



อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์



อังศุมาลินทร์ คชพงษ์

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

วิทยานิพนธ์ เรื่อง "อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์"

ของ อังศุมาลินทร์ คชพงษ์

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โดม ไกรปกรณ์)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนตรี กรรพุมมาลย์)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(รองศาสตราจารย์ ดร.วศิน ปัญญาวุธตระกูล)

อนุมัติ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.กรองกาญจน์ ชูทิพย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์
ผู้วิจัย	อังศุมาลินทร์ คชพงษ์
ประธานที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนตรี กรรพุมมาลย์
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2566
คำสำคัญ	อิทธิพลของวัฒนธรรม, วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี, กลุ่มเยาวชนไทย, จังหวัดนครสวรรค์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย และเพื่อศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 10 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยด้วยรูปแบบการเขียนเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า 1.พัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทยมีทั้งหมด 3 ยุค โดยประเทศไทยมีการรับวัฒนธรรมเกาหลีมาตั้งแต่ปี ค.ศ.1997 ซึ่งวัฒนธรรมเกาหลีที่แพร่เข้ามาในยุคแรกมาจากกระแสความนิยมของซีรีส์เกาหลี โดยซีรีส์เกาหลีเรื่อง รักนี้ชั่ววันรันดร์ (Autumn in My Heart) ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกองทัพบกช่อง 5 เป็นจุดเริ่มต้นของกระแสความนิยมที่ทำให้สถานีโทรทัศน์อีกหลายสถานีทยอยนำซีรีส์เกาหลีมาออกอากาศในประเทศไทย และออกอากาศอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน นอกจากซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์เกาหลีเป็นยุคที่ 2 ที่ได้รับความนิยมตามมา โดยภาพยนตร์เกาหลีที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากคือ ภาพยนตร์เรื่อง ชิรี เด็ดหัวใจยอดจารชน (Shiri) ที่ฉายในปี ค.ศ.1999 เป็นภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยม อีกทั้งทำให้ภาพยนตร์เกาหลีอีกหลายๆ เรื่องถูกส่งมาตีตลาดในประเทศไทย ส่วนยุคที่ 3 เป็นยุคของเพลงเคป๊อป (K-Pop) เกาหลี ซึ่งความนิยมของเพลงเคป๊อป (K-pop) ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเริ่มจากวงชินฮวา (Shinhwa) ในปี ค.ศ.2006 และตามมาด้วยการเข้ามาของวงบอยแบนด์และวงเกิร์ลกรุ๊ปจนถึงปัจจุบัน และ 2.อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยการเข้ามาของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีทำให้เกิดกลุ่มแฟนคลับ 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มแฟนคลับซีรีส์เกาหลี (2) กลุ่มแฟนคลับ

ศิลปินเกาหลี และมีการแสดงออกถึงความชื่นชอบโดยการรวมกลุ่มในการทำกิจกรรม และการแสดงออกผ่านสื่อออนไลน์

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ คือ การเข้ามาของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในสังคมไทย มีปัจจัยของความเจริญก้าวหน้าของโลกาภิวัตน์และสื่อ กับการรับวัฒนธรรมตะวันออกก่อนหน้านี้เป็นฐานรองรับ อีกทั้งวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีอยู่ในสังคมไทยมาหลายปีทำให้กลุ่มเยาวชนไทยในจังหวัดนครสวรรค์รู้สึกว่าการวัฒนธรรมเกาหลีเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน



Title	THE INFLUENCE OF KOREAN POPULAR CULTURE ON THAI YOUTH GROUPS IN NAKHON SAWAN PROVINCE
Author	Angsumalin Khotchaphong
Advisor	Assistant Professor Montri Kunphoommarl, Ph.D.
Academic Paper	M.A. Thesis in Southeast Asian Studies - (Type A 1), Naresuan University, 2023
Keywords	Cultural influence, Korean popular culture, Thai youth groups, Nakhon Sawan province

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 groups in Nakhon Sawan province. Ten respondents are purposively selected using snowball technique with in-depth interview. Descriptive writings are used in data analysis.

The result of the first objective of the study reveals 3 periods of Korean popular culture as the following: Firstly, the 1997 Korean series, for example, “Autumn in My Heart” televised in channel 5 become the beginning of Korean popular culture in Thailand. Secondly, the 1999 Korean movies, for example, “Shiri”, become the most popular movies in Thailand. Thirdly, 2006 Korean popular songs by “Shinhwa band” followed by “Boy Band” and “Girl Band” are still popular up to present. While the second research objective shows the influence of Korean popular culture in Nakhon Sawan province by making 2 active fan groups including Korean series fan clubs, and Korean artists fan clubs. The two main activities of these fan clubs are 1). organize group activities in various places, and 2) introduce the expression of on-line media.

Moreover, the knowledge gained from this paper are Korean popular culture in Thailand based on globalization, media progress and Korean popular culture become part of Thai everyday youth lives.

ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ ผศ.ดร.มนตรี กรรพุมมาลย์ ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้เป็นแรงบันดาลใจในการศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยม เกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ รวมไปถึงสละเวลาอันมีค่ามาเป็นทั้งที่ปรึกษาพร้อมทั้งให้คำแนะนำและมุมมองต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์อันประกอบไปด้วย ผศ.ดร.โดม ไกรปกรณ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.วศิน ปัญญาวุธตระกูล กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณ ดร.บุศรินทร์ เลิศขวลิตสกุล และดร.ชัยพงษ์ สำเนียง ที่ช่วยแนะนำแนวทางการเขียนงานวิทยานิพนธ์นี้จนสำเร็จเสร็จสิ้น และขอกราบขอบพระคุณท่าน ดร. ศิริินภา กรรพุมมาลย์ ที่ช่วยแนะนำการเก็บข้อมูลพื้นที่วิจัยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ รวมถึงแนะนำสั่งสอนในการเขียนงานวิชาการ

ขอกราบขอบพระคุณกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ที่ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก อันเป็นข้อมูลสำคัญอย่างยิ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอกราบขอบพระคุณ นางสาวเตชินี บุทศรี ที่ให้ความช่วยเหลือในการทำข้อมูลเกี่ยวกับเพลงเคป็อป (K-pop) เกาหลี

ขอกราบขอบพระคุณพี่ๆ น้องๆ ผู้เป็นกัลยาณมิตรจากภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ สาขาวิชาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา ที่คอยให้ความช่วยเหลืองานวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณพี่ๆ น้องๆ กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม โรงเรียนนวมินทราชูทิศ มัชฌิม ที่คอยให้กำลังใจกันอย่างสม่ำเสมอจนงานวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้สำเร็จได้ด้วยดี

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ญาติพี่น้องของผู้วิจัยที่ให้อาใจและให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน และผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจบ้างไม่มากก็น้อย

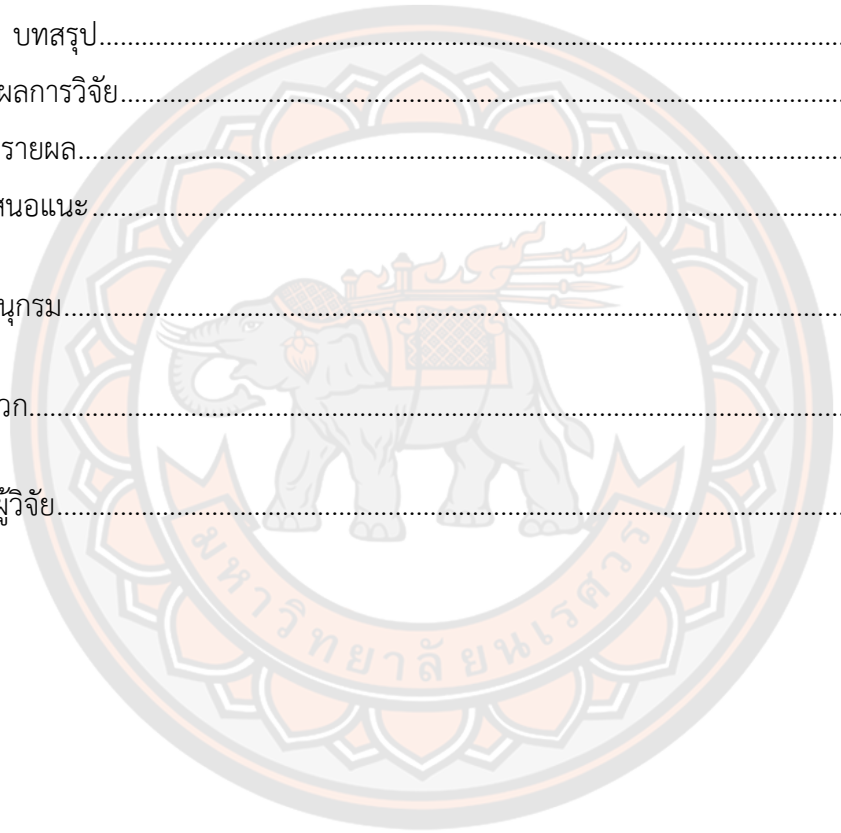
อังศุมาลินทร์ คชพงษ์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
ประกาศคุณูปการ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามในการวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตในการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับโลกาภิวัตน์.....	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสาร.....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยม.....	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม.....	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	32
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	33

ส่วนที่ 1 การศึกษาเอกสาร โดยศึกษาพัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย .	33
ส่วนที่ 2 การศึกษาภาคสนาม โดยศึกษาถึงวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทยในจังหวัดนครสวรรค์	33
บทที่ 4 ผลการวิจัย	38
พัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย.....	38
อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์	52
บทที่ 5 บทสรุป.....	84
สรุปผลการวิจัย.....	84
อภิปรายผล.....	88
ข้อเสนอแนะ	90
บรรณานุกรม.....	92
ภาคผนวก.....	100
ประวัติผู้วิจัย.....	106



สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1	แสดงการเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย..... 36
ตาราง 2	แสดงตัวอย่างชีรี้ส์เกาหลีบางส่วนที่ได้ออกอากาศในประเทศไทย..... 42
ตาราง 3	แสดงตัวอย่างภาพยนตร์เกาหลีที่เข้าฉายในประเทศไทย..... 44
ตาราง 4	แสดงตัวอย่างงานคอนเสิร์ต และงานแฟมมีตติ้งต่าง ๆ ที่เข้ามาจัดแสดงในประเทศไทย . 49
ตาราง 5	แสดงข้อมูลทั่วไปกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ (จบการศึกษาแล้ว)..... 54
ตาราง 6	แสดงข้อมูลทั่วไปกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ (กำลังศึกษาอยู่)..... 55



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารตามแนวคิดของ David K. Berlo	17
ภาพ 2 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	32



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกในศตวรรษที่ 21 เป็นยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดน หรือที่เรียกว่ายุคโลกาภิวัตน์ ทำให้การติดต่อสื่อสารมีลักษณะครอบคลุมทั้งโลกมากกว่าในอดีต อันเป็นผลพวงมาจากการพัฒนาของเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารมากขึ้น อีกทั้งยังก่อให้เกิดการเชื่อมโยงกันของบุคคล ชุมชน รัฐบาล ประเทศ และทวีปต่าง ๆ แสดงให้เห็นถึงการทำลายกำแพงในเรื่องของเวลาและพื้นที่ ซึ่งผลกระทบของโลกาภิวัตน์ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมิติต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม (เชษฐา พวงหัตถ์, 2559, น. 4, 15) โดยเฉพาะมิติด้านวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดการไหลบ่าของวัฒนธรรมจากประเทศหนึ่งสู่ประเทศหนึ่งได้ง่าย หรือที่เรียกว่าวัฒนธรรมข้ามพรมแดน ซึ่งการถ่ายทอดวัฒนธรรมดังกล่าวมักแฝงมาในรูปแบบของสื่อบันเทิงต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อมวลชนที่เข้ามามีบทบาทในการเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดวัฒนธรรมต่าง ๆ

ในช่วงสองสามทศวรรษที่ผ่านมากระแสโลกาภิวัตน์ เป็นปรากฏการณ์ที่ได้รับความสนใจไปทั่วโลก โดยเฉพาะเรื่องการขยายตัวของโลกาภิวัตน์ที่เกี่ยวข้องกับสื่อโทรทัศน์ หรือองค์กรโฆษณาข้ามชาติ สิ่งเหล่านี้ถูกมองว่าเป็นวัฒนธรรมบริโภคนิยมที่แพร่กระจายไปทั่วโลก (วัฒนา สุกัญศีล, 2548, น. 13) หรือที่เรียกว่ากระแสทุนนิยมข้ามชาติ และถ้าหากมองถึงทุนนิยมข้ามชาติต้องกล่าวถึงกระแสการทำให้เป็นอเมริกัน (Americanization) เพื่อยึดครองพื้นที่ทางวัฒนธรรมผ่านการแทรกซึมของภาพยนตร์อเมริกันโดยมีฮอลลีวูด (Hollywood) เป็นสื่อกลางในการส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรม ซึ่งประเทศสหรัฐอเมริกาได้ใช้กระแสความเป็นอเมริกันในการปลูกฝังค่านิยมต่าง ๆ ให้แก่ประเทศอื่นทั่วโลก และนอกจากกระแสการทำให้เป็นอเมริกันแล้ว ยังมีกระแสวัฒนธรรมเอเชียตะวันออกอย่างเช่นประเทศจีน ซึ่งเป็นประเทศแรกที่มีการส่งออกวัฒนธรรมไปยังประเทศอื่น ประเทศญี่ปุ่นก็เป็นประเทศที่ถ่ายทอดวัฒนธรรมไปสู่ประเทศอื่นโดยใช้กระแสเจทรนด์ (J-Trend) แทรกซึมผ่านการตูน หรือกระแสเจป๊อป (J-pop) (นพดล อินทรจันทร์, 2555, น. 20) ซึ่งในปัจจุบันประเทศเกาหลีใต้เป็นอีกประเทศหนึ่งที่ใช้การส่งผ่านวัฒนธรรมโดยใช้สื่อเป็นตัวกลางจนเกิดเป็นความนิยม ซึ่งความนิยมของประเทศเกาหลีใต้ค่อย ๆ ส่งอิทธิพลไปถึงประเทศในโซนเอเชียตะวันออก และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และทั่วโลก ซึ่งปัจจุบันกำลังเป็นที่นิยมและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง จนกลายเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี (Korea Popular Culture) เห็นได้จากการรายงานข่าวของสื่อต่างประเทศ เช่น “South Korea’s Greatest Export: How K-Pop Is Rocking the World ” (Mahr, 2012),

“South Korea’s K-Pop Spreads to Latin America” (Jung, 2012), “South Korea’s K-Pop Culture Growing in Japan” (BBC News Asia, 2012) การรายงานข่าวดังกล่าวเผยให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เพิ่มขึ้นในต่างประเทศ จนกลายเป็นปรากฏการณ์ระดับโลก ที่ทำให้ประเทศเกาหลีใต้ถูกมองว่าเป็นประเทศที่ส่งออกเพลงป๊อป และเป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมสมัยนิยมแห่งใหม่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีวิดิโอเพลงของเหล่าเคป๊อป (K-pop) มียอดการเข้าชมหลายล้านครั้งผ่านบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Fuhr, 2016, p. 6) สิ่งเหล่านี้เป็นการตอกย้ำถึงความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี

ประเทศเกาหลีใต้เคยจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่ยากจนและล้าหลังที่สุดในภูมิภาคเอเชีย สาเหตุเพราะความบอบช้ำจากสงคราม และในขณะที่ประเทศกำลังพัฒนาในปี ค.ศ. 1997 ประเทศเกาหลีใต้ต้องประสบกับปัญหาวิกฤตการณ์ทางการเงินในเอเชีย ทำให้ส่งผลกระทบต่อด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก วิกฤตการณ์ดังกล่าวได้กลายเป็นแรงผลักดันให้เกาหลีต้องปรับตัวเป็นอย่างมาก ซึ่งก่อนหน้านี้ประเทศเกาหลีใต้เน้นส่งออกสินค้าด้านอุตสาหกรรมหนักเป็นหลัก แต่ในช่วงต้นปี ค.ศ. 2000 ประเทศเกาหลีใต้หันมาใช้นโยบายซอฟต์ พาวเวอร์ (Soft Power) เพื่อยกระดับประเทศโดยใช้แนวทางเศรษฐกิจอย่างสร้างสรรค์โดยมีหน่วยงาน KOCCA ของรัฐบาลที่ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจวัฒนธรรมของเกาหลีให้เติบโตสู่ตลาดโลก และหันมาพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิง และส่งออกวัฒนธรรมผ่านสื่อบันเทิง จนเกิดองค์การมหาชน ศูนย์วิจัยทางวัฒนธรรม และสถาบันการศึกษาเทคโนโลยีทางวัฒนธรรมขึ้นมากมาย มีการก่อสร้างและขยายศูนย์วัฒนธรรมและศิลปะทั่วประเทศ อีกทั้งในปี ค.ศ. 1998 เกาหลีใต้ได้ประกาศนโยบาย Korea: Culture, Creativity and Content เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ ด้วยการจัดสรรงบประมาณพัฒนาบุคลากรในวงการภาพยนตร์ ดนตรี การแสดง การออกแบบ ฯลฯ เพียงเวลาไม่นานประเทศเกาหลีใต้กลับยกระดับประเทศจนกลายเป็น 1 ใน 4 เสือของเอเชีย แล้วขึ้นสู่อันดับ 2 ในปี ค.ศ. 2020 และในที่สุดก็ขึ้นสู่อันดับ 1 ในปี ค.ศ. 2021 ตามรายงานของ Bloomberg Innovation Index และในปัจจุบันประเทศเกาหลีใต้ยังได้รับคัดเลือกให้อยู่ในกลุ่ม The Next 11 หรือประเทศมหาอำนาจใหม่ทางเศรษฐกิจ ในศตวรรษที่ 21 อีกด้วย (สุนทร ชุตินธรา นนท์ และธัญยศ โล่พัฒนานนท์, 2561, น. 6-12)

หากมองย้อนกลับไปในปี ค.ศ. 1999 เกิดกระแสฮันรยู (Hallyu) เป็นกระแสความนิยมเกาหลี โดยศัพท์คำนี้ถูกตั้งขึ้นโดยนักข่าวชาวจีนที่ประหลาดใจกับความคลั่งไคล้ในวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งปรากฏการณ์นี้ในปัจจุบันถูกเรียกว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี (Korean Popular Culture) ซึ่งหมายถึง ปรากฏการณ์ การส่งออกวัฒนธรรมเกาหลี หรือการแพร่ของวัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลีได้ออกไปทั่วโลกผ่านสื่อบันเทิงต่าง ๆ ถึงแม้ว่าในระยะแรกกระแสความนิยมในฮันรยู (Hallyu) จะเป็นกระแสความนิยมที่เกิดขึ้นในหมู่ชาวจีน แต่กระแสความนิยมดังกล่าวไม่ได้หยุดอยู่แค่ชาวจีนเท่านั้น แต่ยังแพร่ไปถึงเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และภูมิภาคอื่น ๆ ทั่วโลก ซึ่งฮันรยู

(Hallyu) ไม่ใช่พลังอำนาจแบบแข็ง (Hard power) ที่เกี่ยวกับความมั่งคั่งและอำนาจทางการเมือง แต่เป็นพลังอำนาจอ่อน (Soft power) ที่สามารถดึงดูดผู้คนให้สนใจจนกลายเป็นความนิยมได้ ทำให้กระแสฮันรยู (Hallyu) กลายเป็นสิ่งที่สื่อถึงการเคลื่อนย้ายอำนาจ (Power Shift) จากพลังอำนาจแข็งไปสู่พลังอำนาจอ่อน (กฤษณ์ สมุทจักร, 2554, น. 6-12) ที่ผ่านมาประเทศเกาหลีใต้ให้ความสำคัญกับการผลักดันสื่อบันเทิงและวัฒนธรรมในประเทศเป็นอย่างมากจนเกิดเป็นกระแสฮันรยู (Hallyu) ดังกล่าว และเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997- ปัจจุบัน โดยอุตสาหกรรมหลักที่เกาหลีใต้ใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเพื่อเป็นซอฟต์แวร์ (Soft Power) ได้แก่ การส่งออกซีรีส์เกาหลี ที่รู้จักภายใต้ชื่อเคดราม่า (K-drama) และพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาจนถึงวงการเพลง หรือเคป๊อป (K-pop) และในปัจจุบันการขยายอิทธิพลของซอฟต์แวร์ พาวเวอร์ (Soft Power) ของเกาหลีใต้ยังคงดำเนินต่อไป เพื่อทำให้วัฒนธรรมของเกาหลีสามารถมุ่งสู่ตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ซึ่งซอฟต์แวร์ พาวเวอร์ (Soft Power) ถือเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญที่ทำให้ประเทศเกาหลีใต้เติบโตอย่างทุกวันนี้ (ศุภิสรา สุขเกษม, 2566)

ประเทศไทยมีความนิยมต่อวัฒนธรรมชาติอื่น ๆ หลายยุคหลายสมัย ตั้งแต่ยุคเพลงป๊อปของอเมริกา ยุคเจป๊อป (J-pop) ของญี่ปุ่น ยุค F4 ของไต้หวัน ซึ่งประเทศไทยคุ้นเคยกับวัฒนธรรมเหล่านี้ แต่ปรากฏการณ์ของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีของประเทศเกาหลีใต้แตกต่างออกไป โดยวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีเกิดขึ้นในประเทศไทยไม่ต่ำกว่า 10 ปี และปฏิเสธไม่ได้ว่าปัจจุบันอิทธิพลของกระแสความนิยมในเคป๊อป (K-pop) มีบทบาทอย่างมาก และกลายเป็นปรากฏการณ์อย่างหนึ่งในสังคมไทยไปแล้ว ทั้งนี้อาจเพราะด้วยคุณสมบัติของสังคมไทยที่เปิดกว้าง มีการเปิดรับสื่อจากภายนอก และสามารถเข้าถึงสื่อได้รวดเร็วและหลากหลายช่องทาง จึงทำให้วัฒนธรรมบันเทิงที่มาจากประเทศเกาหลีใต้เข้ามามีอิทธิพลในสังคมไทย ประกอบกับกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เข้ามาในประเทศไทยอาจไม่ได้ทำให้เกิดผลกระทบรุนแรง จากปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้เห็นว่าวัฒนธรรมเกาหลีค่อย ๆ แทรกซึมเข้าไปอยู่ในวิถีชีวิตของเยาวชนไทย อีกทั้งยังหันไปเลียนแบบและให้ความนิยมกันมากขึ้น (พงษ์ทัช จิตวิบูลย์ และเกษตรชัย และหิม, 2556, น. 210-213)

งานวิจัยในปัจจุบันส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่การศึกษาถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในพื้นที่ที่มีความเจริญ หรือพื้นที่ที่เป็นเมืองมากกว่า ดังเช่นตัวอย่างงานวิจัยของรมิตา สาสุวรรณ์ (2560) ที่วิจัยเรื่องการเปิดรับกับทัศนคติ และพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างงานวิจัยของเอกรัฐ วิเศษฤทธิ์ (2552) ที่วิจัยเรื่อง อิทธิพลจากละครโทรทัศน์เกาหลีที่ส่งผลกระทบต่อสังคมไทย: กรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร และตัวอย่างงานวิจัยของกฤษฎาพร อินตะพันธ์ (2555) ที่วิจัยเรื่อง ผลกระทบของนักร้องเกาหลีต่อนักเรียนวัยรุ่น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากตัวอย่างงานวิจัยที่ยกมาเป็นการศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในมิติพื้นที่ความเจริญในรูปแบบของเมืองหลวง หรือความเจริญในรูปแบบเมืองขนาดใหญ่

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ เนื่องจากผู้วิจัยต้องการทราบว่า พัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เข้ามาสร้างกระแสความนิยมในประเทศไทยเกิดขึ้นช่วงใด มีที่ยุคสมัย อย่างไร และในสังคมขนาดเล็กหรือต่างจังหวัด มีการแสดงถึงการรับอิทธิพลของวัฒนธรรมเกาหลีหรือไม่ และการรับอิทธิพลของของวัฒนธรรมเกาหลีในต่างจังหวัดมีการเลียนแบบ หรือแสดงออกต่อสังคมอย่างไร ซึ่งสภาพพื้นที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเลียนแบบของกลุ่มเยาวชนต่อวัฒนธรรมเกาหลีหรือไม่

คำถามในการวิจัย

1. พัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทยเกิดขึ้นช่วงใด มีที่ยุคสมัย อย่างไร
2. อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ มีการเลียนแบบหรือแสดงออกต่อสังคมเป็นเช่นไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์

ขอบเขตในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเอกสาร โดยศึกษาพัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่ศึกษา ได้แก่ การเข้ามาของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล

ศึกษาจากหนังสือ บทความ ตำรา เอกสาร เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยภาคสนาม โดยศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่ศึกษา ได้แก่ อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ที่เกิดจากสื่อบันเทิงเกาหลี โดยส่งผ่านมาทางดาราศิลปินเกาหลี

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล

ศึกษาจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling)

ตัวแปรที่ใช้ศึกษา

ตัวแปรต้น ได้แก่ พัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย

ตัวแปรตาม ได้แก่ อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พัฒนาการ หมายถึง การเข้ามาของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย 3 ยุค ได้แก่ ยุคของซีรีส์เกาหลี ยุคของภาพยนตร์เกาหลี และยุคของเพลงเคป๊อป (K-pop) เกาหลี
2. วัฒนธรรมเกาหลี หมายถึง วัตถุประสงค์ของ พฤติกรรม ความคิด สถานที่ ภาษา อาหาร ค่านิยม ที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต โดยถ่ายทอดมาจากประเทศเกาหลีใต้
3. วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึง ความชื่นชอบ หรือความคลั่งไคล้ตามยุคสมัยจนเกิดเป็นกระแสความนิยมในสังคม หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง และบางครั้งนำไปสู่การเลียนแบบพฤติกรรม
4. วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี หมายถึง ความชื่นชอบของบุคคลเกี่ยวกับวัฒนธรรมด้านอุตสาหกรรมบันเทิงจากประเทศเกาหลีใต้ที่เผยแพร่เข้ามาในประเทศไทย โดยมีอิทธิพลกับกลุ่มวัยรุ่นในช่วงเวลานั้น ๆ ในที่นี้จะเน้นวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่ส่งผ่านตัวแทนดาราศิลปินเกาหลีมาทางสื่อบันเทิงอย่างเช่นซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี และเพลงเคป๊อป (K-pop) เกาหลี
5. จังหวัดนครสวรรค์ หมายถึง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
6. ประเทศเกาหลี หมายถึง ประเทศเกาหลีใต้
7. กลุ่มเยาวชน หมายถึง กลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยมีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี มีความชื่นชอบและการติดตามในวัฒนธรรมเกาหลีอย่างเช่น ซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี และเพลงเคป๊อป (K-pop) เกาหลี โดยไม่แบ่งแยกเพศชายหรือหญิง

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ จากตำรา เอกสาร เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแยกตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์**
 - 1.1 ความหมายของโลกาภิวัตน์
 - 1.2 กระบวนการโลกาภิวัตน์
 - 1.3 กรอบในการศึกษาโลกาภิวัตน์
 - 1.4 โลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม
2. **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร**
 - 2.1 ความหมายของการสื่อสาร
 - 2.2 องค์ประกอบของการสื่อสาร
 - 2.3 การสื่อสารในยุคปัจจุบัน
3. **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยม**
 - 3.1 วัฒนธรรมคืออะไร
 - 3.2 ความหมายของวัฒนธรรมสมัยนิยม
 - 3.3 ลักษณะของวัฒนธรรมสมัยนิยม
4. **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม**
 - 4.1 ความหมายของทุนวัฒนธรรม
 - 4.2 แนวคิดเรื่องทุนของ Pierre Bourdieu
 - 4.3 การเติบโตของทุนวัฒนธรรม
5. **งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**
 - 5.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 5.2 งานวิจัยต่างประเทศ
6. **กรอบแนวคิดในการวิจัย**

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับโลกาภิวัตน์

1. ความหมายของโลกาภิวัตน์

วัฒนา สุภักดิ์ (2548, น. 12) ได้ให้ความหมายของคำว่าโลกาภิวัตน์ว่าเป็นกระบวนการที่ครอบคลุมและเชื่อมโยงทั้งโลก การสื่อสารไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงความห่างไกลหรือเขตแดน

เอก ตั้งทรัพย์วัฒนา (2548, น. 18-19) ได้ให้ความหมายของคำว่าโลกาภิวัตน์โดยอ้างถึงงานเขียนของ Alan Cochrane และ Kathy Pain ว่าเป็นการขยายตัวของความสัมพันธ์ในระดับโลก และการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ทางสังคมในระดับโลกและท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากขึ้น และเกี่ยวพันกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง และสิ่งแวดล้อม

พิชัย วาสนาส่ง (2549, น. 11) ได้ให้ความหมายของคำว่าโลกาภิวัตน์ไว้ว่า เป็นคำที่แปลมาจาก Globalization ที่หมายถึง การเปลี่ยนแปลงโลกให้ดีขึ้น

สถณี อาชวานันทกุล (2550, น. 10-11) ได้ให้ความหมายของคำว่าโลกาภิวัตน์ไว้ว่าเป็นปรากฏการณ์ที่ประเทศต่าง ๆ และประชาชนเชื่อมโยงสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน เกิดการแลกเปลี่ยนไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลพวงมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสารข้ามประเทศ หรือเรียกอีกอย่างว่า ปรากฏการณ์ที่โลกแคบลง และส่งผลกระทบต่อคนทั้งโลก

แมนเฟร็ด บี. สเตเกอร์ (2553, น. 32-34) ได้ให้ความหมายของคำว่าโลกาภิวัตน์ไว้ว่าเป็นสภาวะทางสังคม ซึ่งเชื่อมโยงถึงเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงไป เรื่องพรมแดนและรัฐชาติสำคัญน้อยลง

อานันท์ กาญจนพันธุ์ และรังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ (2552, น. 10) ได้ให้ความหมายของคำว่าโลกาภิวัตน์ไว้ว่า เป็นกระบวนการระดับโลก ซึ่งกลไกของโลกาภิวัตน์ คือ ไม่สนใจเรื่องพรมแดนหรือเรียกว่าโลกไร้พรมแดน ดังนั้น การทำงานของกระบวนการโลกาภิวัตน์ คือ ยุคที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว

เชษฐา พวงหัตถ์ (2559, น. 4) ได้ให้ความหมายของคำว่าโลกาภิวัตน์ไว้ว่า เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีลักษณะครอบคลุมทั้งโลกมากกว่าในอดีต อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ช่วยให้มนุษย์ทั่วทั้งโลกสามารถติดต่อสื่อสารกันอย่างฉับพลัน เป็นการทำลายกำแพงเรื่องเวลา และพื้นที่ที่แยกบุคคลทั้งหลายออกจากกันในอดีต

Hall & McLennan (1992, pp. 5-6) ได้ให้ความหมายของคำว่าโลกาภิวัตน์ไว้ว่า หมายถึงเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และการเมืองของคนบนโลกเป็นไปในทิศทางเดียวกันผู้คนถูกย่นย่อเข้าหากัน และตระหนักถึงกันมากขึ้น

Giddens (1988, pp. 30-31) ให้ความหมายของคำว่าโลกาภิวัตน์ไว้ว่า เป็นปรากฏการณ์ที่สัมพันธ์กันทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในโลก มีความใกล้ชิดกันมากขึ้น ทั้งในด้านการรับรู้ และการกระทำ ซึ่งการกระทำในพื้นที่หนึ่งซึ่งห่างไกลหรือข้ามประเทศ สามารถถูกรับรู้ได้อย่างรวดเร็ว กล่าวคือ เวลาและสถานที่ของคนบนโลกถูกย่อเข้าหากันมากขึ้น

Castell (2000, p. 101) ได้ให้ความหมายของคำว่าโลกาภิวัตน์ไว้ว่า โลกาภิวัตน์สัมพันธ์กับการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้ความสัมพันธ์ในระดับโลกถูกย่อเข้าหากัน เกิดการรับรู้ผลกระทบซึ่งกันและกันมากขึ้น ในลักษณะของ “เวลาจริง”

Held & McGrew (2003, p. 3) ได้ให้ความหมายของคำว่าโลกาภิวัตน์ไว้ว่าเป็นกระแสโลก แต่กระแสโลกไม่ได้เข้ามาแทนที่วิถีชีวิตของท้องถิ่น แต่ท้องถิ่นถูกผนวกเข้าไปในการขยายตัวของความสัมพันธ์ระดับโลก

Beukema & Carrillo (2004, p. 159) ได้ให้ความหมายของคำว่าโลกาภิวัตน์ไว้ว่า โลกสามารถเชื่อมต่อกันได้เร็วขึ้นจากการสื่อสาร และเทคโนโลยี การเชื่อมโยงไม่ว่าจะเป็นผู้คน วัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจ และการเมือง สามารถทำได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น

จากความหมายของคำว่าโลกาภิวัตน์ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า โลกาภิวัตน์เป็นกระบวนการที่ครอบคลุมทั้งโลก หรือกระบวนการที่โลกแคบลง ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องเวลาและพื้นที่ใหม่ ทำให้สังคมมีความใกล้ชิดหรือถูกย่อเข้าหากันมากกว่าในอดีต โดยกระบวนการโลกาภิวัตน์จะไม่สนใจเรื่องของพรมแดน หรือเรียกอีกอย่างว่าโลกไร้พรมแดน เนื่องจากการติดต่อสื่อสารสามารถทำได้อย่างรวดเร็วและฉับพลันเป็นการทำลายกำแพงเรื่องเวลา อันเป็นผลมาจากความเจริญทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร อีกทั้งโลกาภิวัตน์ยังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการกระทำในพื้นที่หนึ่ง หรือพื้นที่ห่างไกล สามารถส่งผลกระทบต่อพื้นที่หนึ่ง หรือสามารถรับรู้ถึงกันได้อย่างรวดเร็ว

2. กระบวนการโลกาภิวัตน์

ในปลายคริสต์ศตวรรษที่ 20 โลกกำลังเข้าสู่การปฏิวัติครั้งที่ 3 หรือที่เรียกว่าคลื่นลูกที่ 3 เป็นการปฏิวัติทางการสื่อสารโทรคมนาคม ตามแนวคิดของ Alvin Toffler กระแสคลื่นลูกที่ 3 นี้ จัดเป็นกระแสของโลกาภิวัตน์ ซึ่งการปฏิวัติหรือเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเคยเกิดขึ้นมาแล้วสองครั้ง นั่นคือ คลื่นลูกที่ 1 การปฏิวัติเกษตรกรรม และคลื่นลูกที่ 2 การปฏิวัติอุตสาหกรรม แต่สิ่งที่น่าสนใจคือ การเปลี่ยนแปลงของคลื่นลูกที่ 3 ก่อให้เกิดแนวคิดที่ว่าโลกทั้งโลกมีแนวโน้มที่จะเป็นหนึ่งเดียวกัน และรับรู้ถึงกันและกันมากขึ้น เช่น ความขัดแย้ง การแต่งกาย วิถีชีวิต แนวคิดต่าง ๆ (เช่น การเมือง สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม) แต่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเกิดความเป็นรัฐชาติสมัยใหม่แล้ว โดย Robertson ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการของโลกาภิวัตน์ไว้ 5 ระยะ ดังนี้

1. ระยะเวลาฟักตัว เป็นระยะเริ่มต้นของคริสต์ศตวรรษที่ 15 ถึงกลางคริสต์ศตวรรษที่ 18 ช่วงเวลานี้เป็นช่วงที่เกิดแนวคิดความเป็นชาติ เป็นช่วงของความเจริญก้าวหน้าของวิทยาศาสตร์ และการปฏิวัติอุตสาหกรรมในทวีปยุโรป
2. ระยะเวลาแรกเริ่ม เป็นระยะที่ทวีปยุโรปยังคงเป็นศูนย์กลางของโลก และเป็นช่วงที่ทวีปยุโรปเริ่มสร้างความสัมพันธ์กับต่างประเทศอย่างเป็นทางการ
3. ระยะเวลาก้าวกระโดด ระยะนี้เริ่มจากทศวรรษที่ 1870 จนถึงทศวรรษที่ 1920 เป็นช่วงเวลา ที่ทวีปยุโรปมีการติดต่อกับต่างประเทศมากขึ้น จนกระทั่งเกิดความขัดแย้งระหว่างประเทศซึ่งเป็น ต้นเหตุของการเกิดสงครามโลกครั้งที่ 1
4. ระยะเวลาแห่งชิงความเป็นใหญ่ อยู่ในช่วงเวลาทศวรรษที่ 1920 ถึงกลางทศวรรษที่ 1960 เป็นช่วงเวลาหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 ซึ่งประเทศมหาอำนาจในทวีปยุโรปต่างได้รับความเสียหายจาก สงครามโลกครั้งที่ 1 ทำให้ประเทศสหรัฐอเมริกาเข้าไปมีบทบาทในด้านการเมืองและเศรษฐกิจ กระทั่งเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 และสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง กระบวนการของความเป็นโลกาภิวัตน์ ได้ย้ายไปอยู่ฝั่งประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างเต็มตัว โดยเฉพาะบทบาทด้านเศรษฐกิจ การเมืองระหว่าง ประเทศ แต่ถึงอย่างไรก็ตามอำนาจของประเทศสหรัฐอเมริกาเองก็ถูกท้าทายโดยสหภาพโซเวียต และ ประเทศจีนที่กำลังเป็นผู้นำของโลกคอมมิวนิสต์จนในที่สุดก็พัฒนาหายไปเป็นความขัดแย้งที่เรียกว่า สงครามเย็น
5. ระยะเวลาของความไม่แน่นอน นับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1960 ถึงทศวรรษที่ 1990 ยุคนี้เรียก ได้ว่าเป็นยุคแห่งการเผชิญหน้ากันของสหรัฐอเมริกาและสหภาพโซเวียต (เหตุการณ์ร้ายแรงที่สุด คือ วิกฤตการณ์คิวบา) และยุคนี้ยังเป็นยุคที่เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญมากของโลก เช่น สหรัฐอเมริกา ประสบความสำเร็จในการส่งคนไปสำรวจดวงจันทร์ หรือการสิ้นสุดสงครามเย็นโดยการล่มสลายของ สหภาพโซเวียต ผลก็คือทำให้ประเทศสหรัฐอเมริกาเข้าไปจัดระเบียบโลกใหม่ เห็นได้จากระบอบทุนนิยม รุ่งเรืองมากขึ้น เกิดการรวมตัวกันทางด้านเศรษฐกิจ เกิดแนวคิดบริโภคนิยม เกิดสื่อมวลชนข้ามชาติ เกิดแนวคิดเรื่องทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมของโลก (Robertson, 1990, pp. 11-30) เช่น การจัดตั้งองค์การสหประชาชาติ (The United Nations: UN) การจัดตั้งธนาคารโลก (World Bank) การจัดตั้งกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (The International Monetary Fund: IMF) อีกทั้งยัง ผลักดันให้เกิดข้อตกลงการค้าเสรีต่าง ๆ ผลจากการเกิดองค์การ ที่มีอำนาจเหนือรัฐเหล่านี้ ทำให้เกิด การลงทุน การค้าขาย การผลิต และความต้องการแรงงานต่าง ๆ ตามมาอีกมากมาย การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ เกิดจากบรรษัทร่วมทุนหลายชาติ ซึ่งในช่วง ค.ศ. 1945 - ต้น ค.ศ. 1970 ได้ทำให้ทุนเกิดการพัฒนา ไปเป็นทุนแบบ 2 ชั้น กล่าวคือ ทุนชั้นแรกหมายถึง ทุนภายในชาติ และทุนชั้นที่ 2 หมายถึง ทุนข้าม ชาติ แต่ในที่สุดทุนของรัฐ (ทุนภายในชาติ) ก็สู้ทุนข้ามชาติไม่ได้ ทำให้นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1970 เป็นต้นมา ประเทศสหรัฐอเมริกาได้เริ่มปลุกฝังอุดมการณ์การค้าเสรี ซึ่งทั้งหมดเป็นผลมาจากความก้าวหน้า

ของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 อีกทั้งยังทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับประชาสังคม ในระดับโลกเปลี่ยนแปลงไป โดยทั่วไปการเกิดรัฐชาติจะแบ่งเป็นภาครัฐและภาคประชาสังคม (ภาคประชาสังคมเป็นเรื่องของกิจการส่วนตัว เช่น ครอบครัว การทำงาน ศาสนา) กระแสโลกาภิวัตน์ทำให้หลักการของภาคประชาสังคมสามารถท้าทายภาครัฐได้ในฐานะที่เป็นพลเมืองที่มีสิทธิทางการเมือง และแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของภาคประชาสังคมที่เข้มข้นขึ้น เช่น ภาคประชาสังคมพัฒนาไปเป็นความสัมพันธ์ในระดับโลก และกลายเป็นบริษัทข้ามชาติ รัฐ หรือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะมีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นหลากหลายไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยีการสื่อสาร แต่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่ได้มีแค่ด้านบวกเท่านั้น แต่ยังมีด้านลบที่ตามมาไม่ว่าจะเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาความเหลื่อมล้ำระหว่างเมืองและชนบท ปัญหาการถูกรุกรานจากความทันสมัย ความเข้มข้นของระบอบทุนนิยม ปัญหาการละเมิดสิทธิมนุษยชนหรือการเกิดกระบวนการที่เรียกว่าท้องถิ่นนิยมที่เป็นกระแสนของการต่อต้านโลกาภิวัตน์ขึ้นมา

ผู้วิจัยมองว่าเงื่อนไขที่ทำให้เกิดโลกาภิวัตน์มีหลายประการด้วยกัน แต่ประการที่สำคัญที่สุด คือ การขยายตัวของทุนนิยม เพราะก่อนสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 เรื่องทุนนิยมเป็นเรื่องของผลประโยชน์ของชาติเป็นหลัก แต่หลังจากเกิดสงครามโลก 2 ครั้ง และประเทศสหรัฐอเมริกาเข้าไปจัดระเบียบโลกใหม่ ทำให้โครงสร้างเศรษฐกิจขยายตัวสู่ระดับภูมิภาคหรือระดับโลกมากขึ้น และอีกเงื่อนไขที่ผู้วิจัยมองว่ามีผลอย่างยิ่งต่อการเกิดโลกาภิวัตน์คือ การปฏิวัติวิธีการผลิตในปี ค.ศ. 1970 อันเป็นผลจากการพัฒนาระบบไมโครอิเล็กทรอนิกส์ (Microelectronic) ทำให้คอมพิวเตอร์มีขนาดเล็กลง มีสมรรถนะสูงขึ้น แต่ราคาถูกลง ทั้งหมดเป็นผลมาจากการสร้างชิป (Chip) ซึ่งเป็นหน่วยประมวลผลกลางซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่ ส่งผลให้อัตราการใช้คอมพิวเตอร์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจนแทบจะไม่มีสินค้าหรือบริการใดเลยที่ไม่ใช้คอมพิวเตอร์ การเปลี่ยนแปลงคอมพิวเตอร์ครั้งนี้ทำให้เกิดสิ่งต่าง ๆ ตามมาอีกมาย เช่น การรับส่งข้อมูล การพัฒนาความรู้ ความร่วมมือระหว่างประเทศเติบโตมากขึ้น โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่รัฐชาติเท่านั้น แต่เกิดขึ้นทั่วโลก กล่าวได้ว่าการเกิดขึ้นของคอมพิวเตอร์ทำให้เวลาและสถานที่ถูกย่อเข้าหากันมากขึ้น Teeple (2000, pp. 10-21)

3. กรอบในการศึกษาโลกาภิวัตน์

โลกาภิวัตน์ก่อตัวตั้งตั้งแต่ปี ค.ศ. 1970 (Ferguson & Mansbach, 2012, p. 1) และถือกำเนิดครั้งแรกในปี ค.ศ. 1972 ในหนังสือของ George Modelski เรื่อง หลักการเมืองโลก (The Principle of World) ซึ่งในปัจจุบันโลกาภิวัตน์เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย (นรุตม์ เจริญศรี, 2563, น .252) ภายหลังจากที่มีการคิดค้นคอมพิวเตอร์ซึ่งนับว่าเป็นนวัตกรรมสำคัญที่นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงด้านการติดต่อสื่อสาร และคำว่าโลกาภิวัตน์ถูกพูดถึงมากยิ่งขึ้นในปี ค.ศ. 1990 (Ghali, 1996, p. 1) แต่กั

เป็นการยากที่จะทำความเข้าใจว่าโลกาภิวัตน์คืออะไร ดังนั้น ผู้วิจัยขอนำเสนอกรอบแนวคิด และ ทฤษฎีในการศึกษาโลกาภิวัตน์ ดังนี้

Giddens (1988, pp. 30-31) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ ซึ่งเป็นทฤษฎีปฏิสัมพันธ์ เนื้อเวลาและพื้นที่ (Time/space distancing) ซึ่งเป็นแนวคิดเกี่ยวกับเวลาและสถานที่ โดยเหตุการณ์ หรือการกระทำต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสถานที่ห่างไกลไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเมือง เศรษฐกิจ สังคม หรือวัฒนธรรม ผู้คนสามารถรับรู้เหตุการณ์ หรือการกระทำของกันและกันได้อย่างรวดเร็ว ซึ่ง เกิดจากกระบวนการที่โลกเกิดการย่อเข้าหากันด้วยกระบวนการทางเทคโนโลยีการสื่อสาร และ Anthony Giddens ยังกล่าวอีกว่าแนวคิดเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ ไม่ได้เป็นเรื่องของเศรษฐกิจเพียงด้าน เดียวแต่เป็นการผสมผสานกันทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม หรือวัฒนธรรม ทำให้คนทั้งโลก เชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิดและรวดเร็วขึ้น ทำให้ความสัมพันธ์ในระดับโลกมีความเข้มข้นขึ้น

Hoogvelt (1997, pp. 116-121) ได้กล่าวถึงโลกาภิวัตน์ในทฤษฎีย่อโลกและจิตสำนึก โลก (World compression and global consciousness) โดยใช้กรอบทฤษฎีระบบของ Parsons ในการวิเคราะห์ ซึ่ง Robertson เห็นว่ามีการสร้างระบบสังคมขึ้นในระดับโลก เช่น การค้าและการ ผลิตระหว่างประเทศ หรือความร่วมมือระหว่างรัฐและองค์การระหว่างประเทศ (ทางการเมือง) เนื่องจากการขึ้นของสังคมโลก Robertson มองว่ามีความสัมพันธ์กับโลกาภิวัตน์ และ Robertson ได้กล่าวถึงโลกาภิวัตน์ว่าเกิดจาก 2 ปัจจัย คือ การย่อโลกและจิตสำนึกโลก โดยที่การย่อโลกหมายถึง การรู้สึกที่โลกถูกลดเหลือเพียงใบไม้เดียว การกระทำของคนในโลกจึงทำให้มีผลต่อกันและกัน ทำให้คนรับรู้ถึงกันในด้านต่าง ๆ และการย่อโลกนี้ยังทำให้เกิดจิตสำนึกโลกที่หมายถึงการเป็นพลเมือง ของโลก ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นผลมาจากการสื่อสาร โดย Robertson เห็นว่าโลกาภิวัตน์มีมาตั้งแต่ยุค ทุนนิยมและภาวะสมัยใหม่ เพียงแต่ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาที่มีตัวเร่งให้เกิดกระบวนการโลกาภิวัตน์ มากขึ้น อีกทั้งยังทำให้จิตสำนึกโลกมีความหมายมากขึ้น เนื่องจากประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมี ความสัมพันธ์กับมนุษย์ทั้งหมด จึงเกิดการรับรู้ปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน

Hall & McLennan (1992, pp. 5-6) ได้สรุปแนวคิดโลกาภิวัตน์ ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับ แนวคิดของ Anthony Giddens โดยกล่าวว่าโลกาภิวัตน์มีความสัมพันธ์ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม หรือวัฒนธรรม โดยมีลักษณะเป็นไปในทางเดียวกัน และเกิดการตระหนักถึงกันและกันมากขึ้น เป็นผลจากการที่โลกถูกย่อเข้าหากันทำให้ผู้คนใกล้ชิดกันมากขึ้นกว่าในอดีต โดย Stuart Hall, David Held และ Gregor McLennan ได้กล่าวเพิ่มเติมอีกว่าในขณะที่เดียวกันโลกาภิวัตน์ที่ทำให้คน ตระหนักถึงกันและกันมากขึ้นนี้ ก็ทำให้ผู้คนตระหนักถึงความแตกต่างกันด้วยเช่นกัน ซึ่งประเด็นนี้ เรียกว่า กระแสการต่อต้านโลกาภิวัตน์ เช่น ประเด็นระหว่างโลกาภิวัตน์กับรัฐชาติเกี่ยวกับเรื่องของการลดทอนอำนาจอธิปไตยของรัฐ ดังที่ Bauman (1992, pp. 144) ได้แสดงความเห็นว่าอำนาจ

อธิปไตยของรัฐยังคงมีอยู่ แต่อำนาจนั้นได้ถูกลดทอนหรือเกิดการเคลื่อนย้ายไปสู่เวทีระดับโลกมากขึ้น ด้วยอิทธิพลของกระบวนการโลกาภิวัตน์

รัฐรุคมิ เสนาคำ (2549, น. 7-8) ได้กล่าวถึงแนวคิดโลกาภิวัตน์ของ Ludger Pries ซึ่งสามารถแบ่งโลกาภิวัตน์ได้ 2 แนวคิด แนวคิดแรกเป็นแนวคิดที่มองว่าโลกาภิวัตน์เป็นการลดทอนพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ กล่าวคือ สื่อสมัยใหม่มีส่วนที่ทำให้โลกแคบลง เมื่อเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ จากที่หนึ่งของโลกก็จะมีผลกระทบต่อคนที่หนึ่งของโลก ส่วนแนวคิดที่สอง คือ แนวคิดที่มองว่าโลกาภิวัตน์เป็นความสัมพันธ์ของคนในสังคม โดยความสัมพันธ์ไม่ได้จำกัดอยู่แค่พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเท่านั้นแต่ขยายข้ามพรมแดน หรือเรียกได้ว่าเป็นความสัมพันธ์ที่ขยายไประดับโลก

จากการนำเสนอแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ข้างต้น ยังมีข้อถกเถียงเกี่ยวกับมุมมองที่แตกต่างกันของโลกาภิวัตน์ โดยสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มโลกานิยม เป็นกลุ่มที่เชื่อในโลกาภิวัตน์อย่างแท้จริง และเห็นว่าโลกาภิวัตน์เกิดขึ้นจริง (Scholte, 2000, p. 17) ภายใต้แนวคิดของกลุ่มโลกานิยมสามารถแบ่งเป็นกลุ่มย่อยได้อีก 2 กลุ่ม ดังนี้

โลกานิยมสายเสรีนิยมใหม่ (Neoliberals) โดยกลุ่มโลกานิยมสายเสรีนิยมใหม่เห็นว่าโลกาภิวัตน์เป็นสิ่งที่ดี และทำให้คนที่อยู่ห่างไกลกันมีส่วนร่วมและมีความเข้าใจกันและกันมากขึ้น (Held et al., 1999, pp. 3-4)

โลกานิยมสายมาร์กซิสต์ใหม่ (Neo-Marxist) (Held et al., 1999, pp. 3-4) กลุ่มโลกานิยมสายมาร์กซิสต์ใหม่แม้ว่าจะมีอุดมการณ์ทางการเมืองต่างจากกลุ่มเสรีนิยมใหม่ แต่ยังคงเชื่อว่าโลกาภิวัตน์เกิดขึ้นจริงแต่เป็นเรื่องของเศรษฐกิจเป็นหลัก โดยมีลักษณะที่เป็นการเชื่อมโยงเศรษฐกิจโลกและมีผลกระทบต่อรัฐ-ชาติ ซึ่งกลุ่มโลกานิยมสายมาร์กซิสต์ใหม่จะมองโลกาภิวัตน์ในแง่ที่เห็นว่าโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกัน เศรษฐกิจและการเมืองอาจถูกครอบงำโดยกลุ่มประเทศใดประเทศหนึ่ง

กลุ่มที่ 2 กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่สงสัยในโลกาภิวัตน์ (Held & McGrew, 2003, p. 5) และโต้แย้งว่าโลกาภิวัตน์เป็นเพียงแค่เรื่องของมายาคติ ดังนั้นโลกาภิวัตน์จึงเป็นเพียงอุดมการณ์ของทุนนิยม ซึ่งกลุ่มที่สงสัยในโลกาภิวัตน์มองว่าเศรษฐกิจไม่ได้เกิดการหมุนเวียนได้แท้จริง แต่ถูกจำกัดอยู่แค่ประเทศผู้นำทางเศรษฐกิจ ดังนั้น โลกาภิวัตน์ดังกล่าวไว้จึงไม่ได้เกิดขึ้นจริง

กลุ่มที่ 3 กลุ่มที่มีจุดยืนตรงกลางระหว่างกลุ่มโลกานิยม และกลุ่มที่สงสัยในโลกาภิวัตน์ ซึ่งกลุ่มที่มีจุดยืนตรงกลางนี้เชื่อเหมือนกับกลุ่มโลกานิยมว่าโลกาภิวัตน์เกิดขึ้นจริง แต่กลุ่มนี้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นไม่แน่นอน โดยมองว่าการวัดว่าสิ่งใดที่เป็นโลกาภิวัตน์เป็นเรื่องที่ซับซ้อนกว่ากลุ่มโลกานิยมและกลุ่มที่สงสัยในโลกาภิวัตน์มอง (Scholte, 2000, p. 18)

4. โลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม

โลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงมิติทางเศรษฐกิจ มิติทางการเมือง มิติทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงมิติทางด้านวัฒนธรรม เนื่องจากกระบวนการโลกาภิวัตน์ส่งผลให้เกิดการไหลบ่าของวัฒนธรรม หรือที่เรียกว่าวัฒนธรรมข้ามพรมแดน โดยมีอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อสำคัญในการผลักดันให้เกิดการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร คือ ปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดโลกาภิวัตน์ และมีบทบาทสำคัญที่ทำให้ผู้คนสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องคำนึงถึงเรื่องพื้นที่และเวลา (พรรณพิลาศ กุลติก, 2560, น. 64) และด้วยความเจริญด้านเทคโนโลยีการสื่อสารนี้เองที่ทำให้ผู้คนเกิดการรับรู้วัฒนธรรมของพื้นที่ต่าง ๆ ได้มากขึ้น (อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2555, น. 80-89) ดังนั้น โลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมก็เป็นผลพวงมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้วัฒนธรรมหลุดออกจากพื้นที่หรือวัฒนธรรมจากที่หนึ่งสามารถเคลื่อนย้ายไปยังอีกที่หนึ่งได้

โลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม คือ วัฒนธรรมหลุดออกจากพื้นที่ เช่น ชุมชน เมือง หรือประเทศ ไปสู่พื้นที่ใหม่ด้วยตัวของมันเอง หรือด้วยการนำพาไปของภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคประชาชน ซึ่งโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมเป็นการแพร่กระจายวัฒนธรรมข้ามชาติหรือข้ามพรมแดน ในอดีต การเคลื่อนย้ายวัฒนธรรมจะเกิดขึ้นอย่างช้า ๆ ผ่านสงคราม การค้า การอพยพย้ายถิ่น แต่ในปัจจุบันมีสิ่งที่เอื้อให้วัฒนธรรมเคลื่อนย้ายได้เร็วยิ่งขึ้น คือ เทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้การส่งต่อวัฒนธรรมในปัจจุบันมีมากกว่าในอดีต ซึ่งเป็นผลมาจากกระบวนการของโลกาภิวัตน์ที่เป็นตัวการสำคัญที่ทำให้วัฒนธรรมที่เคยอยู่กับพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งถูกแพร่กระจายไปได้อย่างรวดเร็วทั้งในรูปแบบที่จับต้องได้ และรูปแบบที่จับต้องไม่ได้ อย่างเช่น การแต่งกาย การกิน แฟชั่น ดนตรี อาหาร เครื่องดื่ม วัฒนธรรมการท่องเที่ยว และเมื่อวัฒนธรรมใดหลุดออกจากพื้นที่ไปเจอกับวัฒนธรรมอื่น ในบางครั้งทำให้วัฒนธรรมเหล่านี้เกิดวัฒนธรรมใหม่ ๆ ซึ่งอาจจะเป็นทั้งด้านบวกหรือด้านลบก็ได้ หรืออาจจะทำให้เกิดการปรับตัวทางวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมใหม่อาจมาครอบงำวัฒนธรรมเก่า หรืออาจจะเกิดการต่อต้านวัฒนธรรมนั้น ๆ หรืออาจทำให้เกิดการผสมกลมกลืนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม ดังนั้น การไหลเวียนวัฒนธรรมหรือการแพร่กระจายของวัฒนธรรมดังกล่าว อาจจะไม่ได้ทำให้วัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่งหายไป แต่อาจเกิดการแลกเปลี่ยน ปรับตัว (ณัชชาภัทร อมรกุล, 2561, น. 10-11) แต่ในขณะที่เกิดการไหลเวียนทางวัฒนธรรมมีอีกหลายวัฒนธรรมที่พยายามแยกตัวเองมาจากวัฒนธรรมโลก เช่น วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อปกป้องวัฒนธรรมของตน ซึ่งบางครั้งก็เกิดการผลักดันให้วัฒนธรรมท้องถิ่นโดดเด่นขึ้นมา หรือบางครั้งก็เกิดการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมโลก และวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าด้วยกัน (Lewellen, 2002, p. 54)

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดและทฤษฎีของ Anthony Giddens เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ เนื่องจากในปัจจุบันโลกกลายเป็นสังคมเดียวกันที่มีความสัมพันธ์กันทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ที่มีความใกล้ชิดกันมากขึ้นทั้งในด้านการรับรู้และการกระทำ ซึ่งเป็นผล มาจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้ทำลายข้อจำกัดต่าง ๆ ในเรื่องพรมแดนและระยะทาง จึงทำให้เกิดการไหลบ่าของวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบันโดยมีสื่อมวลชนทำหน้าที่ในการถ่ายทอดวัฒนธรรมเกาหลีไปสู่ประเทศต่าง ๆ ผ่านสื่อโดยสอดแทรก แฟชั่น อาหาร เครื่องสำอาง เครื่องแต่งกาย และวัฒนธรรม มากับอุตสาหกรรมบันเทิง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสาร

1. ความหมายของการสื่อสาร

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2535, น. 3-171) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารไว้ว่าเป็นการติดต่อกับคนอื่น เป็นการแลกเปลี่ยนในเรื่องต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ที่ติดต่อกับสิ่งนั้น การติดต่อสื่อสารอาจเป็นสัญลักษณ์ ภาษา เสียงบันทึก ข้อความ จดหมาย ที่สามารถสื่อถึงสิ่งที่ต้องการออกมาได้

แมนมาส ซวลิต (2543, น. 6) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารไว้ว่า เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารของมนุษย์ภายใต้สภาพแวดล้อม และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์

ราชบัณฑิตยสถาน (2546, น. 116) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารไว้ว่า “การนำถ้อยคำ ข้อความ หรือหนังสือ จากบุคคลหนึ่ง หรือสถานที่หนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งหรือสถานที่หนึ่ง”

วิทยา ด้านธำรงกุล (2546, น. 297) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารไว้ว่าเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งการสื่อสารต้องประกอบด้วยความเข้าใจในความหมายของสารด้วย

สุรัตน์ ตรีสุกุล (2546, น. 92-117) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารไว้ 2 ความหมาย คือ การสื่อสารที่เน้นการอธิบายในภาพรวม ซึ่งเป็นกระบวนการในการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนสารระหว่างคู่สื่อสาร ผ่านสารเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจ และอีกความหมายหนึ่งก็คือ การสื่อสารที่เน้นความเข้าใจ เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นหลัก ซึ่งหมายถึง การสร้างความหมายสำหรับคู่สื่อสารซึ่งสัมพันธ์ต่อกันตลอดการสื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเข้าใจกัน

สมยศ นาวิการ (2546, น. 417) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารไว้ว่าเป็นการถ่ายทอดข้อมูลจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง โดยการสื่อสารบุคคลทั้งสองจะต้องเข้าใจสิ่งที่ถูกถ่ายทอด การติดต่อสื่อสาร จึงจะบรรลุผล

อุปรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2550, น. 4) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารไว้ว่าเป็นกระบวนการในการถ่ายทอดสารจากฝ่ายหนึ่งไปยังฝ่ายหนึ่ง ประกอบด้วย ผู้สื่อสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทาง การสื่อสาร (Channel) ผู้รับสาร (Receiver) โดยมีรูปแบบที่หลากหลาย อีกทั้งการสื่อสารไปมาระหว่างกันของผู้สื่อสารเป็นการสื่อสารสองทาง

Miller (1951, pp. 11-13) กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารไว้ว่าเป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากอีกที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

Berelson et al. (1954, p. 18) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารไว้ว่าเป็นกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก ทักษะ ฯลฯ โดยใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ

Weaver (1949, pp. 11-15) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารไว้ว่ามีความหมายกว้างครอบคลุมถึงจิตใจของคน ซึ่งการสื่อสารไม่ได้หมายถึงการพูดหรือเขียนเพียงอย่างเดียว แต่หมายรวมถึงพฤติกรรมของมนุษย์

Berlo (1960, p. 12) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารไว้ว่า เป็นการตีความหมายโดยสัญชาตญาณต่อสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์

Osgood et al. (1957, p. 12) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารไว้ว่า ผู้ส่งสารมีอิทธิพลต่อผู้รับสารโดยใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ผ่านการเชื่อมโยงกันทั้งสองฝ่าย

Devito (1978) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารไว้ว่า เป็นการกระทำโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ทั้งในการรับสารและการส่งสาร และบางครั้งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอาจจะถูกบิดเบือนได้

จากความหมายของการสื่อสารข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการในการถ่ายทอดจากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคล ไปยังบุคคล หรือกลุ่มบุคคล เพื่อให้เกิดผลบางประการกับผู้รับสาร ผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน โดยมุ่งหวังให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

2. องค์ประกอบของการสื่อสาร

Berlo (1960, pp. 72-74) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการสื่อสารไว้ 4 ประเภท ได้แก่

1. ผู้ส่งสาร (Sender) หมายถึง บุคคล หรือกลุ่มบุคคล ซึ่งเป็นผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร สามารถพิจารณาได้ 5 ประการ ดังนี้

1.1 การสื่อสารด้วยวจนภาษา ประกอบด้วย

1.1.1 การเข้ารหัส ได้แก่ การเขียนและการพูด

1.1.2 การถอดรหัส ได้แก่ การฟังและการอ่าน

1.1.3 การคิดและการใช้เหตุผล สำคัญมากต่อการเข้ารหัส และการถอดรหัส

1.2 การสื่อสารด้วยอวจนภาษา คือ การใช้ภาษาท่าทาง ภาษากาย

1.3 ทัศนคติ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท

1.3.1 ทักษะที่ผู้ส่งสารมีต่อตนเอง หมายถึง การประเมินตนเองในการส่งสาร ทั้งด้านบวกและด้านลบ ที่มีต่อการสื่อสารของผู้รับสาร

1.3.2 ทักษะต่อเรื่องที่จะสื่อสาร หมายถึง ความรู้สึกต่อเรื่องที่จะสื่อสาร

1.3.3 ทักษะต่อผู้รับสาร หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อผู้รับสาร

1.4 ความรู้ ประกอบด้วย

1.4.1 ความรู้เรื่องที่จะสื่อสาร หมายถึง ระดับความรู้ความเข้าใจต่อเรื่องที่จะสื่อสาร

1.4.2 ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการที่สื่อสาร หมายถึง ทักษะที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร

1.4.3 สถานภาพทางสังคมและวัฒนธรรม หมายถึง วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ค่านิยม เป็นต้น ของผู้ส่งสาร และผู้รับสารใกล้เคียงกัน

1.4.4 ขอบเขตของประสบการณ์ หมายถึง ประสบการณ์ของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร หากคู่สื่อสารมีประสบการณ์ร่วมกันก็จะเข้าใจสารได้ตรงกันมากขึ้น

2. ข่าวสาร (Message) หมายถึง ผลที่เกิดจากการเข้ารหัสของผู้ส่งสาร เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตอบสนอง โดยสามารถพิจารณาได้ 3 ประการ คือ

2.1 รหัสของสาร หมายถึง สัญลักษณ์ที่ใช้แทนสิ่งต่าง ๆ

2.2 เนื้อหาของสาร หมายถึง ข้อความที่ต้องการสื่อไปยังผู้รับสาร

2.3 การเลือกหรือการจัดลำดับ หมายถึง การเลือกหรือการจัดลำดับรหัสสาร และเนื้อหา

3. ช่องทางสาร (Channel) หมายถึง ตัวกลางในการนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยมีปัจจัย 6 ประการ ได้แก่

3.1 ผู้ส่งสาร พิจารณาจาก ทักษะในการสื่อสารของผู้ส่งสาร

3.2 ผู้รับสาร พิจารณาจาก ทักษะในการสื่อสารของผู้รับสาร

3.3 สาร พิจารณาจาก สารที่ต้องการส่งไปยังผู้รับสารว่าเหมาะสมกับสื่อประเภทใด

3.4 สื่อ พิจารณาจาก ศักยภาพของสื่อในการเข้าถึงกลุ่มผู้รับสาร

4. ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่ได้รับสารที่ส่งมาจากผู้ส่งสาร โดยมีปัจจัย 5 ประการดังนี้

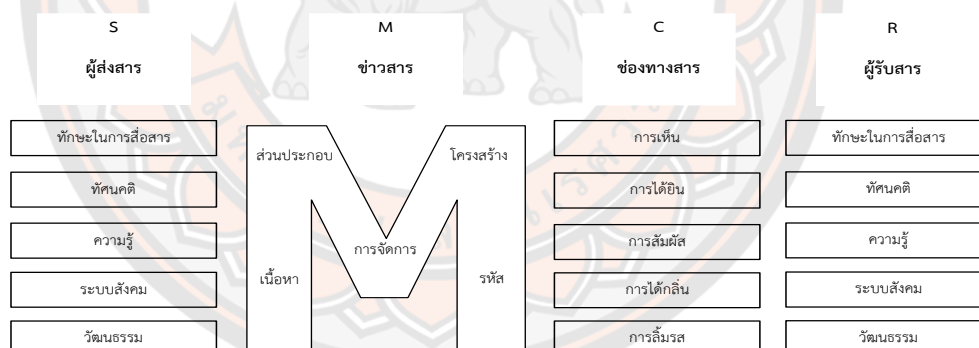
4.1 การสื่อสารด้วยวัจนภาษา ประกอบด้วย

4.1.1 การเข้ารหัส ได้แก่ การเขียนและการพูด

4.1.2 การถอดรหัส ได้แก่ การฟังและการอ่าน

4.1.3 การคิดและการใช้เหตุผล สำคัญมากต่อการเข้ารหัส และการถอดรหัส

- 4.2 การสื่อสารด้วยอวัจนภาษา คือ การใช้ภาษาท่าทาง ภาษากาย
- 4.3 ทักษะคน สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท
- 4.3.1 ทักษะคนที่ผู้รับสารมีต่อตนเอง หมายถึง การประเมินตนเองในการรับสาร ทั้งด้านบวกและด้านลบ ที่มีต่อการสื่อสารของผู้รับสารและผู้ส่งสาร
- 4.3.2 ทักษะคนต่อเรื่องที่จะสื่อสาร หมายถึง ความรู้สึกต่อเรื่องที่จะสื่อสาร
- 4.3.3 ทักษะคนต่อผู้ส่งสาร หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อผู้ส่งสาร
- 4.4 ความรู้ ประกอบด้วย
- 4.4.1 ความรู้เรื่องที่จะสื่อสาร หมายถึง ระดับความรู้ความเข้าใจต่อเรื่องที่จะสื่อสาร
- 4.4.2 ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการที่สื่อสาร หมายถึง ทักษะที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร
- 4.4.3 สถานภาพทางสังคมและวัฒนธรรม หมายถึง วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ค่านิยม เป็นต้น ของผู้ส่งสาร และผู้รับสารใกล้เคียงกัน
- 4.4.4 ขอบเขตของประสบการณ์ หมายถึง ประสบการณ์ของผู้รับสาร และผู้ส่งสาร หากผู้สื่อสารมีประสบการณ์ร่วมกันก็จะเข้าใจสารได้ตรงกันมากขึ้น



ภาพ 1 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารตามแนวคิดของ David K. Berlo

หมายเหตุ: จาก “ทฤษฎีและพฤติกรรมสื่อสาร (Communication Theories and Behavior)” (พิมพ์ครั้งที่ 15, น. 131-136) โดย ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2558. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.

Berlo ได้อธิบายแนวคิดแนวคิดด้วยแบบจำลอง SMCR ซึ่ง Berlo เน้นว่าในการสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ส่งสารสามารถเป็นบุคคลเดียวกับผู้รับสารได้ และผู้รับสารก็สามารถเป็นบุคคลเดียวกับผู้ส่งสารได้ ซึ่งการสื่อสารจะต้องประกอบด้วย SMCR คือ ผู้ส่งสาร (Sender) ข่าวสาร (Message) ช่องทางสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) และหากว่าในการส่งสารนั้นมีสิ่งรบกวนความเที่ยงตรงของสารก็จะลดลงด้วย (กาญจนา มีศิลปะวิกัย, 2553, น. 29) ซึ่งแบบจำลอง SMCR ของ Berlo ได้พัฒนามาจนถึงปัจจุบันซึ่งแสดงให้เห็นว่าการสื่อสารที่มีลักษณะเป็นกระบวนการ และมีผลกระทบต่อกัน ต้องทำงานร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร จึงจะได้ตัวสารออกมา (ประมะ สตะเวทิน, 2535, น. 65)

3. การสื่อสารในปัจจุบัน

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2550, น. 4) ได้แบ่งประเภทของการสื่อสารในปัจจุบันไว้ 4 ประเภท ดังนี้

1. ระดับบุคคล หมายถึง การสื่อสารระหว่างกันสองคน ที่เรียกว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)
2. ระดับกลุ่มบุคคล หมายถึง การสื่อสารระหว่างกลุ่ม (Group Communication)
3. ระดับองค์กร หมายถึง การสื่อสารระหว่างกลุ่มคนที่รวมตัวกันที่ทำงานในลักษณะองค์กร (Organization Communication)
4. ระดับมวลชน หมายถึง การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

เนื่องจากโลกในปัจจุบันกลายเป็นโลกที่เชื่อมโยงเข้าถึงกันทั้งหมดที่เรียกว่า โลกาภิวัตน์ เทคโนโลยีการสื่อสารมีการขยายขอบเขตและมีความรวดเร็ว เทคโนโลยีเหล่านี้ก่อให้เกิดการเพิ่มช่องทางในการติดต่อ และการสร้างสรรค์เนื้อหาในรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงเกิดการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ในการนี้สิ่งที่เข้ามามีบทบาทหลัก คือ สื่อสารมวลชน (กาญจนา แก้วเทพ, 2553, น. 179) โดยความสำคัญของสื่อสารมวลชน คือ กระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคมากขึ้น เนื่องจากพลังของการสื่อสารสามารถถ่ายทอดค่านิยม วัฒนธรรม และทำให้เกิดความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม และสังคมแบบใหม่ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550, น. 570) ดังนั้นการเติบโตของการสื่อสารมวลชนมีผลต่อสังคมโดยรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกับด้านทัศนคติ ก่อให้เกิด การแข่งขันที่ผลิตงานที่มีคุณค่า ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจและก่อให้เกิดการผลิตบุคลากรเพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรมบันเทิงมากขึ้น รวมทั้งก่อให้เกิดสื่อในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ปรับปรุง หรือปรับตัวเพื่อการแข่งขันที่สูงขึ้น (กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย, 2556, หน้า 13)

สื่อสารมวลชนที่กล่าวไปข้างต้น เป็นคำที่มาจากภาษาอังกฤษว่า Mass Communication ซึ่งหมายถึง การติดต่อสื่อสารที่เผยแพร่ไปสู่คนจำนวนมาก ซึ่งผู้รับสารนั้นอาจจะอยู่ห่างไกลกัน แต่การสื่อสารประเภทนี้ผู้ส่งสาร และผู้รับสารไม่จำเป็นต้องเผชิญหน้ากันโดยตรง เป็นการสื่อสารผ่านสื่อ

และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการส่งสาร โดยสื่อสารมวลชนทำหน้าที่ถ่ายทอดเนื้อหาให้ผู้คนจำนวนมาก รับรู้ได้ภายในเวลาเดียวกัน (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2549)

ผู้วิจัยใช้แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารของ Berlo เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ เนื่องจากทฤษฎี ของ Berlo เป็นกระบวนการทำงานร่วมกันของผู้ส่งสาร ช่องทางสาร สาร ผู้รับสาร และได้ตัวสารออกมา เนื่องจากในปัจจุบันเป็นการ สื่อสารไร้พรมแดน หรือยุคโลกาภิวัตน์ ข้อมูลข่าวสารสามารถส่งถึงกันได้ ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็ว โดยช่องทางที่สามารถช่วยให้ส่งข้อมูลข่าวสารได้ถึงกันอย่าง รวดเร็ว คือ “สื่อสารมวลชน” ซึ่งสื่อมวลชนในปัจจุบันไม่ได้ทำหน้าที่ในการส่งต่อข้อมูลข่าวสารภายในประเทศ เท่านั้นแต่ยังรวมไปถึงการเผยแพร่ไปยังนานาประเทศด้วย โดยเฉพาะเรื่องวัฒนธรรม เราสามารถรับรู้ วัฒนธรรมของต่างประเทศได้โดยแฝงมากับเนื้อหาของสื่อได้ ดังนั้น สื่อจึงเป็นตัวกลางสำคัญใน การถ่ายทอดสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาษา ประเพณี ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนวัฒนธรรม ซึ่งเห็นได้จากอิทธิพลของสื่อบันเทิงที่ในปัจจุบันเรียกว่า กระแสเกาหลี หรือวัฒนธรรมสมัยนิยม เกาหลีที่มีการสอดแทรกวัฒนธรรมลงไปเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อบันเทิง ซึ่งทฤษฎีของ Berlo เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัยชิ้นนี้ เพราะวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีใช้สื่อบันเทิงในการนำเสนอ ภาพลักษณ์ของประเทศเกาหลีได้ออกสู่ภายนอก ทำให้เกิดการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมไปสู่ ประเทศอื่น ๆ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยม

1. วัฒนธรรมคืออะไร

ยศ สันตสมบัติ (2537, น. 11-12) ได้กล่าวถึงวัฒนธรรมตามความหมายของนักมานุษยวิทยา ซึ่งได้พัฒนาขึ้นในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 โดยนักมานุษยวิทยาชาวอังกฤษ ซึ่งแปลความหมาย วัฒนธรรมวัฒนธรรมต่างกันไปตามแนวคิดทฤษฎีของแต่ละคนที่ใช้ โดยลักษณะสำคัญของวัฒนธรรม ที่นักมานุษยวิทยาทั่วโลกสรุปไว้มี 6 ประการ คือ

1. วัฒนธรรมเป็นความคิดร่วม และค่านิยมทางสังคม คนในวัฒนธรรมเดียวกันสามารถ คาดคะเนพฤติกรรมของผู้อื่นได้
2. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์เรียนรู้ ซึ่งเปรียบเสมือน “มรดกทางสังคม” ที่เกิดการถ่ายทอด จากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง รวมถึงประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับจากการเป็นสมาชิกของสังคม
3. วัฒนธรรมมีพื้นฐานมาจากการใช้สัญลักษณ์ในชีวิตประจำวัน เกี่ยวข้องกับการใช้ สัญลักษณ์ต่าง ๆ ซึ่งสัญลักษณ์สำคัญที่มนุษย์ใช้ คือ ภาษา เป็นเครื่องมือในการสื่อความหมายระหว่าง กันและกัน และยังช่วยให้มนุษย์สามารถถ่ายทอดความรู้ไปยังคนรุ่นหลังต่อไป

4. วัฒนธรรมเป็นองค์รวมของความรู้และภูมิปัญญา ซึ่งวัฒนธรรมช่วยให้มนุษย์ปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม อีกทั้งยังเป็นพื้นฐานของการพัฒนาความเจริญทางเทคโนโลยี

5. วัฒนธรรม คือ การที่มนุษย์นิยามความหมายให้กับสิ่งต่าง ๆ รอบตัว และในการกำหนดนิยามความหมายต่าง ๆ มนุษย์ได้สร้างสถาบัน หรือองค์กรเพื่อทำหน้าที่รองรับการตีความดังกล่าว

6. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่ง มีการเปลี่ยนแปลงปรับตัวอยู่ตลอดเวลา ซึ่งมีหลายประการด้วยกัน เช่น ค่านิยมจากวัฒนธรรมอื่น การแพร่กระจายทางวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี กล่าวคือ หากเทคโนโลยีเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและวัฒนธรรมหรือประเพณีเปลี่ยนแปลงตามไม่ทันจะส่งผลทำให้เกิด “วัฒนธรรมล่า” (Culture Lag) มีผลกระทบทำให้วัฒนธรรมแยกสลายหรือทำให้รู้สึกแปลกแยก

วัฒนธรรมสมัยนิยมในยุคก่อนมักมุ่งความสนใจไปที่สิ่งที่เรียกว่า “ศิลปวัฒนธรรม” เนื่องจาก Matthew Arnold นักทฤษฎีชาวอังกฤษในคริสต์ศตวรรษที่ 19 ทำให้การศึกษาวัฒนธรรมสมัยก่อนจำกัดเฉพาะวัฒนธรรม และศิลปะของชนชั้นสูง แต่เมื่อสำนักวัฒนธรรมศึกษาได้ก่อตั้งขึ้นโดยการหยิบยืมแนวคิดของ Gustav Klemm ทำให้คำจำกัดความของวัฒนธรรมหมายรวมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้น หรือที่ Raymond Williams นักวิชาการชาวอังกฤษ เรียกว่า วัฒนธรรมปกติธรรมดา (Culture of the ordinary) หรือ Graeme Turner กล่าวว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ปกติธรรมดา และดำรงอยู่ในชีวิตประจำวัน ดังนั้น การศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน และเป็นวัฒนธรรมที่ร่วมสมัย (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551, น. 642-643) โดยวัฒนธรรมสมัยนิยม มีความแตกต่างกันตามวิถีคิดและทฤษฎี ซึ่งอาจแยกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. วัฒนธรรมมวลชน ช่วงเวลานี้ได้เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรม (ช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 - คริสต์ศตวรรษที่ 20) มีการผลิตสินค้าเพื่อมวลชนจำนวนมาก เกิดการขยายตัวของเมือง และคนต้องการสินค้าอุตสาหกรรมเพื่อตอบสนองความสะดวกสบาย ทำให้วัฒนธรรมถูกมองว่าเป็นวัฒนธรรมบริโภคภายใต้ทุนนิยม โดยเฉพาะในสังคมอเมริกา โดยทุนสังคมในระบบอเมริกันนี้ คือ การทำให้เป็นวัฒนธรรมอเมริกัน ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่เรียกว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมในระบบทุนนิยม โดยการทำให้วัฒนธรรมของสหรัฐอเมริกาเป็นศูนย์กลาง นอกจากนั้นทางฝั่งเอเชียก็มีประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้ที่พยายามใช้วัฒนธรรมเป็นจุดขาย เพื่อต่อยอดไปยังผลประโยชน์ทางด้านอื่น ๆ โดยที่ฝั่งญี่ปุ่นประสบความสำเร็จอย่างมากจากอาหาร และการ์ตูน ส่วนทางฝั่งเกาหลีประสบความสำเร็จอย่างมากทางด้านซีรีส์ ภาพยนตร์ ดนตรี เพลง ซึ่งมีสื่อเป็นตัวกลางในการผลักดันให้กระแสเกาหลีหรือวัฒนธรรมเกาหลีเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก (ฐิรุฒิ เสนาคำ, 2549, น. 25-26)

2. วัฒนธรรมความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ซึ่งสัมพันธ์กับวัฒนธรรมมวลชน เนื่องจากการผลิตในระบบอุตสาหกรรมชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของคนสองกลุ่มคือ กลุ่มนายทุน ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาท

และอำนาจทางด้านเศรษฐกิจ กับกลุ่มแรงงาน คือ กลุ่มที่ไม่มีอำนาจ ซึ่งทั้งสองกลุ่มนี้มีความสัมพันธ์กันเชิงอำนาจ โดยการศึกษาความสัมพันธ์เชิงอำนาจได้นำแนวคิดของ อันโตนิโอ กรัมสกี (Antonio Gramsci) มาใช้อธิบาย ว่าเป็นวัฒนธรรมของการต่อสู้ดิ้นรนระหว่างผู้ถูกกดขี่กับผู้มีอำนาจ และธีโอดอร์ ออดอร์โน (Theodor Adorno) กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคมในระบบทุนนิยมว่าเป็นการผลิตสินค้าในระบบทุนนิยม และ มุ่งหวังผลกำไรสูงสุด ดังนั้น วัฒนธรรมสมัยนิยมอาจเกิดขึ้นจากบริโศกสินค้าอุตสาหกรรมในระบบทุนนิยม (ฐิรุฒธิ เสนาคำ, 2549, น. 32-35)

3. วัฒนธรรมภาพยนตร์ เกิดขึ้นช่วง ค.ศ. 1970-1980 เมื่อเกิดวฤทธิการณทางสังคม เช่น การเรียกร้องสิทธิกลุ่มรักรั้ข้ามเพศ สตรีนิยม คนผิวดำ ชนกลุ่มน้อย ชาติพันธุ์ ทำให้หลายกลุ่มออกมาแสดงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในด้านต่าง ๆ และนำไปสู่ความหมายใหม่ของวัฒนธรรมสมัยนิยม (ฐิรุฒธิ เสนาคำ, 2549, น. 41-48)

2. ความหมายของวัฒนธรรมสมัยนิยม

นันทขว้าง สิริสุนทร (2544, น. 11) ได้ให้ความหมายของคำว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมไว้ว่าเป็นวัฒนธรรมที่อยู่ในความสนใจของผู้คน มักเป็นสิ่งที่ไม่ต้องซับซ้อนมาก เพราะเป็นสิ่งที่นิยมในวงกว้าง

นฤพนธ์ ดั้ววิเศษ (2549, น. 64) ได้ให้ความหมายของคำว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมไว้ว่าเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมในสังคม มีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวัน เช่น เกี่ยวข้องกับการกินอยู่ การหลับนอน การสังสรรค์ การเดินทาง การสื่อสาร การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ซึ่งอาศัยสื่อในการเข้าถึงคนจำนวนมาก และสร้างความหมายผ่านสินค้าเหล่านั้น

ฐิรุฒธิ เสนาคำ (2549, น. 79) ได้ให้ความหมายของคำว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมไว้ว่าเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมจากประชาชน หรือพบได้ในชีวิตประจำวัน หรือเรียกได้ว่าเป็นวัฒนธรรมที่แพร่หลายเข้าถึงประชาชน โดยมีสื่อเป็นศูนย์กลาง

อุบลรัตน์ ศิริวุศักดิ์ (2550, น. 32) ได้ให้ความหมายของคำว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมไว้ว่าเป็นวัฒนธรรมที่ระบบสื่อสารมวลชนสมัยใหม่ผลิตขึ้นมา โดยผู้คนส่วนใหญ่ให้การยอมรับโดยไม่ได้เกิดการบังคับ ซึ่งเกิดจากการยินยอมของผู้รับเอง

Mukerji & Schudson (1991, pp. 3-4) ได้ให้ความหมายของคำว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมไว้ว่าเป็นความเชื่อที่ผ่านการยอมรับ หรือได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในประชากรกลุ่มหนึ่ง ๆ ซึ่งมีที่มาจากสื่อมวลชน รวมถึงรูปแบบวัฒนธรรมของกลุ่มชนชั้นสูงที่อยู่ในความนิยมอีกด้วย

Traube (1966, p. 130) ได้ให้ความหมายของคำว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมไว้ว่า เป็นคำที่มาจากคำว่า Pop Culture เริ่มใช้ในยุโรป คริสต์ศตวรรษที่ 18 โดย Johann Gottfried Herder ได้จำแนกวัฒนธรรมออกเป็นวัฒนธรรมชั้นสูงและวัฒนธรรมชั้นต่ำ หรือวัฒนธรรมป๊อป

จากความหมายของวัฒนธรรมสมัยนิยมสามารถสรุปได้ว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนส่วนใหญ่ หรือเป็นวัฒนธรรมใดๆ ก็ตามที่เป็นที่ยอมรับและ

ชื่นชอบของคนหมู่มาก ซึ่งอาจเกิดขึ้นตามกระแสของยุคสมัย เรียกได้ว่าเป็นวัฒนธรรมที่แพร่หลาย เข้าถึงประชาชนโดยมีสื่อเป็นศูนย์กลาง จนกลายเป็นรูปแบบวิถีชีวิต มีการเรียนรู้ ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ให้เข้ากับบริบทของคน ในสังคม และสามารถจางหายไปได้อย่างรวดเร็ว หรืออาจมีการถ่ายทอดไปสู่รุ่นต่อไปได้เช่นกัน

3. ลักษณะของวัฒนธรรมสมัยนิยม

วสันต์ ปัญญาแก้ว (2560, น. 61-71) ได้สรุปแนวคิดของ Stuart hall ซึ่งกล่าวถึง วัฒนธรรม สมัยนิยมว่าเป็น “สนามรบ” ซึ่งผู้คนพยายามต่อสู้ดิ้นรนผ่านการปฏิบัติทางสังคมต่าง ๆ บางครั้งแทรกตัวอยู่ในรูปแบบของรัฐ กลุ่มอำนาจในสังคม ฝ่ายที่พยายามต่อสู้ดิ้นรนอาจต่อต้าน หรือขัดแย้ง โดยงานวัฒนธรรมศึกษาของ Stuart hall ได้เสนอทฤษฎีไว้ว่า วัฒนธรรมคือ “อาณาบริเวณศึกษา” ที่ดำรงอยู่อย่างเอกเทศ งานวัฒนธรรมศึกษาของ Stuart hall ให้ความสำคัญกับทฤษฎีวัฒนธรรมย่อยว่าเป็น “อาณาบริเวณ” สำหรับ Stuart hall แล้ว วัฒนธรรมสมัยนิยม (Popular Culture) ประกอบขึ้นมาจากสองคำ คือ คำว่า สมัยนิยม (Popular) กับคำว่า วัฒนธรรม (Culture) สองคำนี้ มีความหมายที่ค่อนข้างต่างกัน กล่าวคือ คำว่าวัฒนธรรมมักเป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่เข้าใจว่าทรงคุณค่า แต่สิ่งที่เราเรียกว่าสมัยนิยม (Popular) มักพบในห้างสรรพสินค้า รายการทีวี หรือความนิยมในสังคม ช่วงนั้น ซึ่ง Stuart hall เห็นว่าวัฒนธรรมสมัยนิยม คือ พื้นที่แห่งความขัดแย้งกันเอง หรือเป็นพื้นที่ที่มีการต่อรองอย่างต่อเนื่อง แต่ก็สามารถอยู่ร่วมกันได้ เป็นกระบวนการที่ขับเคลื่อนไปในพื้นที่ของวัฒนธรรมสมัยนิยมที่เคลื่อนไหวเพื่อครอบครองพื้นที่นั้น แต่ใน อีกด้านหนึ่งก็เป็นกระบวนการของการขัดแย้งจากกลุ่มที่ถูกควบคุม

Storey (2018, pp. 1-17) ได้กล่าวถึงลักษณะของวัฒนธรรมสมัยนิยมไว้ 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแรก วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึง วัฒนธรรมอะไรก็ตามที่เป็นที่ยอมรับ และชื่นชอบของคนจำนวนมาก ซึ่งนิยามนี้ไม่สามารถระบุลักษณะเฉพาะเจาะจงของวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน และมีรายละเอียดหลากหลายด้าน

กลุ่มที่สอง วัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นวัฒนธรรมที่ตรงข้ามกับวัฒนธรรมชนชั้นผู้นำ หรือวัฒนธรรมของชนชั้นส่วนใหญ่ในสังคม

กลุ่มที่สาม วัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นวัฒนธรรมมวลชน โดยให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมที่ถูกผลิต เผยแพร่ โฆษณาของระบบทุนนิยมสมัยใหม่ที่ได้รับการนิยมนิยม ซึ่งวัฒนธรรมมวลชนมักถูกตีความในลักษณะของการครอบงำทางวัฒนธรรมจากประเทศอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของสื่อวัฒนธรรม

กลุ่มที่สี่ วัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นวัฒนธรรมที่มีแหล่งกำเนิดมาจากประชาชน ในนิยามนี้ วัฒนธรรมสมัยนิยม คือ วัฒนธรรมประชาชน เป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากการต่อสู้ ต่อรองของคนส่วนใหญ่ในสังคม หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นวัฒนธรรมประชาชนเพื่อประชาชน

กลุ่มที่ห้า วัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นพื้นที่ของการต่อสู้ระหว่างคนที่ถูกเอาเปรียบกับกลุ่มที่มีอำนาจครอบงำในสังคม เป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากการต่อสู้ ต่อรองของคนส่วนใหญ่ในสังคม ซึ่งได้รับอิทธิพลการครอบงำความเป็นใหญ่มาจาก อันโตนิโอ กรัมสกี (Antonio Gramsci) นักวิชาการสายมาร์กซิสม์ ชาวอิตาลี

กลุ่มที่หก วัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นภายหลังการพัฒนาอุตสาหกรรม และการขยายตัวของเมือง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของสื่อมวลชน และการสื่อสารของโลกสมัยใหม่ ที่มีบทบาทสำคัญอย่างมาก เพราะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตจากวัฒนธรรมดั้งเดิมไปสู่วัฒนธรรมใหม่

พัฒนา กิติอาษา (2546, น. 51-57) ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญของวัฒนธรรมสมัยนิยมไว้ 10 ประการ ดังนี้

1. วัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นวัฒนธรรมแห่งความเป็นไปได้ ปัจจุบันเป็นโลกยุคโลกาภิวัตน์ กระแสนิยม เหตุการณ์ ความบันเทิง สินค้าและบริการ ถูกนำเสนอและสามารถถูกยอมรับได้ง่าย โดยคนจำนวนมาก จึงทำให้มีโอกาสดูรับความนิยม และสูญเสียไปตามกระแสของคนในสังคม
2. วัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และไม่จำเป็นจะต้องสำคัญกับตัวเรา เพราะชีวิตประจำวันเป็นสิ่งที่เคลื่อนไหวไปมา
3. วัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นวัฒนธรรมแห่งวัยรุ่น บางอย่างมีผลกระทบ หรือเป็นที่ชื่นชอบโดยผู้คนทุกเพศทุกวัยในสังคม แต่วัฒนธรรมวัยรุ่นส่วนใหญ่จะเป็นของคนหนุ่มสาว เพราะคนกลุ่มนี้มีกำลังซื้อ กำลังในการติดตาม กำลังในการแสวงหาความสนุกสนานที่ได้จากวัฒนธรรมสมัยนิยมในรูปแบบต่าง ๆ
4. วัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับทางโลกซึ่งเกี่ยวข้องกับกำไรทางการค้า เงินตรา ค่านิยมทางสังคม เพราะเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต
5. วัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากหลาย ๆ แหล่ง เกิดการรวมเอาองค์ประกอบย่อย ๆ และสร้างกระแสตอบรับรูปแบบต่าง ๆ จากสังคม โดยการผสม ดัดแปลง หรือผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม
6. วัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากการแยกส่วน และการแตกตัว ไม่สามารถพิจารณาจากภาพรวม หรือเอกภาพของเนื้อหาได้อย่างชัดเจน
7. วัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นวัฒนธรรมแห่งการบริโภค ผลิตในเชิงอุตสาหกรรม เป็นวัฒนธรรมที่เกิดตามกลไกการตลาด สามารถกระจายไปสู่ผู้บริโภคในวงกว้าง เพื่อสร้างกระแสให้เกิดขึ้นในสังคม ทุกชนชั้นสามารถเข้าถึงในกระแสวัฒนธรรมดังกล่าวได้
8. วัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นผลผลิตของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร ซึ่งเป็นผลจากการนำเสนอของสื่อมวลชน

9. วัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นเรื่องของแฟชั่นและกระแสความนิยม ดังนั้น วัฒนธรรมสมัยนิยมจึงได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว ดึงดูดความสนใจได้มาก และสามารถจางหายไปเร็วเช่นกัน

10. วัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นเรื่องของการสร้าง ค้นหา ต่อรอง ผลิตซ้ำตัวตนหรืออัตลักษณ์ Williams (1976, p. 237) ได้กล่าวถึงการพิจารณาว่าอะไรคือความนิยมของผู้คนในแต่ละยุคสมัย ซึ่งสามารถพิจารณาได้ 4 หลักเกณฑ์ ดังนี้

1. สิ่งที่ชอบหรือยอมรับโดยคนจำนวนมาก (Well-liked by a lot of people)
2. สิ่งที่ถูกมองว่าไม่มีคุณค่า/รสนิยม (Inferior and unworthy)
3. ออกแบบ/สร้าง เพื่อให้คนจำนวนมากชื่นชอบเพื่อใช้ประโยชน์ในทางการค้า (Win favour the people/explicitly commercial)
4. สร้างขึ้นเพื่อพวกเขาเอง (Actually made by the people for themselves)

จากแนวคิดและทฤษฎีวัฒนธรรมสมัยนิยม ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดและทฤษฎีของ John Storey เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทยในจังหวัดนครสวรรค์ เนื่องจากแนวคิดและทฤษฎีของ John Storey ได้กล่าวถึงวัฒนธรรมมวลชนที่ให้ความสำคัญกับการผลิต การเผยแพร่ การโฆษณา ของระบบทุนนิยมสมัยใหม่ โดยเป็นการแพร่กระจายของวัฒนธรรมจากประเทศอุตสาหกรรมซึ่งเป็นต้นกำเนิดของสื่อวัฒนธรรม อีกทั้งยังกล่าวไว้ว่าวัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นภายหลังการพัฒนาอุตสาหกรรมและการขยายตัวของเมือง ซึ่งสะท้อนให้เห็นอิทธิพลของสื่อสารมวลชนที่มีเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมาก เพราะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการรับวัฒนธรรมจากประเทศหนึ่งไปสู่ประเทศหนึ่ง และเกิดเป็นค่านิยมในระดับมวลชน ที่เรียกว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมขึ้นมา โดยเฉพาะในปัจจุบันวัฒนธรรมที่กำลังได้รับความนิยมคือ วัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งในปัจจุบันเติบโตอย่างมากในเอเชีย และประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก ทำให้เกิดการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลี ที่เรียกว่า กระแสเกาหลีหรือวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี ปรัชญาการณดังกล่าวมาจากอิทธิพลในเรื่องการส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรมผ่านสื่อบันเทิง โดยมีซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี และเพลงเคป๊อป (K-pop) ดังนั้น ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดดังกล่าวในการศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม

1. ความหมายของทุนวัฒนธรรม

วินัย บุญลือ (2545, น. 11) ได้ประยุกต์แนวคิดของ Pierre Bourdieu ไปใช้การศึกษาและได้กล่าวถึงทุนทางวัฒนธรรมไว้ว่าเป็นความรู้ที่สะสมในตน การสะสมทุนวัฒนธรรมไม่เพียงแต่ร่างกาย แต่รวมถึงทุนการสะสมทุนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ทางสังคม การเมือง ศาสนา และสามารถปรับเปลี่ยนหรือเรียกใช้ได้ตามต้องการ

รังสรรค์ ณะพรพันธุ์ (2546, น. 17-34) ได้กล่าวถึงความหมายของทุนทางวัฒนธรรมไว้ว่าเป็นการเติบโตของอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าและบริการ เพราะสินค้าและบริการเหล่านี้มีการฝังตัวของวัฒนธรรม กล่าวคือ ทุนที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนัยทางวัฒนธรรมซึ่งเติบโตได้โดยอาศัยอุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรม สินค้าและบริการบางประเภทมีนัยทางวัฒนธรรมไม่ชัดเจน แต่บางประเภทก็มีความชัดเจน

Lamont & Lareau (1988, p. 164) ได้กล่าวถึงความหมายของทุนทางวัฒนธรรมไว้ว่าเป็นการสร้างความชื่นชอบทางวัฒนธรรมของบุคคลในชนชั้นสูง ทำให้ถูกกฎหมาย และทำให้แพร่หลายนำไปสู่การสร้างแตกต่างทางสังคม

Griswold (2004, pp. 93-95) นักวิชาการด้านสังคมศาสตร์และวัฒนธรรมศึกษาได้อธิบายความหมาย ทุนทางวัฒนธรรมตามแนวคิดของ Pierre Bourdieu เพิ่มเติมว่าทุนทางวัฒนธรรมอาจถูกมองในฐานะเป็นทุนชนิดหนึ่งที่สามารถสะสม และนำไปลงทุนได้เหมือนทุนทางเศรษฐกิจ

McRobbie (2005, p. 137) ได้กล่าวถึงความหมายของทุนทางวัฒนธรรมไว้ว่าเป็นการกระจายทุนรูปแบบหนึ่ง แต่ละคนมีทุนวัฒนธรรมแตกต่างกัน และไม่ใช่ว่าทุกคนจะมีทุนทางวัฒนธรรม แต่ทุนชนิดนี้นำไปใช้เป็นเครื่องมือในการรักษาการมีอำนาจทางสังคมได้

จากความหมายของทุนวัฒนธรรมสามารถสรุปได้ว่า วัฒนธรรมเป็นทุนสำคัญในทางเศรษฐกิจ ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมมีความสำคัญกับการเติบโตของอุตสาหกรรมและภาคบริการ โดยมีสินค้าวัฒนธรรมแสดงให้เห็นถึงความเจริญเติบโตของทุนวัฒนธรรม เป็นการเติบโตโดยอาศัยอุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรม

2. แนวคิดเรื่องทุนของ Pierre Bourdieu

Bourdieu (1997, pp. 241-258) ได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่องทุนซึ่งประกอบด้วย 4 รูปแบบ

1. ทุนทางเศรษฐกิจ (Economic Capital) ประกอบด้วยทุนตามความหมายของ Karl Marx สามารถเปลี่ยนไปเป็นเงิน หรืออาจถูกทำให้อยู่ในรูปแบบของสิทธิในทรัพย์สิน ทุนประเภทนี้เป็นรูปแบบทุนที่สามารถคิดคำนวณแน่นอนได้

2. ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ได้แบ่งย่อยออกเป็น 3 รูปแบบ

2.1 ทุนวัฒนธรรมในรูปแบบของวัตถุ หรือทุนที่เป็นรูปธรรม ทุนประเภทนี้ถูกทำให้เป็นทุนในรูปแบบของสื่อ หรือสิ่งของ เช่น รูปภาพ หนังสือ สิ่งของ ทุนทางวัฒนธรรมประเภทนี้สามารถแสดงออก และสืบทอดได้ การสะสมทุนประเภทนี้ไม่ได้หมายถึงการครอบครอง หรือมีทุนทางวัฒนธรรมประเภทนี้อยู่เยอะ เพราะการครอบครองนั้นอาจบ่งบอกถึงการถูกครอบงำจากทุนประเภทนี้

2.2 ทุนวัฒนธรรมในรูปแบบของปัจเจกบุคคล เป็นทุนที่อยู่ในรูปแบบของร่างกายและจิตใจ และต้องใช้ระยะเวลาในการสะสมหรือก่อตัวตั้งแต่วัยเยาว์ กระบวนการในการเปลี่ยนแปลงทุนประเภทนี้ต้องใช้เงื่อนไขอื่น ๆ ประกอบ กล่าวคือ ต้องอาศัยเวลา สังคม และชนชั้นทางสังคม ซึ่งทุน

ประเภทนี้สามารถลดลงและหายไปได้โดยคนที่มิใช่และใช้ทุนนี้ ทุนประเภทปัจเจกบุคคลยังสามารถเชื่อมโยงไปถึงบุคคลอื่นได้ด้วย โดยการส่งผ่านทุนประเภทนี้ทางกรรมพันธุ์ซึ่งเป็นการสืบทอดทุนที่ดีที่สุดและเป็นการสืบทอดในรูปแบบที่ถูกซ่อนไว้ในตัวปัจเจกบุคคล และเวลาจะเป็นตัวกลางที่ทำให้ทุนทางวัฒนธรรมประเภทนี้ชัดเจนขึ้นมา อีกทั้งทุนประเภทนี้ยังสามารถเชื่อมโยงไปเป็นทุนทางเศรษฐกิจต่อไปได้

2.3 ทุนวัฒนธรรมในรูปแบบของวัฒนธรรมในรูปแบบสถาบัน คือ ทุนที่ถูกแยกออกมาจากทุนปัจเจกบุคคล ทุนประเภทนี้มักแสดงออกในรูปแบบของการรับประกัน หรือการรับรอง ซึ่งแสดงออกมาในรูปแบบของหนังสือรับรอง ประกาศนียบัตร การสอบ หรือบางครั้งก็แสดงออกมาในรูปแบบของสถาบันทางการศึกษา และการแสดงออกมาในรูปแบบสถาบันต่าง ๆ นี้เองทำให้เกิดการเปรียบเทียบความรู้ต่าง ๆ ที่ได้รับ การรับรองจากสถาบัน กับความรู้ที่ไม่ได้รับการรับรองจากสถาบันนั้นมีความแตกต่างกัน ทำให้ทุนทางวัฒนธรรมประเภทนี้เกิดความไม่เท่าเทียมกัน เห็นได้จากความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่แตกต่างกันก็จะได้รับการศึกษาต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากการกระจายตัวของทุนวัฒนธรรมระหว่างชนชั้น

3. ทุนทางสัญลักษณ์ (Symbolic Capital) หมายถึง ชื่อเสียง การได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นที่ทำให้เจ้าของทุนเกิดความได้เปรียบ ซึ่งปัจเจกบุคคลสามารถรับรู้ได้ถึงทุนทางสัญลักษณ์ผ่านการสัมผัส หรือการยอมรับ ดังนั้น เพื่อให้ทุนทางสัญลักษณ์คงอยู่ จึงมีการต่อสู้เพื่อรักษาทุนทางสัญลักษณ์ เพราะทุนประเภทนี้มองว่าคนที่มีความสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ และการยอมรับจากสังคมได้

4. ทุนทางสังคม (Social Capital) โดยทุนทางสังคมมี 2 ความหมาย แต่ทั้งสองความหมาย หมายถึง “เครือข่ายทางสังคม” ซึ่งในความหมายแรกเป็นการมองจากตัว “โครงสร้าง” และในความหมายที่สองมองจาก “ปัจเจกบุคคล” โดยทุนทางสังคมของปัจเจกบุคคลจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคม ทุนทางสังคมนี้ถูกสร้างขึ้นตามความผูกพัน หน้าที่ เช่น เด็กที่เกิดในครอบครัวที่มีฐานะดี ย่อมได้รับการศึกษาที่ดี ครอบครัวสามารถแบกรับภาระค่าใช้จ่ายได้ และเมื่อเรียนจบเด็กคนดังกล่าวก็มีสิทธิ์ที่จะมีงานทำที่ดีต่อไปได้ ซึ่งทุนทางสังคมที่เด็กคนนี้ได้เป็นส่วนหนึ่งที่ส่งต่อมาจากพ่อแม่ ดังนั้น ทุนทางสังคมของเด็กคนนี้จะต่างจากเด็กคนอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ตามการสร้าง สะสม หรือการแปลงทุนประเภทนี้ขึ้นอยู่กับตัวของผู้นับทุนเองด้วย เพราะทุนทางสังคมไม่ใช่ทุนที่จะไม่มีวันหมดไป

3. การเติบโตของทุนวัฒนธรรม

รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ (2546, น. 35-45) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเติบโตของทุนวัฒนธรรม 4 ประการ

1. กระบวนการแปรรูปวัฒนธรรมเป็นสินค้า (Commoditization of Culture) เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเติบโตของทุนวัฒนธรรม ถ้าหากวัฒนธรรมไม่ได้แปรสภาพเป็นสินค้าอุตสาหกรรม สินค้าวัฒนธรรมย่อมไม่เกิดขึ้น กล่าวคือ วัฒนธรรมต้องแปรเปลี่ยนเป็นสินค้าเพื่อก่อให้เกิดการซื้อขาย

2. กระบวนการเทคโนโลยีานวัตกรรม (Tecnologization of Culture) เป็นการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีก่อให้เกิดผลผลิตใหม่ที่มีผลกระทบต่อมนุษย์และสังคม และมีผลกระทบทางด้านวัฒนธรรม เพราะทำให้โครงสร้างวัฒนธรรมเปลี่ยนไป

3. กระบวนการพาณิชย์ยานวัตกรรม (Commercialization of Culture) คือการที่วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า และต้องมีตลาดขนาดใหญ่ด้วย สิ่งที่สำคัญคือ ต้องมีการผลิตเพื่อขายไม่ใช่ผลิตกิน

4. กระบวนการโทรทัศน์านวัตกรรม (Televisionization of Culture) เป็นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคมนาคม กับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอากาศ ทำให้เกิดการขยายตัวของบริการโทรทัศน์ระหว่างประเทศซึ่งมีส่วนช่วยให้กระบวนการโลกาภิวัตน์ก้าวหน้ามากขึ้นก่อให้เกิดการยอมรับวัฒนธรรมของชาติมหาอำนาจ

นอกจากนี้ รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ ได้กล่าวถึงลักษณะเด่นของทุนวัฒนธรรม 7 ประการ ดังนี้

1. สินค้าวัฒนธรรม ต้องมีนัยทางวัฒนธรรม กล่าวคือ ต้องมีการฝังตัวของวัฒนธรรม
2. ทุนทางวัฒนธรรมมีส่วนร่วมทั้งในภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ
3. กิจกรรมทางเศรษฐกิจมีการกระจุกตัวของทุนสูง จึงมีอำนาจผูกขาดระดับหนึ่ง
4. ทุนทางวัฒนธรรมสร้างความเข้มแข็งด้วยการควบ และครอบครองกิจการ
5. ทุนวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
6. ทุนวัฒนธรรมมีการสร้างอุปสงค์ต่อสินค้าอยู่ตลอดเวลา
7. ทุนวัฒนธรรม ถึงแม้จะเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ระหว่างประเทศ และเป็นตัวการหลักของกระแสโลกาภิวัตน์แต่ก็มักทำสัญญากับกลุ่มประเทศโลกที่สาม และปรับการผลิตและรสนิยมให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น

จากแนวคิดและทฤษฎีทุนวัฒนธรรม ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดและทฤษฎีของ Pierre Bourdieu เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ เนื่องจากทุนทางวัฒนธรรมตามแนวคิดของ Pierre Bourdieu เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่แสดงออกมาในรูปแบบของสื่อ หรือสิ่งของ รูปแบบปัจเจกบุคคล ซึ่งประเทศเกาหลีได้หันมาใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างอำนาจละมุน หรืออำนาจอย่างอ่อน (Soft Power) ของตัวเองในเวทีโลก เพื่อผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม โดยแฝงมากับสื่อบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านดารา ศิลปินเกาหลี จนทำให้กระแสเกาหลี หรือวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดดังกล่าวมาเป็นกรอบในการศึกษา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1 งานวิจัยในประเทศ

ณาทยา ภัทษา (2558) วิจัยเรื่อง พัฒนาการของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กับการรวมกลุ่มและพื้นที่กิจกรรมของแฟนคลับผ่านสถาบันสอนภาษาเกาหลีในประเทศไทย ซึ่งวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาถึงการเข้ามาของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการศึกษาจากเอกสารและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และใช้วิธีการสัมภาษณ์แฟนคลับที่เรียนภาษาเกาหลี และอาจารย์ที่สอนภาษาเกาหลี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เกี่ยวกับพัฒนาการของกระแสวัฒนธรรมเกาหลีในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กับการรวมกลุ่มและพื้นที่กิจกรรมของแฟนคลับผ่านสถาบันสอนภาษาเกาหลีในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่ากระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีเกิดขึ้นในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ จึงทำให้ประเทศเกาหลีหันมาใช้นโยบาย ซอฟต์ พาวเวอร์ (Soft Power) หรืออำนาจละมุนในการกล่อมเกล่าให้ผู้บริโภคคล้อยตามและชื่นชอบสินค้าของเกาหลี ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเกาหลีหันมาใช้ทุนวัฒนธรรมในการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม เห็นได้จากการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีผ่านอุตสาหกรรมบันเทิงต่าง ๆ มากมายจนทำให้เกิดความนิยมในกระแสเกาหลีเป็นอย่างมาก และในส่วนของ การรวมกลุ่มและพื้นที่กิจกรรมของแฟนคลับผ่านสถาบันสอนภาษาเกาหลีสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1) พื้นที่บนโลกความเป็นจริง และ 2) พื้นที่บนโลกออนไลน์ โดยพบว่าแฟนคลับจะมีปฏิสัมพันธ์กันในระดับบุคคล และนำไปสู่ระดับกลุ่มเพื่อรวมตัวกันทำกิจกรรมที่บ่งบอกถึงความชื่นชอบหรือความคลั่งไคล้ในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีภายใต้สถาบันสอนภาษาเกาหลีในประเทศไทย

เบญจพร สุวรรณวงศ์ (2559) วิจัยเรื่อง กระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีกับการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มแฟนคลับ กรณีศึกษา กลุ่มแฟนคลับศิลปินเพลงเกาหลีในประเทศไทยและประเทศฟิลิปปินส์ วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมที่เข้ามาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมไปถึงการศึกษากระบวนการปฏิสัมพันธ์และการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีทั้งรูปแบบไม่เป็นทางการ และกึ่งทางการ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เน้นศึกษา กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่เกิดขึ้นในกระแสวัฒนธรรมเกาหลียุคที่ 3 (ค.ศ. 2013 - ปัจจุบัน) โดยผลการศึกษาพบว่า กลุ่มแฟนคลับศิลปินในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ รูปแบบไม่เป็นทางการ และรูปแบบกึ่งทางการ โดยรูปแบบแฟนคลับศิลปินที่ไม่เป็นทางการจะศึกษากับกลุ่มแฟนคลับศิลปินในประเทศไทย ส่วนกลุ่มแฟนคลับศิลปินรูปแบบกึ่งทางการจะศึกษากับกลุ่มศิลปินเกาหลีในประเทศฟิลิปปินส์ โดยการศึกษาจะมุ่งไปที่กระแสวัฒนธรรมเกาหลียุคที่ 3 จากการศึกษากิจกรรมของกลุ่มแฟนคลับพบว่า กลุ่มแฟนคลับในประเทศฟิลิปปินส์แบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ ดังนี้ 1) กิจกรรมเฉพาะกลุ่มแฟนคลับ คือ กิจกรรมที่จัดเฉพาะกลุ่มแฟนคลับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น และ 2) กิจกรรมการรวมกลุ่มของแฟนคลับโดยการดำเนินงานขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับกระแสวัฒนธรรมเกาหลี เช่น

คณะกรรมการจัดการวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีแห่งประเทศไทยฟิลิปปินส์ (The Philippine K-pop Committee, Inc: PKCI) เป็นแกนนำในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

พรทิพย์ เย็นจะบก (2559) ทำการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่มีผลต่อการครอบงำและสูญสลายของวัฒนธรรมในประเทศอาเซียน: กรณีศึกษาประเทศ สปป. ลาว. โดยงานวิจัย ชี้ให้เห็นวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการครอบงำและสูญสลายของวัฒนธรรมในประเทศภูมิภาคอาเซียน ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเทศสปป.ลาว 25 คน และใช้วิธีการสังเกตในการเก็บข้อมูล และจัดทำ Focus Group Discussions จำนวน 34 คน วิเคราะห์เนื้อหาจากสื่อโทรทัศน์ และสื่อเคเบิลทีวีที่มีการออกอากาศจริงในประเทศไทย และสปป.ลาว และสื่อใหม่ ได้แก่ ยูทูบ (YouTube) เฟซบุ๊ก (Face book) และทวิตเตอร์ (Twitter) โดยผลการศึกษาพบว่า การครอบงำทางวัฒนธรรมนั้น คนลาวส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ไทยมากกว่าสื่อโทรทัศน์ลาวทำให้อิทธิพลจากสื่อไทย ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนลาว โดยประเทศไทยได้รับการครอบงำของวัฒนธรรมเกาหลี และมีโอกาสที่วัฒนธรรมไทยบางอย่างจะสูญสลายไปได้ ส่วนประเทศลาวนั้นรับอิทธิพลวัฒนธรรมเกาหลีเพียงแต่บางส่วน เนื่องจากยังคงวัฒนธรรมดั้งเดิมเอาไว้

บุญนุช นาคะ (2560) ทำการวิจัยเรื่องแฟนคลับเกาหลี อัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับ วัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะเชิงอัตลักษณ์ของชุมชนแฟนคลับเกาหลี และ 2) เพื่อศึกษาการยึดโยงและขับเคลื่อนความเป็นชุมชนแฟนคลับเกาหลี ผู้วิจัยใช้คนกลุ่มหนึ่งในชุมชนแฟนคลับเกาหลีมาใช้เป็นตัวแทนในการศึกษา วิเคราะห์ และหาข้อสรุป โดยไม่ได้เฉพาะเจาะจงว่าจะเป็นแฟนคลับของศิลปินเกาหลีคนใดหรือกลุ่มใด แต่ต้องมีการกระทำกิจกรรมเข้าร่วมกับกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ จำนวน 15 คน ใช้วิธีการการสัมภาษณ์ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยผลการศึกษาพบว่า ชุมชนแฟนคลับเกาหลี คือ การรวมกลุ่มของแฟนคลับในระดับปัจเจกที่มีความคลั่งไคล้ศิลปินเกาหลี จนเกิดปรากฏการณ์ที่ทำให้เกิดความรู้สึกถึงความเป็น “เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน” หรือ “คนพวกเดียวกัน” และการรวมกลุ่มของกลุ่มแฟนคลับมีลักษณะเป็นเครือข่ายแบบใยแมงมุม รู้จักกันทอดกันไปเรื่อย ๆ

รมิตา สาสุวรรณ์ (2560) วิจัยเรื่อง การเปิดรับ กับทัศนคติ และพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร 4) เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันกับการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน 5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลี กับ ทัศนคติที่มีต่อวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชม

ในเขตกรุงเทพมหานคร 6) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ทักษะคติที่มีต่อวัฒนธรรมเกาหลีกับ พฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเชิงสำรวจในการเก็บข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ติดตามชมละครโทรทัศน์เกาหลีเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 1 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน ด้วยการใช่วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ผลการศึกษาพบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วง 24-35 ปี บางส่วนจบการศึกษา ระดับปริญญาตรี และบางส่วนกำลังศึกษาอยู่ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท และพบว่า การเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ผู้ชมละครรับชมผ่านทางเว็บไซต์มากที่สุดซึ่งความถี่ในการรับชมโดยเฉลี่ย 4 วัน/สัปดาห์ และโดยเฉลี่ย 3 ชั่วโมง/ครั้ง ระยะเวลาในการติดตามรับชมโดยเฉลี่ย 7 ปี และประเภทของละครเกาหลีที่ชอบมากที่สุด ได้แก่ ละครรักโรแมนติก เนื่องจากเนื้อหาของละครดำเนินเรื่องได้น่าสนใจ ด้านทักษะคติที่มีต่อละครโทรทัศน์เกาหลีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีความเข้าใจในแฟชั่นการแต่งกายสไตล์แบบเกาหลีมากที่สุด และรู้สึกรู้ว่าการแต่งกายแบบเกาหลีนั้นมีความทันสมัย ส่วนในด้านพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีในเขตกรุงเทพมหานครนั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับบางครั้ง กล่าวคือ มักเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นเกาหลีเมื่อมีโอกาส

พงษ์ทัช จิตวิบูลย์ และเกษตรชัย และหิม (2556) วิจัยเรื่อง ทักษะคติ แรงจูงใจ และความชื่นชอบในการบริโภคสื่อของนักศึกษาที่มีพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี วัตถุประสงค์การวิจัย คือ เพื่อศึกษาทักษะคติ แรงจูงใจ และความชื่นชอบในการบริโภคสื่อของนักศึกษาที่มีพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช่วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method) ด้วยการเก็บข้อมูลจากการสังเกต พูดคุย และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตามประเด็นปัญหาการวิจัย วิเคราะห์เนื้อหาโดยเทียบกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย นักศึกษาที่มีพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี จำนวน 8 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมเกาหลี จำนวน 2 คน ผลการวิจัยพบว่า ทักษะคติ แรงจูงใจ และความชื่นชอบในการบริโภคสื่อของนักศึกษามีส่วนที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลีมากขึ้น เนื่องจากการแพร่หลายของสื่อ ระบบทุนนิยม ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ให้กับวัยรุ่น และระบบคุณค่าใหม่ให้กับสังคม

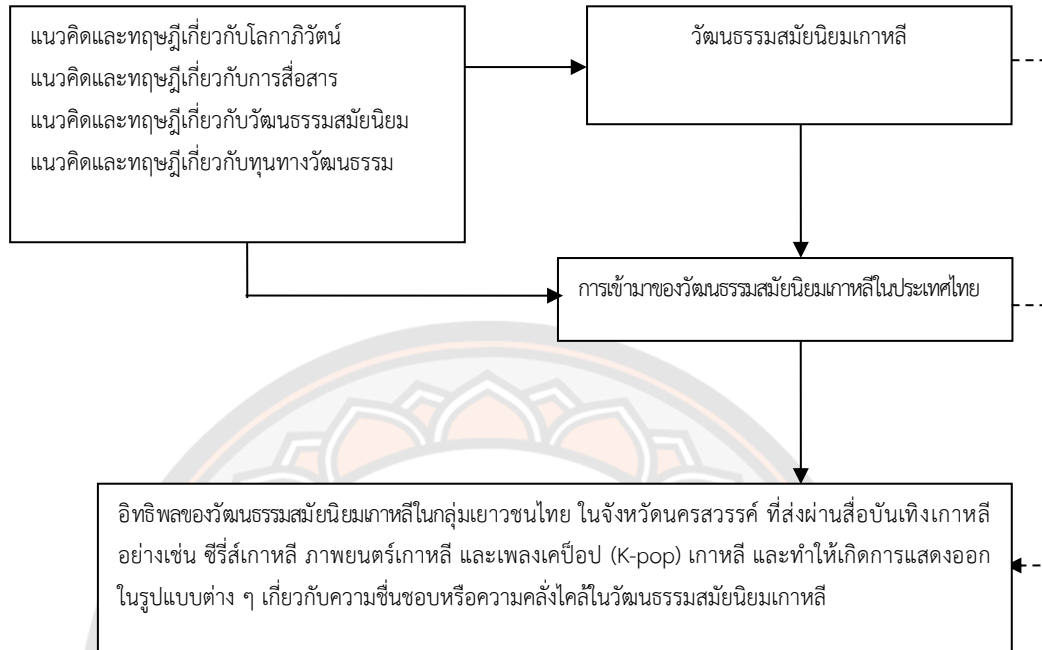
2 งานวิจัยต่างประเทศ

Juelle (2017) วิจัยเรื่อง ผลกระทบของวัฒนธรรมสมัยนิยมต่อการท่องเที่ยว: กรณีศึกษา อิทธิพลของการดูซีรีส์เกาหลีของนักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยฟิลิปปินส์ ลอสบับญูอส และความ ต้องการเดินทางไปประเทศเกาหลีใต้ โดยวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาว่าซีรีส์เกาหลีส่งผล

ต่อผู้ชมและมีแนวโน้มจะเดินทางไปประเทศเกาหลีใต้หรือไม่ การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการแบบผสมผสาน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยการสำรวจออนไลน์กับนักศึกษาหญิงจำนวน 32 คน จากมหาวิทยาลัยฟิลิปปินส์ ลอส บัญญอส โดยผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางไปเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้ชมซีรีส์เกาหลี ได้แก่ 1) ทิวทัศน์และสถานที่ท่องเที่ยว 2) นักแสดง 3) วัฒนธรรม 4) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และผู้วิจัยพบว่าความสวยงามของทิวทัศน์ วัฒนธรรมที่น่าสนใจ รวมถึงความสัมพันธ์ของตัวละครในซีรีส์เกาหลีเป็นสิ่งกระตุ้นที่ทำให้ผู้ชมเดินทางไปประเทศเกาหลีใต้มากที่สุด ในขณะที่นักแสดง และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในซีรีส์เกาหลีมีอิทธิพลน้อยกว่าแต่ก็ยังสามารถดึงดูดผู้ชมซีรีส์เกาหลีได้ และผลการศึกษาทำให้รู้ถึงความเป็นมาของซีรีส์เกาหลีว่าเป็นอย่างไร และทำให้รู้ว่าประเทศเกาหลีมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจในอัตราที่รวดเร็วอย่างมาก อีกทั้งยังสะสมการเติบโตไปเรื่อย ๆ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางให้กับละครทีวีของประเทศฟิลิปปินส์ที่สามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ของประเทศเกาหลีใต้ได้

Wonho & Jung Eun (2017) วิจัยเรื่อง อิทธิพลของกลุ่มแฟนคลับเคป๊อป (K-pop) กับการติดต่อทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษา K-Pop ในฟิลิปปินส์ ซึ่งคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วด้วยการมีส่วนร่วมของแฟนคลับ และโซเชียลเน็ตเวิร์กเป็นสื่อกลางในการสื่อสารของแฟนคลับ งานวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษาถึงความพยายามมีส่วนร่วมของเคป๊อป (K-pop) กับการติดต่อทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนเคป๊อป (K-pop) โดยงานวิจัยนี้เป็นกรณีศึกษาเคป๊อป (K-pop) ในฟิลิปปินส์ ซึ่งจะกล่าวถึงกิจกรรมของกลุ่มแฟนคลับที่ส่งเสริมเคป๊อป(K-pop) และวัฒนธรรมเกาหลีบนพื้นฐานวัฒนธรรมท้องถิ่น การยอมรับ และการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันในฟิลิปปินส์ ใช้วิธีการสัมภาษณ์ตัวต่อตัวกับหัวหน้าผู้ดูแลระบบของกลุ่มแฟนคลับจำนวน 3 คน และสัมภาษณ์องค์กร 1 องค์กร คือ คณะกรรมการจัดการวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีแห่งประเทศไทยฟิลิปปินส์ (PKCI: The Philippine K- pop Committee, Inc) นอกจากนี้ยังดำเนินการสนทนากลุ่มกับผู้ที่มีอายุ 20 ปี จำนวน 6 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่าการมีส่วนร่วมของกลุ่ม PKCI เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนากระแสเกาหลีเพื่อเชื่อมโยงระหว่างบุคคลหนึ่งสู่บุคคลหนึ่งในท้องถิ่น อีกทั้งยังสามารถส่งเสริมการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมเกาหลีได้ รวมทั้งความชื่นชอบต่อเกาหลีก็มีส่วนสำคัญด้วยเช่นกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 2 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย และศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยม แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีรายละเอียดทางด้านระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาเอกสาร โดยศึกษาพัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย

การวิจัยในส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาถึงพัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย โดยผู้วิจัยศึกษาการเข้ามาของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ยุค ได้แก่ ยุคซีรีส์เกาหลี ยุคภาพยนตร์เกาหลี และยุคเคป๊อป (K-pop) เกาหลี โดยศึกษาจากหนังสือ บทความ ตำรา เอกสาร เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 2 การศึกษาภาคสนาม โดยศึกษาถึงวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทยในจังหวัดนครสวรรค์

การวิจัยในส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มเยาวชนไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ที่มีอายุในช่วง 20 - 30 ปี ซึ่งเป็นช่วงของวัยรุ่นที่มีการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ อย่างหลากหลาย เนื่องจากการทำวิจัยเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ เป็นการทำวิจัยกับกลุ่มที่มีความชื่นชอบในวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความชื่นชอบในวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีได้ รวมถึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling) ซึ่งการสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยการแนะนำของผู้ให้ข้อมูลที่ได้เก็บข้อมูลไปแล้วแนะนำผู้ให้ข้อมูลคนต่อไป

จนกระทั่งได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่ต้องการ หรือกระทั่งได้ข้อมูลที่สนใจศึกษา และใช้วิธีการสัมภาษณ์ต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด (Open-Ended Question) แบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป และตอนที่ 2 อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี ในจังหวัดนครสวรรค์

2. วิธีการสร้างเครื่องมือ

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์ตามขั้นตอน ดังนี้

2.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยกับการสร้างแบบสัมภาษณ์

2.2 สร้างแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้วางกรอบแนวทางการสัมภาษณ์ไว้ 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ชื่อ-นามสกุล อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยมีประเด็นสำคัญในการสัมภาษณ์ ดังนี้ 1) จุดเริ่มต้นในการเข้าสู่ความชื่นชอบกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี 2) เนื้อหาของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เปิดรับ 3) เหตุผลในการชื่นชอบกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี 4) อิทธิพลของความชื่นชอบกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี (ที่เกิดจากดาราดาวเกาหลี ศิลปินเกาหลี มีการแสดงออก หรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไร) และ 5. แนวโน้มต่อความชื่นชอบวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี

2.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความครอบคลุม และความถูกต้องของประเด็นคำถาม

2.4 ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และจัดพิมพ์ฉบับสมบูรณ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยตั้งต้นติดต่อกลุ่มตัวอย่างโดยการลงพื้นที่ ที่มีเยาวชนทำกิจกรรมเกี่ยวกับการแสดงออกถึงความชื่นชอบในวัฒนธรรมเกาหลี เช่น การซ้อมเต้นคัฟเวอร์แดนซ์ (Cover Dance) ตามศิลปินเคป๊อป (K-pop) ของเกาหลี บริเวณอุทยานสวรรค์ (หนองสมบุญ) บริเวณดังกล่าว

เป็นสวนสาธารณะใจกลางเมืองนครสวรรค์ หรือการจัดโพรเจกต์ให้กับศิลปินตามห้างสรรพสินค้า ลักษณะกิจกรรม คือ มีการแจกของที่ระลึกของศิลปินในโอกาสต่าง ๆ เช่น วันเกิด วันฉลองครบรอบ เดบิวต์ (ห้าง V-Square นครสวรรค์ชั้นใต้ดิน) สถานที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่เยาวชนทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง วัฒนธรรมเกาหลี (ผู้วิจัยเน้นเยาวชนที่ทำกิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมเกาหลีก่อน เพื่อให้เยาวชนที่ทำ กิจกรรมแนะนำเยาวชนคนอื่นต่อไป)

3.2 ผู้วิจัยทำการพูดคุยกับกลุ่มตัวอย่างเพื่ออธิบายถึงข้อมูลของการวิจัย พร้อมทั้งขอ ช่องทางติดต่อออนไลน์ เช่น ไลน์ (LINE) เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) เพื่อใช้ติดต่อ ในขอสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.3 ผู้วิจัยนัดหมายวัน เวลาและสถานที่เพื่อทำการคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง (นัดหมาย ช่องทางออนไลน์ และก่อนการคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยดำเนินการขอความยินยอมก่อน)

3.4 เมื่อคัดกรองกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้วผู้ที่ผ่านเกณฑ์การคัดกรอง ผู้วิจัยดำเนินการ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ต่อไป โดยนำแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และผ่านการตรวจสอบ ความถูกต้องไปสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน

3.5 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ สร้างข้อสรุปในเชิงพรรณนา เพื่อใช้สำหรับ การศึกษาถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ต่อไป

4. ชั้นวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาหนังสือ ตำรา บทความ เอกสาร เว็บไซต์ งานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เชิงลึก แยกออกเป็นประเด็นต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงกับ วัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ ข้อมูลขณะที่เก็บข้อมูล เพื่อนำข้อมูลมาตรวจสอบให้ครบตามวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นสรุป ผลการวิจัย และนำไปอภิปรายผลร่วมกับ ข้อมูลอื่น ๆ จากนั้นนำมาเขียนในรูปแบบเชิงพรรณนาต่อไป

ตาราง 1 แสดงการเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์	การเก็บข้อมูล	ประเด็นเกี่ยวกับ การเก็บข้อมูล	กลุ่มตัวอย่าง	สถานที่เก็บข้อมูล
1. ศึกษาพัฒนาการ ของวัฒนธรรม สมัยนิยมเกาหลี ในประเทศไทย	ศึกษาจากหนังสือ บทความ ตำรา เอกสาร เว็บไซต์ และงานวิจัยที่ เกี่ยวข้อง	- การเข้ามาของ กระแสวัฒนธรรม สมัยนิยมเกาหลีใน ในประเทศไทย 3 ยุค (ซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์ เพลง)	-	-
2. ศึกษาอิทธิพล ของวัฒนธรรมสมัย นิยมเกาหลีในกลุ่ม เยาวชนไทย ใน จังหวัดนครสวรรค์	การสัมภาษณ์ โดย ใช้แบบสัมภาษณ์เชิง ลึก	- ข้อมูลทั่วไปของ กลุ่มตัวอย่าง - จุดเริ่มต้นในการ เข้าสู่ความชื่นชอบ กระแสวัฒนธรรม สมัยนิยมเกาหลี - เนื้อหาของกระแส วัฒนธรรมสมัยนิยม เกาหลีที่เปิดรับ - เหตุผลในการ ชื่นชอบกระแส วัฒนธรรมสมัยนิยม เกาหลี - อิทธิพลของความ ชื่นชอบในกระแส วัฒนธรรมสมัยนิยม เกาหลี (ที่เกิดจาก ดาราเกาหลี ศิลปิน เกาหลี มีการแสดง- ออก หรือทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลง อย่างไร)	กลุ่มเยาวชนไทย ใน อำเภอเมือง จังหวัด นครสวรรค์ ช่วงอายุ 20 - 30 ปี	- ห้างสรรพสินค้า - สถานศึกษา - ร้านอาหาร - ช่องทางออนไลน์ เช่น ไลน์ (LINE) เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram)

ตาราง 1 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	การเก็บข้อมูล	ประเด็นเกี่ยวกับ การเก็บข้อมูล	กลุ่มตัวอย่าง	สถานที่เก็บข้อมูล
		- แนวโน้มต่อความ ชื่นชอบวัฒนธรรม สมัยนิยมเกาหลี	- กลุ่มเยาวชนไทย ใน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ช่วงอายุ 20 - 30 ปี	- ห้างสรรพสินค้า - สถานศึกษา - ร้านอาหาร - ช่องทางออนไลน์ เช่น ไลน์ (LINE) เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram)



บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัด นครสวรรค์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย โดยศึกษาจากหนังสือ ตำรา เอกสาร บทความ เว็บไซต์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และศึกษาอิทธิพลของ วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยศึกษาจากการสัมภาษณ์ เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. พัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย
2. อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์

พัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย

ปรากฏการณ์ที่เรียกว่า ฮัลลยู (Hallyu) หมายถึง กระแสเกาหลี เป็นคำที่เรียกโดย นักหนังสือพิมพ์ชาวจีนในช่วงปลาย ค.ศ. 1990 เป็นคำที่บอกกล่าวความนิยมของวัฒนธรรมเกาหลี ตั้งแต่ช่วงปลายปี ค.ศ. 1990 และดำเนินมาต่อเนื่องผ่านละครโทรทัศน์หรือที่เรียกว่าซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี และเพลงเคป็อป (K-pop) โดยมีสื่อเป็นบทบาทในการแพร่กระจายกระแส ความนิยม (เดอะ โมเมนตัม ทีม (The Momentum Team), 2565)

ความสำเร็จของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี ที่ทำให้ประเทศเกาหลีได้กลายมาเป็นประเทศที่ ส่งออกวัฒนธรรมไปทั่วโลกผ่านสื่อบันเทิง ทั้งยังเป็นประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้าทางด้าน อุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ ความสำเร็จดังกล่าวหากมองย้อนกลับไปจะเห็นว่าประเทศเกาหลีได้เคย เป็นประเทศยากจนติดอันดับต้น ๆ ของโลก ถึงแม้จะเป็นประเทศยากจนแต่ก็มีพัฒนาการทางด้าน เศรษฐกิจที่รวดเร็ว โดยมีการดำเนินการพัฒนาระบบเศรษฐกิจมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1960 ที่มีการจัดทำ แผนพัฒนาเศรษฐกิจระยะ 5 ปี ออกมาอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจของ ประเทศที่ชัดเจน ประธานาธิบดีของเกาหลีใต้ที่มีบทบาทในการสร้างความทันสมัย คือ ประธานาธิบดี พัค-จุง-ฮี โดยเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรม เน้นการผลิตเพื่อการส่งออก อีกทั้งยังส่งเสริมด้านต่าง ๆ เช่น ส่งเสริมการผลิต ส่งเสริมด้านการศึกษา (มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรให้ตรงกับตลาดแรงงาน) ส่งเสริมด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่กล่าวมาจะเห็นว่าประเทศเกาหลีได้ได้เร่งพัฒนาเศรษฐกิจ ของประเทศอย่างหนัก ผลจากการเร่งพัฒนาเศรษฐกิจทำให้ประเทศเกาหลีได้เจริญเติบโตอย่าง รวดเร็ว อีกทั้งรัฐบาลยังมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการลงทุนกับบริษัทเอกชนเพื่อการส่งออก อุตสาหกรรมหนักจนทำให้เกิดกลุ่มธุรกิจที่เรียกว่า “กลุ่มแชโบล” ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบทบาทอย่างมาก

ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเกาหลีใต้จนนำไปสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ได้สำเร็จ และแน่นอนว่ากลุ่มธุรกิจแชโบลที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลได้กลายมาเป็นกลุ่มธุรกิจที่ผูกขาดเศรษฐกิจในประเทศเกาหลีใต้ เมื่อเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจในปี ค.ศ. 1997 จึงทำให้เกิดผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเกาหลีได้อย่างหนัก เพราะกลุ่มธุรกิจแชโบลที่เปรียบเสมือนเสาหลักที่สำคัญทางเศรษฐกิจในประเทศเกาหลีใต้ เหตุการณ์ดังกล่าวทำให้เกิดการล้มละลายเป็นจำนวนมาก แต่ผลจากการประสบปัญหาทางด้านการเงินในครั้งนี้นำให้ประเทศเกาหลีใต้ได้เรียนรู้ และไม่ได้ส่งเสริมกลุ่มธุรกิจกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นพิเศษเหมือนที่ผ่านมา ทำให้กลุ่มธุรกิจมีความหลากหลายมากขึ้น และเป็นไปตามกลไกตลาดมากขึ้นด้วย อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนทิศทางการบริหารประเทศอีกด้วย ซึ่งได้จากรัฐบาลของประธานาธิบดี คิม-แด-จุง ที่บริหารประเทศในช่วงปี ค.ศ. 1998 - 2002 ได้ให้ความสำคัญกับสินค้าทางวัฒนธรรมมากขึ้น โดยผลักดันเศรษฐกิจที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมมากขึ้น อีกทั้งรัฐบาลของประเทศเกาหลีใต้ยังให้ความสำคัญและมุ่งมั่นในการส่งออกอุตสาหกรรมวัฒนธรรมอย่างมาก เนื่องจากต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าอุตสาหกรรมหนักแต่ยังสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้เทียบเท่ากัน อีกทั้งอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ยังสร้างรายได้เป็นอย่างมาก และปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากการส่งออกอุตสาหกรรมวัฒนธรรมยังทำให้วัฒนธรรมเกาหลีได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นทั้งศิลปิน นักแสดง อาหาร แฟชั่น การแต่งกาย สถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ จนกลายเป็นที่นิยม และเกิดเป็นกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีขึ้นมา

สมัยรัฐบาลของประธานาธิบดี คิม-แด-จุง ซึ่งบริหารประเทศในช่วงปี ค.ศ. 1998-2002 ได้ประกาศนโยบาย *Korea: Culture, Creativity and Content* เป็นนโยบายสำคัญที่ส่งเสริมวัฒนธรรมและเทคโนโลยีเพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่ประเทศ โดยมีต้นแบบจากอุตสาหกรรมบันเทิงของตะวันตกอย่าง “ฮอลลีวูด (Hollywood)” แต่ประเทศเกาหลีใต้ได้มีการพัฒนารูปแบบภาพยนตร์ให้มีความโดดเด่นในแบบฉบับของเกาหลี ดังนั้นในช่วง ปี ค.ศ. 1988 จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่มีการนำเอาวัฒนธรรมมาใช้ในเชิงการค้าหรือสินค้า ทำให้เกิดเป็นสินค้าส่งออกทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะการส่งออกละครโทรทัศน์ของเกาหลีที่เรียกว่าซีรีส์เกาหลี ซึ่งมีรูปแบบ และแนวทางในการสร้างสรรค์ที่หลากหลาย โดยเริ่มแรกเน้นส่งออกในแถบประเทศเพื่อนบ้านอย่างประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น ผ่านหน่วยงานที่เรียกว่า *Korea Culture and Content* (ส่งเสริมการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีสู่ต่างประเทศโดยเฉพาะ) และในปี ค.ศ. 2001 ซีรีส์เกาหลีเริ่มออกฉายและได้รับความนิยม จึงเป็นการตอกย้ำให้รัฐบาลประเทศเกาหลีใต้หันมาให้ความสำคัญกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมบันเทิงมากขึ้นอีก และในขณะที่การส่งออกซีรีส์เกาหลีกำลังได้รับความนิยม ขณะเดียวกันวัฒนธรรมด้านดนตรีของประเทศเกาหลีใต้ก็ค่อย ๆ ก่อตัวเพิ่มมากขึ้น โดยได้มีการสร้างสรรค์ให้มีความโดดเด่น และมีความทันสมัยมากขึ้นจากกลุ่มบริษัทเอกชน ซึ่งบริษัท

SM Entertainment เป็นบริษัทยุคแรกที่มีแนวคิดในการนำวัฒนธรรมมาทำให้กลายเป็นสินค้าโดยใช้ อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการเผยแพร่ผลงานสู่ภายนอก ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารงานของ ลี-ซู-มาน

ต้นคริสต์ศตวรรษที่ 21 วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีได้รับความนิยมอย่างมากโดยเฉพาะในประเทศจีนและประเทศญี่ปุ่น (มาจากการรับชมซีรีส์เกาหลี เรื่อง เพลงรักในสายลมหนาว (Winter Sonata) ค.ศ. 2003) เนื่องจากมีวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน อีกทั้งยังมีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม เอเชียกับตะวันตกได้อย่างกลมกลืน ทำให้วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีได้รับความนิยมอย่างมาก แต่ยังเป็นความสนใจเฉพาะกลุ่ม แต่เมื่อซีรีส์เกาหลีเรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง (Jewel in the Palace) ออกอากาศในประเทศเกาหลีใต้ในปี ค.ศ. 2003 และได้รับความนิยมมาก อีกทั้งมีการส่งออกซีรีส์เรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง (Jewel in the Palace) ไปยังประเทศต่าง ๆ จึงทำให้กระแสความนิยมในเกาหลีเพิ่มมากขึ้น ไม่เพียงแต่ซีรีส์เกาหลีเท่านั้น อุตสาหกรรมเพลงเคป็อป (K-pop) ก็เริ่มเติบโตมากขึ้นในต่างประเทศด้วย ซึ่งความนิยมในอุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลียิ่งทำให้รัฐบาลของประธานาธิบดี โน-มู-ฮย็อน ที่บริหารประเทศในช่วงปี ค.ศ. 2003–2008 และประธานาธิบดี อี-มย็อง-บั๊ก ที่บริหารประเทศในช่วงปี ค.ศ. 2008–2013 สนับสนุนการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีเป็นอย่างมาก มีการออกนโยบายและตั้งหน่วยงานเพื่อดูแลและส่งเสริมการผลิตและการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลี และสำหรับบทบาทของเอกชนนั้นว่ามีความสำคัญมากในการผลักดันอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเกาหลี โดยเฉพาะอุตสาหกรรมบันเทิง แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่านโยบายของภาครัฐบาลก็มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงของประเทศเกาหลีได้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ซึ่งบทบาทที่ภาครัฐบาลพยายามจะส่งเสริมไม่ใช่เพียงด้านอุตสาหกรรมบันเทิง หรือวัฒนธรรมเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการส่งเสริมด้านการเมือง ซึ่งทำให้ประชาชนมีเสรีภาพทางด้านความคิด ทำให้สามารถสร้างสรรค์ผลงานที่แปลกใหม่ อีกทั้งยังสนับสนุนนโยบายด้านการศึกษาเพื่อทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลีเติบโตในระดับสากล ทุกวันนี้จะเห็นว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีได้รับความนิยมและเผยแพร่ไปทั่วโลกผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลาย และยังเห็นการพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลีที่ไม่หยุดนิ่งจากการมีผลงานเผยแพร่ออกมาอย่างต่อเนื่อง (ศิริพร ดาบเพชร, 2565, น. 128-131) ดังนั้น วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีก็ไม่ได้เกิดขึ้นด้วยความบังเอิญ แต่เกิดขึ้นจากการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล และการถูกขับเคลื่อนโดยภาคเอกชน ซึ่งปรากฏการณ์ของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีสะท้อนให้เห็นถึงการใช้วัฒนธรรมเป็นตัวขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจโดยการส่งออกวัฒนธรรมผ่านอุตสาหกรรมสื่อบันเทิง

ปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีในยุคโลกาภิวัตน์ช่วยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศสะดวกรวดเร็วมากขึ้น จึงทำให้การขยายตัวของวัฒนธรรมเกิดขึ้นทุกหนทุกแห่งบนโลกใบนี้รวมทั้งประเทศไทยด้วย ทำให้เยาวชนในปัจจุบันเติบโตมากับเทคโนโลยีที่ทันสมัย ในอดีตวัฒนธรรมที่มาจากแถบตะวันตกถือเป็นวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อเยาวชนมากที่สุด โดยเฉพาะ

วัฒนธรรมเชิงบริโภคนิยมอย่างเช่น กางเกงยีนส์ อาหารฟาสต์ฟู้ด แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมจากประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จีน ไต้หวัน ฮองกง ญี่ปุ่น มีบทบาทในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มานานหลายปี ซึ่งเห็นได้จากเนื้อหาของวงการบันเทิงจีน ไต้หวัน ฮองกง ญี่ปุ่น ที่ปรากฏอยู่ในสังคมไทยมาเป็นเวลานาน โดยเฉพาะวัฒนธรรมญี่ปุ่น ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่เผยแพร่เข้ามาจนเป็นที่รู้จักและคุ้นเคยกับสังคมไทย (ชญาตม์ พัฒนสุวรรณ, 2549, น. 1-2) ซึ่งในช่วงต้นยุค 1990 ประเทศญี่ปุ่นประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจ ญี่ปุ่นจึงได้พัฒนานโยบาย Cool Japan เพื่อขยายตลาดการค้าไปยังต่างประเทศ ผ่านวัฒนธรรมของญี่ปุ่นโดยใช้แนวทางอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น ดนตรี ภาพยนตร์ เกม การ์ตูน ทำให้วัฒนธรรมญี่ปุ่นเริ่มมามีบทบาทในประเทศไทย แต่แท้จริงแล้ววัฒนธรรมญี่ปุ่นมีบทบาทมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1980 เป็นช่วงที่หนังฮองกงเริ่มดัง เพียงแต่วัฒนธรรมญี่ปุ่นมีฐานแฟนคลับเฉพาะกลุ่ม และในปี ค.ศ. 2000 วัฒนธรรมเกาหลีก็เริ่มเป็นที่นิยม และรู้จักกันอย่างแพร่หลาย แต่อย่างไรก็ตามความต่อเนื่องของวัฒนธรรมญี่ปุ่นในสังคมไทยไม่ได้หายไป และยังคงอยู่มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งต่างจากวัฒนธรรมฮองกง และไต้หวันที่ซาลงไปแล้ว (อริญชัย วีรคุษฎินนท์, 2564) ดังนั้น ประเทศไทยมีการรับวัฒนธรรมสมัยนิยมจากประเทศทางแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มานาน และยังคงมีการไหลเข้ามาของวัฒนธรรมตะวันออกอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันประเทศที่เป็นกระแสที่ได้รับความนิยมในช่วง 10 ปีนี้มานี้ คือ ประเทศเกาหลีใต้ที่เรียกว่ากระแสเกาหลี หรือวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี ดังนั้น การเข้ามาของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในปัจจุบันจึงไม่ได้เกิดขึ้นอย่างลอย ๆ แต่มีปัจจัยการบริโภคนิยมวัฒนธรรมสมัยนิยมตะวันออกที่ไหลเข้ามาก่อนหน้านี้เป็นฐานรองรับ อีกทั้งประเทศไทยเองก็ไม่ได้รับวัฒนธรรมเหล่านี้เข้ามาแทนที่ เพียงแต่รับเข้ามาเป็นวัฒนธรรมย่อยที่สอดแทรกอยู่ในวัฒนธรรมหลัก ซึ่งงามพิศ สัตย์สงวน (2543, น. 30-31) กล่าวว่าวัฒนธรรมย่อยเป็นวัฒนธรรมที่ใช้กันในกลุ่มคนบางกลุ่ม ไม่ได้ใช้กันจำนวนมากในสังคม ซึ่งคนกลุ่มนั้นนอกจากปฏิบัติตามวัฒนธรรมหลักแล้วยังปฏิบัติตามวัฒนธรรมย่อยที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง สำหรับประเทศไทยการรับวัฒนธรรมย่อยย่อมขึ้นอยู่กับกระแสความนิยม และการนำเสนอของสื่อมวลชน ซึ่งก็เป็นไปตามกลไกการเกิดขึ้นของวัฒนธรรมสมัยนิยมตามที่พัฒนา กิติอาษา (2546, น. 53-56) กล่าวว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมที่เกิดขึ้นจะเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสของคนในสังคม โดยวัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นการบริโภคที่เป็นไปตามกลไกตลาด หรือเรียกได้ว่าเป็นวัฒนธรรมของคนหนุ่มสาวที่เป็นผลพวงมาจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เกิดขึ้นในประเทศไทย โดยแบ่งการศึกษาเป็น 3 ยุค ซึ่งวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลียุคที่ 1 เป็นยุคของความนิยมของซีรีส์เกาหลี โดยผู้วิจัยยกตัวอย่างซีรีส์เกาหลีบางส่วนที่ได้ออกอากาศในประเทศไทย ดังตาราง

ตาราง 2 แสดงตัวอย่างซีรีส์เกาหลีบางส่วนที่ได้ออกอากาศในประเทศไทย

ปีฉาย	ซีรีส์	สถานีที่ออกอากาศ
1997	ลิขิตรักแห่งดวงดาว (Wish Upon a Star) ¹	สถานีวิทยุกองทัพบกช่อง 5
2002	รักนี้ชั่วนิรันดร์ (Autumn in My Heart) ²	สถานีโทรทัศน์ ITV
2003	คุณผู้ชายกับยายเป็น (My Fair Lady) ¹	สถานีโทรทัศน์ ITV
2004	เพลงรักในสายลมหนาว (Winter Love Song) ¹	สถานีโทรทัศน์ ITV
	สะตูดรักที่ปักใจ (Full House) ²	สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
2005	แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง (Jewel in the Palace) ²	ไทยทีวีสีช่อง 3
2005	รักหมดใจ ยัยกะล่อน (My Girl) ²	สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
2006	เจ้าหญิงวุ่นวายกับเจ้าชายเย็นชา (Princess Hours) ²	สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
2007	วุ่นรักเจ้าชายกาแฟ (Coffee prince) ²	สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
2009	หล่อน่ารักกับซูเปอร์สตาร์นำเลิฟ (You're Beautiful) ²	สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
2010	บัมติดหน้าใส หัวใจว้าวุ่น (Sungkyunkwan Scandal) ²	สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
2011	จอมนางกบฏหัวใจ (The Princess's Man) ²	สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
2012	ตามหาหัวใจเจ้าชายหลังยุค (Rooftop Prince) ³	สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
	ลิขิตรักตะวันและจันทร์ (The Moon That Embraces the Sun) ³	ช่อง 3 และทีวีดิจิตอลช่อง 33
2013	ยัยตัวร้ายกับนายต่างดาว (My Love from the Star) ²	สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
	หยุดหัวใจนายไฮโซ (The Heirs) ²	ช่อง Workpoint
	รักป่วนวิญญูณหลอน (The Master's Sun) ³	สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
	คังชิ คัมภีร์ตระกูลจิ้งจอก (KangChi, The Beginning) ³	
2014	ปินอกกีโอ (Pinocchio) ³	ช่อง 3
2016	ข้ามมิติ ลิขิตสวรรค์ (Moon Lovers) ²	ช่อง 3
2017	สาวน้อยจอมพลังโดบงซุน (Strong Girl Do Bong-Soon) ³	ช่อง 7 HD
2018	รักมียนะ เลขาكيم (What's Wrong With Secretary Kim) ¹	ช่อง PPTV HD 36
2019	หมอหัตถ์เวทดา (Doctor John) ³	ช่อง MONO29
2020	ดอกเตอร์โรแมนติก ปี2 (Dr. Romantic 2) ³	ช่อง MONO29

หมายเหตุ: ¹จาก “ย้อนรอยซีรีส์เกาหลีในประเทศไทย” โดย ส่องสื่อ มีเดีย แลป (Songsue Media Lab), 2561. The Modernist (<https://themodernist.in.th/historykoreatothailand/>)

²จาก “60 ซีรีส์เกาหลีที่ควรดูสักครั้งหนึ่งในชีวิต สุข เศร้า ฟิน มีครบ” โดย Pigskwalker, 2013. AKERU (<https://www.akerufed.com/celeb-guru/60-series-korea-2017-must-watch>)

³จาก “15 ซีรีส์เกาหลีในตำนาน กระแสนิยมชมชอบที่เมืองไทย” โดย Knittha, 2559. Sanook (<https://www.sanook.com/movie/59493/>)

จากตารางจะเห็นว่า การออกอากาศซีรีส์เกาหลีในประเทศไทยเริ่มต้นในปี ค.ศ. 1997 และจากการออกอากาศของซีรีส์เกาหลี เรื่อง ลิขิตรักแห่งดวงดาว (Wish Upon a Star) ทางสถานีวิทยุ กองทัพบกช่อง 5 ได้รับกระแสตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มวัยรุ่น แต่ซีรีส์ดังกล่าวยังไม่ทำให้ซีรีส์เกาหลีเป็นที่รู้จักในวงกว้าง เนื่องจากช่วงนี้เป็นช่วงที่ซีรีส์ญี่ปุ่นและซีรีส์จีนครองตลาดในประเทศไทย แต่การออกอากาศของซีรีส์เรื่อง ลิขิตรักแห่งดวงดาว (Wish Upon a Star) นำมาซึ่งการพูดถึงซีรีส์เกาหลีเพิ่มมากขึ้น ด้วยเนื้อหาของซีรีส์ที่โดนใจ และการเข้าถึงบทบาทของนักแสดง จนกระทั่งในปี ค.ศ. 2002 สถานีโทรทัศน์ ITV ได้นำ ซีรีส์เกาหลีเรื่อง รักนี้ชั่วนิรันดร์ (Autumn in My Heart) มาออกอากาศ ซึ่งการออกอากาศซีรีส์เกาหลีเรื่อง รักนี้ชั่วนิรันดร์ (Autumn in My Heart) ได้กลายเป็นจุดเริ่มต้นของกระแสมานิยมเกาหลีที่รุกคืบเข้ามาสู่ประเทศไทยมากขึ้น และกลายเป็นที่พูดถึงในชั่วข้ามคืน (อาโป เอกอนันต์กุล, 2561, น. 1-3) อีกทั้งสถานีโทรทัศน์ ITV ยังนำเอาซีรีส์เกาหลีมาออกอากาศอีกหลาย ๆ เรื่อง อย่างเช่นในปี ค.ศ. 2004 ออกอากาศเรื่อง เพลงรักในสายลมหนาว (Winter Love Song) และผลจากความนิยมของละครเกาหลีเรื่อง เพลงรักในสายลมหนาว (Winter Love Song) ทำให้คนไทยมีการเลียนแบบการแต่งกายตามตัวละคร รวมไปถึงกระแสการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีเพื่อตามรอยซีรีส์ อีกทั้งยังทำให้สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ตื่นตัว และเริ่มหันมาซื้อลิขสิทธิ์ซีรีส์เกาหลีมาออกอากาศในประเทศไทยมากขึ้น เช่น สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 นำซีรีส์เกาหลีเรื่อง สะดุดรักที่פקใจ (Full House) มาออกอากาศในปี ค.ศ. 2004 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้นำซีรีส์เกาหลีเรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง (Jewel in the Palace) มาออกอากาศในปี ค.ศ. 2005 โดยซีรีส์เกาหลีเรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง (Jewel in the Palace) เป็นมิติใหม่ของซีรีส์เกาหลีในประเทศไทย เนื่องจากเนื้อเรื่องเล่าถึงประวัติศาสตร์ที่มีเนื้อหาหลักมุ่งเน้นไปที่การพูดถึงการแพทย์โบราณและอาหารในวังที่คนรุ่นใหม่ไม่ทันได้พบเห็น โดยเป็นการถ่ายทอดเรื่องราวของหญิงสาวที่ต้องต่อสู้กับกฎเกณฑ์ ประเพณีที่สืบทอดกันมาช้านาน จากการออกอากาศของซีรีส์เกาหลี เรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง (Jewel in the Palace) ทำให้คนไทยเริ่มหันมาให้ความสนใจในวัฒนธรรมเกาหลีมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ยังนำซีรีส์เกาหลีเรื่อง เจ้าหญิงวุ่นวายกับเจ้าชายเย็นชา (Princess Hours) มาออกอากาศในปี ค.ศ. 2006 ซึ่งละครดังกล่าวก็ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเช่นกัน เนื่องจากเป็นละครแนวโรแมนติก-คอมเมดี้ และผสมไปด้วยความอบอุ่นของตัวละครที่สามารถเข้าได้กับทุกเพศทุกวัย ด้วยกระแสความนิยมของซีรีส์เกาหลีที่สูงขึ้นจึงทำให้สถานีโทรทัศน์หลายช่อง นำซีรีส์เกาหลีมาออกอากาศอย่างต่อเนื่องถึงปัจจุบัน (รวมถึงนำซีรีส์เกาหลีที่โด่งดังมาออกอากาศซ้ำ) แต่หลังจากที่เทคโนโลยีได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว การรับชมหลังซีรีส์เกาหลีตามเวลาของประเทศเกาหลีที่ออกอากาศ ตอบสนองความต้องการของผู้ชมมากกว่า ดังนั้น ในปัจจุบันจึงเกิดช่องทางการรับชมซีรีส์เกาหลีที่นิยมอย่างมากที่เรียกว่าสื่อสตรีมมิ่ง (Streaming) อย่างเน็ตฟลิกซ์ (Netflix) วิว (VIU) ดิสนีย์พลัส (Disney+) ไพรม์วิดีโอ (Prime Video)

วีทีวี (WeTV) อ้ายฉีอี้ (iQIYI) โดยสามารถชมผ่านมือถือได้อย่างรวดเร็ว และสะดวกสบาย พร้อมทั้งมีซับไตเติลภาษาไทย อีกทั้งสามารถชมซีรีส์เกาหลีเรื่องเก่า ๆ ได้อีกด้วย (กิตติธัช ออไอศุรีย์, 2561) และจากการมีสื่อสตรีมมิ่ง (Streaming) ยิ่งทำให้คนดูเข้าถึงสื่อบันเทิงเกาหลีได้กว้างขึ้นไปอีก

ยุคที่ 2 ยุคภาพยนตร์เกาหลี เป็นอีกหนึ่งความนิยมที่ถูกส่งออกมาตีตลาดในประเทศไทย เรียกได้ว่าเป็นคลื่นลูกที่ 2 ของการเข้ามาของวัฒนธรรมสมัยนิยมในประเทศไทย ซึ่งหากย้อนไปช่วงปี ค.ศ. 1980 ถือได้ว่าเป็นยุครุ่งเรืองของหนังฮ่องกง ซึ่งความนิยมของหนังฮ่องกงในประเทศไทย ถือว่าได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง (ความนิยมไม่ได้เกิดขึ้นในแถบเอเชียเท่านั้น แต่ยังไปถึงโซนอเมริกาด้วย) โดยนักแสดงที่เป็นที่รู้จักในยุคนั้นอย่างเช่น เฉินหลง หรือ แจ็กกี้ ชาน (Jackie Chan) บรูซ ลี (Bruce Lee) โจว เหวินฟะ (Chow Yun Fat) หลิว เต๋อหัว (Andy Lau) โดยภาพยนตร์ต่างประเภศ สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล ได้กล่าวว่ายุคทองของหนังฮ่องกงในประเทศไทยอยู่ในช่วงปี 1980-2000 โดยวัฒนธรรมที่มาจากฮ่องกงทำให้เกิดความนิยม และสามารถเข้าถึงได้ทุกกลุ่มในช่วงเวลาหนึ่ง แต่หลังจากนี้ความนิยมในหนังฮ่องกงจะลดลงเรื่อย ๆ เนื่องจากหนังเริ่มเน้นความเป็นท้องถิ่นมากขึ้น อีกทั้งในช่วงปี ค.ศ. 2000 วัฒนธรรมเกาหลีเริ่มแพร่หลาย และกำลังได้รับความนิยม อีกทั้งยังได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน (อริญชัย วีรคุษฎีนนท์, 2564) ดังนั้น ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างภาพยนตร์เกาหลีบางส่วนที่เข้าฉายในประเทศไทย ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 แสดงตัวอย่างภาพยนตร์เกาหลีที่เข้าฉายในประเทศไทย

ปีที่ฉาย	เรื่อง
1999	ชิริ เด็ดหัวใจยอดจารชน (Shiri) ¹
2000	ลิขิตรักข้ามกาลเวลา (Il Mare) ¹
	ยัยตัวร้ายกับนายเจ๋มเจ๋ม (My Sassy Girl) ¹
2003	คนแรกของหัวใจ คนสุดท้ายของชีวิต (The Classic) ¹
	เคลียร์บัญชีแค้นจิตโหด (Old Boy) ¹
2004	เลือดเนื้อเพื่อฝัน วันสิ้นสงคราม (Brotherhood) ¹
2005	ลิขิตพิศواس (April Snow) ¹
2006	อสูรนรกกลายพันธุ์ (The Host) ¹
2007	เสียงจากฆาตกร (Voice of Murderer) ¹
2008	โหด ดิบ ไล่ล่า (The Chaser) ¹
2009	จอมตุ๋นแก๊งค์อัจฉริยะ (The Scam) ¹
2010	มหาเวทย์สงครามสะท้านโลก (Haunters) ¹
2011	เสียงจากหัวใจ...ที่ไม่มีใครได้ยิน (Silenced) ¹
2012	นักฆ่ามาดขริ่ม (A Company Man) ¹

ตาราง 3 (ต่อ)

ปีที่ฉาย	เรื่อง
2013	ปฏิวัติโค่นมาเฟีย (New World) ²
2014	ยี่ซุนชิน ขุนพลคลื่นคำราม (The Admiral: Roaring Currents) ¹
2015	Northern Limit Line (สมรภูมिरบและเกียรติยศแห่งราชนาวิ) ¹
2016	Train to Busan (ด่วนนรก ซอมบี้คลั่ง) ²
2017	เกาะนรกฮาซิมะ (Battleship Island) ²
2019	ชนชั้นปรสิต (Parasite) ²
2022	แค้นเดือดคนดู (Remember) ³
	ลิ้นระเบิดเมือง (Decibel) ³
	คริสต์มาสแค้น (Christmas Carol) ³
	จารชนโอปป้า รื้อสั่ข้มโลก (Confidential Assignment) ³

หมายเหตุ: ¹จาก “100 หนังเกาหลีที่คุณไม่ควรพลาด” โดย อิน เดอะ ดาร์กเนส (In The Darkness), 2558. Pantip (<https://pantip.com/topic/33920072/59493/>)อิน เดอะ ดาร์กเนส (In The Darkness) (2558)

²จาก “หนังเกาหลี เข้าโรงภาพยนตร์ ยอดนิยม เรื่องไหนดี” โดย ไบเฟรินส์ จุฑามาศ (Baifern Jutamas), 2 5 6 4 . Best Review Asia (<https://bestreview.asia/tv/best-korean-movies/>)

³จาก “4 หนังเกาหลีน่าดู จ่อคิวยกขบวนเข้าฉายเร็วในไทย ก่อนสิ้นปี 2022” โดย Korseries, 2022. Korseries (<https://www.korseries.com/4-korean-movies-to-premiere-in-thailand-by-the-end-of-2022/>)

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศเกาหลีได้เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมบันเทิงที่ประสบความสำเร็จ แม้ว่าในช่วงหลังสงครามเกาหลีอุตสาหกรรมภาพยนตร์จะเผชิญกับความตกต่ำ แต่ประเทศเกาหลีได้ก็สามารถทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์กลับมาฟื้นฟูได้อีกครั้งภายในปี ค.ศ. 1990 จนอุตสาหกรรมภาพยนตร์กลายเป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่สำคัญในการส่งออก โดยจุดเปลี่ยนของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีมาจากภาพยนตร์เรื่อง ชิรี เด็ดหัวใจยอดจารชน (Shiri) เป็นภาพยนตร์เกาหลีเรื่องแรกที่ประสบความสำเร็จในประเทศญี่ปุ่น ฮอลลีวูด ใต้หวัน สิงคโปร์ ซึ่งฉายในปี ค.ศ. 1999 ภาพยนตร์ดังกล่าวสร้างรายได้เกินคาด อีกทั้งยังสร้างความนิยมใหม่ในผู้ชมต่างประเทศด้วย (สุดาพร พรสมบุญดี, 2564, น. 1) ภาพยนตร์เรื่อง ชิรี เด็ดหัวใจยอดจารชน (Shiri) ถือว่าเป็นภาพยนตร์ของ

ประเทศเกาหลีเรื่องแรกที่ถูกใช้เป็นหัวหอกในการบุกตลาดนอกประเทศ (ผลงานของผู้กำกับกังแจกยู เป็นเรื่องของสายลับเกาหลีเหนือที่มาทำงานแทรกซึมในโซล) และภาพยนตร์ดังกล่าวเป็นภาพยนตร์เกาหลีเรื่องแรกที่เข้าฉายในประเทศไทยและประสบความสำเร็จอย่างมาก ทำให้มีภาพยนตร์จากประเทศเกาหลีอีกหลาย ๆ เรื่องถูกนำมาฉายในประเทศไทย โดยตัวอย่างภาพยนตร์เด่น ๆ อย่างเช่น เรื่อง ยัยตัวร้ายกับนายเจียมเจียม (My Sassy Girl) ที่ฉายในปี ค.ศ. 2000 (ภาพยนตร์เรื่องนี้ถือว่าเป็นภาพยนตร์เกาหลีที่นิยมอย่างมากในประเทศไทย) คนแรกของหัวใจ คนสุดท้ายของชีวิต (The Classic) ฉายในปี ค.ศ. 2003 แต่หลังจากปี ค.ศ. 2006 ความนิยมในภาพยนตร์เกาหลีเริ่มลดลง เนื่องจากการเข้ามาของอุตสาหกรรมเพลงเกาหลีที่เรียกว่าเคป็อป (K-pop) และในปัจจุบันวงการภาพยนตร์เกาหลีสามารถขยายตลาดได้ทั่วโลก ความรุดหน้าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีไม่ได้มีเพียงแค่ตลาดในเอเชียด้วยกันเท่านั้น แต่อิทธิพลของภาพยนตร์เกาหลีกำลังแพร่ระบาดไปถึงยุโรปและอเมริกา โดยภาพยนตร์เรื่องชนชั้นปรสิต (Parasite) ของเกาหลีประสบความสำเร็จในการเข้าชิงรางวัลออสการ์ (Oscar) (เป็นรางวัลของสหรัฐอเมริกาที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เป็นรางวัลทางภาพยนตร์ที่เป็นสากลและเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางทั่วโลก) อีกทั้งเป็นการดำเนินเรื่องราวในภาษาที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษ หลังจากความสำเร็จของ Parasite (ชนชั้นปรสิต) ยังมีภาพยนตร์ที่ว่าด้วยชีวิตชาวเกาหลีที่ไปตั้งรกรากในประเทศสหรัฐอเมริกา เรื่อง มินารี (Minari) ที่ยังสามารถเข้าชิงรางวัลออสการ์ (Oscar) ได้เช่นเดียวกัน ดังนั้น การเติบโตของภาพยนตร์เกาหลีไม่ใช่แค่ต่อยอดให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีเท่านั้น แต่ถือว่าเป็นเส้นทางแห่งความสำเร็จที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได้อีกด้วย (นพปฎล พลศิลป์, 2564)

จากความสำเร็จของรัฐบาลประเทศเกาหลีใต้ในการการสนับสนุนให้วัฒนธรรมเกาหลีเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงไปทั่วโลกผ่านการส่งออกอุตสาหกรรมบันเทิงอย่างซีรีส์เกาหลี และภาพยนตร์เกาหลี ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศเกาหลีใต้พัฒนาอย่างรวดเร็ว (พัชรี บอนคำ, 2563) จากความสำเร็จดังกล่าวทำให้นักลงทุนจากต่างประเทศสนใจเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลีได้ อย่างเช่น เน็ตฟลิกซ์ (Netflix) ที่เข้ามาร่วมลงทุนในการสร้างสรรค์เนื้อหา (ลงทุนในปี ค.ศ. 2016) อีกทั้งยังเป็นแพลตฟอร์ม (Platform) สตรีมมิง (Streaming) ที่มีชื่อเสียงอีกด้วย อุตสาหกรรมบันเทิงอย่างซีรีส์เกาหลี และภาพยนตร์เกาหลีก็ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องมากที่สุดในบรรดาเนื้อหาที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษ (รุ่งนภา พิมมะศรี, 2563) โดยปัจจุบันช่องทางสตรีมมิง (Streaming) อย่างเน็ตฟลิกซ์ (Netflix) ถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเลือกรับชมสื่อบันเทิงจากเกาหลี โดยผู้ชมสามารถรับชมได้อย่างอิสระผ่านสมาร์ทโฟน หรือคอมพิวเตอร์ และยังเป็นหนึ่งในช่องทางที่สังคมไทยใช้ในการรับชมซีรีส์เกาหลี และภาพยนตร์เกาหลีที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน

การเข้ามาของอุตสาหกรรมเพลงเกาหลีที่เรียกว่าเคป็อป (K-pop) เริ่มขยายตลาดมาสู่เอเชียมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นที่ยอมรับและรู้จักในกลุ่มวัยรุ่นอย่างมาก โดยเริ่มจากวัยรุ่นจีนและวัยรุ่นไต้หวัน ซึ่งอุตสาหกรรมเพลงเกาหลีถือว่าเป็นอีกทางเลือกหนึ่งนอกเหนือจากวงดนตรีป๊อปจากตะวันตก และวงดนตรีป๊อปจากญี่ปุ่น (ชมภรณ์ เบญจรงค์สิน, 2554, น. 58) ดังนั้น อุตสาหกรรมเพลงเคป็อป (K-pop) เกาหลี ถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลียุคที่ 3 ที่แพร่เข้ามาสู่ประเทศไทยจนกลายเป็นกระแสอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอประเด็นสำคัญในงานวิจัย 2 ประเด็น คือ 1) บริษัทและค่ายเพลงที่นำเข้าศิลปินเกาหลี และ 2) ปัจจัยที่ทำให้ประเทศไทยนำเข้าศิลปินเกาหลีมาจัดแสดงในประเทศไทย ดังนี้

1. บริษัทและค่ายเพลงที่นำเข้าศิลปินเกาหลี โดยบริษัทเหล่านี้จะมีความสัมพันธ์กับค่ายเพลงที่สำคัญของเกาหลี ได้แก่

1.1 บริษัทอาต้ามัสเวิร์ล จำกัด (มีความสัมพันธ์กับบริษัท SM Entertainment) เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจจัดการแสดงคอนเสิร์ต โดยจัดหาศิลปินที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศเข้ามาแสดงคอนเสิร์ตในประเทศไทยโดยเฉพาะศิลปินเกาหลี รวมไปถึงศิลปินญี่ปุ่นและศิลปินไต้หวันด้วย

1.2 บริษัทโฟโนล๊อค จำกัด (มีความสัมพันธ์กับบริษัท SM Entertainment)

1.3 บริษัทไอ-เวิร์คส เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มีความสัมพันธ์กับบริษัท JYP Entertainment และบริษัท YG Entertainment)

1.4 บริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) เป็นค่ายเพลงที่นำเข้าศิลปินเกาหลีที่มีอิทธิพลสูงสุดในตลาดของประเทศไทย และเป็นบริษัทแรกที่นำเข้าศิลปินเกาหลี และจัดจำหน่ายเพลงเกาหลีและญี่ปุ่นในรูปแบบ ซีดี ดีวีดี เพลง คอนเสิร์ต การดาวน์โหลดเพลง (ประภาวี ศิวเวทกุล, 2556, น. 118-122)

2. ปัจจัยที่ทำให้ประเทศไทยนำเข้าดารา ศิลปินเกาหลีมาจัดแสดง ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอปัจจัยที่สำคัญ ดังนี้

2.1 ก่อนหน้าที่บริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) จะนำเข้าศิลปินเกาหลี อุตสาหกรรมเพลงไทยประสบปัญหาจากเทคโนโลยี (สาเหตุหลักของปัญหาอุตสาหกรรมเพลงไทย) เกี่ยวกับการบันทึกแผ่นเสียงจากระบบอนาล็อก (Analog) ไปสู่ระบบดิจิทัล (Digital) อุปกรณ์ต่าง ๆ มีราคาสูง อีกทั้งเป็นเทคโนโลยีใหม่ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในการใช้งาน และปัญหาการไม่ให้ความสำคัญต่อลิขสิทธิ์ทางปัญญาเนื่องจากผู้บริโภคมีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการดาวน์โหลดเพลงผิดกฎหมาย ส่งผลให้ผลประกอบการของบริษัทลดลงในปี 2005 โดยบริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) มีกำไรสุทธิเพียง 240 ล้านบาท จากเดิมในปี 2004 ที่เคยมีกำไรสูงถึง 700 ล้านบาท เมื่อเจอปัญหาทำให้ต้องมีการปรับนโยบายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยแบ่งผู้บริโภคออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่บริโภคความบันเทิงจากสื่อ

ออนไลน์ และกลุ่มที่ไม่นิยมใช้เทคโนโลยี และในขณะเดียวกันค่ายเพลงบริษัทอาร์เอส จำกัด (มหาชน) ก็ได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เช่นกัน โดยเปลี่ยนไปทำการตลาดกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นตอนต้น ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ให้ความสำคัญต่อคุณภาพของเพลง แต่ให้ความสำคัญต่อรูปร่างหน้าตาของศิลปิน จึงทำให้บริษัทอาร์เอส จำกัด (มหาชน) ประสบความสำเร็จทางด้านรายได้และกระแสนิยม ทำให้บริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนมาใช้นโยบายนี้เช่นกัน แต่่นโยบายดังกล่าวสร้างความสำเร็จในระยะสั้น และเป็นสาเหตุให้อุตสาหกรรมเพลงของไทยเข้าสู่ภาวะถดถอย

2.2 ประชาชนทั่วไปมีความสนใจและมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี สามารถผลิตผลงานเพลง และเผยแพร่ทางคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ทำให้ผู้ผลิตอิสระเหล่านี้มีโอกาสนำเสนอผลงานตนเองสู่ผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง (ฉวรา พิไชยแพทย์, 2553, น. 75-79)

2.3 พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป โดยผู้บริโภคอุตสาหกรรมเพลงไทยในช่วงนั้น แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้บริโภคต่างจังหวัด และผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร แต่อุตสาหกรรมเพลงไทยไม่ได้รับผลกระทบจากกลุ่มผู้บริโภคจากต่างจังหวัด เนื่องจากความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยี และยังมีความรักในตัวศิลปิน แต่กลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มที่เป็นเป้าหมายสำคัญของอุตสาหกรรมเพลงไทยมีความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยี รวมไปถึงข้อมูลข่าวสารและวัฒนธรรมจากต่างประเทศ และพบว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้สามารถดาวน์โหลดเพลงจากทั่วโลกได้ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล อีกทั้งยังชื่นชอบการฟังเพลงต่างชาติ โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นผู้บริโภคที่ฟังเพลงเกาหลีสูงที่สุด จึงมีผลทำให้อุตสาหกรรมเพลงไทยลดลงสูงที่สุด (ฉวรา พิไชยแพทย์, 2553, น. 280-281)

2.4 วัยรุ่นไทยหันไปนิยมศิลปินต่างประเทศเพราะเบื่อหน่ายกับแนวเพลง อีกทั้งรูปลักษณ์ของศิลปินเกาหลีน่าสนใจ ส่งผลให้ค่ายเพลงปรับเปลี่ยนกลยุทธ์มานำเข้าอัลบั้มเพลงเกาหลี และญี่ปุ่นมากขึ้น (พงษ์ศิลป์ อรุณรัตน์, 2556)

ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างงานคอนเสิร์ต และงานแฟนมีตติ้งต่าง ๆ บางส่วนที่เข้ามาจัดแสดงในประเทศไทย ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 4 แสดงตัวอย่างงานคอนเสิร์ต และงานแฟนมีตติ้งต่าง ๆ ที่เข้ามาจัดแสดงในประเทศไทย

ปี	คอนเสิร์ต-แฟนมีตติ้ง	ศิลปิน
	Rain Day in Bangkok 2006 ¹	Rain
2006	Shinhwa Asia Tour Live in Bangkok 2006 ¹	Shinhwa
	Dong Bang Shin Ki Live in Bangkok 2006 ¹	TVXQI
	BATTLE mini Concert @Gran Hall Esplanade 2007 ¹	BATTLE
2007	TVXQ: The 2nd Asia Tour Concert O Live Bangkok 2007 ¹	TVXQI
	Dutch Mill Presents Rain's Coming World Tour in Bangkok 2007 ¹	Rain
2007	F.T Island Cheerful Sensibility Live in Bangkok 2007 ¹	F.T Island
	Central World and KT.C.C present 'The 1st Time with XING in Thailand' ¹	XING
	F.T Island First Live in Thailand 2008 ¹	F.T Island
2008	Be My Angel of Fly to the Sky presented by Central World and KT.C.C 2008 ¹	Fly to the Sky
	YAMAHA Presents SMTOWN LIVE'08 IN BANGKOK ¹	ศิลปิน SMTOWN
	Super Junior Super Show The 1st Asian Tour 2008 ¹	Super Junior
	BIGBANG Global Warning Tour Live in Bangkok 2008 ¹	BIGBANG
	WONDER GIRLS the 1st Wonder LIVE IN BANGKOK ¹	WONDER GIRLS
2009	YAMAHA Presents TVXQI The 3rd Asia Tour Concert 'MIROTIC' in Bangkok ¹	TVXQI
	True Music Presents 'Super Junior The 2nd Asia Tour Super Show 2' ¹	Super Junior
2010	Show King M Bangkok by ADAMAS 2010 ¹	รวมศิลปินเกาหลี
	2010 F.T.ISLAND ASIA TOUR LIVE IN BANGKOK ¹	F.T.ISLAND
	JYJ New Album Showcase Tour 2010 in Bangkok ¹	JYJ
	SS501 Persona 1st Asia Tour Bangkok ¹	SS501
2011	Korean Music Wave in Bangkok Present by JL Starnet ¹	รวมศิลปินเกาหลี
2012	Korean Music Wave in Bangkok ²	รวมศิลปินเกาหลี
	2PM HANDS UP ASIA TOUR in BANGKOK 2012 ²	2PM
2013	SMTOWN LIVE WORLD TOUR III in BANGKOK ²	SMTOWN
	2013 INFINITE 1st World Tour One Great Step in Bangkok ²	INFINITE

ตาราง 4 (ต่อ)

ปี	คอนเสิร์ต-แฟนมีตติ้ง	ศิลปิน
2014	EXO FROM. EXOPLANET #1 – THE LOST PLANET – in BANGKOK ²	EXO
	MBC Korean Music Wave 2014 ²	รวมศิลปินเกาหลี
	TOFU MUSIC FESTIVAL 2014 ²	รวมศิลปินเกาหลี
	JYP NATION in BANGKOK 2014 <ONE MIC> ²	ศิลปิน JYP
2015	BIGBANG 2015 WORLD TOUR [MADE] IN BANGKOK ²	BIGBANG
	Sungha Jung Live in Bangkok 2015 ²	Sungha Jung
	2015 TAEYANG WORLD TOUR [RISE] in Bangkok ²	TAEYANG
	GOT7 - 1st FAN MEETING 2015 ²	GOT7
	EXO PLANET #2 – The EXO’luXion- in BANGKOK ²	EXO
2017	Feoh Presents 2017 BANGKOK SUPER LIVE ²	EXO-CBX
	BTOB World Tour Fan Meeting in Bangkok ²	BTOB
	WANNA ONE 1st Fan Meeting in Bangkok: WANNA Be LovEd ²	WANNA ONE
	Make & Meet with GOT7 ²	GOT7
2018	2018 ASTRO Global Fan Meeting Thailand ²	ASTRO
	Red Velvet 2nd Concert [REDMARE] in BANGKOK ²	Red Velvet
	OLBALGAN4 1st FAN MEETING IN BANGKOK 2018 ²	OLBALGAN4
	iKON 2018 CONTINUE TOUR IN BANGKOK ²	iKON
	2018 IU 10th Anniversary Tour Concert <dlwlrma> in Bangkok ²	IU
	’s...TAEYEON CONCERT in BANGKOK ²	TAEYEON
2019	BTS World Tour LOVE YOURSELF ²	BTS
	BLACKPINK 2019 WORLD TOUR [IN YOUR AREA ²	BLACKPINK
	Red Velvet 2nd Concert [REDMARE] in BANGKOK ²	Red Velvet
	OLBALGAN4 1st FAN MEETING IN BANGKOK 2018 ²	OLBALGAN4
	iKON 2018 CONTINUE TOUR IN BANGKOK ²	iKON
	2018 IU 10th Anniversary Tour Concert <dlwlrma> in Bangkok ²	IU
	’s...TAEYEON CONCERT in BANGKOK ²	TAEYEON
	BTS World Tour LOVE YOURSELF ²	BTS
	BLACKPINK 2019 WORLD TOUR [IN YOUR AREA ²	BLACKPINK
	KCON 2019 Thailand ²	รวมศิลปิน
	SEVENTEEN WORLD TOUR <ODE TO YOU> IN BANGKOK ²	SEVENTEEN
	EXO PLANET #5 – EXplOration – in BANGKOK ²	EXO

ตาราง 4 (ต่อ)

ปี	คอนเสิร์ต-แฟนมีตติ้ง	ศิลปิน
2019	NCT 127 WORLD TOUR ‘NEO CITY: BANGKOK– The Origin ²	NCT
	(He is Psychometric) Drama Fanmeeting in Bangkok with JINYOUNG (GOT7) ²	JINYOUNG (GOT7)
	‘TWICELIGHTS’ IN BANGKOK ²	TWICELIGHTS
	Mamamoo “2019 Mamamoo Asia Fanmeetin ^{g2}	Mamamoo
	2019 WayV FANMEETING TOUR ‘Section#1_We Are Your Vision’ – in BANGKOK ²	WayV
2022	2022 SEJEONG’S SESANG DIARY in BANGKOK ²	SEJEONG
	2022 YUGYEOM 1st Live in Bangkok ²	YUGYEOM (GOT7)
	K-JOY Music Festival 2020 ²	รวมศิลปิน
	SUPER JUNIOR WORLD TOUR – SUPER SHOW 9: ROAD in BANGKOK ²	SUPER JUNIOR
	2022 AB6IX FAN CONCERT ‘AB_NEW AREA’ ²	AB6IX
	(G)I-DLE WORLD TOUR [JUST ME ()I-DLE] LIVE IN BANGKOK ²	(G)I-DLE
	KANGDANIEL CONCERT FIRST PARADE IN BANGKOK ²	KANGDANIEL
2023	2022 WORLD TOUR JAY B TAPE: PRESS PAUSE [ENCORE IN BANGKOK ²	JAY B
	BLACKPINK WORLD TOUR [BORN PINK] ENCORE BANGKOK ²	BLACKPINK
	B.I 2023 ASIA TOUR [L.O.L THE HIDDEN STAGE] IN BANGKOK ²	B.I
	the other side ASIA TOUR 2023 ²	Mark Tuan
	ITZY THE FIRST WORLD TOUR (CHECKMATE) BANGKOK ²	ITZY
	NCT DREAM TOUR ‘THE DREAM SHOW2: In A DREAM’ in BANGKOK ²	NCT DREAM
	ENHYPEN WORLD TOUR ‘MANIFESTO’ ²	ENHYPEN
Tiffany Young Fan meeting in Bangkok 2023 ‘Forever Wishing’ ²	Tiffany Young	

หมายเหตุ: ¹จาก “บทบาทของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเกาหลี: กระแสของละครและเพลงเกาหลีในประเทศไทย” (น.23) โดย ชมาภรณ์ เบญจรงค์สิน, 2554. มหาวิทยาลัยศิลปากร. สงวนลิขสิทธิ์ 2554 โดย มหาวิทยาลัยศิลปากร

²จาก “รวม คอนเสิร์ตเกาหลี แฟนมีตติ้ง Fan Meeting ศิลปินเกาหลีมาไทย” โดย คอซีรีส์ (Korseries). 2565 (<https://www.korseries.com/korevent/>)

จากตารางคอนเสิร์ต-แฟนมีตติ้งเกาหลีในประเทศไทย ชี้ให้เห็นว่าประเทศไทยมีการนำเข้าศิลปินเกาหลีเพื่อมาจัดแสดงตั้งแต่ปี 2006 และยังคงมีการจัดแสดงเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ทั้งในรูปแบบศิลปินเดี่ยว และศิลปินกลุ่ม โดยนักร้องกลุ่มแรกที่เข้ามาในประเทศไทย คือ เอช.โอ.ที (H.O.T) เป็นนักร้องกลุ่มชายล้วนจากการค่าย SM Entertainment แต่ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก โดยศิลปินวงแรกที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย คือ วงชินฮวา (Shinhwa) เป็นกลุ่มนักร้องชายล้วน ซึ่งมาจากการค่าย SM Entertainment แต่ศิลปินที่สร้างความนิยมอย่างมากในประเทศไทย ได้แก่ วงทงบังชินกิ (TVXQ) เป็นกลุ่มนักร้องชายล้วนที่มาจากค่าย SM Entertainment เช่นเดียวกัน ผลจากกระแสความนิยมของวงทงบังชินกิได้ทำให้วงอื่น ๆ เข้ามาสร้างความนิยมในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และได้ผลตอบรับในทิศทางที่ดี อีกทั้ง ยังมีกลุ่มนักร้องหญิงที่เข้ามาตีตลาดอีกด้วย อย่างวงวันเดอร์เกิร์ล (Wonder Girl) จากการค่าย JYP Entertainment ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มนักร้องหญิงวงแรก ๆ ที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย หลังจากนั้นอุตสาหกรรมเพลงเกาหลีเข้ามาสร้างความนิยมต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน เห็นได้จากการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับดาราศิลปินเกาหลี อย่างเช่น คอนเสิร์ต งานแฟนมีตติ้ง ที่บ่งบอกถึงความต่อเนื่องในความนิยมของอุตสาหกรรมเพลงของเกาหลี อีกทั้งประเทศไทยก็ได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เกี่ยวกับศิลปินรุ่นใหม่ โดยเปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของเด็กฝึกในค่ายเพลงเกาหลีได้ และเด็กไทยก็เป็นส่วนหนึ่งที่เข้าไปสร้างชื่อเสียงในวงการเพลงของเกาหลี เช่น นิซคุณ หรเวชกุล (วง2PM เปิดตัวครั้งแรกปี 2008 จากค่าย JYP Entertainment) การมีเด็กไทยเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของวงการผลิตเพลงเกาหลีได้สร้างความสนใจและแรงบันดาลใจให้กับคนไทยรุ่นต่อ ๆ มาอย่างมาก หลังจากนั้นเด็กไทยเริ่มทยอยเข้าไปสู่วงการบันเทิงเกาหลีอีกหลายคน เช่น แบลมแบม กันต์พิมุกต์ ภูวกุล (สมาชิกวง GOT7 เปิดตัวในปี ค.ศ. 2014 จากค่าย JYP Entertainment) เตนล์ ชิตพล ลีชัยพรกุล (สมาชิกวง NTC เปิดตัวในปี ค.ศ. 2016 จากค่าย SM Entertainment) และลิซ่า ลลิษา มโนบาล (สมาชิกวง BLACKPINK เปิดตัวในปี ค.ศ. 2016 จากค่าย YG Entertainment) (เบญจพร สุวรรณวงศ์, 2559, น. 33-42)

อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์

การศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยใช้คำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลกลุ่มเยาวชนที่มีความชื่นชอบ เลียนแบบในวัฒนธรรม สมัยนิยมเกาหลี โดยพัฒนาคำถามจากการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนทั้งหมด 10 คน ผู้วิจัยแยกอธิบายตามประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. การเปิดรับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี / การเข้าสู่วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี

3. เหตุผลในการขึ้นชอววัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เกิดจากดารา ศิลปินเกาหลี
4. ความขึ้นชอววัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เกิดจาก ดารา ศิลปินเกาหลี ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อตัวผู้ให้สัมภาษณ์ (มีการรวมกลุ่มทำกิจกรรม หรือแสดงออกเกี่ยวกับความขึ้นชอวอย่างไร)
5. แนวโน้มต่อความขึ้นชอววัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมืองจังหวัดนครสวรรค์ เนื่องจากการทำวิจัยเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี เป็นงานวิจัยที่ทำกับผู้ที่มีความขึ้นชอวเกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งเหตุผลในการเลือกกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เนื่องจากเยาวชนกลุ่มนี้มีการแสดงออกถึงพฤติกรรมที่ขึ้นชอวในวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างหลากหลาย ผลจากการแสดงออกถึงความขึ้นชอวของกลุ่มเยาวชนทำให้จังหวัดนครสวรรค์กลายเป็นพื้นที่ในการรวมกลุ่มทำกิจกรรม ที่แสดงออกต่อสังคมถึงความขึ้นชอวในวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี เช่น การรวมกลุ่มทำกิจกรรมการเต้น คัฟเวอร์ แดนซ์ (Cover Dance) ตามห้างสรรพสินค้า หรือสวนสาธารณะ การจัดกิจกรรมโพเจกต์วันสำคัญของดารา ศิลปินเกาหลี ตามห้างสรรพสินค้า หรือคาเฟ่ ความนิยมในวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในจังหวัดนครสวรรค์ค่อย ๆ ขยายวงกว้างมากขึ้น เห็นได้จากการจัดกิจกรรมการเต้นคัฟเวอร์ แดนซ์ (Cover Dance) ทุกปีในห้างสรรพสินค้า V-Square จังหวัดนครสวรรค์ สร้างความสนใจในกลุ่มเยาวชนเป็นอย่างมากทั้งในและต่างจังหวัด อีกทั้งในปัจจุบันกลุ่มเยาวชนไทยยังให้ความสนใจกับการเต้นคัฟเวอร์ แดนซ์ (Cover Dance) จนทำให้มีการเปิดสถาบันสอนเต้นเพิ่มมากขึ้นกว่าในอดีต รวมถึงยังมีกระแสดำเนินการประกวดการเต้นคัฟเวอร์ แดนซ์ (Cover Dance) ในโรงเรียนภายใต้โครงการต่าง ๆ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สนับสนุนถึงความขึ้นชอวในวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีอย่างเช่นโครงการ TO BE NUMBER ONE ซึ่งเป็นโครงการที่ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดซึ่งลักษณะกิจกรรมจะมีหลากหลายรูปแบบ แต่กิจกรรมที่ได้รับความนิยมในกลุ่มเยาวชน คือ การประกวดการร้องเพลง และการเต้นคัฟเวอร์ แดนซ์ (Cover Dance ทั้งหมดที่ผู้วิจัยกล่าวมาถือเป็นกิจกรรมที่จังหวัดนครสวรรค์ให้ความสำคัญกับกระแสของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เกิดขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งเป็นพื้นที่ ที่มีการแสดงออกเกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี และจากข้อมูลเบื้องต้นในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิจัย การศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทยในจังหวัดนครสวรรค์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 10 คน สามารถอธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์แบ่งเป็น 2 ตาราง ดังนี้

ตาราง 5 แสดงข้อมูลทั่วไปกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ (จบการศึกษาแล้ว)

ลำดับ	นามสมมติ	เพศ	อายุ	กลุ่มแฟนคลับ	ระยะเวลาในการติดตาม	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้	ค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนตรา/ศิลปิน
1	เอ	ชาย	25	ซีรี้ส์	6	จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	พนักงานเซเว่น	17,000	เงินส่วนตัว
2	ซี	หญิง	28	ศิลปิน (GOT7)	7	จบการศึกษาระดับปริญญาตรี	ข้าราชการ (ครู)	20,000	เงินส่วนตัว
3	ดี	หญิง	26	ศิลปิน (BTS)	5	จบการศึกษาระดับปริญญาตรี	ผู้ช่วยพยาบาล	18,000	เงินส่วนตัว
4	เอฟ	หญิง	25	ศิลปิน (BLACKPINK)	5	จบการศึกษาระดับปริญญาตรี	ข้าราชการ (ครู)	25,000	เงินส่วนตัว
5	เอช	หญิง	26	ศิลปิน (IU)	7	จบการศึกษาระดับปริญญาตรี	พนักงานบริษัทเอกชน	20,000	เงินส่วนตัว
6	ไอ	หญิง	25	ศิลปิน (Girls' Generation)	7	จบการศึกษาระดับปริญญาตรี	พนักงานบริษัทเอกชน	18,000	เงินส่วนตัว

ตาราง 6 แสดงข้อมูลทั่วไปกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ (กำลังศึกษาอยู่)

ลำดับ	นาม	เพศ	อายุ	กลุ่มแฟนคลับ	ระยะเวลาในการติดตาม	ระดับการศึกษา	คณะที่เรียน	รายได้	ค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนดาราศิลปิน
1	บี	ชาย	22	ซีรีส์ซีรีส์	5	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	รัฐศาสตร์	ผู้ปกครอง (8,000)	เงินออม
2	อี	หญิง	21	ซีรีส์ซีรีส์	5	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	วิทยาการ จัดการ	ผู้ปกครอง (9,000)	เงินออม
3	จี	ชาย	22	ซีรีส์ซีรีส์	5	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	ครุศาสตร์	ผู้ปกครอง (7,500)	เงินออม
4	เจ	หญิง	23	ศิลปิน (BTS)	6	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	ครุศาสตร์	ผู้ปกครอง (10,000)	เงินออม

***เงินออม หมายถึง เงินได้จากผู้ปกครองส่งมาให้ใช้จ่ายในทางการศึกษา แต่มีการเก็บออมเพื่อใช้ในการสนับสนุนศิลปิน

จากตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี เป็นเพศหญิงจำนวน 7 คน เพศชายจำนวน 3 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่จบการศึกษา และกลุ่มที่กำลังศึกษาอยู่ จากตารางสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้ ตารางที่ 1 กลุ่มที่จบการศึกษามีอายุอยู่ในช่วง 25-28 ปี มีระยะเวลาในการเป็นแฟนคลับ 6-7 ปี โดยกลุ่มนี้จะมีระดับการศึกษาตั้งแต่จบระดับมัธยมศึกษาตอนปลายถึงระดับปริญญาตรี ซึ่งกลุ่มที่จบการศึกษามีการสนับสนุนศิลปินโดยใช้รายได้ของตนเองหรือเงินส่วนตัว เนื่องจากมีงานทำแล้ว ส่วนกลุ่มที่ 2 คือกลุ่มที่กำลังศึกษาอยู่ จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มนี้มีอายุอยู่ในช่วง 21-23 ปี มีระยะเวลาในการเป็นแฟนคลับ 5-6 ปี จากตารางจะเห็นว่ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีทุกคน แต่กลุ่มที่กำลังศึกษาอยู่มีการสนับสนุนศิลปินเช่นเดียวกับกลุ่มที่จบการศึกษาแล้ว แต่การสนับสนุนศิลปินของกลุ่มนี้จะใช้การออมเงินจากค่าใช้จ่ายทางการศึกษาที่ผู้ปกครองส่งมาให้ และมีการเก็บออมไว้บางส่วนเพื่อใช้ในการสนับสนุนศิลปินที่ชื่นชอบ

2. การเปิดรับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี/ การเข้าสู่วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี

ปัจจุบันประเทศไทยคงปฏิเสธไม่ได้ถึงการเข้ามาของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี มีรูปแบบความนิยมที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมบันเทิงไม่ว่าจะเป็นละครโทรทัศน์เกาหลี หรือซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี และเพลงเคป๊อป (K-pop) เกาหลี ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทำให้ทราบถึงการเปิดรับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี หรือการเข้าสู่วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี แยกเป็นรายบุคคล ดังนี้

“ผมเป็นเด็กที่ไม่ค่อยชอบเรียนครับพี่ เรียนไม่รู้เรื่องเลย ผมไม่ชอบเรียนด้วยแหละ ผมจะชอบไปทางกิจกรรมมากกว่า ไม่ก็ก็เล่นกีฬา อาจจะเป็นสไตล์ของเด็กผู้ชายกลุ่มผมมั้ง แล้วผมก็มีกลุ่มเพื่อนที่สนิทกันมาก ๆ ครับ ตอนนี่ถึงจะเรียนจบไปแล้วแต่ก็ยังสนิทนะครับ มีกลุ่มแชทที่คอยอัปเดตข่าวสารกัน ตอนสมัยเป็นนักเรียนเวลาไปไหนก็จะไปด้วยกัน ทำอะไรก็ทำด้วยกัน พอช่วงกลับบ้านหลังเลิกเรียน ผมก็จะว่างมาก สิ่งที่ผมทำตอนกลับบ้านก็หนักไปทางเล่นเกม แล้วแม่ก็บ่นด้วยนะ เพราะผมติดเกมมากครับ แต่มันมีช่วงนึงนะพี่ที่เพื่อนผมมันติดซีรีส์เกาหลีมาก ๆ มันดูแล้วมาเล่ากับพวกผมในกลุ่ม แต่พวกผมก็ไม่รู้เรื่องเลยนะ คอยกับมันไม่เข้าใจมาก ๆ จนสุดท้ายนะพี่ เพื่อนคนนี้นมันบังคับให้เพื่อนทั้งกลุ่มไปดูซีรีส์เรื่องนี้ ชื่อภาษาไทยมันชื่อว่าร้ายตัวร้ายกับนายต่างดาว ถึงจะพูดว่าเพื่อนมันบังคับแต่เอาจริงพวกผมไม่ได้ลำบากใจนะ ชิว ๆ เพราะก็ได้คิดว่ามันลำบากอะไรขนาดนั้น แต่ผมยอมรับนะว่าตอนที่ดูซีรีส์เกาหลีที่เพื่อนแนะนำเรื่องแรก ความรู้สึกมันก็แตกต่างจากของไทยแล้วอะ มูต (อารมณ์) ในการแสดงเขาดีมาก ผมก็รู้สึกว่ามันน่าสนใจมากเลยนะ แต่ที่น่าสนใจกว่าก็หน้าต่านักแสดงแหละครับ ขนาดผู้ชายด้วยกันผมยังมองว่าเขาดูดี ผมก็ว่าทำไมเพื่อนมันเป็นหนักมาก แล้วพี่เชื่อมั๊ยว่าหลังจากมีเรื่องแรก เรื่องอื่น ๆ มันจะตามมา

เรื่อย ๆ เองครับ ผมบอกเล่นะวงการซีรีส์ไม่ใช่เข้าแล้วออกยาก แต่เข้าแล้วออกไม่ได้เลยต่างหาก แล้วพวกผมอะเป็นกลุ่มชายล้วน แบบชายจริง ๆ นะ แต่หลังจากที่โดนเพื่อนมันบ้ายยา พวกผมก็เริ่มดูซีรีส์ฝั่งเกามาเรื่อย ๆ เล่นนะ ผมไม่ได้เป็นคนเดียวนะ เพื่อนคนอื่นในกลุ่มก็ด้วย แต่ว่าแต่ละคนอาจจะใช้เวลาดูต่างกัน คุณละเรื่องกัน แนวในการชอบก็ต่างกันไป แต่พี่เชื่อปะ ว่าครั้งไหนที่ดูเรื่องเดียวกันนะ คุยกันแบบหยุดไม่ได้เลย ต้องชอบคุณเพื่อนผมคนนั้นะที่พาผมและเพื่อนในกลุ่มเข้าวงการซีรีส์ แล้วพี่เชื่อปะ ว่าตอนนี้ซีรีส์เกาหลีสามารถดูได้แบบถูกลิขสิทธิ์แล้วนะ พวกเน็ตฟลิกซ์ (Netflix) วิว (VIU) ตามแอปพวกนี้เลย แต่ก่อนพี่แอปพวกนี้มันไม่ค่อยลงซีรีส์เกาหลีเท่าไร ตอนนี้ผมว่ามันสะดวก หาดู ง่ายกว่าแต่ก่อนเยอะเลย แต่ก่อนผมก็หาดูตามเว็บไซต์เอครีบ แต่ช่องเจ็ดก็เอามาฉายนะ แต่ดูซับไทยมันได้ฟีล (ความรู้สึก) มากกว่า อีกอย่างนะพี่ ตอนนั้นพอหันมาดูซีรีส์ตัวเองผมติดเกมน้อยลง แม่น้ำน้อยลงด้วย มันมีอะไรให้โฟกัสเยอะขึ้นมั้ง จนตอนนี้ผมก็ยังดูซีรีส์เกาหลีเป็นประจำเลยช่วงวันหยุด ไม่ก็ตอนกินข้าว พี่เชื่อปะว่าดารากาฬิที่ผมชอบเขาไม่มีช่องทางในการติดตามเล่นนะ มีแต่ช่องทางที่แฟนคลับทำขึ้นอะพี่ พวกอินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) ผมลืมบอกพี่ว่าผมชอบจวนจีฮุนครับ จากเรื่องยัยตัวร้ายกับนายต่างดาวที่เพื่อนบ้ายยาแหละครับ จนตอนนี้ผ่านมา 7 ปีแล้วมั้งที่ผมติดตามการแสดงของเธอ ก็ยังไม่มีช่องทางหลักของเขาเลยนะ เสร้านะครับ ผมรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ของเธอจากกลุ่มแฟนคลับ สักครั้งหนึ่งอยากให้มีงานแฟนมีตบ้างครับ เหมือนดารา ศิลปินคนอื่น ๆ ของเกาหลี ตอนนี้ผมทำงานแล้ว พร้อมมากในการ ซัพพอร์ตเขา ส่วนใหญ่ผมจะซัพพอร์ตงานแสดงของเขาครับ ตามดูพวกภาพยนตร์ รายการต่าง ๆ ซีรีส์ และต้องดูแบบถูกลิขสิทธิ์ด้วยนะ มันจะช่วยเพิ่มยอดการเข้าชมได้ เนี่ยแหละวิธีการเป็นแฟนคลับของผม แต่ถามว่าผมชอบแค่พี่จวนจีฮุนคนเดียวไหม ก็ไม่นะครับ ผมก็มีติดตามดารารอื่น ๆ ตามกระแส แต่มันจะมีแค่พี่จวนจีฮุนคนเดียวที่เเทใจไปเลย พอดูซีรีส์บ่อย ๆ ผมก็เริ่มชอบวัฒนธรรม ชอบการแต่งกาย ชอบมาก ๆ เลย ทุกวันนี้ผมสั่งซื้อเสื้อผ้าสไตล์เกาหลีทั้งนั้นเลย มันหาซื้อง่ายแล้วเป็นที่นิยมมาก การแต่งตัวผมดูดีขึ้นกว่าแต่ก่อนมาก เลิกแต่งตัวแบบเดิมแล้วมาแต่งตามเกาหลี มันดูดีขึ้นจริง ๆ ใครก็อยากให้ตัวเองดูดี แต่งตัวสไตล์เกาหลีก็ดูเป็นคนเทสติ (รสนิยมดี) ขึ้นมาเลย”

ผู้ให้สัมภาษณ์ เอ เพศ ชาย อายุ 25 ปี กลุ่มแฟนคลับซีรีส์เกาหลี ระยะเวลาในการติดตาม 6 ปี

(4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“ผมค่อนข้างเป็นคนที่โลกส่วนตัวสูงครับ แต่ไม่ใช่ว่าไม่มีเพื่อนนะ แล้วผมก็มีแฟนด้วย แต่ผมชอบอยู่บ้าน ผมสามารถอยู่บ้านได้ทั้งวันโดยไม่ต้องออกไปไหน หรือทำกิจกรรมอะไรเลยนะครับ ผมเป็นคนที่ติดการดูหนัง หรือซีรีส์มาก ๆ ดูทุกแนวเลยด้วย พ่อเป็นคนติดบ้านไม่ได้ออกไปไหนงานอดิเรกของผมก็เลยเป็นการดูหนัง ดูซีรีส์ ดูอนิเมะ พอถึงวันหยุดผมจะเตรียมหาหนังหรือซีรีส์ไว้สำหรับดูช่วงวันหยุด วันนั้นผมจะดูทั้งวันเลยครับ จะไม่ทำการบ้าน หรืออ่านหนังสือเลย ให้เวลาเต็มที่กับอนิเมะ หรือซีรีส์ และพ่อผมเป็นคนชอบดูซีรีส์ ผมคงซึบซับการดูซีรีส์ตามพ่อมาั้งครับ ผมเห็นพ่อดูซีรีส์บ่อยมาก และก็ดูหลากหลายแนวครับ เกาหลี ญี่ปุ่น หรือโซนเมกา อังกฤษ ดูหมดทุกแนว พ่อพ่อดูแล้วก็จะมาแนะนำผมให้ไปดูตาม แต่ก่อนผมดูทุกแนวเลย แต่หลัง ๆ ผมจะเน้นไปทางซีรีส์เกาหลีมากกว่าด้วยกระแสเขามาแรงด้วยแหละ จุดเริ่มต้นในการดูซีรีส์เกาหลีครั้งแรกของผมก็มาจากพ่อนี้แหละครับ พ่อแนะนำมา รู้สึกจะเป็นเรื่อง นักฆ่าล่าหัวใจเธอ (IRIS) ครับ เป็นเรื่องแรกที่ดี เนื้อเรื่องเกี่ยวกับนักฆ่าฝั่งเกาหลีเหนือกับเกาหลีใต้ เป็นซีรีส์ที่ช่อง 7 เอามาฉายด้วยนะครับ เนื้อเรื่องสนุกมาก เป็นการเปิดโลกการดูซีรีส์เกาหลีครั้งแรกของผมเลย จริง ๆ ซีรีส์เรื่องนี้มันออกอากาศนานแล้วที่เกาหลี แต่ผมเพิ่งมารู้จักผ่านพ่อนี้แหละครับ คือผมมองว่าถึงแม้มันจะเป็นซีรีส์ที่ออกอากาศนานแล้วแต่ว่าแสง สี คอสตูมมันยังดูดีอยู่เลย อีกอย่างหน้าตานิักแสดงดีเลิศ อันนี้เกาหลีเขาขึ้นชื่ออยู่แล้วอะเนอะ ก็เลยทำให้ผมหลงใหลซีรีส์เกาหลีมากขึ้นเรื่อย ๆ หลัง ๆ มานี้ซีรีส์เกาหลีน่าสนใจทุกแนวเลย แต่ก็ดูเฉพาะที่ตัวเองชอบจริง ๆ นะ ซีรีส์อันไหนดัง ๆ แต่ผมไม่ดูก็มีนะ ส่วนตัวผมไม่ได้ชอบดาราเกาหลีคนไหนเป็นพิเศษ ผมดูที่เนื้อหาของซีรีส์ ทิวทัศน์ ความเจริญบ้านเขา แล้วก็พวกแฟชั่นประมานนั้นครับ แต่ต้องยอมรับนะว่าทุกครั้งที่ดูซีรีส์ผมจะได้สไตล์การแต่งตัวใหม่ ๆ ตลอด พี่เชื่อกันว่าผมแคปหน้าจอเก็บไว้เลยนะเวลาเจอฉากไหนที่นักแสดงแต่งตัวแล้วผมชอบ รู้สึกว่าถ้าผมใส่ตามมันจะต้องดูดี ผมก็จะไปหาซื้อตาม ไม่จำเป็นต้องเป็นแบรนด์เดียวกับเขาก็ได้แค่เอาให้เหมือนก็พอ ทุกวันนี้เสื้อผ้าเต็มบ้านแล้วครับ อีกอย่างในอนาคตถ้าผมทำงานแล้วผมจะสร้างห้องสำหรับดูหนังที่บ้านครับ เอาไว้ดูช่วงวันหยุดมันคงฟินมาก ๆ แต่มันก็มีจุดพีคนะครับ บางครั้งผมติดซีรีส์มากเกินไป ก็ทะเลาะกับแฟน บางครั้งเราดูแล้วมันหยุดดูไม่ได้ มันต้องไปต่อให้จบอะพี่ ทุกวันนี้เวลาเข้าเน็ตฟลิกซ์ (Netflix) วิว (VIU) ดิสนีย์พลัส (Disney+) แอปพวกนี้มันจะแนะนำหนัง ซีรีส์มาแรง หรือพวกหนัง ซีรีส์ในกระแส หรือหนังซีรีส์ที่ไม่ควรพลาด บางครั้งที่ผมคิดไม่ออกก็อาศัยคอนเทนต์ (เนื้อหา) ที่แอปมันแนะนำแหละครับ สะดวกดี หลัง ๆ มาผมเห็นซีรีส์เกาหลีไปลงพวกแอปจีนอย่าง วีทีวี (WeTV) อ้ายฉีอี้ (IQIYI) ด้วยนะ คือหนัง หรือซีรีส์แต่ละเรื่องมันจะลงแอปต่างกัน บางเรื่องเราต้องตามไปดูแอปอื่น ต้องเสียตังดูหลายแอปหน่อย”

ผู้ให้สัมภาษณ์ ปี เพศ ชาย อายุ 22 ปี กลุ่มแฟนคลับซีรีส์เกาหลี ระยะเวลาในการติดตาม 5 ปี

(นามสมมติเอ, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“สำหรับตัวเรานะ ชีวิตที่ผ่านมามีการได้เป็นดิงวง GOT7 ถือเป็นความสุขที่สุดอย่างหนึ่งในชีวิตเลย ต้องขอบคุณครอบครัวที่ไม่ได้ปิดกั้น และสนับสนุนความชอบของเรา ครอบครัวเราเป็นครูทั้งพ่อและแม่เลย พ่อกับแม่ก็เลยอยากให้เราเป็นครูด้วย ตอนนั้นเราเองก็คิดไม่ออกนะว่าอยากทำอะไร ก็เลยเลือกเรียนสายครู ตอนสมัยเรียนเราเป็นคนจริงจังกับการเรียนมากไม่ว่าจะตอนมัธยม หรือมหาลัย ด้วยความเป็นคนจริงจัง พ่อแม่อีกกลัวจะเครียดเกินไปเลยอยากให้เราผ่อนคลาย ตอนนั้นเราคิดไม่ออกนะว่าจะผ่อนคลายยังไง เราเน้นเรียน ไม่ค่อยทำกิจกรรมหรือเล่นกีฬาเท่าไร เรายังเลยหาทางคลายเครียดโดยการฟังเพลงแนวใหม่ ๆ จริง ๆ เราชอบฟังเพลงมาก ๆ แต่หลัง ๆ เพลงมันเบื่อกว่า ไม่น่าสนใจ ตอนนั้นมันมีกระแสของการเดบิวต์ของวงน้องใหม่ในเกาหลี ซึ่งมันขึ้นหน้าฟีดของยูทูป (YouTube) เลยนะ เราว่ามันน่าสนใจมากก็เลยเปิด MV ของวงนี้ดู ความรู้สึกแรกเลยคือประทับใจภาพลักษณ์มาก เหมือนเป็นผู้นำแฟชั่น มันแปลกใหม่แบบที่เราเองไม่เคยเห็นเลยแต่เดี๋ยวก่อน ๆ คือเสียงร้อง ซึ่งวงนี้เขาจะมี 7 คน แต่เราไม่ได้ชอบทั้ง 7 คนนะเราชอบของแจกกับแบมแบม ที่เราชอบแบมแบมเพราะน้องเป็นคนไทย น้องมีความสามารถเลยอยากสนับสนุนน้อง แต่คนอื่นเราก็ชอบ แต่ถ้าโน 1 ก็คือของแจกกับแบมแบม เราเลือกไม่ได้ ตอนที่เปิดดูครั้งแรกก็ตัดสินใจเลยว่าเราจะเป็นแฟนคลับ และจะตามวงนี้ จริง ๆ มันดีนะสำหรับเราเพราะทำให้เรามีจุดโฟกัสเพิ่มขึ้นนอกจากเรื่องเรียนด้วยนะ แล้วมันก็เหมือนเราเติบโตมาพร้อม ๆ กับวงนี้เลยจริง ๆ เราเห็นพัฒนาการของวงนี้ตั้งแต่เดบิวต์ที่ยังไม่มีใครรู้จัก จนมีคนรู้จักเพิ่มขึ้นแบบเพิ่มขึ้นมาก ๆ พอดังมาก ๆ วงก็มีการเพิ่มขึ้น มีรายการวาไรตี้ เวลาว่างเราเองก็มีอะไรดูด้วย ตัวเราก็ได้กำลังใจจากวงนี้เยอะเลย เวลาเราเรียนหนัก ๆ เสียงดนตรีของวง GOT7 เหมือนช่วยฮีลใจ (เยียวยาจิตใจ) ได้ดีมาก แล้วยังมองหน้าหล่อ ๆ ของน้อง ๆ ในวงมันก็มีความสุขมาก ๆ เราชอบมากถึงขนาดไปเรียนภาษาเกาหลีเพิ่มเลยนะ แล้วตอนนั้นที่นครสวรรค์ไม่ได้มีสถาบันสอนภาษาเกาหลีนะ เราขอมั่งนั่งรถจากนครสวรรค์ไป กทม. เพื่อเรียนภาษาเกาหลีเพิ่ม แล้วพอมีพวกคอนเสิร์ต แฟนเมิต เราก็เข้าร่วมตลอดเลยนะ เอาตรง ๆ บ้านเราไม่มีปัญหาเรื่องเงิน พ่อแม่ซัพพอร์ตเต็มที่อยู่แล้ว แล้วยิ่งตอนนี้เรามีงานทำแล้ว เราารู้สึกว่าการเป็นดิงของเรานั้นก็เป็นอีกระดับด้วยนะ เมื่อก่อนเราจะขอเงินพ่อแม่แค่ตอนไปคอนไปแฟนเมิต แต่พวกของสะสมต่าง ๆ เราจะเก็บเงินซื้อเอง เราเกรงใจพ่อแม่ แต่พอทำงานแล้วคือเราเต็มทีมากขึ้น หมายความว่าเราซื้อของพวกนี้ได้เต็มที่เลย ซึ่งเราเองไม่มีแฟน เราเลยสามารถซื้อความสุขของเราได้เต็มที่ด้วยเช่นกัน ถ้ามีแฟนความเป็นดิงมันก็อาจจะเป็นอีกแบบก็ได้ ถ้าแฟนไม่เข้าใจจุดนี้ บางคนเขาไม่เข้าใจมุมมองของการเป็นดิงจริง ๆ นะ เรามองว่าคนเรามีการโฟกัสความสุขคนละแบบนะ เรามีความสุขกับตรงนี้ คนอื่นก็อาจจะมีอะไรที่คลั่งไคล้ไม่ต่างจากเรา เพียงแค่มันคนละแบบ คนละความชอบ ของแบบนี้มันเอามาวัด

คุณค่ากันไม่ได้ เราคิดว่าเราคงเป็นดั่งตลอดไป คงเฝ้าดูการเติบโตของพวกเขาแหละ เพราะเราอยู่กับน้อง ๆ อยู่กับวงนี้ มานาน ถ้าวันหนึ่งหายจากการเป็นดั่งไป เราคงใจหายน่าดูเลย ”

ผู้ให้สัมภาษณ์ ซี เพศ หญิง อายุ 28 ปี กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี ระยะเวลาในการติดตาม 7 ปี
(4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“หนูเป็นแฟนคลับ BTS ได้ 5 ปีแล้วค่ะ ชอบทุกคนในวงเลยค่ะ เค้าได้ตั้งแต่ปี 2013 หนูเริ่มเป็นดั่งประมาณช่วง ม.6 ค่ะที่ ช่วงนั้นการเริ่มเป็นดั่งของหนูมันก็อาจจะคล้าย ๆ ของคนอื่นนะคะ หนูเห็นวง BTS จากพวกโซเชียลนี่แหละ ตอนหนูเรียนอยู่ เด็ก ๆ ส่วนใหญ่ในโรงเรียนก็จะใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ไม่ก็ทวิตเตอร์ (Twitter) กันอยู่แล้ว แต่หนูจะถนัดไปทาง เฟซบุ๊ก (Facebook) มากกว่า เล่นบอยสุดแล้ว เนี่ยแหละ พี่พอมีเวลาว่างก็ต้องดูสื่อในโซเชียลพวกนี้แหละ ถ้าเรียนอย่างเดียวนั้นก็เหนื่อย มีสื่อพวกนี้ มันก็ไม่เหงาด้วย พอว่างก็จะนั่งไถมือถือเล่นแล้วหน้าฟีดก็จะมีข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับดาราศิลปินทั้งไทยและเทศ แล้วหนูก็เห็นฟีดเกี่ยวกับวงนี้บ่อยมาก ถามว่าก่อนหน้านี้ได้ยินกระแสบอยแบนด์ต่าง ๆ เกี่ยวกับเกาหลีบ้างไหม มันก็ได้ยินแหละ ข่าวสารในสื่อเร็วค่ะ และอีกอย่างเพื่อนในเฟซบุ๊กก็แชร์วงนี้บ่อยมาก หนูน่าจะโดนวง BTS ตก จากการที่เห็นเพื่อนในเฟซบุ๊ก (Facebook) แชร์โพสต์บ่อย ๆ นี้แหละ เพราะเป็นเพื่อนกันมันจะขึ้นฟีดก่อน หนูคงโดนตกจากหน้าตาของเขานี้แหละค่ะ และเขาก็เหมือนเป็นผู้นำเทรนด์อะที่ ฟีดคิดดูนะผู้ชายแต่งหน้า ทาเล็บ คือ มันเป็นมุมมองใหม่ ๆ ว่าผู้ชายก็แต่งหน้าได้โดยไม่ต้องเป็นเกย์ แต่เป็นการเพิ่มความดูดีของรูปลักษณ์ พอเราเริ่มชอบเขา เราก็จะต้องหาข้อมูลเกี่ยวกับเขานั้นคือจุดเริ่มต้นของหนูค่ะ อีกอย่างพ่อแม่หนูเขาก็ไม่ได้ว่าอะไรนะคะ เขาเข้าใจว่าช่วงวัยรุ่นก็จะตามกระแส หรือชอบอะไรตามเพื่อนอยู่แล้ว เขามองปกติเลยค่ะ แล้วช่วงนั้นหนูเป็นดั่งที่แบบเป็นดั่งแค่ทางโซเชียล แบบว่าแชร์ข่าวสารเกี่ยวกับวง หรือลงรูปอวยพรวันเกิดสมาชิกในวง ไม่ได้ใช้เงินในการไปซื้อของศิลปินเลย แต่พอเข้ามาหาลัยเจอเพื่อนเยอะขึ้น คือสังคมมันเปลี่ยนมั้งที่ มาเจอเพื่อนที่ชอบ BTS ด้วยกัน อยู่กลุ่มเดียวกัน ซึ่งหนูโชคดีที่เข้ามาเรียนต่อในกรุงเทพฯ เจอเพื่อนหลากหลายมาก สิ่งที่เกิดขึ้นคือ หนูรวมกลุ่มกับเพื่อนแล้วก็เต้นคัฟเวอร์แดนซ์ (Cover Dance) เต้นกันแบบสนุก ๆ นะไม่ได้ไปประกวด แต่ถึงจะไม่ได้ประกวด แต่ก็จริงจังกันมาก รวมตัวกันซ้อมตลอด จนตอนนี้เรียนจบกันหมดแล้วก็ยังรวมตัวกันซ้อมบ่อย ๆ เรื่องเวลาไม่มีปัญหาเพราะกะกันนัดตามความสะดวกของแต่ละคน บางครั้งก็ซ้อมกันแบบออนไลน์ก็มีคะ แบบวิดีโอคอลแล้วก็ดูว่าไลน์เต้นของแต่ละคน แรก ๆ พวกหนูก็คัฟเวอร์ (Cover) แค่วง BTS แต่หลัง ๆ ก็คัฟเวอร์ (Cover) วงอื่น ๆ ด้วย ส่วนใหญ่หนูก็เน้นทางคัฟเวอร์ (Cover) ไม่ค่อยได้ซื้อสินค้าของวงเท่าไร แต่หนูไปดูคอนเสิร์ตของ BTS นะคะ ARMY (ชื่อเรียก

แฟนคลับของ BTS) ไทยอย่างเราจะพลาดได้ไง อีกอย่างนะ หลายปีมานี้เนี่ยมันเริ่มมีกิจกรรม การเต้นคัฟเวอร์ (Cover) ที่สยามคัะ พวกกิจกรรม Random Dance BKK ให้อารมณ์ เหมือนฮงแดเลย พวกหนูก็ไปร่วมกิจกรรมนี้เหมือนกัน ตอนแรกก็ไม่รู้หรอกพี่ เห็นจากใน เฟซบุ๊ก (Facebook) นี้แหละ สนุกนะคะกิจกรรมดีมาก มีหลายคนเลยที่เต้นดี แล้วก็ทำยอด ผู้ติดตามในโซเซียลได้เยอะมากจากการร่วมกิจกรรมนี้ ”

ผู้ให้สัมภาษณ์ ดี เพศ หญิง อายุ 26 ปี กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี ระยะเวลาในการติดตาม 5 ปี (4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“คงเป็นความโชคดีของคนยุคหนูมั้ง ที่เกิดมาในยุคที่เทคโนโลยี หรืออะไร ๆ ที่มัน เจริญหมดแล้ว หนูรู้สึกว้าใคร ๆ เขาก็ดูซีรีส์เกาหลีกันนะ รู้สึกว่ามันเป็นกระแสที่ใคร ๆ ก็รู้จักนะ ไม่ได้ดูก็เหมือนคุยกับเขาไม่รู้เรื่อง กลัวคุยกับเพื่อนไม่รู้เรื่องด้วยมั้ง หนูชอบกดถูกใจพวกเพจ ที่เขารีวิวซีรีส์ หนึ่ง อะไรทำนองนี้ ส่วนใหญ่ตอนว่างก็เล่นเฟช หนูก็เห็นซีรีส์จากเฟชนี้แหละ เล่นเฟชบ่อย แล้วเพื่อนก็แชร์บ่อย แล้วมันก็จะมีการคลิบสั้น ๆ ที่แนะนำมา แบบเขาจะตัด มาให้เราดูแบบเรียกน้ำย่อยชวนให้ติดตาม แล้วมันก็ได้ผลนะ เราก็ดู พอรู้สึกว้าตอนสั้น ๆ แล้วมันสนุกเราก็จะไปหาดูแบบเต็มเรื่อง หนูว่ามันเป็นปกติของคนรุ่นหนูที่จะดูอะไรแบบนี้ อยู่แล้ว หนูเองก็ดูมาตั้งแต่ ม.2 ม.3 แล้วมั้งคะ ตอนนี้อยู่มหาลัยแล้ว ก็ยังดูอยู่ มันสนุก คลายเครียด เรื่องแรก ๆ ที่หนูดู คือเรื่อง ซ้ำมิมิลิซิตสวรรค์ (Moon Lovers) ที่เข้ามาดู เพราะช่วงนั้นเพื่อนแชร์โพสให้เห็นบ่อย ๆ และ เคลมว่าซีรีส์เรื่องนี้เป็นฮาเริ่มความหล่อ เลิกผู้ชายไม่ได้เลย หนูก็ลองตามไปดูนะ แล้วก็เห็นว่า อ้อหือ...โคตรหล่อจริง ๆ ค่ะ หล่อ ทุกคนเลย แต่ที่พีคกว่านั้น คือ หนูดันชอบนางเอกคะ เขาชอบพระเอกกัน นางเอกคือ IU ฉายาในวงการจะเรียกว่า IU นะคะ ชื่อจริง คือ ลีจียอน แต่ทุกคนจะเรียกว่าพี่ลิคัะ แฟนคลับ จะรู้ดี หนูโดนพี่ลิคัะ คือพี่ลิคัะน่ารักมาก ๆ ค่ะ ในเกาหลีพี่ลิคัะได้ฉายาเป็นน้องสาวแห่งชาติคะ ด้วยภาพลักษณ์ของพี่ลิคัะที่เหมือนคุณหนูผู้บริสุทธิ์ พอหลังจากดูซีรีส์จบหนูไปฟอลโวจี นักร้องหลัก เรื่อง ซ้ำมิมิลิซิตสวรรค์ (Moon Lovers) ทุกคนเลย มันตราตรึงคะ แฟนคลับก็ เรียกร้องอยากให้มีภาคสอง นั่นเป็นครั้งแรกที่ดูซีรีส์เกาหลีเรื่องแรก แล้วก็กลายเป็นดั่งพี่ลิคัะ และยิ่งไปดูประวัติและผลงานของพี่ลิคัะ จะเห็นเลยว่าพี่ลิคัะเก่งมาก เป็นนักร้องเดี่ยวที่ เสียงก็ดีมาก ๆ พี่ลิคัะถือว่าเป็นนักร้องหญิงเดี่ยวที่ทรงอิทธิพลที่สุดในเกาหลีได้เลยก็ว่าได้ ถ้าลองตามข่าวดูจะรู้คะ เรียกว่าเด็ดฉายาท่ามกลางพวกวงเกิร์ลกรุ๊ป หรือบอยแบนด์ดั่ง ๆ เลย”

ผู้ให้สัมภาษณ์ อี เพศ หญิง อายุ 21 ปี กลุ่มแฟนคลับดารากาเกาหลี ระยะเวลาในการติดตาม 5 ปี (4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“ตอนเรียนก็รู้จักวง BLACKPINK แล้วนะ เพื่อนที่โรงเรียนเป็นตั้ง BLACKPINK ส่วนใหญ่ก็อยู่กับเพื่อนแทบจะ 24 ชม. กิน นอน ใช้เวลาอยู่ด้วยกันเยอะมาก ๆ ต่อวัน เพราะหนูอยู่โรงเรียนประจำแบบกินนอน เวลาเพื่อนทำอะไร หรือดูอะไรก็จะรู้ จะเห็นกันหมด ได้กลับบ้านแค่ช่วงเสาร์-อาทิตย์ แล้วชีวิตประจำวันในโรงเรียนมันก็เหมือนเดิมทุกวัน เรียน ออกกำลังกาย สวดมนต์ แต่พอได้รู้จักวง BLACKPINK ซึ่งมันเริ่มต้นจากเพื่อนนำ MV ให้ดู ที่บอกให้ดูเนี่ย หมายถึงให้ดูทุกวันนะมันคลั่งไคล้ขั้นสุด นางบอกนางรักวงนี้นางก็เลยพยายามจะตกคนอื่นเข้าค้อม (ใช้เรียกกลุ่มแฟนคลับของแต่ละวง) เพิ่มคะ แล้วนางไม่ได้แค่เปิดให้ดูนะมีเต้นคัฟเวอร์ (Cover) ตามด้วย เต้นให้ดูทุกครั้งที่เปิด ไป ๆ มา ๆ ก็กลายเป็นชักชวนกันเต้นคัฟเวอร์ (Cover) ทั้งกลุ่ม หลังเลิกเรียนการซ้อมเต้นก็กลายเป็นกิจกรรมยามว่างไปแล้วพี่ แล้วมันสนุก มันเอนจอยเวลาได้เต้น และเวลามีกิจกรรมของโรงเรียนก็จะเข้าประกวด รู้สึกว่าสิ่งที่ทำมันดันมีประโยชน์อีก เนี่ยแหละจุดเริ่มต้นของความเป็นบลิ่ง (ชื่อเรียกแฟนคลับของ BLACKPINK) หลัก ๆ ก็น่าจะซึมซับมาจากนางนี้แหละคะ วิธีการฝึกของพวกหนู ก็คือ ดูจากยูทูป (YouTube) และทำกันเอง ช่วย ๆ กัน ตอนนี่เรียนจบแยกย้ายกันไปทำงาน แต่ยังรวมตัวกันซ้อมอยู่ตามโอกาสที่ติดกันได้ เพราะว่าพวกหนูซ้อมเอาไว้ประกวดคะ เวทที่ไม่เคยพลาด อย่างที่บิกซี (Big C) ก็ลงประกวดทุกปี แข่งกันหลายทีมมาก มีเงินรางวัล แถมได้ไปต่อด้วยถ้าชนะ อีกอย่างนะคะกลุ่มหนูทำงานกันหมดแล้ว การแต่งตัวก็จัดเต็มทุกครั้งทีประกวดเลย เรื่องเสื้อผ้านี้จะคุยกันนานมาก เพราะต้องออกแบบให้เหมือนกับเมน (ศิลปินที่เราชอบมากที่สุด) เรามากที่สุด ที่บ้านก็ไม่มีปัญหาอะไรกับการเต้นแบบนี้ด้วยนะ หนูเต็มที่ได้เลย ที่บ้านเข้าใจว่ามันเป็นงานอดิเรกที่ชอบ ไม่ได้ห้าม แต่ก็ได้ส่งเสริมคะ ส่วนเรื่องอื่น ๆ ก็มีการสนับสนุนศิลปินที่ชอบตามกำลังทรัพย์คะ ช่วงไหนทรัพย์จางก็ไม่ได้เข้าร่วม มันจะมีการจัดกิจกรรมของบลิ่งไทยอะไรแบบนี้ มันเหมือนเป็นการแข่งกันด้วยนะพี่ระหว่างบลิ่งไทยกับบลิ่งต่างประเทศ แล้วพี่เชื่อมั๊ยว่า ถ้าแฟนคลับดีถือว่าเป็นหน้าเป็นตาให้ศิลปินหรือเป็นตัวช่วยให้แฟนคลับประเทศอื่น ๆ ได้เลยหรือเวลาที่ศิลปินมาไทย แล้วแฟนคลับมีพื้นที่ให้เขา ให้เขา รู้สึกว่าปลอดภัยไม่ถูกคุกคามจากชาแขงแฟน (แฟนคลับที่คลั่งไคล้ จนรุกร้าความเป็นส่วนตัว หรือสร้างความลำบากใจให้กับพวกดาราศิลปิน) จะทำให้ศิลปินอยากมาไทยบ่อย ๆ คะ ดังนั้น การเป็นแฟนคลับต้องมีคุณภาพด้วยนะพี่ อีกอย่างหนูเข้าร่วมกิจกรรมตามเงินและเวลา ส่วนใหญ่ตั้งใจไปทางการเต้นมากกว่า แต่เขาก็คือศิลปินที่ชอบ ยังไงก็ต้องไปแจมกิจกรรมพวกนี้อยู่แล้ว เพียงแต่ตามโอกาสที่ตัวเองสะดวก”

ผู้ให้สัมภาษณ์ เอฟ เพศ หญิง อายุ 25 ปี กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี ระยะเวลาในการติดตาม 5 ปี

(4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“ผมเป็นเด็กผู้ชายที่ติดมือถือมาก ๆ ครับ พ่อแม่ทำงานประจำ ส่วนใหญ่ผมใช้ชีวิตอยู่คนเดียวตั้งแต่มัธยมต้นแล้วครับ ผมก็มีพวกหนัง เพลงนี้แหละที่อยู่เป็นเพื่อน สื่อโซเชียลมันก้าวหน้า เข้าถึงทุกเพศ ทุกวัย ในโซเชียลมันก็มีอะไรให้ดูเยอะเลย ผมยกให้เฟซบุ๊ก (Facebook) เลย มันจะเห็นพวกข่าวสาร การรีวิวอะไรแบบเนี่ยเยอะมาก หนึ่งในนั้นก็พวกซีรีส์นี้แหละ ทั้งเกาหลี จีน ญี่ปุ่น เยอะเลย ตอนแรก ๆ ผมก็ดูทุกแนว แต่ว่าที่ดูแล้วรู้สึกอินสุดทั้งหน้าตา ทรงผม เสื้อผ้า บทบาท เนื้อเรื่อง อารมณ์นักแสดง ก็ยกให้เกาหลีแหละ ผมมองว่าแต่ละประเทศเขาก็มีดีของเขาแหละ แต่สไตล์ผม มันเน้นไปทางเกาหลีมากกว่าครับ แต่สำหรับตัวผมนะ เฟซบุ๊ก (Facebook) ผมเอาไว้ดูเฉพาะสิ่งที่สนใจนะ เช่น ผมสนใจพวกหนัง ซีรีส์ ผมก็จะเข้าไปดูสิ่งที่ผมสนใจโดยเฉพาะเลยครับ เฟซบุ๊ก (Facebook) มันเป็นสื่อที่ชอบค้นพินที่เราไม่ได้สนใจมาให้เราดู แล้วเราก็จะเห็นอะไรที่เราไม่เคยเห็นเพราะมันดันพินมาแบบนี้แหละพี่ ผมไม่ค่อยชอบครับ สื่อที่ค่อนข้างกรองตามความสนใจเฉพาะของเราน่าจะเป็น IG มากกว่า อันนี้สำหรับตัวผมเองนะ แต่เราก็ปฏิเสธการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่ได้นะ เพราะด้วยความที่เฟซมันเปิดกว้าง ข่าวสารต่าง ๆ มันก็จะมากกระจุกตัวอยู่ในนี้เยอะครับ ทุกวันนี้ผมนึกภาพไม่ออกเลยนะถ้าไม่มีซีรีส์เกาหลีผมคงเหงามาก ๆ พอว่างจากการเรียน นอกจากเล่นเกม ไปเที่ยวข้างนอกกับเพื่อน สิ่งที่ผมผ่อนคลายได้ดีที่สุดก็ต้องเป็นการนอนอยู่บ้านแบบง่วง ๆ ทั้งวันแบบไม่ทำอะไร แล้วก็ดูซีรีส์ทั้งวันครับ มันเป็นความสบายใจส่วนบุคคล ทุกวันนี้ซีรีส์เกาหลีเหมือนเซฟโซน (Safe Zone) แล้วยิ่งคนแบบผมที่ไม่มีแฟน และไม่ชอบมีแฟนด้วย ผมว่าซีรีส์เกาหลีนี้แหละที่เป็นอีกอย่างในชีวิตที่เยียวยาใจผมเลย พอดูซีรีส์เกาหลีแล้วเห็นบรรยากาศบ้านเมืองมันน่าอยู่มากเลย เป็นประเทศที่มีนิมอลมาก คุณโทษกระทิงตึก อาคาร เนี่ยครับพี่ก็ซีรีส์เขาทำดี ดึงดูดไปหมด ไม่หลงยังงั๊วไหน ขนาดพุดอยู่ผมยังนึกถึงอาหารเกาหลีเลยนะ หิวเลยครับ เดี่ยวนี้บ้านเรามีร้านอาหารเกาหลีเยอะมากแล้วนะครับ ผมดีใจมาก อยู่นครสวรรค์ก็กินอาหารเกาหลีได้ สั่งแกร็บฟู้ด (GrabFood) ก็ได้ จริง ๆ ตอนนี้อยู่ไหนก็กินได้นะการพรีออเดอร์ (Pre-order) มันเข้าถึงง่าย อยากรได้อะไรสั่งพรีได้หมด ของใช้ไปถึงของกิน และอีกหลาย ๆ อย่างเลยแหละ สากกะเบือยันเรือรบครบทุกอย่างเลย”

ผู้ให้สัมภาษณ์ จี เพศ ชาย อายุ 22 ปี กลุ่มแฟนคลับดารากาเกาหลี ระยะเวลาในการติดตาม 5 ปี

(4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“หนูรู้จัก IU จากเพื่อนค่ะ ยกความดีความชอบให้เพื่อนเลย ที่พาเข้าวงการนี้ จริง ๆ หนูและเห็นกระแสของ IU จากสื่อต่าง ๆ อยู่แล้ว รู้ว่าเป็นนักร้องเดี่ยวของเกาหลีที่น่ารักและเสียงดี ได้เห็นตามกระแสมาบ้างตามพวกสื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) จนมาช่วง ม.6 ช่วงที่ไปทัศนศึกษากับเพื่อนที่โรงเรียนจัดค่ะ แล้วเพื่อนนี้แหละตัวดีเลยพี่ เอามาให้ฟังและก็เปิด MV ให้ดูตอนนั่งรถบัสค่ะ ซึ่งครั้งแรกที่เห็นคือ น่ารักแบบที่เขาบอกกันจริง ๆ แต่ที่มากกว่านั้นคือเรื่องเสียง ตกใจมากเลยพี่ ฟังครั้งแรกก็คืออึ้งตรงที่ว่า เป็นนักร้องที่สามารถร้องไฮโน้ตได้แบบสบาย ๆ หนูจะมีความรู้เรื่องดนตรีหน่อย ๆ ค่ะ พอดีพี่ชายเป็นนักดนตรี นั้นเป็นช่วงแรกที่ทำให้สนใจ IU หลังจากนั้นก็ค่อย ๆ หาข้อมูลและติดตามมาเรื่อย ๆ เลยค่ะ แล้วก็ทำให้รู้ว่า IU เป็นนักร้องที่ทรงพลังมาก คือ ได้รับการยอมรับและชื่นชอบของเหล่าดารา ศิลปินเกาหลีค่อนข้างเยอะ ตอนที่ฟังแรก ๆ ก็แอบคิดนะว่าเพื่อนเลือกเฉพาะเพลงที่เพราะ ๆ มาให้ฟังหรือเปล่า เพลงอื่น ๆ อาจจะไม่เพราะก็ได้ แต่พอไปหาฟังเพลงอื่น ๆ ก็คือยิ่งประทับใจ ทักษะ มันคือเดอะเบสท์ (ดีที่สุด) มากพี่ ดีทุกเพลงจริง ๆ ยอมรับในความสามารถของเขาเลย หลังจากนั้นก็เข้าสู่การเป็นดิงของ IU ตามข่าวสาร ตามแฟชั่นต่าง ๆ จริง ๆ พอเริ่มฟังเพลงเกาหลีแล้ว มันก็จะเริ่มฟังของวงอื่น ๆ ด้วยนะค่ะ อันนี้เพื่อนบอกมา หนูก็เป็นเหมือนกันค่ะ แล้วทุกวันนี้หนูก็กลับไปฟังเพลงไทยยากมาก กลายเป็นว่าฟังน้อยลงมาก ๆ แทบจะไม่ฟังเลย”

ผู้ให้สัมภาษณ์ เอช เพศ หญิง อายุ 26 ปี กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี ระยะเวลาในการติดตาม 7 ปี (4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“พี่สาวชอบฟังเพลงมาก ๆ เวลาทำอะไรก็มีเสียงเพลงตลอด อยู่กับเสียงเพลงตลอดด้วยความที่เธอเป็นพี่ เธอพูดอะไร บอกอะไร เปิดอะไรให้ดู เราก็ดูตามเธอไปหมดค่ะ แล้วพี่ชอบเปิดเพลงใน ยูทูบ (YouTube) ให้ฟังประจำเลย มีหลายแนวนะค่ะ ทั้งเพลงไทย เกาหลี จีน ญี่ปุ่น อังกฤษ ก็เลยทำให้หนูสามารถฟังเพลงได้ทุกแนว แต่หลัง ๆ มาเนี่ย พี่เริ่มบ้ากระแสเกาหลีมาก เรียกว่าคลั่งเลยแหละ พอพี่ดูหรือชอบอะไรเขาก็มักจะมาทำให้หนูชอบไปด้วย เหตุผลที่หนูชอบวง Girl'Generation เพราะพี่สาวชอบวงนี้ พี่ชอบแล้วหนูก็ฟังเพลงของวง Girl'Generation ตลอดเลย เข้ายูทูบ (YouTube) ทุกวัน แล้วหนูก็ไปติดตามพวกพี่ ๆ เขาในอินสตาแกรม(Instagram) แล้วก็ทวิตเตอร์ (Twitter) ด้วย ส่วนใหญ่ศิลปินเกาหลีมีอินสตาแกรม (Instagram) วงนี้เขาดัง มานานมาก เรียกว่าเป็นตำนานยุคแรก ๆ เลย คือปัจจุบันวง Girl'Generation ไม่ได้เป็นวงแล้วค่ะ แยกวงไปแล้ว ต่างคนต่างแยกย้ายกันไปเติบโต แต่ไม่เป็นปัญหาสำหรับหนูค่ะ ก็ยังคงติดตามผลงานต่อไป พี่สาวติดตามทั้งวงนะค่ะ ไม่ได้เมน (ศิลปินที่เราชอบที่สุดในวง) ใครเป็นหลักเลย หนูก็ติดตามทั้งวงเหมือนกัน แต่มีเมน

หลัก (ศิลปินที่เราชอบที่สุดในวง) คือพี่แทค๊ะ (คิมแทยอง) แต่หนูมารู้จักพี่แทยองก็เมื่อเขาเริ่มดังแล้ว แต่พี่สาวเขาติดตามตลอดค๊ะ หนูก็อยู่กับพี่ตลอด สนุกกับพี่ ก็เลยชอบอะไรเหมือน ๆ พี่ ด้วยความที่พี่เลี้ยงหนูมาด้วย เพราะพ่อแม่ทำงานทุกวัน เจอกันก็น้อย บางวัน หนูเข้านอนแล้ว พ่อแม่ยังไม่กลับจากที่ทำงาน ชีวิตส่วนใหญ่เลยเป็นพี่สาวดูแล ”

ผู้ให้สัมภาษณ์ ไอ เพศ หญิง อายุ 25 ปี กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี ระยะเวลาในการติดตาม 7 ปี (4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“หนูเป็น ARMY (ชื่อเรียกแฟนคลับของ BTS) ก็คือเป็นแฟนคลับของบังทั้น (Bangtans Boy, BTS) แต่ไม่ได้เป็นแฟนคลับทั้งวงนะ ชอบแค่จีมินคนเดียวที่ติดตามตั้งแต่ตอนอยู่ ม.5 จนตอนนี้อยู่ปี 4 แล้ว ยาวนานมากนะค๊ะ หนูรู้จักบังทั้นตอน ม.5 จากเฟซบุ๊ก (Facebook) ค๊ะ ไม่มีใครแนะนำเลย ตอน ม.ปลาย เรียนสายศิลป์ เป็นเด็กที่ไม่ค่อยสนใจคนรอบตัวหรือเพื่อนในโรงเรียนค๊ะ แต่ก็ยังมีเพื่อนสนิทที่เป็นกลุ่มนะค๊ะ แต่หนูจะสนใจพวกสื่อโซเชียลมาก ๆ มันให้ความรู้สึกเหมือนมีอะไรที่น่าเรียนรู้เต็มไปหมดเลย จากการเล่นเฟซบุ๊ก (Facebook) มาก ๆ นี้แหละ มันก็เลยทำให้หนูเลื่อน ๆ ไปเจอวงวงบอยแบนด์จากเกาหลี คงเป็นวงที่มาแรงช่วงนั้นละมั้ง ซึ่งหนูเองก็มองที่รูปลักษณ์ก่อนแหละค๊ะ มันแปลกใหม่ดีค๊ะ หน้าตาโดดเด่น แบบเห็นแล้วกรี๊ดเลย สิ่งแรกที่ดึงดูดคงเป็นหน้าตานี้แหละ แต่เรื่องเสียงก็ว่าไม่ได้นะค๊ะ ฟังครั้งแรกแล้วติดหูเลยพอฟังเรื่อย ๆ มันก็กลายเป็นชอบไปเลยค๊ะ ตั้งแต่หนูเป็นดิงบังทั้น หนูมองผู้ชายธรรมดาอยากมาก เหมือนสเปกเรามันสูงไปแล้ว หนูคิดว่าผู้หญิงทุกวันนี้ไม่จำเป็นต้องมีแฟนก็ได้ ขอแค่มีศิลปินที่ชอบ ดีกว่าผู้ชายในยุคนี้มาก ๆ ยุคที่คนคบกันแบบผิวเผินอะพี่ ยิ่งโซเชียลก้าวหน้ามาก หนูมองว่ามันดูคนอยากมาก ๆ แต่การมีศิลปินพวกนี้เกิดขึ้น มันทำให้มีความสุขมาก ๆ ถึงจะเป็นความสุขที่ตัวศิลปินไม่ได้รับรู้การมีอยู่ของเรา แต่มันช่วยให้เราสามารถยิ้มและมีความสุขได้ในชีวิตจริง สำหรับคนอื่นอาจมองว่าดิงไร้สาระนะ แต่สำหรับหนูถ้าสิ่งนั้นคือความสุข สิ่งนั้นก็ไม่ใช่สาระค๊ะ ต่างคนต่างมุมมองต่างความคิด จริง ๆ แล้วเพื่อนในกลุ่มก็ชอบบังทั้นนะค๊ะ เวลาอยู่กับกลุ่มเพื่อนหนูก็จะจับกลุ่มคุยกัน หรือบางครั้งมีข่าวสารก็มาแลกเปลี่ยนตั้งกลุ่มไว้อวยบังทั้นเลยก็มีค๊ะ ส่วนเรื่องการซัพพอร์ตบังทั้น ก็ตามโอกาสแหละค๊ะ ถ้ามีเงินก็จะซื้อของเก็บสะสม เก็บจากค่ากินที่พ่อแม่ให้มาบ้าง ค่ารับจ้างปรีนงานจากเพื่อนบ้าง เก็บไปเรื่อย ๆ เดียวก็ได้ค๊ะ สินค้าเขามีให้ฟรีเรื่อย ๆ แต่ถ้าเป็นแบบลิมิเต็ด อันนั้นก็ปรึกษากับพ่อแม่อีกทีค๊ะ เรายังไม่ได้ทำงานหาเงินยังไม่ได้ แต่ถ้าทำงานแล้วก็คงซื้ออวดวายเป็นพี่ เราอดได้ แต่ศิลปินต้องอิม”

ผู้ให้สัมภาษณ์ เจ เพศ หญิง อายุ 23 ปี กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี ระยะเวลาในการติดตาม 6 ปี (4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยถึงการเปิดรับหรือการเข้าสู่วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี แยกเป็นรายบุคคลพบว่า จุดเริ่มต้นในการเปิดรับหรือการเข้าสู่วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีของกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ มี 2 ช่องทาง คือ ความชื่นชอบส่วนตัว และความชื่นชอบตามครอบครัว โดยความชื่นชอบส่วนตัวเป็นความชอบที่เกิดจากตัวผู้ให้สัมภาษณ์มีความสนใจในกระแสเกาหลีด้วยตัวเอง ดังเช่นคำสัมภาษณ์ของบี คำสัมภาษณ์ของซี และคำสัมภาษณ์ของเจ ตามลำดับที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...ผมเป็นคนทีติดการดูหนัง หรือซีรี่ส์มาก ๆ ดูทุกแนวเลย พอเป็นคนติดบ้านไม่ได้ ออกไปไหนงานอดิเรกของผมก็เลยเป็นการดูหนัง ดูซีรี่ส์ ดูอนิเมะ... แต่หลัง ๆ ผมจะเน้นไปทางซีรี่ส์เกาหลีมากกว่า ด้วยกระแสเขามาแรงด้วยแหละ...”

“...จริง ๆ เราชอบฟังเพลงมาก ๆ แต่หลัง ๆ เพลงมันเบื่อมาก ไม่น่าสนใจ ตอนนั้นมันมีกระแสของการเดบิวต์ของวงน้องใหม่ในเกาหลี ซึ่งมันขึ้นหน้าฟีดยูทูป (YouTube) ของเราเลยนะเราว่ามันน่าสนใจมาก เลยเปิด MV ของวงนี้ดู ความรู้สึกแรกเลยคือประทับใจภาพลักษณ์มาก มันเหมือนเป็นผู้นำแฟชั่นตอนนั้น มันแปลกใหม่...”

“...หนูรู้จักบังทันตอน ม.5 จากเฟซบุ๊ก (Facebook) ค่ะ ไม่มีใครแนะนำเลย ตอน ม.ปลาย เรียนสายศิลป์ เป็นเด็กที่ไม่ค่อยสนใจคนรอบตัวหรือเพื่อนในโรงเรียนค่ะ...”

และอิทธิพลของครอบครัวของกลุ่มเยาวชน เช่น พ่อ แม่ พี่สาว เพื่อน ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญอย่างมากในการนำกลุ่มเยาวชนเข้าสู่กระแสความชื่นชอบเกาหลีด้วยเช่นกัน ดังคำสัมภาษณ์ของเอ คำสัมภาษณ์ของซี และคำสัมภาษณ์ของดี ตามลำดับที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...เพื่อนผมมันติด ซีรี่ส์เกาหลีมาก ๆ มันดูแล้วมาเล่ากับพวกผมในกลุ่ม...จนสุดท้ายนะพี่เพื่อนคนนี้นั้นบังคับให้เพื่อนทั้งกลุ่มไปดูซีรี่ส์เรื่องนี้...แต่ผมยอมรับนะว่าตอนที่ดูซีรี่ส์เกาหลีที่เพื่อนแนะนำเรื่องแรก ความรู้สึกมันก็แตกต่างจากของไทยแล้ว มูด (อารมณ์) ใน การแสดงเขาดีมาก ผมก็รู้สึกว่ามันน่าสนใจเลยนะ...”

“...รู้จักวง BLACKPINK เริ่มต้นจากเพื่อนนี้แหละ เพื่อนเปิด MV ให้ดู ที่บอกให้ดู หมายถึงให้ดูทุกวันนะพี่...”

“...เพื่อนในเฟซบุ๊ก (Facebook) แชร่วงนี้บ่อยมากค่ะ หนูน่าจะโดนวง BTS ตก จาก การที่เห็นเพื่อนในเฟซบุ๊ก (Facebook) แชร่โพสต์บ่อย ๆ นี้แหละ เพราะเป็นเพื่อนกันมัน จะขึ้นฟีดก่อนตลอด หนูคงโดนตกจากหน้าตาของเขานี้แหละค่ะ...”

จากคำสัมภาษณ์จะเห็นได้ว่าบุคคลเหล่านี้เป็นบุคคลที่ใกล้ชิดกับกลุ่มเยาวชน ดังนั้น อิทธิพลของคอนเทนต์จึงเป็นอีกตัวแปรสำคัญที่ช่วยกระตุ้นความสนใจ รวมถึงการแชร์โพสต์ข่าวสาร เกี่ยวกับดารา ศิลปินเกาหลีให้เห็นบ่อย ๆ ก็ย่อมมีผลในแง่ที่ทำให้เกิดความสนใจ เกิดการยอมรับ หรือ การติดตามในวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีได้เช่นกัน อีกทั้งกลุ่มเยาวชนบางส่วนก็มีความต้องการที่จะ เป็นที่ยอมรับและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับคอนเทนต์ด้วยเช่นกัน ดังคำสัมภาษณ์ของอี ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...หนูรู้สึกว้าไคร ๆ เขาก็ดูซีรีส์เกาหลีกันนะ รู้สึกว่ามันเป็นกระแสที่ไคร ๆ ก็รู้จักนะ ไม่ดูก็เหมือนคุยกับเขาไม่รู้เรื่อง กลัวคุยกับเพื่อนไม่รู้เรื่องด้วยมั้ง...”

จากการศึกษาจุดเริ่มต้นในการเปิดรับหรือการเข้าสู่วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีทั้งความชื่นชอบ ส่วนตัว และความชื่นชอบตามคอนเทนต์ทำให้กลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เปิดรับกระแสวัฒนธรรมเกาหลีผ่านมุมมองความชื่นชอบที่แตกต่างกันไป ซึ่งจากผลการศึกษาการเข้าสู่ วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี พบว่าเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่กลุ่มเยาวชนไทยใน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์เปิดรับ ได้แก่ ภาพยนตร์เกาหลี ซีรีส์เกาหลี และเพลงเคป๊อป (K-pop) เกาหลี โดยมีสื่ออินเทอร์เน็ตที่ช่วยให้เข้าถึงแหล่งความบันเทิงได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งในปัจจุบัน การนำเสนอเนื้อหาวัฒนธรรมเกาหลีบนสื่อออนไลน์ยิ่งทำให้กลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัด นครสวรรค์ มีการรับรู้ตัวตนของดารา ศิลปินเกาหลีมากขึ้น และจากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบถึง ช่องทางหลักในการรับชมเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์เกาหลี ซีรีส์เกาหลี และเพลงเคป๊อป (K-pop) เกาหลี ดังนี้ ช่องทางการรับชมภาพยนตร์เกาหลี และซีรีส์เกาหลี จากการศึกษาสัมภาษณ์กลุ่มเยาวชนไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ทำให้ทราบว่าในอดีตมีช่องทาง ที่ค่อนข้างจำกัดในการรับชม ซึ่งต่างจาก ในปัจจุบันที่มีสื่อสตรีมมิ่ง (Streaming) อย่าง เน็ตฟลิกซ์ (Netflix) วิว (VIU) ดิสนีย์พลัส(Disney+) วีทีวี (WeTV) อ้ายฉีอี้ (IQIYI) ที่สามารถรับชมภาพยนตร์เกาหลี และซีรีส์เกาหลีได้ง่ายและสะดวก รวดเร็วขึ้น ดังคำสัมภาษณ์ของเอ และคำสัมภาษณ์ของบี ตามลำดับ ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...ตอนนี้ซีรีส์เกาหลีสามารถดูได้แบบถูกลิขสิทธิ์แล้วนะ พวกเน็ตฟลิกซ์ (Netflix) วิว (VIU) แต่ก่อนแอปพวกนี้มันไม่ค่อยลงซีรีส์เกาหลีเท่าไรเลย ตอนนี้ผมว่ามันสะดวก หาดูง่ายกว่าแต่ก่อนเยอะ...”

“...ทุกวันนี้ซีรีส์เกาหลีก็มีช่องทางให้ติดตามเยอะแล้ว พี่ลองดูนะเวลาที่เข้าเน็ตฟลิกซ์ (Netflix) วิว (VIU) แอปพวกนี้มันจะแนะนำหนัง ซีรีส์มาแรง...หลัง ๆ มานี้ผมเห็นซีรีส์เกาหลี ไปลงพวกแอปจีนอย่างวีทีวี (WeTV) อ้ายฉีอี้ (IQIYI) ด้วยนะ...”

ช่องทางการฟังเพลงเคป๊อป (K-pop) เกาหลีที่ในปัจจุบันได้รับความนิยมและขยายตัวเป็นวงกว้างในกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบถึงช่องทางหลักในการติดตามเพลงเคป๊อป (K-pop) เกาหลี 4 อันดับที่นิยมอย่างมากในกลุ่มเยาวชนไทย ได้แก่ ยูทูบ (YouTube) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) เฟซบุ๊ก (Facebook) (ช่องทางหลักของศิลปิน และช่องทางที่แฟนคลับสร้างขึ้น) ดังคำสัมภาษณ์ของ ไอ ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...พอชอบแล้วหนูก็ฟังเพลงของวง Girl'Generation ตลอดเลย เข้ายูทูบ (YouTube) ทุกวัน แล้วหนูก็ไปติดตามพวกพี่ ๆ เขาในอินสตาแกรม (Instagram) แล้วก็ทวิตเตอร์ (Twitter) ส่วนใหญ่ศิลปินเกาหลีมีอินสตาแกรม (Instagram) แล้วก็ทวิตเตอร์ (Twitter)...”

จากเนื้อหาวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่กลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เปิดรับ ไม่ว่าจะป็นภาพยนตร์เกาหลี ซีรีส์เกาหลี และเพลงเคป๊อป (K-pop) เกาหลี ผู้วิจัยเห็นว่าจากกระแสความชื่นชอบภาพยนตร์เกาหลี ซีรีส์เกาหลี และเพลงเคป๊อป (K-pop) เกาหลี ทำให้เกิดกลุ่มแฟนคลับในกลุ่มเยาวชนไทย 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มแฟนคลับดาราเกาหลี โดยกลุ่มนี้เป็นแฟนคลับที่เกิดจากการรับชมภาพยนตร์เกาหลี และซีรีส์เกาหลี และเกิดความชื่นชอบในตัวนักแสดง ชื่นชอบในบทบาทการแสดง นำไปสู่การติดตามและเป็นแฟนคลับ และ 2) กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี กลุ่มนี้เป็นแฟนคลับที่เกิดจากการฟังเพลงเคป๊อป (K-pop) เกาหลี จากช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ จนนำไปสู่การติดตามและเป็นแฟนคลับเช่นเดียวกับกลุ่มแรก ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลียังแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ กลุ่มแฟนคลับศิลปินเดี่ยว และกลุ่มแฟนคลับศิลปินแบบกลุ่มที่เรียกว่าวงบอยแบนด์และวงเกิร์ลกรุ๊ป ซึ่งการเป็นแฟนคลับศิลปินแบบกลุ่มยัง แบ่งออกเป็นอีก 2 กลุ่ม คือ เป็นแฟนคลับศิลปินทั้งวง หรือชื่นชอบทั้งวง แต่จะมีศิลปินคนโปรดที่ชอบที่สุดในวงที่เรียกว่า เมนหลัก หรือศิลปินหลัก แต่แฟนคลับประเภทนี้จะสนับสนุนทุกคนในวง แต่จะให้ความสำคัญกับศิลปินหลักมากที่สุด ส่วนอีกรูปแบบคือ ไม่ได้เป็นแฟนคลับศิลปินทั้งวง หรือชื่นชอบทั้งวง แต่จะชื่นชอบเฉพาะคนใดคนหนึ่งในวงเท่านั้น จากการศึกษาการเปิดรับหรือการเข้าสู่วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีของกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยขอเสนอแนะผลการศึกษาเพิ่มเติม ดังนี้ ประการแรกผู้วิจัยเห็นว่าจากการสัมภาษณ์ จังหวัดนครสวรรค์บางส่วนน่าจะ

มีการรับวัฒนธรรมเกาหลีอยู่ก่อนหน้านี้แล้ว (รุ่นพ่อแม่ที่รับชมภาพยนตร์เกาหลี หรือซีรีส์เกาหลี) แต่อาจจะไม่ได้มีการแสดงออกที่ชัดเจนอย่างในปัจจุบัน เห็นได้จากคำสัมภาษณ์ของบี ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...ผมคงซึบซับการดูซีรีส์ตามพ่อแม่มาั้งครับ...จุดเริ่มต้นในการดูซีรีส์เกาหลีครั้งแรกมาจากพ่อแม่แหละครับ พ่อแนะนำมา รู้สึกจะเป็นเรื่องน่าทึ่งหัวใจเธอ (IRIS) ครับ...”

ดังนั้น เมื่อมาถูกรุ่นลูกที่มีการชื่นชอบในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีจึงไม่ได้ห้ามหรือปฏิเสธ อีกทั้งยังสนับสนุนให้ลูกติดตาม รับชมอีกด้วย อาจกล่าวได้ว่ารุ่นพ่อแม่บางส่วนของกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ มีรากฐานความชอบในวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว และประการที่สอง คือ พ่อแม่ของกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ รับรู้และเข้าใจในกระแส ค่านิยมของวัยรุ่น จึงทำให้เยาวชนสามารถเปิดรับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีได้อย่างอิสระ ดังคำสัมภาษณ์ของดี ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...พ่อแม่หนูเขาก็ไม่ได้ว่าอะไรนะคะ เขาเข้าใจว่าช่วงวัยรุ่นก็จะตามกระแส หรือชอบอะไรตามเพื่อนอยู่แล้ว เขามองปกติเลยคะ...”

3. เหตุผลในการชื่นชอบวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เกิดจากดาราศิลปินเกาหลี

เหตุผลในการชื่นชอบวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เกิดจากดาราศิลปินเกาหลี ของกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ทั้งกลุ่มที่เป็นแฟนคลับซีรีส์เกาหลี และกลุ่มที่เป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลี ทั้ง 2 กลุ่ม มีเหตุผลในการชื่นชอบแตกต่างกัน ดังคำสัมภาษณ์

“อันดับแรกนะพี่ ผมชอบบุคลิกภาพ ทิวทัศน์ของประเทศเกาหลี การแต่งกายที่โดดเด่น มันมีสไตล์การแต่งตัวที่แปลกใหม่ที่แค่มองก็รู้ว่าเกาหลี สิ่งที่ผมพูดมาทั้งหมดมันเป็นภาพลักษณ์ที่อยู่ในซีรีส์ทั้งหมดเลย ทำให้ผมเชื่อว่าประเทศเขาดูดีมาก เจริญและสะอาดมาก ดาราก็ผิวดี หน้าตาดีมาก ผมรู้จักซีรีส์เกาหลีจากการป้ายยาของเพื่อนในกลุ่ม ที่เล่าไปตอนแรกครับ”

(นามสมมติเอ, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“ผมชอบพวกโทสนี่ของซีรีส์เกาหลีครับ มันมีฟีล (อารมณ์) แปลกใหม่ หน้าตานักแสดงดีมากสวยหล่อทุกคน แสดงก็เก่งด้วย เนื้อเรื่องดี และผมก็รู้สึกว่าประเทศเขาดูล้ำดี ดูก้าวหน้า มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่อำนวยความสะดวก หลายอย่างผมรู้ว่ามันมีสิ่งนี้ ก็เกิดจากการดูซีรีส์นะ”

(นามสมมติบี, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“เหตุผลที่เราชื่นชอบวง GOT7 น่าจะเป็นเพราะคอสตูมนะ ตอนที่เห็นครั้งแรก คืออลังการของเสื้อผ้า หน้า ผม ทำให้เห็นเลยว่าผู้ชายก็สามารถแต่งหน้า ทาเล็บได้ อีกอย่างก็เรื่องเสียงด้วย เราชอบเสียงของยองแจค่ะ เสียงเค้าแหลมสูงมาก เวลาร้องคีย์สูง ๆ แล้วมันน่าฟังมาก ใช้คำว่าชอบสำหรับวง GOT7 ไม่ได้นะ แต่ต้องบอกว่ารักเลยแหละ โดยเฉพาะยองแจ เราเอ็นดูเหมือนลูกเลย ถึงจะอายุใกล้เคียงกัน เราพร้อมจะสนับสนุนทุกอย่าง แม้กระทั่งชีวิตส่วนตัวของยองแจ ถ้าวันหนึ่งที่น้องต้องการแต่งงาน เราก็จะสนับสนุนน้องนะ สำหรับเราศิลปินก็มีชีวิตของเขา เราไม่ยุ่งกับชีวิตส่วนตัวของศิลปินที่เรารักนะ เรามีแนวคิดที่เราสามารถเลือกศิลปินได้ แต่ศิลปินเลือกแฟนคลับไม่ได้นะ”

(นามสมมติซี, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“หนูชอบวง BTS เพราะหน้าตาเขาดีมาก เป็นวงชายล้วนที่แต่งหน้าแล้วเหมาะสมมาก ดูดีทั้งวง ย้ำว่าทั้งวงเลยนะคะ การแต่งกายก็ดูไฮแฟชั่นมาก ๆ แล้ววงนี้เสียงดีทุกคนเลย แต่ถ้าติดตาม หรือเป็นแฟนคลับจะรู้เลยว่าวงนี้จะมาถึงวันนี้นี่เค้าพยายามมากจริง ๆ หนูนับถือในความอดทนมาก ๆ เพลงของวงก็ดังและติดหูทุกเพลงจริง ๆ ตอนนี่วง BTS ไปไกลมากคือดังระดับโลกแล้วค่ะ ภูมิใจและดีใจมาก ๆ”

(นามสมมติดี, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“หนูชอบดูซีรีส์เกาหลี เพราะหน้าตาดีค่ะ ชอบความน่ารักของพี่ลิค๊ะ แล้วก็ซีรีส์เกาหลีก็สนุกจริง ๆ เนื้อหาไม่น่าเบื่อ นักแสดงเข้าถึงบทบาทกันสุด ๆ ไม่รู้สิว่ากำลังแสดงอยู่เลยความรู้สึกมันเหมือนเขาเป็นตัวละครนั้นจริง ๆ”

(นามสมมติอี, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“หนูชอบความสามารถในการเต้นของวง BLACKPINK วงนี้มีความสามารถทั้งวงนะ มีแนวเพลงเฉพาะตัว ทันสมัยด้วย เป็นสากลด้วย ฟังแล้วรู้เลยว่ามีความเป็นอินเตอร์สูงมาก หนูติดตาม BLACKPINK เพราะเพื่อน และชอบการเต้นจากวง BLACKPINK นี้แหละ จากนั้นหนูก็เริ่มติดตามเส้นทางการเป็นศิลปิน การซ้อมเต้น การออกงานต่าง ๆ ตามयेอะนะพี่ ตามถึงขนาดว่าศิลปินใช้อะไรบ้าง มีความชอบอะไร แล้วพอยังเป็นแฟนคลับ และได้รู้ว่าวงนี้จะมาถึงทุกวันนี้ต้องฝึกหนักมาก เข้มงวดและกดดันมาก ยิ่งทำให้หนูรู้สึกว่าง่วงนี้เป็นวงที่ยอดเยี่ยมมาก ๆ ประทับใจสุด ๆ”

(นามสมมติเอฟ, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“ผมชอบซีรีส์เกาหลี เพราะนักแสดงเขาหน้าตาดีทุกคน การแสดงของมันสมจริงมากเลยนะ เนื้อเรื่องมันแปลกใหม่อยู่ตลอดอะ ถ้าไม่ดูผมถือว่าพลาดนะ ผมว่าวงการบันเทิงเกาหลีทำให้ผมไม่เหงา แล้วก็ทำอะไรให้ดูตอนว่างด้วย”

(นามสมมติจี, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“หนูชอบภาพลักษณ์ของ IU มาก ๆ การแต่งกาย แต่งหน้า ทรงผม มีเอกลักษณ์มาก หนูคิดว่าจุดนี้แหละที่หนูโดนตกให้เป็นแฟนคลับของ IU จากนั้นหนูก็เลยติดตามเกี่ยวกับการใช้ชีวิต การวางตัวการเป็นศิลปินตัวอย่าง แต่ใด ๆ คือ IU เสียงดีมากอะ แบบฟังแล้วมันหยุดฟังไม่ได้เลย เรียกว่าหลงใหลไปกับเสียงของ IU เลย”

(นามสมมติเอช, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“หนูชอบวง Girls' Generation เพราะเสียงพีแทยอง มันเพราะมาก ขนาดว่าหนูฟังภาษาเขาไม่ออกนะ แต่ยังรู้สึกได้ว่ามันเพราะจริง ๆ แล้วพีแทยองก็น่ารักมากด้วย ได้ฟังเสียงแล้วเห็นหน้าพีแทโยใน MV เหมือนถูกตึงดูด หน้าตาดี เสียงดี ทุกอย่างละมุนไปหมดเลย”

(นามสมมติไอ, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“หนูชอบบั้งทันจากหน้าตาก่อนเลยอะ เป็นเรื่องปกติที่เราจะดูจากรูปลักษณ์ก่อนที่หนูพูดแบบนี้ก็เพราะว่ามันสะดุดตา ดึงดูด หลัก ๆ ก็พวกผิวพรรณ การแต่งกาย การแต่งหน้าที่มันที่มีออราแหละพี แต่เรื่องความสามารถเขาโดดเด่นมาก ๆ แต่สิ่งที่มันดึงดูดตอนแรกก็ภาพลักษณ์ของศิลปินวงนี้ที่หนูบอกไปอะ ตั้งแต่หนูเป็นดั่งจิมิน วง BTS หนูมองผู้ชายในชีวิตจริงยากมาก เหมือนสเปกเรามาสูงไปแล้ว หนูคิดว่าผู้หญิงทุกวันนี้ไม่จำเป็นต้องมีแฟนก็ได้ ขอแค่มีศิลปิน ที่ชอบมันช่วยเยียวยาใจได้ดีมาก ๆ หนูคิดว่าถ้าวันหนึ่งจิมินมีแฟน หนูคงอห้กนะ ความรู้สึกคง ลดน้อยลงเลย อยากให้จิมินเป็นสมบัติชาติไปนาน ๆ ก่อน”

(นามสมมติเจ, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

จากการสัมภาษณ์เหตุผลในการชื่นชอบวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เกิดจากดารา ศิลปินเกาหลี ของกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ผลการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มแฟนคลับมีความชื่นชอบดารา ศิลปินเกาหลี 2 ลักษณะด้วยกัน คือ 1. ชื่นชอบภาพลักษณ์ภายนอก เช่น รูปร่างหน้าตา การแต่งกาย การแต่งหน้า ผิวพรรณ ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวสามารถดึงดูดผู้ให้สัมภาษณ์ติดตาม และสนใจดารา ศิลปินเกาหลี อีกทั้งยังพบว่าเมื่อแฟนคลับมีการติดตามดารา ศิลปินเหล่านี้ก็จะทำให้เกิดความชื่นชอบอื่น ๆ ตามมาได้ด้วยอย่างเช่น ความชอบส่วนตัวของดารา ศิลปิน ลักษณะ

การใช้ชีวิต เส้นทางการเป็นศิลปิน ดังคำสัมภาษณ์ของเอ คำสัมภาษณ์ของอี และคำสัมภาษณ์ของเอช ตามลำดับที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...การออกแบบร่างกายที่โดดเด่น มันมีสไตล์การแต่งตัวที่แปลกใหม่...”

“...หนูชอบดูซีรีส์เกาหลี เพราะหน้าตาอะ ชอบความน่ารักของพี่ลิอะ...”

“...ชอบภาพลักษณ์ของ IU มาก ๆ การแต่งกาย แต่งหน้า ทรงผม มีเอกลักษณ์มาก...”

ส่วนอีกลักษณะมาจากความชื่นชอบและประทับใจในความสามารถของดารา ศิลปินเกาหลี เช่น ความสามารถในการแสดง ความสามารถในการเต้น ความสามารถในการร้องเพลง ดังคำสัมภาษณ์ของจี และคำสัมภาษณ์ของไอ ตามลำดับที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...เนื้อเรื่อง บทบาทที่เหมาะสมกับนักแสดง และการแสดงของเขามันสมจริงมาก เลยนะ เหมือนนักแสดงเขาเข้าถึงบทบาทจริง ๆ ...”

“... หนูชอบวง Girls' Generation มากเลย โดยเฉพาะเสียงค๊ะพี เสียงพีแทยอน ฟังแล้วรู้สึกว่ามันเพราะมาก ฟังภาษาเขาไม่ออกนะ แต่ความรู้สึกมันเพราะจริง ๆ ...”

จากผลการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่ากลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ มีเหตุผลในการชื่นชอบดารา ศิลปินเกาหลี ซึ่งมาจากความชื่นชอบในภาพลักษณ์ภายนอก และความสามารถของดารา ศิลปินเกาหลี อีกทั้งยังสามารถทำให้กลุ่มแฟนคลับหันมาสนใจประเทศเกาหลี ได้มากขึ้นผ่านตัวแทนที่เรียกว่าดารา ศิลปินเกาหลีที่ส่งออกผ่านอุตสาหกรรมบันเทิง ทำให้เกิดความชื่นชอบในวัฒนธรรมเกาหลี หรือมีมุมมองภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศเกาหลีอีกด้วย ดังคำสัมภาษณ์ของเอ คำสัมภาษณ์ของบี ตามลำดับที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...สิ่งที่ผมพูดมาทั้งหมดมันเป็นภาพลักษณ์ที่อยู่ในซีรีส์ทั้งหมดเลย ทำให้ผมเชื่อว่าประเทศเขาดูดีมาก เจริญและสะอาดมาก...”

“...ผมก็รู้สึกว่าประเทศเขาดูล้ำดี ดูก้าวหน้า มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่อำนวยความสะดวกหลายอย่างผมรู้ว่ามันมีสิ่งนี้ก็เกิดจากการดูซีรีส์นะครับ...”

จากผลการศึกษายังทำให้เห็นถึงมุมมองความชื่นชอบตอดารา ศิลปินเกาหลี ของกลุ่มเยาวชนโดยแบ่งออกเป็น 2 มุมมอง ได้แก่ มุมมองคนรัก และ มุมมองลูกรัก โดยมุมมองความชอบที่แตกต่างกันของแฟนคลับทำให้เกิดความคาดหวังต่อศิลปินแตกต่างกัน ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของ ซี ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...เราเอ็นดูเหมือนลูกเลย พร้อมจะสนับสนุนทุกอย่าง แม้กระทั่งชีวิตส่วนตัวของยองแจ ถ้าวันหนึ่งที่น้องต้องการแต่งงาน เราก็จะสนับสนุนน้องนะ สำหรับเราศิลปินก็มีชีวิตของเขา เราไม่ยุ่งกับชีวิตส่วนตัวของศิลปินที่เรารัก เราเลือกศิลปินได้ แต่ศิลปินเลือกแฟนคลับไม่ได้นะ”

จากตัวอย่างคำสัมภาษณ์ทำให้เห็นถึงมุมมองต่อศิลปินแบบลูกรัก เมื่อศิลปินมีแฟน หรือแต่งงาน แฟนคลับก็ยังคงติดตามและสนับสนุนต่อไป เพราะมีความเชื่อว่าถ้าหากดาราศิลปินรักใครชอบใคร ก็พร้อมจะสนับสนุนต่อไป ซึ่งต่างจากผู้ถูกสัมภาษณ์ที่มีมุมมองต่อศิลปินแบบคนรัก ดังคำสัมภาษณ์ของเจ ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...ตั้งแต่หนูเป็นติ่งจีมิน วง BTS หนูมองผู้ชายในชีวิตจริงยากมาก เหมือนสเปกเรา มันสูงไปแล้ว หนูคิดว่าผู้หญิงทุกวันนี้ไม่จำเป็นต้องมีแฟนก็ได้ ขอแค่มีศิลปินที่ชอบมันช่วยเยียวยาใจได้ดีมาก ๆ หนูคิดว่าถ้าวันหนึ่งจีมินมีแฟนหนูคงอห้กนะพี ความรู้สึกคงลดน้อยลงเลย อยากให้จีมินเป็นสมบัติชาติไปนาน ๆ ก่อน”

จากคำสัมภาษณ์จะเห็นว่าถ้าหากศิลปินมีแฟน หรือแต่งงาน ผู้ให้สัมภาษณ์ก็จะรู้สึกเหมือนตัวเองอห้ก และส่งผลต่อความรู้สึกที่มีต่อศิลปิน ซึ่งแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่มีมุมมองต่อศิลปินแบบคนรักจะมีความรู้สึกว่าการมีแฟนของศิลปินที่ไม่ควรมีใครคนใดคนหนึ่งครอบครองไว้เพียงผู้เดียว

4. ความชื่นชอบวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เกิดจาก ดารา ศิลปินเกาหลีทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อตัวผู้ให้สัมภาษณ์ (มีการรวมกลุ่มทำกิจกรรม หรือแสดงออกเกี่ยวกับความชื่นชอบอย่างไร)

“ผมดูซีรีส์บ่อยมั้ง การแต่งกายก็เลยเปลี่ยน ผมว่าการแต่งกายเขาดูดีมากนะ มีสไตล์ แต่ที่ผมประทับใจมาก ๆ เลยก็คงเป็นเรื่องทรงผมครับ บ้านเขาช่างออกแบบทรงผมผู้ชายดีมาก ผู้หญิงก็ด้วย บ้านเราไม่เป็นแบบนี้เนาะ เทรนด์ในการแต่งหน้าทำผมคือสุดอะพี ผมดีใจมากที่ได้เห็นอะไรดี ๆ แบบนี้ ผมติดตามซีรีส์เกาหลีตลอดเลยนะ เอาไว้คุยกับเพื่อน ไว้อัพเดท

แฟชั่นการแต่งตัวให้ตัวเองดูดี แล้วเวลาดูซีรีส์ เค้กก็จะโฆษณาพวกสินค้าของประเทศเขา ผมซื้อตามนะ พอลองแล้วมันก็ดีจริง ๆ ครับ แล้วผมเป็นแฟนคลับของจวนจีฮุน ผมดูเขาแสดงเรื่อง ยัยตัวร้ายกับนายต่างดาว (My Love From The Sta) ที่เพื่อนบ้ายา นำรักมากครับ ผมไปตามไอจีแฟนคลับเธอ เวลาวันเกิดแจ็กผมก็ทำคัพสลีฟ (Cup Sleeve) กับกลุ่มเพื่อนแล้วก็เอาไปฝากร้านกาแฟในห้าง ในคาเฟ่ในนครสวรรค์นี้แหละครับ ทำเพื่อโปรโมตแจ็ก เขาก็รับนะครับ เพราะว่าแฟนคลับก็จะไปซื้อกาแฟที่มีคัพสลีฟ (Cup Sleeve) แล้วก็ช่วยกันถ่ายรูป แล้วก็อัปลงโซเชียล ติดแฮชแท็กวันเกิดเป็นการสนับสนุนดารารที่เรารัก กิจกรรมของพวกเขาส่วนใหญ่ก็จะเป็นในโลกออนไลน์มากกว่า แบบพวกตามข่าว แชรโฟสต์ จะรวมตัวกันก็พวกโพรเจกต์วันสำคัญ ๆ ”

(นามสมมติเอ, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“การดูซีรีส์ทำให้ผมเปลี่ยนแปลงการแต่งตัวครับที่ แต่ก่อนผมเป็นคนแต่งตัวไม่เป็น ไม่เข้าใจแฟชั่น แต่พอผมได้รู้จักซีรีส์เกาหลี ผมก็เปลี่ยนแนวในการแต่งตัวไปเลยนะ ผมก็บอกไม่ได้นะว่าการแต่งตัวสไตล์เกาหลีมันเป็นอย่างไง แต่ถ้าเห็นก็จะรู้ว่ามันเป็นแนวเกาหลี การแต่งตัวของเกาหลีมันง่าย ๆ สบาย ๆ แต่ดูดี อารมณ์แบบน้อยแต่มาครับ ผมก็ดูจากในซีรีส์นี้แหละ ดูเป็นเรฟ (Reference) แล้วผมก็ไปหาซื้อสไตล์ที่ใกล้เคียงกัน เดี่ยวนี้เสื้อผ้าเกาหลีมันเข้าถึงง่าย ในเน็ตมีเยอะครับ ผมไม่ได้ชอบดาราคอนไหนดเป็นพิเศษนะ เวลาที่มีกิจกรรมอะไรผมไม่ได้เข้าร่วม ถ้าจะพูดถึงการมีส่วนร่วมก็น่าจะเป็นการติดตามผลงานของพวกเขา หรือการแชร์ข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับซีรีส์เกาหลีบนสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เท่านั้น ซีรีส์เกาหลีอินเทรนด์ก็แชร์ไป บางคนสนใจแบบก็จะคอมเมนต์คุยกัน จริง ๆ ส่วนใหญ่ผมจะเน้นไปที่การดูแล้วก็เอามาพัฒนาตัวเองให้ดีขึ้น อย่างการแต่งตัวที่ผมบอกไป ผมว่าถ้าการแต่งตัวดีจะทำให้ภาพลักษณ์และบุคลิกเราดูดี แล้วผมก็ชอบพวกอาหารเกาหลีมาก ๆ ด้วย กินตามซีรีส์ที่ดูแหละครับ หลัง ๆ มาเข้าร้านอาหารเกาหลีประจำเลย แล้วนครสวรรค์บ้านเรานั้นก็มีร้านอาหารพวกนี้เยอะมาก เหมือนแข่งกันเปิดเลย ไม่ต้องไปถึงกรุงเทพก็กินอาหารเกาหลีแบบหลากหลายได้นะ”

(นามสมมติบี, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“พอเราชอบ GOT7 สิ่งแรกที่เราคิดก็คือ เราอยากฟังภาษาเกาหลีรู้เรื่อง เราอยากรู้ว่าพวกเขาคุยอะไร นั่นแหละที่เป็นแรงบันดาลใจให้เราไปเรียนภาษาเกาหลีเพิ่ม แบบตั้งใจนั่งรถจากนครสวรรค์ไปเรียนที่กรุงเทพฯเลย อันนี้คือการเปลี่ยนแปลงอย่างแรก ต่อมาเราก็ซื้อสินค้าที่เป็นพวก Official Goods ของศิลปิน เป็นการซัพพอร์ตศิลปินเพื่อให้เขาได้สร้างสรรค์ผลงานดี ๆ ต่อไปค่ะ หรือบางครั้งก็มีการร่วมทุนกับกลุ่มแฟนคลับตามเพจต่าง ๆ (เพจที่แฟนคลับตั้งขึ้น) เพื่อส่ง Food Support หรือ Food Truck ไปให้ศิลปิน อย่างจินยองเขาเป็นนักร้องก็จริง แต่เขาก็ผันตัวไปแสดงซีรีส์ด้วย พวกแฟนคลับก็จะส่งของแบบนี้ไปให้

กำลังใจศิลปิน หรือในวันที่ครบรอบวันเดบิวต์เราก็มีจัดกิจกรรมด้วยนะแบบเช่าคาเฟ่หนึ่งวัน แล้วก็ตกแต่งเป็นธีม GOT7 ใครที่เป็นแฟนคลับในนครสวรรค์ก็มาถ่ายรูปด้วยกัน มันสนุกดี ได้เจอกัน ได้จอยกันด้วย ได้เห็นกลุ่มคนที่รัก GOT7 เราว่ามันสำคัญมาก ทุกครั้งที่วง GOT7 มาไทยเราก็จะไปรอรับที่สนามบินคะถึงจะอยู่นครสวรรค์แต่ไม่เป็นปัญหาเลย ถึงจะทำงาน ก็กลางวันไปได้ ความรักอะนะ”

(นามสมมติซี, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัด ๆ จากการเป็นแฟนคลับ BTS ก็น่าจะเป็นเรื่องการเต้น คัฟเวอร์ แดนซ์ (Cover Dance) แต่เป็นการรวมกลุ่มเต้นสนุก ๆ นะ ไม่ได้ไปประกวด แต่บางครั้งกลุ่มเต้นพวกหนูก็ไปร่วมเต้นที่ Random Dance BKK ไปร่วมแบบสนุก ๆ ค่ะ พี่เขาให้คนที่รักในการเต้นคัฟเวอร์ แดนซ์ (Cover Dance) ไปร่วมจอยกัน หนูรู้จักกิจกรรมนี้ จากเฟซบุ๊ก (Facebook) นะ เห็นเขาแชร์ ๆ กันมา ก็ตกใจนะไทยมีกิจกรรมแบบนี้ด้วย ปกติคนส่วนใหญ่ก็จะโดนตลกจากการเต้นของวงหญิงล้วนอย่างพวก BLACKPINK แต่สำหรับหนู โลกการเต้น หรือการเคลื่อนไหวร่างกายตามจังหวะดนตรีของวงนี้มันทำให้ใจตั้งแต่ครั้งแรก ที่เห็นเลยคะ ยิ่งได้ดูคอนเสิร์ต ๆ นะ ละสายตาไม่ได้เลย ทั้งความหล่อเอย เสียงเอย การเต้นเอย แต่หนูเป็นแฟนคลับที่ไม่ได้ซื้อสินค้า Official Goods มาสะสมนะ หลัก ๆ จะเน้นที่การดูคอนเสิร์ต การเต้นคัฟเวอร์ (Cover) มากกว่า แต่ไม่ได้คัฟเวอร์ (Cover) วงนี้วงเดียวนะ มีเต้นตามวงอื่น ๆ ด้วย ตามกระแส การรวมตัวกันซ้อมก็ไม่มีปัญหาอะคะ ก็ดีวันว่างกัน ส่วนสถานที่ก็ตามสวนสาธารณะในนครสวรรค์ มันสะดวกดี บางครั้งก็ซ้อมออนไลน์ก็มีนะ แบบเต้นแล้ว ก็มาคอมเมนต์ ค่อย ๆ ปรับกันไป ช่วย ๆ กันดู”

(นามสมมติดี, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“เราเป็นดั่งพีลี่นะ แต่เราไม่ได้ไปดูคอน หรือไปงานแฟนมีท สะสมของก็ไม่มีคะ แคลติดตามทางโซเชี่ยล ส่วนใหญ่ก็จะโพสต์เกี่ยวกับพีลี่ เพื่อให้คนอื่นเห็นความน่ารักและความเก่งของพีลี่เราเป็นแฟนคลับพีลี่จากการดูซีรีส์ ส่วนใหญ่เราจะชอบสั่งของกินมาจากเกาหลี แบบเห็นในซีรีส์แล้วมันน่าอร่อย ส่วนใหญ่เราจะหมกกับการกินตามซีรีส์พวกขนม รามยอน ต็อกโบกี แล้วก็พวกสกินแคร์ มาสก์หน้า ของบำรุงผิว”

(นามสมมติอี, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“เพราะศิลปินวง BLACKPINK ที่ทำให้หนูหันมาสนใจเกี่ยวกับการเต้นคัฟเวอร์ แดนซ์ (Cover Dance) นับว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงสำหรับตัวหนูนะ จริง ๆ ตอนแรกหนูก็มองว่า มันยากอะคะ แต่พอหนูเริ่มฝึกด้วยตัวเองแล้วก็กลุ่มเพื่อน แล้วก็ดูจากยูทูบ (YouTube)

ดูสถาบันสอนเต้นบ้าง แกะท่าเองบ้าง หลัง ๆ ก็เริ่มดูในติกต็อก (TikTok) ตอนแรกก็เต้นแค่ซ้ำ ๆ กับเพื่อนนะคะ แต่ในนครสวรรค์มีการประกวดเต้นคัฟเวอร์ แดนซ์ (Cover Dance) ปีละครั้ง ทีมชนะได้ไปแข่งต่อด้วย ก็เลยหันมาซ้อมกันแบบจริงจังมากขึ้น งานประจำที่ทำ ก็ไม่เป็นอุปสรรคในการซ้อมเลย เพราะเราจะดูกับเพื่อนในกลุ่มว่าว่างวันไหนก็ไปวันนั้นคะ และการเต้นมันก็ต้องมีองค์ประกอบของเสื้อผ้า ด้วยความที่พวกหนูทำงาน มีเงินกันหมดแล้ว ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าเลยไม่มีปัญหาคะ หนูก็จะแต่งตัวให้คล้ายกับเมมเบอร์ที่เราชอบมากที่สุด บางทีก็สั่งพรีมาจากเกาหลีคะ แล้วก็พวกเรื่องการแต่งหน้าก็พยายามจะให้เหมือนมากที่สุดกับศิลปินคะ หนูคิดว่าพวกนี้น่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตัวหนูคะ ส่วนเรื่องกิจกรรมที่เกี่ยวกับบลิ้ง หนูก็เข้าร่วมตามที่ไหว แต่เน้นการเต้นมากกว่า แต่ทุกครั้งที่มิกอนพวกหนูก็จะไม่พลาดนะคะ อันนี้เรามีโอกาสได้เจอศิลปินที่เราชอบ การไปคอนเสิร์ตสำคัญคะ ส่วนกิจกรรมก็ร่วมตามโอกาสที่ว่าง เป็นการเข้าร่วมโพเจกต์ต่าง ๆ ที่เพจหลักศิลปินจัดขึ้น เช่น การไปถ่ายรูปร่วมกัน แล้วก็ช่วยกันแชร์และก็ติดแฮชแท็กเกี่ยวกับกิจกรรมคะ”

(นามสมมติเอฟ, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“ผมว่าผมหันมาใช้สินค้าของเกาหลีมากขึ้น แคร์ว่าเป็นสินค้าของเกาหลี มันก็รู้สึกดี น่าเชื่อถือแล้ว เป็นผลพวงจากการดูซีรีส์ ผมชอบอะไรหลาย ๆ อย่างที่เป็นเกาหลีเลยนะ อย่างน้อยในชีวิตประจำวันเวลาเดินเข้าเซเว่น (7-ELEVEN) ถ้าจะกินมามา อย่างแรกที่จะเลือกก็ต้องมามาของเกาหลี หรือพวกครีมซองในเซเว่น (7-ELEVEN) ก็เช่นกันครับ ผมจะเลือกแบรนด์ที่มาจากเกาหลีก่อนเลย อย่างการแต่งตัวของผมวันนี้เป็นแบบสไตล์มินิมอล หรือคุมโทนแบบเกาหลีครับ ผมได้แบบมาจากพวกซีรีส์ที่ดูนี้แหละ แคเปลี่ยนสไตล์การแต่งตัว ก็ทำให้ดูดีได้จริง ๆ แล้วเวลาแต่งแบบสไตล์เกาหลี มันไม่ตกเทรนด์ด้วยนะ”

(นามสมมติจี, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“เพราะ IU เลยคะที่ทำให้หนูเปลี่ยนแปลงตัวเองอย่างมาก อย่างแรกก็การดูแลตัวเองคะ คือไอยูน่ารักมาก ผิวดีมากคะ จริง ๆ ประเทศเขาคงผิวดีอยู่แล้วแหละ แต่คือหนูเริ่มใช้พวกเสื้อผ้า เครื่องสำอาง หรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ไอยูเป็นพรีเซนเตอร์หนูอยากดูดีแบบเขา แล้วถ้าตามไอยู พี่จะเห็นสไตล์การแต่งตัวที่แบบเรียบง่าย แต่ดูดี ทุกวันนี้ใครเดินมาหนูสามารถแยกได้เลยนะว่าใครแต่งตัวสไตล์เกาหลีอาจจะบอกพี่ไม่ได้นะว่ามันเป็นแบบไหน แต่ว่าถ้าเห็นหนูรู้เลยคะ แล้วอีกอย่างการซื้อของพวกนี้หนูมองว่ามันเป็นการช่วยศิลปินให้ได้เป็นพรีเซนเตอร์ต่อไป แบบอารมณ์ว่าช่วยทำยอดขายอะคะ บางครั้งหนูก็เข้าร่วมกิจกรรมโพเจกต์วันเกิดของไอยูนะคะ แบบพวกบ้านหลักที่ทำเพจ IU เค้าจะจัดกิจกรรมให้เราไปเข้าร่วม เช่น กิจกรรมจิตอาสาเก็บขยะชายหาด เราก็ไปทำแล้วถ่ายรูปแล้วก็ติดแฮชแท็ก

วันเกิด IU บางปีก็แค่บริจาคเงินแล้วถ่ายรูปแล้วก็ติดแฮชแท็กวันเกิด IU ซึ่งมันสำคัญนะคะ มันเป็นหน้าเป็นตาของศิลปินว่ามีแฟนคลับให้ความสนใจ ส่วนใหญ่หนูร่วมกิจกรรมหลัก ๆ แบบนี้แหละ แล้วก็จะมีไปแฟนมีต อันนี้ต้องไปคะ โอกาสที่ IU จะมาไม่ได้มีบ่อย ๆ เวลาไปก็ต้องมีบง (แท่งไฟที่เป็นสัญลักษณ์ประจำด้อม) ด้วยนะเป็นของที่คู่คอนเสิร์ตหรือแฟนมีตขาดไม่ได้จริง ๆ ”

(นามสมมติเอช, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“หนูชอบพี่แทยอนในวง Girls' Generation หนูซื้อพวกอัลบั้มเดี่ยวของพี่แทยอน เก็บไว้เกือบทุกอัลบั้มเลยคะ บางอัลบั้มมันนานแล้ว ต้องหาคนที่ปล่อยดีลต่อคะ ต้องบอกว่าเพราะความชอบแหละที่ทำให้หนูกล้าไปเกาหลีคนเดียว หนูบินไปดูคอนเสิร์ตเดี่ยวของพี่แทยอนที่เกาหลีคะ เรื่องเงินไม่ใช่ปัญหาเพราะตอนนั้นทางบ้านก็ซัพพอร์ตเต็มที่ หมายถึงพี่สาวหนูที่ให้เงินหนูไปดูคอนเสิร์ต เพราะพี่สาวเป็นแฟนคลับวงนี้เหมือนกัน เขาเลยสนับสนุนให้หนูไปดู พี่สาวก็อยากไปคะแต่นางติดงาน ตอนนั้นหนูยังไม่ได้ทำงานคะ หนูรู้สึกภูมิใจมากที่ไปเกาหลีคนเดียวได้ มันทำให้หนูกล้าตัดสินใจขึ้นเยอะเลย พอทำงานแล้วหนูมีเงินใช้เอง หนูก็สนับสนุนพี่แทยอนได้มากกว่าเดิมอีกคะ เช่น ซื้อสินค้าที่พี่แทเป็นพรีเซนเตอร์ การมีพี่แทยอนดีมาจริง ๆ เหมือนเป็นกำลังใจในการเรียน ในการใช้ชีวิตเลย”

(นามสมมติไอ, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“พอเราชอบเขา เราก็อยากซัพพอร์ตเขา หนูก็ซื้อของสะสมพวกอัลบั้มของบังทันซื้อตามโอกาส ตามเงินที่มี ถึงแม้ไม่มีเงินก็พยายามหาма ยิ่งถ้ามีคอนของบังทันก็ต้องไปหาไม่ได้มาบ่อย ๆ นะอีกก็ปีจะได้เจอก็ไม่รู้คะ ถึงหนูจะไม่ได้ทำงาน แต่ก็สามารถขอพ่อแม่ได้ บวกกับการเก็บเงินจากค่าขนมก็ไม่ใช่ปัญหาแล้วคะ เพราะสำหรับหนูการที่หนูชอบจีมีมันมีคุณค่าทางจิตใจมาก ๆ เสียงเพลง หรือการได้มองเห็นเขาผ่านสื่อต่าง ๆ ก็เป็นความสุขมาก ๆ แล้ว หากความสุขแบบนี้ที่ไหนไม่ได้แล้ว ทุกวันนี้จีมีเหมือนเป็นเซฟโซน เป็นพื้นที่อบอุ่นสำหรับหนูเลยนะ”

(นามสมมติเจ, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

ผลการศึกษาอิทธิพลของกระแสวัฒนธรรมเกาหลีของกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมืองจังหวัดนครสวรรค์ พบว่ากลุ่มเยาวชนมีการแสดงออกถึงความชื่นชอบเกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี 2 รูปแบบ โดยรูปแบบแรก คือ การรวมกลุ่มทำกิจกรรมในสถานที่ต่าง ๆ โดยกลุ่มเยาวชนที่เป็นแฟนคลับดารา ศิลปินเกาหลี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์มีการจัดโปรเจกต์วันสำคัญต่าง ๆ เช่น การเช่าคาเฟ่ การทำคัพสลีฟ (Cup Sleeve) การไปร่วมกิจกรรมจิตอาสาที่บ้านแฟนคลับจัด

ในวันสำคัญอย่างเช่นวันเกิด หรือวันครบรอบวันเดบิวต์ ซึ่งกิจกรรมที่กล่าวไปเป็นกิจกรรมที่กลุ่มแฟนคลับรวมตัวกันจัดทำเพื่อโปรโมต หรือสนับสนุนดารา ศิลปิน ดังคำสัมภาษณ์ของ เอ คำสัมภาษณ์ของ ซี และคำสัมภาษณ์ของ เอช ตามลำดับที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...เวลาวันเกิดเจ๊แกผมก็ทำคัพสลีฟ (Cup Sleeve) กับกลุ่มเพื่อนแล้วก็เอาไปฝากร้านกาแฟในห้าง คาเฟ่ต่าง ๆ ในนครสวรรค์นี้แหละครับ ทำเพื่อโปรโมตเจ๊แก คำก็รับนะ เพราะว่าพวกแฟนคลับก็จะไปซื้อกาแฟที่มีคัพสลีฟ (Cup Sleeve)...”

“...วันที่ครบรอบวันเดบิวต์เราก็มีจัดกิจกรรม...แบบเช่าคาเฟ่หนึ่งวัน แล้วก็ตกแต่งเป็นธีม GOT7 ใครที่เป็นแฟนคลับในนครสวรรค์ก็มาถ่ายรูปด้วยกัน มันสนุกดีได้เจอกันจอยกันด้วย...”

“... หนูก็เข้าร่วมกิจกรรมโปรเจกต์วันเกิดของไอยูนะคะ แบบพวกบ้านหลักที่ทำเพจ IU คำจะจัดกิจกรรมให้เราไปเข้าร่วม เช่น กิจกรรมจิตอาสาเก็บขยะชายหาด เราก็ไปทำแล้วถ่ายรูปแล้วก็ติดแฮชแท็กวันเกิด IU บางปีก็แค่บริจาคเงินก็มีคะแล้วถ่ายรูปแล้วก็ติดแฮชแท็กวันเกิด IU...”

นอกจากการรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมให้แก่ดารา ศิลปินเกาหลี ผู้วิจัยยังพบว่ากลุ่มเยาวชนที่เป็นแฟนคลับของศิลปินเกาหลี มีการทำกิจกรรมที่เกิดจากความชื่นชอบในการติดตามศิลปินเกาหลีคือการเต้นคัฟเวอร์แดนซ์ (Cover Dance) กลุ่มแฟนคลับจะมีการรวมตัวกันเพื่อศึกษาท่าทางการเต้นของศิลปินที่ชื่นชอบ ดังคำสัมภาษณ์ของ ดี และคำสัมภาษณ์ของ เอฟ ตามลำดับที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...รวมกลุ่มเต้นสนุก ๆ นะ ไม่ได้ไปประกวด แต่บางครั้งกลุ่มเต้นพวกหนูก็ไปร่วมเต้นที่ Random Dance BKK นะ แบบไปร่วมแบบสนุก ๆ ค่ะพี่ เขาให้คนที่รักในการเต้นคัฟเวอร์แดนซ์ (Cover Dance) ไปร่วมจอยกัน...”

“...หนูชอบวง BLACKPINK มาก ๆ เลยคะ เพราะศิลปินวงนี้เลยที่ทำให้หนูหันมาสนใจเกี่ยวกับด้านการเต้น Cover Dance...หนูเริ่มฝึกด้วยตัวเองแล้วก็กลุ่มเพื่อน และก็จะดูจาก YouTube สอนเต้นบ้าง แกะท่าเองบ้าง หลัง ๆ ก็เริ่มดูในติกต็อก (Tik Tok) ด้วย...”

จากผลการสัมภาษณ์ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ มีปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับศิลปินเกาหลีคนอื่น ๆ ที่มีความชื่นชอบในการเต้นคัฟเวอร์แดนซ์

(Cover Dance) เหมือนกัน ดังเช่นที่กลุ่มเยาวชนไปร่วมเต้นในกิจกรรม Random Dance BKK ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เปิดพื้นที่ให้แฟนคลับสามารถโชว์สเต็ปการเต้นคัฟเวอร์ แดนซ์ (Cover Dance) ได้อย่างสนุกสนาน

รูปแบบที่สอง คือ การแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมืองจังหวัดนครสวรรค์ที่เป็นแฟนคลับดารา ศิลปินเกาหลี มีการแสดงออกถึงการสนับสนุนดารา ศิลปินเกาหลี ดังนี้ 1) การร่วมโอนเงิน (สมทบทุน) กับบ้านแฟนคลับเพื่อส่ง Food Support หรือ Food Truck (ซัพพอร์ตศิลปินด้วยอาหาร) ให้กับดารา ศิลปินเกาหลีเพื่อสนับสนุนดารา ศิลปินเกาหลีในโอกาสต่าง ๆ เช่น วันเกิด วันเปิด – ปิดกล้อง วันถ่ายทำซีรีส์ แฟนมีตติ้ง คอนเสิร์ต ฯลฯ ซึ่งกิจกรรมนี้กลุ่มแฟนคลับถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่สามารถสนับสนุนดารา ศิลปินเกาหลีคนโปรดได้อย่างใกล้ชิด ดังคำสัมภาษณ์ของ ซี ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...ร่วมโอนเงินกับกลุ่มแฟนคลับตามเพจต่าง ๆ (เพจที่แฟนคลับตั้งขึ้น) เพื่อส่ง Food Support หรือ Food Truck ไปให้ศิลปินอะคะ อย่างเงินของเค้าเป็นนักร้องก็จริง แต่เขาก็ผันตัวไปแสดงซีรีส์ด้วย พวกแฟนคลับก็จะส่งของไปให้กำลังใจศิลปิน...”

การโอนเงินจะมีบ้านแฟนคลับที่เป็นบ้านหลักในการทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการโอนเงิน รวมทั้งทำหน้าที่ในติดต่อและจัดส่งให้กับดารา ศิลปินเกาหลี เมื่อศิลปินได้รับ Food Support หรือ Food Truck จะมีการ โพสต์ภาพลงโซเชียลเพื่อขอบคุณการสนับสนุนของแฟนคลับ และ 2) การโพสต์ข้อความ และการติดแฮชแท็ก หรือแชร์ข่าวสารเกี่ยวกับดารา ศิลปินเกาหลี ซึ่งการแสดงออกผ่านสื่อออนไลน์เป็นอีกมิติหนึ่งที่ช่วยให้บุคคลทั่วไปเห็นข่าวสารเกี่ยวกับดารา ศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ และอาจส่งผลให้มีคนติดตามดารา ศิลปินเพิ่มขึ้น ดังคำสัมภาษณ์ของ บี ที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...การแชร์ข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับซีรีส์เกาหลีบนสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ...ซีรีส์เกาหลีอิน ไทด์ก็แชร์ไป บางคนสนใจแบบเดียวกัน ก็จะคอมเมนต์คุยกัน...”

ผลการศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ ยังทำให้เห็นถึงอิทธิพลอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิต โดยส่งผ่านตัวแทนอย่างดารา ศิลปินเกาหลี ดังนี้ 1. การแต่งกาย 2. การรับประทานอาหารเกาหลี 3. การไปดูคอนเสิร์ตที่ประเทศเกาหลีใต้ 4. การเรียนภาษาเกาหลี 5. การซื้อเครื่องสำอาง 6. การรับชมภาพยนตร์เกาหลี หรือซีรีส์เกาหลีแบบถูกลิขสิทธิ์ 7. การไปงานแฟนมีตติ้ง 8. การสนับสนุนสินค้าของดารา ศิลปินเกาหลีที่เป็นพรีเซนเตอร์เพื่อเพิ่มยอดขาย (การพรีอเดอร์สินค้าจากเกาหลี) 9. การซื้อสินค้า Official Good ของ

ศิลปินเพื่อสะสม 10. การแต่งกายแบบเกาหลี ดังคำสัมภาษณ์ของ บี คำสัมภาษณ์ของ ซี คำสัมภาษณ์ของ อี และคำสัมภาษณ์ของ ไอ ตามลำดับที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...ผมก็ดูการแต่งตัวจากในซีรีส์นี้แหละ ดูเป็นเรฟ (Reference) แล้วผมก็ไปหาซื้อสไตล์ที่ใกล้เคียง เดี่ยวนี้เสื้อผ้าเกาหลีมันเข้าถึงง่าย ในเน็ตมีเยอะครับ สั่งพรีมาก็ได้...”

“...เราอยากฟังภาษาเกาหลีรู้เรื่อง เราอยากรู้ว่าพวกเขาคุยอะไรกันบ้าง นั่นแหละ เป็นแรงบันดาลใจให้เราไปเรียนภาษาเพิ่ม...การซื้อสินค้าที่พวก Official Goods ของศิลปิน มันเป็นการซัพพอร์ตศิลปินเพื่อให้เขาได้สร้างสรรค์ผลงานดี ๆ ต่อไป...”

“...ส่วนใหญ่เราจะชอบสั่งของกินมาจากเกาหลี แบบเห็นในซีรีส์แล้วมันน่าอร่อย ส่วนใหญ่เราจะหมกกับการกินตามซีรีส์พวกขนม รามยอน ต็อกโบกิ แล้วก็พวกสกินแคร์ มาส์กหน้า”

“...หนูบินไปดูคอนเสิร์ตเดี่ยวของพีแทยองที่เกาหลีค่ะ เรื่องเงินไม่ใช่ปัญหาค่ะเพราะตอนนั้นทางบ้านก็ซัพพอร์ตเต็มที่...”

ทั้งหมดที่ผู้วิจัยกล่าวมาล้วนเป็นอิทธิพลที่เกิดจากการติดตามเป็นแฟนคลับดารา ศิลปินเกาหลี อีกทั้งผู้วิจัยยังพบประเด็นที่น่าสนใจในมุมมองของการเป็นแฟนคลับ กล่าวคืออิทธิพลที่กล่าวไปข้างต้นบางส่วนส่งผลโดยตรงต่อดารา ศิลปินเกาหลีโดยเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความนิยมของดารา ศิลปินเกาหลีทั้งใน และต่างประเทศ และอีกนัยหนึ่งเป็นการสื่อสารจากแฟนคลับไปยังดารา ศิลปินเพื่อต้องการให้มีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับดารา ศิลปินบ่อยขึ้น เพราะการจัดกิจกรรมทำให้สามารถใกล้ชิดกับดารา ศิลปินตัวจริงได้ ซึ่งผู้วิจัยมองว่าการได้ใกล้ชิดกับดารา ศิลปินเกาหลีเป็นสิ่งกระตุ้นที่ทำให้กลุ่มเยาวชนต้องการสนับสนุนหรือบริโภคสินค้าของดารา ศิลปินมากขึ้น และนอกจากอิทธิพลที่กล่าวไปยังมีอิทธิพลทางด้านจิตใจที่ผู้ถูกสัมภาษณ์นำดารา ศิลปินเกาหลีมาเป็นเป้าหมายหรือเป็นความสุขในการใช้ชีวิต หรือแม้กระทั่งเป็นความปลอดภัยทางความรู้สึก ดังคำสัมภาษณ์ของ ไอ และคำสัมภาษณ์ของ เจ ตามลำดับที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“...การมีพีแทยอง เหมือนเป็นกำลังใจในการเรียน ในการใช้ชีวิตเลย”

“...สำหรับหนูการที่หนูชอบจีมิน มันมีคุณค่าทางจิตใจมาก เสียงเพลง หรือการได้มองหน้าเขาผ่านสื่อต่าง ๆ ก็เป็นความสุขมาก ๆ แล้ว ทุกวันนี้จีมินเหมือนเป็นเซฟโซน เป็นพื้นที่อบอุ่นสำหรับหนูเลยนะ”

“สำหรับหนู BLACKPINK ดั่งระดับโลกอยู่แล้ว แต่ก็อยากให้ดังไปเรื่อย ๆ ค่ะ ดั่งแบบ
ครบวง ไม่แยกเป็นศิลปินเดี่ยวนะคะ”

(นามสมมติเอฟ, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“อยากให้เพื่อน ๆ อื่น ๆ ดูซีรี่ย์เกาหลีเยอะ ๆ นะ คือ มันควรไปได้ไกลจริง ๆ นะที่
ซีรี่ย์มันมีหลายแนว ทำออกมาสมจริง นักแสดงก็เล่นดี แถมหน้าตาดีด้วยนะ เพียงพอที่จะ
ไปโด่งดังระดับโลกแล้ว”

(นามสมมติจี 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“IU เป็นศิลปินที่ขึ้นหิ้งที่อยากให้ทุกคนรู้จัก อยากให้ลองฟังเสียง อยากให้ IU มี
แฟนคลับเพิ่มขึ้นเยอะ ๆ จะได้จัดคอนเสิร์ต หรือแฟนมีตในไทยบ่อย ๆ ค่ะ”

(นามสมมติเอช, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“อยากให้คนชอบพี่แทยองเยอะ ๆ นะ แล้วก็อยากให้ทั่วโลกรู้จักพี่แทด้วย เพราะถ้า
ศิลปินที่เราชอบเป็นที่รู้จักไปทั่วโลกมันก็เหมือนเป็นความสำเร็จของแฟนคลับแบบหนูด้วย
ค่ะ มันได้เห็นการเติบโตของพี่เขา”

(นามสมมติไอ, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

“เราจะเป็นแฟนคลับที่สนับสนุนบงกชต่อไปเรื่อย ๆ เรียกว่าเป็นความภักดีก็ได้ค่ะ”

(นามสมมติเจ, 4 ธันวาคม 2565, สัมภาษณ์)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งเป็นกลุ่มแฟนคลับ
ดารา ศิลปินเกาหลี ปรากฏว่ากลุ่มแฟนคลับมีมุมมอง หรือความคาดหวังต่อกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยม
เกาหลี ในอนาคตเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ กลุ่มแฟนคลับมีความเห็นว่าอยากให้ดารา หรือศิลปิน
ที่ตนชื่นชอบ มีฐานแฟนคลับที่เพิ่มขึ้น มีคนสนับสนุนเยอะขึ้น และอยากให้ดารา หรือศิลปินที่ชื่นชอบ
เป็นที่รู้จักในระดับโลก อีกทั้งผลการสัมภาษณ์ยังทำให้เห็นว่าแม้ในปัจจุบันจะเริ่มมีกระแสวัฒนธรรมจีน
หลั่งไหลเข้ามาอย่างเช่น ซีรีส์จีนที่กำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นในปัจจุบัน แต่จากการสัมภาษณ์ทำให้เห็นว่า
กลุ่มเยาวชนก็ยังชื่นชอบในกระแสเกาหลี อีกทั้งวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลียังกลายเป็นส่วนหนึ่งใน
ชีวิตประจำวันไปแล้ว จึงทำให้ยังคงนิยมในวัฒนธรรมบันเทิงเกาหลีต่อไป

จากการศึกษาเรื่องอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัด
นครสวรรค์ ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงการรับรู้วัฒนธรรมเกาหลีของสังคมขนาดเล็กหรือต่างจังหวัดต่อการ
เกิดขึ้นของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในปัจจุบัน ซึ่งการรับรู้เกี่ยวกับกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยม

เกาหลีไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแคในสังคมเมืองขนาดใหญ่อีกต่อไป เนื่องจากกระแสโลกภิวัตน์และความก้าวหน้าของการสื่อสารที่ทำให้สามารถเข้าถึงสื่อบันเทิงที่มาจากเกาหลีได้ง่ายและรวดเร็วกว่าในอดีต และสภาพพื้นที่ก็ไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเล่นแบบของกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมืองจังหวัดนครสวรรค์ที่เกิดจากการรับอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีอีกด้วย เพราะในปัจจุบันกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์มองว่า กระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีอยู่ในสังคมมานานหลายปี และก็ยอมรับในสื่อของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีจนเกิดเป็นความกลมกลืนและกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน โดยที่ไม่ได้รู้สึกว่าการวัฒนธรรมเกาหลีเป็นสิ่งที่ไม่ดี หรือไม่ควรแก่การเปิดรับ จึงทำให้สังคมขนาดเล็กหรือจังหวัดนครสวรรค์มีการแสดงออกต่อสังคมถึงความชื่นชอบในวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี โดยอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่กลุ่มเยาวชนเปิดรับ ผู้วิจัยได้กล่าวไว้ในผลการวิจัยข้างต้นแล้ว



บทที่ 5

บทสรุป

งานวิจัยเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย และเพื่อศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยสรุป และอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพัฒนาการของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทย

ประเทศไทยเปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติมาหลายยุคหลายสมัย โดยเปิดรับทั้งวัฒนธรรมตะวันตก จากฝั่งอเมริกา และวัฒนธรรมตะวันออกจากฝั่ง จีน ฮองกง ไต้หวัน ญี่ปุ่น เรียกได้ว่าสังคมไทยไม่ได้ปิดกั้น การเข้ามาของวัฒนธรรมต่างชาติ ปัจจุบันประเทศไทยก็ยังคงรับวัฒนธรรมจากต่างชาติเข้ามาในสังคมไทยเช่นเดิม อีกทั้งวัฒนธรรมจากต่างชาติยังสามารถเผยแพร่ได้รวดเร็วมากขึ้น เนื่องจากเป็นยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความรวดเร็วทางการสื่อสารและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยวัฒนธรรมที่กำลังเป็นที่นิยม และได้รับความสนใจในประเทศไทย คือวัฒนธรรมจากฝั่งตะวันออกของประเทศเกาหลีใต้ที่ประสบความสำเร็จ จากการใช้อุตสาหกรรมบันเทิงเผยแพร่เรื่องราวประเทศของตนผ่านตัวแทนอย่างดารา ศิลปิน ซึ่งในปัจจุบัน ความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีถูกเรียกว่า กระแสเกาหลี (Korean Wave) หรือวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี (Korean Popular Culture) ประเทศไทยมีการรับวัฒนธรรมเกาหลีมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997 และปัจจุบันวัฒนธรรมเกาหลียิ่งทวีความเข้มข้นมากขึ้นในสังคมไทย ซึ่งหากมองถึงการเข้ามาของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในสังคมไทย จะเห็นว่าอุตสาหกรรมบันเทิงของเกาหลีที่เข้ามามีทั้งหมด 3 ยุค คือ 1) ยุคของซีรีส์เกาหลี 2) ยุคของภาพยนตร์เกาหลี และ 3.ยุคของเพลงเคป๊อป (K-pop) เกาหลี โดยวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่แพร่เข้ามาในประเทศไทยยุคแรกมาจากกระแสความนิยมของซีรีส์เกาหลี โดยซีรีส์เกาหลีที่ทำให้เกิดกระแสนิยมคือซีรีส์เรื่อง รักนี้ชั่วนิรันดร์ (Autumn in My Heart) จากความนิยมของซีรีส์ดังกล่าวทำให้สถานีโทรทัศน์หลายสถานีทยอยนำซีรีส์เกาหลีมาออกอากาศอย่างต่อเนื่อง เช่น เพลงรักในสายลมหนาว (Winter Love Song) แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง (Jewel in the Palace) และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี หลังจากนั้นซีรีส์เกาหลีก็ถูกนำมาออกอากาศในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน แต่เนื่องจากการเติบโตของเทคโนโลยีและการสื่อสารทำให้การรับชมซีรีส์เกาหลีในปัจจุบันเปลี่ยนไป คนในสังคมไทยหันมารับชมซีรีส์เกาหลีที่เป็นแบบเรียลไทม์ (Real Time)

มากขึ้นซึ่งเรียกว่าสื่อสตรีมมิ่ง (Streaming) ทำให้สามารถรับชมซีรีส์เกาหลีในวันและเวลาเดียวกับประเทศเกาหลีได้ ทั้งยังสามารถรับชมซีรีส์เกาหลีย้อนหลังและสามารถรับชมสถานที่ใดก็ได้

ภาพยนตร์เกาหลีเป็นคลื่นลูกที่สอง หรือยุคที่ 2 ที่เข้ามาสร้างความนิยมในประเทศไทยด้วยเช่นกัน โดยภาพยนตร์เกาหลีที่ได้รับความสนใจจากผู้คน และสื่อมวลชนเป็นอย่างมากคือ ภาพยนตร์เรื่อง ชิรี เด็ดหัวใจยอดจารชน (Shiri) เรียกได้ว่าเป็นภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมไปทั่วเอเชีย รวมถึงประเทศไทยด้วย ทำให้ภาพยนตร์เกาหลีอีกหลาย ๆ เรื่องถูกส่งมาตีตลาดในประเทศไทย อย่างเช่น เรื่อง สั่งเจ้าพ่อไปเรียนหนังสือ (My Boss My Hero) ยัยตัวร้ายกับนายเจียมเจียม (My Sassy Girl) แต่หลังจากการเกิดขึ้นของเพลงเคป็อป (K-pop) เกาหลี ซึ่งถือเป็นคลื่นลูกใหญ่ที่สำคัญ หรือเรียกว่าเป็นยุคที่ 3 ทำให้บทบาทของภาพยนตร์เกาหลี ในประเทศไทยเริ่มลดลง

การเกิดขึ้นของเพลงเคป็อป (K-pop) เกาหลี (ยุคที่ 3) ได้สร้างกระแสความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีเป็นอย่างมาก โดยความนิยมในอุตสาหกรรมเพลงเคป็อป (K-pop) ของเกาหลีในประเทศไทยเริ่มขึ้น จากวงชินฮวา (Shinhwa) และตามมาด้วยวงบอยแบนด์อย่างทงบังชินกิ และซูเปอร์จูเนียร์ หรือเกิร์ลกรุ๊ป อย่างวันเดอร์เกิร์ล หรือเกิร์ลเจเนอเรชัน และอีกหลาย ๆ วง ที่ทำให้วงการเพลงเกาหลีโด่งดังอย่างมากในประเทศไทยรวมถึงทั่วโลก หลังจากนั้นอุตสาหกรรมเพลงเกาหลีจะเริ่มเข้ามามีอิทธิพลในประเทศไทยมากขึ้นเรื่อย ๆ และต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเห็นได้จากการนำเข้าดาราศิลปินเกาหลีมาจัดแสดงคอนเสิร์ต หรือแฟนมีตติ้งในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง แต่หากมองถึงปัจจัยภายใน บริษัทเพลงที่สำคัญในประเทศไทยอย่าง จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด กำลังประสบปัญหาขาดทุนอันเนื่องมาจากการละเมิดลิขสิทธิ์ที่ทำให้รายได้ของบริษัทลดลง อีกทั้งยังพบปัญหาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ผู้คนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น ทำให้กระแสความนิยมของวัยรุ่นเปลี่ยนไปนิยมเพลงต่างชาติโดยเฉพาะเพลงเกาหลีมากขึ้น ด้วยภาพลักษณ์ที่ดีของศิลปินเกาหลี ดังนั้น ค่ายเพลงของไทยจึงปรับกลยุทธ์เป็นการนำเข้าศิลปินเกาหลี ทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงของเกาหลีเข้ามามีอิทธิพลและมีความนิยมอย่างมาก และยังคงมีความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน

ความสำเร็จของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 ทั้งหมดนี้เป็นผลจากความพยายามของรัฐบาลในการฟื้นฟูประเทศ และรัฐบาลให้ความสำคัญกับการส่งออกสินค้าวัฒนธรรม อีกทั้งยังได้รับแรงสนับสนุนจากภาคเอกชน จึงทำให้เกาหลีได้กลายเป็นผู้นำในการส่งออกอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่สำคัญ และอุตสาหกรรมวัฒนธรรมอย่างสื่อบันเทิงก็กลายเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักให้กับประเทศเกาหลีได้จนถึงปัจจุบัน ซึ่งแน่นอนว่าความสำเร็จในการส่งออกวัฒนธรรมจะไม่เกิดขึ้นเลย หากไม่ได้รับความร่วมมือจากกลุ่มแฟนคลับ แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าความโดดเด่น และความสำเร็จในการผลิตไม่ว่าจะเป็นซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี และเพลงเคป็อป (K-pop) เกาหลี ความสำเร็จที่เกิดขึ้นล้วนเป็นผลมาจากการพัฒนาของประเทศเกาหลีใต้ที่มีคุณภาพ จนกลายเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีแบบทุกวันนี้ อีกทั้ง

ในสังคมโลกอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีก็กำลังมีความเข้มข้นมากขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยกระแสของโลกาภิวัตน์และการสื่อสารที่ทำลายข้อจำกัดในเรื่องของพรมแดนและเวลา ทำให้วัฒนธรรมเกาหลีสามารถแทรกซึมไปยังประเทศต่าง ๆ ได้ง่ายและรวดเร็ว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์

ปัจจุบันการเข้ามาของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี ในจังหวัดนครสวรรค์ได้รับความนิยมอย่างมากผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต การเข้าถึงดารา ศิลปินเกาหลี ในกลุ่มเยาวชนจึงไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป โดยผลการศึกษาทำให้ทราบว่ากลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ มีการบริโภคเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรม สมัยนิยมเกาหลีด้านอุตสาหกรรมบันเทิงได้แก่ ซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี และเพลงเคป็อป (K-pop) เกาหลี โดยกลุ่มเยาวชนรับชมสื่อบันเทิงผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ช่องทางการรับชมซีรีส์เกาหลี และภาพยนตร์เกาหลี ได้แก่ สื่อสตรีมมิ่ง (Streaming) อย่าง Netflix (เน็ตฟลิกซ์) วิว (VIU) ดิสนีย์พลัส (Disney+) วีทีวี (WeTV) อี้ฉีอี้ (IQIYI) ส่วนช่องทางการติดตามเพลงเคป็อป (K-pop) ของเกาหลี ได้แก่ ยูทูบ (YouTube) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) เฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งกลุ่มเยาวชนที่บริโภคเนื้อหาเข้ามามีการเข้าสู่ความชื่นชอบในวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี 2 รูปแบบ คือ 1) ชื่นชอบส่วนตัว และ 2) ชื่นชอบตามคน รอบข้าง ซึ่งความชอบส่วนตัวเป็นความชอบที่เกิดจากตัวผู้ให้สัมภาษณ์มีความสนใจในวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีด้วยตัวเอง ส่วนความชื่นชอบตามคนรอบข้างเป็นความชื่นชอบที่ถูกชักชวน หรือถูกกระตุ้นให้เกิดความสนใจจากคนรอบข้าง อีกทั้งยังพบว่ากลุ่มเยาวชนบางส่วนมีความต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับของคนรอบข้างจึงมีการยอมรับ หรือติดตามในวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี จนในที่สุดก็กลายเป็นแฟนคลับของดารา ศิลปินเกาหลี โดยกลุ่มแฟนคลับที่เกิดขึ้นในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มแฟนคลับดาราเกาหลี และ 2) กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี ซึ่งกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลียังแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ กลุ่มแฟนคลับศิลปินเดี่ยว และกลุ่มแฟนคลับศิลปินแบบกลุ่ม (วงบอยแบนด์ และวงเกิร์ลกรุ๊ป) ซึ่งกลุ่มแฟนคลับศิลปินแบบกลุ่มจะมีทั้งรูปแบบที่ชื่นชอบทั้งวง และชื่นชอบคนใดคนหนึ่งในวงเท่านั้น

จากการศึกษาทำให้เห็นว่าความชื่นชอบวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์มีมากกว่าเมื่อก่อน เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารที่สามารถทำให้พบเห็นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับดารา ศิลปินเกาหลีได้ง่ายและรวดเร็ว ความหลากหลายของช่องทางการสื่อสารกลายเป็นช่องทางหลักในการรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี ทำให้อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีหลังไหลเข้ามาสู่กลุ่มเยาวชนผ่านภาพยนตร์เกาหลี ซีรีส์เกาหลี และเพลงเคป็อป (K-pop) เกาหลี แต่ก็มีอีกปัจจัยอื่นอีกเช่นกันที่ทำให้เกิดการยอมรับในวัฒนธรรมเกาหลีด้วยเช่นกัน กล่าวคือ ในจังหวัดนครสวรรค์พ่อแม่บางส่วนมีรากฐานความชอบในวัฒนธรรมสมัยนิยม

เกาหลีเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว เมื่อลูกชื่นชอบในวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีจึงไม่ได้ห้ามหรือปฏิเสธความชื่นชอบดังกล่าว และพ่อแม่บางส่วนยังรับรู้และเข้าใจในค่านิยมของวัยรุ่นอีกด้วย จึงทำให้วัฒนธรรมเกาหลีเข้ามามีอิทธิพลกับกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่ทำให้กลุ่มเยาวชนไทยชื่นชอบในตัวดารา ศิลปินเกาหลีนั้นมี 2 ลักษณะด้วยกัน คือ 1) ชื่นชอบภาพลักษณ์ภายนอก และ 2) ความชื่นชอบในความสามารถของดารา ศิลปินเกาหลี นอกจากนี้ยังทำให้เห็นถึงมุมมองความชื่นชอบที่มีต่อดารา ศิลปินเกาหลีของกลุ่มเยาวชนโดยแบ่งเป็น 2 มุมมอง คือ 1) มุมมองคนรัก และ 2) มุมมองลูก

อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ที่หลังไหลเข้ามาผ่านภาพยนตร์เกาหลี ซีรีส์เกาหลี และเพลงเคป็อป (K-pop) เกาหลี ที่แฝงมากับดารา ศิลปินเกาหลี โดยกลุ่มเยาวชนมีการแสดงออกถึงความชื่นชอบ 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) การรวมกลุ่มทำกิจกรรมในสถานที่ต่าง ๆ เช่น การเข้าคาเฟ่ การทำคัพสลีฟ ในวันสำคัญอย่างเช่นวันเกิด หรือวันครบรอบวันเดบิวต์ เพื่อสนับสนุนศิลปิน และยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่แสดงถึงความชื่นชอบศิลปินอย่างการเต้นคัพเวอร์แดนซ์ (Cover Dance) การโดเนตเงิน (สมทบทุน) เพื่อส่ง Food Support หรือ Food Truck ให้กับดารา ศิลปินเกาหลี 2) การแสดงออกผ่าน สื่อออนไลน์โดยการโพสต์รูป การติดแฮชแท็กหรือแชร์ข่าวสารต่าง ๆ และนอกเหนือจากการแสดงออกทั้ง 2 รูปแบบที่กล่าวไป ยังมีอิทธิพลอื่น ๆ ที่ส่งผ่านตัวแทนอย่างดารา ศิลปินเกาหลี และมีผลต่อการดำเนินชีวิตของกลุ่มเยาวชนไทย ดังนี้ 1) การแต่งกาย 2) การรับประทานอาหารเกาหลี 3) การไปดูคอนเสิร์ตที่ประเทศเกาหลีใต้ 4) การเรียนภาษาเกาหลี 5) การซื้อเครื่องสำอาง 6) การรับชมภาพยนตร์เกาหลี หรือซีรีส์เกาหลีแบบถูกลิขสิทธิ์ 7) การไปงานแฟนมีตติ้ง 8) การสนับสนุนสินค้าของดารา ศิลปินเกาหลีที่เป็นพรีเซนเตอร์เพื่อเพิ่มยอดขาย (การพรีอเดอร์สินค้าจากเกาหลี) 9) การซื้อสินค้า Official Good ของศิลปินเพื่อสะสม 10) การแต่งกายแบบเกาหลี

องค์ความรู้ที่ผู้วิจัยได้จากงานวิจัยนี้ คือ 1) จากผลการศึกษาทำให้ผู้วิจัยทราบว่าปัจจัยที่ทำให้วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีไหลเข้ามาในประเทศไทยจนถึงปัจจุบัน คือ ความเจริญก้าวหน้าของโลกาภิวัตน์ และสื่อ ซึ่งเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้ผู้คนสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องคำนึงถึงเรื่องเวลาและพื้นที่ ผลของความเจริญก้าวหน้าโลกาภิวัตน์และสื่อ ทำให้วัฒนธรรมที่เคยอยู่กับพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งแพร่กระจายไปยังพื้นที่อื่น ๆ ดังนั้น การเข้ามาของวัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทยจึงมีปัจจัยของเจริญก้าวหน้าของโลกาภิวัตน์และสื่อกับการรับวัฒนธรรมตะวันออกก่อนหน้านี้เป็นฐานรองรับ 2) จังหวัดนครสวรรค์ได้รับผลกระทบของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีผ่านช่องทางของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และสื่อสตรีมมิ่ง (Streaming) อีกทั้งวัฒนธรรมเกาหลีก็อยู่ในสังคมไทยมานานหลายปีจึงทำให้กลุ่มเยาวชนรู้สึกว่าการแสดงออก หรือการชื่นชอบในวัฒนธรรมเกาหลีเป็นเรื่องปกติของสังคม หรือเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันไปแล้ว และ 3) ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าวัฒนธรรม

บันเทิงไม่ได้หยุดนิ่งอยู่แค่ที่ตะวันตกหรือฮอลลีวูด (Hollywood) อีกต่อไป และโลกตะวันตกไม่ได้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมสมัยนิยมแต่เพียงผู้เดียวเหมือนในยุคก่อน

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัด นครสวรรค์ สามารถอภิปรายผลตามกรอบแนวคิดการศึกษาด้วยการใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำการเปรียบเทียบผลการศึกษา ดังนี้

1. การเติบโตของอุตสาหกรรมบันเทิงของเกาหลีใต้เป็นผลมาจากความสำเร็จในการนำทุนวัฒนธรรมมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งความสำเร็จในการส่งออกสินค้าเชิงวัฒนธรรมนี้มาจากการส่งออกอุตสาหกรรมบันเทิงซีรีส์เกาหลี ซึ่งนับว่าเป็นความสำเร็จยุคแรกหรือเป็นคลื่นลูกแรกที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ของประเทศให้เป็นที่รู้จัก ทำให้ซีรีส์เกาหลีกลายเป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศควบคู่ไปกับภาพยนตร์เกาหลีที่ส่งออกมาสร้างกระแสความนิยมด้วยเช่นกัน และกระแสความนิยมของวัฒนธรรมเกาหลีก็ได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นที่รู้จักอีกกระลอกหนึ่งผ่านการส่งออกของคลื่นลูกใหญ่ที่สำคัญที่เรียกว่าเพลงเคป็อบ (K-pop) เกาหลี ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จอย่างมากจนกลายเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงไปทั่วโลก ความสำเร็จดังกล่าวรัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนและพัฒนาวัฒนธรรมของประเทศ แต่ความสำเร็จนี้จะขาดภาคเอกชนที่มีส่วนในบทบาทการผลิต พัฒนา และเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลี จนแข่งขันในระดับโลกได้ ประกอบกับในปัจจุบันที่เทคโนโลยีและการสื่อสารก้าวหน้าอย่างมาก จึงเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้เกิดการยอมรับและชื่นชอบในวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีมากขึ้น

ความสำเร็จของการนำวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์ผ่านสื่อบันเทิงนี้เป็นภาพสะท้อนได้อย่างดี ยิ่งของทุนวัฒนธรรม โดย Bourdieu (1997, pp. 241-258) กล่าวถึงทุนวัฒนธรรมว่าเป็นทุนที่แสดงออกมาในรูปแบบของวัตถุสิ่งของ หรือแสดงออกมาในรูปแบบของบุคคลก็ได้ โดยทุนวัฒนธรรมรูปแบบหลังนี้เป็นทุนที่อยู่ในรูปแบบของความสามารถของบุคคลที่แปรเปลี่ยนไปเป็นการสร้างเศรษฐกิจได้ ดังที่ประเทศเกาหลีใต้ใช้ดาราศิลปินสร้างภาพลักษณ์เพื่อดึงดูดความสนใจให้ติดตาม และก็สอดแทรกวัฒนธรรมผ่านบุคคลเหล่านี้มาทางสื่อบันเทิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฉาตยา ภักษา (2558) ที่ทำการวิจัยเรื่อง พัฒนาการของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กับการรวมกลุ่มและพื้นที่กิจกรรมของแฟนคลับผ่านสถาบันสอนภาษาเกาหลีในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่ากระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีเริ่มขึ้นช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ โดยประเทศเกาหลีใต้หันมาใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการสร้างความก้าวหน้าของประเทศ และใช้นโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ในการขยายอิทธิพลทำให้ผู้คนมีส่วนร่วม หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยไม่ได้ใช้อำนาจบังคับขู่เข็ญผ่านสื่อบันเทิงอย่างซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี เพลงเคป็อบ (K-pop) เกาหลี

จนทำให้กระแสเกาหลีมีความนิยมอย่างมาก ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีดังกล่าว แม้จะไม่ได้สะท้อนภาพความเป็นวัฒนธรรมเกาหลีที่ลึกซึ้ง แต่สิ่งที่สะท้อนออกมาก็คือสังคมเกาหลี ในปัจจุบันที่ทำให้ผู้ชมสามารถรับรู้ และเกิดการยอมรับในวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งในปัจจุบันความบันเทิง รูปแบบต่าง ๆ ที่มาจากประเทศเกาหลีได้ กลายเป็นที่ชื่นชอบของคนในสังคมท่ามกลางวัฒนธรรม กระแสหลัก ซึ่งในปัจจุบันการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีถูกเรียกว่ากระแสเกาหลี หรือวัฒนธรรมสมัย นิยมเกาหลี ดังที่ John Storey (2018, pp. 1-17) ได้กล่าวถึงบริบทของการเกิดวัฒนธรรมสมัยนิยมไว้หลายประการ โดยเฉพาะในบริบทของสื่อมวลชนที่มีบทบาทอย่างมาก เพราะสื่อมวลชนเหล่านี้ สามารถส่งต่อวัฒนธรรมให้ผู้บริโภคผ่านกระบวนการสื่อสาร และทำให้เกิดความนิยมในกลุ่มใดกลุ่ม หนึ่งขึ้นได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจพร สุวรรณวงศ์ (2559) ที่วิจัยเรื่อง กระแสวัฒนธรรมสมัย นิยมเกาหลีกับการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มแฟนคลับ กรณีศึกษากลุ่มแฟนคลับศิลปินเพลงเกาหลี ในประเทศไทยและประเทศฟิลิปปินส์ ผลการศึกษาทำให้เห็นว่ากลุ่มแฟนคลับศิลปินเพลงเกาหลี ในประเทศไทย และประเทศฟิลิปปินส์มีการตอบรับกระแสวัฒนธรรมเกาหลีที่มากับสื่อบันเทิง แสดง ให้เห็นว่าสื่อมีพลังที่สามารถทำให้ผู้อื่นทำตาม หรือคล้อยตามได้

2. อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เข้ามาสู่กลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัด นครสวรรค์มีความสัมพันธ์กับกระแสโลกาภิวัตน์ เนื่องจากโลกาภิวัตน์ทำให้ข้อมูลข่าวสารสามารถ ส่งถึงกันได้ทั่วโลกและรวดเร็วมากขึ้น โดยอาศัยความเจริญของเทคโนโลยีและการสื่อสารที่เข้าถึงง่าย ไม่ว่าจะอยู่แห่งหนใด ดังที่ Giddens (1988, pp. 30-31) กล่าวถึงโลกาภิวัตน์ไว้ว่าสามารถทำให้ผู้คน รับรู้เหตุการณ์หรือการกระทำต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสถานที่หนึ่ง โดยอีกสถานที่หนึ่งสามารถรับรู้ เหตุการณ์หรือการกระทำของกันและกันได้ ทำให้คนทั้งโลกเชื่อมโยงใกล้ชิดกันมากขึ้น และความเจริญ ของเทคโนโลยีและการสื่อสารที่เกิดขึ้นนี้ ทำให้ยากที่จะหลีกเลี่ยงการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ดังนั้น จึงไม่น่าแปลกใจที่ในปัจจุบันกลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จะรับรู้วัฒนธรรม สมัยนิยมเกาหลี และค่อย ๆ ซึมซับวัฒนธรรมที่แฝงมากับสื่อ จนเกิดเป็นการชื่นชอบ การยอมรับ การ ติดตาม และการเลียนแบบ

ความสะดวกในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้กลุ่ม เยาวชนไทยเปิดรับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี ซึ่งสื่อสามารถทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ ในเวลาเดียวกันดังที่ Berlo (1960, pp. 72-74) กล่าวถึงกระบวนการสื่อสารว่ามีผลกระทบท่อ กัน อีกทั้งจะต้องทำงานร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารจึงจะได้ตัวสารออกมา และการสื่อสาร นั้นผู้รับสารก็ไม่ได้เป็นผู้รับสารเพียงฝ่ายเดียว ผู้รับสารอาจเปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้ส่งสารได้ด้วย เช่นกัน เหมือนกับการเกิดขึ้นของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่มีภาครัฐบาลและภาคเอกชนเปรียบได้ กับผู้ส่งสาร (Sender) ที่ทำการบรรจุสาร (Message) ด้วยรูปแบบซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี และ เพลงเคป๊อป (K-pop) เกาหลี ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ (Channel) ไม่ว่าจะเป็สื่อสังคม

ออนไลน์ (Social Media) หรือสื่อสตรีมมิ่ง (Streaming) มายังผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งก็คือ กลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ผู้รับสาร รับสารมาและถอดสารนั้น ซึ่งในขณะเดียวกัน ผู้รับสารก็มีการส่งข้อมูลย้อนกลับไปยังผู้ผลิตด้วยการตอบรับกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การรับประทานอาหารเกาหลี การไปดูคอนเสิร์ต หรือแฟนมีตติ้ง การแต่งกาย การเรียนภาษาเกาหลี การเต้นคัฟเวอร์แดนซ์ (Cover Dance) การแสดงออกบนสื่อออนไลน์ การรวมกลุ่มทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรทิพย์ เย็นจะบก (2559) ที่กล่าวว่าประเทศไทยเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านการแต่งกายด้านภาษา ด้านการบริโภค (การซื้อสินค้าของประเทศเกาหลีใต้) และด้านการดำเนินชีวิต ซึ่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในงานของผู้วิจัย คือ อิทธิพลที่เกิดจากการชื่นชอบในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี ที่กล่าวไว้ในผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 (บทที่ 4) อีกทั้งยังมีการแสดงออกถึงในรูปแบบของการเป็นแฟนคลับซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแฟนคลับซีรีส์เกาหลี และกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีเป็นการรวมกลุ่มของบุคคลที่มีความชื่นชอบดารานักแสดงหรือศิลปิน คนเดียวกันหรือวงเดียวสอดคล้องกับงานวิจัยของบุญนุช นาคะ (2560) ที่กล่าวว่าชุมชนแฟนคลับมีการรวมตัวกันของคนที่มีความชอบในระดับปัจเจกบุคคลที่มีความคลั่งไคล้ในศิลปิน จนเกิดเป็นความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะด้านนโยบาย

งานวิจัยชิ้นนี้ให้ประโยชน์ในด้านการสร้างองค์ความรู้ใหม่ในเรื่องของการรับอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในพื้นที่ต่างจังหวัด โดยผู้วิจัยได้นำเสนอถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่ได้เข้ามาสร้างกระแสความนิยมในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ และส่งผลต่อการดำเนินชีวิตในด้านต่าง ๆ โดยจังหวัดนครสวรรค์ควรมีการศึกษาและนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อส่งเสริมสนับสนุน กลุ่มเยาวชนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ในการรับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีอย่างเหมาะสม ทั้งนี้เพื่อป้องกันการถูกครอบงำจากวัฒนธรรมต่างชาติ จนนำไปสู่การสูญสลายของวัฒนธรรมไทย

2. ข้อเสนอแนะด้านการปฏิบัติ

โรงเรียนในจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งเป็นหน่วยงานทางการศึกษาควรนำผลไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมให้กลุ่มเยาวชนได้มีแสดงออกในการรับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีภายใต้กรอบของการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่มเยาวชนไทยในจังหวัดนครสวรรค์

3. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่มีต่อการสูญสลายของวัฒนธรรมไทย: กรณีศึกษาจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมไทยในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์หลังจากการรับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี



บรรณานุกรม

- กฤษฎาพร อินต๊ะพันธ์. (2555). ผลกระทบของนักร้องเกาหลีต่อนักเรียนวัยรุ่นน อำเภอมือง จังหวัด เชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้].
http://webpac.library.mju.ac.th:8080/mm/fulltext/thesis/2556/kritsadaporn_intakhan/fulltext.pdf
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ, และสมสุข ทินวิมาน. (2551). สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา. ภาพพิมพ์.
- กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย. (2556). กระบวนทัศน์การวิจัยสื่อสารมวลชน (เชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ และผสมวิธี) *The Paradigm of Mass Communication Research (Qualitative, Quantitative, and Mix Methods)*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา มีศิลป์วิภักย์. (2553). ความรู้เบื้องต้นและทฤษฎีการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 7). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- กิตติชัย ออไอศุรีย์. (2561). ย้อนรอยซีรีส์เกาหลีในประเทศไทย-จากจอแก้วสู่ TV Application. .
Songsue. <https://www.songsue.co/488/>
- ชนิษฐา (Knittha). (2559). 15 ซีรีส์เกาหลีในตำนาน กระแสนิยมชมชอบที่เมืองไทย. Sanook.
<https://www.sanook.com/movie/59493/>
- คอซีรีส์ (Korseries). (2565ก). 4 หนังสเกาหลีน่าดู จ่อคิวยกขบวนเข้าฉายรัวในไทย ก่อนสิ้นปี 2022.
<https://www.korseries.com/4-korean-movies-to-premiere-in-thailand-by-the-end-of-2022/>
- คอซีรีส์ (Korseries). (2565ข). รวม คอนเสิร์ตเกาหลี แฟนมีตติ้ง Fan Meeting ศิลปินเกาหลีมาไทย.
<https://www.korseries.com/korevent/>
- งามพิศ สัตย์สงวน. (2543). หลักรัฐมนษยวิทยาวฒนธรรม (พิมพ์ครั้งที่ 4). สำนักพิมพ์รามการพิมพ์.
- ชญาณุตม์ พัฒนสุวรรณ. (2549). การรับวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทย กรณีศึกษาแฟนเพลงเจ-ป๊อป [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
<https://dric.nrct.go.th/index.php?/Search/SearchDetail/174473>
- ชมาภรณ์ เบญจรงค์สิน. (2554). บทบาทของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเกาหลี: กระแสของละครและเพลงเกาหลีในประเทศไทย [บทความวิจัยปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
<http://isas.arts.su.ac.th/wp-content/uploads/2561/history/05580575.pdf>

- เชษฐา พวงหัตถ์. (2559). โลกศึกษาโลกาภิวัตน์: โลกศึกษา โลกาภิวัตน์ และความเป็นพลเมือง. *สงขลา นครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 22(1), 1-60.
<https://so05.tcithaijo.org/index.php/psujssh/article/download/65142/53311/151989>
- จิรัฐภูมิ เสนาคำ. (2549). *เหลี่ยมหน้าแลหลัง วัฒนธรรมป๊อป (บทนำ เหลี่ยมหน้าแลหลังวัฒนธรรมป๊อป: แนวคิดและประเด็น*. สำนักพิมพ์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ณวรา พิไชยแพทย์. (2553). *การปรับกระบวนการทัศน์ของอุตสาหกรรมเพลงในประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]*. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:121096
- ณัชชาภัทร อมรกุล. (2561). *การจัดการการปกครองโลก*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ณาดยา ภัทษา. (2558). *พัฒนาการของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้: การรวมกลุ่มและพื้นที่กิจกรรมของแฟนคลับผ่านสถาบันสอนภาษาเกาหลีในประเทศไทย [ภาคินพนธ์ปริญญาโท]*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
<https://kmir.arts.tu.ac.th/files/original/54ccafb527820d0f0d6f089f126472be8c553bbb.pdf>
- เดอะ โมเมนตัม ทีม (The Momentum Team). (2565). *พิพิธภัณฑ V&A ในสหราชอาณาจักรเตรียมจัดงานนิทรรศการเกาหลีครั้งแรก โชว์ความสำเร็จของคลื่น ‘ฮันรยู’ ทั่วโลก*.
<https://themomentum.co/ent-hallyu/>
- นพดล อินทรจันทร์. (2555). ภาพยนตร์ชุดเกาหลี: กรณีศึกษากระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 14(1), 132-144. <https://so02.tcithaijo.org/index.php/jica/article/view/5767>
- นพปฎล พลศิลป์. (2564). *การเดินทางของภาพยนตร์เกาหลี จากโรงหนังในกรุงโซลไปถึงโรงภาพยนตร์ทั่วโลก*. GQ. <https://www.gqthailand.com/culture/movie/article/why-korean-films-are-now-showing-at-theaters-worldwide>
- นรุฒม์ เจริญศรี. (2563). *ทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ. (2549). *เหลี่ยมหน้าแลหลัง วัฒนธรรมป๊อป (“ความต่าง” ของ “วิถีคิด” ต่อวัฒนธรรม กระแสนิยม*. สำนักพิมพ์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- นันทขว้าง สิริสุนทร. (2544). *เปลือยป๊อปคัลเจอร์*. สำนักพิมพ์เนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป.
- บุญยง นาคะ. (2560). *แฟนคลับเกาหลี อัศจรรย์แห่งชีวิตและชุมชนแฟนคลับ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]

- มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5408031044_6489_8737.pdf
- เบญจพร สุวรรณวงศ์. (2559). *กระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีกับการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มแฟนคลับกรณีศึกษา กลุ่มแฟนคลับศิลปินเพลงเกาหลีในประเทศไทยและประเทศฟิลิปปินส์* [ภาคนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. <https://km-ir.arts.tu.ac.th/s/ir/item/1299>
- ไบเฟิร์น (Baifern Jutamas). (2564). *หนังเกาหลี เข้าโรงภาพยนตร์ ยอดนิยม เรื่องไหนดี*. Best Review Asia. <https://bestreview.asia/tv/best-korean-movies/>
- ประมะ สตะเวทิน. (2535). *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 7). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.
- ประภาวี ศิวเวทกุล. (2556). *กลยุทธ์การตลาดของผู้นำเข้าศิลปินจากประเทศเกาหลีใต้ในประเทศไทย* [มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:103416
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2535). *จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล*. สำนักพิมพ์ศูนย์สื่อเสริม.
- พงษ์ทัช จิตวิบูลย์, และเกษตรชัย และหิม. (2556). *ทัศนคติ แรงจูงใจ และความชื่นชอบในการบริโภคสื่อของนักศึกษาที่มีพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบสื่อบันเทิงเกาหลี*. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 31(1), 209-220. <https://journal.oas.psu.ac.th/index.php/asj/article/view/1490>
- พงษ์ศิลป์ อรุณรัตน์. (2556). *สังคีตสมัย*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2559). *อิทธิพลของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่มีผลต่อการครอบงำและสูญสลายของวัฒนธรรมในประเทศอาเซียน: กรณีศึกษาประเทศ สปป. ลาว*. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 36(4), 76-89. http://utcc2.utcc.ac.th/utccjournal/364/76_89.pdf
- พรรณพิลาศ กุลติลก. (2560). *การขับเคลื่อนสังคมผ่านสื่อใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์ Social Movement via New Media in The Age of Globalization*. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 25(49), 59-77. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husojournal/article/view/99215/77122>
- พัชรี บอนคำ. (2563). *“อุตสาหกรรมบันเทิง” เศรษฐกิจเกาหลี หมดแต่ได้จากรัฐบาล*. *Urban Creature*. <https://urbancreature.co/southkorea-koreanwave/>
- พัฒนา กิติอาษา. (2546). *คนพันธุ์ป๊อป: ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม*. สำนักพิมพ์ศูนย์

มานุษยวิทยาสิรินธร.

พิศกายวอล์ค (Pigskwalker). (2560). *60 ซีรีส์เกาหลีที่ควรดูสักครั้งหนึ่งในชีวิต สุข เศร้า ฟิน มีครบ.*

AKERU. <https://www.akerufeed.com/celeb-guru/60-series-korea-2017-must-watch>

พิชัย วาสนาส่ง. (2549). *โลกาภิวัตน์*. สำนักพิมพ์ปาเจรา.

ภัสวาลี นิติเกษตรสุนทร. (2558). *ทฤษฎีและพฤติกรรมการสื่อสาร (Communication Theories and Behavior)* (พิมพ์ครั้งที่ 15). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.

ภูเบศร์ สมุทรจักร. (2554). Hallyu...วัฒนธรรมส่งออก เรื่องไม่ใหม่ แต่ไม่เคลียร์ และยังไม่จบ. *วารสารเพื่อการเพิ่มผลผลิต*, 16(90), 33-37.

แมนเฟร็ด บี. สเตเกอร์. (2553). *โลกาภิวัตน์: ความรู้ฉบับพกพา (Globalization: A very Short Introduction, second edition)* (วราพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง, ผู้แปล). สำนักพิมพ์โอเพ่นเวลดส์.

แม่นมาศ ขวลิต. (2543). *การสื่อสารกับงานสารนิเทศ เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสาร (หน่วยที่ 1-8)* มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.

ยศ สันตสมบัติ. (2537). *มนุษย์กับวัฒนธรรม*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รมิตา สาสุวรรณ์. (2560). *การเปิดรับ กับทัศนคติ และพฤติกรรมการเล่นแบบวัฒนธรรมเกาหลี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]*. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5907010051_8814_8410.pdf

รังสรรค์ ณะพรพันธุ์. (2546). *ทุนวัฒนธรรม: วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก* (ล. 1). สำนักพิมพ์มติชน.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. สำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

รุ่งนภา พิมพ์ศรี. (2563). *ตัวอย่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เกาหลีใต้ทำเงิน 1.6 แสนล้านบาท จากการผลิตคอนเทนต์ลง Netflix*. Thairath Plus.

<https://plus.thairath.co.th/topic/business/100558>

วสันต์ ปัญญาแก้ว. (2560). *วัฒนธรรมศึกษาเบื้องต้น Introducing Cultural Studies*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วัฒนา สุภักดิ์. (2548). *โลกาภิวัตน์ (Globalization)*. สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

วิทยา ดำนังรังกุล. (2546). *การบริหาร*. สำนักพิมพ์เวิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น.

วินัย บุญลือ. (2545). *ทุนทางวัฒนธรรมและการช่วงชิงสัญลักษณ์ของชุมชนชาวปากาเกอะญอ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]*.

- <https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:100075>
- ศิริพร ดาบเพชร. (2565). *K Wave กับเศรษฐกิจเกาหลีใต้*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศุภิสรา สุขเกษม. (2566). *นโยบายส่งเสริม Soft Power ของเกาหลีใต้*. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. <https://www.ditp.go.th/post/126705>
- สมยศ นาวิการ. (2546). *การบริหารและพฤติกรรมองค์กร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์บรรณกิจ.
- ส่องสื่อ มีเดีย แลป (Songsue Media Lab). (2561). *ย้อนรอยซีรีส์เกาหลีในประเทศไทย*. The Modernist. <https://themodernist.in.th/historykoreatothailand/>
- สกฤณี อาชวานันทกุล. (2550). *ส่องคลื่นโลกาภิวัตน์ 1*. สำนักพิมพ์โอเพ่นเวสต์ส.
- สุดาพร พรสมบุญดี. (2564). *พัฒนาการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ตั้งแต่ ค.ศ. 2000-2021* [บทความวิจัยปริญญาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร]. <http://isas.arts.su.ac.th/?p=5534>
- สุนทร ชุตินทรานนท์, และธัญยศ โลพัฒนานนท์. (2561). *การสร้างภาพลักษณ์ผ่านสื่อบันเทิงกับก้าวอย่างสู่ประเทศไทย 4.0: ศึกษากรณีซีรีส์โทรทัศน์เกาหลีใต้*. กรมส่งเสริมวัฒนธรรมกระทรวงวัฒนธรรม.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2549). *หลักการสื่อสารมวลชน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์แก้วเจ้าจอม.
- สุรัตน์ ตรีสุกุล. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. สำนักพิมพ์ พ.ศ. พัฒนา.
- อริญชัย วีระดุขภูรินทร์. (2564). *วัฒนธรรมไอดอลในสังคมไทย*. GO. <https://www.gqthailand.com/views/article/the-idol-culture-phenomenon>
- อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2555). *การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ในยุคสังคมสารสนเทศ*. *วารสารอิศราปริทัศน์*, 1(2), 80-91.
- อานันท์ กาญจนพันธุ์, และรังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. (2552). *โลกาภิวัตน์ ท้องถิ่นภิวัตน์ นโยบายภิวัตน์*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- อาโป เอกอนันต์กุล. (2561). *พัฒนาการของกระแส K-WAVE: กรณีศึกษาละครชุดเกาหลีในประเทศไทย (ค.ศ. 2000-ปัจจุบัน)* [บทความวิจัยปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. <http://isas.arts.su.ac.th/wp-content/uploads/2561/history/05580575.pdf>
- อิน เดอะ ดาร์กเนส (In The Darkness). (2558). *100 หนังกาฬที่คุ้มไม่ควรพลาด*. Pantip. <https://pantip.com/topic/33920072/59493/>
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2550). *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอก ตั้งทรัพย์พัฒนา. (2548). *โลกาภิวัตน์ บริษัทข้ามชาติ ทรัพย์สินทางปัญญา และความรับผิดชอบต่อสังคมของบรรษัท Globalisation, Multi-national Corporations, Corporate Governance and Corporate Social Responsibility*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- เอกรัฐ วิเศษฤทธิ์. (2552). *อิทธิพลจากละครโทรทัศน์เกาหลีที่ส่งผลกระทบต่อสังคมไทย: กรณีศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
http://cuir.car.chula.ac.th/bitstream/123456789/33338/1/ekarat_vi.pdf
- Bauman, Z. (1992). *Modernity, Postmodernity and Ethics - An Interview with Zygmunt Bauman*. Press Publishing.
- BBC News Asia. (2012). *South Korea's K-Pop Culture Growing in Japan*. BBC News Asia.
<http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-16380764>
- Berelson, B. R., Lazarsfeld, P. F., & McPhee, W. M. (1954). *A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. University of Chicago Press.
- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication*. Holt Rinehart and Winston.
- Beukema, L., & Carrillo, J. (2004). *Globalism/Localism at Work* (vol. 13). Research in the Sociological Work Elsevier.
- Bourdieu, P. (1997). The Forms of Capital. In A. H. Halsey (Ed.), *Education: Culture, Economy and Society* (pp. 241-258). Oxford Oxford University Press.
- Castell, M. (2000). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Blackwell.
- Devito, J. A. (1978). *Communicology: An introduction to the study of communication*. Harper & Row.
- Ferguson, Y. H., & Mansbach, R. W. (2012). *Globalization The Return of Borders to a Borderless World?*. Routledge.
- Fuhr, M. (2016). *Globalization and popular Music in south Korea (Sounding Out K-Pop New York)*. <https://dric.nrct.go.th/index.php?/Search/SearchDetail/174473>
- Ghali, B. B. (1996). *An Agenda for Democratization*. United Nations.
- Giddens, A. (1988). *The Third Way: The Renewal of Social Democracy*. Polity.
- Griswold, W. (2004). *Cultures and Societies in a Changing*. World Sage.
- Hall, S., Held, D., & McLennan, G. (1992). Introduction. In S. Hall, D. Held, & G. McLennan (Eds.), *Modernity and Its Futures* (pp. 5-6). Polity.
- Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D., & Perraton, J. (1999). *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*. Stanford University Press.
- Held, D., & McGrew, A. (2003). The Great Globalization Debate: An Introduction. In (eds.). In D. Held & A. McGrew (Eds.), *The Global Transformations Reader: An*

- Introduction to The Globalization Debate* (p. 3). Polity.
- Hoogvelt, A. (1997). *Globalization and the postcolonial world: The new political economy of development*. The Johns Hopkins University Press.
- Jung, H. (2012). *South Korea's K-Pop Spreads to Latin America*. The Jakarta Globe. <http://www.thejakartaglobe.com/asia/south-koreas-k-pop-spreads-to-latin-america/525517>
- Juvelle, P. V. (2017). *Impact of Popular Culture on Tourism: A Study on the Influence of Watching Korean Dramas to Female UPLB Students' Desire to Travel to South Korea* (BA Communication Arts, University of The University of The Philippines Los Banos. Philippines Los Banos.
- Lamont, M., & Lareau, A. (1988). Cultural Capital: Allusions, Gaps and Glissandos in Recent Theoretical Developments. *Sociological Theory*, 6(2), 153-168.
- Lewellen, T. C. (2002). *The Anthropology of Globalization: Cultural Anthropology Enters the 21st Century Illustrated Edition*. Bergin and Garvey.
- Mahr, K. (2012). *South Korea's Greatest Export: How K-Pop's Rocking the World*. Time World. <http://world.time.com/2012/03/07/south-koreas-greatest-export-how-k-pops-rocking-the-world/>
- McRobbie, A. (2005). *The Uses of Cultural Studies: A Textbook*. Sage.
- Miller, G. A. (1951). *Language and Communication* McGraw-Hill.
- Mukerji, C., & Schudson, M. (1991). *Rethinking Popular Culture contemporary Perspectives in Cultural Studies*. University of California Press.
- Osgood, C. E., Suci, G. J., & Tannenbaum, P. H. (1957). *The Measurement of Meaning*. University of Illinois press.
- Robertson, R. (1990). Mapping the global condition: Globalization as the central concept. *Theory. Culture & Society*, 7(2-3), 15-30.
- Scholte, J. A. (2000). *Globalization: A Critical Introduction*. Palgrave.
- Storey, J. (2018). *Cultural Theory and Popular Culture* (18th ed.). Routledge.
- Teeple, G. (2000). What is globalization. In S. McBride & J. R. Wiseman (Eds.), *Globalization and its discontents* (pp. 9-23). St. Martin's Press.
- Traube, E. G. (1966). "The Popular" in American Culture. In *Annual Review of Anthropology* (Vol. 25, pp. 127-151). Annual Reviews.

- V-Square Plaza Nakhon-Sawan. (2018). *V-Square Cover Dance Contest 2018*.
[https://www.v-squareplaza.com/calendar/v-square-cover-dance-contest-2018/V-Square Plaza Nakhon-Sawan 13/6/2019](https://www.v-squareplaza.com/calendar/v-square-cover-dance-contest-2018/V-Square%20Plaza%20Nakhon-Sawan%2013/6/2019)
- V-Square Plaza Nakhon-Sawan. (2019). *V-Square Plaza Nakhon-Sawan 2019*.
<https://www.v-squareplaza.com/v-square-cover-dance-2020/>
- V-Square Plaza Nakhon-Sawan. (2020). *V-Square Cover Dance 2020*. <https://www.v-squareplaza.com/v-square-cover-dance-2020/>
- V-Square Plaza Nakhon-Sawan. (2022). *V-Square Cover Dance Contest 2022*.
<https://www.v-squareplaza.com/%E2%9C%A8-v-square-cover-dance-contest-2022-%E2%9C%A8/>
- Weaver, W. W. (1949). The Mathematics of Communication. *Scientific America*, 181(1), 11-15. https://monoskop.org/images/4/48/Weaver_Warren_1949_The_Mathematics_of_Communication.pdf
- Williams, R. (1976). *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. Oxford University Press.
- Wonho, J., & Jung Eun, S. (2017). *The Influences of K-pop Fandom on Increasing Cultural Contact With the Case of Philippine Kpop Convention*. Korean Regional Sociology.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การประกวดเต้นคัฟเวอร์ แดนซ์ (Cover Dance) ใน
จังหวัดนครสวรรค์



หมายเหตุ: จาก “V-Square Cover Dance Contest 2018” โดย V-Square Plaza Nakhon-Sawan, 2018. (<https://www.v-squareplaza.com/calendar/v-square-cover-dance-contest-2018/>)



หมายเหตุ: จาก “V-Square Cover Dance of The Years 2019” โดย V-Square Plaza Nakhon-Sawan, 2019. (<https://www.v-squareplaza.com/v-square-cover-dance-of-the-years-2019->)

dancing light show

V-SQUARE

COVER DANCE CONTEST 2020

เวทีการประกวดที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในภูมิภาค

ชิงเงินรางวัลพร้อมถ้วยรางวัล
มูลค่ารวมกว่า

60,000

(รวมเงินรางวัลพร้อมถ้วยรางวัลทั้ง 2 รุ่น)

ประกวดรุ่นประถมศึกษา
ในวันเสาร์ที่ 24 ตุลาคม 2563

ประกวดรุ่นประชาชนทั่วไป
ในวันอาทิตย์ที่ 25 ตุลาคม 2563

สมัครและส่งวิดีโอรายละเอียดการสมัคร ผ่านทาง in box แฟนเพจ V-Square Plaza นครสวรรค์,
V Square Shopping Plaza หรือทาง LINE : ID / Lay2522
*โดยระบุชื่อทีม ชื่อ-นามสกุล สมาชิกทุกคนในทีม โรงเรียนหรือสถาบันการศึกษา จังหวัด
และเบอร์โทรศัพท์ติดต่อได้สะดวก อย่างน้อย 3 เบอร์



หมายเหตุ: จาก “V-square cover dance 2020” โดย V-Square Plaza Nakhon-Sawan, 2020. (<https://www.v-squareplaza.com/v-square-cover-dance-2020/>)



V-SQUARE
cover
DANCE
2022

เวทีการประกวดที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในภูมิภาค
รุ่นประชาชนทั่วไป ประเภททีม ทีมละ 4 คนขึ้นไป

ประกวดในวันเสาร์ที่ 28 ตุลาคม 2022

เงินรางวัลและถ้วยรางวัลรวมมูลค่าดังนี้

- รางวัลชนะเลิศ 10,000 บาท พร้อมถ้วยรางวัล
- รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 7,000 บาท พร้อมถ้วยรางวัล
- รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 5,000 บาท พร้อมถ้วยรางวัล
- รางวัลชมเชย 2,000 บาท พร้อมถ้วยรางวัล (2 รางวัล)

ที่ปรึกษา: Band 2022 (นางสาว)
นางสาวกัญญาพร น. น. น. น. น.
โทร: 08-1234-5678

ที่ลานกิจกรรมชั้นใต้ดิน 5-สแควร์ พลาซ่า **วังพลาซ่า**
ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แฟนเพจ V-Square Plaza นครสวรรค์ หรือ Inbox บน Facebook V-Square Plaza นครสวรรค์
หรือเป็นช่องทาง LINE / ID : V82UJAPLZA



หมายเหตุ: จาก “V-Square Cover Dance Contest 2022” โดย V-Square Plaza Nakhon-Sawan, 2022. (<https://www.v-squareplaza.com/%E2%9C%A8-v-square-cover-dance-contest-2022-%E2%9C%A8/>)

ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล



แนวคำถามการสัมภาษณ์

วิทยานิพนธ์เรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์

คำแนะนำ:

1. แนวคำถามการสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นเพื่อต้องการเก็บรวบรวมข้อมูลไปใช้ในการทำวิจัย เรื่อง **อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทยในจังหวัดนครสวรรค์** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

2. แนวคำถามการสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์

3. หากท่านมีข้อสงสัยสามารถติดต่อสอบถามได้ที่ นางสาวอังศุมาลินทร์ คชพงษ์ ผู้วิจัย สาขาวิชาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก

e-mail: angsumalink64@nu.ac.th

เฉพาะผู้วิจัย: ผู้สัมภาษณ์คนที่.....

วัน/เดือน/ปี.....

สถานที่เก็บข้อมูล.....

เวลา.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 สถานภาพ

() 1. โสด () 2. แต่งงาน

1.2 อายุ.....ปี

1.3 ที่อยู่.....

1.4 ระดับการศึกษา

() 1. ประถมศึกษา () 2. มัธยมศึกษาตอนต้น

() 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย () 4. อาชีวศึกษา

() 5. ระดับปริญญาตรี () 6. สูงกว่าระดับปริญญาตรี

1.5 อาชีพในปัจจุบัน.....

1.6 รายได้.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของ K-Pop ในกลุ่มเยาวชนคนไทย ในจังหวัดนครสวรรค์

2.1 การเปิดรับวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี/การเข้าสู่วัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลี

2.2 เหตุผลในการชื่นชอบวัฒนธรรมสมัยนิยมเกาหลีที่เกิดจากดารา ศิลปินเกาหลี

