

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "เว็บไซต์บันเทิงเกาหลีและเว็บไซต์แฟนคลับดาราเกาหลีในประเทศไทยกับโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม" เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลตามปัญหาคำถามวิจัยเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. ประวัติความเป็นมา วัตถุประสงค์ นโยบาย กระบวนการผลิตและการบริหารจัดการของเว็บไซต์
2. เว็บไซต์บันเทิงเกาหลีและเว็บไซต์แฟนคลับดาราเกาหลีกับโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม
3. รูปแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเกาหลีนิยมที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์
4. ความคิดเห็นของผู้ใช้เว็บไซต์บันเทิงเกาหลีและเว็บไซต์แฟนคลับดาราเกาหลี

สรุปผลการวิจัย

1. ประวัติความเป็นมา วัตถุประสงค์ นโยบาย กระบวนการผลิตและการบริหารจัดการของเว็บไซต์

1.1 ประวัติความเป็นมา วัตถุประสงค์ นโยบาย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ผลิตเว็บไซต์ พบว่าจุดเริ่มต้นในการก่อตั้งเว็บไซต์นั้นผู้ก่อตั้งส่วนใหญ่มีแนวคิดที่คล้ายคลึงกันคือ ความชื่นชอบบันเทิงเกาหลีหรือศิลปินโดยเริ่มต้นมาจากการชมภาพยนตร์หรือละครเกาหลีจนกระทั่งรวบรวมข้อมูลและก่อตั้งเว็บไซต์ กล่าวคือ จุดเริ่มต้นของทุกเว็บไซต์ที่ศึกษาเริ่มต้นมาจากความชื่นชอบจึงผลิตเว็บไซต์อย่างไม่หวังผลกำไร อีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ตัดสินใจก่อตั้งเว็บไซต์คือ การที่สื่อกระแสหลักแขนงอื่นไม่สามารถตอบสนองข้อมูลในลักษณะที่ตนต้องการอย่างเพียงพอจึงต้องการสร้างเว็บไซต์และต้องการแบ่งปันข้อมูลที่เป็นภาษาไทยให้กับผู้ที่ชื่นชอบในเรื่องเดียวกัน ผู้ผลิตเว็บไซต์บางเว็บไซต์ได้รวมตัวจากเว็บไซต์อื่นก่อนก่อตั้งเว็บไซต์ของตนเอง เช่น เว็บไซต์สวัสดี เยจินและเว็บไซต์เรนไทยแลนด์ได้รู้จักและรวมกลุ่มเป็นแฟนคลับมาจากเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ป๊อปปูล่าร์ฟอรัมมาก่อน

หลังจากการก่อตั้งเว็บไซต์ ผู้ผลิตเว็บไซต์บางเว็บไซต์ต้องแก้ปัญหาด้านศักยภาพของเซิร์ฟเวอร์ที่ไม่สามารถรองรับผู้ใช้ด้วยการหารายได้เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับระบบเซิร์ฟเวอร์ใหม่ สาเหตุดังกล่าวเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เว็บไซต์ที่ก่อตั้งจากความชอบถูกพัฒนาไปสู่เว็บไซต์เชิงพาณิชย์ โดยเว็บไซต์ปี๊ปคอร์นฟอร์ทและเว็บไซต์เจเคดราม่าได้รับรายได้จากโฆษณาเชิงพาณิชย์อย่างชัดเจน ในขณะที่เว็บไซต์ทีวีเอกซ์คิวไทยแลนด์ได้รับรายได้จากการเก็บค่าสมาชิกในการใช้เว็บไซต์

เมื่อพิจารณาจากนโยบายของเว็บไซต์พบว่า แต่ละเว็บไซต์มีนโยบายที่เหมือนและแตกต่างกันในบางประเด็นซึ่งสามารถสรุปดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 34 ตารางสรุปนโยบายของแต่ละเว็บไซต์

เว็บไซต์	นโยบาย	แหล่งข้อมูล	ชุมชนของกลุ่มแฟนคลับ	แสวงหาผลกำไร
เว็บไซต์ปี๊ปคอร์นฟอร์ท		✓	✓	✓
เว็บไซต์เจเคดราม่า		✓		
เว็บไซต์สวัสดี เยจิน		✓		
เว็บไซต์เรนไทยแลนด์		✓	✓	
เว็บไซต์ทีวีเอกซ์คิวไทยแลนด์		✓	✓	

1.2 กระบวนการผลิตและการบริหารจัดการในเว็บไซต์

- ลักษณะการทำงาน

จากการพิจารณาลักษณะการทำงานของผู้ผลิตเว็บไซต์ พบว่ากลุ่มผู้ผลิตเว็บไซต์ทุกเว็บไซต์ทำงานในลักษณะของงานอดิเรก ลักษณะของการทำงาน of เว็บไซต์จึงเป็นไปในลักษณะของเพื่อนและครอบครัวโดยไม่มีสถานที่ทำเว็บไซต์เช่นองค์กร หากแต่ผู้ผลิตเว็บไซต์ทำงานที่สถานที่ของตนเองและใช้การนัดประชุมเป็นครั้งคราวเพื่อปรึกษาเรื่องการทำงาน ผู้ผลิตเว็บไซต์ส่วนใหญ่ใช้การติดต่อกันด้วยโทรศัพท์ การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และโปรแกรมสนทนา (MSN Messenger) ซึ่งทำให้การทำงานเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว

การติดต่อสื่อสารเพื่อการทำงานของกลุ่มผู้ผลิตเว็บไซต์สะท้อนให้เห็นว่า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของสื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในส่วนต่างๆ ทั้งกระบวนการผลิตและส่งต่อเนื้อหาโดยอินเทอร์เน็ตเพิ่มความยืดหยุ่นในการประกอบกิจการหรือสร้างกิจกรรมทางการสื่อสารโดยผู้ทำกิจกรรมไม่จำเป็นต้องลงทุนมากทั้งเงินและเวลา

- กระบวนการจัดหาข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการผลิตของทุกเว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ตและเป็นเว็บไซต์ต่างประเทศในสัดส่วนมากที่สุดโดยเป็นเว็บไซต์ภาษาเกาหลี ภาษาอังกฤษและภาษาจีน ซึ่งผู้ผลิตและพัฒนาเว็บไซต์เห็นว่ามีความทันสมัยและครบถ้วนมากที่สุด อีกทั้งยังสะดวกและง่ายในการสืบค้น นอกจากนี้ยังมีรูปแบบเนื้อหาที่หลากหลาย เช่น ข้อมูลที่เป็นตัวหนังสือ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว (เช่น มิวสิควิดีโอ) เป็นต้น

- กิจกรรม

กิจกรรมประกอบด้วยกิจกรรมที่ทำผ่านเนื้อหาบนเว็บไซต์และกิจกรรมนอกสถานที่ที่สืบเนื่องมาจากการนัดหมายและการขยายผลจากกิจกรรมบนเว็บไซต์ กิจกรรมบนเว็บไซต์ของเว็บไซต์บันเทิงเกาหลีมักเป็นกิจกรรมที่เป็นการตอบคำถามหรือการแสดงความคิดเห็นสร้างสรรค์ซึ่งเกี่ยวข้องกับละคร ภาพยนตร์และดารารหรือศิลปินเกาหลี ในขณะที่เว็บไซต์แฟนคลับดารเกาหลีจัดกิจกรรมบนเว็บไซต์ที่เน้นดารารหรือศิลปินเป็นหลัก เช่น ส่งคำอวยพรให้ดารารในวันเกิด เป็นต้น สำหรับกิจกรรมนอกสถานที่จะเป็นกิจกรรมที่เป็นไปในลักษณะของการพบปะ-สังสรรค์เพื่อทำกิจกรรมอื่นๆ ในโอกาสต่างๆ โดยกิจกรรมดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับบันเทิงเกาหลีเป็นสำคัญ เช่น กิจกรรมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี กิจกรรมชมภาพยนตร์เกาหลี เป็นต้น บางกิจกรรมมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมเกาหลีและทำให้เกิดการเรียนรู้โดยตรง เช่น การรับประทานอาหารเกาหลี หลังจากการทำกิจกรรมนอกสถานที่ต่างๆ จะมีการโพสต์ข้อมูลและรูปภาพประกอบทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์ที่ไม่ได้ร่วมกิจกรรมได้รับรู้และอาจเกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมไปด้วย

- การบริหารจัดการในเว็บไซต์

ดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้นว่าราคาค่าใช้จ่ายของเว็บไซต์ที่เพิ่มสูงขึ้นอันสืบเนื่องมาจากการผลิตเว็บไซต์และการรองรับผู้ใช้เว็บไซต์ที่มีปริมาณสูงทำให้บางเว็บไซต์ต้องเปลี่ยนแนวทางไปหารายได้ผ่านเว็บไซต์ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การขายพื้นที่โฆษณาเชิงพาณิชย์ การเก็บค่าสมาชิกเพื่อเข้าใช้เว็บไซต์ เป็นต้น

จากการวิเคราะห์ที่มาของโฆษณาเชิงพาณิชย์บนเว็บไซต์พบว่าร้อยละของโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมอันมีศูนย์กลางมาจากประเทศเกาหลีได้อย่างชัดเจนเนื่องจากโฆษณาของเว็บไซต์ปีออปคอรันפורทูและเว็บไซต์เจเคดราม่าเป็นโฆษณาของธุรกิจสื่อที่เกี่ยวข้องกับสินค้าบันเทิงเกาหลีมากที่สุดหรืออีกนัยหนึ่งเว็บไซต์ได้กลายเป็นช่องทางหนึ่งในการขายสินค้าทางวัฒนธรรม K-pop ซึ่งเป็นการแพร่กระจายวัฒนธรรมเกาหลีและภาพประกอบของโฆษณายังแสดงถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเกาหลีซึ่งเป็การแพร่กระจายวัฒนธรรมเกาหลีอีกด้วย

2. เว็บไซต์บันเทิงเกาหลีและเว็บไซต์แฟนคลับดารเกาหลีกับโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม

จากการวิจัยพบว่า เว็บไซต์ที่ศึกษาสะท้อนให้เห็นปรากฏการณ์โลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมที่มีประเทศเกาหลีเป็นศูนย์กลางใน 2 ลักษณะ คือ

- 1) บทบาทของเว็บไซต์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้
- 2) บทบาทของเว็บไซต์ในการส่งเสริมการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าของประเทศเกาหลีได้

2.1 บทบาทของเว็บไซต์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้

เว็บไซต์แต่ละเว็บไซต์ได้มีส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้ในลักษณะของการประชาสัมพันธ์ที่ประกอบด้วยประชาสัมพันธ์โดยการให้ข้อมูลและการประชาสัมพันธ์โฆษณาเชิงพาณิชย์ และการสื่อสารบนเว็บบอร์ด โดยการประชาสัมพันธ์โฆษณาเชิงพาณิชย์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้นั้นปรากฏเพียงเว็บไซต์เดียว คือ เว็บไซต์ปีออปคอรันפורทู

การส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆของเว็บไซต์นั้นตรงกับกลยุทธ์ของรัฐบาลเกาหลีใต้ที่ต้องการสอดแทรกวัฒนธรรมในสินค้าบันเทิงเพื่อได้รับรายได้จากการขายสินค้าทางวัฒนธรรม K-pop และการท่องเที่ยว กระบวนการดังกล่าวนอกจากจะส่งเสริมให้ผู้ที่ชื่นชอบบันเทิงเกาหลี

ดาราทหรือศิลปินเกาหลีบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรม K-pop และเสียค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเมื่อไปที่ประเทศเกาหลีได้แล้วอาจจะทำให้เกิดการติดตามบริโภคสินค้าแบรนด์เกาหลีอื่นในเวลาต่อไปได้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวของเว็บไซต์ช่วยอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ และเป็นการส่งเสริมการบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรม K-pop และแบรนด์เกาหลีที่เป็นผลจากการท่องเที่ยว สามารถสรุปการส่งเสริมการท่องเที่ยวของแต่ละเว็บไซต์ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 35 ตารางสรุปการส่งเสริมการท่องเที่ยวของแต่ละเว็บไซต์

เว็บไซต์	การส่งเสริมการท่องเที่ยว	การประชาสัมพันธ์โดยการให้ข้อมูล	การประชาสัมพันธ์โฆษณาเชิงพาณิชย์	การสื่อสารบนเว็บบอร์ด
เว็บไซต์ปีปคอร์นฟอรั่ม		✓	✓	✓
เว็บไซต์เจเคดราม่า		✓		✓
เว็บไซต์สวีสวี เยจิน		✓		✓
เว็บไซต์เรนไทยแลนด์		✓		✓
เว็บไซต์ทีวี่เอ็กซ์คิวไทยแลนด์		✓		✓

2.2 บทบาทของเว็บไซต์ในการส่งเสริมการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าของประเทศเกาหลีใต้

เว็บไซต์ที่ทำการศึกษาล้วนใหญ่มีเนื้อหาที่สนับสนุนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าของประเทศเกาหลีใต้ทั้งในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์โฆษณาเชิงพาณิชย์ การประชาสัมพันธ์โดยการให้ข้อมูล และการสื่อสารบนเว็บบอร์ด การประชาสัมพันธ์โฆษณาเชิงพาณิชย์ เช่น เว็บไซต์ทีวี่เอ็กซ์คิวไทยแลนด์รับส่งจองและขายสินค้าบันเทิงเกาหลีนำเข้าจากประเทศเกาหลีใต้ผ่านเว็บบอร์ด การโฆษณาสินค้าแฟชั่นนำเข้าจากประเทศเกาหลีใต้บนเว็บไซต์ปีปคอร์นฟอรั่ม เป็นต้น การประชาสัมพันธ์โดยให้ข้อมูลเป็นไปในลักษณะของการให้ข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับสินค้าบันเทิง ดาราและศิลปินเกาหลีซึ่งทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์ติดตามผลงานและอาจทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์นำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจเพื่อบริโภคสินค้าในเวลาต่อไปได้

ขณะเดียวกันการสื่อสารบนเว็บบอร์ดก็สนับสนุนการการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าในลักษณะของการต่อยอดแนวคิดและสร้างเสริมทัศนคติในแง่บวกต่อกับสินค้าบันเทิง ดาราและศิลปินเกาหลีโดยไม่ได้มีเจตนาเพื่อการพาณิชย์เสมอไป เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับบันเทิงเกาหลี การจัดกิจกรรมเกาหลีในแง่มุมต่างๆ หรือ การแนะนำนิตยสารออกใหม่ที่มีศิลปินที่ตนชื่นชอบ เป็นต้น สามารถสรุปการส่งเสริมการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าของแต่ละเว็บไซต์ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 36 ตารางสรุปการส่งเสริมการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าของแต่ละเว็บไซต์

เว็บไซต์	การส่งเสริมการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า	การประชาสัมพันธ์โดยการให้ข้อมูล	การประชาสัมพันธ์โฆษณาเชิงพาณิชย์	การสื่อสารบนเว็บบอร์ด
เว็บไซต์ปี๊ปคอร์นฟอร์ท		✓	✓	✓
เว็บไซต์เจเคดราม่า		✓	✓	✓
เว็บไซต์สวีสวี เอเชีย		✓		✓
เว็บไซต์เรนไทยแลนด์		✓		✓
เว็บไซต์ทีวีเอกซ์คิวไทยแลนด์		✓	✓	✓

2.3 ความคิดเห็นของผู้ผลิตเว็บไซต์ต่อนโยบายส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมผ่านอุตสาหกรรมบันเทิงของรัฐบาลเกาหลีใต้

ผู้ผลิตเว็บไซต์มีความคิดเห็นที่เป็นไปในเชิงบวกและค่อนข้างสนับสนุนนโยบายส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมผ่านอุตสาหกรรมบันเทิงของรัฐบาลเกาหลีใต้โดยผู้ผลิตเว็บไซต์ทุกเว็บไซต์มีความคิดเห็นเป็นนโยบายที่ชาญฉลาดของรัฐบาลเกาหลีใต้ที่มองการณ์ไกลด้านเศรษฐกิจโดยสามารถนำบันเทิงเกาหลีมาเป็นจุดขายของประเทศเพื่อรายได้มหาศาลได้อย่างประสบความสำเร็จที่ได้ผลเป็นรูปธรรมโดยมีการศึกษาด้านการสอดแทรกเนื้อหาทางวัฒนธรรมมาก่อนและพิถีพิถันในการนำเสนอวัฒนธรรมและภาพลักษณ์ของประเทศในสินค้าบันเทิง ทั้งนี้ ผู้ผลิตเว็บไซต์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในแง่ผลประโยชน์ต่อประเทศไทยว่า หากนำตัวอย่างความสำเร็จของประเทศเกาหลีใต้ด้านการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดสอดแทรกวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวมาเป็นแบบอย่างเพื่อพัฒนาเนื้อหาบันเทิงไทยและสอดแทรกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวจะเป็นประโยชน์อย่างมากเพราะประเทศไทยมีศักยภาพเพียงพอเนื่องจากวัฒนธรรมและสภาพสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของประเทศได้เอื้ออำนวยอยู่แล้ว

2.4 ความคิดเห็นของผู้ผลิตเว็บไซต์ต่อกระแสความนิยมที่เกิดขึ้นในประเทศไทย และบทบาทของเว็บไซต์

ผู้ผลิตเว็บไซต์มีความคิดเห็นต่อกระแสความนิยมเกาหลีที่เกิดขึ้นในประเทศไทยในประเด็นต่างๆที่แตกต่างกันแต่มีความคิดเห็นหลักร่วมกันในเรื่องของสาเหตุที่ทำให้เกิดกระแสความนิยมดังกล่าวว่า จุดเริ่มต้นความนิยมมาจากภาพยนตร์และละครเกาหลีโดยการมีเทคนิคการผลิตสินค้าบันเทิงที่สามารถถ่ายทอดรายละเอียดให้สวยงามทั้งภาพลักษณ์ภายนอกและเนื้อหาภายใน ทั้งนี้ กลุ่มที่ชื่นชอบบันเทิงเกาหลีมักมีความหลากหลายไม่จำกัดอายุนั้นอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดกระแสความนิยมที่มาก สาเหตุสำคัญอีกสาเหตุมาจากการสนับสนุนจากรัฐบาลเกาหลีใต้และการจัดการด้านการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆทั้งการให้ดารารหรือศิลปินเกาหลีมาประชาสัมพันธ์ที่ประเทศไทย การโฆษณาเชิงพาณิชย์ตามสื่อต่างๆ เป็นต้น ผู้ผลิตบางเว็บไซต์คิดว่า กลยุทธ์หนึ่งคือ การสร้างให้ดารเกาหลีเหมือนเป็นไอดอลและใช้เป็นทูตระหว่างประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์ละครและสร้างให้ดาราดังทั่วเอเชียเพื่อขายสินค้าต่างๆของประเทศเกาหลีใต้ซึ่งเป็นการแพร่กระจายวัฒนธรรมเกาหลีโดยใช้ดารารหรือศิลปินเป็นสื่อกลาง

เว็บไซต์ที่ทำการศึกษา มีบทบาทในการส่งเสริมกระแสความนิยมเกาหลีในลักษณะของอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลทั้งในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่อำนวยความสะดวกในการหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบันเทิงเกาหลีหรือดาราร/ศิลปินที่ชื่นชอบและการลิงค์ไปยังแหล่งข้อมูลอื่นเพื่อให้ผู้ใช้เกาะติดกระแสความนิยมเกาหลี นอกจากนี้เว็บไซต์จะเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่ส่งเสริมกระแสความนิยมเกาหลีแล้ว การสื่อสารบนเว็บบอร์ดเป็นอีกส่วนที่มีความสำคัญมากเพราะนอกจากจะช่วยส่งเสริมกระแสความนิยมจากการนำเสนอข้อมูลด้านต่างๆแล้ว ยังช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์และความเป็นเครือข่ายระหว่างสมาชิกเว็บไซต์ผ่านการทำกิจกรรมรวมถึงให้ข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมนั้นสำหรับผู้ที่ไม่ได้มีส่วนในกิจกรรมด้วย ทั้งเว็บไซต์ยังเป็นจุดเริ่มต้นในช่วงแรกของกระแสโดยตอบสนองความต้องการของข้อมูลของคนจำนวนหนึ่งที่ชื่นชอบทำให้เกิดกระแสอย่างเงียบๆ กระบวนการตอบสนองดังกล่าวทำให้เห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตได้ตอบสนองข้อมูลของคนกลุ่มที่อาจไม่ได้เป็นส่วนใหญ่ของสังคม ต่อมาเมื่อมีกระแสความนิยมเกาหลีเพิ่มมากขึ้นจากแรงผลักดันในหลายด้าน ผู้ที่ชื่นชอบต้องการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับบันเทิงเกาหลีมากยิ่งขึ้นส่งผลถึงการเข้าชมเว็บไซต์ที่มีเพิ่มมากขึ้นตามกระแส จึงอาจกล่าวได้ว่าเว็บไซต์และกระแสความนิยมเกาหลีได้เกื้อกูลกันและกัน เว็บไซต์ก็มีส่วนเสริมกระแสความนิยมเพราะผู้ที่ชื่นชอบบันเทิงเกาหลีได้รับการตอบสนองด้านข้อมูลที่ต้องการอยู่เสมอ ในขณะที่กระแสความนิยมเกาหลีก็มีส่วนทำให้เว็บไซต์สามารถคงอยู่ได้ตราบดีที่ยังมีคนสนใจในบันเทิงเกาหลี ดารารและศิลปินเกาหลี

3. รูปแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเกาหลีนิยมที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์

เว็บไซต์ที่ทำการศึกษานำเสนออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในรูปแบบของวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นในลักษณะต่างๆ ดังต่อไปนี้

3.1 **รูปลักษณ์ภายนอก** ถูกนำเสนอผ่านการแต่งกาย ทรงผม การแต่งหน้าสไตล์เกาหลีของดาราและศิลปิน

3.2 **ดนตรี** มักเป็นดนตรีประเภทป๊อปโดยนำเสนอข้อมูลในลักษณะต่างๆ เช่น ข่าว บทความ บทสัมภาษณ์ มิวสิควิดีโอ เนื้อเพลง เป็นต้น

3.3 **รูปแบบภาษา** ถูกนำเสนอในเว็บไซต์โดยเฉพาะการสื่อสารบนเว็บบอร์ดโดยมีการใช้ภาษาเกาหลีในลักษณะต่างๆ เช่น คำทักทาย เนื้อเพลง เป็นต้น

3.4 **ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต** ดาราหรือศิลปินเป็นตัวแทนแสดงค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตผ่านภาพข่าว บทสัมภาษณ์และบทความซึ่งแสดงให้เห็นค่านิยมเกี่ยวกับชาติค่านิยมเกี่ยวกับสังคม ค่านิยมแบบสุขนิยมและบริโภคนิยมของชาวเกาหลี

4. ความคิดเห็นของผู้ใช้เว็บไซต์บันเทิงเกาหลีและเว็บไซต์แฟนคลับดาราเกาหลี

การวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 30 คน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้เปิดรับเว็บไซต์อย่างเดียวและกลุ่มกลุ่มผู้เปิดรับและมีส่วนร่วมในเว็บไซต์ สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

4.1 การใช้ประโยชน์ของผู้ใช้เว็บไซต์

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้เปิดรับเว็บไซต์อย่างเดียวทั้งหมดใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ที่ทำการศึกษามากที่สุดในลักษณะต่อไปนี้ด้วยจำนวนที่เท่ากัน

1. การรับข่าวสารและข้อมูลความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับดารา/ศิลปินและบันเทิงเกาหลีใหม่ๆ
2. การผ่อนคลายความตึงเครียด
3. ความเพลิดเพลิน
4. การสมาคมกับกลุ่มคนที่สนใจเรื่องเดียวกัน

ในขณะที่กลุ่มผู้เปิดรับและมีส่วนร่วมในเว็บไซต์ทั้งหมดใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์มากที่สุด ด้วยจำนวนที่เท่ากันในลักษณะต่อไปนี้

1. การรับข่าวสารและข้อมูลความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับดารา/ศิลปินและบันเทิงเกาหลีใหม่ๆ
2. การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น
3. การติดต่อกับเพื่อนสมาชิกในเว็บไซต์
4. การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นบนเว็บบอร์ด
5. การผ่อนคลายความตึงเครียด
6. ความเพลิดเพลิน
7. การทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อนสมาชิกเว็บไซต์

ผลการวิจัยดังกล่าวอธิบายได้ว่า เหตุผลที่กลุ่มผู้เปิดรับเว็บไซต์อย่างเดียวได้รับประโยชน์มากที่สุด ในลักษณะของการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารและความรู้ที่เป็นไปในสังคมและโลก และเพื่อความบันเทิงและตอบสนองด้านอารมณ์อาชีวเคราะห์ได้ว่า กลุ่มผู้เปิดรับเว็บไซต์อย่างเดียวเป็นแฟนในลักษณะของบุคคลผู้หลงใหลชื่นชอบตามลำพัง (Obsessed Loner) หรือ แบบปัจเจกชนที่ชื่นชอบแต่ไม่ต้องการรวมกลุ่มกับผู้อื่น ในขณะที่กลุ่มผู้เปิดรับและมีส่วนร่วมในเว็บไซต์ใช้ประโยชน์มากที่สุดเพื่อการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มสมาชิกจึงอาจกล่าวได้ว่า กลุ่มผู้เปิดรับและมีส่วนร่วมในเว็บไซต์เป็นแฟนในลักษณะของกลุ่มแฟนที่รวมกลุ่มกับผู้ที่ชื่นชอบหรือหลงใหลสิ่งเดียวกัน (Frenzied Fan) ดังที่ Joli Jenson ได้กล่าวไว้ (อ้างแล้ว) การติดต่อและทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อนสมาชิกจึงเป็นลักษณะการใช้ประโยชน์ลักษณะหนึ่งที่ผู้เปิดรับและมีส่วนร่วมในเว็บไซต์ได้ใช้มากที่สุด

4.2 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้เปิดรับเว็บไซต์อย่างเดียวมีความพึงพอใจในลักษณะต่างๆ ในภาพรวมด้วยค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่ากลุ่มผู้เปิดรับและมีส่วนร่วมในเว็บไซต์ กลุ่มผู้เปิดรับเว็บไซต์อย่างเดียวมีความพึงพอใจมากที่สุดการได้รับข่าวสารและข้อมูลความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับดารา/ศิลปินและบันเทิงเกาหลีใหม่ๆ และ มีความพึงพอใจจากการเพลิดเพลินด้วยค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน ซึ่งเป็นความพึงพอใจในระดับสูง ในขณะที่กลุ่มผู้เปิดรับและมีส่วนร่วมในเว็บไซต์ความพึงพอใจมากที่สุดจากการได้เพื่อนที่สนใจเรื่องเดียวกันซึ่งเป็นความพึงพอใจในระดับสูง

เมื่อพิจารณาโดยใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ของ 4 ประการเป็นหลัก พบว่า ทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจมากที่สุดจากการใช้เว็บไซต์เพื่อความบันเทิงและตอบสนองด้านอารมณ์เช่นเดียวกัน ซึ่งเป็นความพึงพอใจในระดับสูงทั้ง 2 กลุ่ม

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ทั้ง 2 กลุ่มมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านการใช้เว็บไซต์เพื่อความบันเทิงและตอบสนองด้านอารมณ์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลสำรวจโดยศูนย์วิจัยกรุงเทพโพลล์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 12-25 ปี ในกรุงเทพมหานครจำนวน 1200 คน เมื่อปี พ.ศ.2544 ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 36.45 ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงและเล่นเกม (อ้างแล้ว)

4.3 การทดสอบการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมเกาหลี

ผู้วิจัยใช้แบบทดสอบการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมเพื่อทดสอบความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมเกาหลีในด้านต่างๆทั้งหมด 5 ประเด็น จากผลการวิจัย พบว่ากลุ่มผู้เปิดรับและมีส่วนร่วมได้คะแนนรวมและค่าเฉลี่ยรายข้อมากกว่ากลุ่มผู้เปิดรับเว็บไซต์อย่างเดียว ทั้งนี้ ผู้ใช้เว็บไซต์ทั้งกลุ่มเปิดรับเว็บไซต์อย่างเดียวและกลุ่มผู้เปิดรับและมีส่วนร่วมในเว็บไซต์ทั้งหมดสามารถตอบคำถามได้ถูกต้องมากที่สุดในข้อความรู้ด้านภาษาเกาหลี

4.4 การเรียนรู้ทางวัฒนธรรม

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการให้ผู้ที่ใช้เว็บไซต์ประเมินตนเองพบว่า กลุ่มผู้เปิดรับเว็บไซต์อย่างเดียวคิดว่าตนเองได้รับความรู้เกี่ยวกับภาษาเกาหลีมากที่สุดโดยภาษาเกาหลีได้ถูกสอดแทรกในส่วนต่างๆของเว็บไซต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสอนภาษาเกาหลีผ่านเว็บบอร์ด ในขณะที่กลุ่มผู้เปิดรับและมีส่วนร่วมคิดว่าตนเองได้รับความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของคนในสังคมเกาหลีมากที่สุด สิ่งที่น่าสังเกตคือ การเรียนรู้ทางวัฒนธรรมทั้ง 2 ด้านนั้นเป็นวัฒนธรรมที่มีลักษณะค่อนข้างเป็นนามธรรมโดยความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของคนในสังคมเกาหลีเป็นความรู้ที่ค่อนข้างลึกซึ้งกว่าวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมหรือวัฒนธรรมที่พบเห็นได้ง่าย ผลวิจัยดังกล่าวสะท้อนว่า เว็บไซต์ก็ทำหน้าที่เป็นช่องทางในการแพร่กระจายวัฒนธรรมเกาหลีโดยทำให้เกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่ในเชิงลึก ผู้ใช้เว็บไซต์ได้เรียนรู้ทางวัฒนธรรมจากเว็บไซต์โดยตรงและระดับการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมดังกล่าวของทั้ง 2 กลุ่มนั้นเป็นการเรียนรู้ในระดับสูงอีกด้วย

4.4 การซึมซับทางวัฒนธรรม

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า แฟนเพจเกาหลีมีอิทธิพลต่อทั้ง 2 กลุ่มมากที่สุดโดยผู้ใช้เว็บไซต์เกิดการเรียนรู้จากการนำดารารหรือศิลปินเกาหลีด้านแฟชั่นการแต่งกายและปรับเข้ากับตนเอง บางคนแต่งกายเพื่อแสดงให้เห็นว่าตนอยู่ในกระแสนิยม ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม ที่อธิบายว่า บุคคลสามารถเรียนรู้จากการสังเกตและเลียนแบบจากการสังเกตบุคคลที่ยึดเป็นต้นแบบ เช่น พ่อ แม่ ครู ดารา นักร้อง และปรับพฤติกรรมเหล่านั้นเข้ากับตนเอง (อ้างแล้ว) สำหรับการแต่งกายเพื่อแสดงว่าตนอยู่ในกระแสนิยมของวัยรุ่นนั้นเป็นการแสดงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อต้องการแสวงหากลุ่มของตนเอง ดังที่พัฒนา กิติอาสา กล่าวไว้ในหนังสือเรื่อง คนพันธุ์ป๊อป: ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยมว่า ผู้คนเวียนว่ายอยู่ในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเพื่อสร้าง ค้นหา ต่อยอดและผลิตซ้ำตัวตนหรืออัตลักษณ์ ไม่ว่าจะสังกัดที่วานั้นจะเป็น สไตร์ชีวิต กลุ่มเพื่อน ครอบครัว ที่ทำงาน ชุมชน ชาติพันธุ์หรือแม้กระทั่งชาติก็ตาม

ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนกระบวนการโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมโดยมีประเทศเกาหลีได้เป็นศูนย์กลางว่า เว็บไซต์ไม่เพียงแต่เป็นช่องทางแพร่กระจายวัฒนธรรมเกาหลีทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์ใช้ประโยชน์และเกิดความพึงพอใจ เกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมเท่านั้น หากแต่มีส่วนทำให้เกิดการซึมซับทางวัฒนธรรมโดยการนำวัฒนธรรมเกาหลีไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันของตนเอง ทั้งการซึมซับทางวัฒนธรรมของทั้ง 2 กลุ่มอยู่ในระดับสูงอีกด้วย อย่างไรก็ตาม การซึมซับทางวัฒนธรรมในด้านอื่นของทั้ง 2 กลุ่มยังอยู่ในระดับปานกลางและระดับต่ำ

4.5 โลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมโดยมีประเทศเกาหลีได้เป็นศูนย์กลางกับผู้ใช้เว็บไซต์บันเทิงเกาหลีและเว็บไซต์แฟนคลับดารากเกาหลี

เมื่อพิจารณาในมุมมองของผู้ใช้เว็บไซต์พบว่า เว็บไซต์สะท้อนปรากฏการณ์โลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมโดยมีประเทศเกาหลีได้เป็นศูนย์กลางใน 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

- 1) ชุมชนของผู้ที่ชื่นชอบวัฒนธรรมเกาหลี
- 2) การเรียนรู้ทางวัฒนธรรมเกาหลีจากเว็บไซต์
- 3) การรับรู้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเกาหลีนิยมจากเว็บไซต์และการนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

4.5.1 ชุมชนของผู้ที่ชื่นชอบวัฒนธรรมเกาหลี

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้เว็บไซต์เข้ามาใช้เว็บไซต์ด้วยแรงจูงใจในด้านข้อมูลที่ตนสนใจโดยนอกจากจะเป็นแหล่งข้อมูลแล้วยังเป็นแหล่งชุมชนบนเว็บไซต์ของผู้ที่ชื่นชอบบันเทิงเกาหลี ดาราหรือศิลปินเกาหลีที่เหมือนกันด้วยทำให้ได้มีการทำกิจกรรมต่างๆร่วมกันซึ่งมักมีความเกี่ยวข้องกับบันเทิงเกาหลีหรือวัฒนธรรมเกาหลีเป็นหลัก เช่น กิจกรรมการรับประทานอาหารเกาหลี กิจกรรมการเรียนรู้ภาษาเกาหลีของกลุ่มย่อย เป็นต้น จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าผู้ใช้เว็บไซต์จำนวนมากได้รับเอาวัฒนธรรมเกาหลีจากการทำกิจกรรมผ่านเว็บไซต์มามีส่วนร่วมในวิถีชีวิตของตน เมื่อพิจารณาในประเด็นของการสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี พบว่าผู้ใช้เว็บไซต์ที่ซื้อสินค้าจากโฆษณาบนเว็บไซต์มีจำนวนน้อย แต่มีผู้ใช้เว็บไซต์จำนวนมากซื้อหรือแลกเปลี่ยนสินค้าบันเทิงเกาหลี ทั้งนี้ ยังพบว่า ผู้ใช้เว็บไซต์เกือบครึ่งติดตามซื้อสินค้าที่ผลิตจากประเทศเกาหลีได้จากความชื่นชอบบันเทิงเกาหลีประกอบข้อมูลที่นำเสนอบนเว็บไซต์ การเป็นชุมชนบนเว็บไซต์ดังกล่าวได้มีส่วนในการแพร่กระจายวัฒนธรรมเกาหลีและสนับสนุนนโยบายการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าของประเทศเกาหลีและตลอดจนสนับสนุนสินค้าข้ามชาติ การนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์และเว็บบอร์ดตลอดจนการให้รายละเอียดและรูปแบบส่งเสริมการขายของสินค้าแบรนด์เกาหลีบนเว็บไซต์ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในสินค้าของชาติเกาหลีซึ่งอาจนำไปสู่การบริโภคได้

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า เว็บไซต์มีส่วนอย่างมากในการสนับสนุนทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์ต้องการไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้จากการนำเสนอข้อมูลในลักษณะต่างๆโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพจากภาพยนตร์/ละคร คลิปที่ดาวโหลด และการพูดคุยบนเว็บบอร์ดก็มีส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้ผู้ใช้เว็บไซต์ต้องการไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้ ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนว่าเว็บไซต์ไม่ได้เพียงแค่สนับสนุนบริษัทข้ามชาติและสินค้าข้ามชาติของประเทศเกาหลีได้เท่านั้น แต่ยังเป็นส่วนหนึ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้อีกด้วยซึ่งหมายถึงการสนับสนุนการบริโภควัฒนธรรมเกาหลีและการสนับสนุนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าของประเทศเกาหลีได้อย่างเห็นได้ชัด

4.5.2 การเรียนรู้ทางวัฒนธรรมเกาหลีจากเว็บไซต์

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้เว็บไซต์เกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมเกาหลีโดยรับรู้วัฒนธรรมเกาหลีและสามารถระบุถึงลักษณะของวัฒนธรรมในด้านต่างๆได้ ทั้งนี้ ผู้ใช้เว็บไซต์ให้ข้อมูลว่าได้รับความรู้ทางวัฒนธรรมจากส่วนต่างๆของเว็บไซต์ เช่น ข่าว บทสัมภาษณ์ ภาพของภาพยนตร์/ละคร คลิปวิดีโอ และจากการสื่อสารบนเว็บบอร์ด ซึ่งการสื่อสารบนเว็บบอร์ดดังกล่าวมี

อิทธิพลอย่างมากต่อการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ทั้งนี้ การทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมเกาหลี เช่น การรับประทานอาหารเกาหลีก็ทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์ได้เรียนรู้วัฒนธรรมเกาหลีจากการปฏิบัติจริง

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกยิ่งตอกย้ำให้เห็นเพิ่มเติมจากการประเมินตนเองที่เป็นแบบสอบถามว่าผู้ใช้เว็บไซต์ได้เรียนรู้ทางวัฒนธรรมเกาหลีในด้านต่างๆผ่านเว็บไซต์ที่มากกว่า การรู้จักวัฒนธรรมต่างชาติเพียงผิวเผินเท่านั้น เนื่องจากผู้ใช้เว็บไซต์ส่วนใหญ่สามารถระบุถึงวัฒนธรรมเกาหลีได้และสามารถอธิบายถึงลักษณะของวัฒนธรรมและค่านิยมบางด้านได้ เว็บไซต์มีส่วนช่วยในการไขข้อข้องใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมเกาหลีที่สับสนในสินค้าบนเว็บในบางครั้งและทำให้เกิดการเรียนรู้เรื่องวัฒนธรรมด้านต่างๆที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

ผู้ใช้เว็บไซต์ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า สิ่งที่มีอิทธิพลกับพวกเขาอย่างมากในการเรียนรู้วัฒนธรรมเกาหลี คือ การสื่อสารบนเว็บบอร์ด เนื่องจากเว็บบอร์ดเป็นส่วนสำคัญของการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลที่ใช้เว็บไซต์เปิดรับมาก นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ใช้เว็บไซต์หลายคนได้มีการศึกษาและสอบถามเกี่ยวกับภาษาเกาหลีซึ่งเป็นความรู้ทางวัฒนธรรมผ่านการสื่อสารบนเว็บบอร์ดโดยมีการเรียนภาษาเกาหลี การสอบถามปัญหาเกี่ยวกับภาษาเกาหลี การปรึกษาสถานที่เรียนภาษาเกาหลี และมีการติดต่อเพื่อปรึกษาเรื่องภาษาเกาหลีเป็นการส่วนตัวและมีการชักชวนเพื่อนสมาชิกไปเรียนภาษาเกาหลีนอกเว็บไซต์ด้วยกันอีกด้วย

4.5.3 การรับรู้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเกาหลีนิยมจากเว็บไซต์และการนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้เว็บไซต์ส่วนหนึ่งได้นำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเกาหลีนิยมที่โดดเด่นซึ่งได้รับรู้ผ่านสินค้าบนเว็บเกาหลีและเว็บไซต์ไปใช้โดยไม่ได้เลียนแบบโดยตรงหากแต่นำมาประยุกต์ใช้และปรับใช้ให้เข้ากับตนเองในชีวิตประจำวันของตนเองทั้งด้านรูปลักษณ์ภายนอก ดนตรี ภาษา ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนมากพบในการปรับใช้ด้านรูปลักษณ์ภายนอก เช่น การแต่งกาย การแต่งหน้า ทรงผม เครื่องใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตในกิจกรรมยามว่างโดยผู้ใช้เว็บไซต์ทั้งหมดล้วนทำกิจกรรมยามว่างที่เกี่ยวข้องกับบันเทิงเกาหลีทั้งสิ้น ผู้วิจัยพบว่า ผู้ใช้เว็บไซต์ส่วนใหญ่มีการแสดงอัตลักษณ์ของตนเองที่แสดงให้เห็นว่าตนมีความชื่นชอบบันเทิงเกาหลี ดาราหรือศิลปินเกาหลีผ่านการทำกิจกรรมและเครื่องใช้ที่เกี่ยวข้องกับเกาหลี

แม้ว่าจะมีผู้กล่าวว่า วัฒนธรรมของทุกชาติในโลกนี้จะมีการหิบบิมแลกเปลี่ยนกันไปมาทั้งหมดทั้งสิ้นก็ตามแต่การนำค่านิยมของชาติอื่นไปปรับใช้เป็นเรื่องที่ควรตระหนักถึงอย่างระมัดระวังในประเด็นการครอบงำทางวัฒนธรรม เนื่องจากค่านิยมเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่

บ่งบอกความเป็นตัวตนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคมนั้นๆ อย่างไรก็ตาม ค่านิยมที่ผู้ใช้เว็บไซต์นำไปปรับใช้ดังกล่าวยังคงเป็นค่านิยมแบบเอเชียที่มีความสอดคล้องกับค่านิยมไทย เช่น การเคารพผู้ใหญ่ การให้ความสำคัญกับครอบครัวและระบบอาวุโส ความอดทน ดังที่ อมรา พงศาพิชญ์ ได้กล่าวถึงประเด็นการรับวัฒนธรรมจากสังคมอื่นว่า มนุษย์อาจจะรับวัฒนธรรมบางส่วนมาจากสังคมข้างเคียงได้โดยส่วนของวัฒนธรรมดังกล่าวต้องไม่ขัดกับค่านิยมหลักของสังคมของตน ส่วนของวัฒนธรรมข้างเคียงนั้นต้องมีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมเดิมที่มีอยู่ (อ้างแล้ว) เหตุผลนี้อาจเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดกระแสความนิยมเกาหลีมีระยะเวลายาวนาน ดังที่ อนวัช องค์วาณิชฐ์ นักการตลาดค่ายเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์มองว่าเทรนด์ของหนัง ละครซีรีส์เกาหลีที่กลายเป็นเกาหลีที่เวอร์ในในประเทศไทยและทั่วเอเชีย ส่วนหนึ่งเป็นเพราะวัฒนธรรมที่ไม่แตกต่างกันเพราะเป็นเอเชียเหมือนกัน (<http://www.positioningmag.com/magazine/Details.aspx?id=45386>)

อภิปรายผลการวิจัย

วัฒนธรรมเพื่อส่งออกของประเทศเกาหลีใต้

แนวคิดอุตสาหกรรมสื่อได้กล่าวถึงลักษณะของการผลิตข่าวสารข้อมูล ศิลปวัฒนธรรม และความบันเทิงของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนว่า เป็นสินค้าที่มุ่งตอบสนองต่อความต้องการและความนิยมของตลาดเป็นใหญ่เพื่อให้ได้ตลาดที่กว้างและกำไรสูงที่สุด เมื่อกระบวนการดังกล่าวดำเนินการในระดับข้ามชาติด้วยองค์กรที่ก่อปรด้วยทุนและการจัดการวางแผนอย่างเป็นระบบสามารถนำไปสู่การครอบงำของสื่อและวัฒนธรรม (Media and Cultural Imperialism) อย่างที่เห็นได้ชัดเจนในกรณีของอุตสาหกรรมสื่อครบวงจรของประเทศสหรัฐอเมริกาภายใต้นาม "Hollywood"

กรณีของการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อการส่งออกของประเทศเกาหลีใต้ นอกจากจะเป็นการนำรายได้เข้าประเทศผ่านการขายสินค้าทางวัฒนธรรม เช่น ละคร ภาพยนตร์ แล้วยังเป็น การแพร่กระจายวัฒนธรรมเกาหลีอย่างแนบเนียนอีกด้วย ทั้งนี้ องค์กรต่างๆ ของประเทศเกาหลีใต้ ได้ร่วมมือกันปฏิบัติตามนโยบายทางวัฒนธรรม พ.ศ.2540 โดยกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเป็นหน่วยงานหลักในการผลักดันนโยบายและส่งเสริมงานด้านวัฒนธรรมด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาการสอดแทรกวัฒนธรรมในสินค้าบันเทิงในเชิงลึก ใช้กลยุทธ์การสร้าง ความหมายหรือคุณค่าความหมายลงไปในสินค้าบันเทิงทำให้เกิดการ "บริโภคนิยมเชิงสัญลักษณ์" กลยุทธ์ทางการตลาดตลอดจนปัจจัยอื่นประกอบกับคุณสมบัติของสินค้าทางวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมของสังคม กระบวนการดังกล่าวได้เสริมสร้างกระแสความนิยมและการบริโภคนิยม

บันเทิงเกาหลีสู่ตลาดโลก ทั้งนี้ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของโลกาภิวัตน์และ ยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดนที่ข้อมูลข่าวสารไหลไปในทุกทิศทาง (Free Flow of Information) และศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้สินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีได้ปรากฏโฉมและแผ่ขยายอิทธิพลบนเวทีโลก

จากข้อมูลใน สมุดปกขาวภาคการผลิตเชิงวัฒนธรรมประจำปี พ.ศ.2547 โดยกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเกาหลีได้ระบุว่า รายได้จากการส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรมไปยัง 5 ประเทศรวมกัน คือ สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น ไทย ฮองกงและไต้หวัน ในปี พ.ศ.2547 มีมูลค่าถึง 918 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 36,720 ล้านบาท) ข้อมูลดังกล่าวทำให้เห็นมูลค่าของรายได้เข้าประเทศอย่างชัดเจน ทั้งนี้ นิตยสารระดับโลก เช่น Newsweek ได้ขึ้นปกและขนานนามว่าประเทศเกาหลีใต้ คือ "ฮอลลีวูดตะวันออก" อีกด้วย

(www.positioningmag.com/Magazine/Details.aspx?id=45479)

ด้วยปรากฏการณ์กระแสความนิยมที่แพร่กระจายไปทั่วเอเชีย สหรัฐอเมริกา รวมถึงยุโรป แสดงให้เห็นว่า ประเทศเกาหลีใต้เป็นศูนย์กลางในการแพร่กระจายวัฒนธรรมแห่งใหม่แห่งหนึ่งท่ามกลางโลกแห่งพหุศูนย์ (Multi-Centric World) ที่มีศูนย์กลางในการแพร่กระจายวัฒนธรรมหลายศูนย์ของโลกปัจจุบัน ดังที่ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ใช้ฮอลลีวูดในการแพร่กระจายวัฒนธรรมและค่านิยมแบบตะวันตกไปต่างประเทศทั่วโลก

เว็บไซต์เป็นสื่อหนึ่งที่สะท้อนกระบวนการโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยจากผู้ใช้เว็บไซต์ที่ศึกษาทั้ง 5 เว็บไซต์แสดงถึงการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความต้องการของผู้ที่ชื่นชอบบันเทิงเกาหลีใต้ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ตให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ผู้ใช้เว็บไซต์ส่วนใหญ่ได้ใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ในด้านต่างๆและผู้ใช้เว็บไซต์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อลักษณะต่างๆของเว็บไซต์ในระดับสูง ทั้งนี้ ยังพบว่าการใช้เว็บไซต์นำไปสู่การแลกเปลี่ยนสินค้าบันเทิงระหว่างสมาชิกเว็บไซต์ในระดับสูง การตัดสินใจบริโภคสินค้าบันเทิงเกาหลีและการบริโภคสินค้าแบรนด์เกาหลี ผู้ใช้เว็บไซต์ส่วนใหญ่ยังมีความคิดเห็นว่าเว็บไซต์มีอิทธิพลที่ทำให้เกิดความต้องการในการไปท่องเที่ยวยังประเทศเกาหลีใต้อีกด้วย

นอกจากเอกชนจะเป็นผู้สนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิงที่เป็นตัวกลางในการแพร่กระจายวัฒนธรรมเกาหลีและการขยายกระแสเกาหลีนิยมแล้ว รัฐบาลและองค์กรของรัฐยังเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมที่มีประเทศเกาหลีใต้เป็นศูนย์กลางหนึ่งโดย

กระบวนการดังกล่าวได้เริ่มปฏิบัติหลังช่วงสงครามเกาหลี ผู้นำประเทศใช้แผนพัฒนาชาติที่เน้นการสร้างความเป็นเอก (Hegemonic Project) ในระดับนานาชาติ

ภายใต้แผนพัฒนาดังกล่าว รัฐบาลเกาหลีได้สร้างโครงการเพื่อเร่งการผลิตทุกสาขาทั้งด้านอุตสาหกรรมและเกษตรกรรมเนื่องจากประเทศเกาหลีได้เป็นประเทศที่เล็กแต่มีพลเมืองมากทรัพยากรธรรมชาติน้อยและมีตลาดเล็กจึงจำเป็นที่จะต้องเลือกยุทธวิธีเพื่อการส่งออกเป็นสำคัญ การส่งออกสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีถูกกำหนดให้เป็นวาระสำคัญหนึ่งในแผนดังกล่าวโดยนโยบายการส่งเสริมวัฒนธรรมของเกาหลีได้เพื่อพัฒนาประเทศนั้น ผู้นำได้วางแผนระดับประเทศ ระดับท้องถิ่นและประชาชนอย่างครบวงจรเพื่อสร้างฐานที่มั่นคงสำหรับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่จะได้สามารถแผ่ขยายอิทธิพลในระดับนานาชาติต่อไป

จากการศึกษาพบว่าเว็บมาสเตอร์และทีมงานผู้ผลิตเว็บไซต์หลายคนตระหนักถึงการครอบงำทางวัฒนธรรม ทั้งเลือกที่จะดูแลและตระหนักถึงความสำคัญกับวัฒนธรรมไทยเป็นอย่างดี ยกตัวอย่างเช่น เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์สวีดี เยจินมีแนวคิดในการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ต่างๆว่า การจัดกิจกรรมของสมาชิกที่ไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆของประเทศไทยเป็นสิ่งที่ดีและเป็นประโยชน์ แม้ว่าจะไปเว็บไซต์บันเทิงเกาหลีหากแต่มีสมาชิกเป็นคนไทย การจัดกิจกรรมของเว็บไซต์สามารถผสมผสานให้มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมเกาหลีแต่ก็ต้องไม่ลืมความเป็นไทย โดยเว็บมาสเตอร์และทีมงานจัดกิจกรรมที่ไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆของประเทศไทย บริโภคสินค้าไทยตามเวลาและโอกาสอย่างสม่ำเสมอ แม้จะไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของภาครัฐและเอกชนของประเทศเกาหลีได้ แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าเว็บไซต์ที่ทำการศึกษาก็ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการแผ่ขยายอิทธิพลทางวัฒนธรรมเกาหลีในระดับสากลไม่ว่าจะตั้งใจหรือไม่ก็ตาม

ภาพลักษณ์ที่ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อกับความจริงของสังคมเกาหลี

เมื่อเกิดกระแสความนิยมเกาหลีแผ่ขยายไปยังเอเชีย ยุโรปและสหรัฐอเมริกาที่มีการวิพากษ์วิจารณ์และแสดงความคิดเห็นถึงภาพลักษณ์ที่ถ่ายทอดผ่านสื่อบันเทิงเกาหลีโดยหลายบทความแสดงความเห็นเห็นว่า สื่อบันเทิงเกาหลีนั้นได้สะท้อนวัฒนธรรม ค่านิยม วิถีชีวิตและประเพณีของสังคมเกาหลีจริงในบางส่วน แต่เนื้อหาบางส่วนที่ถูกนำเสนอผ่านเนื้อหาบันเทิงเกาหลีนั้นเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในลักษณะที่ผู้ชมต้องการมากกว่าสะท้อนความเป็นจริงของคนในสังคม โดยเป็นเพียงลักษณะทางอุดมคติที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อความนิยมเท่านั้น เมื่อพิจารณาจากแนวคิดเรื่องภาพลักษณ์พบว่า ลักษณะดังกล่าวเป็นรูปแบบของภาพลักษณ์ที่องค์กรของประเทศเกาหลีได้สร้างเพื่อการท่องเที่ยวที่เรียกว่า ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง (Destination Image) ที่เน้นการ

มองประเทศเป็นแหล่งท่องเที่ยว และอาจเรียกได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของภาพลักษณ์ประเทศ Milman และ Pizam (1995 อ้างใน ปิ่นกมล รัชต์เฝ้า, 2548) อธิบายว่าภาพลักษณ์ดังกล่าวต้องการให้เกิดความประทับใจที่สัมผัสได้ด้วยดวงตาหรือสัมผัสทางจิตใจเกี่ยวกับสถานที่ สินค้า หรือประสบการณ์ของสาธารณชนทั่วไป

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นว่า องค์การของประเทศเกาหลีใต้ได้มีการทำวิจัยและศึกษาถึงเนื้อหาที่ผู้ชมชื่นชอบเพื่อการผลิตสินค้าบันเทิงเกาหลีอย่างลึกซึ้งซึ่งจึงสร้างภาพลักษณ์และสอดแทรกเนื้อหาบางอย่างที่อาจไม่มีอยู่จริงเพื่อให้ตรงใจผู้บริโภค ในขณะที่ผู้ชมคิดว่าเนื้อหาที่ได้สร้างขึ้นนั้นสะท้อนความเป็นจริงของคนในสังคมเกาหลีจริงทั้งหมด ยกตัวอย่างเช่น นิสัยของชายเกาหลีในละครหรือภาพยนตร์ที่มีลักษณะอบอุ่น อ่อนโยนและโรแมนติก จากการประมวลข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้ที่รู้จักชาวเกาหลีเป็นอย่างดีพบว่า ผู้ชายเกาหลีไม่ได้เป็นเช่นในละครหรือภาพยนตร์ โดยนิสัยของผู้ชายเกาหลีนั้นมักทุ่มเทกับการทำงานอย่างมาก ไม่เก็บอารมณ์ เจ้าอารมณ์ อารมณ์รุนแรง เป็นตัวของตัวเอง (อ้างแล้ว) หากไม่พอใจจะว่ากล่าวอย่างรุนแรงโดยไม่สนใจว่าจะเป็นสถานที่ใด และเนื่องด้วยสังคมเกาหลีเป็นสังคมแบบชายเป็นใหญ่ ผู้เป็นหัวหน้าครอบครัวจะมีอำนาจในบ้านโดยผู้อื่นไม่มีสิทธิ์โต้เถียง ผู้ชายเป็นเกาหลีจึงมีลักษณะที่แสดงว่าตนมีอำนาจเหนือกว่าผู้หญิง (ประพิน มโนมัยวิบูลย์, 2536) ลักษณะของผู้ชายเกาหลีที่ถูกถ่ายทอดในละครและภาพยนตร์จึงค่อนข้างแตกต่างจากลักษณะจริงของผู้ชายเกาหลีโดยลักษณะนิสัยในสินค้าบันเทิงเกาหลีนั้นเป็นลักษณะทางอุดมคติที่ผู้ชมต้องการอยากให้เป็น ข้อมูลดังกล่าวตรงกับบทความหนึ่งในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ที่กล่าวว่า ซีรีส์เกาหลีที่ประสบความสำเร็จน่าจะเป็นเพราะรสชาติที่ให้ผู้ชมได้เสพ ได้ชมนั้นมีความแตกต่างและที่สำคัญเป็นรสชาติที่ทุกคนอยากดูหรืออยากให้เป็นอย่างนั้น จากการพูดคุยกับคนเกาหลีเอง พระเอกและพระรองแสนดีที่ให้นางเอกซีหลังในชีวิตจริงไม่มี ผู้ชายเกาหลีก็ไม่ได้อบอุ่นแบบที่เห็นในการแสดงแต่สิ่งที่หนังสือสะท้อนออกมาคือความไฝฝืนของผู้หญิงต่างหาก ซีรีส์เกาหลีจึงไม่ได้สะท้อนสังคมถึงสิ่งที่เป็จริงทั้งหมดอย่างที่บางคนเข้าใจผิด (“บันเทิงแบบเกาหลี”, 8 พฤษภาคม 2550; เว็บไซต์เดลินิวส์)

ภาพลักษณ์ของที่มีอยู่เดิมและที่สร้างขึ้นใหม่ของประเทศนั้นเป็นภาพลักษณ์ที่ต้องการดึงดูดใจผู้บริโภคเนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้า ดังที่ Kotler and Gertner (2002 อ้างใน สุธาณี มาสขาว, 2549) กล่าวว่า กลยุทธ์การจัดการภาพลักษณ์เป็นกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสำหรับการศึกษาทางด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ การแบ่งกลุ่มและการเลือกกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งของสถานที่และคุณประโยชน์ของสถานที่เพื่อสนับสนุนภาพลักษณ์เดิมหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่และสื่อสารคุณประโยชน์เหล่านั้นไปยังกลุ่ม

เป้าหมายเพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพ ภาพลักษณ์ที่ต้องการจะต้องใกล้เคียงกับความเป็นจริง เชื่อถือได้ เรียบง่ายและโดดเด่น

แฟนคอมในยุคโลกาภิวัตน์

สำหรับกระแสความนิยมเกาหลีในบริบทของสังคมไทยในยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดน นั้นพบว่า เว็บไซต์ที่ศึกษาทั้ง 5 เว็บไซต์ได้ถูกก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ในช่วงแรกของกระแสความนิยมเกาหลีที่ยังไม่ได้รับความนิยมมากนักโดยก่อตั้งเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลและชุมชนสำหรับผู้ที่ยื่นชอบบันเทิงเกาหลีและดารานักแสดงเกาหลี เมื่อวิเคราะห์โดยอาศัยแนวคิดแฟนและแฟนคอมของ Joli Jensen (อ้างแล้ว) พบว่า การก่อตั้งเว็บไซต์เป็นการใช้สื่อใหม่เพื่อรวบรวมสมาชิก ผู้ยื่นชอบหรือหลงใหลในสิ่งเดียวกัน ทั้ง 2 ลักษณะ คือ บุคคลผู้หลงใหลที่ยื่นชอบเพียงลำพังและกลุ่มผู้หลงใหลในสิ่งเดียวกัน เว็บไซต์ได้เป็นสื่อกลางสำคัญที่เชื่อมโยงกลุ่มแฟนคลับเข้าด้วยกัน ดังเช่น Robert Escarpit (อ้างแล้ว) พูดถึง กลุ่มแฟน ว่าเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน และไม่รู้ว่ามีความชอบคล้ายคลึงกัน จนกระทั่งื่อนำมาเผยแพร่ สื่อทำให้เกิด "ปฏิสัมพันธ์" (Interaction) กันระหว่างคนในกลุ่ม ให้เกิดกลุ่มใหม่ขึ้น โดยสื่อเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างวัฒนธรรมกลุ่มให้กับผู้รับสารและผู้รับสารมีโอกาสที่จะเลือกรับสารที่ตนคิดว่าเหมาะสมและถูกใจ

แนวคิดดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า เว็บไซต์จัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้แฟนผู้ใช้เว็บไซต์มีส่วนร่วมและเป็นการสานความสัมพันธ์ที่ดีในกลุ่ม ทั้งนี้ ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้เว็บไซต์ส่วนใหญ่ที่มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจในระดับสูงในการทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อนสมาชิกทั้งกิจกรรมบนเว็บไซต์หรือกิจกรรมนอกสถานที่ คุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ตได้กำจัดอุปสรรคของการเป็นกลุ่มแฟนบางประการทำให้การรวมตัวและการทำกิจกรรมต่างๆของกลุ่มแฟนเป็นไปอย่างสะดวก กลุ่มแฟน หรือ แฟนคอมในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางนี้ได้ส่งผลกระทบต่อรูปแบบของกลุ่มแฟนที่มีมาตั้งแต่อดีต จากเดิมที่แฟนอยู่อย่างกระจายโดยที่ไม่รู้จักกันและเป็นไปในลักษณะของแฟนผู้ยื่นชอบเพียงลำพัง ในปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้กลุ่มแฟนได้รู้จักกันและความเป็นชุมชนบนเว็บไซต์ก็ทำให้เกิดการทำกิจกรรมร่วมกัน ทั้งยังเกิดการรวมตัวที่ง่ายตายและโดยที่บุคคลนั้นอาจจะอยู่ส่วนใดของโลกก็ได้หากแต่มีอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงพวกเขาเข้าด้วยกัน กรณีของกลุ่มแฟนผู้ยื่นชอบบันเทิงเกาหลีในบริบทของประเทศไทยมีลักษณะของกลุ่มแฟนในยุคโลกาภิวัตน์ที่เป็นไปในลักษณะสากลหรือเป็นกลุ่มแฟนที่ไม่มีสัญชาติเนื่องด้วยคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงกลุ่มแฟนที่ยื่นชอบสิ่งเดียวกันไม่ว่าจะอยู่ส่วนใดของโลกเข้าด้วยกันทำให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มแฟนที่หลากหลายเชื้อชาติและภาษา เช่น เว็บไซต์เรนไทยแลนด์ที่รวบรวมกลุ่มแฟนผู้ยื่นชอบเรนจากหลายประเทศเข้าด้วยกันโดยมีการนำเสนอเนื้อ-

หาบนเว็บไซต์เป็นภาษาอังกฤษ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าอินเทอร์เน็ตนั้นทำให้กลุ่มแฟนและวัฒนธรรมกระแสนิยมไร้พรมแดน นอกจากนี้ เว็บไซต์จะมีบทบาทในการเป็นสื่อเสริมที่เชื่อมโยงกลุ่มแฟนเข้าด้วยกันด้วยกิจกรรมและเนื้อหา ทั้งทำหน้าที่เป็นช่องทางที่นำไปสู่การบริโภคเพิ่มเติมต่อจากการใช้เว็บไซต์ และยังเป็นสื่อกลางที่สำคัญในการยืดอายุหรือระยะเวลาความเป็นแฟนด้วยการเชื่อมโยงกิจกรรมของแฟน การท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้และการบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน

นอกจากนี้ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า เว็บไซต์ที่ศึกษาได้รวบรวมกลุ่มแฟนในช่วงแรกของกระแสที่ยังไม่มีความนิยมมากนัก จนกระทั่งปัจจัยหลายด้านได้ทำให้เกิดกระแสความนิยมเกาหลีที่มากขึ้นจนกลายเป็นปรากฏการณ์เกาหลีพีเวอร์ในสังคมไทย ในขณะเดียวกันที่จำนวนผู้ใช้เว็บไซต์เพิ่มขึ้นอย่างมหาศาลในสังคมไซเบอร์ ด้วยคุณสมบัติที่ตอบสนองความต้องการตามลักษณะเฉพาะรายบุคคลของสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความต่อเนื่องของกระแสความนิยม ไม่ว่าจะเป็นด้านการเปิดรับที่แฟนผู้มีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงเว็บไซต์ได้ทุกเวลา ด้านการมีส่วนร่วมที่แฟนผู้ใช้เว็บไซต์สามารถมีส่วนร่วมในเว็บไซต์ได้มากเท่าที่ต้องการซึ่งแตกต่างกับสื่ออื่น เช่น หนังสือพิมพ์หรือโทรทัศน์ ด้านวิธีเลือกรับข้อมูล แฟนผู้ใช้เว็บไซต์สามารถย้อนกลับไปดูข้อมูลเก่าได้หรือเลือกที่จะเปิดรับเฉพาะข้อมูลที่ตนสนใจได้ ปรากฏการณ์ดังกล่าวได้สะท้อนกระบวนการโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมโดยมีประเทศเกาหลีได้เป็นศูนย์กลางให้เห็นได้อย่างดี เว็บไซต์บันเทิงเกาหลีได้เชื้ออำนวยการประชาสัมพันธ์สำหรับความเป็นแฟนของผู้ที่ชื่นชอบบันเทิงเกาหลีในด้านต่างๆโดยผู้ที่ชื่นชอบบันเทิงเกาหลีสามารถตัดข้อมูลที่ตนไม่สนใจไปสู่ข้อมูลที่ตนสนใจโดยเฉพาะได้โดยตรง ลักษณะของกลุ่มแฟนในยุคโลกาภิวัตน์จึงเป็นลักษณะของการที่สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูลตามที่ต้องการและเชื่อมโยงแฟนเข้าด้วยกันโดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาหรือสถานที่อีกต่อไป

แม้ไม่อาจตอบได้อย่างชัดเจนว่าเว็บไซต์ได้ผลักดันและสร้างกระแสความนิยมเกาหลีมากน้อยเพียงใดหรือกระแสความนิยมเกาหลีต่างหากที่ผลักดันให้มีผู้ใช้เว็บไซต์ แต่สิ่งที่แน่นอนจากการวิจัยคือเว็บไซต์นั้นเป็นส่วนสำคัญในการยืดกระแสความนิยมด้วยคุณสมบัติของสื่อใหม่ซึ่งตอบสนองความต้องการด้านต่างๆของกลุ่มแฟน อย่างไรก็ตาม ดูเหมือนว่าปัจจัยทั้ง 2 ด้านจะช่วยผลักดันกันและกัน เว็บไซต์เป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมกระแสและค่อยๆผลักดันกลุ่มแฟนจำนวนน้อยให้มีจำนวนที่มากขึ้นรวมถึงมีส่วนร่วมในการผลักดันวัฒนธรรมกระแสนิยมให้ปรากฏนอกกลุ่ม หรือ สังคมแห่งความจริง ด้วยความเป็นสื่อใหม่ที่ทันสมัยที่เข้าถึงง่ายและความเป็นชุมชนบนเว็บอร์ดทำให้ความเป็นเครือข่ายของแฟนคลับยังคงอยู่ มีความเหนียวแน่นและมีกระแสความนิยมอย่างต่อเนื่อง

วัฒนธรรมลูกผสมในสังคมไทย (Hybridization of Thai Culture)

เมื่อพิจารณาลักษณะความชื่นชอบของผู้ใช้เว็บไซต์โดยพิจารณาจากกลุ่มอายุซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 15-20 ปี และ 20-25 ปี พบว่า ความชื่นชอบของกลุ่มอายุน้อยมักมีลักษณะที่ชื่นชอบอย่างคลั่งไคล้มากกว่าอีกกลุ่มโดยนิยมนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเกาหลีนิยมมาใช้และแสดงให้เห็นถึงความชื่นชอบบันเทิงเกาหลีของตนอย่างเปิดเผย ในขณะที่กลุ่มอายุมากขึ้นชอบโดยไม่ค่อยแสดงออกและเลือกทำกิจกรรมเกี่ยวกับบันเทิงเกาหลี ผลวิจัยของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า อายุมีส่วนต่อลักษณะของการชื่นชอบและการแสดงออกของแฟน

ผลการวิจัยนั้นแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้เว็บไซต์ไม่เพียงแต่ใช้ประโยชน์และเกิดความพึงพอใจจากการใช้เว็บไซต์เท่านั้นหากแต่มีการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและการซึมซับทางวัฒนธรรมเกาหลีผ่านเว็บไซต์ด้วย สำหรับการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมพบว่า ผู้ใช้เว็บไซต์คิดว่าตนได้เรียนรู้วัฒนธรรมเกาหลีจากส่วนต่างๆของเว็บไซต์โดยกลุ่มผู้เปิดรับเว็บไซต์อย่างเดียวยกเว้นคิดว่าตนได้รับความรู้ด้านการแต่งกายของวัยรุ่นเกาหลีมากที่สุดขณะที่กลุ่มผู้เปิดรับและมีส่วนร่วมคิดว่าตนได้รับความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของคนเกาหลี เมื่อพิจารณาด้านการซึมซับทางวัฒนธรรมพบว่า ด้านแฟชั่นเป็นด้านเดียวที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้เว็บไซต์ทั้งสองกลุ่มในระดับสูง ทั้งนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า ผู้ใช้เว็บไซต์ไม่ได้เรียนรู้ในระดับผิวเผินเท่านั้น ผลการวิจัยสะท้อนว่าองค์กรผู้ผลิตบันเทิงเกาหลีได้สอดแทรก วัฒนธรรมและนำเสนอในระดับที่ทำให้ผู้เปิดรับสามารถรับรู้และรู้จักวัฒนธรรมได้ในระดับลึกซึ่งระดับหนึ่งโดยเว็บไซต์ได้มีส่วนในการแพร่กระจายวัฒนธรรมเกาหลีดังกล่าวจากการนำเสนอในส่วนต่างๆของเว็บไซต์ นอกจากนี้ ยังพบว่ามีกิจกรรมกลุ่มเพื่อไปเรียนภาษาเกาหลีซึ่งเป็นการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมเพิ่มเติมบนเว็บไซต์ จี อินลี อาจารย์ประจำวิชาภาษาเกาหลี ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (มศว.) ให้ข้อมูลว่ากระแสเกาหลีที่มาแรงอยู่ในขณะนี้ ส่งผลให้เยาวชนไทยอยากเรียน และสนใจอยากเรียนภาษาเกาหลีกันอย่างมาก (“เด็กแห่ลงเรียนภาษาเกาหลี”, 18 กรกฎาคม 2549; เว็บไซต์ข่าวสด)

ผู้ใช้เว็บไซต์ได้เรียนรู้วัฒนธรรมเกาหลีและเกิดการซึมซับทางวัฒนธรรมส่วนหนึ่งจากการนำเสนอมัลติมีเดียทางวัฒนธรรมผ่านดาราและศิลปินเกาหลีที่ปรากฏบนเว็บไซต์ด้านรูปลักษณ์ดนตรี รูปแบบภาษา ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต ผู้วิจัยพบว่า ผู้มักมีการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเกาหลีที่ตนชื่นชอบมาประยุกต์และปรับใช้ในชีวิตประจำวันในลักษณะของการผสมผสานหรือปรับให้เข้ากับวิถีเดิมของตนเอง ที่เรียกว่า วัฒนธรรมลูกผสม (Cultural Hybridization) ทั้งนี้ก็ยังพบว่า ผู้ใช้เว็บไซต์ได้นำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาใช้ในลักษณะของการถูกครอบงำ คือ การเลียนแบบโดยไม่ดัดแปลงด้วย กล่าวคือ ผู้ใช้เว็บไซต์มีการรับวัฒนธรรมกระแสเกาหลีนิยมมา

ใช้ทั้ง 2 ลักษณะ คือ การถูกครอบงำทางวัฒนธรรม เช่น แฟชั่นการแต่งกาย และการปรับวัฒนธรรมเกาหลีให้เหมาะสมกับตนเองหรือสังคมไทยโดยการเลือกเฉพาะวัฒนธรรมที่เข้ากันกับบริบททางสังคมและนำมาปรับใช้ซึ่งเป็นไปในรูปแบบของ Glocalization ด้วย

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของวัยรุ่นที่ชื่นชอบบันเทิงเกาหลีจึงแปรไปตามวัฒนธรรมกระแสนิยมแบบ K-pop ตัวอย่างเช่น การแต่งกาย การแต่งหน้า ทรงผมและเครื่องใช้ ซึ่งส่งผลไปถึงการใช้แบรนด์เกาหลีด้วย เช่น เครื่องสำอางแบรนด์เกาหลี เสื้อผ้าที่มีพรินเตอร์เป็นดาราเกาหลี เลื่อนำเข้าจากประเทศเกาหลีได้ และสำหรับการทำกิจกรรมยามว่างพบว่า ผู้ใช้เว็บไซต์ทุกคนทำกิจกรรมยามว่างที่เกี่ยวข้องกับบันเทิงเกาหลีทั้งสิ้น ยูทา คลังสุวรรณ ผู้อำนวยการสถาบันเอเชียตะวันออก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์อธิบายไว้ว่า เกือบร้อยละ 70-80 ของวัยรุ่นทุกคนเป็นแฟนพันธุ์แท้หนัง ดาราเกาหลีและไม่ใช่แค่เมืองไทย แต่เป็น "เทรนด์ของเอเชีย" ซึ่งเกาหลีเข้ามามีบทบาทอย่างยิ่ง ทั้งในเรื่องอุตสาหกรรมส่งออกด้านสินค้าและอุตสาหกรรมความบันเทิง ("K-Wave/K-Pop กระแสนี้...ยังจะแรงแค่ไหน", 22 มีนาคม 2550; เว็บไซต์ฐานเศรษฐกิจ)

ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นไปในลักษณะของการแสดงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมตามกระแสความนิยมที่ไม่เพียงแต่แสดงว่าชื่นชอบบันเทิงเกาหลีอย่างเดียวนั้น แต่นำเสนออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเองแบบที่มีส่วนผสมของสไตล์เกาหลีเพื่อแสดงว่าตนเองทันสมัยอีกด้วย จุฬารัตน์ มาเสถียรวงศ์ได้กล่าวในบทความของมหาวิทยาลัยเที่ยงคืนว่า ภาพของวัฒนธรรมสไตล์เกาหลีได้กลายเป็นสื่อสาระให้วัยรุ่นเรียนรู้และลอกเลียน ภาพลักษณ์เหล่านั้นจนเลือกที่จะเป็น "ใคร" ในแบบ K (Korea) เพื่อให้ทันสมัยหรือเป็นโมเดิร์นแมนซึ่งนำมาสู่การสร้างความเป็นอื่นในวัฒนธรรมวัยรุ่นควบคู่ไปด้วย นั่นคือ ถ้าวัยรุ่นคนไหนไม่ตามกระแสหรือไม่ทันสมัยก็จะกลายเป็นพวกเขยล้าหรือตกกระแส ยิ่งในยุคหลังสมัยใหม่ที่เต็มไปด้วยความหลากหลายและสลับซับซ้อนแทบทุกด้าน ยิ่งดูเหมือนว่าวัยรุ่นต้องเผชิญหน้ากับกระแสอำนาจของสื่อโทรทัศน์ที่ทำการผลิตซ้ำวัฒนธรรมข้ามชาติมากยิ่งขึ้น

(<http://www.socialwarning.net/data/views.php?recordID=198>)

ด้วยอิทธิพลของกระแสเกาหลีที่มีผลต่อผู้ที่ชื่นชอบในการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเกาหลีนิยมไปปรับใช้ของวัยรุ่นดังกล่าวทำให้ธุรกิจแบรนด์เกาหลีและธุรกิจใหม่ๆที่อิงกระแสความนิยมเกาหลีนอกจากธุรกิจสินค้าที่เกี่ยวข้องกับบันเทิงเกาหลีได้เข้ามาตอบสนองกับผู้ชื่นชอบในด้านต่างๆมากยิ่งขึ้น เช่น โรงเรียนสอนแต่งหน้าแบบเกาหลี DHB Korea Beauty Academy โรงเรียนสอนภาษาเกาหลี ร้านอาหารเกาหลี เป็นต้น หากพิจารณาโดยนำทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) (อ้างแล้ว) มาอ้างอิงจะสามารถอธิบายได้ว่า ผู้ใช้

เว็บไซต์ที่ชื่นชอบบนเท็งเกาห์ลีเรียนรู้ทางวัฒนธรรมจากการสังเกตตัวแบบ (Observational Learning for Limitation) ในที่นี้คือ ดาราเกาห์ลีผ่านสื่อซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ตลอดจนการเลียนแบบพฤติกรรมในภายหลัง ดาราเกาห์ลีจึงเป็นดังตัวแบบที่ทำให้ผู้ที่ชื่นชอบเลียนแบบ ทั้งรัฐบาลเกาห์ลีได้และองค์กรเกาห์ลีต่างก็ผลักดันและสนับสนุนให้ดาราเกาห์ลีเป็นทูตทางวัฒนธรรมในการแพร่กระจายวัฒนธรรมเกาห์ลีเพื่อธุรกิจของประเทศ

กล่าวโดยสรุป วัฒนธรรมของทุกชาติก็ล้วนแต่มีการหยิบยืม ผสมผสานและเปลี่ยนแปลงโดยมักมีการผสมผสานและประกอบวัฒนธรรมของชาติอื่นไม่มากนักน้อย ในอดีต การผสมผสานทางวัฒนธรรมจนทำให้เกิดวัฒนธรรมลูกผสมนั้นผ่านการไปมา ติดต่อกัน แลกเปลี่ยนระหว่างกันอย่างค่อยเป็นค่อยไป หากแต่ในยุคแห่งสังคมสารสนเทศในปัจจุบันทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมด้วยความเอื้ออำนวยของสื่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็วเพียงชั่วพริบตา ระบบและกระบวนการต่างๆเปลี่ยนแปลงไปอย่างปฏิเสธไม่ได้ ดังที่ อภิญา เพ็ญพูนกุล ว่า การปฏิวัติระบบการสื่อสารโลกทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและผสมผสานทางวัฒนธรรมเป็นไปอย่างรวดเร็วและซับซ้อนยิ่ง (อ้างแล้ว) ผลงานวิจัยนี้เป็นกรณีของการแพร่กระจายวัฒนธรรมเกาห์ลีผ่านเว็บไซต์ประเภทแฟนในยุคโลกาภิวัตน์จนทำให้เกิดการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมเกาห์ลีของผู้ใช้เว็บไซต์ที่ศึกษาโดยแสดงให้เห็นว่าผลกระทบทางวัฒนธรรมจากกระแสโลกาภิวัตน์อาจก่อให้เกิดผลลัพธ์ในรูปแบบของวัฒนธรรมลูกผสม ทั้งนี้ ยังเป็นตัวอย่างเรื่องการเรียนรู้และความซึมซับทางวัฒนธรรมข้ามชาติซึ่งแสดงว่าควรร่วมสร้างเข้าใจในคุณค่าของวัฒนธรรมและความเข้าใจทางวัฒนธรรมว่าควรรักษาความงดงามของวัฒนธรรมในชาติ ไม่เหยียดหยามวัฒนธรรมชาติอื่น ในขณะเดียวกันก็ต้องเข้าใจวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นทั้งธรรมชาติวิถีและการรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นโดยไม่มองวัยรุ่นที่เป็นกลุ่ม แฟนคลับเหล่านี้ในเชิงลบเพียงอย่างเดียวเหมือนกับที่ไม่อาจมองโลกนี้ได้อย่างแบ่งแยกได้อีกต่อไปและไม่ควรมองระบบโลกาภิวัตน์ในแง่ของชั่วตรงข้าม ดังที่ สุริชัย หวันแก้ว (2545) ที่กล่าวว่า การคิดแบบแยกชั่ว (Dichotomies) อย่างตายตัว ไม่ใช่ชาวก็ดำอย่างใดอย่างหนึ่ง การตกอยู่ในกับดักความคิดเช่นนี้โดยไม่แสวงหาทางออก ย่อมไม่เป็นผลดีต่อชีวิตสังคมที่ยั่งยืนในอนาคต โลกาภิวัตน์เป็นกระบวนการที่เป็นพลวัตรและสลับซับซ้อน ทั้งไม่คงที่ เคลื่อนที่ได้ ไหลเวียน ดังนั้น เมื่อมีการแพร่กระจายวัฒนธรรมตามกระแสวัฒนธรรมนิยมสู่สังคมไทยจึงควรที่อยู่อย่างเข้าใจและร่วมสร้างการยอมรับท่ามกลางความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Diversity of Culture) ในยุคแห่งโลกาภิวัตน์และยุคกระแสการสื่อสารเสรีที่มีการติดต่อสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมระหว่างสังคม ระหว่างชาติตลอดเวลา จนทำให้เกิดการสังสรรค์ทางวัฒนธรรมและการผสมผสานทางวัฒนธรรมอย่างสม่ำเสมอในสังคมโลก

ข้อจำกัดในการวิจัย

1. ผู้วิจัยประสบปัญหาด้านการเก็บข้อมูลเชิงลึกบางประการเนื่องจากผู้ผลิตเว็บไซต์ไม่ให้ข้อมูลเพราะเป็นความลับทางการตลาดของเว็บไซต์และเกรงว่าจะเป็นผลลบต่อเว็บไซต์ เช่น ราคาขายพื้นที่โฆษณาบนเว็บไซต์ มูลค่าการใช้จ่ายของเว็บไซต์ มูลค่ารายได้ของเว็บไซต์ เป็นต้น

2. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเว็บไซต์ซึ่งเป็นสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีความเปลี่ยนแปลงสูงทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถเก็บข้อมูลบางข้อมูลในอดีตที่เปลี่ยนแปลงไปแล้วได้ เช่น ภาพโฆษณาบนเว็บไซต์ก่อนระยะเวลาที่ผู้วิจัยจะศึกษาและทำให้ไม่สามารถได้ข้อมูลที่เป็นรูปธรรมในบางครั้งได้หากผู้ผลิตเว็บไซต์ไม่ได้เก็บข้อมูลดังกล่าวไว้ เช่น ข้อมูลบนเว็บไซต์หรือภาพหน้าเว็บไซต์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการดำเนินการครั้งต่อไป ผู้วิจัยอาจทำงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ควบคู่ไปด้วยโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวนมาก อาจทำให้เห็นภาพรวมของผู้ใช้เว็บไซต์ที่กว้างมากยิ่งขึ้น

2. งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่วิเคราะห์เฉพาะกรณีกระแสความนิยมเกาหลีในประเด็นโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมโดยมีประเทศเกาหลีใต้เป็นศูนย์กลางที่ศึกษาผู้ใช้เว็บไซต์โดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้เปิดรับเว็บไซต์อย่างเดียวและกลุ่มผู้เปิดรับและมีส่วนร่วมในเว็บไซต์ ในการดำเนินการครั้งต่อไป ผู้วิจัยอาจเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่มีลักษณะทางประชากรหลากหลายโดยศึกษาเปรียบเทียบและเชื่อมโยงผู้ใช้เว็บไซต์ในประเด็นต่างๆเพื่อวิเคราะห์ด้านการเรียนรู้และการซึมซับทางวัฒนธรรมในเชิงลึกได้ดียิ่งขึ้น

3. ประเด็นการแพร่กระจายวัฒนธรรมผ่านสื่อสมัยใหม่เป็นประเด็นที่น่าสนใจเมื่อศึกษาในมิติของวัฒนธรรม ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยอาจศึกษาในประเด็นนี้โดยศึกษาการแพร่กระจายวัฒนธรรมอื่นผ่านสื่อสมัยใหม่ได้ เช่น การแพร่กระจายวัฒนธรรมไทย การแพร่กระจายวัฒนธรรมญี่ปุ่น เป็นต้น