

การใช้ซอฟต์แวร์สร้างภาพลักษณ์ของประเทศจีน: กรณีศึกษาซีรีส์จีน เรื่อง นายเย็นชากับยักษ์ปลาหมึก (Go Go Squid)

วันที่รับบทความ: 23 กุมภาพันธ์ 2568 / วันที่แก้ไขบทความ: 16 สิงหาคม 2568 / วันที่ตอบรับบทความ: 27 สิงหาคม 2568

ณัฐกฤตา ยูไ้
ศศิลักษณ์ อินนุพัฒน์
นิธิตยา สุนทรธรรมนิติ*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การใช้ซอฟต์แวร์ในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศจีนผ่านกรณีศึกษาซีรีส์จีนเรื่องนายเย็นชากับยักษ์ปลาหมึก โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากบทสนทนา เหตุการณ์ และการเล่าเรื่อง และใช้แนวคิดซอฟต์แวร์ของ Joseph Nye ในการวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัย ผลการศึกษาพบว่า การใช้อำนาจซอฟต์แวร์ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศจีนมี 4 มิติหลัก ได้แก่ 1) ด้านวัฒนธรรม มีการนำเสนอเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีน เช่น การเฉลิมฉลองเทศกาลตรุษจีน วัฒนธรรมอาหาร และการละเล่นหมากรูกจีน 2) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ทั้งเมืองใหญ่ เมืองโบราณที่มีประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมเก่าแก่ และเมืองที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ 3) ด้านกระแสนิยมและเทคโนโลยี มีการนำเสนอความก้าวหน้าของจีนในฐานะผู้นำด้านเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมอีสปอร์ต รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่ล้ำสมัยที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน และ 4) ด้านค่านิยม ที่นำเสนอความรักชาติ ความมุ่งมั่น ความเสียสละของชาวจีน ซึ่งการใช้ซอฟต์แวร์ในแต่ละมิติเป็นการนำเสนอภายใต้นโยบายต่างประเทศที่ส่งเสริมและผลักดันอยู่เบื้องหลัง แสดงให้เห็นการขับเคลื่อนสู่การพัฒนาประเทศด้วยซอฟต์แวร์ การสร้างภาพลักษณ์ในระดับสากลที่ยังคงรักษาอัตลักษณ์ของตนเองไว้เป็นอย่างดี อีกทั้งแสดงให้เห็นความสามารถของจีนในการใช้สื่อบันเทิงอย่างสร้างสรรค์ภายใต้นโยบายการควบคุมเนื้อหาสื่อบันเทิงของรัฐบาลจีน

คำสำคัญ: ซอฟต์แวร์, ภาพลักษณ์, ซีรีส์นายเย็นชากับยักษ์ปลาหมึก, ซีรีส์จีน

ณัฐกฤตา ยูไ้ (นักศึกษาระดับปริญญาตรี, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่) ศศิลักษณ์ อินนุพัฒน์ (นักศึกษาระดับปริญญาตรี, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่) และนิธิตยา สุนทรธรรมนิติ (Doctor of Arts (Teaching Chinese to Speakers of Other Languages), Minzu University, P.R. China, 2561, Email: nititaya.s@gmail.com) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งอาจารย์ ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

*Corresponding author's Email: nititaya.s@gmail.com

The Role of Soft Power in Shaping China's Image: A Case Study of Chinese Series "Go Go Squid"

Received: February 23, 2025 / Received in revised form: August 16, 2025 / Accepted: August 27, 2025

Natakritta Yulai

Sasiluck Innupat

*Nititaya Soontornthamnit**

Abstract

This study aims to analyze the role of soft power in shaping China's image through a case study of Chinese Series "Go Go Squid". This qualitative study collected data from the conversations, situations, and narratives, employing Joseph Nye's concept of soft power concept as the analytical framework. The findings reveal that the role of soft power in Shaping China's Image across four primary dimensions: 1) Culture, there is a presentation of Chinese cultural identity, such as Chinese New Year celebrations, culinary culture, and the game of Chinese chess; 2) Tourism, there is a presentation of famous tourist attractions, including major cities, an ancient city with a rich history and culture, and cities with natural scenery; 3) Trends and Technology, there is a presentation of China's advancements as a global leader in technology, particularly in the e-sports industry. It also portrays the widespread adoption of modern technologies as an integral part of daily life; 4) Values, which present the patriotism, determination, and sacrifice of the Chinese people. The use of soft power in various dimensions is embedded in foreign policy, promoting and driving influences behind the scenes. The findings indicate the progression of national development through the application of soft power, emphasizing the construction of an international image while maintaining cultural identity. Moreover, the study highlights China's capacity to creatively employ entertainment media under the Chinese government's policy on controlling entertainment media content.

Keywords: Soft Power, Image, Go Go Squid Series, Chinese Series

Natakritta Yulai (Undergraduate student, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hatyai Campus) Sasiluck Innupat (Undergraduate student, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hatyai Campus) and Nititaya Soontornthamnit (Doctor of Arts (Teaching Chinese to Speakers of Other Languages), Minzu University, P.R. China, 2018, Email: nititaya.s@gmail.com) Present is a lecturer, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hatyai Campus)

*Corresponding author's Email: nititaya.s@gmail.com

บทนำ

การเติบโตอย่างรวดเร็วของประเทศจีนในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมาซอฟต์แวร์ (Soft Power) หรือ อำนาจละมุนเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการขับเคลื่อนประเทศที่ส่งผลให้ปัจจุบันประเทศจีนกลายเป็นหนึ่งในประเทศที่มีอำนาจทางเศรษฐกิจมากที่สุดในโลก ซึ่งจากการจัดอันดับประเทศที่มีการใช้ซอฟต์แวร์ในการขับเคลื่อนประเทศ ประเทศจีนจัดเป็นอันดับที่สาม รองจากสหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร (Brand Finance, 2024) และในปัจจุบัน หลายประเทศได้ใช้สื่อบันเทิงในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในระดับสากล ประเทศจีนเป็นประเทศหนึ่งที่นำซอฟต์แวร์มาเป็นกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนประเทศ โดยการทุ่มทุนจำนวนมากในการสร้างและส่งเสริมสื่อบันเทิง เช่น ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ และเกมคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีอิทธิพลเป็นอย่างมาก สื่อไม่เพียงสร้างความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมการเผยแพร่ค่านิยมและวัฒนธรรมของประเทศให้ผู้ชมทั่วโลกได้เห็น โดยได้มีการดำเนินการผ่านนโยบายหลังการปฏิรูปและเปิดประเทศ อาทิ โครงการ Going Global (走出去) ที่มีเป้าหมายหลักในการส่งเสริมธุรกิจและอุตสาหกรรมของจีนให้ขยายตัวออกไปสู่ตลาดต่างประเทศ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจและเพิ่มอิทธิพลของจีนในระดับโลก และโครงการ Belt and Road Initiative (一带一路) โครงการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างประเทศด้วยเส้นทางคมนาคมต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศต่าง ๆ ซึ่งภายใต้โครงการ Belt and Road Initiative อิสปอร์ตเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์การพัฒนาระดับชาติด้วยเช่นกัน และ Li (2021) กล่าวถึงแนวโน้มของอิสปอร์ตว่าปัจจุบันนี้กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ของจีนได้ประกาศอาชีพผู้เชี่ยวชาญด้านอิสปอร์ต และนักกีฬาอิสปอร์ตเป็นหนึ่งใน 13 อาชีพใหม่ ทำให้อุตสาหกรรมอิสปอร์ตเริ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้าง การศึกษาการใช้ซอฟต์แวร์ภายใต้แนวโน้มส่งเสริมของประเทศจีนจึงเป็นแนวทางสำคัญที่เป็นประโยชน์สำหรับประเทศไทย

จากงานวิจัยเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ เช่น อีอีอี บรเรทิง และ พร้อมพรรณ แจ่มการดี (2567) ศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยนการศึกษาของประเทศไทยและประเทศจีนภายใต้แนวโน้มด้านการทูต

สาธารณะที่เผยแพร่ในประเทศไทยผ่านสถาบันขงจื้อจินตวณัน ศิริรัตน์ (2024) ศึกษาเกี่ยวกับการปรับภาพลักษณ์ของจีนโดยใช้การแข่งขันโอลิมปิกฤดูหนาวกรุงปักกิ่งปี ค.ศ. 2022 เป็นซอฟต์แวร์ของประเทศ ซึ่งเห็นได้ว่าการใช้อำนาจซอฟต์แวร์เป็นเครื่องมือที่สามารถส่งผ่านองค์กรและผ่านการแข่งขันกีฬาที่ได้รับผลตอบแทนที่ดี Lopattananont and Korakotchamas (2024) ศึกษาเกี่ยวกับเส้นทางสู่ซอฟต์แวร์ของไทยเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันหลังโควิด-19 ที่เศรษฐกิจดั้งเดิมชะลอตัว กล่าวว่าซอฟต์แวร์เป็นพลังความนิยมที่จะสามารถสร้างภาพลักษณ์และกระตุ้นเศรษฐกิจได้มากกว่าการใช้สิทธิพลทางการเมืองระหว่างประเทศ โดยศึกษาผ่านกระทรวงวัฒนธรรม (Ministry of Culture) หอการค้าไทย (Thai Chamber of Commerce) และโครงการศึกษาวิจัยนโยบายเกี่ยวกับอาเซียน (ASEAN Watch Program) พบว่าต่างใช้สื่อบันเทิงเป็นเครื่องมือหลักเพื่อเผยแพร่ความเป็นไทยและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ แต่ประเทศไทยยังไม่มีเป้าหมายที่เป็นเอกภาพร่วมกันที่ชัดเจน และมีข้อจำกัดด้านความสามารถในการผลิตสื่อ และความเชื่อมโยงกับนโยบายต่างประเทศ ดังนั้นแม้ว่าปัจจุบันมีการศึกษาเกี่ยวกับการใช้อำนาจซอฟต์แวร์ทั้งผ่านสถาบันขงจื้อ ผ่านการแข่งขันกีฬา และผ่านองค์กรต่าง ๆ ภายใต้ยุคสมัยปัจจุบันที่สื่อบันเทิงได้เข้ามามีบทบาทต่อการรับรู้ของผู้คนทั่วโลก การศึกษาการใช้ซอฟต์แวร์ผ่านสื่อบันเทิงจึงเป็นประเด็นที่ควรค่าแก่การศึกษา ซึ่งคณะผู้วิจัยเกิดข้อคำถามวิจัยว่าประเทศจีนมีแนวทางการใช้ซอฟต์แวร์ในการสร้างภาพลักษณ์อย่างไรบ้าง โดยเฉพาะการนำเสนอผ่านซีรีส์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอิสปอร์ต ซึ่งเป็นอาชีพและอุตสาหกรรมใหม่ของประเทศจีน อย่างไรก็ตามจากงานวิจัยข้างต้นคณะผู้วิจัยยังไม่สามารถตอบคำถามการวิจัยได้

ทั้งนี้ จากการศึกษาเบื้องต้นคณะผู้วิจัยพบว่าซีรีส์จีนเรื่อง “นายเย็นชา กับ ยัยปลาหมึก” เป็นซีรีส์จีนแนวอิสปอร์ตที่เริ่มเผยแพร่ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2019 ต่อมาในปี ค.ศ. 2021 มีการผลิตซีรีส์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอิสปอร์ตเพิ่มมากขึ้น เช่น นายเย็นชา กับ ยัยปลาหมึก 2 ฉาก รักวัยฝัน รักยิ่งของเธอ และดุจดาว เกียรติยศ (หลี่ จู, 2024) จึงกล่าวได้ว่าซีรีส์นายเย็นชา กับ ยัยปลาหมึกถือเป็นจุดเริ่มต้นของการใช้ซอฟต์แวร์ในประเด็นอิสปอร์ตผ่านสื่อบันเทิง ซีรีส์เรื่องนี้

ถูกดัดแปลงมาจากนิยายออนไลน์เรื่อง “มีจืดตันโหยวอีว¹ (蜜汁炖鱿鱼 Honey Stewed Squid)” เขียนโดยนักเขียนชื่อมั่วเป่าเฟย์เป่า (墨宝非宝 Mo Bao Fei Bao) เป็นเรื่องราวที่ผสมผสานระหว่างโรแมนติกคอมเมดี้และวงการกีฬาอีสปอร์ต (Zhou, 2019) เป็นซีรีส์ที่ได้รับคำชมเชยจากหน่วยงานรัฐว่ามีกระแสตอบรับที่ดี และได้รับความนิยมในต่างประเทศ (National Radio and Television Administration, 2019) ถือเป็นตัวอย่างที่ดีของการนำเสนอซอฟต์แวร์ด้านวัฒนธรรมและด้านค่านิยมของจีน รวมถึงด้านเทคโนโลยีอีสปอร์ตที่จีนต้องการเผยแพร่ให้ทั่วโลกได้เห็นถึงการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ดังนั้นการหยิบยกประเด็นอีสปอร์ตมาใช้ในการสร้างซีรีส์เรื่องนี้ สะท้อนให้เห็นคุณค่าที่ควรค่าแก่การศึกษาเชิงลึกถึงการใช้อำนาจซอฟต์แวร์ของประเทศไทย

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงศึกษาการใช้ซอฟต์แวร์ในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศจีน จากกรณีศึกษาซีรีส์จีนเรื่องนายเย็นชา กับ ยัยปลาหมึก เพื่อวิเคราะห์การใช้ซอฟต์แวร์ในการสร้างภาพลักษณ์ และขับเคลื่อนประเทศ ซึ่งเป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์การใช้ซอฟต์แวร์ในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศจีน จากกรณีศึกษาซีรีส์จีนเรื่องนายเย็นชา กับ ยัยปลาหมึก เพื่อทราบแนวทางการใช้อินเทอร์เน็ต

กรอบและวิธีการทบทวนเอกสารทางวิจัย

การทบทวนวรรณกรรมนี้ครอบคลุมประเด็นสำคัญเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ตลอดจนบทบาทสำคัญของอุตสาหกรรมอีสปอร์ตที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การพัฒนาซอฟต์แวร์ในยุคดิจิทัล ดังนี้

นิยามของซอฟต์แวร์

Nye (1980) ได้ให้ความหมายของซอฟต์แวร์ว่าเป็นความสามารถในการชักจูงให้ผู้อื่นต้องการในสิ่งที่ต้องการ โดยไม่จำเป็นต้องใช้การบังคับหรือลอบโซ่ ซึ่งตรงข้ามกับฮาร์ดแวร์ (Hard Power) ที่เกี่ยวกับการใช้อำนาจทางการทหารหรือเศรษฐกิจเพื่อกดดันหรือบังคับให้ผู้อื่นทำตามที่ต้องการ โดย Joseph Nye ได้แบ่งซอฟต์แวร์ออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ด้านค่านิยม และด้านนโยบายต่างประเทศ ซึ่งนักวิจัยหลายท่านได้ให้คำจำกัดความที่คล้ายคลึงกัน เช่น สุรชาติ บำรุงสุข (2557) และ Slaughter (2003) ที่มองว่าซอฟต์แวร์เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ที่ช่วยให้ประเทศต่าง ๆ สามารถสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ดีขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพารัฐบาลเพียงอย่างเดียว แต่นอกจากการกล่าวถึงนิยามดังกล่าว พีระ เจริญวัฒนกุล (2565) ยังได้กล่าวถึงซอฟต์แวร์ในมุมมองเชิงรัฐศาสตร์ไว้ว่าซอฟต์แวร์ไม่ใช่เพียงการขายสินค้าเท่านั้น แต่ต้องมีองค์ประกอบที่ครบถ้วน มีการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน และมีการประเมินผล ไม่สามารถเห็นผลลัพธ์ในทันที แต่ต้องการเวลาและการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐเพื่อให้เกิดผลสำเร็จในระยะยาว กล่าวได้ว่าซอฟต์แวร์มีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายต่างประเทศ และการใช้ซอฟต์แวร์ต่างมีการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน แนวคิดดังกล่าวล้วนเป็นฐานข้อมูลสำคัญสำหรับการวิเคราะห์การใช้ซอฟต์แวร์ของประเทศไทย

การใช้ซอฟต์แวร์

การใช้ซอฟต์แวร์สามารถใช้ได้ผ่านนโยบายต่างประเทศเป็นหลัก ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าประเทศไทยมีการใช้ซอฟต์แวร์ผ่าน 2 นโยบายหลัก ดังนี้

(1) การใช้ซอฟต์แวร์ผ่านโครงการ Going Global Xie (2013) กล่าวว่าสิ่งที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมให้ผู้คนทั่วโลกสามารถเข้าใจและยอมรับ สื่อละครโทรทัศน์ถือเป็นหนึ่งในอำนาจละมุนที่มีความสำคัญต่อประเทศจีนมากที่สุดในปัจจุบัน โดยมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมวัฒนธรรม

¹ ในบทความวิจัยฉบับนี้ คณะผู้วิจัยถ่ายทอดเสียงภาษาจีนเป็นภาษาไทยโดยอ้างอิงเกณฑ์การถ่ายทอดเสียงภาษาจีนแมนดารินด้วยอักษรวิธีไทยของคณะกรรมการสืบค้นประวัติศาสตร์ไทยในเอกสารภาษาจีน สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี พ.ศ. 2543 (คณะกรรมการสืบค้นประวัติศาสตร์ไทยในเอกสารภาษาจีน, 2543)

จีนให้ก้าวสู่ระดับโลก ในปี ค.ศ. 2001 หน่วยงานรัฐบาลจีนได้ประกาศนโยบาย Going Global โดยมีเป้าหมายเพื่อเผยแพร่ประเทศจีนออกไปให้ทั่วโลกรู้จัก ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการยกระดับอำนาจละมุนในช่วงสามปีแรก การดำเนินนโยบายเป็นไปอย่างช้า ๆ ทำให้ผลลัพธ์ไม่ชัดเจน จนกระทั่งในปี ค.ศ. 2005 ฝ่ายบริหารกิจการสืบสันตติวงศ์ ได้เสนอให้มีการปรับตัวให้เข้ากับกระแสโลกภายนอก และกระตุ้นเพื่อแข่งขันในระดับนานาชาติ โดย Zhou (2024) ได้กล่าวด้วยเช่นกันว่า นโยบาย Going Global มุ่งเน้นการขยายบทบาทของจีนในเวทีโลก ผ่านการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีขั้นสูง เป้าหมายคือการเพิ่มอิทธิพลทางเศรษฐกิจและการเมืองของจีนในระดับสากล จีนปรับนโยบายอย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่ง ในปี ค.ศ. 2013 และสามารถแซงหน้าสหรัฐอเมริกาจนกลายเป็นประเทศการค้าที่ใหญ่ที่สุดในโลก และทุนสำรองเงินตราต่างประเทศสูงขึ้น เป็นผลให้จีนมั่นใจในศักยภาพและอิทธิพลของตนในระดับโลก

(2) การใช้ซอฟต์แวร์ผ่านโครงการ Belt and Road Initiative ฐณยศ โลพัฒนานนท์ และคณะ (2564) กล่าวว่าจีนได้ดำเนินการสนับสนุนซอฟต์แวร์มาโดยตลอด ซึ่งเห็นได้จากนโยบาย Belt and Road Initiative ประเทศจีนเริ่มให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมบันเทิงตั้งแต่ปี ค.ศ. 2011 เป็นต้นมา เนื่องด้วยนโยบายต่างประเทศในอดีตเน้นการเผยแพร่วัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และไม่สามารถเข้าถึงผู้ชมทั่วโลกได้เท่าที่ควร ดังนั้นรัฐบาลจึงเริ่มเล็งเห็นว่าวัฒนธรรมสามารถเพิ่มมูลค่าทางตลาดได้สูงจึงมีการผลักดันมากขึ้น ในปี ค.ศ. 2019 อุตสาหกรรมบันเทิงได้รับความนิยมอย่างมาก อันเป็นผลมาจากการผลักดันคุณภาพเพิ่มขึ้น เห็นได้ชัดจากปรากฏการณ์ความนิยมจากซีรีส์ปรมาจารย์ลัทธิมาร (The Untamed) ในระยะหลังจึงมีการส่งเสริมความเป็นสากลและประชานิยม เพื่อยกระดับจีนให้มีอำนาจทางสื่อบันเทิงเพื่อเทียบเคียงสหรัฐฯ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ซึ่ง Qiao et al. (2021) กล่าวว่าโครงการ Belt and Road Initiative (BRI) ได้ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมอีสปอร์ตอย่างรวดเร็ว อีสปอร์ตจึงกลายเป็นหนึ่งในสาขาใหม่ของโครงการนี้ ทำให้เกิดปัญหาขาดแคลนบุคลากรด้านอีสปอร์ต ส่งผลให้มหาวิทยาลัยหลายแห่งในประเทศจีนเริ่มเปิดวิชาสาขาที่เกี่ยวข้องกับอีสปอร์ต อีกทั้งโครงการยังริเริ่มการพัฒนาอุตสาหกรรมอีสปอร์ตของจีน ในโอกาสนี้บริษัทต่าง ๆ เช่น

Tencent Games และ Perfect World ได้คว้าโอกาสในการขยายตลาดต่างประเทศ และประสบความสำเร็จอย่างมาก

ดังนั้นทั้ง 2 โครงการข้างต้นล้วนเป็นโครงการภายใต้นโยบายต่างประเทศที่มีส่วนผลักดันการใช้ซอฟต์แวร์ของประเทศไทย ซึ่งทำให้ในปี ค.ศ. 2013 ประเทศไทยสามารถแซงหน้าสหรัฐอเมริกาจนกลายเป็นประเทศการค้าที่ใหญ่ที่สุดในโลก และในปี ค.ศ. 2019 อุตสาหกรรมบันเทิงได้รับความนิยมอย่างมาก อันเป็นผลมาจากการผลักดันของประเทศจีนด้วยเช่นกัน

การสร้างภาพลักษณ์

การสร้างภาพลักษณ์ของประเทศผ่านสื่อบันเทิงและกีฬานานาชาติเป็นหนึ่งในวิธีการที่ทรงพลังในการส่งเสริมซอฟต์แวร์ทั้งภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ หรือการเป็นเจ้าภาพจัดงานกีฬาระดับโลกต่างเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารมุมมอง ค่านิยม และวัฒนธรรมของประเทศต่อโลกภายนอก

(1) การใช้อำนาจซอฟต์แวร์ผ่านการสร้างภาพลักษณ์ผ่านภาพยนตร์ ซีรีส์ของประเทศจีน เป็นวิธีการที่เป็นที่นิยมในยุคสมัยปัจจุบัน Lu (2011) กล่าวว่าซีรีส์โทรทัศน์ของจีนมีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์วัฒนธรรมทั้งในและต่างประเทศ และปัจจุบันจีนเป็นผู้ผลิตซีรีส์รายใหญ่ที่สุดของโลก ในยุคที่การแข่งขันอุตสาหกรรมวัฒนธรรมทั่วโลกเพิ่มมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมนั้นไม่ได้เป็นแค่สินค้าอีกต่อไป แต่ยังเป็นสื่อกลางอำนาจละมุน โดยก้าวต่อไปของประเทศคือการพัฒนาสู่การเป็นผู้ผลิตที่แข็งแกร่ง เน้นการส่งออกซีรีส์สู่ตลาดโลก การรักษาคูณทางวัฒนธรรมของจีน และปรับปรุงการสื่อสารและการตลาดให้ดึงดูดผู้ชมมากขึ้น ซึ่งจะช่วยเสริมอำนาจละมุนของจีนในเวทีโลก อย่างไรก็ตามผลการศึกษาของธนภัทร ธาณรัตน์ (2021) พบว่าถึงแม้รัฐบาลจีนจะให้สนับสนุนภาพยนตร์ของเจียจางเค่อ เพื่อให้สะท้อนภาพลักษณ์ของจีน และถ่ายทอดความคิด ค่านิยม รวมทั้งเผยแพร่มุมมองใหม่ ๆ แต่สื่อรัฐบาลจีนก็ยังคงมีนโยบายและกฎเกณฑ์ที่จำกัดทางด้านเนื้อหาภาพยนตร์ มีการเซ็นเซอร์เนื้อหาบางส่วนในภาพยนตร์ ซึ่งถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการเผยแพร่วัฒนธรรม ทำให้ภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นยังไม่เป็นที่นิยมในเวทีโลกและเป็นข้อจำกัดในการเผยแพร่ซอฟต์แวร์ของประเทศไทย

(2) การใช้อำนาจซอฟต์แวร์สร้างภาพลักษณ์ผ่านการจัดงานกีฬาระดับโลกของประเทศจีน เห็นได้จากการเป็นเจ้าภาพจัดงานกีฬาระดับนานาชาติ เช่น โอลิมปิกและเอเชียนเกมส์ จินตวัฒน์ ศิริรัตน์ (2024) กล่าวว่า ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาประเทศจีนได้รับโอกาสเป็นเจ้าภาพจัดงานดังกล่าว ทั้งยังประสบความสำเร็จอย่างมากในบทบาทนี้ ซึ่งจีนได้ใช้โอกาสนี้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมซอฟต์แวร์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ โดยเฉพาะในการแข่งขันโอลิมปิกปี ค.ศ. 2008 และโอลิมปิกฤดูหนาวปี ค.ศ. 2022 กล่าวคือ จีนสร้างสัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น คำขวัญ คบเพลิง ตึกตึกนาฬิกา รวมถึงการพัฒนาสาธารณูปโภคและสนามแข่งขันที่ผสมผสานความทันสมัย เน้นการแสดงผลภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมความร่วมมืออย่างสันติ

กล่าวได้ว่าประเทศจีนให้ความสำคัญกับการใช้ซอฟต์แวร์เป็นอย่างมาก นโยบายต่างประเทศมีการนำอำนาจซอฟต์แวร์มาเป็นเครื่องมือเพื่อสื่อสารมุมมอง ค่านิยม และวัฒนธรรมของประเทศจีนสู่โลกภายนอก การใช้ซอฟต์แวร์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นไปภายใต้แนวทางและนโยบายควบคุมดูแลสื่อของรัฐบาลที่เห็นผลตอบรับที่ดี ผลักดันอุตสาหกรรมบันเทิง โดยเฉพาะละครโทรทัศน์ ซีรีส์ และอีสปอร์ต มีบทบาทสำคัญในการสร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ของจีนสู่เวทีโลก ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงนำแนวคิดและมุมมองการใช้ซอฟต์แวร์สร้างภาพลักษณ์มาเป็นมุมมองสำคัญในการวิเคราะห์ เพื่อทราบแนวทางการใช้ซอฟต์แวร์ในเชิงลึกนี้

วิธีการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และวิเคราะห์ผ่านตัวบท (Textual Analysis) ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ศึกษาการใช้อำนาจซอฟต์แวร์ในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศจีนผ่านซีรีส์จีนเรื่องนายเย็นชากับยัยปลาหมึก โดยในกระบวนการวิจัยคณะผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องจากบทความวิจัย หนังสือ และเว็บไซต์เพื่อเป็นฐานความรู้ในการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยศึกษาการใช้ซอฟต์แวร์ในการสร้างภาพลักษณ์จากซีรีส์จีนเรื่องนายเย็นชากับยัยปลาหมึก โดยกำหนดศึกษาจากตัวละครหลัก 4 ตัวละคร ได้แก่ หานซางเหยียน (韩商言) ถงเหนียน (佟年) อู๋ไป่ (吴白) อ้ายฉิง (艾情) เนื่องด้วย (1) ซีรีส์เรื่องนายเย็นชากับยัยปลาหมึกเป็นซีรีส์ที่เด่นชัดในการใช้ซอฟต์แวร์นำเสนอวัฒนธรรม ค่านิยม และกีฬาอีสปอร์ต ซึ่งเป็นเรื่องราวที่มีประเด็นทันสมัย เป็นที่นิยมในปัจจุบัน และเป็นประเด็นสำคัญภายใต้แนวคิดซอฟต์แวร์ (2) ตัวละครทั้ง 4 ตัวละครที่กำหนดเป็นตัวละครหลักในการดำเนินเรื่อง จึงเป็นตัวละครที่สามารถสะท้อนประเด็นสำคัญที่มีการใช้ซอฟต์แวร์ของซีรีส์เรื่องนี้ได้ชัดเจนและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์การวิจัย

การรวบรวมข้อมูล

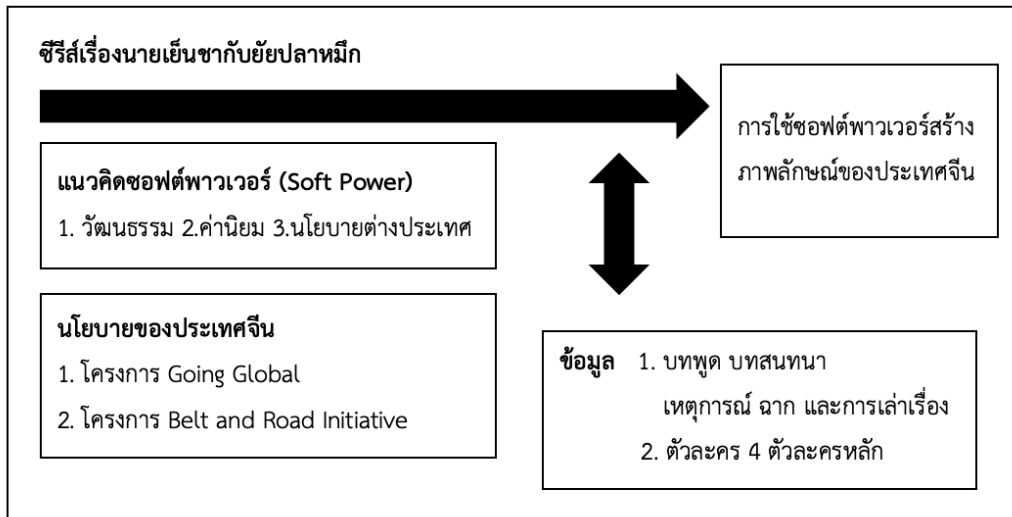
บทความวิจัยฉบับนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลภายใต้ขอบเขตการวิจัยที่กำหนด ศึกษาจากซีรีส์จีนเรื่องนายเย็นชากับยัยปลาหมึก รวมจำนวน 41 ตอน ผ่านทางแอปพลิเคชัน WeTV และเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวที่เกี่ยวข้องกับประเด็น Soft Power เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับการศึกษาและวิเคราะห์ในเชิงลึก โดยในกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยใช้แบบบันทึกข้อมูลเป็นเครื่องมือในการวิจัย แบบบันทึกข้อมูล ประกอบด้วยรายละเอียดตอนที่ ตัวละคร บทพูด บทสนทนา ฉาก เหตุการณ์ และการเล่าเรื่อง ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลในแบบบันทึกข้อมูลเป็นการบันทึกแบบยืดหยุ่น โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ 2 ประการ ได้แก่ (1) เป็นบทพูด บทสนทนาและเหตุการณ์ของตัวละครหลักทั้ง 4 ตัวละครโดยตรง (2) เป็นบทพูด บทสนทนาและเหตุการณ์ของตัวละครหลักทั้ง 4 ตัวละครโดยอ้อม ซึ่งหมายถึงบทสนทนา บทพูดที่กล่าวโดยตัวละครอื่น แต่เป็นความที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวละครที่กำหนด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยนำแนวคิดซอฟต์แวร์ของ Joseph Nye ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ด้านค่านิยม และด้านนโยบายต่างประเทศ (Nye, 1980) มาใช้เป็นฐานและแนวคิดสำคัญในการวิเคราะห์

และประมวลผล โดยใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์ในการ
วิเคราะห์ข้อมูล

สรุปเป็นกระบวนการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กระบวนการวิจัย (Research Flow)

ที่มา: คณะผู้วิจัย (2568)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ คณะผู้วิจัยพบว่าการใช้ซอฟต์พาวเวอร์สร้างภาพลักษณ์ของประเทศจีนผ่านซีรีส์เรื่องนายเย็นซากับยายปลาหมึก 4 มิติ ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านกระแสนิยมและเทคโนโลยี และด้านค่านิยม รายละเอียดดังนี้

ด้านวัฒนธรรม

วัฒนธรรมจีนเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมที่เก่าแก่และหลากหลายที่สุดในโลก ด้วยประเพณีที่สืบทอดกันมาหลายพัน

ปี ทั้งการเฉลิมฉลองเทศกาล การให้ความสำคัญกับครอบครัว รวมถึงการแสดงออกทางวัฒนธรรมอาหารและวิถีชีวิตในสังคมจีน ผลการศึกษาพบว่าวัฒนธรรมเหล่านี้ถูกนำเสนออย่างมีชีวิตชีวาผ่านวัฒนธรรมตรุษจีน วัฒนธรรมขึ้นบ้านใหม่ วัฒนธรรมอาหาร วัฒนธรรมการละเล่นหมากรุกจีน และวัฒนธรรมการดูตัว ซึ่งวัฒนธรรมเหล่านี้ยังคงมีบทบาทสำคัญในสังคมจีนปัจจุบันและเป็นส่วนหนึ่งที่แสดงออกถึงความเป็นจีนในระดับสากล เห็นได้จากตัวอย่าง เช่น

ตัวอย่างที่ 1

อู๋ไป : พี่แจกโบนัสสราญปีไปแล้วไม่ใช่หรอ (你不是已经发过年中奖了吗?)

หานซางเหยียน : มันคนละเรื่องกันโบนัสต้องให้อยู่แล้ว ส่วนอั่งเปาปีใหม่ถือเป็นน้ำใจจากฉัน

(一码归一码 , 年终奖那是必须的新年红包是我的一点心意。)

อู๋ไป : จั๊นคนละ 500 หยวน (那 一人五百)

หานซางเหยียน : 5,000 เกอะ ให้ทุกคนได้ฉลองดี ๆ หน่อย (五千吧, 让大家好好过个年)

(อู๋ไปกับหานซางเหยียน, ตอนที่ 1)

จากตัวอย่างที่ 1 แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมจีนในช่วงเทศกาลตรุษจีน หรือปีใหม่ของจีน ซึ่งเป็นเทศกาลสำคัญที่คนจีนจะมอบ “อั่งเปา” หรือซองแดง (红包) ให้กับคนในครอบครัวหรือผู้ใต้บังคับบัญชา บทสนทนาดังกล่าวเป็นการสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมจีน ในประโยคสุดท้ายหานซางเหยียนตัดสินใจที่จะให้อั่งเปามากกว่าที่ผู้ไปเสนอ เพราะต้องการให้ทุกคนได้ฉลองตรุษจีนอย่างมีความสุขมากขึ้น ซึ่งสะท้อนถึงความใจกว้างและการให้ความสำคัญกับการเฉลิมฉลองในเทศกาลสำคัญนี้ การให้อั่งเปาไม่ใช่เป็นเพียงเงินโบนัสหรือค่าตอบแทนของพนักงาน เนื่องจากการให้อั่งเปาถือเป็นมอบโชคลาภและความปรารถนาดีในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งการนำเสนอบรรยากาศของเทศกาลตรุษจีน

ของตอนที่ 1-8 เผยให้เห็นถึงการกลับบ้านเพื่อเฉลิมฉลองร่วมกับสมาชิกในครอบครัว ขั้นตอนการจัดเตรียมอาหาร และการรับประทานอาหารในเทศกาลตรุษจีน นอกจากนี้ฉากยังได้นำเสนอวัฒนธรรมการทำเกี้ยว ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทำร่วมกันกับครอบครัวเพื่อเฉลิมฉลองเทศกาล เนื่องจากรูปร่างของเกี้ยวมีลักษณะคล้ายกับเงินตำลึงเงินในสมัยโบราณ อีกทั้งการห่อเกี้ยวในวันตรุษจีนมีนัยยะสำคัญเรื่องความสิริมงคล ความมั่งคั่งร่ำรวย และการมอบของขวัญในเทศกาลตรุษจีน ยังสะท้อนถึงประเพณีและการรักษาความสัมพันธ์ในสังคมจีนที่สืบทอดต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน การสื่อสารเรื่องราวดังกล่าวจึงเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมเกี่ยวกับเทศกาลและอาหารจีนให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสะท้อนการอนุรักษ์ประเพณีด้วยเช่นกัน

ตัวอย่างที่ 2

หานซางเหยียน : เพื่อฉลองขึ้นบ้านใหม่ ฉันมีอั่งเปามาให้นาย (乔迁之喜 红包镇宅)

เสี่ยวหมี่ : ขอขอบคุณครับ (谢谢)

(หานซางเหยียน, ตอนที่ 25)

จากตัวอย่างที่ 2 เป็นการมอบอั่งเปาในโอกาสขึ้นบ้านใหม่ ซึ่งการมอบอั่งเปาเป็นของขวัญในโอกาสขึ้นบ้านใหม่ ถือเป็นความสิริมงคลและความสงบสุขในบ้านใหม่ เป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่นิยมและแสดงถึงการอวยพรและความปรารถนาดีต่อผู้อื่นในวัฒนธรรมจีน ทั้งนี้ซีรีส์ได้แสดงให้เห็นถึง

ความสัมพันธ์ที่อบอุ่นและเป็นกันเองระหว่างตัวละคร โดยเฉพาะเมื่อหานซางเหยียนมอบอั่งเปาให้เสี่ยวหมี่ จึงสื่อถึงความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นและอบอุ่นระหว่างตัวละคร อีกทั้งยังสะท้อนถึงการเคารพในประเพณีและวัฒนธรรมของตัวละครอีกด้วย

ตัวอย่างที่ 3

ไม่ว่าอากาศจะร้อนแค่ไหน หรือต้องเดินทางไกลแค่ไหน ฉันก็จะกลับบ้านเกิดให้ได้ อย่างที่สุภาจิตบอกไว้ว่า

“ใบไม้หล่นกลับคืนสู่ราก” (再大太阳，再累呀也得回老家看一看啊，所谓落叶归根)

(คุณปู่ของหานซางเหยียน, ตอนที่ 28)

จากตัวอย่าง 3 ซีรีส์นำเสนอฉากที่ครอบครัวพระเอกและนางเอกกลับไปเยี่ยมบ้านเกิดในชนบท มีการพบปะกันของญาติพี่น้อง แสดงถึงคุณค่าของวัฒนธรรมจีนที่ให้ความสำคัญกับการกลับบ้านเกิดและการคงไว้ซึ่งสายสัมพันธ์ครอบครัวและรากเหง้า ข้อความข้างต้นแสดงให้เห็นว่าแม้จะต้องเผชิญกับความยากลำบาก การกลับบ้านเกิดถือเป็น การแสดงความกตัญญูและความรักต่อครอบครัวตามสุภาจิต “落叶归根” (ใบไม้หล่นกลับคืนสู่ราก) ซึ่งสื่อ

ถึงการที่คนเราต้องการกลับไปยังบ้านเกิดในบั้นปลายชีวิต นอกจากนี้ในตอนเดียวกันซีรีส์ยังเผยให้เห็นบรรยากาศอีกด้านของประเทศจีนที่ต่างจากเขตเมือง อาทิ สถานที่ธรรมชาติ สถาปัตยกรรม ผู้คน ทั้งยังสอดแทรกวัฒนธรรมอาหารอย่างขนมชิงถวน (青团) ซึ่งนับว่าเป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมจีน ถือเป็นสัญลักษณ์ของความรัก ความอบอุ่น และการดูแลกันในครอบครัวชาวจีน เนื่องจากขนมชิงถวนเป็นขนมแบบดั้งเดิมที่พบเห็นในเทศกาลชิงม้ง (清明节) ซึ่ง

เป็นเทศกาลที่ครอบครัวชาวจีนจะรวมตัวกันเพื่อไหว้บรรพบุรุษ ฉากในซีรีส์ยังนำเสนอภาพการรวมตัวเล่นหมากรุก (下棋) ของผู้สูงอายุ ซึ่งหมากรุกเป็นการเล่นดั้งเดิมที่สืบทอดมายาวนานของประเทศจีน การนำเสนอการเล่นนี้มีความหมายและความสำคัญในหลากหลายมิติ เห็นได้จากฉากที่หานซางเหยียนและกงเหียนมีส่วนร่วมในการเล่น เป็น

การสื่อถึงการรักษามรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่และส่งเสริมต่อไปยังรุ่นถัดไป ทำให้ทราบได้โดยชัดว่าการเล่นหมากรุกมีส่วนช่วยในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมในกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน การเล่นหมากรุกจึงเป็นภาพสะท้อนความเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรม และสังคมที่ผสมผสานได้อย่างลงตัว

ตัวอย่างที่ 4

...อายุตั้ง 30 ปี ยังจะเล่นเกมคอมพิวเตอร์อยู่อีกหรือ แกจะแต่งงานเมื่อไหร่

(30岁了还在玩电脑，还结不结婚了?)

...ครั้งนี้กลับไปเยี่ยมเพื่อนเก่า แล้วก็ถือโอกาสนี้ช่วยແກหาเมีย

(这次回去看看朋友，顺便啊给你安排找个老婆。)

(คุณปู่ของหานซางเหยียน, ตอนที่ 4)

จากตัวอย่างที่ 4 แสดงให้เห็นถึงการที่คนปู่ของหานซางเหยียนไม่พอใจในหน้าที่การงานของพระเอกในปัจจุบันที่เป็นนักกีฬาอีสปอร์ต เนื่องจากคนปู่มองว่าการเล่นกีฬาอีสปอร์ตเป็นเพียงการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ อีกทั้งพระเอกอายุจะ 30 ปีแล้ว แต่ยังคงไม่แต่งงาน ซึ่งขัดต่อค่านิยมเรื่องการมีครอบครัวในวัฒนธรรมจีน บทสนทนาดังกล่าวสะท้อนการให้ความสำคัญในความมั่นคงของหน้าที่การงานและการสร้างครอบครัวของชาวจีน ชาวจีนส่วนใหญ่มักได้รับอิทธิพลจากครอบครัวในการหาคู่ครองซึ่งเห็นได้จากซีรีส์ว่ามีการนำเสนอวัฒนธรรมการดูตัว หรือคลุมถุงชนของประเทศจีน แสดงให้เห็นว่าครอบครัวและสังคมชาวจีนมักจะกดดันให้ลูกหลานแต่งงานเร็วเพื่อความมั่นคงทางสังคมและจิตใจ ทั้งยังสื่อถึงการรักษามรดกธรรมเนียมดั้งเดิม ความเชื่อ และความคาดหวังทางสังคมที่ยังมีบทบาทอย่างมากในสังคมจีนปัจจุบัน

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

ซีรีส์ใช้อำนาจซอฟต์แวร์ในการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเมืองใหญ่ เมืองโบราณที่มีประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมเก่าแก่ และเมืองที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ ซึ่งทำให้ผู้ชมได้สัมผัสความหลากหลายตลอดจนเสน่ห์ของสถานที่ต่าง ๆ ในประเทศจีน รายละเอียดดังนี้

เมืองใหญ่

ซีรีส์ใช้สถานที่ถ่ายทำของเรื่อง ณ เมืองเซี่ยงไฮ้เป็นส่วนใหญ่ ใช้สถานที่ชื่อดังอย่าง Fab-Union Space และ ShangHART Gallery (香格纳画廊) เป็นสโมสร K&K อีสปอร์ตของหานซางเหยียน นอกจากนี้ยังสอดแทรกสถานที่ที่มีชื่อเสียงของเซี่ยงไฮ้ไว้มากมายอย่างแบบยล เช่น ย่านอาคารการเงินลู่เจียจู่ (陆家嘴金融贸易区) หอไข่มุก (东方明珠塔) และจินเหม่าทาวเวอร์ (金茂大厦) และเนื่องจากเซี่ยงไฮ้เป็นเมืองใหญ่และเป็นหนึ่งในเมืองที่เป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีและวัฒนธรรมของจีน ซึ่งเหมาะสมกับธีมของซีรีส์ที่เกี่ยวข้องกับวงการกีฬาอีสปอร์ต อีกทั้งซีรีส์ยังมีการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองเซี่ยงไฮ้อื่น ๆ เช่น Happy Valley Shanghai (上海欢乐谷) ซึ่งเป็นสวนสนุกขนาดใหญ่ที่มีเครื่องเล่นหลายประเภท นอกจากนี้ยังมีในหลายฉากของซีรีส์ที่เผยให้เห็นสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองอื่น ๆ ของประเทศจีน

เมืองโบราณ

(1) Zhujiajiao (朱家角) เป็นเมืองโบราณในเขตชิงผู่ของเซี่ยงไฮ้ เป็นที่รู้จักกันดีในฐานะ “เวนิสแห่งเซี่ยงไฮ้” ในฉากที่ตัวละครหลักปรากฏแสดงให้เห็นถึงการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น โคมไฟจีนสีแดง หน้าต่างและประตูไม้แกะสลัก อีกทั้งยังมีสะพานหินโบราณ บ้านเรือนแบบโบราณ

สวนจีนโบราณในรูปแบบ Kezhi Garden (课植园) มีองค์ประกอบที่เป็นเอกลักษณ์จีนโบราณ เช่น สระน้ำ สะพาน ศาลา เป็นสถาปัตยกรรมที่ประเทศจีนยังคงไว้ซึ่งความงดงามของวัฒนธรรมจีนโบราณ

(2) Tongli Ancient Town (同里古镇)

เป็นสถานที่เชิงวัฒนธรรมของจีนและเป็นเมืองโบราณที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน ตั้งอยู่ในเมืองซูโจว ซึ่งขึ้นชื่อในเรื่องคลองที่ใสสะอาด สถาปัตยกรรมแบบดั้งเดิม รวมถึงฉากที่ปรากฏในซีรีส์อย่างชัดเจนที่สุดคือสะพานหินและบ้านเรือนที่ยังคงรักษาสภาพไว้คงเดิม ซึ่งซีรีส์ได้ออกแบบฉากให้มีความโรแมนติกท่ามกลางบรรยากาศที่สวยงามแบบโบราณได้อย่างงดงาม โดยการนำเสนอเหตุการณ์ที่พระเอกและนางเอก

ล่องเรือภายใต้สะพานหินโบราณที่สวยงาม ทั้งยังใช้เสียงเพลงจีนในการสร้างบรรยากาศ ซึ่งเนื้อเพลงประกอบซีรีส์ก็สื่อความหมายที่สอดคล้องกับเนื้อเรื่อง

เมืองที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ เมืองที่

แสดงให้เห็นในซีรีส์ ได้แก่ เมืองซานย่า (三亚) ซึ่งตั้งอยู่ทางใต้สุดของมณฑลไห่หนาน ในฉากนั้นแสดงภาพธรรมชาติบรรยากาศทะเล หาดทรายขาว และฉากภายในบริเวณโรงแรม Atlantis Sanya (三亚亚特兰蒂斯酒店) ที่มีการตกแต่งที่หรูหรา สวยงาม มีการออกแบบที่โดดเด่น ภายในห้องพักสามารถมองเห็นสัตว์ทะเลอยู่ในในแทงก์น้ำยักษ์ของโรงแรม ทั้งยังสอดแทรกการนำเสนออาหารท้องถิ่นในพื้นที่และวัฒนธรรมความเชื่อ ดังเช่น

ตัวอย่างที่ 5

หานซางเหยียน : ถงเหนียน พวกเราอยู่แค่ตรงนี้เถอะนะ (佟年我们就在这边吧。)

ถงเหนียน : ไม่ค่ะ พวกเขาก่อนหน้านี้คือสะพานคู่รัก คู่ไหนที่เดินไปด้วยกันจะได้ลงเอยกันอย่างมีความสุข

(不行，人家都说了这是情人铁素桥，如果情人在上面走过去的话会终成眷属的。)

(หานซางเหยียนกับถงเหนียน, ตอนที่ 18)

จากตัวอย่างที่ 5 แสดงให้เห็นถึงการใช้สถานที่ท่องเที่ยวในการเสริมสร้างบรรยากาศโรแมนติกและความอบอุ่นระหว่างตัวละครหลัก โดยเฉพาะในฉากที่เมืองซานย่า ซึ่งมีการกล่าวถึงสะพานแขวนมังกร (江龙索桥) ที่บริเวณโดยรอบสะพานเป็นธรรมชาติที่สวยงามของประเทศจีน ซึ่งนางเอกยังกล่าวถึงความที่แฝงความเชื่อในเรื่องของสะพานแห่งความรักอีกด้วย ซึ่งช่วยสร้างภาพจำแก่สายตาผู้ชม เป็นการเน้นถึงเสน่ห์ของเมืองซานย่าในฐานะจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจในการท่องเที่ยว ทั้งยังเผยแพร่ความงดงามของธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นของจีนไปสู่สายตาผู้ชมทั่วโลก

ด้านกระแสนิยมและเทคโนโลยี

ซีรีส์ได้สอดแทรกกระแสนิยมใหม่ที่เกิดขึ้นในประเทศจีน ซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาภาพลักษณ์ของประเทศในหลายมิติ ทั้งความทันสมัยและการเปิดรับเทคโนโลยี เช่น บทบาทของเงินในเวทีโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านกีฬาอีสปอร์ต การสร้างชุมชนแฟนคลับ และการใช้รหัสคิวอาร์ (Qr Code) ในการชำระเงิน ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยเสริมสร้างความเป็นผู้นำด้านนวัตกรรม แต่ยังส่งเสริมวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่สามารถเชื่อมต่อกับผู้คนทั่วโลกได้ โดยซีรีส์ได้ใช้การนำเสนอกระแสนิยมเหล่านี้อย่างแยบยลผ่านเรื่องราวที่น่าสนใจ ซึ่งเห็นได้จากตัวอย่าง ดังนี้

ตัวอย่างที่ 6

คุณปู่ หนูคิดว่าหลายปีที่ผ่านมา หนูประสบความสำเร็จ คุณปู่ทราบไหมคะ สิบกว่าปีที่แล้วที่หนูเข้าแข่งขัน CTF ช่วงนั้น สภาพแวดล้อมในจีนลำบากมาก ไม่มีโค้ช ไม่มีสโมสร ไม่มีผู้เชี่ยวชาญที่มากประสบการณ์ แต่พวกเขาอาศัยตัวเอง ฝ่าฟันอุปสรรค ทั้งปวง พวกเขาทำให้คนทั้งโลกได้เห็นว่ามีทีมที่มาจากประเทศจีนที่ชื่อว่าโซโล และทำให้ทุกคนได้เห็นคนหนึ่งที่ยอดเยี่ยมมากในเวที CTF เขาก็คือหานซางเหยียน คุณปู่คะ ทุกครั้งที่หนูคิดถึงเรื่องนี้หนูรู้สึกภาคภูมิใจจริง ๆ ค่ะ (爷爷我觉得这是这么多年来他们努力的结果。爷爷您知道吗，十多年前他接触网络安全大赛的时候，当时啊国内大环境非常艰难。没有教练、没有俱乐部、也没有经验丰富的前辈但是他们靠自己，闯出了一番自己的天地。他们让全世界都知道原来有一支战队是来自中国叫作索罗，也让大家都知道有一个人 CTF 网络安全大赛非常厉害，那就是韩商言。爷爷，我每次想到这个事，我真的都非常地骄傲。)

(ถงเหยียน, ตอนที่ 15)

จากตัวอย่างที่ 6 แสดงให้เห็นการนำเสนอเรื่องของการแข่งขัน CTF (Capture The Flag) และอีสปอร์ต โดยเฉพาะในแง่ของการที่ตัวละครหลักอย่าง “หานซางเหยียน” ได้ต่อสู้และฝ่าฟันอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อเป็นที่ยอมรับในวงการ CTF และอีสปอร์ตในระดับโลก บทสนทนาที่ยังแสดงให้เห็นถึงความภูมิใจของนางเอกที่มีต่อความสำเร็จของหานซางเหยียนและทีม

โซโล ซึ่งต้องผ่านความยากลำบากในช่วงเวลาที่จีนยังไม่มี การสนับสนุนด้านอีสปอร์ตจากรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่พวกเขาก็สามารถพัฒนาตัวเองจนก้าวขึ้นมาเป็นทีมระดับโลกได้ นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในวงการอีสปอร์ตของจีนที่เริ่มได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลและองค์กรต่าง ๆ อย่างจริงจังมากขึ้น

ตัวอย่างที่ 7

มีแฟน ๆ หลายล้านคน และเว็บไซต์พิเศษทั่วโลก ยิ่งกว่านั้นยังมีแฟน ๆ ใช้ชื่อของเขาในการตั้งชื่อคีย์บอร์ด เมาส์ อะไหล่คอมพิวเตอร์ (在世界范围内，拥有数百万名粉丝及传属网站，而且还有粉丝以他的名字命名键盘，鼠标，电脑配件。)

(ถงเหยียน, ตอนที่ 4)

จากตัวอย่างที่ 7 ถงเหยียนได้กล่าวถึงความคลั่งไคล้ของกลุ่มแฟนคลับของตัวละครหลักอย่าง “หานซางเหยียน” ว่า มีการนำชื่อของเขาไปตั้งเป็นชื่ออะไหล่คอมพิวเตอร์ เพื่อแสดงถึงความหลงใหลและคลั่งไคล้ในตัวเขา สะท้อนถึงความนิยมและความสำเร็จของตัวละครในวงการกีฬาอีสปอร์ตที่ทำให้ผู้คนยอมรับและชื่นชมอย่างมาก หรือแม้แต่นางเอกที่มีอาชีพเป็นนักร้องอินเทอร์เนตซึ่งได้รับความนิยมสูง มีแฟนคลับติดตามมากมายในแอปพลิเคชันชื่อดังอย่าง เว่ยป๋อ (微博) ความโด่งดังของนางเอกยังถูกนำเสนอผ่านการได้รับเชิญ

ไปในรายการเพลงที่จัดโดยดีเจชื่อดัง และฉากแฟนมีตติ้ง (Fan meeting) เพื่อพบปะแฟนคลับอย่างใกล้ชิดถึง 2 ครั้ง เป็นการใจใส่สะท้อนภาพลักษณ์ที่ทันสมัยด้านสื่อบันเทิงทั้งยังสอดคล้องกับเทรนด์เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ นอกจากนี้ซีรีส์ยังเผยให้เห็นชุมชนแฟนคลับที่นักกีฬาอีสปอร์ตสามารถสร้างอิทธิพลทางวัฒนธรรมผ่านการเชื่อมโยงกับแฟนคลับ เป็นการทำให้ภาพลักษณ์อีสปอร์ตของประเทศจีนเป็นที่รู้จักในสากล

ตัวอย่างที่ 8

ลงเหยิน : อันที่จริงฉันกับซุนย่าารับผิดชอบด้านการกำหนดเค้าโครงใบหน้า คล้าย ๆ กับระบบจดจำใบหน้าคะ
ทุกคนคงเคยดูหนังฝรั่งยุคเก่า ๆ กันใช่ไหม พวกเขาล้วนมีศูนย์กลางข้อมูลใช้ไหมคะ ถ้าอย่างนั้นคุณ
จะก็หาเจอค่ะ คุณจะตามหาตัวผู้ต้องสงสัยที่คุณต้องการหาได้

(其实我跟孙亚亚主要负责是人像卡口，就是我们人脸的识别系统还有我早年欧美的电影大家看过吧？他们不是都有交通的枢纽吗？那你可以找到，你想找的犯罪嫌疑人。)

นักศึกษา : พี่คะมันไม่ใช่เรื่องใหม่ใช่ไหมคะ เหมือนในหนัง Mission Impossible

(小姐 那不是早就有了吗《碟中谍》)

ลงเหยิน : ถูกแล้ว เทคโนโลยีในหนัง Mission Impossible ที่เธอพูดถึงในตอนนั้นยังเป็นแค่จินตนาการไม่ได้มีใช้
งานจริง แต่ปัจจุบันเทคโนโลยีนี้มีใช้กันจริง ๆ แล้ว และได้รับการพัฒนาอย่างดีในประเทศเรา

(没错，你说那个电影《碟中谍》，不过当时那个技术是大家想象出来的他不是真实存在的而如今这项技术他是真的存在，并且在我们中国发展得非常好。)

(ลงเหยิน, ตอนที่ 6)

จากตัวอย่างที่ 8 ลงเหยินกล่าวถึงในอดีตที่ใน
เนื้อหาภาพยนตร์ของอเมริกามีการใช้ศูนย์กลางข้อมูลเพื่อตาม
หาตัวผู้ต้องสงสัย ซึ่งในตอนนั้นยังเป็นเพียงแค่จินตนาการใน
ภาพยนตร์ เช่น ในเรื่อง “Mission Impossible (碟中谍)”
แต่ปัจจุบันเทคโนโลยีเหล่านั้นได้กลายเป็นสิ่งที่มีการใช้งาน
จริงและได้รับการพัฒนาในประเทศจีนแล้ว อีกทั้งเทคโนโลยี

การจดจำใบหน้าได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของ
ผู้คน และการทำธุรกรรมการค้าในจีนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เช่น การ
ชำระเงินในร้านค้าสะดวกซื้อและซูเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ การทำ
ธุรกรรมการเงินผ่านธนาคาร เช่น การถอนเงินจากตู้ ATM ผู้ใช้
สามารถทำธุรกรรมการเงินโดยการสแกนใบหน้าแทนการใช้
บัตรหรือรหัสผ่าน

ตัวอย่างที่ 9

ภายในเวลาแค่ไม่กี่ปีในประเทศจีนนี้เอง เพียงเราพกมือถือแค่เครื่องเดียว ก็สามารถทำได้ทุกอย่างที่ต้องการ เราจะซื้ออาหารก็ได้
กาแฟก็ได้ แม้แต่จ่ายค่ารักษาที่โรงพยาบาล ทำได้หมดทุกอย่างเพียงแค่สแกนรหัสคิวอาร์ และเราเป็นชาติแรกที่ริเริ่มวิถีชีวิต
แบบนี้ ฉันรู้สึกภูมิใจมาก (短短几年的时间，在我们中国只需要一部手机就可以
做所有你想做的事情，我们可以拿着它，出去吃饭，喝咖啡，甚至是去
医院，只要扫一扫手机里的二维码全部能够搞定，最早普及这种生活方式
的是我们中国，我感到非常骄傲。)

(ลงเหยิน, ตอนที่ 6)

จากตัวอย่างที่ 9 แสดงให้เห็นถึงเรื่องราวเกี่ยวกับการ
การพัฒนาของเทคโนโลยีและวิถีชีวิตที่ทันสมัยในประเทศจีน
โดยใช้สมาร์ตโฟนเพียงเครื่องเดียวก็สามารถทำได้ทุกอย่างได้
ตัวละครแสดงความภูมิใจในประเทศจีนที่เป็นประเทศแรกที่น่า
เทคโนโลยีมาใช้ในวิถีชีวิตแบบนี้ ซึ่งเน้นถึงความสำคัญของ

เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้คน โดยชีร์สนำเสนอการ
พัฒนาของประเทศจีนที่ทันสมัยและก้าวหน้าในการเป็นหนึ่งใน
ประเทศแรกที่น่าเทคโนโลยีการชำระเงินด้วยสแกนรหัสคิว
อาร์อย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การ
ชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอย่าง Alipay และ WeChat Pay

ได้ขยายการใช้งานอย่างแพร่หลายโดยใช้การสแกนรหัสคิวอาร์ เป็นวิธีการหลักในการชำระเงินที่ได้รับความนิยมอย่างมากใน จีน ทำให้การชำระเงินสะดวกและรวดเร็วขึ้น ส่งผลให้เกิดการ สร้างวัฒนธรรมใหม่ที่มีผลกระทบอย่างมากต่อวิถีชีวิตของ ผู้คน และเปลี่ยนแปลงวิธีการทำธุรกรรมทางการเงินหลายด้าน เช่น ร้านอาหาร งานแต่งงาน การแจกจ่ายเงินในเทศกาลต่าง ๆ สามารถสแกนจ่ายเงินได้ทันที อีกทั้งยังช่วยให้เกิดธุรกิจใหม่ ๆ เช่น ธุรกิจค้าปลีกแบบไร้พนักงาน ธุรกิจเช่าจักรยานหรือ สกูเตอร์ผ่านการสแกนรหัสคิวอาร์ที่ติดอยู่กับยานพาหนะ (อาร์ม ตั้งนิรันดร, 2017)

ตัวอย่างที่ 10

แต่แล้วยังมีหน้าม่าวายอีก อย่างนี้กว่าได้ที่สองก็ถือว่าจบเรื่องแล้วนะ ในการแข่งขันนี้มีแค่สองตำแหน่งคือที่หนึ่งกับเศษสวะ เข้าใจหรือยัง (输了比赛还有脸吵，别以为拿了第二就可以交差 比赛场上只有两个名次冠军和废物 懂了吗。)

(หานซางเหยียน, ตอนที่ 4)

จากตัวอย่างบทสนทนาที่ 10 และเหตุการณ์ที่ทีม อีสปอร์ต K&K ของพระเอกพ่ายแพ้ในการแข่งขันครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงค่านิยมที่มีต่อการแข่งขันและชัยชนะ กล่าวคือจาก ปัญหาภายในทีม เมื่อสิ้นสุดการแข่งขัน สมาชิกแต่ละคนต่าง โยนความผิดให้กันว่าเป็นสาเหตุที่ทำให้ทีมล้มเหลว จนเกิดความขัดแย้งกัน พระเอกจึงพูดเตือนสติสมาชิกในทีม ด้วยการ ใช้คำพูดที่หนักแน่นและตรงไปตรงมา เพื่อกระตุ้นให้ทีม ตระหนักถึงความทะเยอทะยานและเป้าหมายที่สูงกว่า แสดง ให้เห็นมุมมองของชาวจีนว่าการแข่งขันมีเพียงสองตำแหน่ง คือตำแหน่งที่ได้ชัยชนะและตำแหน่งที่พ่ายแพ้

(2) ค่านิยมการรักชาติและการเสียสละเพื่อ ประเทศ

ตัวอย่างที่ 11

ครั้งนี้เราไม่ได้ต่อสู้เพื่อตัวเอง เราต่อสู้เพื่อชื่อเสียงประเทศจีนในวงการ CTF ทั่วโลก (这一次我们不是为了自己而战而是为了中国 打响在世界网络安全大赛圈知名度而战。)

(อู๋ไป, ตอนที่ 10)

จากตัวอย่างบทสนทนาที่ 11 อู๋ไปในฐานะหัวหน้า ทีมการแข่งขันได้บอกกับสมาชิกในทีมก่อนที่จะขึ้นแข่งขัน เพื่อเป็นการปลุกใจ จากบทสนทนาของตัวละครอู๋ไปแสดงให้เห็น

ด้านค่านิยม

จากอดีตจนถึงปัจจุบันค่านิยมของประเทศจีนมีการ เปลี่ยนแปลงและมีวิวัฒนาการตามช่วงเวลาและสภาพสังคม ซึ่งเนื้อหาของซีรีส์แสดงให้เห็นถึงค่านิยมในด้านต่าง ๆ โดย แบ่งออกเป็นทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ค่านิยมการแข่งขันและชัยชนะ ค่านิยมการรักชาติและการเสียสละเพื่อประเทศ ค่านิยม ความพยายามและความมุ่งมั่น ค่านิยมการทำงานเป็นทีม ค่านิยมการยกย่องคนที่มีความสามารถ ดังนี้

(1) ค่านิยมการแข่งขันและชัยชนะ

เนื่องจากประเทศจีนมีการปลูกฝังค่านิยมการรัก ชาติมาตั้งแต่สมัยโบราณ และเป็นสิ่งที่รัฐบาลจีนใช้เพื่อ ส่งเสริมความภาคภูมิใจในชาติและความภักดีต่อประเทศ โดย พยายามปลูกฝังผ่านระบบการศึกษา กิจกรรมทางสังคม รวมถึง ใช้สื่อโทรทัศน์ ละคร ซีรีส์ ภาพยนตร์ วิทย์ หนังสือพิมพ์ และ อินเทอร์เน็ตในการสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่าง ประชาชนกับรัฐบาล โดยในซีรีส์เรื่องนี้ก็ได้แสดงให้เห็นถึง ค่านิยมด้านความรักชาติและการเสียสละเพื่อประเทศ โดย เห็นได้จากตัวอย่าง ดังนี้

เห็นถึงค่านิยมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อชาติและ ความภาคภูมิใจในความสำเร็จระดับชาติ นอกจากนี้ยังเน้นถึง

การมีเป้าหมายที่มุ่งเน้นความสำเร็จของในด้านชื่อเสียง
ของประเทศมากกว่าความสำเร็จของตน ซึ่งถือเป็นการยกย่อง

ความสำคัญของการร่วมมือกันเพื่อสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศ
ในเวทีระดับโลก

ตัวอย่างที่ 12

ความฝันของฉันนั้นง่ายมาก ฉันอยากพิสูจน์ให้โลกเห็นว่า ไม่มีอะไรที่คนจีนทำไม่ได้ (我的梦想很简单 想向世界证明, 没有什么事情是中国人做不到的。)

(หานซางเหยียน, ตอนที่ 31)

จากตัวอย่างที่ 12 แสดงให้เห็นว่าพวกเขามีเป้าหมายที่จะชนะการแข่งขันเพื่อสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศจีน การที่ตัวละครแสดงให้เห็นถึงการทุ่มเทและการเสียสละเพื่อความสำเร็จของทีมและประเทศชาติ สะท้อนถึงแนวคิดในเรื่องความรักชาติและการเสียสละเพื่อส่วนรวม และในทุกครั้ง

ที่มีการแข่งขันกีฬาสีสปอร์ตบนเวทีระดับนานาชาติ หลังจากจบการแข่งขันหรือชนะการแข่งขันในทุกครั้ง ตัวละครหลักจะมีการชูธงชาติประเทศจีนบนเวทีเสมอ ซึ่งถือเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่อยากให้คนทั่วโลกรู้จักประเทศจีนมากขึ้น ผ่านการแข่งขันกีฬาสีสปอร์ตในเวทีระดับโลก

ตัวอย่างที่ 13

ทุกคนรู้ไหมทุกครั้งที่ผมเห็นเทียนอันเหมิน จะเกิดความรู้สึกซาบซึ้งนับถือขึ้นมา ฉันรู้สึกว่าเราควรสร้างชื่อเสียงเพื่อประเทศของเรา ก้าวขึ้นเวทีระดับโลกเร็ว ๆ (你们知道吗, 我每一次看见天安门的时候都肃然起敬, 我觉得我们应该为我们的国家争光, 早日登上世界的舞台。)

(อ้ายฉิง, ตอนที่ 4)

จากตัวอย่างบทสนทนาที่ 13 และฉากประกอบที่ตัวละครอ้ายฉิงและสมาชิกในทีมโซโลกลับจากการคว่ำชัยชนะในการแข่งขันกีฬาสีสปอร์ต ซึ่งรถประจำทางที่พวกเขาใช้โดยสารได้ผ่านจัตุรัสเทียนอันเหมิน เป็นการสื่อให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ของเทียนอันเหมินที่ทำให้ทุกสายตาดูต่างก็จับจ้องและให้ความสนใจไปยังสถานที่แห่งนั้น จากประโยคบทสนทนาข้างต้น ตัวละครอ้ายฉิงได้เปรียบจัตุรัสเทียนอันเหมิน (天安门广场) เป็นเหมือนสัญลักษณ์แห่งความภาคภูมิใจของคนในชาติ ความสามัคคีและความเป็นหนึ่งเดียว เนื่องจากเทียนอันเหมินเป็นสถานที่ที่เกิดเหตุการณ์สำคัญทางการเมือง

ของประเทศจีน รวมถึงยังแสดงให้เห็นถึงอำนาจที่ยิ่งใหญ่ของประเทศจีนและเป็นอีกหนึ่งสัญลักษณ์ที่คนจีนใช้รำลึกถึงเหตุการณ์การเรียกร้องเสรีภาพประชาธิปไตยครั้งสำคัญที่เคยเกิดขึ้นในสังคม จัตุรัสเทียนอันเหมินเป็นสถานที่ที่สะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมของคนจีน ตั้งแต่ความภาคภูมิใจในชาติไปจนถึงการรักษาความมั่นคงของรัฐ การส่งเสริมวัฒนธรรมจีนได้ถูกส่งไปทั่วโลกโดยผ่านแนวคิด “ซอฟต์พาวเวอร์” ที่เน้นให้ประชาชนและคนทั่วโลกเห็นคุณค่าและความยิ่งใหญ่ของประเทศจีน

(3) ค่านิยมความพยายามและความมุ่งมั่น

ตัวอย่างที่ 14

ผมอยากได้แชมป์ เพื่อประเทศจีน ผมอยากช่วยพวกเขาคว้าแชมป์โลกเพื่อประเทศจีน (我想拿冠军, 我想为中国拿到冠军, 我想帮他们。)

(หานซางเหยียน, ตอนที่ 24)

จากตัวอย่างที่ 14 ซึ่งเป็นบทสนทนาที่หานซางเหยียนพูดในตอนที่หานซางเหยียนและทีม K&K กำลังเตรียมตัวเพื่อการแข่งขันที่สำคัญ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในเป้าหมายของพวกเขา เนื่องจากตัวละครหานซางเหยียนนั้นเป็นหัวหน้าทีม ดังนั้นเขาจึงพยายามฝึกซ้อมสมาชิกในทีม และคอยพัฒนาตนเองอยู่เสมอเพื่อนำทีมของตนไปสู่ระดับโลก แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการทำงานหนักและอดทน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จ สะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมในสังคมจีนในเรื่องความพยายามและความมุ่งมั่นอย่างชัดเจน

(4) ค่านิยมการทำงานเป็นทีม

ตัวอย่างที่ 15

พวกเขาเชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยบนเครือข่ายได้รางวัลในการแข่งด้วยนะ เป็นสายอาชีพใหม่ที่รัฐบาลให้การสนับสนุนและถ้าพวกเขาชนะ ก็จะได้เงินรางวัลเยอะมากด้วยนะ แต่ก็ไม่ใช่แค่เพื่อเงินแต่เพื่อเกียรติยศ ชื่อเสียงด้วย ประเทศของเราเทคโนโลยีด้านอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับแนวหน้าของโลกแล้ว พวกเขาได้รางวัลมากมาย (他们是网络安全人才比赛能拿到奖牌的，是国家扶持的新兴领域，而且如果他们赢了可以拿到奖金，很高的奖金，但也不是为了奖金，是为了荣誉感。我们国内很多网络的技术水平其实都领先于全世界。拿了很多很多的奖牌。)

(ลงเหยียน, ตอนที่ 7)

จากตัวอย่างที่ 15 ชี้ให้เห็นถึงการใช้ซอฟต์แวร์สร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกของอาชีพนักกีฬาอีสปอร์ตในวงการเกม ซึ่งค่านิยมของคนรุ่นก่อนมีมุมมองเชิงลบเกี่ยวกับอาชีพในวงการเกม มองว่าเป็นอาชีพที่ไม่มีความมั่นคง ทั้งยังมองว่าอาชีพนี้ไม่สามารถสร้างความก้าวหน้าในชีวิตได้เท่ากับอาชีพทั่วไปในสังคม เช่น แพทย์ วิศวกร และครู แต่บทสนทนาของตัวละครลงเหยียนที่เป็นตัวแทนของคนรุ่นใหม่แสดงให้เห็นถึงการยอมรับและเปิดกว้างในสายอาชีพนักกีฬาอีสปอร์ต แสดงให้เห็นว่าชาวจีนให้ความสำคัญและให้คุณค่าในความสามารถของบุคคลที่มีทักษะและความสามารถในด้านต่าง ๆ การยกย่องนี้ในสังคมจีนมักเกิดขึ้นในรูปแบบของการให้รางวัล การเลื่อนตำแหน่ง และการได้รับการยกย่องเป็นตัวอย่างในสังคม สังคมจีนยังเชื่อว่าการกระทำเช่นนี้ไม่เพียงแต่สร้างแรงบันดาลใจ แต่ยังส่งเสริมให้บุคคลนั้นพัฒนาความสามารถของตนเอง

ซีรีส์ถ่ายทอดค่านิยมการทำงานเป็นทีมผ่านทีมอีสปอร์ต K&K ของหานซางเหยียน ตัวละครแสดงให้เห็นถึงการเน้นย้ำความสำคัญของการทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุเป้าหมายในการแข่งขันอีสปอร์ต การประสานงานระหว่างสมาชิกในทีมและการสนับสนุนซึ่งกันและกันเป็นกุญแจสำคัญที่นำไปสู่ชัยชนะ การทำงานเป็นทีมในเรื่องนี้ถูกแสดงให้เห็นผ่านการทำงานร่วมกัน ความพยายามของสมาชิกในทีมที่จะเอาชนะอุปสรรค และร่วมมือกันพัฒนาทีมให้แข็งแกร่งขึ้น จนสามารถคว้าแชมป์เอเชียได้สำเร็จ

(5) ค่านิยมการยกย่องคนที่มีความสามารถ

อภิปราย

ซีรีส์เรื่องนายเย็นซากับยายปลาหมึก สะท้อนการใช้วัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวอดนียม กระแสนิยมและเทคโนโลยี และค่านิยมที่ดีในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศจีน จากการอภิปรายผลสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

(1) การขับเคลื่อนสู่การพัฒนาประเทศด้วยซอฟต์แวร์
พาวเวอร์ คณะผู้วิจัยพบว่าตัวแปรสำคัญที่มีส่วนในการผลักดันและส่งเสริมการใช้ซอฟต์แวร์พาวเวอร์ในด้านวัฒนธรรมและค่านิยมที่พบ คือ นโยบายต่างประเทศของจีน ซึ่งนโยบายสำคัญที่สนับสนุนการสร้างซอฟต์แวร์พาวเวอร์อย่างโครงการ Going Global และ Belt and Road Initiative ถือเป็นนโยบายและกลยุทธ์สำคัญในการขยายอิทธิพลของจีนสู่ต่างประเทศ เช่น ในบริบทของอุตสาหกรรมอีสปอร์ต ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนของจีนได้ใช้โอกาสนี้ในการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างก้าวกระโดด ส่งผลให้บริษัทเกมชั้นนำอย่าง Tencent Games และ Perfect World สามารถขยายตลาดสู่ต่างประเทศและประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก (Qiao et al., 2021) ด้วยการนำเสนออุตสาหกรรมอีสปอร์ต

ผ่านซีรีส์หลายเรื่องในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ยืนยันถึงความมุ่งมั่นของจีนในการใช้ความบันเทิงเป็นเครื่องมือสร้างอิทธิพลและส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ ซีรีส์จึงไม่เพียงทำหน้าที่เป็นสื่อบันเทิงแต่กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจน สะท้อนบทบาทของจีนในฐานะผู้นำทั้งด้านวัฒนธรรมและนวัตกรรม ทำให้สื่อบันเทิงกลายเป็นส่วนหนึ่งของซอฟต์แวร์ที่ส่งเสริมและเผยแพร่อิทธิพลของจีนไปยังผู้ชมทั่วโลกอย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ จากการอภิปรายผลการใช้ซอฟต์แวร์สร้างภาพลักษณ์ คณะผู้วิจัยพบว่าผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ Nye (1980) ในประเด็นการใช้วัฒนธรรมและค่านิยมอย่างเห็นได้ชัด โดยประเทศจีนใช้วัฒนธรรมที่ทันสมัยควบคู่กับเทคโนโลยีในการแสดงถึงการพัฒนาของตน ถึงแม้ว่าซีรีส์จะไม่ได้ถูกบรรจุเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายต่างประเทศอย่างเป็นทางการ แต่โครงการที่เอื้อต่อการส่งออกในหลากหลายมิติถือเป็นเครื่องมือที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของจีนในระดับสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Xie (2013) ที่กล่าวว่าซีรีส์โทรทัศน์สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมวัฒนธรรมและสร้างซอฟต์แวร์เวอร์ได้อย่างดี ทั้งยังชี้ให้เห็นถึงความสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญยศ โล่พัฒนานนท์ และคณะ (2564) ที่พบว่าจีนสนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิงผ่านโครงการ Belt and Road Initiative (BRI) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการผลักดันอุตสาหกรรมบันเทิงเป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญในการขยายอิทธิพล นอกจากนี้คณะผู้วิจัยพบว่าในขณะที่การศึกษาสอดคล้องกับ Lopattananont and Korakotchamas (2024) ที่พบว่ามีการใช้ซอฟต์แวร์ผ่านสื่อมีเดียและนักแสดงเป็นกลยุทธ์และแนวทางหนึ่งในการใช้ซอฟต์แวร์ แต่พบว่าไม่สอดคล้องในประเด็นเรื่องการควบคุมสื่อ กล่าวคือประเทศจีนมีกระบวนการควบคุมสื่อ มีมาตรการเซนเซอร์เนื้อหาของรัฐบาลจีนอย่างเป็นระบบ

(2) บริบทสังคมกับการสร้างภาพลักษณ์ในระดับสากล แม้ว่าประเทศจีนจะมีการควบคุมอุตสาหกรรมบันเทิง มีการควบคุมเนื้อหาสื่อบันเทิง อย่างไรก็ตามภายใต้การควบคุมสื่อ ยังคงแฝงไปด้วยการถ่ายทอดความเป็นจีนสู่สากล สื่อบันเทิงนำเสนออุตสาหกรรมอีสปอร์ตที่มีความล้ำสมัยและความแปลกใหม่ การนำประเด็นที่น่าสนใจของอุตสาหกรรมแนวใหม่ หรือเทคโนโลยีแนวใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI)

มาใช้สอดแทรกในสื่อบันเทิงทำให้โลกเห็นถึงศักยภาพของจีนในหลากหลายมิติ

ทั้งนี้จากการอภิปรายผล พบว่าผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับธนาภัทร ธาณรัตน์ (2564) ที่ชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัดจากการเซนเซอร์เนื้อหาของรัฐบาลจีน ซึ่งอาจขัดขวางการขยายอิทธิพลผ่านซอฟต์แวร์ในระดับโลก แม้ว่าจะประสบความสำเร็จในบางภูมิภาค โดยเฉพาะเอเชีย แต่การควบคุมเนื้อหายังคงเป็นอุปสรรคสำคัญที่จำกัดการยอมรับในตลาดสากล อีกทั้งยังต้องแข่งขันกับเนื้อหาจากประเทศอื่น ๆ เช่น เกาหลีใต้และญี่ปุ่นที่มีอิทธิพลมากกว่า เนื่องจากซีรีส์นายเย็นซากับยัยปลาหมึกได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในต่างประเทศ (National Radio and Television Administration, 2019) จึงกล่าวได้ว่าการใช้ซอฟต์แวร์ของจีนในการนำเสนอภาพความเป็นจีนภายใต้อุตสาหกรรมอีสปอร์ตที่มีความล้ำสมัยและความแปลกใหม่ ภายใต้การควบคุมสื่อของรัฐบาลจีนยังคงสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีได้ ซีรีส์ยังคงมีความน่าสนใจที่สามารถเข้าถึงผู้ชม และสร้างภาพลักษณ์ของจีนในระดับสากล แสดงให้เห็นความสามารถและศักยภาพในการผลักดันสื่อบันเทิงสู่สากล

สรุปผล

บทความวิจัยฉบับนี้คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์การใช้ซอฟต์แวร์ในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศจีนโดยใช้กรณีศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการใช้อำนาจซอฟต์แวร์ผ่านการวิเคราะห์บทพูด บทสนทนา เหตุการณ์ ฉาก และการเล่าเรื่องของซีรีส์นายเย็นซากับยัยปลาหมึก ตามแนวคิดเรื่องซอฟต์แวร์ของ Joseph Nye (1980) ซึ่งประกอบด้วยด้านวัฒนธรรม ด้านค่านิยม และด้านนโยบายต่างประเทศ

ผลการศึกษาสามารถตอบคำถามวิจัยได้ว่าการใช้ซอฟต์แวร์สร้างภาพลักษณ์ของประเทศจีนแบ่งได้เป็น 4 มิติสำคัญ ได้แก่ **(1) ด้านวัฒนธรรม** กล่าวคือมีการใช้นำเสนอให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมจีน เช่น วัฒนธรรมตรุษจีน วัฒนธรรมขึ้นบ้านใหม่ วัฒนธรรมอาหาร และการละเล่นหมากรุกจีน ซึ่งมีการถ่ายทอดที่เน้นถึงความผูกพันนี้ทำให้ผู้ชมเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมจีนที่เข้มแข็งและเป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินชีวิตในสังคม **(2) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว** เผยให้เห็นฉากทัศนียภาพที่งดงามเพื่อ

ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ อาทิ เมืองใหญ่ เมืองโบราณ และเมืองที่เป็นสถานที่ธรรมชาติ เช่น สะพานแห่งความรักในเมืองซานย่า ทำให้ผู้ชมทั้งในและนอกประเทศได้เห็นถึงความสวยงามของประเทศจีน (3) **ด้านกระแสนิยมและเทคโนโลยี** การนำเสนออุตสาหกรรมอีสปอร์ตสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและมีบทบาทสำคัญในวงการเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น การแข่งขันเกมออนไลน์ การส่งเสริมและผลักดันนักกีฬาอีสปอร์ตจีนสู่ระดับโลก ซึ่งสื่อให้เห็นถึงศักยภาพทางเทคโนโลยีและความสามารถในการแข่งขันในเวทีระดับโลกของจีน และ (4) **ด้านค่านิยม** ซึ่งมีการถ่ายทอดที่เน้นถึงค่านิยมที่ดีในสังคมจีน เช่น การรักชาติและการเสียสละเพื่อประเทศ การแข่งขันและชัยชนะ การทำงานเป็นทีม ความพยายามและความมุ่งมั่น กล่าวได้ว่าการใช้ซอฟต์แวร์ในการสร้างภาพลักษณ์ของจีนผ่านสื่อบันเทิง มีการนำเสนอและมีการใช้ซอฟต์แวร์โดยการนำเสนอวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยว กระแสนิยมและเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้า และค่านิยม ภายใต้การกำกับดูแลของนโยบายต่างประเทศ แสดงถึงการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของประเทศจีน การไม่ละทิ้งรากฐานความเป็นวัฒนธรรมจีนดั้งเดิม และแสดงให้เห็นถึงความสามารถของจีนในการใช้สื่อบันเทิงเพื่อสร้างภาพลักษณ์สู่สากลแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมอีสปอร์ตนั้นเป็นส่วนหนึ่งของซอฟต์แวร์ของประเทศจีน แม้ว่าจะมีข้อจำกัดเรื่องการเซนเซอร์เนื้อหาของสื่อบันเทิง แต่กล่าวได้ว่าซีรีส์ยังคงถ่ายทอดให้เห็นการใช้ซอฟต์แวร์ตามแนวคิดของ Josept Nye ในการส่งออกวัฒนธรรมจีนและเสริมสร้างอิทธิพลของจีนในเวทีโลกใน

หลากหลายมิติ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมบันเทิงในการเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างซอฟต์แวร์ของประเทศในยุคปัจจุบัน

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยพบว่าสามารถสรุปการสร้างภาพลักษณ์ได้เป็นสองประเด็นสำคัญ ดังนี้ **ประเด็นแรก คือ การรักษาประเพณีวัฒนธรรมอย่างเหนียวแน่น** เช่น แนวคิดเรื่องครอบครัว การรักษาสถานที่ทางวัฒนธรรม แนวคิดค่านิยมของชาวจีน **ประเด็นที่สอง คือการเปิดรับสู่การเปลี่ยนแปลงใหม่** เช่น เทคโนโลยี แนวคิดคนรุ่นใหม่ที่เป็น Global Citizen ซึ่งทั้งสองประเด็นล้วนส่งเสริมภาพลักษณ์ของจีนต่อเวทีโลก ในขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาอัตลักษณ์ของตนเองไว้เป็นอย่างดี ถือเป็นการขับเคลื่อนสู่การพัฒนาประเทศด้วยซอฟต์แวร์ที่รอบด้าน

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยฉบับนี้เน้นศึกษาการใช้ซอฟต์แวร์ด้านวัฒนธรรม ด้านค่านิยม และด้านนโยบายต่างประเทศในการสร้างภาพลักษณ์ประเทศผ่านกรณีศึกษาซีรีส์ที่ถ่ายทอดประเด็นอุตสาหกรรมอีสปอร์ตเป็นหลัก ซึ่งยังคงมีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับการศึกษาบทบาทของอุตสาหกรรมอีสปอร์ตในฐานะเครื่องมือในการส่งเสริมภาพลักษณ์และอิทธิพลของประเทศจีนในระดับสากล และการศึกษาความท้าทายของการใช้ซอฟต์แวร์ในการสร้างภาพลักษณ์ในระดับสากล ซึ่งเป็นประเด็นข้อควรพิจารณาในการวางแผนการใช้ซอฟต์แวร์สร้างภาพลักษณ์ของต่างประเทศ รวมถึงประเทศไทยเป็นอย่างมาก

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กิตติ ประเสริฐสุข. (2018). South Korea's soft power: Strengths and Limitations Power ของเกาหลีใต้: จุดแข็งและข้อจำกัด. *International Journal of East Asia Studies*, 22(1), 122-139.
- จินตวัฒน์ ศิริรัตน์. (2024). โอลิมปิกฤดูหนาวกรุงปักกิ่ง 2022: ความพยายามปรับภาพลักษณ์ของจีนอีกครั้งหนึ่ง. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 24(1), 386-405.
- ธัญยศ โล่ห์พัฒนานนท์, วรลักษณ์ กล้าสุคนธ์, ศักดิ์สิทธิ์ ทวีกุล, และสุภาศพรณ ตั้งตรงไพโรจน์. (2564). ภาพยนตร์กับยุทธศาสตร์ Soft power Cinema and Soft Power Strategies. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 15(1), 191-208.

- ธนาภัทร ธาณิรัตน์. (2021). *อุตสาหกรรมภาพยนตร์กับ soft power ของจีน: กรณีศึกษาภาพยนตร์ของ เจียจางเค่อ* [สารนิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chula Digital Collections. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/7903/>
- ธีรดีร์ บรรเทิง และ พร้อมพรรณ แจ่มการดี. (2567). สถาบันขงจื้อ: การทูตสาธารณะเพื่อขยายอำนาจโน้มนำ (Soft Power). ของจีนในไทย. *วิเทศวารสาร*, (5). https://image.mfa.go.th/mfa/0/4OJCTby7gE/images/52567_Feb2024_สถาบันขงจื้อ_ธีรดีร์_พร้อมพรรณ.pdf
- พีระ เจริญวัฒนกุล. (2565, 2 พฤษภาคม). “Soft Power” ที่เป็นมากกว่าการขายของ มุมของฉบับรัฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. <https://tu.ac.th/thammasat-020565-soft-power>
- คณะกรรมการสืบค้นประวัติศาสตร์ไทยในเอกสารภาษาจีน. (2543). *เกณฑ์การถ่ายถอดเสียงภาษาจีนแมนดารินด้วยอักขรวิธีไทย*. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรชาติ บำรุงสุข. (2557). “Soft Power”. *จุลสารความมั่นคงศึกษา*, (136-137), 7-10.
- ल्लीजू. (2024, 6 มีนาคม). 6 ซีรีส์จีนแนวอีสปอร์ต/โรแมนติกระบาดความรักสุดฟินที่เกิดขึ้นในแวดวงเกมเมอร์. สดุดีดาห์. <https://sudsapda.com/film/320889.html>
- อาร์ม ตั้งนิรันดร. (2017, 11 สิงหาคม). จีนกับเศรษฐกิจ QR Code. The 101 World. <https://www.the101.world/qr-code-economy/>
- ภาษาอังกฤษ**
- Brand Finance. (2024). *Global soft power index 2024*. Brand Finance. <https://static.brandirectory.com/reports/brand-finance-soft-power-index-2024-digital.pdf>
- Lopattananont, T., & Korakotchamas, P. (2025). A Pathway to Thai Soft Power: An Exploration of Soft Power Proposals in Post-COVID Thailand. *Journal of Business, Innovation and Sustainability (JBIS)*, 20(1). <https://doi.org/10.71185/jbis.2025.273991>
- Li, H. (2021). Embracing a new future for Chinese e-sports. *Insight China*, 38-39. (In Chinese)
- Lu, L. (2011). Strategies for the internationalization of Chinese TV dramas from the perspective of soft power. *Journalism Review*, (5), 53-55. (In Chinese)
- National Radio and Television Administration. (2019). *The overseas popularity of Chinese TV dramas generates enthusiastic responses*. National Radio and Television Administration https://www.nrta.gov.cn/art/2019//26/art_114_46893.html? (In Chinese)
- Nye, J. (1980). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
- Qiao, T., Xiao, Q., & Wang, C. (2021). Exploring talent cultivation in Chinese e-sports under the “Belt and Road” initiative. *Research Outcomes*, 29(10), 10-12. (In Chinese)
- Slaughter, A. (2003). Everyday global governance. *Global Governance*, 132(1), 88.
- Xie, Z. (2013). A study on the evolution of policies for exporting TV dramas. *Journalism Communication*, (11), 296-298. (In Chinese)
- Zhou, C. (2019, 23 July). “Dear, beloved”: The rise of e-sports or sweet romance?. Sina. <https://finance.sina.cn/2019-07-23/detail-ihytcitm3967565.d.html?> (In Chinese)
- Zhou, Y. (2024, 19 April). *National intentions in overseas expansion over 24 years*. The Paper. https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_27088965? (In Chinese)