บทที่ 6
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย

ในยุคของโลกไร้พรมแดนทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนของสินค้าและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งท่ามกลางกระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีที่กำลังไหลบ่าเข้ามาอย่างรุนแรงในประเทศไทยซึ่งละครโทรทัศน์เกาหลี นับเป็นหนึ่งในสินค้าทุนวัฒนธรรมที่หลายคนกำลังเป็นห่วงถึงการรับเอาวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามา จนเกิดเป็นวัฒนธรรมการบริโภคเกาหลีนิยม

วัยรุ่นเป็นวัยที่รับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งก่อนหน้าที่จะเป็นวัฒนธรรมเกาหลีวัยรุ่นส่วนใหญ่ก็รับวัฒนธรรมญี่ปุ่นและวัฒนธรรมไต้หวันมาก่อน เป็นธรรมดาถ้าความแปลกใหม่ในวัฒนธรรมเกาหลีจะสร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับวัยรุ่นจนเกิดเป็นความสนใจได้อย่างง่ายดาย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจุบันเป็นยุคของอินเทอร์เน็ต ดังนั้นจึงเป็นเครื่องมือที่จะทำให้วัยรุ่นย่อโลกให้มีขนาดเล็กลงได้ และสามารถเข้าถึงวัฒนธรรมข้ามพรมแดนได้ตั้งแต่สินค้านั้นยังไม่เดินทางมาถึงประเทศไทยเลยก็ได้

การศึกษาวิจัยเรื่อง "การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีและการทำให้เป็นท้องถิ่นของวัยรุ่นไทย" ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นไทยและเพื่อศึกษาถึงวิธีการทำละครโทรทัศน์เกาหลีให้เป็นท้องถิ่น (localization) ของวัยรุ่นไทยโดยมีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นชนชั้นกลาง ที่มีอายุระหว่าง 12-23 ปี ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 14 คน โดยมีข้อสมมติฐานว่า ลักษณะการบริโภคของกลุ่มวัยรุ่นในบริบทเศรษฐกิจและสังคมชนชั้นกลางและการเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่มีลักษณะเฉพาะของกลุ่มที่แตกต่างจากผู้บริโภคกลุ่มอื่น ผลการวิจัยสรุปได้ดังต่อไปนี้

6.1.1 การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่น

6.1.1.1 การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีในยุคอินเทอร์เน็ต

การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีในปัจจุบันของวัยรุ่นได้มีอินเทอร์เน็ตเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่ในขั้นตอนของการแสวงหาข้อมูล รวมไปถึงใช้อินเทอร์เน็ตในการดู อินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่ทำให้วัยรุ่นสามารถเข้าถึงละครโทรทัศน์เกาหลีได้รวดเร็วและหลากหลายมากขึ้น ทำให้วัยรุ่นได้รู้จักละครโทรทัศน์เกาหลีเรื่องที่ยังไม่ถูกนำมาออกอากาศในประเทศไทย ทำให้วัยรุ่นได้มีโอกาสเลือกละครโทรทัศน์เกาหลีเรื่องที่สนใจ รวมไปถึงได้มีโอกาสเจอกับกลุ่มเพื่อนใหม่ที่มีความ

ชื่นชอบอย่างเดียวกัน มีโอกาสเรียนรู้วิธีการต่างๆผ่านอินเทอร์เน็ต และที่สำคัญที่สุดคือ อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มแฟนคลับได้ทุกเวลา โดยไม่จำเป็นต้องพบเจอกันเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ

6.1.1.2 การบริโภคที่ต้องการจัดผังรายการเอง

การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นเป็นการบริโภคที่ต้องการการจัดผังรายการเอง วัยรุ่นจะเลือกดูละครโทรทัศน์ตามความต้องการของตัวเอง และเลือกเวลาที่จะดูเอง เพราะบางกิจกรรมในชีวิตประจำวันทำให้วัยรุ่นไม่สามารถดูตามผังรายการของสถานีโทรทัศน์ได้ รวมไปถึงข้อจำกัดบางประการของการนำมาออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ เช่น โฆษณา และการพากย์เสียงภาษาไทย เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่าวิธีการดูละครโทรทัศน์เกาหลีที่วัยรุ่นนิยมมากที่สุดคือ อินเทอร์เน็ต เพราะสามารถดูได้อย่างรวดเร็ว และการดูจากแผ่นวีซีดี/ดีวีดีเพราะสามารถดูได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ต้องทนรอดูตอนต่อไป และสามารถเลือกดูในแบบที่ต้องการเช่นเสียงภาษาเกาหลีและซับไตเติ้ลไทย โดยวิธีการจัดผังรายการนั้นจะขึ้นอยู่กับกำลังความสามารถของแต่ละคน วัยรุ่นที่มีทุนทรัพย์จะเลือกซื้อแผ่นวีซีดี/ดีวีดีที่ต้องการดู วัยรุ่นที่ทุนทรัพย์ไม่เอื้ออำนวยจะใช้วิธีการขอยืมจากกลุ่มเพื่อนหรือดูจากทางคอมพิวเตอร์แทน

6.1.1.3 การบริโภคที่ต้องใช้เงิน

การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีเป็นการบริโภคที่มีค่าใช้จ่ายสูง ไม่ว่าจะเป็นค่าบริการอินเทอร์เน็ต ค่าใช้จ่ายในการซื้อแผ่นวีซีดี/ดีวีดี รวมไปถึงค่าใช้จ่ายในการร่วมกิจกรรมของกลุ่มแฟนคลับ นอกจากนั้นมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตามมาจากการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีด้วย เช่น การท่องเที่ยว แฟชั่น เทคโนโลยี อาหาร เป็นต้น ค่าใช้จ่ายเหล่านี้เป็นค่าใช้จ่ายที่วัยรุ่นยินยอมที่จะจ่ายเพื่อสนองความต้องการการบริโภคละครโทรทัศน์ของตัวเอง โดยจะแบ่งเงินจากรายได้ส่วนตัวมาเป็นค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ ซึ่งวัยรุ่นจะมีวิธีประหยัดค่าใช้จ่ายเหล่านี้ได้ด้วยการพึ่งพากลุ่มเพื่อน เช่น การขอยืมแผ่นวีซีดี/ดีวีดีทดแทนการซื้อเอง รวมไปถึงการชักจูงโน้มน้าวให้ครอบครัวเข้าใจและเห็นด้วยกับการบริโภคละครโทรทัศน์ของตนเอง นำไปสู่การได้รับความช่วยเหลือทางด้านการเงินจากครอบครัว เช่น การพาไปเที่ยวที่ประเทศเกาหลี เป็นต้น นอกจากนี้วัยรุ่นยังสามารถหารายได้จากละครโทรทัศน์เกาหลีได้อีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นการผลิตของที่ระลึกและจำหน่ายกันในกลุ่มแฟนคลับ หรือการร่วมกันผลิตซับไตเติ้ลและจำหน่าย เป็นต้น

6.1.1.4 เครือข่ายการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลี

การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการบริโภคในยุคอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงกันไม่เฉพาะภายในประเทศเท่านั้น วัยรุ่นสามารถเข้าถึงกลุ่มแฟนที่มีความชื่นชอบอย่างเดียวกันได้อย่างง่ายดายเพียงแค่นั่งอยู่หน้าคอมพิวเตอร์ คุณลักษณะเฉพาะของอินเทอร์เน็ตนี้เองทำให้วัยรุ่นมีโอกาสที่จะได้ร่วมกิจกรรมในโลกไซเบอร์ นอกเหนือจากการมีกิจกรรมกลุ่มในโลกจริง ทำให้ภายในกลุ่มมีความสนิทสนมและใกล้ชิดกันมากจนเป็นเหมือนสมาชิกภายในครอบครัว กลุ่มแฟนจะเรียกเว็บไซต์ที่เป็นศูนย์กลางในการพบเจอกันว่าเป็น "บ้าน" โดยระหว่างกลุ่มจะมีการช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยกันนอกเหนือจากการแบ่งปันในส่วนของละครโทรทัศน์เกาหลี คือมีการช่วยเหลือกันในลักษณะที่จับต้องได้คือการช่วยเหลือกันทางด้านการเงิน และช่วยเหลือในสิ่งที่จับต้องไม่ได้คือการเป็นที่พึ่งและที่ระบายความอึดอัดในใจเรื่องต่างๆ โดยเป็นการรวมกลุ่มที่เหนียวแน่นมีชื่อและมีสัญลักษณ์ของกลุ่ม

6.1.1.5 ละครโทรทัศน์เกาหลีคือชีวิตในฝัน

ละครโทรทัศน์เกาหลีที่วัยรุ่นนิยมบริโภค ส่วนใหญ่จะเป็นละครแนว Romantic Comedy และ Romantic Drama วัยรุ่นจะเกิดความรู้สึกร่วมและจินตนาการไปพร้อมกับตัวละคร เนื่องจากละครโทรทัศน์เกาหลีจะใช้นักแสดงที่หน้าตาดี มีความสามารถทางการแสดง เนื้อเรื่องส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความรักของวัยรุ่น ดังนั้นทำให้วัยรุ่นไทยมีจินตนาการร่วมไปกับตัวละครเกิดความเพ้อฝันถึงคู่ครองในลักษณะแบบเดียวกันกับตัวละคร การเพ้อฝันนี้เกิดขึ้นทั้งในกลุ่มวัยรุ่นหญิงและชาย โดยวัยรุ่นหญิงจะเฝ้ารอผู้ชายในฝันที่มีลักษณะคล้ายกับตัวละครชาย อยากสวย น่ารักและมีโอกาสได้เจอกับพระเอกเหมือนกับนางเอก แต่วัยรุ่นชายจะมีความรู้สึกอยากเป็นเหมือนกับพระเอกของเรื่อง เพราะรู้สึกว่าผู้หญิงจะชอบผู้ชายลักษณะนี้ และอยากเจอผู้หญิงที่น่ารักเหมือนกับนางเอกเช่นกัน แต่วัยรุ่นจะยังคิดอยู่เสมอว่าทั้งหมดเป็นแค่ละคร แต่ก็ยังมีความหวังที่จะได้เจอแบบในละครบ้าง

6.1.2 การทำละครโทรทัศน์ให้เป็นท้องถิ่น

การทำละครโทรทัศน์ให้เป็นท้องถิ่นนั้นเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ จากการศึกษาเรื่อง "การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีและการทำให้เป็นท้องถิ่นของวัยรุ่นไทย" ครั้งนี้ พบลักษณะการทำละครโทรทัศน์ให้เป็นท้องถิ่น 2 ลักษณะคือ การทำเว็บไซต์แฟนคลับ และการผลิตซับไตเติ้ล

6.1.2.1 การทำให้เป็นท้องถิ่นในส่วนของการบริโภค

การเป็นแฟนคลับ เป็นสิ่งที่ทำให้วัยรุ่นได้รู้สึกเข้าใกล้ละครโทรทัศน์และนักแสดงที่ตนเองชื่นชอบ การรวมกลุ่มของวัยรุ่นเป็นลักษณะการรวมกลุ่มอย่างเป็นทางการ แต่ไม่ใช่เป็นการรวมกลุ่มแบบ Official มีกิจกรรมมีทติ้งเป็นสื่อกลางสำหรับการแลกเปลี่ยนความหมายของละครโทรทัศน์เกาหลีระหว่างกัน เนื่องจากการบริโภคในปัจจุบันเป็นการบริโภคในยุคอินเทอร์เน็ต ทำให้วัยรุ่นมีโอกาสติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มได้ในโลกไซเบอร์ เกิดความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งเสมือนหนึ่งเป็นสมาชิกในครอบครัว กิจกรรมของกลุ่มที่เกิดขึ้นทำให้วัยรุ่นมีการบริโภคข้อมูล รูปภาพและสิ่งต่างๆจากละครโทรทัศน์เกาหลีเพื่อสนองความต้องการของตัวเอง และเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของดารานักแสดง รวมไปถึงได้มีการแสดงความคิดเห็นภายในกลุ่ม มีการแสดงตัวในที่สาธารณะ เช่น การรวมตัวเพื่อไปรับศิลปินเกาหลี มีการทำเสื้อกลุ่มหรือป้ายชื่อกลุ่ม ทำให้รู้สึกว่าตนเองมีกลุ่มมีสังกัด

6.1.2.2 การทำให้เป็นท้องถิ่นในส่วนของการผลิต

เว็บไซต์แฟนคลับ เป็นผลผลิตมาจากการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลี เกิดการรวมกลุ่มกันเพื่อประกาศตัวเองให้รู้ว่าพวกเราคือแฟนละคร และรวมตัวกันเป็นผู้นำในเพื่อที่จะแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับละครหรือดารานักแสดงมาแบ่งปันให้กับบรรดาเหล่าสมาชิก กลุ่มริเริ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีความสามารถทางคอมพิวเตอร์และภาษาในระดับหนึ่ง และเป็นกลุ่มที่มีความรู้สึกว่าเป็นบุคคลสำคัญของกลุ่ม จะพยายามหาข้อมูล รูปภาพ เพลงต่างๆมาให้กับสมาชิกด้วยความรวดเร็ว เพื่อแสดงถึงความสามารถและความสำคัญของตัวเอง

การผลิตซับไตเติ้ลละครโทรทัศน์เกาหลี เกิดขึ้นจากความต้องการแก้อุปสรรคทางด้านภาษาจากความต้องการเลือกดูละครโทรทัศน์ที่ยังไม่ได้นำมาออกอากาศในสถานีโทรทัศน์ และเป็นการตอบสนองความต้องการการบริโภคด้วยความรวดเร็วก่อนการผลิตของระบบทุน การแปลซับไตเติ้ลนี้ เกิดขึ้นในกลุ่มแฟนละครที่มีความสามารถทางด้านภาษา และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยมีวิธีการรวมกลุ่มกันแปลซับไตเติ้ลโดยมีอินเทอร์เน็ตเป็นศูนย์กลาง วัยรุ่น

สามารถเข้าไปร่วมกันแปลโดยที่ไม่รู้จักอีกฝ่ายผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งซับไตเติ้ลที่ได้จะไม่มีคุณภาพมากนักเนื่องจากความสามารถทางภาษาของแต่ละคนต่างกัน นอกจากนี้ยังมีการรวมกลุ่มกันแปลอย่างจริงจังในรูปแบบทีม โดยจะมีอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่สำคัญสำหรับการแบ่งงานและการรวมรวมเป็นชิ้นงาน สมาชิกในทีมไม่จำเป็นต้องทำงานพร้อมกัน แต่จะทำงานร่วมกันในลักษณะรวบรวมเข้าศูนย์กลางเพื่อประกอบกันเป็นสินค้า ได้แก่ ละครชุดเกาหลีในรูปแบบดีวีดีพร้อมแพกเกจที่สวยงามเพื่อจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นการหารายได้ทดแทนกับเวลาและความรู้ที่ลงทุนไป

การทำเว็บไซต์แฟนคลับและการผลิตซับไตเติ้ลนั้น อาจกล่าวได้ว่าเป็นขั้นตอนหนึ่งของวงจรการบริโภคของ Silverstone คือเป็นขั้นตอนของการ Conversion กล่าวคือ หลังจากที่วัยรุ่นได้บริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีซึ่งเป็นสินค้าในระบบทุนนิยมแล้ว จนกระทั่งเกิดการบริโภคอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่ต้องหยิบมาดูในชีวิตประจำวัน วัยรุ่นได้มีการเปลี่ยนความหมายจากละครโทรทัศน์เกาหลีของระบบทุน ที่นำมาออกอากาศในสถานีโทรทัศน์ ให้กลายเป็นละครโทรทัศน์ของกลุ่มวัยรุ่นเอง มีการนำละครโทรทัศน์เกาหลีมาผลิตขึ้นใหม่ลักษณะที่ไม่แตกต่างจากระบบทุน โดยมีการเปลี่ยนรูปแบบไปจากละครโทรทัศน์ต้นฉบับจากประเทศเกาหลีคือมีการทำซับไตเติ้ลภาษาไทย และเปลี่ยนรูปแบบไปจากละครโทรทัศน์ในสถานีโทรทัศน์ของไทยคือ เป็นละครโทรทัศน์ที่ไม่พากย์เสียงภาษาไทย ไม่ตัดเนื้อเรื่องบางส่วน ไม่มีการเซ็นเซอร์ แต่จะเพิ่มซับไตเติ้ลภาษาไทยเข้าไปเพื่อให้เข้าใจมากขึ้น

6.2 อภิปรายผลการวิจัย

6.2.1 วัฒนธรรมป๊อปที่ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการบริโภค

ลักษณะของแฟนคลับละครโทรทัศน์เกาหลีที่เกิดขึ้นนั้นเป็นลักษณะ Frenzined Fan ตามการให้ความหมายของ Joli Jenson และมีลักษณะไม่ต่างจากแฟนคลับของกลุ่มผู้ฟังแฟตเรดิโอและกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวี่เมทัล คือมีการติดตามบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีอย่างต่อเนื่อง โดยจะเป็นผู้เลือกเรื่องที่ต้องการดูเอง และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันภายในเครือข่ายโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง และเกิดการรวมตัวกันของกลุ่มแฟนคลับ มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นตลอดจนการร่วมกิจกรรมแฟนคลับนอกสถานที่และภายในโลกไซเบอร์ มีการแลกเปลี่ยนความหมายระหว่างกัน ซึ่งการรวมกลุ่มนี้ทำให้กลุ่มมีความสัมพันธ์กันนอกเหนือไปการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลี ซึ่งรวมไปถึงการช่วยเหลือพึ่งพากันทั้งทางด้านการเงินและทางด้านจิตใจด้วยการเป็นที่ปรึกษาปัญหาส่วนตัว เช่น การเรียนและครอบครัว นอกจากนี้จากการรวมกลุ่มกันเพื่อการบริโภค แฟนละครโทรทัศน์เกาหลียังรวมกลุ่มกันเพื่อตอบสนองความต้องการการบริโภค

ด้วยการผลิต ได้แก่ การผลิตซับไตเติ้ล ทำให้เกิดผลผลิตร่วมกันของกลุ่มด้วย สอดคล้องกับการศึกษาของอรญา หาญพัฒนนันท์เรื่อง "การสร้างวัฒนธรรมวัยรุ่นของกลุ่มผู้ฟังรายการวิทยุ 104.5 แฟตเรดิโอ" พบว่ากลุ่มผู้ฟังมีบทบาทเป็นผู้บริโภครายการวิทยุและกิจกรรมนอกสถานที่ด้วยการติดตามรายการและมีส่วนร่วมอย่างกลุ่มผู้ฟังแบบ active audience นอกจากนี้ยังมีการบริโภคสินค้าอื่นๆที่ต่อเนื่องจากรายการแฟตเรดิโอด้วย และการการศึกษาของชลวรรณ วงษ์อินทร์ เรื่อง"ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวี่เมทัลในประเทศไทย" พบว่าแฟนเฮฟวี่เมลทัลในประเทศไทยมีการรวมกลุ่มกันอย่างเหนียวแน่นโดยมีเครือข่ายการสื่อสารทั้งแบบศูนย์กลางและกระจายอำนาจ การรวมกลุ่มทำกิจกรรมทำให้แฟนคลับได้ขยายความสัมพันธ์และมีความเหนียวแน่นมากยิ่งขึ้น แฟนเพลงเมทัลอยู่ในฐานะผู้รับสารที่มีศักยภาพในการเลือกรับสื่อ และใช้ประโยชน์จากสื่อได้โดยสื่อหลักที่ใช้คืออินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังใช้อินเทอร์เน็ตในการสร้างเครือข่ายติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มด้วย

จะเห็นได้ว่าการบริโภควัฒนธรรมป๊อปของวัยรุ่นเกิดลักษณะการมีส่วนร่วมในการสร้างความหมายในกระบวนการบริโภค ทำให้วัฒนธรรมป๊อปกลายสภาพมาเป็นของกลุ่มวัยรุ่น ดังนั้นวัฒนธรรมป๊อปจึงสามารถกล่าวอ้างได้ว่าเป็นวัฒนธรรมประชานิยม และผู้บริโภคหรือประชาชนมีส่วนร่วมสร้างความหมายในมิติของผู้บริโภคตามที่ Roy Shuker (1998) กล่าวไว้

6.2.2 เกิดการเรียนรู้นอกระบบการผลิต

ความต้องการสนองความต้องการการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลี ทำให้วัยรุ่นต้องเรียนรู้ที่จะแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น อย่างเช่นการผลิตซับไตเติ้ลเพื่อที่จะขจัดปัญหาด้านภาษา รวมไปถึงการเรียนรู้โปรแกรมต่างๆที่จะเป็นส่วนช่วยในการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลี และการรวมกลุ่มกันทำเว็บไซต์แฟนคลับ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่ทำให้วัยรุ่นได้เกิดการเรียนรู้นอกห้องเรียน วัยรุ่นที่ผลิตซับไตเติ้ลไม่จำเป็นต้องจบการศึกษาหรือเรียนทางด้านอักษรศาสตร์หรือนิเทศศาสตร์ แต่ด้วยการรวมกลุ่มกันแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มเพื่อนทำให้วัยรุ่นเหล่านี้สามารถพัฒนาความรู้ความสามารถของตนเองควบคู่ไปกับการศึกษาในห้องเรียน การทำเว็บไซต์แฟนคลับก็เช่นกัน วัยรุ่นไม่จำเป็นต้องจบการศึกษาหรือเรียนมาทางด้านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เนื่องจากปัจจุบันมีโปรแกรมสำเร็จรูปมากมาย อีกทั้งยังมีวิธีการสอบใช้โปรแกรมมากมายอยู่ทางหน้าอินเทอร์เน็ต ทำให้วัยรุ่นสามารถที่จะเรียนรู้และลองทำเองได้

นอกจากนี้ภายในกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผลิตซับไตเติ้ลหรือกลุ่มผลิตเว็บไซต์แฟนคลับ เกิดการแบ่งหน้าที่กันตามความสามารถของแต่ละคน มีการติดต่อสื่อสารกับคนภายนอกกลุ่ม มีการจ่ายเงินค่าตอบแทนต่างๆ เสมือนหนึ่งรูปแบบบริษัทที่วัยรุ่นยังไม่ได้มีโอกาสได้พบในชีวิตจริง ถือได้ว่าวัยรุ่นได้มีโอกาสเรียนรู้นอกระบบผ่านการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีและกลุ่มของตนเอง

6.2.3 วัฒนธรรมบริโภคนิยมที่ต้องเสียเงินและเวลา

การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลี อาจกล่าวได้ว่าเป็นวัฒนธรรมบริโภคนิยมเพราะลักษณะของละครโทรทัศน์เกาหลีที่ได้รับความนิยมของวัยรุ่น มีลักษณะที่ใกล้ตัวกับวัยรุ่นอีกทั้งยังใช้หน้าตาของนักแสดงเป็นส่วนดึงดูด และมีการแทรกสินค้าวัฒนธรรมและความเชื่อลงไปในละครโทรทัศน์เกาหลีด้วย รวมไปถึงการโฆษณาของสถานีโทรทัศน์ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้วัยรุ่นบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลี อินเทอร์เน็ตก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้วัยรุ่นสามารถเข้าถึงละครโทรทัศน์เกาหลีได้อย่างรวดเร็วและได้เห็นข้อมูล ความคิดเห็น และรู้จักละครโทรทัศน์เกาหลีมากขึ้น ทำให้วัยรุ่นเกิดความต้องการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีมากขึ้น ซึ่งการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีล้วนแล้วแต่ต้องใช้เงินและเวลาทั้งสิ้น

การบริโภคละครโทรทัศน์ของวัยรุ่น เกิดผลกระทบกับชีวิตประจำวันหลายอย่าง ยกตัวอย่างเช่น การนั่งดูโทรทัศน์เกาหลีต่อเนื่องทั้งวัน บางครั้งทำให้เข้านอนดึกและตื่นสาย ถูกมองว่าบริหารจัดสรรเวลาไม่ได้จากครอบครัว ยอมเสียเงินเพื่อซื้อแผ่นวีซีดี/ดีวีดีสำหรับดูและสำหรับสะสมเป็นของที่ระลึก ยอมเสียเงินและสละเวลาเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกับกลุ่มแฟนคลับ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อพูดคุยกับกลุ่มแฟนคลับของตนเองอย่างต่อเนื่อง สร้างโลกส่วนตัวแยกออกจากครอบครัวเมื่ออยู่ที่บ้าน รวมไปถึงการเสียเงินเพื่อใช้จ่ายสินค้าจากประเทศเกาหลีอื่นๆเช่น แฟชั่นและอาหาร เป็นต้น

ในทางกลับกัน วัยรุ่นจะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยการพึ่งพากลุ่มของตัวเอง มีการปรับเปลี่ยนวิธีการบริโภคจากการซื้อมาเป็นการขอยืมเพื่อความประหยัด รวมไปถึงการชักชวนให้ครอบครัวหันมาเป็นแฟนละครโทรทัศน์เกาหลีเพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้งกับครอบครัว และการใช้ครอบครัวสนับสนุนทางด้านการเงินเพื่อบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีและสินค้าอื่นๆ

6.2.4 ทำให้เกิดการบริโภคและการผลิตแบบใต้ดิน

การบริโภคและการผลิตแบบใต้ดิน เป็นผลสืบเนื่องมาจากการผลิตซับไตเติ้ลของกลุ่มแฟนคลับที่ต้องการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลี ทำให้บางกลุ่มได้รวมตัวกันขึ้นเพื่อที่จะสนองความต้องการของผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่ง จากการศึกษาพบว่าฝ่ายผู้บริโภคไม่ได้คำนึงถึงลิขสิทธิ์

เพราะต้องการที่จะบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีที่มีความรวดเร็วและราคาถูก เช่นเดียวกับฝ่ายผู้ผลิตก็ไม่ได้คำนึงถึงเรื่องลิขสิทธิ์ด้วยเช่นเดียวกัน เนื่องจากวัตถุดิบที่ได้มาไม่ว่าจะเป็นไฟล์ละครโทรทัศน์หรือไฟล์ซับไตเติ้ลภาษาอังกฤษสามารถหาดาวน์โหลดได้ในอินเทอร์เน็ต ทุกคนสามารถเข้าไปนำออกมาใช้ได้ วัยรุ่นผู้ผลิตไม่รู้สึกว่าของเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ไม่มีลิขสิทธิ์ แต่จะเกิดความรู้สึกหวงแหนผลผลิตที่เกิดขึ้นจากกลุ่มเอง มีความรู้สึกว่าละครโทรทัศน์เกาหลีที่กลุ่มผลิตขึ้นเป็นลิขสิทธิ์ของกลุ่ม จะมีความรู้สึกไม่พอใจถ้ามีคนอื่นนำของตนเองไปคัดลอกและวางขาย

การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นนั้นมีทั้งข้อดีและข้อเสีย การบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีในยุคอินเทอร์เน็ตทำให้วัยรุ่นได้มีโอกาสได้สร้างเครือข่าย สร้างกลุ่มแฟนคลับที่มีความชื่นชอบในลักษณะเดียวกันผ่านทางอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดความสัมพันธ์นอกเหนือจากการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลี เกิดการพึ่งพาช่วยเหลือกันเสมือนคนในครอบครัว นอกจากนี้เพื่อสนองความต้องการบริโภคอย่างรวดเร็วจึงทำให้เกิดการเรียนรู้และการผลิตละครโทรทัศน์เกาหลีนอกระบบส่งผลให้เกิดการบริโภคและการผลิตแบบใต้ดิน ในขณะเดียวกันการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลีของวัยรุ่นนั้นทำให้เสียเงินและเสียเวลาในการทุ่มเทให้กับการบริโภคละครโทรทัศน์เกาหลี การร่วมกิจกรรมกลุ่มแฟนคลับ และการบริโภคสินค้าอื่นๆ บางครั้งวัยรุ่นแยกตัวออกจากครอบครัวเพื่อรวมกลุ่มกับกลุ่มแฟนละครผ่านทางอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดความขัดแย้งกับครอบครัว เกิดปัญหาทางด้านการเงิน และการแบ่งเวลาในการทำกิจวัตรประจำวัน ลักษณะการบริโภคที่เกิดขึ้นนี้มีนัยยะของการบวนการสร้างความหมายของวัยรุ่นให้ตรงกับความต้องการและจินตนาการของตัวเอง ดังนั้นการสร้างความหมายจากการบริโภคนี้จึงถือเป็นขั้นตอนหนึ่งของการบริโภคนั่นเอง

6.3 ข้อเสนอแนะ

6.3.1 จากการศึกษาพบว่ากลุ่มวัยรุ่นที่เข้าไปสู่ส่วนของการผลิต จะรู้สึกเริ่มหวงแหนในผลผลิตของตนเอง มีความรู้สึกถึงการละเมิดลิขสิทธิ์ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในส่วนของลิขสิทธิ์และผลกระทบจากการบริโภคและการผลิตแบบใต้ดินมีผลค่อระบบทุนอย่างไร

6.3.2 การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงการบริโภคและการทำให้เป็นท้องถิ่นของละครโทรทัศน์เกาหลีซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม K-Pop ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปควรจะศึกษาในส่วนของดนตรีว่ามีลักษณะการทำให้เป็นท้องถิ่นที่แตกต่างจากละครโทรทัศน์หรือไม่ อย่างไร