

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ศึกษาเว็บไซต์บันเทิงเกาหลีและเว็บไซต์แฟนคลับดาราเกาหลี 5 เว็บไซต์คือ www.popcornfor2.com, www.jkdramas.com, www.sonyejin.in.th, www.rainthailand.net และ www.tvxq-thailand.com ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะของกระบวนการโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมโดยมีประเทศเกาหลีได้เป็นศูนย์กลางซึ่งสะท้อนในเว็บไซต์ของประเทศไทย รูปแบบหรือลักษณะอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเกาหลีนิยมที่นำเสนอตลอดจนศึกษาถึงการใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์ การเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและการซึมซับทางวัฒนธรรมของผู้ใช้เว็บไซต์โดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้เปิดรับเว็บไซต์อย่างเดียวและกลุ่มผู้เปิดรับและมีส่วนร่วมในเว็บไซต์ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ผลิตเว็บไซต์จากทั้ง 5 เว็บไซต์และผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม-พฤษภาคม พ.ศ.2550

ผลการวิจัยพบว่า เว็บไซต์ทั้ง 5 เว็บไซต์สะท้อนกระบวนการโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมโดยมีประเทศเกาหลีได้เป็นศูนย์กลาง เว็บไซต์ทำหน้าที่เป็นช่องทางในการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมและมีส่วนทำให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรม (Cultural Hybridization) ของผู้ใช้เว็บไซต์ ทั้งนโยบาย กระบวนการผลิตและการนำเสนอของเว็บไซต์ยังเป็นไปในทางสนับสนุนสินค้าบันเทิงเกาหลีและการท่องเที่ยวซึ่งรายได้ไปส่งเสริมองค์การข้ามชาติยังประเทศเกาหลีได้ ในส่วนของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเกาหลีที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ พบว่าเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมถูกนำเสนอผ่านวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่น (Youth Subculture) โดยมักมีดาราเกาหลีเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดวัฒนธรรมทั้งรูปลักษณะภายนอก ดนตรี ภาษา ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต สำหรับผู้ใช้เว็บไซต์พบว่า ผู้ใช้เว็บไซต์มีการใช้ประโยชน์และมีความพึงพอใจจากการใช้เว็บไซต์ในระดับสูง ทั้งได้มีการเรียนรู้และมีการซึมซับทางวัฒนธรรมเกาหลีผ่านเนื้อหาที่นำเสนอในระดับสูงอีกด้วยโดยกลุ่มผู้เปิดรับและมีส่วนร่วมในเว็บไซต์มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมด้านต่างๆที่สูงกว่ากลุ่มผู้เปิดรับเว็บไซต์อย่างเดียว นอกจากนี้ยังพบว่าแม้ผู้ใช้เว็บไซต์จะชื่นชอบในบันเทิงเกาหลี ดาราเกาหลีรวมถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเกาหลีนิยมแต่ส่วนมากไม่ได้นำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไปเลียนแบบโดยตรง หากแต่มีการผสมผสานและประยุกต์ใช้ให้เข้ากับตนเองตามความเหมาะสมทั้งสถานที่และโอกาส ทั้งรูปลักษณะภายนอก ดนตรี ภาษา ค่านิยมหรือรูปแบบการดำเนินชีวิต

This research study is a qualitative research which studies the entertainment and fan club websites for 5 websites: www.popcornfor2.com, www.jkdramas.com, www.sonyejin.in.th, www.rainthailand.net, www.tvxq-thailand.com. The objectives of the research are to study the characteristics of the Korean-centered cultural globalization that are reflected on the websites, the cultural identity that are presented on the websites including uses and gratifications, cultural learning and cultural assimilation of the websites users. The researcher classified the users in 2 groups which are the group of users who do not participate and the group of users who participated in the websites. The research methodologies include content analysis and in-depth interviews of the webmasters from the 5 studied websites and 30 users. The analysis and interviews were conducted during January to May 2007.

The research finds that the 5 studied websites reflected cultural globalization of which South Korea is the center the websites were used as the medium in diffusing the Korean culture and the websites also played a role in cultural hybridization. The websites' policy production process and presentation of the websites also support the South Korean cultural products and South Korea tourism which in turn strengthened the position of transnational entertainment companies from Korea. As for the Korean identity that presented on the websites, the research finds that the cultural identity is presented through the content of the youth subculture by the South Korean stars. Aspects which are evidently presented are outside appearance, music, value and lifestyle. As for uses and gratifications, the users show high uses and satisfaction from the websites. They also learn Korean culture and assimilate some cultural aspects. The users are also found to admire South Korean entertainment, South Korean stars and Korean cultural identity. The majority of them do not directly imitate it but they will adapt and apply the identity in the appropriate occasions including outside appearance, music, value and lifestyle by using their own social and cultural capital.