

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “กระบวนการแลกเปลี่ยนและการรับรู้วัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มวัยรุ่นไทย” ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยไว้ดังนี้

3.1 รูปแบบการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดำเนินการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) และวิเคราะห์เนื้อหาวัฒนธรรมในคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีและรูปแบบการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีในสื่อเว็บไซต์ โดยใช้วิธีการนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description)

3.2 ประชากรและการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยชิ้นนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่สอดคล้องกับเนื้อหาที่ทำการศึกษาค้นคว้า อันประกอบไปด้วย แหล่งข้อมูลและประชากร 3 กลุ่ม

ก. เว็บไซต์ที่มีคลิปวิดีโอเพลงเกาหลี

วิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบของ เว็บไซต์ชั้นนำที่มีการเผยแพร่คลิปวิดีโอเพลงเกาหลี และได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกเว็บไซต์ของประเทศไทย ที่มีลักษณะโดดเด่นและตรงกับเนื้อหาในงานวิจัยชิ้นนี้ที่สุด 3 เว็บไซต์ดังต่อไปนี้

1. เว็บไซต์ Popcornfor2 (www.popcornfor2.com) เป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในแง่การเป็นชุมชนแฟนคลับทั้งในด้าน เพลงเกาหลี - เพลงเอเชียอื่นๆ , ดาราเกาหลี - ดาราเอเชียอื่น แบ่งเป็นชุมชนเป็นหมวดๆ รวมไปถึงหมวด file loft (ชื่อหมวดหมายถึง แหล่งรวมกระทู้ที่มีการนำไฟล์การแสดงรูปแบบต่างๆที่เกี่ยวกับศิลปินที่ชื่นชอบมาทำการอัปโหลดไว้) ที่เว็บไซต์แห่งนี้ เป็นแหล่งชุมชนที่รวมการถ่ายทอดและเผยแพร่ไฟล์ประเภท “คลิปวิดีโอเพลงเกาหลี ” จำนวนมากและหลากหลายที่สุด ซึ่งปัจจุบันมียอดสมาชิก (Users) ที่จดทะเบียนในระบบแล้วถึง

102,407 คน (จำนวนสมาชิกเว็บไซต์ Popcornfor2:2553) ซึ่งยังไม่รวมถึง ผู้เข้าใช้ในฐานะแขกที่ไม่ได้ลงทะเบียน (Guests) อีกจำนวนมาก



ภาพที่ 3.1 โลโก้ของเว็บไซต์Popcornfor2

ลักษณะคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีที่มีในเว็บไซต์แห่งนี้ จะเป็นลักษณะไฟล์แบบที่ผู้นำมาใส่ไว้ สามารถนำไฟล์มาค้นฉบับหรือนำมาจากเว็บไซต์บางแห่งจากประเทศเกาหลีหรือจะเป็นเว็บไซต์ทางการ (Official Website) ของศิลปินคนนั้นๆที่ชื่นชอบ ซึ่งต้องอาศัยความสามารถในการอ่านภาษาต่างชาติ ในที่นี้คือภาษาเกาหลี จึงจะสามารถเข้าใจขั้นตอนในการนำไฟล์เหล่านั้นออกมาได้อย่างถูกต้องตามรูปแบบที่มีให้ไว้สำหรับผู้บริโภค แล้วจึงนำมาใส่ไว้ในเว็บไซต์ชุมชนแห่งนี้

วิธีการนำไฟล์นั้นๆมา ทำได้โดย การ “ดาวน์โหลด” ไฟล์ต้นฉบับมาลงไว้ที่เครื่องของตนก่อน แล้วจึงทำการ “ฝากไฟล์” โดยทำการ “อัปโหลด” ไฟล์คลิปวิดีโอเพลงเกาหลีนั้น ไปไว้ที่เว็บไซต์ที่เป็นโฮสฝากไฟล์ (Host) เมื่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงสามารถนำโค้ดอักษรที่เรียกว่า “ลิงค์” (Link) ไปใส่ไว้ตามกระทู้ต่างๆที่มีในชุมชนของเว็บไซต์ Popcornfor2 ตามชนิดของกระทู้ เพื่อเผยแพร่ให้แก่ผู้ที่สนใจติดตาม อยากได้รับชมไฟล์คลิปวิดีโอเพลงเกาหลีชิ้นนั้น

ในปัจจุบัน การฝากไฟล์นั้น ถือว่าเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมทั่วโลกไปแล้ว สังเกตได้จากเว็บไซต์ประเภทนี้ได้เกิดขึ้นมามากมาย เพื่อเป็นการรองรับความต้องการหรือพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ตัวอย่างรายชื่อเว็บไซต์ที่เป็นโฮสฝากไฟล์ที่ได้รับความนิยม

Mediafire (www.mediafire.com)

Rapidshare (www.rapidshare.com)

Megaupload (www.megaupload.com)

Yousendit (www.yousendit.com)

อนึ่ง ยังมีเว็บไซต์ที่เป็นเว็บโฮสฝากไฟล์อีกหลายเว็บ เพียงแต่ไม่ค่อยเป็นที่นิยมมากนัก ในหมู่วัยรุ่นไทย อันเนื่องจาก ข้อจำกัดในด้านต่างๆ เช่น อายุไฟล์มีจำกัด มีการล้างไฟล์ที่ฝากไว้เมื่อเกิน 30 วัน หรือ จำกัดจำนวนคนที่เข้ามาดาวน์โหลด เป็นต้น

2. เว็บไซต์ Pingbook (www.pingbook.com) หรือชื่อเต็มๆว่า Pingbook Entertainment มีลักษณะเป็นเว็บไซต์ว่าไรดีบันเทิงที่เน้นหนักไปทางข่าวสาร และสารบันเทิงของเอเชีย และเกาหลี เว็บไซต์ Pingbookมีหมวดต่างๆให้เลือกเข้าชมได้โดยไม่ต้องเป็นสมาชิกก็สามารถเข้าชมรูปภาพ ข่าวสาร รวมไปถึงรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงที่ทางเว็บไซต์ได้รวบรวมมาให้เลือกชม



ภาพที่ 3.2 โลโก้ของเว็บไซต์PINGBOOK ENTERTAINMENT

จุดเด่นของเว็บไซต์นี้ คือการสามารถรับชมคลิปวิดีโอในหมวด วิดีโอที่ทางเว็บไซต์จัดตั้งไว้ในรูปแบบที่สะดวก ง่ายต่อการเลือกรับชม โดยแบ่งเป็น หมวดคลิปวิดีโอเพลงชาติต่างๆ จีน, ญี่ปุ่น, เกาหลี และเมื่อเลือกแล้วก็สามารถระบุได้อีกว่าต้องการรับชม ประเภทของศิลปินใด เช่น กลุ่ม, ชาย, หญิง เป็นต้น ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ที่ไม่ต้องการเป็นผู้อัพโหลดหรือทำการเผยแพร่ เพียงแต่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการรับชมคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีที่ตนเองต้องการได้อย่างรวดเร็วทันใจ

3. เว็บไซต์ All of K-Pop (www.allofkpop.com) เป็นอีกหนึ่งเว็บไซต์ที่เติบโตแตกแขนงมาจากกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมชมชอบเว็บPopcornfor2 เว็บไซต์นี้เน้นหนักที่สุดเรื่องการนำไฟล์มาแจกโดยเฉพาะไฟล์ในลักษณะที่ตรงกับงานของผู้วิจัยคือ “คลิปวิดีโอเพลงเกาหลี ” โดยหน้าแรกของเว็บไซต์มีสโลแกนว่า “โลกสำหรับการรู้จักแบ่งปัน”



ภาพที่ 3.3 โลโก้ของเว็บไซต์All of KPop

สาเหตุที่ทำให้การเลือกเว็บไซต์แห่งนี้ขึ้นก็เพราะ เว็บไซต์นี้เป็นตัวแทนเว็บไซต์ของคนรุ่นใหม่ ที่ไม่ใช่เว็บไซต์ประเภทสารบันเทิงที่ทำเป็นธุรกิจมีการจัดหาสปอนเซอร์มาสนับสนุนให้เว็บไซต์ยังคงอยู่และมีรายได้ หากแต่เว็บไซต์ All of K-Pop แห่งนี้ เหมือนเป็นตัวแทนของค่านิยมของคนรุ่นใหม่ในโลกอินเทอร์เน็ตที่ต้องการเพียงแค่ “แบ่งปัน” ไม่ได้ต้องการผลตอบแทนเป็นเงินทองหรือสปอนเซอร์แต่อย่างใด เป็นเหมือนตัวแทนชุมชนแบ่งปันที่แท้จริงที่มีสื่อกลางคือไฟล์คลิปวิดีโอเพลงเหล่านี้เป็นตัวดึงดูดให้เว็บไซต์เกิดความสนใจจากคนที่ผ่านเข้ามาและต้องการบริโภคไฟล์เพลงจากเกาหลีเหล่านี้ เกิดการรวมตัวกันเป็นชุมชนเล็กๆ ขึ้นจนค่อยๆ เติบโตขึ้นทีละน้อย โดยผู้ที่เข้ามาจากเพียงแค่วันโหลดไฟล์วิดีโอดังกล่าวแล้ว ยังได้รับมิตรภาพจากเพื่อนๆ ในสังคมออนไลน์ที่ชื่นชอบและมีพฤติกรรมบริโภคในลักษณะเดียวกันอีกด้วย

เว็บไซต์นี้จึงถือได้ว่าเป็นเว็บแรกๆ ที่ก่อกำเนิดขึ้นจากค่านิยมดังกล่าว จนในปัจจุบัน แม้ว่าเริ่มก่อตั้งมาเพียงแค่ 5 เดือน (เปิดเว็บไซต์อย่างเป็นทางการ 1 กันยายน 2552) แต่จำนวนผู้เป็นสมาชิกในปัจจุบันนี้อยู่ที่ 9,006 คน (อ้างอิง www.allofkpop.com; 27/01/2553) และยังคงค่อยๆ เพิ่มขึ้น ตามกระแสนิยมบริโภควัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีในปัจจุบัน

รูปแบบไฟล์คลิปวิดีโอที่มีอยู่ในเว็บไซต์เหล่านี้ วิธีการต่างๆ จึงไม่ต่างจากเว็บไซต์ popcornfor2 เท่าไรนัก จะมีสิ่งที่ต่างก็คือ รูปแบบองค์กรของเว็บไซต์ที่เป็นชุมชนแบ่งปันที่เน้นการแบ่งปันเพื่อตอบสนองค่านิยมในการบริโภคสื่อรุ่นใหม่โดยตรงซึ่งก็คือ “คลิปวิดีโอเพลงเกาหลี” ซึ่งเว็บไซต์ All of K-pop นี้ จะไม่มีการโฆษณาหรือสิ่งใดอย่างอื่นที่ไม่เกี่ยวกับ K-Pop แต่จะมีการตั้งกระทู้ตามหมวดต่างๆ เพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหลังจากได้ชม ไฟล์วิดีโอว่าเป็นเช่นไร และสามารถทำการขอ (Request) ให้ผู้เกี่ยวข้องทำการอัปโหลดไฟล์หรือไฟล์คอนเสิร์ตตัวใดที่สมาชิกคนนั้นต้องการจะดาวน์โหลดเพื่อรับชมได้อีกด้วย ซึ่งประเด็นหลักๆ ที่สามารถขับเคลื่อนเว็บไซต์แห่งนี้ได้ก็คือ การแบ่งปันเนื้อหาอาหารต่อกันและกันทั้งผู้ให้และผู้รับ

จากลักษณะความเป็นชุมชนสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวกับคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีของเว็บไซต์ทั้ง 3 นี้ จึงทำให้ผู้วิจัยสังเกตเห็นถึงประโยชน์ที่จะนำเว็บไซต์ทั้ง 3 แห่งนี้มาวิเคราะห์ถึงกระบวนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีตามกรอบแนวคิดในบทที่ 2

ข. คลิปวิดีโอเพลงเกาหลีในสื่อเว็บไซต์

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของคลิปวิดีโอเกาหลี ที่นำมาวิเคราะห์เนื้อหาและวัฒนธรรม ในงานวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีมีจำนวนมากจึงใช้หลักเกณฑ์กำหนดระยะเวลา โดยจะต้องเป็นคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีที่เผยแพร่ในสื่อเว็บไซต์ทั้ง 3 แห่ง ในกรอบระยะเวลาเริ่มต้นปรากฏของคลิปวิดีโอเพลงเกาหลี คือตั้งแต่ เดือน มีนาคม พ.ศ. 2553 – ธันวาคม พ.ศ. 2555

ก. ผู้ใช้เว็บไซต์

ผู้วิจัยเลือกผู้ใช้เว็บไซต์แบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกโดยลักษณะของผู้ใช้เว็บไซต์ที่เลือกจะเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้วิจัยจะทำการประเมินโดยกำหนดหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

อายุระหว่าง 18 – 25 ปี และกำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา

เป็นกลุ่มผู้ใช้และใช้งานเว็บไซต์ 3 เว็บไซต์ที่เลือกมาเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 6 เดือน และต้องเข้าใช้งานเว็บไซต์ทั้ง 2 แห่งอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

เป็นผู้ที่มีความสนใจและเข้าใจขั้นตอนการดาวน์โหลดไฟล์ชนิดดังกล่าวเป็นอย่างดี

เป็นกลุ่มผู้ใช้ไฟล์ประเภทคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีมานาน ไม่ต่ำกว่า 6 เดือน

โดยจะเลือกผู้ใช้ที่ตรงกับคุณสมบัติที่กำหนดไว้จำนวน 10 - 16 คน ทั้งเพศชายและหญิง ผู้ที่ให้สัมภาษณ์ทั้ง 16 คน มีรายชื่อดังต่อไปนี้

- 1) กานต์ กุ่มสิน อายุ 25 ปี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ . สัมภาษณ์เมื่อ 12 มิถุนายน พ.ศ. 2555
- 2) กรองกมล เจริญจันทร์ อายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยศิลปากร. สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 28 เมษายน พ.ศ. 2556
- 3) วริศรา อ่อนศรี อายุ 18 ปี มหาวิทยาลัยบูรพา. สัมภาษณ์เมื่อ 31 เมษายน พ.ศ. 2556
- 4) ศุภพร หวังปรีชาชาญ อายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร . สัมภาษณ์เมื่อ 7 เมษายน พ.ศ.2556
- 5) นกัศวร ศักดิ์โสภีญ์ อายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยศิลปากร. สัมภาษณ์เมื่อ 10 มีนาคม พ.ศ. 2556
- 6) ณัฐฐาปวีณ์ ประเสริฐสุด อายุ 21 ปี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. สัมภาษณ์เมื่อ 1 เมษายน พ.ศ. 2556
- 7) นवलพรรณ เทวปฏิคม อายุ 19 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย . สัมภาษณ์เมื่อ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2555
- 8) วิลาลินี พันทองหล่อ อายุ 24 ปี มหาวิทยาลัยนเรศวร. สัมภาษณ์เมื่อ 19 มีนาคม พ.ศ. 2556
- 9) สดสี กล่ำทับ อายุ 24 ปี มหาวิทยาลัยนเรศวร. สัมภาษณ์เมื่อ 2 เมษายน พ.ศ. 2556
- 10) ศลิต นันทชัยพฤกษ์ อายุ 20 ปี มหาวิทยาลัยบูรพา . สัมภาษณ์เมื่อ 25 เมษายน พ.ศ. 2556
- 11) ณัชชกร พนาจรัส อายุ 20 ปี มหาวิทยาลัยมหิดล. สัมภาษณ์เมื่อ 1 เมษายน พ.ศ. 2556

- 12) เสาวลักษณ์ ธนศักดิ์รุ่งเรือง อายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยศิลปากร. สัมภาษณ์เมื่อ 16 กันยายน พ.ศ. 2555
- 13) วีรพันธ์ สายพินชัย อายุ 24 ปี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร . สัมภาษณ์เมื่อ 30 มีนาคม พ.ศ. 2556
- 14) รพีพรรณ ลิกขชาติ อายุ 25 ปี มหาลัราชภัฏรำไพพรรณี . สัมภาษณ์เมื่อ 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2555
- 15) อำพล ปัญญาชื่น อายุ 24 ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. สัมภาษณ์เมื่อ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556
- 16) ณัฐพงศ์ โสภณวิโรจน์ อายุ 21 ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม . สัมภาษณ์เมื่อ 29 มีนาคม พ.ศ. 2556

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ก. การวิเคราะห์การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีในสื่อเว็บไซต์

โดยทำการวิเคราะห์ กระบวนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเกาหลีในเว็บไซต์ผ่านคลิปวิดีโอเกาหลีจากเว็บที่นำมาวิเคราะห์ทั้ง 3 เว็บไซต์

ข. การวิเคราะห์วัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีในสื่อเว็บไซต์

ทำการวิเคราะห์เนื้อหาวัฒนธรรมที่ปรากฏในคลิปวิดีโอเพลงเกาหลี จากเว็บไซต์ทั้ง 3 แห่ง คือ Popcornfor2, Pingbook, AllofKpop ในบริบทของวัฒนธรรม ด้านรูปธรรม และวัฒนธรรม ด้านนามธรรม

ค. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ใช้เว็บไซต์ (In-depth interview)

ทำการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มวัยรุ่นชายหญิงอายุ 18-25 ปีกำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษา จำนวน 10 -16 คน ในประเด็นเรื่องการแลกเปลี่ยนและรับรู้วัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเกาหลีจากเว็บไซต์ตัวอย่าง 3 เว็บไซต์ที่ได้ทำการวิเคราะห์

เมื่อคัดเลือกผู้ใช้ที่กล่าวมาตรงตามเป้าหมายแล้ว ผู้วิจัยจะทำการนัดหมายล่วงหน้าก่อนที่จะทำการสัมภาษณ์ ซึ่งการสัมภาษณ์จะทำการนัดหมายหลังจากนั้นอีกที เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้มีเวลาที่จะสะดวกในการตอบคำถามโดยไม่เร่งรีบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในผลลัพธ์ของการตอบคำถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 รูปแบบนั้น ได้แก่
 โทรศัพท์มือถือ
 คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
 เอกสารที่จำเป็น

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลการกระบวนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวีดีโอเพลงเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย 3 แห่ง ต่อด้วยการวิเคราะห์วัฒนธรรมเกาหลีในคลิปวีดีโอเกาหลีผ่านสื่อเว็บไซต์ และข้อมูลจากสัมภาษณ์เชิงลึกแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงพรรณนาอธิบายโดยใช้แนวคิดทฤษฎีในบทที่ 2 เป็นกรอบในการวิเคราะห์