

อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์

The Influence of Korean Popular Culture on Thai Youth Groups in Nakhon Sawan Province



อังศุมาลินทร์ คชพงษ์^{*1}, มนตรี กรรพุมมัลย์²

Angsumalin Khotchaphong¹, Montri Kunphoommarl²

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร

Master of Arts Program in Southeast Asian Studies,

Faculty of Social Sciences, Naresuan University

First/Corresponding Author, E-mail: oangsumalin@hotmail.co.th*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย และเพื่อศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทยในจังหวัดนครสวรรค์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 10 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอล เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาเอกสารและการศึกษาภาคสนาม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยรูปแบบการเขียนเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า 1. พัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทยมี 3 ยุค ยุคแรกมาจากกระแสความนิยมของซีรีส์เกาหลี โดยมีเรื่องรักนี้ชั่วฉันทันต์เป็นจุดเริ่มต้นของกระแสความนิยมที่ทำให้สถานีโทรทัศน์นำซีรีส์เกาหลีเข้ามาฉายในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ภาพยนตร์เกาหลีเป็นยุคที่ 2 ที่ได้รับความนิยม โดยภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก คือ เรื่องซิริ เด็ดหัวใจยอดจารชน ทำให้ภาพยนตร์หลายเรื่องส่งมาตีตลาดในประเทศไทย ยุคที่ 3 เพลงเคป็อป ความนิยมของเพลงเกาหลีในประเทศไทยเริ่มจากวงชินฮวา และตามด้วยการเข้ามาของวงบอยแบนด์และวงเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลีจนถึงปัจจุบัน และ 2. การเข้ามาของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในจังหวัดนครสวรรค์ทำให้เกิดกลุ่มแฟนคลับ 2 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มแฟนคลับซีรีส์



เกาหลี (2) กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี และมีการแสดงออกถึงความชื่นชอบโดยการรวมกลุ่มในการทำกิจกรรมและการแสดงออกผ่านสื่อออนไลน์ องค์ความรู้จากการวิจัยคือการเข้ามาของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในสังคมไทยมีปัจจัยของความเจริญก้าวหน้าของโลกาภิวัตน์และสื่อกับการรับวัฒนธรรมตะวันตกก่อนหน้านี้เป็นฐานรองรับ อีกทั้งกระแสเกาหลีอยู่ในสังคมไทยมาหลายปีทำให้กลุ่มเยาวชนไทยในจังหวัดนครสวรรค์รู้สึกว่าการเป็นวัฒนธรรมเกาหลีเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน

คำสำคัญ: อิทธิพลของวัฒนธรรม; วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี; กลุ่มเยาวชนไทย; จังหวัดนครสวรรค์

Abstract

The objectives of this qualitative research are to examine the Korean popular culture in Thailand and to investigate the influence of Korean popular culture among Thai youth in Nakhon Sawan province. Ten respondents are purposively selected using snowball technique. The data collection is performed by documentary research and field study research. The research tools are in-depth interview. Descriptive writings are used in data analysis.

The first result of the study identifies 3 periods of Korean popular culture including firstly, the popularity of Korean series, named “Autumn in My Heart” as the beginning of Korean television series in Thailand. Secondly, the Korean movies, named “Shiri”, the most popular Korean movie in Thailand. Thirdly, Korean popular songs by “Shinhwa Band” followed by “Boy Band” and “Girl Band” up to now. The second objective is to find out the influence of Korean popular culture in Nakhon Sawan Province making 2 active fan groups, including Korean series fan club and Korean artist fan club. The two main activities of these fan clubs are 1) group activities in various places and 2) on-line media expression. Moreover, the knowledge gained from this paper are Korean popular culture in Thailand based on globalization and media progress and Korean popular culture becomes part of Thai everyday youth lives.

Keywords: Cultural Influence; Korean Popular Culture; Thai Youth Group; Nakhon Sawan Province

บทนำ

โลกในศตวรรษที่ 21 เป็นยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดนที่เรียกว่า ยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้การติดต่อสื่อสารมีลักษณะครอบคลุมทั่วโลกมากกว่าในอดีต แสดงให้เห็นถึงการทำลายกำแพงเรื่องเวลาและพื้นที่ ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงกันของบุคคล ชุมชน รัฐบาล ประเทศและทวีป ซึ่งเป็นผลพวงมาจากการพัฒนาของเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วมากขึ้น อีกทั้งกระบวนการโลกาภิวัตน์ยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมิติต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม (เชษฐา พวงหัตถ์, 2559: 4, 15) โดยเฉพาะมิติด้านวัฒนธรรมได้ก่อให้เกิดการไหลบ่าของวัฒนธรรมจากประเทศหนึ่งสู่ประเทศหนึ่ง หรือที่เรียกว่า วัฒนธรรมข้ามพรมแดน และการถ่ายทอดวัฒนธรรมดังกล่าวมักแฝงมาในรูปแบบของสื่อบันเทิง

ปัจจุบันประเทศเกาหลีได้ใช้สื่อเป็นตัวกลางในการส่งออกวัฒนธรรมจนเกิดเป็นกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่ได้รับการยอมรับและชื่นชอบจากคนหมู่มากจนกลายเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางไปทั่วโลก เป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม (Popular Culture) ที่ค่อย ๆ ส่งอิทธิพลถึงประเทศในโซนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และทั่วโลก การเกิดวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่ทวีความเข้มข้นในปัจจุบันเป็นความนิยมในรูปแบบของซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี และเพลงเคป็อป จนนำไปสู่การเกิดปรากฏการณ์ความนิยมในด้านอื่นตามมา หากมองย้อนกลับไปประเทศเกาหลีได้เคยจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่ยากจนและล้าหลังที่สุดในภูมิภาคเอเชีย สาเหตุเพราะความบอบช้ำจากสงคราม และในขณะที่ประเทศกำลังพัฒนาในปี พ.ศ. 2540 เกาหลีใต้ก็ต้องประสบกับปัญหาวิกฤตการณ์ทางการเงิน ส่งผลกระทบด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก หลังเกิดวิกฤตการณ์ทางการเงินเกาหลีใต้ได้หันมาพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิงเพื่อส่งออก เพียงเวลาไม่นานประเทศเกาหลีได้ก้าวกระโดดประเทศจนกลายเป็นมหาอำนาจใหม่ทางเศรษฐกิจในศตวรรษที่ 21 (สุนทร ชุตินทรานนท์ และธัญยศ โสพัฒนานนท์, 2561: 6-12)

หากมองย้อนกลับไปในปี พ.ศ. 2542 (ค.ศ.1999) ได้เกิดกระแสฮัลลยู (Hallyu) ซึ่งเป็นกระแสความนิยมเกาหลี คำนี้ตั้งขึ้นโดยนักข่าวชาวจีนที่ประหลาดใจกับความคลั่งไคล้ในวัฒนธรรมเกาหลีของชาวจีน ปรากฏการณ์นี้ในปัจจุบันถูกเรียกว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี (Korean Popular Culture) หมายถึง ปรากฏการณ์การส่งออกวัฒนธรรม

เกาหลี หรือการแพร่ของวัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลีได้ออกไปทั่วโลกผ่านสื่อบันเทิงต่าง ๆ ถึงแม้ว่าในระยะแรกกระแสความนิยมในฮันรยูจะเป็นกระแสความนิยมที่เกิดขึ้นในหมู่ชาวจีน แต่กระแสดังกล่าวไม่ได้หยุดอยู่แค่ชาวจีนเท่านั้น แต่ยังแพร่ไปถึงเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และภูมิภาคอื่นทั่วโลก ฮันรยูไม่ใช่พลังอำนาจแบบแข็ง (Hard Power) ที่เกี่ยวกับความมั่งคั่งและอำนาจทางการเมือง แต่เป็นพลังอำนาจอ่อน (Soft Power) ที่ดึงดูดผู้คนให้สนใจจนกลายเป็นความนิยมได้ ทำให้กระแสฮันรยูกลายเป็นสิ่งที่สื่อถึงการเคลื่อนย้ายอำนาจ (Power Shift) จากพลังอำนาจแข็งไปสู่พลังอำนาจอ่อน (อุเบศร์ สมุทรจักร, 2554: 33-37) โดยประเทศเกาหลีใต้ได้ให้ความสำคัญกับการผลักดันสื่อบันเทิงและวัฒนธรรมในประเทศเป็นอย่างมากจนเกิดกระแสฮันรยูดังกล่าว อีกทั้งยังเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 (ค.ศ. 1997) ถึงปัจจุบัน โดยอุตสาหกรรมหลักที่เกาหลีใต้ใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเพื่อเป็นซอฟต์แวร์ (Soft Power) ได้แก่ การส่งออกซีรีส์เกาหลีที่รู้จักภายใต้ชื่อ K-Drama และพัฒนามาจนถึงวงการเพลงหรือเคป๊อป และในปัจจุบันการขยายอิทธิพลของซอฟต์แวร์เกาหลีใต้ยังคงดำเนินต่อไปเพื่อทำให้วัฒนธรรมของเกาหลีสามารถมุ่งสู่ตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ซึ่งซอฟต์แวร์ถือเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญที่ทำให้ประเทศเกาหลีใต้เติบโตอย่างทุกวันนี้ (Suphisara Sukkasem, 2566)

ประเทศไทยมีความนิยมต่อวัฒนธรรมชาติอื่นมาหลายยุคสมัย ตั้งแต่ยุคเพลงป๊อปของอเมริกา ยุคเอฟโฟร์ (F4) ของไต้หวัน และยุคเจป๊อป (J-pop) ของญี่ปุ่น ประเทศไทยมีความคุ้นเคยกับวัฒนธรรมเหล่านี้เป็นอย่างดี แต่ปรากฏการณ์ของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างออกไป โดยวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีเกิดขึ้นในประเทศไทยไม่ต่ำกว่า 10 ปี และสามารถดำเนินมาได้อย่างต่อเนื่องถึงปัจจุบัน ซึ่งปฏิเสธไม่ได้ว่าอิทธิพลของสื่อบันเทิงเกาหลีโดยเฉพาะความนิยมในเพลงเคป๊อปได้กลายเป็นปรากฏการณ์ความนิยมอย่างหนึ่งในสังคมไทยไปแล้ว อาจเป็นเพราะด้วยคุณสมบัติที่เปิดกว้างของสังคมไทยที่มีการเข้าถึงสื่อที่รวดเร็วและหลากหลายช่องทาง ทำให้สื่อบันเทิงที่มาจากประเทศเกาหลีเข้ามามีอิทธิพลในสังคมได้อย่างรวดเร็ว ประกอบกับประเทศไทยเป็นประเทศที่ค่อนข้างมีอิสระในการนำเสนอเนื้อหา มีการเปิดรับสื่อภายนอกอย่างหลากหลาย อีกทั้งกระแสวัฒนธรรมเกาหลีที่เข้ามาในประเทศไทยอาจไม่ได้ทำให้เกิดผลกระทบรุนแรง จึงทำให้วัฒนธรรมเกาหลีเริ่มแทรกซึมเข้าไปอยู่ในวิถีชีวิตของเยาวชนไทยและหันไปเลียนแบบหรือให้ความนิยมกันมากขึ้น (พงษ์ทัช จิตวิบูลย์ และ เกษตรชัย และหิมา, 2563: 210-213)

งานวิจัยในปัจจุบันส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่การศึกษาถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในพื้นที่ที่มีความเป็นเมืองขนาดใหญ่มากกว่าขนาดเล็กหรือต่างจังหวัด เช่น งานวิจัยของรณิศา สาสุวรรณ (2560) ที่วิจัยเรื่องการเปิดรับกับทัศนคติและพฤติกรรม การเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยของเอกรัฐ วิเศษฤทธิ์ (2552) ที่วิจัยเรื่องอิทธิพลจากละครโทรทัศน์เกาหลีที่ส่งผลกระทบต่อสังคมไทย: กรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของกฤษฎาพร อินตะพันธ์ (2555) ที่วิจัยเรื่องผลกระทบของนักร้องเกาหลีต่อนักเรียนวัยรุ่นน อำเภอมือง จังหวัด เชียงใหม่ จากตัวอย่างงานวิจัยที่ยกมาเป็นการศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในมิติ พื้นที่เมืองหลวงหรือเมืองขนาดใหญ่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของ วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทยในจังหวัดนครสวรรค์ เนื่องจากผู้วิจัยต้องการ ทราบพัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เข้ามาสร้างความนิยมใน ประเทศไทยเกิดขึ้นช่วงใด มีกี่ยุคสมัย และในสังคมขนาดเล็กหรือต่างจังหวัดมีการแสดง ถึงการรับอิทธิพลของวัฒนธรรมเกาหลีหรือไม่ อีกทั้งการรับอิทธิพลของของวัฒนธรรมสมัย นิยมเกาหลีในต่างจังหวัดมีการเลียนแบบหรือแสดงออกต่อสังคมอย่างไร ซึ่งสภาพพื้นที่ จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเลียนแบบของกลุ่มเยาวชนต่อวัฒนธรรมเกาหลีหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทยใน จังหวัดนครสวรรค์

ระเบียบวิธีวิจัย

1. การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสาร แนวคิดและ ทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยม แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม
2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ กลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอมือง จังหวัดนครสวรรค์ ที่ มีอายุในช่วง 20-30 ปี จำนวน 10 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการลงพื้นที่และคัดเลือกเยาวชนที่ทำกิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรม เกาหลี รวมถึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่หรือสโนว์บอล (Snowball Sampling) โดยอาศัยการแนะนำของผู้ให้ข้อมูลจากวิธีการเลือกแบบเจาะจง เป็นเครื่องชี้นำไปหา กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนต่อไป

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด (Open-ended Question) แบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป และตอนที่ 2 อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในจังหวัดนครสวรรค์ โดยมีประเด็นสำคัญในการสัมภาษณ์ ดังนี้ จุดเริ่มต้นในการเข้าสู่ความชื่นชอบกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี เนื้อหาของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เปิดรับ เหตุผลในการชื่นชอบกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี และอิทธิพลของความชื่นชอบกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี (ที่เกิดจากดาราเกาหลี ศิลปินเกาหลี มีการแสดงออกหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไร)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาเอกสาร ในส่วนของการศึกษาพัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย ผู้วิจัยศึกษาจากหนังสือ ตำรา บทความ เอกสาร เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 2 การศึกษาภาคสนาม ในส่วนของการศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทยในจังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยศึกษาจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกโดยมีขั้นตอน ดังนี้

4.1 ผู้วิจัยตั้งต้นติดต่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยการลงพื้นที่ที่มีเยาวชนทำกิจกรรมเกี่ยวกับการแสดงออกถึงความชื่นชอบในวัฒนธรรมเกาหลี เช่น การซ้อมการเต้นเลียนแบบ (Cover Dance) ตามเคป๊อปของเกาหลี บริเวณอุทยานสวรรค์ (หนองสมบุญ) บริเวณดังกล่าวเป็นสวนสาธารณะใจกลางเมืองนครสวรรค์หรือการจัดโปรเจกต์ให้กับศิลปินตามห้างสรรพสินค้า ลักษณะกิจกรรม คือ การแจกของที่ระลึกของศิลปินในโอกาสต่าง ๆ เช่น วันเกิด วันฉลองครบรอบเดบิวต์ (ห้าง V-Square นครสวรรค์ ชั้นใต้ดิน) สถานที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่เยาวชนทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมเกาหลี (ผู้วิจัยเน้นเยาวชนที่ทำกิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมเกาหลีก่อน เพื่อให้เยาวชนที่ทำกิจกรรมแนะนำเยาวชนคนอื่นต่อไป)

4.2 ผู้วิจัยทำการพูดคุยกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่ออธิบายถึงข้อมูลของการวิจัย พร้อมทั้งขอช่องทางติดต่อออนไลน์ เช่น ไลน์ (LINE) เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) เพื่อใช้ติดต่อในขอสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่อไป

4.3 ผู้วิจัยนัดหมายวัน เวลาและสถานที่เพื่อทำการคัดกรองผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (นัดหมายช่องทางออนไลน์และก่อนการคัดกรองผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยดำเนินการขอความยินยอมก่อน)

4.4 เมื่อคัดกรองผู้ให้ข้อมูลสำคัญเรียบร้อยแล้วผู้ที่ผ่านเกณฑ์การคัดกรอง ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ต่อไป โดยนำแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และผ่านการตรวจสอบความถูกต้องไปสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 10 คน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาหนังสือ ตำรา บทความ เอกสาร เว็บไซต์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เชิงลึก แยกออกเป็นประเด็นต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลขณะที่เก็บข้อมูล เพื่อนำข้อมูลมาตรวจสอบให้ครบตามวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้น สรุปผลการวิจัยและนำไปอภิปรายผลร่วมกับข้อมูลอื่น ๆ จากนั้นนำมาเขียนในรูปแบบเชิงพรรณนาต่อไป

ผลการวิจัย

ปรากฏการณ์ความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีที่ได้รับความนิยมทั้งในประเทศจีน และประเทศในแถบเอเชียตะวันออก เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ตั้งแต่ปลาย พ.ศ. 2533 ซึ่งการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีเป็นการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมสมัยนิยมผ่านสื่อ บันเทิง โดยไพลุลย์ ปิตะเสน และจิราพร จันจุฬา (2563) ได้แบ่งเกณฑ์การส่งออก วัฒนธรรมเกาหลีไปต่างประเทศโดยแบ่งเป็น 4 ยุค ได้แก่ ยุคซีรีส์เกาหลี ยุคภาพยนตร์ เกาหลี ยุคเพลงเคป็อปเกาหลี และยุควัฒนธรรมเกาหลี แต่ยุคที่ 4 ยังเป็นยุคที่ถกเถียง และหาคำตอบ ดังนั้น ในการศึกษาพัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทยในงานของผู้วิจัยจะกล่าวถึงการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีมายังประเทศไทย 3 ยุค ได้แก่ ยุคซีรีส์เกาหลี ยุคภาพยนตร์เกาหลี ยุคเพลงเคป็อปเกาหลี

1. พัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ประเทศเกาหลีใต้เคยเป็นประเทศยากจนติดอันดับต้น ๆ ของโลก แต่ก็มีพัฒนาการทางด้านเศรษฐกิจที่รวดเร็ว โดยประเทศเกาหลีใต้พัฒนาระบบเศรษฐกิจมาตั้งแต่ ทศวรรษ 1960 ซึ่งประธานาธิบดีของเกาหลีใต้ที่มีบทบาทในการสร้างความทันสมัย คือ ประธานาธิบดี พัค-จอง-ฮี ที่เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก อีกทั้งยัง ส่งเสริมด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการศึกษา ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ผลจากการเร่ง พัฒนาเศรษฐกิจอย่างหนักทำให้ประเทศเกาหลีใต้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยรัฐบาล มีการส่งเสริมการลงทุนกับบริษัทเอกชนเพื่อการส่งออกอุตสาหกรรมหนัก จนทำให้เกิดกลุ่ม ธุรกิจที่เรียกว่า กลุ่มแชโบล เป็นกลุ่มที่มีบทบาทอย่างมากในการพัฒนาเศรษฐกิจของ เกาหลีใต้จนนำไปสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ได้สำเร็จ และกลุ่มธุรกิจแชโบล

ได้กลายเป็นกลุ่มที่ผูกขาดเศรษฐกิจในเกาหลีใต้ และเมื่อเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 จึงเกิดผลกระทบอย่างหนักต่อระบบเศรษฐกิจด้วย เพราะกลุ่มธุรกิจแชโบล เปรียบเสมือนเสาหลักที่สำคัญทางเศรษฐกิจ ผลจากการประสบวิกฤติทางการเงินในครั้ง นี้ทำให้ประเทศเกาหลีใต้เรียนรู้ และไม่ได้ส่งเสริมกลุ่มธุรกิจกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นพิเศษ เหมือนที่ผ่านมา ทั้งยังเปลี่ยนทิศทางการบริหารประเทศ โดยรัฐบาลของ ประธานาธิบดี คิม-แด-จุง ซึ่งบริหารประเทศในช่วง พ.ศ. 2541-2545 ผลักดัน เศรษฐกิจที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม และมุ่งมั่นในการส่งออกอุตสาหกรรมวัฒนธรรมอย่าง มาก โดยมีต้นแบบจากอุตสาหกรรมบันเทิงของตะวันตกอย่างฮอลลีวูด แต่เกาหลีใต้ได้ มีการพัฒนารูปแบบให้มีความโดดเด่นในแบบฉบับของเกาหลี และปี พ.ศ. 2541 ถือ เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่มีการนำวัฒนธรรมมาใช้ในเชิงการค้าหรือสินค้า ทำให้เกิดเป็น สินค้าทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะการส่งออกซีรีส์เกาหลี ทำให้เกาหลีใต้หันมาผลิต อุตสาหกรรมบันเทิงเพื่อการส่งออกเนื่องจากมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าอุตสาหกรรมหนัก แต่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้เท่า ๆ กัน โดยเริ่มแรกเน้นส่งออกในแถบ ประเทศเพื่อนบ้านอย่างประเทศจีนและญี่ปุ่นก่อน จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2544 ซีรีส์เกาหลี เริ่มออกฉายและได้รับความนิยมมากขึ้น จึงตอกย้ำให้รัฐบาลหันมาให้ความสำคัญกับ การส่งเสริมอุตสาหกรรมบันเทิงมากขึ้น ในขณะที่การส่งออกซีรีส์เกาหลีก็กำลังได้รับความนิยม วัฒนธรรมด้านดนตรีของเกาหลีใต้ก็ค่อย ๆ ก่อตัวเพิ่มมากขึ้น มีการสร้างสรรค์ให้มีความโดดเด่นและมีความทันสมัยมากขึ้นจากกลุ่มบริษัทเอกซน ซึ่งบริษัท SM Entertainment เป็นบริษัทยุคแรกที่มีแนวคิดในการนำวัฒนธรรมมาทำให้กลายเป็น สินค้าโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการเผยแพร่ผลงานสู่ภายนอก ทำให้รัฐบาลของ ประธานาธิบดี โน-มู-ฮย็อน ที่บริหารประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2546-2551 และ ประธานาธิบดี อี-มย็อง-บัก ที่บริหารประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2551-2556 ให้การสนับสนุน การส่งออกด้านอุตสาหกรรมบันเทิงวัฒนธรรมเกาหลีเป็นอย่างมาก (ศิริพร ดาบเพชร, 2565: 128-131)

สมัยก่อนวัฒนธรรมที่มาจากแถบตะวันตกถือเป็นวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อเยาวชนไทยมากที่สุด โดยเฉพาะวัฒนธรรมเชิงบริโภคนิยม เช่น กางเกงยีนส์ อาหาร ฟาสต์ฟู้ด ภาพยนตร์ แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่า วัฒนธรรมจากประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แก่ จีน ไต้หวัน ฮองกง ญี่ปุ่น ก็มีบทบาทในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มานานหลายปี และประเทศไทยมีการรับวัฒนธรรมจากประเทศทางแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อมานานแล้ว เห็นได้จากเนื้อหาสื่อของวงการบันเทิง จีน ไต้หวัน ฮองกง ญี่ปุ่นที่ปรากฏมาเป็นเวลานาน (ชญาณุตม์ พัฒนสุวรรณ, 2549: 1-2) ซึ่งปัจจุบันวัฒนธรรมตะวันออกยังคงไหลเข้ามาอย่าง

ต่อเนื่อง โดยวัฒนธรรมทางฝั่งตะวันออกที่ได้รับความนิยมและเป็นกระแสในช่วง 10 ปีมานี้ คือ วัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ ดังนั้น การเข้ามาของกระแสวัฒนธรรมเกาหลีในปัจจุบันไม่ได้เกิดขึ้นอย่างลอย ๆ แต่มีปัจจัยการบริโภควัฒนธรรมสมัยนิยมตะวันออกที่ไหลเข้ามาก่อนหน้านี้เป็นฐานรองรับอยู่ก่อนแล้ว โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เกิดขึ้นในประเทศไทยทั้ง 3 ยุค ดังนี้

ยุคที่ 1 ยุคซีรีส์เกาหลี เป็นคลื่นลูกแรกที่เข้ามาสร้างกระแสความนิยมในประเทศไทย โดยเริ่มต้นในปี พ.ศ. 2540 เนื่องจากการออกอากาศของซีรีส์เกาหลีเรื่องแรก Wish upon a Star (ลิขิตรักแห่งดวงดาว) ทางสถานีวิทยุกองทัพบกช่อง 5 และได้รับกระแสตอบรับอย่างดีในกลุ่มวัยรุ่น แต่ซีรีส์ดังกล่าวยังไม่ทำให้กระแสเกาหลีเป็นที่รู้จักในประเทศไทยเป็นวงกว้าง เนื่องจากช่วงนี้เป็นช่วงที่ซีรีส์ญี่ปุ่นและซีรีส์จีนครองตลาดในประเทศไทย แต่การออกอากาศของซีรีส์ดังกล่าวทำให้มีการพูดถึงซีรีส์เกาหลีเพิ่มมากยิ่งขึ้น จนกระทั่งปี พ.ศ. 2545 สถานีโทรทัศน์ ITV ได้นำละครเกาหลีเรื่อง Autumn in My Heart (รักนี้ชั่วฉัณด์) มาออกอากาศ ทำให้กลายเป็นจุดเริ่มต้นของกระแสความนิยมเกาหลีที่รุกคืบเข้ามาสู่ประเทศไทยมากขึ้น และกลายเป็นที่พูดถึงในชั่วข้ามคืน (อาโป เอกอนันต์กุล, 2561: 1-3) อีกทั้งสถานีโทรทัศน์ ITV ยังนำเอาซีรีส์เกาหลีมาออกอากาศอีกหลายเรื่อง เช่น ในปี พ.ศ. 2547 ออกอากาศเรื่อง Winter Love Song (เพลงรักในสายลมหนาว) ผลจากความนิยมของละครเกาหลีเรื่อง Winter Love Song ทำให้คนไทยนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีเพื่อตามรอยซีรีส์ ทั้งยังทำให้สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ เริ่มหันมาซื้อลิขสิทธิ์ซีรีส์เกาหลีมาออกอากาศในไทยมากขึ้นอีกด้วย เช่น สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้นำซีรีส์เกาหลีเรื่อง Jewel in the Palace (แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง) มาออกอากาศในปี พ.ศ. 2548 เรียกได้ว่า ซีรีส์ดังกล่าวเป็นมิติใหม่ของซีรีส์เกาหลีในประเทศไทย โดยเนื้อเรื่องเล่าถึงประวัติศาสตร์การแพทย์โบราณและอาหารในวัง จากการออกอากาศของซีรีส์เรื่องแดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง คนไทยหันมาสนใจในวัฒนธรรมเกาหลีเพิ่มขึ้นจึงทำให้สถานีโทรทัศน์หลายช่องนำซีรีส์เกาหลีมาออกอากาศอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน แต่หลังจากที่เทคโนโลยีได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว การรับชมซีรีส์เกาหลีตามเวลาออกอากาศในประเทศเกาหลีตอบสนองความต้องการมากกว่า ดังนั้น ในปัจจุบันจึงมีช่องทางการรับชมซีรีส์เกาหลีที่เป็นนิยมมากกว่าการรับชมทางโทรทัศน์อย่างสื่อ Streaming เช่น VIU, Netflix, Disney+ เนื่องจากสามารถชมผ่านมือถือได้อย่างรวดเร็ว สะดวกสบาย และสามารถชมซีรีส์เกาหลีย้อนหลังได้อีกด้วย (กิตติธัช ออไอศุรย์, 2561)

ยุคที่ 2 ยุคภาพยนตร์เกาหลี เป็นอีกหนึ่งความนิยมที่ถูกส่งออกมาตีตลาดในประเทศไทย แม้ว่าช่วงหลังสงครามเกาหลี อุตสาหกรรมภาพยนตร์จะเผชิญกับความตกต่ำ แต่ประเทศเกาหลีได้ก็สามารถสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ให้กลับมาฟื้นฟูอีกครั้ง (สุดาพร พรสมบุญดี, 2564: 1) ภาพยนตร์เรื่องแรกที่เข้าฉายในประเทศไทย คือ Shiri (ชิริ เด็ดหัวใจยอดจารชน) ซึ่งฉายในปี พ.ศ. 2542 ภาพยนตร์เรื่อง Shiri ถือเป็นภาพยนตร์ของเกาหลีเรื่องแรกที่ถูกใช้เป็นหัวหอกในการบุกตลาดนอกประเทศ รวมถึงประเทศไทยด้วย ซึ่งเป็นเรื่องราวของสายลับเกาหลีเหนือที่มาทำงานแทรกซึมในโซล โดยภาพยนตร์ดังกล่าวประสบความสำเร็จอย่างมากในประเทศไทย อีกทั้งยังทำให้มีภาพยนตร์เกาหลีอีกหลายเรื่องเข้ามาฉายในไทย ตัวอย่างภาพยนตร์ที่โดดเด่น เช่น เรื่อง My Sassy Girl (ยัยตัวร้ายกับนายเจียมเจียม) ที่ฉายในปี พ.ศ. 2543 แต่หลังจากนี้ไม่นาน การเข้ามาของอุตสาหกรรมเพลงเกาหลีที่เรียกว่า เคป็อป (K-pop) ทำให้ความนิยมในภาพยนตร์เกาหลีจะเริ่มลดลง (นพปฎล พลศิลป์, 2564)

ยุคที่ 3 ยุคเพลงเคป็อป การเข้ามาของอุตสาหกรรมเพลงเกาหลีที่เรียกว่า เคป็อป เริ่มขยายตลาดมาสู่เอเชียมากขึ้น ประเทศไทยเริ่มนำเข้าเพลงเกาหลีเพื่อจัดแสดงคอนเสิร์ตตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 อุตสาหกรรมเพลงเกาหลีแพร่เข้ามาจนกลายเป็นกระแสอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันผ่านบริษัทและค่ายเพลง ดังนี้ 1. บริษัทอาดามัสเวิร์ล จำกัด (มีสายสัมพันธ์กับบริษัท SM Entertainment) 2. บริษัทโพโนล๊อค จำกัด (มีสายสัมพันธ์กับบริษัท SM Entertainment) 3. บริษัทไอ-เวิร์คส เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มีสายสัมพันธ์กับบริษัท JYP Entertainment และบริษัท YG Entertainment) ส่วนค่ายเพลงที่นำเข้าศิลปินเกาหลีที่มีอิทธิพลสูงสุดในตลาดของประเทศไทย ได้แก่ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทแรกที่นำเข้าศิลปินเกาหลี และจัดจำหน่ายเพลงเกาหลีและญี่ปุ่น (ประภาวิ ศิวเวทกุล, 2556: 75-79) โดยปัจจัยที่ทำให้ประเทศไทยนำเข้าดาราศิลปินเกาหลีมาจัดแสดง ผู้วิจัยขอเสนอ ดังนี้ 1. ก่อนหน้าที่บริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) จะนำเข้าศิลปินเกาหลี อุตสาหกรรมเพลงไทยประสบปัญหาจากเทคโนโลยี เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในการใช้งาน อีกทั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ มีราคาสูง 2. ปัญหาการไม่ให้ความสำคัญต่อลิขสิทธิ์ทางปัญญา เนื่องจากผู้บริโภคมีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการดาวน์โหลดเพลงผิดกฎหมาย ส่งผลให้ผลประโยชน์ของบริษัทลดลง และ 3. พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป โดยกลุ่มวัยรุ่นเป็นเป้าหมายสำคัญของอุตสาหกรรมเพลงไทย แต่หันไปนิยมศิลปินต่างประเทศเพราะเบื่อหน่ายกับแนวเพลง อีกทั้งรูปลักษณ์ของศิลปินเกาหลีน่าสนใจ ทำให้ค่ายเพลงปรับเปลี่ยนมานำเข้าดาราศิลปินเกาหลีแทน (ฉวรา พิไชยแพทย์, 2553:

96-103) โดยนักร้องกลุ่มแรกที่เข้ามาจัดแสดงในประเทศไทย คือ วงเอชโอที (H.O.T) เป็นนักร้องกลุ่มชายล้วนจากการค่าย SM Entertainment แต่ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก โดยศิลปินที่สร้างความนิยมในประเทศไทยได้เป็นอย่างมาก คือ วงทงบังชินกิ (TVXQ) ซึ่งเป็นกลุ่มนักร้องชายล้วนที่มาจากการค่าย SM Entertainment เช่นเดียวกัน ผลจากกระแสความนิยมของวงทงบังชินกิได้ทำให้วงอื่น ๆ เข้ามาสร้างความนิยมในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และได้ผลตอบรับในทิศทางที่ดี อีกทั้งยังมีกลุ่มนักร้องหญิงที่เข้ามาตีตลาดอย่างวงวันเดอร์เกิร์ล (Wonder Girl) จากการค่าย JYP Entertainment ซึ่งถือเป็นกลุ่มนักร้องหญิงวงแรก ๆ ที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในประเทศไทย จนทำให้อุตสาหกรรมเพลงเกาหลีในประเทศไทยยังคงได้รับความนิยมต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน อีกทั้งประเทศเกาหลีมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เกี่ยวกับศิลปิน โดยเปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของเด็กฝึกในค่ายเพลงเกาหลีได้ และเด็กไทยก็เป็นส่วนหนึ่งที่เข้าไปสร้างชื่อเสียงในวงการเพลงของเกาหลี (เบญจพร สุวรรณวงศ์, 2559: 33-42)

2. อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทยในจังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่ลี้ภัยมาสู่กลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ผ่านตัวแทนอย่างดารา ศิลปินเกาหลี และส่งอิทธิพลในด้านการดำเนินชีวิตของกลุ่มเยาวชนในด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1. การแต่งกาย 2. การรับประทานอาหารเกาหลี 3. การไปประเทศเกาหลีใต้ 4. การเรียนภาษาเกาหลี 5. การซื้อเครื่องสำอาง 6. การไปดูคอนเสิร์ตหรืองานแฟนมีตติ้ง 7. การซื้อสินค้า Official Good ของศิลปินเพื่อสะสม 8. อิทธิพลทางด้านจิตใจที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ดารา ศิลปินเกาหลีมาเป็นกำลังใจ เป็นความสุขในการใช้ชีวิต หรือเป็นความปลอดภัยทางความรู้สึกดังคำสัมภาษณ์ของซี (2565) คำสัมภาษณ์ของอี (2565) คำสัมภาษณ์ของไอ (2565) และคำสัมภาษณ์ของเจ (2565) ตามลำดับที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...เราอยากฟังภาษาเกาหลีรู้เรื่อง เราอยากรู้ว่า พวกเขาคุยอะไรกัน เลยเป็นแรงบันดาลใจให้เราไปเรียนภาษาเกาหลีเพิ่ม...รวมถึงซื้อสินค้าที่เป็นพวก Official Goods ของศิลปิน เพื่อซัพพอร์ตศิลปินเพื่อให้เขาได้สร้างสรรค์ผลงานดี ๆ ต่อไป...”

“...ส่วนใหญ่เราจะชอบสิ่งของกินมาจากเกาหลี แบบเห็นในซีรีส์แล้วมันน่าอร่อย ส่วนใหญ่เราจะหมกกับการกินตามซีรีส์พวกรามยอง ต็อกบกกี และการซื้อเสื้อผ้า เราจะดูในซีรีส์เป็น Ref (Reference) แล้วมาแต่งตาม”

“...บินไปดูคอนเสิร์ตเดี่ยวของพี่แทยองที่เกาหลี เรื่องเงินไม่ใช่ปัญหาเพราะพี่สาวซัพพอร์ต พี่เป็นดั่งแทยองเหมือนกัน...”

“...การที่หนูชอบจีมิน มันมีคุณค่าทางจิตใจมาก เสียงเพลง หรือการได้มองเห็นเขาผ่านสื่อต่าง ๆ ก็มีความสุขมาก ทุกวันนี้จีมินเหมือนเป็นเซฟโซน (Safe Zone) เป็นพื้นที่อบอุ่นสำหรับหนูเลยนะ”

นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ มีการแสดงออกโดยการจัดโปรเจกต์ในวันสำคัญ เช่น การเข้าคาเฟ่ การทำคัพสลีฟในวันสำคัญ อย่างวันเกิด วันครบรอบวันเดบิวต์ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวจัดทำเพื่อโปรโมทหรือสนับสนุน ดารา ศิลปิน ดังคำสัมภาษณ์ของเอ (2565) และคำสัมภาษณ์ของเอช (2565) ตามลำดับที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...วันเกิดเจี๊ยก ผมก็ทำคัพสลีฟ (Cupsleeve) กับกลุ่มเพื่อนแล้วก็เอาไปฝากร้านกาแฟในห้าง ในคาเฟ่ต่าง ๆ ทำเพื่อโปรโมท เขาก็รับนะครับ เพราะว่า พวกแฟนคลับก็จะไปซื้อกาแฟเพื่อเอาคัพสลีฟ มาถ่ายรูปทำคอนเทนต์วันเกิด...”

“...วันครบรอบวันเดบิวต์ เราก็จัดกิจกรรมแบบเข้าคาเฟ่หนึ่งวันแล้วก็ตกแต่งเป็นธีมก๊อตเซเว่น (GOT7) ใครที่เป็นแฟนคลับในนครสวรรค์ก็มาถ่ายรูปด้วยกัน มันสนุกดี ได้เจอกัน จอยกันด้วย...”

ทั้งยังพบว่า กลุ่มเยาวชนไทยมีการทำกิจกรรมที่เกิดจากความชื่นชอบในการติดตามศิลปินเกาหลี คือ การซื้อการเต้นเลียนแบบโดยกลุ่มแฟนคลับจะมีการรวมตัวกันเพื่อศึกษาการเต้นเพลงของศิลปินที่ชื่นชอบ ดังคำสัมภาษณ์ของเอฟ (2565) ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...เพราะศิลปินวงแบล็กพิงก์ (BLACKPINK) ที่ทำให้หนูหันมาสนใจเกี่ยวกับการซื้อการเต้นเลียนแบบ (Cover Dance)...หนูเริ่มฝึกด้วยตัวเองและก็กลุ่มเพื่อน ก็จะดูจากยูทูบ (YouTube) สถาบันสอนเต้นบ้าง แะทำเองบ้าง หลัง ๆ ก็เริ่มดูในติกต็อก (TikTok) ด้วย...”

อีกหนึ่งกิจกรรมที่สำคัญมากที่ผู้วิจัยค้นพบ คือ การโดเนทเงิน (สมทบทุน) เพื่อส่ง Food Support หรือ Food Truck (ซัพพอร์ตศิลปินด้วยอาหาร) ให้กับดารา ศิลปินเกาหลี เพื่อสนับสนุนศิลปินในโอกาสต่าง ๆ เช่น วันเกิด วันเปิด-ปิดกล่อง วันถ่ายทำซีรีส์ แฟน

มีทั้ง คอนเสิร์ต ซึ่งกิจกรรมนี้กลุ่มแฟนคลับถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่สามารถสนับสนุน ดารา ศิลปินคนโปรดได้อย่างใกล้ชิด ดังคำสัมภาษณ์ของซี (2565) ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...ร่วมโดนเทเงินกับกลุ่มแฟนคลับตามเพจต่าง ๆ (เพจที่แฟนคลับตั้งขึ้น) เพื่อส่ง Food Support หรือ Food Truck ไปให้ดาราเกาหลีเพื่อเป็นกำลังใจให้ศิลปิน...”

การบริจาคเงินจะมีบ้านแฟนคลับที่เป็นบ้านหลักในการทำหน้าที่เป็นตัวแทน ในการบริจาคเงิน รวมทั้งทำหน้าที่ในติดต่อและจัดส่งให้กับดารา ศิลปินเกาหลี เมื่อ ดารา ศิลปินเกาหลีได้รับสนับสนุนด้านอาหาร (Food Support) หรือร้านขายอาหาร เคลื่อนที่ (Food Truck) จะมีการโพสต์รูปลงสื่อโซเชียลเพื่อขอบคุณการสนับสนุนของ แฟนคลับ นอกจากนี้ ยังมีการแสดงออกผ่านสื่อออนไลน์โดยการโพสต์ ติดแฮชแท็กหรือแชร์ข่าวสารเกี่ยวกับดารา ศิลปินเกาหลี ซึ่งการแสดงออกผ่านสื่อออนไลน์เป็น อีกมิติหนึ่งที่ช่วยให้บุคคลทั่วไปเห็นข่าวสารเกี่ยวกับดารา ศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ และ อาจส่งผลให้มีคนติดตามดารา ศิลปินเกาหลีเพิ่มขึ้นดังคำสัมภาษณ์ของบี (2565) ที่ให้ สัมภาษณ์ว่า

“...การแชร์ข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับซีรีส์เกาหลีบนสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ซีรีส์ เกาหลีอันไหนดีก็แชร์ไป บางคนสนใจแบบเดียวกัน ก็จะคอมเมนต์คุยกัน และอาจทำให้คนอื่นหันมาสนใจเรื่องเดียวกันด้วย...”

นอกจากการศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ใน จังหวัดนครสวรรค์ ยังทำให้ผู้วิจัยทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความชื่นชอบในวัฒนธรรมสมัย นิยมเกาหลีของกลุ่มเยาวชนไทยในจังหวัดนครสวรรค์ โดยมี 2 ปัจจัย ดังนี้ 1. การเข้าสู่ กระแสความชื่นชอบวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี และ 2. เนื้อหาของกระแสวัฒนธรรมสมัย นิยมเกาหลีที่กลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เปิดรับ

1. การเข้าสู่กระแสความชื่นชอบวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีของกลุ่มเยาวชน ไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์มี 2 รูปแบบ คือ 1. ความชื่นชอบส่วนตัว และ 2. ความ ชอบตามคนรอบข้าง โดยความชอบส่วนตัวเป็นความชอบที่เกิดจากตัวผู้ถูกสัมภาษณ์ มีความสนใจในกระแสเกาหลีด้วยตัวเอง ดังคำสัมภาษณ์ของบี (2565) ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...ผมเป็นคนที่ชอบดูหนัง ซีรีส์ ดูทุกแนวเลย ผมติดบ้าน ไม่ได้ ออกไปไหน งานอดิเรกของผมก็เลยเป็นการดูหนัง ดูซีรีส์ ดูอนิเมะ... หลัง ๆ ผมจะเน้นดูทางซีรีส์เกาหลีกระแสเขามาแรง...”

ผู้วิจัยยังพบว่า ความชื่นชอบตามคนรอบข้างก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่น่ากลุ่มเยาวชนไทยเข้าสู่กระแสความชื่นชอบวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีด้วยเช่นกัน โดยบุคคลเหล่านี้เป็นบุคคลที่ใกล้ชิดกับกลุ่มเยาวชนไทย ดังนั้น คนรอบข้างจึงเป็นอีกตัวแปรสำคัญที่ช่วยกระตุ้นความสนใจ หรือทำให้เกิดการติดตามในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของเอ (2565) ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...เพื่อนผมมันติดซีรีส์เกาหลีมาก ๆ มันดูแล้วมาเล่ากับพวกผมในกลุ่ม...จนสุดท้ายเพื่อนคนนี้นับบังคับให้เพื่อนทั้งกลุ่มไปดูซีรีส์เรื่องนี้...แต่ผมยอมรับนะว่า ซีรีส์เกาหลีที่เพื่อนแนะนำ ความรู้สึกมันแตกต่างจากของไทย มูด (อารมณ์) ในการแสดงเขาดีมาก ผมก็รู้สึกว่ามันน่าสนใจเลยนะ...”

ทั้งยังพบว่า กลุ่มเยาวชนไทยบางส่วนก็มีความต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับของคนรอบข้างด้วยเช่นกันจึงทำให้มีการเปิดรับกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของอี (2565) ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...รู้สึกว่า ใคร ๆ ก็ดูซีรีส์เกาหลีกันนะ รู้สึกว่า มันเป็นกระแสที่ใคร ๆ ก็รู้จักนะ ไม่ได้ก็เหมือนคุยกับเขาไม่รู้เรื่อง กลัวคุยกับเพื่อนไม่รู้เรื่องด้วย...”

จากผลการศึกษาผู้วิจัยยังพบประเด็นที่น่าสนใจ คือ จังหวัดนครสวรรค์บางส่วนจะมีการรับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีอยู่ก่อนแล้ว (รุ่นพ่อแม่) จึงมีการสนับสนุนให้ลูกติดตามรับชมซีรีส์เกาหลี เห็นได้จากตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของบี (2565) ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...คงซึบซับการดูซีรีส์ตามพ่อแม่มา...จุดเริ่มต้นในการดูซีรีส์เกาหลีครั้งแรกมาจากพ่อแม่แหละครับ พ่อแนะนำมา...”

2. เนื้อหาของกระแสเกาหลีที่กลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์เปิดรับ ได้แก่ สื่อบันเทิงอย่างภาพยนตร์เกาหลี ซีรีส์เกาหลี และเพลงเคป็อปเกาหลี โดยมีสื่ออินเทอร์เน็ตที่ช่วยให้เข้าถึงแหล่งความบันเทิงที่ง่ายและรวดเร็ว ทำให้กลุ่มเยาวชนซึมซับเนื้อหาที่มาจากสื่อเหล่านี้และเกิดเป็นความชื่นชอบโดยมีช่องทางหลักในการรับชม ดังนี้ ช่องทางในการรับชมภาพยนตร์เกาหลี และซีรีส์เกาหลี คือ สื่อสตรีมมิ่ง (Streaming Media) เช่น เน็ตฟลิกซ์ (Netflix) วิว (VIU) ดิสนีย์พลัส (Disney+) วีทีวี

(WeTV) ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของเอ (2565) และคำสัมภาษณ์ของบี (2565) ตามลำดับ ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...ตอนนี้ซีรีส์เกาหลีสามารถดูได้แบบถูกลิขสิทธิ์แล้ว พวกเน็ตฟลิกซ์ (Netflix) วิว (VIU) แต่ก่อนแอปพวกนี้มันไม่ค่อยลงซีรีส์เกาหลีเท่าไร ตอนนี้ผมว่า มันสะดวก หาได้ง่ายกว่าแต่ก่อนเยอะ...”

“...ทุกวันนี้ซีรีส์เกาหลีก็มีช่องทางให้ติดตามเยอะแล้ว เวลาที่เข้าเน็ตฟลิกซ์ (Netflix) วิว (VIU) แอปพวกนี้มันจะแนะนำหนัง ซีรีส์มาแรง...หลัง ๆ มานี้ ผมเห็นซีรีส์เกาหลีไปลงพวกแอปจีนอย่างวีทีวี (WeTV) อ้ายฉีอี้ (IQIYI) ด้วยนะ...”

ช่องทางการฟังเพลงเคป็อปของเกาหลีที่ในปัจจุบันได้รับความนิยมและขยายตัวเป็นวงกว้างในกลุ่มเยาวชนไทย จากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบถึงช่องทางหลักในการติดตามเพลงเคป็อปของเกาหลี 4 อันดับที่ยอดนิยม ได้แก่ ยูทูบ (YouTube) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) เฟซบุ๊ก (Facebook) (ช่องทางของศิลปินและช่องทางที่แฟนคลับสร้างขึ้น) ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของไอ (2565) ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...ฟังเพลงของวง Girl'Generation ตลอด เข้ายูทูบ (YouTube) ทุกวัน แล้วหนุ่ก็ไปติดตามพวกพี่ ๆ เขาในอินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) ด้วย...”

จากเนื้อหาที่กลุ่มเยาวชนไทยเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี ทำให้เกิดความชื่นชอบติดตาม จนนำไปสู่การเกิดกลุ่มแฟนคลับ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ 1. กลุ่มแฟนคลับดาราเกาหลี และ 2. กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี โดยผลการศึกษาพบว่า กลุ่มแฟนคลับมีความชื่นชอบดารา ศิลปินเกาหลี 2 ลักษณะด้วยกัน คือ ชื่นชอบภาพลักษณ์ภายนอก เช่น รูปร่างหน้าตา การแต่งกาย การแต่งหน้า ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวสามารถดึงดูดให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ติดตามและสนใจ อีกทั้งยังพบว่า เมื่อแฟนคลับมีการติดตามดารา ศิลปินเหล่านี้จะทำให้เกิดความชื่นชอบอื่น ๆ ตามมา เช่น ความชอบส่วนตัวของดารา ศิลปิน ลักษณะการใช้ชีวิต เส้นทางการเป็นศิลปิน ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของอี (2565) และคำสัมภาษณ์ของเอช (2565) ตามลำดับที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...ชอบดูซีรีส์เกาหลี เพราะหน้าตาอะ ชอบความน่ารักของพี่ลิคอะ...”

“...ชอบภาพลักษณ์ของไอยู (IU) มาก ๆ การแต่งกาย แต่งหน้า ทรงผม มีเอกลักษณ์มาก ชอบติดตามชีวิตส่วนตัวของไอยู (IU) ความชอบต่าง ๆ ของไอยู (IU) การใช้ชีวิตแบบเรื่องเล็กน้อย ๆ ก็อยากรู้...”

ส่วนอีกความชอบมาจากความชื่นชอบและประทับใจในความสามารถของดารา ศิลปินเกาหลี เช่น ความสามารถในการแสดง ความสามารถในการเต้น ความสามารถในการร้องเพลง ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของจี (2565) และคำสัมภาษณ์ของไอ (2565) ตามลำดับที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...บทบาทเหมาะสมกับนักแสดง การแสดงมันสมจริงมาก นักแสดงเขาเข้าถึงบทบาทจริง ๆ...”

“...ชอบวงเกิลส์เจเนอเรชัน (Girls' Generation) มาก โดยเฉพาะเสียงพี่แทยอง แม้ว่าจะฟังภาษาเขาไม่ออก แต่ความรู้สึกมันเพราะจริง ๆ...”

จากการศึกษาเรื่องนี้ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงการรับรู้วัฒนธรรมเกาหลีของสังคมขนาดเล็กหรือต่างจังหวัดต่อการเกิดขึ้นของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในปัจจุบัน ซึ่งการรับรู้เกี่ยวกับกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ในสังคมเมืองขนาดใหญ่อีกต่อไป เนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์และความก้าวหน้าของการสื่อสารที่ทำให้สามารถเข้าถึงสื่อที่มาจากวัฒนธรรมเกาหลีได้ง่ายและรวดเร็วกว่าในอดีต และสภาพพื้นที่ก็ไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเล่นแบบของกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ที่เกิดจากการรับอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีอีกด้วย เพราะในปัจจุบันกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์มองว่ากระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีอยู่ในสังคมมานานหลายปี และก็ยอมรับในสื่อของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีจนเกิดเป็นความกลมกลืนและกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน โดยที่ไม่ได้รู้สึกว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดี หรือไม่ควรแก่การเปิดรับ จึงทำให้สังคมขนาดเล็กหรือจังหวัดนครสวรรค์มีการแสดงออกต่อสังคมถึงความชื่นชอบในวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี จึงทำให้สภาพพื้นที่ไม่ได้เป็นสิ่งที่จำกัดถึงการแสดงออกของกลุ่มเยาวชน

อภิปรายผล

1. การเติบโตของอุตสาหกรรมบันเทิงของเกาหลีได้เป็นผลมาจากความสำเร็จในการนำทุนวัฒนธรรมมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งความสำเร็จในการส่งออกสินค้าเชิงวัฒนธรรมนี้มาจากผลผลิตของการ

ส่งออกอุตสาหกรรมบันเทิงซีรีส์เกาหลี ซึ่งนับเป็นความสำเร็จยุคแรกหรือเป็นคลื่นลูกแรกที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ของประเทศให้เป็นที่รู้จัก ทำให้ซีรีส์เกาหลีกลายเป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศควบคู่มากับภาพยนตร์เกาหลีที่ส่งออกมาสร้างกระแสความนิยมด้วยเช่นกัน และกระแสความนิยมของเกาหลีก็ได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นที่รู้จักอีกระลอกหนึ่งผ่านการส่งออกของคลื่นลูกใหญ่ที่สำคัญอย่างเพลงเคป็อปเกาหลี ความสำเร็จดังกล่าวรัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนและพัฒนาวัฒนธรรมของประเทศ แต่ความสำเร็จนี้จะขาดภาคเอกชนไม่ได้ เพราะภาคเอกชนมีบทบาทในการผลิต พัฒนาและเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีจนโดดเด่น ทั้งยังสามารถแข่งขันในระดับโลกได้ ความสำเร็จของการนำวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์ผ่านสื่อบันเทิงนี้เป็นภาพสะท้อนได้อย่างดีเยี่ยมของทุนวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณตยา ภัคษา (2558) ที่ทำการวิจัยเรื่อง *พัฒนาการของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กับการรวมกลุ่มและพื้นที่กิจกรรมของแฟนคลับผ่านสถาบันสอนภาษาเกาหลีในประเทศไทย* ผลการศึกษาพบว่า กระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีเริ่มขึ้นช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ โดยประเทศเกาหลีได้หันมาใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการสร้างความก้าวหน้าของประเทศ และใช้นโยบายซอฟต์แวร์ในการขยายอิทธิพลทำให้ผู้คนมีส่วนร่วมหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยไม่ได้ใช้อำนาจบังคับขู่เข็ญ ผ่านการส่งออกของสื่อบันเทิงอย่างซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี เพลงเคป็อปเกาหลี จนทำให้กระแสเกาหลีมีความนิยมอย่างมาก ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า แม้จะไม่ได้สะท้อนภาพความเป็นวัฒนธรรมเกาหลีที่ลึกซึ้ง แต่สิ่งที่สะท้อนให้เห็น คือ การรับรู้และยอมรับในวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น

2. อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่กำลังแพร่กระจายนี้มีความสัมพันธ์กับกระแสโลกาภิวัตน์ เนื่องจากโลกาภิวัตน์ส่งผลให้เกิดการสื่อสารไร้พรมแดน ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในปัจจุบันสามารถส่งถึงกันได้ทั่วโลกและสะดวกรวดเร็ว โดยอาศัยความเจริญของเทคโนโลยีการสื่อสารที่เข้าถึงง่ายไม่ว่าจะอยู่แห่งหนใด สอดคล้องกับงานวิจัยของจงจินต์ จิตรแจ้ง (2552: 12) ที่กล่าวถึงโลกาภิวัตน์ว่า ทำให้เกิดสภาพที่ไร้พรมแดนและด้วยความเจริญทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทำให้เกิดการแพร่กระจายของวัฒนธรรมไปยังที่ต่าง ๆ จึงยากที่จะหลีกเลี่ยงนี้ได้ โดยมีสื่อเป็นตัวกลางการถ่ายทอด ดังนั้น จึงไม่น่าแปลกใจที่ปัจจุบันกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จะได้รับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่มาจากความเจริญก้าวหน้าของโลกาภิวัตน์และการสื่อสาร ซึ่งอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในปัจจุบันล้วนมาจากมาจากการส่งออกเป็นหลัก อีกทั้งยังมีการแสดงออกถึงความชื่นชอบในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี

ในรูปแบบของแฟนคลับซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มแฟนคลับซีรีส์เกาหลี และ กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี สิ่งที่เหมือนกันของทั้ง 2 กลุ่ม คือ มีความชื่นชอบในเรื่องเดียวกัน อีกทั้งยังมีสื่อออนไลน์ถือเป็นศูนย์กลางของการติดต่อสื่อสารซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบุญนุช นาคะ (2560) ที่วิจัยเรื่อง *แฟนคลับเกาหลี อัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับ* โดยผลการศึกษาพบว่า ชุมชนแฟนคลับมีการรวมตัวกันของคนที่มีความชอบในระดับปัจเจกบุคคลที่มีความคลั่งไคล้ในศิลปิน จนเกิดเป็นความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยใช้ช่องทางออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารกับชุมชนแฟนคลับ

ความสะดวกในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นปัจจัยสำคัญข้อหนึ่งในกลุ่มเยาวชนไทยเปิดรับวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งสื่อสามารถทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ในเวลาเดียวกัน เช่นเดียวกับการเกิดขึ้นของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่มีภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่เปรียบได้กับผู้ส่งสาร (Sender) ที่ทำการบรรจุมสาร (Message) ด้วยรูปแบบซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์เกาหลีและเพลงเคป๊อปเกาหลี ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ (Channel) ไม่ว่าจะเป็นสื่อสังคมออนไลน์และสื่อสตรีมมิงมายังผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งก็คือ กลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อผู้รับสารรับสารมาแล้วก็ถอดสารนั้น ในขณะเดียวกันผู้รับสารก็ส่งข้อมูลย้อนกลับไปยังผู้ผลิตด้วยการตอบรับกระแสวัฒนธรรมเกาหลีในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรทิพย์ เย็นจะบก (2559: 84) ที่กล่าวว่า ประเทศไทยเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านการแต่งกาย ด้านภาษา ด้านการบริโภค (การซื้อสินค้าของประเทศเกาหลีได้) และด้านการดำเนินชีวิต เช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในงานของผู้วิจัย ซึ่งอิทธิพลที่เกิดจากการชื่นชอบในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและส่งผลต่อการดำเนินชีวิต เช่น การรับประทานอาหารเกาหลี การไปดูคอนเสิร์ตหรือแฟนมีตติ้ง การแต่งกายแบบเกาหลี การเรียนภาษาเกาหลี การซื้อสินค้าแฟชั่นเลียนแบบ การแสดงออกบนสื่อออนไลน์ การรวมกลุ่มทำกิจกรรมต่าง ๆ

องค์ความรู้จากการวิจัย

1. ปัจจัยที่ทำให้กระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีไหลเข้ามาในประเทศไทยจนถึงปัจจุบัน คือ ความเจริญก้าวหน้าของโลกาภิวัตน์และสื่อ ซึ่งเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้ผู้คนสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องคำนึงถึงเรื่องเวลาและพื้นที่ ผลของความเจริญก้าวหน้าโลกาภิวัตน์และสื่อทำให้วัฒนธรรมที่เคยอยู่กับพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งแพร่กระจายไปยังพื้นที่อื่น ๆ โดยประเทศไทยมีการรับวัฒนธรรมต่างชาติมาหลายยุคสมัย โดยเฉพาะวัฒนธรรมฝั่งตะวันออกที่รับมาอย่างต่อเนื่องและเป็นวัฒนธรรมที่คุ้นเคย

กับสังคมไทย ดังนั้น การเข้ามาของวัฒนธรรมเกาหลีจึงมีปัจจัยของเจริญก้าวหน้าของ
โลกาภิวัตน์และสื่อกับการรับวัฒนธรรมตะวันตกก่อนหน้านี้เป็นฐานรองรับ

2. กลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ได้รับผลกระทบของกระแส
วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีโดยผ่านช่องทางของสื่อออนไลน์และสื่อสตรีมมิง ดังนั้น ใน
ปัจจุบันการเข้าถึงกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีจึงไม่ใช่เรื่องยาก อีกทั้งวัฒนธรรม
เกาหลีก็อยู่ในสังคมไทยมานานหลายปีจึงทำให้กลุ่มเยาวชนรู้สึกว่าการแสดงออกหรือ
การชื่นชอบในวัฒนธรรมเกาหลีเป็นเรื่องปกติของสังคมหรือเป็นส่วนหนึ่งใน
ชีวิตประจำวันไปแล้ว

สรุป

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสาร ทำให้การเผยแพร่
วัฒนธรรมรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งสังคมไทยเป็นหนึ่งในสังคมที่ได้รับผลกระทบจากการไหลบ่า
ของวัฒนธรรมต่างชาติ ด้วยลักษณะของสังคมที่เปิดกว้าง ดังนั้น การรับวัฒนธรรมอื่นเข้า
มาจึงทำได้ง่าย และยิ่งในปัจจุบันที่มีสื่อมีพลังอำนาจยิ่งส่งผลให้สังคมไทยมีโอกาสได้เรียนรู้
วัฒนธรรมต่างชาติที่มากับสื่อได้มากขึ้น โดยเฉพาะวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่กำลัง
เกิดขึ้น และแพร่กระจายไปยังประเทศต่าง ๆ รวมถึงประเทศไทยด้วย ซึ่งปรากฏการณ์
ที่เกิดขึ้นทำให้สังคมไทยเกิดความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีอย่างรวดเร็ว และก่อให้เกิดการ
เปลี่ยนแปลงต่อสังคม ทั้งการยอมรับ การเลียนแบบด้วยลักษณะของประเทศเกาหลีที่
เป็นประเทศในแถบเอเชียและมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน จึงทำให้วัฒนธรรม
ของประเทศเกาหลีเข้ามามีอิทธิพลอย่างรวดเร็วจนเกิดเป็นการเกิดการผสมผสาน ปรับตัว
และกลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทยไปแล้ว กล่าวได้ว่า การเข้ามาของวัฒนธรรมสมัย
นิยมเกาหลีมีผลต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคมไทยอย่างมาก

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎาพร อินตะขัน. (2555). *ผลกระทบของนักร้องเกาหลีต่อนักเรียนวัยรุ่น อำเภอมะ
เมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- กิตติธัช ออไอศุรย์. (18 พฤศจิกายน 2561). *ย้อนรอยซีรีส์เกาหลีในประเทศไทย-จากจอ
แก้วสู่ TV Application*. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2566, จาก
<https://www.songsue.co/488/>

- จงจิตร จิตรีแจ่ม. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบผู้บริโภคกับผู้บริโภคบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพดูแลความงาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชญาณุตม์ พัฒนสุวรรณ. (2549). การรับวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทย กรณีศึกษาแฟนเพลงเจ-ป๊อป. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เชษฐา พงษ์หัตถ์. (2559). โลโก้โลกาภิวัตน์ และความเป็นพลเมือง. วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 22 (1), 1-60.
- ณวรา พิไชยแพทย์. (2553). การปรับกระบวนการทัศน์ของอุตสาหกรรมเพลงในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณาดยา รักษา. (2558). พัฒนาการของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กับการรวมกลุ่มและพื้นที่กิจกรรมของแฟนคลับผ่านสถาบันสอนภาษาเกาหลีในประเทศไทย. ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นพพล พลศิลป์. (22 พฤศจิกายน 2564). การเดินทางของภาพยนตร์เกาหลี จากโรงหนังในกรุงโซไปถึงโรงภาพยนตร์ทั่วโลก. สืบค้นเมื่อ 21 มิถุนายน 2566, จาก <https://www.gqthailand.com/culture/article/why-korean-films-are-now-showing-at-theaters-worldwide>
- บุญยุนช นาคะ. (2560). แฟนคลับเกาหลี อัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับ. วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เบญจพร สุวรรณวงศ์. (2559). กระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีกับการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มแฟนคลับ กรณีศึกษาแฟนคลับศิลปินเพลงเกาหลีในประเทศไทยและประเทศฟิลิปปินส์. ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประภาวี ศิวะเวทกุล. (2556). กลยุทธ์การตลาดของผู้นำเข้าศิลปินจากประเทศเกาหลีใต้ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ผู้ให้สัมภาษณ์จี. (2565). แฟนคลับดาราเกาหลี. สัมภาษณ์. 4 ธันวาคม.
- ผู้ให้สัมภาษณ์เจ. (2565). แฟนคลับศิลปินเกาหลี. สัมภาษณ์. 4 ธันวาคม.

- ผู้ให้สัมภาษณ์ซี. (2565). แพนคลับดาราเกาหลี. *สัมภาษณ์*. 4 ธันวาคม.
- ผู้ให้สัมภาษณ์บี. (2565). แพนคลับดาราเกาหลี. *สัมภาษณ์*. 4 ธันวาคม.
- ผู้ให้สัมภาษณ์อี. (2565). แพนคลับดาราเกาหลี. *สัมภาษณ์*. 4 ธันวาคม.
- ผู้ให้สัมภาษณ์เอ. (2565). แพนคลับดาราเกาหลี. *สัมภาษณ์*. 4 ธันวาคม.
- ผู้ให้สัมภาษณ์เอช. (2565). แพนคลับศิลปินเกาหลี. *สัมภาษณ์*. 4 ธันวาคม.
- ผู้ให้สัมภาษณ์เอฟ. (2565). แพนคลับศิลปินเกาหลี. *สัมภาษณ์*. 4 ธันวาคม.
- ผู้ให้สัมภาษณ์ไอ. (2565). แพนคลับศิลปินเกาหลี. *สัมภาษณ์*. 4 ธันวาคม.
- พงษ์ทัช จิตวิบูลย์ และเกษตรชัย และหิม. (2563). ทักษะคิด แรงจูงใจ และความชื่นชอบในการบริโภคสื่อของนักศึกษาที่มีพฤติกรรมการเล่นแบบสื่อบันเทิงเกาหลี. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*. 31 (1), 209-220.
- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2559). อิทธิพลของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่มีผลต่อการครอบงำและสูญเสียของวัฒนธรรมในประเทศอาเซียน: กรณีศึกษาประเทศ สปป. ลาว. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 36 (4), 76-89.
- ไพบูลย์ ปิตะเสน และจิราพร จันจุฬา. (2563). ถอดรหัสเส้นทางสู่ฮัน-รยู 4.0. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*. 12 (2), 1-17.
- ญเบศร์ สมุทรจักร. (2554). Hallyu...วัฒนธรรมส่งออก เรื่องไม่ใหม่ แต่ไม่เคลียร์ และยังไม่จบ. *วารสารเพื่อการเพิ่มผลผลิต*. 16 (90), 33-37.
- รมิตา สาสุวรรณ์. (2560). การเปิดรับกับทัศนคติและพฤติกรรมการเล่นแบบวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัฒนา สุกันต์ศิลป์. (2548). *โลกาภิวัตน์ (Globalization)*. กรุงเทพมหานคร: คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ศิริพร ดาบเพชร. (2565). *K Wave กับเศรษฐกิจเกาหลีใต้*. กรุงเทพมหานคร: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุดาพร พรสมบุญดี. (2564). *พัฒนาการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ตั้งแต่ ค.ศ. 2000-2021*. บทความวิจัยปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุนทร ชูตินธรรณท์ และธัญยศ โลพัฒนานนท์. (2561). *การสร้างภาพลักษณ์ผ่านสื่อบันเทิงกับก้าวอย่างสู่ประเทศไทย 4.0: ศึกษากรณีซีรีส์โทรทัศน์เกาหลีใต้*. รายงานการวิจัย. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม.

- อาโป เอกอนันต์กุล. (2561). พัฒนาการของกระแส K-WAVE: กรณีศึกษาละครชุด เกาหลีในไทย (ค.ศ. 2000-ปัจจุบัน). บทความวิจัยปริญาอักษรศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เอกรัฐ วิเศษฤทธิ์. (2552). อิทธิพลจากละครโทรทัศน์เกาหลีที่ส่งผลกระทบต่อสังคมไทย: กรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Suphisara Sukkasem. (12 มิถุนายน 2566). นโยบายส่งเสริม Soft Power ของเกาหลีใต้. สืบค้นเมื่อ 11 กันยายน 2566, จาก <https://www.ditp.go.th/post/126705>