

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความเจริญทางเทคโนโลยีปัจจุบันมีบทบาทกับวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่เลือกรับสื่อบันเทิงของเกาหลี ซึ่งเกิดจากอิทธิพลจากสื่อ ทั้งที่เกิดขึ้นจากความตั้งใจและไม่ตั้งใจก็ตาม โดยจะเห็นได้ชัดจากการเปิดรับสื่อทางโทรทัศน์เกี่ยวกับสื่อบันเทิงเกาหลี ซึ่งผู้ส่งสารจะเน้นประเด็นที่คิดว่าสำคัญและน่าสนใจในขณะนั้นมาเสนอ เพื่อให้เกิดผลในกระแสสังคมเกาหลีในด้านการโฆษณาไม่ว่าจะเป็น สิ่งของเครื่องใช้ เสื้อผ้าการแต่งกาย การท่องเที่ยว ฯลฯ นำเสนอทุกวันและเป็นประจำ และเป็นตัวกระตุ้นทำให้ผู้รับสารรับรู้เรื่องต่างๆ ที่สื่อนำมาเผยแพร่เข้าสู่กระบวนการคิด ตีความ จดจำประมวลเป็นความรู้ และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร เกิดการแสดงพฤติกรรมออกมาไม่ว่าจะเป็นทางด้านการแต่งกายเลียนแบบ การแต่งหน้า ทำผม การใช้ภาษา พฤติกรรมการแสดงออก รวมถึงวัฒนธรรมการรับประทานอาหารเกาหลี ฯลฯ

ในปัจจุบันนั้นการสื่อสารมวลชนเป็นยุคแห่งการสื่อสารเสรี โดยเฉพาะเรื่องของการสื่อสารข้ามพรมแดน (globalization) ที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารถึงกันระหว่างประเทศในทั่วทุกภูมิภาคของโลกและการสื่อสารมวลชนยังเป็นช่องทางสำคัญที่ช่วยให้ข้อมูลและข่าวสารเหล่านั้นสามารถส่งต่อถึงกันได้ในระยะเวลายันสั้นและมีอิทธิพลต่อสมาชิกของสังคมในวงกว้างเกิดการสื่อสารที่ข้ามวัฒนธรรมมากขึ้น จนกระทั่งมาถึงกระแส “Korean Wave” หรือ “Hallyu” หมายถึงปรากฏการณ์ความนิยมวัฒนธรรมเกาหลีที่มาจากอิทธิพลของสินค้าวัฒนธรรม K-Pop ได้แก่ ภาพยนตร์ ละคร เพลง เกม นิยาย การ์ตูน และแอนิเมชัน (ปัญญาวิวัฒน์ 5 (1)) ดังนั้นเรื่องของการสื่อสารมวลชนจึงมิใช่เป็นการเผยแพร่ภายในประเทศของตนเท่านั้น แต่มีการเผยแพร่เรื่องราวในด้านต่างๆ ของประเทศนั้นๆ ให้เป็นที่รู้จักไปยังนานาประเทศอีกด้วย โดยเฉพาะในเรื่องของการสื่อสารด้านวัฒนธรรมนั้นเราสามารถรับรู้วัฒนธรรมของต่างประเทศ โดยแฝงผ่านมากับเนื้อหาของสื่อตนเอง (กานต์พิชชา วงษ์ขาว, 2551 : 1)

ที่มาของอิทธิพลของสื่อบันเทิงของเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของกลุ่ม คลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีจุดเริ่มต้นมาจากการแพร่ภาพของซีรีส์ คอยดูกลามเป็นเพลง ภาษา วัฒนธรรม และการแต่งกายตามมา ซีรีส์เกาหลี เป็นสื่อที่วัยรุ่นให้ความสนใจมากที่สุด เพราะ เรื่องในซีรีส์ที่นอกจากจะสร้างความพึงพอใจแล้ว เนื้อหาของซีรีส์ยังสามารถดูใจหรือมีอิทธิพลต่อ กลุ่มวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี นักวิจัยค้นพบว่าเนื้อหาของสารที่สามารถดูใจวัยรุ่นให้มีการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ เนื้อหาที่มีลักษณะสนุกสนาน สร้างอารมณ์ขัน หรือเป็นเรื่องเกี่ยวกับเพศ ความรัก ความ สวยงาม เรื่องชาย-หญิง มาเป็นจุดดึงดูดใจ นอกจากนี้การนำเสนอก็เป็นสิ่งดึงดูดใจเช่นเดียวกัน สำหรับซีรีส์แล้วมีการสร้างเทคนิคที่น่าสนใจ เพราะมีทั้งภาพเคลื่อนไหว สีและเสียง นอกจากนี้ จะถ่ายทำจากสถานที่จริงแล้ว ยังสามารถใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการสร้างสรรค์ออกมาให้ เหมือนจริงหรือเหนือจริงก็ได้ดังนั้นเนื้อหาของซีรีส์ผนวกกับการนำเสนอจึงเป็นพลังดึงดูดความ สนใจของกลุ่มวัยรุ่นได้เป็นอย่างมาก

อิทธิพลของสื่อบันเทิงของเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของกลุ่มคลั่งไคล้ใน เขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่ามีการเลียนแบบตามสื่อบันเทิงเกาหลีอย่างรุนแรง เช่น การกิน การแต่งกาย และการใช้ภาษา จึงทำให้คนรอบข้างในสังคมไม่เข้าใจ และปัจจุบันไม่ว่าสิ่งใด หากมาจากเกาหลีก็มักจะได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจนทำให้ประเทศไทยเสียดุลการค้า นอกจากนี้เยาวชนไทยยังเลียนแบบค่านิยมวัฒนธรรมเกาหลีจากการดูซีรีส์มากขึ้น จนเหมือนถูก กลืน ไม่ว่าจะเป็นการเรียนภาษาเกาหลี เพื่อให้ได้อรรถรสในการชมและเพื่อติดตามข่าวสารของ ศิลปินดารานักร้องได้อย่างสะดวก หรือความนิยมเรื่องอาหารหลังจากที่ซีรีส์เรื่อง “แดจังกึม” ออกอากาศ มีสถานสอนทำอาหารและมีร้านอาหารเกาหลีเพิ่มมากขึ้น การรับประทานอาหาร มุมมองไม่สุขภาพ การแสดงกิริยาท่าทางเอร็ดเอาเปรียบ ความนิยมเครื่องสำอางและแฟชั่นเกาหลี เช่น การแต่งหน้าใส ตาโตสไตร์เกาหลี การกินหรือฉีดวิตามินเพื่อให้มีผิวขาวเหมือนสาวเกาหลี อันเป็นบ่อเกิดของผู้ที่ต้องการหาผลประโยชน์จากความคลั่งไคล้และก่อให้เกิดอันตรายและความ เสียหายทั้งทรัพย์สินและร่างกาย

ผลของการไหลบ่าของกระแสสื่อเกาหลีเข้าสู่สังคมไทย จนทำให้เกิดปรากฏการณ์ ความคลั่งไคล้ เกิดผลกระทบกับการดำเนินชีวิต เนื่องจากผู้รับสารมีจำนวนมากและมีความแตกต่างกัน ทั้งทางเพศ วัย การศึกษา ศาสนา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม การที่ผู้รับสารมีความแตกต่าง กันนี้เองทำให้สื่อมีอิทธิพลต่อผู้รับสารต่างกัน จากผลการวิจัย กลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น อายุ ระหว่าง 12-24 ปี วัยรุ่นถือเป็นผู้รับสาร อีกทั้งวัยรุ่นเป็นวัยที่อยู่ในช่วงกำลังต้องการค้นหาตนเอง และเรียนรู้ สิ่งต่างๆ จากสิ่งรอบตัว จึงถูกอิทธิพลของสื่อมวลชนชักจูงได้ง่าย ตลอดจนเกิดพฤติกรรมเลียนแบบ สื่อมวลชนตามมา ดังแนวคิดของ เดนนิส แมคเควล (McQuail, 2005) ที่ว่า อิทธิพลของสื่อมวลชน

มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับระดับการวิเคราะห์ทางสังคม ทั้งนี้สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะและพฤติกรรมของผู้รับสาร จะส่งผลกระทบทั้งในระดับบุคคลและสังคม มีทั้งทางบวกและทางลบ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ในขณะที่การสื่อสารระหว่างบุคคล จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่า อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ อาจมีการใช้เหตุผลหรือไม่ก็ได้ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่มีความละเอียดและยากแก่การคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้นได้ แต่ส่วนใหญ่มักจะกล่าวถึงในทางลบ และมักจะเน้นอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น เพราะโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการจูงใจสูงและเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้รับสาร อิทธิพลที่ห้วนเกรงกันมากที่สุดคืออิทธิพลต่อเด็กและเยาวชน โดยมีปัจจัยต่างๆ ทั้งปัจจัยทางสังคมและจิตวิทยา เงื่อนไขเวลาและปัจจัยอื่นๆ อีกมากมาย ที่จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงของเยาวชนได้ ดังกล่าวข้างต้นผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์ สุขพรวิวัฒน์ (2552) เรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับและการเลียนแบบสื่อละครโทรทัศน์เกาหลี” ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลียนแบบเรื่องการซื้อและการใช้เครื่องสำอางตามดารา ละครโทรทัศน์เกาหลีอยู่ในระดับมาก รองลงมาเลียนแบบในระดับมากเรื่องการเลือกซื้อและใช้สินค้าแบรนด์เนมตามละครโทรทัศน์เกาหลี พฤติกรรม การเปิดรับของผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลี ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกันส่งต่อการเลียนแบบต่างกัน เนื้อหาละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบและค่านิยมของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่ว่าจะตั้งแต่ต้นนอตตอนเช้าจนกระทั่งเข้านอน

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษาอย่างยิ่งว่า สิ่งเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อสังคมและปัจเจกบุคคล ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ รวมทั้งเพื่อศึกษาว่า กระแส “เกาหลีฟีเวอร์” ในปัจจุบันเข้ามามีบทบาทต่อวัยรุ่นไทยและวัยรุ่นเชียงใหม่มากน้อยเพียงใด ทำให้เกิดความนิยมและเลียนแบบทางวัฒนธรรมเกาหลี ไม่ว่าจะเป็นแฟชั่น เสื้อผ้า การแต่งกาย สินค้า ทรงผมและการรับประทานอาหารที่วัยรุ่นหันมาสนใจมากขึ้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ผ่านมาจากสื่อบันเทิงเกาหลี ดังนั้นผู้วิจัย จึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของสื่อบันเทิงเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมและการเลียนแบบของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่”

โจทย์วิจัยและคำถามวิจัย

1. โจทย์วิจัย

สื่อบันเทิงเกาหลีมีอิทธิพลต่อกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่อย่างไร

2. คำถามวิจัย

2.1 ประเภทของสื่อบันเทิงเกาหลีเป็นอย่างไร

2.2 พฤติกรรมการรับสารและพฤติกรรมการเลียนแบบจากสื่อบันเทิงเกาหลีของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร

2.3 อิทธิพลของสื่อบันเทิงเกาหลีที่มีต่อการเลียนแบบของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เป้าหมายการวิจัย

ได้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตซึ่งได้รับอิทธิพลจากสื่อบันเทิงเกาหลีและผลกระทบจากการรับอิทธิพลสื่อบันเทิงของเกาหลีที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ประเภทของสื่อบันเทิงเกาหลี
2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะ พฤติกรรมการรับสารและพฤติกรรมการเลียนแบบ
3. จากสื่อบันเทิงเกาหลีของกลุ่มคลั่งไคล้ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสื่อเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมการเลียนแบบของกลุ่ม
5. คลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ประโยชน์ที่จะได้รับจากวิจัย

1. ด้านความรู้ : ได้ความรู้เกี่ยวกับ
 - 1.1 ได้ทราบประเภทของสื่อบันเทิงเกาหลี
 - 1.2 ได้รู้และเข้าใจพฤติกรรมการรับสารและพฤติกรรมการเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลีของกลุ่มคลั่งไคล้ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
 - 1.3 ได้ทราบผลกระทบของสื่อบันเทิงเกาหลีที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
2. ด้านผลผลิต : จะได้ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการระวังการเท่าทันสื่อของเยาวชน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหาและตัวแปร

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตเนื้อหา คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตซึ่งได้รับอิทธิพลจากสื่อบันเทิงเกาหลีและผลกระทบของการรับอิทธิพลสื่อบันเทิงของเกาหลีที่ส่งผลกระทบต่อวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

1.1 ขอบเขตเนื้อหา

(1) ประเภทของสื่อบันเทิงเกาหลี

(2) คุณลักษณะ พฤติกรรมการรับสารและพฤติกรรมการเลียนแบบจากสื่อบันเทิงเกาหลีของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

(3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลของสื่อเกาหลีต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มคลั่งไคล้ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

1.2 ขอบเขตตัวแปร

(1) ตัวแปรหลัก สื่อบันเทิงเกาหลี

(2) ตัวแปรตาม พฤติกรรมของกลุ่มคลั่งไคล้

2. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร

วัยรุ่นตั้งแต่อายุ 12-24 ปี ที่คลั่งไคล้สื่อบันเทิงเกาหลีและอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถพบเจอได้ตามสถานที่รวมตัวของกลุ่มวัยรุ่น ได้แก่ อุทยานการคำกาดสวนแก้ว และห้างสรรพสินค้าพันทิพย์พลาซ่า ทั้งนี้ไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนได้ โดยที่ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จึงจะสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ทั้งนี้ในเบื้องต้นเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความคลั่งไคล้สื่อบันเทิงเกาหลีจริง ผู้วิจัยจึงจัดทำแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลเบื้องต้นจากสถานที่รวมตัวของกลุ่มคลั่งไคล้ โดยจะคัดเลือกจากแบบสอบถามมาแห่งละ 15 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 30 คน

3. ขอบเขตด้านเวลา

3.1 ขอบเขตเวลาของสื่อบันเทิงเกาหลีตั้งแต่ พ.ศ. 2547 – ปัจจุบัน

3.2 ขอบเขตเวลาของการศึกษาระยะเวลา 2 ปี 4 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 – กุมภาพันธ์ 2557

ข้อตกลงเบื้องต้น

สื่อบันเทิงเกาหลีทั้งที่เสียค่าใช้จ่ายและไม่เสียค่าใช้จ่าย ประเภท โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ อันประกอบไปด้วย ซีรีส์ เพลง รายการ โชว์ เว็บไซต์ และนิตยสาร เป็นต้น ที่ส่งผลกระทบต่อวัยรุ่นช่วงอายุ 12-24 ปี ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

นิยามศัพท์เฉพาะ

อิทธิพล หมายถึง สิ่งที่มีผลต่อความนึกคิดและความเชื่อทำให้เกิดการยอมรับไปในตัว โดยมีการเห็นชอบด้วย

ผลกระทบ หมายถึง สิ่งที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตในด้านต่างๆ ที่มีส่วนทำให้มีการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมภายในตัวบุคคลและสังคมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ทั้งเชิงบวกและเชิงลบเด่นชัด แฝง

สื่อบันเทิงเกาหลี หมายถึง สื่อข้ามชาติประเภทหนึ่งที่มีทั้งสื่อสิ่งพิมพ์หรือนิตยสาร สื่อโทรทัศน์หรือละคร/ซีรีส์ ภาพยนตร์ ดนตรี เพลง สื่ออิเล็กทรอนิกส์หรืออินเทอร์เน็ต ซึ่งทั้งหลายเหล่านี้ได้สื่อออกมาในลักษณะเรื่องราวเกี่ยวกับเกาหลีโดยเฉพาะ

วัฒนธรรมเกาหลี หมายถึง สิ่งที่เป็นแบบแผนแห่งการยอมรับที่ตรงกันของคนในสังคม และถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติร่วมกันของคนในสังคม อีกทั้งยังเป็นเอกลักษณ์ของสังคมเกาหลีที่แสดงออกมามากด้วย

วัยรุ่น หมายถึง ช่วงอายุ 12-24 ปี มีขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาทางร่างกายและจิตใจของมนุษย์ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาระหว่างวัยเด็กจนถึงวัยผู้ใหญ่ มีการเปลี่ยนแปลงทางชีววิทยา (เช่นระบบสืบพันธุ์) ทางจิตวิทยา และทางสังคม

กลุ่มคลั่งไคล้ หมายถึง อากัปกิริยาอาการหรือพฤติกรรมของวัยรุ่นที่ชื่นชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลใดบุคคลหนึ่งอย่างมากหรือเรียกได้ว่ารุนแรง โดยมีพฤติกรรมการเสพติดรวมไปถึงการทำตามหรือเลียนแบบสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้นที่ชื่นชอบและมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับสิ่งที่ชื่นชอบนั้น เช่นกลุ่มคลั่งไคล้การ์ตูนญี่ปุ่น “โอตาคุ” (<http://www.kartoondiscovery.com/topic/topic11.html>) คือคนที่อยู่ในโลกของการ์ตูนและหลงรักทุกสิ่งทุกอย่างของการ์ตูน

2. นิยามปฏิบัติการ

ประเภทของสื่อบันเทิงเกาหลี หมายถึง ประเภทของสื่อบันเทิงต่างๆ ของประเทศเกาหลี ได้แก่ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีผลกระทบต่อวัยรุ่น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คุณลักษณะของสื่อบันเทิงเกาหลี หมายถึง คุณลักษณะของแต่ละประเภท ได้แก่ ประเภทโทรทัศน์ ได้แก่ ซีรีส์ รายการโชว์ เพลง เป็นต้น ประเภทอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เว็บไซต์ความบันเทิงต่าง ๆ ของเกาหลี เป็นต้น ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น การโฆษณาในนิตยสารบันเทิงต่าง ๆ เป็นต้น

พฤติกรรมกรรมการรับสาร หมายถึง พฤติกรรมที่วัยรุ่นเลือกที่จะบริโภคสารในแบบที่ตนชอบและยอมรับ หรือสารที่กำลังเป็นที่นิยมของกลุ่มวัยรุ่น

พฤติกรรมการเลียนแบบ หมายถึง เมื่อวัยรุ่นได้รับสารจากสื่อบันเทิงเกาหลีต่าง ๆ แล้วก่อให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบซึ่งเกิดจากการสังเกตแล้วทำตาม คือการเลียนแบบท่าทางและการเลียนแบบจิตใจ ซึ่งส่งผลออกมาทั้งทางด้านการแต่งกาย บุคลิกท่าทาง ภาษาและวัฒนธรรม

ผลกระทบการดำเนินชีวิต หมายถึง กลุ่มวัยรุ่นในเขตเมืองเชียงใหม่ เมื่อได้รับสื่อบันเทิงเกาหลีก็เกิดความนิยมชมชอบ เนื่องจากมีส่วนประกอบหลายอย่างที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิต เช่น การสื่อสาร กิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น รวมถึงบุคลิกภาพ ซึ่งก่อให้เกิดการเลียนแบบและทำให้การดำเนินชีวิตเปลี่ยนไป

กลุ่มคลัง โคล์สื่อบันเทิงเกาหลี หมายถึง กลุ่มที่มีช่วงอายุ 12-24 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่และชื่นชอบสื่อบันเทิงเกาหลีเป็นอย่างมาก มีการติดตามและเข้าถึงสื่อบันเทิงเกาหลีอยู่เป็นประจำ

อิทธิพลของสื่อบันเทิงเกาหลี หมายถึง สื่อเกาหลีที่มีผลกับความนึกคิด การเห็นด้วยและเกิดการยอมรับ จึงเกิดกลุ่มคนนิยมชมชอบในสื่อบันเทิงเกาหลีขึ้น

ระดับของพฤติกรรมการเลียนแบบ หมายถึง ระดับที่บอกถึงพฤติกรรมการเลียนแบบจากสื่อบันเทิงเกาหลี ซึ่งเป็นระดับที่บ่งบอกถึงความมากน้อยของการเลียนแบบทั้งทางด้านจิตใจและท่าทาง มี 3 ระดับ คือ ระดับน้อย ระดับปานกลาง ระดับมาก ซึ่งวัดได้จากการพฤติกรรมการเลียนแบบของกลุ่มคลังโคล์ กล่าวคือ มีการเลียนแบบอย่างเดียวก็นับว่าเป็นระดับน้อย มีการเลียนแบบสองอย่างถือว่าเป็นระดับปานกลาง และมีการเลียนแบบสามอย่างขึ้นไปถือว่าเป็นระดับมาก ซึ่งการเลียนแบบเหล่านี้ได้มาจากการรับชมและรับฟังสื่อบันเทิงเกาหลี

ระดับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิต หมายถึง ผลจากพฤติกรรมการเลียนแบบจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ส่งผลก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตทั้งทางด้านส่วนตัวและการเข้าสังคม มี 3 ระดับ คือ เปลี่ยนแปลงระดับน้อย เปลี่ยนแปลงระดับ

ปานกลาง เปลี่ยนแปลงระดับมาก กล่าวคือ เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างเดียวก็นับว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงระดับน้อย เกิดการเปลี่ยนแปลงสองอย่างถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงระดับปานกลาง และเกิดการเปลี่ยนแปลงสามอย่างขึ้นไปถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงระดับมาก ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ ได้แก่ การแต่งกาย บุคลิกท่าทาง ภาษา และวัฒนธรรม