

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการแลกเปลี่ยนและการรับรู้วัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มวัยรุ่นไทย” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการ สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) และวิเคราะห์เนื้อหาารูปแบบการแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีในเว็บไซต์ (Textual Analysis) เพื่อให้ทราบถึง กระบวนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มวัยรุ่นไทยมีลักษณะอย่างไร รวมถึง วัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์ว่าเป็นเช่นไร และศึกษา การรับรู้วัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มวัยรุ่นไทย โดยสามารถนำผลการศึกษาทั้งหมด มาเป็นแนวทางในการวางแผนประชาสัมพันธ์สินค้าทางวัฒนธรรม และ เพื่อตระหนักถึงคุณประโยชน์ของการใช้สื่อออนไลน์ในการเผยแพร่วัฒนธรรมหรือสิ่งที่ต้องการขับเคลื่อนไปสู่สากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้ นำมาสรุปหัวข้อวัตถุประสงค์ 3 ข้อของงานวิจัยขึ้นนี้ ได้แก่

1. เพื่อศึกษากระบวนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มวัยรุ่นไทยระดับอุดมศึกษา
2. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์
3. เพื่อศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมเกาหลีในคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มวัยรุ่นไทย

ข้อสรุปที่ 1 กระบวนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มวัยรุ่นไทยมีลักษณะอย่างไร

จากผลการวิจัยที่ออกมา ได้คำตอบจากการศึกษากระบวนการแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์ โดยเลือกเว็บไซต์ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายจำนวน 3 แห่ง มาวิเคราะห์และได้สรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. กระบวนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีในเว็บไซต์ Popcornfor2

Popcornfor2.com ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2547 เป็นเว็บไซต์แนวสาระบันเทิง ที่มีจุดเด่นคือ มีกระดานข่าวสาร (Webboard) ให้กับสมาชิกที่ทำการสมัครแล้ว สามารถแบ่งปัน แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร รูปแบบ หรือคลิปวิดีโอเพลงเกาหลี หรือชาติอื่นๆ โดยผ่านระบบการตั้งหัวข้อกระทู้ โดยขั้นตอนมีลักษณะดังนี้

- 1) สมัครสมาชิก โดยกำหนดชื่อผู้ใช้ และรหัสผ่าน ทำตามขั้นตอน เพื่อเป็นสมาชิก
- 2) ทำการ Login เพื่อใช้งานกระดานข่าวสารหรือเวปบอร์ด
- 3) ทำการอัปโหลดคลิปวิดีโอเกาหลีที่ต้องการ ลงในโฮสฝากไฟล์ (Free File Sharing Host)

4) นำลิงค์ของคลิปวิดีโอที่ได้อัปโหลดไว้เมื่อครู่ มาบันทึกไว้ในรูปแบบ Code Address เพื่อเผยแพร่แลกเปลี่ยนกับผู้ที่ต้องการ

5) ตั้งกระทู้เป็นของตนเอง หรือกรณีได้รับอนุญาตจากเจ้าของกระทู้ที่ตั้งอยู่ก่อนแล้วก็สามารถ นำลิงค์ที่อัปโหลดคลิปวิดีโอเอาไว้ลงในกระทู้นั้น เพื่อให้เพื่อนๆ หรือสมาชิกท่านอื่นได้มาดาวน์โหลดคลิปนั้นไปรับชม ในขณะที่ตนเองก็สามารถไปดาวน์โหลดคลิปในลักษณะเดียวกันที่ตนไม่มีจากสมาชิกท่านอื่นด้วยวิธีในทำนองเดียวกันนี้

สรุปเว็บไซต์ Popcornfor2 เป็นตัวอย่างของการแลกเปลี่ยนที่สมบูรณ์ โดยให้อิสระผู้รับสาร ผู้ส่งสาร ในการเป็นทั้งผู้เผยแพร่และผู้บริโภค สร้างสังคมแห่งการแลกเปลี่ยนแบ่งปันคลิปวิดีโอเกาหลีให้เกิดขึ้นในหมู่มวลวัยรุ่นไทยที่เป็นสมาชิก

2. กระบวนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีในเว็บไซต์ Pingbook

Pingbook.com ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2546 เป็นเว็บไซต์บันเทิงเอเชีย เน้นข่าวสารของศิลปิน ผลงานเพลง และ รวมรูปภาพต่างๆของศิลปินในเอเชียไว้มากมาย จุดเด่นของเว็บไซต์นี้ คือ มีคลังคลิปวิดีโอให้ชมในรูปแบบออนไลน์ และเป็นเว็บไซต์ของไทยเว็บไซต์หนึ่งที่มีจำนวนคลิปวิดีโอให้ชมออนไลน์มากที่สุด และจัดไว้เป็นหมวดหมู่ง่ายต่อการเข้าถึงรับชม โดยมีขั้นตอนในการรับชมคลิปวิดีโอเกาหลีดังต่อไปนี้

- 1) ผู้ดูแลเว็บไซต์ (Webmaster หรือ Admin) นำคลิปวิดีโอลงในเว็บไซต์ของตนเอง
- 2) จัดหมวดหมู่และใส่ข้อมูลให้ถูกต้องรวมถึงข้อมูลเชื่อมโยงกับเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กเพื่อสะดวกต่อการนำไปเผยแพร่ในรูปแบบของการแชร์ (share) ที่อยู่หรือ address ของคลิปวิดีโอในเว็บไซต์
- 3) ผู้ใช้ (User) เข้ามารับชมคลิปผ่านเว็บไซต์ และสามารถ ทำการกดแชร์ (share) หรือแสดงความคิดเห็น (comment)

สรุปเว็บไซต์ Pingbook เป็นอีกแนวหนึ่งของเว็บไซต์ที่มีการสื่อสารแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอเพลงเกาหลี แต่เป็นในลักษณะ การสื่อสารทางเดียว ซึ่งหมายถึงไม่มีผู้อัปโหลดคลิป ของจากผู้ดูแลเว็บไซต์เป็นผู้จัดหาลง ในรูปแบบการแชร์ ซึ่งเกิดจากเรื่องปัญหาลิขสิทธิ์ในปัจจุบันซึ่งเข้มงวดขึ้น

3.กระบวนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีในเว็บไซต์ AllotKpop
เว็บไซต์ AllotKpop ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2550 มีลักษณะเป็นเวปบอร์ดเท่านั้น เน้นเป็นชุมชนให้สมาชิกได้แลกเปลี่ยน อัปโหลด คาว์น โหลดคลิปวิดีโอเกาหลี เป็นชุมชนที่จัดตั้งโดยสมาชิกที่เคยเป็นสมาชิกของชุมชนเวปบอร์ดของเว็บไซต์ Popcornfor2 มาก่อน จุดเด่นคือเป็นเวปบอร์ดสังคมของคนรักผลงานเพลง และศิลปินเกาหลีโดยเฉพาะ ขั้นตอนการสื่อสารแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอเกาหลีมีลักษณะดังต่อไปนี้

- 1) เนื่องจากเป็นเวปปิด คือไม่รับสมัครสมาชิก จึงต้องได้รับการเชิญ (Invite) จนได้เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ All of K pop อย่างถูกต้องก่อน
- 2) ทำการ Login เว็บไซต์ในฐานะสมาชิก
- 3) ทำการอัปโหลดคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีที่ตนเองต้องการแลกเปลี่ยนหรือเผยแพร่ ไว้ในโฮสฝากไฟล์
- 4) ทำการตั้งกระทู้ และโพสลิงค์คาว์น โหลดของคลิปวิดีโอที่ได้อัปโหลดเตรียมไว้ พร้อมทั้ง เอสเอส (Screen shot) และใส่ข้อมูลของไฟล์คลิปวิดีโอให้ครบถ้วน

สรุปเว็บไซต์ AllotKpop เป็นตัวอย่างของชุมชนบนสื่อออนไลน์ที่ไม่ได้แสวงหาผลกำไร เป็นเพียงกลุ่มของผู้ชื่นชอบศิลปินและผลงานเพลงเกาหลีและมีทุนทรัพย์เพียงพอ ได้ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อให้มีแหล่งเอาไว้แลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอ ตลอดจนรูปภาพข้อมูลข่าวสารของศิลปินเกาหลี โดยเมื่อได้เป็นสมาชิกแล้ว ก็จะสามารถเป็นทั้งผู้เผยแพร่และผู้รับได้ในเว็บไซต์แห่งนี้ เป็นกลไกของชุมชนแห่งการแบ่งปัน โดยกลุ่มวัยรุ่นไทยเป็นผู้ขับเคลื่อน

สรุปกระบวนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเกาหลีในสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มวัยรุ่นไทย นั้นเกิดจากกระบวนการในการแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอเกาหลี มีทั้งสองทางโดยผู้อัปโหลด และผู้ดาวน์โหลด หรือจะเป็นแบบในทางเดียว คือเป็นผู้ชม โดยที่มีผู้ดูแลเวปเป็นผู้รวบรวมนำคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีทั้งหลายหลาเข้ามาให้เลือกรับชมบนเว็บไซต์ของตน หรือเป็นชุมชนที่เกิดจากกลุ่มวัยรุ่นต้องการสร้างกฎเกณฑ์ในการแลกเปลี่ยนขึ้นมาเอง กระบวนการที่กล่าวมาทั้งสี่ ล้วนแต่เป็นการเผยแพร่ และส่งต่อคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีไปสู่สายตาของผู้รับชมทั้งหลาย ซึ่งวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ในคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีนั้น ได้แฝงอยู่ในเนื้อหาต่างๆของคลิปวิดีโอทุกคลิป เมื่อได้รับชมมากมาย

บ่อยขึ้น ก็จะเริ่มค่อยๆซึมซับวัฒนธรรมต่างๆที่ผู้ผลิตวีดีโอเพลงเกาหลีถ่ายทอดเอาไว้ ประปนอยู่ใน
 คลิปวีดีโอเพลงเกาหลีที่ให้ความบันเทิงนั่นเอง

ข้อสรุปที่ 2 วัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวีดีโอเกาหลีมีลักษณะอย่างไร

จากผลการวิเคราะห์วัฒนธรรมเกาหลีที่ผ่านคลิปวีดีโอเกาหลี สามารถสรุปผลการวิจัย
 ได้ดังนี้

1. วัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม

1.1 ความมีระเบียบ ความสามัคคี

จากการศึกษาพบว่า คลิปวีดีโอเพลงเกาหลีในหลายๆเพลงได้แสดงให้เห็นถึง การแสดง
 ประกอบเพลง ที่เป็นจุดเด่นของเพลงเกาหลี โดยที่ศิลปินประเภทกลุ่มที่ได้รับความนิยมสูงมาก
 อย่างเช่นวง Girl Generation หรือวงกลุ่มชายอย่าง Super Junior ซึ่งทั้งสองวงมีการแสดงที่ดึงดูดใจ
 ผู้ชม ด้วยความสามารถที่พร้อมเพรียง การเดินที่เป็นระเบียบ

1.2 ความทุ่มเทให้กับงาน ความมีวินัย

ในคลิปวีดีโอเพลงเกาหลี นอกจากจะเสนอในส่วนของผลงานเบื้องหน้าให้เห็นถึง การ
 แสดงที่พร้อมเพรียงอันเกิดจากความสามัคคีกลมเกลียวกันในการทำงานของศิลปินเกาหลีแล้ว ยังมี
 คลิปวีดีโอที่เป็นเบื้องหลัง หรือคลิปที่นำเสนอการฝึกซ้อมการทำงานก่อนที่จะแต่ละเพลงจะถ่ายทำ
 เป็นคลิปวีดีโอเพลงที่ได้รับชมกัน ขั้นตอนการฝึกฝน การเดินท่าต่างๆ ซึ่งสามารถสะท้อนถึง
 คุณภาพของตัวบุคคล การทำงาน จะเห็นได้ว่าศิลปินเกาหลีมีความตั้งใจ มีวินัยในการฝึกซ้อม และ
 ทุ่มเทให้กับการทำงานมาก เนื่องจากส่วนหนึ่งศิลปินนักร้องที่เกาหลีมีการแข่งขันกันสูง มีจำนวน
 เยอะ ทำให้แต่ละกลุ่มแต่ละคน ต้องมุ่งมั่นพยายามฝึกซ้อมอย่างหนัก เพื่อให้หวังของตนเองมีความ
 พร้อมที่สุด และมีความโดดเด่นขึ้นมาจากวงอื่นๆ ทำให้ศิลปินนั้นต้องทุ่มเทพยายามแข่งขันกัน

1.3 ความรักใคร่ และความเป็นหมู่เหล่า

ความรักใคร่เป็นหมู่เหล่าที่ปรากฏในคลิปวีดีโอเพลงเกาหลี มิใช่เพียงแค่ในบริบทของ
 การแสดงประกอบคลิปหรือ การเดินที่พร้อมเพรียง อันเกิดจากความสามัคคีเท่านั้น แต่ยังหมายถึง
 จิตสำนึกของศิลปินนักร้องเกาหลีทั้งหลาย ที่มีความเป็นชาตินิยม และหลายคลิปที่แสดงถึงความ
 ภาคภูมิใจในความเป็นประเทศเกาหลีได้ มีการใช้ธงชาติ หรือ สัญลักษณ์สีแดง ศิลปินในคลิปวีดีโอ
 แสดงออกอย่างรู้สึกภาคภูมิใจในความเป็นศิลปินจากประเทศเกาหลีได้

ความรักใคร่ที่แสดงออกในคลิปวีดีโอเพลงเกาหลี ยังสะท้อนบุคลิกความเป็นกันเองใน
 หมู่ศิลปิน มีการชื่นชมยินดีอย่างเป็นทางการบนเวที กับเพื่อนๆศิลปินอื่นที่ได้รับรางวัลบทเวที
 เดียวกัน รวมไปถึงการแสดงความรักระหว่างกันอย่างชัดเจน ทั้งการกอด หรือหอมแก้มกัน แม้จะ
 เป็นการแสดงออกของกลุ่มศิลปินชายด้วยกันเองก็ตาม

2. วัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม

2.1 วัฒนธรรมการแต่งกาย

วัฒนธรรมแต่งกายถือเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับมาก เนื่องจากผู้ชมคลิปวิดีโอเกาหลีจะสังเกตเห็นสิ่งเหล่านี้เป็นอันดับแรกๆ มากกว่าภาษาที่ยังฟังไม่เข้าใจ เสื้อผ้าและการแต่งกายของศิลปินเกาหลีจัดเป็นวัฒนธรรมการแต่งกายที่ส่งผลต่อผู้ชมมากในวงกว้าง ทั้งสร้างความชื่นชมประทับใจในลำดับแรก และเกิดความสนใจอยากเลียนแบบ อยากแต่งกายแบบที่ศิลปินทั้งหลายแต่ง จึงเกิดการนำเสนอกระแสการแต่งกายเกาหลีที่เรียกกันว่า แฟชั่นเกาหลี มาผนวกกับสินค้าเสื้อผ้า รองเท้า ทำให้เกิดสินค้าแนวแฟชั่นเกาหลีและได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่นชาวไทยอย่างแพร่หลาย

2.2 ทรงผมการแต่งหน้า

วัฒนธรรมการแต่งหน้า และทรงผม เป็นอีกหนึ่งวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว จากการที่ศิลปินเกาหลีได้เป็นตัวอย่าง ในคลิปวิดีโอเพลงเกาหลี โดยที่กลุ่มวัยรุ่นไทยมองว่าศิลปินเกาหลีมีการแต่งกาย ทรงผม และการแต่งหน้าที่มีเอกลักษณ์ในแบบฉบับเกาหลี ทำให้ผลิตภัณฑ์สินค้าต่างๆ ต้องตามกระแสความแรงดังกล่าว จนเกิดสินค้าประเภท เครื่องสำอางจากเกาหลี , ทรงผมสไตล์เกาหลี เป็นต้น

โดยสิ่งหนึ่งที่มีส่วนสำคัญคือ ทรงผมและสไตล์การแต่งหน้าแบบเกาหลี มีความพอดีไม่ถึงกับเกินเลย จึงทำให้สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ ทั้งผู้หญิงก็สามารถแต่งหน้าสไตล์เกาหลี และผู้ชายก็สามารถเลือกทรงผมเกาหลีที่สุภาพ เพื่อใช้ในชีวิตประจำวันทั้งในสถานศึกษา และสำนักงานต่างๆ ได้เป็นปกติ

2.3 ท่าเต้น

คลิปวิดีโอเพลงเกาหลี นอกจากภาษาและเพลงที่ดึงดูดให้ผู้ชมเกิดความสนใจแล้ว ท่าเต้นก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่มีผลต่อกลุ่มวัยรุ่นไทย นอกจากการชื่นชมในความสามารถของศิลปิน ท่าเต้นต่างๆ ยังผ่านการรังสรรค์ออกแบบมาให้ทันสมัย มีเอกลักษณ์ในแบบฉบับของศิลปินจากประเทศเกาหลี จึงทำให้เกิดกระแสชื่นชมจากกลุ่มวัยรุ่นไทยเป็นอย่างมาก จนทำให้เกิดกระแสวิกฤตการณ์การเต้น Cover ซึ่งคือการเต้นเลียนแบบในคลิปวิดีโอเพลงของศิลปินเกาหลีที่แฟนคลับสนใจหรือเลือกมาเพื่อฝึกซ้อม เลียนแบบแม้กระทั่งการแต่งกาย ทรงผม บางกลุ่มยอมเสียค่าใช้จ่ายในการทำชุดเครื่องแบบให้คล้ายหรือใกล้เคียงกับในคลิปวิดีโอที่ศิลปินสวมใส่ในระหว่างเต้น วัฒนธรรมจากท่าเต้นของเกาหลีจึงมีความสำคัญในการขับเคลื่อน และสร้างกิจกรรมให้กับกลุ่มวัยรุ่นไทยให้ได้มีกิจกรรมยามว่างจากการเรียน และองค์กรเอกชนต่างๆ ก็ให้การสนับสนุนโดยมีการจัดเวทีการประกวดการเต้น Cover ศิลปินเกาหลีกันอย่างเป็นประจำในปัจจุบันหลายๆ เวที

ข้อสรุปที่ 3 การรับรู้วัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มวัยรุ่นไทยเป็นอย่างไร

จากผลการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) กลุ่มวัยรุ่นไทยผู้ที่รับชมคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีในระดับอุดมศึกษาจำนวน 16 คน พบว่าการรับรู้วัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มเป้าหมายมีผู้ที่สนใจในเพลงและศิลปินเกาหลีจากการได้รับชมทางสื่อต่างๆทั่วไปแล้วต้องการที่จะติดตามรับชมในปริมาณที่มากขึ้น และรวดเร็วทันใจ จึงได้ทำการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคลิปวิดีโอเพลงหรือศิลปินที่ตนเองสนใจ ขณะเดียวกันก็มีบางท่านที่ไม่ได้มีเจตนาค้นหาโดยตรง แต่เมื่อได้มีโอกาสใช้งานเว็บไซต์ และได้พบเห็น คลิปวิดีโอเพลงเกาหลีที่เผยแพร่อยู่ในสื่อออนไลน์นี้ ภายหลังจึงให้ความสนใจมากขึ้นเรื่อยๆและติดตามมาจนถึงปัจจุบัน ระยะเวลาในการเปิดรับคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีอยู่ที่ 3 - 8 ปีโดยเฉลี่ย และสาเหตุที่เปิดรับคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีคือชื่นชอบเพลง และสนใจในตัวศิลปิน โดยสิ่งที่ได้จากการรับชมคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีก็คือ ความบันเทิง และสะดวกในการเลือกรับชมว่าต้องการชมเวลาใดก็ได้ และเลือกคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีเพลงใดก็ได้ที่ตนชอบเมื่อใดที่ต้องการจะรับชม ทำให้เป็นการตอบ โจทย์การใช้ชีวิตแบบใหม่ของกลุ่มวัยรุ่นไทยที่ต้องการความสะดวกรวดเร็ว

ในส่วนของวัฒนธรรมเกาหลีในคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีนั้น กลุ่มวัยรุ่นเป้าหมาย สามารถรับรู้วัฒนธรรมในบริบทของงานวิจัยชิ้นนี้ อันได้แก่ วัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม กลุ่มวัยรุ่นไทยแสดงความเห็นว่า คลิปวิดีโอเพลงเกาหลีสะท้อนให้เห็นนิสัยในการทำงานที่มีความตั้งใจและมุ่งมั่น แข่งขันกันสูง การขยันฝึกซ้อมอดทน ผลออกมาคือการเต้นที่พร้อมเพรียง ดูเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นน่าจดจำของศิลปินเกาหลี รวมไปถึงการแสดงออกถึงความรักใคร่ร่วมกันเป็นกลุ่มก้อนระหว่างศิลปินด้วยกันเอง และศิลปินต่างกลุ่มต่างสังกัด ศิลปินเกาหลีก็แสดงความรักยินดีระหว่างกัน และ วัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม กลุ่มวัยรุ่นไทยในงานวิจัยชิ้นนี้ระบุถึงการรับรู้เมื่อได้รับชมคลิปวิดีโอเพลงเกาหลี ที่เด่นชัดคือ การแต่งกาย อันประกอบด้วย เสื้อผ้า รองเท้า ทรงผม การแต่งหน้า ส่วนใหญ่แล้วรู้สึกสนใจ และต้องการจะใช้สินค้าหรือทำทรงผม แบบที่ศิลปินที่ตนเองชื่นชอบทำ และทำเต้น ซึ่งท่าเต้นของศิลปินที่สนใจ ทำให้เกิดความจดจำ คู่้นเคย เมื่อเห็นก็จำได้เลยว่าเป็นท่าเต้นของศิลปินกลุ่มใดวงใด โดยบางรายระบุว่าที่รับชมคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีเพราะชื่นชอบที่จะดูการเต้นของศิลปินเกาหลีมากเป็นพิเศษ

เมื่อแลกเปลี่ยนและรับรู้วัฒนธรรมเกาหลีแล้วนั้น กลุ่มวัยรุ่นไทยในระดับอุดมศึกษาที่ให้สัมภาษณ์ในงานวิจัยชิ้นนี้ รู้สึกมีทัศนคติที่เป็นบวกต่อวัฒนธรรมเกาหลีกล่าวคือเมื่อเปิดรับวัฒนธรรมต่างๆในคลิปวิดีโอเพลงเกาหลี เช่น ภาษา ท่าทาง การเต้น การแต่งกาย สถานที่

สภาพแวดล้อม รวมไปถึง หน้าตา และความสามารถของศิลปิน ทุกคนรู้สึกชื่นชอบ และชื่นชมในความเป็นคนเกาหลี โดยเลือกที่จะมองในด้านที่เป็นบวกของพวกเขา และยังต้องการที่จะซึมซับหรือเลียนแบบ ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายแบบเกาหลี หรือการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมในด้านภาษาเกาหลี และต้องการไปเที่ยวที่ประเทศเกาหลีเพื่อจะได้รู้จักและเข้าใจในวัฒนธรรมต่างๆของเกาหลีมากขึ้นนั่นเอง

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากสรุปผลการวิจัยทั้งหมดข้างต้นจะเห็นได้ว่า กระบวนการแลกเปลี่ยนและการรับรู้วัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิป์วิดีโอเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มวัยรุ่นไทย เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างมีระบบขั้นตอนในการขับเคลื่อน โดยจุดเริ่มต้นจากต้นกำเนิดของคลิป์วิดีโอ มาจากสินค้าทางความบันเทิงของประเทศเกาหลีได้ซึ่งได้แก่ ผลงานเพลง ซึ่งมาอยู่ในรูปแบบของ มิวสิควิดีโอเพลง สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับมิวสิควิดีโอของ E. Eisenberg (อ้างใน Shuker: 1994) ในแง่ที่ว่า มิวสิควิดีโอเป็นมิใช่สิ่งใหม่ แต่เป็นสื่อที่ ถูกพัฒนาด้วยเทคโนโลยีการบันทึกภาพและเสียงในศตวรรษที่ 19 ซึ่งเมื่อผู้บริโภคต้องการรับชมดนตรีในมิติใหม่ๆที่มากกว่าการฟังเพลงและดนตรีในสื่อวิทยุ จึงทำให้มิวสิควิดีโอเกิดความนิยมขึ้น และเมื่อวิเคราะห์ถึงเนื้อหาและองค์ประกอบของมิวสิควิดีโอ ก็สามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดในด้าน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy หรือ CE) ในคำกล่าวของ John Hawkins (2001) ว่า CE คือ “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดมนุษย์” ซึ่งนั่นเป็นการสนับสนุนว่า มิวสิควิดีโอ ไม่ใช่สินค้าที่เป็นปัจจัย4ก็จริง แต่เสียงเพลง การแสดงประกอบเพลงในมิวสิควิดีโอ นั้น เป็นสินค้าที่มีมูลค่าทางจิตใจ ให้ความจดจำ และเกิดการรับรู้ ต่อผู้รับชม

ด้วยความบันเทิงที่ครบครัน ทั้งภาพและเสียงของมิวสิควิดีโอ เมื่อผู้ใช้นิยมที่จะรับชมมิวสิควิดีโอมากขึ้นเรื่อยๆ จึงทำให้ผู้ผลิตเล็งเห็นประโยชน์ของการทำมิวสิควิดีโอให้มีบริบทในเนื้อหามากกว่าเพียงความบันเทิงด้วยเสียงดนตรีของบทเพลงที่ขับร้อง ประเทศเกาหลีและรัฐบาลเกาหลีได้ตระหนักถึงและมองว่าการที่สร้างศิลปินให้ประสบความสำเร็จภายในประเทศได้แล้วนั้นสามารถผลักดันสิ่งเหล่านี้ไปสู่สายตาของชาวต่างชาติต่างภาษาได้ โดยนอกจากเป็นการขายสินค้าทางความบันเทิงของเกาหลีแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมเผยแพร่วัฒนธรรมต่างๆของเกาหลีผ่านไปสู่สายตาชาวต่างชาติโดยใช้มิวสิควิดีโอเป็นสื่อถึงกลุ่มผู้ชมทั่วโลก โดยประเด็นนี้ สามารถเชื่อมโยงได้กับ แนวคิดการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลี งานวิจัยเรื่อง “คุณลักษณะและกระบวนการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมของประเทศเกาหลี ” ของจินตนา พุทธเมตะ (2548) ในแง่ที่พบว่า มิวสิควิดีโอเกาหลี แสดงอัตลักษณ์ของศิลปินเกาหลีในแง่มุมต่างๆ ตั้งแต่วิถีการใช้ชีวิต สภาพสังคม ความ

เคารพผู้ใหญ่ ความเป็นหมู่เหล่า ภาพลักษณ์ของคนชาวเกาหลีที่สะท้อนเรื่องความขยันหมั่นเพียร มีวินัย มุ่งมั่นฝึกซ้อม ไม่ย่อท้อ และความเป็นชาตินิยมภูมิใจในความเป็นเกาหลี สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่คนเกาหลีต้องการสื่อสารออกไปเพื่อให้คนจากต่างชาติได้เข้าใจว่า คนเกาหลีมีคุณสมบัติที่ดีดังกล่าว แล้วเกิดเป็นค่านิยมที่ดีกลับมาทั้งการยอมรับจากผู้คนจากต่างชาติและเกิดเป็นความชื่นชม เกิดทัศนคติที่ดีต่อวัฒนธรรมต่างๆของความเป็นเกาหลี

เมื่อวัฒนธรรมถูกสื่อผ่านไปในมิวสิควิดีโอของเกาหลีแล้วนั้น ประกอบกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันที่ผู้คน โดยในที่นี้มุ่งเจาะจงที่กลุ่มวัยรุ่นไทยในยุคศตวรรษที่ 20 นี้ เป็นยุคที่สามารถใช้งานและเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างง่ายดาย สอดคล้องกับแนวคิดในเรื่อง การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ของ Hoffman และ Novak (อ้างถึงใน เพ็ญทิพย์ จิรินุสรณ์, 2539, น.24) ในลักษณะที่ว่า อินเทอร์เน็ต มีลักษณะพิเศษคือเป็นการค้นหาข้อมูลตามความต้องการของผู้ใช้ ไม่ใช่เกิดจากการผลักดันข้อมูลที่ต้องการอย่างเช่นสื่ออื่นๆ ดังนั้น เมื่ออินเทอร์เน็ตเป็นทางเลือกที่ใหม่และสะดวกสำหรับการเข้าถึงฐานข้อมูลโดยง่าย เพราะจุดเด่นคือ “ความเร็ว” มิวสิควิดีโอเกาหลีจึงเพิ่มรูปแบบของการสื่อสารในอีกลักษณะหนึ่งกลายเป็น คลิปวิดีโอเพลงเกาหลี ซึ่งจะทำให้ ผู้บริโภคสามารถเลือก และเปิดรับคลิปวิดีโอเพลงที่ตนเองอยากรับชมหรือต้องการจะดูซ้ำ ก็สามารทำได้ โดยการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ซึ่งก็สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับ วัฒนธรรมประชานิยม ดังเช่นที่ จีวูคิม เสนาคำ (2549) ได้ให้ความหมายของคำว่า “วัฒนธรรมประชานิยม” ไว้ว่าคือวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมจากประชาชนที่ได้พบเห็นในชีวิตประจำวัน และแนวคิดของ อูบลรัตน์ ศิริชูศักดิ์ (2550) ในแง่ที่ว่า การยอมรับไม่ได้เกิดขึ้นจากการบังคับ แต่เกิดจากความนิยมและยินยอมพร้อมใจของผู้รับเอง คลิปวิดีโอเพลงเกาหลีจึงเกิดจากการที่ผู้บริโภค เลือกที่จะสนใจ และทำการติดตามด้วยความสมัครใจ เพราะเกิดความชื่นชอบและผูกพันต่อศิลปินที่ตนเองติดตาม

เมื่อกลุ่มวัยรุ่นนิยมชมชอบ และติดตามศิลปินเกาหลีผ่านทางารรับชมคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีทางสื่อออนไลน์ ผลของการความนิยมในศิลปินเกาหลีที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆในสังคมไทย จึงเกิดเป็นการซึมซับวัฒนธรรม อย่างเช่นในแนวคิดเกี่ยวกับกระแส Korea wave ในบทความเรื่อง “Hallyu” ของจิราจรีรัช ชัยมุกลิก (2549) ในแง่ที่ว่า ประเทศเกาหลีได้จากที่เคยเป็นประเทศที่ยากจน แต่ด้วยความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ และการวางแผนที่ดีจากภาคเอกชนที่เป็นผู้ผลิตผลงานเพลง และภาครัฐยังให้ความสำคัญในการส่งเสริมเปิดทางให้ กระแส วัฒนธรรมเกาหลี ถูกส่งผ่านไปสู่สังคมโลกภายนอก จนเกิดเป็น Korea Wave ดังที่ล่าสุดได้เห็นจากความสำเร็จของคลิปวิดีโอเพลง Gangnam Style ของศิลปิน Psy

เมื่อความนิยมเป็นที่ยอมรับในสังคมไทย สังเกตได้จากข่าวสารข้อมูล สินค้า ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มักจะต้องเกี่ยวกับเกาหลีอยู่เสมอ ในแง่ของการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มวัยรุ่นไทยจึงค่อยๆ ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น สิ่งที่น่าสนใจคือ เมื่อกลุ่มวัยรุ่นได้รับชมคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีต่างๆ นอกจากเกิดความบันเทิงและชื่นชอบเป็นการส่วนตัวแล้ว ยังเกิดความรู้สึก “ต้องการแบ่งปัน” ต้องการให้เพื่อน หรือคนอื่นๆ รอบข้างได้รับชมคลิปวิดีโอเพลงที่ตนเองถูกใจด้วย จึงเกิดการแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอเพลงตามสื่อเว็บไซต์ โดยอาศัยความสะดวกจากอินเทอร์เน็ตในการอัปโหลด หรือ แชร์ คลิปวิดีโอเพลงเกาหลีเหล่านั้น เพื่อให้ผู้ที่ยังไม่เคยชมและต้องการที่จะหารับชมแต่ยังไม่พบ ก็สามารถมาดาวน์โหลดรับไปชมได้ ในขณะที่ตนเองก็เป็นผู้แบ่งปันในคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีที่ตนสนใจได้ด้วย ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎีในงานวิจัยเรื่อง “ศิลปินเพลงไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ ” ของ เจษฎา รัตนเขมากร (2541) ในแง่ที่ว่า แฟนคลับของศิลปินจะติดตามศิลปินคน ที่ตนชอบในลักษณะติดตามกับเป็นกลุ่มก้อน มีการสนทนา และเปลี่ยนทัศนคติหรือข้อมูลผลงานของศิลปินที่ตนชอบระหว่างแฟนคลับด้วยกัน และสามารถเชื่อมโยงได้กับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับสังคมออนไลน์ หรือ สังคมเสมือนจริง (Online Community) โดย เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ (2552) ได้จัดประเภทของชุมชนออนไลน์เอาไว้ 7 ประเภท จึงทำให้เว็บไซต์กลุ่มประชากรในงานชิ้นนี้ได้แก่ Popcornfor2 และ AllofKpop จัดอยู่ในประเภท เครือข่ายสังคม (Community) ในขณะที่เว็บไซต์ Pingbook อยู่ในประเภทเว็บไซต์ให้บริการคอนเทนต์ (Content) และในงานวิจัยของ อาทิตยา เมืองยม (2547) ที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการสร้างสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้การสนทนา โดยในแง่ที่ว่าผู้ใช้วัยรุ่นในสังคมออนไลน์ที่นี้ มีการพูดคุย แลกเปลี่ยน นำคลิปวิดีโอมาพลัดกันอัปโหลด ใครไม่มีคลิปวิดีโอไหนก็มาดาวน์โหลดของอีกคนที่มี เป็นวงจรของการแบ่งปัน ทำให้เกิดการพูดคุย ความสนิทสนม จนเกิดสังคมกลุ่มแฟนคลับศิลปินที่ตนเองชื่นชอบติดตามคลิปร่วมเป็นประจำ และเกิดการรวมตัว นัดพบปะพูดคุยกัน ในสถานที่ๆ เจอกันจริงๆ นอกเหนือจากในสังคมออนไลน์ที่ใช้แลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอเพลงเกาหลี

นั่นจึงเท่ากับว่า ในสังคมของกลุ่มวัยรุ่นไทย เมื่อพวกเขาที่มีศิลปินที่ตนชื่นชอบ ก็อยากจะแบ่งปันข่าวสาร ไปยังผู้ที่ชื่นชอบเหมือนกัน แลกเปลี่ยนสิ่งที่ตนเองมี ทั้งรูปภาพ หรือในกรณีนี้คือคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีที่มีอยู่มากมายในโลกของอินเทอร์เน็ต

เมื่อการแลกเปลี่ยนเกิดขึ้น วัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ในคลิปวิดีโอเพลงเกาหลี ได้ถูกถ่ายทอดไปยังกลุ่มผู้รับชมได้โดยทางอ้อม ซึ่งเมื่อทำการศึกษาค้นคว้าหาคำตอบในเรื่องของการรับรู้ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) กลุ่มวัยรุ่นไทยผู้ที่รับชมคลิปวิดีโอเพลงเกาหลี จึงได้คำตอบว่า การรับรู้วัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีนั้น สามารถมองเห็นและรับรู้ได้โดยการรับชมคลิปวิดีโอเพลงเกาหลี เริ่มต้นจากความบันเทิงก่อนอันดับแรก แล้วจึง

สนใจติดตามเพราะชื่นชอบและเห็นสิ่งต่างๆ ที่ล้วนเป็นวัฒนธรรมที่สะท้อนตัวตนของศิลปินเกาหลี และคนเกาหลี ไม่ว่าจะเป็นท่าเต้นที่เป็นเอกลักษณ์ การแต่งกาย การแต่งหน้า บุคลิกภาพ อุปนิสัยต่างๆ ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นไทยสามารถมองเห็นและอธิบายถึงสิ่งเหล่านั้นได้เช่น เรื่องของความพร้อมเพียงทำให้เกิดความชื่นชมในความมีวินัย และความมุ่งมั่นตั้งใจ ความเป็นระเบียบ การฝึกซ้อมที่หนัก ซึ่งสิ่งเหล่านี้ตรงกับแนวคิดวัฒนธรรมของชาวเกาหลี จากเอกสารขององค์การบริการข่าวสารต่างประเทศเกาหลี ของศูนย์เกาหลีศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง (2546) ในแง่ของอุปนิสัยต่างๆ ของคนเกาหลี ทั้งการ เป็นคนที่ชอบการแข่งขัน (Competitive) ไม่ยอมแพ้ต่อสิ่งใดง่ายๆ ของคนเกาหลี ความโอบอ้อมอารี (Generous) มีน้ำจิตน้ำใจ (Warmhearted) ชอบความบันเทิง ชอบตกขอบขัน สนุกสนาน รักเสียงเพลงและการเต้นรำ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้กลุ่มวัยรุ่นไทยรับรู้และจดจำ และมองด้วยความชื่นชมในความพยายามและความสามารถของศิลปินเกาหลี จึงไม่แปลกที่กลุ่มวัยรุ่นไทยจะมีทัศนคติที่ดีต่อส่วนที่ต่างๆ ของศิลปินเกาหลีและต้องการจะเลียนแบบ ทั้งในเรื่องของวัฒนธรรมท่าเต้น ในยุคของสังคมเกาหลีก็เกิดความนิยมการเต้น Cover อย่างแพร่หลายมาก วัยรุ่นไทยมีทัศนคติที่ดีต่อศิลปินเกาหลี ในรายที่ชื่นชอบมากถึงขั้นคลั่งไคล้ ก็จะต่อ ยอดจากการติดตามรับชมคลิปวิดีโอเพลงเกาหลี ไปจนถึงการบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีอันได้แก่เสื้อผ้า เครื่องสำอาง ไปจนถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยการเดินทางไปเที่ยวประเทศเกาหลีเพราะต้องไปเห็นไป ชื่นชม ชีวิตความเป็นอยู่ของคนเกาหลีว่าบ้านเมืองเขาเป็นอย่างไร การเปิดรับวัฒนธรรมเกาหลีในคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์ จึงสอดคล้องกับหลักแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) กล่าวคือ การที่ทั้ง คนตรี และวิดีโอจัดเป็นประเภทหนึ่งของ Creative Economy ตามที่สภาพัฒน์ได้จัดกลุ่มเอาไว้ (วรากรณ์ สามโกเศศ ,2552) ซึ่งทำให้เห็นถึงความสามารถในการผลักดันสินค้าทางวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีในหมวดนี้ ผ่านทางช่องทางสมัยใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต จึงส่งเสริมให้สารจากผู้ส่งไปสู่ผู้รับ ราบรื่น ต่อเนื่อง และเข้าถึงง่าย จึงเป็นผลให้กระแสความนิยมวัฒนธรรมเกาหลี หรือความนิยมที่มีต่อเกาหลีนั้นยังคงอยู่ในสังคมไทยได้ต่อไปอย่างต่อเนื่องมายาวนานจนถึงปัจจุบัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. ภาครัฐสามารถนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้และทัศนคติของกลุ่มวัยรุ่นไทยที่มีต่อประเทศเกาหลีไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของไทยต่อชาวต่างชาติได้ ควรพิจารณาถึงกระบวนการที่ประเทศเกาหลีได้ประสบความสำเร็จอย่างมากในการขยายสินค้าทางวัฒนธรรมผ่านผลงานของศิลปินและดนตรีของพวกเขา และยังสามารถนำมาเป็นแนวทางในการส่งเสริมวัฒนธรรมของไทยต่อกลุ่มวัยรุ่นคนไทยเพื่อให้เกิดความรู้สึกและทัศนคติที่ดีและชื่นชมวัฒนธรรมไทย และมองว่าเป็นเรื่องที่ทันสมัย เหมือนที่รู้สึกต่อวัฒนธรรมของเกาหลี
2. นำข้อมูลจากงานวิจัยชิ้นนี้ ไปเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์ในเรื่องการครอบงำทางวัฒนธรรม กระแสวัฒนธรรมประชานิยมของวัฒนธรรมเกาหลีที่สื่อผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีในอินเทอร์เน็ตได้

5.3.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยต่อไป

1. นักวิจัยสามารถนำเรื่องของการสื่อสารและการรับรู้วัฒนธรรมเกาหลี หรือบทบาทของคลิปวิดีโอเพลงเกาหลี ไปต่อยอดโดยเลือกที่จะวิจัยเจาะจงวิเคราะห์เชิงลึกไปยังเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียงระดับสากล เช่น YouTube เป็นต้น
2. งานวิจัยชิ้นนี้ นักวิจัยท่านอื่นสามารถพิจารณาที่จะนำข้อมูลในงานวิจัยนี้ ไปเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิด ในการทำวิจัยเรื่องวัฒนธรรมเกาหลีผ่านช่องทางการสื่อสารในรูปแบบอื่น นอกจากคลิปวิดีโอเพลง เช่นการรับรู้วัฒนธรรมในรายการบันเทิงต่างๆของเกาหลี หรือละครซีรีส์เกาหลีซึ่งคนไทยนิยมบริโภคเป็นจำนวนมากไม่ได้น้อยไปกว่าดนตรี เพื่อจะได้ทราบถึงประสิทธิภาพของช่องทางต่างๆที่ วัฒนธรรมเกาหลีได้แทรกซึมเข้ามา ว่าช่องทางไหน มีผลต่อคนไทยมากกว่ากันในการเปิดรับวัฒนธรรมเกาหลี
3. สามารถนำข้อมูลของงานชิ้นนี้ ไปประกอบอ้างอิง เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบ อิทธิพลของการสื่อสาร ระหว่างช่องทางของสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต กับสื่อเก่าอย่างโทรทัศน์ หรือวิทยุ ว่ามีความแตกต่างกัน และเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้ได้มากน้อยต่างกันอย่างไร