

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



246621



อำนาจเบงัวพัฒนธรรมในบริบทการเมืองระหว่างประเทศ
กรณีศึกษา การส่งออกวัฒนธรรมเกาหลี

สุวิชาติ ดีเจริญ

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทชาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
รัฐศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา 2553

b00251063

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



246621

อำนาจเชิงวัฒนธรรมในบริบทการเมืองระหว่างประเทศ
กรณีศึกษา การส่งออกวัฒนธรรมเกาหลี



สุรัสวดี ดีเจริญ

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
รัฐศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา 2553
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

SOFT POWER IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL POLITICS:
A CASE STUDY OF THE EXPORT OF KOREAN CULTURE

SURATSAWADEE DEEJAROEN

A THESIS PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY
IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF POLITICAL SCIENCE

2010

COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ตอบรับเป็นอย่างดีจากประชาชน ด้วยเหตุนี้วัฒนธรรมสมัยใหม่จึงแพร่หลายไปทั่ว ทั้งเกาหลีและกระจายสู่ประเทศในภูมิภาคเอเชีย โดยแฝงไปกับสื่อบันเทิงประเภทต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ ละคร โทรทัศน์ คนตรี เป็นต้น

กระแสวัฒนธรรมเกาหลีได้รับความนิยมไปทั่วภูมิภาคเอเชีย รวมทั้งในประเทศไทย จากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนข้อมูลการยอมรับวัฒนธรรมเกาหลี พบว่า นอกจากคนไทยจะให้ความสนใจวัฒนธรรมเกาหลีผ่านสื่อบันเทิงแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความคิดและทัศนคติของผู้คน โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งแสดงออกทางด้านการแต่งกาย การรับประทานอาหาร เพื่อตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกจากสื่อบันเทิงที่ตนได้รับ

ปัจจุบันอำนาจกระด้าง (hard power) ไม่ได้มีความสำคัญอีกต่อไป อำนาจละมุน (soft power) มีความสำคัญและมีบทบาทมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะทำให้เกิดความร่วมมือและการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันมากขึ้น ซึ่งประเทศเกาหลีสามารถใช้อำนาจละมุนผ่านสื่อบันเทิง ดึงดูดให้ผู้บริโภครอคเกิดความประทับใจ และนิยมชมชอบกับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีกำลังขยายตัวออกมาครอบคลุมเอเชียแข่งกับทุนญี่ปุ่น และจีน อาจเรียกได้ว่าเป็นกระบวนการเอเชียภิวัตน์ (asianization) ของทุนวัฒนธรรม ที่ด้านหนึ่งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ อีกด้านหนึ่งทำให้วัฒนธรรมเป็นสินค้าในตัวเอง และสามารถแข่งขันกับสินค้าอุตสาหกรรมวัฒนธรรมตะวันตก

Moreover, a randomly selected target group of informants were questioned as a means of adding supporting data to the data gathered on the basis of qualitative documentary research.

Findings are as follows:

The government of the Republic of Korea (South Korea) has been self-consciously pursuing a policy designed to create “a systematic modern culture.” Involved in this overarching policy is an emphasis on the search for a true Korean “identity” attendant upon close attention being paid to the Korean cultural heritage. The Ministry of Culture and Tourism exerts controls, issues rules and regulations, and lays the legal foundation for such endeavors. These governmental initiatives have been favorably received by the general public in South Korea. Therefore, this cultural recrudescence has been widely disseminated throughout the country and has now spread to other Asian countries, especially in the popular culture area of entertainment media, including movies, television dramas, music, etc. This wave of Korean culture has found favor throughout Asia, including the Kingdom of Thailand (Thailand).

On the basis of data collected from responses to a questionnaire, the researcher has concluded that this data supports the data gathered from documentary sources by the researcher in respect to the acceptance of elements of Korean culture. Thus, it has been found that aside from interest in Korean culture instigated by the entertainment media, Thais, especially teenagers, are influenced by Korean ideas and attitudes as manifested in

Korean styles of dress and the Korean culinary arts. Thus, the attraction for Korean culture generated by the appeal of Korean popular culture is complemented by interest in Korean apparel and food.

Nowadays, the affects of “hard power” have greatly abated. “Soft power” has become much more significant and has an important role to play because it engenders cooperation and mutual dependence. Through the application of “soft power” displayed in its entertainment media, South Korea attracts consumers since they thereby gain a good impression of Korean culture and are therefore inclined to consume other components of Korean culture and products. In this respect, South Korean cultural capital can compete with other forms of capital emanating from Japan and the People’s Republic of China. It would seem, therefore, that we have here a process of the “Asianization” of cultural capital in which good images of an Asian country are projected in a vein that can well compete with the industrialized products emanating from Western countries.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือของผู้มีพระคุณหลายท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. กฤษณา ไวสารวง ที่คอยให้คำแนะนำ สั่งสอน และพยายาม ทำให้ผู้วิจัยมีการเติบโตในด้านความคิด ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์การุณย์ลักษณ์ พหลโยธิน และดร. สุชาติ ศรียารัตนย ที่ได้กรุณา ให้คำแนะนำ และเสียสละเวลาอันมีค่าช่วยทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณอาจารย์ไพศาล หรุพาณิชย์กิจ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ สำหรับคำแนะนำเพิ่มเติมอันมีค่ายิ่ง ตลอดจนผู้ทำแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณา ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ท้ายที่สุดและเป็นสิ่งสำคัญที่สุดคือกำลังใจจากบุคคลในครอบครัว ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ นายชะลอ ดีเจริญ คุณแม่ นางอุงเงิน ดีเจริญ ขอขอบคุณ หนึ่ง พี่อ้น ต้น ที่คอยเป็นห่วงและให้กำลังใจมาโดยตลอด

นอกจากนี้ขอขอบคุณทุกท่านที่มีโอกาสแนะนำได้ทั้งหมดที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

สุรัสวดี ดีเจริญ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(4)
บทคัดย่ออังกฤษ	(6)
กิตติกรรมประกาศ	(9)
สารบัญตาราง	(12)
สารบัญภาพประกอบ	(14)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย	6
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2 แนวความคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
แนวความคิดเรื่อง “อำนาจละมุน” (soft power).....	9
แนวความคิดวัฒนธรรมกระแสนิยม (popular culture)	19
แนวความคิดการสื่อสารต่างวัฒนธรรม (intercultural communication).....	26
แนวความคิดทุนวัฒนธรรม (cultural capital)	29
แนวคิด social constructivism.....	39
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
3 อิทธิพลของวัฒนธรรมเกาหลีในเอเชีย.....	50
จุดเริ่มต้นของกระแสความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลี	53

บทที่	หน้า
ปัจจัยที่สนับสนุนและส่งเสริมกระแสวัฒนธรรมเกาหลี	54
กระแสวัฒนธรรมเกาหลีในประเทศต่าง ๆ	66
ด้านการท่องเที่ยว.....	72
4 การยอมรับวัฒนธรรมเกาหลีในประเทศไทย	74
จุดเริ่มต้นของภาพยนตร์เกาหลีในประเทศไทย.....	76
จุดเริ่มต้นของซีรีส์เกาหลีในประเทศไทย.....	77
จุดเริ่มต้นของดนตรีเกาหลีในประเทศไทย	79
จุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวเกาหลีในประเทศไทย	81
การยอมรับวัฒนธรรมเกาหลีในประเทศไทย	84
บทเรียนของสังคมไทย	92
5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	102
สรุปผลการวิจัย.....	102
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	109
ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งต่อไป.....	110
ภาคผนวก	
ก ตัวอย่างภาพยนตร์และละครเกาหลี.....	111
ข แบบสอบถาม.....	122
บรรณานุกรม	135
ประวัติผู้เขียน	141

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ประเทศแนวหน้าและทรัพยากรหลัก ค.ศ. 1500s-1900s	13
2 เปรียบเทียบอำนาจดั้งเดิม (แบบเก่า)-อำนาจ (เศรษฐกิจแบบใหม่)- อำนาจละมุน	17
3 ปัจจัยที่สนับสนุนและส่งเสริมกระแสวัฒนธรรมเกาหลี	56
4 การดำเนินนโยบายทางด้านวัฒนธรรมของเกาหลี	56
5 ราคามาตรฐานซีรีส์เกาหลีในตลาดโลก	65
6 การเข้ามาของวัฒนธรรมเกาหลีในประเทศต่าง ๆ	66
7 ภาพรวมปริมาณการนำเข้าภาพยนตร์เกาหลีในแถบประเทศ- เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ค.ศ. 2002-2006	76
8 จำนวนซีรีส์เกาหลีที่เข้ามาแพร่ภาพในประเทศไทย ค.ศ. 2000-2009	78
9 คำถามที่ 1 ท่านชื่นชอบสื่อบันเทิงจากเกาหลีมาเป็นระยะเวลาเท่าใด.....	129
10 คำถามที่ 2 ท่านชื่นชอบสื่อบันเทิงจากเกาหลีประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	129
11 คำถามที่ 3 ท่านเสียเงินให้กับสื่อบันเทิงจากเกาหลีเท่าใด/เดือน	130
12 คำถามที่ 4 ท่านเสียเงินให้กับสื่อบันเทิงจากเกาหลีประเภทใดมากที่สุด.....	130
13 คำถามที่ 5 ท่านรู้จักหรือทราบข่าวสารสื่อบันเทิงจากเกาหลีจาก แหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	130
14 คำถามที่ 6 ท่านชอบหรือต้องการบริโภคสื่อบันเทิงจากเกาหลี เพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	131
15 คำถามที่ 7 ท่านได้รับประโยชน์อะไรจากสื่อบันเทิงเกาหลี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	132
16 คำถามที่ 8 ท่านได้รับอิทธิพลอะไรจากสื่อบันเทิงเกาหลี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	132

ตาราง	หน้า
17 คำถามที่ 9 ท่านคิดอย่างไรกับวัฒนธรรมเกาหลีที่เป็นกระแสนิยม ในขณะนี้	134
18 คำถามที่ 10 ท่านคิดว่าวัฒนธรรมเกาหลีมีผลอย่างไรต่อสังคมไทย.....	134

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1 จำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศในแถบเอเชียเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลี ค.ศ. 2001-2009.....	72
2 การท่องเที่ยวสถานที่ถ่ายทำในรูปแบบ Drama Tour	82
3 จำนวนนักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลี ค.ศ. 2000-2009	83
4 การเปรียบเทียบการแต่งกายของดารากาฬีกับวัยรุ่นไทย ก่อนวัฒนธรรมเกาหลีเข้ามาได้รับความนิยมในประเทศไทย	86
5 การเปรียบเทียบการแต่งกายของดารากาฬีกับวัยรุ่นไทย หลังจาก วัฒนธรรมเกาหลีเข้ามาได้รับความนิยมในประเทศไทย	87
6 ความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออกของสินค้าสร้างสรรค์ไทย	97