



จากความเห็นอันหลากหลายของคนฝรั่งเศสที่มีต่อกระแสเพลงป๊อป
เกาหลีที่กลั้วมาข้างต้นนั้น ทำให้เห็นความน่าสนใจและน่าติดตามว่าใน
อนาคตกระแสเพลงป๊อปเกาหลีในประเทศฝรั่งเศสจะเปลี่ยนแปลงไปใน
ทิศทางใด จะมีแนวโน้มเป็นกระแสนดนตรีระยะสั้น แบบปรากฏการณ์ศิลปิน
กลุ่มชายในช่วงปลายทศวรรษที่ 90 หรืออาจกลายเป็นวัฒนธรรมหลัก
อย่างปรากฏการณ์ดนตรีฮิพฮอปหรือดนตรีแร็ป ที่ได้รับความนิยมจนถึง
30 ปี

ABSTRACT

K-Pop Wave in France And the opinion of the French on site Rue 89

Lenz Praipanapong

This article aims to study K-Pop Wave in France and the French people's view on this phenomenon from the article "K-Pop: When Korean pop fever won Paris" on Internet forum "Rue 89", which attracted 74 commentators with their 179 posts, by using the sociological theories "cultural practices" coined by Pierre Bourdieu and Philippe Coulangeon.

The findings reveal that 74 commentators consist of various social classes such as middle-high school students, researchers, teachers, executives, technicians, employees, and others. In addition, young men are more common than women in posting on this forum. We find that K-Pop attracts not only young women of less than 25 years in middle-high schools and universities but also men over 25 years, such as teachers, employees, researchers and businessmen. It is possible that K-Pop is a new culture of young and educated people in the middle class. On the other hand, some contributors link K-Pop with American pop, J-Pop and French pop in terms of the same fields, i.e. commercial music.

Keywords : K-Pop, Phenomenon, taste

กระแสเพลงป๊อปเกาหลีในประเทศฝรั่งเศส และความเห็นของคนฝรั่งเศสในเว็บไซต์ Rue 89¹

เลนส์ ไพรพนาพงศ์

หลังจากที่กระแสเพลงป๊อปเกาหลีได้รับความนิยมอย่างมากในทวีปเอเชีย ช่วงปลายศตวรรษที่ 20 โดยเฉพาะในจีน ญี่ปุ่น และภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งทำให้ศิลปินเกาหลีได้ในยุคบุกเบิก ทั้งศิลปินเดี่ยวเช่น โบอา (BoA) และ เรน (Rain) หรือกลุ่มศิลปินชายอย่าง H.O.T, ซินฮวา (Shinhwa) และ ทงบังชินกิ (Dong Bang Shin Ki) เป็นต้น มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วทั้งทวีปเอเชีย แล้วนั้น ปัจจุบันกระแสของวัฒนธรรมชุดนี้ยังได้แผ่ขยายเข้าสู่ทวีปอเมริกาใต้และทวีปยุโรปโดยเฉพาะในประเทศฝรั่งเศสอีกด้วย

กระแสเพลงป๊อปเกาหลีเริ่มเข้ามาในประเทศฝรั่งเศสเมื่อปีค.ศ. 2000 แต่อาจกล่าวได้ว่ายังไม่ได้รับความนิยมมากนัก เนื่องจากขณะนั้นคนฝรั่งเศสยังคงให้ความสนใจในเพลงตะวันตกและการดูญี่ปุ่นอยู่มาก ในช่วงนั้น หนังสือพิมพ์รายวันของฝรั่งเศส “Le Monde” ได้ลงบทความสองฉบับเกี่ยวกับกระแสเพลงป๊อปเกาหลีในปี 2001² และ ในปี 2002 คือ บทความที่กล่าวถึงความนิยมกระแสเพลงป๊อปเกาหลีในทวีปเอเชียซึ่งมีพื้นฐานมาจากความสำเร็จของภาพยนตร์และละครโทรทัศน์เกาหลีกับบทความที่กล่าวถึงความนิยมของวัยรุ่นญี่ปุ่นในตัวนักร้องสาวเชื้อชาติเกาหลีที่ชื่อโบอา

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “กระแสเพลงป๊อปเกาหลีในประเทศฝรั่งเศส” คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาฝรั่งเศสศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

² Pedroletti, B. (2001, November 30). *La K-pop envahit l'Asie*. Retrieved July 30, 2012, from http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=730283&xtmc=k_pop&xtcr=60



ภาพที่ 1 : หนังสือพิมพ์รายวันของฝรั่งเศส “Le Monde” ฉบับวันที่ 1 มิถุนายน ค.ศ. 2002
ลงข่าวเกี่ยวกับโบอา ศิลปินหญิงชาวเกาหลีใต้
ที่มา : <http://boa-japon.skyrock.com/2240898367-Le-MONDE.html>

เมื่อระบบสังคมออนไลน์ได้รับการพัฒนา การเกิดขึ้นของ YouTube, Facebook หรือ Twitter ในช่วงปีค.ศ. 2004-2006 ได้ทำให้กระแสเพลงป๊อปเกาหลีในฝรั่งเศสเริ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น มีการสร้างเว็บไซต์เพื่อให้บรรดาแฟนคลับชาวฝรั่งเศสหรือผู้ที่เข้าใจภาษาฝรั่งเศสสามารถติดตามข่าวสารเกี่ยวกับศิลปินที่พวกเขาชื่นชอบ เช่น เว็บไซต์ซุมพีฟร็องซ์ (fr.soompi.com) หรือ เว็บไซต์ฮัลลยู (hallyu.fr) เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งสมาคมฝรั่งเศส-เกาหลีที่มีชื่อว่า Korean Connection โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้บรรดาผู้ที่สนใจหรือชื่นชอบในวัฒนธรรมเกาหลีได้พบปะสังสรรค์และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน ทั้งนี้เว็บไซต์ซุมพีฟร็องซ์และสมาคม Korean Connection ได้ร่วมมือกับองค์กรภาครัฐของเกาหลีใต้เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว (Ministry of Culture, Sports and Tourism), ศูนย์วัฒนธรรมเกาหลีในประเทศฝรั่งเศส (Centre Culturel Coréen), องค์การการท่องเที่ยวแห่งเกาหลีในประเทศฝรั่งเศส (Korea Tourism Organization) ฯลฯ ในการส่งเสริมกระแสเพลงป๊อปเกาหลีในฝรั่งเศสผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น คอนเสิร์ต การประกวดร้องเพลง เทศกาลต่างๆ เป็นต้น

การทำ Flash mob ของแฟนคลับจำนวนหลายร้อยคนหน้าประตูมิถุนของพิพิธภัณฑ Louvre เพื่อเรียกร้องขอเพิ่มวันแสดงคอนเสิร์ต “SM TOWN Live

in Paris” ในเดือนพฤษภาคม และความสำเร็จในการจัดคอนเสิร์ตในเดือนมิถุนายน ปี ค.ศ. 2011 ซึ่งมีผู้เข้าชมจากทวีปยุโรปจำนวนถึงหมื่นกว่าคน ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ฝรั่งเศสหันมาสนใจในกระแสเพลงป๊อปเกาหลีในฝรั่งเศสอย่างมาก ยกตัวอย่าง หนังสือพิมพ์รายวัน “Le Figaro”³ ได้พาดหัวข่าวฉบับวันที่ 9 มิถุนายนว่า “กระแสวัฒนธรรมเกาหลีบุกฮอลล์ซีนีธ (Zénith)” ซึ่งเนื้อหาเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้คนทั่วไปที่ต้องการรู้จักปรากฏการณ์ครั้งนี้โดยกล่าวถึงภาพลักษณ์ของศิลปินกลุ่มชายและหญิง วิธีการฝึกฝนศิลปินและกลยุทธ์ทางตลาดของค่ายเพลงต่างๆ และ นิตยสารรายสัปดาห์ “Le Point” ฉบับวันที่ 2 ถึง 8 สิงหาคม ค.ศ. 2011 ซึ่งพูดถึงกระแสเพลงป๊อปเกาหลีในแง่มุมที่ว่าปรากฏการณ์ทางด้านดนตรีสามารถถูกใช้เป็นอาวุธทางการเมือง หรือ Soft Power ได้⁴ เป็นต้น



ภาพที่ 2 : หนังสือพิมพ์รายวัน “Le Figaro” ลงบทความเกี่ยวกับการจัด “SM TOWN Live in Paris” ซึ่งเป็นคอนเสิร์ตเพลงป๊อปเกาหลีครั้งแรกในฝรั่งเศส
ที่มา : http://www.asianpopcorn.com/default.asp?display=Popular_French_Newspaper_Le_Monde_and_Le_Figaro_Reports_on_SMTOWN-96617

³ Falletti, S. (2011, June 10). *La vague coréenne déferle sur le Zénith*. Retrieved June 23, 2011, from <http://www.lefigaro.fr/musique/2011/06/09/03006-20110609ARTFIG00465-la-vague-coreenne-deferle-sur-le-zenith.php>

⁴ Falletti, S. (2011, August). K-pop : la vague coréenne à l’assaut du monde. *Le Point*, 2081, 46-48.

ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ประเทศฝรั่งเศสกลายเป็นศูนย์กลางของการเผยแพร่กระแสเพลงป๊อปเกาหลีในทวีปยุโรป มีการจัด K-Pop Star Auditions ในกรุงปารีสตั้งแต่วันที่ 5 กรกฎาคม ถึง 18 กันยายน ค.ศ. 2011 โดยช่องโทรทัศน์ SBS (Seoul Broadcasting System) ของเกาหลีใต้ ซึ่งมีผู้เข้าร่วมจากทั่วทวีปยุโรปกว่า 600 คน รวมถึงการจัดแสดงนิทรรศการ Korean Brand & Entertainment Expo 2011 (KBEE) ในวันที่ 1 ถึง 3 ธันวาคม ค.ศ. 2011 ซึ่งประกอบไปด้วยการนำเสนอและการจัดแสดงสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีจาก 71 องค์กรเอกชนของเกาหลีใต้และ 200 บริษัทต่างๆจาก 16 ประเทศในทวีปยุโรป เป็นต้น และในปี 2012 มีกิจกรรมต่างๆเกี่ยวกับเพลงป๊อปเกาหลีเกิดขึ้นตลอดทั้งปี เช่น “K-Pop Festival : Music Bank in Paris” ในวันที่ 8 กุมภาพันธ์, “Super Junior World Tour « Super Show4 » in Paris” ในวันที่ 6 เมษายน, การจัดสัมมนาหัวข้อ “กระแสวัฒนธรรมเกาหลีผ่านกระแสดิจิทัล” โดยกลุ่มศิลปินหญิงของเกาหลี “2NE1” ในเทศกาล “Cannes Lions International Festival of Creativity” ในวันที่ 18 เดือนมิถุนายน และล่าสุดเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน การเดินทางมาโปรโมตเพลง “Gangnam Style” ของ “PSY” ที่จัตุรัส Trocadéro ณ กรุงปารีส ท่ามกลางประชาชนที่เข้าร่วมนับแสนคน

ภาพที่ 3: หนังสือพิมพ์รายวันของฝรั่งเศส “Le Parisien” พูดถึง “PSY” ว่า“เขาทำให้คนทั่วโลกลุกขึ้นมาเต้น”

ที่มา: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=464916626892473&set=a.372190166165120.115873.337749429609194&type=1&theater>



นอกจากปฏิกิริยาของสื่อดังที่ได้กล่าวไปนั้น สาธารณชนทั้งที่เป็นแฟนคลับ และคนทั่วไปต่างก็ให้ความสนใจต่อปรากฏการณ์เพลงป๊อปเกาหลีในฝรั่งเศสอย่างต่อเนื่อง เช่น มีการตั้งกระทู้เพื่อแสดงความคิดเห็นในกระดานสนทนาของรายการโทรทัศน์ที่กล่าวถึงกระแสเพลงป๊อปเกาหลี อย่างรายการ “Envoyé spécial” ทางช่อง “France 2” ซึ่งออกอากาศเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน ค.ศ. 2012 รายงานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมความสำเร็จของเพลงป๊อปเกาหลี, รายการ “C à vous” ทางช่อง “France 5” ออกอากาศเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2012 พูดถึงความขึ้นมาของกระแสเพลงป๊อปเกาหลีในฝรั่งเศส หรือ รายการ “Accès Privé” ทางช่อง “M 6” ออกอากาศเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน ค.ศ. 2011 เผยแพร่ภาพพฤติกรรมของแฟนคลับชาวฝรั่งเศส เป็นต้น โดยทั่วไปความคิดเห็นในกระทู้เหล่านั้นแบ่งออกเป็นสองด้านอย่างชัดเจน คือ กลุ่มคนที่ต่อต้านจะเสนอภาพแง่ลบของประเทศเกาหลีใต้ เช่น การทำศัลยกรรม ปัญหารุนแรงในสังคม เป็นต้น ขณะที่กลุ่มผู้ที่สนใจจะพยายามปกป้องศิลปินและพยายามหาเหตุผลมาแย้งสิ่งที่กลุ่มต่อต้านได้เสนอไว้ ทั้งนี้ ผู้เขียนขอเลือกเว็บไซต์ Rue 89 และบทความชื่อ “วันที่กระแสเพลงป๊อปเกาหลีบุกปารีส”⁵ ในการนำเสนอภาพและความคิดเห็นของชาวฝรั่งเศสต่อกระแสเพลงป๊อปเกาหลีด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. เว็บไซต์ Rue 89 มีขึ้นด้วยจุดประสงค์ให้ผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกสามารถเข้าร่วมอภิปรายได้อย่างอิสระในหัวข้อหรือประเด็นที่สาธารณชนกำลังให้ความสนใจทั้งทางด้านการเมือง กีฬา เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม⁶ ดังนั้น การแสดงออกทางความคิดระหว่างการอภิปรายในประเด็นใดประเด็นหนึ่งจะเป็นไปอย่างเสรี มีความคิดเห็นที่หลากหลาย มีประเด็นอื่นๆที่น่าสนใจศึกษา นอกเหนือจากความชอบหรือไม่ชอบในประเด็นใดประเด็นหนึ่งของผู้อภิปราย

⁵ John, E., & La Phung, D. (2011, June 12). *K-Pop : le jour où la fièvre de la pop coréenne a gagné Paris*. Retrieved June 23, 2011, from <http://www.rue89.com/2011/06/12/k-pop-le-jour-ou-la-fievre-de-la-pop-coreenne-a-gagne-paris-208969?page=0#commentaires>

⁶ Rue 89. (n.d.). *Qui-sommes-nous ?* Retrieved February 17, 2012, from <http://www.rue89.com/qui-sommes-nous>

2. บทความ “วันที่กระแสเพลงป๊อปเกาหลีบุกปารีส” ถูกโพสต์ลงเว็บไซต์ในวันที่ 12 มิถุนายน ปีค.ศ. 2011 เวลา 11 นาฬิกา 12 นาที ภายในเวลาสี่ถึงห้าวัน คือ ตั้งแต่วันที่ 12 มิถุนายน ปีค.ศ. 2011 เวลา 11 นาฬิกา 12 นาที จนถึงวันที่ 16 มิถุนายน ปีค.ศ. 2011 เวลา เพียงคืน 23 นาที⁷ มีผู้แสดงความคิดเห็นทั้งหมด 74 คน ใน 179 ความคิดเห็น ทั้งนี้ ผู้ที่ให้ความเห็นเหล่านั้นประกอบไปด้วยครูและอาจารย์ นักเรียนและนักศึกษา เจ้าของกิจการขนาดใหญ่และขนาดย่อม นักดนตรี ลูกจ้างทั่วไป รวมไปถึงผู้สูงอายุ ด้วยจำนวนของความคิดเห็นที่มีปริมาณมากรวมถึงอายุ เพศ อาชีพและฐานะทางสังคมที่หลากหลายของผู้ให้ความเห็น อาจกล่าวได้ว่าความคิดเห็นของพวกเขาเพียงพอที่จะสะท้อนให้เห็นถึงภาพความคิดของชาวฝรั่งเศสส่วนหนึ่งที่มีต่อกระแสเพลงป๊อปเกาหลีในประเทศฝรั่งเศสได้

ในการนำเสนอภาพและปฏิกิริยาของคนฝรั่งเศสต่อกระแสเพลงป๊อปเกาหลี ผู้เขียนได้แบ่งความคิดเห็นของทั้ง 74 คน โดยคำนึงถึงเพศ อายุ และฐานะทางสังคมเป็นหลัก ออกเป็น 5 หมวดหมู่คือ มีความชื่นชอบอย่างมาก ค่อนข้างสนใจ รู้สึกเฉยๆหรือไม่ขอออกความเห็น ค่อนข้างไม่ชอบ และเกลียด ทั้งนี้ผู้เขียนจะขอแจกแจงเป็นรายหมวดหมู่ไป

ตารางที่ 1 ปฏิกิริยาต่อกระแสเพลงป๊อปเกาหลีแบ่งตามเพศของผู้ให้ความเห็น

เพศ เพลงป๊อปเกาหลี	เพศชาย	เพศหญิง	ไม่ระบุเพศ	ทั้งหมด
ชอบมาก	5	16	1	22
สนใจ	5	3	2	10
เป็นกลาง	6	1	2	9
ไม่ชอบ	4	1	1	6
ต่อต้าน	18	3	6	27
ทั้งหมด	38	24	12	74

⁷ ผู้เขียนพบว่าหลังจากวันและเวลาดังกล่าวไม่มีการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

ตารางที่ 2 ปฏิกริยาต่อกระแสเพลงป๊อปเกาหลีแบ่งตามอายุของผู้ให้ความเห็น

อายุ เพลงป๊อปเกาหลี	มากกว่า 18 ปี	ระหว่าง 18 ถึง 25 ปี	มากกว่า 25 ปี	ไม่ระบุ อายุ	ทั้งหมด
ชอบมาก	7	8	5	2	22
สนใจ	0	2	3	5	10
เป็นกลาง	0	2	7	0	9
ไม่ชอบ	0	3	1	2	6
ต่อต้าน	0	5	12	10	27
ทั้งหมด	7	20	28	19	74

ตารางที่ 3 ปฏิกริยาต่อกระแสเพลงป๊อปเกาหลีแบ่งตามฐานะทางสังคมของผู้ให้ความเห็น

กป. ฐ	ผ.	นร.	นศ.	นจ.	ค.	ผบ.	ช.	ล.	อื่นๆ	มบ.	ทั้งหมด
ช	1	6	8	1	2	0	1	0	0	3	22
ส	4	0	1	2	0	0	2	0	0	1	10
ก	4	0	1	0	1	1	0	1	1	0	9
ม	2	0	2	0	0	0	0	1	0	1	6
ต	11	0	5	0	0	1	0	1	5	4	27
ทั้งหมด	22	6	17	3	3	2	3	3	6	9	74

ตัวย่อ : ฐ = ฐานะทางสังคม (ผ. = ผู้ที่ใช้นามแฝง, นร. = นักเรียน, นศ. = นักศึกษา, นจ. = นักวิจัย, ค. = ครูและอาจารย์, ผบ. = ผู้บริหาร, ช. = ช่าง, ล. = ลูกจ้างทั่วไป, มบ. = ไม่ระบุฐานะทางสังคม)

กป = กระแสเพลงป๊อปเกาหลี (ช = ชอบมาก, ส = สนใจ, ก = เป็นกลาง, ม = ไม่ชอบ, ต =ต่อต้าน)

ผู้ที่ชื่นชอบเพลงป๊อปเกาหลีมีจำนวนทั้งหมด 22 คน (29.7 %) ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษาหญิงซึ่งมีอายุน้อยกว่ายี่สิบห้าปีหรืออยู่ในช่วงวัยรุ่น พวกเขาให้เหตุผลว่าไม่เพียงแต่ภาพลักษณ์ของศิลปินที่ดึงดูดเท่านั้น ความไพเราะของเพลง รวมถึงความสามารถของศิลปินยังเป็นที่ประจักษ์อีกด้วย⁸ เช่น ความสามารถในการแต่งเพลงและการเล่นเครื่องดนตรี ความสามารถในการคิดทำนองและเต้นได้อย่างพร้อมเพรียงสวยงาม เป็นต้น⁹ นอกเหนือจากนักเรียนและนักศึกษาแล้วยังมีครูและอาจารย์ที่ชื่นชอบเพลงป๊อปเกาหลี ด้วยเหตุผลที่ว่าเป็นแนวดนตรีที่มีจังหวะสนุกสนาน ฟังแล้วรู้สึกผ่อนคลาย¹⁰ นอกจากนี้ ผู้เขียนยังได้สังเกตว่าคนส่วนใหญ่ที่ชอบเพลงป๊อปเกาหลีมักจะชอบเพลงป๊อปญี่ปุ่นควบคู่กันโดยมองว่ามีแนวเพลงที่คล้ายคลึงกันเพราะเป็นดนตรีที่มาจากทวีปเอเชีย อีกทั้งเป็นผู้ที่ติดตามวัฒนธรรมเอเชียโดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นที่เข้ามาในฝรั่งเศสก่อนหน้านี้แล้ว จึงให้ความสนใจเพลงป๊อปจากประเทศเกาหลีใต้ที่ถือเป็นปรากฏการณ์ใหม่ในประเทศฝรั่งเศสไปด้วย¹¹ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะดนตรีป๊อปจากทั้งสองประเทศได้รับอิทธิพลจากดนตรีป๊อปตะวันตกช่วงปลายทศวรรษ 90

⁸ Et puis les fans ne sont pas toutes des groupées hystériques “amoureuses” de leurs idoles... Beaucoup les aiment, pas seulement pour leurs physique mais aussi pour leurs musiques et leurs véritable talents.

⁹ Et je dis bien que ce sont des artistes parce qu'ils ont, pour la plupart un véritable talent et ils sont passionnés par ce qu'ils font. La plupart jouent d'un instrument de musique, écrivent leur paroles et font leur chorégraphie eux-mêmes.

¹⁰ C'est génial... Pendant une semaine consacrée au Japon et à la Corée, mes élèves égyptiens ont adoré ces groupes survitaminés aux clips très rythmés !!!

¹¹ Moi ça ne me dérange pas que l'Asie soit de plus en plus présent en Europe sous toute ses formes je trouve cela normal, j'écoute bien du russe et du japonais et ma foi ils font de la bonne musique.

ที่เน้นรูปแบบศิลปินกลุ่มชายหญิง อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันดนตรีป๊อปญี่ปุ่นและดนตรีป๊อปเกาหลีมีความแตกต่างทางด้านแนวเพลงและลักษณะของศิลปินอยู่มาก นั่นคือ เพลงป๊อปญี่ปุ่นมีทำนองและจังหวะดนตรีที่สดใส มีทำนองประกอบารร้องที่ง่ายและไม่ซับซ้อน ส่วนใหญ่เป็นแนวดนตรีประเภทอาร์แอนด์บีร่วมสมัย (contemporary R&B) โซล (Soul) และ บัลลาด (Ballad) ศิลปินชายเน้นรูปร่างบอบบางเหมือนตัวเอกในการ์ตูนญี่ปุ่น ส่วนศิลปินหญิงมักมีบุคลิกเหมือนนักเรียนชั้นมัธยมปลายที่สดใสและน่ารัก ขณะที่เพลงป๊อปเกาหลีเน้นที่ภาพลักษณ์ของศิลปิน ศิลปินชายควรมีรูปร่างที่สมส่วนดูแข็งแรง และศิลปินหญิงต้องมีรูปร่างที่สามารถดึงดูดเพศตรงข้ามได้ง่าย ศิลปินเหล่านี้ต้องมีความสามารถในด้านอื่นๆนอกเหนือจากการร้องและการเต้นคือ การแสดงละครเวที การเล่นเครื่องดนตรี การเล่นกีฬา การออกรายการวาไรตี้โชว์ต่างๆ เป็นต้น ในส่วนของเพลง เป็นแนวดนตรีที่ผสมผสานระหว่างอิเล็กทรอนิกส์ป๊อป (Electro pop) ป๊อปร็อก (Pop-rock) ฮิปฮอป (Hip hop) อาร์แอนด์บี (R&B) ฟังก์ (Funk) และดิสโก้ (Disco) เสริมด้วยทำนองที่ซับซ้อนและต้องอาศัยความพร้อมเพรียง

สำหรับผู้ที่ค่อนข้างสนใจเพลงป๊อปเกาหลี มีจำนวนทั้งหมด 10 คน (13.5 %) ส่วนใหญ่เป็นเพศชายไม่ระบุอายุและใช้นามแฝง พวกเขาเปรียบเทียบเพลงป๊อปเกาหลีกับเพลงป๊อปตะวันตก คือ มองว่าเพลงป๊อปเกาหลีนั้นพอฟังได้เพราะมีความคล้ายคลึงกับเพลงป๊อปอเมริกัน¹² หรืออย่างน้อยก็เป็นแนวดนตรีที่มาแทนเพลงป๊อปอเมริกันซึ่งเป็นแนวเพลงที่คนฝรั่งเศสบางกลุ่มไม่ชอบหรือมองว่าล้าสมัย¹³ ขณะเดียวกันได้ให้เหตุผลว่าเนื้อร้องไม่ปรากฏคำหยาบหรือกล่าวถึงยาเสพติด และการมีเพศสัมพันธ์ ซึ่งต่างจากเพลงป๊อปฝรั่งเศส¹⁴

¹² C'est pas terrible ;) Mais le coréen en chanson sonne mieux que je ne l'aurais pensé à mes oreilles occidentalisées..

¹³ Ça devrait au minimum nous changer de toute ces "stars" américaines qu'on bouffe à longueur de journée (cf. le dernier taratata).

¹⁴ La K Pop ce n'est pas terrible mais ça nous change des Wesh Wesh primates "je nique tout le monde" ...

ในกรณีนี้อาจเป็นไปได้ว่าประเทศเกาหลีใต้ต้องการที่จะเสริมสร้างภาพลักษณ์ทางสังคมของประเทศในเชิงบวกแก่ประชาคมโลก นอกจากนี้ มีบางส่วนที่มองว่าองค์ประกอบด้านการแต่งกายของศิลปินรวมถึงแนวดนตรีและการเต้นนั้นมีความเป็นมืออาชีพ น่ายกย่องและเหมาะสม¹⁵

ในกรณีของผู้ที่แสดงความเห็นเป็นกลาง มีจำนวนทั้งหมด 9 คน (12.2 %) ส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่มีอายุมากกว่า 25 ปีและใช้นามแฝง และมีความรู้ทางด้านดนตรีค่อนข้างดี เห็นได้จากที่พวกเขาสามารถชี้ให้เห็นวิวัฒนาการทางด้านดนตรีและอธิบายความเกี่ยวเนื่องกันของดนตรีแจ๊ส ฟังก์ และฮิพฮอปหรือแร็ปได้อย่างชัดเจน ในส่วนของเพลงป๊อปเกาหลี พวกเขาบอกว่าดนตรีทุกประเภทมีเอกลักษณ์ของตนเอง ไม่ควรที่จะตัดสินดนตรีประเภทใดประเภทหนึ่งด้วยมุมมองในเชิงพาณิชย์ สิ่งที่สำคัญกว่าคือคุณภาพทางดนตรีและการสร้างสรรค์ผลงาน¹⁶ และการที่ประเทศเกาหลีใต้สามารถส่งออกเพลงป๊อปเกาหลีสู่ต่างประเทศได้นั้นเป็นเพราะการวางแผนและกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี¹⁷ นอกจากนี้ บางส่วนยังมองว่าเพลงป๊อปเกาหลีเป็นรูปแบบวัฒนธรรมหนึ่งซึ่งมีทั้งด้านดีและไม่ดี และการได้รู้จักปรากฏการณ์นี้เป็นดังประตูสู่การเรียนรู้แง่มุมอื่นๆของประเทศเกาหลีใต้ เช่น ประวัติศาสตร์ เป็นต้น¹⁸

¹⁵ (...) il faut tout de même reconnaître le professionnalisme de ces groupes, visible à travers leurs clips. Choix des vêtements et des accessoires, son particulièrement bien mixé, la compo à peu près intéressante (ou du moins un peu original pour de la danse).

¹⁶ Le débat commercial versus non commercial me fera toujours rire. Il y a de la très bonne musique dite commerciale et des daubes sans nom dans l'underground. Etre estampillé "non commercial" n'est pas un gage de qualité, bah non ça ne marche pas comme le label rouge avec les poulets.

¹⁷ Cela étant dit, qualifier systématiquement toute musique pop de daube sous prétexte qu'elle est violemment commerciale, je trouve ça assez idiot. On peut produire industriellement la pop la plus dégoulinante de clichés à coup de millions de dollars et d'étude de marchés et toujours avoir du talent. C'est pas incompatible.

¹⁸ Alors, j'ai envie, OUI, on sait que c'est commercial, on sait qu'il y a plein de côté 'sombres' dans le milieu de la Kpop (chirurgie, suicide, accident

สำหรับผู้ที่มีปฏิกิริยาต่อเพลงป๊อปเกาหลีที่ค่อนข้างไปในเชิงลบ มีจำนวนทั้งหมด 6 คน (8.1 %) ส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่มีอายุระหว่าง 18 ถึง 25 ปี มีทั้งนักศึกษาและผู้ที่ไม่ระบุอาชีพ กลุ่มนี้มีรสนิยมทางดนตรีในแนวร็อกและฮิพฮอป หรือแนวดนตรีที่มีเครื่องดนตรีเป็นองค์ประกอบสำคัญ พวกเขาจัดให้เพลงป๊อปเกาหลีและเพลงป๊อปญี่ปุ่นอยู่ในประเภทเดียวกัน คือ เป็นงานดนตรีที่ค่อนข้างน่าสนใจและได้รับการส่งเสริมในเชิงพาณิชย์ คือ เน้นการขายเพื่อทำรายได้และกำไรสูงสุด อีกทั้ง เป็นแนวดนตรีที่ประยุกต์มาจากแนวเพลงป๊อปอเมริกันสมัยปลายทศวรรษที่ 90 โดยเฉพาะในเรื่องของแนวเพลงและภาพลักษณ์ของศิลปิน เพื่อให้เหมาะสมกับรสนิยมทางดนตรีป๊อปของชาวตะวันตก จนอาจทำให้เพลงป๊อปเกาหลีกลายเป็นแนวดนตรีที่ไม่มีคุณภาพและขาดเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม¹⁹ นอกจากนี้ บางส่วนชื่นชมการทำงานของศิลปินในการฝึกซ้อมท่าเต้น แต่การดัดแปลงหรือสังเคราะห์ทำนองเพลงและเสียงร้องของศิลปินมากเกินไป ทำให้เพลงขาดความไพเราะ²⁰

ในกลุ่มสุดท้าย หรือ กลุ่มคนที่ต่อต้านเพลงป๊อปเกาหลี พบว่ามีจำนวนทั้งหมด 27 คน (36.5 %) ประกอบด้วยเพศชายที่อายุมากกว่า 25 ปี หรือวัยทำงาน, กลุ่มคนที่ไม่ระบุอายุและใช้นามแฝง กลุ่มนี้มีรสนิยมทางดนตรีในแนวแจ๊ส บลู และร็อกหรือแนวดนตรีที่มีเครื่องดนตรีเป็นองค์ประกอบสำคัญ

a répétition...) On est pas si naïfs non plus (...) Je pense qu'à travers la KPOP, une grande majorité de personnes vont être intéressé par la culture et l'histoire de ce pays.

¹⁹ (...) c'est l'uniformisation des musiques commercialisables. Bien que les musiques de la K-Pop ou J-pop soient écoutables et appréciables modérément, il faut regretter qu'elles n'offrent pas la richesse d'une culture qui vous est étrangère. Elles reprennent les critères des majors US en les adaptant à l'histoire musicale de la variété coréenne ou japonaise ou chinoise ou Bhoutanaise...

²⁰ Bon ça ne m'enlèvera pas l'idée que c'est un peu trop "propre", trop de sons électroniques et de voix modifiées à l'ordinateur à mon goût. Mais on ne peut nier que les chorégraphies sont très travaillées apparemment et qu'il y a du boulot derrière.

พวกเขามองว่าภาพยนตร์และงานศิลปะของเกาหลีมีคุณค่ากว่าดนตรี K-Pop²¹ เนื่องจากเพลงป๊อปเกาหลีเป็นผลงานทางดนตรีที่ขาดความคิดสร้างสรรค์และความแปลกใหม่²² มีรูปแบบการผลิตเบ็ดเสร็จตามแบบฉบับเพลงป๊อปตะวันตก คือ มีผู้แต่งเพลงและผู้ออกแบบทำเดินให้แก่ศิลปิน หน้าที่ของศิลปินคือทำตามแบบแผนที่วางไว้ การแสดงสดถูกจัดฉากไว้แล้วและไม่มีความแตกต่างจากวิดีโอเพลง (Music Video) ที่เผยแพร่ออกมาก่อนหน้านี้ ขณะเดียวกัน บางส่วนยังมองว่าแฟนคลับเป็นเหยื่อของกระแสวัฒนธรรมเกาหลีซึ่งมีลักษณะของลัทธิทุนนิยมสูง นั่นคือ ค่ายเพลงต่างๆของประเทศเกาหลีได้ใช้ภาพลักษณ์และความสามารถของศิลปินเป็นเครื่องมือในการกอบโกยเงินจากแฟนคลับ²³ รวมถึงมองว่าเกาหลีได้มีความพยายามกีดกันสินค้าจากต่างประเทศในขณะที่พยายามยึดเหนี่ยววัฒนธรรมเกาหลีสู่ประเทศอื่นๆ²⁴ นอกจากนี้ พวกเขายังมองว่าประเทศเกาหลีได้พยายามสร้างความคิดให้คนต่างชาติมองประเทศของตนในเชิงบวก ทั้งที่ในความจริงนั้นกลับตรงกันข้าม พวกเขามองว่าคนเกาหลีได้นั้นโหดร้ายโดยหยิบยกประเด็นเรื่องวัฒนธรรมการนิยมบริโภคเนื้อสุนัขขึ้นมากล่าวถึง²⁵ ผู้เขียนยังพบอีกว่าบางความเห็นแสดงถึงแนวคิดแบบชาตินิยม นั่นคือ การเข้ามาของกระแสเพลงต่างชาติในฝรั่งเศสอาจเปรียบได้กับการล่าอาณานิคมในเชิงวัฒนธรรม รวมถึง อาจกระตุ้นให้เกิดการเหยียดสีผิวอีกด้วย²⁶

²¹ J'adore les films de Kim Ki-Duk, mais je ne pense pas me retrouver un jour à un concert de K-pop.

²² Pas de contestation, pas d'innovation, aucune performance, aucune musicalité. L'argent fait de l'argent et la foule attire la foule... des cinq continents!

²³ Le travail de la voix, de la danse, de la mise en scène ... ce sont des outils (...) Dire qu'un style de musique est génial et le défendre bec et ongle, c'est défendre des crapules qui se font du fric sur le dos des fans.

²⁴ Un peu comme la J-Pop qui vient jusqu'ici, le top du top du commercial du pays... Je me demande si y a des fans de Lorie en Asie.

²⁵ Et bien, ma chère, je vais peut-être te faire du mal, mais oui: ON MANGE DU CHIEN EN COREE! et ce n'est pas un crime..

²⁶ Encore une culture lointaine qu'on tente de nous imposer...(...) Après

ปฏิกิริยาต่างๆของผู้ให้ความเห็นทั้ง 74 คนต่อกระแสเพลงป๊อปเกาหลีซึ่งมีเพศ อายุ และฐานะทางสังคมเป็นตัวกำหนดนั้น ผู้เขียนขออ้างถึงทฤษฎีชนชั้นทางสังคมกับรสนิยมทางวัฒนธรรมของปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) และฟิลิป กูลองฌง (Philippe Coulangéon) นักทฤษฎีสังคมศาสตร์ชาวฝรั่งเศส เพื่อให้เห็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดรสนิยมทางดนตรีของคนฝรั่งเศส

บูร์ดิเยอมองว่า ในพื้นที่ทางสังคม นอกจากต้นทุนทางเศรษฐกิจ (รายได้หรือทรัพย์สินสมบัติ) จะเป็นเครื่องสร้างความแตกต่างทางชนชั้นระหว่างผู้ครอบครองทุนหรือชนชั้นกรรมาชีพ (ชนชั้นสูงและชนชั้นกลาง) กับผู้ใช้แรงงานที่เรียกว่าชนชั้นกรรมาชีพ (ชนชั้นล่าง) ตามหลักการของ คาร์ล มาร์กซ์ (Karl Marx) แล้ว ต้นทุนทางวัฒนธรรม (ความรู้ รสนิยม กิริยามารยาท) ต้นทุนทางสัญลักษณ์ (ฐานะทางสังคม หรือ เกียรติยศ) และ ต้นทุนทางสังคม (เส้นสายในอาชีพการงาน) ก็ถือเป็นตัวชี้วัดความไม่เท่าเทียมกันในสังคมของแต่ละชนชั้นด้วย โดยต้นทุนเหล่านี้เป็นผลมาจาก “Habitus” หรือ ระบบของความโน้มเอียงต่างๆที่กำหนดทิศทางหรือขอบเขตการกระทำของบุคคลผ่านกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน เป็นต้น แล้วประกอบสร้างเป็นโครงสร้างการรับรู้และประเมินคุณค่า ซึ่งเอื้อให้ปัจเจกมีศักยภาพที่จะครอบครองหรือบริโภคทรัพย์สินทางวัฒนธรรม เช่น ดนตรี ศิลปะ รวมถึงความสามารถในการสร้างความชอบธรรม และเครือข่ายทางสังคมเพื่อเอื้อประโยชน์ให้แก่ตัวเองได้²⁷

la culture américaine d'après-guerre (2è G.M.), qui fut la moins pire et la plus proche de notre culture occidentale, est arrivée la culture africaine quelques années après la décolonisation de tous les pays d'Afrique puis impulsée par toutes ces années de mitterrandisme et de SOS-Racisme durant toutes les années 80 et 90.

²⁷ ชนิดา เสริมไพศาลสุข. (2548). บทความ “L' économie des biens symboliques” (เศรษฐกิจของทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์) ของปีแอร์ บูร์ดิเยอ : บทแปลและบทวิเคราะห์ มโนทัศน์ทางสังคมวิทยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาการแปลภาษาฝรั่งเศส-ไทย, น.113-114.

ชนชั้นสูงเป็นกลุ่มสังคมที่มีต้นทุนทางเศรษฐกิจ ต้นทุนทางวัฒนธรรม ต้นทุนทางสังคม และต้นทุนทางสัญลักษณ์สูง กลุ่มคนในชนชั้นนี้ประกอบด้วย อาจารย์ในมหาวิทยาลัย ผู้บริหารระดับสูง เจ้าของกิจการร้านค้าและโรงงาน อุตสาหกรรม หรืออาชีพที่ต้องใช้ทักษะความรู้ระดับสูง เช่น แพทย์ วิศวกร หนายความ สถาปนิก เป็นต้น งานอดิเรกของพวกเขาเน้นความสุนทรีย์ ความหรูหราและความละเอียดลออ ดังนั้น แนวดนตรีที่เป็นรสนิยมของคนในชนชั้นนี้ คือ ดนตรีคลาสสิก นอกจากนี้ กลุ่มคนในชนชั้นนี้มองว่ารสนิยมของพวกเขาได้รับการยอมรับจากสังคม เป็นรสนิยมที่ทำให้พวกเขาแตกต่างจากชนชั้นอื่นๆ พวกเขาจึงเพิกเฉยต่อวัฒนธรรมที่คนหมู่มากให้ความนิยมหรือกระแสวัฒนธรรมต่างๆ

ในส่วนของคนชั้นกลาง บุรดิเยอได้แบ่งชนชั้นกลางออกเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ ชนชั้นกลางระดับปฏิบัติการ (*la petite bourgeoisie d'exécution*) และ ชนชั้นกลางใหม่ ชนชั้นกลางระดับปฏิบัติการมีต้นทุนทางวัฒนธรรมสูงกว่าต้นทุนทางเศรษฐกิจ ส่วนมากจะเป็นพนักงานประจำ เจ้าของกิจการขนาดกลาง ช่างครูในโรงเรียน เป็นต้น ส่วนชนชั้นกลางใหม่เป็นชนชั้นที่มีต้นทุนทางเศรษฐกิจและต้นทุนทางวัฒนธรรมสูง แต่ขาดต้นทุนทางสังคม เช่น แอร์โฮสเตส มัคคุเทศก์ นักข่าว พยาบาล เป็นต้น คนสองกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะยกระดับฐานะทางสังคมของพวกเขาให้สูงขึ้น โดยการเลียนแบบรสนิยมทางวัฒนธรรมของชนชั้นสูง ทำให้รสนิยมทางดนตรีของชนชั้นนี้มีความคล้ายคลึงกับชนชั้นสูง คือ ดนตรีแจ๊ส

สำหรับชนชั้นล่าง เป็นชนชั้นที่เน้นวิถีชีวิตเรียบง่ายและไม่ปรารถนาจะเป็นเหมือนชนชั้นกลาง พวกเขาไม่มีต้นทุนทางเศรษฐกิจ ต้นทุนทางวัฒนธรรม ต้นทุนทางสังคม และต้นทุนทางสัญลักษณ์ต่ำ กลุ่มคนจากชนชั้นนี้ได้แก่ กรรมกร และเกษตรกร ด้วยงานที่ต้องใช้แรงกายเป็นส่วนใหญ่ส่งผลให้พวกเขาให้ความสำคัญกับการกินอาหารที่ให้พลังงานสูงและชอบกิจกรรมที่เน้นความแข็งแรง ในส่วนของรสนิยมทางวัฒนธรรม พวกเขาชอบแนวดนตรีที่ทำให้รู้สึกผ่อนคลายจากการทำงานหนักอย่างดนตรีดิสโก้และดนตรีป๊อป เป็นต้น²⁸

²⁸ Editions 00h00. (n.d.). Fiche 95: La Distinction, Pierre Bourdieu. Re-

ขณะที่บูร์ดิเยอมองว่าฐานะทางสังคมที่ไม่เท่าเทียมกันทำให้รสนิยมทางวัฒนธรรมของแต่ละชนชั้นมีความแตกต่างและมีลักษณะเฉพาะนั้น กูลองฌกลับมองว่ารสนิยมทางวัฒนธรรมของแต่ละชนชั้นมีความหลากหลาย อีกทั้งนอกเหนือจากฐานะทางสังคมแล้ว เพศและอายุยังมีผลต่อรสนิยมทางวัฒนธรรมอีกด้วย

ตามทัศนะของกูลองฌ แม้ว่าสถาบันการศึกษาซึ่งถือเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่งยังคงมีบทบาทในการเสริมสร้างความแตกต่างทางชนชั้น แต่ในขณะเดียวกันการเกิดขึ้นของระบบการศึกษาชั้นสูงอย่าง Grandes écoles เช่น Paris Institute of Political Studies (Institut d'études politiques de Paris หรือ Sciences Po) ในปีค.ศ. 1871 และ National School of Administration (l'École nationale d'administration หรือ ENA) ในปีค.ศ. 1945 ก็ส่งผลให้รสนิยมของแต่ละชนชั้นมีความต่างน้อยลงและมีความหลากหลายมากขึ้น เนื่องจากสถาบันเหล่านี้มีระบบการคัดเลือกผู้เข้าศึกษาด้วยการสอบเข้าแข่งขัน ทำให้สมาชิกของแต่ละชนชั้นมีโอกาสได้รับการศึกษาระดับสูงอย่างค่อนข้างเท่าเทียมกัน ด้วยเหตุนี้ เราจึงสามารถพบเห็นนักศึกษาที่มีพื้นฐานทางครอบครัวที่หลากหลายมารวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้²⁹ รวมถึงการพัฒนาทางเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันโดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ทุกชนชั้นสามารถเข้าถึงวัฒนธรรมในรูปแบบอื่นๆนอกเหนือจากการเรียนรู้หรือซึมซับจากสภาพแวดล้อมของครอบครัว จากผลสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตในปี 2008 พบว่า กลุ่มวัยทำงานเช่น ผู้บริหารและผู้ประกอบวิชาชีพชั้นสูง รวมถึงนักเรียนและนักศึกษามักใช้อินเทอร์เน็ตในเวลากลางและในการหาข้อมูลต่างๆ (มากกว่า 5 ชั่วโมงต่อวัน) ขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุหรือผู้ที่เกิดในสมัย

trieved August 10, 2012, from http://00h00.giantchair.com/html/ExtraitsPDF/27454100831100_1.PDF

²⁹ Molénat, X. (2012, March/April/May). Entretien avec Philippe Coulangeon - Les nouveaux clivages culturels. *Les grands dossiers des Sciences Humaines*, 26, 36–37.

สงครามโลกครั้งที่หนึ่งและครั้งที่สองมักจะใช้เวลาว่างไปกับการดูโทรทัศน์ (มากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน)³⁰ ดังนั้น โอกาสที่กลุ่มคนรุ่นใหม่จะได้รับรู้วัฒนธรรมใหม่ๆ จึงมีมากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุ

นอกจากนี้ กูโลงฌยังได้อ้างถึงผลการสำรวจของกระทรวงวัฒนธรรมฝรั่งเศสเกี่ยวกับการแสดงออกทางวัฒนธรรมของประชากรในประเทศตั้งแต่ปี ค.ศ.1973 ถึง ปีค.ศ. 2008 รวมถึงสร้างตารางสรุปผลสำรวจดังกล่าวเพื่อชี้ให้เห็นถึงวิวัฒนาการของรสนิยมทางด้านดนตรีของแต่ละชนชั้นดังนี้

ตารางที่ 4 วิวัฒนาการของรสนิยมทางดนตรีตามหมวดหมู่อาชีพ³¹

	1973	1988	2008
ดนตรีคลาสสิก			
เกษตรกร	8 %	12 %	19 %
เจ้าของกิจการร้านค้าและ โรงงานอุตสาหกรรม	18 %	25 %	20 %
ผู้บริหารระดับสูงและผู้ประกอบ วิชาชีพชั้นสูง	51 %	57 %	40 %
เจ้าของกิจการขนาดกลาง	29 %	36 %	26 %
พนักงานประจำ	22 %	26 %	18 %
กรรมกร	14 %	16 %	16 %
ทั้งหมด	19 %	26 %	22 %

³⁰ Molénat, X. (2010, March 3). *Pratiques culturelles, le choc numérique*. Retrieved July 1, 2011, from http://www.scienceshumaines.com/pratiques-culturelles-le-choc-numerique_fr_25016.html

³¹ École Normale Supérieure de Lyon et Sciences Humaines. (2010). *Les transformations des goûts musicaux*. Retrieved September 5, 2012, from http://socio.ens-lyon.fr/nousrejoindre/enslsh_sociologie_dossiers_2010_01_musique_sujet.pdf

กระแสเพลงบ็อบเกาหลีในประเทศฝรั่งเศสและความเห็นของคนฝรั่งเศสในเว็บไซต์ Rue 89

	1973	1988	2008
ดนตรีบ็อบ			
เกษตรกร	35 %	44 %	84 %
เจ้าของกิจการร้านค้าและ โรงงานอุตสาหกรรม	41 %	44 %	67 %
ผู้บริหารระดับสูงและผู้ประกอบ วิชาชีพชั้นสูง	23 %	34 %	59 %
เจ้าของกิจการขนาดกลาง	38 %	44 %	65 %
พนักงานประจำ	44 %	55 %	70 %
กรรมกร	36 %	53 %	66 %
ทั้งหมด	37 %	49 %	66 %
ดนตรีแจ๊ส			
เกษตรกร	2 %	3 %	3 %
เจ้าของกิจการร้านค้าและ โรงงานอุตสาหกรรม	3 %	15 %	21 %
ผู้บริหารระดับสูงและผู้ประกอบ วิชาชีพชั้นสูง	13 %	28 %	32 %
เจ้าของกิจการขนาดกลาง	18 %	25 %	22 %
พนักงานประจำ	7 %	13 %	14 %
กรรมกร	6 %	10 %	12 %
ทั้งหมด	7 %	15 %	17 %
ดนตรีบ็อบร็อก			
เกษตรกร	1 %	10 %	9 %
เจ้าของกิจการร้านค้าและ โรงงานอุตสาหกรรม	6 %	16 %	32 %
ผู้บริหารระดับสูงและผู้ประกอบ วิชาชีพชั้นสูง	9 %	25 %	45 %

	1973	1988	2008
เจ้าของกิจการขนาดกลาง	11 %	26 %	44 %
พนักงานประจำ	15 %	24 %	25 %
กรรมกร	10 %	25 %	29 %
ทั้งหมด	9 %	23 %	33 %

จากตาราง เราสามารถเห็นการกระจายตัวของวัฒนธรรมจากชนชั้นหนึ่งสู่อีกชนชั้นหนึ่ง และจากฐานสู่ฐานซึ่งส่งผลให้รสนิยมทางดนตรีของแต่ละชนชั้นมีความหลากหลาย โดยเจ้าของกิจการร้านค้าและโรงงานอุตสาหกรรม ผู้บริหารระดับสูงและผู้ประกอบวิชาชีพชั้นสูงมีแนวโน้มฟังเพลงคลาสสิกน้อยลงและเริ่มฟังเพลงแจ๊ส เพลงป๊อปและเพลงป๊อปรีดมากขึ้น เช่นเดียวกับเจ้าของกิจการขนาดกลาง การฟังเพลงแจ๊สและเพลงคลาสสิกของพวกเขามีแนวโน้มลดลง ขณะที่ความถี่ของการฟังเพลงป๊อปและเพลงป๊อปรีดมีมากขึ้น ในส่วนของพนักงานประจำ พวกเขามีแนวโน้มฟังเพลงแจ๊สในระดับเพิ่มขึ้นเล็กน้อย แต่ขณะเดียวกันก็ฟังเพลงคลาสสิกน้อยลงและฟังเพลงป๊อปและเพลงป๊อปรีดมากขึ้น ในส่วนของชนชั้นล่าง แม้ว่าทั้งกรรมกรและเกษตรกรยังคงนิยมฟังเพลงป๊อปมากที่สุด แต่แนวโน้มในการฟังเพลงคลาสสิก เพลงแจ๊สและเพลงป๊อปรีดของคนกลุ่มนี้กลับแตกต่างกัน ขณะที่การฟังเพลงแจ๊สของชาวเกษตรกรอยู่ในอัตราคงที่ รวมถึงฟังเพลงคลาสสิกมากขึ้นแต่ฟังเพลงป๊อปรีดลดลงนั้น ชาวกรรมกรกลับมีอัตราการฟังเพลงคลาสสิกที่คงที่แต่ฟังเพลงแจ๊สกับเพลงป๊อปรีดมากขึ้น กรณีนี้ กุลองมองว่ามีปัจจัยเรื่องเพศมาเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งโดยปกติผู้หญิงทั่วไปจะไม่ชอบฟังเพลงที่มีดนตรีร็อคเข้ามาผสมผสาน³²

อย่างไรก็ตาม กุลองมองว่าถึงแม้ว่ารสนิยมทางวัฒนธรรมของชนชั้นต่างๆ มีความหลากหลายมากขึ้น แต่ความแตกต่างทางชนชั้นก็ยังคงอยู่ เพราะชนชั้นสูงมีปัจจัยทางด้านต้นทุนทางเศรษฐกิจ ต้นทุนทางวัฒนธรรม ต้นทุนทาง

³² Coulangen, P. (2004). Classes sociales, pratiques culturelles et styles de vie : le modèle de la distinction est-il (vraiment) obsolète ? *Sociologie et sociétés*, 36(1), 59-85.

สังคม และต้นทุนทางสัญลักษณ์ในการรักษารูปร่างทางสังคมของพวกเขาและขณะเดียวกันก็ใช้ต้นทุนเหล่านี้ในการเข้าถึงวัฒนธรรมอื่นๆ ที่มีคุณค่าน้อยกว่าเพื่อความพึงพอใจ³³

จากทฤษฎีสถิตนิยมทางวัฒนธรรมกับชนชั้นทางสังคมข้างต้น เมื่อมองกลับมาที่ปฏิกิริยาของผู้ให้ความเห็นทั้ง 74 คนตอบบทความ “วันที่กระแสเพลงป๊อปเกาหลีบุกปารีส” ในเว็บไซต์ Rue 89 ความแตกต่างของรสนิยมทางดนตรีของคนฝรั่งเศสไม่ได้มาจากความแตกต่างทางฐานะทางสังคมอย่างเดียว แต่รวมถึง ความแตกต่างของอายุและเพศด้วย โดยกลุ่มคนที่ต่อต้านส่วนใหญ่ มักเป็นเพศชายที่ชอบดนตรีร็อกและเป็นกลุ่มคนที่ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวเช่น อายุ และอาชีพ กรณีนี้ ผู้เขียนพบว่าการใช้ภาษาของพวกเขาในการแสดงความคิดเห็นต่างๆ บ่งบอกถึงการมีระดับการศึกษาและวุฒิภาวะสูง รวมถึงฐานะทางสังคมที่ดี ซึ่งโดยปกติกลุ่มคนเหล่านี้มักจะมีปัญหาในการใช้สื่อรูปแบบใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตและระแวงระวังในการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวสู่สาธารณะ กลุ่มคนต่อต้านเหล่านี้ส่วนหนึ่งอาจเป็นกลุ่มคนรุ่นเก่าของชนชั้นสูงที่ยังคงปฏิเสธวัฒนธรรมป๊อป ขณะที่กลุ่มคนสนใจเพลงป๊อปเกาหลีอยู่ในกลุ่มวัยรุ่นหญิงเป็นส่วนใหญ่ เช่น นักเรียนและนักศึกษา และมีบางส่วนอยู่ในชนชั้นสูงและชนชั้นกลางเช่น ผู้บริหาร อาจารย์ในมหาวิทยาลัย วิศวกร ครูในโรงเรียน และนักวิจัย เป็นต้น โดยส่วนใหญ่น่าจะเป็นกลุ่มคนที่คุ้นเคยกับการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เนื่องจากการเข้าถึงแนวเพลง K-Pop ในฝรั่งเศส นั้น โดยทั่วไปใช้ทางอินเทอร์เน็ต

โดยสรุป กระแสป๊อปเกาหลียังคงได้รับการส่งเสริมในยุโรปอย่างต่อเนื่อง โดยมีประเทศฝรั่งเศสเป็นศูนย์กลางของการเผยแพร่ทั้งในรูปแบบของการจัดคอนเสิร์ต งานเทศกาล และการจัดแสดงสินค้า เป็นต้น ความสำเร็จที่ก้าวกระโดดของปรากฏการณ์นี้ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ วิจัยและโทรทัศน์ฝรั่งเศสให้ความสนใจอย่างมาก และเป็นเหตุให้กลุ่มคนทั่วไปโดยเฉพาะผู้เล่นอินเทอร์เน็ตตั้งกระทู้

³³ Molénat, X. (2010, July). Les nouvelles harmonies du goût musical. *Sciences Humaines*, 217, 16.

สนทนาถึงประเด็นนี้อย่างกว้างขวาง ยกตัวอย่างเว็บไซต์ Rue 89 ซึ่งลงบทความนำเสนอเรื่องราวความเป็นมาของเพลงป๊อปเกาหลีในฝรั่งเศส รวมถึงรายงานสถานการณ์บริเวณคอนเสิร์ต “SM Town Live in Paris” ซึ่งเปิดโอกาสให้สมาชิกของเว็บไซต์แสดงความคิดเห็นต่างๆต่อเพลงป๊อปเกาหลีทั้งเชิงบวก เชิงลบและเป็นกลาง เป็นต้น โดยความเห็นต่างๆเหล่านี้เมื่อมองผ่านจากทฤษฎีทางสังคมศาสตร์ว่าด้วยเรื่องของชนชั้นและรสนิยมทางวัฒนธรรมของปีแยร์ บูร์ดีเยอ (Pierre Bourdieu) การเลือกที่จะรับหรือปฏิเสธเพลงป๊อปเกาหลีส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจาก “habitus” หรือ สิ่งที่กำหนดความคิดและรสนิยมของเราผ่านการอบรมเลี้ยงดู การศึกษาและสภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ผู้ที่ต่อต้านมองว่าดนตรี K-Pop มีความคล้ายคลึงกับดนตรีป๊อปฝรั่งเศส (Hélène หรือ Alizée) ซึ่งเป็นงานดนตรีที่ไม่มีคุณภาพและไม่แสดงถึงความสุนทรีย์อย่างดนตรีคลาสสิก หรือ ดนตรีแจ๊ส ขณะที่ผู้ที่ชื่นชอบมองว่านี่คือรสนิยมทางดนตรีของพวกเขา พวกเขา มีสิทธิ์ที่จะปกป้องและเรียกร้องการยอมรับจากคนในสังคมเกี่ยวกับรสนิยมทางดนตรีที่แตกต่าง เป็นต้น นอกจากนี้เมื่อเรามองจากมุมมองของนักคิดอีกท่านหนึ่งคือ ฟิลิป กูลองฌ (Philippe Coulangéon) เพศและอายุก็มีส่วนกำหนดรสนิยม วัฒนธรรมของกลุ่มคนหรือปัจเจกเช่นกัน โดยจากงานวิจัยนี้พบว่าชายวัยกลางคนจนถึงผู้สูงอายุมักจะต่อต้านเพลงป๊อปเกาหลี ในขณะที่นักเรียนและนักศึกษาเพศหญิงมักจะสนใจเพลงป๊อปเกาหลี

คนกลุ่มแรก หรือ ชายวัยกลางคนจนถึงผู้สูงอายุ พยายามเปรียบเทียบปรากฏการณ์ทางดนตรี K-Pop กับ ดนตรีแจ๊ส ดนตรีฟังก์ และดนตรีแร็ปที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน ขณะเดียวกัน พวกเขากลับมองว่าภาพยนตร์และงานศิลปะของเกาหลีน่ายกย่องกว่า ซึ่งแสดงถึงความขัดแย้งของรูปแบบวัฒนธรรมสมัยเก่าและวัฒนธรรมสมัยใหม่ นอกจากนี้ พวกเขาเป็นกลุ่มที่มีแนวคิดต่อต้านจักรวรรดินิยมอเมริกันโดยมองว่าลักษณะดนตรีของ K-Pop มีความคล้ายคลึงกับเพลงป๊อปอเมริกันและแฝงถึงการครอบงำทางด้านวัฒนธรรมอเมริกัน พวกเขาแม้จะวิจารณ์ดนตรี K-Pop ว่าเป็นดนตรีเชิงพาณิชย์ในรูปแบบอเมริกัน และลักษณะของศิลปินได้รับอิทธิพลจากกลุ่มศิลปินชายตะวันตกใน

ปลายทศวรรษที่ 90

ในส่วนของกลุ่มที่สอง คือ นักเรียนและนักศึกษาหญิง พวกเขาพยายามปกป้องรสนิยมทางดนตรีของพวกเขาและพยายามพัฒนาเครือข่ายผู้ที่ชื่นชอบหรือสนใจเพลงป๊อปเกาหลีผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ในอินเทอร์เน็ต พวกเขาเรียกร้องการยอมรับในรสนิยมทางดนตรีที่แตกต่างและในการเป็นผู้ที่ทำให้ดนตรีป๊อปเกาหลีเป็นที่รู้จักของคนฝรั่งเศส นอกจากนี้ พวกเขาเห็นต่างในเรื่องของดนตรีเชิงพาณิชย์ที่ว่าดนตรีทุกประเภทมีลักษณะเชิงพาณิชย์ และความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ของปรากฏการณ์เพลงเกาหลีนั้นแสดงถึงความเป็นมืออาชีพของศิลปินและเป็นผลจากการตอบรับของผู้ฟังโดยส่วนใหญ่

นอกจากนี้ กลุ่มคนบางกลุ่ม เช่น ผู้บริหาร วิศวกร ครูอาจารย์ และนักวิจัย ก็ยังให้ความสนใจดนตรี K-Pop ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่า ดนตรี K-Pop กลายเป็นดนตรีของกลุ่มคนวัยหนุ่มสาวชนชั้นกลางที่ได้รับการศึกษา โดยอาจมีสิ่งแวดล้อมรอบข้างเป็นปัจจัยที่ทำให้พวกเขาไม่รู้จักดนตรีแนวอื่นๆ เช่น ดนตรีแจ๊ส ดนตรีฮิปฮอป และ ดนตรีร็อก เป็นต้น

อินเทอร์เน็ตอาจมีส่วนเสริมให้ผู้คนชอบหรือไม่ชอบเพลงป๊อปเกาหลีอีกด้วย โดยกลุ่มวัยรุ่นหรือกลุ่มคนสมัยใหม่มักใช้อินเทอร์เน็ตเป็นทางเลือกในการเปิดรับข่าวสารใหม่ๆ ขณะที่ผู้สูงอายุมักไม่ชำนาญการทางเทคโนโลยีและเคยชินกับการดูโทรทัศน์เพื่อรับรู้ข่าวสาร ทำให้โอกาสในการรับรู้เรื่องราวจากต่างประเทศและการเปิดรับวัฒนธรรมใหม่นี้น้อยกว่ากลุ่มวัยรุ่นหรือกลุ่มคนสมัยใหม่ รสนิยมทางวัฒนธรรมจึงไม่ได้เป็นเรื่องของชนชั้นและฐานะทางสังคมเท่านั้น

จากความเห็นอันหลากหลายของคนฝรั่งเศสที่มีต่อกระแสเพลงป๊อปเกาหลีที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ทำให้เห็นความน่าสนใจและน่าติดตามว่าในอนาคตกระแสเพลงป๊อปเกาหลีในประเทศฝรั่งเศสจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด จะมีแนวโน้มเป็นกระแสนดนตรีระยะสั้น แบบปรากฏการณ์ศิลปินกลุ่มชายในช่วงปลายทศวรรษที่ 90 หรืออาจกลายเป็นวัฒนธรรมหลักอย่างปรากฏการณ์ดนตรีฮิปฮอปหรือดนตรีแร็ป ที่ได้รับความนิยมนานถึง 30 ปี

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

ชนิดา เสงี่ยมไพศาลสุข. (2548). บทความ “L’ economie des biens symboliques” (เศรษฐกิจของทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์) ของปีแยร์ บูร์ดิเยอ : บทแปลและบทวิเคราะห์ในทัศนะทางสังคมวิทยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาการแปลภาษาฝรั่งเศส-ไทย.

ภาษาอังกฤษ

AsianPopcorn. (2011, June 10). *Popular French Newspaper ‘Le Monde’ and ‘Le Figaro’ Reports on SMTOWN*. Retrieved November 6, 2012, from http://www.asianpopcorn.com/default.asp?display=Popular_French_Newspaper_Le_Monde_and_Le_Figaro_Reports_on_SMTOWN-96617

ภาษาฝรั่งเศส

BoA-Japon. (2009, January 10). “Le MONDE”. Retrieved July 30, 2012, from <http://boa-japon.skyrock.com/2240898367-Le-MONDE.html>

Coulangeon, P. (2004). Classes sociales, pratiques culturelles et styles de vie : le modèle de la distinction est-il (vraiment) obsolète ? *Sociologie et sociétés*, 36(1), 59-85.

École Normale Supérieure de Lyon et Sciences Humaines. (2010). *Les transformations des goûts musicaux*. Retrieved September 5, 2012, from http://socio.ens-lyon.fr/nousrejoindre/enslsh_sociologie_dossiers_2010_01_musique_sujet.pdf

Editions 00h00. (n.d.). *Fiche 95: La Distinction, Pierre Bourdieu*. Retrieved August 10, 2012, from http://00h00.giantchair.com/html/ExtraitsPDF/27454100831100_1.PDF

- Falletti, S. (2011, June 10). *La vague coréenne déferle sur le Zénith*. Retrieved June 23, 2011, from <http://www.lefigaro.fr/musique/2011/06/09/03006-20110609ARTFIG00465-la-vague-coreenne-deferle-sur-le-zenith.php>
- Falletti, S. (2011, August). K-pop : la vague coréenne à l'assaut du monde. *Le Point*, 2081, 46-48.
- John, E., & La Phung, D. (2011, June 12). *K-Pop : le jour où la fièvre de la pop coréenne a gagné Paris*. Retrieved June 23, 2011, from <http://www.rue89.com/2011/06/12/k-pop-le-jour-ou-la-fievre-de-la-pop-coreenne-a-gagne-paris-208969?page=0#commentaires>
- Krief, R. (2012, November 7). *Photos du journal le Parisien*. Retrieved November 7, 2012, from <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=464916626892473&set=a.372190166165120.115873.337749429609194&type=1&theater>
- Molénat, X. (2010, March 3). *Pratiques culturelles, le choc numérique*. Retrieved July 1, 2011, from http://www.scienceshumaines.com/pratiques-culturelles-le-choc-numerique_fr_25016.html
- Molénat, X. (2010, July). Les nouvelles harmonies du goût musical. *Sciences Humaines*, 217, 16.
- Molénat, X. (2012, March/April/May). Entretien avec Philippe Coulangéon - Les nouveaux clivages culturels. *Les grands dossiers des Sciences Humaines*, 26, 36-37.
- Pedroletti, B. (2001, November 30). *La K-pop envahit l'Asie*. Retrieved July 30, 2012, from http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=730283&xtmc=k_pop&xtcr=60
- Rue 89. (n.d.). *Qui-sommes-nous ?* Retrieved February 17, 2012, from <http://www.rue89.com/qui-sommes-nous>



