒนบรรเทิง ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบปริญญาานิพนธ์เพื่อความคล่องตัวทางวิชาการ และความครอบคลุม สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม และบัณฑิตวิทยาลัย ที่มอบทุนสนับสนุนในการศึกษา รวมทั้งครอบครัว ญาติมิตร บุคลากรสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ ขอบคุณคุณวรทัศน์ วัฒนชีวินปกรณ์ คุณญาณวุฒิ เศรษฐติติกุล คุณศิริศศิธร กัญไธ คุณศรีประไพ วัฒนะรัตน์ และคุณอัมพัลย์ วิศวีรานนท์ที่ช่วยเหลือ และช่วยประสานงานมาโดยตลอด อาจารย์ปิยวรรณ กุลมัย และคุณคมเทพ วุฒิพราหมณ์ ผู้เป็นธุระแก้ไขบทความย่อ คุณจักรพรรณ ไชยณรงค์ ช่วยติดต่อภาพยนตร์ ขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่เป็นกำลังใจ และช่วยเหลือในทุกเรื่อง

ประโยชน์อันใดที่เกิดจากปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอยกให้มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยที่เป็นแหล่งที่สร้าง และให้โอกาสผู้วิจัยได้ดำรงชีพในงานที่รักมาโดยตลอด

นพดล อินทร์จันทร์

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ .....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย .....	5
ความสำคัญของการวิจัย .....	6
ขอบเขตของการวิจัย .....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	7
กรอบแนวคิดของการวิจัย .....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	9
แนวคิดเกี่ยวกับด้านวัฒนธรรม .....	9
แนวคิดเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรม .....	15
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านโทรทัศน์ .....	17
พัฒนาการของภาพยนตร์เกาหลี .....	25
แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างงาน .....	28
แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ .....	30
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ .....	33
งานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง .....	37
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า .....	40
วิธีการวิจัย .....	40
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	47
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	51
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	54
ผลการศึกษาขั้นตอนที่ 1: การวิเคราะห์ตามหลักสถิติ .....	54
ผลการศึกษาขั้นตอนที่ 2: การวิเคราะห์ตามทฤษฎีการสร้างงาน .....	80

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปราย และเสนอแนะ .....	176
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	176
วิธีดำเนินการวิจัย .....	176
สรุปผลการวิจัย .....	178
อภิปรายผล .....	187
ข้อเสนอแนะ .....	194
บรรณานุกรม .....	196
ภาคผนวก .....	204
ภาคผนวก ก .....	205
ภาคผนวก ข .....	219
ภาคผนวก ค .....	225
ภาคผนวก ง .....	235
ประวัติย่อผู้วิจัย .....	239



## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนประชากรที่มีอายุระหว่าง 15 – 60 ปี ตามลําดับประชากร ปี พ.ศ.2543	41
2 ประชากรไทยที่มีอายุระหว่าง 15 - 60 ปี เรียงตามร้อยละจากมากไปหาน้อย ร้อยละ 50 แรก .....	43
3 สัดส่วนของขนาดตัวอย่างของประชากรไทยที่มีอายุระหว่าง 15 - 60 ปี เรียงตามร้อยละจากมากไปหาน้อย ร้อยละ 50 แรก .....	46
4 แสดงค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ .....	43
5 แสดงค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 28.46 ปี และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 9.50 ปี สามารถจำแนกตามช่วงอายุ .....	55
6 แสดงค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา .....	56
7 แสดงค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	56
8 แสดงค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ .....	57
9 แสดงค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส .....	57
10 แสดงค่าความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ตั้งแต่เริ่มจนจบ .....	58
11 แสดงค่าความถี่และร้อยละของจำนวนการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ .....	59
12 แสดงค่าความถี่และร้อยละของช่วงเวลาในการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ .....	59
13 แสดงค่าความถี่และร้อยละของเกณฑ์ในการเลือกรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ของตัวอย่าง .....	60
14 แสดงค่าความถี่และร้อยละของความชื่นชอบในภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ของตัวอย่าง .....	60
15 แสดงค่าความถี่และร้อยละของประเภทภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ที่ตัวอย่างชื่นชอบ .....	61
16 แสดงค่าระดับความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	64
17 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล – เพศ	68

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล – อายุ	70
19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอายุแตกต่างกันกับระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม .....	70
20 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล – ระดับการศึกษา .....	71
21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุด .....	72
22 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล – รายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	73
23 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล – อาชีพ	74
24 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพแตกต่างกันกับระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม .....	75
25 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล – สถานภาพสมรส .....	76
26 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพสมรส กับระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม .....	77

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
27 แสดงประเภทของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย .....	78
28 แสดงค่าความถี่และร้อยละของความชื่นชอบในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ โดยแบ่งตามองค์ประกอบของการสร้างงานละคร .....	80
29 แสดงความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย .....	81
30 ความถี่ของภาพฉากในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง ตอนที่ 1-20 .....	113
31 ความถี่ของภาพฉากในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง ตอนที่ 21-40 .....	114
32 ความถี่ของภาพฉากในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง ตอนที่ 41-57 .....	115
33 แสดงความถี่ของภาพฉากที่ปรากฏในละครเรื่องรักนี้ชั่วนิรันดร์ .....	120
34 แสดงความถี่ของภาพฉากที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักวุ่นวายของเจ้าชายกาแฟ .....	128
35 แสดงความถี่การใช้โครมดี (Color Chrome) ในภาพยนตร์ชุดเรื่องจอมนางแห่งวังหลวง .....	150
36 แสดงความถี่การใช้โครมดี (Color Chrome) ในภาพยนตร์ชุดเรื่องรักนี้ชั่วนิรันดร์ .....	155
37 แสดงความถี่การใช้โครมดี (Color Chrome) ในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักวุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ .....	160
38 ประชากรรวมทั้งประเทศไทย จำแนกตามเพศ .....	206
39 ประชากรรวมทั้งภาคกลาง และรายจังหวัด จำแนกตามเพศ .....	206
40 ประชากรรวมทั้งภาคเหนือ และรายจังหวัด จำแนกตามเพศ .....	207
41 ประชากรรวมทั้งภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และรายจังหวัด จำแนกตามเพศ .....	208
42 ประชากรรวมทั้งภาคใต้ และรายจังหวัด จำแนกตามเพศ .....	209
43 ประชากรจำแนกตามอายุรายปี และเพศ .....	210
44 ประชากรไทยที่มีอายุระหว่าง 15 - 60 ปี เรียงตามร้อยละจากมากไปหาน้อยในแต่ละภาค .....	216

## บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดของการวิจัยหลัก (Main Conceptual Framework) .....	8
2 การแบ่งการแบ่งภูมิภาคของประเทศไทยออกเป็น 5 สตราตัมตามสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร .....	62
3 ภาพแสดงภาพยนตร์ชุดประเภทอิงประวัติศาสตร์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 ลำดับแรก	62
4 ภาพแสดงภาพยนตร์ชุดประเภทรักโรแมนติกที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 ลำดับแรก .....	63
5 ภาพแสดงภาพยนตร์ชุดประเภทชีวิตที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 ลำดับแรก .....	64
6 ภาพแสดงค่าระดับความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์รายข้อ .....	66
7 ไดอะแกรมแสดงค่าระดับความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ .....	67
8 แผนภาพแสดงการดำเนินเรื่อง ของภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง .....	89
9 โครงสร้างเหตุการณ์ที่เกิดในภาพยนตร์ชุดจอมนางแห่งวังหลวง .....	92
10 แผนภาพแสดงการดำเนินเรื่อง ของภาพยนตร์ชุด รักนี้ชั่ววินาที .....	98
11 โครงสร้างเหตุการณ์ในภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ชั่ววินาที .....	101
12 แผนภาพแสดงการดำเนินเรื่อง ของภาพยนตร์ชุด รักุ่นวายของเจ้าชายกาแผล .....	105
13 โครงสร้างเหตุการณ์ในภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักุ่นวายของเจ้าชายกาแผล .....	108
14 แผนภาพสรุปความถี่ของภาพฉากที่ปรากฏในภาพยนตร์ ชุด จอมนางแห่งวังหลวง .....	112
15 แผนภาพแสดงการใช้ฉากภายใน และฉากภายนอกในภาพยนตร์ ชุด จอมนางแห่งวังหลวง .....	116
16 ภาพฉากในวังหลวง .....	117
17 ภาพฉากนอกวังหลวง .....	118
18 ภาพฉากทิวทัศน์ .....	119
19 แผนภาพแสดงความถี่ของภาพฉากที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้ชั่ววินาที .....	121
20 แผนภาพแสดงการใช้ฉากภายใน และฉากภายนอกที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ชั่ววินาที .....	122
21 ภาพบรรยากาศฉาก Hwajinpo Beach in Goseong .....	124
22 ภาพบรรยากาศฉาก Abai Village .....	124

## บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
23 ภาพบรรยากาศ Sangwoon Craft Shop in Yangyang .....	125
24 ภาพบรรยากาศ Samyang Mokjang Ranch in Daegwallyeong .....	126
25 ภาพบรรยากาศ Phoenix Park in Pyeongchang .....	127
26 แผนภาพแสดงความถี่ของภาพฉากที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุดเรื่องรักกุ่นวายของ เจ้าชายนายกาแพ .....	129
27 แผนภาพแสดงการใช้ฉากภายใน และฉากภายนอกในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักกุ่นวาย ของเจ้าชายนายกาแพ .....	130
28 ภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมฉากในการถ่ายทำภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่อง .....	132
29 ภาพเครื่องแต่งกายของสตรีในวังของเกาหลี .....	133
30 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของซอจังกึม.....	136
31 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของซังกึม.....	136
32 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของมินจุงโฮ.....	137
33 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของพระราชินีและพระมเหสี.....	137
34 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของพ่อค้า และชาวเมือง.....	137
35 ภาพสเก็ตเครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง .....	139
36 ภาพสเก็ตรูปแบบเครื่องแต่งกายหญิงในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง .....	140
37 ภาพสเก็ตรูปแบบเครื่องแต่งกายชายในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง .....	141
38 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของเด็กของจุนโฮ และอุนโฮ.....	141
39 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของ จุนโฮ.....	142
40 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของ อุนโฮ .....	142
41 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของ เทโชก .....	142
42 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของ ยูมิ .....	143
43 ภาพสเก็ตเครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ชุด รักนี้ชั่ววันจันทร์ .....	144
44 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของเซ ฮันกอล (พระเอก) .....	145
45 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของโก อึนซัน (นางเอก) .....	146
46 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของโจ ฮันซัง .....	146

## บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
47 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของฮัน ยูจુ .....	146
48 ภาพสเก็ตเครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ชุดรักกุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ 1 .....	147
49 ภาพสเก็ตเครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ชุดรักกุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ 2 .....	148
50 ตัวอย่างการใช้โครมสีเหลือง ส้ม ในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง .....	152
51 ตัวอย่างการใช้โครมแดง ในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง .....	153
52 ตัวอย่างการใช้โครมน้ำเงิน เขียว ในภาพยนตร์ชุดจอมนางแห่งวังหลวง .....	154
53 แผนภาพแสดงความถี่ของโครมสี (Color Chrome) ที่ใช้ในภาพยนตร์ชุด เรื่องจอมนางแห่งวังหลวง .....	154
54 ตัวอย่างการใช้โครมสีเหลือง ส้มในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้นิรันดร์ .....	156
55 ตัวอย่างการใช้โครมสีแดง ในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้นิรันดร์ .....	157
56 ตัวอย่างการใช้โครมน้ำเงิน เขียว ในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้นิรันดร์ .....	158
57 แผนภาพแสดงความถี่ของโครมสี (Color Chrome) ที่ใช้ในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้ชั่วนิรันดร์ .....	158
58 ตัวอย่างการใช้โครมสีเหลือง ส้มในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักกุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ	161
59 ตัวอย่างการใช้โครมสีแดงในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักกุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ .....	162
60 ตัวอย่างโครมน้ำเงิน เขียว ในภาพยนตร์ชุดเรื่องรักกุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ .....	163
61 แผนภาพแสดงความถี่ของโครมสี (Color Chrome) ที่ใช้ในภาพยนตร์ชุดเรื่องรักกุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ .....	164

# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

“โลกาภิวัตน์” ยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดน ผลพวงจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ แสดงให้เห็นถึงการเจริญเติบโตของความสัมพัทธ์ที่เกิดการเชื่อมโยงระหว่างปัจเจกบุคคล ชุมชน รัฐบาล เอกชน ประเทศหนึ่งสู่ประเทศหนึ่ง ชีวโลกหนึ่งสู่อีกชีวโลกหนึ่ง เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และทำลายข้อจำกัดต่างๆในเรื่องพรมแดน และพื้นที่ ส่งผลให้เกิดการช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรม เกิดการไหลบ่าของวัฒนธรรมจากประเทศหนึ่งสู่อีกประเทศหนึ่ง อานันท์ กาญจนพันธ์ กล่าวไว้ว่า “โลกยุคไร้พรมแดนก่อให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า วัฒนธรรมข้ามพรมแดน (*Transnational Culture*) กระแสโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดมิติของวัฒนธรรมที่หลุดออกจากพื้นที่ หรือพรมแดนวัฒนธรรมในเชิงพื้นที่ จะค่อยๆสลายตัว” (อานันท์ กาญจนพันธ์. 2550:48) เมื่อวัฒนธรรมมีการถ่ายโอนจากประเทศหนึ่งสู่อีกประเทศหนึ่ง ทำให้วัฒนธรรมที่แข็งแกร่งกว่าครอบและยึดครองวัฒนธรรมที่อ่อนแอกว่าโดยปริยาย โดยอาจแฝงตัวอยู่ในวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ อาทิ ศิลปะ ดนตรี ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือการท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้ อาจเรียกว่า สินค้าทางวัฒนธรรม ริงส์เวิร์ค ธนะพรพันธ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวไว้ว่า

“สินค้าวัฒนธรรม หมายถึง สินค้าที่มีวัฒนธรรมฝังตัวในสินค้าหรือบริการ ดังนั้นเหตุผลของผู้บริโภคในการซื้อสินค้านั้น ก็ด้วยความแตกต่างของนัยทางวัฒนธรรมที่ฝังตัวอยู่ในสินค้า ฉะนั้นกระแสคลื่นวัฒนธรรมญี่ปุ่นจึงได้เริ่มเข้ามาในสังคมไทยในช่วงหลังทศวรรษที่ 1980 เห็นได้จากละครโทรทัศน์ชุด “ไอซิน” ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในขณะนั้น” (ริงส์เวิร์ค ธนะพรพันธ์. 2551: 20)

ภาพยนตร์นับเป็นหนึ่งในสินค้าทางวัฒนธรรมที่เห็นเป็นรูปธรรมมากที่สุด นักวิชาการหลายท่านกล่าวว่าภาพยนตร์เป็นงานบันเทิงประวัติศาสตร์ที่สมบูรณ์ที่สุด มีเนื้อหาครอบคลุมถึงสภาพสังคม ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี เหตุการณ์สำคัญ การเมือง เศรษฐกิจ ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมถึงวิถีชีวิตของคนในสังคมนั้นๆ นอกจากนั้นยังจัดเป็นงานศิลปะร่วม (*Collaborative Art*) ที่เกิดจากการรวมศิลปะแขนงต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน เป็นสื่อสารมวลชนที่มีอิทธิพลสูงต่อสังคมในระดับกว้าง ความสำคัญของภาพยนตร์ทำให้หลายประเทศทั่วโลกเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งนอกจากจะเป็นธุรกิจที่สร้างเม็ดเงินทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาลแล้ว สามารถสร้างผลประโยชน์อื่นๆ ในเชิงบวกให้แก่ประเทศผู้ผลิต ทั้งในแง่การสร้างภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ประเทศให้เป็นที่รู้จักในสังคมโลก อีกทั้งยังมีอิทธิพลในการสร้างกระแสบริโภคต่างๆ และสร้างความเชื่อที่ส่งผลโดยรวดเร็ว ซึ่งส่งผลต่อการ

พัฒนาเศรษฐกิจในด้านอื่นๆของประเทศ ด้วยเหตุผลเหล่านี้จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของโลกมีการเติบโต และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ประเมินมูลค่าของตลาดภาพยนตร์โลกโดยในปี 2549 มีมูลค่าสูงถึง 25.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ

อิทธิพลของภาพยนตร์มีผลต่อการปรับเปลี่ยน แนวคิด ความเชื่อ ค่านิยมอันเกี่ยวเนื่องกับ วัฒนธรรม อาทิ ภาษา ศิลปะ ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณี และศีลธรรมอันดีงามของสังคม ภาพยนตร์ได้แทรกซึม และเป็นพื้นที่สำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆไปสู่สังคมโลก สหรัฐอเมริกาเป็นชาติแรกๆ ที่ใช้ภาพยนตร์ในการสร้างกระแส “Americanization” เพื่อครอบและยึดครองพื้นที่ทางวัฒนธรรมในประเทศต่างๆ โดยการใช้กระบวนการขายสินค้าทางวัฒนธรรมผ่านการแทรกซึมของ ภาพยนตร์อเมริกัน โดยมี Hollywood เป็นสถานที่สำคัญในการส่งออกสู่ประเทศต่างๆ ภาพยนตร์ Hollywood หลายเรื่องกลายเป็นสื่อกลางที่แสดงถึงความศิวิไลซ์ของสหรัฐอเมริกา อีกทั้งยังแฝงประเด็นในด้านการเมือง การแสดงออกถึงเดซานุภาพที่มีอำนาจเหนือประเทศอื่นๆ ในทางกลับกัน ภาพยนตร์อาจจะมีส่วนในการชี้้นำความเป็นไปในสังคม รวมถึงเป็นสื่อวัฒนธรรม หรือชี้นำทางด้าน ศิลปวัฒนธรรมต่างๆของสังคมนั้นๆด้วย จนทำให้เกิดภาวะการเลียนแบบ ในทุกวันนี้ทุกคนยังคงจำ ภาพของมอริสสัน มอนโร ในชุดกระโปรงเปิดได้อย่างติดตา การทำผม การแต่งตัว แต่งหน้า ทำผม การแสดงท่าทาง กลายมาเป็นรูปแบบที่ประชาชนทั่วไปนำมาเลียนแบบในชีวิตประจำวัน สหรัฐอเมริกาได้ใช้กระแสของ Americanization โดยใช้วิถีทางในการขยายวงศัโพยธรณ์ ปลูกฝังค่านิยมต่างๆสู่ประเทศอื่น จนทำให้ทุกวันนี้สหรัฐอเมริกากลายเป็นประเทศมหาอำนาจผู้นำโลกในปัจจุบัน นอกจากนี้ประเทศสหรัฐอเมริกาแล้ว ประเทศญี่ปุ่นนับเป็นอีกหนึ่งประเทศที่ดำเนินนโยบายการแย่งชิงพื้นที่ และการส่งออกวัฒนธรรมของตนไปสู่ประเทศอื่นๆ ตลอดระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา โดยใช้กระแส J-Trend แทรกซึมผ่านภาพยนตร์การ์ตูน และภาพยนตร์วัยรุ่น ซึ่งนอกจากสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศญี่ปุ่นอย่างมหาศาล แล้วยังทำให้วัฒนธรรมต่างๆ ของประเทศญี่ปุ่นสามารถยึดครองพื้นที่ใน ทั่วโลกอย่างรวดเร็ว อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ กล่าวว่

“Japanization หรือ กระบวนการกลายเป็นญี่ปุ่น ซึ่งผมจะขอเรียกว่าอาทิตยานุวัตธรรมนั้นมีจุดเริ่มต้น จากเงื่อนไขระบบเศรษฐกิจโลกที่เน้นการรวมกลุ่มในภูมิภาค ทำให้ญี่ปุ่นเริ่มเปลี่ยนท่าทีและหันมาสร้าง ความสัมพันธ์ในด้านสังคมและวัฒนธรรมต่อประเทศในเอเชียด้วยกัน จนก่อให้เกิดกระแสความนิยมต่อ วัฒนธรรมญี่ปุ่น” (อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. 2548:20)

นอกจากนี้กระแส “Hallyu” หรือ “Korean Wave” วัฒนธรรม K-POP จากประเทศเกาหลีใต้ ที่แพร่ระบาดไปทั่วโลก โดยส่วนสำคัญเกิดจากภาพยนตร์ของเกาหลี ทั้งในรูปแบบภาพยนตร์จบใน



ตอน และภาพยนตร์ซีรีส์เรื่องยาวที่ได้รับการยอมรับและแพร่กวีด้วยกลวิธีทางสุนทรียะ และกระบวนการทางการตลาด ทำให้ครองใจจากผู้ชมได้ทุกชาติทุกภาษา และสามารถสร้างกระแสนิยมในตลาดภาพยนตร์โลก ส่งผลให้ทุกวันนี้ภาพยนตร์เกาหลีได้กลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดขยาย ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว และสามารถเป็นสื่อกลางในการสื่อสารความเป็นชาติพันธุ์สู่ประเทศภายนอกอื่นๆ ภาพยนตร์ได้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่ทำให้ประชาคมโลกรู้จักคนเกาหลีมากขึ้น สามารถช่วงชิงและยึดครองพื้นที่ทางวัฒนธรรมในประเทศอื่นๆ

รัฐบาลเกาหลีใต้ได้บรรจุอุตสาหกรรมส่งออกภาพยนตร์ เป็นหนึ่งในนโยบายหลักของประเทศ ภายหลังจากฟื้นฟูเศรษฐกิจครั้งใหญ่ของประเทศเกาหลี โดยรัฐบาลได้ออกกฎหมายให้โรงภาพยนตร์ในประเทศต้องฉายหนังเกาหลีในสัดส่วน 70 ต่อ 30 เพื่อลดการนำเข้าของภาพยนตร์ต่างประเทศและ ส่งเสริมให้มีการผลิตภาพยนตร์เกาหลีอย่างก้าวกระโดด โดยรัฐบาลออกทุนให้ส่วนหนึ่ง มีการสร้างสตูดิโอถ่ายทำจำนวนมากที่ลงทุนโดยรัฐบาล เปิดสอนหลักสูตรภาพยนตร์ในมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศ และเปิดตลาดการค้าภาพยนตร์อย่างเทศกาลภาพยนตร์เมืองปูซาน นอกจากนี้ยังจัดตั้ง “บริษัทส่งเสริมการทำภาพยนตร์แห่งเกาหลี” เพื่อส่งเสริมการผลิตภาพยนตร์ออกสู่ตลาดโลก และเพื่อแก้ไขปัญหาการขาดดุลการค้าทางด้านวัฒนธรรม ซึ่งก่อนหน้านี้เกาหลีนำเข้าภาพยนตร์จากต่างประเทศมากกว่า 50% ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศ มีการจัดตั้ง “องค์การวัฒนธรรมและสื่อกาฬเกาหลี” (Korea Culture and Content Agency – KOCCA) ในปี พ.ศ. 2543 เพื่อพัฒนากลยุทธ์ในการถ่ายทอดเนื้อหาสาระความเป็นเกาหลี ทั้งวัฒนธรรม ประเพณี ให้เผยแพร่ไปยังประเทศต่างๆ ภายในช่วงไม่กี่ปี KOCCA ทำให้พลังแห่งสื่อทางวัฒนธรรมของเกาหลีแผ่ขยายไปในประเทศต่าง ๆ ทั่วเอเชีย ภาพยนตร์ซีรีส์เรื่องยาว เรื่อง แดจังกึม เป็นตัวอย่างหนึ่งของความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และเอกชนภายใต้กรอบของกลยุทธ์ Korea Content ที่ประสบความสำเร็จอย่างท่วมท้น

ภาพยนตร์ไทย ศาสตร์แขนงนี้ดูจะเป็นความบันเทิงแขนงหนึ่งที่อยู่คู่กับสังคมคนไทยมาช้านาน นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2466 ภาพยนตร์ไทยเรื่องนางสาวสุวรรณ ภาพยนตร์ไทยเรื่องแรกของประเทศเจริญเติบโตมาตามลำดับตลอดระยะเวลา 100 ปีที่ผ่านมา ได้มีการปรับเปลี่ยนหลายครั้งเพื่อให้อยู่รอดในสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป ในปีพุทธศักราช 2539 นับเป็นจุดเริ่มต้นของการเสื่อมถอยของภาพยนตร์ไทยที่เห็นเด่นชัดที่สุด สุทธากร สันติวิธ ได้กล่าวเกี่ยวกับประเด็นนี้ไว้ว่า “การสร้างหนังไทยในระยะเวลาดังกล่าว ก็มีจำนวนลดน้อยลงทุกที จากที่เคยออกฉายมากกว่า 100 เรื่อง ในปี พ.ศ.2533 ลดลงเหลือเพียงราว 30 เรื่องในปี พ.ศ.2539 ในทางกลับกันเพดานรายได้ของหนังทำเงินในกรุงเทพมหานครก็พุ่งจากระดับ 20-30 ล้านบาท (ต่อเรื่อง) ในระหว่างปี 2531-2534 สู่ระดับ 50- 70 ล้านบาท ในระหว่างปี 2537-2540 แต่ถึงกระนั้นก็ยังห่างไกลเพดานความสำเร็จของหนังจากฮอลลีวูด

ที่พุ่งผ่าน 100 ล้านบาท” (สุทธากร สันติธวัช. 2550: 3) การเปลี่ยนแปลงสะท้อนให้เห็นถึงการลดน้อยถอยลงของจำนวนผู้บริโภคภาพยนตร์ไทย ซึ่งอาจจะเกิดได้จากหลายปัจจัยได้แก่ คุณภาพของภาพยนตร์ไทยที่ไม่มีพัฒนาทั้งรูปแบบ เทคนิค และเนื้อหาสาระ มีการสร้างอยู่ในวงจำกัด และเรื่องราวซ้ำซากจำเจ ประกอบกับการไหลบ่าของทางเลือกใหม่ๆ จากภาพยนตร์ฮอลลีวูด หรือภาพยนตร์ฮ่องกง รวมถึงการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดวีดีโอ ที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในการช่วงชิงพื้นที่การบริโภคความบันเทิงของคนไทย นอกจากนั้นในช่วงเวลาดังกล่าว นับเป็นจุดเริ่มต้นของกระแสบริโภคนิยมที่เริ่มเข้ามา มีบทบาทกับชีวิตของคนไทยมากขึ้น โดยอาจเห็นได้อย่างเด่นชัดในปี พ.ศ. 2544 ภายหลังจากฯพณฯ พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี นโยบายต่างๆ ของรัฐบาลมุ่งพัฒนาระบบเศรษฐกิจอย่างก้าวกระโดด กระตุ้นให้เกิดการบริโภคกันอย่างเข้มข้น นับเป็นการนำพาประเทศไทยเข้าสู่ภาวะทุนนิยม และบริโภคนิยมอย่างเต็มขั้น ด้วยมูลเหตุเหล่านี้ส่งผลให้กระแสวัฒนธรรมจากต่างแดนสามารถเข้ามาครอบครองพื้นที่ความนิยมได้อย่างไม่ยากนัก ในช่วงเวลาเดียวกันนี้เอง ภาพยนตร์ซีรีส์จากประเทศเกาหลีได้เรื่องแรก ซึ่งคือ ภาพยนตร์ชุดเรื่องลิขิตแห่งรัก ได้รับการแพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ( พ.ศ.2543) ในรูปแบบภาพยนตร์ชุดเรื่องยาว และประสบความสำเร็จในการยึดครองการบริโภคจากคนไทยอย่างท่วมท้นในภาพยนตร์เรื่อง Autumn in my heart ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ( พ.ศ.2544) หลังจากนั้นภาพยนตร์ชุดเกาหลีเรื่อง Full house สะดุดรักที่ปักใจ แดจังกึม ซาดองโฮ โฮจุน ฯลฯ ได้ครอบครองช่วงเวลายอดนิยมของทุกสถานีโทรทัศน์ไปโดยปริยาย นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2548 ภาพยนตร์เกาหลีได้เริ่มเข้าสู่ตลาดโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่ง และสามารถสร้างรายได้ในประเทศไทยไม่ต่ำกว่า 3.9 พันล้านบาทต่อปี

จะเห็นได้ว่าในประเทศไทยรูปแบบการรับสื่อภาพยนตร์จากประเทศเกาหลีส่งผลอย่างชัดเจนในลักษณะภาพยนตร์ชุดตอนยาว โดยนำเสนอผ่านผู้ชมในรูปแบบละครโทรทัศน์ จนทำให้เกิดกระบวนการ “กลายเป็นเกาหลี” กระแส “Hallyu” ได้นำวัฒนธรรมเกาหลีเข้ามายึดครองวิถีการดำเนินชีวิตคนไทย โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า

“กระแสเกาหลี (Korean Wave) หรือที่รู้จักกันอีกนามหนึ่งว่า “Hallyu” เป็นศัพท์ที่ตั้งขึ้นโดยนักหนังสือพิมพ์ชาวจีนในช่วงปลายทศวรรษ 1990 หมายความว่าถึงกระแสความเ็นของความนิยมเกาหลีที่ค่อยๆ คืบคลานมายังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นับว่าเป็นปรากฏการณ์ที่เหนือความคาดหมายของนักวิชาการหรือบรรดาสื่อมวลชนเพราะเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมข้ามชาติที่ข้ามพหุอิทธิพลทางเศรษฐกิจการเมืองและสังคมของชาติมหาอำนาจ เช่นสหรัฐอเมริกา ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ในโลกยุคดิจิทัล กระแสนี้ได้ก่อตัวมากกว่าสิบปีและมีแนวโน้มว่ายังแรงอยู่ กระแสเกาหลีเป็นเรื่องเกี่ยวกับความนิยมชมชอบทางวัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลี (Korean Pop Culture) ที่มาจากภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ ภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ เพลงป๊อป และ ดาราบันเทิงเกาหลี

ภาพยนตร์เกาหลีเรื่องแรกที่ประสบความสำเร็จในประเทศญี่ปุ่น ฮงกง ลิงคโปร์ และได้หวัน ได้แก่เรื่อง Shiri ซึ่งฉายในปี ค.ศ.1999 เป็นภาพยนตร์แนวแอ็คชั่นเกี่ยวกับสายลับชาวเกาหลีเหนือ และเกาหลีใต้ที่ทำร้ายได้มหาศาลและมียอดรายได้เหนือกว่าภาพยนตร์ Titanic เมื่อครั้ง ฉายในเกาหลีและนับได้ว่าเป็นก้าวแรกที่เกาหลีเริ่มมีอิทธิพลในวงการบันเทิงของเอเชียและสร้างกระแสเกาหลี หลังจากนั้นเกาหลียังผลิตภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมไม่แพ้กัน อาทิ JSA, Friend, Silmido และ Taegukgi” (วัลย์ลักษณ์ น้อยพยัคฆ์. 2550: 1-2)

กระแสคลื่นวัฒนธรรมนี้ก่อให้เกิดการแปรเปลี่ยนทางทัศนคติ สุนทรียภาพ และค่านิยมชมชอบ โดยอาจแสดงออกในบุคลิกลักษณะ การรับประทานอาหาร การแต่งตัว ทรงผม หรือแม้แต่การพูดจา วราภรณ์ เลิศวัฒนชัย ประชาสัมพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (อสท.เกาหลี) กล่าวว่า “เมื่อภาพยนตร์เรื่อง แดจังกึม ออกอากาศ ทำให้ผู้สนใจในอาหารเกาหลีมากขึ้น มีธุรกิจอาหารเกาหลีเกิดขึ้นในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล” (วราภรณ์ เลิศวัฒนชัย. 2551:25) วัฒนธรรมแฝงเหล่านี้เชื่อมโยงกับการบริโภคสินค้าเกาหลีในรูปแบบต่างๆ อาทิ การแต่งกาย ธุรกิจท่องเที่ยว อาหารเกาหลี เครื่องใช้ไฟฟ้า ยานพาหนะ เครื่องสำอางค์ การแพทย์ หรือรวมถึงธุรกิจคัลเจอร์มตตแต่ง เป็นต้น ด้วยความสำเร็จอย่างมหาศาลของภาพยนตร์เกาหลีที่ไม่เพียงแต่เข้ามาครองใจจากผู้ชมชาวไทย หากแต่ยังมีการแผ่การเผยแพร่วัฒนธรรม และการบริโภคในรูปแบบอื่นๆ จึงทำให้เกิดคำถามถึงการพัฒนาและกระบวนการพัฒนาของภาพยนตร์ไทยที่ต้องเร่งขยายตัวและเสริมความเข้มแข็ง เพราะต่อไปไม่เพียงแต่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยจะไม่มีพื้นที่ หากแต่รวมไปถึงวัฒนธรรมไทยอาจจะถูกครอบหรือกลืนโดยวัฒนธรรมอื่นๆ หรือถูกปรับโฉมเป็นรูปแบบวัฒนธรรมใหม่ๆ ผู้วิจัยจึงต้องการหาคำตอบของกระบวนการการครอบครองความนิยมของผู้ชมชาวไทย ที่มีต่อภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลี ตลอดจนหาลักษณะเฉพาะของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่ได้รับความนิยมจากคนไทย และอิทธิพลทางวัฒนธรรมของภาพยนตร์เกาหลีที่มีต่อผู้ชมชาวไทย

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจในกระบวนการสร้างงาน และการเข้ามาของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่สามารถเข้ามาครองใจผู้ชมคนไทย และสามารถเชื่อมโยงการสื่อสารทางวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ จากประเทศแม่สู่ประเทศไทย โดยใช้หลักทฤษฎีการสร้างงาน

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยต่อภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลี
2. เพื่อศึกษาลักษณะเฉพาะของภาพยนตร์เกาหลีที่ได้รับความนิยมในสังคมไทย โดยอาศัยหลักทฤษฎีการสร้างงาน
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางวัฒนธรรมเกาหลีของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่มีต่อผู้ชมชาวไทย

## ความสำคัญของการวิจัย

1. ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับสุนทรียภาพในการรับชมภาพยนตร์เกาหลีของผู้ชมชาวไทย
2. เป็นประโยชน์ต่อวงการศึกษาด้านการพัฒนาบุคลากรทางภาพยนตร์ ทั้งนี้อาจเอื้อประโยชน์ทั้งในการศึกษาระดับพื้นฐาน ไปจนถึงการศึกษาด้านศิลปกรรมศาสตร์ ในระดับอุดมศึกษา
3. สามารถใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาหรือกำหนดแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาภาพยนตร์ไทยในฐานะ Creative Economy

## วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ภาพยนตร์เกาหลี: กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงบูรณาการ กล่าวคือใช้วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า โดยศึกษาจากข้อมูลและแหล่งข้อมูลต่างๆ
2. สัมภาษณ์ความพึงพอใจของผู้ชมโดยเก็บข้อมูลทางสถิติ (การวิจัยเชิงปริมาณ)
  - 2.1 กำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
  - 2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
  - 2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
  - 2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
3. วิเคราะห์ผลงานภาพยนตร์เกาหลีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ตามหลักทฤษฎีการสร้างงาน
4. สรุปผลและนำเสนอ

## ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ภาพยนตร์เกาหลี: กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

## กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 ส่วนกล่าวคือ กลุ่มภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่นำมาศึกษาและกลุ่มผู้บริโภคภาพยนตร์ชุดเกาหลี

1. กลุ่มภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่นำมาศึกษา

กลุ่มตัวอย่างภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่นำมาวิเคราะห์ ได้จากภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เข้ามาเผยแพร่ทางในโทรทัศน์สถานีหลักของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2543-2552 จำนวน 213 เรื่อง (โดย

เป็นภาพยนตร์ที่เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทั้งหมด) นำมาหาข้อมูลความนิยมสูงสุด โดยแบ่งแยกตามประเภทของภาพยนตร์ และนำเรื่องที่มีความนิยมสูงสุดในแต่ละประเภทมาศึกษา

## 2. กลุ่มผู้บริโภคภาพยนตร์ชุดเกาหลี

การวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความคิดเห็นจากกลุ่มผู้บริโภคภาพยนตร์ชุด หรือละครเกาหลีของผู้ชมในประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็น

ผู้วิจัยใช้วิธีการสำรวจด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างจากข้อมูลสำมะโนประชากร ที่มีสัญชาติไทย และอาศัยอยู่ในประเทศไทย ที่มีอายุระหว่าง 15 – 60 ปี จำนวน 40,743,232 คน จำแนกประชากรตามสำมะโนประชากร ปี พ.ศ.2543 แบ่งตามสัดส่วนของอายุและเพศ จะได้จำนวนทั้งสิ้น 384 คน ซึ่งมีระเบียบวิธีการสำรวจทั้งในด้านการวางแผนการสุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดตัวอย่าง การเลือกตัวอย่าง ตลอดจนวิธีการสำรวจที่เป็นแบบแผนตามหลักสถิติ

## นิยามคำศัพท์เฉพาะ

**ภาพยนตร์ชุดเกาหลี** หมายถึง ภาพยนตร์ซีรีส์ซึ่งแบ่งเป็นตอน มีความยาวตั้งแต่ 5 ตอนขึ้นไป ผลิตโดยประเทศสาธารณรัฐเกาหลี หรือเกาหลีใต้ และได้ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่องหลักของไทย คือ ช่อง 3 5 7 9 11 ITV ในระหว่างช่วงปี พ.ศ. 2543-2552

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความพอใจ ความชื่นชอบ หรือทัศนคติทางบวกของผู้ชมชาวไทยที่มีต่อภาพยนตร์ชุดจากประเทศสาธารณรัฐเกาหลี หรือเกาหลีใต้

**ลักษณะเฉพาะ** หมายถึง รูปแบบ คุณสมบัติ องค์ประกอบต่างๆ ที่ส่งผลให้ผลงานภาพยนตร์ที่ศึกษามีความแตกต่างไปจากผลงานภาพยนตร์เรื่องอื่นๆ

**กระบวนการสร้างงาน** หมายถึง ขั้นตอนหรือวิธีการในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ชุดจากประเทศสาธารณรัฐเกาหลี หรือเกาหลีใต้ โดยพิจารณาตามองค์ประกอบในการสร้างงาน อันได้แก่ แก่นเรื่อง โครงเรื่อง ตัวละคร ภาษา ดนตรีประกอบ และทัศนองค์ประกอบ

**การสื่อสารวัฒนธรรม** หมายถึง การถ่ายทอดภาษา ประเพณี ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนปรัชญาและแนวคิดต่างๆ อันเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมจากชนรุ่นหนึ่งไปอีกรุ่นหนึ่ง หรือจากวัฒนธรรมเกาหลีมาสู่ประเทศไทย

**การเข้ามาของภาพยนตร์ชุดเกาหลี** หมายถึง กระแสความนิยมชมชอบของชาวไทยต่อภาพยนตร์ชุดเกาหลี

**ผู้ชม** หมายถึง ผู้ชมที่มีสัญชาติไทย มีอายุระหว่าง 15-60 ปี ที่รับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีจากสถานีโทรทัศน์ช่องหลักของไทย

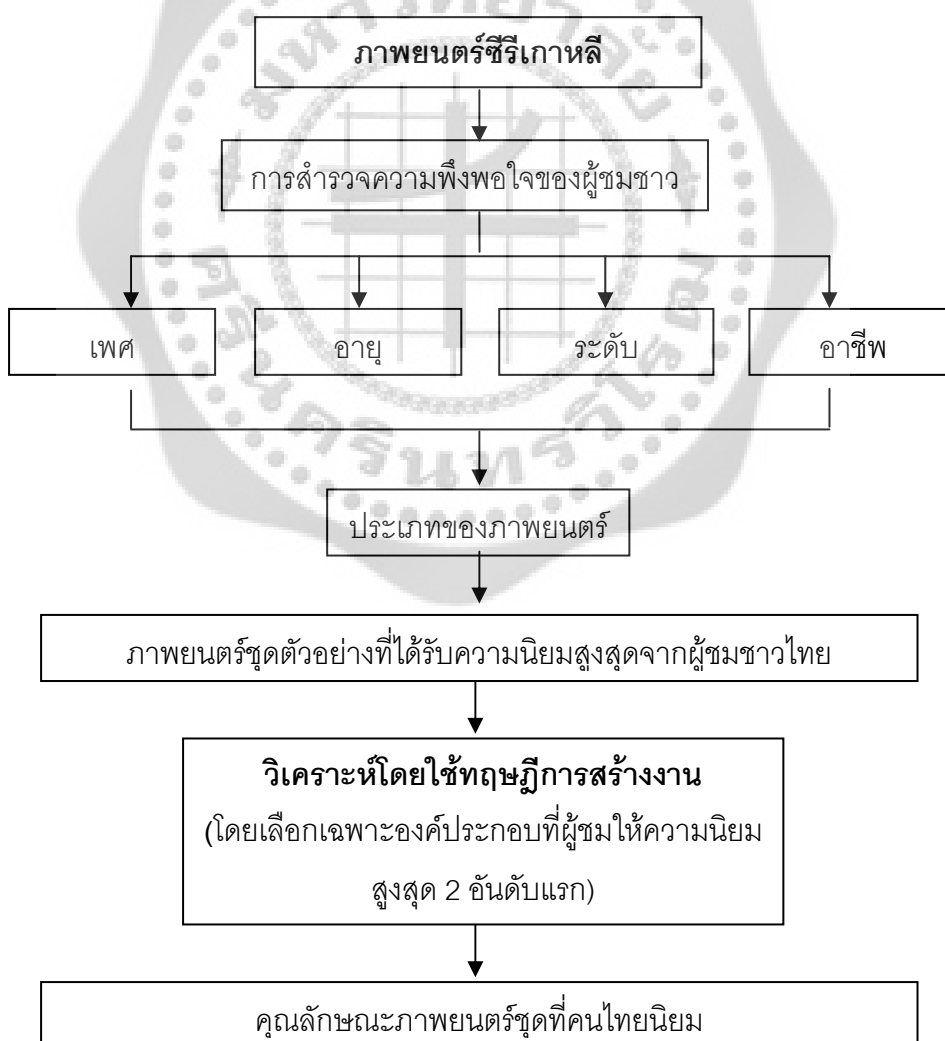
**ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ และอัตชีวประวัติ** หมายถึง ภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับภาพประวัติศาสตร์ของเกาหลี หรือมีเนื้อหาของบุคคลสำคัญของประเทศเกาหลีโบราณ

**ภาพยนตร์รักโรแมนติก** หมายถึง ภาพยนตร์ชุดเกาหลีแนวสุขนาฏกรรมที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความรักของหนุ่มสาวเกาหลี ที่มีลักษณะเบาสมอง เบิกบานใจ และมีเนื้อเรื่องซ้ำชั้น

**ภาพยนตร์ชีวิต** หมายถึง ภาพยนตร์ชุดเกาหลี ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับครอบครัว การดำเนินชีวิตต่างๆ มีเนื้อเรื่องที่แสดงอารมณ์ที่หลากหลาย ทั้งเศร้า รัก และความซาบซึ้ง

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ภาพยนตร์ชุดเกาหลี: กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย เป็นดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย (Conceptual Framework)

## บทที่ 2

### เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับด้านวัฒนธรรม

##### ความหมายของวัฒนธรรม

คำว่า “วัฒนธรรม” หรือคำในภาษาอังกฤษว่า “Culture” มีนักวิชาการให้คำจำกัดความไว้อย่างหลากหลาย พระเจ้าวรวงศ์เธอ กรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ทรงเป็นผู้บัญญัติหลังจากทรงแปลคำนี้ว่า “พฤทธิธรรม” มาก่อนแต่ไม่เป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย ภายหลังจึงเปลี่ยนมาเป็นคำว่า “วัฒนธรรม”

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ว่า เป็นสิ่งที่ทำให้เจริญอกงามแก่หมู่คณะ วิธีชีวิตของหมู่คณะ (ราชบัณฑิตยสถาน. 2525: 250) ในพระราชบัญญัติวัฒนธรรม พ.ศ. 2485 กล่าวว่่าหมายถึง ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชน ทางวิทยาการ หมายถึงพฤติกรรมและสิ่งทีคนในหมู่ผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้ อยู่ในหมู่ของตน พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้นิยามที่ชัดขึ้นว่า สิ่งทีทำความเจริญอกงามให้แก่หมู่คณะ เช่นวัฒนธรรมพื้นบ้าน วัฒนธรรมชาวเขา (ราชบัณฑิตยสถาน. 2542: 304)

ในมุมมองด้านมานุษยวิทยา สุเทพ สุนทรภัสร์ได้อ้างถึงเอ็ดเวิร์ด เบอ์เน็ต ไทเลอร์ ซึ่งให้นิยามวัฒนธรรมไว้ว่า "วัฒนธรรม หรือ อารยธรรม หากมองในเชิงชาติพันธุ์วรรณาอย่างกว้าง ๆ ก็คือ ความทับซ้อนกันระหว่างความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ ศีลธรรม กฎหมาย ประเพณีและสมรรถนะอื่นที่มนุษย์ต้องการแสวงหาเพื่อการเป็นสมาชิกของสังคม" (สุเทพ สุนทรภัสร์. 2553: 20)

กาญจนา แก้วเทพ ได้ศึกษานิยามของคำว่า วัฒนธรรม ไว้ว่า วัฒนธรรมเป็นจิตสำนึกร่วม มีลักษณะเฉพาะบริบท เป็นพลวัต ต้องมีการถ่ายทอด และเป็นเครือข่ายของวิถีชีวิตทั้งหมด (กาญจนา แก้วเทพ. 2549: 26)

โดยสรุปอาจกล่าวได้ว่า วัฒนธรรมเป็นวิถี หรือรูปแบบของกิจกรรมที่มนุษย์ และเป็นวิถีการดำเนินชีวิต ซึ่งเป็นพฤติกรรมและสิ่งทีคนในหมู่ผลิตและสร้างขึ้น ด้วยการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ร่วมใช้อยู่ในหมู่พวกของตน ก่อให้เกิดเป็นสัญลักษณ์ทีทำให้งิจกรรมนั้นเด่นชัด และมีความสำคัญขึ้น

### การแพร่กระจายและการผสมผสานวัฒนธรรม

ทอม ฟอร์ด ฮัลท์ (อ้างใน ดาราร์ตน์ ไชยาโสธม กล่าวถึงการผสมผสานทางวัฒนธรรมไว้ใน Dictionary of Modern Sociology) ว่า คือ กระบวนการต่างๆ ที่ทำให้บุคคลและกลุ่มคนยอมรับวัฒนธรรมอื่น ซึ่งมีใช้วัฒนธรรมดั้งเดิมของตน โดยการติดต่อสัมผัสกัน รวมทั้งกระบวนการย่อยที่เรียกว่า การยืมวัฒนธรรมและการดัดแปลงวัฒนธรรม (ดาราร์ตน์ ไชยาโสธม. 2539: 14)

เกรบ และซมิท (อ้างใน อมรา พงศาพิชญ์) นักมานุษยวิทยาชาวเยอรมัน กล่าวถึงการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมไว้ว่า มนุษย์ไม่ชอบสร้างวัฒนธรรมขึ้นมาเอง แต่ชอบหยิบยืมวัฒนธรรมจากเพื่อนบ้าน วัฒนธรรมนั้นเมื่อมีการแพร่กระจายไป วัฒนธรรมที่ปลายทางจะต้องเหมือนกับวัฒนธรรมต้นกำเนิดไม่มากนักน้อย อาจเหมือนในเชิงปริมาณ หรือรูปลักษณะ ซึ่งอาจเกิดจากการอพยพย้ายถิ่นฐานของผู้คน และเป็นแนวคิดที่เน้นการหยิบยืมทางวัฒนธรรมมากกว่าการสร้างวัฒนธรรมใหม่ การแพร่กระจายทางวัฒนธรรมแบบนี้จุดศูนย์กลางของวัฒนธรรมนั้นจะมีได้มีเพียงจุดเดียว หากมีหลายจุด แต่ละจุดก็แพร่กระจายวัฒนธรรมของตนออกไปรอบๆ เป็นวงกลม เรียกว่า Culture Circle หรือ Kultukreis (อมรา พงศาพิชญ์. 2552: 20)

ฟรานซ์ โบแอส (อ้างใน อมรา พงศาพิชญ์) นักมานุษยวิทยาชาวเยอรมัน กล่าวถึงการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมว่า การแพร่กระจายทางวัฒนธรรมเป็นกระบวนการที่มีลักษณะสำคัญของวัฒนธรรมหนึ่งแพร่กระจายไปสู่อีกวัฒนธรรมหนึ่ง โดยปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมใหม่ (อมรา พงศาพิชญ์. 2552: 33)

โรเจอร์ ได้ให้ความเห็นว่า “การเปลี่ยนแปลงสังคมส่วนใหญ่เกิดจากการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามา มากกว่าเกิดจากการประดิษฐ์คิดค้นภายในสังคม และนวัตกรรม (Innovation) ที่ถ่ายทอดกันนั้นอาจเป็นความคิด (Idea) ซึ่งรับมาในรูปสัญลักษณ์ (Symbolic Adoption) ถ่ายทอดได้ยาก หรืออาจเป็นวัตถุ (Object) ที่รับมาในรูปการกระทำ (Action Adoption)

สุพัตรา สุภาพ กล่าวถึงการเผยแพร่หรือการกระจายทางวัฒนธรรม (Cultural Diffusion) ว่า วัฒนธรรมไม่ใช่ของอยู่กับที่หรือใช้เฉพาะในสังคมใดสังคมหนึ่งเท่านั้น มันจะคงอยู่ในที่หนึ่งๆ トラบเท่าที่มนุษย์ยังไม่ได้อพยพเคลื่อนย้ายไปยังที่ใด ถ้าหากมีการอพยพเคลื่อนย้ายไปยังอีกสังคมหนึ่ง เช่น พวกนักท่องเที่ยว พ่อค้า ทหาร ผู้ที่อาศัยยังต่างถิ่น พวกมิชชันนารี พวกแรงงานทำ และพวกอื่นๆ ที่นำวัฒนธรรมไปเผยแพร่ เป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมไปยังสังคมที่ไม่เคยรับวัฒนธรรมนี้มาก่อน นอกจากนี้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการคมนาคมและขนส่งเป็นสิ่งที่จะช่วยทำให้การเผยแพร่วัฒนธรรมรวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น การใช้โทรศัพท์ ดาวเทียม รถยนต์ เครื่องบิน โทรทัศน์ การเผยแพร่วัฒนธรรม ไม่ได้หมายถึงการเผยแพร่ทางด้านวัตถุอย่างเดียว ความคิดและมโนคติต่างๆ ก็ได้เผยแพร่ขยายออกไปทำนองเดียวกัน



สังคมที่ซับซ้อนอย่างสังคมปัจจุบันสามารถสร้างวัฒนธรรมเริ่มแรกได้ทุกอย่าง อย่างไรก็ตามทุกๆ สังคมได้นำวัฒนธรรมของสังคมอื่นมาใช้หรือดัดแปลงใช้ทั้งนั้น (สุพิตรา สุภาพ. 2541: 44-45)

โดยสรุปการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม และการผสมวัฒนธรรมเป็นกระบวนการทางสังคมที่มีลักษณะสำคัญของวัฒนธรรมหนึ่งแพร่กระจายไปสู่อีกวัฒนธรรมหนึ่ง โดยปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับบริบทของวัฒนธรรมใหม่ ทั้งนี้เป็นตัวที่ช่วยในการอธิบายวิธีการ ขั้นตอน ของการเผยแพร่วัฒนธรรมหนึ่งไปสู่อีกวัฒนธรรมหนึ่ง

### การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม

มอลลี นักสังคมวิทยาได้สรุปลักษณะของการเปลี่ยนแปลงสมัยปัจจุบันไว้ว่า คือ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมหนึ่งหรือในวัฒนธรรมหนึ่งเป็นไปอย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ เกิดในลักษณะลูกโซ่ คือมีผลต่อเนื่องกันไป โดยอาจเกิดได้ทุกสถานที่และปัจจุบันนี้การเปลี่ยนแปลงมักเป็นผลมาจากการวางแผนของปัจเจกบุคคลและหน้าที่ของสังคมอย่างกว้างขวาง คนทุกคนย่อมประสบกับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (Moore. 1965: 120)

การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงในวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ วัฒนธรรมมีลักษณะที่ไม่อยู่นิ่งมีการเปลี่ยนแปลงเสมอ การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมหากเป็นไปอย่างช้าๆ เรียกว่า **Static** ถ้าเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว เรียกว่า **Dynamic** การเปลี่ยนแปลงในด้านนี้ เช่น ภาษา การมี การคิดค้นคำใหม่ๆ ในภาษา การเปลี่ยนแปลงแนวความคิด กฎเกณฑ์ศีลธรรมจรรยา รูปแบบของดนตรี ศิลปะ ความเสมอภาคของชายหญิง การเปลี่ยนแปลงด้านการแต่งกาย การรับประทานอาหาร บ้าน ที่อยู่อาศัย ฯลฯ

ผวจจิตต์ อธิคมนันท์กล่าวว่าวัฒนธรรมย่อมไม่อยู่คงที่ที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงเสมอ ถ้ายังยึดมั่นอยู่ในสิ่งเดิมไม่ยอมเปลี่ยนแปลง ก็จะไม่มีความสามารถในการริเริ่มสร้างความก้าวหน้าให้แก่ วัฒนธรรม เพราะสิ่งใดถ้าอยู่คงที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงนานมากเกินไป สิ่งนั้นจะรัดตัวแข็งกระด้างและ เข้าไม่ได้กับเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมใหม่ ก็จะสลายตัวลงถ้าด้านทานเหตุการณ์ใหม่ไม่อยู่ การเปลี่ยนแปลงนี้เองที่ทำให้วัฒนธรรมในสังคมนั้นยังคงอยู่ได้ แต่ถ้าการเปลี่ยนแปลงนั้นทำไปอย่างรวดเร็ว ก็จะเปลี่ยนบุคลิกลักษณะของวัฒนธรรมนั้นจนหมดเอกลักษณ์ของตัวเอง การที่วัฒนธรรมจะมีความเจริญงอกงามได้ก็ต้องมีหลักในการเปลี่ยนแปลง คือ ต้องมีการเคลื่อนไหว และเปลี่ยนแปลงอยู่เสมออย่างสม่ำเสมอ แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องมีเสถียรภาพอยู่ด้วย ไม่เช่นนั้นความเจริญก้าวหน้าของ วัฒนธรรมก็จะมีขึ้นไม่ได้ (ผวจจิตต์ อธิคมนันท์. 2522: 15-16)

การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมขึ้นอยู่กับปฏิบัติของคนในสังคม ความแตกต่างระหว่าง พฤติกรรมในอุดมคติ (Ideal) และที่ปฏิบัติกันจริง (Actual) ย่อมปรากฏให้เห็นได้ชัดในการเลือกปฏิบัติ

ของคนในสังคม แต่โดยที่การปฏิบัติจริงกลับมีแนวโน้มที่จะรับเอาวัตถุหรือเฟื่องถึงค่านิยมในทางเศรษฐกิจมากกว่า เมื่อการปฏิบัติมีแนวโน้มที่แยกออกจากด้านอุดมคติมากขึ้น วัฒนธรรมยิ่งเปลี่ยนแปลงมากขึ้นไปอีก ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจหรือทางอุดมคติแม้จะเป็นเรื่องที่ไม่เห็นได้ยาก แต่มีผลลึกซึ้งต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมมาก เพราะเมื่อใดก็ตามที่ความคิดของคนในสังคมเปลี่ยนไป เมื่อนั้นการเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรมก็ย่อมเกิดขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญอย่างหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม เนื่องจากวัฒนธรรมที่แท้จริงนั้นเป็นการเลือกปฏิบัติของคนในสังคม

### การรับวัฒนธรรม และการถ่ายทอดระหว่างวัฒนธรรม

การรับวัฒนธรรมอื่น (Acculturation) หมายถึงการเปลี่ยนแทนลักษณะรากฐานจากวัฒนธรรมหนึ่งไปสู่อีกวัฒนธรรมหนึ่ง เช่น ที่เกิดกับชนเผ่าพื้นเมืองบางเผ่า รวมทั้งกลุ่มชนพื้นเมืองจำนวนมากทั่วโลกในระหว่างกระบวนการการครอบครองอาณานิคมจากชาติตะวันตก กระบวนการอื่นที่สัมพันธ์ในระดับปัจเจกบุคคลรวมถึงการผสมกลมกลืน หรือการยอมรับเอาวัฒนธรรมอื่นมาเป็นของตนในระดับบุคคล และการผ่านข้ามทางวัฒนธรรม (Transculturation)

ฟราน โบแอส แห่งมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย เขียนในเรื่องการแผ่กระจายทางวัฒนธรรมจากจุดศูนย์กลางของสังคมหนึ่งและขยายวงกว้างออกไปยังชุมชนอื่น วัฒนธรรมที่แผ่ขยายออกไปยังชุมชนอื่นนี้อาจเป็นวัฒนธรรมย่อยส่วนใดส่วนหนึ่งในลักษณะชนบทรวมนิยมประเพณี หรือความเชื่อหรือประติมากรรมและสถาปัตยกรรมก็ได้ แนวคิดนี้ได้ขยายขอบเขตไปเป็นการแบ่งสังคมและวัฒนธรรมในโลกเป็นภาคๆ ตามความคล้ายคลึงของวัฒนธรรม โบแอสเสนอว่าให้มองวัฒนธรรมที่องค์ประกอบและไม่เห็นด้วยกับองค์ประกอบใดมีจุดศูนย์กลางอยู่ที่ใด และแพร่กระจายไปครอบคลุมบริเวณใดบ้าง การพิจารณาด้วยแนวคิดนี้อาจใช้ได้กับวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุและวัฒนธรรมที่เป็นความเชื่อเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมในแนวนอน การยืมวัฒนธรรมและการรับวัฒนธรรมจากสังคมข้างเคียงเป็นผลจากการที่วัฒนธรรมแผ่กระจายออกไป เกิดการขยายอิทธิพลไปยังสังคม ในระยะแรกจะเป็นการหยิบยืม หากแต่ผ่านไปนานวันอาจจะรับเข้าไปเป็นของตัวเอง ซึ่งคือการกระจายทางวัฒนธรรมจากจุดเริ่มต้นในสังคมหนึ่งไปยังสังคมอื่นๆ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะรัฐศาสตร์ ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา. 2540: 33)

เอช.จี. บาร์เนท (อ้างใน สุเทพ สุนทรภัสส์) นักมานุษยวิทยาชาวอเมริกันผู้ซึ่งสนใจศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation) เชื่อว่าวัฒนธรรมเปลี่ยนไปเพราะนวัตกรรม แต่ขณะเดียวกันวัฒนธรรมบางวัฒนธรรมอาจเป็นตัวถ่วงหรือไม่สนับสนุนให้เกิดมีนวัตกรรมก็ได้ เพราะฉะนั้นวัฒนธรรมต้องมีการถ่ายทอด มีการส่งและรับวัฒนธรรม เพื่อทำให้เกิดนวัตกรรม (สุเทพ สุนทรภัสส์. 2548: 48)

ในทางสังคมวิทยา อมรา พงศาพิชญ์ กล่าวถึงการรับ และการถ่ายทอดวัฒนธรรมไว้ว่า

“วัฒนธรรมคือสิ่งที่มนุษย์จะต้องเรียนรู้ และจะต้องมีการถ่ายทอดวัฒนธรรม การถ่ายทอดวัฒนธรรมที่เห็นชัดที่สุดก็คือ การที่พ่อแม่สอนลูกว่าควรทำ หรือไม่ควรทำ ในสังคมไทยพ่อแม่สอนลูกให้ไหว้ผู้ใหญ่ผู้ที่มีอาวุโสกว่า ผู้น้อยไม่ควรยืนค้ำศีรษะผู้ใหญ่ การสอนในลักษณะนี้นอกจากจะเป็นการสอนถึงพฤติกรรมแล้วยังเป็นการถ่ายทอดระบบสัญลักษณ์ด้วย” (อมรา พงศาพิชญ์. 2543: 31)

กล่าวโดยสรุป การถ่ายทอดวัฒนธรรมภายในสังคมเดียวกัน คือ การสืบทอดวัฒนธรรมในแนวตั้ง จากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง ในกระบวนการเรียนรู้ที่พ่อแม่อบรมสั่งสอนลูก ส่วนการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่งเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมในแนวนอนและเป็น การที่สังคมหนึ่งจะยอมรับวัฒนธรรมของสังคมอื่น โดยที่ฝ่ายรับวัฒนธรรมใหม่อาจจะละทิ้งวัฒนธรรมของตัวบางส่วน และทำให้เกิดการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรมจนทำให้สูญเสียเอกลักษณ์เดิมไป วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ต้องถ่ายทอด (Transmission) เนื่องจากหลักการที่ว่าอายุของคนนั้นสั้น แต่ วัฒนธรรมนั้นยืนยาวกว่า ดังนั้นในแต่ละสังคมจะต้องมีการติดตั้งกลไกสำหรับการถ่ายทอดวัฒนธรรม จากคนรุ่นหลังไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง ในยุคสมัยปัจจุบันสถาบันสื่อมวลชนได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ ถ่ายทอดทางวัฒนธรรมอย่างมาก ดังนั้นสื่อมวลชนจึงมีหน้าที่บาทบาทสำคัญในการถ่ายทอดหรือ เผยแพร่วัฒนธรรมไปยังสมาชิกของสังคมทั้งในระดับบุคคลและระดับมวลชน

### วัฒนธรรมและการสื่อสาร

กระบวนการที่วัฒนธรรมถูกเผยแพร่จากแหล่งกำเนิดไปยังสมาชิกในสังคมนั้นสามารถเกิดขึ้น ได้ 2 ทาง คือ

1. โดยทางตรง ได้แก่ การติดต่อแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคล ระหว่างชาติ ซึ่งอาจเป็นการแลกเปลี่ยนโดยสันติวิธี หรือแลกเปลี่ยนโดยการสงคราม หรือการอพยพเข้าไปตั้งถิ่นฐานอยู่ในประเทศใหม่

2. โดยทางอ้อม ได้แก่ การที่วัฒนธรรมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ เป็นต้น

ดังนั้น สื่อมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดหรือเผยแพร่วัฒนธรรมไปยังสมาชิกของ สังคมทั้งในระดับบุคคลและระดับมวลชน

เป็นที่ยอมรับกันว่า การสื่อสารและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ เพราะการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดภาษา ประเพณี ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนปรัชญาและแนวคิดต่างๆ อันเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมจากชนรุ่นหนึ่งไปอีกรุ่นหนึ่ง หรือจากสังคม

หนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่ง นับว่าเป็นหน้าที่ของการสื่อสารดังที่ลาสเวลล์ กล่าวไว้ว่า “การสื่อสารมีหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ หน้าที่ในการถ่ายทอดวัฒนธรรมอันเป็นมรดกของสังคมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง หรือจากชนกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง” (Lasswell. 1960: 18)

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร ได้กล่าวว่า คนเราได้เรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกันได้ โดยอาศัยการสื่อสารเป็นสื่อกลางทั้งโดยทางตรง ได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลและโดยทางอ้อม ได้แก่ ข่าวสารที่หลังไหลผ่านสื่อมวลชนต่างๆ เนื้อหาสารที่ถูกส่งผ่านสื่อมวลชนย่อมเป็นเครื่องสะท้อนถึงวัฒนธรรม หรือวิถีทางแห่งการดำรงชีวิตของคนในสังคมนั้น โดยในปัจจุบันนี้ประเด็นของการพัวพันระหว่างสื่อสารและวัฒนธรรมนั้นได้รับความสนใจจากนักวิชาการอย่างกว้างขวาง (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. 2545: 4-6)

ในปัจจุบันสื่อมวลชนได้เพิ่มบทบาททั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพอย่างมาก ทั้งต่อชีวิตผู้คนต่อสถาบันสังคม และต่อสังคมทั้งหมด โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทที่สื่อเป็นตัวกลางสื่อสารวัฒนธรรม กาญจนา แก้วเทพ ได้กล่าวถึงลักษณะบทบาทดังกล่าวของสื่อมวลชนได้ว่า โดยรวมสื่อมวลชนได้สอดแทรกตัวเองเข้าไปเป็นยาดำในทุกกิจการ ในทุกซอกทุกมุมของสังคมอย่างที่เรียกว่า แทบจะไม่มีใครใดไม่มี หรือบอกได้ของสังคมที่จะหลุดรอดไปจากการปฏิบัติการของสื่อมวลชน และทั้งนี้ย่อมหมายความว่าสื่อมวลชนได้เพิ่มอิทธิพลต่อสังคมขึ้นมาด้วยโดยเฉพาะในมิติของวัฒนธรรมที่สำคัญมากขึ้นเป็นเงาตามตัว นักวิชาการที่สนใจศึกษาเรื่องนี้ ได้ขนานนามวัฒนธรรมที่กำลังอยู่ในโลกสมัยใหม่นี้ว่า “วัฒนธรรมที่มีสื่อเป็นตัวกลาง” และวัฒนธรรมของสื่อมวลชนนั้นเป็นวัฒนธรรมของชนชั้นกลางเป็นหลัก (กาญจนา แก้วเทพ. 2545: 39)

ในประเด็นของกระแสโลกาภิวัตน์ในรูปแบบต่างๆ ที่มากับการสื่อสารโดยสื่อก็ได้มีการถกเถียงอภิปรายกันอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะเมื่อกระบวนการโลกาภิวัตน์มุ่งเปลี่ยนโลกทั้งหมดให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในทั้งสี่มิติ คือ ข่าวสารข้อมูล เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม เมื่อสังคมโลกมีความหลากหลายของวัฒนธรรมมากมาย กระแสโลกาภิวัตน์นี้จึงจะส่งผลกระทบอย่างเห็นได้ชัด เกษียร เตชะพีระ ได้อภิปรายเรื่อง “ความเป็นไทยที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสโลกาภิวัตน์” ในแง่ของผลกระทบของกระแสโลกาภิวัตน์ต่อสังคมวัฒนธรรมไทยไว้ดังนี้

1. โอกาสของผลกระทบในแง่ลบที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมไปในทางเสื่อมสลาย เสียหาย กระทั่งสาบสูญไปในบางส่วนบางด้าน โดยเฉพาะในส่วนของวัฒนธรรมของคนกลุ่มเล็กๆ วัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น
2. โอกาสของผลกระทบในแง่บวกที่ทำให้เกิดการเปิดเสรีทางวัฒนธรรม ให้วัฒนธรรมหลุดจากการควบคุมผูกขาดกำหนดนิยามของราชการ กลายมาเป็นสินค้าเปิดขายในตลาดเสรี ซึ่งเสรีในที่นี้อาจหมายถึง ไม่มีใครยึดกุมเป็นเจ้าของได้ เพียงแต่มี “อำนาจซื้อสินค้านี้มาเสพเท่านั้น” และโดยตรรกะ

ของระบบตลาดก็ทำให้ผู้ผลิตสินค้าวัฒนธรรมหันมาเอาใจ “ตลาด” หรือ “ผู้บริโภค” แทนที่จะพึ่งค้ำบงการของรัฐ

3. เครื่องมืออุปกรณ์ ชีตความสามารถ และทุนทางวัฒนธรรมที่จำเป็นสำหรับการเข้าถึงและช่วยโอกาสใช้ทางวัฒนธรรมอันเกิดจากโลกาภิวัตน์ เพื่อประโยชน์ของคนกระจายไปไม่เท่ากันในแต่ละกลุ่มสังคม คนชั้นกลางในสังคมเมืองจะช่วยให้โลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมได้มากกว่าคนชนบท (เกษียร เตชะพีระ. 2537:41)

### แนวคิดเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรม

สินค้าบริโภค เป็นสิ่งที่มีความหมายทางวัฒนธรรมดำรงอยู่ ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า อาหาร การตกแต่งทั้งภายใน ภายนอก รถยนต์ โทรศัพท์ ฯลฯ สินค้าเหล่านี้ล้วนเป็นสื่อการแสดงออกของความหมายทางวัฒนธรรม ความหมายนี้อาจจะปรากฏออกมาชัดเจนหรือบางครั้งซ่อนเร้นอยู่ อย่างไรก็ตามผู้บริโภคก็มองเห็นความหมายในทางวัฒนธรรมในสินค้านั้น ๆ ในทางกลับกันสินค้านั้น ๆ ก็จะเข้ามาควบคุมพฤติกรรมและปรับใช้ผู้บริโภคอย่างเต็ม จึงกล่าวได้ว่าสินค้าบริโภคเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม

โดยปกติแล้วเราจะเข้าใจโลกทางวัฒนธรรมที่ละเมียดได้นั้นก็ต้องดูผ่านกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ ซึ่งเป็นเหมือนพิมพ์เขียวทางวัฒนธรรม การที่จะสร้างวัฒนธรรมให้เป็นตัวตนได้ คือ สร้างวัฒนธรรมผ่านวัตถุ ซึ่งสินค้า คือวัตถุ คือสิ่งที่เห็นชัดเจนเป็นรูปธรรมของวัฒนธรรม มีรูปแบบเฉพาะของตัวเอง คนจะใส่ เพศ อายุ อาชีพในสินค้า ทำให้เกิดหมวดหมู่ เกิดประเภท และสินค้าก็จะสะท้อนสิ่งเหล่านี้ออกมา สรุปแล้วสินค้าช่วยทำให้วัฒนธรรมเกิดตัวตนขึ้นมานั่นเอง (สิริพร สมบูรณ์บุรณะ. 2538: 9-13)

สินค้า คือ วัตถุที่มองเห็นได้ชัดเจนที่สุดของวัฒนธรรมและยังสื่อที่ผ่านการแสดงออกทางวัฒนธรรมของมนุษย์ โดยสินค้าจะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือสินค้าทั่วไป และสินค้าทางวัฒนธรรม ซึ่งได้แก่ สินค้าที่เป็นผลผลิตจากงานฝีมือลชน ลักษณะสำคัญของสินค้าทางวัฒนธรรม คือมูลค่าของสินค้าจะไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงประโยชน์ใช้สอย แต่ขึ้นอยู่กับประโยชน์เชิงวัฒนธรรมที่แฝงอยู่และสินค้าประเภทอื่นๆ จะจับสั่นในตัวเอง แต่สินค้าทางวัฒนธรรมจะเชื่อมโยงไปสู่สินค้าประเภทอื่นๆ และเมื่อพิจารณาสินค้าสื่อเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทอื่นๆ เช่น สบู่ ผงซักฟอก ตู้เย็น ฯลฯ เราจะพบว่าทั้งลักษณะร่วมที่เหมือนกันกับลักษณะที่แตกต่างกัน ในแง่ของกระบวนการผลิตและเป้าหมายการผลิต สินค้าสื่อจะมีลักษณะร่วมเหมือนสินค้าอื่นๆ คือ มีการลงทุนเพื่อหวังผลกำไรเป็นเป้าหมาย แต่สินค้าสื่อก็มีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างไปจากสินค้าประเภทอื่นๆ กล่าวคือ สินค้าสื่อซึ่งเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม ได้มีการบรรจุ ค่านิยม คุณค่าการณ และวัฒนธรรม

โลกยุคไร้พรมแดนก่อให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า วัฒนธรรมข้ามพรมแดน (Transnational Culture) กระแสโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดมิติของวัฒนธรรมที่หลุดออกจากพื้นที่ หรือพรมแดนวัฒนธรรมในเชิงพื้นที่ จะค่อยๆสลายตัว และเมื่อวัฒนธรรมมีการถ่ายโอนจากประเทศหนึ่งสู่ประเทศหนึ่ง จึงทำให้เกิดธุรกิจทางวัฒนธรรม หรือ สินค้าทางวัฒนธรรม ซึ่งแฝงตัวอยู่ในสินค้าในรูปแบบต่างๆ อาทิ ศิลปะ ดนตรี ละคร โทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือการท่องเที่ยว รัสจอร์จ ธนะพรพันธ์ ได้กล่าวในประเด็นนี้ว่า “สินค้าวัฒนธรรม หมายถึง สินค้าที่มีวัฒนธรรมฝังตัวในสินค้าหรือบริการ ดังนั้นเหตุผลของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าเหล่านั้น ก็ด้วยความแตกต่างของนัยทางวัฒนธรรมที่ฝังตัวอยู่ในสินค้า ฉะนั้นกระแสคลังวัฒนธรรม ญี่ปุ่นจึงได้เริ่มเข้ามาในสังคมไทยในช่วงหลังทศวรรษที่ 1980 เห็นได้จากละครโทรทัศน์ชุด “โอซัน” ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในขณะนั้น” (รัสจอร์จ ธนะพรพันธ์. 2539: 20)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้เสนอว่า สินค้าทางวัฒนธรรมต้องประกอบด้วย แนวคิด 3C ที่ประกอบไปด้วย Create, Contents และ Culture หมายถึง การคิดอย่างสร้างสรรค์ การมีเนื้อหาสาระ และเป็นเนื้อหาสาระอิงวัฒนธรรม ซึ่งมีส่วนย่อยอันหลากหลาย ทางด้านดนตรี, ศิลปะการแสดง รวมไปถึงกีฬา โดยประเด็นที่สำคัญ คือ การสร้างสรรค์ เพราะการขายสินค้าวัฒนธรรมต้องทำให้ตรงใจของผู้บริโภค น่าสนใจ มีแรงดึงดูดสูง จุดตัดสิน คือ การสร้างสรรค์ให้ขายได้ผ่านรูปแบบศิลปะที่น่าเสนอ เช่น ภาพยนตร์ ละคร หรือละครเวที เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2553: 12)

### สินค้าวัฒนธรรมเกาหลี

ยุคโลกาภิวัตน์ ยุคสมัยแห่งสังคมการบริโภคไม่สิ้นสุด แม้แต่สิ่งที่เป็นนามธรรมก็ยังสามารถขายได้ ในรูปแบบการบริโภคแนวใหม่ สิ่งเหล่านี้ถูกผลิตขึ้นผ่านการครอบงำทางสัญญาณในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดการบริโภคอย่างไม่มีสิ้นสุด ที่เห็นได้ชัดเจนและเป็นกระแสนิยมอยู่ขณะนี้คือ วัฒนธรรม (Culture) มนุษย์ใช้กระบวนการ หรือกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ “วัฒนธรรม” เป็นจุดขาย (Cultural marketing) ปรากฏผ่านกระแส Asian Culture สินค้าวัฒนธรรมถูกเสนอให้กับผู้บริโภคในประเทศต่างๆ มากยิ่งขึ้น รูปแบบของโลกาภิวัตน์ได้ขยายทางเลือกให้กับผู้บริโภค สินค้าวัฒนธรรม เช่น ดนตรี ละคร ภาพยนตร์ ล้วนแล้วแต่เป็นสินค้าที่ได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นใหม่จำนวนมหาศาลอันเป็นผลผลิตของการผสมผสานวัฒนธรรม ซึ่งเป็นกระแสเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่กำลังเกิดขึ้นในใจกลางของตลาดทุกๆ มุมโลก

ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้มีการขยายวัฒนธรรมด้วยการใช้สื่อในหลากหลายรูปแบบ โดยสอดแทรกสินค้าทางวัฒนธรรมในสื่อบันเทิงต่างๆ อาทิ ภาพยนตร์, ซีรีส์ทางโทรทัศน์ และเพลง ซึ่งโดยมากเป็นสื่อบันเทิงที่มีอิทธิพลอย่างกว้างขวาง เมื่อสำรวจสื่อบันเทิงเหล่านี้ พบว่าสาธารณรัฐเกาหลี

ได้สอดแทรกวัฒนธรรม ป๊อบของเกาหลี (pop culture) ไปในภาพยนตร์ ซีรีส์ เพลง และรายการทีวี กระแสที่มาแรงของเกาหลี โดยมีความสำเร็จของละคร ภาพยนตร์และเพลง ที่เป็นดังไทวูมสินค้านำไปสู่การรอกองทางธุรกิจด้านต่างๆ ที่ตามมา อาทิ การท่องเที่ยว. อาหาร. ผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ. ดนตรี. ดารา. แฟชั่น. เสื้อผ้า. เครื่องสำอาง. ภาษา. นวนิยาย. อนิเมชั่น และเกมออนไลน์ โดยภายใต้สื่อบันเทิงเหล่านั้นนั้น ถ้าสังเกตให้ดีจะพบว่าสถานที่ถ่ายทำสุดโรแมนติคนั้นอยู่ในประเทศเกาหลี รถยนต์ที่ใช้คือ ฮุนได โทรศัพท์มือถือของพระเอกยี่ห้อซัมซุง แม้แต่เพลงประกอบภาพยนตร์ชุดจากก็ยังคงเป็นภาษาเกาหลี ทั้งหมดไม่ใช่เรื่องบังเอิญ แต่เป็นความตั้งใจของรัฐบาลเกาหลีที่ใช้วัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่เรียกว่า Pop Culture เพื่อหารายได้เข้าประเทศ

### แนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อโทรทัศน์

การสื่อสาร (communications) มีที่มาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า communis หมายถึง ความเหมือนกันหรือร่วมกัน การสื่อสาร (communication) หมายถึงกระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการจากผู้ส่งสารโดยผ่านสื่อต่าง ๆ ที่อาจเป็นการพูด การเขียน สัญลักษณ์อื่นใด การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจจะใช้กระบวนการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสม หรือความจำเป็นของตนเองและคู่สื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการรับรู้ร่วมกันและมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อกัน บริบททางการสื่อสารที่เหมาะสมเป็น ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล

สมาร์ท ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การสื่อสาร” ไว้ว่า คือกระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งข่าวยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร (Smart. 1974: 42)

สแครมม์ เสนอความเห็นว่าการสื่อสาร คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสาร เกิดขึ้นโดยการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่ส่งสารผ่านสื่อ หรือช่องทางต่างๆ ไปยังผู้รับสารโดยมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง (กาญจนา แก้วเทพ. 2553: 50; อ้างอิงจาก Wilbur Schramm)

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดสาร (Message) ระหว่างผู้รับสาร กับ ผู้ส่งสาร ซึ่งมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสารผ่านสื่อ เพื่อให้เกิดผลตอบสนองตามเป้าหมายที่วางไว้ ลากรสื่อสารที่จะช่วยส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพได้อย่างรวดเร็วและถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมากคือ การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน การสื่อสาร (Communication) มีอิทธิพลต่อความคิดของแต่ละคนและยังมีผลต่อการกำหนดโลกทัศน์ด้วย ฉะนั้นเมื่อใดก็ตามที่คนเริ่มทำการสื่อสารกับบุคคลอื่น การเปลี่ยนแปลงยิ่งเกิดขึ้นไม่มากนัก โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับความคิดเห็น ความเชื่อ ตลอดจนการกระทำ ดังนั้นการสื่อสารจึงมีความสำคัญต่อคนและสังคม

สื่อมวลชนถูกใช้เป็นที่กลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมาก ในเวลาเดียวกันพร้อมๆ กัน อย่างรวดเร็วได้ สื่อมวลชนประกอบด้วย หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์ เป็นปัจจัยสำคัญของการประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นช่องทางที่ควบคุมการเผยแพร่ไปยังสาธารณชน สื่อมวลชนเป็นสื่อสาธารณชน (Public Communication) ที่สำคัญที่สุด (กรรณิการ์ อัครดร เดชา. 2544:20) สื่อมวลชนทำหน้าที่ในการพัฒนาสังคมได้หลายประการ ซึ่งรวมทั้งมีบทบาทต่อการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อมวลชนนั้นมีผลต่อสังคมและวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก เพราะประชาชนจะเรียนรู้เรื่องต่างๆ ทางวัฒนธรรมจากสื่อมวลชน เช่น รายงานเหตุการณ์ต่างๆ ในสังคมเกี่ยวกับวัฒนธรรม ช่วยขยายโลกทัศน์ทางวัฒนธรรมให้กว้างขวางขึ้น

สื่อมวลชนมีหน้าที่รับผิดชอบต่อสังคมในฐานะเป็นผู้กระจายข่าวสาร และความรู้ ความคิดเห็นและประสบการณ์ใหม่ๆ ตลอดจนให้ความบันเทิงแก่ประชาชน อาจจะสามารถแยกหน้าที่ของสื่อมวลชนได้ 4 ประการ คือ

1. สังเกตการณ์และรายงานสภาพแวดล้อม (Surveillance of the Environment) ซึ่งคอยรายงาน เหตุการณ์ต่างๆ และเสนอข่าวสาร (News) ไปยังประชาชนทั่วไปในสังคม
2. ประสานส่วนต่างๆ ของสังคมให้สัมพันธ์กันเพื่อปรับตัวกับสภาพแวดล้อม (Correlation of the parts of Society) โดยอธิบายข้อกำหนดและความเห็น (Interpretation Prescription and Editorial)
3. ถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรมไปยังอนุชนรุ่นต่อไป (Transmission of Social Inheritance) ซึ่งมีหน้าที่ให้การศึกษา แนะนำ (Education or Instruction)
4. มีหน้าที่ให้ความบันเทิง (Entertainment) ซึ่งมีหน้าที่ให้ความบันเทิงแก่ประชาชนทั่วไป

โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่มีอิทธิพลมาก เข้าถึงประชาชนทุกวันไม่ว่าเด็ก ผู้ใหญ่นักเรียน นิสิต นักศึกษา ฯลฯ อาจกล่าวได้ว่าเป็นสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่ได้ครบถ้วน ในที่นี้สื่อมวลชนที่จะใช้ในการวิจัยคือ สื่อโทรทัศน์ซึ่งมีเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อผู้ชมมากที่สุด

สื่อโทรทัศน์ เป็นเครื่องมือสื่อสารมวลชนที่มีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์โทรทัศน์มีคุณลักษณะที่เด่นและได้เปรียบสื่อมวลชนอื่นๆ อีกหลายประเภทตรงที่โทรทัศน์สามารถนำเอาทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว และเสียงมาแพร่สู่ประชาชนนับเป็นจำนวนแสนล้านคน โดยที่ประชาชนพักผ่อนรับชมอยู่ในบ้านของตนเองได้อย่างสะดวกสบาย คุณลักษณะเด่นข้อนี้ ทำให้โทรทัศน์มีสภาพคล้ายเป็นการรวมเอาสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ทั้ง 3 ประเภทมารวมกันเข้าไว้ในสิ่งเดียวกัน คือ ทั้งภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์ สามารถให้ทั้งข่าวสาร ความรู้ และสาระบันเทิงด้วยภาพ แสง เสียง และสีที่สดใสสวยงามถึงภายในบ้าน ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจเลยว่า เหตุใดโทรทัศน์จึงได้รับความนิยมและสนใจอย่างกว้างขวางแพร่หลายจากมหาชนทั่วโลก



## รูปแบบของรายการโทรทัศน์

การแบ่งรูปแบบของรายการโทรทัศน์ มีนักวิชาการให้ความเห็นในมุมมองที่หลากหลาย โดยนำเสนอรูปแบบในการแบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ การแบ่งด้วยวัตถุประสงค์ของการสื่อสารมวลชน การแบ่งด้วยประเภทของรายการโทรทัศน์ตามการเสนอรายการ และการแบ่งด้วยกลุ่มเป้าหมายของผู้ชม

1. แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารมวลชน กาญจนา แก้วเทพ ได้เสนอการแบ่งลักษณะนี้เป็น 3 ประเภท กล่าวคือคือ

1.1 รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา เป็นรายการที่สอนในด้านต่างๆ และเป็นรายการที่เสนอความรู้ให้กับบุคคลที่ชมรายการนั้นๆ

1.2 รายการโทรทัศน์เพื่อความบันเทิง เป็นรายการที่เสนอความบันเทิงให้แก่ผู้ชมรายการเหล่านี้ เช่น รายการเพลง ละคร ภาพยนตร์ เป็นต้น

1.3 รายการโทรทัศน์เพื่อการโน้มน้าวใจชักจูงใจ เป็นรายการสำหรับงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่างๆ เป็นการโน้มน้าวจิตใจผู้ชมให้ปฏิบัติ และเลิกปฏิบัติ เช่น เป็นการโน้มน้าวจิตใจของผู้ชมให้ทราบถึงโทษของการทำลายป่า ทำให้ผู้ชมรักธรรมชาติมากขึ้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2536: 56)

2. การแบ่งประเภทของรายการโทรทัศน์ตามการเสนอรายการ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร ได้เสนอการแบ่งด้วยวิธีนี้ออกเป็น 12 ประเภท คือ

2.1 รายการข่าว เป็นรายการที่เสนอข้อเท็จจริงให้ประชาชนได้ทราบอย่างรวดเร็วที่สุดและละเอียดที่สุด

2.2 รายการสัมภาษณ์ เป็นรายการที่ทำให้เชื่อถือยิ่งขึ้น และเป็นการแนะนำบุคคลที่ประชาชนควรรู้จัก และรู้ละเอียดในตัวบุคคลที่ผู้ชมชื่นชอบ

2.3 รายการวิเคราะห์ข่าว เป็นรายการข่าวแต่เจาะลึกลงไป ย้ำให้ประชาชนได้รับรู้และรับทราบอีก ส่วนข่าวที่จะนำมาวิเคราะห์ต้องเป็นข่าวที่ประชาชนสนใจ หรือไม่ก็มีผลกระทบต่อประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม

2.4 รายการบทความ ไม่ใช่รายการบทความที่นำมาจากข่าว แต่เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามปกติและคนมองข้ามไป เป็นรายการที่เสนอความรู้ ข้อเท็จจริง และความคิดเห็นของผู้เขียน ไม่ว่าจะทางด้านสังคม การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจ ฯลฯ

2.5 สารคดี เป็นรายการที่เสนอความรู้ ทัศนคติ ข้อคิดเห็นต่างๆ ของผู้นำเสนอ ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้อาจจะเป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วในโลก หรืออาจเป็นสิ่งใหม่ๆ ที่คนทั่วไปยังไม่รู้หรือรู้แล้วแต่ยังไม่ลึกซึ้ง

2.6 รายการดนตรี เป็นรายการที่เสนอเพื่อความบันเทิงแก่ผู้ชม

2.7 รายการละคร เป็นรายการบันเทิงชนิดหนึ่ง

2.8 รายการอภิปราย เป็นรายการที่คล้ายๆ กับการสัมภาษณ์ เพียงแต่คำว่าลักษณะของการอภิปราย ผู้ถูกเชิญมาอภิปรายสามารถแสดงความคิดเห็นได้นอกเหนือไปจากที่ผู้ดำเนินรายการพูดมา ส่วนเรื่องที่น่ามาอภิปรายก็เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประชาชนทั้งส่วนตัวและส่วนรวม

2.9 รายการนิตยสาร เป็นรายการที่เสนอเนื้อหาทางด้านความรู้ และมีความต่อเนื่องกันไป

2.10 รายการวิพิศทัศน์ เป็นรายการคล้ายๆ กับการนิตยสารแต่เป็นรายการที่มุ่งเสนอทางด้านความบันเทิงมากกว่า

2.11 รายการอื่นๆ เช่น รายการสนทนาบันเทิง (Talk Show). รายการทนายปัญหา. เล่นเกมส์ และอื่นๆ

2.12 รายการภาพยนตร์ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. 2526: 65-66)

ในขณะที่ ชัยยงค์ พรหมวงศ์ นักวิชาการด้านการสื่อสารการศึกษาเสนอรูปแบบการแบ่งในลักษณะนี้ออกเป็น 14 แบบ ดังนี้

1. รายการพูดคุย (Talk Programme) เป็นรูปแบบรายการที่เป็นผู้มาปรากฏตัวเพื่อพูดคุยกับผู้ชม โดยการหยิบยกเอา ประเด็นเกี่ยวกับข่าวสาร ความเคลื่อนไหว เหตุการณ์ สาระความรู้ หรือความบันเทิง ที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้ชมรายการมานำเสนอและพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง ในสหรัฐอเมริกา นิยมเรียกว่ารายการทอล์คโชว์ (Talk Show) ลักษณะการนำเสนอรายการพูดคุย มีพัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปแต่เดิมจะใช้การนำเสนอด้วยการพูดเป็นหลักและมีภาพประกอบเพื่อจะได้ไม่เห็นหน้าผู้พูดตลอดรายการ ในระยะหลังเริ่มใช้รูปแบบอื่น ๆ มาผสมผสาน เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนา ฯลฯ การพูดคุยสามารถสอดแทรกความบันเทิง ซึ่งอาจจะเป็นการแสดงดนตรี แสดงตลก หรือแสดงมายากล เพียงแต่การแสดงเหล่านี้ถือเป็นส่วนประกอบของรายการเท่านั้นโดยที่ถือว่าการพูดคุยเป็นจุดเด่นกว่า รายการพูดคุยจะมีคุณภาพและน่าสนใจยิ่งขึ้นหากผู้ดำเนินรายการหรือผู้ที่ทำหน้าที่พูดคุยกับผู้ชมเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการพูดและการนำเสนอเนื้อหาของรายการ สามารถดำเนินรายการได้อย่างราบรื่นและเป็นธรรมชาติ

2. รายการสนทนา (Conversational programme) เป็นรูปแบบรายการที่มีคนมาพูดคุยกัน 2 หรือ 3 คน โดยมีคนหนึ่งเป็นผู้ดำเนินรายการ หรือดำเนินการสนทนา ส่วนบุคคลที่เหลือจะเป็นผู้ร่วมสนทนา ผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่นำการสนทนา และคอยควบคุมการสนทนาให้เป็นไปตามขอบเขตและวัตถุประสงค์ของรายการคอยเชื่อมโยงประเด็นการสนทนา เพื่อไม่ให้ผู้ชมเกิดความสับสนกับประเด็นที่สนทนาผู้ดำเนินการสนทนาอาจร่วมแสดงความคิดเห็นด้วยการพูดคุย กับผู้ร่วมรายการในขณะเดียวกันก็ต้องคอยพูดคุยกับผู้ชมรายการด้วย โดยเฉพาะในช่วงต้น ที่ต้องเปิดประเด็นการสนทนาและช่วงท้ายที่ต้องสรุปประเด็นการสนทนา รายการสนทนา แตกต่างกับรายการพูดคุยกล่าวคือ

รายการพูดคุยเป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรงในขณะที่รายการสนทนามิใช่เป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง แต่เป็นการสนทนาดังกล่าวระหว่างผู้ร่วมรายการการนำเสนอรายการสนทนาที่ดี มิใช่เพียงการนำเสนอภาพผู้ร่วมสนทนาตัดสลับกันไปมาเท่านั้น หากแต่ควรจะต้องมีภาพเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อหรือประเด็นที่กำลังสนทนามาติดต่อประกอบกับรายการด้วย

3. รายการอภิปราย (Discussion Programme) เป็นรูปแบบรายการพูดคุยลักษณะหนึ่ง แต่ไม่ใช่เป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง หากแต่เป็นการพูดคุยระหว่างผู้ดำเนินรายการอภิปราย หรือผู้ดำเนินรายการกับผู้ร่วมรายการ ซึ่งอาจจะมีตั้งแต่ 2-4 คน ผู้ร่วมรายการมักจะเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้ความสามารถมีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญหรือเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้ออภิปราย ผู้ทรงคุณวุฒิที่เชิญมาร่วมรายการแต่ละครั้งควรมีความหลากหลายเพื่อผู้ชมจะได้รับรู้ในทรรศนะหรือมุมมองที่แตกต่างกันไป โดยหัวข้อที่หยิบยกมาอภิปรายในรายการ ควรเป็นหัวข้อที่กำลังเป็นที่สนใจ ของสังคมในขณะนั้น ซึ่งผู้จัดรายการ จะต้องเป็นผู้กำหนดขึ้นมา ผู้ดำเนินรายการจะเป็นผู้ทำหน้าที่พูดกล่าวนำถึงหัวข้อที่หยิบยกมาอภิปราย คอยป้อนประเด็นคำถามให้ผู้ร่วมรายการแต่ละคน ได้ร่วมแสดงทรรศนะคติ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทีละคน อย่างมีกติกาและมารยาทและต้องคอยควบคุมการอภิปรายให้อยู่ในขอบเขตของประเด็นที่กำหนดไว้ ผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่เป็นเพียงผู้นำการอภิปรายและสรุปความคิดเห็นของผู้ร่วมอภิปราย ในช่วงจังหวะที่เหมาะสมเท่านั้นจะไม่ร่วมแสดงทรรศนะและความคิดเห็นเหมือนรายการสนทนา วัตถุประสงค์ของรายการอภิปรายส่วนใหญ่ต้องการให้เป็นเวทีแสดงทรรศนะหรือความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนแนวความคิดระหว่างผู้ร่วมรายการหากเป็นรายการอภิปรายที่ถ่ายทอดสด (live) อาจเปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านร่วมแสดงความคิดเห็นด้วยหัวข้อหรือประเด็นที่อภิปราย มักเป็นเรื่องที่มีสาระทางวิชาการและเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม ไม่เป็นเรื่องไร้สาระ

4. รายการสัมภาษณ์ (Interview Programme) เป็นรูปแบบรายการที่มีบุคคล 2 คนหรือมากกว่ามาร่วมพูดคุยซักถามปัญหา ข้อสงสัย หรือชี้แจงข้อเท็จจริง ตามหัวข้อที่กำหนดในแต่ละรายการ โดยมีผู้ดำเนินรายการ 1 คน ทำหน้าที่สัมภาษณ์หรือซักถาม และผู้ร่วมรายการหรือผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ตอบหรือชี้แจงข้อเท็จจริงต่อข้อคำถาม ซึ่งอาจจะมีจำนวนมากกว่า 1 คน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของเวลาและขอบข่ายเนื้อหาของหัวข้อที่สัมภาษณ์ว่ามีมากน้อยเพียงใด

5. รายการสาธิตและทดลอง (Demonstration and Experimental Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอด้วยการอธิบายกรรมวิธี เทคนิค วิธีการ กระบวนการและขั้นตอน หรือรายละเอียดอื่น ๆ ของการกระทำหรือการประดิษฐ์สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ด้วยการนำเสนอภาพและเสียงประกอบการสาธิตและทดลองในแต่ละเทคนิค แต่ละวิธีการหรือแต่ละขั้นตอนที่เป็นรูปธรรม สามารถนำไปปฏิบัติหรือทำได้จริง เช่น การสาธิตการเสริมสวย การทำผม การแต่งหน้า การสาธิตการปรุงอาหาร การสาธิตการประดิษฐ์สิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น

5. รายการข่าว (News Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเหตุการณ์ เรื่องราว ข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็น ที่น่าสนใจ มีความสดใหม่ มีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ หรือมีองค์ประกอบข่าวอื่น ๆ โดยใช้วิธีการนำเสนอทั้งในลักษณะของการประกาศ การอ่านคำบรรยายข่าว ประกอบภาพโดยผู้ประกาศข่าว การรายงานพิเศษหรือการสัมภาษณ์ โดยผู้สื่อข่าว หรือผู้รายงานข่าว ในสถานที่จริง หรือลักษณะอื่น ๆ

6. รายการสารคดี (Documentary Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราว ที่เป็นจริงหรือมีพื้นฐานอยู่บนข้อเท็จจริง ไม่ใช่จากเรื่องที่แต่งขึ้นหรือจากนวนิยาย หรือจากจินตนาการ ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่ผูกพันกับเหตุการณ์และบุคคลจริง เกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับมนุษย์ อย่างไรก็ตาม แม้จะเป็นการนำเสนอเรื่องจริง แต่การนำเสนอจะต้องมีลักษณะสร้างสรรค์ไม่ใช่ลอกเลียนแบบจากของจริงทั้งหมดโดยไม่มีการตกแต่ง การนำเสนอเนื้อหาสาระ ในรายการสารคดีโดยทั่วไป อาจเสนอด้วย ภาพและเสียงบรรยายตลอดรายการโดยไม่มีผู้ดำเนินรายการปรากฏตัวเพื่อคอยพูดเกริ่นนำหรือ เชื่อมโยงรายการ หรืออาจมีผู้ดำเนินรายการปรากฏตัวและทำหน้าที่พูดนำเข้าสู่รายการ คอยพูด เชื่อมโยงรายการในแต่ละช่วงแต่ละตอน และคอยพูดสรุปในช่วงท้ายของรายการ

7. รายการละคร (Drama Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราวโดยใช้การแสดงตามบทบาทในเรื่องราวที่แต่งขึ้นหรือดัดแปลงจากเรื่องจริง เพื่อสื่อความหมายเกี่ยวกับสาระ ข้อคิด คติเตือนใจ และความบันเทิงไปสู่ผู้ชมรายการ โดยอาศัยองค์ประกอบและเทคนิคทางการละคร ศิลปะการแสดง เทคนิคการถ่ายทำ การตัดต่อลำดับภาพ และการให้เสียงดนตรีและเสียงประกอบ เพื่อให้เรื่องราวมีความสมจริงสมจัง ผู้ชมชมแล้วมีอารมณ์ร่วม และเกิดความรู้สึกคล้อยตาม

8. รายการสาระละคร (Docudrama Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอโดยอาศัย รูปแบบสารคดีผสมผสานกับรูปแบบละคร เป็นนำเอารูปแบบของละครมาใช้เพื่อสื่อความหมาย ถ่ายทอดสาระความรู้ หรือสะท้อนปัญหาด้าน ๆ โดยการผูกเรื่องราวเป็นละครที่สะท้อนให้ผู้ชมตระหนัก และรับรู้ถึงปัญหา สาเหตุของปัญหา และอาจรวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหา นั้น ๆ และมีผู้ดำเนิน รายการเป็นผู้ทำหน้าที่เกริ่นนำ อธิบายหรือขยายสาระ และสรุปประเด็น

9. รายการเพลง (Music Programme) เป็นรายการที่นำเสนอเพลงหรือการแสดงดนตรี ซึ่งสามารถจัดนำเสนอในลักษณะเป็นเพลง ที่มีภาพประกอบเป็นเรื่องราวตามเนื้อหาของเพลงที่เรียกว่า มิวสิก วิดีโอ ((Music Video) หรือเป็นการจัดแสดงดนตรีที่เรียกว่าการแสดงคอนเสิร์ต ซึ่งอาจจะเป็น การบันทึกเทปโทรทัศน์ไว้ล่วงหน้าก่อนออกอากาศแพร่หลาย หรือเป็นการถ่ายทอดสด โดยมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้พูดเปิดนำรายการ พูดเชื่อมโยงเข้าสู่เพลงหรือการแสดงดนตรีของ นักร้อง และพูดปิดรายการ

10. รายการนิตยสาร (Magazine Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่หลากหลาย ซึ่งอาจจัดแบ่งเป็นเรื่อง ย่อยต่างกันหลาย ๆ เรื่อง แต่ละเรื่องจะเป็นแนวเดียวกัน หรือต่างแนวกันก็ได้ และใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายในรายการเดียวกัน เช่น อาจเริ่มด้วยรายการเพลง สลับด้วยรายการสัมภาษณ์ รายการสารคดี รายการสนทนา หรือรายการละคร แต่สิ่งสำคัญของรูปแบบนิตยสารก็คือ การเชื่อมโยงหรือการร้อยเรียงแต่ละเรื่องย่อยหรือแต่ละตอน ให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความสอดคล้องและกลมกลืนกัน

11. รายการปิกนิกะ (Variety Programme) หรือที่นิยมเรียกว่ารายการวาไรตี้ (variety) เป็นรูปแบบรายการที่มุ่งเน้นนำเสนอความบันเทิง หลายเรื่อง หลายรส โดยใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายคล้าย ๆ กับรายการนิตยสารต่างกันเพียงรายการ ปิกนิกะไม่จำเป็นต้องเชื่อมโยง หรือร้อยเรียงแต่ละช่วงแต่ละตอนของรายการให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รายการปิกนิกะจึงมีความหลากหลายทั้งในด้านเนื้อหารายการ และรูปแบบการนำเสนอด้วยความมุ่งหวังที่จะสร้างความ พึงพอใจ สร้างความสนุกสนานบันเทิงใจ ให้กับกลุ่มผู้ชมรายการที่มีความชอบแตกต่างกัน รูปแบบรายการที่มักปรากฏในรายการปิกนิกะได้แก่ รายการแสดงดนตรีและร้องเพลง รายการแสดงตลกหรือละครตลกเบาสมอง รายการสัมภาษณ์นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง พร้อม การแสดงความสามารถพิเศษ ฯลฯ และองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างสรรค์รายการปิกนิกะก็คือพิธีกรประจำรายการผู้ทำหน้าที่เหมือนตัวแทนของผู้ชมรายการ ซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในด้านการนำเสนอ มีไหวพริบดี แก้ปัญหาเฉพาะหน้าเก่งและมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

12. รายการเกมโชว์ (Game Show Programme) เป็นรูปแบบรายการที่จัดให้มีการแข่งขันกันระหว่างผู้ร่วมรายการด้วยการเล่นเกม หรือตอบปัญหาที่ผู้จัดรายการกำหนดขึ้นภายใต้เงื่อนไข ของกฎ และกติกาที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เกมหรือกิจกรรมที่จัดอาจเป็นการแข่งขันทางร่างกาย หรือใช้สติปัญญาระหว่างผู้เข้าร่วมแข่งขัน ฝ่ายชนะจะได้รับรางวัลเป็นเงินหรือของรางวัลที่มีมูลค่าจำนวนมาก ในขณะที่ผู้แพ้จะได้รับเงินหรือของรางวัลตอบแทน โดยมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ เป็นผู้อธิบายชี้แจงกติกาคอยดำเนินการและควบคุมการแข่งขัน ให้เกิดความสนุกสนานและยุติธรรม ในกรณีที่เป็นการแข่งขันตอบปัญหาโดยตรงอาจเรียกว่าเป็นรายการตอบปัญหา (Quiz Programme) ซึ่งมักเป็นการทดสอบความรู้หรือเชาว์ปัญญาในเรื่องต่าง ๆ

13. รายการสปอต (Spot Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่ผ่านกระบวนการผูกเรื่องและเรียบเรียงให้สั้นกะทัดรัด และใช้ศิลปะการนำเสนอด้วยภาพและเสียง ที่สอดคล้อง และกลมกลืนกับเนื้อหาสาระโดยใช้ระยะเวลารวมทั้งสิ้น 30-60 วินาที วัตถุประสงค์ของการนำเสนอในรูปแบบสปอตวิทยุโทรทัศน์ก็เพื่อจะตอกย้ำซ้ำเตือน ด้วยการออกอากาศแพร่ภาพบ่อยครั้ง เช่น สปอตประชาสัมพันธ์ สปอตโฆษณา หรือสปอตตรณรงศ์ในเรื่องราวหรือประเด็นปัญหาหนึ่งของ

สังคม ซึ่งผู้ทรงศรัทธาต้องการโน้มน้าวหรือชักจูงใจ ให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ และร่วมมือกันปฏิบัติตาม (ชัยยงค์ พรหมวงศ์. 2553: 62-63)

3. การแบ่งประเภทรายการโทรทัศน์ ตามกลุ่มเป้าหมายแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

3.1 รายการสำหรับเด็ก

3.2 รายการสำหรับแม่บ้าน

3.3 รายการที่แบ่งตามเพศ

3.4 รายการที่แบ่งตามกลุ่มการศึกษา (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร. 2526: 66)

### สื่อละครโทรทัศน์

สื่อละครโทรทัศน์ จัดเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญในการเป็นช่องทางการสื่อสาร และเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ตามหน้าที่ของสื่อมวลชนแก่คนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับบริบททางสังคม ทางวัฒนธรรม ด้วยการสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นไปของสังคม สื่อละครโทรทัศน์ยังสามารถถ่ายทอดเจตนาธรรมและอุดมการณ์สู่ผู้รับสารในลักษณะเป็นเครื่องดึงดูดใจผู้รับสารได้มากกว่านวนิยายในแง่การสื่อสารเพื่อจูงใจ (Persuasive Communication) ตามหลักทฤษฎีการยอมรับอุดมการณ์ที่ว่า ถ้าทำให้รู้ตัวว่าเนื้อหานั้นๆ กำลังถ่ายทอดอุดมการณ์ด้วยลักษณะบังคับผู้รับจะเกิดการต่อต้านขึ้น แต่ถ้าดึงดูดเข้ามาอย่างสมัครใจด้วยความบันเทิง การถ่ายทอดเจตนาธรรม และอุดมการณ์นั้นๆ จะมีผลดีมากที่สุด (ศศิวิมล สันติราษฎร์ภักดี. 2539: 125)

กาญจนา แก้วเทพ ได้ทำการศึกษามิติด้านอุดมการณ์ในละครโทรทัศน์ พบว่าในบรรดาสถาบันต่างๆ ที่ทำหน้าที่ผลิตและถ่ายทอดอุดมการณ์ ซึ่งได้แก่ วัด โรงเรียน และสื่อมวลชนนั้น ปรากฏว่าสื่อมวลชนเป็นสถาบันที่ได้เปรียบมากที่สุดในการเสนออุดมการณ์ ทั้งนี้เพราะคนเราใช้เวลาอยู่กับสื่อมวลชนตลอดชีวิต และการนำเสนออุดมการณ์จากสื่อมวลชนนั้นก็ได้มีลักษณะบังคับเหมือนอย่างโรงเรียนกระทำ แต่ผู้ชมจะซึมซับเอาอุดมการณ์ต่างๆ ที่สื่อมวลชนให้อย่างไม่รู้ตัว เนื่องจากผู้ชมเป็นผู้ใช้สื่อมวลชนด้วยความสมัครใจเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งละครโทรทัศน์เป็นรายการบันเทิง ซึ่งมีลักษณะเป็นเครื่องดึงดูดใจได้ดีในแง่ของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าว อันสอดคล้องกับหลักการยอมรับอุดมการณ์ที่ว่า ถ้าทำให้รู้ตัวว่าเนื้อหาสาระใดๆ ก็ตามกำลังถ่ายทอดอุดมการณ์และมีลักษณะบังคับผู้รับ คนเรามากจะต่อต้าน แต่ถ้าถึงจุดเข้ามาอย่างสมัครใจด้วยความบันเทิง การถ่ายทอดอุดมการณ์จะมีผลดีมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบอีกด้วยว่าละครโทรทัศน์นั้น ยังทำหน้าที่ส่วนใหญ่ในการถ่ายทอดอุดมการณ์หลักของสังคม โดยผ่านเรื่องราวของละครที่มักเกี่ยวข้องกับเรื่องราวของความรัก หน้าที่ครอบครัว ความสัมพันธ์เชิงคู่สาว ซึ่งเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในโลกของละครโทรทัศน์ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน (กาญจนา แก้วเทพ. 2539: 201-220)

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร ได้เสนอการแบ่งประเภทของละครโทรทัศน์ออกเป็น 6 ประเภทใหญ่ โดยแบ่งตามวิธีการนำเสนอ ดังนี้

1. ละครสั้นจบภายในตอนเดียว ใช้เวลาแสดงประมาณ 60-120 นาที และมักออกอากาศเป็นรายการสุดท้ายของทางสถานี
2. ละครจบในตอน ใช้เวลาแสดง 30 หรือ 60 นาที ออกอากาศเป็นประจำทุกสัปดาห์ เนื้อหาหลักของละครจะเป็นแนวเดียวตลอดและผู้แสดงชุดเดียวกันโดยตลอด
3. ละครเรื่องยาวหลายตอนจบ ซึ่งมีเรื่องรายดำเนินติดต่อกันไป โดยใช้ผู้แสดงชุดเดียวกันตลอด ความยาวตั้งแต่ 8-100 ตอนจบ อาจใช้เวลาแสดงตอนละ 30 หรือ 60 นาที ออกอากาศเป็นประจำทุกสัปดาห์ หรือ 2-3 วันต่อสัปดาห์ หรือเป็นประจำทุกวันในเวลาเดียวกัน
4. Miniseries เป็นละครหรือภาพยนตร์โทรทัศน์ที่ผลิตเป็นเรื่องราว มีความยาวมากกว่า 3 ชม. ขึ้นไป บางเรื่องอาจมีความยาวถึง 6 ชม. หรือมากกว่านั้น โดยจะทยอยนำออกอากาศติดต่อกันในเวลาเดียวกันในวันต่อไปหรือสัปดาห์ต่อไปเรื่อยๆ จนจบเรื่อง
5. Anthology series/drama เป็นลักษณะละครหรือภาพยนตร์โทรทัศน์ที่เป็นเรื่องจบในตอน มีความยาวตอนละ 30-60 นาที ผู้แสดงจะไม่เป็นชุดเดียวกันโดยตลอด เรื่องที่นำมาแต่ละตอนไม่เกี่ยวเนื่องกันเลย แต่มีแนวเรื่องทำนองเดียวกัน
6. Situation Comedies (Sitcoms) เป็นละครโทรทัศน์ประเภทตลกชนหัวหรือเสียดสีสังคม จะออกอากาศเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกวันในเวลาเดียวกัน มักจะมีความยาวตอนละ 30 นาที มีลักษณะเป็น Small one-act play อาจจัดแสดงสดให้ผู้ชมในห้องส่งได้ชมพร้อมทั้งอัดเทปไปด้วย ละครประเภทนี้มีฉากไม่มากนัก มีนักแสดงหลักๆ 2-3 คนเท่านั้นและผู้แสดงจะเป็นชุดเดียวกันตลอด เนื้อหาของละครอาจจะเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นภายในครอบครัวหรือที่ทำงาน ตัวละครเป็นคนธรรมดาๆ ที่มีชีวิตอยู่จริง สำหรับละครประเภทนี้ในบ้านเราผู้ผลิต เช่น บางรักซอยเก้า เป็นต่อ เป็นต้น แต่ไม่มีผู้ชมในห้องส่ง

ส่วนละครพูดซึ่งจัดแสดงสำหรับเวทีหรือละครไทยประเภทต่างๆ เช่น ละครร้อง ละครรำ ละครเสภา ละครพันทาง ละครพูดสลับรำ ลีเก ฯลฯ ไม่จัดว่าเป็นละครโทรทัศน์ แม้ว่าจะนำมาออกอากาศทางโทรทัศน์ก็ตาม (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. 2526: 70)

### พัฒนาการของภาพยนตร์เกาหลี

ภายหลังที่สาธารณรัฐเกาหลีได้ถูกเป็นอาณานิคมของประเทศญี่ปุ่น ภาพยนตร์ที่เป็นแบบฉบับของเกาหลีส่วนใหญ่ถูกทำลายไปในสงคราม และการสร้างภาพยนตร์ยังต้องถูกการตรวจสอบและควบคุมจากรัฐบาลญี่ปุ่นอย่างเข้มงวด ทำให้ภาพยนตร์ส่วนใหญ่ในสาธารณรัฐเกาหลีถูกรวบงำด้วย

ความเป็นชาตินิยมของญี่ปุ่น ถึงขนาดมีการห้ามไม่ให้คนเกาหลีสร้างภาพยนตร์ภาษาเกาหลีออกมาฉายในโรงอย่างเด็ดขาด

ภายหลังจากการประกาศอิสรภาพโดยมีสนธิสัญญาสงบศึกปี พ.ศ. 2496 ประธานาธิบดีฮูซังแมน จึงประกาศให้ยกเว้นภาษีต่างๆ ในโรงภาพยนตร์ โดยหวังจะฟื้นฟูอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีอีกครั้ง เปิดรับความช่วยเหลือทั้งด้านเทคโนโลยี และอุปกรณ์การถ่ายทำภาพยนตร์จากต่างประเทศโดยเฉพาะจากชาติตะวันตก ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีเฟื่องฟูขึ้นมาอย่างรวดเร็ว โดยแนวของภาพยนตร์ส่วนมาก คือภาพยนตร์แนวสะท้อนอารมณ์อันเนื่องมาจากเหตุการณ์ภาวะสงครามที่ผู้ชมเกาหลีร่วมชะตากรรม นอกจากนี้ภาพยนตร์แนวแอ็คชั่นก็นับเป็นอีกประเภทที่ได้รับความนิยม ซึ่งมีการหยิบเอาวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตของคนเกาหลีมาสร้างเป็นบทบาทภาพยนตร์ที่กินใจคนชม

ภายหลังจากนายพลปาร์คจุงฮีก่อรัฐประหารเมื่อปี พ.ศ. 2504 เกาหลีใต้ได้เริ่มพัฒนาประเทศอย่างจริงจังโดยมีกำหนดเวลา 5 ปี ซึ่งทำให้เกาหลีใต้เริ่มมีฐานะทางเศรษฐกิจ การพัฒนาในชาติในทุกด้านโดยมองกรอบความสำคัญพื้นฐานเป็นหลัก ด้วยเหตุนี้จึงทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีได้ก็เริ่มตกต่ำลงอีกครั้ง เพราะเนื่องจากภาพยนตร์เป็นอุตสาหกรรมที่มีได้เป็นเป้าหมายหลักในระยะแรก กอปรกับภาวะของการเมืองซึ่งเข้ามาบีบคั้นในการควบคุมสื่อ รัฐบาลชุดใหม่ออกกฎระเบียบควบคุมภาพยนตร์อย่างเข้มงวด โดยห้ามมีเนื้อหาทางการเมืองอย่างเด็ดขาด ส่งผลกระทบทำให้เนื้อหาภาพยนตร์เกาหลีได้เป็นเรื่องซ้ำซาก ไม่มีเนื้อหาแปลกใหม่ที่เป็นความสนใจของประชาชน กอปรกับได้รับผลกระทบจากการแพร่ภาพโทรทัศน์และวิดีโอเทป รัฐบาลได้เข้ามาเข้มงวดกับการตรวจพิจารณาอนุมัติการสร้างภาพยนตร์ จนกระทั่งปี พ.ศ. 2523-2535 อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีจึงกลับมากระเตื้องขึ้นอีกครั้งเนื่องจากการรวมกลุ่มของผู้สร้างภาพยนตร์เกาหลี

โดยในปี พ.ศ. 2531 อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี ได้ผ่านการเปลี่ยนแปลง คือ เมื่อหัวหน้ากองทัพ โร ตี วู ประกาศใช้รัฐธรรมนูญฉบับใหม่ที่อนุญาตให้ลดความเข้มงวดของกฎหมายในการตรวจพิจารณาอนุมัติสิ่งบันเทิงและวิทยุ และต่อมาก็ได้มีการยกเลิกข้อกำหนดที่เข้มงวดของการนำเข้าภาพยนตร์จากต่างประเทศ ภาพยนตร์เรื่อง เทกกีก็ เลือดเนื้อเพื่อฝัน วันสิ้นสงคราม ผู้สร้างภาพยนตร์เกาหลีได้พัฒนาการสร้างภาพยนตร์เพื่อให้สร้างแข่งขันกับภาพยนตร์จากต่างประเทศ ขณะเดียวกันผู้ชมก็หันไปให้ความสนใจกับภาพยนตร์จากต่างประเทศมากขึ้น จนทำให้รัฐบาลเกาหลีที่เข้ามาแทรกแซงกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีกครั้ง และครั้งนี้เองที่ส่งผลมาจนถึงตลาดรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีปัจจุบัน ที่ขยายวงกว้างออกไปยังตลาดต่างประเทศ ไม่ได้จำกัดวงอยู่เพียงแคใน ตลาดเกาหลีเท่านั้น



รัฐบาลเกาหลีได้กำหนดจำนวนวันเข้าฉายของภาพยนตร์เกาหลี โดยกำหนดต้องฉายอย่างน้อย 106 วันใน 1 ปี หลังจากนั้น ได้มีการกำหนดว่าในปริมาณภาพยนตร์ที่เข้าฉายในโรงทั้งหมด ต้องมีสัดส่วน 1 ใน 4 ของจำนวนโรงที่ฉายภาพยนตร์เกาหลี และรัฐบาลยังให้เงินสนับสนุนกับผู้สร้างภาพยนตร์ปีละ 10 เรื่อง เรื่องละประมาณ 20 ล้านบาท จากการสนับสนุนตรงนี้แหละที่ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีเฟื่องฟูมาจนถึงทุกวันนี้ และทำให้เกิดบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ทั้งเก่าและใหม่ขึ้นในเกาหลีมากกว่า 1,000 บริษัท มีภาพยนตร์เกาหลีออกสู่ตลาดประมาณ 70-80 เรื่อง (กรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี. 2553: 21)

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีได้เริ่มประสบผลสำเร็จทางธุรกิจในช่วงประเทศเผชิญภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ โดยปรากฏการณ์สำคัญที่เป็นจุดพลิกผันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีได้คือ ภาพยนตร์เรื่อง Shiri ซึ่งทุ่มทุนสร้างประมาณ 120 ล้านบาท และประสบผลสำเร็จเป็นอย่างมากสร้างรายได้เฉพาะภายในประเทศเกาหลีได้เป็นเงินมากถึง 800 ล้านบาท จากนั้นภาพยนตร์เกาหลีได้อีกหลายเรื่องก็เดินหน้าประสบผลสำเร็จอย่างท่วมท้นเมื่อนำออกฉายภายในประเทศ เป็นต้นว่า ภาพยนตร์เรื่อง Friends ประสบความสำเร็จมากเมื่อนำออกฉายในปี 2544 โดยมีผู้ชมในเกาหลีได้มากถึง 8.1 ล้านคน ภาพยนตร์เรื่อง “Taegukgi: The Brotherhood of War” หรือ “เท กิก กิ เลือดเนื้อเพื่อฝัน วันสิ้นสงคราม” ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับสงครามเกาหลี ทุ่มทุนสร้างสูงถึง 560 ล้านบาท ใช้นักแสดงมากถึง 25,000 คน ประสบผลสำเร็จอย่างมาก มีผู้ชมชาวเกาหลีได้ถึง 10 ล้านคน จากประชากรทั้งหมด 48 ล้านคนของเกาหลีได้ (กรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี. 2553:22)

การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศเกาหลีเติบโตอย่างรวดเร็ว เป็นธุรกิจส่งออกที่สำคัญที่นำรายได้มากมายเข้าสู่ประเทศ จากข้อมูลกรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี ชี้ให้เห็นว่ามูลค่าการส่งออกภาพยนตร์ชุดของเกาหลีในปี 2547 อยู่ที่ประมาณ 71.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2546 ถึง 69.6% และในปีเดียวกันนี้เอง ราคาขายลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ชุดเกาหลีต่อ 1 ยูนิต (1 ยูนิต = ตอนละ 50 นาที) โดยเพิ่มขึ้นจาก 2,198 เหรียญสหรัฐ ไปถึง 4,046 เหรียญสหรัฐ คิดเป็น 84% สำหรับมูลค่าส่งออกภาพยนตร์เกาหลีในปี 2547 มียอดขายเพิ่มขึ้นจาก 31 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ไปอยู่ที่ระดับ 75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอัตราที่เพิ่มขึ้นถึง 141% โดย Korea International Trade Association's Trade Research Institute ได้วิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจของสินค้าวัฒนธรรมเกาหลี (Hallyu) ในปี 2548 ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจภายในเกาหลีถึง 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะเดียวกันสินค้าเหล่านี้ยังนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่เกาหลีได้สูงถึง 1.87 พันล้านเหรียญสหรัฐ (“Hallyu” คลื่นความมั่งคั่งของเกาหลี. 2549) รัฐบาลเกาหลีได้เห็นความสำคัญและให้การสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์และภาพยนตร์ชุดเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรม โดยให้มีการสอดแทรกวัฒนธรรมและความเป็นเกาหลีเข้าไปในเนื้อหาของภาพยนตร์และละครที่ส่งออกไปยังประเทศต่างๆ เมื่อภาพยนตร์และภาพยนตร์ชุดเกาหลี

ได้รับความนิยม วัฒนธรรมและความเป็นเกาหลีจึงเป็นที่ชื่นชมของผู้บริโภค (กรมส่งเสริมการค้าระหว่าง  
เกาหลี. 2553: 25)

## แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการสร้างงาน

อริสโตเติล นักปรัชญาชาวกรีกในศตวรรษที่ 4 ก่อนคริสตกาล กล่าวถึงองค์ประกอบของการ  
สร้างงานละครในหนังสืองานประพันธ์ศิลป์ของอริสโตเติล ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ส่วน อันได้แก่ โครงเรื่อง  
(Plot) ตัวละคร (Character) ความคิดหรือแก่นเรื่อง (Thought) ภาษา (Diction) ดนตรี (Music) และ  
ภาพ (Spectacle)

นพมาศ แวหงส์ ได้อ้างถึงงานประพันธ์ศิลป์ของอริสโตเติลว่า “จากทฤษฎีการละครที่อริสโต  
เติลเขียนไว้ราวสองพันสี่ร้อยปีมาแล้ว เรายังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับละครทุกยุคทุกสมัยตราบนาน  
ปัจจุบันนี้ โดยสรุปเป็นองค์ประกอบหลักๆ 6 ส่วน คือ โครงเรื่อง ตัวละคร ความคิด ภาษา เสียง และ  
ภาพ” (นพมาศ แวหงส์. 2550: 3)

มัทนี รัตตินันท์ กล่าวถึงทฤษฎีการสร้างงานละคร โดยแบ่งการองค์ประกอบของการสร้างงาน  
ละครเป็น 6 ส่วน ได้แก่ เรื่องราว การดำเนินเรื่องและโครงเรื่อง ตัวละครและลักษณะแตกต่างกัน  
แนวความคิดหลักและความคิด บทสนทนา ฉากแสงสีเครื่องแต่งกายและการแต่งหน้า (มัทนี รัตตินันท์.  
2555: 6)

สดี ไส พันธ์ภูมิโกมล กล่าวถึงองค์ประกอบในการสร้างงานละคร โดยยึดหลักการของประพันธ์  
ศิลป์ของอริสโตเติล ว่าในการสร้างงานละครผู้สร้างงานส่วนใหญ่ยึดการองค์ประกอบทั้ง 6 ประการใน  
การพิจารณา อันได้แก่ โครงเรื่อง ตัวละคร ความคิดหรือแก่นเรื่อง ภาษา ดนตรี และทัศนองค์ประกอบ  
(สดี ไส พันธ์ภูมิโกมล. 2545: 12)

จากแนวคิดข้างต้นอาจสรุปได้ว่าองค์ประกอบหลักในการสร้างงานละครสามารถแบ่ง  
ออกเป็น 6 ประการด้วยกัน ได้แก่

1. **โครงเรื่อง** อริสโตเติลได้กล่าวถึงโครงเรื่องไว้ว่า “โครงเรื่องเปรียบเสมือนชีวิตและ  
วิญญาณของบทละคร” ซึ่งอาจกล่าวถึงการลำดับเหตุการณ์การเป็นมาเป็นไปของเรื่องราวทั้งหมด  
ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของเรื่องจนถึงจุดลงเอยของเรื่อง ซึ่งการวางโครงเรื่องของผู้เขียนบทละครแต่ละคนจะมี  
การวางที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้อาจขึ้นอยู่กับยุคสมัย ประเภทของละคร และการนำเสนอของผู้เขียน  
บทเอง เช่น ละครแนวเทรตจิดี้มักมีการวางโครงเรื่องที่กะชับ มักไม่มีการเสริมเพิ่มหรือเติมแต่งให้ออก  
นอกกลุ่มนอกทาง ละครในยุคศาสนา (ยุคกลาง) มีการวางโครงเรื่องที่ดำเนินไปเรื่อยๆ และเน้นย้ำในเรื่อง  
ความผิดชอบชั่วดีอยู่เป็นระยะๆ ในภาพยนตร์ชุดของจีนมักมีการวางโครงเรื่องที่กะชับดำเนินเรื่องเร็ว

ต่างจากภาพยนตร์ชุดไทย หรือละครโทรทัศน์ของไทยที่มีการปูพื้นเรื่องมาก และดำเนินเนื้อเรื่องไปอย่างช้าๆ เป็นต้น

2. **ตัวละคร** การวางตัวละครนับเป็นสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่เมื่อคิดจะสร้างงานละครต้องคำนึงถึง นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นว่า การวางตัวละครที่ดี ถือว่าชัยไปกว่าครึ่ง อาจกล่าวได้ว่าเป็นส่วนสำคัญรองมาจากโครงเรื่องก็ว่าได้ การวางตัวละครนั้นรวมถึงการวางลักษณะนิสัยการดำรงชีวิตของตัวละคร อันจะช่วยส่งผลให้เกิดภาวะหรือเหตุการณ์ที่นำไปสู่จุดหักเห หรือพลิกผันของโครงเรื่อง เราสามารถวิเคราะห์ตัวละครโดยพิจารณาลักษณะของตัวละครในด้านต่างๆ ได้เป็น 3 ด้าน กล่าวคือ

2.1 ด้านกายภาพ หมายถึงรูปลักษณ์ภายนอกของตัวละคร ซึ่งคือรูปร่างหน้าตา เพศ อายุ ความสูง กิริยาอาการของตัวละคร เป็นต้น

2.2 ด้านสังคม หมายถึงสถานภาพทางสังคมของตัวละคร ซึ่งอาจจะได้แก่อาชีพ ฐานะ ความเชื่อทางศาสนา ความเกี่ยวพันทางครอบครัว หรือเกี่ยวพันทางสังคมด้านอื่นๆ

2.3 ด้านจิตใจ หมายถึงลักษณะนิสัยใจคอ ภูมิหลังทางด้านจิตใจ ทศนคติ คุณธรรม ความปรารถนา ความเกลียด หรือความชอบ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้สร้างงานละครจะต้องวิเคราะห์จากส่วนต่างๆ ของบทละคร

โดย นพมาศ แวงหงส์ ได้เสนอวิธีการตีความตัวละครตัวหนึ่ง ซึ่งผู้สร้างอาจวิเคราะห์ผ่านทาง การนำเสนอ 4 ทาง ได้แก่

- 1) คำบรรยายของนักเขียน
- 2) คำพูดของตัวละคร
- 3) คำพูดของตัวละครตัวอื่น
- 4) การกระทำของตัวละคร (นพมาศ แวงหงส์. 2550: 20)

3. **ความคิด** หรือแก่นของเรื่อง หมายถึงความต้องการหลักของผู้ประพันธ์ หรือผู้สร้างงานละครที่ต้องการถ่ายทอดไปสู่ผู้ชม บทละครทุกเรื่องจะต้องมีความคิดแฝงอยู่ บทละครที่ดีมักจะทำให้ผู้ชมคิดต่อไปถึงความหมายที่จะนำไปใช้กับเรื่องอื่นๆ ในชีวิตประจำวัน

4. **ภาษา** หมายถึงสื่อที่แสดงให้เห็นโครงเรื่อง ตัวละคร และความคิดของเรื่อง การใช้ภาษาของละครอาจรวมไปถึงการใช้ภาษาท่าทาง (อวัจนภาษา)

5. **เสียง** เสียงในละครหมายถึงสิ่งที่คนดูได้ยินทั้งหมดระหว่างการดูละคร ทั้งนี้อาจแบ่งได้เป็น 3 ส่วน ได้แก่

- 5.1 เสียงที่นักแสดงพูด
- 5.2 เสียงเพลง และดนตรีประกอบ

### 5.3 เสียงประกอบอื่นๆ อันเกิดการเรียงราว

6. **ทัศนองค์ประกอบ** ในทางละครหมายถึงสิ่งที่ผู้ชมมองเห็นทั้งหมด รวมทั้ง ฉาก เครื่องแต่งกาย ตลอดจนองค์ประกอบทางศิลปะอื่นๆ อันจะทำให้ภาพของละครออกมาอย่างสมบูรณ์แบบ

#### นาฏการหลักของละคร (The “Spine” of the Play)

พฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ กล่าวว่า การค้นหานาฏการหลักของละครเรื่องนั้น นับเป็นสิ่งแรกที่สำคัญที่สุดของการสร้างสรรค์งานละคร (พฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ. 2539: 27)

เคลอแมน อ้างถึงใน พฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ กล่าวว่า “งานขั้นต้นของผู้กำกับการแสดง ก็คือ จะต้องค้นหาแรงจูงใจพื้นฐานของละคร หรือความขัดแย้งในโครงเรื่องของบทละคร ซึ่งจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยผู้กำกับการแสดงได้” เคลอแมนเรียนนาฏการและความขัดแย้งสำคัญว่าเป็น “The spine of the play” ซึ่งหมายถึงนาฏการหลักของเรื่อง (main action) ในการเตรียมตัวเพื่อการกำกับ ก็คือ ด้วยวิธีนี้จะช่วยให้ผู้กำกับการแสดงสามารถพัฒนาความคิดรวบยอดต่อไปได้ด้วย” (พฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ. 2539: 27)

นาฏการหลักของเรื่องจึงเป็นสิ่งที่ผู้สร้างสรรค์งานละครจำเป็นต้องคำนึงถึงในการวิเคราะห์โครงเรื่อง จะทำให้งานละครมีรูปร่างที่แน่นอน แต่ละครฉากจะมีเหตุและผลในการสร้างสรรค์งาน เคิร์ก (2004) อ้างถึงใน พฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ ได้เสนอสูตรสำหรับผู้กำกับการแสดงเพื่อวิเคราะห์บทละคร โดยอาศัยหลักสำคัญของนาฏการ ทั้งนี้สูตรได้ประกอบไปด้วย ดังนี้

1. ความขัดแย้งหลัก (Root conflict)
2. นาฏการหลัก (Root action)
3. จุดสุดยอดของเรื่อง (Climax)
4. เหตุการณ์กระตุ้น (Inciting incident)
5. จุดวิกฤติ (Crisis)
6. ความหายนะ (Catastrophe)
7. การคลี่คลายเรื่อง (Denouement) (พฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ. 2539: 27)

#### แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

อลงกรณ์ พลบุตร กล่าวว่า “Creative Economy คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ของคน วิถีชีวิต วัฒนธรรม และเทคโนโลยี เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ และนำไปสู่การสร้างเงิน สร้างงานให้กับประเทศ” (อลงกรณ์ พลบุตร. สัมภาษณ์)

อาภรณ์ ชีวะเกรียงไกร กล่าวถึงความหมายของคำว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge)

การศึกษา การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่” (อาภรณ์ ชีวะเกรียงไกร. สัมภาษณ์)

กล่าวโดยสรุป "เศรษฐกิจสร้างสรรค์" อาจเป็นแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ สำหรับขอบเขตในการวัดขนาดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย ได้ยึดตามรูปแบบของ UNCTAD เป็นกรอบ กระทรวงพาณิชย์ได้แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage of Cultural Heritage) ศิลปะ (Arts) สื่อ (Media) งานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) ซึ่งเป็นการกำหนดกรอบโดยกว้างเพื่อประโยชน์ในการวัดขนาดทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย และสะท้อนถึงความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย ข้อมูลสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กล่าวถึงมูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทยในปี 2545-2549 คิดเป็นร้อยละ 10-11 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (หรือประมาณร้อยละ 14-17 ของรายได้ประชาชาติ) โดยกลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) และกลุ่มสื่อ (Media) เป็นกลุ่มที่มีมูลค่าสูงสุด ซึ่งหากพิจารณาแยกรายสาขาย่อยจะพบว่าการออกแบบเป็นสาขาที่มีมูลค่าสูงที่สุด รองลงมา คือ สาขางานฝีมือและหัตถกรรม และสาขาแฟชั่น โดยทั้ง 3 สาขาที่มีมูลค่ารวมกันประมาณร้อยละ 9.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2553:2)

แนวคิด Creative Economy นั้น ได้รับการยอมรับจากหลายประเทศทั่วโลกในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จากข้อมูลกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยในปี ค.ศ.2005 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั่วโลกมีมูลค่าการส่งออกถึงกว่า 4 แสนล้านเหรียญสหรัฐหรือคิดเป็น 3.4 % ของมูลค่าการค้ารวมของโลก หลายประเทศนำวัฒนธรรมที่แตกต่างและเป็นเอกลักษณ์มาเป็นจุดขาย เช่น ประเทศอังกฤษ สหรัฐอเมริกา เยอรมัน ญี่ปุ่น จีน และเกาหลีใต้ เป็นต้น ซึ่งมีการสร้างมูลค่าจากพื้นฐานความรู้และวัฒนธรรมดั้งเดิมของประเทศ มาพัฒนาเป็นสินค้าและบริการ จึงสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไม่น้อยไปกว่าภาคอุตสาหกรรมหนักหรือภาคธุรกิจการเงินเช่น อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของอังกฤษมีมูลค่าถึง 7.3 % ของ GDP ซึ่งเป็น 2 เท่าของอุตสาหกรรมอื่น ๆ ในฐานะที่ประเทศไทยเป็นส่วนหนึ่งของสังคมโลกเราจึงมีความจำเป็นต้องปรับตัว และรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้มากกว่าที่เป็นเป็นอยู่ในปัจจุบัน

แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่อยู่บนพื้นฐานของความรู้ และนวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องได้ไม่สิ้นสุดนี้จึงจะเป็นความยั่งยืน ความสำเร็จของประเทศเพื่อนบ้านอย่างสิงคโปร์ ที่ไม่มีทรัพยากรธรรมชาติ แต่มีรายได้ต่อหัวของประชากรสูงในระดับ 37,597 ดอลลาร์ (ปี 2551) สูงในระดับต้นๆ ของโลก สิงคโปร์ได้พัฒนามาจากหมู่บ้านประมง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของประเทศมาเลเซียจนกลายมาเป็นศูนย์กลางการค้าและการเงินที่สำคัญของโลกแห่งหนึ่ง หรือประเทศฟินแลนด์ ซึ่งเป็นประเทศเล็กในทวีปยุโรปซึ่งเป็นแหล่งผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่โนเกีย ที่เป็นที่ยอมรับใช้อย่างกว้างขวางทั่วโลก และบริษัทโนเกีย นั้นพัฒนาการมาจากโรงงานผลิตกระดาษผลิตภัณฑจากยางไม้ และสายเคเบิล สิ่งนี้ทำให้เกิดการกระตุ้นให้ทั้งภาครัฐ เอกชนรวมถึงภาคการศึกษาหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศในเชิงแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

### ประเทศไทยกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย นับเป็นเจตนารมณ์ของรัฐบาลที่จะใช้ความคิดสร้างสรรค์ของคนชาติ และทุนวัฒนธรรมนำเศรษฐกิจสู่ก้าวสำคัญในคำแถลงนโยบายของรัฐบาลต่อรัฐสภา และวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 โดยได้ยึดตามรูปแบบของ UNCTAD เป็นกรอบ โดยแบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage of Cultural Heritage) ศิลปะ (Arts) สื่อ (Media) งานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) ซึ่งเป็นการกำหนดกรอบโดยกว้าง เพื่อประโยชน์ในการวัดขนาดทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย และสะท้อนถึงความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย จากข้อมูลกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทยในปี 2545-2549 คิดเป็นร้อยละ 10-11 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (หรือประมาณร้อยละ 14-17 ของรายได้ประชาชาติ) โดยกลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) และกลุ่มสื่อ (Media) เป็นกลุ่มที่มีมูลค่าสูงสุด โดยกายภาพประเทศไทยมีจุดแข็ง และมีศักยภาพในหลายอุตสาหกรรม เช่น บ้านเทิง ของขวัญ ของเล่น แฟชั่น ของใช้ในครัวเรือน ภัตตาคาร และการท่องเที่ยว เป็นต้น อุตสาหกรรมเหล่านี้ของไทยทำรายได้ให้กับประเทศอย่างมาก เช่น ร้านอาหารไทยในต่างประเทศและในประเทศไทย ปัจจุบันก็มีมูลค่ากว่า 3 แสนล้านบาท ของเล่น ทำรายได้ถึง 8,000 ล้านบาทต่อปี ของขวัญ ทำรายได้ถึง 104,000 ล้านบาทต่อปี สร้างงานถึงกว่า 800,000 คน ซึ่งหากได้รับการสนับสนุนที่เหมาะสม ก็เชื่อมั่นว่าจะสามารถขยายตัวได้อีกมาก (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. 2553: 3)

รัฐบาลได้จัดตั้งคณะกรรมการนโยบายทรัพย์สินทางปัญญาแห่งชาติ ได้ตั้งคณะกรรมการเศรษฐกิจสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ เป็นหน่วยปฏิบัติงานขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ

ประเทศ โดยทำหน้าที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ สร้างรายได้ สร้างงาน ให้กับประชาชนและประเทศต่อไป โดยมีอุตสาหกรรมเป้าหมายของโครงการไทยสร้างสรรค์ ไทยเข้มแข็ง หรือ ครีเอทีฟ ไทยแลนด์แบ่งเป็น 4 กลุ่ม 15 อุตสาหกรรม ได้แก่

1. กลุ่มวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เช่น งานฝีมือ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ธุรกิจอาหารไทย และการแพทย์แผนไทย
2. กลุ่มศิลปะ เช่น ศิลปะการแสดง ทัศนศิลป์
3. กลุ่มสื่อ เช่น ภาพยนตร์ สิ่งพิมพ์ กระจายเสียง เพลง
4. กลุ่มงานสร้างสรรค์เพื่อประโยชน์ใช้สอย เช่น ออกแบบ แฟชั่น สถาปัตยกรรม โฆษณา และซอฟต์แวร์

## แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

### ทฤษฎีการจูงใจ

ทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับการจูงใจของมาสโลว์ ได้ให้แนวคิดที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง คือทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's general theory of human motivation) เป็นทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ ของมนุษย์ โดยตั้งสมมติฐานว่า มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอไม่มีสิ้นสุด เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนอง หรือพึงพอใจอย่างหนึ่งอย่างใดแล้ว ความต้องการสิ่งอื่น ๆ ก็ จะเกิดขึ้นมาอีก ความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากต่ำสุดไปหาสูงสุด ซึ่ง แบ่งเป็น 5 ขั้นตอนที่เรียงไล่เรียงดังต่อไปนี้

1. ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการเบื้องต้นเพื่อ ความอยู่รอด เช่น ความต้องการในเรื่องอาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อน และความต้องการทางเพศ เป็นต้น ความต้องการทางด้านร่างกาย จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนก็ต่อเมื่อความต้องการทางด้านร่างกายยังไม่ได้รับการตอบสนองเลย
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety need) ถ้าหากความต้องการทางด้าน ร่างกาย ได้รับการตอบสนองตามสมควรแล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการสูงในขั้นต่อไป คือ ความต้องการทางด้านความปลอดภัยหรือความมั่นคงต่างๆ ความต้องการทางด้านความปลอดภัยจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการป้องกันเพื่อให้เกิดความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ ที่ เกิดขึ้นจากร่างกาย ความสูญเสียทางด้านเศรษฐกิจ
3. ความต้องการทางด้านสังคม ความรัก ความพอใจ (Belongingness and love needs) ภายหลังจากที่ตนได้รับการตอบสนองในสองขั้นดังกล่าวแล้ว ก็จะมีความต้องการ ที่สูงขึ้น คือ ความ

ต้องการทางด้านสังคม จะเริ่มเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรมของคน ความต้องการทางด้านนี้เป็นความต้องการเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกันและการได้รับการยอมรับ จากบุคคลอื่น และมีความรู้สึกที่ตนเองนั้นเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มทางสังคมอยู่เสมอ

4. ความต้องการชื่อเสียงยกย่อง (Self-esteem needs) ความต้องการขั้นต่อมาจะเป็นความต้องการที่ประกอบไปด้วยสิ่งต่าง ๆ คือ ความมั่นใจในตนเองในเรื่องความสามารถ ความรู้และความสำคัญในตัวของตัวเอง รวมตลอดทั้งความต้องการที่จะมีฐานะเด่นเป็นที่ ยอมรับของบุคคลอื่นหรืออยากให้บุคคลอื่นยกย่องสรรเสริญในความรับผิดชอบในหน้าที่ การงาน การดำรงตำแหน่งที่สำคัญในองค์การ

5. ความต้องการความสมหวังในชีวิต (Self-actualization needs) ความต้องการ สูงสุดของมนุษย์ คือ ความสำเร็จในชีวิตตามความนึกคิดหรือความคาดหวังความ ทะเยอทะยาน ความใฝ่ฝัน ภายหลังจากที่มนุษย์ได้รับการสนองความต้องการทั้ง 4 ขั้นอย่างครบถ้วนแล้ว ความต้องการในขั้นนี้จะเกิดขึ้นและมักจะเป็นความต้องการที่เป็น อิสระเฉพาะแต่ละคน ซึ่งต่างก็มีความนึกคิดใฝ่ฝันอยากที่จะประสบผลสำเร็จในสิ่งที่ตน คาดฝันไว้อย่างสูงส่งในทัศนะของตน (พยุงค์ศักดิ์ นามวรรณ. 2537: 53-54)

### ความพึงพอใจ

ความพึงพอใจหรือความพอใจ (Satisfaction) พจนานุกรมด้านจิตวิทยา Chaplin (อ้างถึงใน ธนพร ชุมวรฐายี) ได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึก ของผู้ที่มารับบริการต่อสถานบริการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับ บริการในสถานบริการนั้น นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ หลากหลาย เช่น ความพึงพอใจ คือทัศนคติในทางบวกของบุคคลจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ ทุกสิ่งที่เกี่ยวข้องเนื่องจากความต้องการด้านพื้นฐานของมนุษย์ ถ้าบุคคลได้รับความดีความชอบ มีผลเกี่ยวเนื่องจากความต้องการด้านพื้นฐานของมนุษย์จะเกิดความพึงพอใจมากขึ้น ทัศนคติและความพึงพอใจเป็นสิ่งที่สามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจ ในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบและแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเองสอดคล้อง กับ เชลเลย์ (อ้างถึงใน จิรวิทย์ เดชจรัสศรี) ที่ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับ ความพึงพอใจ ซึ่งสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้น แล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนั้นเป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่ระบอบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือ ความรู้สึกทางบวก



เพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนั้นมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ ส่วนความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบ ความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะ เกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์มักจะได้แก่ ทรัพยากร (Resources) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพอใจคือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้า แบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจ จะเกิดได้มากที่สุดใดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

ความพึงพอใจในความคิดของ ออสแคมป์ (อ้างถึงใน อมรรัตน์ เชาวลิต. 2541:57 – 58) มีความหมายอยู่ 3 นัยด้วยกันคือ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพการณ์ที่ผลการปฏิบัติจริงได้เป็นไปตามที่บุคคล คาดหวังไว้
2. ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความสำเร็จ ที่เป็นไปตามความต้องการ
3. ความพึงพอใจ หมายถึง การทำงานได้เป็นตาม หรือตอบสนองต่อคุณค่าของ บุคคล

ซึ่งจากความหมายทั้ง 3 นัยดังกล่าว ออสแคมป์เห็นว่าเป็นการนำไปสู่การพัฒนา ทฤษฎีว่าด้วยความพึงพอใจต้องาน 3 ทฤษฎีที่สำคัญคือ ตามความหมายนัยแรกอยู่ในกลุ่ม ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy theories) ตามความหมายที่สองอยู่ในกลุ่มทฤษฎีความต้องการ (Need theories) และตามความหมายนัยที่สามจัดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีคุณค่า (Value theories) นอกจากนี้ยังได้สรุปถึงปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจว่า มี 4 ปัจจัยที่ สำคัญ คือ 1) ตัวลักษณะงาน 2) เงื่อนไขเกี่ยวกับงาน 3) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และ 4) ความแตกต่างของแต่ละบุคคล (อมรรัตน์ เชาวลิต. 2541: 57–58)

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติ ทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อนั้นสามารถ ตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมี ความแตกต่างกันขึ้นกับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ

### ทฤษฎีความพึงพอใจต่อสื่อ

ทฤษฎีความพึงพอใจเป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้รับสาร โดยพยายามอธิบายว่ามนุษย์ใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของคนและสนองความต้องการของสังคมอย่างไร มีแนวคิดว่าผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับสารเพื่อสนองตอบความต้องการของตน

โดยเกิดจากระบบการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้สื่ออันมีพื้นฐานมาจากความต้องการพื้นฐาน 5 ประการของมาสโลว์

ความต้องการพื้นฐาน 5 ประการ หรือลำดับชั้นความต้องการ (Hierarchy of needs) ตามที่ มาสโลว์ (1970: 51-53) กล่าวไว้ ประกอบด้วย

1. ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นแรกของมนุษย์ เพื่อให้มีชีวิตอยู่รอดต่อไป เช่น ต้องการน้ำ อาหาร ที่อยู่อาศัย
2. ความต้องการด้านความปลอดภัยและมั่นคง (Safety and security Needs) เป็นความต้องการที่จะให้ตนเองปลอดภัยจากอันตรายจากสภาพแวดล้อมภายนอกและโรคภัยไข้เจ็บหลังจากที่มนุษย์ได้ความต้องการในขั้นแรกแล้ว จะเริ่มแสวงหาสถานที่ซึ่งให้ความปลอดภัยกับตนได้
3. ความต้องการทางสังคม (Social Need) หรือความต้องการความรักและความเป็นพวกเดียวกัน (Love and Belonginess Needs) มนุษย์เป็นสัตว์สังคม ต้องการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มเป็นสังคม ต้องการความรักความอบอุ่น การยอมรับ เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างสมบูรณ์
4. ความต้องการทางด้านเกียรติยศหรือการรู้จักคุณค่าของตน (Self-Esteem needs) เมื่อมนุษย์อยู่ร่วมกันเป็นสังคมแล้ว นอกจากการมีส่วนร่วมในสังคมแล้วยังต้องการให้ผู้อื่นยกย่องว่ามี ความรู้ความสามารถ มีคุณค่า ต้องการได้รับเกียรติยศชื่อเสียงและการยกย่องจากสังคม
5. ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization) เมื่อมนุษย์เข้ามารวมกลุ่มกันเป็นสังคมจะพยายามพัฒนาตนเองตลอดเวลา เพื่อให้สามารถประสบความสำเร็จในชีวิตตามที่ ตั้งเป้าหมายไว้

นอกจากความต้องการพื้นฐาน 5 ประการตามที่มาสโลว์กล่าวไว้แล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการที่จะสื่อสารกับเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ต้องการรู้ต้องการเห็น ต้องการแสวงหาระเบียบและเข้าใจ สภาวะแวดล้อมของตน ความต้องการที่จะรู้เป็นแรงผลักดันให้มนุษย์เรียนรู้จากการอยู่ภายในสังคม นอกจากนั้นแล้วมนุษย์แต่ละคนจะมีกระบวนการเรียนรู้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันในการหล่อ หลอมความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก และความต้องการ ในขณะเดียวกัน สภาพการณ์ต่าง ๆ ทางสังคม จะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลต้องเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่รอบตัว แนวการศึกษา (approach) ของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จึงเน้นถึงผู้รับสารหรือผู้ใช้สื่อ และใช้หลักหน้าที่ของ สื่อมวลชน (Functional Media) ศึกษาว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ และได้รับความพึงพอใจจากการตอบสนองของความต้องการนั้น ๆ

เบเกอร์ (1977) ได้สรุปความพึงพอใจจากสื่อในการตอบสนองของความต้องการไว้ว่า เพื่อความ สนุกสนาน เพื่อสนองลักษณะท่าทาง ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น สอนประสบการณ์สอนการอยู่ร่วมกัน ของสมาชิกในชุมชน สนองความพึงพอใจในการอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับข่าวสารต่าง ๆ การสร้าง

อารมณ์ต่าง ๆ ซึ่งทำให้เกิดการเลียนแบบ เป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อด้านความยุติธรรม สอนให้เกิดความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ ฯลฯ (อ้างถึงใน บุนผา แจ่มใส . 2546: 33)

เคท (1973) ได้ศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ เพื่ออธิบายการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจโดยอาศัยแนวการศึกษา (approach) ที่ว่าสภาพแวดล้อมทางสังคมและจิตวิทยา ทำให้เกิดความต้องการซึ่งทำให้มีความคาดหวังในสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ ซึ่งนำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชนหรือสื่ออื่นในรูปแบบต่าง ๆ กัน เป็นผลให้ได้รับความพึงพอใจตามความต้องการ และผลอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นตามมา (อ้างถึงใน ยุกพล เบ็ญจรงค์กิจ. 2534: 88)

กล่าวโดยได้สรุป บทบาทของสังคมในการกำหนดความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลไว้ว่า

1. บุคคลได้รับแรงกดดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคม ทำให้บุคคลต้องการผ่อนคลายแรงกดดันต่าง ๆ โดยการบริโภคสื่อมวลชน
2. สถานการณ์ทางสังคมเป็นตัวสร้างให้ปัจเจกบุคคลต้องตระหนักถึงปัญหา จึงมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ
3. โอกาสที่ปัจเจกบุคคลจะได้รับการตอบสนองของความพึงพอใจ ตามความต้องการจากสถานการณ์ทางสังคมมีน้อยมาก ดังนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นตัวเสริมหรือทดแทนบริการต่าง ๆ ที่ขาดหายไปจากสังคม
4. การบริโภคข่าวสารจากสื่อ ทำให้สอดคล้องกับค่านิยมการเป็นสมาชิก และการเสริมย้ำความเชื่อของสังคม
5. สถานการณ์ทางสังคมจัดขอบเขตของความคาดหวัง ความคล้ายคลึงกัน การเปิดรับสื่อมวลชนจึงเป็นตัวสนับสนุนการเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมของกลุ่มในสังคม

นอกจากนั้นสถานการณ์ทางสังคม และจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป และความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละบุคคลคาดหวังหรือคาดคะเนสื่อแต่ละประเภทที่จะสนองตอบความพอใจได้ต่างกันออกไป ลักษณะการใช้สื่อของบุคคลจึงแตกต่างกันออกไป ความพอใจที่จะได้รับจากสื่อจึงแตกต่างกันออกไปด้วย

### งานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยของ กัณทิมา บัวเอี่ยม (2545) เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2545” พบว่าจำนวนผู้ชมภาพยนตร์ เป็นเพศหญิง ซึ่งส่วนมากมีอายุในระหว่าง 20-30 ปี เป็นนักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมาณพล มากกว่าอยู่ในต่างจังหวัด โดย

ส่วนใหญ่ชอบชมภาพยนตร์แนวตลกขบขัน และชอบชมภาพยนตร์อเมริกา ญี่ปุ่น และเกาหลีตามลำดับ ส่วนในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะชมทั้งภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศ โดยมีความถี่ในการชม 2-3 ครั้งต่อเดือน จุดประสงค์หลักของการชมภาพยนตร์ก็เพื่อต้องการความบันเทิง พบว่าเทคนิคการถ่ายทำ ความยิ่งใหญ่ของภาพยนตร์ ดารานำแสดง บทประพันธ์ เพลงประกอบภาพยนตร์ ต่างก็ส่งผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์ ซึ่งมักพบในภาพยนตร์ต่างประเทศมากกว่าภาพยนตร์ไทย นอกจากนี้ในด้านปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่และภาพยนตร์ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์อย่างมาก

จากงานวิจัยของ โนริยูกิ ชูซูกิ และฟิรียา หวังโกคาลกุล (University of the Ryukyus. Japan) เรื่อง กระบวนการ “JAPANIZATION” ในสังคมไทย: การบริโภคนิยมวัฒนธรรมญี่ปุ่นและผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคชาวไทย พบว่าการเริ่มต้นเป็นจุดเริ่มต้นในการรู้จักและชื่นชอบวัฒนธรรมญี่ปุ่น โดยได้สัมผัสและบริโภคสินค้าวัฒนธรรมญี่ปุ่นในรูปแบบที่หลากหลาย กลุ่มคนเหล่านี้ไม่คิดว่าวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่รับเข้ามาปรับใช้ให้เข้ากับสไตล์ของตนเองนั้น จะส่งผลในด้านลบ ญี่ปุ่นนับเป็นประเทศแรกๆ ในเอเชียที่ประสบผลสำเร็จทางเศรษฐกิจในการขายสินค้าทางวัฒนธรรม โดยแฝงไปกับงานประเภทยอดนิยมอย่างภาพยนตร์

จากงานวิจัยของ เสริมสุข วงศ์วิวัฒน์ (2551) เรื่อง “ความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกันใน ภาพยนตร์ฮอลลีวูด” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดในโรง ภาพยนตร์ในช่วงหนึ่งเดือนที่ผ่านมา เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20-22 ปี มีระดับรายได้ 3,001-4,000 บาทต่อเดือนโดยเฉลี่ย พฤติกรรมการเปิดรับวัฒนธรรมอเมริกันจากภาพยนตร์ฮอลลีวูด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดเพื่อความบันเทิงและเป็นการสันทนการยามว่าง ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเชิงลบต่อการครอบงำของวัฒนธรรมอเมริกันไปทั่วโลก และเห็นว่าภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมการครอบงำทางวัฒนธรรม

จากงานวิจัยของ นัยนา แยมสาขา (2540) เรื่อง นโยบายการส่งเสริมภาพยนตร์ของรัฐบาลไทย พบว่านับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันรัฐบาลได้ใช้ภาพยนตร์ทั้งในแง่บันเทิงเหตุการณ์โฆษณาเผยแพร่ อุดมการณ์ นโยบายกิจกรรมของรัฐบาล และประชาสัมพันธ์ผลงานของหน่วยงานของรัฐ แต่เพราะการ ผลิตภาพยนตร์มีข้อจำกัดมากทั้งที่ต้องใช้งบประมาณมาก ใช้ เวลาการผลิตค่อนข้างนาน รัฐบาล และหน่วยงานของรัฐจึงหันไปให้ใช้สื่ออื่น ๆ มากกว่า แต่ยังคงควบคุมการผลิตภาพยนตร์ที่กลายเป็น ธุรกิจในมือเอกชนผ่านกรอบที่กฎหมายบัญญัติไว้ มีการตั้งคณะกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์มาเป็น เวลานาน แต่ก็ยังมีอาจส่งเสริมผลักดันให้กิจการภาพยนตร์ไทยเป็น อุตสาหกรรมได้ตามเป้าประสงค์ เจ้าหน้าที่ของรัฐบาลศักยภาพ ขาดแคลนทั้งบุคลากรงบประมาณ

หน่วยงานดำเนินการที่เหมาะสม รวมถึงรัฐบาลขาดความต่อเนื่องและ ไม่มีวิสัยทัศน์ในการสานต่อสืบ ทอดนโยบายและมาตรการ

จากงานวิจัยของ **ปิยบุษ ประศาสน์กุล (2544)** เรื่อง **ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับ สาร รสนิยมและพฤติกรรม การแต่งกาย ของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร** พบว่าวัยรุ่นในเขต กรุงเทพฯ เปิดรับและมีพฤติกรรมเลียนแบบการแต่งกายจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือนิตยสาร เพื่อน และอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ โดยเปิดรับสื่อโทรทัศน์ สัปดาห์ละ 5 - 7 วัน โยมากเป็นรายการเพลง และคอนเสิร์ต บุคคลที่กลุ่มตัวอย่างปรึกษาเกี่ยวกับการแต่งกายมากที่สุด คือ เพื่อน เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกแต่งกายคือ ต้องการตามแฟชั่นหรือสมัยนิยม มีปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกเครื่อง แต่งกายคือ ราคา และรูปแบบ

จากงานวิจัยของ **วิภารัตน์ พันธุ์ฤทธิดำ (2542)** เรื่อง **อิทธิพลของวัฒนธรรม ต่างประเทศที่มีต่ออัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีดนตรีญี่ปุ่น** พบว่า สื่อและเพื่อนมี อิทธิพลทำให้วัยรุ่นเสพดนตรีญี่ปุ่น โดยผ่านการบริโภคทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือ นิตยสาร รวมทั้งสื่อ อินเทอร์เน็ต โดยมีพฤติกรรมสร้าง และแสวงหาความโดดเด่น กับพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปิน ส่วนมากต้องการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นไปจากเพื่อนกลุ่มอื่นๆ ที่ไม่เสพดนตรีญี่ปุ่น ผู้ศึกษา ได้ศึกษาดนตรีญี่ปุ่นซึ่งถูกจัดเป็นเพียงวัฒนธรรมย่อยหนึ่งในสังคม หากแต่วัฒนธรรมของวัยรุ่นในสมัย ปัจจุบันมักแสวงหาความแปลกใหม่ที่แตกต่างจากวัฒนธรรมกระแสหลัก วัยรุ่นจึงฟังดนตรีญี่ปุ่นที่เป็น วัฒนธรรมย่อยหนึ่งของสังคมในฐานะวัฒนธรรมกระแสหลักของกลุ่ม โดยแสดงออกถึงความเป็นตัวตน โดยมีการชุมนุม และทำกิจกรรมร่วมกันในทุกๆ วันหยุด และทุกปีวัยรุ่นจะร่วมกันจัดงานคอนเสิร์ต รวม คนนิยมดนตรีญี่ปุ่นแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มผ่านเรือนร่างด้วยการแต่งกายเลียนแบบนักร้อง ดนตรีญี่ปุ่น ซึ่งบ่งบอก "ความเป็นตัวตน" ของวัยรุ่น และความเป็นตัวตนของวัยรุ่นก็เลื่อนไหลไปได้ตาม บริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

จากงานวิจัยของ **มาลิน ธราวิจิตรกุล (2551)** เรื่อง **การวิเคราะห์การเล่าเรื่องใน ภาพยนตร์แนวรักของเกาหลี / An Analysis of the narrative in Korean romance films** ของ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ภาพยนตร์เกาหลีแนวรักมักให้ความรู้สึกที่ดึงดูดผู้ชมให้เรียนรู้ถึงการ ใช้ ชีวิตที่เรียบง่ายตามแบบฉบับของชีวิตเกาหลี โดยมากมักเป็นเรื่องราวของการพลัดพลาและสูญเสีย สร้างความสะเทือนใจผ่านความแตกต่างระหว่างเพศชายและหญิง ซึ่งใช้ความรักเป็นส่วนเติมเต็มกัน และกัน ภาพยนตร์ยังให้เห็นความผูกพันของครอบครัว มิตรภาพในหมู่เพื่อน

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ภาพยนตร์ชุดเกาหลี : กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงบูรณาการ กล่าวคือใช้วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยจะอธิบายถึงการกำหนดประชากร การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัย ในครั้งนี้

1. วิธีการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. วิธีการวิจัย

แนวทางในการจัดทำเก็บข้อมูลจากผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลี : กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้ วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงบูรณาการ กล่าวคือใช้หลักการวิจัยเชิงปริมาณ ในขั้นตอนแรก และใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งดำเนินการจัดเก็บข้อมูล โดยการสำรวจและจัดเก็บข้อมูล ผู้ที่ชมภาพยนตร์เกาหลี ซึ่งมีระเบียบวิธีการสำรวจทั้งในด้านการวางแผนการสุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดตัวอย่าง การเลือกตัวอย่าง ตลอดจนวิธีการสำรวจที่เป็นแบบแผนตามหลักสถิติ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### ระเบียบวิธีการสำรวจ

เนื่องจากความจำกัดด้านระยะเวลา และงบประมาณของการศึกษาภาพยนตร์ชุดเกาหลี : กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย นี้จะใช้วิธีการสำรวจด้วยวิธีสุ่มตัวอย่าง จากข้อมูลสำมะโนประชากร ปี พ.ศ.2543 แทนวิธีการสำมะโน (census) ทั้งนี้เพราะการสำมะโนมีต้นทุนสูงกว่าการสำรวจมาก ในขณะที่หากใช้วิธีการสำรวจ จำนวนตัวอย่างหรืองบประมาณที่ต้องใช้ในการสำรวจจะลดลงอย่างมาก

#### 1. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรและตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 ส่วนกล่าวคือ กลุ่มภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่นำมาศึกษา และ กลุ่มผู้บริโภคภาพยนตร์ชุดเกาหลี

### 1.1 กลุ่มภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่นำมาศึกษา

กลุ่มตัวอย่างภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่นำมาวิเคราะห์ ได้จากภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เข้ามาเผยแพร่ทางในโทรทัศน์สถานีหลักของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2543-2552 จำนวน 213 เรื่อง นำมาหาข้อมูลความนิยมสูงสุด โดยแบ่งแยกตามประเภทของภาพยนตร์ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling)

### 1.2 กลุ่มผู้บริโภคภาพยนตร์ชุดเกาหลี

การวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความคิดเห็นจากกลุ่มผู้บริโภคภาพยนตร์ชุด หรือละครเกาหลีของผู้ชมในประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็น โดยการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว

## 2. ประชากร

ประชากร คือ ผู้ที่มีสัญชาติไทยและอาศัยอยู่ในประเทศไทย ที่มีอายุระหว่าง 15 – 60 ปี จำนวน 40,743,232 คน จำแนกประชากรตามสำมะโนประชากร ปี พ.ศ.2543 แบ่งตามสัดส่วนของอายุและเพศในแต่ละภาคดังตาราง 1

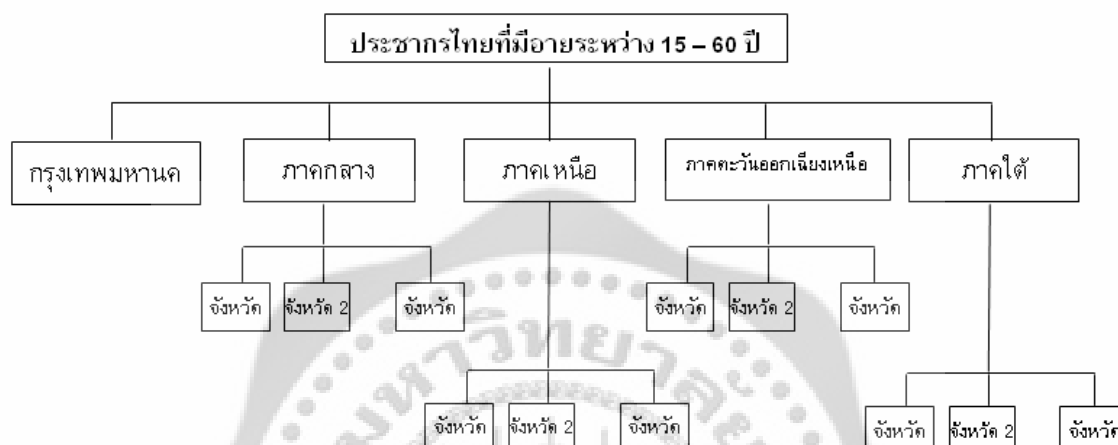
ตาราง 1 แสดงจำนวนประชากรที่มีอายุระหว่าง 15 – 60 ปี ตามสำมะโนประชากร ปี พ.ศ.2543

ภาค	รวม	ร้อยละ	ชาย	ร้อยละ	หญิง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	4,250,562	10	2,005,757	5	2,245,478	6
ภาคกลาง	9,507,869	23	4,634,903	11	4,873,218	12
ภาคเหนือ	7,646,866	19	3,772,606	9	3,874,084	10
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	13,928,727	34	6,903,755	17	7,024,381	17
ภาคใต้	5,409,208	13	2,672,696	7	2,736,353	7
				49	20,753,51	
<b>ยอดรวมทั้งประเทศ</b>	<b>40,743,232</b>	<b>100</b>	<b>19,989,717</b>		<b>5</b>	<b>51</b>

ที่มา: ข้อมูลสำมะโนประชากร ปี พ.ศ.2543 ณ วันที่ 4 มกราคม 2554 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

### 3. แผนการสุ่มตัวอย่าง

แผนการสุ่มตัวอย่างในที่นี้เลือกวิธีสุ่มตัวอย่างแบบ Stratified Two-Stage Sampling โดยแบ่งประชากรไทยที่มีอายุระหว่าง 15 – 60 ปี ออกเป็น 5 สตราตัม โดยให้ภาคเป็นสตราตัมตามการแบ่งของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ตามภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 การแบ่งภูมิภาคของประเทศไทยออกเป็น 5 สตราตัมตามสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

หลังจากนั้นในแต่ละสตราตัมจะแบ่งออกเป็นสตราตัมย่อย โดยให้จังหวัดเป็นสตราตัม (จำนวน  $n$  สตราตัม โดยคำนวณจากการเรียงลำดับจำนวนประชากรในแต่ละจังหวัดของแต่ละภาคจากมากไปน้อย แล้วคิดเป็นร้อยละของแต่ละจังหวัดตามภาคต่างๆ โดยจะเลือกจังหวัดที่มีค่าร้อยละรวมกันเท่ากับหรือใกล้เคียงกับร้อยละ 50 มากที่สุด) ยกเว้นกรุงเทพฯ ตามตาราง 2 ดังนี้



ตาราง 2 ประชากรไทยที่มีอายุระหว่าง 15 - 60 ปี เรียงตามร้อยละจากมากไปหาน้อย ร้อยละ 50 แรก

จังหวัด	ประชากร	ร้อยละ
<b>ยอดรวม</b>	<b>40,743,232</b>	<b>100</b>
<b>กรุงเทพมหานคร</b>	<b>4,250,562</b>	<b>100</b>
<b>ภาคกลาง</b>	<b>9,507,869</b>	
ชลบุรี	696,170	7
สมุทรปราการ	687,834	7
สุพรรณบุรี	572,491	6
นนทบุรี	546,182	6
นครปฐม	545,185	6
ราชบุรี	529,196	6
ลพบุรี	498,623	5
กาญจนบุรี	491,191	5
พระนครศรีอยุธยา	486,431	5
<b>ภาคเหนือ</b>	<b>7,646,866</b>	
เชียงใหม่	1,003,342	13
เชียงราย	755,587	10
นครสวรรค์	729,287	10
เพชรบูรณ์	645,953	8
พิษณุโลก	530,173	7
ลำปาง	523,133	7
<b>ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</b>	<b>13,928,727</b>	
นครราชสีมา	1,709,724	12
ขอนแก่น	1,159,387	8
อุบลราชธานี	1,131,300	8
บุรีรัมย์	998,815	7
อุดรธานี	981,291	7
ศรีสะเกษ	940,052	7

ตาราง 2 (ต่อ)

จังหวัด	ประชากร	ร้อยละ
ภาคใต้	5,409,208	
นครศรีธรรมราช	1,016,507	19
สงขลา	839,834	16
สุราษฎร์ธานี	581,494	11
นราธิวาส	443,005	8

การเก็บข้อมูลของผู้วิจัยจะเก็บเฉพาะภายในกรุงเทพฯ เท่านั้น ดังนั้นตัวอย่างที่ผู้วิจัยศึกษาจะต้องเป็นตัวแทนจากจังหวัดในแต่ละภาคที่ผู้วิจัยได้ระบุมาแล้วข้างต้น โดยผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่สำหรับเก็บข้อมูล ได้แก่ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ สถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (สายเหนือ สายตะวันออก และสายใต้) สถานีรถไฟหัวลำโพง และท่ารถตู้อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ซึ่งเป็นพื้นที่สำคัญที่มีประชากรไทยสัญจรหนาแน่นทุกวัน

ในการสุ่มตัวอย่างขั้นที่ 1 (Primary Sampling Unit: PSU) จะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อเลือกวันที่จะเก็บข้อมูล โดยใช้วิธีการจับสลาก ซึ่งผู้วิจัยจะกำหนดวันที่จะเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท คือ วันทำงาน ได้แก่ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ และวันหยุด ได้แก่ วันเสาร์และวันอาทิตย์ โดยกำหนดให้จับสลากเป็นจำนวนร้อยละ 50 ของแต่ละประเภท ซึ่งจะต้องจับสลากได้วันทำงาน 3 วัน จาก 5 วัน และ ต้อง จับสลากได้วันทำงาน 1 วัน จาก 2 วัน รวมทั้ง 2 ประเภท จะได้ 4 วัน โดยผลจากการจับสลากวันทำงาน 3 วัน ได้วันจันทร์ วันพุธ และวันศุกร์ ส่วนวันหยุด จับสลากได้วันอาทิตย์ ตามลำดับ โดยเก็บข้อมูลตามพื้นที่ที่กำหนดทั้ง 6 พื้นที่ ดังนั้น ผู้วิจัยจะต้องเก็บข้อมูลทุกพื้นที่รวมทั้งหมด 24 วัน

ในการสุ่มตัวอย่างขั้นที่ 2 (Secondary Sampling Unit: SSU) จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ตามสัดส่วนของประชากรในแต่ละภาค และแต่ละจังหวัดที่ถูกเลือก โดยผู้วิจัยได้กำหนดคุณลักษณะของประชากรที่ศึกษา เพื่อเป็นคำถามคัดกรองสำหรับคัดเลือกผู้ที่เหมาะสมในการวิจัย โดยจะเริ่มต้นจากการสอบถามประชากรในแต่ละพื้นที่ที่ได้กำหนดไว้ในขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างขั้นที่ 1 ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่เจาะจง แล้วจึงคัดกรองตัวอย่างตามกระบวนการ ซึ่งจะต้องมีรายละเอียดตามเงื่อนไข ดังนี้

1. จะต้องเป็นประชากรไทย
2. จะต้องเป็นประชากรตามจังหวัดที่กำหนด

3. จะต้องเป็นผู้ที่เคยชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ครั้งล่าสุดไม่เกิน 3 เดือน
4. จะต้องเป็นผู้ที่เคยชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ โดยเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 4 เรื่อง ต่อปี
5. ผู้ที่เคยชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ จะต้องมีอายุระหว่าง 15 – 60 ปี  
เมื่อได้หน่วยตัวอย่างแล้ว หลังจากนั้นจึงทำการสัมภาษณ์ผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ผู้วิจัยกำหนดที่ตกเป็นตัวอย่าง (เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 10 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง วันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554)

#### 4. ขนาดของตัวอย่าง

ขนาดของตัวอย่าง คือ จำนวนผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ผู้วิจัยกำหนดในแต่ละสตราตัม ซึ่งในที่นี้จะใช้ข้อมูลจำนวนประชากรที่มีอายุระหว่าง 15 – 60 ปี จากสำมะโนประชากรปี 2543 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) อย่างไรก็ตาม ข้อมูลสำมะโนประชากรมีการจัดทำทุก 10 ปี ณ ปีที่ผู้วิจัยศึกษาเป็นช่วงที่มีการจัดเก็บข้อมูลสำมะโนประชากรครั้งใหม่ (ปีพ.ศ.2553) แต่ข้อมูลยังจัดทำไม่เสร็จสมบูรณ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องอ้างอิงกับสำมะโนประชากรใน 2543 แทนสำหรับการเลือกประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

คำนวณขนาดตัวอย่างเมื่อทราบขนาดประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตรของ W.G.Cochran (Cochran, W.G. 1977: 75) ดังนี้

$$n = \frac{NZ^2 pq}{NE^2 + Z^2 pq}$$

เมื่อ n แทน จำนวนหน่วยตัวอย่าง

N แทน ขนาดประชากรเท่ากับ 40,743,232 คน

p แทน ค่าสัดส่วนของประชากร

q แทน 1 – p

Z แทน ค่าของเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ (1 -  $\alpha$ ) 100 ของการแจกแจงปกติ และ Z = 1.96  
เมื่อกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95%

E แทน ความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.05

เนื่องจากไม่ทราบสัดส่วนประชากร ( $P$ ) ดังนั้น จะต้องใช้ค่าสัดส่วนตัวอย่าง ( $p$ ) โดยที่  $0 \leq p, q \leq 1$  ดังนั้น  $pq$  จะมีค่าสูงสุด เมื่อ  $p = 0.5$  และ  $q = 0.5$  ซึ่งทำให้  $pq = 0.25$

การคำนวณ

$$n = \frac{(40,743,232) (1.96)^2 (0.25)}{(40,743,232)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.25)}$$

$$n = 384.16$$

$$n \sim 384 \text{ คน}$$

ตาราง 3 สัดส่วนของขนาดตัวอย่างของประชากรไทยที่มีอายุระหว่าง 15 - 60 ปี เรียงตามร้อยละจากมากไปหาน้อย ร้อยละ 50 แรก

จังหวัด	ประชากร (รวมร้อยละ 50 แรก)	ตัวอย่าง		
		ชาย	หญิง	รวม
<b>ยอดรวม</b>	40,743,232	188	196	384
กรุงเทพมหานคร	4,250,562	20	20	40
<b>ภาคกลาง</b>	9,507,869 (5,053,302)	44	46	90
ชลบุรี	696,170	6	6	12
สมุทรปราการ	687,834	6	6	12
สุพรรณบุรี	572,491	5	5	10
นนทบุรี	546,182	5	5	10
นครปฐม	545,185	5	5	10
ราชบุรี	529,196	5	5	9
ลพบุรี	498,623	4	5	9
กาญจนบุรี	491,191	4	4	9
พระนครศรีอยุธยา	486,431	4	4	9
<b>ภาคเหนือ</b>	7,646,866 (4,187,475)	35	37	72
เชียงใหม่	1,003,342	8	9	17
เชียงราย	755,587	6	7	13
นครสวรรค์	729,287	6	6	13

ตาราง 3 (ต่อ)

จังหวัด	ประชากร (รวมร้อยละ 50 แรก)	ตัวอย่าง		
เพชรบูรณ์	645,953	5	6	11
พิษณุโลก	530,173	4	5	9
ลำปาง	523,133	4	5	9
<b>ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</b>	<b>13,928,727 (6,920,569)</b>	<b>64</b>	<b>67</b>	<b>131</b>
นครราชสีมา	1,709,724	16	17	32
ขอนแก่น	1,159,387	11	11	22
อุบลราชธานี	1,131,300	11	11	21
บุรีรัมย์	998,815	9	10	19
อุดรธานี	981,291	9	9	19
ศรีสะเกษ	940,052	9	9	18
<b>ภาคใต้</b>	<b>5,409,208 (2,880,841)</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>51</b>
นครศรีธรรมราช	1,016,507	9	9	18
สงขลา	839,834	7	8	15
สุราษฎร์ธานี	581,494	5	5	10
นราธิวาส	443,005	4	4	8

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงบูรณาการ กล่าวคือใช้หลักการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ

**การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)** เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ชุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องผ่านการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่ 1 ก่อน แล้วจึงทำการเก็บข้อมูลในแบบสอบถามชุดที่ 2 โดยแบบสอบถามทั้ง 2 มีรายละเอียดดังนี้

ชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามเพื่อคัดกรองผู้ที่มีคุณสมบัติตามงานวิจัย เรื่อง ภาพยนตร์เกาหลี: กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย เพื่อเป็นการกำหนดเงื่อนไขของผู้ที่มีคุณสมบัติสำหรับการเก็บข้อมูลของผู้วิจัยที่เป็นไปตามกระบวนการสุ่มตัวอย่างข้างต้น โดยสถานที่

สัมภาษณ์ คือ จังหวัดกรุงเทพฯ ได้แก่ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ สถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (สายเหนือ – หมอชิตใหม่) สถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (สายตะวันออก – เอกมัย) สถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (สายใต้ – บรมราชชนนีสายใต้ใหม่) สถานีรถไฟหัวลำโพง และท่ารถตู้ขนส่งผู้โดยสารวิชัยสมรภูมิ ซึ่งมีเกณฑ์ของการคัดกรองประกอบไปด้วย

1. จะต้องเป็นประชากรไทย
2. จะต้องเป็นประชากรตามจังหวัดที่กำหนด
3. จะต้องเป็นผู้ที่เคยชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ครั้งล่าสุดไม่เกิน 3 เดือน
4. จะต้องเป็นผู้ที่เคยชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ โดยเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 4

เรื่อง ต่อปี

5. ผู้ที่เคยชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ จะต้องมียุทธระหว่าง 15 – 60 ปี โดยผู้ตอบแบบสอบถามชุดที่ 1 จะต้องมีคุณลักษณะตรงตามเงื่อนไขที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ทั้ง

5 ข้อ

ชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามตามแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามในเรื่องเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับ

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
5. อาชีพ
6. สถานภาพสมรส

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลี รวมทั้งสิ้น 9 ข้อ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ตั้งแต่เริ่มจนจบที่เรื่อง การชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ที่เรื่อง/สัปดาห์ การชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในช่วงเวลาใด หลักเกณฑ์ในการเลือกรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ความชื่นชอบในภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ประเภทของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทาง

โทรทัศน์ที่ชื่นชอบมากที่สุด และเรียงลำดับ 3 อันดับแรกของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่ชื่นชอบแบ่งตามประเภทของภาพยนตร์ ได้แก่ ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์/อดีตชีวิต/ประวัติศาสตร์ ภาพยนตร์ชีวิต/ Drama และ ภาพยนตร์รักโรแมนติก/ Romantic Comedy

ภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่นำมาวิเคราะห์ ได้จากภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เข้ามาเผยแพร่ทางโทรทัศน์สถานีหลักของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2543-2552 จำนวน 213 เรื่อง นำมาหาข้อมูลความนิยมสูงสุด โดยแบ่งแยกตามประเภทของภาพยนตร์

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย รวมทั้งสิ้น 10 ข้อ โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert's Scale แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ โดยที่

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยที่สุด	=	1	คะแนน

### ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารบทความ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย เพื่อให้ได้ตัวแปรที่จะศึกษา และใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาสร้างแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่ออาจารย์ประธานกรรมการที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและเสนอแนะเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไข
4. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อแนะนำ และนำเสนอต่ออาจารย์ประธานกรรมการที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งเพื่อให้สมบูรณ์ก่อนการนำไปทดสอบความเชื่อมั่น

### การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามฉบับร่างไปทำการทดสอบกับกลุ่มทดลองจำนวน 30 ชุด หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการทดลองมาลงรหัสในเครื่องคอมพิวเตอร์

เพื่อคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามและทำการวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์สำหรับนำไปใช้กับประชากรที่ทำการวิจัยซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามชุดนี้เท่ากับ 0.945

### การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้วิจัยได้ใช้หลักทฤษฎีในการวิเคราะห์ดังนี้

1. ทฤษฎีการสร้างงาน ซึ่งแบ่งเป็น โครงเรื่อง (Plot) ตัวละคร (Character) ความคิดหรือแก่นเรื่อง (Thought) ภาษา (Diction) ดนตรี (Music) และภาพหรือองค์ประกอบ (Spectacle)
2. ทฤษฎีการวางโครงเรื่องของ *John W. Kirk* ซึ่งประกอบไปด้วย ดังนี้
  - 2.1 ความขัดแย้งหลัก (Root conflict)
  - 2.2 นาฏการหลัก (Root action)
  - 2.3 จุดสุดยอดของเรื่อง (Climax)
  - 2.4 เหตุการณ์กระตุ้น (Inciting incident)
  - 2.5 จุดวิกฤติ (Crisis)
  - 2.6 ความหายนะ (Catastrophe)
  - 2.7 การคลี่คลายเรื่อง (Denouement)
3. ทฤษฎีระบบโครงสร้างละคร Well-made play ของ *Alvin Goldfarb* ซึ่งประกอบไปด้วย ดังนี้
  - 3.1 ทุกสิ่งทุกอย่างในเรื่องต้องอธิบายได้ในเรื่องเหตุและผลได้
  - 3.2 การปูพื้นเรื่องจะอยู่ในช่วงแรก (Early exposition)
  - 3.3 ความลับหลักของเรื่องจะเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการสร้างจุดวิกฤติหลักของเรื่อง
  - 3.4 มีการใช้อุปายต่าง ๆ ในเรื่อง ซึ่งส่วนมากจะเกี่ยวเนื่องกับอุปกรณ์ประกอบการแสดง (Prop) ซึ่งซ่อนความลับของเรื่องไว้
  - 3.5 โครงสร้างของเรื่องจะเป็นโครงเรื่องที่เน้นจุดสุดยอดในแต่ละตอน และถูกจัดวางให้ผู้ชมพยายามเดาเหตุการณ์และนึกถึงความลับหลักของเรื่อง
  - 3.6 มีฉากที่ตัวเอกและฝ่ายปรปักษ์จะต้องเผชิญหน้ากัน ซึ่งเป็นฉากที่เปิดเผยความลับของเรื่อง



### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยจากกระบวนการสุ่มตัวอย่างข้างต้น จำนวน 384 คน หลังจากนั้นผู้วิจัยแบบสอบถามทั้งหมดนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลในแบบสอบถามทุกฉบับ พบว่าแบบสอบถามมีข้อมูลครบถ้วนทุกฉบับ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่างๆ เช่น หนังสือ ตำรา วิทยานิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าอิสระ และเอกสารวิชาการ เพื่อให้เนื้อหาที่ศึกษามีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ตามหลักทางสถิติ เพื่อให้ได้ผลของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย รวมถึงข้อมูลของการรับชมอื่นๆ

ขั้นตอนที่ 2 นำภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่ได้รับความนิยมจากขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์ตามหลักทฤษฎีการสร้างงาน (ซึ่งนำผลจาก 2 อันดับแรกของเหตุผลที่ผู้บริโภคนิยมภาพยนตร์ชุดเกาหลี)

#### ขั้นตอนที่ 1 : การวิเคราะห์ทางสถิติ

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว จึงได้นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้ และทำการวิเคราะห์ค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ในการวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (frequencies) และค่าร้อยละ (percentage) แล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง

ส่วนที่ 2 ในการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลี ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (frequencies) และค่าร้อยละ (percentage) แล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดย

กำหนดค่าเฉลี่ยระดับคะแนนความพึงพอใจในงานเป็น 5 ระดับโดยคำนวณ แล้วนำมาจัดช่วงคะแนน ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงระดับคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ระดับความพึงพอใจตามขนาดของช่วงระดับคะแนน เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) หรือสถิติเชิงทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม และใช้สถิติ F-test (One-Way ANOVA) ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้โดยมีสมมติฐานคือ

ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีคุณลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพสมรส แตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย แตกต่างกัน โดยกำหนดช่วงความเชื่อมั่นอยู่ที่ร้อยละ 95 และในกรณีที่ผลการวิจัยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบระดับความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้สถิติ Least-Significant Different (LSD)

## ขั้นตอนที่ 2 : วิเคราะห์ตามทฤษฎีการสร้างงาน

ผู้วิจัยได้ใช้หลักทฤษฎีการสร้างงานโดยแบ่งโครงสร้างเป็น 6 ส่วน ได้แก่ โครงเรื่อง (Plot) ตัวละคร (Character) ความคิดหรือแก่นเรื่อง (Thought) ภาษา (Diction) ดนตรี (Music) และทัศนองค์ประกอบ (Spectacle) โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาในส่วนที่มีความถี่สูงสุดจากการวิจัยในขั้นต้น 2 ส่วน



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ภาพยนตร์ชุดเกาหลี: กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณการ กล่าวคือใช้วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์เป็น 2 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 ผลวิเคราะห์ตามหลักทางสถิติ เพื่อให้ได้ผลของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย รวมถึงข้อมูลของการรับชมอื่นๆ

ขั้นตอนที่ 2 ผลวิเคราะห์ตามหลักทฤษฎีการสร้างงาน (ซึ่งนำผลจาก 2 อันดับแรกของเหตุผลที่ผู้บริโภคนิยมภาพยนตร์ชุดเกาหลี) โดยนำมาจากภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่ได้รับความนิยมจากขั้นตอนทางสถิติ

#### ผลการศึกษาระดับขั้นตอนที่ 1: การวิเคราะห์ตามหลักสถิติ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ที่ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีในประเทศไทย โดยวิธีการสำรวจด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างจากข้อมูลสำมะโนประชากร ปี พ.ศ.2543 แทนวิธีการสำมะโน (Census) ทั้งนี้ เพราะการสำมะโนมีต้นทุนสูงกว่าการสำรวจมาก ในขณะที่หากใช้วิธีการสำรวจ จำนวนตัวอย่างหรืองบประมาณที่ต้องใช้ในการสำรวจจะลดลงอย่างมาก ซึ่งในที่นี้จะใช้ข้อมูลจำนวนประชากรที่มีอายุระหว่าง 15 – 60 ปี จากสำมะโนประชากรปี 2543 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) โดยได้ขนาดตัวอย่าง เท่ากับ 384 คน หลังจากนั้นทำการตรวจแบบสอบถาม จำนวน 384 ชุด โดยนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลในแบบสอบถามทุกฉบับ พบว่า แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ครบถ้วนทุกฉบับ โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่รวบรวมได้ สามารถจำแนกออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีของผู้ตอบ แบบสอบถาม

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพ

ตาราง 4 แสดงค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	188	49.0
	หญิง	196	51.0
รวม		<b>384</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวอย่าง โดยจำแนกตามเพศ พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 และเพศชาย จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 28.46 ปี และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 9.50 ปี

	ช่วงอายุ	ความถี่	ร้อยละ
อายุ	15-27	205	53.39
	28-36	114	29.69
	37-45	39	10.16
	46-60	26	6.77
รวม		<b>384</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 5 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-27 ปี มีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 205 คน คิดเป็นร้อยละ 53.39 โดยช่วงอายุระหว่าง 28-36, 37-45 และ 46-60 ปี มีความถี่เท่ากับ 114, 39 และ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 29.69, 10.16 และ 6.77 ตามลำดับ พบว่าอายุ 15-27 ปี เป็นกลุ่มที่มีรับชมภาพยนตร์เกาหลีมากที่สุด และกลุ่มอายุ 46-60 ปี เป็นกลุ่มที่น้อยที่สุด

ตาราง 6 แสดงค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความถี่	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา/เทียบเท่า	142	36.98
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	213	55.47
ปริญญาโท	25	6.51
ปริญญาเอก	4	1.04
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 6 พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรี/เทียบเท่า มีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 213 คน คิดเป็นร้อยละ 55.47 โดยมีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา/เทียบเท่า, ปริญญาโท และปริญญาเอกมีความถี่เท่ากับ 142, 25 และ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 36.98, 6.51 และ 1.04 ตามลำดับ พบว่ากลุ่มผู้ชมระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีความถี่สูงสุด และกลุ่มผู้ชมระดับปริญญาเอกเป็นกลุ่มที่สนใจน้อยที่สุด

ตาราง 7 แสดงค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความถี่	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
(บาท)		
ไม่มีรายได้	91	23.70
ไม่เกิน 10,000 บาท	106	27.60
10,001-20,000 บาท	83	21.61
20,001-30,000 บาท	42	10.94
30,001-40,000 บาท	18	4.69
40,000 บาทขึ้นไป	44	11.46
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 7 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุด คือ มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีจำนวนความถี่ เท่ากับ 106 คน คิดเป็นร้อยละ 27.60 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประเภทไม่มีรายได้, 10,001-20,000 บาท, 40,000 บาทขึ้นไป, 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท มีจำนวนความถี่เท่ากับ 91, 83, 44, 42 และ 18 คิดเป็นร้อยละ 23.70, 21.61, 11.46, 4.69 ตามลำดับ พบว่า ผู้มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ต่อเดือน เป็นกลุ่มที่มีความถี่สูงสุด และกลุ่มที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท เป็นกลุ่มที่สนใจน้อยที่สุด

ตาราง 8 แสดงค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ความถี่	ร้อยละ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	100	26.04
	พนักงานเอกชน	180	46.88
	ธุรกิจส่วนตัว	14	3.65
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานรัฐ	80	20.83
	รับจ้าง	7	1.82
	อื่นๆ	3	0.78
	<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 8 พบว่า อาชีพพนักงานเอกชน มีจำนวนความถี่สูงสุด เท่ากับ 180 คิดเป็นร้อยละ 46.88 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา, ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานรัฐ, พนักงานเอกชน, ธุรกิจส่วนตัว, รับจ้าง และอื่นๆ มีจำนวนความถี่เท่ากับ 100, 80, 14, 7 และ 3 คิดเป็นร้อยละ 26.04, 20.83, 3.65, 1.82 และ 0.78 ตามลำดับ พบว่ากลุ่มอาชีพพนักงานเอกชนเป็นกลุ่มที่มีความถี่สูงสุด และกลุ่มอาชีพอื่นๆ มีความถี่น้อยที่สุด

ตาราง 9 แสดงค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส		ความถี่	ร้อยละ
สถานภาพ	โสด	320	83.33
	สมรส	59	15.36
	หย่าร้าง / หม้าย	5	1.30
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.0</b>	

จากตาราง 9 พบว่า สถานภาพ โสด มีจำนวนความถี่สูงสุด เท่ากับ 320 คิดเป็นร้อยละ 83.33 และสถานภาพสมรส, หย่าร้าง/ หม้าย มีจำนวนความถี่เท่ากับ 59, 5 คน คิดเป็นร้อยละ 15.36 และ 1.30 ตามลำดับ พบว่ากลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีสถานภาพโสด โดยอยู่ที่ร้อยละ 83.33 และน้อยที่สุดในกลุ่มสถานภาพหย่าร้าง และหม้าย

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

1. ท่านเคยรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ตั้งแต่เริ่มจนจบกี่เรื่อง
2. ท่านรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ กี่เรื่อง/สัปดาห์
3. ท่านรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในช่วงเวลาใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
4. ท่านมีเกณฑ์ในการเลือกรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
5. ท่านชื่นชอบสิ่งใดในภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
6. ประเภทของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)
7. เรียงลำดับความชื่นชอบตามประเภทของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์
  - 7.1 ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์/อดีตชีวิตประวัติ
  - 7.2 ภาพยนตร์ชีวิต/ Drama
  - 7.3 ภาพยนตร์รักโรแมนติก/ Romantic Comedy

ตาราง 10 แสดงค่าความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ตั้งแต่เริ่มจนจบ

การรับชมตั้งแต่เริ่มจนจบเรื่อง	ความถี่	ร้อยละ
รับชม 4-6 เรื่อง	120	31.25
7-9 เรื่อง	149	38.80
10-12 เรื่อง	59	15.36
13-15 เรื่อง	27	7.03
16-20 เรื่อง	11	2.86
มากกว่า 20 เรื่อง	18	4.69
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 10 พบว่า ตัวอย่างเคยรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบเรื่อง จำนวน 7-9 เรื่อง มีจำนวนความถี่สูงสุด เท่ากับ 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 รองลงมา คือ มีจำนวน 4-6 เรื่อง, 10-12 เรื่อง, 13-15 เรื่อง, มากกว่า 20 เรื่อง และ 16-20 เรื่อง มีจำนวนความถี่เท่ากับ 120, 59, 27, 18 และ 11 คิดเป็นร้อยละ 31.25, 15.36, 7.03, 4.69 และ 2.86 ตามลำดับ



ตาราง 11 แสดงค่าความถี่และร้อยละของจำนวนการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ต่อสัปดาห์

จำนวนการรับชม/สัปดาห์		ความถี่	ร้อยละ
จำนวน	1-2 เรื่อง	296	77.08
	2-5 เรื่อง	76	19.79
	มากกว่า 5 เรื่อง	12	3.13
<b>รวม</b>		<b>384</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 11 พบว่า ตัวอย่างรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์เป็น จำนวน 1-2 เรื่อง/สัปดาห์ มีจำนวนความถี่สูงสุด เท่ากับ 296 คิดเป็นร้อยละ 77.08 และจำนวน 2-5 เรื่องและมากกว่า 5 เรื่อง มีจำนวนความถี่เท่ากับ 76 และ 12 คิดเป็นร้อยละ 19.79 และ 3.13 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงค่าความถี่และร้อยละของช่วงเวลาในการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์

ช่วงเวลาในการรับชม		ความถี่	ร้อยละ
ช่วงเวลา	6.00-10.00 น.	106	27.60
	10.00-14.00 น.	227	59.11
	14.00-18.00 น.	59	15.36
	18.00-22.00 น.	253	65.89
	22.00- 2.00 น.	49	12.76
	2.00- 6.00 น.	10	2.60

จากตาราง 12 พบว่า ช่วงเวลาที่ตัวอย่างรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ คือ ช่วงเวลา 18.00-22.00 น. มีจำนวนความถี่สูงสุด เท่ากับ 253 คิดเป็นร้อยละ 65.89 ช่วงเวลา 10.00-14.00 น., 6.00-10.00 น., 14.00-18.00 น., 22.00-2.00 น. และ 2.00-6.00 น. มีจำนวนความถี่เท่ากับ 227, 106, 59, 49 และ 10 คิดเป็นร้อยละ 59.11 , 27.60, 15.36, 12.76 และ 2.60 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงค่าความถี่และร้อยละของเกณฑ์ในการเลือกรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ของตัวอย่าง

เกณฑ์ในการเลือกรับชม		ความถี่	ร้อยละ
เกณฑ์	ดูทุกเรื่องที่เข้าฉาย	18	4.69
	ดูเฉพาะที่มีนักแสดงที่ชื่นชอบ	178	46.35
	ดูเฉพาะเรื่องที่มีเนื้อหาน่าสนใจ	221	57.55
	ดูเฉพาะเรื่องที่เป็นที่นิยม/มีคนมาชกชวณ	141	36.72
	ดูเฉพาะเรื่องที่ฉายในช่วงเวลาว่าง	124	32.29
	อื่นๆ	6	1.56

จากตาราง 13 พบว่า ตัวอย่างมีเกณฑ์การรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ คือ ดูเฉพาะเรื่องที่มีเนื้อหาน่าสนใจ มีจำนวนความถี่สูงสุด เท่ากับ 221 คิดเป็นร้อยละ 57.55 ส่วนเกณฑ์ ดูเฉพาะที่มีนักแสดงที่ชื่นชอบ, ดูเฉพาะเรื่องที่เป็นที่นิยม/มีคนมาชกชวณ, ดูเฉพาะเรื่องที่ฉายในช่วงเวลาว่าง, ดูทุกเรื่องที่เข้าฉาย และอื่นๆ มีจำนวนความถี่เท่ากับ 178, 141, 124, 18 และ 6 คิดเป็นร้อยละ 46.35, 36.72, 32.29, 4.69 และ 1.56 ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงค่าความถี่และร้อยละของความชื่นชอบในภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ของตัวอย่าง

ความชื่นชอบ	ความถี่	ร้อยละ	
ชื่นชอบ	บุคลิกและความสามารถของนักแสดง	183	47.66
	ภาษา และท่าทางที่ใช้ในการสื่อสาร	145	37.76
	แก่นความคิดในการนำเสนอ	180	46.88
	ทัศนองค์ประกอบ (ฉาก สถานที่ถ่ายทำ เครื่องแต่งกาย แสง)	197	51.30
	เพลง และดนตรีประกอบในเรื่อง	195	50.78
	การวางโครงเรื่อง	256	66.67
	เป็นภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยม/ไม่ตกยุค	98	25.52
	อื่นๆ	8	2.08

จากตาราง 14 พบว่า ตัวอย่างมีความชื่นชอบเทคนิคในการวางโครงเรื่อง มีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 256 คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ ทัศนองค์ประกอบ (ฉาก สถานที่ถ่ายทำ เครื่องแต่งกาย แสง), เพลง และดนตรีประกอบในเรื่อง, บุคลิกและความสามารถของนักแสดง, แก่นความคิดในการนำเสนอ, ภาษา และท่าทางที่ใช้ในการสื่อสาร, เป็นภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยม/ไม่ตกยุค และอื่นๆ โดยมีจำนวนความถี่เท่ากับ 197, 195, 183, 180, 145, 98 และ 8 คิดเป็นร้อยละ 51.30, 50.78, 47.66, 46.88, 37.76, 25.52 และ 2.08 ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงค่าความถี่และร้อยละของประเภทภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ที่ตัวอย่างชื่นชอบ

ประเภทภาพยนตร์ที่ชื่นชอบ		ความถี่	ร้อยละ
ประเภท	ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์/อัตชีวประวัติ	96	25.00
	ภาพยนตร์รักโรแมนติก / Romantic Comedy	232	60.42
	ภาพยนตร์ชีวิต / Drama	56	14.58
	<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 15 พบว่า ประเภทภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ที่ตัวอย่างชื่นชอบมากที่สุดคือ ภาพยนตร์ประเภทรักโรแมนติก/Romantic Comedy มีจำนวนความถี่สูงสุด เท่ากับ 232 คน คิดเป็นร้อยละ 60.42 รองลงมาคือ ประเภทภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์/อัตชีวประวัติ และภาพยนตร์ชีวิต/Drama มีจำนวนความถี่เท่ากับ 96 และ 56 คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ 14.58 ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปผลการสำรวจในประเภทภาพยนตร์ต่างๆ ได้ดังนี้ (จากตารางภาคผนวก ข ตาราง 1-3)

**ประเภทภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ / อัตชีวประวัติ** มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 384 คน เรื่อง Dae Jang guem (จอมนางแห่งวังหลวง) เป็นภาพยนตร์ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับชมมากที่สุด จำนวน 114.33 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 29.77

เรื่อง Ju Mong (จูมง..มหาวีรบุรุษกู้บัลลังก์) จำนวน 94.50 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 24.61 และเรื่อง The legendary Doctor Hur Jun (คนดีที่โลกรอ หมอโฮจุน) จำนวน 79.50 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 20.70

พบว่า ตัวอย่างขึ้นชอบภาพยนตร์เรื่อง Dae Jang guem (จอมนางแห่งวังหลวง) มากที่สุด โดยภาพยนตร์ที่ขึ้นชอบรองลงมา คือ เรื่อง Ju Mong (จูมง..มหาวีรบุรุษกู้บัลลังก์) เรื่อง The legendary Doctor Hur Jun (คนดีที่โลกรอ หมอโฮจุน) ตามลำดับ



ภาพประกอบ 3 ภาพแสดงภาพยนตร์ชุดประเภทอิงประวัติศาสตร์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 ลำดับแรก

**ประเภทภาพยนตร์รักโรแมนติก / Romantic Comedy** มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 384 คน โดยเรื่อง Coffee prince (รักหนุ่มรวยของเจ้าชายกาแฟ) เป็นภาพยนตร์ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามเลือกชมมากที่สุด จำนวน 111.17 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 28.95

เรื่อง Full house (สะอูดรักที่ปักใจ) จำนวน 96.67 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 25.17 และ เรื่อง Princess hour (เจ้าหญิงหนุ่มรวยกับเจ้าชายเย็นชา) จำนวน 72.83 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 18.97 พบว่า ตัวอย่างขึ้นชอบภาพยนตร์เรื่อง Coffee prince (รักหนุ่มรวยของเจ้าชายกาแฟ) มากที่สุด รองลงมา คือ เรื่อง Full house (สะอูดรักที่ปักใจ) และ Princess Hour (เจ้าหญิงหนุ่มรวยกับเจ้าชายเย็นชา) ตามลำดับ



ภาพประกอบ 4 ภาพแสดงภาพยนตร์ชุดประเภทรักโรแมนติกที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 ลำดับแรก

**ประเภทภาพยนตร์ชีวิต / Drama** มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 384 คน โดย  
เรื่อง Autumn in my heart (รักนี้ชั่วนิรันดร์) เป็นภาพยนตร์ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับชมมากที่สุด  
จำนวน 103.67 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 27.00

เรื่อง Winter love song (เพลงรักในสายลมหนาว) จำนวน 98.00 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 25.52  
และ เรื่อง Love in Harvard (กฎหมายรักฉบับฮาร์วาร์ด) จำนวน 67.33 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 17.53  
พบว่า กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบภาพยนตร์เรื่อง Autumn in my heart (รักนี้ชั่วนิรันดร์) มากที่สุด และเรื่อง  
Winter love song (เพลงรักในสายลมหนาว), Love in Harvard(กฎหมายรักฉบับฮาร์วาร์ด) รองลงมา  
ตามลำดับ





ภาพประกอบ 5 ภาพแสดงภาพยนตร์ชุดประเภทชีวิตที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 ลำดับแรก

### ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีของผู้ตอบแบบสอบถาม

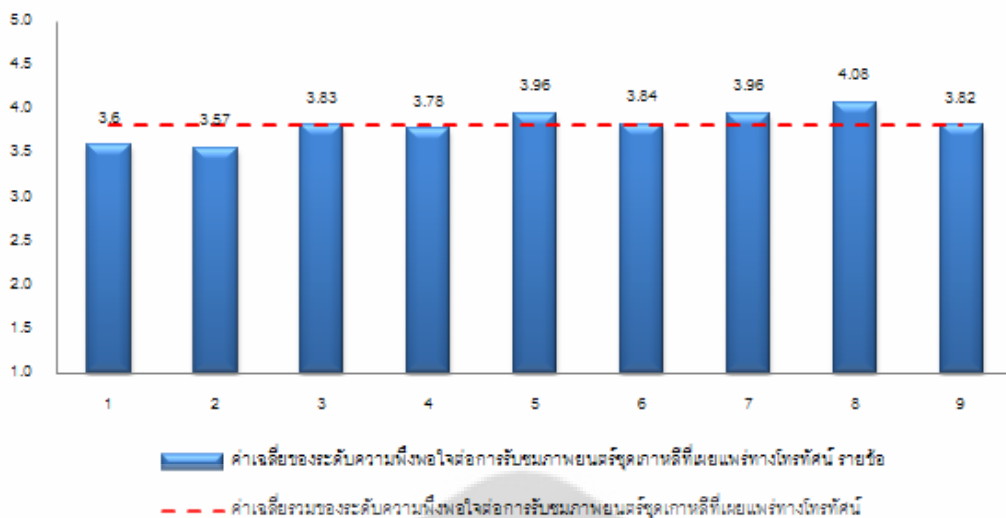
ตาราง 16 แสดงค่าระดับความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์

ความชื่นชอบต่อการรับชม ภาพยนตร์ชุดเกาหลี	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	อันดับ (Rank)
1. พึงพอใจต่อภาพยนตร์ชุดจาก ประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	384	1	5	3.60	0.796	
2. พึงพอใจต่อความหลากหลายของ ภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่ เผยแพร่ทางโทรทัศน์	384	1	5	3.57	0.866	8
3. พึงพอใจต่อบุคลิก/ความสามารถ ของนักแสดงในภาพยนตร์ชุดจาก ประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	384	1	5	3.83	0.878	5
4. พึงพอใจต่อเพลง/ภาษาและท่าทาง ที่ใช้ในการสื่อสารในภาพยนตร์ชุดจาก ประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	384	1	5	3.78	1.006	7

ตาราง 16 (ต่อ)

ความชื่นชอบต่อการรับชม ภาพยนตร์ชุดเกาหลี	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	อันดับ (Rank)
5. ฟังพอใจต่อเนื้อหาสาระที่สอดแทรก ในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่ เผยแพร่ทางโทรทัศน์	384	1	5	3.96	0.953	2
6. ฟังพอใจต่อเครื่องแต่งกายของ นักแสดงในภาพยนตร์ชุดจากประเทศ เกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	384	1	5	3.84	0.953	4
7. ฟังพอใจต่อฉากและสถานที่ในการ ถ่ายทำในภาพยนตร์ชุดจากประเทศ เกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	384	1	5	3.96	0.907	3
8. ฟังพอใจต่อเนื้อเรื่องและบทของ ภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่ เผยแพร่ทางโทรทัศน์	384	1	5	4.08	0.886	1
9. ฟังพอใจต่อความทันสมัยและได้รับ ความนิยมของภาพยนตร์ชุดจาก ประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	384	1	5	3.82	0.996	6
<b>ภาพรวม</b>	384	1	5	3.83	0.916	

### ความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์



ภาพประกอบ 6 ภาพแสดงค่าระดับความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ รายข้อ

จากตาราง 16 และภาพประกอบ 6 พบว่า ค่าระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก และมี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.916 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

อันดับที่ 1 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อเนื้อเรื่อง และบทของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.886

อันดับที่ 2 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อเนื้อหาสาระที่สอดแทรกในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.953

อันดับที่ 3 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อฉากและสถานที่ในการถ่ายทำในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.907

อันดับที่ 4 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายของนักแสดงในภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.953

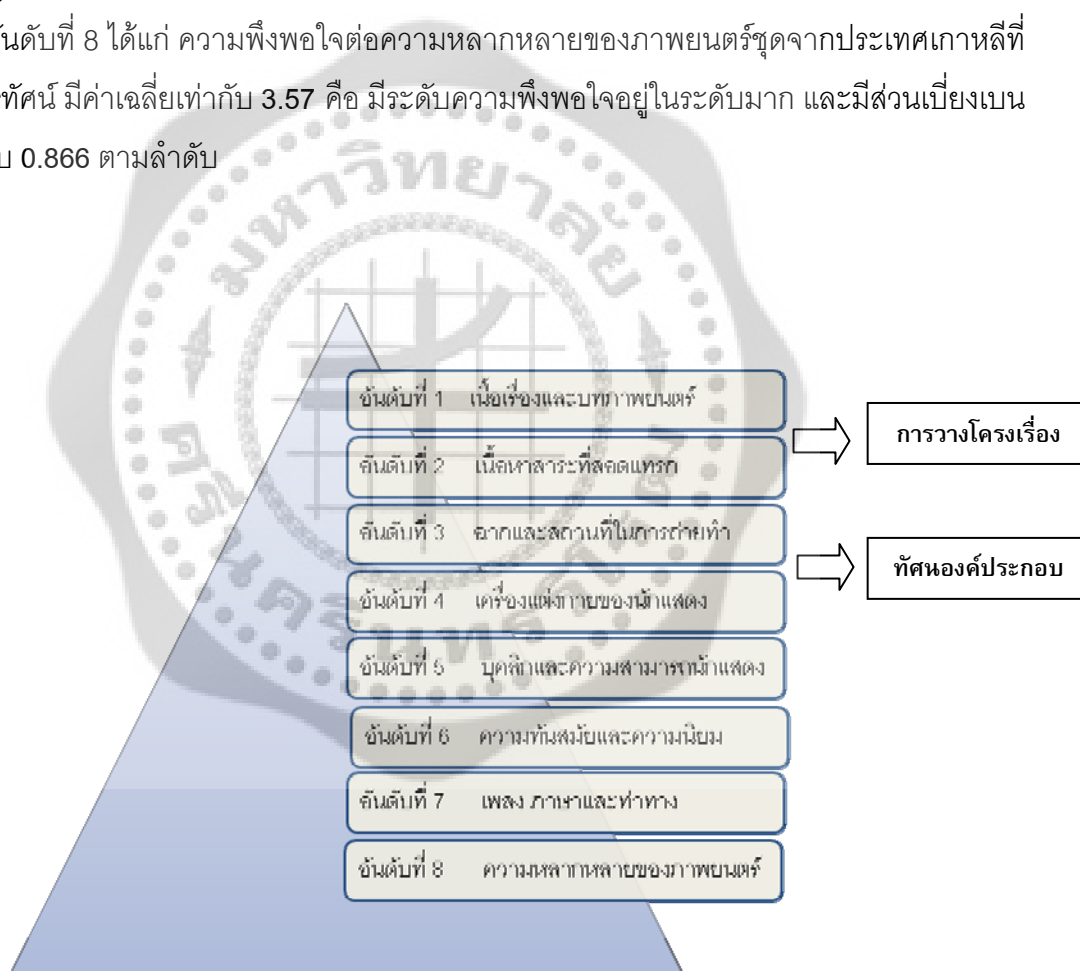


อันดับที่ 5 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อบุคลิก/ความสามารถของนักแสดงในภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.878

อันดับที่ 6 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อความทันสมัยและได้รับความนิยมของภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.996

อันดับที่ 7 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อเพลง/ภาษาและท่าทางที่ใช้ในการสื่อสารในภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.006

และอันดับที่ 8 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อความหลากหลายของภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.866 ตามลำดับ



ภาพประกอบ 7 ไดอะแกรมแสดงค่าระดับความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์

ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพสมรส

ตาราง 17 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล - เพศ

n = 384

ระดับของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย	ระดับความพึงพอใจ				t
	เพศชาย		เพศหญิง		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. พึงพอใจต่อภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	3.46	0.713	3.74	0.807	2.041*
2. พึงพอใจต่อความหลากหลายของภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	3.37	0.852	3.77	0.869	2.712*
3. พึงพอใจต่อบุคลิก/ความสามารถของนักแสดงในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	3.80	0.838	3.86	0.879	1.638
4. พึงพอใจต่อเพลง/ภาษาและท่าทางที่ใช้ในการสื่อสารในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	3.58	0.985	3.98	1.021	2.937*
5. พึงพอใจต่อเนื้อหาละเอียดที่สอดแทรกในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	3.87	0.901	4.05	0.987	2.841*
6. พึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายของนักแสดงในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	3.81	0.943	3.86	0.951	1.573
7. พึงพอใจต่อฉากและสถานที่ในการถ่ายทำในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	3.90	0.897	4.02	0.923	2.823*
8. พึงพอใจต่อเนื้อเรื่องและบทของภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	4.01	0.881	4.15	0.889	2.837*

ตาราง 17 (ต่อ)

n = 384

ระดับของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย	ระดับความพึงพอใจ				t
	เพศชาย		เพศหญิง		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
9. พึงพอใจต่อความทันสมัยและได้รับความนิยมของภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์	3.82	0.986	3.86	0.996	1.373
ภาพรวม	3.74	0.888	3.92	0.925	2.308*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทยมากกว่าเพศชาย

และเมื่อวิเคราะห์ในรายข้อจำแนกตามอายุ ทั้ง 9 ข้อ พบว่า เพศของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่แตกต่างกัน มีผลให้ระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย โดยเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทยมากกว่าเพศชาย ทั้งหมด 6 ข้อ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนข้ออื่นๆ ไม่แตกต่าง ได้แก่

ข้อที่ 1 พึงพอใจต่อภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์

ข้อที่ 2 พึงพอใจต่อความหลากหลายของภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์

ข้อที่ 4 พึงพอใจต่อเพลง/ภาษาและท่าทางที่ใช้ในการสื่อสารในภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์

ข้อที่ 5 พึงพอใจต่อเนื้อหาสาระที่สอดแทรกในภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์

ข้อที่ 7 พึงพอใจต่อฉากและสถานที่ในการถ่ายทำในภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์

ข้อที่ 8 พึงพอใจต่อเนื้อเรื่องและบทของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์

ตาราง 18 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล – อายุ

n = 384

ระดับของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย	อายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วน	F	Sig.
			เบี่ยงเบนมาตรฐาน		
ภาพรวม	15-27 ปี	4.23	0.503	4.635	0.004*
	28-36 ปี	4.11	0.488		
	37-45 ปี	3.89	0.915		
	46-60 ปี	3.1	0.955		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีต่อระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ในตาราง 4.16

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอายุแตกต่างกันกับระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม

อายุ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	1	2	3	4
15-27 ปี	1	4.23	-	0.12	0.34	1.13*
28-36 ปี	2	4.11		-	0.22	1.01*
37-45 ปี	3	3.89			-	0.79*
46-60 ปี	4	3.10				-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม จำแนกอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลี มีระดับความพึงพอใจ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่

1. ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอายุ 15 - 27 ปี กับ ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอายุ 46 - 60 ปี
2. ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอายุ 28 - 36 ปี กับ ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอายุ 46 - 60 ปี
3. ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอายุ 37 - 45 ปี กับ ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอายุ 46 - 60 ปี

ซึ่งผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอายุ 15 - 27 ปี 28 - 36 ปี และ 37 - 45 ปี มีระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม มากกว่า ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอายุ 46 - 60 ปี ตามลำดับ

ตาราง 20 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล -ระดับการศึกษา

n = 384

ระดับของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วน	F	Sig.
			เบี่ยงเบนมาตรฐาน		
ภาพรวม	มัธยมศึกษา	4.07	0.567	3.355	0.038*
	ปริญญาตรี	4.23	0.459		
	ปริญญาโท	3.71	0.615		
	ปริญญาเอก	3.31	0.853		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีต่อระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ในตาราง 21

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม

อายุ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	1	2	3	4
ปริญญาตรี	1	4.13	-	0.06	0.32	0.82*
มัธยมศึกษา	2	4.07		-	0.26	0.76*
ปริญญาโท	3	3.81			-	0.50*
ปริญญาเอก	4	3.31				-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม จำแนกระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลี มีระดับความพึงพอใจ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่

1. ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กับ ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก
2. ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา กับ ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก
3. ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท กับ ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก

ซึ่งผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มัธยมศึกษา และ ปริญญาโท มีระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม มากกว่า ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก ตามลำดับ

ตาราง 22 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล – รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

n = 384

ระดับของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ภาพรวม	ไม่มีรายได้	3.82	0.657	1.903	0.153
	ไม่เกิน 10,000 บาท	3.94	0.459		
	10,001-20,000 บาท	3.90	0.567		
	20,001-30,000 บาท	3.69	0.872		
	30,001-40,000 บาท	3.88	0.615		
	40,000 บาทขึ้นไป	3.74	0.853		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีต่อระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 23 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล – อาชีพ

n = 384

ระดับของผู้ชมภาพยนตร์ชุด เกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ในประเทศไทย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน	F	Sig.
			เบี่ยงเบน มาตรฐาน		
ภาพรวม	นักเรียน/นักศึกษา	4.32	0.423	6.071	0.003*
	พนักงานเอกชน	4.10	0.471		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.63	0.697		
	ข้าราชการ/พนักงาน	3.79	0.722		
	รัฐวิสาหกิจ/พนักงานรัฐ				
	รับจ้าง	3.57	0.933		
	อื่นๆ	3.56	0.919		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีต่อระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ในตาราง 24



ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพแตกต่างกันกับระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	1	2	3	4	5	6
นักเรียน/นักศึกษา	1	4.32	-	0.22	0.53*	0.69*	0.75*	0.76*
พนักงานเอกชน	2	4.10		-	0.31	0.47	0.53*	0.54*
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ พนักงานรัฐ	3	3.79			-	0.16	0.22	0.23
ธุรกิจส่วนตัว	4	3.63				-	0.06	0.07
รับจ้าง	5	3.57					-	0.01
อื่นๆ	6	3.56						-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม จำแนกอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีมีระดับความพึงพอใจ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 6 คู่ ได้แก่

1. ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานรัฐ
2. ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว
3. ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพรับจ้าง
4. ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพอื่นๆ
5. ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพพนักงานเอกชน กับ ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพรับจ้าง
6. ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพพนักงานเอกชนกับ ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพอื่นๆ

ซึ่งผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวมมากกว่า ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานรัฐ อาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพรับจ้าง และอาชีพอื่นๆ ตามลำดับ

และผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพพนักงานเอกชน มีระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวมมากกว่า ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพรับจ้าง และอาชีพอื่นๆ ตามลำดับ

ตาราง 25 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล – สถานภาพสมรส

n = 384

ระดับของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย	รายได้เฉลี่ย		ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
	ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย			
ภาพรวม	โสด	4.02	0.658	1.191	0.315
	สมรส	3.82	0.646		
	หย่าร้าง / หม้าย	3.65	0.888		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีต่อระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยได้ทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลต่อความพึงพอใจ ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพสมรส แตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวมแตกต่างกัน

ตาราง 26 แสดงผลสรุปการทดสอบปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพสมรส กับระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม

ตัวแปรอิสระ	ความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม	
ปัจจัยส่วนบุคคล	1. เพศ	✓
	2. อายุ	✓
	3. ระดับการศึกษา	✓
	4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
	5. อาชีพ	✓
	6. สถานภาพสมรส	

✓ หมายถึง มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ส่วนปัจจัยข้ออื่นๆไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย

และเมื่อผู้วิจัยได้นำปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมซีรีส์เกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย มาวิเคราะห์ในประเด็นของประเภทของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ และความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตาราง 27 แสดงประเภทของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย		ประเภทภาพยนตร์ที่ชื่นชอบ			
		ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์/ อัตชีวประวัติ	ภาพยนตร์รักโรแมนติก / Comedy	ภาพยนตร์ชีวิต / Drama	รวม
		ความถี่ (ร้อยละ)	ความถี่ (ร้อยละ)	ความถี่ (ร้อยละ)	ความถี่ (ร้อยละ)
เพศ	ชาย (188 คน)	53 (13.8)	109 (28.4)	24 (6.3)	186 (48.4)
	หญิง (196 คน)	43 (11.2)	123 (32)	32 (8.3)	198 (51.6)
อายุ	15-27 ปี (205 คน)	19 (4.9)	161 (41.9)	25 (6.5)	205 (53.4)
	28-36 ปี (114 คน)	39 (10.2)	59 (15.4)	16 (4.2)	114 (29.7)
	37-46 ปี (39 คน)	20 (5.2)	9 (2.3)	10 (2.6)	39 (10.2)
	46-60 ปี (26 คน)	18 (4.7)	3 (0.8)	5 (1.3)	26 (6.8)
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษา (142 คน)	29 (7.6)	97 (25.3)	16 (4.2)	142 (37)
	ปริญญาตรี (213 คน)	57 (14.8)	124 (32.3)	32 (8.3)	213 (55.5)
	ปริญญาโท (25 คน)	8 (2.1)	10 (2.6)	7 (1.8)	25 (6.5)
	ปริญญาเอก (4 คน)	2 (0.5)	1 (0.3)	1 (0.3)	4 (1)
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา (100 คน)	31 (8.1)	63 (16.4)	6 (1.6)	100 (26)
	พนักงานเอกชน (180 คน)	40 (10.4)	116 (30.2)	24 (6.3)	180 (46.9)
	ธุรกิจส่วนตัว (14 คน)	4 (1)	8 (2.1)	2 (0.5)	14 (3.6)
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานรัฐ (80 คน)	19 (4.9)	38 (9.9)	23 (6)	80 (20.8)
	รับจ้าง (7 คน)	2 (0.5)	4 (1)	1 (0.3)	7 (1.8)
	อื่นๆ (3 คน)	0 (0)	3 (0.8)	0 (0)	3 (0.8)
<b>รวม (384 คน)</b>		<b>96 (25)</b>	<b>232 (60.4)</b>	<b>56 (14.6)</b>	<b>384 (100)</b>

จากตาราง 27 ประเภทของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย พบว่า

1. ผู้ชมที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทอิงประวัติศาสตร์/อัตชีวประวัติ โดยแบ่งออกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

เพศที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทอิงประวัติศาสตร์/ อดิษฐ์ประวัติ มากที่สุด คือ เพศชาย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8

ช่วงอายุที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทอิงประวัติศาสตร์/ อดิษฐ์ประวัติ มากที่สุด คือ 28-36 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.

ระดับการศึกษาที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทอิงประวัติศาสตร์/อดิษฐ์ประวัติ มากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8

อาชีพที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทอิงประวัติศาสตร์/ อดิษฐ์ประวัติ มากที่สุด คือ พนักงานเอกชน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4

2. ผู้ชมที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทภาพยนตร์รักโรแมนติก / **Romantic Comedy** โดยแบ่งออกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

เพศที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทภาพยนตร์รักโรแมนติก / Romantic Comedy มากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0

ช่วงอายุที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทภาพยนตร์รักโรแมนติก / Romantic Comedy มากที่สุด คือ 15-27 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9

ระดับการศึกษาที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทภาพยนตร์รักโรแมนติก / Romantic Comedy มากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3

อาชีพที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทภาพยนตร์รักโรแมนติก / Romantic Comedy มากที่สุด คือ พนักงานเอกชน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2

3. ผู้ชมที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทภาพยนตร์ชีวิต / **Drama** โดยแบ่งออกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

เพศที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทภาพยนตร์ชีวิต / Drama มากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ช่วงอายุที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทภาพยนตร์ชีวิต / Drama มากที่สุด คือ 15-27 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

ระดับการศึกษาที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทภาพยนตร์ชีวิต / Drama มากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

อาชีพที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทภาพยนตร์ชีวิต / Drama มากที่สุด คือ พนักงานเอกชน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

## ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนที่ 2: การวิเคราะห์ตามทฤษฎีการสร้างงาน

จากผลการศึกษาความถี่และร้อยละของของความชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ โดยวัดจากการสอบถามตามทฤษฎีการสร้างงานละคร ซึ่งแบ่งเป็น แก่นความคิด โครงเรื่อง ภาษา บุคลิกนักแสดง เพลง และทัศนองค์ประกอบ อ้างอิงตารางด้านล่าง

ตาราง 28 แสดงค่าความถี่และร้อยละของความชื่นชอบในภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ โดยแบ่งตามองค์ประกอบของการสร้างงานละคร

	ความชื่นชอบ	ความถี่	ร้อยละ
ชื่นชอบ	บุคลิกและความสามารถของนักแสดง	183	47.66
	ภาษา และท่าทางที่ใช้ในการสื่อสาร	145	37.76
	แก่นความคิดในการนำเสนอ	180	46.88
	ทัศนองค์ประกอบ (ฉาก เครื่องแต่งกาย ฯลฯ)	197	51.30
	เพลง และดนตรีประกอบในเรื่อง	195	50.78
	การวางโครงเรื่องเรื่อง	256	66.67
	อื่นๆ	8	2.08

ผู้วิจัยพบว่าคนไทยชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ เนื่องจากชื่นชอบในเทคนิคการวางโครงเรื่องเป็นอันดับแรก และรองลงมาคือชื่นชอบในทัศนองค์ประกอบ (ฉาก สถานที่ถ่ายทำ เครื่องแต่งกาย แสง) โดยคิดเป็นร้อยละ 66.67 และ ร้อยละ 51.30 ตามลำดับ

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย มาวิเคราะห์ในประเด็นของความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตาราง 29 แสดงความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของผู้ชมภาพยนตร์ซีรีส์เกาหลีที่เผยแพร่ทาง โทรทัศน์ในประเทศไทย		ความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์						
		บุคลิกและ ความสามารถของ นักแสดง	ภาษา และท่าทางที่ ใช้ในการสื่อสาร	แก่นความคิดในการ นำเสนอ	ทัศนองค์ประกอบ (จาก สถานที่ถ่ายทำ เครื่องแต่ง กาย แสง)	เพลง และดนตรี ประกอบในเรื่อง	การวางโครง เรื่อง	อื่นๆ
		ความถี่ (ร้อยละ)	ความถี่ (ร้อยละ)	ความถี่ (ร้อยละ)	ความถี่ (ร้อยละ)	ความถี่ (ร้อยละ)	ความถี่ (ร้อยละ)	ความถี่ (ร้อยละ)
<b>เพศ</b>	ชาย (188 คน)	74 (19.3)	64 (16.7)	83 (21.6)	87 (22.7)	91 (23.7)	124 (32.3)	2 (0.5)
	หญิง (196 คน)	109 (28.4)	81 (21.1)	97 (25.3)	110 (28.6)	104 (27.1)	132 (34.4)	6 (1.6)
<b>อายุ</b>	15-27 ปี (205 คน)	69 (18)	87 (22.7)	38 (9.9)	64 (16.7)	94 (24.5)	85 (22.1)	1 (0.3)
	28-36 ปี (114 คน)	76 (19.8)	31 (8.1)	82 (21.4)	79 (20.6)	69 (18)	106 (27.6)	3 (0.8)
	37-46 ปี (39 คน)	23 (6)	17 (4.4)	36 (9.4)	33 (8.6)	19 (4.9)	39 (10.2)	2 (0.5)
	46-60 ปี (26 คน)	15 (3.9)	10 (2.6)	24 (6.3)	21 (5.5)	13 (3.4)	26 (6.8)	2 (0.5)
<b>ระดับ การศึกษา</b>	มัธยมศึกษา (142 คน)	73 (19)	50 (13)	58 (15.1)	84 (21.9)	93 (24.2)	105 (27.3)	1 (0.3)
	ปริญญาตรี (213 คน)	87 (22.7)	72 (18.8)	95 (24.7)	89 (23.2)	85 (22.1)	123 (32)	3 (0.8)
	ปริญญาโท (25 คน)	21 (5.5)	19 (4.9)	23 (6)	20 (5.2)	16 (4.2)	24 (6.3)	3 (0.8)
	ปริญญาเอก (4 คน)	2 (0.5)	4 (1)	4 (1)	4 (1)	1 (0.3)	4 (1)	1 (0.3)
<b>อาชีพ</b>	นักเรียน/นักศึกษา (100 คน)	64 (16.7)	40 (10.4)	35 (9.1)	56 (14.6)	65 (16.9)	72 (18.8)	1 (0.3)
	พนักงานเอกชน (180 คน)	61 (15.9)	57 (14.8)	63 (16.4)	68 (17.7)	72 (18.8)	87 (22.7)	1 (0.3)
	ธุรกิจส่วนตัว (14 คน)	12 (3.1)	10 (2.6)	13 (3.4)	9 (2.3)	12 (3.1)	14 (3.6)	2 (0.5)
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ (80 คน)	39 (10.2)	32 (8.3)	63 (16.4)	58 (15.1)	41 (10.7)	73 (19)	3 (0.8)
	รับจ้าง (7 คน)	5 (1.3)	3 (0.8)	3 (0.8)	4 (1)	3 (0.8)	7 (1.8)	1 (0.3)
	อื่นๆ (3 คน)	2 (0.5)	3 (0.8)	3 (0.8)	2 (0.5)	2 (0.5)	3 (0.8)	0 (0)
<b>รวม (384 คน)</b>	<b>183 (47.7)</b>	<b>145 (37.8)</b>	<b>180 (46.9)</b>	<b>197 (51.3)</b>	<b>195 (50.8)</b>	<b>256 (66.7)</b>	<b>8 (2.1)</b>	

จากตาราง 29 ความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย พบว่า

1. ผู้ชมที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านบุคลิกและความสามารถของนักแสดง โดยแบ่งออกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

เพศที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านบุคลิกและความสามารถของนักแสดง มากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4

ช่วงอายุที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านบุคลิกและความสามารถของนักแสดง มากที่สุด คือ 28-36 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

ระดับการศึกษาที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านบุคลิกและความสามารถของนักแสดง มากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7

อาชีพที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทอิงประวัติศาสตร์/อัตชีวประวัติ มากที่สุด คือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

2. ผู้ชมที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านภาษาและท่าทางที่ใช้ในการสื่อสาร โดยแบ่งออกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

เพศที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านภาษาและท่าทางที่ใช้ในการสื่อสาร มากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1

ช่วงอายุที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านภาษา และท่าทางที่ใช้ในการสื่อสาร มากที่สุด คือ 15-27 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7

ระดับการศึกษาที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านภาษา และท่าทางที่ใช้ในการสื่อสาร มากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8

อาชีพที่ชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านภาษาและท่าทางที่ใช้ในการสื่อสาร มากที่สุด คือ พนักงานเอกชน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8

3. ผู้ชมที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านแก่นความคิดในการนำเสนอ โดยแบ่งออกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

เพศที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านแก่นความคิดในการนำเสนอ มากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3



ช่วงอายุที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านแก่นความคิดในการนำเสนอ มากที่สุด คือ 28-36 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4

ระดับการศึกษาที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านแก่นความคิดในการนำเสนอ มากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7

อาชีพที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านแก่นความคิดในการนำเสนอ มากที่สุด คือ พนักงานเอกชน และข้าราชการ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4

4. ผู้ชมที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านทัศนองค์ประกอบ (ฉาก เครื่องแต่งกาย ฯลฯ) โดยแบ่งออกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

เพศที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านทัศนองค์ประกอบ (ฉาก เครื่องแต่งกาย ฯลฯ) มากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6

ช่วงอายุที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านทัศนองค์ประกอบ (ฉาก เครื่องแต่งกาย ฯลฯ) มากที่สุด คือ 28-36 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6

ระดับการศึกษาที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านทัศนองค์ประกอบ (ฉาก เครื่องแต่งกาย ฯลฯ) มากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2

อาชีพที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านทัศนองค์ประกอบ (ฉาก เครื่องแต่งกาย ฯลฯ) มากที่สุด คือ พนักงานเอกชน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7

5. ผู้ชมที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านเพลงและดนตรีประกอบในเรื่อง โดยแบ่งออกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

เพศที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านเพลงและดนตรีประกอบในเรื่อง มากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1

ช่วงอายุที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านเพลงและดนตรีประกอบในเรื่อง มากที่สุด คือ 15-27 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5

ระดับการศึกษาที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านเพลงและดนตรีประกอบในเรื่อง มากที่สุด คือ ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2

อาชีพที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านเพลงและดนตรีประกอบในเรื่อง มากที่สุด คือ พนักงานเอกชน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8

6. ผู้ชมที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านการวางโครงเรื่อง โดยแบ่งออกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

เพศที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านการวางโครงเรื่อง มากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4

ช่วงอายุที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านการวางโครงเรื่อง มากที่สุด คือ 28-36 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6

ระดับการศึกษาที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านการวางโครงเรื่อง มากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0

อาชีพที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านการวางโครงเรื่อง มากที่สุด คือ พนักงานเอกชน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7

7. ผู้ชมที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านอื่นๆ โดยแบ่งออกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

เพศที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านอื่นๆ มากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6

ช่วงอายุที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านอื่นๆ มากที่สุด คือ 28-36 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ระดับการศึกษาที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านอื่นๆ มากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี และปริญญาโท จำนวนอย่างละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

อาชีพที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านอื่นๆ มากที่สุด คือ ข้าราชการและพนักงานรัฐ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ผู้วิจัยพบว่าคนไทยชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ เนื่องจากชื่นชอบในเทคนิคการวางโครงเรื่องเป็นอันดับแรก และรองลงมาคือชื่นชอบในทัศนองค์ประกอบ (จาก สถานที่ ถ่ายทำ เครื่องแต่งกาย แสง) ซึ่งผู้วิจัยจะนำ 2 องค์ประกอบนี้มาวิเคราะห์โดยใช้ภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่ได้รับความนิยมสูงสุดใน 3 ประเภทหลัก ได้แก่

1. ภาพยนตร์ประเภทอิงประวัติศาสตร์ / อัดชีวิตประวัติ ได้แก่ ภาพยนตร์ชุดเรื่อง จอมนางแห่งวังหลวง หรือ Dae Jang guem

2. ภาพยนตร์ประเภทชีวิต ได้แก่ ภาพยนตร์ชุดเรื่องรักนี้ชั่วฉวีวันรันดร หรือ Autumn in my heart

3. ภาพยนตร์ประเภทรักโรแมนติก ได้แก่ ภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักอุ่นววยของเจ้าชายกาแฟ หรือ Coffee Prince

ข้อมูลพื้นฐานของภาพยนตร์ชุดทั้ง 3 เรื่องมีดังนี้

**1. ภาพยนตร์ชุดเรื่อง จอมนางแห่งวังหลวง**

ชื่อภาพยนตร์	Dae Jang guem (จอมนางแห่งวังหลวง)
ประเภท	ภาพยนตร์ชีวิต / Drama
ออกอากาศในไทย	จันทร์-ศุกร์ เวลา 16.25 - 17.25 น. เริ่มออกอากาศ 3 เมษายน พ.ศ.2549
วันที่ออกอากาศครั้งแรก	เสาร์-อาทิตย์ เวลา 18.30 น. - 20.00 น. เริ่ม 15 ตุลาคม พ.ศ.2548 ถึง 11 มีนาคม พ.ศ.2549
ความยาว	74 ตอน
สถานี	โทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
นักแสดงนำ	Lee Young-ae, Ji Jin-hee, Hong Hi-na, Im Ho

**2. ภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ชั่วนิรันดร์**

ชื่อภาพยนตร์	Autumn in my heart (รักนี้ชั่วนิรันดร์)
ประเภท	ภาพยนตร์รักดราม่า
ออกอากาศในไทย	5 ต.ค. 2001 ทุกวันศุกร์ เวลา 21.30 - 22.30 น.
สถานี	สถานีโทรทัศน์ไอทีวี
ความยาว	18 ตอน
นักแสดงนำ	Song Seung Hun, Song Hye Kyo, Won Bin, Han Na Na, Han Chae Young

**3. ภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักอุ่นววยของเจ้าชายกาแฟ**

ชื่อภาพยนตร์	Coffee prince (รักอุ่นววยของเจ้าชายกาแฟ)
ประเภท	ภาพยนตร์รักโรแมนติก / Romantic Comedy
ออกอากาศในไทย	วันที่ออกอากาศ เสาร์ อาทิตย์ เวลาออกอากาศ เวลา 09.15 น. เริ่มออกอากาศ 19 เมษายน 2551

วันที่ออกอากาศ	พุธ – ศุกร์ เวลาออกอากาศ เวลา 08.30 น. เริ่มออกอากาศ 29 กันยายน 2553
สถานี	สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7
ความยาว	17 ตอน
นักแสดงนำ	Yoon Eun Hye, Gong Yoo, Lee Sun Gyun, Chae Jung Ah

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ในรายละเอียดการสร้างสรรคภาพยนตร์ชุดเกาหลีในประเด็นของการวางโครงเรื่อง (Plot) และการจัดวางทัศนองค์ประกอบ หรือ Art Direction ของภาพยนตร์โดยละเอียดดังนี้

### การวางโครงเรื่องของภาพยนตร์ (Plot)

จากการศึกษาวิเคราะห์การวางโครงเรื่องของภาพยนตร์ชุดเกาหลีทั้ง 3 เรื่อง โดยใช้หลักทฤษฎีการสร้างงานละคร ได้ผลที่มีลักษณะเด่นร่วมกันในภาพยนตร์ชุดทั้ง 3 เรื่อง คือมีกลวิธีในการสร้างโครงเรื่องเป็นแบบละครเมโลดราม่า โดยมีลักษณะของการใช้โครงสร้างของ Well-made play ของ เออแซน สคริป กล่าวคือเนื้อเรื่องส่งผลกระทบต่ออารมณ์ของผู้ชม มุ่งเสนอเนื้อหาของความพ้อฝันเกินจริง ความรักต่างชนชั้น พรหมลิขิต ปัญหาความเหลื่อมล้ำของสังคม หรือรวมถึงการละเมิดสิทธิมนุษยชน เป็นต้น โดยมากโครงเรื่องจะมีลักษณะต้นร้ายปลายดี และสอดแทรกคติธรรมอย่างง่ายๆ เช่น ทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว

โดยในแต่ละเรื่องจะมีการพัฒนาโครงเรื่องในระดับรายละเอียดที่มีความแตกต่างกันออกไปตามลักษณะสไตล์ของประเภทภาพยนตร์ที่ต่างกัน การวางโครงเรื่องลักษณะนี้เป็นกรวางโครงเรื่องอย่างเป็นระบบเพื่อนำไปสู่จุดสุดยอดของเรื่อง และมักจะเร้าอารมณ์ของผู้ชมให้เกิดการปลดปล่อยทางอารมณ์ โดยกระตุ้นให้เกิดความสงสัย โกรธ เกลียดชัง หรือรัก ผ่านการดำเนินเรื่องและการกระทำของตัวละคร นอกจากนี้การพัฒนาโครงเรื่องอย่างเน้นความเข้าใจอย่างง่ายกับผู้ชมแล้ว โครงสร้างของละครประเภทนี้จะมีโครงสร้างแบบเน้นจุดวิกฤต (Crisis Drama) นาฏการในเรื่องมักเป็นระบบการเผยความลับในเรื่องให้แก่ผู้ชมได้รับรู้ หากแต่ตัวละครในเรื่องจะไม่รู้ นับตั้งแต่เปิดเรื่อง (พฤทธิศุภเศรษฐศิริ. 27)

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำทฤษฎีของระบบโครงสร้างของ Well-made play ของ Alvin Goldfarb ในการศึกษาภาพยนตร์ชุดทั้ง 3 เรื่องนี้

โครงสร้างของ Well-made Play ประกอบไปด้วย ดังนี้

1. ทุกสิ่งทุกอย่างในเรื่องต้องอธิบายได้ในเรื่องเหตุและผลได้
2. การปูพื้นเรื่องจะอยู่ในช่วงแรก (Early exposition)
3. ความลับหลักของเรื่องจะเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการสร้างจุดวิกฤติหลักของเรื่อง
4. มีการใช้อุปายต่าง ๆ ในเรื่อง ซึ่งส่วนมากจะเกี่ยวเนื่องกับอุปกรณ์ประกอบการแสดง (Prop) ซึ่งซ่อนความลับของเรื่องไว้
5. โครงสร้างของเรื่องจะเป็นโครงเรื่องที่เน้นจุดสุดยอดในแต่ละตอน และถูกจัดวางให้ผู้ชมพยายามเดาเหตุการณ์และนึกถึงความลับหลักของเรื่อง
6. มีฉากที่ตัวเอกและฝ่ายปรปักษ์จะต้องเผชิญหน้ากัน ซึ่งเป็นฉากที่เปิดเผยความลับของเรื่องและสามารถนำมาวิเคราะห์ได้ดังนี้

### ภาพยนตร์เรื่องจอมนางแห่งวังหลวง หรือ Dae Jang guem

ภาพยนตร์ชุดเรื่องนี้สร้างจากเรื่องจริงของหญิงสาวผู้เป็นตำนาน นามว่า Dae Jang Guem สตรีคนแรกในประวัติศาสตร์เกาหลีที่เป็นแพทย์หลวงในพระราชสำนักรักษาพระราชินี ในสมัยราชวงศ์โชซอน ราชวงศ์สุดท้ายของคาบสมุทรเกาหลีเมื่อ 500 กว่าปีก่อน สมัยนั้นมีผู้หญิงถวายงานอยู่ในพระราชวังหลายตำแหน่งด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็ตำแหน่งนางข้าหลวงและต้นเครื่อง(แม่ครัวหลวง) ตำแหน่งเหล่านี้จะได้รับการมอบหมายงานเป็นพิเศษ ภายใต้โครงสร้างที่เต็มไปด้วยระเบียบแบบแผน และการปกครองที่เข้มงวด บนเส้นทางที่ต้องฝ่าฟันของหญิงสามัญชนในสมัยกษัตริย์จุงจุง ซอจังกึม" หรือ"แดจังกึม" เป็นเด็กที่เกิดในครอบครัวสามัญชนที่มีฐานะยากจน เธอได้สูญเสียพ่อแม่ไปตั้งแต่เด็ก แต่โชคก็ยังเข้าข้างเมื่อเธอได้มีโอกาสเข้าไปศึกษาการปรุงอาหารในพระราชสำนัก ด้วยความสามารถพิเศษในการรับรู้รสชาติของอาหาร และเรียนรู้วิชาการทำอาหารด้วยความทุ่มเท จนได้ก้าวขึ้นมาเป็นต้นเครื่องยอดฝีมือ และด้วยการฝ่าฝืนไปกับชีวิตที่มีอุปสรรคและความผกผัน ต่อมาเธอถูกใส่ร้ายว่าวางยาพิษกษัตริย์จุงจุงจึงถูกขับไล่ออกจากวัง แต่ภายหลังเธอก็ได้ไปศึกษาวิชาแพทย์ได้พัฒนาขึ้นเป็นแพทย์หลวงแห่งราชวงศ์โชซอนจนเป็นผลสำเร็จ แต่เหตุที่ตัวเอกสตรีในเรื่องใช้ความสามารถ ผนวกกับความอุตสาหะพยายามที่มีอยู่ ทำให้สตรีผู้นี้ได้รับพระราชทานตำแหน่งนางข้าหลวงใหญ่ในที่สุด

### โครงเรื่อง (Plot)

เคิร์ก (2004) อ้างถึงในพฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ ได้เสนอสูตรสำหรับผู้กำกับการแสดงเพื่อวิเคราะห์โครงเรื่องของบทละคร โดยค้นหานาฏการ และความขัดแย้งที่สำคัญว่าเป็น "The spine of

the play” ซึ่งหมายถึงนาฏการหลักของเรื่อง (main action) รวมถึงจุดสำคัญต่างๆ อันส่งผลให้เรื่องราวดำเนินไปอย่างมีระบบ (พฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ, 2539: 51) โดยสามารถแบ่งเป็นหัวข้อต่างๆ ดังนี้

วิเคราะห์โครงเรื่องโดยอาศัยสูตรของ จอห์น เคิร์ก (John W. Kirk)

1. ความขัดแย้งหลักของเรื่อง (Root conflict): เป็นความขัดแย้งของชอจังกึม และแซซังกุง อันเนื่องมาจากการป้ายสีความผิดไปให้มารดาของชอจังกึม เพื่อรักษาอำนาจของตระกูลแซในการบริหารจัดการนางในในราชสำนักเกาหลี

2. นาฏการหลัก (Root action): ชอจังกึม ต้องการลบล้างความผิดของมารดาที่ถูกกล่าวหาว่าวางยาพิษพระราชินีด้วยอาหาร นางจึงเข้ามาเป็นนางในและมีความสามารถทางด้านการทำอาหาร จนเป็นยอดฝีมือ แต่แล้วก็ถูกอุบสรโรคให้ถูกเนรเทศออกจากวังหลวง และผกผันจนเป็นแพทย์ ด้วยความมุ่งมั่นจนได้กลายเป็นแพทย์หลวงแห่งราชวงศ์โชซอน ผลสุดท้ายนางได้ล้างความผิดของมารดาจนหมดสิ้น กลายเป็นตำนานแพทย์หลวงที่เป็นผู้หญิงคนแรกของประวัติศาสตร์เกาหลี

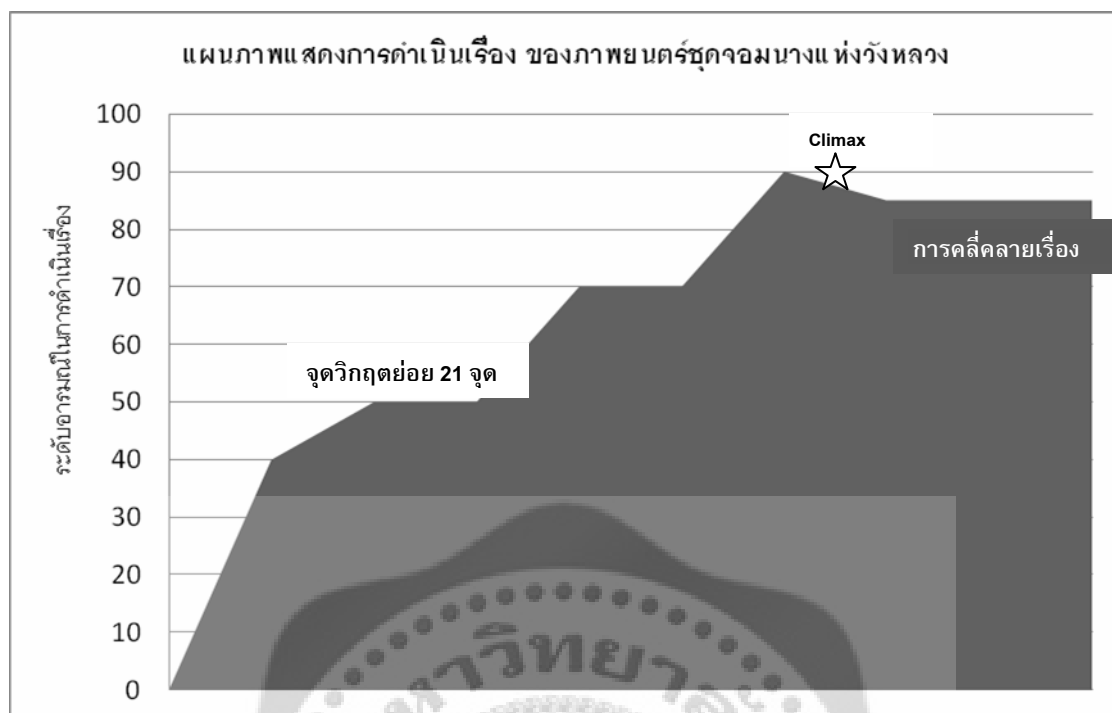
3. จุดสุดยอดของเรื่อง (Climax): อยู่ในเหตุการณ์ช่วงท้ายของเรื่อง เป็นตอนที่นางเอกต้องตัดสินใจเพื่อทิ้งทุกอย่างจากเมืองหลวง เพื่อการใช้ชีวิตรักตามประสาคนธรรมดากับพระเอก

4. เหตุการณ์กระตุ้น (Inciting incident): ผู้เขียนมักใช้เหตุการณ์ที่ฝ่ายตัวเอกอยู่ในภาวะที่วิกฤตไม่สามารถแก้ปัญหาได้ เพื่อให้ผู้ชมเกิดความเห็นใจ และลุ่มไปกับการแก้ปัญหาของตัวเอก อีกทั้งกระตุ้นให้เหตุการณ์หลักในแต่ละเหตุการณ์มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

5. จุดวิกฤต (Crisis): ภาพยนตร์มีจุดวิกฤตหลักในตอนที่ชอจังกึมหนีออกนอกราชสำนักเพื่อรักษาชีวิตรอด และใช้ชีวิตคู่กับพระเอกเยียงคนธรรมดาสามัญ นอกจากนี้เนื่องจากเป็นภาพยนตร์ชุดที่มีความยาว กอปรกับมีเนื้อหาที่ค่อนข้างมากจึงมีการแบ่งช่วงของเหตุการณ์ที่มีความขัดแย้ง และเน้นจุดสุดยอดในแต่ละเหตุการณ์ ซึ่งมีเหตุการณ์สำคัญโดยอาศัยเนื้อหาสำคัญเป็น 21 เหตุการณ์ย่อย ในแต่ละเหตุการณ์มีการเน้นจุดสุดยอดในแต่ละเหตุการณ์

6. การคลี่คลายเรื่อง (Denouement): ภาพยนตร์ได้คลี่คลายเมื่อพระเอกและนางเอกออกจากเมือง และดำเนินชีวิตเยี่ยงคนสามัญ ส่วนในราชสำนักได้ยกย่องให้แดจังกึมเป็นหญิงที่อยู่ในตำนานของโชซอน

จากการวิเคราะห์การดำเนินเรื่องของภาพยนตร์ชุดจอมนางแห่งวังหลวง สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพประกอบ 8 แผนภาพแสดงการดำเนินเรื่อง ของภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง

จากแผนภาพ แสดงให้เห็นกลวิธีในการวางโครงเรื่องที่มีจุดวิกฤตย่อยในเหตุการณ์ย่อย 21 เหตุการณ์ โดยแต่ละเหตุการณ์จะมีการเน้นจุดสุดยอดในแต่ละเหตุการณ์ เพื่อกระตุ้นอารมณ์ และพัฒนาความรู้สึกร่วมของผู้ชมให้คล้อยตามไปกับเรื่อง โดยเรื่องราวจะมีนาฏการณ์ และความขัดแย้งหลักที่จะนำพาเรื่องราวไปสู่ จุดสุดยอดของเรื่องซึ่งอยู่ในช่วงท้ายของเรื่อง เมื่อผ่านจุดสุดยอด เรื่องราวได้คลี่คลายและนำพาผู้ชมไปสู่ความเข้าใจ

การวิเคราะห์ระบบโครงสร้างตามระบบ Well-made play ของ Alvin Goldfarb

### 1. ทุกสิ่งทุกอย่างในเรื่องต้องอธิบายได้ในเรื่องเหตุและผลได้

ภาพยนตร์ชุดจอมนางแห่งวังหลวง ผู้แต่งได้เชื่อมโยงเหตุการณ์ต่างๆของเรื่องโดยอาศัยความเป็นเหตุและเป็นผลซึ่งเป็นเรื่องใหญ่ของเรื่อง เช่นการที่จิ้งกิ้งต้องหาทางเข้าไปอยู่ในวังหลวง เพราะเนื่องจากต้องไปลบข้อกล่าวหาของมารดาซึ่งเหตุผลนี้ ทำให้เกิดเรื่องราวที่เชื่อมโยงต่อไปตลอดทั้งเรื่อง ภาพยนตร์พยายามสะท้อนให้เห็นถึงผลของความคิด ความอุสาหะตั้งใจของตัวละครเอกที่นำผลไปสู่ความแคล้วคลาดจากอันตรายต่างๆ และนำพาตัวละครเอกไปสู่เป้าหมายที่ตั้งมั่นไว้ อีกทั้งสอนผู้ชมโดยผ่านการกระทำผิดพลาดของตัวละครที่เป็นปรปักษ์ให้เห็นเหตุและผลของการกระทำ ซึ่งเป็นหนึ่งในหลักของพุทธศาสนาที่ห่อหุ้มเรื่องราวต่างๆของภาพยนตร์เรื่องนี้ไว้

## 2. การปูพื้นเรื่องจะอยู่ในช่วงแรก (Early exposition)

ภาพยนตร์ชุดเรื่องจอมนางแห่งวังหลวง มีการเปิดเรื่องโดยการแนะนำตัวละครหลักที่เป็นเหตุให้เกิดตัวเอกของเรื่อง คือชอชอนโซ และปักเมียงยอ บิดาและมารดาของแดจังกึม ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เผชิญชะตากรรมร้ายแก่ชีวิตทั้งคู่ ชอชอนโซได้รับอาญาแผ่นดินเนื่องจากเป็นผู้นำสุภาพษาให้มารดาของพระราชองค์ปัจจุบันเพื่อรับโทษจากพระราชองค์ก่อน ส่วนปักเมียงยอถูกลงโทษจากชังกุงในวังเนื่องจากไปเห็นการวางยาพิษในเครื่องเสวย ในฉากเปิดของภาพยนตร์ได้นำเสนอเรื่องราวต่างๆ พร้อมๆกับการทำนายทายทักของนักพรต แสดงให้เห็นค่านิยมด้านความเชื่อที่อยู่กับสังคมเกาหลีนับตั้งแต่อดีต ภาพยนตร์ใช้เวลาการนำเสนอการปูพื้นเรื่องหลักถึง 2 ตอน เพื่อให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจในเบื้องต้น

นอกจากนี้ในแต่ละตอนก่อนฉายภาพยนตร์ จะมีช่วง “ของฝากจากแดจังกึม” ซึ่งเป็นเป็นช่วงของการอธิบายทั้งความรู้ อธิบายคำศัพท์ และสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรมและประเพณีต่างๆ เพื่อปูพื้นฐานในทำให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจเนื้อเรื่อง และสามารถติดตามได้ง่ายขึ้น ในตอนที่ 1 ก่อนเริ่มภาพยนตร์ พิธีกรได้อธิบายถึงความเป็นมาก่อนถึงสมัยชอชอนและกล่าวแนะนำเปิดตัวจังกึม ตัวละครเอกให้ผู้ชมรู้จัก

## 3. ความลับหลักของเรื่องจะเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการสร้างจุดวิกฤติหลักของเรื่อง

ภาพยนตร์ชุดจอมนางแห่งวังหลวง ได้ซ่อนความลับหลักของเรื่องไว้อย่างสมบูรณ์โดยความลับต่างๆส่งผลให้เกิดเรื่องราวต่างๆในเรื่อง กล่าวคือในตอนเปิดเรื่องตัวละครเอกได้เกิดขึ้นมาพร้อมกับความลับของบิดามารดา คือ บิดาเป็นนักโทษหลบหนีเพราะเป็นหนึ่งในขุนนางที่สำเร็จโทษมารดาของพระราชองค์ก่อน ส่วนมารดาเป็นนางในที่ถูกลงโทษให้ทานยาตายแต่หลบหนีมาได้ ทั้งคู่จึงไม่สามารถเปิดเผยฐานะของตนได้ และเมื่อความลับแรกเปิดเผยทำให้ตัวละครเอกต้องเผชิญกับเหตุการณ์ที่น่าพามาสู่วังหลวงอีกครั้ง เมื่อเป็นนางในก็ต้องเก็บความลับที่มีใจให้กับพระเอกซึ่งเป็นทหาร ความรักของตัวละครทั้งคู่จึงเป็นความรักที่เปิดเผยมิได้ ผู้แต่งได้วางโครงเรื่องให้เรื่องความรักมีอุปสรรคที่ใหญ่หลวง เมื่อพระราชามีใจให้กับนางเอก ทำให้การดำเนินเรื่องในเรื่องความรักของตัวละครเอกดำเนินไปด้วยความยากลำบาก และต้องอยู่ภายใต้ความลับที่ปิดบัง

## 4. มีการใช้อุปบายต่างๆในเรื่อง ซึ่งส่วนมากจะเกี่ยวเนื่องกับอุปกรณ์ประกอบการแสดง (Prop) ซึ่งซ่อนความลับของเรื่องไว้

ภาพยนตร์ชุดจอมนางแห่งวังหลวง ใช้อุปบายที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ประกอบการแสดงซึ่งซ่อนความลับอยู่หลายส่วน อาทิ บันทีก และตุ่มน้ำปรุงรสหรือ “ฮันการิ” และ “องจิ” ของมารดาที่แอบไว้ในวังหลวงส่งผลให้จังกึมและอาจารย์ได้รู้ฐานะที่แท้จริงของกันและกัน การใช้บันทีกของชังกุมสูงสุด เป็นอุปกรณ์ประกอบการแสดงที่เก็บความลับของเรื่อง และส่งผลให้ตัวละครเอกเกิดแรงคล้อยใจใน



อุปกรณ์ประกอบเหล่านี้ได้ส่งผลต่อความให้ความสนใจของผู้ชม โดยจำเป็นจะต้องติดตามเรื่องราวเพื่อไขปริศนาของอุบายต่างๆ

#### 5. โครงสร้างของเรื่องจะเป็นโครงเรื่องที่เน้นจุดสุดยอดในแต่ละตอน และถูกจัดวางให้ผู้ชมพยายามเดาเหตุการณ์และนึกถึงความลับหลักของเรื่อง

ภาพยนตร์ชุดเรื่องจอมนางแห่งวังหลวง มีลักษณะการพัฒนาของเรื่องโดยใช้ลักษณะการดำเนินเรื่องตามลำดับเวลา หรือ Chronology และมีการใช้เทคนิคของการเล่าเรื่องย้อนกลับ (Flash back) เป็นระยะๆ เพื่อการเตือนความจำ และย้ำความสนใจให้แก่ผู้ชม สิ่งที่น่าสนใจของการพัฒนาของเรื่องจอมนางแห่งวังหลวง คือด้วยความที่เป็นภาพยนตร์ชุดที่มีความยาว กอปรกับมีเนื้อหาที่ค่อนข้างมากจึงมีการแบ่งช่วงของเหตุการณ์ที่มีความขัดแย้ง และเน้นจุดสุดยอดในแต่ละเหตุการณ์ ซึ่งมีเหตุการณ์สำคัญโดยอาศัยเนื้อหาสำคัญเป็น 21 เหตุการณ์ย่อย ในแต่ละเหตุการณ์มีการเน้นจุดสุดยอดในแต่ละเหตุการณ์ และส่งผลสู่ความลับหลักของเรื่องใหญ่ จนนำไปสู่จุดวิกฤต (Crisis) ที่ตัวละครต้องตัดสินใจอยู่สมำเสมอ จึงทำให้เกิดความตื่นเต้นลุ้นระทึกอย่างสมำเสมอ



### โครงสร้างเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์ชุดจอมนางแห่งวังหลวง

เหตุการณ์ที่ 1	รักษาอาการยอนแข็ง
เหตุการณ์ที่ 2	การเข้าสอบ
เหตุการณ์ที่ 3	ต้มน้ำล้างจานช่วงพายุฝน
เหตุการณ์ที่ 4	ตามหาไก่ทอง
เหตุการณ์ที่ 5	ทำแป้งหมีหาย
เหตุการณ์ที่ 6	ฝ้ายยันต์เปลี่ยนเพศทารก
เหตุการณ์ที่ 7	พระราชกษัตริย์ประชนเพราะไสมนใน “ถึงเช้าเปิด”
เหตุการณ์ที่ 8	ล้นรับรสไม่ได้
เหตุการณ์ที่ 9	หุงข้าวให้ซึ่งกุงพีเลี้ยง
เหตุการณ์ที่ 10	ทำอาหารให้ทูตต้าหมิง
เหตุการณ์ที่ 11	แข่งขันทำเครื่องเสวย
เหตุการณ์ที่ 12	เปิดกำมะถัน
เหตุการณ์ที่ 13	โดนเนรเทศไปเป็นทาสหลวง
เหตุการณ์ที่ 14	รักษาอาการป่วยของหัวหน้าโจร
เหตุการณ์ที่ 15	รักษาลูกชายชนชั้นสูง
เหตุการณ์ที่ 16	สอบเป็นหมอหญิง
เหตุการณ์ที่ 17	รักษาโรคระบาดจากฝัก
เหตุการณ์ที่ 18	ทำคลอดคนมด
เหตุการณ์ที่ 19	ลักลอบหาสาเหตุการประชนของพระราช
เหตุการณ์ที่ 20	รักษาอาการป่วยของพระโอรส

ภาพประกอบ 9 โครงสร้างเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์ชุดจอมนางแห่งวังหลวง

**มีฉากที่ตัวเอกและฝ่ายปรปักษ์จะต้องเผชิญหน้ากัน ซึ่งเป็นฉากที่เปิดเผยความลับของเรื่อง**

ภาพยนตร์ชุดจอมนางแห่งวังหลวง มีการวางลักษณะของตัวละครในเรื่องเป็นแบบตัวละครตายตัว (Typed Character) มีการแบ่งแยกฝั่งดีและเลวอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งนับเป็นรูปแบบของการพัฒนาตัวละครของละครประเภทเมโลดราม่าอย่างชัดเจน ภาพยนตร์ได้นำเสนอฉากที่มีการเผชิญหน้า

กันระหว่างตัวเอกและปรปักษ์ โดยความแยกย่อยของการแต่งโครงเรื่องได้มีการสร้างปรปักษ์ของตัวเอก เป็นหลายบทบาท ได้แก่ แซซังกุม แซกีมยอง โยรี และยองโน โดยการเผชิญหน้ากันระหว่างตัวเอกมีอยู่ หลายฉากที่กระจายอยู่ในเรื่อง อาทิ ตอนที่ 4 5 8 9 15 16 18 20 21 25 26 28 30 32 34 35 38 40 42 45 46 47 49 50 โดยในแต่ละบทบาทของปรปักษ์ก็จะมีเรื่องราวที่มีผลต่อตัวละครเอกหรือซอ จังกึมทั้งสิ้น

### การวิเคราะห์สาระของภาพยนตร์

แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวงเป็นภาพยนตร์ชุดที่อิงประวัติศาสตร์ของหมอหญิงแดจังกึม หมอหลวงคนแรกที่เป็นสตรีเพศ มีชีวิตอยู่ในรัชสมัยของพระเจ้าจุงจง แห่งราชวงศ์โชซอน (ค.ศ. 1488 – 1544) เธอถูกกล่าวในจดหมายเหตุราชวงศ์โชซอนถึง 7 ครั้ง ภาพยนตร์ได้มีการแต่งเนื้อหาเพิ่มเติม เพื่อความบันเทิง อาทิในตอนต้นของเรื่องที่หมอหญิงเป็นนางในของห้องเครื่อง เนื้อหาส่วนนี้ไม่ได้มีอยู่จริงตามประวัติศาสตร์ของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งเป็นการเน้นย้ำในการสะท้อนถึงความเหลื่อมล้ำทางสังคม การแบ่งชนชั้นในสังคมสาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งประกอบด้วยกษัตริย์และเชื้อสายราชวงศ์ขุนนาง นางในในระดับต่างๆ ชนชั้นกลาง ชนชั้นไพร่ โดยมีความแตกต่างกันไปตามศักดินา นอกจากนี้ยังมุ่งนำเสนอภาพสะท้อนบทบาทของสตรีเกาหลีในสมัยโบราณ นำเสนอแนวคิดสตรีนิยมร่วมสมัย การเรียกร้องสิทธิสตรีผ่านบทบาทของตัวละคร ภาพยนตร์ชุดเรื่องจอมนางแห่งวังหลวงนำเสนอแนวคิดสตรีนิยมร่วมสมัยซึ่งแฝงการเรียกร้องต่อการ การสร้างสมดุลระหว่างเพศในสังคมสมัยใหม่ และ ภาพสะท้อนผู้หญิงที่สามารถสั่นคลอนระบบชายเป็นใหญ่มีการกดขี่สตรีเพศอย่างสมบูรณ์แบบ ผู้หญิงถูกควบคุมและถูกกำหนดให้มีวิถีทางปฏิบัติและครองตน ตามที่สังคมกำหนดบรรทัดฐานเอาไว้ หากไม่ทำตามจะถูกทำโทษอย่างรุนแรง ภาพยนตร์ชุดเรื่องนี้ได้นำเสนอทั้งปัญหาการกดขี่ของผู้หญิงในลัทธิขงจื้อ และนำเสนอหนทางการปลดปล่อยผู้หญิงจากความไม่เท่าเทียม โดยนำเสนอความ มีสติปัญญาและคุณสมบัติที่ดีเหนือกว่าผู้ชายรวมถึงสะท้อนบทบาทความเป็นแม่ จิตวิญญาณ และ มิตรภาพความสัมพันธ์ โดยให้คุณค่ากับความดีและความสามารถของผู้หญิงในมุมมองใหม่ รวมถึงยืนยัน ภัยในความเลวร้ายของการครอบงำของผู้ชายที่วางตัวเป็นศูนย์กลางของทุกสิ่ง

สาระของภาพยนตร์ชุดเรื่องจอมนางแห่งวังหลวง นับว่าเป็นภาพยนตร์ที่ให้ความบันเทิงที่ แฝงไปด้วยสาระความรู้ และแง่คิดต่างๆที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตประจำวัน ของคนกลายเป็นภาพยนตร์ที่สอนสังคมในทางอ้อมโดยใช้การสื่อสารผ่านความบันเทิง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำ การสรุปสาระคำสอนที่ปรากฏในภาพยนตร์ได้ดังนี้

1. **ความพยายาม** ความพยายามเป็นแง่คิดที่ถูกสอดแทรกอย่างสม่ำเสมอ และกลายเป็นลักษณะเฉพาะของตัวเอกในเรื่อง เช่นในตอนที่ถูกเนรเทศไปอยู่เขตทาเจ แดจังกึมมีความพยายามที่จะปลูกเทศุนให้สำเร็จ ซึ่งปกติเกาหลีต้องสั่งเทศุนจากประเทศอื่น

2. **ความพอดี** ความพอดีหมายถึงคิดทำในสิ่งใดควรพอดีไม่มากและไม่น้อยจนเกินไป ซึ่งได้ถูกสอดแทรกแง่คิดผ่านกระบวนการทำอาหารของ ปาร์กเมียงยอ (มารดาของนางเอก) “สมุนไพรรักษาโรคที่นำมาปรุงอาหารหากใช้ไม่ถูกทางก็จะส่งผลในทิศทางที่กลับกัน นั่นคือหากนำมาใช้ปริมาณที่พอเหมาะก็จะช่วยรักษาโรคได้ แต่หากใช้ในปริมาณมากเกินไปหรือไม่เหมาะสม อาจทำให้เกิดผลเสียกับร่างกาย”

3. **ความกตัญญู** ความกตัญญูได้ปรากฏในหลายส่วนของการนำเสนอในเรื่อง อาทิความกตัญญูของแดจังกึมต่อบิดามารดา หรือความกตัญญูของแดจังกึมต่อฮันซังกุงผู้เป็นครู

4. **การเคารพผู้อาวุโส** การเคารพผู้อาวุโสหรือผู้ที่มีตำแหน่งสูงกว่าถือเป็นเรื่องสำคัญเนื้อหาของภาพยนตร์ได้สอดแทรกขนบธรรมเนียมการให้ความเคารพผู้อาวุโสของชาวเกาหลี โดยจะเห็นได้จากหลายช่วงหลายตอนในภาพยนตร์ อาทิเมื่อตอนฝึกปฏิบัติตัวของนางใน ซังกุมผู้สอนได้มีการถ่ายทอดระเบียบวิธีในการทำความเคารพบุคคลต่างๆ โดยให้ความสำคัญไล่ระดับตามศักดิ์นาขึ้นไป

5. **ความอดทนไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค** ความอดทนไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคนับเป็นหนึ่งในอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของภาพยนตร์ชุดเรื่องนี้ โดยสะท้อนให้เห็นในตัวละครเอกแดจังกึม และมารดาของนางที่แสดงถึงความอดทนอย่างเด็ดขาด อาทิในตอนเด็กที่แดจังกึมนำหญ้าเขียวมังกรมารักษาแผลของเยินเซียงซึ่งได้รับบาดเจ็บจากการปีนไต่เสา หรือในตอนที่แดจังกึมหาสาเหตุของอาหารที่เน่าเสีย โดยทดลอง สังเกตปฏิกิริยาที่อาจทำให้เกิดภาวะเน่าเสียจากสาเหตุต่างๆจนสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างน่าทึ่ง

6. **การให้อภัย** การให้อภัยเป็นหลักคุณธรรมที่ปรากฏในตัวละครเอกหลายตัว โดยเฉพาะในตัวแดจังกึมที่แม้จะโดนรังแก และกลั่นแกล้งจากผู้ไม่ประสงค์ดีอย่างสม่ำเสมอ

7. **การเสียสละ** การเสียสละเป็นคุณธรรมขั้นพื้นฐานของผู้ที่อยู่ร่วมกันในสังคม ภาพยนตร์ได้ใช้ตัวละครสะท้อนภาพสังคมที่มีน้ำใจเอื้อเพื่อเสียสละแบ่งปันให้แก่กัน เช่นการเสียสละของมารดาแดจังกึมเพื่อให้ลูกปลอดภัย หรือการเสียสละของแดจังกึมให้กับเพื่อนนางใน ความเสียสละจึงเป็นคุณธรรมเครื่องผูกมิตรไมตรี ยึดเหนี่ยวจิตใจไว้ เป็นเครื่องมือสร้างลักษณะนิสัยให้เป็นคนที่เห็นแก่ประโยชน์สุขส่วนรวมมากกว่าประโยชน์สุขส่วนตัว

8. **การยึดมั่นในความถูกต้อง** ภาพยนตร์ได้สะท้อนให้ความสำคัญของการยึดถือในความถูกต้อง การปฏิบัติตนเหมาะสมตามทำนองครองธรรมของสังคม โดยมีหลักแห่งคุณธรรมและ

จริยธรรมเป็นแกนกลาง ภาพยนตร์ได้นำเสนอตัวอย่าง และผลของการปฏิบัติและยึดมั่นในความถูกต้องของตัวละคร ซึ่งอาจเด่นชัดที่สุดในกลุ่มนักปกครอง อาทิ แสดงให้เห็นคุณธรรมของซังกุมสูงสุดในแต่ละคน

นอกจากสาระความรู้ที่สอดแทรกในภาพยนตร์อย่างสม่ำเสมอ ด้านการสอดแทรกวัฒนธรรมก็นับเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในแง่ของการตลาด และการเป็นที่รู้จักในฐานะประเทศในเอเชียอาร์เนย์ที่มีความเจริญทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง การนำเสนอวิถีชีวิตของชาวเกาหลีได้แสดงออกอย่างชัดเจนในภาพยนตร์ชุดจอมนางแห่งวังหลวง ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

**9. วัฒนธรรมความเชื่อเรื่องภูติผี** การทำนาย หรือไสยศาสตร์ อาทิในตอนเปิดเรื่องได้ชี้ชะตาของบิดาของนางเอกโดยหมอดูนักพรตได้ทำนายว่า “ชีวิตของบิดานางเอกจะอยู่ในกำมือของผู้หญิง 3 คน หนึ่งในไม่ยอมฆ่าแต่ต้องฆ่า สองช่วยชีวิตนางแต่นางตายเพราะเจ้า สามนางจะฆ่าเจ้าเป็นเหตุให้ช่วยคนอื่นมากมาย” หรือในการเลือกคนเข้ามาในวังใช้การนำหยดเลือดที่ข้อมือ หากหยดเลือดไม่ไหลเป็นทางแสดงว่ามีโช้ยหญิงพรหมจรรย์ซึ่งจะไม่สามารถเข้าไปทำงานในวังได้

**10. วัฒนธรรมด้านอาหาร** นับเป็นวัฒนธรรมที่โดดเด่นซึ่งมีการนำเสนอให้ผู้ชมได้เห็นถึงความละเอียดอ่อนของการใส่ใจในรายละเอียด ความละเอียดละไมในทุกขั้นตอนตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบ การปรุงอาหาร วิธีการรับประทานอาหาร หรือแม้กระทั่งการเลือกใช้ภาชนะในการบรรจุอาหาร แต่จกิมเป็นนางในที่ทำหน้าที่ปรุงอาหารถวายพระราชและราชวงศ์ทำให้ผู้ชมสามารถเห็นกรรมวิธีปรุงอาหารในห้องเครื่อง ที่ล้วนใช้วัตถุดิบคัดสรรเป็นอย่างดีตามแบบฉบับของเกาหลีโบราณ อีกทั้งในแต่ละมื้อของอาหารเกาหลีจะต้องมีกิมจิ ซึ่งกลายเป็นเอกลักษณ์ประจำชนชาติเกาหลีอีกอย่างหนึ่ง สิ่ง que เห็นได้อย่างเด่นชัดคือ ภาพยนตร์ได้ปลูกฝังความเป็นแม่ศรีเรือนของสตรีชาวเกาหลี ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมไทย

**11. วัฒนธรรมด้านการแต่งกาย** การแต่งกายเป็นเครื่องหมายที่แสดงถึงความเป็นอารยะ ภาพยนตร์ได้แสดงถึงรายละเอียดการใช้เครื่องแต่งกาย แสดงถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชาวเกาหลีในยุคสมัยโชซอน โดยจัดแบ่งรูปแบบ และแสดงออกถึงความซับซ้อนในแง่แนวคิดในการแต่งกายของตัวละคร ในภาพยนตร์เรื่องนี้ได้แสดงเครื่องแต่งกายเกาหลีจากการสวมใส่ของตัวละครที่สามารถบ่งบอกถึงฐานะและชนชั้นในสังคม อาทิเครื่องแต่งกายของพระราช พระมเหสีพระสนม เชื้อพระวงศ์ลำดับชั้นต่างๆ ขุนนาง ทหาร นางในแต่ละชั้น ซังกุม หมอหลวง หมอหญิงหรือแม้กระทั่งสามัญชน เป็นต้น นอกจากนี้ได้นำเสนอเครื่องแต่งกายประจำชาติของเกาหลีเรียกว่า ฮันบก โดยฮันบกของผู้หญิงประกอบด้วย กระโปรงพันรอบตัว เรียกว่า ซิมา และเสื้อชอกอริซึ่งมีลักษณะคล้ายกับเสื้อแจ็กเก็ตส่วนฮันบกของผู้ชาย จะประกอบด้วยชอกอริเช่นกัน แต่สั้นกว่าของผู้หญิง และสวมกางเกง เรียกว่า บาจิกีกทั้งชุดของผู้หญิงและผู้ชายจะสวมคลุมทับด้วยเสื้อคลุมยาวที่เรียกว่า ดุจุมาก

12. **วัฒนธรรมทางการแพทย์** ในช่วงท้ายของภาพยนตร์ได้สะท้อนถึงความเจริญทางด้านการแพทย์แผนโบราณของเกาหลี ไม่ว่าจะเป็นความรู้ด้านสมุนไพร การฝังเข็ม หรือการนำเสนอสวม ที่แสดงถึงคุณค่าที่เป็นแบบฉบับของเกาหลี

จากที่กล่าวมาในข้างต้น วัฒนธรรมและคุณธรรมต่างๆ เหล่านี้ที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุดเรื่อง จอมนางแห่งวังหลวง มีความใกล้เคียงกับวัฒนธรรมและคุณธรรมที่คนไทยยึดมั่นปฏิบัติ จึงอาจเป็นหนทางหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมชาวไทยได้เกิดความซาบซึ้ง และเข้าสู่แก่นของภาพยนตร์ได้อย่างไม่ยากนัก กอปรกับความใกล้เคียงกันในแง่ของความเชื่อ และศาสนาของทั้งสองชาติ และลักษณะของการให้รายละเอียดของตัวละครที่มีความหลากหลายในแง่ของบุคลิกลักษณะ ซึ่งสามารถสะท้อนและเป็นตัวแทนของกลุ่มคนในสังคมได้อย่างครบถ้วน

### ภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ชั่วนิรันดร์ หรือ Autumn in my heart

เด็กหญิงสองคน ซึ่งเกิดในเดือนตุลาคม เธอทั้งสองคนเกิดวันเดียวกัน และมีที่อยู่อาศัยในระแวกเดียวกัน เรียนอยู่โรงเรียนเดียวกัน อุนโซ ซึ่งเป็นเด็กที่มีความสุขอยู่อย่างสุขสบาย พ่อของเธอเป็นศาสตราจารย์และมีพี่ชายที่แสนดี ซึ่งให้ความรักแก่เธอเหนือสิ่งอื่นใดในโลกนี้ ส่วนเด็กหญิงอีกคนหนึ่งชื่อ ชิเน เธออาศัยอยู่กับแม่ซึ่งเป็นหญิงหม้าย แม่เธอเลี้ยงชีพโดยเปิดร้านอาหารเล็กๆ ประทับชีวิตไปวันๆ วันหนึ่งเหตุการณ์ได้เกิดขึ้น อุนโซ เกิดอุบัติเหตุ เข้าโรงพยาบาลและต้องตรวจเลือดจึงรู้ความจริงว่า อุนโซ ไม่ใช่ลูกสาวที่จริงของพวกเขา ได้มีการสลับตัวกันกับเด็กหญิงอีกคนหนึ่ง ที่โรงพยาบาล ตอนแรกเกิด คนที่ชื่อคนที่มากที่สุดเมื่อทราบเรื่องนี้คือ อุนโซ ซึ่งรักน้องสาวคนนี้นี่มาก อุนโซ ต้องเผชิญกับชะตาชีวิตที่เปลี่ยนไป ส่วนชิเน ก็ได้เรียกร้องจากครอบครัวของเธอเป็นอย่างมากเพื่อชดเชย กับสิ่งที่เธอสูญเสียไป 14 ปี ครอบครัวของ อุนโซ รู้สึกผิดที่ต้องส่งตัว อุนโซ กลับคืนไป และได้ย้ายครอบครัวไปอยู่ที่อเมริกา

เวลาผ่านไปหลายปี ชิเน กลับมาเกาหลี และได้งานทำเป็นผู้จัดการในโรงแรม ซึ่งเป็นโรงแรมเดียวกับที่ อุนโซ ทำงานเป็นพนักงานทำความสะอาดอยู่ ในขณะที่ อุนโซ พี่ชายก็เป็นนักวาดรูป และเป็นอาจารย์สอนอยู่ในวิทยาลัยแห่งหนึ่ง เขาทั้งสองคน อุนโซ และ อุนโซ ได้มีโอกาสพบกันอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งการพบกันในครั้งนี้จึงรู้ว่าจริงๆ แล้วทั้งสองคนได้รักกัน อย่างไรก็ตาม อุนโซ พยายามที่จะอยู่ห่างจาก อุนโซ เนื่องจากเธอรู้ดีว่าเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม เพราะพวกเขาเป็นพี่น้องกัน เธอจึงพยายามพบกับเทซิก ซึ่งรักเธอมาก อุนโซ ต้องการจะแต่งงานกับ อุนโซ แต่ครอบครัวของเขาคัดค้านพวกเขาอย่างยิ่ง และหลังจากที่ ยุมิ (คู่มั่นของอุนโซ) พยายามที่จะฆ่าตัวตาย, อุนโซ เลยต้องเลือกที่จะกลับมาคืนดีกับ ยุมิหลังจากที่ อุนโซ รู้ว่า อุนโซ กำลังจะตายด้วยโรคมะเร็งในเม็ดเลือด เขาจึงทิ้งทุกสิ่งทุกอย่าง

เพื่อที่จะใช้ชีวิต อยู่กับเธอในช่วงสุดท้าย เขาทั้งสองไปที่ชายหาดที่เดิม ที่พวกเขาเคยไป ต่อนก่อนที่จะแยกจากกัน และที่นั่น อุนโซ เธอก็ตายในขณะที่ จุนโซ กำลังอุ้มเธออยู่บนหลังของเขา

### โครงเรื่อง (Plot)

วิเคราะห์โครงเรื่องโดยอาศัยสูตรของ จอห์น เคิร์ก (John W.Kirk)

1. ความขัดแย้งหลักของเรื่อง (Root conflict): เป็นความขัดแย้งภายในจิตใจของอุนซุน และ จุนโซ ซึ่งเป็นผลมาจากความไม่เท่าเทียมกันในสังคม

2. นาฏการหลัก (Root action): ความรักของอุนซุน และจุนโซที่ก่อกำเนิดขึ้นตั้งแต่เด็ก จนชะตากรรมพลิกผันว่าอุนซุนไม่ได้เป็นลูกสาวที่แท้จริงของครอบครัวศาสตราจารย์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนตัวกับซึเน่ และทำให้เกิดการพลัดพลากกันไปหลายปี จนกลับมาพบกันอีกครั้ง ซึ่งจุนโซได้มีคู่หมั้นซึ่งครอบครัวได้วางไว้คือยูมิ ทำให้รักของอุนซุนและจุนโซต้องเป็นรักที่ซ่อนเร้น และปิดบังความรู้สึกตัวเอง จนจุนโซรู้ความจริงว่าอุนซุนกำลังจะตายด้วยโรคมะเร็ง เขาจึงทิ้งทุกอย่างและทำในสิ่งที่หัวใจต้องการคืออยู่กับอุนซุนจนวาระสุดท้าย

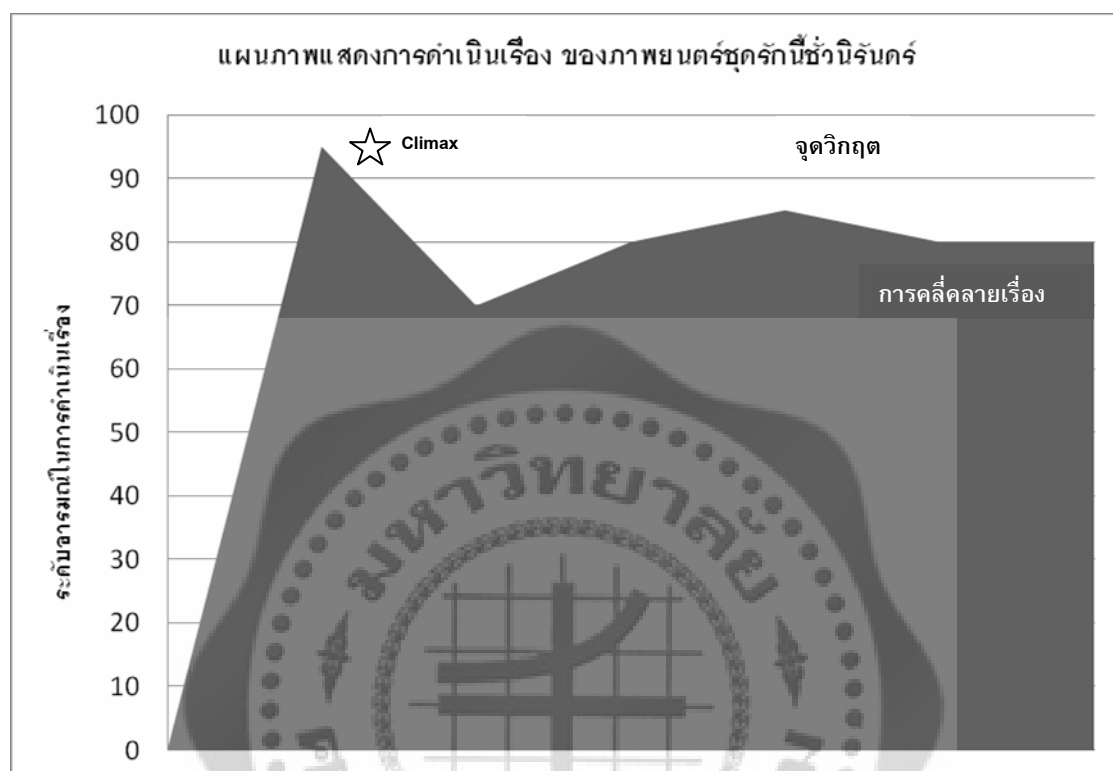
3. จุดสุดยอดของเรื่อง (Climax): อยู่ในเหตุการณ์ในช่วงแรกที่มีการเปิดเผยความจริงว่าอุนซุน หรือนางเอกมิได้เป็นลูกที่แท้จริงของศาสตราจารย์อุน ทำให้ชีวิต และความรักของนางเอกพลิกจากหน้ามือเป็นหลังมือในทันที

4. เหตุการณ์กระตุ้น (Inciting incident): เหตุการณ์กระตุ้นโดยใส่ตัวละครบุคคลที่ 3 ซึ่งทำให้เกิดภาวะรักสามเส้า ทำให้เกิดความเข้าใจผิด และความเห็นห่างระหว่างพระเอกและนางเอกมากขึ้น

5. จุดวิกฤต (Crisis): ตอนที่มีการเปิดเผยต่อพระเอกว่า นางเอกได้ป่วยเป็นโรคมะเร็งและกำลังจะตาย โดยพระเอกต้องเลือกที่จะทำตามหัวใจของตนในวาระสุดท้ายของคนที่เขา รัก จุดนี้ได้บีบคั้นหัวใจของผู้ชมและพยายามเอาใจช่วยตัวละครของเรื่อง โดยเรื่องราวต่างๆได้ถูกจัดวางให้ผู้ชมพยายามเดาเหตุการณ์และนึกถึงความลับหลักของเรื่อง

6. การคลี่คลายเรื่อง (Denouement): ภาพยนตร์ได้คลี่คลายเมื่อพระเอกตัดสินใจบอกความจริงและอยู่กับนางเอกจนวาระสุดท้าย

จากการวิเคราะห์การดำเนินเรื่องของภาพยนตร์ชุดรักนี้ชั่ววันจันทร์ สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพประกอบ 10 แผนภาพแสดงการดำเนินเรื่อง ของภาพยนตร์ชุด รักนี้ชั่ววันจันทร์

จากแผนภาพ แสดงให้เห็นกลวิธีในการวางโครงเรื่องที่มีการวางจุดสุดยอดอยู่ในช่วงการเปิดเรื่อง โดยมีการเปิดเผยความจริงซึ่งทำให้ชะตาชีวิตของนางเอกได้ผันเปลี่ยนไป ผู้เขียนบทได้เพิ่มเติมจุดวิกฤต โดยแทรกในเหตุการณ์ย่อยเพื่อกระตุ้นอารมณ์สงสาร เห็นอกเห็นใจไปสู่ผู้ชม โดยในแต่ละเหตุการณ์ได้เน้นจุดสุดยอด และนำพาเรื่องราวไปสู่การไขความจริง และสามารถคลี่คลายข้อกังขาต่างๆในตอนท้ายของเรื่อง นับเป็นการวางโครงเรื่องที่มีนาฏการหลัก หากแต่เพิ่มเหตุการณ์ย่อยเพื่อเพิ่มอรรถรสในการรับชมของผู้ชม



## การวิเคราะห์ระบบโครงสร้างตามระบบ Well-made play ของ Alvin Goldfarb

### 1. ทุกสิ่งทุกอย่างในเรื่องต้องอธิบายได้ในเรื่องเหตุและผลได้

โครงเรื่องของภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ชั่ววันจันทร์ มิได้มีความสลับซับซ้อนมีลักษณะคล้ายกับภาพยนตร์ไทยหลายเรื่อง เริ่มต้นเรื่องด้วยลูกของสองครอบครัวถูกลบตัวกัน แต่หลังจากนั้นแล้วเรื่องนี้ไม่มีวิธีดำเนินเรื่องและผูกเชื่อมเหตุการณ์และการกระทำของตัวละคร พร้อมกับให้เหตุผลของการกระทำที่คนดูไม่รู้สึกรู้ว่ามีส่วนใดเกินเลยความเป็นจริง โดยมีความรักอันลึกซึ้งซึ่งเป็นแกนหลักนำพาเรื่องราวดำเนินไป ความเด่นชัดของภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ชั่ววันจันทร์ ได้นำเสนอความเป็นเหตุและเป็นผล โดยเกิดจากการตัดสินใจของตัวละครเอก ที่ต่อสู้เพื่อความหมายในชีวิต ในเรื่องอุณิชา นางเอกของเรื่องสามารถเลือกที่จะอยู่กับครอบครัวเก่าได้ แต่เธอเลือกที่จะกลับไปหาพ่อแม่ที่แท้จริง และใช้ชีวิตอย่างลำบาก ตัวเอกเป็นสื่อที่กระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความเห็นอกเห็นใจ ความกลัว หรือชื่นชม ในระหว่างการต่อสู้ดิ้นรนนั้นเขาต้องเผชิญ ความขัดแย้งเหตุการณ์ต่างๆ ในเรื่องล้วนเป็นผลมาจากการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการดำเนินเรื่อง

### 2. การปูพื้นเรื่องจะอยู่ในช่วงแรก (Early exposition)

ภาพยนตร์ชุดเรื่องรักนี้ชั่ววันจันทร์ มีการเปิดฉากโดยใช้ฉากของทะเล เพื่อให้เห็นบรรยากาศที่กำลังจะเกิดขึ้น และใช้ฉากเป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวละครเอก ภาพยนตร์ได้ใช้ตอนแรกเพียงตอนเดียวเท่านั้นในการปูพื้นเรื่อง เพื่อบอกความเป็นมาของตัวละครในเรื่อง และได้กล่าวถึงความรักที่ก่อตัวในวัยเด็กของพระเอกและนางเอก ซึ่งนับเป็นการดำเนินเรื่องที่มีความรวดเร็ว อันส่งผลต่อความประทับใจของผู้ชม แม้จะชมเพียงครั้งแรกก็สามารถติดตามเรื่องได้อย่างไม่ยากนัก

### 3. ความลับหลักของเรื่องจะเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการสร้างจุดวิกฤติหลักของเรื่อง

ภาพยนตร์ชุดเรื่องรักนี้ชั่ววันจันทร์ ได้ซ่อนความลับหลักของเรื่องไว้อย่างสมบูรณ์โดยความลับต่างๆ ส่งผลให้เกิดเรื่องราวต่างๆ หากแต่กลวิธีของผู้แต่งได้นำเสนอแตกต่างจากภาพยนตร์เรื่องอื่นๆ เพราะความลับต่างๆ ค่อยๆ ถูกเปิดเผยทีละข้อ อาทิ ในตอนต้น ความลับของการสับเปลี่ยนลูกของสองครอบครัว เมื่อความจริงถูกเปิดเผยทำให้เกิดความโกลาหลของการดำเนินเรื่องต่อไป ความลับของความรู้สึกของตัวละครเอกทั้งคู่ที่ได้ปกปิดตัวละครอื่นๆ

### 4. มีการใช้อุปมาต่างๆ ในเรื่อง ซึ่งส่วนมากจะเกี่ยวเนื่องกับอุปกรณ์ประกอบการแสดง (Prop) ซึ่งซ่อนความลับของเรื่องไว้

ในภาพยนตร์ชุดเรื่องรักนี้ชั่ววันจันทร์ ใช้ตัวแทนความรู้สึกของตัวละครที่แอบซ่อนความรักระหว่างกัน ถ้วยกาแฟได้กลายเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกความรู้สึกของตัวละครในเรื่อง ไม่เว้นแต่ตัวละครในครอบครัวของนางเอก

## 5. โครงสร้างของเรื่องจะเป็นโครงเรื่องที่เน้นจุดสุดยอดในแต่ละตอน และถูกจัดวางให้ผู้ชมพยายามเดาเหตุการณ์และนึกถึงความลับหลักของเรื่อง

ภาพยนตร์ชุดเรื่องรักนี้ชั่ววินรันดร์ มีการพัฒนาเรื่องราวสลัดกันไปมาทั้งในอดีตและปัจจุบัน คือมีการเล่าเรื่องแบบตามลำดับเวลา ผสมผสานกับการเล่าเรื่องแบบย้อนกลับ การพัฒนาของเรื่องได้ดำเนินนับตั้งแต่ตอนที่ 2 จนกระทั่งถึงตอนที่ 16 การกำกับภาพยนตร์ที่มีเนื้อเรื่องเรียบง่าย ตัวละครไม่มาก อารมณ์ของตัวละครไม่ฉูดฉาด แต่สามารถควบคุมอารมณ์ความรู้สึกร่วมของผู้ชมได้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้ชมเกิดความซาบซึ้งและเป็นภาพยนตร์ที่อยู่ในความทรงจำของผู้ชม แม้ว่าจะมีการเผยแพร่มาเป็นเวลานานแล้วก็ตาม

เป็นที่น่าสนใจที่ภาพยนตร์ชุดเรื่องรักนี้ชั่ววินรันดร์ มีโครงเรื่องที่เน้นจุดสุดยอดตามระเบียบของละครแนว Well made play โดยมีการเน้นจุดสุดยอดในแต่ละตอน โดยในแต่ละเหตุการณ์ล้วนเชื่อมต่อกัน และเป็นเหตุเป็นผลต่อกัน ทั้งนี้ผู้แต่งได้แบ่งเหตุการณ์หลักๆเป็น 3 เหตุการณ์ กล่าวคือ

เหตุการณ์ที่ 1 นับตั้งแต่เปิดเรื่อง ภาพยนตร์ได้สร้างปมปัญหา หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นจุดวิกฤตจุดสำคัญของเรื่องตั้งแต่การเปิดเรื่อง ซึ่งเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งเพราะเปิดด้วยจุดหักเห หรือจุดพลิกผันของเรื่อง นำไปสู่ปมปัญหาและบ่อเกิดของเรื่อง รักนี้ชั่ววินรันดร์ กล่าวคือการเปิดเผยความจริงว่าอุณไซ ที่ไม่ใช่ลูกสาวที่แท้จริงของศาสตราจารย์ยูน และคุณนายยูน หลังการผ่าตัดจากอุบัติเหตุรถชน และกลับกลายเป็น ชีเน่ ที่กลับแปรผันชีวิตมาแทนที่เธอ การเน้นจุดสุดยอดในช่วงต้นเรื่องนี้ นับเป็นจุดหักเหที่สำคัญและทำให้เกิดเหตุการณ์ต่างๆที่ตามมา ทำให้ผู้ชมเกิดอิมเมจในตอนที่ 1 ของการฉายภาพยนตร์ ทั้งนี้ส่งผลต่อการติดตามของผู้ชม และต้องการเห็นเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นตามมา

เหตุการณ์ที่ 2 ช่วงกลางเรื่อง เป็นเรื่องของความสัมพันธ์รัก 3 เศร้า ระหว่างอุณซุน จุนไซ และเทโซก ซึ่งมีการเน้นจุดสุดยอดของปมปัญหาความรักที่สามารถเป็นเพียงแค่พี่ชายและน้องสาว จุดสุดยอดช่วงนี้ทำให้ผู้ชมเกิดความสงสัย เห็นอกเห็นใจ และเข้าใจในความความรู้สึกนึกคิดของตัวละคร

เหตุการณ์ที่ 3 ในช่วงท้ายของเรื่อง ภาพยนตร์ได้เน้นจุดสุดยอดที่สำคัญอีกตอน คือตอนที่มีการเปิดเผยต่อพระเอกว่า นางเอกได้ป่วยเป็นโรคมะเร็งและกำลังจะตาย จุดหักเหจุดนี้ได้บีบคั้นหัวใจของผู้ชมและพยายามเอาใจช่วยตัวเอกของเรื่อง โดยเรื่องราวต่างๆได้ถูกจัดวางให้ผู้ชมพยายามเดาเหตุการณ์และนึกถึงความลับหลักของเรื่อง



ภาพประกอบ 11 โครงสร้างเหตุการณ์ในภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ชั่วนิรันดร์

**6. มีฉากที่ตัวละครและฝ่ายปรักษ์จะต้องเผชิญหน้ากัน ซึ่งเป็นฉากที่เปิดเผยความลับของเรื่อง**

ภาพยนตร์ชุดรักนี้ชั่วนิรันดร์ มีการวางลักษณะของตัวละครที่เป็นปรักษ์อยู่ 2 ลักษณะ คือตัวละครที่มีความชัดเจนในลักษณะนิสัย โดยมีลักษณะตามตัวละครในละครประเภทเมโลดรามมา คือมีความเป็นตัวละครด้านเดียว คือ ชินเอ และยูมิ ซึ่งมีฉากที่ตัวละครเผชิญหน้ากับชินเอ ในฉากที่ 2 ซึ่งเป็นฉากเปิดเผยความจริงในเรื่องลูกที่แท้จริง และเผชิญหน้ากับยูมิ ในฉากที่ 16 ที่ยูมิเปิดเผยความ

จริงเรื่องอุณโฆเป็นมะเร็ง ปรากฏในลักษณะที่ 2 คือปรากฏที่ขัดขวางความรักของ พระเอก และนางเอก ซึ่งผู้เขียนได้สร้างบุคคลที่ 3 ทำให้เกิดรักสามเส้าทำให้เกิดความยุ่งยากในความรักของทั้งสอง

จากลักษณะของโครงเรื่องโดยรวม มีลักษณะของการวางโครงเรื่องตามแบบฉบับของละครเมโลดราม่า กล่าวคือมีการวางเค้าโครงตามแบบละครสูตรสำเร็จทั่วไป หากแต่ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า ภาพยนตร์ชุด รักนี้ชั่วนิรันดร์ ผู้แต่งได้รับอิทธิพลของความคิดของละครโศกนาฏกรรม หรือ Tragedy มาผสมผสานอยู่บ้าง กล่าวคือ ผู้แต่งได้นำเสนอการกระทำของตัวเอกที่ต้องต่อสู้เพื่อความหมายในชีวิต โดยนำเสนอความหายนะอันเกิดจากการดิ้นรนสู้เป้าหมายหรืออุดมการณ์ต่างๆของตัวเอก และเป็นการต่อต้านพลังที่อยู่เหนือธรรมชาติ อาทิชะตากรรม หรือพรหมลิขิตที่มีอำนาจเหนือมนุษย์ ในเรื่องอุณโฆ นางเอกของเรื่องสามารถเลือกที่จะอยู่กับครอบครัวเก่าได้ แต่เธอเลือกที่จะกลับไปหาพ่อแม่วินิจฉัย และใช้ชีวิตโดยฝันความรู้สึกภายในใจของตน ตัวเอกเป็นสื่อที่กระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความเห็นอกเห็นใจ ความกลัว หรือชื่นชม ในระหว่างการต่อสู้ดิ้นรนนั้นเขาต้องเผชิญความขัดแย้ง นอกจากนี้ตัวเอกมักยังมีจุดบกพร่องในตัวเองซึ่งเป็นหนึ่งในเหตุผลที่จะพาเขาไปสู่ความหายนะในตอนท้ายเป็นต้น นอกจากนี้ยังปรากฏลักษณะสูตรสำเร็จของละครประเภทผิแดดผิแดด ซึ่งปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจนในละครราวศตวรรษที่ 19

#### การวิเคราะห์สาระของภาพยนตร์

ภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ชั่วนิรันดร์ นับเป็นภาพยนตร์ชีวิตชุดที่สามารถเรียกน้ำตาจากผู้ชมได้อย่างมหาดล และเป็นภาพยนตร์ชุดที่สื่อมวลชนไทยหลายแหล่ง ยกให้เป็นต้นกำเนิดของความนิยม ภาพยนตร์ชุดเกาหลีของผู้ชมชาวไทย ทั้งนี้เพราะเป็นภาพยนตร์ชุดเกาหลีเรื่องแรกที่เข้ามาเผยแพร่ในสถานีโทรทัศน์ไทย และได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วทำให้สถานีโทรทัศน์ไอทีวี (ในขณะนั้น) กลายเป็นสถานียอดนิยมทางด้านละคร และความบันเทิงของผู้ชมชาวไทยในช่วงเวลานั้น โดยเนื้อหาของภาพยนตร์มุ่งนำเสนอภาพความความสัมพันธ์ภายในครอบครัวของสังคมชนเมืองเกาหลีได้ นำเสนอภาพชีวิตคู่รักของพระเอกนางเอกที่ผจญกับความผิดหวัง และต้องต่อสู้กับชะตากรรมที่เล่นตลกสะท้อนภาพความรักในมุมมองที่ละเอียดอ่อน และถูกเก็บซ่อนไว้ความรู้สึกที่พระเอกและนางเอกแสดงออก

ภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ชั่วนิรันดร์ ได้มุ่งเสนอภาพชีวิตชนบทในประเทศเกาหลีใต้ที่มีความเหลื่อมล้ำของระบบทุนนิยมที่กำลังขยายตัว แสดงถึงปัญหาช่องว่างทางสังคม ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ ช่องว่างของคนรวยและคนจนที่มีขนาดกว้าง สะท้อนผ่านตัวละครเอก 2 ตัว คือ อุณโฆ และซิเน่ สองบทบาทนำที่เป็นตัวแทนของหญิงในสังคมที่อยู่ตรงกันข้าม และต้องสลับตำแหน่งกัน ภาพยนตร์

ได้นำเสนอภาพวิถีความเป็นอยู่ การใช้ชีวิตประจำวันของตัวละครรวมถึงสอดแทรกคติธรรมความเชื่อของชาวเกาหลี เช่น ความเชื่อเรื่องการแต่งงาน เป็นต้น นอกจากนี้ภาพยนตร์ยังสะท้อนบางมุมที่แสดงให้เห็นความอ่อนแอของสภาพสังคมที่มีให้ความสำคัญกับสถานภาพของสตรี และมองสตรีในมุมจำกัดของสังคมยุคโบราณ เนื้อหาหลายตอนทำให้เห็นภาพผู้หญิงที่ถูกกด โดนรังแก อ่อนแอ ถูกกลั่นแกล้งหรือทำตัวไร้สาระ ใช้อารมณ์ ไม่มีเหตุผล อาทิ ความอ่อนแอของอุโนโซ ที่ทำให้ต้องพบกับชะตากรรมต่างๆ หรือความไร้สาระและขาดเหตุผลของชินเน เป็นต้น

สาระของภาพยนตร์ชุดเรื่องรักนี้ชั่ววันจันทร์ นับว่าเป็นภาพยนตร์ที่ให้ความบันเทิงที่แฝงไปด้วยสาระ และนำเสนอปัญหาต่างๆ ในสังคม ที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตประจำวันของคน และใช้ภาพยนตร์เป็นกระบอกเสียงในการนำเสนอภาพลักษณ์ต่างๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสรุปสาระคำสอนที่ปรากฏในภาพยนตร์ได้ดังนี้

1. **การเสียสละ** ความเสียสละเป็นคุณธรรมขั้นพื้นฐานในการอยู่ร่วมกันในสังคม ซึ่งเป็นคุณธรรมที่ปรากฏในภาพยนตร์เป็นเรื่องสำคัญ เช่นการเสียสละของนางเอกที่ต้องการให้คนที่รักมีความสุข การเสียสละของเทโชกต่อความรักที่แท้จริงของอุโนโซ
2. **การให้อภัย** ได้ปรากฏสาระในเรื่องการให้อภัยในหลายตอนของภาพยนตร์ ได้แก่ การให้อภัยของอุโนโซกับชินเน
3. **การยึดมั่นในความถูกต้อง** ภาพยนตร์พยายามสะท้อนให้เห็นคุณธรรมของคนเกาหลีที่ยึดมั่นในหลักความถูกต้องที่อยู่เหนือความรู้สึก เช่นการที่ศาสตราจารย์ยุนยอมรับชินเนมาเป็นลูกสาวแทนอุโนโซ เพราะชินเนเป็นลูกสาวที่แท้จริงตามสายเลือด หรือความรู้สึกผิดของอุโนโซ ที่จะรักกับจุนโซ

### ภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักวุ่นวายของเจ้าชายกาแฟ หรือ Coffee Prince

หลังจากที่พ่อของ โก อิ้นซัน ครูสอนเทควันโดสาวได้ตายไป ทำให้ อิ้นซันต้องกลายเป็นหัวหน้าครอบครัวแทนพ่อของเธอ อิ้นซันตัดสินใจเปลี่ยนแปลงตัวเองให้เข้มแข็งและรับทำงานอย่างไม่เลือก เพื่อหาเงินมาเลี้ยงครอบครัว ทำให้อิ้นซันมีนิสัยห้าวเหมือนผู้ชาย และพูดจาตรงไปตรงมาบ่อยครั้งที่อิ้นซันมักถูกเข้าใจผิดว่าเป็นผู้ชาย แล้วพรหมลิขิตก็ชักพาให้ เขฮันกอล หนุ่มเพลย์บอยลูกเศรษฐี ที่ไม่ยอมทำงานในบริษัทของครอบครัวบังเอิญมาพบกับอิ้นซัน และเข้าใจผิดคิดว่าอิ้นซันเป็นพวกมิจฉาชีพและเป็นผู้ชาย

ฮันกอล รักความอิสระชอบสนุกไปวันๆและไม่ต้องการที่จะแต่งงาน ทำให้ย่าของเขาเป็นกังวลจึงต้องบังคับให้เขาไปคุยตัวกับผู้หญิงที่หามาให้ ฮันกอล จึงตกลงจ้าง อิ้นซัน มาแสดงเป็นคู่รักคู่เกย์ของเขา เพื่อก่อนการดูตัวที่ย่าของเขาจัดให้ เนื่องจากฮันกอลหลงรัก ฮันยูจુ อดีตคนรักของเขา ฮันซอง ซึ่งเป็นญาติผู้พี่ของฮันกอล

เมื่อย่าของฮันกอลรู้ว่าผู้หญิงทุกคนที่นัดมาคุยตัวกับฮันกอล ต่างปฏิเสธที่จะแต่งงานกับฮันกอล จึงตัดสินใจให้ฮันกอลไปฟื้นฟูกิจการร้านกาแฟที่ชื่อ วังจาคอฟฟี่ช็อป และกำหนดเป้าหมายให้ฮันกอล สร้างยอดขายให้มียกกำไรเพิ่มขึ้น 3 เท่าของเงินลงทุนภายใน 3 เดือน และถ้าเขาไม่ไปดูแลร้านกาแฟนี้ เขาจะถูกยึดคอกนโดทรู และรถมินิคันงามไป ฮันกอลจึงตัดสินใจเริ่มต้นปรับปรุงร้านกาแฟนี้อย่างจริงจัง โดยเริ่มต้นจากการเปลี่ยนชื่อร้านใหม่เป็น COFFEE PRINCE และเปิดรับสมัครแต่ชายหนุ่มเป็นพนักงานของร้าน เพื่อจะดึงดูกลุ่มลูกค้าผู้หญิงเป็นหลัก ร้านกาแฟของเขาจึงกลายเป็นที่รวมของเหล่าเจ้าชาย ไม่ว่าจะเป็น คุณฮง ผู้จัดการร้าน จิน ฮาริม ฮวัง มินย็อบ และ โน ซอนกี และ ฮันกอล เองไม่ลืมที่จะจ้าง อึนซัน มาเป็นหนึ่งในเจ้าชายกาแฟด้วย อึนซันที่อยากได้งานนี้จึงตัดสินใจปิดบังความเป็นผู้หญิงของตนไว้อย่างมิดชิด แต่แล้วความใกล้ชิดจากการที่ต้องทำงานร่วมกัน การร่วมมือกันแก้ปัญหา และการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ฮันกอล และ อึนซัน จึงสนิทสนมกันมากขึ้น และมีความรู้สึกที่ดีต่อกัน ทำให้ฮันกอลเริ่มรู้สึกสับสน และคิดว่าเขาจะเบี่ยงเบนทางเพศ เขาจึงพยายามทดสอบความรู้สึกของตัวเองด้วยวิธีต่างๆ และพบว่าความรู้สึกของเขาที่มีต่ออึนซัน กลับมีมากกว่ายูจูทำให้ฮันกอลไม่ยอมรับความรู้สึกของตัวเอง ในขณะที่อึนซันเองก็จำเป็นต้องปิดบังความจริงเรื่องที่เธอเป็นผู้หญิงไว้ เพราะกลัวว่าฮันกอลจะไล่เธอออกจากงาน ความรักของทั้งคู่ได้ก่อตัวขึ้นอย่างไม่รู้ตัว และเผชิญกับความไม่เห็นด้วยของย่าฮันกอล แต่ด้วยความรักที่มุ่งมั่นทำให้ทั้งคู่ได้ครองรักกันที่สุดในที่สุด

### โครงเรื่อง (Plot)

วิเคราะห์โครงเรื่องโดยอาศัยสูตรของ จอห์น เคิร์ก (John Kirk)

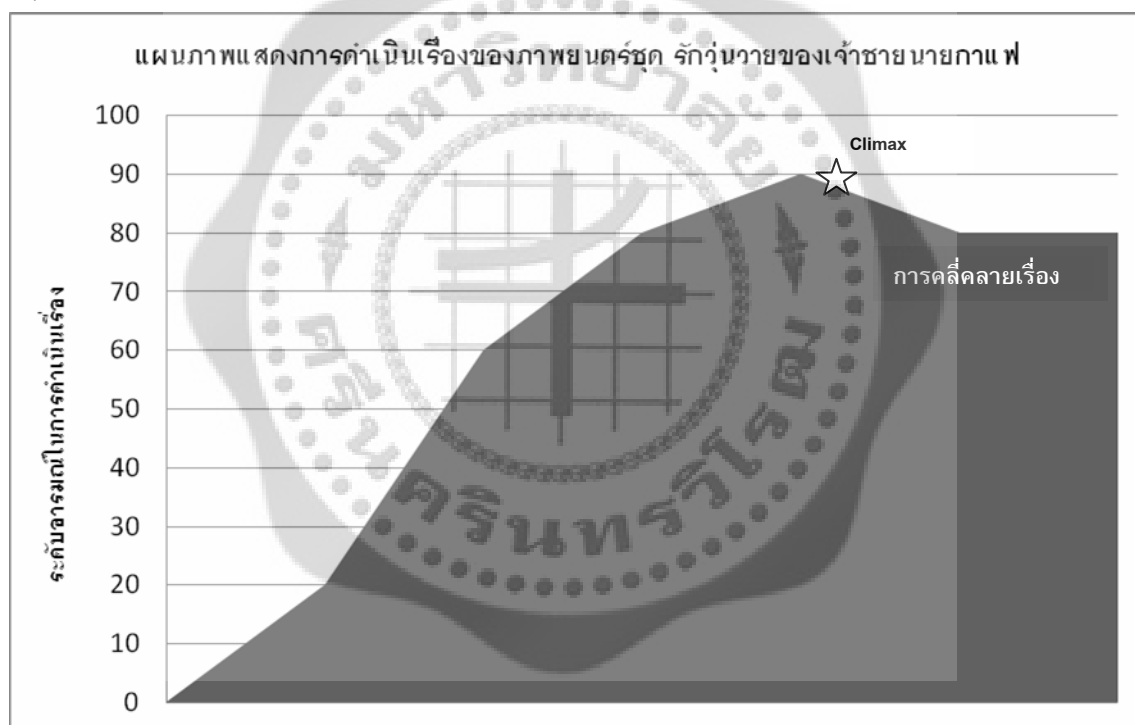
1. ความขัดแย้งหลักของเรื่อง (Root conflict): เป็นความขัดแย้งภายในจิตใจของฮันกอล และโกอินซัน ที่จะมีความรักแบบไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม
2. นาฏการหลัก (Root action): ฮันกอล ถูกคุณย่าวางเดิมพันให้บริหารกิจการร้านกาแฟ Coffee Prince ที่ขาดทุนอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้ทำให้ได้รู้จัก โกอินซัน หญิงสาวที่ตกกระไดพลอยโจรเข้ามาเป็นบริกรของร้านโดยที่ฮันกอลคิดว่าเป็นเด็กผู้ชาย ด้วยความสนิทสนมของเขาทั้งสองทำให้เกิดความรักต้องห้าม ฮันกอลสับสนคิดว่าตนมีจิตใจเบี่ยงเบนทางเพศ ทำให้เกิดเรื่องโกลาหลมากมาย ทั้งในเรื่องร้านกาแฟ เรื่องความรัก และความลับเรื่องพ่อแม่ของฮันกอล ท้ายสุดเมื่อความจริงเปิดเผยทั้งคู่จึงครองรักอย่างมีความสุข
3. จุดสุดยอดของเรื่อง (Climax): อยู่ในเหตุการณ์ในเหตุการณ์ที่นางเอกต้องบอกความจริงกับพระเอกว่าตนเป็นผู้หญิง

4. เหตุการณ์กระตุ้น (Inciting incident): เหตุการณ์กระตุ้นโดยใส่ตัวละครบุคคลที่ 3 ซึ่งทำให้เกิดภาวะรักสามเส้า ทำให้เกิดความเข้าใจผิด และความเห็นต่างระหว่างพระเอกและนางเอกมากขึ้น

5. จุดวิกฤต (Crisis): เป็นตอนที่พระเอกเข้าใจผิดว่านางเอกเป็นผู้ชาย และตัดสินใจจะรักนางเอกโดยไม่คำนึงถึงความถูกต้องของสังคม

6. การคลี่คลายเรื่อง (Denouement): ภาพยนตร์ได้คลี่คลายเมื่อพระเอกยกโทษให้นางเอก คุณย่าอมรับในตัวนางเอก และความลับเรื่องแม่พระเอกได้ถูกเปิดเผย

จากการวิเคราะห์การดำเนินเรื่องของภาพยนตร์ชุด รักวุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพประกอบ 12 แผนภาพแสดงการดำเนินเรื่อง ของภาพยนตร์ชุด รักวุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ

จากแผนภาพ แสดงให้เห็นกลวิธีในการวางโครงเรื่องแบบปกติ กล่าวคือมีการปูพื้นเรื่อง กอปรกับการกระตุ้นอารมณ์ผู้ชมอย่างเป็นลำดับขั้น จนถึงจุดสุดยอดของเรื่องซึ่งอยู่ท้ายเรื่องก่อนการคลี่คลายในที่สุด นับเป็นรูปแบบการวางโครงเรื่องที่เห็นได้อย่างมากในภาพยนตร์ประเภทรักโรแมนติก

## การวิเคราะห์ระบบโครงสร้างตามระบบ Well-made play ของ Alvin Goldfarb

### 1. ทุกสิ่งทุกอย่างในเรื่องต้องอธิบายได้ในเรื่องเหตุและผลได้

เนื้อหาในภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักวุ่นวายของเจ้าชายกาแฟ หรือ Coffee Prince ผู้แต่งได้นำเสนอรูปแบบของเหตุ และผล ซึ่งส่งผลต่อจุดเป้าหมายของแต่ละตัวละครแต่ละตัวที่จะดำเนินในเรื่อง อาทิ โภคินชั้น นางเอกของเรื่องต้องการหางานเพื่อเป็นเสาหลักของครอบครัวจึงต้องพยายามมาทำงานที่ร้านกาแฟ อันกลต้องปฏิบัติตามคำสั่งของคุณย่าที่จำต้องมาบริหารร้านกาแฟที่กำลังจะเลิกกิจการ ทั้งนี้เพื่อมิให้คุณย่ายึดคอนโดมิเนียม และรถมินิคันงาไป หรือเหตุผลของนางเอกแต่งตัวคล้ายเป็นผู้ชายจนทำให้พระเอกเกิดความสับสน ก็เพราะต้องกลายมาเป็นหัวหน้าครอบครัวแทน พ่อของเธอ จึงเปลี่ยนแปลงตัวเองให้เข้มแข็ง และด้วยลักษณะนิสัยที่แข็งแกร่ง และพูดจาห้วนๆ ทำให้เกิดความเข้าใจผิดและส่งผลให้เกิดเรื่องราวโกลาหลในเรื่อง

### 2. การปูพื้นเรื่องจะอยู่ในช่วงแรก (Early exposition)

ภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักวุ่นวายของเจ้าชายกาแฟ หรือ Coffee Prince ผู้แต่งได้พยายามปูพื้นเรื่องอยู่ในช่วงแรกของภาพยนตร์ กล่าวคือในตอนที่ 1 ก็เริ่มเรื่องโดยการแนะนำตัวละคร ปูพื้นฐานของลักษณะของพระเอก นางเอก พระรอง และครอบครัวทั้ง 2 ฝั่ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในตัวละคร โดยอาร์พทให้เห็นลักษณะ อุปนิสัย และงานรับผิดชอบของตัวละครแต่ละตัวโดยผ่านบทละคร และองค์ประกอบต่างๆ

### 3. ความลับหลักของเรื่องจะเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการสร้างจุดวิกฤติหลักของเรื่อง

ความลับของภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักวุ่นวายของเจ้าชายกาแฟ หรือ Coffee Prince น่าจะเป็นความลับที่นางเอกปิดบังความเป็นสตรีเฟค โดยเปลี่ยนแปลงอุปนิสัยและการแต่งกาย เพื่อไม่ให้พระเอกและเพื่อนในร้านกาแฟทราบความจริง

### 4. มีการใช้อุปายต่างๆในเรื่อง ซึ่งส่วนมากจะเกี่ยวเนื่องกับอุปกรณ์ประกอบการแสดง (Prop) ซึ่งซ่อนความลับของเรื่องไว้

อุปายที่ผู้แต่งได้ใช้ในภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักวุ่นวายของเจ้าชายกาแฟ หรือ Coffee Prince คือการปลอมตัวเป็นผู้ชายของนางเอกผ่านการแสดงกิริยา แต่งกาย และใช้อุปกรณ์ประกอบการแสดงต่างๆที่ผู้ชายใช้ รวมถึงหลักฐานที่พระเอกพยายามสืบหาเรื่องพ่อและแม่ของตน ซึ่งเป็นความลับที่พ่อแม่ และย่าปิดบังมาโดยตลอด



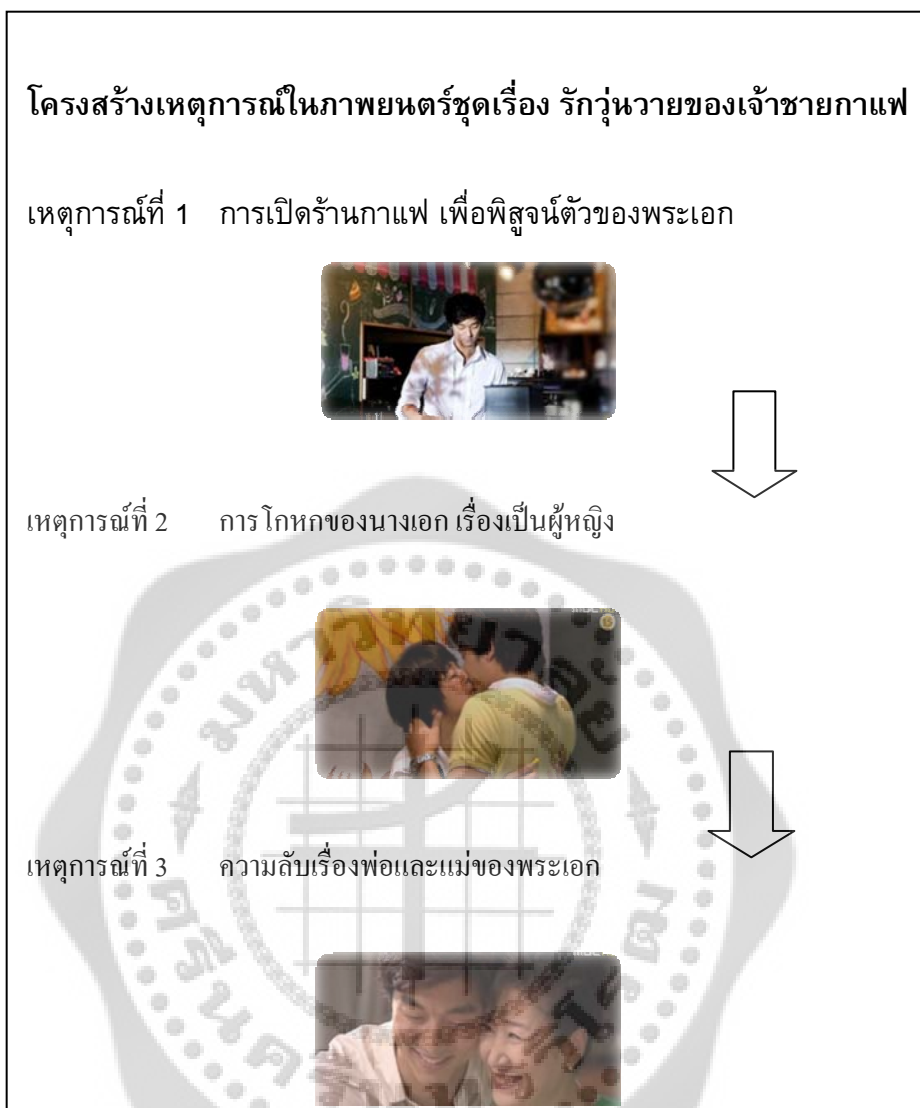
5. โครงสร้างของเรื่องจะเป็นโครงเรื่องที่เน้นจุดสุดยอดในแต่ละตอน และถูกจัดวางให้ผู้ชมพยายามเดาเหตุการณ์และนึกถึงความลับหลักของเรื่อง

ภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักวุ่นวายของเจ้าชายกาแฟ หรือ Coffee Prince มีการเล่าเรื่องแบบตามลำดับเวลา (Cronology) ผู้ชมจะทราบถึงความลับของนางเอกนับตั้งแต่เริ่มเรื่อง ผู้แต่งมิได้ใช้กลวิธีที่มีเหตุการณ์มากมาย เหตุการณ์ต่างของเรื่องมีเพียง 3 เหตุการณ์ใหญ่ๆ คือ

1. เหตุการณ์การเปิดร้านกาแฟเพื่อพิสูจน์ความสามารถของพระเอกกับคุณย่า เหตุการณ์นี้ทำให้เห็นความอูฐาของพระเอกและการร่วมใจของสมาชิกในร้าน coffee prince ที่ช่วยทำให้ร้านเป็นที่รู้จัก อีกทั้งเป็นจุดประกายทำให้เกิดความรักที่เป็นเรื่องกังขาของพระเอกและนางเอก

2. เหตุการณ์การโกหกของนางเอก เรื่องเป็นผู้หญิง เหตุการณ์นี้นับเป็นเหตุการณ์หลักของเรื่อง และนับเป็นความลับหลักของเรื่องที่ทำให้เกิดความวุ่นวายในเรื่อง พระเอกเกิดความสับสนขึ้นภายในจิตใจ และเกิดการตัดสินใจที่จะรักนางเอกโดยไม่สนใจบริบทรอบข้าง

3. เหตุการณ์ความลับเรื่องพ่อและแม่ของพระเอก นับเป็นเหตุการณ์เสริมที่ทำให้เนื้อเรื่องมีการเติมเต็ม ซึ่งเป็นกลวิธีหนึ่งของละครประเภทเมโลดราม่า ที่ทำให้ตัวเอกมาค้นพบความลับภายหลัง



ภาพประกอบ 8 โครงสร้างเหตุการณ์ในภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักุ่นวายของเจ้าชายกาแฟ

**1. มีฉากที่ตัวเอกและฝ่ายปรปักษ์จะต้องเผชิญหน้ากัน ซึ่งเป็นฉากที่เปิดเผยความลับของเรื่อง**

ภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักุ่นวายของเจ้าชายกาแฟ หรือ Coffee Prince มีการวางลักษณะของตัวละครในเรื่องเป็นแบบตัว ละครตายตัว (Typed Character) มีการแบ่งแยกฝั่งดีและเลวอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งนับเป็นรูปแบบ ของการพัฒนาตัวละครของละครประเภทเมโลดราม่าอย่างชัดเจน ภาพยนตร์ได้นำเสนอฉากที่มีการเผชิญหน้ากันระหว่างตัวเอกและปรปักษ์

### การวิเคราะห์สาระของภาพยนตร์

ภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักอุ่นววยของเจ้าชายกาแฟ หรือ Coffee Prince ได้ถูกดัดแปลงจากนวนิยายเกาหลียอดนิยม ผลงานของ ลีซัง ภาพยนตร์ชุดเรื่องนี้ได้แสดงให้เห็นภาพของสังคมยุคทุนนิยมในประเทศเกาหลีใต้ ที่มีช่องว่างของคนรวยและคนจน โดยผ่านตัวละครเอกทั้ง 2 ตัว โดยพระเอกอยู่ในสถานะของหนุ่มโสด รวย รูปร่างหน้าตาดี แสดงภาพของพระเอก เป็นรากับเจ้าชาย หรือซูเปอร์สตาร์ที่หญิงทุกคนต่างหมายปอง และให้นางเอกเป็นเพียงหญิงสาวยากจนที่ดูเป็นสาวธรรมดาคนหนึ่ง ในสังคม และด้วยบุพเพสันนิวาสทำให้ทั้งสองได้มาพบกัน คล้ายกับลักษณะโครงเรื่องยอดนิยมตามแบบฉบับละครเมโลดราม่า ในรูปแบบของซินเดอเรลล่าพล็อต โดยผู้แต่งยังได้เสนอความแตกต่างในด้านลักษณะนิสัยของพระเอกและนางเอกที่ทำให้เรื่องดำเนินไปด้วยความโกลาหล

สาระของภาพยนตร์ชุดรักอุ่นววยของเจ้าชายกาแฟ นับว่าเป็นภาพยนตร์ที่ให้ความบันเทิงที่แฝงไปด้วยสาระ และนำเสนอปัญหาต่างๆในสังคม ที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตประจำวันของคน และใช้ภาพยนตร์เป็นกระบอกเสียงในการนำเสนอภาพลักษณ์ต่างๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสรุปสาระคำสอนที่ปรากฏในภาพยนตร์ได้ดังนี้

**2. การยึดมั่นในความถูกต้อง** ภาพยนตร์พยายามสะท้อนให้เห็นคุณธรรมของคนเกาหลีที่ยึดมั่นในหลักความถูกต้องที่อยู่เหนือความรู้สึก เช่นการที่ฮันกอลอยู่ในภาวะวิตกที่จะทำตัวผิดจากความถูกต้องของสังคมที่ ชายต้องคู่กับหญิงเท่านั้น

**3. การเคารพผู้อาวุโส** ภาพยนตร์ได้แสดงภาพครอบครัวเป็นภาพสำคัญของเรื่อง โดยนำเสนอภาพของครอบครัวขนาดขยายซึ่งเป็นวิถีของกลุ่มประเทศตะวันออก ภาพยนตร์ได้กล่าวถึงการให้ความสำคัญของคุณย่า ซึ่งเป็นบุคคลอาวุโสและสามารถตัดสินใจในทุกสิ่งได้ โดยที่ทุกคนต้องปฏิบัติตาม

อีกส่วนที่มีความชัดเจนในภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักอุ่นววยของเจ้าชายกาแฟ คือการสอดแทรกวัฒนธรรมการดื่มกาแฟ และการนำเสนอภาพใหม่ของกาแฟซึ่งชี้เฉพาะที่กาแฟเกาหลี โดยขยายความให้ความโรแมนติกของเรื่องราว ผสมผสานไปกับรสชาติกลิ่นหอม และความกลมกล่อมของกาแฟ ซึ่งทำให้จุดประกายเกิดปรากฏการณ์ความนิยมของวงการกาแฟขึ้นอย่างกว้างขวาง สำนักข่าวเอพีของเกาหลีได้กล่าวว่า ร้านกาแฟในประเทศเกาหลีใต้ มียอดโตจนเป็นปรากฏการณ์ทั่วท้องถนนต่างก็เต็มไปด้วยคนถือแก้วกาแฟ ร้านกาแฟต่างก็กระจัดกระจายตามหัวมุมถนน สาเหตุนี้เนื่องมาจากละครชื่อดังของเกาหลี คือ The 1st Shop of Coffee Prince หรือที่รู้จักกันในชื่อไทยว่า รักอุ่นววยของเจ้าชายกาแฟ ปรากฏการณ์นี้ส่งผลต่อประเทศที่ได้นำภาพยนตร์ชุดนี้ไปแพร่ภาพอีกหลายประเทศ อาทิ อินโดนีเซีย โคลัมเบีย เอกวาดอร์ เม็กซิโก เปรู เวเนซุเอล่า หรือแม้แต่ประเทศไทย

จากการศึกษาลักษณะของโครงเรื่องของภาพยนตร์ชุดเกาหลีทั้ง 3 เรื่องสามารถสรุปได้ว่า เนื้อหาส่วนทั้ง 3 เรื่องเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความรัก มีกลวิธีในการวางโครงเรื่องโดยมีการดำเนินเรื่องที่ไม่ซับซ้อน มีปมปัญหาหลักเพียงปมเดียว โดยมากโครงเรื่องจะมีลักษณะต้นร้ายปลายดี มีเนื้อหาที่เป็นเหตุและเป็นผล โดยในแต่ละเรื่องจะมีการพัฒนาโครงเรื่องในระดับรายละเอียดที่มีความแตกต่างกันออกไป การวางโครงเรื่องลักษณะนี้เป็นกรวางโครงเรื่องอย่างเป็นระบบเพื่อนำไปสู่จุดสุดยอดของเรื่อง และมักจะเร้าอารมณ์ของผู้ชมให้เกิดการปลดปล่อยทางอารมณ์ โดยกระตุ้นให้เกิดความสงสัยสสาร โกรธเกลียดชัง หรือรัก ผ่านการดำเนินเรื่องและการกระทำของตัวละคร นอกจากนี้ยังมีมีการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ในเรื่อง ซึ่งส่วนมากจะเกี่ยวเนื่องกับอุปกรณ์ประกอบการแสดง (Prop) ซึ่งซ่อนความลับของเรื่องไว้ โดยความลับนี้จะเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการสร้างจุดวิกฤตหลักของเรื่อง จากการศึกษาลักษณะโครงเรื่องแบบนี้มีลักษณะใกล้เคียงกับ ระบบโครงสร้างของละคร Well-made play ของออร์เซน สคริป ซึ่งกล่าวอ้างโดยทฤษฎีของ Alvin Goldfarb

ระบบโครงสร้างของ Well-made play ของ Alvin Goldfarb		
1	ทุกสิ่งทุกอย่างในเรื่องต้องอธิบายได้ในเรื่องเหตุและผลได้	✓
2	การปูพื้นเรื่องจะอยู่ในช่วงแรก (Early exposition)	✓
3	ความลับหลักของเรื่องจะเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการสร้างจุดวิกฤตหลักของเรื่อง	✓
4	มีการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ในเรื่อง ซึ่งส่วนมากจะเกี่ยวเนื่องกับอุปกรณ์ประกอบการแสดง (Prop) ซึ่งซ่อนความลับของเรื่องไว้	✓
5	โครงสร้างของเรื่องจะเป็นโครงเรื่องที่เน้นจุดสุดยอดในแต่ละตอน และถูกจัดวางให้ผู้ชมพยายามเดาเหตุการณ์และนึกถึงความลับหลักของเรื่อง	✓
6	มีฉากที่ตัวเอกและฝ่ายปรปักษ์จะต้องเผชิญหน้ากัน ซึ่งเป็นฉากที่เปิดเผยความลับของเรื่อง	✓

ลักษณะของเนื้อหาสาระของภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่องมักเน้นย้ำในการสะท้อนให้เห็นถึงความเหลื่อมล้ำทางสังคม การแบ่งชนชั้นในสังคม สิทธิของสตรีในสาธารณรัฐเกาหลี เด่นชัดในภาพยนตร์ชุดเรื่อง จอมนางแห่งวังหลวง และรักนี้ชั่วนิรันดร์ ซึ่งได้นำเสนอทั้งปัญหาการถูกกดขี่ของผู้หญิงในลัทธิขงจื้อ และนำเสนอหนทางการปลดปล่อยผู้หญิงจากความไม่เท่าเทียม โดยนำเสนอความมีสติปัญญา และคุณสมบัติที่ดีเหนือกว่าผู้ชายรวมถึงสะท้อนบทบาทความเป็นแม่ ภาพยนตร์ทั้ง 2 เรื่องนี้นำเสนอ

ภาพผู้หญิงในมิติที่ต่างเวลากัน สะท้อนให้เห็นปัญหาที่เกาะกินเกาหลีเป็นระยะเวลาานาน รักนี้ชั่ววินาทีได้ถูกเป็นตัวแทนที่เด่นชัดของค่านิยมในระบบทุนนิยมที่กำลังขยายตัว ทำให้เกิดการเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และก่อให้เกิดช่องว่างทางสังคมขนาดกว้างขึ้น ภาพยนตร์ชุดรักคู่ขวัญของเจ้าชายนายนายกาแฟ ก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่เนื้อเรื่องสะท้อนให้เห็นภาพสังคมสมัยใหม่ของเกาหลีใต้ที่มีปัญหาในแง่ของการเหลื่อมล้ำทางสังคม หากแต่เนื้อเรื่องถูกผสมผสานไปกับเสียงหัวเราะ ประสานกับการมุ่งนำเสนอภาพความรักผ่านความกลมกล่อมของรสกาแฟ พร้อมซ่อนกลวิธีทางการตลาด ซึ่งทำให้กาแฟเกาหลีเป็นที่นิยมในชั่วข้ามคืน ซึ่งทำให้มุมมองด้านการสะท้อนปัญหา มิได้สะท้อนให้เห็นอย่างเด่นชัดเท่าภาพยนตร์ใน 2 เรื่องแรก

### ทัศนองค์ประกอบต่างๆของภาพยนตร์ (Spectacle)

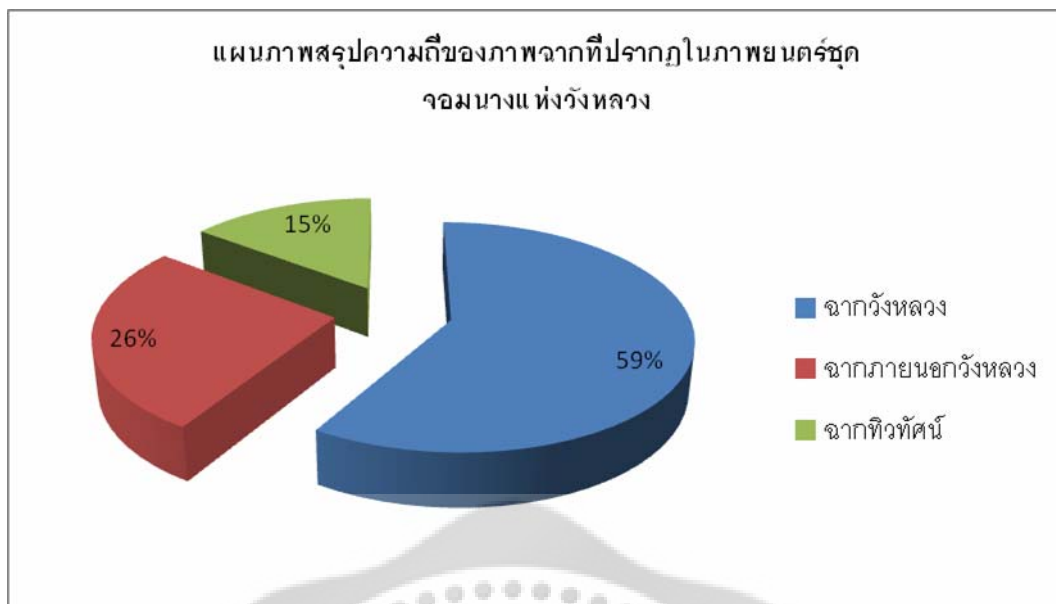
ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาด้านการวางองค์ประกอบของภาพยนตร์ซึ่ง ได้แก่ ฉากของภาพยนตร์ เครื่องแต่งกายของภาพยนตร์ และการใช้โครมสีในภาพยนตร์

#### 1/ ฉากในภาพยนตร์

ผู้วิจัยได้สรุปลักษณะของฉากในภาพยนตร์ชุดทั้ง 3 เรื่อง โดยแบ่งโครงสร้างพื้นฐานของฉาก เป็นฉากภายในและภายนอก และแบ่งย่อยเป็นลักษณะของฉากที่เห็นเด่นชัดในแต่ละเรื่อง

##### 1.1 ภาพยนตร์ชุดเรื่องจอมนางแห่งวังหลวง หรือ Dae Jang guem

จากตาราง 30-32 สามารถสรุปเป็นแผนภาพสรุปความถี่ของภาพฉากที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุดเรื่อง จอมนางแห่งวังหลวง โดยแบ่งฉากย่อยเป็น ฉากวังหลวง ฉากนอกวังหลวง และฉากทิวทัศน์



ภาพประกอบ 14 แผนภาพสรุปความถี่ของภาพฉากที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง

จากภาพประกอบ 14 สามารถอธิบายได้ว่า ภาพฉากที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุดจอมนางแห่งวังหลวง หรือแดจังกึม ทั้ง 57 ตอน ส่วนมากเป็นฉากวังหลวงมากที่สุด ซึ่งฉากที่ปรากฏร้อยละ 58.74 เป็นฉากภายในร้อยละ 44.38 และเป็นฉากภายนอก ร้อยละ 14.37 แบ่งเป็นฉากภายในพระตำหนักร้อยละ 10.84 ฉากภายในห้องเครื่อง ร้อยละ 10.74 ฉากภายในสำนักหมอลหลวงร้อยละ 9.05 และเป็นฉากภายในห้องพักผ่อนและห้องพักผ่อนภายในวังร้อยละ 13.75

ตาราง 30 ความถี่ของภาพฉากในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง ตอนที่ 1-20

ฉาก	ความถี่ของภาพฉากในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง																			
	ตอนที่																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
<b>ฉากวังหลวง</b>																				
ฉากภายในห้องเครื่อง	8	4	5	24	20	5	6	22	25	8	13	9	20	13	9	20	15	24	24	17
ฉากภายในพระตำหนัก	2	2	8	11	15	4	2	1	1	3	7	0	3	2	0	13	3	14	3	6
ฉากภายในสำนักหมอลหลวง	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	0	0	0
ฉากภายในห้องพักนางใน และห้องพักขุนนาง ภายในวังหลวง	5	3	5	15	9	8	8	13	23	17	22	12	16	22	12	19	10	13	33	23
ฉากภายนอกในวังหลวง (S2)	11	5	20	4	19	3	2	17	11	20	11	8	6	15	6	32	19	15	18	15
<b>รวมฉากวังหลวงทั้งหมด</b>	<b>26</b>	<b>14</b>	<b>38</b>	<b>54</b>	<b>63</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>53</b>	<b>60</b>	<b>48</b>	<b>53</b>	<b>29</b>	<b>45</b>	<b>52</b>	<b>27</b>	<b>87</b>	<b>50</b>	<b>66</b>	<b>78</b>	<b>61</b>
<b>ฉากทิวทัศน์ (S2)</b>																				
ฉากเกาะเซจู	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ฉากเขตทะเล	0	0	0	0	0	29	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ฉากทิวทัศน์อื่นๆ	26	29	6	1	3	20	2	5	9	4	0	4	12	7	20	1	1	13	5	8
<b>รวมฉากทิวทัศน์ทั้งหมด</b>	<b>26</b>	<b>29</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>49</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>20</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>13</b>	<b>5</b>	<b>8</b>
<b>ฉากนอกวังหลวง</b>																				
ฉากภายในบ้านเรือน	15	21	8	5	2	9	8	2	8	2	5	2	3	7	16	2	11	7	5	5
ฉากภายนอก (S2)	18	12	13	7	5	11	13	6	7	1	2	2	8	8	19	5	14	11	14	16
<b>รวมฉากนอกวังหลวงทั้งหมด</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	<b>21</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>8</b>	<b>15</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>15</b>	<b>35</b>	<b>7</b>	<b>25</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>21</b>
<b>รวมฉากภายในทั้งเรื่อง</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>26</b>	<b>55</b>	<b>46</b>	<b>26</b>	<b>24</b>	<b>38</b>	<b>57</b>	<b>30</b>	<b>47</b>	<b>23</b>	<b>42</b>	<b>44</b>	<b>37</b>	<b>57</b>	<b>42</b>	<b>58</b>	<b>65</b>	<b>51</b>
<b>รวมฉากภายนอกทั้งเรื่อง (S2)</b>	<b>55</b>	<b>46</b>	<b>39</b>	<b>12</b>	<b>27</b>	<b>63</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>27</b>	<b>25</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>26</b>	<b>30</b>	<b>45</b>	<b>38</b>	<b>34</b>	<b>39</b>	<b>37</b>	<b>39</b>

ตาราง 31 ความถี่ของภาพฉากในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง ตอนที่ 21-40

ฉาก	ความถี่ของภาพฉากในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง																			
	ตอนที่																			
	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
<b>ฉากวังหลวง</b>																				
ฉากภายในห้องเครื่อง	17	8	3	7	3	0	0	7	11	3	0	0	2	1	6	6	0	1	4	1
ฉากภายในพระตำหนัก	5	3	1	2	3	1	1	0	9	6	1	3	20	23	17	5	0	2	12	1
ฉากภายในสำนักหมอลหลวง	4	4	2	0	4	5	4	34	23	17	14	4	14	20	10	12	7	10	7	2
ฉากภายในห้องพักนางใน และห้องพักขุนนาง ภายในวังหลวง	11	12	15	5	11	0	8	13	13	1	2	14	6	2	7	8	6	12	6	8
ฉากภายนอกในวังหลวง (S2)	19	13	11	1	7	1	5	10	18	6	0	5	5	15	9	4	1	3	7	4
<b>รวมฉากวังหลวงทั้งหมด</b>	<b>56</b>	<b>40</b>	<b>32</b>	<b>15</b>	<b>28</b>	<b>7</b>	<b>18</b>	<b>64</b>	<b>74</b>	<b>33</b>	<b>17</b>	<b>26</b>	<b>47</b>	<b>61</b>	<b>49</b>	<b>35</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>36</b>	<b>16</b>
<b>ฉากทิวทัศน์ (S2)</b>																				
ฉากเกาะเซจู	0	3	3	11	1	19	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ฉากเขตทาเจ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ฉากทิวทัศน์อื่นๆ	6	3	25	12	4	3	1	3	1	0	11	0	0	1	3	2	22	9	0	11
<b>รวมฉากทิวทัศน์ทั้งหมด</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>28</b>	<b>23</b>	<b>5</b>	<b>22</b>	<b>13</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>22</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>11</b>
<b>ฉากนอกวังหลวง</b>																				
ฉากภายในบ้านเรือน	8	14	6	18	13	20	16	5	11	5	12	5	2	3	1	2	8	12	2	13
ฉากภายนอก (S2)	26	16	8	19	9	13	18	17	11	13	33	18	3	0	1	4	18	2	3	14
<b>รวมฉากนอกวังหลวงทั้งหมด</b>	<b>34</b>	<b>30</b>	<b>14</b>	<b>37</b>	<b>22</b>	<b>33</b>	<b>34</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>45</b>	<b>23</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>26</b>	<b>14</b>	<b>5</b>	<b>27</b>
<b>รวมฉากภายในทั้งเรื่อง</b>	<b>45</b>	<b>41</b>	<b>27</b>	<b>32</b>	<b>34</b>	<b>26</b>	<b>29</b>	<b>59</b>	<b>67</b>	<b>32</b>	<b>29</b>	<b>26</b>	<b>44</b>	<b>49</b>	<b>41</b>	<b>33</b>	<b>21</b>	<b>37</b>	<b>31</b>	<b>25</b>
<b>รวมฉากภายนอกทั้งเรื่อง (S2)</b>	<b>51</b>	<b>35</b>	<b>47</b>	<b>43</b>	<b>21</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>19</b>	<b>44</b>	<b>23</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>41</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>29</b>



ตาราง 32 ความถี่ของภาพฉากในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง ตอนที่ 41-57

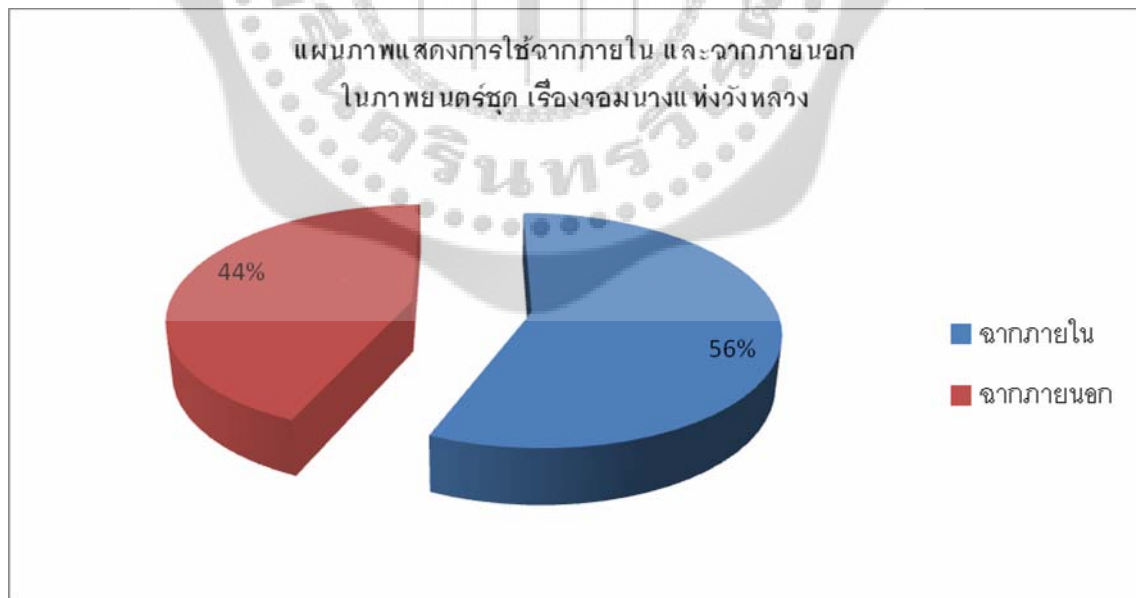
ฉาก	ความถี่ของภาพฉากในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง																	
	ตอนที่																	รวม 57 ตอน
	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	
<b>ฉากวังหลวง</b>																		
ฉากภายในห้องเครื่อง	1	1	9	0	0	1	0	3	9	2	0	0	2	2	0	0	1	<b>402</b>
ฉากภายในพระตำหนัก	2	7	7	13	13	2	12	3	7	12	10	13	15	17	15	16	6	<b>385</b>
ฉากภายในสำนักหมอลวง	11	7	13	9	8	1	12	1	13	10	4	8	12	4	2	13	3	<b>334</b>
ฉากภายในห้องพักนางใน และห้องพักขุนนาง ภายในวังหลวง	10	3	3	6	6	8	7	0	5	4	5	2	6	5	3	0	1	<b>522</b>
ฉากภายนอกในวังหลวง (S2)	19	18	4	6	3	5	12	15	3	4	2	3	5	12	11	3	8	<b>534</b>
<b>รวมฉากวังหลวงทั้งหมด</b>	<b>43</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>34</b>	<b>30</b>	<b>17</b>	<b>43</b>	<b>22</b>	<b>37</b>	<b>32</b>	<b>21</b>	<b>26</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>31</b>	<b>32</b>	<b>19</b>	<b>2,177</b>
<b>ฉากทิวทัศน์ (S2)</b>																		
ฉากเกาะเซจู	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>49</b>
ฉากเขตทะเล	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	<b>45</b>
ฉากทิวทัศน์อื่นๆ	1	4	3	14	10	5	2	14	6	8	6	2	5	7	8	13	25	<b>426</b>
<b>รวมฉากทิวทัศน์ทั้งหมด</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>25</b>	<b>520</b>
<b>ฉากนอกวังหลวง</b>																		
ฉากภายในบ้านเรือน	4	7	6	7	3	14	3	3	4	6	4	2	3	2	3	8	12	<b>500</b>
ฉากภายนอก (S2)	4	2	5	5	4	12	1	11	5	6	4	6	7	0	2	5	15	<b>532</b>
<b>รวมฉากนอกวังหลวงทั้งหมด</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>26</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>27</b>	<b>942</b>
<b>รวมฉากภายในทั้งเรื่อง</b>	<b>28</b>	<b>25</b>	<b>38</b>	<b>35</b>	<b>30</b>	<b>26</b>	<b>34</b>	<b>10</b>	<b>38</b>	<b>34</b>	<b>23</b>	<b>25</b>	<b>38</b>	<b>30</b>	<b>23</b>	<b>37</b>	<b>23</b>	<b>2,053</b>
<b>รวมฉากภายนอกทั้งเรื่อง (S2)</b>	<b>24</b>	<b>27</b>	<b>12</b>	<b>25</b>	<b>17</b>	<b>22</b>	<b>15</b>	<b>40</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>17</b>	<b>19</b>	<b>21</b>	<b>24</b>	<b>48</b>	<b>1,586</b>

ฉากส่วนใหญ่เป็นฉากที่เกี่ยวข้องกับการทำอาหาร ฉากที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของราชวงศ์ ฉากที่เกี่ยวข้องกับการเป็นอยู่ของข้าราชการบริพารภายในวังหลวง และฉากที่เกี่ยวข้องกับสำนักหมอลหลวง โดยภาพฉากวังหลวงจะปรากฏให้เห็นในทุกตอนของเรื่อง โดยปรากฏมากที่สุดในตอนที่ 16 กล่าวคือปรากฏทั้งหมด 44 ฉาก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 3.82 ของฉากวังหลวงทั้งหมด โดยเป็นฉากที่ใช้ในการเล่าเรื่องราวการดำเนินชีวิตในวังหลวงของจังกึม ตัวละครเอกของเรื่องนี้

ส่วนฉากนอกวังหลวง ปรากฏให้เห็นเป็นอันดับสอง คือร้อยละ 26.53 ซึ่งมักจะปรากฏควบคู่กับฉากในวังหลวงในทุกตอนของเรื่อง แบ่งเป็นฉากภายในร้อยละ 11.86 และเป็นฉากภายนอกร้อยละ 14.62 ซึ่งภาพฉากที่ปรากฏส่วนมากเป็นสถานฝึกนางใน บ้านเรือน วัด ร้านค้าต่างๆนอกวังหลวง

ส่วนอันดับที่สามที่ปรากฏ คือ ภาพฉากทิวทัศน์ คือคิดเป็นร้อยละ 14.72 โดยเป็นภาพฉากเขตทะเล และเกาะเชจู ซึ่งเป็นภาพฉากที่มีส่วนสำคัญของเรื่องฉากหนึ่ง ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวเอกของเรื่อง คือแดจังกึม โดยเห็นได้อย่างเด่นชัดในตอนที่ 6 สถานที่นี้เป็นที่ทดลองปลูกสมุนไพรและพืชผักที่หายากส่งให้กับวังหลวง ซึ่งในตอนท้ายๆ ของเรื่องได้ใช้เป็นสถานที่ที่พักฟื้นผู้ป่วย เพื่อหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับอาการป่วยของพระราชินี

แผนภาพสรุปความถี่ของภาพฉากภายใน และฉากภายนอกที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุดเรื่อง จอมนางแห่งวังหลวง



ภาพประกอบ 15 แผนภาพแสดงการใช้ฉากภายใน และฉากภายนอกในภาพยนตร์ชุด เรื่องจอมนางแห่งวังหลวง

จากภาพประกอบ 15 โดยภาพรวมของการปรากฏภาพฉากในภาพยนตร์ชุดเกาหลีเรื่องแดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวงนั้น สามารถสรุปได้โดยเป็นฉากภายใน (Interior Setting) ถึงร้อยละ 56.24 และเป็นฉากภายนอก (Exterior Setting) ร้อยละ 43.71 จะเห็นได้ว่าการจัดวางของฉากในภาพยนตร์ได้เก๋ได้เก๋อบจะสมดุลงในทุกตอนของเรื่อง โดยจะปรากฏทั้งฉากภายในและภายนอกตลอดในทุกๆ ตอน นอกจากนี้ยังมีเทคนิคการการแสดงภาพฉากที่เข้าไปเข้ามาและปรากฏให้เห็นในเกือบทุกตอนของเรื่องคือ ภาพฉากวังหลวง สลับกับภาพฉากต่างๆ ภาพทิวทัศน์ธรรมชาติซึ่งประกอบด้วย ภาพฉากหิมะ, เขตทาเจ และเกาะเชจู ภาพฉากชุมชนและที่อยู่อาศัยภายนอกวังหลวง

### ภาพบรรยากาศฉากต่างๆในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง

#### 1. ฉากในวังหลวง



ภาพประกอบ 16 ภาพฉากในวังหลวง



2. ฉากนอกวังหลวง



ภาพประกอบ 17 ภาพฉากนอกวังหลวง

## 3. ฉากทิวทัศน์



ภาพประกอบ 18 ภาพฉากทิวทัศน์

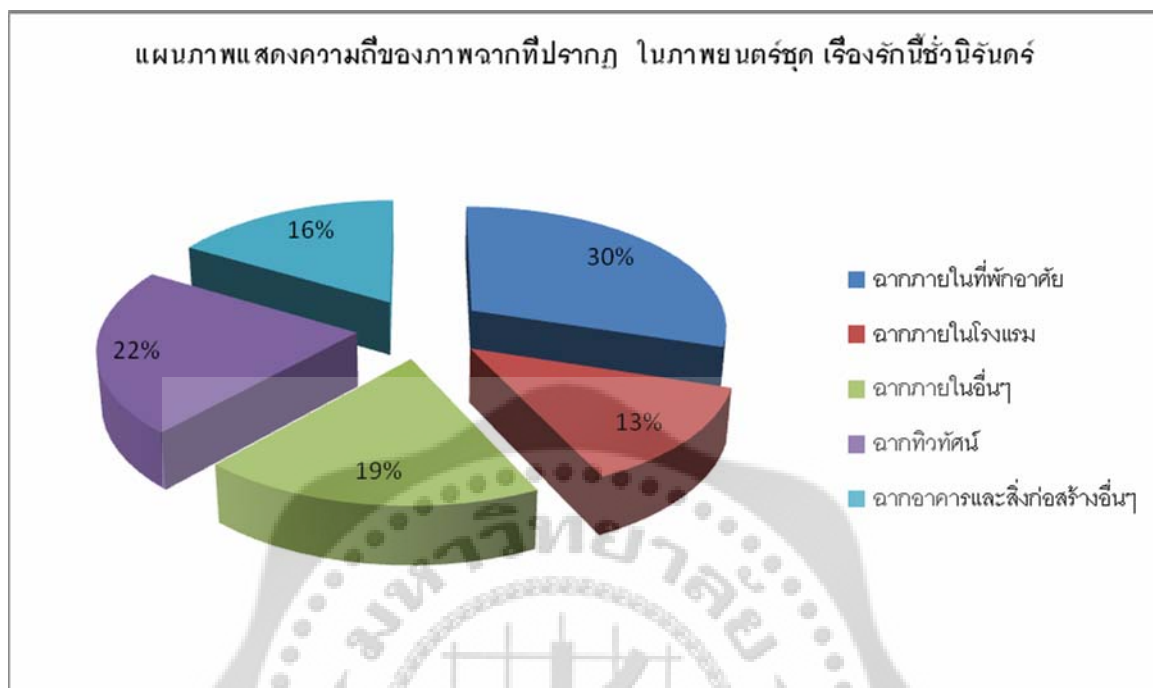


4. ภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้ชั่ววินรันดร์ หรือ Autumn in my heart

ตาราง 33 แสดงความถี่ของภาพฉากที่ปรากฏในละครเรื่องรักนี้ชั่ววินรันดร์

ฉาก	ความถี่ของภาพฉากในภาพยนตร์ชุด รักนี้ชั่ววินรันดร์																		รวม	ร้อยละ	
	ตอนที่																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18			
<b>ฉากภายใน</b>																					
- ฉากภายในที่พักอาศัย	10	8	15	12	10	8	7	10	11	12	15	10	11	9	15	15	10	6	194	<b>29.89</b>	
- ฉากภายในโรงแรม	0	0	0	5	6	5	6	10	6	5	7	0	9	5	7	6	8	0	85	<b>13.10</b>	
- ฉากภายในอื่นๆ (โรงพยาบาล โรงเรียน เป็นต้น)	7	6	6	2	7	10	7	6	7	5	8	6	7	7	6	8	9	7	121	<b>18.64</b>	
<b>รวม</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>21</b>	<b>19</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>20</b>	<b>26</b>	<b>24</b>	<b>22</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	<b>27</b>	<b>21</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>27</b>	<b>13</b>	<b>400</b>	<b>61.63</b>	
<b>ฉากภายนอก</b>																					
- ฉากทิวทัศน์ธรรมชาติ	12	5	15	4	4	8	1	8	7	12	3	6	5	3	17	8	5	19	142	<b>21.88</b>	
- พุ่มหญ้าซัมยาง (Samyang)																					
- ฉากทะเล (Hwajinpo Beach , ect.)																					
- ฉากท่าเรือ (Daepa , Dongmyeong)																					
- ฉากอาคารบ้านเรือน และสิ่งก่อสร้างอื่นๆ	3	5	10	8	7	6	10	3	6	7	5	7	5	6	4	5	3	7	107	<b>16.49</b>	
<b>รวม</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>25</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>19</b>	<b>8</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>21</b>	<b>13</b>	<b>8</b>	<b>26</b>	<b>249</b>	<b>38.37</b>	
																			<b>รวม 18 ตอน</b>	<b>649</b>	

จากตารางข้างต้นสามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพประกอบ 19 แผนภาพแสดงความถี่ของภาพฉากที่ปรากฏ ในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้ชั่วนิรันดร์

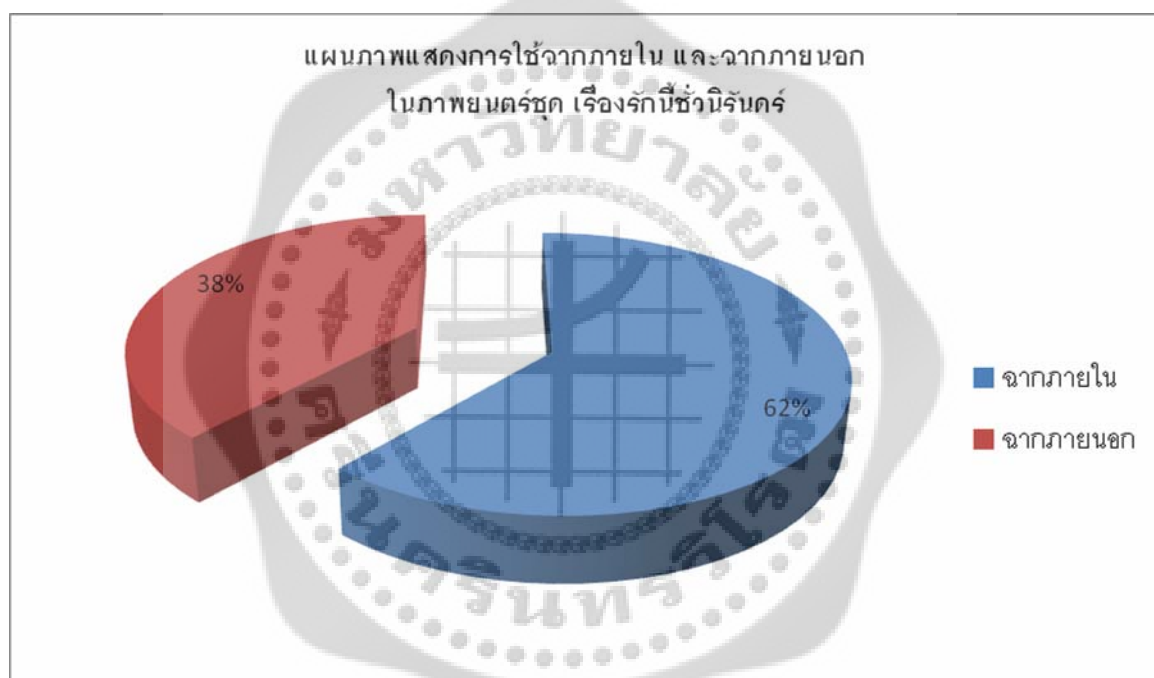
จากแผนภาพ สามารถอธิบายได้ว่า ภาพฉากที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุดรักนี้ชั่วนิรันดร์ ทั้ง 18 ตอน ส่วนมากเป็นฉากภายในที่พักอาศัยมากที่สุด ซึ่งฉากที่ปรากฏร้อยละ 30.27 ซึ่งเป็นฉากที่เกี่ยวข้องกับการเป็นอยู่ภายในครอบครัว เป็นฉากการดำเนินชีวิตทั้งในบ้านของของตัวเอกแต่ละตัว ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าอาจเป็นเพราะภาพยนตร์ชุดเรื่องรักนี้ชั่วนิรันดร์ เป็นภาพยนตร์ที่มุ่งเน้นนำเสนอภาพครอบครัว และภาพสังคมในชนบทของเกาหลี ดังนั้นภาพการดำรงชีวิตของคนเกาหลีภายในที่พักอาศัยจึงอาจเป็นภาพที่สำคัญในการถ่ายทอดสู่ผู้ชม

ส่วนฉากทิวทัศน์ ปรากฏให้เห็นเป็นอันดับสอง คือร้อยละ 21.88 ผู้วิจัยเห็นว่าฉากทิวทัศน์แม้จะมีความถี่เป็นรองฉากภายในที่พักอาศัย แต่นับเป็นภาพยนตร์ที่เน้นและกลายเป็นจุดเด่นของภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ชั่วนิรันดร์ เพราะภายหลังจากภาพยนตร์ได้ถูกออกอากาศ สถานที่ในเมือง Gangwon ซึ่งถูกใช้เป็นทิวทัศน์ในการถ่ายทำ กลายเป็นจุดที่ทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจกับสถานที่ทิวทัศน์ต่างๆที่ภาพยนตร์ถ่ายทำ อาทิ ภาพชนบท Hoeryongpo ฉากทุ่งหญ้าซัมยาง (Samyang) ฉากทะเล Hwajinpo Beach ฉากท่าเรือ Daepa และ Dongmyeong เป็นต้น ความประทับใจเหล่านี้ อาจเกิดจากองค์ประกอบอื่นๆ อาทิ บทละคร เพลงประกอบ แสง เป็นต้น ที่ช่วยสมทบให้เกิดความกลมกลืน และแสดงภาพของความรักอันอ่อนโยน และความโรแมนติกของภาพยนตร์

ส่วนอันดับที่ต่อไปที่ปรากฏ คือ ฉากภายในอาคารอื่น เช่นในโรงพยาบาล โรงเรียน ร้านอาหาร เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 18.64 เป็นฉากอาคารและสิ่งก่อสร้างอื่นๆ ร้อยละ 16.49 และฉากภายในโรงแรมที่พระเอกเป็นผู้ดำเนินกิจการ คิดเป็นร้อยละ 13.10

นอกจากนี้สามารถแสดงความถี่โดยการแบ่งลักษณะของฉากภายในและฉากภายนอกได้ ดังนี้

สรุปความถี่ของภาพฉากภายใน และฉากภายนอกที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ชั่วนิรันดร์



ภาพประกอบ 20 แผนภาพแสดงการใช้ฉากภายใน และฉากภายนอกที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ชั่วนิรันดร์

จากภาพประกอบ 20 สรุปการใช้ฉากภายใน และฉากภายนอกในภาพยนตร์ชุด เรื่อง รักนี้ชั่วนิรันดร์ มีการใช้ฉากภายในคิดเป็นร้อยละ 61.63 และฉากภายนอกคิดเป็นร้อยละ 38.37 ซึ่งอาจจะสรุปได้ว่าภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ชั่วนิรันดร์พยายามสร้างความเข้าใจกับผู้ชมในเนื้อหาของครอบครัว และแสดงภาพการดำเนินชีวิตของตัวละครเป็นหลัก ทำให้ภาพฉากภายในที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการดำเนินชีวิตประจำวันของตัวละคร อาทิ การนอน การรับประทานอาหาร การทำงาน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม



สัดส่วนระหว่างฉากภายในและฉากภายนอกก็มีความสมดุล และไม่ทำให้เกิดความแตกต่างมาก จึงอาจส่งผลกระทบต่อเรื่องนี้กลายเป็นภาพยนตร์ที่ผู้ชมนิยมชมชอบอีกเรื่องหนึ่ง

สำหรับการความสำเร็จของการจัดการเรื่องฉากของภาพยนตร์ชุด รักนี้ชั่วนิรันดร์ นายพันธุเมธ ธีระนง ผู้จัดการองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี ประจำประเทศไทย ได้กล่าวในนิตยสารโพสิชั่นนิ่ง ว่าภายหลังจากการออกอากาศภาพยนตร์เรื่อง Autumn in my heart ทำให้เม็ดเงินด้านการท่องเที่ยวเมือง Gangwon ซึ่งเป็นที่ถ่ายทำภาพยนตร์มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างหลายเท่าตัว ซึ่งนับเป็นความพยายามของผู้ว่าเมือง Gangwon ที่วางนโยบายเพื่อโปรโมตการท่องเที่ยวของเมือง ด้วยการใช้สื่อต่างๆ เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวของเมืองให้ออกไปสู่ชาวเอเชียและชาวโลก Hwajinpo Beach ในเมือง Goseong ซึ่งเป็นชายหาดที่นางเอกชื่นชอบใจอยู่บนแผ่นหลังของพระเอก กลายเป็นฉากที่นักท่องเที่ยวที่เป็นคู่รักพากันมาเลียนแบบ หรือทุ่งหญ้ากว้างสีเขียวที่ Samyang ในเมือง Daegwallyeong สถานที่อันมีมนต์ระหว่างพระเอกนางเอกก็เป็นอีกแหล่งที่มีนักท่องเที่ยวต้องแวะมาชมและสวนสาธารณะชื่อ Phoenix Park ในเมือง Pyeongchang ซึ่งนางเอกและพระรองซึ่งนำแสดงโดยวอน-บินได้มาทำงานร่วมกัน ก็มีรีสอร์ทเพิ่มขึ้นมากมายเพื่อมารองรับนักท่องเที่ยว

### ภาพบรรยากาศฉากต่างๆในภาพยนตร์ชุด รักนี้ชั่วนิรันดร์

#### 1. Hwajinpo Beach in Goseong

ชายหาดแห่งนี้เป็นที่ที่ใช้ในการถ่ายทำฉากสุดท้ายของ Autumn in my heart ซึ่งเป็นฉากที่คนรักทั้งสองได้ใช้ช่วงเวลาสุดท้ายด้วยกัน จนไซ..ชายหนุ่มหน้าตาดีแบกอินโซไว้บนหลังเดินเลียบไปตามชายหาดที่มีน้ำทะเลซัดเข้า-ออกเป็นระลอกๆ ฉากสุดท้ายที่ลืมไม่ลงนี้ได้เชื้อเชิญนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมชายหาดแห่งนี้อย่างไม่ขาดสาย และนอกจากนี้ก็ยังมีส่วนที่น่าสนใจอย่างอื่น เช่น ทะเลสาบ Hwajinpo อันสวยงาม, บ้านพักตากอากาศในอดีต และป่าต้นสนที่ร่มรื่น



ภาพประกอบ 21 ภาพบรรยากาศ Hwajinpo Beach in Goseong

## 2. Abai Village

หมู่บ้าน Abai แห่งนี้คือ สถานที่ที่เป็นบ้านของอินโฮ ใน Autumn in my heart หมู่บ้านแห่งนี้ทำให้หวนระลึกถึงแบบบ้านในยุคปี 1960-1970 อินโฮได้เติบโตขึ้นมาโดยอาศัยอยู่ในหมู่บ้านอาบาอิในซอกโช (Sokcho) เป็นที่ที่ยังคงสภาพของวิถีชีวิตของชาวบ้านแบบเก่าๆ อยู่มาจนถึงปัจจุบัน แม้กระทั่งท่าเรือข้ามฟากอายุกว่า 50 ปี ที่จุนโฮและอินโฮต่างพบกันแต่จำกันไม่ได้ สถานที่แห่งนี้ยังมีเรือโยงผูกยึดติดกันด้วยเชือกที่เป็นเอกลักษณ์ด้วย



ภาพประกอบ 22 ภาพบรรยากาศ Abai Village

ทุกวันนี้ท่าเรือข้ามฟากแห่งนี้ก็ยังคงเป็นเส้นทางหลังของการคมนาคมของที่นี่ ฉากที่อื่นไซ่ นั่งเรือข้ามฟากหรือแม้กระทั่งฉากในร้านขายของชำเล็กๆ ในหมู่บ้านดึงดูดผู้คนที่ผ่านมาถึงหมู่บ้านเล็กๆ แห่งนี้และยังเป็นเป็นที่ที่ชาวเกาหลีเหนืออพยพมาตั้งรกรากหลังจากประเทศถูกแบ่งแยก ออกเป็นเหนือและใต้ (คำว่า **Abai** หมายถึง พ่อ ในภาษาเกาหลีเหนือ) แต่ประชากรส่วนใหญ่ในหมู่บ้านจะเป็นชาวเกาหลีเหนือรุ่นที่ 2 ที่ใช้ชีวิตอยู่ในฝั่งเกาหลีใต้หลังจากสงครามสงบ **Abai Village** คือ ที่ที่ชาวเกาหลีเหนือต่างลี้ภัยหลบสงครามอยู่ที่นี้ ระหว่างสงครามเกาหลี และกลับบ้านไม่ได้หลังสงครามเล็กแล้ว จึงอาศัยรวมกันเป็นชุมชนอยู่ที่หมู่บ้านนี้ อาหารพื้นเมืองตามแบบดั้งเดิมของชาวเกาหลีเหนือ เช่น บะหมี่เย็นปลาดิบ ปลาหมัก และซอสอาบาอิ ซึ่งเป็นที่ขึ้นชื่อของที่นี่ ท่าเรือแดโป (**Daepo**) และท่าเรือดองมยอง (**Dongmyeong**) เป็นท่าเรือสำคัญของเมือกชกโช อีกทั้งตลาดสดที่นี้ก็ขึ้นชื่อเรื่องความสดของอาหารทะเลที่มาวันต่อวัน

### 3. Sangwoon Craft Shop in Yangyang

ฉากห้องศิลปะของจุนโซ ในเรื่องรักนี้ชั่ววินวินตร์ สถานที่แห่งนี้เป็นที่ทำงานของจุนโซและเป็นสถานที่ที่พระเอกและนางเอกเกิดความรักต่อกัน มีหลายฉากของร้านนี้ยังคงถูกเก็บรักษาไว้ให้อยู่ในสภาพคงเดิม เช่น ต้นไม้ที่ถูกทำไว้ด้วยสีเหลืองซึ่งอยู่ฝั่งซ้ายของตึกนี้ซึ่งเป็นสถานที่ที่จุนโซและอินโซจัดงานแต่งงาน ส่วนด้านหลังของตึกก็เป็นฉากที่ทั้งสองใช้เดินเล่นด้วยกันบ่อยๆ และฉากที่จะว่าสวยที่สุดในละครเรื่องนี้ คือ หน้าต่างที่จุนโซและอินโซช่วยกันเช็ด



ภาพประกอบ 23 ภาพบรรยากาศฉาก Sangwoon Craft Shop in Yangyang

#### 4. Samyang Mokjang Ranch in Daegwallyeong

ทุ่งหญ้าซัมยาง นับเป็นฮันนีมูนของจุนโฮและอินโฮ ทุ่งหญ้าซัมยางแห่งนี้ตั้งสูงกว่าระดับน้ำทะเลที่ระดับ 1,450 เมตร เป็นฉากที่มองเห็นท้องฟ้ากว้างอย่างที่ไม่มียะโรมาบดบังท่ามกลางอากาศบริสุทธิ์ในฤดูใบไม้ร่วง



ภาพประกอบ 24 ภาพบรรยากาศจาก Samyang Mokjang Ranch in Daegwallyeong

#### 5. Phoenix Park in Pyeongchang

โรงแรมที่อินโฮ พบกับ เทชก ในเรื่องนี้ เทชกลูกชายเจ้าของโรงแรมระดับห้าดาวได้พบกับอินโฮขณะที่เธอทำงานอยู่ในโรงแรมที่เดียวกัน เทชกย้ายตำแหน่งของอินโฮจากโอเปอเรเตอร์มาเป็นแม่บ้านส่วนตัวดูแลเทชกและวิลล่าของเขา โรงแรม Phoenix Park ตั้งอยู่เหนือระดับน้ำทะเลที่ 700 เมตรและยังมีพื้นที่มากกว่า 16.5 ล้านตารางเมตร วิลล่าของเทชก ซึ่งที่ Phoenix Park นี้ภายหลังจากภาพยนตร์ได้ออกอากาศได้มีธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทมากมายมาดำเนินกิจการ





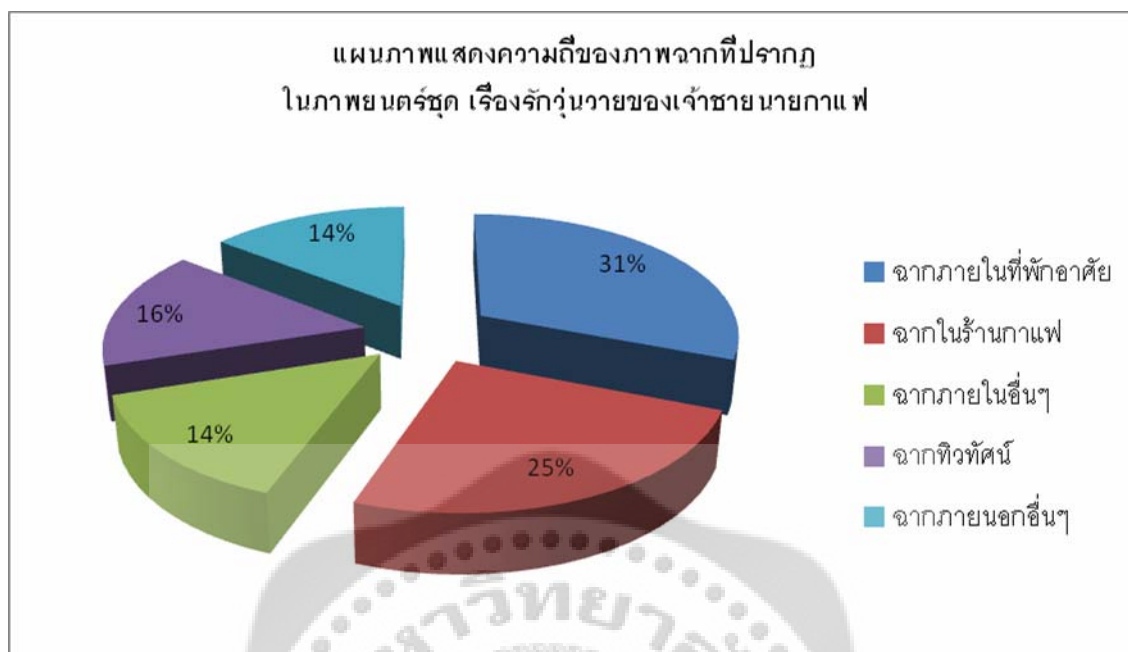
ภาพประกอบ 25 ภาพบรรยากาศจาก Phoenix Park in Pyeongchang

ภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักวุ่นวายของเจ้าชายกาแฟ หรือ Coffee Prince

ตาราง 34 แสดงความถี่ของภาพฉากที่ปรากฏในละครเรื่องรักวุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ

ฉาก	ความถี่ของภาพฉากในภาพยนตร์ชุด รักวุ่นวายของเจ้าชายกาแฟ																รวม	ร้อยละ
	ตอนที่																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		
<b>ฉากภายใน</b>																		
- ฉากภายในที่พักอาศัย	10	5	6	5	12	10	9	8	5	10	9	10	12	10	8	10	139	30.89
- ฉากภายในร้านค้า ร้านกาแฟ ร้านอาหาร	2	2	7	10	8	11	9	4	5	9	6	10	7	9	8	4	111	24.67
- ฉากภายในอื่นๆ	5	2	2	3	5	6	5	4	3	2	5	6	4	5	3	5	65	14.44
ไนท์คลับ รถประจำทาง เครื่องบิน โรงแรม																		
โรงเรียนเทคโนโลยี โรงพยาบาล โรงอาบน้ำ ฯลฯ																		
<b>รวม</b>	<b>17</b>	<b>9</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>25</b>	<b>27</b>	<b>23</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	<b>21</b>	<b>20</b>	<b>26</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>315</b>	<b>70.00</b>
<b>ฉากภายนอก</b>																		
- ฉากทิวทัศน์ธรรมชาติ	2	3	5	3	10	2	6	7	4	3	2	6	5	8	2	2	70	15.56
สวนแอปเปิ้ล สวนสาธารณะ บนเขา ฯลฯ																		
- ฉากอื่นๆ (สนามกีฬา ถนน ตลาด ฯลฯ)	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	1	2	5	4	65	14.44
<b>รวม</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>135</b>	<b>30.00</b>
																	<b>รวมฉาก 16 ตอน</b>	<b>450</b>

จากตารางข้างต้นสามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพประกอบ 26 แผนภาพแสดงความถี่ของภาพจากที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักวุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ

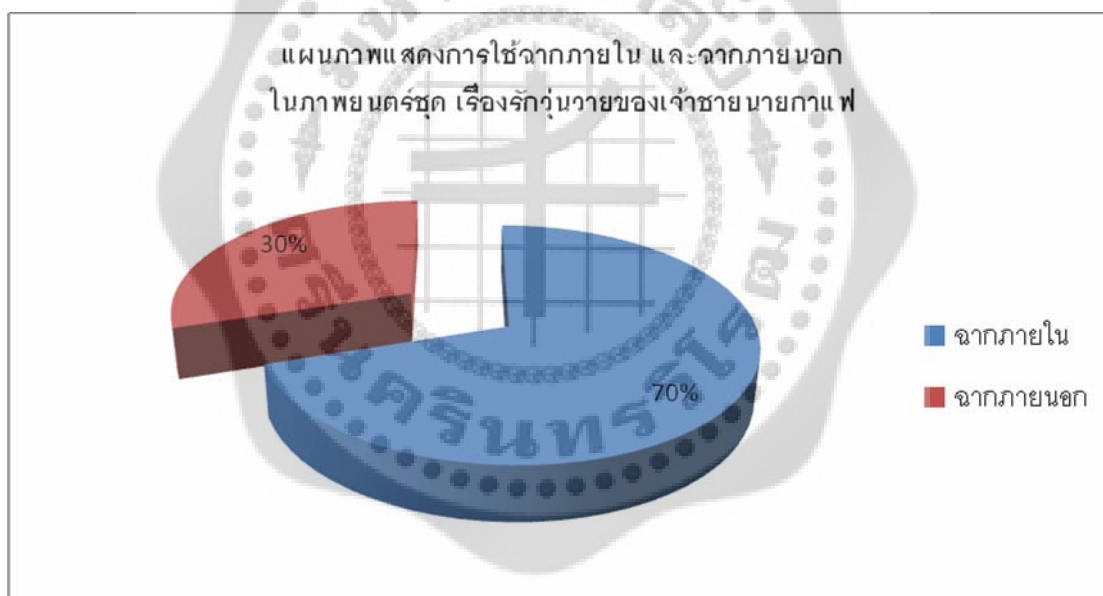
จากภาพประกอบ 26 สามารถอธิบายได้ว่า ภาพจากที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักวุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ ทั้ง 16 ตอน ส่วนมากเป็นฉากภายในที่พัคอาศัยมากที่สุด ซึ่งจากที่ปรากฏร้อยละ 30.89 ซึ่งฉากส่วนใหญ่เป็นฉากที่เกี่ยวข้องกับการเป็นอยู่ภายในครอบครัว เป็นฉากการดำเนินชีวิตทั้งในบ้านของของตัวเอกแต่ละตัว แสดงให้ผู้ชมได้เห็นวิถีการดำเนินชีวิตในเมืองของคนเกาหลี

ส่วนฉากภายในร้านกาแฟและร้านอาหาร ปรากฏให้เห็นเป็นอันดับสอง คือร้อยละ 24.67 ผู้วิจัยเห็นว่านับเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงสำหรับฉากที่เป็นร้านกาแฟ และร้านอาหารที่ปรากฏในเรื่อง ซึ่งน่าจะเป็นความจงใจของการนำเสนอเรื่องราวของตัวละครผ่านร้านกาแฟ และร้านอาหารซึ่งเป็นเนื้อหาหลักของเรื่องที่ร้อยเรียงเรื่องความรักโดยใช้ความเข้าใจในการชงและขายกาแฟ การจงใจของผู้สร้างทำให้เกิดปรากฏการณ์ความนิยมดื่มกาแฟทั้งในเกาหลี และประเทศที่มีการเผยแพร่ภาพยนตร์ชุดเรื่องนี้ไป ดังเช่น จากผลการวิจัยของบริษัท นีลสัน เทนรด์ แทร็กกิ้ง พบว่า 3 ปีหลังจากภาพยนตร์ชุด เรื่องเจ้าชายนายกาแฟได้แพร่ภาพสู่สาธารณชน การดื่มกาแฟของคนเกาหลีได้เป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ตัวอย่างเช่น ในปี 2008 ร้านกาแฟชั้นนำ 4 ร้านในประเทศเกาหลีใต้ มีสาขาทั่วประเทศประมาณ 6,000 สาขา แต่เมื่อปี 2011 สาขาต่าง ๆ ได้ขยายออกไปมากถึง 9,400 สาขา คิด

เป็น 51 เปอร์เซนต์ ซึ่งร้านกาแฟที่มีสาขามากที่สุด มีทั้งร้าน Caffé Bene, Angel-in-Us และร้าน Ediya ส่วนกาแฟที่ได้รับความนิยมของคนทั่วโลกอย่าง สตาร์บัค นั้น มีกว่า 600 สาขาในเอเชียเช่นเดียวกัน

ส่วนอันดับที่ต่อไปที่ปรากฏ คือ ฉากทิวทัศน์ธรรมชาติ ซึ่งส่วนมากเป็นมุมมองธรรมชาติในเมืองใหญ่ เช่นสวนสาธารณะ จุดชมวิวบนภูเขาใกล้เมือง และมีทัศนียภาพของสวนแอปเปิ้ลในต่างจังหวัด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15.56 ฉากภายในอื่น เช่นไนท์คลับ รถประจำทาง โรงแรม โรงพยาบาล โรงเรียน เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 14.44 ซึ่งเท่ากับกับ ฉากภายนอกอื่นๆ เช่นจากสนามกีฬา ถนน ตลาด เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถแสดงความถี่โดยการแบ่งลักษณะของฉากภายในและฉากภายนอกได้ดังนี้

แผนภาพสรุปความถี่ของภาพฉากภายใน และฉากภายนอกที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักกุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ



ภาพประกอบ 27 แผนภาพแสดงการใช้ฉากภายใน และฉากภายนอกในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักกุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ

จากภาพประกอบ 27 สรุปการใช้ฉากภายใน และฉากภายนอกในภาพยนตร์ชุด เรื่อง รักกุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ หรือ Coffee Prince มีการใช้ฉากภายในคิดเป็นร้อยละ 70.00 และฉากภายนอกคิดเป็นร้อยละ 30.00 ซึ่งอาจจะสรุปได้ว่าภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ฉันรักมันจริงๆ สร้างความเข้าใจกับผู้ชมในเนื้อหาของครอบครัว และแสดงภาพการดำเนินชีวิตของชีวิตคนเมืองในเกาหลี



ได้โดยผ่านตัวละครเป็นหลักของเรื่อง ทำให้ภาพฉากภายในที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการดำเนินชีวิตประจำวันของตัวละคร อาทิ ชีวิตในบ้านใหญ่ คนโตมึนเขี้ยว และชีวิตในร้านกาแฟ เป็นต้น

ความสำเร็จของการให้สัดส่วนของการใช้ฉากการดำเนินชีวิต ได้นำเสนออรรถนิยามการดำเนินชีวิตของตัวละคร ซึ่งมีความใกล้เคียงกับกลุ่มผู้ชมที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงาน และใช้ชีวิตหรือให้ความสำคัญกับค่านิยมการมีชีวิตแบบคนในเมืองหลวง นับเป็นจุดสนใจ และก่อให้เกิดกระแสการเลียนแบบพฤติกรรม ซึ่งส่งผลต่อการส่งผ่านวัฒนธรรมต่างของเกาหลีใต้ผ่านสื่อบันเทิงประเภทนี้ ซึ่งวัฒนธรรมดังกล่าวได้ปรากฏได้ชัดเจนใน รสนิยมการกินกาแฟ การแต่งตัว การรับประทานอาหาร เป็นต้น

จากการศึกษาการใช้ฉากของภาพยนตร์ชุดทั้ง 3 เรื่อง สามารถสรุปได้ว่า ภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่องมีการใช้ฉากภายใน มากกว่าฉากภายนอกทั้งสิ้น โดยส่วนมากเป็นฉากภายในที่พักอาศัย ซึ่งแสดงรายละเอียดของกิจกรรมในการดำเนินชีวิตของตัวละคร ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นลักษณะเฉพาะร่วมของภาพยนตร์ในกลุ่มวิถีตะวันตกที่ส่วนมากต้องการแสดงให้เห็นถึงวิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน การกินการอยู่อาศัยเป็นเรื่องสำคัญมากกว่าเรื่องอื่นๆ หากลองลึกไปในรายละเอียดในการใช้ฉากของภาพยนตร์ชุดทั้ง 3 เรื่อง มีการใช้ฉากเพื่อเหตุผลที่มีความแตกต่างกัน ภาพยนตร์ชุดเรื่องจอมนางแห่งวังหลวง มีการใช้ฉากวังหลวงมากที่สุด อาจเนื่องมาจาก เนื้อเรื่องต้องการนำเสนอความอัจฉริยะในทางอาหาร และความเจริญทางการแพทย์ซึ่งถือกำเนิดมาจากวังหลวงของเกาหลี ภาพฉากส่วนใหญ่ในเรื่องจึงจำเป็นต้องอยู่ในวังหลวง กอปรกับนำเสนอรูปแบบของอาหารเกาหลีที่มีความเป็นหนึ่ง และสรรพคุณของสมุนไพรที่มีคุณค่า และสามารถรักษาโรคได้อย่างสรรพัต

จากข้อมูลกรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี กล่าวถึงกระแสความนิยมภายหลังจากภาพยนตร์ได้เผยแพร่ไป ทำให้ยอดการรับประทานอาหารเกาหลี และยอดความนิยมสมุนไพรเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (กรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี, 2553) ส่วนในเรื่องรักกุ่นวายของเจ้าชายนายนกกาแฟ นอกจากนำเสนอภาพฉากชีวิตการเป็นอยู่ของคนเกาหลีในเมืองหลวง ซึ่งนับเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด หากแต่การให้ความสำคัญของฉากร้านกาแฟ และร้านอาหารก็นับมีสัดส่วนที่รองมาอย่างไม่มากนัก คืออยู่ที่ร้อยละ 24.67 แสดงให้เห็นว่านอกจากฉากในที่เป็นที่พักอาศัยของตัวละครแล้ว ฉากร้านกาแฟและร้านอาหารได้ถูกใช้บ่อยครั้ง และได้ปรากฏในทุกๆฉากของภาพยนตร์ สิ่งนี้อาจแสดงให้เห็นว่าผู้สร้างได้จงใจนำเสนอภาพลักษณ์ของร้านกาแฟและร้านอาหารเกาหลี พันธุ์เมธ ธีระนอง ผู้จัดองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี กล่าวถึงกระแสความนิยมกาแฟ ทำให้เกิด “ปรากฏการณ์นิยมกาแฟ” อย่างแพร่หลายภายหลังจากภาพยนตร์เรื่องนี้ได้ถูกเผยแพร่ในทุกๆประเทศ นอกจากนั้นยังเกิดธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อไปเยี่ยมชมร้านกาแฟและร้านอาหารที่ปรากฏในภาพยนตร์ ส่วนในภาพยนตร์ชุดเรื่องรักนี้ชั่ววินาที ก็มีประเด็นในการใช้ฉากทิวทัศน์ที่นำเสนอความงามของประเทศเกาหลี คือมีสัดส่วนส่วนอยู่ร้อยละ 21.88 กลายเป็นจุดที่ทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจในภาพของความรักอัน

อ่อนโยน และความโรแมนติกของสถานที่ในการถ่ายทำภาพยนตร์ อาทิ ภาพชนบท Hoeryongpo จากทุ่งหญ้าซัมยาง (Samyang) จากทะเล Hwajinpo Beach จากท่าเรือ Daepa และ Dongmyeong เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้เม็ดเงินด้านการท่องเที่ยวเมือง Gangwon อย่างมหาศาล เพราะภายหลังจากที่เผยแพร่ภาพยนตร์ไป ทำให้ผู้ชมที่รักการท่องเที่ยว และต้องการสัมผัสประสบการณ์ความรักที่โรแมนติกของภาพยนตร์ เดินทางไปเมือง Gangwon อย่างมหาศาล

สิ่งเหล่านี้นับเป็นความชาญฉลาดของภาครัฐที่มีการวางแผนทางธุรกิจอย่างเป็นระบบ โดยจัดตั้ง “องค์การวัฒนธรรมและสื่อบันเทิงเกาหลี” (Korea Culture and Content Agency-KOCCA) เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมถ่ายทำเนื้อหาสาระความเป็นเกาหลี (Korea Content) แนวคิดในการจัดตั้ง KOCCA เพิ่งเกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2541 และได้จัดตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2544 ภายใต้อำนาจรับผิดชอบของกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ภารกิจหลักของ KOCCA คือ สนับสนุนและส่งเสริมให้นำเนื้อหาสาระความเป็นชาติเกาหลี หรือ Korea Content สอดแทรกลงในสื่อบันเทิงต่างๆ โดยพยายามพัฒนาให้เป็นธุรกิจที่สามารถเลี้ยงประเทศเกาหลีได้ (กรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี, 2553) ความสำเร็จในการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของความเข้าใจในเรื่องอาหาร การแพทย์ ความเจริญทางวัฒนธรรม การมีราชวงศ์ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นอารยะ และความเป็นเอกราชที่ไม่ขึ้นอยู่กับใคร หรือแม้แต่การส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว การนำเสนอภาพทิวทัศน์ของเกาหลีได้ ทั้งหมดนี้ได้ใช้ภาพยนตร์เป็นสื่อกลางในการกระจาย สร้างความเข้าใจ และเปลี่ยนภาพลักษณ์การเป็นเกาหลีได้ให้ประชาคมโลกได้รับรู้



ภาพประกอบ 28 ภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมฉากในการถ่ายทำภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่อง

### เครื่องแต่งกายในภาพยนตร์

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เครื่องแต่งกายเพื่อการแสดงใน 2 ลักษณะ คือ

1. การวิเคราะห์ตามหลักหน้าที่ของเครื่องแต่งกายเพื่อการแสดง
2. การวิเคราะห์ตามหลักการในออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อการแสดง

### การวิเคราะห์ตามหลักหน้าที่ของเครื่องแต่งกายเพื่อการแสดง

โดยปกติมนุษย์ใช้เครื่องแต่งกาย ด้วยหลักหน้าที่ 3 ประการด้วยกัน ได้แก่

1. ใช้เครื่องแต่งกายเพื่อการปกป้องร่างกายจากภัยธรรมชาติ สัตว์ร้าย สภาพภูมิอากาศต่างๆ
2. ใช้เครื่องแต่งกายเพื่อแสดงสถานภาพทางสังคม แสดงอำนาจ และความมั่งคั่ง
3. ใช้เครื่องแต่งกายเพื่อจุดประสงค์ในการดึงดูดความสนใจ และเป็นที่ยอมรับของสังคม

### ภาพยนตร์ชุด เรื่องจอมนางแห่งวังหลวง

การใช้เครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ชุด เรื่องจอมนางแห่งวังหลวง ผู้สร้างได้ใช้เครื่องแต่งกายในการใช้ประโยชน์ในหน้าที่ของเครื่องแต่งกายทั้ง 3 ประเด็น กล่าวคือ ภาพยนตร์ได้นำเสนอภาพอดีตของเครื่องแต่งกายสมัยโชซอน ของสาธารณรัฐเกาหลียุคโบราณ ที่สภาวะอากาศมีความแปรปรวนและโดยมากจะอยู่ในภูมิภาคเขตอากาศหนาว การแต่งกายด้วยชุดหลายชั้นช่วยในการปกป้องร่างกายของมนุษย์จากสภาวะอากาศที่มีอุณหภูมิต่ำ อีกทั้งใช้เครื่องแต่งกายในการในการแสดงถึงสถานภาพอาชีพ การศึกษา ระดับชนชั้น บ่งบอกถึงสภาพสังคมที่มีการแบ่งชนชั้นกันตามลำดับของสังคมเกาหลีโบราณ ที่ยังเชื่อในเครื่องขนชั้นศักดิ์นา ซึ่งได้ใช้เครื่องแต่งกายเป็นเครื่องมือในการแบ่งระดับชั้นนับตั้งแต่ระดับพระราช เชื้อพระวงศ์ จนไปถึงระดับไพร่ หรือคนงาน หรือใช้เครื่องแต่งกายที่แสดงถึงการทำหน้าที่บ่งบอกถึงอาชีพที่ดำเนินในสังคมนั้นๆ อาทิ อาชีพช่าง โสเภณี นักบวช ทหาร หมอ เป็นต้น โดยใช้รูปแบบการตัดเย็บ และการใช้สีของเครื่องแต่งกายที่มีความแตกต่างกัน รวมถึงทรงผมของตัวละคร ซึ่งนับเป็นจุดที่น่าสนใจอย่างยิ่ง ภาพยนตร์ได้นำเสนอภาพทรงผมที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของเกาหลี ความพิถีพิถันในการจัดแต่งทรงผม โดยให้ความสำคัญโดยลดหลั่นกันตามฐานะทางสังคมของตัวละคร นอกจากนี้การใช้เครื่องแต่งกายเพื่อการดึงดูดความสนใจก็มีพบเห็นอยู่บ้างในตัวละครหญิงหรือกลุ่มสนม นางใน หากแต่จะปรากฏชัดในการประดับประดาทรงผม และเครื่องตกแต่งประกอบชุดยูนิฟอร์ม



ภาพประกอบ 29 ภาพเครื่องแต่งกายของสตรีในวังของเกาหลี

จุดสำคัญของภาพยนตร์เรื่อง จอมนางแห่งวังหลวง คือการใช้เครื่องแต่งกายเพื่อการแสดง เป็นตัวสื่อสารถึงความเป็นอารยธรรมอันยาวนานของประเทศ ที่มีการเชื่อมโยงวิถีชีวิตกับวัฒนธรรม การเป็นอยู่ การมีวัฒนธรรมการแต่งกายที่มีความพิถีพิถัน และเป็นเครื่องแสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นชาติ ที่ทำให้คนทั่วโลกได้ตระหนักถึงความเป็นชาติที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องแสดงถึงชาตินิยม และตอกย้ำให้ประชาชนชาวเกาหลีเกิดความภาคภูมิใจของความเป็นชาติ

#### ภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ชั่วนิรันดร์

เครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้ชั่วนิรันดร์ ภาพยนตร์ได้ใช้เครื่องแต่งกายเพื่อการแสดงบ่งบอกสถานะการเป็นอยู่ของตัวละคร แบ่งชนชั้นทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ เครื่องแต่งกายของตัวละครที่อยู่ในครอบครัวของศาสตราจารย์ยุน ได้แสดงถึงสถานภาพทางสังคมของผู้มีอันจะกินในสังคม การใช้เครื่องแต่งกายที่ทันสมัยกับสังคม รวมถึงรูปแบบการตัดเย็บที่แสดงถึงความพิถีพิถัน การใช้วัสดุอุปกรณ์ในการตกแต่งเครื่องแต่งกายที่บ่งบอกถึงชาติตระกูล ซึ่งตรงกันข้ามกับครอบครัวของนางเอกที่อยู่ในสังคมชั้นต่ำ เครื่องแต่งกายที่สวมใส่เป็นเพียงภาพของการแต่งกายของคนใช้แรงงาน และใช้เครื่องแต่งกายเพื่อหน้าที่การห่อหุ้มและปกป้องร่างกายแต่เพียงเท่านั้น นอกจากนี้การใช้เครื่องแต่งกายเพื่อการดึงดูดความสนใจก็มีพบเห็นได้อย่างชัดเจนในเครื่องแต่งกายของซิเน่ ที่แสดงถึงการต้องการการยอมรับทางสังคมโดยใช้เครื่องแต่งกายภายนอกในการบ่งบอก และแสดงถึงแรงขับภายในของตัวละคร ซึ่งผู้ออกแบบเครื่องแต่งกายได้ใช้ประโยชน์ในจุดนี้อย่างเด่นชัด นอกจากนี้ด้วยชื่อของภาพยนตร์ที่แสดงออกถึงฤดูกาลในเกาหลีซึ่งการดำเนินเรื่องก็ได้แสดงถึงภาพของฤดูกาลต่างๆ โดยใช้เครื่องแต่งกายเพื่อการแสดงในการแสดงออกถึงภูมิอากาศ และนับเป็นจุดสำคัญของภาพยนตร์เรื่องนี้ที่เครื่อง

แต่งกายเพื่อการแสดงได้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความประทับใจของเนื้อเรื่องที่สามารถกลมกลืนกับความสวยงามของธรรมชาติในเกาหลี และผลักดันวัตถุประสงค์ด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของประเทศเกาหลี ซึ่งเป็นผลที่ตามมาที่สามารถสร้างเม็ดเงินจากความประทับใจของผู้ชมทั่วทุกมุมโลก

### **ภาพยนตร์ชุด เรื่องรักุ่นวายของเจ้าชายนายกาแพ**

เครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักุ่นวายของเจ้าชายนายกาแพ ภาพยนตร์ได้แสดงภาพของเครื่องแต่งกายของกลุ่มคนในสังคมเมืองในสาธารณรัฐเกาหลี ภาพยนตร์ได้ใช้เครื่องแต่งกายเพื่อประโยชน์ในหน้าที่ของเครื่องแต่งกายทั้ง 3 ประเด็น กล่าวคือ ประโยชน์ในการปกป้องร่างกาย การแสดงออกถึงสถานะภาพทางสังคม และใช้เครื่องแต่งกายเพื่อดึงดูดความสนใจ

ภาพยนตร์ได้นำเสนอเครื่องแต่งกายของคนในสังคมเกาหลีสมัยใหม่ โดยใช้เครื่องแต่งกายในการแบ่งแยกตามฐานะทางเศรษฐกิจ โดยเห็นความแตกต่างได้อย่างเด่นชัดในเครื่องแต่งกายของบ้านนางเอก และบ้านของพระเอก ซึ่งมีสภาพทางเศรษฐกิจที่มีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ผู้ออกแบบได้ใช้เครื่องแต่งกายนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ของร้านกาแพ โดยสอดแทรกแฟชั่นการแต่งกายของวัยรุ่นเกาหลีที่กลายเป็นแบบฉบับเฉพาะ และทำให้เกิดการเลียนแบบ การออกแบบเครื่องแต่งกายในภาพยนตร์กลายเป็นการส่งผ่านวัฒนธรรมการแต่งกายสมัยใหม่ของคนเกาหลีได้ ผู้การทำความเข้าใจและกลายเป็นกระแสแฟชั่น K-Pop ในภายหลัง

### **การวิเคราะห์ตามหลักการออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อการแสดง**

#### **ภาพยนตร์ชุด เรื่องจอมนางแห่งวังหลวง**

การออกแบบเครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ชุด เรื่องจอมนางแห่งวังหลวง ผู้ออกแบบได้ใช้กระบวนการศึกษาค้นคว้าจากประวัติศาสตร์ของประเทศเกาหลีราวปี ค.ศ. 1506 – 1544 ประมาณรัชสมัยของพระเจ้าจุงจง แห่งราชวงศ์โชซอน โดยเครื่องแต่งกายได้ถูกใช้เป็นตัวสื่อสารให้ผู้ชมสามารถแบ่งแยกชนชั้น และหน้าที่ของคนในสังคมเกาหลีโบราณได้อย่างชัดเจนที่สุด ไม่ว่าจะเป็นระดับชั้นของราชวงศ์นับแต่ พระราชา พระมเหสี จนถึงนางสนมต่างๆ เครื่องแต่งกายที่บอกระดับชนชั้นต่างๆ จะถูกแบ่งแยกด้วยรูปแบบการตัดเย็บ สี การประดับประดา ลวดลายที่ปรากฏในเครื่องแต่งกาย และรวมถึงการทำผมที่มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง





ภาพประกอบ 30 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของซอจังกึม



ภาพประกอบ 31 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของซังกุม



ภาพประกอบ 32 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของมินจุงโฮ



ภาพประกอบ 33 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของพระราชินีและพระมเหสี



ภาพประกอบ 34 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของพ่อค้า และชาวเมือง



### สีของเครื่องแต่งกาย



ผู้ออกแบบได้ใช้ลักษณะของการใช้สีกลุ่มเดียว หรือ Monochrome เป็นส่วนมาก โดยร้อยละ 70 ของเครื่องแต่งกายทั้งเรื่อง ใช้โครมสีน้ำเงิน และเขียวเป็นหลัก ซึ่งจะเห็นได้จากตัวละครในฉากส่วนใหญ่ที่พบในภาพยนตร์ ซึ่งคือฉากภายในวังหลวง อันประกอบด้วยนางใน องครักษ์ หมอหลวง หมอหญิง ช่างกุม เป็นต้น โดยการออกแบบจะใช้สีพื้นหลักเป็นสีพื้นฐานของสีเครื่องแต่งกาย สอดแทรกด้วยสีขาว ซึ่งมักเป็นองค์ประกอบในส่วน Layer ชั้นในสุด และมีการตัดเส้นโดยใช้สีคู่ตรงข้าม หรือสีขาวเป็นส่วนเติมเต็มซึ่งส่วนมากจะเป็นสายรัดเอว หรือเครื่องประดับประดับศีรษะ หรือบนหมวก ส่วนในตัวละครที่เครื่องแต่งกายที่มีลักษณะโดดเด่นจากตัวละครตัวอื่นๆ คือในตัวพระราชา พระมเหสี และพระสนม ซึ่งผู้ออกแบบได้ใช้สีเข้ม เช่นสีแดงเข้ม หรือสีเหลืองทอง พร้อมประดับประดาด้วยการปักลวดลายที่วิจิตรบรรจงต่างๆ เครื่องประดับเครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับศีรษะ ซึ่งสามารถทำให้เกิดการแบ่งแยกจากตัวละครตัวอื่นๆ ได้อย่างเห็นได้ชัด





ภาพประกอบ 35 ภาพสเก็ตเครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง

### ความเข้มของสี

ความเข้มของสีในภาพยนตร์เกิดจากการให้ความสำคัญของ Texture ที่ทำให้เกิดมิติของสีในระดับต่างๆ

### วัสดุที่ใช้ทำเครื่องแต่งกาย

ผู้ออกแบบได้ใช้วัสดุในการจัดทำเครื่องแต่งกายที่มีลักษณะแตกต่าง โดยจะเป็นตัวบ่งบอกถึงระดับชั้นของคนในสังคมได้อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องคุณภาพของผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บ ความเงางามที่ทำให้เกิดความแตกต่างในเครื่องแต่งกายของพระราชินี และพระมเหสี หรือวัสดุพื้นบ้าน เช่น ฟาง ไหมพรม ที่ถูกใช้ในการทำเครื่องแต่งกายของชาวบ้าน

### รูปแบบของเครื่องแต่งกาย

ผู้ออกแบบได้ใช้รูปแบบของการแต่งกายสมัยโชซอน เครื่องแต่งกายหญิง เรียกว่าฮันบก และนางกำนัล ชุดทางการในวังเรียกว่า ฮวาลยอ (ชุดที่เอามือซุกเข้าไปได้ เพราะสตรีในวังจะต้องปกปิดมือและเท้า) มีลักษณะหลวมโครงสร้างเป็นทรงกลวยคว่ำ เป็นชุดที่เคลื่อนไหวได้อย่างสะดวกสบาย และเสื้อผ้าจะใช้ผ้าผูกแทนกระดุม หรือตะขอ เครื่องแต่งกายชาย มีลักษณะเป็นทูนิดยาวสวมทับกัน 2 ชั้น ภายนอกจะมีสีสันโดยแบ่งไปตามหน้าที่และชนชั้นในสังคม



รูปแบบชุดฮันบก

รูปแบบชุดนางกำนัลใน ชุดฮวาลยอ

ภาพประกอบ 36 ภาพสเก็ตรูปแบบเครื่องแต่งกายหญิงในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง



รูปแบบเครื่องแต่งกายชาย: ทุนิคยาว 2 ชั้น

ภาพประกอบ 37 ภาพสเก็ตรูปแบบเครื่องแต่งกายชายในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง

### ภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ชั่ววันจันทร์

เครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้ชั่ววันจันทร์ ได้แสดงภาพของสังคมในชนบทของเกาหลีที่มนุษย์อยู่กับธรรมชาติ การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่สะท้อนให้เห็นความกลมกลืนของมนุษย์กับธรรมชาติจึงเห็นได้อย่างเด่นชัดในภาพยนตร์เรื่องนี้ ผู้ออกแบบได้ใช้ลักษณะของเครื่องแต่งกายในยุคปัจจุบัน (พ.ศ. 2550) หากแต่ใช้สีส่วนมากในกลุ่ม Pastel หรือโครมสีผสมขาว ซึ่งสามารถแสดงความอ่อนโยน อ่อนนุ่มของเรื่องราวที่ต้องการสะท้อนให้เห็นภาพชีวิตรักโรแมนติกของพระเอกและนางเอก



ภาพประกอบ 38 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายตอนเด็กของจุนโฮ และจุนโฮ





ภาพประกอบ 39 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของ จุนโฮ



ภาพประกอบ 40 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของ อุนโฮ



ภาพประกอบ 41 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของ เทโซก

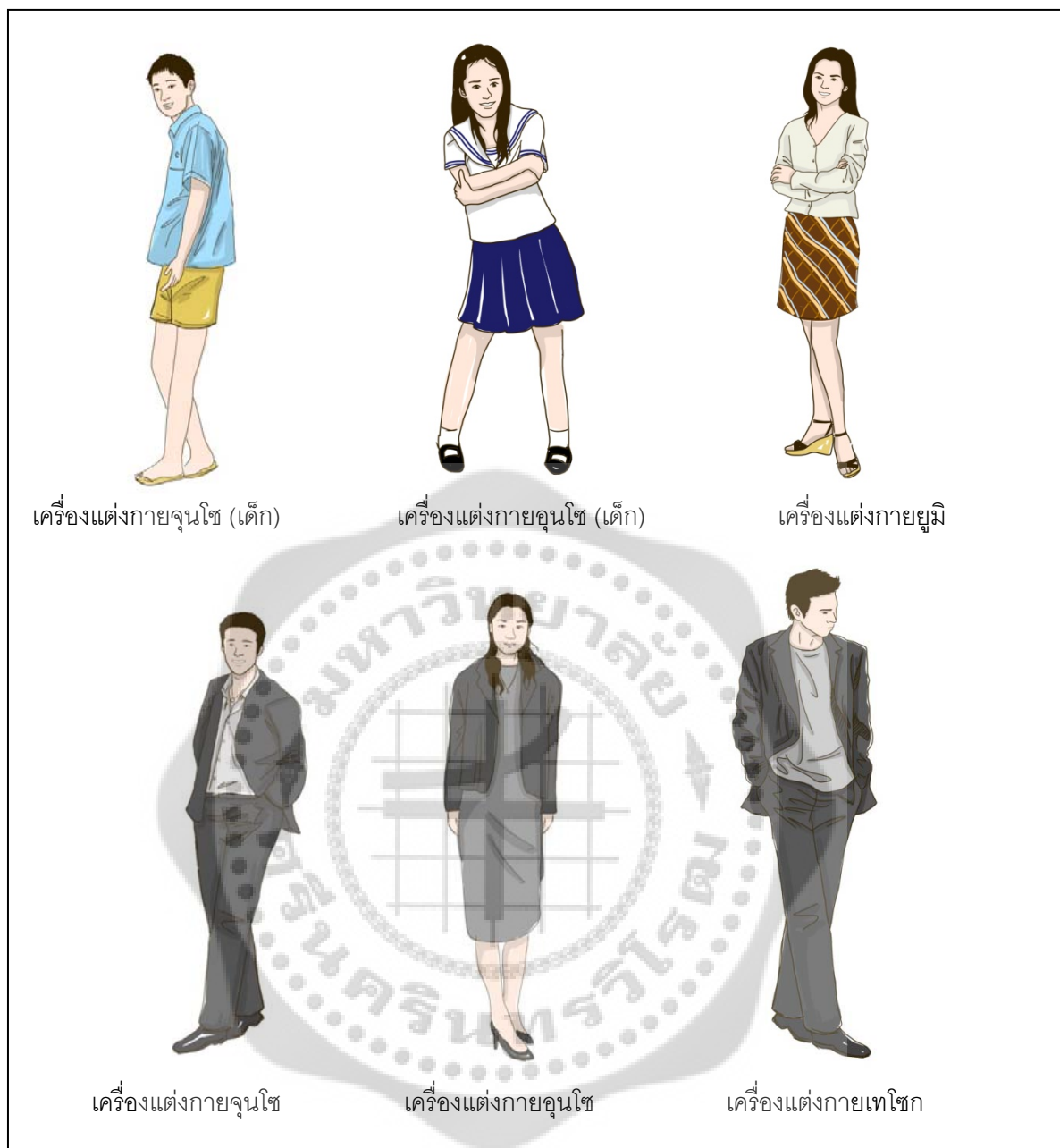


ภาพประกอบ 42 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของ ยูมิ

### สีของเครื่องแต่งกาย (Color Chrome)



ผู้ออกแบบใช้การใช้สีกลุ่มเดียว หรือ monochrome ในการออกแบบเครื่องแต่งกายของตัวละครทั้งเรื่อง โดยส่วนใหญ่ใช้โครมสีผสมขาวไปถึงเทา ทั้งนี้อาจเพื่อตอกย้ำลักษณะของภาพยนตร์ที่ต้องการนำเสนอมุมมองในเรื่องของชีวิตรัก เนื่องจากภาพยนตร์ชุดเรื่องนี้ต้องการนำเสนอภาพชีวิตชนบทของสังคมเกาหลีที่ใช้ทิวทัศน์และธรรมชาติในชนบทเป็นตัวนำของภาพยนตร์ ในการใช้สีของเครื่องแต่งกายจึงแสดงให้เห็นความจงใจในการนำสีสันของธรรมชาติ ประสานเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของตัวละครแต่ละตัว โดยจะเห็นได้อย่างเด่นชัดในตัวละครในสมัยเด็กของพระเอกและนางเอก ตลอดจนตัวละครในช่วงเวลาอดีตที่ใช้สีกลุ่มผสมขาวผสมผสานกับโครมสี Earth tone ที่ทำให้เกิดความกลมกลืนไปกับธรรมชาติและทิวทัศน์ของเมือง Gangwon ส่วนในตัวละครตอนโต ผู้ออกแบบได้แสดงให้เห็นความเป็นสังคมเมืองทันสมัยที่ได้เข้ามามีอิทธิพลในเมือง Gangwon โดยใช้สีในกลุ่มขาว เทา และดำ เป็นสีหลักในการออกแบบเครื่องแต่งกาย



ภาพประกอบ 43 ภาพสเก็ตเครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ชุด รักนี้ชั่วนิรันดร์

### ความเข้มของสี

ภาพยนตร์ใช้ความเข้มของสีในเปอร์เซ็นต์ที่ต่ำ โดยมากได้ถูกผสมโครมสีขาว



### วัสดุที่ใช้ทำเครื่องแต่งกาย

ผู้ออกแบบได้ใช้วัสดุในการจัดทำเครื่องแต่งกายที่นำเสนอความเรียบง่าย โดยใช้ผ้าในกลุ่มผ้าฝ้าย ผสมกับผ้าสีธรรมชาติต่างๆกับเครื่องแต่งกายในยุคอดีต และใช้ผ้าร่วมสมัยในการนำเสนอเครื่องแต่งกายในยุคปี พ.ศ. 2550

### รูปแบบเครื่องแต่งกาย

ผู้ออกแบบได้ออกแบบเครื่องแต่งกายเป็น 2 ยุค คือเป็นร่วมสมัย (ปี พ.ศ. 2550) และยุคอดีต (ปี พ.ศ. 2534) โดยใช้ลักษณะชุดที่แสดงความเรียบง่ายของการสวมใส่ เน้นการใช้งานเป็นหลักในการออกแบบ โดยจะเห็นได้จากเครื่องแต่งกายในยุคอดีต และใช้สไตล์การตัดเย็บแบบ Taylor สำหรับเครื่องแต่งกายร่วมสมัย เน้นรูปแบบที่แสดงความเป็นสังคมเมือง การกระจาย Character ของตัวละครที่สะท้อนออกมาด้วยรูปแบบเครื่องแต่งกายทำให้เกิดกระแสความคลั่งไคล้ภาพยนตร์เรื่องนี้ โดยเฉพาะในตัวพระรอง (เทโซก) ที่มีรูปแบบการแต่งกายเป็นลักษณะของหนุ่มเซอร์ ที่มีรูปแบบการแต่งตัวที่มีสไตล์เป็นของตัวเอง ไม่ได้เป็นแบบฉบับของทางการมากนัก ทำให้ตัวละครตัวนี้โดดเด่น และเสริมทำให้ภาพยนตร์ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ผู้ออกแบบเครื่องแต่งกายได้กระจายรูปแบบการแต่งกายของตัวละครให้เกิดความหลากหลาย และทำให้เกิดมิติของภาพยนตร์ที่กลมกลืน

### ภาพยนตร์ชุด เรื่องรักวุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ

เครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักวุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ ภาพยนตร์ได้แสดงภาพของเครื่องแต่งกายของกลุ่มคนในสังคมเมืองในสาธารณรัฐเกาหลี การแสดงภาพของสังคมเกาหลีใต้ที่มีความเจริญทั้งทางด้านเทคโนโลยี และความเป็นผู้นำด้านแฟชั่นประเทศหนึ่งในโลก โดยผู้สร้างได้ใช้ตัวละครหลายตัวในเรื่อง ที่แสดงถึงกลุ่มคนที่มีสไตล์ในการแต่งตัวที่มีลักษณะต่างๆในสังคมเมือง และใช้ประโยชน์จากการแต่งกายเหล่านี้เป็น ICON ให้เกิดกระแสการปฏิบัติตาม



ภาพประกอบ 44 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของเซ ฮันกอล (พระเอก)



ภาพประกอบ 45 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของโก อิ้นซัน (นางเอก)



ภาพประกอบ 46 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของโจ ฮันซัง



ภาพประกอบ 47 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของฮัน ยูจ



## สีของเครื่องแต่งกาย (Color Chrome)



ผู้ออกแบบใช้การใช้สีกลุ่มเดียว หรือ monochrome ในการออกแบบเครื่องแต่งกายของตัวละครทั้งเรื่อง โดยส่วนใหญ่ใช้โครมสีขาว เทา ดำ และสีในกลุ่ม Earth Tone เพื่อต้องการนำเสนอเครื่องแต่งกายที่แสดงความเป็นร่วมสมัยในยุค พ.ศ.2550 โดยอ้างอิงกับสีนิยมใน Spring/fall 2007 จากเว็บไซต์ Fashion Era.com ของ Pauline Weston Thomas โดยสีที่นิยมร่วมสมัยในยุคนั้นคือ สีดำ สีแดงเลือดหมู และโครมสีในกลุ่ม Warm Earth Tone เครื่องแต่งกายได้แสดงให้เห็นเด่นชัดในการใช้สีของภาพยนตร์ชุด เรื่องรักกุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ สิ่งนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ออกแบบต้องการนำเสนอแฟชั่นความนิยมร่วมสมัย โดยใช้ภาพยนตร์เป็นตัวส่งผ่านและนำเสนอเทรนด์ (Trend) ในการแต่งกายให้กับคนในสังคม



เครื่องแต่งกายโกอินซัน

เครื่องแต่งกายโกอินซัน

เครื่องแต่งกายเซฮันกอล

ภาพประกอบ 48 ภาพสเก็ตเครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ชุด รักกุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ 1



ภาพประกอบ 49 ภาพสเก็ตเครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ชุด รักคุณนายของเจ้าชายนายกาแฟ 2

### ความเข้มของสี

ภาพยนตร์ใช้ความเข้มของสีในเปอร์เซ็นต์ที่สูง นำเสนอสีในโทนเข้มเป็นส่วนใหญ่

### วัสดุที่ใช้ทำเครื่องแต่งกาย

ผู้ออกแบบได้ใช้วัสดุในการจัดทำเครื่องแต่งกายที่นำเสนอความทันสมัย และความเป็นเมืองชั้นแนวหน้าในวงการแฟชั่นเอเชีย โดยใช้วัสดุที่หลากหลายในการนำเสนอ Texture เช่น การใช้ผ้าที่มีความมันเงา หูหว่า

### รูปแบบเครื่องแต่งกาย

ผู้ออกแบบได้ออกแบบเครื่องแต่งกายโดยใช้สมัยนิยมของเกาหลี โดยเห็นได้อย่างชัดเจนในเครื่องแต่งกายของตัวละครชายที่มีความเป็นผู้ชายแบบ Metro sexual ตามแบบฉบับของดารานักร้องเกาหลี ซึ่งนิยมแต่งกายที่มีความเป็น feminist ผสมผสาน ในขณะที่ตัวละครหญิงแสดงให้เห็นความแตกต่างของการแต่งกายของผู้หญิง 2 สถานะ เครื่องแต่งกายของฮันยูจู้ มีลักษณะความเป็นสมัยนิยมที่ถูกออกแบบให้ดูเป็นผู้หญิงที่มีสไตล์ในการแต่งกาย ใช้สีสันทันสมัย เครื่องแต่งกายดูเรียบแต่แฝงด้วยรสนิยม เป็นตัวแทนของผู้หญิงในจินตนาการของผู้ชายที่มีความสมบูรณ์แบบ ในขณะที่นางเอกโกอินฮัน แต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่ดูเป็น Street Woman ที่สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป อีกทั้งมีความ

ทะมัดทะแมงที่เกินผู้หญิงเสียด้วยซ้ำ การวางเครื่องแต่งกายของตัวละครหญิงทั้ง 2 นี้เป็นกลวิธีการ ออกแบบที่ทำให้เกิดกระแสความคลั่งไคล้ภาพยนตร์เรื่องนี้ เพราะกลุ่มผู้หญิงที่เป็นผู้ชมมีลักษณะไม่ แตกต่างไปจาก โกอินซัน กล่าวคือเป็นผู้หญิงธรรมดา หากแต่พระเอกของเรื่องเลือกที่จะใช้ชีวิตคู่กับโก อินซัน และไม่เลือกที่จะเอา ฮันจุกู ผู้หญิงที่สมบูรณ์แบบเป็นคู่ครอง

จากการศึกษาเครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ชุดทั้ง 3 เรื่อง พบว่าเครื่องแต่งกายเป็นส่วนสำคัญ ในการนำเสนอความน่าสนใจ และส่งผ่านความเข้าใจ และวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีไปสู่ผู้ชม ผล การศึกษาพบว่า รูปแบบของการแต่งกายที่ภาพยนตร์ใช้ล้วนแล้วต้องการนำเสนอภาพใหม่ ของ สาธารณรัฐเกาหลี อาทิ ภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง เครื่องแต่งกายเป็นเครื่องหมายบอกถึง วัฒนธรรมการแต่งกายที่มีอารยธรรมยาวนานไม่แพ้ชาติอื่นๆ มีความพิถีพิถัน เครื่องแต่งกายบอกระดับ ชนชั้นต่างๆ ที่ถูกแบ่งด้วยรูปแบบการตัดเย็บ สี สัน ลวดลาย การประดับประดาที่ปรากฏในเครื่องแต่ง กาย และรวมถึงการทำผมที่มีความแตกต่างกัน ล้วนบ่งบอกถึงภูมิปัญญาของคนโบราณที่มีการสืบ ทอด และส่งต่ออย่างเป็นระบบวัฒนธรรม ในขณะที่เครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ชุด รักนี้ชั่ววันจันทร์ เครื่องแต่งกายถูกใช้ เป็นเครื่องมือในการสะท้อนความเป็นสังคมที่อยู่กลมกลืนอยู่กับธรรมชาติ ความ เป็นอยู่ที่น่าหลงใหลของอดีตและชนบท สอดคล้องกับความคิดของ กระบวนการถวิลหาอดีต หรือ Nostalgic Marketing ซึ่งคือกลยุทธ์การตลาดที่จับเอาความประทับใจและประสบการณ์ในอดีตนำมา เล่นกับจิตใจของผู้บริโภค (Incquity, 2010) สิ่งนี้จึงทำให้ภาพยนตร์ชุดเรื่องนี้เป็นที่ประทับใจของผู้ชม ได้อย่างง่ายดาย ส่วนในภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักวุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ เครื่องแต่งกายถูกนำมาใช้ เพื่อการนำเสนอภาพความเป็นผู้นำทางแฟชั่น โดยใช้ระบบดาราหรือบุคคลต้นแบบ หรือ Iconization ภาพยนตร์ได้นำเสนอภาพของเครื่องแต่งกายของกลุ่มคนในสังคมเมืองในสาธารณรัฐเกาหลี การแสดง ภาพของสังคมเกาหลีใต้ที่มีความเจริญทั้งทางด้านเทคโนโลยี และความเป็นผู้นำด้านแฟชั่นประเทศ หนึ่งในโลก โดยผู้สร้างได้ใช้ตัวละครหลายตัวในเรื่อง ที่แสดงถึงกลุ่มคนที่มีสไตล์ในการแต่งตัวที่มี ลักษณะต่างๆ ในสังคมเมือง และใช้ประโยชน์จากการแต่งกายเหล่านี้เป็น ICON ให้เกิดกระแสการ ปฏิบัติตาม

ผลการศึกษาพบว่าในส่วนของสีของเครื่องแต่งกาย ความเข้มของสี วัสดุในการเลือกใช้ ตลอดจนรูปแบบของเครื่องแต่งกาย ล้วนมีความหลากหลาย เพราะเนื่องจากความแตกต่างในแง่ของ สไตล์ในการนำเสนอของแต่ละเรื่อง ตลอดจนความแตกต่างในแง่เป้าประสงค์ของหน้าที่เครื่องแต่งกาย ในการนำเสนอของภาพยนตร์ชุดแต่ละเรื่อง

### การใช้สี และแสงในภาพยนตร์

ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการแยกประเภทโครมของสี (Color Chrome) ตามหลักทฤษฎีสีของนิวตัน ซึ่งแบ่งสีตามหลักแม่สีของสีคือ สีเหลือง สีแดง และสีน้ำเงิน โดยสำรวจในเชิงสถิติซึ่งหาความถี่แบ่งแยกในแต่ละตอนของภาพยนตร์ โดยพิจารณาจากการใช้โครมสีหลักในแต่ละฉากมากกว่าร้อยละ 60 ซึ่งสามารถรวบรวมข้อมูลได้ดังนี้

1. ภาพยนตร์ชุด เรื่องจอมนางแห่งวังหลวง หรือ Dae Jang guem

ตาราง 35 แสดงความถี่การใช้โครมสี (Color Chrome) ในภาพยนตร์ชุด เรื่องจอมนางแห่งวังหลวง

ตอนที่	ความถี่ของโครมสี (Color Chrome) ที่ใช้ในภาพยนตร์		
	โครมสีเหลือง/ส้ม	โครมสีน้ำเงิน/เขียว	โครมสีแดง
1	16	20	5
2	22	12	7
3	18	14	14
4	15	11	8
5	18	10	10
6	21	15	10
7	15	10	3
8	14	10	10
9	26	10	6
10	15	10	5
11	12	10	8
12	10	5	5
13	15	11	10
14	17	10	8
15	21	15	5
16	24	18	7
17	22	10	8
18	26	15	5
19	24	18	9
20	20	14	9
21	24	17	8
22	21	10	8
23	20	14	5
24	18	14	7
25	17	12	6
26	10	15	9
27	20	12	10

ตาราง 35 (ต่อ)

ตอนที่	ความถี่ของโครมสี (Color Chrome) ที่ใช้ในภาพยนตร์		
	โครมสีเหลือง/ส้ม	โครมสีน้ำเงิน/เขียว	โครมสีแดง
28	24	15	10
29	25	14	10
30	15	10	1
34	18	12	6
35	12	11	5
36	14	10	2
37	13	11	8
38	11	13	9
39	11	8	3
40	12	8	10
41	14	8	8
42	12	6	12
43	15	11	6
44	17	12	4
45	13	8	5
46	9	14	5
47	11	10	3
48	12	7	10
49	10	10	10
50	9	12	8
51	11	8	1
52	8	10	3
53	12	8	10
54	12	9	5
55	10	8	5
56	5	16	10
57	14	20	6
<b>รวมความถี่</b>	<b>897</b>	<b>663</b>	<b>397</b>
<b>ร้อยละ</b>	<b>45.84</b>	<b>33.88</b>	<b>20.29</b>
	<b>1,957</b>		
	<b>100.00</b>		



ภาพประกอบ 50 ตัวอย่างการใช้โครมสีเหลือง ส้ม ในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง





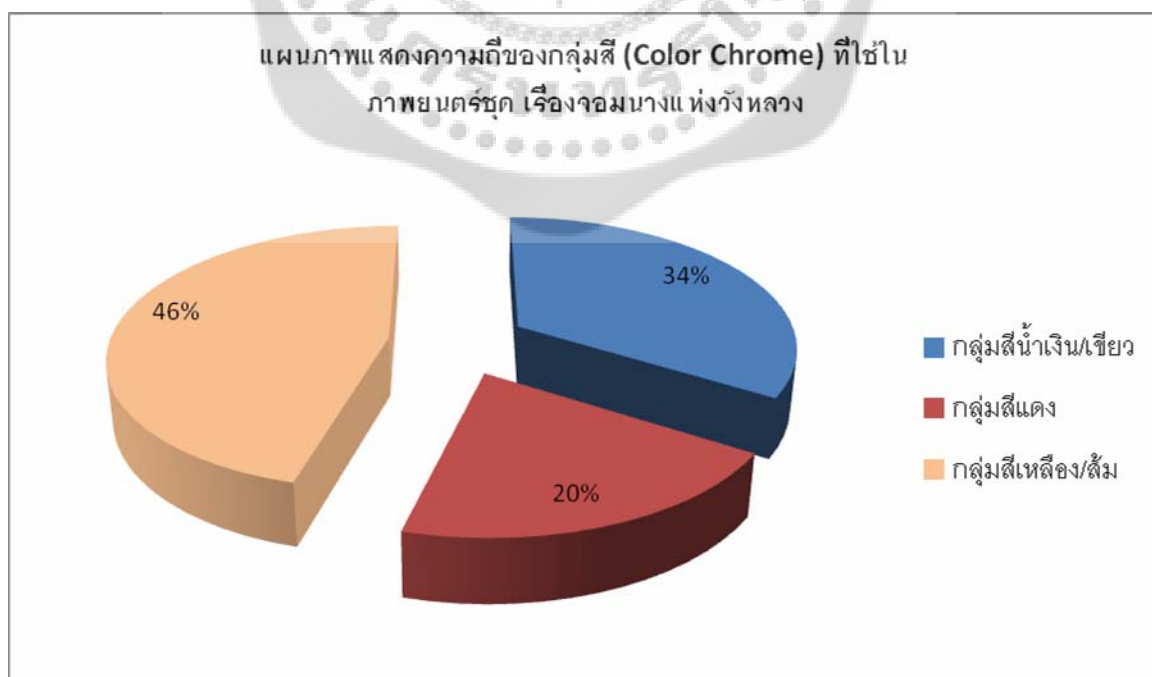


ภาพประกอบ 51 ตัวอย่างการใช้โครมแดง ในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง





ภาพประกอบ 52 ตัวอย่างการใช้โครมน้ำเงิน เขียว ในภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง  
 แผนภาพแสดงความถี่ของโครมสี (Color Chrome) ที่ใช้ในภาพยนตร์ชุด เรื่องจอมนางแห่งวังหลวง



ภาพประกอบ 53 แผนภาพแสดงความถี่ของโครมสี (Color Chrome)



### ที่ใช้ในภาพยนตร์ชุด เรื่องจอมนางแห่งวังหลวง

จากตาราง 35 และภาพประกอบ 53 แสดงความถี่ของโครมสี (Color Chrome) สามารถอธิบายได้ว่า โครมสี (Color Chrome) ที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุด เรื่องจอมนางแห่งวังหลวง จำนวน 57 ตอน พบว่ามีการใช้โครมสีเหลือง/ส้ม สูงที่สุด คือคิดเป็นร้อยละ 45.84 รองลงมาคือโครมสีน้ำเงิน/เขียว คิดเป็นร้อยละ 33.88 และน้อยที่สุดคือโครมสีแดง เป็นร้อยละ 20.29 จากผลวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ภาพยนตร์ชุด จอมนางแห่งวังหลวง เน้นการใช้โครมสี (Color Chrome) ในโครมสีเหลือง/ส้ม มากที่สุด การใช้โครมสีเหลือง/ส้มตามหลักทฤษฎีสีเหลืองให้ความรู้สึกสว่างสดใส มีพลัง ร่าเริง และเบิกบาน และอาจเนื่องจากเรื่องราวส่วนใหญ่ในภาพยนตร์เป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นในวังหลวงการใช้สีเหลือง/ส้ม อาจสะท้อนให้เห็นถึงอำนาจ และพลัง และแสดงนัยแฝงถึงความยิ่งใหญ่ของราชสำนักไซซอล ของเกาหลี

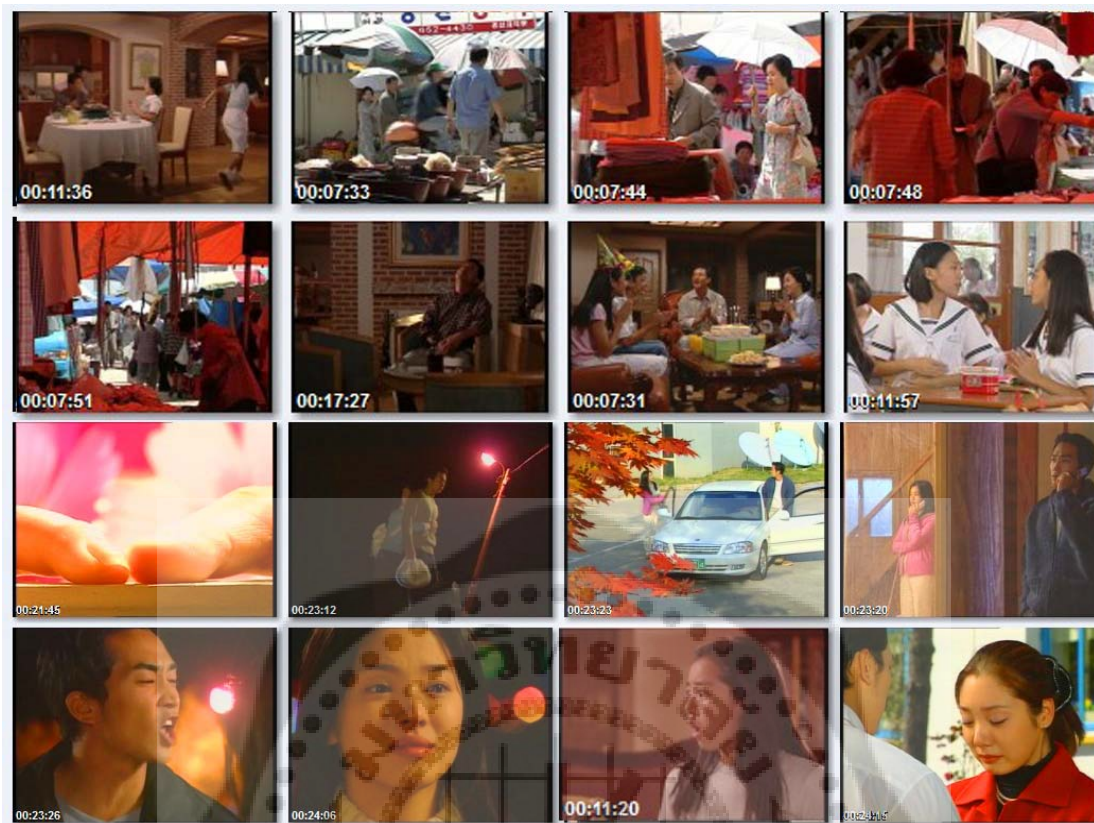
#### 1. ภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้รันรันรัน

ตาราง 36 ตารางแสดงความถี่การใช้โครมสี (Color Chrome) ในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้รันรันรัน

ตอนที่	ความถี่ของโครมสี (Color Chrome) ที่ใช้ในภาพยนตร์			รวม
	โครมสีเหลือง/ส้ม	โครมสีน้ำเงิน/เขียว	โครมสีแดง	
1	14	10	8	
2	17	4	5	
3	18	10	13	
4	19	10	2	
5	18	11	5	
6	21	8	8	
7	17	10	4	
8	11	20	8	
9	17	12	8	
10	21	12	8	
11	25	11	2	
12	15	12	2	
13	19	14	4	
14	20	10	6	
15	21	17	11	
16	18	12	12	
17	12	10	8	
18	18	12	9	
<b>รวมความถี่</b>	<b>321</b>	<b>205</b>	<b>123</b>	<b>649</b>
<b>ร้อยละ</b>	<b>49.46</b>	<b>31.59</b>	<b>18.95</b>	<b>100.00</b>



ภาพประกอบ 54 ตัวอย่างการใช้โครมสีเหลือง ส้มในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้รันรันดร



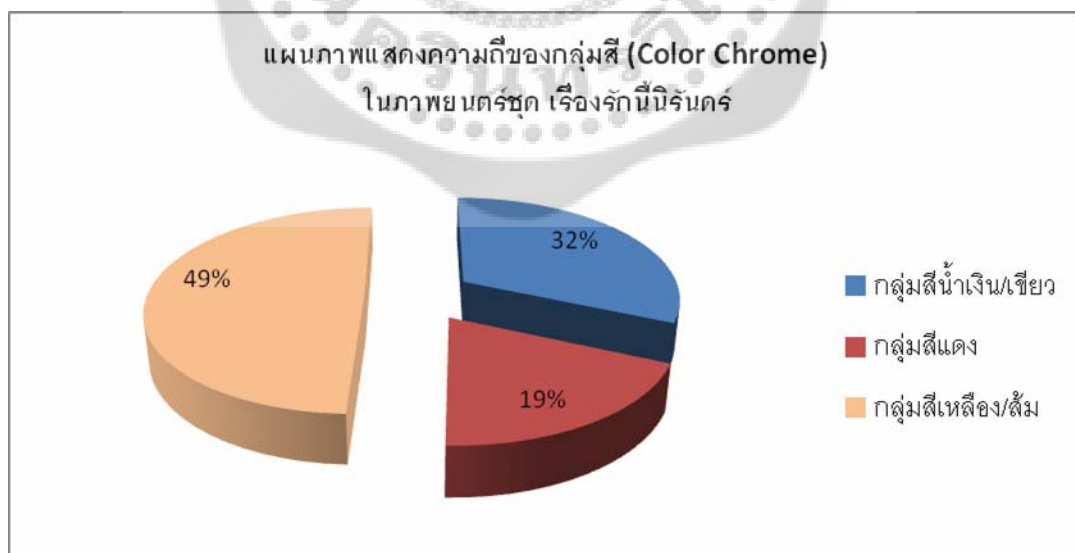
ภาพประกอบ 55 ตัวอย่างการใช้โครมสีแดง ในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้รันรัน





ภาพประกอบ 56 ตัวอย่างการใช้โครมสีน้ำเงิน เขียว ในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้นิรันดร์

แผนภาพแสดงความถี่ของโครมสี (Color Chrome) ที่ใช้ในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้ชั่วนิรันดร์



ภาพประกอบ 57 แผนภาพแสดงความถี่ของโครมสี (Color Chrome) ที่ใช้ในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้ชั่วนิรันดร์



จากตาราง 36 และแผนภาพ สามารถอธิบายได้ว่า สี ที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้ชั่วนิรันดร์ จำนวน 18 ตอน พบว่ามีการใช้โครมสีเหลือง/ส้ม สูงที่สุด คือคิดเป็นร้อยละ 49.46 รองลงมาคือโครมสีน้ำเงิน/เขียว คิดเป็นร้อยละ 31.59 และน้อยที่สุดคือโครมสีแดง เป็นร้อยละ 18.95 ผู้วิจัยสรุปได้ว่าตามคุณลักษณะของโครมสีเหลือง/ส้ม โดยส่วนมากให้ความสำคัญในการใช้แสงสีกลุ่มโครมสีเหลืองและส้มคลุมบรรยากาศของเรื่องทั้งเรื่อง บ่งบอกถึงการให้อารมณ์และบรรยากาศสนุกสนานและสำหรับภาพยนตร์ชุด เรื่องรักนี้ชั่วนิรันดร์ โครมสีเหลือง/ส้ม บ่งบอกถึงคอนเซ็ปของภาพยนตร์ที่สะท้อนชื่อเรื่องคือ Autumn in my heart (รักนี้ชั่วนิรันดร์) ซึ่งคำว่า Autumn มีความหมายในภาษาไทยว่า ฤดูใบไม้ร่วง ดังนั้นการใช้สีกลุ่มเหลือง/ส้ม อาจสื่อถึงสีของใบไม้ที่หลุดร่วงจากต้น นอกจากนี้ตามจิตวิทยาของการใช้สี สีส้มเหลืองหรือสีน้ำตาล และยังสื่อความหมายความทุกข์ใจ ความสูญเสีย ความโศกเศร้า ซึ่งตรงกับเรื่องราวของภาพยนตร์

สีโครมสีน้ำเงิน/เขียว เป็นโครมสีที่ใช้มากเป็นอันดับ 2 ในภาพยนตร์ชุดเรื่องรักนี้ชั่วนิรันดร์ ตามจิตวิทยาของสีจะให้ความรู้สึกผ่อนคลาย และด้วยความที่ภาพยนตร์ชุดเรื่อง รักนี้ชั่วนิรันดร์ ผู้สร้างได้พยายามสร้างฉากชีวิตโรแมนติกของพระเอกนางเอกโดยให้เกิดความกลมกลืนกับธรรมชาติ ทิวทัศน์ต่างๆของทะเล และภูเขา การให้น้ำหนักของสีเขียว และน้ำเงินซึ่งเป็นสีของทะเล และใบไม้จึงอาจมีความสำคัญในสัดส่วนของการใช้สีตลอดทั้งเรื่อง ซึ่งปรากฏร้อยละ 31.59 และพบมากในตอนที่ 8 ซึ่งเป็นตอนที่พระเอกและนางเอก เดินทางไปท่องเที่ยวธรรมชาติด้วยกัน

## 2. ภาพยนตร์ชุด เรื่องเจ้าชายนายกาแพ

ตาราง 37 ตารางแสดงความถี่การใช้โครมสี (Color Chrome) ในภาพยนตร์ชุด เรื่องรัก गु๊นวายของเจ้าชาย  
นายกาแพ

ตอนที่	ความถี่ของโครมสี (Color Chrome) ที่ใช้ในภาพยนตร์			รวม
	โครมสีเหลือง/ส้ม	โครมสีน้ำเงิน/เขียว	โครมสีแดง	
1	14	10	8	
2	15	4	5	
3	18	15	13	
4	19	10	2	
5	18	11	5	
6	21	8	8	
7	17	10	4	
8	19	10	8	
9	17	12	8	
10	21	12	8	
11	25	11	2	
12	15	12	2	
13	19	14	4	
14	14	10	6	
15	21	17	11	
16	18	12	12	
<b>รวมความถี่</b>	<b>291</b>	<b>178</b>	<b>106</b>	<b>575</b>
<b>ร้อยละ</b>	<b>50.61</b>	<b>30.96</b>	<b>18.43</b>	<b>100.00</b>

ภาพประกอบ 58 ตัวอย่างการใช้โครมสีเหลือง ส้มในภาพยนตร์ชุด เรื่องรัก गु๊นวายของ  
เจ้าชายนายกาแพ



ภาพประกอบ 58 ตัวอย่างการใช้โครมสีเหลือง ส้มในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ





ภาพประกอบ 59 ตัวอย่างการใช้โครมตีแดงในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักงุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ



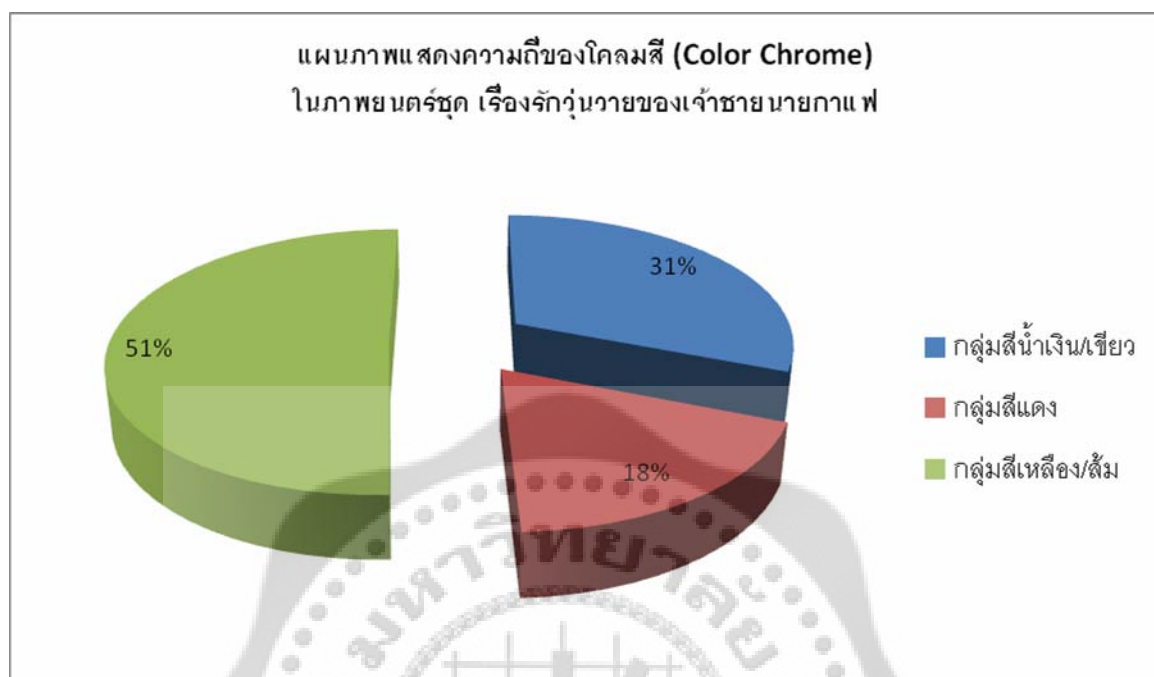




ภาพประกอบ 60 ตัวอย่างโครมสีน้ำเงิน เขียว ในภาพยนตร์ชุด เรื่องรักอุ่นว้ายของเจ้าชายนายกาแฟ



แผนภาพแสดงความถี่ของโครมสี (Color Chrome) ที่ใช้ในภาพยนตร์ชุดรักวุ่นวายของ  
เจ้าชายนายกาแฟ



ภาพประกอบ 61 แผนภาพแสดงความถี่ของโครมสี (Color Chrome) ที่ใช้ในภาพยนตร์ชุดเรื่องรัก  
วุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ

จากตาราง 37 และแผนภาพสามารถอธิบายได้ว่า สี ที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุด เรื่องรัก  
วุ่นวายของเจ้าชายนายกาแฟ จำนวน 16 ตอน พบว่ามีการใช้โครมสีเหลือง/ส้ม สูงที่สุด คือคิดเป็นร้อยละ  
50.61 รองลงมาคือโครมสีน้ำเงิน/เขียว คิดเป็นร้อยละ 30.96 และน้อยที่สุดคือโครมสีแดง เป็น  
ร้อยละ 18.43 ผู้วิจัยสรุปได้ว่าตามคุณลักษณะของกลุ่มสีเหลือง/ส้ม บ่งบอกถึงการให้อารมณ์และ  
บรรยากาศสนุกสนาน ซึ่งตรงกับรูปแบบของภาพยนตร์แนวรักโรแมนติก

จากผลของการใช้โครมสีในภาพยนตร์ชุดทั้ง 3 เรื่อง ภาพยนตร์มีลักษณะร่วมที่ตรงกันคือมี  
ลักษณะการใช้โครมสีเหลือง/ส้ม มากที่สุด สีน้ำเงิน/เขียว และโครมสีแดงเป็นสัดส่วนที่รองมาเป็น  
ลำดับชั้น ซึ่งการใช้โครมสีเหลือง/ส้ม อาจสะท้อนให้เห็นลักษณะแบบฉบับของภาพยนตร์ในวิถีเอเชีย  
ตะวันออก ที่มักเป็นสีที่สะท้อนความร่าเริงด้วยอารยธรรม วัฒนธรรม และแสดงความสุขสว่างของ  
แสงอาทิตย์ กอปรกับสีเหลือง/ส้ม เป็นที่ให้ความรู้สึกความสุขสว่าง อารมณ์ดี ความสูงส่ง ซึ่ง  
อาจจะปรากฏอย่างเด่นชัดในภาพยนตร์ชุด เรื่องจอมนางแห่งวังหลวง ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่  
เกี่ยวข้องกับราชสำนักเกาหลี ซึ่งส่งผลให้มีการใช้โครมสีเหลือง/ส้มในสัดส่วนที่มาก นักวิชาการทาง  
จิตวิทยาให้ความหมายของสีเหลือง ส้ม ให้อารมณ์ความรู้สึกเบิกบาน แจ่มใส ซึ่งปรากฏอย่างเด่นชัด

ในภาพยนตร์ชุดเรื่อง เจ้าชายนายกาแฟ รวมถึงเป็นแสงที่แสดงบรรยากาศของฤดูใบไม้ผลิได้อย่างเด่นชัด ซึ่งตรงกับความหมายของชื่อเรื่องที่น่าจะเป็นแก่นหลักของภาพยนตร์ชุดเรื่อง *Autumn in my heart* หรือ รักนี้ชั่ววันจันทร์ จะสังเกตได้ว่าโครมสีเหลือง ส้ม สามารถบ่งบอกความหลากหลายของอารมณ์และบรรยากาศ ซึ่งภาพยนตร์ชุดทั้ง 3 เรื่องเลือกนำไปใช้ในสัดส่วนที่มากเป็นพิเศษ

การใช้สีในโครมสีน้ำเงิน เขียว อาจมีเป้าหมายหลักในการนำเสนอภาพบรรยากาศธรรมชาติของประเทศเกาหลี ซึ่งนับเป็นหนึ่งในนโยบายการจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีได้ โดยจะสังเกตได้ว่าภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่องจะมีฉากที่เป็นทิวทัศน์ เพื่อนำเสนอการท่องเที่ยวในทุกๆ เรื่อง ดังนั้นสีในกลุ่มน้ำเงิน เขียวนี้ มักส่งผลมาจากฉากทุ่งหญ้า ป่าเขา ภูเขา ใบไม้ใบหญ้า หรืออาจรวมถึงท้องทะเลของประเทศเกาหลี และเป็นที่น่าสังเกตในการใช้สีในโครมสีแดงที่ปรากฏอยู่น้อยในภาพยนตร์ชุดในทุกๆ เรื่อง โดยปกติสีแดงนับเป็นสีที่ชาวจีนนิยมใช้ และได้กลายเป็นสีที่แสดงเอกลักษณ์ต่างๆ ของประเทศจีนได้อย่างเด่นชัดและชัดเจนมากกว่าสีอื่นๆ ตามความเห็นของผู้วิจัย อาจมีเหตุผลในแง่การเมือง จากประวัติศาสตร์ที่เกาหลีได้ถูกประเทศจีนยึดครองอยู่เป็นเวลานาน จนทำให้วัฒนธรรม ความเชื่อ และศิลปะได้ถูกกลืนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของจีน การหลีกเลี่ยงการใช้สีแดง อาจสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการในการแสดงอัตลักษณ์ของประเทศเกาหลีที่สามารถหลุดจากธรรมเนียมความเชื่อต่างๆ ของจีน ซึ่งนับเป็นวิธีการที่แยบยล

### อิทธิพลของวัฒนธรรมเกาหลี

จากข้อมูลกรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี ทำให้เห็นว่าการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีผ่านภาพยนตร์ชุดถือได้ว่าประสบความสำเร็จอย่างมาก เนื่องจากการแพร่ภาพภาพยนตร์ชุดเกาหลีในประเทศไทยได้รับความนิยมอย่างสูง ในเบื้องต้นอาจจะเข้าใจได้ว่าเป็นกลยุทธ์หนึ่งประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ประเทศ แต่ความเป็นจริงด้านของผู้ผลิตละครได้กล่าวว่า ในช่วงแรกประเทศสาธารณรัฐเกาหลีไม่มีความตั้งใจที่จะนำละครมาเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ แต่เมื่อมีการแพร่ภาพแล้วเกิดมีกระแสนิยมอย่างมาก ทำให้ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้ถือเป็นโอกาสใช้เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์ประเทศและนำมาใช้อย่างต่อเนื่อง การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจึงกลายเป็นกลยุทธ์สำคัญในการประชาสัมพันธ์ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี เนื่องจากความใกล้เคียงระหว่างวัฒนธรรมไทยและสาธารณรัฐเกาหลี (Cultural Proximity) ทำให้ผู้ชมภาพยนตร์ชุดมีความเข้าใจสาระการแสดงและเข้าถึงวัฒนธรรมที่น่าเสนอ จึงทำให้ประเทศไทยเกิดการยอมรับในวัฒนธรรมและแนวคิดต่างๆ ได้ค่อนข้างง่าย (กรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี. 2553)

การวางแผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อโปรโมทภาพยนตร์ชุดดังกล่าวอย่างมืออาชีพสามารถดึงดูดความสนใจให้มีผู้ชมภาพยนตร์ชุดเป็นจำนวนมากจนทำให้ภาพยนตร์ชุดเกาหลีก่อให้เกิดกระแสความนิยมเกาหลี การประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ชุดดังกล่าวกระทำโดย การนำสถานที่ท่องเที่ยว อาหาร และวัฒนธรรมมาทำการประชาสัมพันธ์ประเทศ กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ชุดเกาหลีสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีการวัดวางแผนทางการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาภาพยนตร์ชุดไว้อย่างน่าสนใจมาก โดยนำกลยุทธ์ต่างๆ มาประกอบการวางแผน เช่น การทำป้ายโฆษณา การจัดกิจกรรมเสริม การใช้ของรางวัลมาเป็นส่วนช่วยในการดึงดูดผู้รับสาร เป็นต้น

เมื่อภาพยนตร์ชุดกลายเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ประเทศ ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีจึงมีการจัดวางรูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านภาพยนตร์ชุดอย่างเป็นระบบมากขึ้น เพื่อให้ภาพยนตร์ชุดเป็นที่นิยมและถูกใจผู้ชม รูปแบบการผลิตภาพยนตร์ชุดของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีจะมีความแตกต่างกับภาพยนตร์ชุดของประเทศไทยในส่วนของพลอตเรื่อง เนื่องจากภาพยนตร์ชุดเกาหลีสื่อจะมีการจับอารมณ์ของคนดูได้มากกว่า เพราะประเทศสาธารณรัฐเกาหลีจะมีการทำวิจัยคนในแต่ละประเทศว่าประเทศนั้นๆ มีความชอบภาพยนตร์ชุดในลักษณะใด ผู้ที่ทำหน้าที่เก็บข้อมูลของแต่ละประเทศก็จะนำข้อมูลส่วนนั้นส่งกลับไปทีประเทศสาธารณรัฐเกาหลี เพื่อทำการประมวลผลและผลิตสินค้าตามความต้องการของตลาดเพื่อให้ได้ผลที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุด รวมทั้งมีการเลือกสถานที่ถ่ายทำรวมไปถึงบรรยากาศที่เหมาะสมทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อยตามไปกับเรื่องราว (มาลินธราวิจิตรกุล. 2551: 120)

ถึงแม้ว่าเรื่องของภาพยนตร์ชุดอาจจะไม่ได้ครองตลาดเป็นระยะเวลาอันยาวนาน แต่ก็เหมือนประตูที่เปิดให้กับประชาชนในประเทศต่างๆ หันมาให้ความสนใจและรับทราบถึงสิ่งที่ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้ตั้งใจส่งออกไปยังประเทศต่างๆ มากยิ่งขึ้น

อาจกล่าวได้ว่าการทำประชาสัมพันธ์ที่เห็นผลได้ชัดเจนมักจะใช้สื่อภาพยนตร์ชุดเป็นช่องทางสำคัญช่องทางหนึ่ง เนื่องจากผู้คนเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุดในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลาย อย่างไรก็ตามก็ยังมีคามจำเป็นที่จะต้องประชาสัมพันธ์รายการเพื่อดึงดูดผู้ชมให้ชมรายการนั้นๆ เช่นเดียวกัน ภาพยนตร์ชุดเรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวงก็มีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความสนใจในการชมภาพยนตร์ชุด โดยจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ชมภาพยนตร์ชุด นอกเหนือจากกิจกรรมต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว สารหรือประเด็นการทำการประชาสัมพันธ์ก็เป็นส่วนที่สำคัญที่สุดในการประชาสัมพันธ์ให้ได้ผลคือ เรื่องของภาษา วัฒนธรรมและสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ชุด ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีไม่ได้เกิดขึ้นแต่เฉพาะในองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีเพียงแห่งเดียวเท่านั้น ยังมีองค์กรเฉพาะท้องถิ่นที่ตั้งขึ้นในพื้นที่ที่เป็น Local เช่น จังหวัดคังวอน-โด ก็มีองค์กรการท่องเที่ยว

โดยเฉพาะในแต่ละพื้นที่ และองค์กรในพื้นที่ต่างๆ เหล่านี้ก็มีการสนับสนุนด้านการให้สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ชุดเพื่อเป็นเสมือนการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดทางหนึ่ง และผลจากการแพร่ภาพภาพยนตร์ชุดก็ทำให้สถานที่ที่ใช้ถ่ายทำกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น รวมไปถึงการสร้างรายได้ให้กับประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้เป็นอย่างดี (กานต์พิชชา วงษ์ขาว, 2550: 132-133)

การประชาสัมพันธ์ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีในประเทศไทยนั้น มีองค์กรที่มีความสำคัญต่อประเทศสาธารณรัฐเกาหลีด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว คือ องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (Korea Tourism Organization) องค์กรนี้เป็นองค์กรที่สังกัดกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีก่อตั้งในประเทศไทยมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานกว่า 20 ปี และมีบทบาทในด้านการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับประเทศสาธารณรัฐเกาหลีในประเทศไทย ซึ่งรูปแบบหลักของการประชาสัมพันธ์องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีมีทั้งหมด 5 ลักษณะ คือ

1. สนับสนุนและแนะนำจุดท่องเที่ยวใหม่ๆ ทั้งในรูปแบบของการศึกษาดูงานและการท่องเที่ยวทั่วไป
2. แนะนำวิธีการทำการตลาดให้กับบริษัททัวร์
3. ให้การสนับสนุนในการให้ของชำร่วย
4. อำนวยความสะดวกในการประสานงานให้กับนักท่องเที่ยว
5. จัดงานและกิจกรรมต่างๆ เช่น จัดประชุมนิทรรศการ Expo าระดับใหญ่ๆ, Film Festival การประกวดภาพถ่าย เป็นต้น

จากบทบาทขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีดังกล่าว วิเคราะห์ได้ว่ารัฐบาลเกาหลีได้มีการวางรากฐานและการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ที่ดี ส่งผลต่อการส่งเสริมให้ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีเป็นที่รู้จักของประเทศต่างๆ มากยิ่งขึ้น และด้วยแรงผลักดันที่ดีที่มีการให้รางวัลแก่บริษัททัวร์ที่ทำยอดได้ รวมทั้งการนำเสนอประเทศสาธารณรัฐเกาหลีให้เป็นประเทศท่องเที่ยวในอันดับต้นๆ ตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดีของประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐเกาหลีที่มีมาแต่สมัยสงครามเกาหลีที่ประเทศไทยได้มีส่วนช่วยเหลือ โดยการส่งทหารไปช่วยรบจึงทำให้เกิดความสัมพันธ์และความเข้าใจที่ดีต่อกัน และด้วยเหตุนี้ทำให้การเดินทางไปประเทศสาธารณรัฐเกาหลีไม่จำเป็นต้องขอวีซ่าเพื่อเข้าประเทศ ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกต่อการเลือกเดินทางไปยังประเทศนี้ (กรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี, 2553)

ด้านการประชาสัมพันธ์ของประเทศไทยก็มีองค์กรที่มีส่วนในการประชาสัมพันธ์เช่นเดียวกับประเทศสาธารณรัฐเกาหลีนั่นคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บทบาทหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญ ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทยเพื่อที่จะประชาสัมพันธ์ประเทศให้เป็นที่รู้จักของต่างชาติ หรือเพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาประเทศไทย แต่ด้วยการประชาสัมพันธ์ของประเทศไทยในขณะนี้ได้มีการนำอุตสาหกรรมบันเทิงมามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ประเทศจึงทำให้ประเทศไทยต้องหันมาให้ความสนใจในประเด็นดังกล่าว

การประชาสัมพันธ์และบทบาทหน้าที่ขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีรวมไปถึงการได้รับการสนับสนุนที่ดีจากหน่วยงานภาครัฐ ทำให้ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีกลายเป็นประเทศที่มีภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นประเทศที่ประชาชนรู้จักมากยิ่งขึ้น กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ประเทศก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนช่วยให้ประเทศเป็นที่รู้จักของประเทศอื่นๆ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีได้ใช้กลยุทธ์ต่างๆ ที่หลากหลายในการโปรโมตการท่องเที่ยวประเทศสาธารณรัฐเกาหลี รวมทั้งการจัดการต่างๆ เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ประเทศที่สำคัญประการหนึ่งคือ ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้เป็นเจ้าของจัดประชุมนิทรรศการ Expo ระดับใหญ่ๆ ทางด้านอุตสาหกรรมหรือธุรกิจใหญ่ๆ เป็นการสร้างความเชื่อถืออีกทางหนึ่ง จึงทำให้ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีเป็นที่รู้จักและยอมรับในประเทศต่างๆ

มาลิน ธรวิจิตรกุล ได้กล่าวถึงผลตอบรับของความสำเร็จที่เกิดขึ้น ซึ่งไม่ใช่เฉพาะเรื่องความนิยมภาพยนตร์ชุด แต่ด้านการท่องเที่ยวในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีก็เป็นผลอีกประการหนึ่งที่ส่งผลต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน จากกระแสนิยมต่างๆ ที่เกิดขึ้นทำให้ประเทศไทยเกิดผลกระทบค่อนข้างมากไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมไทยที่ถูกกลืนโดยวัฒนธรรมเกาหลี การนำเข้าสินค้าประเทศสาธารณรัฐเกาหลีที่เข้ามาเปิดตลาดได้หลากหลายประเภทมากขึ้น เพราะด้วยค่านิยมที่เกิดจากภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่แพร่ภาพในปัจจุบัน การท่องเที่ยวที่คนไทยมีการเดินทางออกไปประเทศสาธารณรัฐเกาหลีเพิ่มมากขึ้นเพราะต้องการสัมผัสกับสถานที่ถ่ายทำ และบรรยากาศของภาพยนตร์ชุดที่ได้ชม และอีกประการคือส่งผลกระทบต่อวงการอุตสาหกรรมบันเทิงของประเทศไทยอย่างมาก เพราะเมื่อคนไทยหันไปบริโภคค่านิยมของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีมากขึ้น บริษัทในวงการบันเทิงจึงต้องสนองความต้องการของผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นการนำเข้าภาพยนตร์ ละคร เพลง หรือแม้แต่การเขียนบทละครที่ใกล้เคียงกับละครของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งในส่วนนี้ถือได้ว่ามีผลกระทบอย่างยิ่งกับประเทศไทย กระแสนิยมที่เกิดขึ้นได้ทำให้ประเทศไทยเสียดุลทางการค้า วัฒนธรรมของไทยก็ถูกแทรกซึมจากวัฒนธรรมของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี (มาลิน ธรวิจิตรกุล. 2550: 122)

อาหารเป็นอีกหนึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ข้อมูลจากนิตยสารไปโอสโครป พบว่าอาหารเกาหลีที่ในอดีตไม่ค่อยเป็นที่นิยม แต่ปัจจุบันมีการเปิดร้านอาหารเกาหลีเป็นจำนวนมาก ส่วน

ร้านอาหารที่เปิดมาเป็นเวลานานก็ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ที่ไปทานอาหารที่ร้านอาหารเกาหลีต่างๆ พบว่าจำนวนคนที่ไปรับประทานอาหารเกาหลีมีจำนวนเพิ่มขึ้นเกือบ 50% นั่นเพราะในเนื้อหาของเรื่องแดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวงนี้มีการสอดแทรกเรื่องอาหาร และในเรื่องก็มีการถ่ายทำขณะที่กำลังทำอาหาร ทำให้คนดูได้ทราบถึงความพิถีพิถันของการทำอาหาร ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกอยากทานอาหารตามในเนื้อเรื่อง ภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่แพร่ภาพอยู่ในปัจจุบันไม่เพียงแต่ส่งผลในเรื่องของอาหารเกาหลีเท่านั้น เพราะในเรื่องของการเรียนภาษาเกาหลีก็มีผลกระทบด้วยเช่นกันคือ มีการเปิดสอนภาษาเกาหลีในประเทศไทยมากขึ้น ทั้งในสถาบันการศึกษาในมหาวิทยาลัยหรือแม้แต่ศูนย์สอนภาษาต่างๆ จำนวนคนที่เรียนก็มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจากเดิม (ไบโอสโคป. 2545: 11)

กลยุทธ์ขององค์กรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ประเทศ และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นกับประเทศสาธารณรัฐเกาหลี จัดได้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่ดีและประสบความสำเร็จอย่างสูงในปัจจุบัน เมื่อเทียบกับการเดินทางท่องเที่ยวไปประเทศสาธารณรัฐเกาหลีในอดีต และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นก็ด้วยการวางแผนบริหารจัดการที่ดีที่ทำให้มีการสื่อสารผ่านสื่อภาพยนตร์ชุดออกมาได้อย่างลงตัว

### อิทธิพลทางวัฒนธรรม

เนื่องจากรัฐบาลเกาหลีใต้ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ในการพัฒนาให้วัฒนธรรมเกาหลีกลายเป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่สามารถสร้างได้ให้กับประเทศ จึงจัดตั้ง “องค์การวัฒนธรรมและสื่อบันเทิงเกาหลี” (Korea Culture and Content Agency-KOCCA) เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาสาระความเป็นเกาหลี (Korea Content) แนวคิดในการจัดตั้ง KOCCA เพิ่งเกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2541 และได้จัดตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2544 ภายใต้ความรับผิดชอบของกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวภารกิจหลักของ KOCCA คือ สนับสนุนและส่งเสริมให้นำเนื้อหาสาระความเป็นชาติเกาหลี หรือ Korea Content สอดแทรกลงในสื่อบันเทิงต่างๆ ทุกประเภท ทั้งภาพยนตร์ ละคร เพลง การ์ตูน เกม ศิลปะ ดนตรี และแอนิเมชัน โดยพยายามพัฒนาให้กลายเป็นธุรกิจที่สามารถเลี้ยงประเทศเกาหลีได้ ที่สำคัญมีการสร้างและพัฒนาคน เทคโนโลยี การส่งออก และผลักดันนโยบายต่างๆ ด้วย ภายในช่วงระยะเวลาเพียงไม่กี่ปี KOCCA ทำให้พลังแห่งสื่อทางวัฒนธรรมของเกาหลีแผ่ขยายไปในประเทศต่างๆ ทั่วเอเชีย (จิราจรรย์ ชัยมุสิก และสุกรี แมนชัยนิมิต, 2549)

พันธุ์เมธ ฐ ระนอง ผู้จัดองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี ให้ความเห็นว่า “กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของเกาหลีจะค่อนข้างมีความสมัยใหม่ พื้นฐานความคิดของเขาคือวัฒนธรรมใหม่ๆ ไม่ใช่สิ่งเลวร้ายเสมอไป ดังนั้นกระทรวงจึงมีนโยบายสนับสนุน ศิลปะบันเทิงยุคใหม่อย่างภาพยนตร์ ละคร เพลง โดยจะคอยจัดกิจกรรมพิเศษกระตุ้นกระแส อย่างเช่น จัดเทศกาลเพลง

rock festival, จัดเทศกาลหนังปูซานฟิล์ม โดยคิดว่าวัฒนธรรมไม่ใช่การขายของเก่ากินแต่เพียงอย่างเดียว ศิลปวัฒนธรรมสมัยใหม่ก็สามารถเป็นตัวสร้างคุณค่าได้เหมือนกันหากได้รับการส่งเสริมอย่างถูกต้อง” ความพยายามของรัฐบาลเกาหลีทำให้วัฒนธรรมเกาหลีหลายประเภท ทั้งภาพยนตร์ ละคร เพลง วัฒนธรรมการแต่งกาย ภาษา และอาหาร ได้รับการยอมรับจากสังคมในประเทศต่างๆ กลายเป็นตัวเลือกใหม่ของการบริโภควัฒนธรรมภายนอกผ่านกลยุทธ์การสื่อสาร (จิราจารีย์ ชัยมุสิก; และสุกรีแมนชัยนิมิต. 2549)

กระแสเกาหลี “Korean Wave” หรือ “Hallyu” หรือ วัฒนธรรม K-pop ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นดารา นักร้อง การ์ตูน นวนิยาย แฟชั่น อาหาร เครื่องสำอาง และที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ เพลง ภาพยนตร์และละครเกาหลีหรือซีรีส์เกาหลี ที่ทำให้ผู้ชมเกิดอาการคลั่งไคล้เป็นจำนวนมาก ซึ่งได้มีการสอดแทรกวัฒนธรรมลงไปเพื่อเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อ โดยมีนักร้องและนักแสดงเป็นทูตทางวัฒนธรรมคนสำคัญ จากความแปลกใหม่ที่เป็นทางเลือกใหม่ของผู้บริโภค ในช่วงที่กระแส J-pop เริ่มน่าเบื่อและลัทธิ Anti-American ขยายไปทั่วโลก ทำให้เกิด “กระแสเกาหลีฟีเวอร์” แพร่กระจายเข้าไปยังประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นประเทศไทย จีน ฮองกง เวียดนาม ไต้หวัน และแม้กระทั่งในประเทศญี่ปุ่น ศัตรูในอดีตที่เคยสร้างความหวาดหวั่นให้กับประเทศเกาหลี ไม่เพียงแต่ประเทศในเอเชียเท่านั้น กระแสเกาหลีฟีเวอร์ ยังแพร่กระจายข้ามไปประเทศฝั่งตะวันตก ทั้งในยุโรปและอเมริกา (สุภัทรา สุขชู. 2549: 60-61)

### อิทธิพลทางเศรษฐกิจ

การส่งเสริมอุตสาหกรรมบันเทิง ภาพยนตร์ ละคร และเพลง ของประเทศเกาหลีเติบโตอย่างรวดเร็ว เป็นธุรกิจส่งออกที่สำคัญที่นำรายได้มากมายเข้าสู่ประเทศ จากข้อมูลกรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี ชี้ให้เห็นว่ามูลค่าการส่งออกภาพยนตร์ชุดของเกาหลีในปี 2547 อยู่ที่ประมาณ 71.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2546 ถึง 69.6% และในปีเดียวกันนี้เอง ราคาขายลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ชุดเกาหลีต่อ 1 ยูนิต (1 ยูนิต = ตอนละ 50 นาที) โดยเพิ่มขึ้นจาก 2,198 เหรียญสหรัฐ ไปถึง 4,046 เหรียญสหรัฐ คิดเป็น 84% สำหรับมูลค่าส่งออกภาพยนตร์เกาหลีในปี 2547 มียอดขายเพิ่มขึ้นจาก 31 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ไปอยู่ที่ระดับ 75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอัตราที่เพิ่มขึ้นถึง 141% โดย Korea International Trade Association's Trade Research Institute ได้วิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจของสินค้าวัฒนธรรมเกาหลี (Hallyu) ในปี 2548 ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจภายในเกาหลีถึง 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะเดียวกันสินค้าเหล่านี้ยังนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่เกาหลีได้สูงถึง 1.87 พันล้านเหรียญสหรัฐ (“Hallyu” คลื่นความมั่งคั่งของเกาหลี, 2549) รัฐบาลเกาหลีได้ให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์และภาพยนตร์ชุดเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรม โดยให้มีการ



สอดแทรกวัฒนธรรมและความเป็นเกาหลีเข้าไปในเนื้อหาของภาพยนตร์และละครที่ส่งออกไปยังประเทศต่างๆ เมื่อภาพยนตร์และภาพยนตร์ชุดเกาหลีได้รับความนิยม วัฒนธรรมและความเป็นเกาหลีจึงเป็นที่ชื่นชมของผู้บริโภค (กรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี. 2553)

ในประเทศสหรัฐอเมริกา สื่อบางฉบับได้ลงข่าวว่า “มีหญิงชาวอเมริกันเป็นจำนวนมากนั่งหน้าจอทีวีเพื่อชมภาพยนตร์ชุดจากเกาหลี ด้วยเหตุผลที่ว่า ภาพยนตร์ชุดเกาหลีคุณภาพไม่หยาบโลนเท่า ภาพยนตร์ชุดอเมริกัน” ทอม ลาร์เซน ผู้จัดการทั่วไป บริษัท วายเอ เอนเตอร์เทนเมนต์ ผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์และละครเกาหลีในอเมริกาเหนือ กล่าวว่า ชาวอเมริกันบางคนถึงกับเปลี่ยนคำทักทายจาก “Hello” เป็น “Hallyu” และที่ผ่านมามีละครเกาหลีมีวางขายตามร้านวิดีโอของชาวเอเชีย แต่ปัจจุบันห้างค้าปลีกใหญ่ๆ ในฮาวาย ทั้งวอลมาร์ต คอสต์โก บอร์ดเดอร์ส บล็อกบัสเตอร์ และทาวเวอร์ เรคคอร์ด ต่างทำเงินได้จากกระแสคลั่งเกาหลี (กานต์พิชชา วงษ์ขาว. 2550: 184)

ในประเทศญี่ปุ่น อิทธิพลของกระแส “Hallyu” เริ่มต้นเห็นได้ชัดเมื่อ Winter Sonata หรือ Fuyu no Sonata ในภาษาญี่ปุ่น หรือที่คนไทยรู้จักชื่อของ Winter Love Song เพลงรักในสายลมหนาว ได้สร้างรายได้และปรากฏการณ์ Korea Fever ในประเทศญี่ปุ่นขนาดที่ไม่มีใครนึกถึงโดยสถานีโทรทัศน์ NHK สามารถสร้างรายได้กว่า 100 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2546 จากการออกอากาศ ภาพยนตร์ชุดเรื่องนี้ DVD ภาพยนตร์ชุดเรื่องนี้สามารถขายหมดทั้ง 3 แผ่นชุด ภายในปี 2545 ที่ ภาพยนตร์ชุดเรื่องนี้เริ่มออกอากาศ อัลบั้มเพลง soundtrack ประกอบภาพยนตร์ชุดเรื่องนี้ราคา 750 บาท ขายได้ถึงแสนแผ่นในช่วงนั้น และสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวกับ Winter Sonata ขายได้ถึง 13 ล้านก๊อปปี้ นอกจากนี้สถานี RTHK ของญี่ปุ่นถอดรายการสอนภาษาญี่ปุ่นออก เพื่อใส่รายการสอนภาษาเกาหลีแทน แต่ภาพยนตร์ชุดเรื่องนี้เรื่องเดียวก็ทำให้เงินไหลจากประเทศญี่ปุ่นสู่ประเทศเกาหลีได้มากถึง 83 ล้านเหรียญสหรัฐ และทำให้ แบ ยอง จุน พระเอกของเรื่องกลายเป็น Superstarขวัญใจชาวญี่ปุ่น (สุภัทรา สุขชู. 2549: 60) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของภาพยนตร์ชุดเกาหลีในญี่ปุ่นเรื่อง Winter Sonata ซึ่งออกอากาศช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม ปี 2545 เห็นได้ว่าวัยรุ่นญี่ปุ่นมีการลอกเลียนแบบแฟชั่น ลักษณะการใช้ชีวิต การไปท่องเที่ยวหรือนัดพบกันตามสถานที่ในภาพยนตร์ชุด และมีการซื้อซีดีและดีวีดีของภาพยนตร์ชุดเรื่องเก็บไว้ (Ito. 2004: 100)

ในประเทศเวียดนาม ถนนในเมือง Ho Chi Minh และ Hanoi แฟชั่นการแต่งหน้าของวัยรุ่นเวียดนามถูกปรับเปลี่ยนให้เป็นไปตามแฟชั่นของเกาหลี เช่น การแต่งหน้าเข้มขึ้น การทำคิ้วบาง ใส่เสื้อรัดรูป ที่ฮานอยสาว ๆ ชาวเวียดนามมีการเลียนแบบการแต่งกาย ทำผม และแต่งหน้าเข้มแบบ “Korea Look” และในตลาดเมียนมาร์สิ่งที่ต้องพบคือ เด็กและผู้ใหญ่ที่พูดคุยเรื่องภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่ได้รับชม (Dean Visser. 2002: 65)

### กระแสความนิยมเกาหลีที่มีต่อผู้ชมชาวไทย

สำหรับกระแสเกาหลีในประเทศไทยนั้นถือว่าเป็นกระแสความนิยมที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และสามารถครองใจคนไทยได้อย่างไม่ยากนัก ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ ละครหรือซีรี่ส์ เพลง รวมถึง แฟชั่นการแต่งกาย ภาษา โดยกระแสนี้เริ่มต้นมาจากเรื่อง Autumn in My Heart รักนี้ชั่ววินาที, Winter Love Song เพลงรักในสายลมหนาว มาถึงเรื่อง Full House สะดุดรักที่ปักใจ ซึ่งจัดว่าเป็นภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่ประสบความสำเร็จค่อนข้างสูง แต่ก็ต้องมาพ่ายแพ้ให้กับเรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง (Jewel in the Palace) ที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก (จิราจรรย์ ชัยมุสิก; และ สุกรี แมนชัยนิมิต. 2549) แดจังกึม เป็นภาพยนตร์ชุดที่มาแรงไปทั่วประเทศ และสามารถสะกดให้ผู้ชมอยู่หน้าจอโทรทัศน์ทุกเย็นวันเสาร์และอาทิตย์ โดยในเรื่องมีการสอดแทรกวัฒนธรรมประเพณีและอาหารเกาหลี ทำให้คนดูเกิดความอยากลองชิมอาหารที่ปรากฏในเรื่อง

เศรษฐพันธ์ กระจำวงศ์ ได้กล่าวในบทความ เกาหลีพีเวอร์: การถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านสื่อว่ากระแสความนิยมของภาพยนตร์ชุดเกาหลีในประเทศไทย ส่งผลให้สถานีโทรทัศน์หลายๆ ช่อง ได้จัดสรรเวลาในการฉายภาพยนตร์ชุดเกาหลีทางโทรทัศน์ เพื่อตอบรับกระแสความนิยม K-pop

1. สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ที่ประเดิมเรื่องแรกก็ประสบความสำเร็จจาก แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง, หมอโฮจุน, ซอดองโย และเรื่องที่กำลังฉายอยู่ในตอนนี้ จูมมิ่ง มหาบุรุษกู่บัลลังก์ ออกอากาศทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 18.00 -20.00 น.

2. สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มีการจัดสรรเวลาให้กับภาพยนตร์ชุดจากเกาหลี 2 ช่วง คือ ช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 09.15 – 11.00 น. ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้ชมเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็น Love Story in Harvard กฎหมายรับฉบับฮาร์วาร์ด, Princess hours เจ้าหญิงคู่ขวัญกับเจ้าชายเย็นชา, My Girl รักหมดใจัยกระล่อน, Prince hours รักคู่ขวัญของเจ้าชายล้มหลอน จนมาถึง Fake Family Service ครอบครัวป่วน ก๊วนกำมะลอ และอีกช่วง คือ ทุกวันจันทร์-อังคาร เวลา 08.30-10.30 น. เป็นช่วงเวลาของหนังรอบเช้าที่มีการนำเอาภาพยนตร์ชุดเกาหลีมาออกอากาศไม่ว่าจะเป็นเรื่อง 18:29 จำแบบไหนใจก็รักเธอ, Love Holic รักเกินห้ามใจ และ Only you หัวใจปรุงรัก

3. สถานีโทรทัศน์ TITV ที่ทำให้ภาพยนตร์ชุดจากเกาหลีเกิดความนิยม ตั้งแต่เรื่อง Autumn in My Heart รักนี้ชั่ววินาที, Winter Love Song เพลงรักในสายลมหนาว, My Name is Kim Sam Soon ฉันนี่แหละคิม ซัม ซุน, Spring Waltz ดนตรีรักหัวใจปรารถนา จนมาถึง Queen of the Game เกมแค้นเดิมพันรัก ที่ออกอากาศในช่วง เอเชียนซีรี่ส์ ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 17.00-18.00 น. (เศรษฐพันธ์ กระจำวงศ์: 2549: 32-33)

จะเห็นได้ว่าแต่ละสถานีส่วนใหญ่เลือกที่จะออกอากาศภาพยนตร์ชุดจากเกาหลีในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ ซึ่งเป็นวันหยุดสุดสัปดาห์ ที่คนส่วนใหญ่มีเวลาว่างที่จะรับชมรายการทางโทรทัศน์

และเวลาในการออกอากาศของภาพยนตร์ชุดจากเกาหลีในแต่ละสถานีรวมแล้วประมาณ 5 ชั่วโมงต่อวัน แสดงให้เห็นว่ากระแสความนิยมของภาพยนตร์ชุดจากเกาหลีนั้นมาแรงมากในประเทศไทย

ในส่วนของภาพยนตร์เกาหลีก็ได้รับการตอบรับจากคนไทยเช่นกัน เริ่มต้นจากเรื่อง *IL Mare* ลิขิตรักข้ามเวลา, *My Sassy Girl* ยัยตัวร้ายกับนายเจ๋มเจ๋ม ซึ่งเป็นเรื่องที่ถูกประกายให้เกิดกระแสนิยมภาพยนตร์เกาหลีในประเทศไทย จึงทำให้มีภาพยนตร์เกาหลีเข้ามาลงตรงฉายและออกอากาศตามสถานีโทรทัศน์เป็นจำนวนไม่น้อย เช่น *April Snow*, *My Girl & I*, *Typhoon 2 คม 2 พายุ*, *Sad Movie*, *A Millionaire's Love* รักสุดท้ายของนายไฮโซ และ *200 ponds beauty* ฮานะซัง สวยสั่งได้ เป็นต้น (เศรษฐพันธ์ กระจ่างวงษ์. 2549: 34)

เมื่อละครหรือภาพยนตร์เกาหลีเรื่องไหนดังก็จะส่งผลให้กับเพลงประกอบภาพยนตร์ชุด และภาพยนตร์เรื่องนั้นได้รับความนิยมกลายเป็นเพลงฮิตติดหูคนไทยไปด้วย เช่น เพลง *You must say goodbye* เพลงประกอบภาพยนตร์เรื่อง *IL Mare*, *Never say goodbye* เพลงประกอบภาพยนตร์ชุดจากเกาหลีเรื่อง *My Girl* และยังมีการนำเพลงประกอบภาพยนตร์และภาพยนตร์ชุดเกาหลีมาทำใหม่ในเวอร์ชันภาษาไทย เช่น *Perhaps Love* เพลงประกอบภาพยนตร์ชุดจากเกาหลีเรื่อง *Princess hours* ทำให้ทั้งเพลงประกอบภาพยนตร์ ละคร และนักร้องวงต่างๆ จากประเทศเกาหลีเข้ามาบุกตลาดในเมืองไทยมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น *Shinhwa*, *Battle*, *Super Junior*, *Rain*, *Seven*, *SS501* สถานีวิทยุต่างๆ มีการเปิดเพลงเกาหลีเกือบทุกชั่วโมง และเพลงเกาหลียังสามารถเข้าไปติดชาร์ตเพลงฮิตในคลื่นวิทยุต่างๆ อีกด้วย รายการเพลงตามสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ยังได้นำเอามิวสิกวิดีโอเพลงเกาหลีมาฉายออกอากาศ ทั้งยังมีนักร้องจากประเทศเกาหลีมาจัดทัวร์คอนเสิร์ตในประเทศไทยจำนวนมาก โดยเฉพาะคอนเสิร์ต *Rain Coming World Tour in Bangkok* ของนักร้องหนุ่ม *Rain* ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 2-3 มิถุนายน 2550 ถือว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก มีแฟนเพลงชาวไทยซื้อบัตรเข้าไปชมเป็นจำนวนมาก (เศรษฐพันธ์ กระจ่างวงษ์. 2549: 34)

“ดนตรีคือภาษาสากล” เป็นคำกล่าวที่ช่วยยืนยันความสำเร็จของวงการเพลงเกาหลีในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี ถึงแม้ภาษาที่ใช้สื่อสารจะมีความแตกต่างกัน แต่วัยรุ่นชาวไทยก็ยังคงให้การสนับสนุนนักร้องชาวเกาหลีอย่างไม่กังวลถึงอุปสรรคของความแตกต่าง ยอดจำหน่ายเพลงของ เจโซ, *Baby V.O.X*, *Rain* และ *Seven* แสดงให้เห็นถึงความคึกคักมีชีวิตชีวาของเสียงเพลงเกาหลีที่เข้ามาโลดแล่นอยู่ในเมืองไทยได้อย่างประสบความสำเร็จ (เศรษฐพันธ์ กระจ่างวงษ์. 2549:40)

อิทธิพลจากภาพยนตร์ ละคร เพลง นักร้องและนักแสดงเกาหลี จนเกิดเป็นกระแสเกาหลีเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้เด็กและเยาวชนไทยหันมาศึกษาภาษาเกาหลีมากขึ้น มีการเปิดสอนสถาบันเกาหลีเพิ่มขึ้นในระดับอุดมศึกษาเองภาษาเกาหลีก็ได้รับความสนใจจากนักเรียนนักศึกษาเป็นจำนวนมากจนสถาบันหลายแห่งบรรจุวิชาเกาหลีศึกษาเป็นวิชาเอก ทั้งนี้ผู้เรียนภาษาเกาหลีต่างเชื่อมั่นว่าเมื่อเรียนจบแล้วจะ

สามารถหางานทำได้ไม่ตกงาน เนื่องจากปัจจุบันมีบริษัทของเกาหลีจำนวนมากได้เข้ามาลงทุนในประเทศไทย และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ (ฟาฏินา วงศ์เลขา, 2549) อิทธิพลของภาพยนตร์และละครเกาหลียังส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวในปี 2547 หลังจากที่กระแสเกาหลีเข้ามาในประเทศไทย มีจำนวนคนไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีเพิ่มขึ้นถึงหลักแสนคนได้เป็นครั้งแรก และในปี 2548 ในช่วงที่ภาพยนตร์ชุดจาก Full house กำลังมาแรง ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยไปประเทศเกาหลีจำนวนมากกว่า 1.12 แสนคน มีอัตราเติบโตสูงถึง 9.9% และในปี 2549 จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 10-15% ซึ่งปัจจุบันบริษัททัวร์ต่างๆ ก็ได้มีการจัดแพ็คเกจท่องเที่ยวประเทศเกาหลีและไปชมสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ชุดจากเกาหลีเรื่องต่างๆ เป็นจำนวนมาก (จิราจรรย์ ชัยมุสิก; และสุกรี แมนชัยนิมิต. 2549)

ประเทศไทยคงไม่สามารถปฏิเสธกระแสเกาหลี K-pop ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างสูงด้วยแรงสะท้อนที่ถูกจุดมาจากภาพยนตร์ชุดจากหรือซีรีส์เกาหลี ตามด้วยภาพยนตร์ เพลง และแรงสะท้อนนี้ยังส่งผลกระทบต่อผู้คนที่วัยรุ่นและวัยทำงานให้เกิดอาการคลั่งไคล้ ภาพยนตร์และละครเกาหลีหลายๆ เรื่องที่กำลังได้รับความนิยมเป็นตัวส่งผ่านวัฒนธรรมเกาหลีมาสู่รับชม โดยจะค่อยๆ ซึมไปที่ละนิด สาเหตุที่เราปรับตัววัฒนธรรมของเกาหลีได้เร็วอาจเป็นเพราะวัฒนธรรมไทยกับเกาหลีไม่ค่อยแตกต่างกันมากเท่าไรในเรื่องของการเลี้ยงดูแต่อาจจะแตกต่างในเรื่องของการปฏิบัติ ภาพยนตร์ชุดจากเกาหลีเรื่องแดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวงเป็นเรื่องที่สะท้อนวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในด้านความเชี่ยวชาญ เคล็ดลับในการปรุงอาหาร ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับวิธีการปรุงอาหารของคนไทยที่มีความพิถีพิถันในการทำไม่แพ้กัน รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงสาธารณสุขกล่าวว่า “ขณะที่คนไทยติดภาพยนตร์ชุดจากทีวีเรื่องแดจังกึม หรือจอมนางแห่งวังหลวง ของประเทศเกาหลีกันมาก จึงมีความเป็นห่วงเกรงคนไทยจะซึมซับวัฒนธรรมอาหารเกาหลี จนลืมนำอาหารของไทยก็เป็นอาหารที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกว่าเป็นอาหารสุขภาพ” (เปรียบเทียบวัฒนธรรมเกาหลีผ่านสื่อ. 2549)

พรพนพิมล หล่อตระกูล จิตแพทย์เด็กและวัยรุ่น กล่าวถึงในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก กล่าวว่า “กระแสเกาหลีเกิดขึ้นเร็ว เพราะคนไทยมีภูมิคุ้มกันด้านสื่อต่ำ เพราะปกติสื่อจะมีอิทธิพลสูงต่อคนอยู่แล้ว ยิ่งถ้าเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในกลุ่มใหญ่ก็จะยิ่งดึงให้คนมารวมกลุ่มกันมากขึ้น ยิ่งสื่อในบ้านเราค่อนข้างมีอิสระสูงด้านการนำเสนอ เราเปิดรับสื่อนอกค่อนข้างเยอะ กระแสเกาหลีที่เข้ามาในประเทศไทยนั้นอาจไม่ได้มีผลกระทบอย่างรุนแรง แต่ถ้าเราไปปรับตัววัฒนธรรมที่แตกต่างจากเกาหลีมากเกินไป จนส่งผลให้ขาดความเป็นตัวของตัวเอง ไม่รักษาความเป็นไทยจนรูปแบบและเอกลักษณ์ของเราหายไป จะทำให้เราไม่รู้จักรักตัวตนของเราเองจะส่งผลกระทบต่อสังคมในอนาคต” (คมชัดลึก. 2550)

กระแสเกาหลีฟีเวอร์ในตอนนี้ ทำให้วัยรุ่นไทยเกิดความนิยมและเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลี ไม่ว่าจะเป็นแฟชั่นเสื้อผ้า การแต่งกาย สินค้า ทรงผม การท่องเที่ยว อาหาร หรือแม้แต่กระทั่งชีวิตความเป็นอยู่และภาษาเกาหลี ที่วัยรุ่นหันมาสนใจที่จะศึกษาเพิ่มมากขึ้น พฤติกรรมความคลั่งไคล้ศิลปินต่างแดน จนสร้างกระแสให้รังเกียจ ดูกูลศิลปินไทย หากเพื่อนคนไหนชอบศิลปินไทยก็จะถูกมองว่าเชย หรือไม่เข้าท่า วัยรุ่นบางคนคิดถึงขั้นรังเกียจวัฒนธรรมไทยก็มี เช่น กินอาหารไทยก็ว่าไม่อร่อย ผู้อาหารเกาหลีไม่เห็นสถานที่ท่องเที่ยวเกาหลี สวยและดูดีกว่าสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองไทย เป็นต้น จึงเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วง อย่างมองว่าเป็นเรื่องเล็กน้อยหรือคิดมากไปเอง เพราะเหตุการณ์ใหญ่โตที่เกิดขึ้นในประเทศไทยก็ล้วนแต่ถูกลามมาจากชนวนเล็กๆ

จากการศึกษาพบว่าภาพยนตร์ชุดเกาหลีในประเทศไทยมีอิทธิพลทางวัฒนธรรมใน 3 ปัจจัย กล่าวคือ

1. นำเสนอ และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์
2. ส่งถ่ายวัฒนธรรมเกาหลีสู่ประเทศไทย
3. เปลี่ยนแปลงความเชื่อ และสุนทรียภาพ

กล่าวโดยสรุปภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีมีผลในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี โดยการสอดแทรกวัฒนธรรม การเป็นอยู่ หรือรสนิยมไว้ในเนื้อหา ตัวบทภาพยนตร์

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ภาพยนตร์ชุดเกาหลี: กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย ได้ดำเนินการค้นหากระบวนการสร้างงาน และการเข้ามาของภาพยนตร์เกาหลีที่สามารถเข้ามาครองใจผู้ชมคนไทย และสามารถเชื่อมโยงการสื่อสารทางวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆจากประเทศแม่สู่ประเทศไทย โดยใช้หลักทฤษฎีการสร้างงานละคร

#### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยต่อภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลี
2. เพื่อศึกษาลักษณะเฉพาะของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่ได้รับความนิยมในสังคมไทย โดยอาศัยหลักทฤษฎีการสร้างงาน
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางวัฒนธรรมเกาหลีของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่มีต่อผู้ชมชาวไทย

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ภาพยนตร์ชุดเกาหลี: กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงบูรณาการ กล่าวคือใช้วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า โดยศึกษาจากข้อมูลและแหล่งข้อมูลต่างๆ
2. สัมภาษณ์ความพึงพอใจของผู้ชมโดยเก็บข้อมูลทางสถิติ (การวิจัยเชิงปริมาณ)
  - 2.1 กำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
  - 2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
  - 2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
  - 2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
3. วิเคราะห์ผลงานภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ตามหลักทฤษฎีการสร้างงาน
4. สรุปผลและอภิปราย

## ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ภาพยนตร์ชุดเกาหลี: กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

### กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 ส่วนกล่าวคือ กลุ่มภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่นำมาศึกษาและกลุ่มผู้บริโภคภาพยนตร์ชุดเกาหลี

#### 1. กลุ่มภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่นำมาศึกษา

กลุ่มตัวอย่างภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่นำมาวิเคราะห์ ได้จากภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เข้ามาเผยแพร่ทางในโทรทัศน์สถานีหลักของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2543-2552 จำนวน 213 เรื่อง (ซึ่งเป็นจำนวนทั้งหมดที่ได้รับการเผยแพร่) นำมาหาข้อมูลความนิยมสูงสุด โดยแบ่งแยกตามประเภทของภาพยนตร์

#### 2. กลุ่มผู้บริโภคภาพยนตร์ชุดเกาหลี

การวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความคิดเห็นจากกลุ่มผู้บริโภคภาพยนตร์ชุด หรือละครเกาหลีของผู้ชมในประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็น โดยการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว

ผู้วิจัยใช้วิธีการสำรวจด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างจากข้อมูลสำมะโนประชากร ที่มีสัญชาติไทยและอาศัยอยู่ในประเทศไทย ที่มีอายุระหว่าง 15 – 60 ปี จำนวน 40,743,232 คน จำแนกประชากรตามสำมะโนประชากร ปี พ.ศ.2543 แบ่งตามสัดส่วนของอายุและเพศ จะได้จำนวนทั้งสิ้น 384 คน ซึ่งมีระเบียบวิธีการสำรวจทั้งในด้านการวางแผนการสุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดตัวอย่าง การเลือกตัวอย่าง ตลอดจนวิธีการสำรวจที่เป็นแบบแผนตามหลักสถิติ

การวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความคิดเห็นจากกลุ่มผู้บริโภคภาพยนตร์ชุด หรือละครเกาหลีของผู้ชมในประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็น โดยการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว

ผู้วิจัยใช้วิธีการสำรวจด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างจากข้อมูลสำมะโนประชากร ที่มีสัญชาติไทยและอาศัยอยู่ในประเทศไทย ที่มีอายุระหว่าง 15 – 60 ปี จำนวน 40,743,232 คน จำแนกประชากรตามสำมะโนประชากร ปี พ.ศ.2543 แบ่งตามสัดส่วนของอายุและเพศ จะได้จำนวนทั้งสิ้น 384 คน ซึ่งมีระเบียบวิธีการสำรวจทั้งในด้านการวางแผนการสุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดตัวอย่าง การเลือกตัวอย่าง ตลอดจนวิธีการสำรวจที่เป็นแบบแผนตามหลักสถิติ

## สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นต่างๆของการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ภาพยนตร์ชุดเกาหลี: กรณีศึกษา กระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทยโดยแบ่งเป็นหัวข้อต่างๆดังนี้

### ความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยต่อภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลี

พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีของผู้ชมชาวไทย

1. ผู้ชมส่วนมากรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ตั้งแต่ต้นจนจบเรื่อง จำนวน 7-9 เรื่อง
2. ช่วงเวลาในการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ คือช่วงเวลา 18.00-22.00 น.
3. เกณฑ์ในการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ คือ ดูเฉพาะเรื่องที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจ
4. ผู้ชมส่วนมากชื่นชอบเทคนิคในการวางโครงเรื่อง(Plot) ของภาพยนตร์ชุดเกาหลีสูงที่สุด และชื่นชอบในทัศนองค์ประกอบของภาพยนตร์ (ฉาก เครื่องแต่งกาย) รองเป็นอันดับที่ 2

### ลักษณะภาพยนตร์ที่ชื่นชอบ

จากการศึกษากลุ่มผู้ชมชาวไทย ต่อการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีจำนวน 384 คนพบว่า

1. ประเภทภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ที่ผู้ชมชาวไทยชื่นชอบ คือ ภาพยนตร์ประเภทรักโรแมนติก/ Romantic Comedy มีจำนวนความถี่สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 60.42 รองลงมาคือ ประเภทภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์/อดีตชีวิต และภาพยนตร์ชีวิต/Drama คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ 14.58 ตามลำดับ โดย เพศที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีประเภทภาพยนตร์รักโรแมนติกมากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 ช่วงอายุที่ชื่นชอบประเภทภาพยนตร์รักโรแมนติกมากที่สุด คือ 15-27 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 ระดับการศึกษาที่ชื่นชอบภาพยนตร์ประเภทภาพยนตร์รักโรแมนติกมากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 และ อาชีพที่ชื่นชอบภาพยนตร์ประเภทภาพยนตร์รักโรแมนติกมากที่สุด คือ พนักงานเอกชน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2
2. ภาพยนตร์ประเภทรักโรแมนติก/ Romantic Comedy ที่มีจำนวนความถี่สูงสุด คือ ภาพยนตร์ชุดเกาหลีเรื่อง Coffee prince (รักหนุ่มนายของเจ้าชายกาแฟ) คิดเป็นร้อยละ 28.95
3. ภาพยนตร์ประเภทภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์/อดีตชีวิต ที่มีจำนวนความถี่สูงสุด คือ ภาพยนตร์ชุดเรื่อง Dae Jang guem (จอมนางแห่งวังหลวง) คิดเป็นร้อยละ 29.99



4. ภาพยนตร์ชีวิต / Drama ที่มีจำนวนความถี่สูงสุด คือ เรื่อง Autumn in my heart (รักนี้ชั่วนิรันดร์) คิดเป็นร้อยละ 27.00

### ระดับความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีของผู้ชมชาวไทย

ค่าระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.916 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

1. อันดับที่ 1 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อเนื้อเรื่อง และบทของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.886

2. อันดับที่ 2 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อเนื้อหาสาระที่สอดแทรกในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.953

3. อันดับที่ 3 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อฉากและสถานที่ในการถ่ายทำในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.907

4. อันดับที่ 4 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายของนักแสดงในภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.953

5. อันดับที่ 5 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อบุคลิก/ความสามารถของนักแสดงในภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.878

6. อันดับที่ 6 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อความทันสมัยและได้รับความนิยมของภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.996

7. อันดับที่ 7 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อเพลง/ภาษาและท่าทางที่ใช้ในการสื่อสารในภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.006

8. อันดับที่ 8 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.796

9. อันดับที่ 9 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อความหลากหลายของภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 คือ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.866 ตามลำดับ

ทว่าเมื่อเปรียบเทียบเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพสมรส ได้ผลดังนี้

1. เพศชาย และเพศหญิงที่แตกต่างกัน มีต่อระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. อายุที่แตกต่างกัน มีต่อระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอายุ 15 - 27 ปี 28 - 36 ปี และ 37 - 45 ปี มีระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวมมากกว่า ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอายุ 46 - 60 ปี ตามลำดับ

3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีต่อระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มัธยมศึกษา และ ปริญญาโท มีระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม มากกว่า ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาเอก ตามลำดับ

4. อาชีพที่แตกต่างกัน มีต่อระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม มากกว่า ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานรัฐ อาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพรับจ้าง และอาชีพอื่นๆ ตามลำดับ และผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพพนักงานเอกชน มีระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์

ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในภาพรวม มากกว่า ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีอาชีพรับจ้าง และอาชีพอื่นๆ ตามลำดับ

### ความชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลี โดยจำแนกปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจ

ความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย พบว่า

1. ผู้ชมที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านบุคลิกและความสามารถของนักแสดง โดยแบ่งออกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

1.1 เพศที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านบุคลิกและความสามารถของนักแสดง มากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4

1.2 ช่วงอายุที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านบุคลิกและความสามารถของนักแสดง มากที่สุด คือ 28-36 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

1.3 ระดับการศึกษาที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านบุคลิกและความสามารถของนักแสดง มากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7

1.4 อาชีพที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ประเภทอิงประวัติศาสตร์/อัตชีวประวัติ มากที่สุด คือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

2. ผู้ชมที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านภาษาและท่าทางที่ใช้ในการสื่อสาร โดยแบ่งออกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

2.1 เพศที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านภาษาและท่าทางที่ใช้ในการสื่อสาร มากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1

2.2 ช่วงอายุที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านภาษาและท่าทางที่ใช้ในการสื่อสาร มากที่สุด คือ 15-27 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7

2.3 ระดับการศึกษาที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านภาษาและท่าทางที่ใช้ในการสื่อสาร มากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8

2.4 อาชีพที่ชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านภาษาและท่าทางที่ใช้ในการสื่อสาร มากที่สุด คือ พนักงานเอกชน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8

3. ผู้ชมที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านแก่นความคิดในการนำเสนอโดยแบ่งออกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

3.1 เพศที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านแก่นความคิดในการนำเสนอ มากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3

3.2 ช่วงอายุที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านแก่นความคิดในการนำเสนอ มากที่สุด คือ 28-36 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4

3.3 ระดับการศึกษาที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านแก่นความคิดในการนำเสนอ มากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7

3.4 อาชีพที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านแก่นความคิดในการนำเสนอ มากที่สุด คือ พนักงานเอกชน และข้าราชการ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4

4. ผู้ชมที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านทัศนองค์ประกอบ (ฉาก เครื่องแต่งกาย ฯลฯ) โดยแบ่งออกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

4.1 เพศที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านทัศนองค์ประกอบ (ฉาก เครื่องแต่งกาย ฯลฯ) มากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6

4.2 ช่วงอายุที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านทัศนองค์ประกอบ (ฉาก เครื่องแต่งกาย ฯลฯ) มากที่สุด คือ 28-36 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6

4.3 ระดับการศึกษาที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านทัศนองค์ประกอบ (ฉาก เครื่องแต่งกาย ฯลฯ) มากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2

4.4 อาชีพที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านทัศนองค์ประกอบ (ฉาก เครื่องแต่งกาย ฯลฯ) มากที่สุด คือ พนักงานเอกชน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7

5. ผู้ชมที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านเพลงและดนตรีประกอบในเรื่องโดยแบ่งออกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

5.1 เพศที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านเพลง และดนตรีประกอบในเรื่อง มากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1

5.2 ช่วงอายุที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านเพลง และดนตรีประกอบในเรื่อง มากที่สุด คือ 15-27 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5

5.3 ระดับการศึกษาที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านเพลง และดนตรีประกอบในเรื่อง มากที่สุด คือ ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2

5.4 อาชีพที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านเพลง และดนตรีประกอบในเรื่อง มากที่สุด คือ พนักงานเอกชน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8

6. ผู้ชมที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านการวางโครงเรื่อง โดยแบ่งออกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

6.1 เพศที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านการวางโครงเรื่อง มากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4

6.2 ช่วงอายุที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านการวางโครงเรื่อง มากที่สุด คือ 28-36 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6

6.3 ระดับการศึกษาที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านการวางโครงเรื่อง มากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0

6.4 อาชีพที่มีความชื่นชอบจากการชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้านการวางโครงเรื่อง มากที่สุด คือ พนักงานเอกชน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานหลักที่ตั้งไว้ ส่วนปัจจัยข้ออื่นๆไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย

**ลักษณะเฉพาะของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่ได้รับความนิยมในสังคมไทย โดยอาศัยหลักทฤษฎีการสร้างงาน**

ผู้วิจัยได้ศึกษาลักษณะเฉพาะของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่ได้รับความนิยมในสังคมไทยโดยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. เป็นภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความรัก โดยเฉพาะภาพยนตร์รักโรแมนติก นับเป็นรูปแบบที่สังคมไทยนิยมมากที่สุด
2. เป็นภาพยนตร์ที่ให้ความสำคัญกับการวางโครงเรื่อง มีเนื้อหาที่สามารถติดตามได้ง่าย ไม่ซับซ้อน
3. เป็นภาพยนตร์ที่มีการจัดทัศนองค์ประกอบในเรื่องอย่างน่าสนใจ มีการเลือกใช้ฉาก หรือสถานที่ในการถ่ายทำที่น่าสนใจ มีการออกแบบเครื่องแต่งกายที่สะดุดตา รวมถึงองค์ประกอบอื่นๆ อันจะทำให้ภาพยนตร์สมบูรณ์แบบ

โดยผู้วิจัยได้สรุปลักษณะเฉพาะอย่างละเอียดละเอียดโดยอาศัยทฤษฎีการสร้างงานมาวิเคราะห์ ได้ดังนี้

#### 1. ลักษณะการวางโครงเรื่อง

เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความรัก ที่มีการวางโครงเรื่องตามลักษณะของละครสูตรสำเร็จ มีอิทธิพลของการวางโครงเรื่องแบบโมโลดราม่า มีการดำเนินเรื่องที่ไม่ซับซ้อน มีปมปัญหาหลักเพียงปมเดียว โดยมากโครงเรื่องจะมีลักษณะต้นร้ายปลายดี โดยในแต่ละเรื่องจะมีการพัฒนาโครงเรื่องในระดับรายละเอียดที่มีความแตกต่างกันออกไป การวางโครงเรื่องลักษณะนี้เป็นโครงเรื่องอย่างเป็นระบบเพื่อนำไปสู่จุดสุดยอดของเรื่อง และมักจะเร้าอารมณ์ของผู้ชมให้เกิดการปลดปล่อยทางอารมณ์ โดยกระตุ้นให้เกิดความสงสัย โกรธ เกลียดชัง หรือรัก ผ่านการดำเนินเรื่องและการกระทำของตัวละคร ซึ่งเป็นไปตามระบบโครงสร้างของ Well-made play ของ Alvin Goldfarb กล่าวคือ

- 1.1 ทุกสิ่งทุกอย่างในเรื่องต้องอธิบายได้ในเรื่องเหตุและผลได้
- 1.2 การปูพื้นเรื่องจะอยู่ในช่วงแรก (Early exposition)
- 1.3 ความลับหลักของเรื่องจะเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการสร้างจุดวิกฤติหลักของเรื่อง
- 1.4 มีการใช้อุปมาต่างๆ ในเรื่องซึ่งส่วนมากจะเกี่ยวเนื่องกับอุปกรณ์ประกอบการแสดง (Prop) ซึ่งซ่อนความลับของเรื่องไว้
- 1.5 โครงสร้างของเรื่องจะเป็นโครงเรื่องที่เน้นจุดสุดยอดในแต่ละตอน และถูกจัดวางให้ผู้ชมพยายามเดาเหตุการณ์และนึกถึงความลับหลักของเรื่อง
- 1.6 มีฉากที่ตัวเอกและฝ่ายปรปักษ์จะต้องเผชิญหน้ากัน ซึ่งเป็นฉากที่เปิดเผยความลับของเรื่อง

ลักษณะเนื้อเรื่องมักเน้นย้ำในการสะท้อนให้เห็นถึงความเหลื่อมล้ำทางสังคม หรือรวมถึงการละเมิดสิทธิมนุษยชน การแบ่งชนชั้นในสังคม สิทธิของสตรี มุ่งเสนอเนื้อหาของความเพ้อฝันเกินจริง ความรักต่างชนชั้น พรหมลิขิต มีการสอดแทรกคติธรรมอย่างง่ายๆ เช่น ทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว ธรรมะชนะอธรรม ความพยายามอยู่ที่ไหนความสำเร็จอยู่ที่นั่น ซึ่งให้เห็นผลกรรมของการทำผิดศีลธรรม นอกจากนี้

ยังมีการถ่ายทอดวัฒนธรรมต่างๆผ่านภาพยนตร์ซึ่งนับเป็นเรื่องที่ประเทศเกาหลีได้ใช้จุดนี้ส่งผ่านวัฒนธรรม และทำให้เกิดอุตสาหกรรมทางการสร้างวัฒนธรรม (Culture Industry) ผ่านกระบวนการสร้างงานภาพยนตร์

## 2. ลักษณะทัศนองค์ประกอบต่างๆ ของภาพยนตร์

### 2.1 ฉาก

2.1.1 ภาพยนตร์มีการใช้ฉากภายใน มากกว่าฉากภายนอก ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นลักษณะเฉพาะร่วมของภาพยนตร์ในกลุ่มวิถีตะวันออกที่ส่วนมากต้องการแสดงให้เห็นถึงวิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน การกิน การอยู่อาศัยเป็นเรื่องสำคัญมากกว่าเรื่องอื่นๆ

2.1.2 ภาพยนตร์ใช้การนำเสนอฉากเพื่อเหตุผลที่มีความแตกต่างกัน ภาพยนตร์ชุดเรื่องจอมนางแห่งวังหลวง มีการใช้ฉากวังหลวงมากที่สุด เนื่องจากต้องการนำเสนอภาพชีวิตในวังหลวงของชาวเกาหลีโบราณ โดยสอดแทรกการแสดงควมมีอารยธรรมเหนือประเทศอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการเป็นอยู่แบบนครรัฐที่มีแบบแผน และประวัติศาสตร์ยาวนาน รวมถึงการแสดงอัจฉริยะทางอาหาร และการแพทย์ ในขณะที่ภาพยนตร์ชุดเรื่องรักนี้ชั่ววันจันทร์ ผู้ผลิตใช้ฉากในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมีแบบแผนเดียวกันกับการประชาสัมพันธ์ความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่อง The Sound of Music ซึ่งสร้างตั้งแต่ปี 1965 ที่ทำให้ผู้ชมต้องเดินทางเพื่อตามรอยพระเอกนางเอกไปเมืองเวียนนา ฉากที่มีความเด่นชัดของภาพยนตร์เรื่องนี้คือการใช้ฉากทิวทัศน์ที่มีสัดส่วนส่วนอยู่ร้อยละ 21.88 กลายเป็นจุดที่ทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจในภาพของความรักอันอ่อนโยน และความโรแมนติกของสถานที่ในการถ่ายทำภาพยนตร์ ส่วนภาพยนตร์ชุดเรื่องรักุ่นววยของเจ้าชายนากาแฟ ภาพยนตร์ใช้ฉากแสดงภาพลักษณะของชีวิตความเป็นอยู่ของคนเกาหลีในเมืองหลวง และเด่นชัดในการนำเสนอภาพของร้านกาแฟ สิ่งนี้แสดงให้เห็นว่าผู้สร้างได้จงใจนำเสนอภาพลักษณะของร้านกาแฟและร้านอาหารเกาหลี ซึ่งส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์นิยมกาแฟอย่างแพร่หลายภายหลังภาพยนตร์เรื่องนี้ได้ถูกเผยแพร่ในทุกๆ ประเทศ นอกจากนั้นยังเกิดธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อไปเยี่ยมชมร้านกาแฟและร้านอาหารที่ปรากฏในภาพยนตร์

### 2.2 การใช้สีและแสงของภาพยนตร์

ภาพยนตร์มีลักษณะการใช้กลุ่มสีเหลือง/ส้ม มากที่สุด สีนํ้าเงิน/เขียว และกลุ่มสีแดง เป็นสัดส่วนที่รองมาเป็นลำดับขั้น ซึ่งการใช้กลุ่มสีเหลือง/ส้ม อาจสะท้อนให้เห็นลักษณะแบบฉบับของภาพยนตร์ในวิถีเอเชียตะวันออก ที่มักเป็นสีที่สะท้อนความร่าเริงด้วยอารยธรรม วัฒนธรรม และแสดงความสุขสว่างของแสงอาทิตย์ กอปรกับสีเหลือง/ส้ม เป็นที่ให้ความรู้สึกความสุขสว่าง อํานาจบารมี ความสูงส่ง และเป็นที่น่าสังเกตในการใช้สีในกลุ่มสีแดงที่ปรากฏอยู่น้อยในภาพยนตร์ชุดในทุกๆเรื่อง โดยปกติสีแดงนับเป็นสีที่ชาวจีนนิยมใช้ และได้กลายเป็นสีที่แสดงเอกลักษณ์ต่างๆของประเทศจีนได้

อย่างเด่นชัดและชัดเจนมากกว่าสีอื่น ๆ ตามความเห็นของผู้วิจัย อาจมีเหตุผลในแง่การเมือง จากประวัติศาสตร์ที่เกาหลีได้ถูกประเทศจีนยึดครองอยู่เป็นเวลานาน จนทำให้วัฒนธรรม ความเชื่อ และ ศิลปะได้ถูกกลืนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของจีน การหลีกเลี่ยงการใช้สีแดงอาจสะท้อนให้เห็นถึงความ ต้องการในการแสดงอัตลักษณ์ของประเทศเกาหลีที่สามารถหลุดจากธรรมเนียมความเชื่อต่างๆของจีน ซึ่งนับเป็นวิธีการที่แยบยล

### 2.3 เครื่องแต่งกายในภาพยนตร์

เครื่องแต่งกายของภาพยนตร์ยังคงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการแบ่งแยกคนใน สังคมออกเป็นระดับที่มีความแตกต่างตามรูปแบบของสังคมในแต่ละยุคสมัย ด้วยมูลเหตุของการสร้าง ภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่องนี้มีลักษณะการแสดงถึงความเหลื่อมล้ำในสังคมที่เห็นอย่างเด่นชัด การออกแบบ เครื่องแต่งกายจึงมีความแตกต่าง ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบ สี หรือ วัสดุในการจัดสร้างเครื่องแต่งกาย และ ได้ใช้เครื่องแต่งกายเพื่อแสดงภาพลักษณ์ของผู้นำแพะชั้นของประเทศเกาหลีได้ผ่านตัวละครที่เป็น ตัวแทนของภาพลักษณ์ที่ดี อีกทั้งมีการสอดแทรกการใช้เครื่องแต่งกายประจำชาติเกาหลี (ฮันบก) รวมถึงคติธรรมในแง่การแต่งกายในภาพยนตร์ทุกๆเรื่อง เพื่อการเผยแพร่วัฒนธรรมด้านการแต่งกายสู่นานาประเทศผู้รับชม เครื่องแต่งกายจึงเป็นจุดสนใจจุดหลักอีกหนึ่งจุดที่ทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจ เกิดภาวะการเลียนแบบ และกระแสนิยม

### อิทธิพลทางวัฒนธรรมเกาหลีของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่มีต่อผู้ชมชาวไทย

ภาพยนตร์ชุดเกาหลีมีผลในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี โดยการสอดแทรกวัฒนธรรม การเป็นอยู่ หรือธรรมเนียมไว้ในเนื้อหา ตัวบทภาพยนตร์ สถานที่ถ่ายทำ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นการบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ที่มีมาตั้งแต่อดีต เช่นการแต่งกายด้วยชุดฮันบก เรื่องอาหารที่สะท้อนความพิถีพิถัน ใส่ใจใน รายละเอียดของการปรุงทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกอยากลิ้มลอง และสร้างความเป็นประเทศที่มีอารยะ มี ประวัติศาสตร์ที่สืบทอดกันอย่างยาวนาน นอกจากนี้ในเนื้อหาของภาพยนตร์ยังมีการแฝงสาระ ความรู้ คติความเชื่อของเกาหลี ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งตรงกับ แนวคิดเรื่อง Edutainment ซึ่งคือการสอดแทรกสาระความรู้ที่ต้องการถ่ายทอดไปในรูปแบบความ บันเทิงรูปแบบต่างๆ โดยมีกลวิธีที่ไม่ทำให้ผู้ชมรู้สึกถึงการยัดเยียดเนื้อหาสาระที่มากเกินไป นอกจากนี้ยังมีประเด็นด้านการท่องเที่ยว กล่าวคือ ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้กลายเป็นประเทศแห่ง การท่องเที่ยวตามรอยละคร ด้วยการนำเสนอสถานที่ที่สวยงาม สร้างจุดดึงดูดด้วยการใช้บรรยากาศใน ภาพยนตร์ช่วยตอกย้ำความรู้สึกจากผู้ชม จนทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจ และเกิดความรู้สึกร่วมกับ สถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำ จนนำไปสู่การเดินทางเพื่อไปตามรอยละครหรือภาพยนตร์



ผลสืบเนื่องที่แสดงให้เห็นความสำเร็จของภาพยนตร์ชุดเกาหลี จนก่อให้เกิดอิทธิพลต่อผู้ชมชาวไทย คือ คนไทยเริ่มหันมาให้ความสนใจประเทศสาธารณรัฐเกาหลีมากขึ้น ข้อมูลจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี กล่าวถึงจำนวนนิสิตนักศึกษาที่สนใจเรียนวิชา ภาษาเกาหลี มีจำนวนเพิ่มขึ้น 70 เปอร์เซ็นต์ และมีหลักสูตรภาษาเกาหลีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้สถาบันการศึกษาชั้นนำในประเทศไทย และสถาบันภาษาเอกชน อาหารเป็นอีกหนึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ข้อมูลจากนิตยสารไบโอสโคป พบว่าอาหารเกาหลีที่ในอดีตไม่ค่อยเป็นที่นิยม แต่ปัจจุบันมีการเปิดร้านอาหารเกาหลีเป็นจำนวนมาก ส่วนร้านอาหารที่เปิดมาเป็นเวลานานก็ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นที่ไปทานอาหารที่ร้านอาหารเกาหลีต่างๆ พบว่าจำนวนคนไปรับประทานอาหารเกาหลีมีจำนวนเพิ่มขึ้นเกือบ 50% นั่นเพราะในเนื้อหาของเรื่องแดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวงนี้มีการสอดแทรกเรื่องอาหาร และในเรื่องก็มีการถ่ายทำขณะที่กำลังทำอาหาร ทำให้คนดูได้ทราบถึงความพิถีพิถันของการทำอาหาร ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกอยากทานอาหารตามในเรื่อง

## อภิปรายผล

ความถดถอยของการพัฒนาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในก่อนปี พ.ศ. 2543 อันเนื่องมาจาก จำนวนผู้ผลิต และผู้บริโภคภาพยนตร์ไทย คุณภาพของภาพยนตร์ไทยที่ไม่มีพัฒนาทั้งรูปแบบ เทคนิค และเนื้อหาสาระ ประกอบกับการไหลบ่าของทางเลือกใหม่ๆ จากภาพยนตร์ฮอลลีวูดหรือภาพยนตร์ฮ่องกงที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในการช่วงชิงพื้นที่การบริโภคความบันเทิงของคนไทย รวมถึงการเริ่มต้นของกระแสบริโภคนิยมที่เริ่มเข้ามามีบทบาทกับชีวิตของคนไทยมากขึ้นๆ ภายหลังฯ พณฯ พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี มูลเหตุเหล่านี้ทำให้ภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีสามารถเข้ามาครองใจผู้ชมชาวไทยได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ถูกมูลเหตุในแง่คุณภาพของภาพยนตร์ ทำให้ทราบถึงการวางแผนการส่งออกอย่างเป็นระบบ ด้วยนโยบายแบบมหภาคของสาธารณรัฐเกาหลี โดยจัดตั้งองค์การวัฒนธรรมและสาร์ตละเกาหลี (Korea Culture and Content Agency-KOCCA) เพื่อพัฒนากลยุทธ์การถ่ายทอดเนื้อหาสาระความเป็นเกาหลีเข้าสู่งานภาพยนตร์ และใช้ภาพยนตร์เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ประเทศ และขายสินค้าทางวัฒนธรรม จนเกิดกระบวนการ “กลายเป็นเกาหลี” ในสังคมไทย

ผลการศึกษาศักนะของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน แยกสัดส่วนเป็นเพศชาย จำนวน 188 คน และเพศหญิงจำนวน 196 คน มีพฤติกรรมในการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีจากสถานีโทรทัศน์ช่องหลักของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2543-2552 จำนวน 213 เรื่อง พบว่าผู้ชมส่วนมากได้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีอยู่ที่คนละ 7-9 เรื่อง ดูในช่วงเวลา 1800-22.00 น. โดยมีเกณฑ์การรับชม คือ ดูเฉพาะที่มีเนื้อหา น่าสนใจ พบว่าประเภทของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่ผู้ชมชาวไทยชื่นชอบ คือ ภาพยนตร์ประเภทรักโร

แมนติก รองลงมาคือ ประเภทภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์/อัตชีวประวัติ และภาพยนตร์ชีวิตตามลำดับ หากพิจารณาถึงการนำเข้ามาของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ในโทรทัศน์ไทยในระยะเวลา 10 ปี (พ.ศ. 2543-2552) พบว่าภาพยนตร์รักโรแมนติกมีจำนวนมากที่สุดถึง 55 เรื่อง รองลงมาคือภาพยนตร์ชีวิต จำนวน 35 เรื่อง และ ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์/อัตชีวประวัติเป็นประเภทที่นำเข้าน้อยที่สุด คือ 17 เรื่อง เป็นที่น่าสังเกตคือภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์/อัตชีวประวัติ ซึ่งมีการนำเข้าน้อยที่สุด กลับสามารถเป็นที่นิยมของกลุ่มผู้ชมชาวไทยอยู่ในอันดับที่ 2 ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นความใกล้เคียงทางวัฒนธรรม ความเชื่อ และศาสนา ตลอดจนลักษณะทางการปกครองประเทศที่มีระบบใกล้เคียงกัน ทำให้ผู้ชมละคร มีความเข้าใจสาระการแสดงและเข้าถึงวัฒนธรรมที่น่าเสนอ จึงทำให้ประเทศไทยเกิดการยอมรับการรับสื่อ เกิดความพึงพอใจ และสามารถรับในวัฒนธรรมและแนวคิดต่างๆ ได้ค่อนข้างง่าย

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า เพศที่ชื่นชอบภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีประเภท ภาพยนตร์รักโรแมนติก ซึ่งเป็นประเภทที่ได้รับความนิยมสูงสุดในกลุ่มผู้ชมชาวไทย คือ เพศหญิง ช่วงอายุที่ชื่นชอบประเภทภาพยนตร์รักโรแมนติกมากที่สุด คือ 15-27 ปี ระดับการศึกษาที่ชื่นชอบ ภาพยนตร์ประเภทภาพยนตร์รักโรแมนติกมากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี และอาชีพที่ชื่นชอบ ภาพยนตร์ประเภทภาพยนตร์รักโรแมนติกมากที่สุด คือกลุ่มพนักงานเอกชน ซึ่งอาจเป็นผลที่สะท้อนให้เห็นลักษณะของกลุ่มผู้ชมที่มีอิทธิพลในการรับสื่อประเภทนี้ในสังคมไทย และหากการพัฒนาของ ภาพยนตร์ชุดของไทย อาจต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ชมกลุ่มนี้เป็นหลัก เพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด และส่งผลต่อการพัฒนาภาพยนตร์ชุดของไทยที่ยั่งยืนต่อไป

อย่างไรก็ดีผลจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า คุณลักษณะเฉพาะของภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมชาวไทย อยู่ที่การให้ความสำคัญกับเทคนิคการวางโครงเรื่อง แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะที่ผู้ชมชาวไทย สนใจในเนื้อหาสาระเป็นเรื่องใหญ่ โดยเนื้อหาสาระส่วนมากจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความรัก ชีวิตครอบครัวซึ่งสอดคล้องประสานกับธรรมชาติ สะท้อนให้เห็นคุณลักษณะเฉพาะของความเชื่อวิถีตะวันออก ตรงตามแนวคิดของ ยุค ศรีอาริยะ ที่กล่าวถึงภูมิปัญญาและวิถีทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนชาติทางตะวันออกที่เชื่อในเรื่องคุณค่าของธรรมชาติ และวิถีการเป็นอยู่ (ยุค ศรีอาริยะ. 2548: 15)

ผลการศึกษาพบว่าเทคนิคการวางโครงเรื่องมีการดำเนินเรื่องที่ไม่ซับซ้อน มีความขัดแย้งหลักหรือปมปัญหาหลักเพียงปมเดียว เป็นการวางโครงเรื่องอย่างเป็นระบบเพื่อนำไปสู่จุดสุดยอดของเรื่อง มีจุดวิกฤตหลายตอนเพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมคล้อยตามเรื่องราว และมักจะเร้าอารมณ์ของผู้ชมให้เกิดการปลดปล่อยทางอารมณ์ โดยกระตุ้นให้เกิดความสงสาร โกรธ เกียดชัง หรือรัก ผ่านการดำเนินเรื่องและการกระทำของตัวละคร สอดคล้องกับหลักการของละครเมโลดราม่า หรือละครสูตรสำเร็จของพฤทธิศุภเศรษฐศิริ (2544)

“ละครแบบสูตรสำเร็จเน้นในเรื่องการพัฒนาเหตุและผล (cause and effect) อย่างมากและมีโครงสร้างของโครงเรื่องแบบเน้นจุดวิกฤต (crisis drama) นาฏการในเรื่องมักจะเป็นระบบการเผยความลับในเรื่องให้แก่ผู้ชมละครได้รู้ (มิใช่ให้ตัวละครในเรื่องรู้) ในช่วงเปิดเรื่องของละคร มักจะเป็นการให้ข้อมูล อันเป็นภูมิหลังของเรื่องหรือการปูพื้นเรื่อง (exposition) นาฏการในละครมักจะมีการเตรียมเรื่อง (foreshadowing) จัดวางไว้ให้เห็นได้ชัด ในแต่ละฉากจะสร้างช่วงสุดยอดไว้ด้วย (climatic moment) ในฉากที่เรียก “obligatory scene” ตัวละครที่มีความขัดแย้งกันจะออกมาเผชิญหน้ากัน เพื่อให้รู้ดีรู้ชั่วกัน โครงเรื่องจะคลี่คลายปัญหาความยุ่งยากต่างๆ อย่างระมัดระวัง ดังนั้นจะไม่มีการจบเรื่องโดยทิ้งปัญหาไว้อย่างเด็ดขาด” (พฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ, 2544: 45)

นอกจากนี้รูปแบบโครงสร้างของโครงเรื่องของภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลี ยังมีระบบโครงสร้างแบบละครสูตรสำเร็จ หรือ Well-made play ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ ที่อ้างถึง แอลล์ โกลด์ฟาร์ป (พฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ, 2544: 50) ที่ว่า

1. ทุกสิ่งทุกอย่างในเรื่องต้องอธิบายได้ในเรื่องเหตุและผลได้
2. การปูพื้นเรื่องจะอยู่ในช่วงแรก (Early exposition)
3. ความลับหลักของเรื่องจะเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการสร้างจุดวิกฤตหลักของเรื่อง
4. มีการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ในเรื่อง ซึ่งส่วนมากจะเกี่ยวเนื่องกับอุปกรณ์ประกอบการแสดง (Prop) ซึ่งซ่อนความลับของเรื่องไว้
5. โครงสร้างของเรื่องจะเป็นโครงเรื่องที่เน้นจุดสุดยอดในแต่ละตอน และถูกจัดวางให้ผู้ชมพยายามเดาเหตุการณ์และนึกถึงความลับหลักของเรื่อง
6. มีฉากที่ตัวเอกและฝ่ายปรปักษ์จะต้องเผชิญหน้ากัน ซึ่งเป็นฉากที่เปิดเผยความลับของเรื่อง

ในส่วนเนื้อหาของสาระของภาพยนตร์มักกล่าวถึงความเหลื่อมล้ำทางสังคม การแบ่งชนชั้นในสังคม สิทธิของสตรี ซึ่งได้นำเสนอทั้งปัญหาการถูกกดขี่ของผู้หญิงในลัทธิขงจื้อ และนำเสนอหนทางการปลดปล่อยผู้หญิงจากความไม่เท่าเทียม โดยนำเสนอความมีสติปัญญาและคุณสมบัติที่ดีเหนือกว่าผู้ชายรวมถึงสะท้อนบทบาทความเป็นแม่ นอกจากนี้ยังมีการสอดแทรกคติความเชื่ออย่างง่าย ๆ อาทิ ความดี ความชั่ว ความพยายาม หรือความกตัญญู สอดคล้องกับหลักการของละครเมโลดรามมา ตามความคิดของ ออล โกลด์ฟาร์ป ที่ว่า “ละครเมโลดรามมามักนำเสนอโลกทัศน์เรื่องคุณธรรมมักจะเป็นว่าความดีย่อมชนะความชั่วร้ายเสมอ มักจะเป็นปรัชญาที่ง่าย ๆ ที่ผู้ชมละครไม่ต้องขบคิดมากนัก” (Goldfarb, 2006: 23)

ผลการศึกษาพบว่าลักษณะเฉพาะอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมชาวไทยเกิดความนิยมในภาพยนตร์ชุด จากประเทศเกาหลี คือ การให้ความสำคัญกับทัศนองค์ประกอบของภาพยนตร์ อันประกอบไปด้วย ฉาก เครื่องแต่งกาย และองค์ประกอบทางศิลปะอื่นๆ ผลการศึกษาพบว่าภาพยนตร์มีการใช้ฉากภายใน มากกว่าฉากภายนอก ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นลักษณะเฉพาะร่วมของภาพยนตร์ในกลุ่มวิถีตะวันออก พบว่าฉากส่วนมากนำเสนอภาพการดำรงชีวิตในขอบเขตพื้นที่ที่อยู่อาศัย โดยแสดงถึงกิจกรรม การกิน อยู่ หลับ นอนเป็นส่วนมาก ภาพยนตร์ได้นำเสนอภาพของสังคมในรูปแบบครอบครัวขยาย โดยมีฉากที่อธิบายถึงการเป็นอยู่ของระบบเครือญาติในสังคม ผู้ศึกษาพบว่าฉากในภาพยนตร์มีส่วนในการนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศสาธารณรัฐ ส่งผลต่อธุรกิจการท่องเที่ยว โดยนำเสนอภาพฉากทิวทัศน์ในภาพยนตร์เพื่อให้ผู้ชมเกิดความประทับใจกับสถานที่ถ่ายทำ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของลักษณะ คมคาย(2541) ที่กล่าวถึงวิธีการที่สื่อมวลชนเข้าไปมีบทบาทในการถ่ายทอดความหมายของวัสดุสิ่งของ และสถานที่ในสังคม (ลักษณะ คมคาย, 2541: 5)

ผลจากการศึกษาพบว่าเครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ เป็นส่วนสำคัญในการนำเสนอความน่าสนใจ การสร้างความเข้าใจ และการส่งถ่ายทางวัฒนธรรมของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีไปสู่ผู้ชม พบว่ารูปแบบของการแต่งกายที่ภาพยนตร์ใช้ล้วนแล้วแต่ต้องการนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ของสาธารณรัฐเกาหลี ภายหลังจากล่มสลายของระบบกษัตริย์ การถูกกีดกันทางวัฒนธรรมโดยชนชาติจีน และการรุกรานของชนชาติญี่ปุ่น ด้วยเหตุผลนี้ภาพยนตร์จึงถูกนำมาเพื่อเปลี่ยนทัศนคติ และสร้างความเข้าใจ โดยใช้เครื่องแต่งกายเพื่อการแสดงเป็นองค์ประกอบพื้นฐาน อาทิ บอกถึงการเป็นชนชาติที่มีอารยธรรมยาวนาน มีภูมิปัญญาของคนโบราณที่มีการสืบทอดในด้านการแต่งกายที่มีความพิถีพิถัน และวิจิตรบรรจง นอกจากนี้ยังถูกนำมาใช้เพื่อแสดงภาพของสังคมเกาหลีใต้ที่มีความเจริญทั้งทางด้านเทคโนโลยี และความเป็นผู้นำด้านแฟชั่นประเทศหนึ่งในโลก โดยใช้ระบบดาราหรือบุคคลต้นแบบ หรือ Iconization และใช้ประโยชน์จากรูปแบบการแต่งกายเหล่านั้นเป็น ICON เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจอื่นๆ

ผลการศึกษาพบว่าในส่วนของการใช้สีในการออกแบบเครื่องแต่งกาย ความเข้มของสี วัสดุในการเลือกใช้ ตลอดจนรูปแบบของเครื่องแต่งกาย ล้วนมีความหลากหลาย เพราะเนื่องจากความแตกต่างในแง่ของสไตล์ในการนำเสนอของแต่ละเรื่อง ตลอดจนความแตกต่างในแง่เป้าประสงค์ของหน้าที่เครื่องแต่งกายในการนำเสนอของภาพยนตร์ชุดแต่ละเรื่อง

ในส่วนของการใช้โครมสีในภาพยนตร์เป็นที่น่าสังเกต คือในภาพยนตร์ชุดจากเกาหลี มีการใช้กลุ่มสีเหลือง ส้ม หรือสีในวรรณะร้อนมากที่สุด ผู้ศึกษาคิดว่าอาจเป็นเครื่องสะท้อนให้เห็นแบบฉบับของภาพยนตร์ในวิถีเอเชียตะวันออก ที่มักเป็นสีที่สะท้อนความร่าเริงด้วยอารยธรรม วัฒนธรรม ให้ความรู้สึกความสนุกสนาน อารมณ์ดี ความสูงส่ง ซึ่งเป็นในแนวทางเดียวกับผลของการใช้เครื่องแต่ง

กายเพื่อการแสดงในขั้นต้น ลักษณะการใช้โครมสีเหลืองนี้สอดคล้องกับความคิดของ สมภพ จงจิตต์ โภธา ที่กล่าวถึงจิตวิทยาของสีเหลืองไว้ว่า เป็นสีที่แสดงความรุ่งเรือง ความมั่งคั่ง และฐานันดรศักดิ์ ในทางตะวันออกเป็นสีของกษัตริย์ ในทางศาสนาแสดงความเจิดจ้า ปัญญา (สมภพ จงจิตต์ โภธา, 2556: 39)

อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาที่พบว่าตัวแปรที่เกี่ยวกับ เพศ ระดับอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ

กล่าวโดยสรุป ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวทางในการพัฒนาภาพยนตร์ชุดให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมชาวไทย โดยใช้ภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีเป็นเครื่องมือในการศึกษา ทั้งนี้ได้สรุปดังตารางสรุปลักษณะภาพยนตร์ชุดที่ผู้ชมชาวไทยชื่นชอบ

ตาราง 38 ตารางสรุปลักษณะภาพยนตร์ชุดที่ผู้ชมชาวไทยชื่นชอบ

ลักษณะภาพยนตร์ชุดที่ผู้ชมชาวไทยชื่นชอบ	
ประเภทของเรื่องราว	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความรัก โดยเฉพาะประเภทรักโรแมนติก</li> <li>- ต้องให้ความสำคัญกับการวางโครงเรื่อง</li> </ul>
การวางโครงเรื่อง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการดำเนินเรื่องที่ไม่ซับซ้อน มีความขัดแย้งหลักหรือ ปมปัญหาหลักเพียงปมเดียว</li> <li>- เรื่องราวสามารถอธิบายได้ในหลักเหตุและผล</li> <li>- มีจุดวิกฤตหลายตอน เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมคล้อยตาม</li> <li>- มีการเร้าอารมณ์ของผู้ชมให้เกิดการปลดปล่อยทางอารมณ์ กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกร่วมต่างๆ</li> <li>- มีการใช้อุบายอันเกี่ยวเนื่องกับอุปกรณ์ประกอบการแสดงซึ่งซ่อนความลับของเรื่องไว้</li> </ul>
เนื้อสาระของเรื่อง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอเรื่องความเหลื่อมล้ำของสังคม ชนชั้น</li> <li>- ปัญหาเรื่องสิทธิสตรี หรือชนกลุ่มน้อยในสังคม</li> <li>- สอดแทรกคติความเชื่ออย่างง่ายๆ เช่น ความดีความชั่ว ความพยายาม หรือความกตัญญู</li> </ul>

ตาราง 38 (ต่อ)

<b>ลักษณะภาพยนตร์ชุดที่ผู้ชมชาวไทยชื่นชอบ</b>	
<b>ฉาก และสถานที่ถ่ายทำ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอฉากภายในให้มาก เพื่อสะท้อนภาพการกินอยู่หลับนอนของตัวละคร</li> <li>- นำเสนอฉากของครอบครัว</li> <li>- นำเสนอสถานที่ถ่ายทำที่เป็นภาพทิวทัศน์ สวยงาม และก่อให้เกิดความประทับใจในสถานที่ถ่ายทำ</li> </ul>
<b>เครื่องแต่งกาย</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้เครื่องแต่งกายเป็นเครื่องมือแสดงสถานภาพของตัวละครในแง่ของชนชั้น</li> <li>- ใช้เครื่องแต่งกายเป็นเครื่องมือในการสื่อสารความมีอารยธรรม อุดมลักษณะของชาติ และระบบชาตินิยม</li> <li>- ใช้เครื่องแต่งกายแสดงความเป็นผู้นำด้านการแต่งกาย โดยใช้ระบบดาราหรือบุคคลต้นแบบ (Iconization) ในการถ่ายทอด</li> <li>- มีการออกแบบที่มีความหลากหลาย เพื่อรองรับความต้องการของผู้ชมทุกประเภท</li> </ul>
<b>การใช้โครงสีในเรื่อง</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการใช้โครงสีในโทนเหลืองส้ม เพื่อสะท้อนความร่ำรวยทางอารยธรรม และ วิถีแห่งตะวันออก</li> </ul>

จากการศึกษาพบว่า อิทธิพลของภาพยนตร์ชุดเกาหลี มีต่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี โดยเป็นสื่อกลางในการนำเสนอภาพลักษณ์ และส่งถ่ายวัฒนธรรม ความเชื่อ และสุนทรียภาพต่างๆ มาสู่ผู้ชมชาวไทย โดยการสอดแทรกวัฒนธรรม การเป็นอยู่ หรือ รสนิยมไว้ในเนื้อหา ตัวยกภาพยนตร์ สถานที่ถ่ายทำ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร และการปฏิบัติตัวในชีวิตประจำวัน ซึ่งส่งผลในเชิงธุรกิจต่อกระบวนการพัฒนาประเทศชาติในระบบมหภาค ผลสืบเนื่อง ก่อให้เกิดอิทธิพลต่อผู้ชมชาวไทย คือ คนไทยเริ่มหันมาให้ความสนใจประเทศสาธารณรัฐเกาหลีมากขึ้น ผู้ชมสนใจอาหารเกาหลี ภาษาเกาหลี เครื่องสำอางเกาหลี ดนตรีอย่างเกาหลี หรือชื่นชอบศิลปินและ สื่อบันเทิงอื่นๆจากประเทศเกาหลี รวมถึงความต้องการในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่ให้เห็นว่า กระแสอิทธิพลของวัฒนธรรมเกาหลีประสบความสำเร็จอย่างมากในไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 โดยจำนวนภาพยนตร์ ละคร เพลง เกมออนไลน์ และอนิเมชัน มีจำนวนการนำเข้าเพื่อจำหน่ายและเผยแพร่ในประเทศไทย

เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ปัจจุบันมีมหาวิทยาลัย 20 แห่งเปิดสอนภาษาเกาหลี โดย 7 แห่ง เป็นแบบวิชาหลัก นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปประเทศเกาหลีได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.28 สินค้าของเกาหลีได้เป็นที่นิยมมากขึ้น อาทิ อาหาร เครื่องใช้ไฟฟ้า และเครื่องสำอางค์ ซึ่งจากการสำรวจพบว่าร้อยละ 78.25 ของพนักงานเงินเดือน 15,000 บาท ใช้เครื่องสำอางค์ของเกาหลีได้ นอกจากนี้ยังมีบริษัทจากเกาหลีได้เข้ามาเปิดกิจการในประเทศไทยประมาณ 300 บริษัท (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553)

ผลการศึกษาพบว่าภาพยนตร์ชุดเกาหลีในประเทศไทยมีอิทธิพลทางวัฒนธรรมใน 3 ปัจจัย กล่าวคือ

1. นำเสนอ และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์
2. ส่งถ่ายวัฒนธรรมเกาหลีสู่ประเทศไทย
3. เปลี่ยนแปลงความเชื่อ และสุนทรียภาพ

อิทธิพลเหล่านี้นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงทัศนคติความเชื่อในแง่สุนทรียภาพของคนไทย ทำให้เกิดนิยมชมชอบความเป็นแบบฉบับอย่างเกาหลีมากขึ้น สอดคล้องกับความคิดของ อรรถจักร สัตยานุรักษ์ ที่กล่าวถึงกระบวนการกลายเป็นญี่ปุ่น ดังนี้

“อาทิตยานุวัตร หรือ Japanization หรือกระบวนการกลายเป็นญี่ปุ่น คือกระแสที่วัฒนธรรมความเป็นญี่ปุ่นได้ทะลักหลังเข้ามาในสังคมไทย หลังจากที่เราเคยเผชิญกับกระแส Americanization เมื่อในอดีต ทำให้สังคมเรามีห้วงความนึกคิด และอารมณ์เกี่ยวกับญี่ปุ่นมากขึ้น วัฒนธรรมของญี่ปุ่นต่างๆ เริ่มเข้ามามีบทบาทในวิถีเราอย่างหลากหลาย” (อรรถจักร สัตยานุรักษ์, 2548: 22)

นอกจากนั้นอิทธิพลของกระแสความนิยมเกาหลีผ่านสื่อภาพยนตร์ที่เข้ามาเผยแพร่ในสังคมไทยอย่างแพร่หลายนั้น พบว่าสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ของ ลาสเวลล์ ที่กล่าวไว้ว่า “การสื่อสารมีหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ หน้าที่ในการถ่ายทอดวัฒนธรรมอันเป็นมรดกของสังคมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง หรือจากชนกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง” (Lasswell, 1960: 18) ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลี ผู้ชมมีแนวโน้มที่จะยอมรับสารที่มีความใกล้เคียงกับวัฒนธรรมของตน อาทิ ลักษณะนิสัย การแต่งกาย ภาษาท่าทาง หรือดนตรี อาจกล่าวได้ว่าสาธารณรัฐเกาหลีเป็นประเทศที่อยู่ในเอเชียเช่นเดียวกับไทย วัฒนธรรมเกาหลีบางอย่างมีลักษณะคล้ายคลึงกับประเทศไทย อาทิ การเคารพผู้อาวุโส ความขยันหมั่นเพียร หรือพิธีรีตรองต่างๆ อันก่อกำเนิดจากการปกครองระบบสมบูรณาญาสิทธิราชในสมัยโบราณ ทำให้เมื่อผู้ชมชาวไทยดูภาพยนตร์ชุดจึงเกิดความเข้าใจ สนุก และเข้าถึงอารมณ์ของตัวละครได้อย่างไม่ยากนัก ความรู้สึกใกล้ชิดกับวัฒนธรรมที่ส่งผ่านภาพยนตร์มาจากแนวคิด

เกี่ยวกับความใกล้ชิดทางวัฒนธรรม ด้วยเหตุผลนี้จึงทำให้อิทธิพลทางวัฒนธรรมเกาหลีเข้ามามีบทบาทกับผู้ชมชาวไทยได้อย่างง่ายดาย

สาธารณรัฐเกาหลีใช้ภาพยนตร์เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่วัฒนธรรมทางอ้อมไปสู่สังคมภายนอก ซึ่งนับเป็นการเลือกช่องทางการสื่อสารที่ชาญฉลาดอย่างยิ่ง เพราะการสื่อสารผ่านโทรทัศน์มีคุณลักษณะที่เด่นและได้เปรียบสื่อมวลชนอื่นๆ เพราะเป็นสื่อที่ประชาชนนิยมเปิดรับมากที่สุดไม่ว่าจะอยู่ในกลุ่มที่มีการศึกษาสูงหรือต่ำ หรือมีอาชีพ อายุ และเพศใด (กาญจนา แก้วเทพ, 2010: 50) สอดคล้องกับหลักการของแนวคิด "เศรษฐกิจสร้างสรรค์" ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ จากข้อมูลหอการค้าเกาหลีใต้-ไทย ได้ชี้ให้เห็นผลสำเร็จของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเกาหลี ในส่วนของภาพยนตร์ชุด พบว่า ปี พ.ศ.2551 สร้างเม็ดเงินเข้าประเทศกว่า 180 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีภาพยนตร์ชุดเรื่องจอมนางแห่งวังหลวง หรือ แดจังกึม ส่งออกไปถึงกลุ่มผู้ชม 65 ประเทศ นำเงินเข้าประเทศกว่า 12 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภาพลักษณ์ของประเทศเกาหลีดีขึ้น 97 เปอร์เซ็นต์เมื่อเปรียบเทียบกับ 5 ปีที่ผ่านมา (หอการค้าเกาหลีใต้-ไทย, 2553) ทั้งนี้แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการพัฒนาระบบภาพยนตร์ด้วยการวิจัยแนวทางการสร้างภาพยนตร์ที่กลุ่มผู้บริโภคชื่นชอบ หรือการหารสนิยมร่วมระดับภูมิภาค (Convergence Strategy) แล้วนำมาผนวกกับเทคนิคการเล่าเรื่องผ่านมรดกทางวัฒนธรรมได้อย่างลงตัว ความสำเร็จของการส่งผ่านวัฒนธรรมนี้ทำให้เกิดตราสินค้าของเกาหลี (Korean Branding) พร้อมทั้งสร้างความผูกพัน ความประทับใจ และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของเกาหลีในมุมมองที่เป็นบวก ทั้งหมดนี้สามารถแสดงถึงบทบาทของการพัฒนาประเทศบนแนวทางของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ดีในการรู้ และสร้างระบบการพัฒนาภาพยนตร์ไทยอย่างยั่งยืนต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

การวิจัยสามารถต่อยอดสู่การทำแผนการพัฒนาภาพยนตร์ไทยที่เกิดความยั่งยืน และตรงต่อความนิยมของผู้ชมชาวไทย อีกทั้งมุ่งประสงค์ให้เกิดการพัฒนาภาพยนตร์ไทยให้เป็นสินค้าส่งออก นำเม็ดเงินเข้าสู่ประเทศ และใช้ภาพยนตร์ไทยเป็นตัวกลางในการส่งออกวัฒนธรรมสู่นานาชาติ ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้รัฐบาลควรเป็นแกนกลางในการวางแผนการพัฒนาประเทศไทยอย่างเป็นระบบ ซึ่งมีสาระดังนี้

1. ศึกษา และพัฒนาแนวทางการพัฒนาภาพยนตร์อย่างเป็นระบบ และมีแผนการดำเนินการอย่างเป็นระบบ และเกิดความต่อเนื่อง



2. จัดตั้งองค์กร และนโยบายเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างเป็นรูปธรรม
3. อบรมและเสริมสร้างทักษะความเป็นมืออาชีพให้กับบุคลากรไทยในสายงานภาพยนตร์
4. เพิ่มช่องทาง และขยายโอกาสทางการศึกษาให้แก่เยาวชนไทยที่สนใจสายงานภาพยนตร์
5. สนับสนุนอุตสาหกรรมวัฒนธรรมประเพณี
6. พัฒนากลยุทธ์การถ่ายทอดเนื้อหาความเป็นไทยสู่งานภาพยนตร์
7. พัฒนาความร่วมมือกับประเทศต่างๆ ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรมรวมถึงอำนวยความสะดวกให้กับผู้ร่วมทุนระหว่างประเทศ





บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ อัสวตรเดชา. (2544). *สื่อและเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: โครงการตำรา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2553). *เอกสารประกอบการประชุมเศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบ เกาหลีใต้โอกาสและแนวทางความร่วมมือกับไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการต่างประเทศ.
- กรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี. (2553). *เอกสารประกอบการประชุมเศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบ เกาหลีใต้โอกาสและแนวทางความร่วมมือกับไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการต่างประเทศ.
- กัณทิมา บัวเยี่ยม. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศของ ประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ในปี พ. ศ. 2545*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: เอดิชั่นเพรสโปรดักส์.
- (2536). *มายาพินิจ: การสื่อสารทางเพศของละครโทรทัศน์*. กรุงเทพฯ: เจนเดอร์เพรส.
- (2553). *แนวพินิจใหม่ในการสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กานต์ อุดรพิมพ์. (2538). *การศึกษาผลกระทบของรายการประเภทสาระบันเทิงที่ส่งเสริมยอมรับ แนวคิดเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษา ภาพยนตร์ญี่ปุ่นชุดทางโทรทัศน์เรื่องโอชิน*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ถ่ายเอกสาร.
- กานต์พิชชา วงษ์ขาว. (2550). *สื่อละครโทรทัศน์เกาหลีกับการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ถ่ายเอกสาร.
- เกษียร เตชะพีระ (2537) *กระแสวัฒนธรรม*. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2555, จาก <http://tuktaravin.wordpress.com/category>
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2548). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คมชัดลึก. (2550). *มองผ่านเลนส์คม ทำไมเกาหลีพีเวอร์*. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2555, จาก [http://news.sanook.com/entertain/entertain\\_151016.php](http://news.sanook.com/entertain/entertain_151016.php)
- จตุพร ลิ้มมันจริง. (2529). *จิตวิทยาวัยรุ่น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จิรวิทย์ เดชะจรัสศรี. (2538). *ทัศนคติด้านลบให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.

- จิรวิทย์ เดชจรัสศรี. (2538). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบ และกระบวนการให้บริการของ กรุงเทพมหานคร: ศึกษาสำนักงานเขตราชวัตรบูรณะ*. วิทยานิพนธ์ ปร.ม. (การบริหาร องค์การ). กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- จิราจารย์ ชัยมุสิก และสุกรี แมนชัยนิมิต. (2549) *K-pop ตีตลาดโลก อิทธิพลบันเทิงกลิ่นวัฒนธรรม*. สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2550, จาก <http://www.manager.co.th/mgrweekly/viewnews.aspx?news>
- (2549) *เกาหลี พีเวออร์ ซีรีส์ละครฮิตติดจอตู้*. สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2550, จาก <http://www.positioningmag.com/magazine/details.aspx?id=45439>
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะรัฐศาสตร์. *สังคมและวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2543). *การประมวลขอบข่ายและสถานภาพการวิจัยและทฤษฎีเทคโนโลยี และ การสื่อสารการศึกษา*. หน่วยที่ 15 ในประมวลสาระชุดวิชาสัมมนาการวิจัยและทฤษฎี ทางเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา หน่วยที่ 8-15. พิมพ์ครั้งที่ 3 มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช.
- ชูลีพร เชนงศักดิ์โสภาคย์. (2541). *การเปิดรับสื่อ การรับรู้เกี่ยวกับสังคมตะวันตกและการใช้ชีวิตแบบ สังคมตะวันตกของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การประชาสัมพันธ์). กรุงเทพฯ: ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ฐนัส มานวงค์. (2544). *อิทธิพลของวัฒนธรรมตะวันตกต่อพฤติกรรมบริโภคของเยาวชนไทยผ่านสื่อ ภาษาอังกฤษ*. วิทยานิพนธ์ ร.ม. (รัฐศาสตร์). บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ทัศนีย์ เทอดธนากาญจน์. (2546). *อิทธิพลของบุคคลต้นแบบที่มีต่อพฤติกรรมการเลียนแบบ และ ความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีความเกี่ยวพันสูงและต่ำกับวัยรุ่น*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ถ่ายเอกสาร.
- ธนพร ชุมวรฐายี. (2539). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด อุบลราชธานี*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย เชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- (2539). *พจนานุกรมด้านจิตวิทยา Chapin*. ม.ป.ท.
- ธิดารัตน์ รักประยูร. (2545). *การเผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่นผ่านสื่อในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

- ธิปนันท์ เพ็ชร์ศรี, อลงกรณ์ คล้ายสีแก้ว; และโสภณา เชาวีวิวัฒน์กุล. (2545). *Korean Romance*.  
กรุงเทพฯ: Blackberry publishing.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2540). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ไบโอสโคป. (2545). *เกาหลี กระแสวัฒนธรรมข้ามพรมแดน*. กรุงเทพฯ: ไบโอสโคป.
- ปนัดดา ธนสถิตย์. (2531). *ละครโทรทัศน์ไทย*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยนุช ประศาสน์กุล. (2544). *ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสาร รสนิยมและพฤติกรรม การแต่งกายของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม, ถ่ายเอกสาร.
- นพมาศ แวงหงส์. (2553). *ปริทัศน์ศิลปการละคร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นัยนา แยมสาขา. (2540). *นโยบายการส่งเสริมภาพยนตร์ของรัฐบาลไทย*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นิตา ชูโต. (2548). *การวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: พรินต์โพร.
- โนริยูกิ ชูซูกิ; และพีรียา หวังโกคาลกุล. (2551). *กระบวนการ "JAPANIZATION" ในสังคมไทย: การบริโภคสินค้าวัฒนธรรมญี่ปุ่นและผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคชาวไทย*. งานวิจัย, Graduate School of Humanities and Social Sciences, University of Ryukus, Japan.
- ผจญจิตต์ อธิคมนันท์. (2531). *การเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พยุงค์ดี นามวรรณ. (2537). *ทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับการจูงใจของมาสโลว์*. ม.ป.ท.
- พฤทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ. (2539). *การกำกับการแสดง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- (2544). *การศึกษาทัศนคติต่อลักษณะอันพึงประสงค์ของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- (2544). *ละครฝรั่ง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฟาฏินา วงศ์เลขา. (2549). *เกาหลีศึกษา: กระแสยอดฮิตในเอเชียตะวันออก*. สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2550, จาก [http://news.sanook.com/education/education\\_43533.php](http://news.sanook.com/education/education_43533.php)
- มนต์ชัย นินนาทนนท์. (2526). *อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเยาวชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.

- มาลินี ธราจิตรกุล. (2551). *การวิเคราะห์การเล่าเรื่องในภาพยนตร์แนวรักของเกาหลี*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ยุค ศรีอาริยะ. (2548). *ภูมิปัญญาตะวันออกฝ่ามรสุมโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิดิทัศน์.
- รังสรรค์ ธาระพรพันธ์. (2539). *ปาฐกถา ทูตทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: พี.เพลส.
- ราชบัณฑิตยสถาน (2525). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- (2542). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- ลักขณา คมคาย. (2541, กรกฎาคม-กันยายน). การใช้อาหารเพื่อสื่อความหมายภาพยนตร์คดีเฉพาะ. *วารสารนิเทศศาสตร์*. 16:3.
- วราภรณ์ เลิศวัฒน์ชัย. (2551). *บทสัมภาษณ์ในนิตยสารผู้จัดการออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2555, จาก <http://www.gotomanager.com/news/printnews.aspx?id=45405>
- วลัยลักษณ์ น้อยพยัคฆ์. (2550). *กระแสเกาหลี*. สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- วิภาวรัตน์ พันธุ์ฤทธิ์ดำ. (2544). *อิทธิพลของวัฒนธรรมต่างประเทศที่มีต่อเอกลักษณ์ของวัยรุ่นไทย*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การประชาสัมพันธ์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ศศิวิมล สันติราษฎร์ภักดี. (2539). *การศึกษาวินิจฉัยเปรียบเทียบการถ่ายทอดวัฒนธรรมไทยผ่านสื่อวิทยุและสื่อละครโทรทัศน์เรื่อง "สี่แผ่นดิน"*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- เศรษฐพันธ์ กระจ่างวงศ์. (2549). *เกาหลีพีเวอร์: การถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านสื่อ*. กรุงเทพฯ: องค์การความร่วมมือระหว่างประเทศ.
- สดไธ พันธุ์โกมล. (2545) *ละครสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: ฟ้าล่งกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สนธิ สมัครการ. (2546). *การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและการพัฒนาการของสังคม*. กรุงเทพฯ: องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- สิริพร สมบูรณ์บุรณะ (2540). จากฟรอยด์ถึงซินจัง การ์ตูนเด็กเซกส์และศีลธรรม. *ญี่ปุ่นศึกษา*, 2: 23-43.
- สุทธากร สันติธวัช. (2550). *หนังไทยในทศวรรษ 2530-2540*. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2555, จาก <http://www.yimclub.com/club/bancha/room112/Y00006.html>
- สุพัตรา สุภาพ. (2541). *สังคมวิทยา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สุภางค์ จันทวานิช. (2545). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2545). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภัทรา สุขชู. (2549). Hallyu: คลื่นความมั่นคงของเกาหลี. *Positioning*, 21: 60-61.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2545). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2550). *โลกาภิวัตน์*. สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2555, จาก <http://thaicoon.wordpress.com/2007/02/>
- สุเทพ สุนทรเกตุช. (2548). *มานุษยวิทยากับประวัติศาสตร์*. กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ.
- เสริมสุข วงศ์วิวัฒน์. (2551). *ความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกันใน ภาพยนตร์ฮอลลีวูด*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (นิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2553). *เอกสารประกอบการประชุมเศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบเกาหลีใต้ โอกาสและแนวทางการร่วมมือกับไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการต่างประเทศ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. ข้อมูลสำมะโนประชากร ปี พ.ศ. 2543. สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2554, จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/>
- หอการค้าเกาหลีใต้-ไทย. (2553) *เอกสารประกอบการประชุม เศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบเกาหลีใต้ โอกาสและแนวทางการร่วมมือกับไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการต่างประเทศ.
- อมรรัตน์ เชาวลิต. (2541). *ความพึงพอใจในความคิดของออสเตรเลีย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- (2541). *ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับบัณฑิตต่อระบบการจัดบริการสารสนเทศของสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเกริก*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การบริหารการศึกษา). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- อมรา พงศาพิชญ์. (2543). *ความหลากหลายทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2548). *Japanization*. กรุงเทพฯ: โอเพ่น.
- อลงกรณ์ พลบุตร. (2553, 27 มีนาคม). สัมภาษณ์โดย สยาม อินเทลลิเจนซ์ยูนิท. ที่กระทรวงพาณิชย์.
- อาภรณ์ ชีวะเกียรียงไกร. (2553, 27 มีนาคม). สัมภาษณ์โดย สยาม อินเทลลิเจนซ์ยูนิท. ที่กระทรวงพาณิชย์.

อานันท์ กาญจนพันธ์. (2548). *วัฒนธรรมข้ามชาติ วัฒนธรรมข้ามคน*. (เอกสารประกอบการประชุม).

ณ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อัจฉรา ทองอยู่. (2550). *การเปิดรับสื่อโทรทัศน์กับวัฒนธรรมการแต่งกายของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สื่อสารมวลชน). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2549, มีนาคม). *คลื่นวัฒนธรรมป๊อปเกาหลี โฉมหน้าทุนวัฒนธรรมเอเชีย*. เอกสารประกอบการประชุมประจำปีทางมานุษยวิทยา ครั้งที่ 5. *วัฒนธรรมบริโภคนิยม*. 2-3.

Adorno, T. W. (1991). *The culture industry: selected essays on mass culture*. London: Routledge.

Bandura, Albert. (1986). *Social Foundations of Thought and Action*. London: Prentice-Hall.

Bennett, A. (2004). *After subculture: Critical studies in contemporary youth culture*. New York: Palgrave Macmillan.

Boyd-Barrett, O. (1977). *Media Imperialism: towards an international framework for the analysis of media systems*. In Curran J. , Gurevith M. and Woollacott J. (eds). *Mass communication and society*. London: Edward Arnold.

Boyd-Barrett, O. (1998). *Media Imperialism reformulated*. London: Edward Arnold.

Bryant J.; & S. Thompson. (2002). *Fundamentals of Media Effect*. New York: McGraw Hill.

Dean Visser. (2002). *Korea Fever' Sweeping Asia's Pop Culture Scene*. Retrieved July 12, 2008, from [http://msittig.freeshell.org/articles/AP\\_KoreaPopCulture.html](http://msittig.freeshell.org/articles/AP_KoreaPopCulture.html)

Havighurst, R.J. (1976). A cross-cultural view. In J.F. Adams. *Understanding adolescence*. 3rd ed. Boston: Allyn and Bacon.

Ito, Kinko. (2004). *The Korean Popular Culture in the 21st Century Japan: A New Cultural Hegemony and Change of History*. Akansus: University of Akansus.

Lasswell. Harold D. (1960). *Psychopathology by Harold D. Lasswell*. London: Penguin Group New Zealand, Limited.

Mohammadi, A. (1997). *International communication and globalization: a critical introduction* (eds). London: Sage Publications.



- Monaco, J. (2001). *How to read a film: Movies, media, multimedia*. New York: Oxford University Press.
- Moore, Christopher . (1996). *Growing Artificial Societies: Social Science from the Bottom Up*. Washington DC: The Brookings Institution.
- Osgerby, B. (2004). *Youth media*. London: Routledge.
- Ross, A. (1989). *No intellectual: Intellectual and popular culture*. New York: Routledge.
- Ross, K.; & Nightingale V. (2003). *Media and audiences: New perspectives*. Glasgow: Open university press.
- Sayre, S.; & King C. (2003). *Entertainment and society*. London: Sage Publications.
- Storey, J. (1998). *An introduction of cultural theory and popular culture*. Athens: University of Georgia Press.
- Tomlinson, J. (1991). *Cultural Imperialism*. London: Printer Publishers Limited.
- Watson, J.; & Hill A. (2006). *Dictionary of Media and communication studies*. 7th ed. New York: Oxford University Press.
- Wilson, E.; & Goldfarb, A. (2012). *Theatre the lively art*. New York: McGraw-Hill Humanities.
- Zillmann, D. (1994). *Media effects: Advances in theory and research*, Hillsdale. NJ: Erlbaum.
- (2001). The coming of media entertainment. In D. Zillmann & P. Vorderer, H. J. Wulff (Eds. ). *Media Entertainment: The psychology of its appeal*. Mahwah, NJ Erlbaum.
- Zillmann D.; & Vordere P. (2000). *Media entertainment: The psychology of its appeal*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ตารางสถิติสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ.2543 จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ  
กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร



ตาราง 38 ประชากรรวมทั้งประเทศไทย จำแนกตามเพศ

จังหวัดและเขตการปกครอง	ประชากร		
	รวม	ชาย	หญิง
ยอดรวม	60,916,441	30,015,233	30,901,208
กรุงเทพมหานคร	6,355,144	3,011,711	3,343,433

ตาราง 39 ประชากรรวมทั้งภาคกลาง และรายจังหวัด จำแนกตามเพศ

จังหวัดและเขตการปกครอง	ประชากร		
	รวม	ชาย	หญิง
ภาคกลาง	14,215,503	6,959,463	7,256,040
สมุทรปราการ	1,028,401	499,362	529,039
นนทบุรี	816,614	391,073	425,541
ปทุมธานี	677,649	329,508	348,141
พระนครศรีอยุธยา	727,277	351,050	376,227
อ่างทอง	269,419	128,138	141,281
ลพบุรี	745,506	369,950	375,556
สิงห์บุรี	232,766	110,809	121,957
ชัยนาท	359,829	173,042	186,787
สระบุรี	575,053	286,245	288,808
ชลบุรี	1,040,865	518,730	522,135
ระยอง	522,133	262,520	259,613
จันทบุรี	480,064	236,912	243,152
ตราด	219,345	109,277	110,068
ฉะเชิงเทรา	635,153	312,034	323,119
ปราจีนบุรี	406,732	201,391	205,341
นครนายก	241,081	118,881	122,200
สระแก้ว	485,632	244,013	241,619
ราชบุรี	791,217	384,574	406,643
กาญจนบุรี	734,394	364,246	370,148

ตาราง 39 (ต่อ)

จังหวัดและเขตการปกครอง	ประชากร		
	รวม	ชาย	หญิง
สุพรรณบุรี	855,949	414,745	441,204
นครปฐม	815,122	395,069	420,053
สมุทรสาคร	466,281	225,909	240,372
สมุทรสงคราม	204,177	97,393	106,784
เพชรบุรี	435,377	210,572	224,805
ประจวบคีรีขันธ์	449,467	224,020	225,447

ตาราง 40 ประชากรรวมทั้งภาคเหนือ และรายจังหวัด จำแนกตามเพศ

จังหวัดและเขตการปกครอง	ประชากร		
	รวม	ชาย	หญิง
ภาคเหนือ	11,433,061	5,664,695	5,768,366
เชียงใหม่	1,500,127	741,726	758,401
ลำพูน	413,299	203,574	209,725
ลำปาง	782,152	390,256	391,896
อุตรดิตถ์	464,474	228,828	235,646
แพร่	492,561	242,865	249,696
น่าน	458,041	230,898	227,143
พะเยา	502,780	251,019	251,761
เชียงราย	1,129,701	566,877	562,824
แม่ฮ่องสอน	210,537	108,509	102,028
นครสวรรค์	1,090,379	534,300	556,079
อุทัยธานี	304,122	149,097	155,025
กำแพงเพชร	674,027	335,153	338,874
ตาก	486,146	244,891	241,255
สุโขทัย	593,264	288,529	304,735
พิษณุโลก	792,678	390,531	402,147

ตาราง 40 (ต่อ)

จังหวัดและเขตการปกครอง	ประชากร		
	รวม	ชาย	หญิง
พิจิตร	572,989	277,958	295,031
เพชรบูรณ์	965,784	479,684	486,100

ตาราง 41 ประชากรรวมทั้งภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และรายจังหวัด จำแนกตามเพศ

จังหวัดและเขตการปกครอง	ประชากร		
	รวม	ชาย	หญิง
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	20,825,262	10,366,221	10,459,041
นครราชสีมา	2,556,260	1,258,798	1,297,462
บุรีรัมย์	1,493,359	744,910	748,449
สุรินทร์	1,327,901	660,288	667,613
ศรีสะเกษ	1,405,500	696,383	709,117
อุบลราชธานี	1,691,441	846,907	844,534
ยโสธร	561,430	279,549	281,881
ชัยภูมิ	1,095,360	543,146	552,214
อำนาจเจริญ	359,360	179,995	179,365
หนองบัวลำภู	482,207	241,314	240,893
ขอนแก่น	1,733,434	863,007	870,427
อุดรธานี	1,467,158	736,617	730,541
เลย	607,083	306,346	300,737
หนองคาย	883,704	445,472	438,232
มหาสารคาม	947,313	466,700	480,613
ร้อยเอ็ด	1,256,458	623,336	633,122
กาฬสินธุ์	921,366	458,463	462,903
สกลนคร	1,040,766	518,648	522,118

ตาราง 41 (ต่อ)

จังหวัดและเขตการปกครอง	ประชากร		
	รวม	ชาย	หญิง
นครพนม	684,444	340,539	343,905
มุกดาหาร	310,718	155,803	154,915

ตาราง 42 ประชากรรวมทั้งภาคใต้ และรายจังหวัด จำแนกตามเพศ

จังหวัดและเขตการปกครอง	ประชากร		
	รวม	ชาย	หญิง
ภาคใต้	8,087,471	4,013,143	4,074,328
นครศรีธรรมราช	1,519,811	753,394	766,417
กระบี่	336,210	169,330	166,880
พังงา	234,188	118,346	115,842
ภูเก็ต	249,446	122,339	127,107
สุราษฎร์ธานี	869,410	433,123	436,287
ระนอง	161,210	81,974	79,236
ชุมพร	446,206	223,348	222,858
สงขลา	1,255,662	615,316	640,346
สตูล	247,875	124,856	123,019
ตรัง	595,110	293,321	301,789
พัทลุง	498,471	244,718	253,753
ปัตตานี	595,985	294,605	301,380
ยะลา	415,537	207,626	207,911
นราธิวาส	662,350	330,847	331,503

ตาราง 43 ประชากรจำแนกตามอายุรายปี และเพศ

อายุรายปี	ประชากร			ในเขตเทศบาล			นอกเขตเทศบาล		
	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง
<b>ยอดรวม</b>	60,916,441	30,015,233	30,901,208	18,972,330	9,129,755	9,842,575	41,944,111	20,885,478	21,058,633
<b>ร้อยละ</b>	100.0	49.3	50.7	100	48.1	51.9	100	49.8	50.2
ต่ำกว่า 1	826,078	426,668	399,410	219,301	113,763	105,538	606,777	312,905	293,872
1	810,992	419,226	391,766	201,287	104,450	96,837	609,705	314,776	294,929
2	944,090	486,362	457,728	242,677	124,504	118,173	701,413	361,858	339,555
3	1,028,211	530,523	497,688	271,620	140,202	131,418	756,591	390,321	366,270
4	1,025,527	526,845	498,682	270,940	138,870	132,070	754,587	387,975	366,612
5	1,003,134	516,566	486,568	260,972	134,626	126,346	742,162	381,940	360,222
6	1,005,600	518,994	486,606	258,250	132,804	125,446	747,350	386,190	361,160
7	1,031,062	531,734	499,328	264,822	136,231	128,591	766,240	395,503	370,737
8	1,043,907	536,506	507,401	267,289	136,760	130,529	776,618	399,746	376,872
9	1,041,351	535,413	505,938	263,960	135,123	128,837	777,391	400,290	377,101
10	1,016,237	521,352	494,885	264,226	135,019	129,207	752,011	386,333	365,678
11	993,460	510,561	482,899	258,537	131,954	126,583	734,923	378,607	356,316
12	1,013,896	519,843	494,053	272,475	139,222	133,253	741,421	380,621	360,800
13	1,016,883	520,699	496,184	272,730	139,576	133,154	744,153	381,123	363,030
14	1,043,470	531,756	511,714	283,701	143,963	139,738	759,769	387,793	371,976
15	1,063,228	541,408	521,820	292,142	146,687	145,455	771,086	394,721	376,365



ตาราง 43 (ต่อ)

อายุรายปี	ประชากร			ในเขตเทศบาล			นอกเขตเทศบาล		
	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง
ยอดรวม	60,916,441	30,015,233	30,901,208	18,972,330	9,129,755	9,842,575	41,944,111	20,885,478	21,058,633
ร้อยละ	100.0	49.3	50.7	100	48.1	51.9	100	49.8	50.2
16	1,029,066	523,916	505,150	299,812	149,220	150,592	729,254	374,696	354,558
17	1,060,683	538,277	522,406	321,384	159,212	162,172	739,299	379,065	360,234
18	1,097,275	554,174	543,101	352,461	172,717	179,744	744,814	381,457	363,357
19	1,036,781	525,859	510,922	358,925	173,420	185,505	677,856	352,439	325,417
20	1,080,031	546,994	533,037	385,306	181,690	203,616	694,725	365,304	329,421
21	1,038,302	534,807	503,495	378,617	184,901	193,716	659,685	349,906	309,779
22	1,064,251	539,456	524,795	392,597	190,485	202,112	671,654	348,971	322,683
23	1,071,814	535,982	535,832	389,385	186,130	203,255	682,429	349,852	332,577
24	1,007,743	495,415	512,328	368,650	174,443	193,907	639,393	320,972	318,421
25	1,102,990	540,059	562,931	401,605	189,994	211,611	701,385	350,065	351,320
26	1,050,191	513,129	537,062	375,501	178,856	196,645	674,690	334,273	340,417
27	1,059,475	516,508	542,967	371,863	177,230	194,633	687,612	339,278	348,334
28	1,111,410	536,047	575,363	388,022	183,319	204,703	723,388	352,728	370,660
29	1,083,730	525,665	558,065	373,245	178,408	194,837	710,485	347,257	363,228
30	1,159,487	559,476	600,011	415,459	197,175	218,284	744,028	362,301	381,727
31	1,087,788	526,301	561,487	358,822	171,474	187,348	728,966	354,827	374,139

ตาราง 43 (ต่อ)

อายุรายปี	ประชากร			ในเขตเทศบาล			นอกเขตเทศบาล		
	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง
<b>ยอดรวม</b>	60,916,441	30,015,233	30,901,208	18,972,330	9,129,755	9,842,575	41,944,111	20,885,478	21,058,633
<b>ร้อยละ</b>	100.0	49.3	50.7	100	48.1	51.9	100	49.8	50.2
32	1,133,385	549,480	583,905	381,120	181,279	199,841	752,265	368,201	384,064
33	1,066,864	515,378	551,486	351,359	166,000	185,359	715,505	349,378	366,127
34	1,078,420	520,529	557,891	345,707	163,148	182,559	732,713	357,381	375,332
35	1,145,593	556,571	589,022	383,350	182,381	200,969	762,243	374,190	388,053
36	1,066,890	519,787	547,103	353,112	167,118	185,994	713,778	352,669	361,109
37	1,032,047	504,970	527,077	340,359	161,121	179,238	691,688	343,849	347,839
38	1,037,141	506,122	531,019	347,107	164,011	183,096	690,034	342,111	347,923
39	977,686	476,052	501,634	322,100	152,005	170,095	655,586	324,047	331,539
40	1,052,285	513,275	539,010	367,315	174,047	193,268	684,970	339,228	345,742
41	901,062	439,970	461,092	297,520	141,864	155,656	603,542	298,106	305,436
42	941,054	458,446	482,608	317,794	150,960	166,834	623,260	307,486	315,774
43	944,137	458,925	485,212	318,397	150,590	167,807	625,740	308,335	317,405
44	846,506	409,390	437,116	273,295	128,537	144,758	573,211	280,853	292,358
45	829,607	404,439	425,168	285,775	136,608	149,167	543,832	267,831	276,001
46	761,140	370,109	391,031	244,924	116,181	128,743	516,216	253,928	262,288
47	739,101	360,034	379,067	235,037	111,523	123,514	504,064	248,511	255,553

ตาราง 43 (ต่อ)

อายุรายปี	ประชากร			ในเขตเทศบาล			นอกเขตเทศบาล		
	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง
<b>ยอดรวม</b>	60,916,441	30,015,233	30,901,208	18,972,330	9,129,755	9,842,575	41,944,111	20,885,478	21,058,633
<b>ร้อยละ</b>	100.0	49.3	50.7	100	48.1	51.9	100	49.8	50.2
48	713,736	344,772	368,964	236,644	111,003	125,641	477,092	233,769	243,323
49	676,238	328,520	347,718	213,231	100,833	112,398	463,007	227,687	235,320
50	691,441	334,453	356,988	232,135	110,004	122,131	459,306	224,449	234,857
51	582,690	283,533	299,157	177,751	85,408	92,343	404,939	198,125	206,814
52	576,186	281,086	295,100	181,480	87,404	94,076	394,706	193,682	201,024
53	529,804	256,871	272,933	167,454	80,401	87,053	362,350	176,470	185,880
54	468,038	225,137	242,901	144,563	68,187	76,376	323,475	156,950	166,525
55	478,539	232,264	246,275	146,726	70,105	76,621	331,813	162,159	169,654
56	426,294	206,127	220,167	129,486	62,263	67,223	296,808	143,864	152,944
57	446,839	213,809	233,030	129,620	60,805	68,815	317,219	153,004	164,215
58	434,724	207,700	227,024	129,799	61,367	68,432	304,925	146,333	158,592
59	497,881	237,986	259,895	140,550	66,274	74,276	357,331	171,712	185,619
60	463,659	220,509	243,150	148,258	68,475	79,783	315,401	152,034	163,367
61	392,642	185,697	206,945	107,226	50,004	57,222	285,416	135,693	149,723
62	394,621	186,391	208,230	117,952	54,244	63,708	276,669	132,147	144,522
63	382,723	176,850	205,873	111,329	50,655	60,674	271,394	126,195	145,199

ตาราง 43 (ต่อ)

อายุรายปี	ประชากร			ในเขตเทศบาล			นอกเขตเทศบาล		
	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง
<b>ยอดรวม</b>	60,916,441	30,015,233	30,901,208	18,972,330	9,129,755	9,842,575	41,944,111	20,885,478	21,058,633
<b>ร้อยละ</b>	100.0	49.3	50.7	100	48.1	51.9	100	49.8	50.2
64	337,042	155,758	181,284	93,582	42,289	51,293	243,460	113,469	129,991
65	368,263	170,696	197,567	111,276	49,809	61,467	256,987	120,887	136,100
66	311,982	142,318	169,664	82,446	36,816	45,630	229,536	105,502	124,034
67	328,261	152,323	175,938	96,397	43,027	53,370	231,864	109,296	122,568
68	267,526	120,319	147,207	75,512	32,986	42,526	192,014	87,333	104,681
69	253,989	117,145	136,844	67,429	29,975	37,454	186,560	87,170	99,390
70	261,648	118,208	143,440	80,261	34,681	45,580	181,387	83,527	97,860
71	234,699	107,201	127,498	61,562	27,359	34,203	173,137	79,842	93,295
72	223,981	100,893	123,088	72,707	31,580	41,127	151,274	69,313	81,961
73	199,521	89,155	110,366	55,445	24,124	31,321	144,076	65,031	79,045
74	160,254	70,950	89,304	45,505	19,604	25,901	114,749	51,346	63,403
75	150,834	65,937	84,897	44,271	18,823	25,448	106,563	47,114	59,449
76	145,509	64,133	81,376	41,055	17,428	23,627	104,454	46,705	57,749
77	116,959	51,151	65,808	32,275	13,480	18,795	84,684	37,671	47,013
78	118,157	50,256	67,901	33,580	13,732	19,848	84,577	36,524	48,053
79	94,823	40,657	54,166	25,149	10,619	14,530	69,674	30,038	39,636

ตาราง 43 (ต่อ)

อายุรายปี	ประชากร			ในเขตเทศบาล			นอกเขตเทศบาล		
	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง
<b>ยอดรวม</b>	60,916,441	30,015,233	30,901,208	18,972,330	9,129,755	9,842,575	41,944,111	20,885,478	21,058,633
<b>ร้อยละ</b>	100.0	49.3	50.7	100	48.1	51.9	100	49.8	50.2
80	84,043	33,795	50,248	27,617	10,656	16,961	56,426	23,139	33,287
81	72,525	29,991	42,534	18,902	7,598	11,304	53,623	22,393	31,230
82	68,396	27,919	40,477	20,900	8,216	12,684	47,496	19,703	27,793
83	66,045	26,302	39,743	19,489	7,376	12,113	46,556	18,926	27,630
84	49,541	19,039	30,502	16,246	6,006	10,240	33,295	13,033	20,262
85	49,227	18,753	30,474	15,376	5,466	9,910	33,851	13,287	20,564
86	36,654	13,692	22,962	11,415	4,036	7,379	25,239	9,656	15,583
87	29,958	11,283	18,675	9,474	3,359	6,115	20,484	7,924	12,560
88	26,141	9,534	16,607	7,590	2,610	4,980	18,551	6,924	11,627
89	19,231	6,851	12,380	5,908	2,029	3,879	13,323	4,822	8,501
90	19,284	6,601	12,683	6,205	2,056	4,149	13,079	4,545	8,534
91	12,251	4,376	7,875	3,497	1,290	2,207	8,754	3,086	5,668
92	10,312	3,556	6,756	3,411	1,156	2,255	6,901	2,400	4,501
93	9,540	3,424	6,116	2,894	1,025	1,869	6,646	2,399	4,247
94	6,687	2,335	4,352	2,226	715	1,551	4,461	1,620	2,841
95	6,459	2,270	4,189	2,098	701	1,397	4,361	1,569	2,792

ตาราง 43 (ต่อ)

อายุรายปี	ประชากร			ในเขตเทศบาล			นอกเขตเทศบาล		
	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง
ยอดรวม	60,916,441	30,015,233	30,901,208	18,972,330	9,129,755	9,842,575	41,944,111	20,885,478	21,058,633
ร้อยละ	100.0	49.3	50.7	100	48.1	51.9	100	49.8	50.2
96	5,064	1,807	3,257	1,570	500	1,070	3,494	1,307	2,187
97	4,259	1,475	2,784	1,325	436	889	2,934	1,039	1,895
98 ขึ้นไป	10,260	3,427	6,833	2,977	959	2,018	7,283	2,468	4,815

ตาราง 44 ประชากรไทยที่มีอายุระหว่าง 15 - 60 ปี เรียงตามร้อยละจากมากไปหาน้อยในแต่ละภาค

จังหวัด	ประชากรรวม	ร้อยละ
<b>ยอดรวม</b>	<b>40,743,232</b>	<b>100</b>
<b>กรุงเทพมหานคร</b>	<b>4,250,562</b>	<b>100</b>
<b>ภาคกลาง</b>	<b>9,507,869</b>	
ชลบุรี	696,170	7
สมุทรปราการ	687,834	7
สุพรรณบุรี	572,491	6
นนทบุรี	546,182	6
นครปฐม	545,185	6
ราชบุรี	529,196	6
ลพบุรี	498,623	5
กาญจนบุรี	491,191	5
พระนครศรีอยุธยา	486,431	5
ปทุมธานี	453,237	5
ฉะเชิงเทรา	424,814	4
สระบุรี	384,617	4
ระยอง	349,222	4
สระแก้ว	324,809	3
จันทบุรี	321,085	3
สมุทรสาคร	311,866	3
ประจวบคีรีขันธ์	300,621	3
เพชรบุรี	291,197	3
ปราจีนบุรี	272,038	3
ชัยนาท	240,667	3
อ่างทอง	180,198	2
นครนายก	161,244	2
สิงห์บุรี	155,683	2
ตราด	146,706	2
สมุทรสงคราม	136,561	1

## ตาราง 44 (ต่อ)

จังหวัดและเขตการปกครอง	ประชากรรวม	ร้อยละ
<b>ภาคเหนือ</b>	<b>7,646,866</b>	
เชียงใหม่	1,003,342	13
เชียงราย	755,587	10
นครสวรรค์	729,287	10
เพชรบูรณ์	645,953	8
พิษณุโลก	530,173	7
ลำปาง	523,133	7
กำแพงเพชร	450,815	6
สุโขทัย	396,798	5
พิจิตร	383,237	5
พะเยา	336,278	4
แพร่	329,444	4
ตาก	325,153	4
อุตรดิตถ์	310,658	4
น่าน	306,355	4
ลำพูน	276,430	4
อุทัยธานี	203,408	3
แม่ฮ่องสอน	140,815	2
<b>ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</b>	<b>13,928,727</b>	
นครราชสีมา	1,709,724	12
ขอนแก่น	1,159,387	8
อุบลราชธานี	1,131,300	8
บุรีรัมย์	998,815	7
อุดรธานี	981,291	7
ศรีสะเกษ	940,052	7
สุรินทร์	888,151	6
ร้อยเอ็ด	840,367	6
ชัยภูมิ	732,618	5
สกลนคร	696,104	5



## ตาราง 44 (ต่อ)

จังหวัดและเขตการปกครอง	ประชากรรวม	ร้อยละ
มหาสารคาม	633,599	5
กาฬสินธุ์	616,245	4
หนองคาย	591,055	4
นครพนม	457,782	3
เลย	406,040	3
ยโสธร	375,506	3
หนองบัวลำภู	322,518	2
อำนาจเจริญ	240,354	2
มุกดาหาร	207,820	1
<b>ภาคใต้</b>	<b>5,409,208</b>	
นครศรีธรรมราช	1,016,507	19
สงขลา	839,834	16
สุราษฎร์ธานี	581,494	11
นราธิวาส	443,005	8
ปัตตานี	398,617	7
ตรัง	398,032	7
พัทลุง	333,396	6
ชุมพร	298,440	6
ยะลา	277,927	5
กระบี่	224,870	4
ภูเก็ต	166,839	3
สตูล	165,788	3
พังงา	156,634	3
ระนอง	107,823	2



ภาคผนวก ข

ตารางประเภทภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ที่ตัวอย่างชื่นชอบ ได้แก่  
ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์/อัตชีวประวัติ ภาพยนตร์รักโรแมนติก และภาพยนตร์ชีวิต

ตาราง 46 แสดงค่าลำดับที่ คะแนน และร้อยละของประเภทภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์/อัตชีวประวัติ

ลำดับ	ประเภท ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ / อัตชีวประวัติ	คะแนน	ร้อยละ
1	Dae Jang guem (จอมนางแห่งวังหลวง)	114.33	29.77
2	Ju Mong (จุมง...มหาวีรบุรุษกั๊กบัลลังก์)	94.50	24.61
3	The legendary Doctor Hur Jun (คนดีที่โลกรอมอโฮจุน)	79.50	20.70
4	Queen Seondeok (ซอนดีอกมหาราชินีสามแผ่นดิน)	45.67	11.89
5	The king and I (บันทึกรัก คิมชุนซอนสุภาพบุรุษมหาชนที่)	18.00	4.69
6	The Kingdom of the winds (มยุล มหาบุรุษพิชิตแผ่นดิน)	11.17	2.91
7	The legend (ศึกตำนานเทพสวรรค์)	8.67	2.26
8	The painter of the wind (ยอดหญิงตำนานศิลป์ ชินยุนบก)	4.17	1.09
9	West Palace (ตำหนักนางพญา)	3.50	0.91
10	Yisan (จอมบัลลังก์พลิกแผ่นดิน)	2.00	0.52
11	Bichunmo (คัมภีร์ผงาดฟ้า)	0.50	0.13
12	Great ambition (ลูกผู้ชายหัวใจพยัคฆ์)	0.50	0.13
13	Hwang jin yi (จอมนางหัวใจทรวง)	0.33	0.09
14	Iljimaе (วีรบุรุษจอมใจ)	0.17	0.04
15	Im Sang Oug (อิมซังอ็อก)	0.17	0.04
16	Princess Ja Myung Go (จามอง ยอดหญิงผู้พิทักษ์แผ่นดิน)	0.33	0.09
17	Seo Dong Yo (สายใยรักสองแผ่นดิน)	0.50	0.13

ตาราง 47 แสดงค่าลำดับที่ คะแนน และร้อยละของประเภทภาพยนตร์รักโรแมนติก/Romantic Comedy

ลำดับ	ประเภท ภาพยนตร์รักโรแมนติก / Romantic Comedy	คะแนน	ร้อยละ
1	Coffee prince (รักวุ่นวายของเจ้าชายกาแฟ)	111.17	28.95
2	Full house (สะกดรักที่ปักใจ)	96.67	25.17
3	Princess hour (เจ้าหญิงวุ่นวายกับเจ้าชายเย็นชา)	72.83	18.97
4	Billie Jean my love (ยัยวุ่นวายกับคุณชายซูเปอร์สตาร์)	40.50	10.55
5	Goong S (เจ้าชายล้มหล่น)	15.83	4.12
6	Fantasy Couple, Couple or Trouble (คู่สร้างคู่แสบ)	14.50	3.78
7	Wedding (รักวุ่น ลุ้นวิวาห์)	11.67	3.04
8	All In (เทहन้าตักรักหมดใจ)	5.33	1.39
9	Cinderella Man (ยัยก๊ากก็ก๊ะคุณชายจำเป็น)	3.33	0.87
10	Flower for my life (รักพลิกล้อคของนายเจ็ยมเจ็ยม)	1.83	0.48
11	Fashion 70's (รักนี้ไม่มีดีไซด์)	1.17	0.30
12	Great Inheritance, Great Expectations (จีวซ่าป่วนมาเฟียหน้าใส)	1.00	0.26
13	Hello miss (คุณชายไฮโซกับคุณหนูโอท็อป)	0.67	0.17
14	How to survive in the school (รักมากมายของนายตัวป่วน)	0.50	0.13
15	Punch (ฝากหัวใจติดปลายนวม)	0.50	0.13
16	Lady of dignity (คุณแม่มือใหม่หัวใจเกินร้อย)	0.50	0.13
17	I'm sorry I love you (ขอโทษครับผมรักคุณ)	0.33	0.09
18	Vineyard man (หนุ่มบ้านไร่หัวใจปิ้งรัก)	0.33	0.09
19	Sweet 18 (เจ้าสาวมือใหม่ยัยตัวจุ่น)	0.33	0.09
20	Witch Yoo Hee (สะกดรัก กับดักยัยแม่มด)	0.33	0.09
21	Marring a millionaire (เกมส์รักเรียลลิตี้)	0.33	0.09
22	Why did you come to my home (รักต้องลุ้นลุ้นสุดฮา)	0.33	0.09
23	Wonderful life (ป่วนรักเจ้าตัวยุ่ง)	0.33	0.09
24	Bad family (ครอบครัวป่วนก๊วนก้ามะลอก)	0.33	0.09

## ตาราง 47 (ต่อ)

ลำดับ	ประเภท ภาพยนตร์รักโรแมนติก / Romantic Comedy	คะแนน	ร้อยละ
25	Be strong Guem Soon (กิมซุนล้นรัก)	0.33	0.09
26	Biscuit teacher and star candy (ครูเขี้ยวนักเรียนแสบ)	0.33	0.09
27	My fair lady (คุณผู้ชายกับยายเป็น)	0.33	0.09
28	My 19 year ole sister in low (รักหวาน วันวานคือเธอ)	0.33	0.09
29	My name is Kim Sam Soon (ฉันนี่แหละคิมซัมซุน)	0.33	0.09
30	My sweet soul (ขอรักสักครั้ง ณ. กรุงโซล)	0.33	0.09
31	My fair lady (คุณหนูครับมีรักมาเสิร์ฟ)	0.33	0.09
32	One fine day (ขอออดรักด้วยหัวใจ)	0.33	0.09
33	Please come back Soon Ae (รักใส ๆ หัวใจวีเทิร์น)	0.33	0.09
34	18 vs 29 (จำแบบไหนก็รักเธอ)	0.33	0.09
35	Bejing my love (ฝากหัวใจไว้ที่ปักกิ่ง)	-	-
36	Cat on the roof (รักเหมียว ๆ ขอเกี่ยวหัวใจ)	-	-
37	December fever (เพียงสองเราใต้เงาแห่งรัก)	-	-
38	Exhibition firework (สาวเกือบ) ไสยังมีไฟอยู่)	-	-
39	Love letter (รักปิดผนึก)	-	-
40	Lady next door (ก๊ิกรักให้ยกก๊วน)	-	-
41	Oh Dal ja (รักด่วน ๆ ขบวนการสุดท้าย)	-	-
42	Princess LuLu (วุ่นนักฝันรักของเจ้าหญิง)	-	-
43	Pure Love (รักนี้เพื่อเธอ)	-	-
44	Robber (บึ้งรักนักต้มตุ๋น)	-	-
45	Rude women (รักต่างวัยใจเกินร้อย)	-	-
46	Sang doo let go to school (บันทึกหัวใจนายช่างดู)	-	-
47	Sasy Girl (สาวหน้าใสกับนายตัวแสบ)	-	-
48	Soulmate (วุ่นที่สุดสะกดรัก)	-	-
49	Super rookie (น้องใหม่เบอร์ 1 อดสูดยอด)	-	-
50	Sweet spy (สายลับขี้เก๊ก กับหวานใจซุ่มซ่าม)	-	-

ตาราง 47 (ต่อ)

ลำดับ	ประเภท ภาพยนตร์รักโรแมนติก / Romantic Comedy	คะแนน	ร้อยละ
51	Sunshine of love (เติมรักให้เต็มหัวใจ)	-	-
52	Still I love you (บอกหัวใจ I love you)	-	-
53	Stairway to heaven (ฝากไว้ที่ปลายฟ้า)	-	-
54	Save your last dance for me (ปลายฝันรักนั้นคือเธอ)	-	-
55	Which star are you from (รักนี้มาจากไหน)	-	-

ตาราง 48 แสดงค่าลำดับที่ คะแนน และร้อยละของประเภทภาพยนตร์ชีวิต/Drama

ลำดับ	ประเภท ภาพยนตร์ชีวิต / Drama	คะแนน	ร้อยละ
1	Autumn in my heart (รักนี้ชั่วนิรันดร์)	103.67	27.00
2	Winter love song (เพลงรักในสายลมหนาว)	98.00	25.52
3	Love in Harvard (กฎหมายรักฉบับฮาร์วาร์ด)	67.33	17.53
4	Land of wine (เสนห์รักนักปราชญ์)	40.50	10.55
5	Romance 19*25 (สูตรคุณหัวใจ)	23.17	6.03
6	Sun flower (ลิขิตฝัน เติมพันรัก)	17.67	4.60
7	The Devil (คำพิพากษาซาตาน)	12.17	3.17
8	White Tower (พลิกชีวิต นาที่วิกฤต)	4.83	1.26
9	World Within (รักนี้ไม่ต้องมีบท)	3.83	1.00
10	Say you love me (รักซ่อนซ่อนเล่ห์)	1.83	0.48
11	Spring day (ฝันลิขิตรัก)	1.17	0.30
12	Autumn Shower (หยุดไม่ได้หากหัวใจอยากจะรัก)	1.00	0.26
13	Goodbye solo (ขอเพียงหัวใจไม่ลืมรัก)	0.67	0.17
14	Lover in Prague (ปรากฏ ฝันรักแรงอธิษฐาน)	0.50	0.13
15	Only you (หัวใจปราชญ์)	0.50	0.13
16	Stained Glass (หนึ่งเขาสองเรารักนั้นนิรันดร์)	0.50	0.13
17	Terms of Ement (เส้นทางแห่งรัก)	0.50	0.13

## ตาราง 48 (ต่อ)

ลำดับ	ประเภท ภาพยนตร์ชีวิต / Drama	คะแนน	ร้อยละ
18	Sad love story (ลิขิตฟ้ากันรัก)	0.50	0.13
19	Phoenix (ลิขิตรัก เพลิงวิษยา)	0.50	0.13
20	Glass shoes (รองเท้าแก้ว)	0.33	0.09
21	A love to kill (แค้นเพื่อรัก)	0.33	0.09
22	A wish upon a star (จับมือไว้แล้วไปสู่วัน)	0.33	0.09
23	First love (รักแรกสุดใจ รักสุดท้ายมีอาจลิม)	0.33	0.09
24	Hotelier (เช็คอินหัวใจ)	0.33	0.09
25	Hong gil dong (จอมโจรโดนใจ)	0.33	0.09
26	Ireland (มิอาจห้ามใจให้รัก)	0.33	0.09
27	Loveholic (รักเกินห้ามใจ)	0.33	0.09
28	Lover in Paris (ฝันรักปารีส)	0.33	0.09
29	Love in heaven (สวรรค์ลิขิตรัก)	0.33	0.09
30	Loving you (คลื่นรักทะเลใจ)	0.33	0.09
31	Miss mermaid (รอยรักแรงแค้น)	0.33	0.09
32	Snow flower (แรงรักแรงแค้น)	0.33	0.09
33	Spring waltz (ดนตรีรักหัวใจปรานา)	0.33	0.09
34	Smile again (แผนลวง บ่วงรัก)	0.33	0.09
35	Wuri's Family (อุ้นรักให้เต็มหัวใจ)	0.17	0.04



ภาคผนวก ค

แบบสอบถามความคิดเห็น



## แบบสอบถามความคิดเห็น

**คำชี้แจง** เนื่องจากผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่องภาพยนตร์เกาหลี : กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทราบข้อมูลเกี่ยวกับการรับชมภาพยนตร์จากประเทศเกาหลีจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงมากที่สุด

### ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

#### 1. เพศ

ชาย

หญิง

#### 2. อายุ.....ปี

#### 3. ระดับการศึกษา

มัธยมศึกษา / หรือเทียบเท่า

ปริญญาตรี / หรือเทียบเท่า

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

#### 4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ไม่มีรายได้

ไม่เกิน 10,000 บาท

10,001-20,000 บาท

20,001-30,000 บาท

30,001-40,000 บาท

40,000 บาทขึ้นไป

#### 5. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา

พนักงานเอกชน

ธุรกิจส่วนตัว

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พนักงานของรัฐ

รับจ้าง

อื่นๆ .....

#### 6. สถานภาพสมรส

โสด

สมรส

หย่าร้าง / หม้าย

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของการรับชมภาพยนตร์จากประเทศเกาหลี

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของตัวท่านมากที่สุด

7. ท่านเคยรับชมภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ตั้งแต่เริ่มจนจบกี่เรื่อง

- 4-6 เรื่อง
- 7-9 เรื่อง
- 10-12 เรื่อง
- 13-15 เรื่อง
- 16-20 เรื่อง
- มากกว่า 20 เรื่อง

8. ท่านรับชมภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ กี่เรื่อง/สัปดาห์

- 1-2 เรื่อง
- 2-5 เรื่อง
- มากกว่า 5 เรื่อง

9. ท่านรับชมภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในช่วงเวลาใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 06.00-10.00 น.
- 10.00-14.00 น.
- 14.00-18.00 น.
- 18.00-22.00 น.
- 22.00-02.00 น.
- 02.00-6.00 น.

10. ท่านมีเกณฑ์ในการเลือกรับชมภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ดูทุกเรื่องที่เข้าฉาย
- ดูเฉพาะที่มีนักแสดงที่ชื่นชอบ
- ดูเฉพาะเรื่องที่มีเนื้อหาน่าสนใจ
- ดูเฉพาะเรื่องที่เป็นที่นิยม / มีคนชักชวน
- ดูเฉพาะเรื่องที่ยาวในช่วงเวลาว่าง
- อื่นๆ (ระบุ).....

11. ท่านชื่นชอบสิ่งใดในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- บุคลิกและความสามารถของนักแสดง
- ภาษา และท่าทางที่ใช้ในการสื่อสาร
- แก่นความคิดในการนำเสนอ
- ทัศนองค์ประกอบ (ฉาก สถานที่ถ่ายทำ เครื่องแต่งกาย แสง)
- เพลง และดนตรีประกอบในเรื่อง
- เนื้อหาของเรื่อง
- เป็นภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยม/ไม่ตกยุค
- อื่นๆ (ระบุ).....

12. ประเภทของภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด

(ตอบเพียง 1 ข้อ)

- ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์/อัตชีวประวัติ
- ภาพยนตร์ชีวิต/ Drama
- ภาพยนตร์รักโรแมนติก/ Romantic Comedy

## ประเภท ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ / อัดชีวประวัติ

### 13. กรุณาเรียงลำดับ เรื่องที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด 3 ลำดับ (ลำดับที่ 1 = มากที่สุด)

- ..... Bichunmo (คัมภีร์ผงาดฟ้า)
- ..... Dae Jang guem (จอมนางแห่งวังหลวง)
- ..... Great ambition (ลูกผู้ชายหัวใจพยัคฆ์)
- ..... Hwang jin yi (จอมนางหัวใจทรนง)
- ..... Iljimae (วีรบุรุษจอมใจ)
- ..... Im Sang Oug (อิมซัมอ๊ก)
- ..... Ju Mong (จุมง...มหาวีรบุรุษกบฏลี้ภัย)
- ..... Princess Ja Myung Go (จามอง ยอดหญิงผู้พิทักษ์แผ่นดิน)
- ..... Queen Seondeok (ซอนตอกมหาราชินีสามแผ่นดิน)
- ..... Seo Dong Yo (สายใยรักสองแผ่นดิน)
- ..... The king and I (บันทึกรัก คิมชูซอนสุภาพบุรุษมหาชนนี)
- ..... The Kingdom of the winds (มยุล มหามุขพิชิตแผ่นดิน)
- ..... The legend (ศึกตำนานเทพสวรรค์)
- ..... The legendary Doctor Hur Jun (คนดีที่โลกรอมอไฮจุน)
- ..... The painter of the wind (ยอดหญิงตำนานศิลป์ ชินยุนบก)
- ..... West Palace (ตำหนักนางพญา)
- ..... Yisan (จอมบัลลังก์พลิกแผ่นดิน)

## ประเภท ภาพยนตร์รักโรแมนติก / Romantic Comedy

### 14. กรุณาเรียงลำดับ เรื่องที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด 3 ลำดับ (ลำดับที่ 1 = มากที่สุด)

- ..... 18 vs 29 (จำแบบไหนก็รักเธอ)
- ..... All In (เทหน้าตัดรักหมดใจ)
- ..... Beijing my love (ฝากหัวใจไว้ที่ปักกิ่ง)
- ..... Be strong Guem Soon (กิมซุนสู้รัก)
- ..... Biscuit teacher and star candy (ครูเซี่ยวนักเรียนแสบ)
- ..... Billie Jean my love (ย้ายรุ่นนายกับคุณชายซูเปอร์สตาร์)
- ..... Coffee prince (รักรุ่นนายของเจ้าชายกาแฟ)
- ..... Cat on the roof (รักเหมียว ๆ ขอเกี่ยวหัวใจ)
- ..... Cinderella Man (ย้ายก๊ากก็กะคุณชายจำเป็น)
- ..... Flower for my life (รักพลิกลิคคของนายเจี๊ยมเจี๊ยม)
- ..... December fever (เพียงสองเราได้เงาแห่งรัก)
- ..... Full house (สะดุดรักที่ปักใจ)
- ..... Exhibition firework (สาวเกือบ) ไสยังมีไฟอยู่)
- ..... Fashion 70's (รักนี้ไม่มีดีไซด์)
- ..... Goong S (เจ้าชายล้มหล่น)
- ..... Great Inheritance, Great Expectations (จิวซ่าปวนมาเพียหน้าใส)
- ..... Hello miss (คุณชายไฮโซกับคุณหนูโหดป)
- ..... How to survive in the school (รักมากมายของนายตัวปวน)
- ..... Punch (ฝากหัวใจติดปลายนม)
- ..... I'am sorry I love you (ขอโทษครับผมรักคุณ)
- ..... Love letter (รักปิดผนึก)
- ..... Lady of dignity (คุณแม่มีมือใหม่หัวใจเกินร้อย)

- ..... Lady next door (ก๊ิกรักให้ยกก๊วน)
- ..... Marring a millionaire ( เกมส์รักเรียลลิตี้)
- ..... My fair lady (คุณผู้ชายกับยายเป็น)
- ..... My girl (รักหมดใจยายกะล่อน)
- ..... My 19 year ole sister in low (รักหวาน วันวานคือเธอ)
- ..... My name is Kim Sam Soon (ฉันนี่แหละคิมซัมซุน)
- ..... My sweet soul (ขอรักสักครั้ง ณ. กรุงโซล)
- ..... My fair lady (คุณหนูครับมีรักมาเสิร์ฟ)
- ..... One fine day (ขออรรักด้วยหัวใจ)
- ..... Oh Dal ja (รักด่วนๆ ขบวนสุดท้าย)
- ..... Princess hour (เจ้าหญิงวุ่นวายกับเจ้าชายเย็นชา)
- ..... Please come back Soon Ae (รักใส ๆ หัวใจวีเทิร์น)
- ..... Princess LuLu (วุ่นนักฝันรักของเจ้าหญิง)
- ..... Pure Love (รักนี้เพื่อเธอ)
- ..... Robber (ปิ้งรักนักต้มตุ๋น)
- ..... Rude women (รักต่างวัยใจเกินร้อย)
- ..... Sang doo let go to school (บันทึกหัวใจนายช่างดู)
- ..... Sasy Girl (สาวหน้าใสกับนายตัวแสบ)
- ..... Soulmate (วุ่นที่สุดสะกดรัก)
- ..... Super rookie (น้องใหม่เบอร์ อัดสุดยอด)
- ..... Sweet spy (สายลับซี้เก๊ก กับหวานใจซุ่มซาม)
- ..... Sweet 18 (เจ้าสาวมือใหม่ยัยตัวจุ่น)
- ..... Sunshine of love (เติมรักให้เต็มหัวใจ)
- ..... Still I love you (บอกหัวใจ I love you)

- ..... Stairway to heaven (ฝากไว้ที่ปลายฟ้า)
- ..... Save your last dance for me (ปลายฝันรักนั้นคือเธอ)
- ..... Vineyard man (หนุ่มบ้านไร่หัวใจบึ้งรัก)
- ..... Why did you come to my home (รักต้องลุ่มลุ่มสุดฮา)
- ..... Wedding (รักวุ่น ลุ้นวิวาห์)
- ..... Witch Yoo Hee (สะดุดรัก กับดักยายแม่มด)
- ..... Which star are you from (รักนี้มาจากไหน)
- ..... Wonderful life (ป่วนรักเจ้าตัวยุ่ง)
- ..... What up fox (รักครั้งนี้จี้หัวใจ)
- ..... Bad family (ครอบครัวป่วนกวนกำมะลอ)
- ..... Fantasy Couple, Couple or Trouble (คู่สร้างคู่สม)

### ประเภท ภาพยนตร์ชีวิต / Drama

15. กรุณาเรียงลำดับ เรื่องที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด 3 ลำดับ (ลำดับที่ 1 = มากที่สุด)

- ..... A love to kill (แค้นเพื่อรัก)
- ..... Autumn in my heart (รักนี้ชั่ววินรันดร์)
- ..... Autumn Shower (หยุดไม่ได้หากหัวใจอยากจะรัก)
- ..... A wish upon a star (จับมือไว้แล้วไปสู่วัน)
- ..... First love (รักแรกสุดใจ รักสุดท้ายมิอาจลืม)
- ..... Goodbye solo (ขอเพียงหัวใจไม่ลืมรัก)
- ..... Glass shoes (รองเท้าแก้ว)
- ..... Hotelier (เช็คอินหัวใจ)
- ..... Hong gil dong (จอมโจรโดนใจ)
- ..... Ireland (มิอาจห้ามใจให้รัก)

- ..... Land of wine (เสน่ห้รักนักปลูกไวน์)
- ..... Loveholic (รักเกินห้ามใจ)
- ..... Love in Harvard (กฎหมายรักฉบับฮาร์วาร์ด)
- ..... Lover in Prague (ปราศ ผันรักแรงอธิษฐาน)
- ..... Lover in Paris (ผันรักปารีส)
- ..... Love in heaven (สวรรค์ลิขิตรัก)
- ..... Loving you (คลื่นรักทะเลใจ)
- ..... Miss mermaid (รอยรักแรงแค้น)
- ..... Only you (หัวใจปรูกรัก)
- ..... Phoenix (ลิขิตรักเพลิงริษยา)
- ..... Romance 19\*25 (สูตรคูณหัวใจ)
- ..... Snow flower (แรงรักแรงแค้น)
- ..... Snow queen (ลิขิตรักละลายใจ)
- ..... Stained Glass (หนึ่งเขาสองเรารักนี้รันดร์)
- ..... Sun flower (ลิขิตผัน เดิมพันรัก)
- ..... Spring waltz (ดนตรีรักหัวใจปรานา)
- ..... Say you love me (รักซ้อนซ้อนเลห์)
- ..... Sad love story (ลิขิตฟ้ากัันรัก)
- ..... Spring day (ผันลิขิตรัก)
- ..... Smile again (แผนลวง บ่วงรัก)
- ..... Terms of Ement (เส้นทางแห่งรัก)
- ..... White Tower (พลิกชีวิต นาทีวิกฤต)
- ..... Wuri's Family (คู่ันรักให้เต็มหัวใจ)
- ..... The Devil (คำพิพากษาซาตาน)



..... Winter love song (เพลงรักในสายลมหนาว)

..... World Within (รักนี้ไม่ต้องมีบท)

### ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์จากประเทศเกาหลี

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของตัวท่านมากที่สุด

ลำดับ	คำถาม	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
1	ฉันชื่นชอบภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์					
2	ฉันคิดว่าภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์มีความหลากหลาย					
3	ฉันให้ความสนใจในบุคลิก/ความสามารถของนักแสดงในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลี					
4	ฉันให้ความสนใจเพลง/ภาษาและท่าทางที่ใช้ในการสื่อสารในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลี					
5	ฉันให้ความสนใจในเนื้อหาคณะที่สอดแทรกในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลี					
6	ฉันให้ความสนใจเครื่องแต่งกายของนักแสดงในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลี					
7	ฉันให้ความสนใจในฉากและสถานที่ในการถ่ายทำ ในภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลี					
8	ฉันให้ความสนใจในเนื้อเรื่องและบทของภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลี					
9	ฉันให้ความสนใจกับภาพยนตร์จากประเทศเกาหลี ที่ได้รับความนิยมและความทันสมัย					

ภาคผนวก ง

แบบสอบถามเพื่อคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติตามงานวิจัย



**แบบสอบถามเพื่อคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติตามงานวิจัย  
เรื่อง**

**ภาพยนตร์เกาหลี : กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในบริบทสังคมไทย**

**เกณฑ์:** ทุกกลุ่มประกอบไปด้วย:

1. จะต้องเป็นประชากรไทย
2. จะต้องเป็นประชากรตามจังหวัดที่กำหนด
3. จะต้องเป็นผู้ที่เคยชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ครั้งล่าสุดไม่เกิน 3 เดือน
4. จะต้องเป็นผู้ที่เคยชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ โดยเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 4 เรื่อง

ต่อปีผู้ที่เคยชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ จะต้องมียุ่ระหว่าง 15 – 60 ปี

**สถานที่สัมภาษณ์:** กรุงเทพฯ

ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	1
สถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (สายเหนือ – หมอชิตใหม่)	2
สถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (สายตะวันออก – เอกมัย)	3
สถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (สายใต้ – บรมราชชนนีสายใต้ใหม่)	4
สถานีรถไฟหัวลำโพง	5
ท่ารถตู้อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ	6

สวัสดีครับ ผมชื่อ.....มาจาก.....คุณพอจะมีเวลาตอบคำถามสักครู่ไหมครับ  
รับรองได้ว่าการสัมภาษณ์ไม่เกี่ยวกับการแสวงหาผลกำไรใดๆทั้งสิ้น ข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากคุณ เราจะนำมาใช้เพื่อการ  
วิจัยเท่านั้น

**S1. คุณเป็นประชากรไทยที่มีสัญชาติไทยใช่หรือไม่**

ใช่ 1

ไม่ 2 ยุติการสัมภาษณ์

**S2. คุณพักอาศัยหรือมีภูมิลำเนาในจังหวัดใด**

ถ้าไม่ใช่ตามจังหวัดที่กำหนด 1 ยุติการสัมภาษณ์

ตามตาราง และเช็คโควตา 2

จังหวัด (n = 384)

ภาคกลาง (90)	ภาคเหนือ (72)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (131)	ภาคใต้ (51)	กรุงเทพมหานคร (40)
ชลบุรี (12)	เชียงใหม่ (17)	นครราชสีมา (32)	นครศรีธรรมราช (18)	
สมุทรปราการ (12)	เชียงราย (13)	ขอนแก่น (22)	สงขลา (15)	
สุพรรณบุรี (10)	นครสวรรค์ (13)	อุบลราชธานี (21)	สุราษฎร์ธานี (10)	
นนทบุรี (10)	เพชรบูรณ์ (11)	บุรีรัมย์ (19)	นราธิวาส (8)	
นครปฐม (10)	พิษณุโลก (9)	อุดรธานี (19)		
ราชบุรี (9)	ลำปาง (9)	ศรีสะเกษ (18)		
ลพบุรี (9)				
กาญจนบุรี (9)				
พระนครศรีอยุธยา (9)				

**S3. คุณได้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ล่าสุดเมื่อใด**

มากกว่า 3 เดือน .1 ยุติการสัมภาษณ์

น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 เดือน 2

**S4. คุณได้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์โดยเฉลี่ยปีละกี่เรื่อง**

โดยเฉลี่ยน้อยกว่า 4 เรื่อง ต่อปี 1 ยุติการสัมภาษณ์

โดยเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4 เรื่อง ต่อปี 2

## S5. ขอทราบอายุของคุณ

ต่ำกว่า 15 ปี 1 ยุติการสัมภาษณ์

15-25 ปี (โปรดระบุ \_\_\_\_\_) 2 สัมภาษณ์ต่อ

26-35 ปี (โปรดระบุ \_\_\_\_\_) 3 สัมภาษณ์ต่อ

36-45 ปี (โปรดระบุ \_\_\_\_\_) 4 สัมภาษณ์ต่อ

46-55 ปี (โปรดระบุ \_\_\_\_\_) 5 สัมภาษณ์ต่อ

56-60 ปี (โปรดระบุ \_\_\_\_\_) 6 สัมภาษณ์ต่อ

มากกว่า 60 ปี 7 ยุติการสัมภาษณ์

## S6. เมื่อได้คุณสมบัติครบทั้ง 5 ข้อแล้ว ผู้วิจัยจะสัมภาษณ์ต่อไปในแบบสอบถามความคิดเห็น

เรื่องภาพยนตร์เกาหลี : กรณีศึกษากระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย โดยแบบสอบถาม  
จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของการรับชมภาพยนตร์จากประเทศเกาหลี

ส่วนที่ 3 คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์จากประเทศเกาหลี

ขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์และจบการสัมภาษณ์และให้รายละเอียดต่างๆ



## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล นายนพดล อินทร์จันทร์  
 วันเดือนปีเกิด 22 พฤษภาคม 2521  
 สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร  
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน 4/824 ซอยเสรีไทย 57 ถนนเสรีไทย บึงกุ่ม กรุงเทพฯ  
 ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน ผู้อำนวยการสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ  
 สถานที่ทำงานปัจจุบัน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

### ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2538 ระดับมัธยมศึกษา  
 จาก โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร  
 (ฝ่ายมัธยม)

พ.ศ. 2542 ศป.บ. (การออกแบบเพื่อการแสดง) เกียรตินิยมอันดับ 1  
 จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พ.ศ. 2549 ระดับปริญญาโท M.F.A. (Theatre : Costume Design)  
 จาก Illinois State University, United State of America

พ.ศ. 2556 ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย  
 จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ